

DENTARENA

Informationen für Zahnärztinnen und Zahnärzte vor der Praxiseröffnung

Nr. 2, Juni 2007

Themen dieser Ausgabe

- **Aus den Fakultäten**
Stand Bologna-Reform Uni Zürich
Die Studienreform nach Bologna hat nun auch die zahnmedizinische Fakultät der Uni Zürich vollumfänglich erfasst. **2**
- **SSO – unser Verband**
Werbung für die Zahnarztpraxis
Werbung für die Zahnarztpraxis ist grundsätzlich erlaubt. Aber Achtung: mit einigen Einschränkungen! **3**
- **International**
Die 32. IDS in Köln 2007
Die Internationale Dentalmesse IDS in Köln vermochte erneut die hohen Erwartungen von Publikum und Organisatoren zu erfüllen. **5**
- **Rund um die Praxis**
«Überleben als Zahnarzt: der Weg in die Selbständigkeit»
Der DENTARENA-Redaktor Philipp Häring berichtet über seine Erfahrungen bei der Neueröffnung seiner eigenen Zahnarztpraxis. **6/7**
- **SSO – unser Verband**
Der SSO-Praxiskurs
«Der Weg zur eigenen Praxis»
Die SSO bietet aktive Starthilfe für den Weg in die zahnärztliche Selbständigkeit. Eine Empfehlung. **8**
- **Rund um die Praxis**
Gute Tipps für die neue Zahnarztpraxis
Die Praxiseröffnung ist ein Meilenstein in der beruflichen Laufbahn eines Zahnarztes. Was es dabei so alles zu beachten gilt. **8/10**
- **Impressum** **12**

Editorial

Bologna zum Zweiten...



Nach einem ersten informativen Rundumschlag in der Ausgabe 1/2007 von DENTARENA berichten wir heute über den Umsetzungsstand der Bologna-Reform an der Universität Zürich. Es zeigt sich, dass die Reformbestrebungen in der universitären Ausbildung mittlerweile fast überall in der Schweiz umgesetzt sind. Als eigentliche Knackpunkte der Bologna-Reform haben sich zwei Klauseln der Verträge herausgestellt: Erstens die Mobilitätsförderung, die zwar theoretisch vereinfacht, praktisch aber durch unterschiedliche akademische Kalender, administrative Umwege und mangelnde Information über finanzielle Möglichkeiten wieder verunmöglicht wird. Viele Bachelor- und Master-Studiengänge sind so zeitintensiv, dass es unmöglich ist, nebenbei zu arbeiten. Ein Studienjahr mit 60 ECTS-Punkten ist eine Vollzeitbeschäftigung! Stipendien sind schwierig zu erhalten, und die Stipendiensysteme sind nicht harmonisiert, weshalb in der Regel nur sozial besser gestellte Personen von einem Auslandsaufenthalt profitieren können. Zweitens erscheint die Zeit nach Erreichen des Bologna-Masters als eine weitere grosse Unbekannte. Wie die Doktoratsstufe gemäss Bologna-Absichten aussehen wird, vermag zur Zeit noch niemand abzuschätzen. Bei der Vereinheitlichung der verschiedenen länderspezifischen Modalitäten zur Erlangung der Doktorwürde werden also noch etliche administrative, logistische und politische Hürden zu bewältigen sein. Doch der eingeschlagene Reformkurs ist nicht mehr rückgängig zu machen. Er wird einhellig als zukunftsweisend eingestuft und findet gemäss verschiedenen Umfragen an Schweizer Universitäten breite Unterstützung. Es wird nun darum gehen, die weiteren zwingenden Reformschritte zügig unter die Füsse zu nehmen und den Studierenden mit einer intelligenten Umsetzung neue attraktive Bildungsperspektiven im universitären Bereich zu eröffnen.

Herzlich

Urs Laederach

Aus den Fakultäten Stand Bologna-Reform Uni Zürich

Viele Wege führen nach Rom, aber nur einer nach Bologna? Die vor vier Jahren an der medizinischen Fakultät Zürich eingeführte Reformierung betrifft seit diesem Jahr alle Fakultäten. So hat die Bologna-Reform nun auch die zahnmedizinische Fakultät Zürich vollumfänglich erfasst. Lesen Sie hier, was sich alles geändert hat.

FRAUKE BERRES

Die grösste Veränderung stellt dabei das Ausführen des Unterrichts in Blockkursen und die Bewertung der studentischen Leistung mit Kreditpunkten dar. Die damit errechenbare Studentenleistung in einem Jahr soll in etwa mit jener erwerbstätiger Menschen vergleichbar sein. Eine fächerübergreifende Qualitätskontrolle soll dabei erleichtert werden. In den Blockkursen beschäftigen sich die Studenten während einer bestimmten Zeit sehr intensiv mit einem Thema. Ein grösserer Phantomsaal fasst nun die doppelte Anzahl von Studenten in einem Semester, da nicht mehr rotiert werden muss und jeder Student seinen eigenen Platz mit Computerbildschirm hat. Vorlesungen und Demos sind über das interne Netz verfügbar und können von jedem Studenten abgerufen werden. Dies ermöglicht das Vor- und Nachbereiten des Stoffes auch nach der Testzeit. Weniger schnelle Studenten können so leichter als bisher auf dem gleichen Kursniveau bleiben. Jedes Semester schliesst mit semesterbegleitenden MC-Prüfungen (Multiple-Choice-Prüfungen) ab.

Was bedeuten diese Neuerungen für die Dozenten?

Im Moment heisst das für die Dozenten viel Mehrarbeit, denn sie sind in erster Linie an der Umsetzung des neuen Konzeptes beteiligt. Das bedeutet, dass zu den üblichen Aufgaben nun auch die Verteilung der Lehrveranstaltungen über elektronische Medien anfällt. Die Vorlesungen müssen aufbereitet werden, damit sie auf

eine Plattform aufgeschaltet werden können und jeder Student darauf Zugriff hat. Auch bedeutet die Einführung der MC-Fragen viel Arbeit für die Lehrenden, denn es müssen für jedes Semester neue MC-Fragen erarbeitet werden. Jede Uni stellt ihre eigenen Fragen. Da sich nur ein geringer Prozentsatz an Fragen wiederholen darf, wird die neue Ausarbeitung sinnvoller Fragen immer anspruchsvoller. Für die Dozenten wird es auf diese Art – im Gegensatz zu den früheren mündlichen Prüfungen – immer schwieriger festzustellen, ob ein Student ein Thema beherrscht oder nicht.

Was bedeuten die Neuerungen für die Studenten?

Die Menge des Wissens steigt exponentiell an. Es werden zum Teil Therapien gelehrt, die weniger häufig angewendet werden als früher und mit der Zeit an Bedeutung verlieren können (z.B. die Totalprothese). Der Student muss lernen, dass das Dazulernen ein lebenslanger Prozess ist. Durch das Studium wird ihm ein Grundkönnen vermittelt, mit dem er sich dann individuell weiterentwickeln kann. Es liegt am Einzelnen, was er daraus macht und wie stark er sich dafür engagieren möchte. Dadurch ist von jedem Einzelnen mehr Eigenverantwortung gefragt. Wie sich das neue System auf das Lernvermögen der Studenten auswirken wird, kann im Moment noch nicht schlüssig beantwortet werden.

Um in das nächstfolgende Studienjahr zu gelangen, müssen die Studenten 60 Kreditpunkte erwerben. Fachübergreifende Themenblöcke vermitteln Wissen, das direkt am Patienten

umgesetzt werden kann. Mit der Idylle einer locker-legeren Studienzzeit ist somit endgültig Schluss. Denn wer öfters bei den Veranstaltungen fehlt, versäumt sehr viel und läuft damit Gefahr, den Anschluss zu verpassen. Im Falle des Fernbleibens aus Krankheitsgründen wird der weitere Studienablauf individuell geregelt. Der erste Patientenkontakt findet bereits im Sommersemester des dritten Studienjahres statt. Dadurch soll eine raschere Umsetzung der Theorie in die Praxis erreicht werden. Ein Tag pro Woche ist dem Selbststudium gewidmet. Die Studenten können dabei selbständig entscheiden, in welchen Themenbereichen sie ihr Wissen vertiefen möchten.

