

In puncto Abrechnung:
Parodontalstatus, wie oft – mit oder ohne Formblatt?

14

Neurologische Führung:
Von Menschen und Amöben – fünf Kriterien für gutes Klima

19

**DGOI
Pos. 6**

Von Periimplantitis, Oberfläche und Aufträgen

Orale Implantologie 3/18

„Periimplantitis vermeiden“ – in der beiliegenden Ausgabe 3/18 der „dzw Orale Implantologie“ lesen Sie Teil 2 unserer Übersicht zu diesem Thema. Im Fokus diesmal: die Hardware. Welchen Einfluss haben Implantat, Abutment, Prothetikdesign und Protokoll auf die Entstehung einer Periimplantitis? – Zu dieser Frage liefert unser Autor Dr. Jan H. Koch Hintergründe, Stichworte und Literatur.

Auch auf der EuroPerio 9 in Amsterdam waren periimplantäre Entzündungen als Gegenstück zu parodontalen ein großes Thema. In der anlässlich des Events publizierten neuen Parodontitis-Klassifikation ist die Periimplantitis erstmals berücksichtigt. In der OI lesen Sie, welche Schlussfolgerungen das Autorenteam um DGI-Präsident Prof. Dr.

Dr. Frank Schwarz zieht, das die der Klassifikation zugrundeliegende Publikation erarbeitet hat.

Mit dem Mikrodesign von Implantaten beschäftigt sich Prof. Dr. Meike Stiesch von der MHH Hannover. Im DZW-Interview erläutert sie ihr Projekt am Niedersächsischen Zentrum für Biomedizintechnik, Implantatforschung und Entwicklung (NIFE), bei dem es um die Entwicklung und Testung antibakterieller Oberflächenfunktionalisierungen geht. Das Ziel: die Bildung von Biofilm langfristig verhindern.

Weitere Themen: die Auftragsverarbeitung in der Praxis im Zuge der DSGVO, die „weiße“ Implantologie und und und ...



Die Dentalwelt ist ordentlich in Bewegung. Aufzuhalten ist der Wandel nicht mehr, aber er kann noch immer gestaltet werden.

„Der stärkste Wandel, den ich bisher erlebt habe“

MVZ: Interview mit Opti-Geschäftsführer Christian Henrici zum Zahnarztpraxismarkt ab 2018 – Investoren im Fokus

Die Aktivitäten in- und ausländischer Investoren sind im Dentalmarkt momentan allgegenwärtig. Im Interview spricht Christian Henrici, geschäftsführender Gesellschafter der Opti Zahnarztberatung GmbH und seit Jahren Berater für Zahnärzte in Deutschland, über die Strategien unterschiedlicher Investoren-Typen und die Reaktionen von Praxen, die bereits mit Investoren in Kontakt standen, an diese verkauft oder sich dagegen entschieden haben.

Statements zu Investoren und deren Einfluss auf die Zahnärzteschaft finden sich derzeit in vielen Medien. Wie schätzen Sie die aktuelle Entwicklung ein?

Christian Henrici: Das ist der stärkste Wandel, den ich bisher erlebt habe. Dies liegt aber nicht primär an den Investoren, es ist ein Resultat sich ändernder Gegebenheiten. Neben der Feminisierung der Zahnmedizin und der sinkenden Bereitschaft zur Neugründung oder Übernahme einer Praxis führt auch das starke Stadt-Land-Gefälle dazu, dass immer weniger Praxen geeignete Nachfolger finden und geschlossen werden müssen. Die junge Generation wünscht sich finanzielle Sicherheit in Kombination mit geregelten Arbeitszeiten – Faktoren, die gerade in der Anfangsphase einer eigenen Praxis nicht gegeben sind. Daher wählen immer mehr den vermeintlich sichereren Weg in das Angestelltenverhältnis. Genau hier setzen die Investoren mit ihren geplanten Konzepten an.

Viele Praxen erhalten Post von Investoren mit der Ankündigung einer telefonischen Kontaktaufnahme. Wie sollten diese Praxen darauf reagieren?

Henrici: Dieses Vorgehen ermöglicht Investoren eine weitreichende Marktpräsenz, spricht aber in den seltensten Fällen für eine intensive Auseinandersetzung mit der einzelnen Praxis. Nicht selten werden die angekündigten Anrufe von Callcentern durchgeführt, um in kürzester Zeit ein

lem Summit Partners (Zahneins) und Investcorp (Acura Zahnärzte) als relevant an. Allerdings sind von den genannten Investoren nicht nur Zahnarztpraxen im Fokus, sondern auch generell Unternehmen im Dentalmarkt. So wird derzeit etwa auf ein großes Depot geboten.

