

Ich will abgeben: Was nun? – Der faire Praxiswert

Ein Beitrag von Prof. Dr. Thomas Sander

PRAXISMARKETING III Eine der meistgestellten Fragen der heute 55- bis 70-jährigen Zahnärztinnen und Zahnärzte lautet: Wie viel ist meine Praxis wert? Bereits in der *ZWP 10/2021* hat sich der Autor mit dieser Frage auseinandergesetzt. In diesem Artikel soll die Thematik weiter vertieft werden, auch auf Basis der wissenschaftlichen Untersuchungen der Zahnärztin Maja Graeser, die im Frühjahr 2021 an der Medizinischen Hochschule Hannover zu diesem Thema promovierte.¹ Eine Zusammenfassung ihrer Studie wird 2022 in den IDZ-Informationen erscheinen.



Prof. Dr.-Ing. Thomas Sander – Infos zum Autor

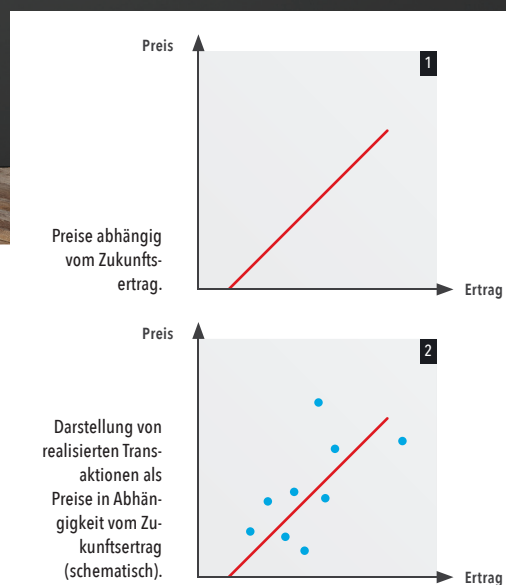
Bei der Praxisabgabe bzw. -übernahme ist nicht nur der Preis wichtig. Klingenberg und Sander haben sich bereits 2014 mit der Frage des „Stellenwertes des Sozialkapitals in Praxisbewertungsverfahren“ beschäftigt.² Und Kirches beantwortet z. B. mit *Meine Praxis in gute Hände* praktische Fragen im Zusammenhang mit der Abgabe.³ Es sind demnach viele Aspekte Wert bildend. Der hier vorliegende Beitrag befasst sich mit dem wesentlichsten Aspekt: Dem erzielbaren Preis.

Preis und Wert

„Price is what you pay, value is what you get“,⁴ sagt Warren Buffet aus Käufersicht. Aus der Verkäufersicht könnte man sagen: Der Preis ist das, was du bekommst. Der Wert ist das, was jemand ausgerechnet hat.

Entscheidungswert

Es gibt viele Wertarten, die im Zusammenhang mit Zahnarztpraxen genannt werden müssen. Da ist zunächst die Unterscheidung von materiellen und immateriellen Werten. Beides wird getrennt ermittelt und zum Gesamtwert addiert. Für beide Werte gilt: Es gibt darüber hinaus im Wesentlichen Entscheidungswerte und Verkehrswerte. Der Entscheidungswert ist das Maximum aus Sicht der Käufer*innen, was diese bereit sind, zu zahlen, ohne einen Nachteil erleiden zu müssen. Wenn mehr



gezahlt werden sollte, wäre der Erwerb einer anderen Praxis oder die Arbeit als angestellte Zahnärztin bzw. angestellter Zahnarzt vielleicht wirtschaftlich die bessere Wahl gewesen. Analoges gilt für die Verkäuferin bzw. den Verkäufer, für welche es in den meisten Fällen weniger Alternativen gibt.