Was für Zukunftsperspektiven hat das neue Zweistufensystem des Studiums?

Nach drei Jahren kann mit dem Bachelor-Abschluss die erste Stufe des Studiums abgeschlossen werden. Für Wiedereinsteigerinnen – z.B. nach einer Babypause – ist damit die Zulassung zum Master-Studium gegeben. Ziel ist dabei, sich auch ohne Staatsexamen in bestimmte fachliche Richtungen entwickeln zu können. Welche beruflichen Perspektiven der Bachelor-Abschluss konkret bringen wird, ist im Moment jedoch noch nicht absehbar.

Neu eingeführt wurden die während der Semesterferien stattfindenden Klinikhospitalationen. Dadurch wird den Studierenden die Möglichkeit gegeben, im Rotationssystem die verschiedenen Abteilungen näher und von einer anderen Seite her kennenzulernen: Sie können den Assistenten bei der Behandlung über die Schulter schauen und wertvolle Tipps erfahren. In Zukunft soll dieses Rotationssystem auch in anderen Bologna-reformierten Unikliniken möglich werden, um die Mobilität der Studenten zu fördern.



Das Zentrum für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde ZZMK der Universität Zürich.

Was lässt sich allgemein über die Umstellungen sagen?

Auch wenn die Präsenzzeit der Studierenden und deren Kursstunden reduziert wurden, dürfte es durch den geforderten Mehreinsatz im Selbststudium für Studenten mit Nebenbelas-

tungen oder für Wiedereinsteiger etwas schwieriger werden als bisher. Mutigere und interessiertere Studenten können dem neuen System möglicherweise mehr abgewinnen und werden durch ihr Selbststudium später besser gewappnet sein. Zaghafteren oder unselbständigeren Studenten, welche die angebotenen Möglich-

keiten nicht oder nur spärlich nutzen, könnte das Studium hingegen schwerer fallen. Da es bald keine Studenten mehr geben wird, die noch das alte System kennen, bleibt abzuwarten, wie sich diese Änderungen in den nächsten Jahren auf die Leistungen der Studierenden auswirken werden.



Der grössere Phantomsaal des ZZMK fasst doppelt so viele Studierende als vorher.



Jede Studentin, jeder Student verfügt über einen eigenen Computerarbeitsplatz.

SSO – unser Verband Werbung für die Zahnarztpraxis

Immer wieder fragen sich Zahnärztinnen und Zahnärzte, ob überhaupt, und wenn ja, in welchem Rahmen und Umfang Eigenwerbung für ihre neue Zahnarztpraxis erlaubt ist. Immer wieder wird dabei vergessen, dass Werbemassnahmen für die eigene Zahnarztpraxis von Gesetzes wegen grundsätzlich erlaubt sind.

URS LAEDERACH

Obwohl auch der «Codex '98» – die Standesordnung der Schweizerischen Zahnärzte-Gesellschaft SSO – Werbung grundsätzlich zulässt, hat sich die Zahnärzteschaft werbemässig bis heute vornehm zurückgehalten. Mit der zunehmenden Einwanderung von Zahnärztinnen und Zahnärzten aus dem EU-Raum im Rahmen der Personenfreizügigkeit, aber auch im Hinblick

auf den begrenzten und daher stark konkurrenzten Schweizer Markt wächst jedoch bei vielen Zahnärztinnen und Zahnärzten das Bedürfnis nach vermehrten Werbeanstrengungen. Werbung ist ein Teil des Marketings und gerade nach Eröffnung einer neuen oder nach Übernahme einer bestehenden Zahnarztpraxis ein legitimes Bedürfnis und eine markttechnische Notwendigkeit. Mit einem einheitlichen Erscheinungsbild (Corporate Identity) und mit ansprechenden Inseraten, Flyern und andern Werbekommunikationen wollen die eigene Praxis und die angebotenen Dienstleistungen im Markt positioniert und bei den potentiellen Patientinnen und Patienten verankert werden.

Das Gesetz und die Werbung

Das gehäufte Auftauchen von Hochglanzbrochüren, Praxis-Newsletters und -Plakaten, Werbeklebern und auffälligen Einträgen in Telefon- und Branchenbüchern lassen erkennen, dass sich der zahnärztliche Kampf um neue wie auch um bestehende Patientinnen und Patienten heute in einer recht aggressiven Phase befindet. Viele Anbieter von zahnärztlichen Leistungen in

der Schweiz bewegen sich mit ihrem Gebaren jedoch hart an der Grenze des Erlaubten, denn Werbung für die Zahnarztpraxis ist zwar grundsätzlich erlaubt, unterliegt aber verschiedenen Beschränkungen: Das Bundesgesetz über unlauteren Wettbewerb (UWG) gilt in allen Kantonen und verbietet täuschendes oder auf andere Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossendes Verhalten. Dazu gehören etwa unzulässige Kundenbeeinflussung, unkorrektes Vorgehen gegenüber Mitbewerbern oder unlautere Werbe- und Verkaufsmethoden. Nicht zulässig wären beispielsweise Mitteilungen eines Zahnarztes, dass er stets besser und billiger sei als seine Mitbewerber. Wesentliche Bereiche der Zulässigkeit von Werbung durch Zahnärzte werden durch die Kantone autonom geregelt, meistens in einem Gesundheitsgesetz und einer Zahnarztverordnung. Diese Regelungen unterscheiden sich von Kanton zu Kanton sehr stark. Weitere Vorschriften zur werblichen Tätigkeit von Zahnärztinnen und Zahnärzten sind in der eingangs erwähnten «Standesordnung Codex '98» der SSO festgehalten. «Als nicht abschliessende Aufzählung sind insbesondere zu unterlassen: marktschreierische Darstellung der eigenen Leistungen (z.B. Hinweise auf ‚Heilungserfolge‘), das öffentliche Hervorheben wenig bedeutsamer Weiter- und Fortbildung, wissenschaftlich nicht korrekte oder fragwürdige Darstellungen, Links auf fragwürdige Websites.» Und schliesslich mahnen die Richtlinien auch noch zur «Vorsicht mit Pro-



Caisse pour médecins-dentistes SA
Zahnärztekasse AG
Cassa per medici-dentisti SA

An  Group Company

Zur Eröffnung der eigenen Zahnarztpraxis: Starthilfe statt Champagner.



Der Gutschein* ist weg, aber das Angebot gilt:



Für einen erfolgreichen Start in die Selbständigkeit mit der eigenen Zahnarztpraxis können Sie die Basis-Finanz-Dienstleistungen der Zahnärztekasse AG 12 Monate lang kostenlos in Anspruch nehmen.

Rufen Sie uns einfach an: Telefon 043 477 66 66.

*Gegenwert ca. Fr. 5'000.–



Stehen Sie kurz vor dem Schritt in die Selbständigkeit? Dann sorgen Sie dafür, dass von Anfang an die Kasse stimmt. Konzentrieren Sie sich voll und ganz auf das, was Honorar-Erträge bringt und Ihnen einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz verschafft: auf die top professionelle Behandlung Ihrer Patientinnen und Patienten.

Wir halten Ihnen im Bereich Administration und Finanzen den Rücken frei. Mit speziell für Zahnarztpraxen entwickelten Finanz-Dienstleistungen, die Sie im Sinne einer Starthilfe ein Jahr lang gratis nutzen können. Senden Sie uns einfach den Gutschein zurück und nutzen Sie unser Angebot. Damit Sie nach dem ersten Jahr mit der eigenen Praxis Grund haben, eine Flasche Champagner zu öffnen.