Wen halten Sie für seriös?

Henrici: Dazu möchte ich mich nicht äußern. Ich habe bereits alle Facetten erlebt. Von seriös und fachlich versiert bis schlecht informiert, naiv und falsch war alles dabei. Zumeist lässt sich nach einem ersten Gespräch nicht feststellen, wie nachhaltig vorgegangen und zusammengearbeitet wird, wohl aber, welche Kenntnisse vorhanden sind und welche Absichten der Investor verfolgt.

Woran kann ein Zahnarzt eventuell erkennen, wie gut informiert ein Investor ist?

Henrici: Der Praxisinhaber sollte sich im Vorfeld eines Gesprächs die Dinge aufzeigen lassen, die seine Praxis für den Investor interessant machen. Dabei sollten die aufgezeigten Punkte über Allgemeines hinausgehen: Wie passt zum Beispiel die umworbene



Foto: Opti

„Die junge Generation wünscht sich finanzielle Sicherheit in Kombination mit geregelten Arbeitszeiten.“

Christian Henrici, geschäftsführender Gesellschafter der Opti Zahnarztberatung GmbH

generelles Interesse der einzelnen Praxis zu erfragen. Wird dieses signalisiert, übernehmen professionelle Einkäufer die Folgegespräche. Erst dann wird klar, ob die Praxis wirklich von Interesse für den Investor ist.

Welche Investoren sind zurzeit aktiv in der Akquise? Welche sind relevant?

Henrici: Neben den oftmals in der Presse erwähnten EQT (DentConnect) und Altor (Konfidents) aus Schweden und der Jacobs Holding (Colosseum Dental) sehe ich vor al-

DZW Online

Pflege-Untergrenzen: Bundesgesundheitsminister Jens Spahn sieht „Versagen der Selbstverwaltung“ bit.ly/2NruzO



ParoUp: „Perfekte Parodontal-Therapie als Rüstzeug jeder Praxis“ – Jetzt mit DZW buchen und 100-Euro sparen! www.dzw-ifg.de

Und es bewegt sich doch

Telematikinfrastruktur: Preissenkung beim TI-Paket der Deutschen Telekom

to:dent:ta
Pos. 16

Die Telekom ist derzeit mit seinem zugelassenen Telematikinfrastruktur-Paket „Medical Access Port-Bundle“ noch in der Markteinführungsphase.

Der Markteintritt wird wohl im dritten Quartal erfolgen. Jetzt hat die Telekom ihr Paket überraschend im Preis gesenkt. Lag das Angebot bislang bei 3.207,20 Euro und damit über der Erstausrüstungspauschale von 3.054 Euro im dritten Quartal, ist der neue Preis schon ganz auf die Erstausrüstungspauschale von Quartal 4 ausgelegt:

Der Preis auf der Telekom-Seite liegt nun bei 2.881,99 Euro und damit genau einen Cent unter der Pauschale. Punktlandung. Das Angebot beinhaltet den Konnektor, ein stationäre Kartenterminal, die Einrichtung des VPN-Zugangsdienstes, die Installation und eine Geräteeinweisung. Hinzu kommt noch eine Gebühr für Betrieb- und Serviceleistungen.

Der einzige Mitbewerber auf dem aktuellen Telematikinfrastruktur-Markt ist die Compu Group Medical (CGM), die ihre Prei-

se ebenfalls nahe an der Erstausrüstungspauschale kalkuliert. Ihr Sommerangebot liegt im dritten Quartal bei 3.052,35 – also immerhin 1,65 Euro unter der Pauschale. Das Angebot gilt für alle Bestellungen in Quartal 3, auch wenn die Installation erst im vierten Quartal erfolgt. Die Differenz zur geringeren Erstattung übernimmt dann die CGM.

In Branchenkreisen ist zu hören, dass die CGM beizeiten ein neues Angebot für Quartal 4 vorlegen wird. Vermutlich wird es knapp unter 2.882 Euro liegen. Denn große „Marktentwicklungen“ wird es so bald nicht geben. Zwei Anbieter sind eben kein Markt.

2.882

Euro beträgt die Erstausrüstungspauschale für die Anbindung an die Telematikinfrastruktur im vierten Quartal.

Dr. Helge David

Fortsetzung von Seite 1

Praxis in das eigene Konzept, wie kann der Praxisabgeber konkret eingebunden werden etc.

Bleiben wir beim Thema „Absichten“. Agieren alle Investoren gleich?

