

Praxisbewertung

Faktoren für den Praxispreis

Wenn man über Praxisbewertung und damit über die Ermittlung des Kaufpreises spricht, darf man eines nicht außer Acht lassen: Der Markt für Zahnarztpraxen hat sich seit einigen Jahren in einen Käufermarkt verwandelt. Wenige gründungswillige Interessenten stehen einer Vielzahl von Praxisabgebern gegenüber. Der dentale Fachhandel unterstützt in diesem Wandel sowohl die Praxisabgeber als auch die Übernehmer bei der erfolgreichen Praxisvermittlung. Ausgangspunkt der Vermittlung ist immer eine objektive Bestimmung des Praxiswertes. Er ist die Verhandlungsbasis und damit für beide Seiten eine wertvolle Orientierung für die Kaufpreisfindung.

Murat Güvenc/Osnabrück



■ Ein Objekt ist immer nur so viel wert, wie ein Käufer dafür zu zahlen bereit ist. Das kennen viele vom Immobilienmarkt. Diese Erkenntnis gilt auch für Zahnarztpraxen. Obwohl die Zahl der in eigener Praxis niedergelassenen Vertragszahnärzte seit 2007 rückläufig ist, nimmt die Zahnärztdichte in Deutschland weiterhin zu. Der zahnmedizinische Nachwuchs gründet zunehmend in Kooperationen und zusätzlich wird der Rückgang der selbstständigen Vertragszahnärzte durch

den Anstieg der angestellten Zahnärzte überkompensiert. Auch der Frauenanteil ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Sie bevorzugen tendenziell ein Angestelltenverhältnis. Diese Entwicklung führt dazu, dass die Zahl der potenziellen Übernehmer abnimmt.

Woraus besteht der Kaufpreis?

In der Literatur finden sich zahlreiche Bewertungsmethoden, die auf unterschied-

lichen Ansätzen beruhen. Grundsätzlich sind die Bewerter von Zahnarztpraxen aber in der Wahl der Bewertungsmethodik frei. Ein allgemein rechtsverbindliches Bewertungsverfahren existiert bis heute nicht. Unterschieden wird prinzipiell zwischen den sogenannten Praktikermethoden und den aus der betriebswirtschaftlichen Unternehmensbewertungslehre entwickelten Ertragswertmethoden zur Bewertung von Zahnarztpraxen. Beim Kauf bzw. Verkauf einer Praxis ist es wich-

© zilkovec / Shutterstock.com

tig zu wissen: Es gibt keine gesetzlichen Bestimmungen zur Ermittlung des Praxiswertes. Der tatsächliche Wert einer Praxis wird ausschließlich von Angebot und Nachfrage, also vom Markt, bestimmt. Der Kaufpreis setzt sich dabei aus dem sogenannten materiellen (substanzialen) und dem immateriellen (ideellen) Praxiswert zusammen. Tipp: Beide Werte sollten im Kaufvertrag gesondert ausgewiesen werden, da ihnen unterschiedliche steuerliche Abschreibungsfristen zugrunde liegen.

Der materielle Praxiswert – eine eindeutige Sache

Der materielle Wert, auch Substanzwert genannt, lässt sich mit den Experten des dentalen Fachhandels bestimmen. Für die Ermittlung des materiellen Wertes wird dabei von allen zum Stichtag der Bewertung in der Praxis vorhandenen Anlagen, Geräten und Einrichtungen, die von dem Auftraggeber beim Verkauf an den Übernehmer übergehen sollen, der Zeitwert ermittelt. Grundlage dafür ist das von dem Abgeber vorgelegte Anlageverzeichnis und die Besichtigung der Praxiseinrichtung durch den Sachverständigen vor Ort. Die steuerlichen Buchwerte werden nicht herangezogen. Es empfiehlt sich, die mitverkauften Gegenstände in einem schriftlichen Verzeichnis dem Kaufvertrag als Anhang hinzuzufügen. Das technische Gerät muss funktionstüchtig sein. Darüber hinaus sollte der Käufer prüfen, ob sich die veräußerten Gegenstände im freien und uneingeschränkten Eigentum des Verkäufers befinden. Leasingverträge werden in der Regel vor der Praxisübernahme durch den Abgeber ausgelöst und dem Nachfolger verkauft.