CH-1002 Lausanne
Avenue du Théâtre 7
Case postale 5588
Tél. +41 (0)21 343 22 11
Fax +41 (0)21 343 22 15
info@cmds.ch, www.cmds.ch

CH-8820 Wädenswil
Seestrasse 13
Postfach 496
Tél. +41 (0)43 477 66 66
Fax +41 (0)43 477 66 60
info@zakag.ch, www.zakag.ch

CH-6900 Lugano
Via Dufour 1
Casella postale 5380
Tél. +41 (0)91 912 28 70
Fax +41 (0)91 912 28 77
info@cmds.ch, www.cmds.ch

Die Realisation von DENTARENA wird ermöglicht durch die grosszügige finanzielle Unterstützung der B + A Treuhand AG, Cham, Martin Engineering AG, Nänikon und Zahnärztekasse AG, Wädenswil.

duktwerbung auf zahnärztlichen Websites». Um juristische Auseinandersetzungen von vornherein zu vermeiden, empfiehlt die SSO deshalb im Einzelfall die vorgängige fundierte juristische Abklärung der Legitimität sämtlicher geplanter Werbemassnahmen. In Zweifelsfällen geben auch das SSO-Sekretariat (sekretariat@sso.ch) sowie der Presse- und Informationsdienst SSO (info@sso.ch) Auskunft.

Die Gesetze der Werbung

In der ganzen Aufregung um aggressive Werbemethoden verschiedener Akteure des Gesundheitswesens wird leider allzuoft vergessen, dass auch die beste Werbung nichts nützt,

wenn das Produkt – bzw. die zahnärztliche Dienstleistung – nicht stimmt. Der Markt schiebt unerbittlich jene Mitkonkurrenten aus, welche die hohen Ansprüche an fachliche Qualifikation und ethische Handlungsweise nicht zu erfüllen vermögen. In diesem Zusammenhang dürfte die Frage von Interesse sein, welche Werbemassnahmen einer Zahnarztpraxis neuen Zulauf bringen. Gemäss Publikumsumfragen der SSO stellen nämlich Patienten, die einen Zahnarzt suchen, zu 66% auf Empfehlungen von Verwandten oder Bekannten ab. Nur ein kleiner Prozentsatz der potentiellen Patientenschaft lässt sich durch die klassischen Mittel der Werbung zu einem Zahnarztwechsel «verführen». Die Rückbesinnung der Zahnärzteschaft auf die ursprünglichen Wirkmechanismen der Wer-

bung scheint daher angebracht: Eingehen auf die Patienten, Freundlichkeit und Verständnis, Respekt und Toleranz. Und der Clou: sie kosten nicht viel mehr als ein freundliches Lächeln oder eine nette handschriftliche Notiz auf einer Rechnung oder einer Recall-Karte. Eine enge Patientenbindung beruht auf dem persönlichen Kontakt zwischen Patientin/Patient und Praxisteam und – insbesondere – behandelnder Zahnärztin bzw. behandelndem Zahnarzt. Wem es also gelingt, seine Patientinnen und Patienten durch diese menschlichen Faktoren an sich zu binden, der sorgt automatisch dafür, dass er weiterempfohlen wird und so zu neuen Patienten kommt. Und er erspart sich überdies teure, oft sogar kontraproduktiv wirkende und deshalb letztlich unnötige Werbemassnahmen.

International

Die 32. IDS (Internationale Dental Schau) in Köln 2007

ANJA ZEMBIC

Die alle zwei Jahre in Köln stattfindende weltweit grösste Dentalmesse war auch dieses Jahr wieder ein voller Erfolg, sowohl von Seiten der Aussteller, als auch der Besucher. Dass sie ihrem Namen gerecht wird, beweisen die rund 60% aus dem Ausland angereisten Aussteller. Auch von den Besuchern war etwa ein Drittel ausländischer Herkunft.

Neben zahlreichen Innovationen im zahntechnischen Bereich wurden auch im zahnärztlichen Sektor viele Neuerungen und Weiterentwicklungen vorgestellt. In der Röntgentechnologie zum Beispiel geht der Trend eindeutig Richtung digital. Eine Weiterentwicklung sind speziell auf die Zahnarztpraxis ausgerichtete Volumentomographen. Diese sollen eine 3-dimensionale Darstellung auch von kleinen Bereichen ermöglichen.

Die nächste IDS wird vom 24.–28.3.2009 wieder in Köln stattfinden. Da sie sicher auch wieder gut besucht sein wird und das Angebot bzw. die Ausstellerfläche sehr gross ist, empfiehlt es sich, sich vorgängig seine jeweiligen Interessengebiete festzulegen und möglichst zielgerichtet die gewünschten Stände anzulaufen.



Ein nicht abreissender Zustrom von Besuchern an der IDS Köln 2007.



Stets dichtes Gedränge herrschte in den Gängen der grosszügigen Kölner Messehallen.



Manche Weltneuheit ist fürs Auge anfänglich noch etwas gewöhnungsbedürftig...

Rund um die Praxis «Überleben» als Zahnarzt: der Weg in die Selbständigkeit

PHILIPP HÄRING

Einführung

Viele junge Zahnärzte wünschen sich nach dem Staatsexamen früher oder später die Selbständigkeit, sei es gemeinsam mit einem/mehreren Kollegen in der Form der Gemeinschaftspraxis oder als «eigener Chef» (siehe DENTARENA 3/2006: Quo vadis? Zahnärzte nach dem Staatsexamen).

Folgender Erfahrungsbericht soll die gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse im Vorfeld einer Praxiseröffnung, respektive Praxisübernahme widerspiegeln und Einblicke in einen typischen Praxisalltag in der Startphase einer Zahnarztpraxis liefern (ich führe meine Praxis seit dem 12.03.2007 in Olten). Auf alle Aspekte detailliert einzugehen, die im Rahmen einer Praxiseröffnung oder -übernahme wichtig sind, würde den Rahmen dieses Berichts sprengen.

Phase 1:

Vorbereitung und Voraussetzungen

Es versteht sich fast von selbst, dass das Sammeln von Berufserfahrung nach dem Staatsexamen sehr wichtig ist. Bei mir waren es fünf Jahre, in denen ich zum Teil sehr unterschiedlich geführte Privatpraxen kennengelernt habe. Ein Jahr habe ich auch als Assistent an den zahnärztlichen Universitätskliniken der Universität Basel gearbeitet. Vor dem Start der eigenen Praxis in Olten habe ich auch längere Praxisstellvertretungen durchgeführt, um mich für die Selbständigkeit zu wappnen. Diese Erfahrungen bringen einen nicht nur in seinen beruflichen und persönlichen Fähigkeiten weiter, sondern liefern auch persönlich wichtige Anhaltspunkte, auf welche Weise (Konzept) und an welchem bevorzugten Standort man seine eigene Selbständigkeit praktizieren will.

Phase 2: Die Idee reift

Nach vier Jahren Berufserfahrung wurde der Wunsch zur Selbständigkeit zunehmend in Betracht gezogen, und ich begann mich damit näher auseinanderzusetzen.

Phase 3:

Planung und Knüpfung von Kontakten

In Vorlesungen während des Studiums werden einem bekanntlich wenige bis keine Grundlagen zur Eröffnung oder Übernahme einer Zahnarztpraxis vermittelt. Es empfiehlt sich deshalb, sich nach dem Staatsexamen im Selbststudium umfassend zu informieren: (Junge) Kollegen, die bereits eine eigene Praxis führen, können einem dabei wertvolle Tipps geben. Im Weiteren geben einem Praxiseröffnungs-Know-how-Kurse und Fortbildungen, wie sie z.B. von der SSO oder anderen Anbietern mit grossem Erfolg durchgeführt werden, wertvolle Hilfestellungen.