Henrici: Um sich mit den Gedankenspielen und Absichten der Investoren auseinandersetzen zu können, muss man zunächst verstehen, woher das Geld der Investoren stammt und wie lange es zur Verfügung steht. Die meisten Investorenaktivitäten basieren auf zeitlich limitierten Fonds. Ist dies der Fall, hat der Investor in der Regel fünf bis maximal sieben Jahre Zeit, dieses Geld mit einer optimalen Rendite anzulegen. Dies bedeutet gleichzeitig aber auch, dass die Praxis am Ende dieses Zeitraums mit Gewinn verkauft werden muss.

Zur Person

Christian Henrici ist seit 15 Jahren im Dentalmarkt zu Hause und seit 2006 als geschäftsführender Gesellschafter der OPTI Zahnarztberatung GmbH (Karby) tätig. Zuvor war er bei Dampsoft für den Bereich Markt und Kooperation und bei der Auslandshandelskammer Atlanta als Projektmanager tätig. Der studierte Betriebswirt ist Verfasser des Curriculums für die Ausbildung zum „Betriebswirt der Zahnmedizin“ der Westerburger Gesellschaft. Bei OPTI hat er die Schwerpunkte Personal, Praxisprozesse und Existenzgründung mit insgesamt 2.100 Mandanten aufgebaut – so besuchen jedes Jahr mehr als 60 Existenzgründer die „OPTI SummerSchool“ in Schleswig-Holstein an der Ostseeküste. OPTI ist damit nicht nur der größte zahnärztliche Unternehmensberater, sondern begleitet als Berater auch die meisten Existenzgründungen für Zahnärzte.

Der Zeithorizont ist somit klar. Anders ist das beispielsweise bei den „Family Offices“, bei denen es sich um Investoren ohne unmittelbaren zeitlichen Druck handelt. Das Grundkapital wird hier von den Investoren selbst zur Verfügung gestellt, interessante Projekte werden darüber hinaus wohlhabenden Anlegern als vielversprechende Möglichkeit präsentiert. Der Vorteil fondsungebundener Investoren liegt auf der Hand: Es gibt keinen definierten Ausstiegszeitpunkt (Exit), wodurch ein nachhaltigeres Arbeiten und Wachstum ermöglicht wird.

Das bedeutet, Family Offices stehen eher für ein nachhaltiges Konzept. Wie kann das aussehen?

Henrici: Am Ende könnte ein Praxisverbund – nicht unähnlich einer Klinikette wie Helios – stehen, deren Eigentümer eine Familie oder ein Familienverbund ist. Grundsätzlich erachte ich dies als Ausnahme. Meines Erachtens steht am Ende des Aufbaus der Verkauf an Eigentümer, die zwar einen Bezug zum Gesundheitswesen haben, denen aber der Mut zum Aufbau eines solchen Praxisverbunds fehlt. Hier nehmen Investoren also eine außerordentlich wichtige Rolle ein. Investoren bauen auf – weil sie aufbauen können –, um später beispielsweise an ein Zahnärztl-Vorsorgungswerk zu veräußern, das hiermit seine Einlagen mit guter Rendite anlegt.

Welche unterschiedlichen Konzepte verfolgen Investoren?

Henrici: Bei den Konzepten selbst ist zunächst die Kaufstrategie zu differenzieren. In den häufigsten Fällen steht die „Buy-&Build“-Strategie im Fokus. Das bedeutet in der Regel, dass Praxen vollständig aufgekauft und optimiert werden. Besonders erfolgreiche Praxen und ihre Abläufe werden dann an anderen Standorten geklont. Ähnlich verhält es sich beim Erwerb zen-

tral gelegener (Spezialisten-)Praxen, um die herum ein Netzwerk ländlich gelegener Praxen aufgebaut und so eine Überweiserstruktur gestaltet wird. Eine weitere Möglichkeit ist die Eröffnung (Neugründung) neuer Standorte mit Zahnärzten der Region. Hierbei werden mit den Zahnärzten idealerweise auch deren Patienten übernommen und Potenziale gebündelt.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, welche Praxen priorisiert kontaktiert werden. Hierbei wird zwischen Generalisten und Spezialisten unterschieden, deren Auftreten im Normalfall im unmittelbaren Zusammenhang mit der geografischen Lage steht. Ziel der Investoren ist es dann, per Optimierung der Praxisstrukturen, Behandlungsabläufe etc. das wirtschaftliche Ergebnis der gekauften Praxen zu verbessern.

Welche Tipps können Sie Praxen, die sich derzeit mit einem Praxisverkauf an Investoren beschäftigen, mit auf den Weg geben?