Der immaterielle Wert – das Vertrauen zählt

Entschieden schwieriger ist der immaterielle Wert einer Praxis zu definieren, auch Goodwill genannt. Darunter ist die Chance zu verstehen, eine eingeführte Zahnarztpraxis mit ihrem Patientenstamm erfolgreich fortzuführen. Der Goodwill ist dabei der über den Substanzwert hinausgehende Wert und repräsentiert im Wesentlichen das Vertrauensverhältnis des Arztes zu den Patienten, die Standortsituation und den Patientenstamm. Ausgangspunkt für die Berechnung des Goodwill sind die Praxiseinnahmen und -ausgaben der letz-



ten drei Jahre. Einnahmen und Ausgaben sind zu bereinigen, also um nicht übertragbare Umsatz- oder Kostenanteile, die personengebunden dem Praxisabgeber zuzurechnen sind, wie z.B. Gutachtertätigkeiten oder etwaige Mitarbeit durch Familienmitglieder. Durch eine anschließende Gewichtung der Praxisgewinne wird der betriebswirtschaftlichen Tendenz Rechnung getragen. Darüber hinaus fließen folgende wertbeeinflussende Faktoren in den Goodwill mit ein:

- ▶ Praxiskonzept
- ▶ Patientenstruktur
- ▶ Praxislage (Arztdichte, Infrastruktur)
- ▶ Praxisgebäude (Erscheinungsbild, Erreichbarkeit, Öffnungszeiten)
- ▶ Organisation (Patientenbestellorganisation, Vertretungsmöglichkeiten)
- ▶ Personalsituation (Qualifikation und Erfahrung).

Auch zur Bestimmung des immateriellen Wertes sollte auf die Expertise des dentalen Fachhandels zurückgegriffen werden.

Nicht zu unterschätzen: Faktor Sympathie

Nicht zu unterschätzen ist zudem der Faktor Sympathie zwischen Käufer und Verkäufer. Je höher dieser angesetzt ist, desto eher treten betriebswirtschaftliche Aspekte in ihrer Gewichtung für die Preisdefinition zurück. Die Begründung ist rein menschlich. Für den Käufer ist das Vertrauen zum Veräußerer wichtig, und

der Verkäufer möchte sein Lebenswerk in guten Händen wissen.

Tipp: Unterstützung von erfahrenen Beratern einholen

Bei allen vorliegenden Zahlen, Daten, Fakten und Sympathiewerten steht für den Käufer stets die Frage im Raum: Kann ich mit dieser Praxis mein individuelles Praxiskonzept umsetzen? Für den Verkäufer stellt sich die Frage, unter welchen Voraussetzungen er seine Praxis optimal veräußern kann und welche wertsteigernden Maßnahmen noch umgesetzt werden können. Käufer als auch Verkäufer sollten dazu auf die häufig jahrzehntelange Erfahrung der Experten des dentalen Fachhandels zurückgreifen. Diese Erfahrungen helfen beiden Vertragsparteien, den regionalen Markt für Zahnarztpraxen richtig einzuschätzen, die Werthaltigkeit der Ausstattung (Substanzwert) und das Vertrauensverhältnis der Praxis zu den Patienten (Goodwill) zu bestimmen. Fließen diese Erfahrungswerte mit in die Praxisbewertung ein, entsteht ein objektiver und marktgerechter Preis. <<

>> KONTAKT

Pluradent AG & Co KG
 Ackerstraße 55
 49084 Osnabrück
 Tel.: 0541 95740-0
 Fax: 0541 95740-80
 E-Mail: osnabrueck@pluradent.de
 www.pluradent.de