Die Konsultation des aktuellen Fortbildungskalenders (<http://www.sso.ch/>, Link ‚Kongress- und Fortbildungskalender‘) bietet konkrete, weitergehende Informationen; zum Beispiel: SSO-Kurs am 27.10.2007 in Aarau:

«Der Weg zur eigenen Praxis»

(Praxiseröffnungskurs),

Anmeldung bei: SSO-Sekretariat,
Frau Monika Lang, Aarau, Postfach 664,
3000 Bern 7,

Tel. 301 311 74 71, Fax 031 311 74 70,
E-Mail: sekretariat@sso.ch.

Oder am 23.8.2007 in Zürich:

«Praxisübernahme – Praxisübergabe»,

Kurs Nr. 290, 17.00–21.00 Uhr,

Referent: lic. iur. B. Etter,

Auskunft/Information: Fortbildung ROSENBERG, 8808 Pfäffikon SZ, Fax: 055 415 30 54.



Plant man gezielt, in einem Zeitrahmen von einem bis drei Jahren eine eigene Praxis zu führen, empfehle ich auf jeden Fall die Zusammenarbeit mit einem Experten, sei es einem spezialisierten Treuhänder oder Juristen (in meinem Fall: Boris Etter von BETTER PRAXIS-MANAGEMENT®).

Sie weisen die notwendige Erfahrung auf, haben z.T. in der ganzen Schweiz erfolgreich das Management von Praxisübernahmen und eröffnungen durchgeführt, sprich: sie wissen im Detail, welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen und gehen strukturiert an die Umsetzung. Um nur einige Aufgaben eines Experten zu nennen: Analyse des Wertes einer Praxis, Finanzplanung (Erstellen eines Businessplans), Kontakte zu Banken, Auftreten als Mediator bei Übernahmeverhandlungen.

Innerhalb eines Jahres kam es für mich durch Berater Etter, durch persönliche Kontakte zu Dentaldepots und durch Inserate in der Schweizer Monatsschrift für Zahnmedizin zu teils sehr kurzen (frühzeitig abgebrochenen) und teils sehr ausgiebigen Verhandlungen mit fünf verschiedenen Zahnärzten (Eigentümern), die einen Verkauf oder eine Nachfolgeregelung ihrer Praxis anstrebten: Von sehr kurzfristig angestrebten Nachfolgeregelungen (Minimum: 1–3 Monate) bis zu längerfristigen (6 Jahre, schrittweise Übernahme) schwebten den (Verkäufer-)Zahnärzten dabei sehr unterschiedliche Übernahmekonzepte vor – sie mussten mit meinen persönlichen Vorstellungen in Einklang gebracht werden.

Für mich war es wichtig, den regionalen und zeitlichen Horizont nicht a priori einzuschränken und mich auch ausserhalb der (Wohn-)Region umzuschauen. In weiterführende Ver-

Anmerkung und Buchempfehlung für das Wartezimmer:

Die Bilder und Texte stammen aus dem Buch Überleben beim Zahnarzt, Autor: Peter Buschkow, © 2006 Lappan Verlag GmbH, ISBN-13: 978-3-8303-3133-9; sie wurden mit freundlicher Genehmigung des Verlages in diesem Bericht reproduziert.

handlungen getreten bin ich mit zwei Zahnärzten: Praxisstandort, Patientenstamm, Anzahl aktive Patienten (regelmässig ins Recall kommend), Personal, Übernahmemodalitäten sind nur einige Faktoren, die es zu beachten gilt. Die «ideale Praxis» blieb für mich in der Realität manchmal Wunschdenken, und ich lernte, in meinen Ansprüchen Kompromisse einzugehen.

Nicht unterschätzen sollte man die Gefahr von Generationenkonflikten (wenn eine schrittweise Praxisübernahme von einem älteren Kollegen geplant ist) oder persönlichen «Chemiekonflikten»: Der scheinbare Vorteil einer besseren Bindung an den Patientenstamm kann durch das Auftreten von Dissonanzen, unterschiedlichen Behandlungskonzepten usw. rasch zunichte gemacht werden: «Drum prüfe genau, wer sich lange bindet!» (Bei einer meiner Verhandlungen zeichnete sich ein solcher Generationenkonflikt ab, worauf die Verhandlungen abgebrochen wurden.)

Phase 4: Umsetzung

Glaubt man, die «ideale» Praxis gefunden zu haben, gilt es strukturiert an die Umsetzung zu gehen. Ich habe erlebt, dass Verkäufer und Käufer sehr unterschiedliche Vorstellungen punkto Verkaufspreis einer Praxis haben können: Hier gilt es mit sachlichen Argumenten seinen Standpunkt klarzumachen, unabhängige Praxisschätzungen wie sie von der SSO oder von Dentaldepots angeboten werden, können dabei als hilfreiche Stütze dienen. Das offene Gespräch bringt einen weiter; mir als «Greenhorn» in Verhandlungen hat es sehr geholfen, Mediatoren wie Angehörige und den Berater/Manager bei Verhandlungen dabeizuhaben. Bei meiner Praxisübernahme in Olten entstand schliesslich ein Kompromiss, man traf sich preislich ungefähr in der Mitte der persönlichen Vorstellungen von Käufer und Verkäufer; eine Lösung mit der letztlich beide Seiten gut leben konnten. Wichtig ist ein detaillierter Übernahmevertrag, in dem lieber zuviel juristisch genau geregelt ist, so ist man vor möglichen bösen (zukünftigen) Überraschungen gefeit.

Die Finanzierung erfordert wohl für die meisten (Jung-)Zahnärzte die Aufnahme eines Kredites bei einer Bank: Hier lohnt es sich, mit mehreren Banken gleichzeitig in Verhandlungen zu treten. Voraussetzung ist ein umfassender und realistischer Businessplan, der den Banken vorgelegt werden muss (Offenlegen von Umsatzzahlen der letzten drei Jahre, genaue Patientenzahlen, geplante Investitionen usw.). Beim Personal muss ebenfalls grosses Finger-

spitzengefühl gezeigt werden: man sollte sich frühzeitig überlegen, wie viel Lohnkosten man bezahlen will oder kann. Jemanden im Team zu haben, der den Patientenstamm, respektive die Eigenheiten der Region kennt, empfiehlt sich auf jeden Fall – zumindest in der Startphase.

Phase 5:

Sprung ins kalte Wasser

Der erste Tag als neuer Praxisbesitzer ist rascher da, als man denkt. So akribisch man im Vorfeld auch geplant hat, wird man mit vielen wichtigen Dingen gleichzeitig konfrontiert: Formularschungel für verschiedenste gesetzliche Bewilligungen, Materialbestellungen, Versicherungsfragen, Banken, Corporate Design – nebenher muss man sich natürlich immer dem Kerngeschäft, dem Behandeln des Patienten, widmen.

Da ich beim Praxispersonal (vorerst?) niemanden speziell für die Administration angestellt habe, muss ich aufpassen, dass dieser wichtige Punkt nicht zu viel Zeit beansprucht. Nach Behandlungsende wende ich meistens im Minimum eine Stunde für die Administration auf. Auch am Wochenende fallen in der Regel ein paar Stunden an, um wichtige Pendenzen

aufzuarbeiten. Glücklicherweise kann ich hierbei auf die Unterstützung von Angehörigen und Freunden zählen, die mir bei der Büroarbeit gelegentlich unter die Arme greifen.

Die Praxis läuft nach einem Monat wirtschaftlich gut: Die Idee, einen ‚Tag der offenen Tür‘ durchzuführen, hat sich ausgezahlt; ich erhielt dadurch Zulauf von neuen Patienten. Nach einem Monat kann ich zwar nicht behaupten, mit meinem «Praxisdampfer» bereits in ruhigeres Fahrwasser gelangt zu sein. Tagtäglich steht man vor neuen Herausforderungen, die es zu meistern gilt, aber ich nehme diese gerne an. Wichtig ist meines Erachtens, dass man sich manchmal bewusst zwingt «abzuschalten», um das Privatleben und die Freizeit nicht zu kurz kommen zu lassen.