Henrici: Wer über einen Verkauf nachdenkt, sollte sich vor Beginn der Gespräche mit einem Investor im Klaren sein, wie er sich die eigene berufliche Zukunft und die Zukunft der Praxis vorstellt. Und auch, zu welchem Preis er bereit wäre, die Praxis zu veräußern. Es ist nicht verkehrt und sogar förderlich, sich mit den Investoren auseinanderzusetzen. Informative Gespräche haben noch nie geschadet und werden es auch in Zukunft nicht tun. Sollte der Praxisinhaber nach dem ersten Treffen mit einem Investor kein gutes Gefühl haben, sollten die Gespräche sofort beendet werden. Es wird nicht besser!

Grundsätzlich empfehle ich immer, zunächst die Möglichkeiten der Übergabe an einen jungen Existenzgründer zu prüfen – wenn dies in den gegebenen Strukturen möglich ist.

In den meisten Fällen ist es so, dass die Investoren die Praxis übernehmen, den bisherigen Pra-

xisinhaber aber als leitenden Zahnarzt in der Praxis einstellen.

Dann aber nur für die fünf bis maximal sieben Jahre?

Henrici: Mindestzeiten sind sicher die besagten fünf Jahre. Einen Grund, die Weiterbeschäftigung des bisherigen Inhabers zeitlich einzugrenzen, sehe ich hingegen nicht. Auch dafür müssen klare Regelungen definiert werden, denn die Rolle des Zahnarztes kann sich deutlich verändern – Gedankenspiele, die vor der Aufnahme der Gespräche vollzogen werden sollten.

Was meinen Sie mit „wenn dies in den gegebenen Strukturen möglich ist“?

Henrici: Hat eine Praxis eine gewisse Größe und Umsatzstärke erreicht, liegt auch der mögliche Kaufpreis auf entsprechend hohem Niveau. Praxen mit einem Umsatz im zweistelligen Millionenbereich sind für einen zahnärztlichen Nachfolger oder Käufer organisatorisch und finanziell eine riesige Herausforderung. Tatsächlich habe ich noch keine Übergabe einer derart großen Praxis an einen Zahnarzt außerhalb der Familie erlebt. Insofern bleibt hier nur der Investor! Viele der mir bekannten Inhaber sehr großer Praxen haben häufig das beste Übergabealter schon überschritten. Anders verhält es sich bei klassischen Ein- und Zweibehandlerkonstrukten. Hier können mit entsprechender Planung junge Kolleginnen und Kollegen von einer Übernahme überzeugt werden und diese auch wirtschaftlich meistern. Dies sollte immer das priorisierte Modell sein.

Ein Nachfolger aus den eigenen Reihen sollte somit das Ziel der Praxis bleiben?

Henrici: Diese Art der klassischen Übergabe sollte nach wie vor oberste Priorität genießen, ja! Ich

bin geprägt durch jahrelange Übergaben an junge Praxisgründer, die sich eine Existenz aufbauen und dabei viele Erfolgsmomente haben.

Dies erfreut mich als jemand, der selbst aus einem selbstständigen Haushalt kommt, immer wieder: Ein Nachfolger aus den eigenen Reihen, das heißt der eigenen Praxis, ist häufig das Idealbild des abgebenden Praxisinhabers. Jemand, der bereits mit den Praxisstrukturen, den Patienten und vor allem auch dem Team vertraut ist, hat es deutlich leichter, den derzeitigen Praxisstand aufrechtzuerhalten oder auszubauen.

Investoren haben, wie bereits gesagt, ihre Existenzberechtigung und sind ungemein wichtig – ich wüsste ansonsten nicht, wie die zahnärztliche Versorgung aufrechterhalten werden könnte. Jemand muss bauen! Investoren lösen das „Problem“ der Persönlichkeit, indem sie die Praxisinhaber bei Übernahme der Praxis anstellen und noch einige Jahre weiterbeschäftigen und viele Dinge institutionalisieren, was ja auch richtig und konsequent ist. Völlig unabhängig vom formaljuristischen Inhaber der Praxis wird Folgendes immer Gültigkeit haben: Der Behandler und sein Team höchstpersönlich sind für die Patientenbindung und damit eine erfolgreiche wirtschaftliche Performance der Praxis verantwortlich.

Hinweis

„Investoren, Abgabepraxen und Existenzgründer“

Zu diesem Themenkomplex gibt es im September Vortragsveranstaltungen mit Christian Henrici und Prof. Dr. Bernd Halbe in mehreren Städten: 10. September in Frankfurt (Main); 11. September Stuttgart; 12. September München; 25. September Essen; 26. September Berlin und 27. September Hamburg. Beginn jeweils 16 Uhr. Anmeldung unter (0 46 44) 95 89 00