Verkehrswert

Der Verkehrswert ist der Preis, der im normalen Geschäftsverkehr erzielt werden kann, wobei allerdings persönliche Einflüsse unberücksichtigt bleiben müssen. Würde man davon abweichen, käme man wieder in die Nähe von Entscheidungswerten. Der Verkehrswert ist der Wert, der in den meisten Fällen gesucht wird. Dabei geht man heute davon aus, dass der Zukunftsertrag der Praxis für den Wert prägend ist. Vereinfacht

könnte man sagen, dass die Praxis umso mehr wert ist, je höher die prognostizierten Erträge ausfallen. Weiterhin sollte man eigentlich davon ausgehen, dass sich auch die Preise entsprechend darstellen (Abb. 1). Die Kurve scheint eine Regression abzubilden. Sie suggeriert, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Zukunftsertrag und dem Verkehrswert bzw. erzielbaren Preis gibt.

Man kann aber nur zu einer solchen Funktion gelangen, wenn man viele Transaktionen ausgewertet hat. Wenn man so verfährt, kommt man zu der „Regression“ (Abb. 2). Aus diesen Ergebnissen der in Abbildung 2 in Form der Punkte dargestellten Transaktionen eine belastbare Funktion abzuleiten, ist nicht möglich. Graeser¹ hat 35 Faktoren identifiziert, die den Preis und sich teilweise auch gegenseitig beeinflussen. Man spricht dann von einem multivariaten Geschehen. Sollte es tatsächlich begründete Abhängigkeiten geben, müsste man Tausende von Transaktionen auswerten, um diese zu quantifizieren. Und so viele gibt es nicht. Das Einzige, was man ziemlich sicher sagen kann, ist, dass der Preis tatsächlich mit dem Ertrag steigt.

Preisfindung

Zunächst muss gemäß den oben gemachten Ausführungen allen Beteiligten im Abgabeprozess klar sein, dass man den Verkehrswert nicht berechnen kann. Dazu gibt es keine belastbare Grundlage, was Graeser¹ mit ihrer Arbeit aufzeigt. Sachverständige können auf der Basis der eigenen Erfahrungen in Verbindung mit wissenschaftlichen Erkenntnissen dennoch einen Bereich identifizieren, der als plausibel angesehen werden kann und in dessen Bandbreite der Praxisverkauf realisiert werden könnte.

Zur Ermittlung des „fairen Wertes“ sollten sich die Parteien zusammensetzen und, ausgehend von den persönlichen Entscheidungswerten, mithilfe der oben genannten Verkehrs-

wertermittlung individuelle Argumentationswerte begründen. Wichtig ist es dabei, der anderen Seite zuzuhören und Verständnis für die Argumentation zu zeigen. Mit guter Moderation bzw. Mediation durch erfahrene Sachverständige können hier Werte begründet werden, mit denen alle Seiten zufrieden sein können.

Das gelingt insbesondere auch dadurch, dass weitergehende Aspekte einbezogen werden. So wird zum Beispiel meist ein höherer Preis eher von den Käufer*innen akzeptiert, wenn Sachverständige verdeutlichen, welchen Wert die vorübergehend weitere Mitarbeit der Verkäuferin bzw. des Verkäufers im Hinblick auf die Stabilisierung der Praxis hat. Es gibt viele Aspekte, die nur im vertrauensvollen Gespräch dazu beitragen können, einen von allen Seiten als fair empfundenen Preis zu finden.

Fordern Sie gern die kostenlose Broschüre *Der faire Praxiswert* unter info@sander-kollegen.de oder telefonisch über +49 30 28045500 an.

Sander Concept GmbH
Infos zum Unternehmen



Quellen



WWW.SANDER-CONCEPT.DE

ANZEIGE

WEK | WEK Light

DURCHDACHTE WASSERHYGIENE
FÜR DIE DENTALEINHEIT

- >> Permanente Dekontamination des dentalen Brauchwassers
- >> Verhindert die Biofilmbildung in den Wasserleitungen der Dentaleinheit
- >> Schützt vor Kalkablagerung durch den Einsatz kalkbindender Stoffe
- >> Beseitigt viele Bakterienstämme wie z.B. Legionellen, Pseudomonaden, Kolibakterien und Staphylokokken*

* Wirksamkeit durch mikrobiologische Studien belegt.



METASYS
protect what you need