Ich kann nach kurzer Zeit ruhigen Gewissens rückblickend sagen, dass meine Entscheidung für eine eigene Praxis absolut richtig war. Es gibt mir viel Befriedigung, mein «eigener Chef» und für mein berufliches Glück selbst verantwortlich zu sein. Die Überzeugung, dass der Patient mit seinen Anliegen für mich im Mittelpunkt steht, hat sich dadurch nicht verändert.

Der emanzipierte Patient

Der Patient von heute stellt endlich Fragen. Vorbei die Zeiten, wo er alles schluckte, was der Arzt ihm verschrieb und erzählt hat, wo ein weißer Kittel Unfehlbarkeit bedeutete. Darunter haben die Ärzte sehr gelitten. Auch der Zahnarzt ist schliesslich nur ein Mensch und wünscht sich vom Patienten Anteilnahme und Interesse an seiner Arbeit, will auch, dass sein Patient ihn besser kennen lernt. Wir empfehlen diesem dafür die folgenden Fragen:

War die Zahnmedizin ihr Traumberuf?

Haben Sie ein abgeschlossenes Studium?

Was kostet eine Füllung?

Was haben sie für eine Körbchengröße?

Haben Sie Referenzen?

Würden Sie sich auch selbst behandeln?

Was machen Sie heute Abend?

Arbeiten Sie mit einem Schamanen zusammen?

Trinken Sie während der Arbeitszeit?

Wann haben Sie das letzte Mal Fortbildung gemacht?

Sagt Ihnen die „Knaus-Oralo-Methode“ etwas?

Arbeiten sie auch schwarz?

Rund um die Praxis

Gute Tipps für die neue Zahnarztpraxis

Die Praxiseröffnung ist einer der wichtigsten Meilensteine in der beruflichen Laufbahn eines Zahnarztes. Er wird dadurch vom Arbeitnehmer zum Unternehmer. Damit verbunden sind eine grössere Verantwortung und ein erhöhtes wirtschaftliches Risiko.

URS LAEDERACH

Jede Unternehmensgründung ist mit finanziellen Risiken verbunden. Die Frage, ob die Übernahme eines bestehenden Unternehmens günstiger ist als die Neugründung, kann nicht allgemeingültig beantwortet werden. Entscheidend bei der Praxiseröffnung ist die richtige Einschätzung des Marktes (gegenwärtiges und zukünftiges Patientenpotential, Mitbewerber usw.). Bei einer Praxisübernahme fällt zunächst der Kaufpreis der bestehenden Praxis an. Bei einer altershalben Übernahme der Praxis trifft man meist renovationsbedürftige Räumlichkeiten und alte Einrichtungen an. Diese können entsprechend günstig erworben

werden. Dafür wird für den bestehenden Patientenstamm ein ‚Goodwill‘ in der Höhe von einem bis drei Monatsumsätzen der zahnärztlichen Leistungen verlangt. Weitere Vorteile bei der Praxisübernahme sind kürzere Planungszeiten, ein bereits eingespieltes Team und eine bewährte Organisation. Bei der Neueröffnung einer Zahnarztpraxis fallen in der Regel die gesamten Investitionskosten gleich zu Beginn der Praxistätigkeit an. Da hier meistens kein Patientenstamm miterworben wird, entfällt eine Zahlung des Goodwills.

Goodwill oder Patientenstamm?

In tendenziell gut versorgten Gebieten und dort, wo der Markt nicht klar abschätzbar ist, sollte einer Praxisübernahme der Vorzug gegeben werden. Ein bereits bestehender Patientenstamm verringert das Risiko einer langen Anlaufzeit. In unterversorgten Gebieten, wo der Bedarf nach einer zusätzlichen Zahnarztpraxis klar gegeben ist, entfällt der Vorteil der Übernahme eines bestehenden Patientenstammes. In solchen Fällen wird für den Goodwill ein tendenziell tieferer Wert eingesetzt. Teillösungen wie die Übernahme nur des Patientenstammes mit Neugründung in einem anderen Gebäude im Ort können insofern vorteilhaft sein, dass in diesen Fällen nur der

Patientenstamm mit dem Goodwill abgegolten werden muss. Mit der Übernahme einer Praxis wird meistens auch das bestehende Personal (zwingend nach Art. 333 OR) und die bestehende Praxisorganisation übernommen. Eine Haftung für Garantiefälle des Vorgängers wird durch den Erwerber mit entsprechenden Klauseln im Kaufvertrag ausgeschlossen. Aus Kulanzgründen werden solche Nachbesserungen häufig durch den Erwerber der Praxis erledigt, aber dem bisherigen Inhaber in Rechnung gestellt. Mit dem Kauf der Praxis geht das gesamte Inventar einer Praxis an den Erwerber über. Damit hier keine Missverständnisse entstehen können, sollten allfällige private Gegenstände, welche nicht zum Inventar gehören, im Kaufvertrag separat aufgelistet werden. Eine Praxisübernahme wird den Patienten meist mit einem gemeinsamen Schreiben von Käufer und Verkäufer kundgetan. Vertraglich geregelt wird auch die Zustimmung des Verkäufers zur Übergabe der Praxistelefonnummer an den Erwerber. Praxisübernahmen verlaufen erfahrungsgemäss harmonischer, wenn der Verkäufer sich per Übergabedatum aus dem Betrieb zurückzieht und allenfalls noch auf Abruf zur Verfügung steht. Übergabeszenarien mit noch jahrelanger Zusammenarbeit sind häufig konfliktbeladen, denn Arbeits- und Führungsstil von zwei Zahnärzten sind selten kompatibel.

Die Kaufabwicklung

Der Kauf einer bestehenden Zahnarztpraxis verläuft in den meisten Fällen nach folgendem

«Der Weg zur eigenen Praxis» – Ein Kurs der SSO für Jungzahnärztinnen und Jungzahnärzte

Das Studium ist vollendet, die ersten Erfahrungen sind gesammelt – bei den meisten Zahnärzten besteht nun der Wunsch, eine eigene Praxis zu eröffnen. Das Studium bietet alle Voraussetzungen, um danach eine gute Zahnmedizin zu betreiben. Doch wird der junge Zahnarzt auch auf die Anforderungen als Unternehmer vorbereitet?

Die Fülle des zahnmedizinischen Lehrstoffes lässt keinen Raum mehr für die Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen. Viele junge, aber auch ältere Zahnärzte sind meist völlig überfordert, wenn es darum geht, die notwendigen Schritte hin zur eigenen Praxis zu bewältigen.

Hier bietet die SSO einen sehr praxisnahen Kurs an: Von der Analyse der eigenen Bedürfnisse bis hin zu der richtigen Suche nach einem geeigneten Objekt und der Praxiseröffnung vermittelt der Kurs alle wichtigen Informationen. Nach einer Einführung durch die beiden Hauptreferenten, die den Werdegang ihrer eigenen Praxis beschreiben, werden verschiedene Stationen unterschiedlicher praxisrelevanter Themenbereiche (Kreditantrag, Versicherungen, Treuhänder, Architekten, Praxismarketing, EDV, Dentaldepot etc.) in kleinen Gruppen durchlaufen, die jedem Teilnehmer die Möglichkeit bieten, direkt und individuell Fragen zu stellen. Eine von den Hauptreferenten erstellte CD bietet zudem den perfekten «roten Faden». Hier werden in einem Phasenplan, der bereits 48 Monate vor der Praxiseröffnung startet, sämtliche wichtigen Schritte inklusive der dazu notwendigen Formulare aufgezeigt. Eine erstklassige Hilfestellung!

Der Kurs findet einmal pro Jahr statt. **Nächster Kurstermin wird der 27. Oktober 2007 in Aarau sein.**

**Infos / Anmeldung: SSO-Sekretariat, Frau Monika Lang, Postfach 664, 3000 Bern 7
Tel. 301 311 74 71, Fax 031 311 74 70, E-Mail: sekretariat@ssso.ch**

Muster: Ein Zahnarzt interessiert sich für eine bestehende Zahnarztpraxis. Zur Beurteilung des Marktwertes dieser Praxis müssen folgende Unterlagen vorliegen:

- Aktuelle Praxisschätzung nach SSO-Normen
- Kopie aktueller Mietvertrag
- Aufstellung mit Angaben zum Personal (Funktion/Gehalt/Umsatzbeitrag)
- Pläne Räumlichkeiten
- Kopie Entwurf Kaufvertrag mit Angabe der gewünschten Kaufsumme
- Evtl. letzte 3–5 Jahresabschlüsse

Der interessierte Zahnarzt prüft diese Informationen gemeinsam mit seinem Treuhänder, der ihm Hinweise auf allfällige heikle Punkte liefern kann, die auf dem Verhandlungsweg geregelt werden müssen. Wenn sich beide Parteien einig sind, stehen noch die Regelung der Finanzierung und des neuen Mietverhältnisses an. Sobald die entsprechenden Verträge abgeschlossen sind, kann auch der Kaufvertrag über die Praxis unterzeichnet werden. Der Übergang von Nutzen und Gefahr stellt den eigentlichen Start des Erwerbers in die zahnärztliche Selbständigkeit dar. Wird die Praxis nicht aus Altersgründen übergeben, muss sichergestellt sein, dass der Übergeber nicht wieder als Zahnarzt im Ort oder in der Region zu arbeiten beginnt. Andernfalls kann die Patientenkartei erheblich an Wert einbüßen. Dies wird durch so genannte «Konkurrenzklauseln» im Vertrag geregelt.

Drum prüfe...

In den meisten Ehen werden bei der Heirat keine besonderen Vorkehrungen für den (zumindest statistisch) nicht unwahrscheinlichen Fall eines Scheiterns der Gemeinschaft getroffen. Anders bei den Praxisgemeinschaften bzw. Gemeinschaftspraxen. Hier wird meist schon vor der «Heirat» um den hoffentlich nicht eintretenden Fall der «Scheidung» gerungen. Bei der Gründung einer zahnärztlichen Gemeinschaft ist es deshalb von Vorteil, sobald wie möglich mit der Erarbeitung der Eckpfeiler eines Partnerschaftsvertrages zu beginnen. Dabei muss für die Austritts-/Auflösungsklauseln von vornherein am meisten Zeit budgetiert werden, denn hier liegen die Knacknüsse: Wer muss die Praxis verlassen? Welche Entschädigung erhält wer? Wenn man sich in diesen Fragen einigen kann, sind bereits einige wichtige Grundlagen für die Gemeinschaft gelegt. Weitere beachtenswerte Punkte sind: Jeder Partner sollte wenn möglich ein eigenes Büro haben, die Verteilung der Betriebskosten sollte nur in begründeten

Ausnahmefällen nach Umsatz erfolgen, und zudem sollte darauf geachtet werden, dass keiner der Partner dem anderen Personal zur Verfügung stellt (die Vermietung von Personal ist eine mehrwertsteuerpflichtige Dienstleistung). Praxisgemeinschaften im Rahmen von Nachfolgeregelungen sollten auf eine kurze Zeit reduziert werden (wenn möglich nicht länger als drei Jahre), und der Übergeber sollte sich von vornherein verpflichten, auf diesen Zeitpunkt aus der Praxis auszutreten.

Rund um die Praxisfinanzierung

Den Finanzen kommt bei der Praxiseröffnung eine besondere Bedeutung zu. Ohne Finanzierungszusage eines Kreditgebers können keine Verträge unterschrieben und somit auch keine Bestellungen, Aufträge usw. erteilt werden. Bevor die Bank eine verbindliche Finanzierungszusage macht, sind verschiedene Unterlagen beizubringen. Die Bank beurteilt das Projekt anhand der Kreditfähigkeit (realistische Budgets, vorhandene und benötigte Mittel, Rückzahlbarkeit des Kredits innert nützlicher Frist, Marktüberlegungen) und der Kreditwürdigkeit (persönliche Eigenschaften) des Kreditnehmers. Bei der Startup-Finanzierung einer Zahnarztpraxis trägt die Bank zumeist einen grossen Anteil am Risiko, da in der Regel nur geringe Eigenmittel vorhanden sind. Es gibt nur wenige Branchen, in denen die Banken bereit sind, den Aufbau eines Unternehmens praktisch vollständig zu finanzieren. Dass die Zahnärzte dazu zählen, hat mit den vergleichsweise geringen Kreditausfällen in dieser Branche zu tun. Es herrschen aber erhebliche Unterschiede in der Handhabung der Finanzierung einer Zahnarztpraxis unter den einzelnen Banken und teilweise auch innerhalb der Filialen derselben Bank. Vieles hängt von der Branchenerfahrung des jeweiligen Sachbearbeiters ab. Die Bank finanziert dann, wenn ihr das Projekt realistisch erscheint und der Kreditnehmer und die Zusammenarbeit mit ihm einen positiven Eindruck hinterlassen.

Kernstück Businessplan

Die professionelle Erarbeitung der von der Bank benötigten Unterlagen erleichtert eine rasche Bearbeitung und Entscheidungsfindung bei der Bank und stärkt das Vertrauen des Kreditgebers. Neben realistischen Investitions- und Betriebsbudgets ist ein Businessplan ein taugliches Mittel, um alle von der Bank benötigten Informationen strukturiert darzustellen. Im Textteil des Businessplans beschreibt der Zahnarzt auf drei bis fünf Textseiten sein

Projekt und gibt Auskunft über dessen wichtigste Aspekte. Im Zahlenteil (Investitions- und Betriebsbudgets) werden die finanziellen Auswirkungen des Projekts dargelegt. Der Zahlenteil muss realistisch und konsistent mit den übrigen Aussagen im Businessplan sein. Er wird meist durch den Treuhänder erstellt. Dabei bringt der Treuhänder neben seinen Erfahrungen auch seinen Ruf und sein Beziehungsnetz in eine Startup-Beratung ein. Der verantwortlich handelnde und langfristig orientierte Treuhänder wird deshalb ein Projekt und die Annahmen, worauf es basiert, kritisch hinterfragen und offene Fragen mit dem Zahnarzt klären, bevor er ein Budget erstellt bzw. ein Bankgespräch stattfindet. Eine kritische Würdigung ist im Interesse aller Beteiligten, besonders natürlich im Interesse des Zahnarztes. Häufig werden zwei bis drei Bankinstitute zur Offertstellung eingeladen. Den zuständigen Sachbearbeitern der angefragten Banken wird vorgängig der Businessplan mit Beilagen zugestellt. Danach folgen die Gespräche, in welchen die Banksachbearbeiter noch offene Fragen klären und sich ein Bild über die Person des Kreditnehmers machen. Anschliessend erstellen die Banken ihre Offerten – oder erteilen eine Absage.

Kreditfinanzierung nach Wahl

Der Zahnarzt entscheidet sich bei der Wahl seiner Bank bzw. des Kreditbearbeiters aufgrund des persönlich gewonnenen Eindrucks und der ihm gewährten Konditionen für den Investitions- und/oder Betriebskredit. Als Vergleichsgrössen dienen:

- Zinsen
- Rückzahlungsmodalitäten
- Notwendige Eigenmittel
- Notwendige Sicherheiten

Mit dem Investitionskredit werden die langfristig nutzbaren Gegenstände (Geräte, Einrichtungen, EDV) finanziert. Dieser Kredit muss in der Regel innert sieben bis zehn Jahren abbezahlt werden. Häufig muss die erste Amortisationsrate erst im zweiten Jahr geleistet werden, wodurch die Liquidität etwas verbessert werden kann. Der Betriebskredit dient der Finanzierung der laufenden Praxiskosten (Löhne, Material, Fremdlabor, Miete usw.) und der Abdeckung kurzfristiger Finanzierungsbedürfnisse. Er stellt den Liquiditätsbedarf der Zahnarztpraxis jederzeit sicher – z.B. wenn kurzfristig Zahlungen geleistet werden müssen und Einnahmen erst später zu erwarten sind – und wird auf den prognostizierten Umsatz abgestimmt. Diese Kreditlimite des Betriebskredits

bleibt langfristig bestehen. Als Sicherheiten für die Kreditgewährung verlangt die Bank üblicherweise eine Todesfallrisiko-Police, die ihr verpfändet wird. Dabei muss die Versicherungssumme mindestens den gesamten Finanzierungsbetrag abdecken. Teilweise werden noch minimal zu versichernde Rentenleistungen als zusätzliche Sicherheit verlangt. Die Konditionen der Bank können durch das Beibringen von Zusatzsicherheiten (z.B. Schuldbriefe auf der Eltern-Liegenschaft, Bürgschaft der Eltern usw.) verbessert werden. Die Finanzierung eines allfälligen Kaufs der Praxisräumlichkeiten erfolgt demgegenüber durch die Aufnahme einer Hypothek.

Leasing – die Alternative zum Investitionskredit

Eine Alternative zum Investitionskredit stellt das Leasing dar. Dabei «mietet» der Zahnarzt die Einrichtungen von einer Leasinggesellschaft und bezahlt monatlich einen fixen Betrag. Nach Ablauf der Mietdauer – und teilweise nach Bezahlung einer relativ geringen Restsumme – gehen die geleasten Geräte in seinen Besitz über. Für die Finanzierung der Ersteinrichtung wird relativ selten das Leasing gewählt, denn einerseits ist es eine relativ unflexible Lösung (fixe Laufzeit, fixe Kosten) und andererseits kommt das Leasing in der Regel teurer als die Finanzierung via Bankdarlehen. Das liegt natürlich daran, dass die Leasingfirma ihre Kosten mitsamt einem Gewinnbeitrag zuzüglich Mehrwertsteuer weiterbelastet. Für die Finanzierung von Nachfolgeeinrichtungen kommt das Leasing hingegen eher zur Anwendung.

Aspekte der Finanzplanung

In der Finanzplanung werden die Aspekte Steuern, Vorsorge, Finanzbedarf und Mittelherkunft berücksichtigt und aufeinander abgestimmt. Das Betriebsbudget der Zahnarztpraxis gibt Auskunft über die voraussichtlichen Einnahmen und Ausgaben der Praxis während eines Geschäftsjahres. Häufig werden auch die ersten drei Jahre prognostiziert. Die Kostenseite einer Zahnarztpraxis besteht zu rund 80 Prozent aus fixen Kosten. Fixe Kosten sind Kosten, die unabhängig vom Umsatz anfallen (zum Beispiel Gehälter des Praxispersonals, Miete, Versicherungen, Kreditzinsen). Damit wird auch klar, wie wichtig die richtige Markteinschätzung bei der Praxiseröffnung ist. Nur wenn ein genügender Umsatz erzielt wird, können alle Geschäftskosten und das notwendige Eigensalär erwirtschaftet werden. Aus der Berechnung aller anfallenden Kosten kann auf

den für die Deckung aller Kosten notwendigen Umsatz geschlossen werden. Diese Zahl wiederum gibt Auskunft, wie realistisch das Projekt ist. Im Betriebsbudget müssen ebenfalls die Abschreibungen – der Wertverlust der Praxis durch die fortlaufende Nutzung – berücksichtigt werden. Diese Kosten können der laufenden Praxisrechnung gewinnschmälernd belastet werden. Die Bank verlangt eine Amortisation ihrer Investitionsdarlehen über eine Dauer von sieben bis zehn Jahren. Damit trägt sie dem Umstand des Wertverlustes der Praxis Rechnung.

Gut vorsorgen!

Zahnärzte eröffnen ihre eigene Praxis häufig Mitte dreissig. Damit einher geht auch meist die Gründung einer Familie, begleitet vom berechtigten Wunsch nach Wohneigentum. Diesem Umstand muss mit einer massgeschneiderten Vorsorgelösung Rechnung getragen werden, wobei die Risiken Invalidität und Tod vordringlich abzudecken sind. Aber auch das notwendige Sparen, nicht zuletzt im Hinblick auf den Erwerb von Wohneigentum, darf nicht zu kurz kommen. Denn bei der Finanzierung von Wohneigentum verlangen die Banken regelmässig Eigenmittel in der Höhe von 20 Prozent der Kaufsumme. Selbständigerwerbende werden häufig erst mit grosser Verzögerung – die mehrere Jahre betragen kann! – bei den Steuern und bei der AHV eingeschätzt. Durch die verzögerte Veranlagung bei Steuern und AHV können sich hohe Forderungen äufnen, die dann nicht selten im finanziell ungünstigsten Moment (z.B. eben beim Erwerb von Wohneigentum) fällig werden. Diese zu erwartenden Forderungen sollten jährlich durch den Treuhänder berechnet und vom Zahnarzt durch Bildung entsprechender Rücklagen gesichert werden.

Checkliste für den Businessplan

Unternehmen

- Wann wird die Praxis eröffnet / seit wann besteht die Praxis?
- Kennzahlen Umsatz bisher?
- Bisherige Schwerpunkte / Praxisphilosophie?

Produkte / Dienstleistungen

- Haupt- und Neben-Dienstleistungen?
- Evtl. Spezialisierungen?
- Mit/ohne DH-/PA-Dienstleistungen?

Markt / Konkurrenz

- Wie viele Einwohner?
- Wie viele potentielle Patienten?
- Wie viele aktuelle Patienten in der Praxis?
- Zukünftige Entwicklungen potentielle Patienten?
- Welche Mitbewerber, mit Bezeichnung von Spezialisten?
- Zukünftige Entwicklungen Mitbewerber?

Marketing / Umsetzung am Markt

- Woher kommen neue Patienten?
- Wo hebt man sich von der Konkurrenz ab?
- Welche Marketing-Massnahmen sind vorgesehen?

Standort / Leistungserstellung / Administration

- Welches sind die Standortvorteile?
- Wie wird die Administration geführt?
- Mit wem arbeiten Sie zusammen?
- Wieviel Fortbildung betreiben Sie?

Personal / Organisation

- Welches Personal hat es?
- Sind Änderungen geplant?

Risikoanalyse

- Welche externen Risiken bestehen?
- Welche internen Risiken bestehen?
- Welche Massnahmen sind dagegen geplant?

Finanzen / Budget

- Wie setzen sich die Investitionen zusammen?
- Wie sollen die Investitionen finanziert werden?
- Betriebs- und Investitionsbudget?
- Muss eine Mietkaution hinterlegt werden?

Anhang zum Businessplan

- Investitions-Budget mit Offerten
- Betriebsbudget über 3 Jahre
- Bisheriger Mietvertrag oder Entwurf neuer Mietvertrag
- Evtl. Entwurf Kaufvertrag
- Standortübersicht
- Plan Räumlichkeiten
- Curriculum Vitae
- Diplombestätigungen
- Kopie letzte Steuererklärung
- Praxisbewilligung
- Evtl. externe Marktanalyse
- Aufstellung über Eigenmittel/Sicherheiten
- Leumundszeugnis, Betreuungsauskunft

Publireportage

Jung bleiben beginnt, wenn man jung ist

Wer jung ist und mit unternehmerischer Tatkraft seine eigene Zahnarztpraxis aufbaut, denkt kaum ans Altern. Doch der Alterungsprozess beginnt bereits zwischen 25 und 30 Jahren. Man sei nie zu jung, um mit dem Jungbleiben anzufangen, meint die Vitalitätsexpertin Christine Thanner. An den von der Zahnärztekasse AG organisierten Erlebnisreferaten zeigt sie auch gleich, wie's geht.

THOMAS KAST

Jungzahnärztinnen und Jungzahnärzte, die mit der eigenen Zahnarztpraxis den Schritt in die Selbständigkeit gemacht haben, stehen unter enormem Leistungsdruck und nicht selten unter Stress. Das zehrt an den Kräften und führt früher oder später auch bei jungen Menschen dazu, dass sie sich älter fühlen als sie sind. Tatsächlich erreicht der Mensch die maximale Leistungsfähigkeit im Alter zwischen 25 und 30 Jahren. Dann nehmen die Kräfte und die Vitalität langsam aber sicher ab. «Das muss nicht sein», widerspricht die Vitalitätsexpertin Christine Thanner, «jung bleiben ist keine Utopie, und je früher man damit beginnt, desto besser.»

Sport und gesunde Ernährung bringen es nur bedingt

Im Rahmen der Vortragsreihe der Zahnärztekasse AG «Vitalität für Geist und Körper – Die 8 Jungbrunnen©» macht Christine Thanner deutlich, worauf es ankommt, wenn man jung und vital bleiben will. «Die meisten Menschen denken heute an zwei Dinge, wenn es um die Gesundheit geht», erklärt die studierte Sportwissenschaftlerin, «an Sport und Ernährung». Und dann überrascht sie mit der provokativen Aussage, dass es keinen Sport brauche, um gesund zu bleiben. Man solle nur Sport treiben, wenn man Freude daran habe. Und eine gesunde Ernährung sei nur eines von mehreren Elementen einer gesunden, Vitalität erhaltenden Lebensweise. Welches sind die anderen?

8 Aktionsfelder – 8 Jungbrunnen für Körper, Geist und Seele

Christine Thanners Ansatz unterscheidet sich von den unzähligen Fitness-Theorien, Diätikuren und Gesundheitsprogrammen durch Ganzheitlichkeit und die Vernetzung verschiedener vitalitätsfördernder Faktoren. In ihren 8 Jungbrunnen spielen verschiedene Elemente zusammen, die in ihrer Gesamtheit die Gesunderhaltung und die Vitalität von Körper, Geist und Seele unterstützen. Ihre Empfehlungen, Übungen und Tipps nehmen sich auf den ersten Blick unorthodox aus, sind aber – im Gegensatz zu manchen Fitnesskuren und abgehobenen Heilslehren – überaus wirksam.

Was Christine Thanner auf erfrischende und unterhaltsame Weise lehrt, lässt sich ganz direkt und ohne viel Zeitaufwand in den Alltag integrieren. In ihren Erlebnisreferaten zeigt sie beispielsweise auf,

wie sich bei chronischer Müdigkeit und Unlust die Östrogen- und Testosteronwerte auf natürliche Weise steigern lassen, wie sich das Denken sowohl im negativen wie auch im positiven Sinn auf den Alterungsprozess auswirkt oder wie Klänge und Musik die Vitalisierung fördern. Sie vermittelt praxisbezogene Tipps wie man richtig atmet, wie man die Muskulatur stärkt oder wie man durch die Zufuhr von Magnesium chronische Kopfschmerzen zum Verschwinden bringen und Stress wirksam abbauen kann. Sie verrät aber auch, was es braucht, um die gefährlichen freien Radikale wirksam zu vertreiben, und sie weicht die Teilnehmenden in das Geheimnis des Glücksfaktors ein. Damit ist jener sich bei aktiver Tätigkeit einstellende, ausbalancierte und hoch konzentrierte Zustand zwischen Über- und Unterforderung gemeint, in dem der Mensch nachgewiesenermassen ein intensives Glücksgefühl empfindet.

Erfrischender Praxisbezug statt grauer Theorie

Christine Thanner hat neben ihrem Sportstudium ein Geographiestudium absolviert und bildet sich im Bereich der körperlichen und geistig-seelischen Fitness permanent weiter. Sie bezieht ihr Wissen und ihre Erkenntnisse unter anderem aus wissenschaftlichen Studien renommierter Ärzte und Forscher. Insbesondere widmet sie sich auch dem Studium der Quantenphysik beziehungsweise deren Erkenntnisse für unsere Gesundheit. Ausserdem befasst sie sich intensiv mit Denkprozessen und der natürlichen Förderung des menschlichen Hormonsystems, welche die «Lebendigkeit» des Menschen ganz wesentlich beeinflussen. «Mich interessiert, was Menschen jung und vital hält», so die Vitalitätsexpertin, «ich setze die Erkenntnisse aus Forschung und Wissenschaft in praktikable und für jedermann nachvollziehbare Verhaltensweisen und Übungen um.» Zu ihrem Programm zählen auch jederzeit und überall durchführbare Atem- und Entspannungsübungen und innovative, spielerische «Minuten-Trainings». Diese kommen gerade bei Jungunternehmern sehr gut an, die oft unter chronischem Zeitmangel leiden und deshalb die körperliche Fitness vernachlässigen.

Für die Eventreihe der Zahnärztekasse AG hat Christine Thanner ihr Erlebnisreferat «Vitalität für Geist und Körper – Die 8 Jungbrunnen©» speziell auf die Bedürfnisse von Zahnärztinnen und Zahnärzten ausgerichtet. Das erste Referat im Allegro Kursaal in Bern fand vor vollem Haus statt und löste bei den Teilnehmenden begeisterte Zustimmung aus. Für die weiteren Veranstaltungen empfiehlt sich eine rasche Anmeldung.

Eventkalender «Vitalität für Geist und Körper – Die 8 Jungbrunnen©»
Gastreferentin: Christine Thanner, Vitalitätsexpertin

21. Juni 2007	Basel, Hotel Victoria am Bahnhof
28. Juni 2007	Zürich, Swisshotel Zürich
5. Juli 2007	Luzern, Hotel Palace
23. August 2007	St. Gallen, Radisson SAS Hotel

13 septembre 2007	Neuchâtel, Hôtel Beau-Rivage
20 septembre 2007	Lausanne, Beau-Rivage Palace
27 septembre 2007	Genève-aéroport, Hôtel Mövenpick

Für mehr Informationen: www.zakag.ch

Besuchen Sie die IDS 2009: vom 24.–28.3.2009 wiederum in Köln



DENTARENA INTERN

Zur Verstärkung des DENTARENA-Teams suchen wir motivierte junge Zahnärztinnen und Zahnärzte, die ihre Ideen im Redaktionsteam einbringen wollen.

Kontakt: info@sso.ch

Bonus für den Start mit der eigenen Zahnarztpraxis

Die Zahnärztekasse AG hält Zahnarztpraxen in der Schweiz im Bereich Administration und Finanzen den Rücken frei. Mit massgeschneiderten Finanz-Dienstleistungen für ein straffes Kreditmanagement sorgt sie dafür, dass die Honorareinnahmen von Anfang an fristgerecht fließen und keine Liquiditätsengpässe entstehen können.

Im Sinne einer Starthilfe bietet die Zahnärztekasse AG Zahnärztinnen und Zahnärzten, die eine eigene Praxis eröffnen, die Möglichkeit, das Finanzservice-Modul «Basic» im ersten Jahr der Selbständigkeit kostenlos zu nutzen. Dazu gehören Fakturierung, Adressnachforschung und Mahnwesen sowie Teilzahlungsvereinbarungen mit Patienten.

Infos: <http://www.zakag.ch>

**DENKEN SIE AN IHRE WENIGER
GLÜCKLICHEN KOLLEGINNEN UND
KOLLEGEN!**

Hilfsfonds für SSO-Mitglieder und ihre
Angehörigen: PC 30-626591-3

Impressum

Herausgeberin:

Schweizerische Zahnärzte-Gesellschaft
SSO

Redaktion:

Frauke Berres, Philipp Häring, Urs
Laederach, Sinisa Ostojic, Anja Zembic

Redaktionsadresse:

Presse- und Informationsdienst SSO,
Postfach, 3000 Bern 8
info@sso.ch / www.sso.ch

Druck:

Stämpfli Publikationen AG, Bern

Auflage: 1200

Erscheint 3-mal jährlich

Die in DENTARENA geäußerten Meinungen entsprechen nicht notwendigerweise denjenigen der Redaktion oder der SSO.