

Betriebswirtschaftliche und juristische Aspekte im Blick

Service-Netzwerk: Gemeinsame Sichtweise der Entwicklungsmöglichkeiten für Zahnärzte

Die Hamburger Health AG intensiviert nach eigenen Angaben ihre Netzwerk-Aktivitäten und baut die strategische Partnerschaft mit der Kanzlei Lyck + Pätzold Healthcare.recht weiter aus. Nach kostenlosen rechtlichen Erstberatungen und Factoring von Anwaltskosten für Kunden der Health AG treffen ausgebuchte Workshops zum Thema Zahnärztliche Medizinische Versorgungszentren (Z-MVZ) und das neu entwickelte „Chancen-Radar“ den Bedarf der Dentalbranche.

„Einigkeit macht stark.“ Das klassische Motto stand auch Pate, als sich vor zwei Jahren die auf die Dentalbranche spezialisierte Hamburger Finanzdienstleisterin Health AG und die auf Medizinrecht spezialisierte Bad Homburger Kanzlei Lyck + Pätzold zu einer strategischen Partnerschaft zusammenschlossen. „Wir haben schon nach ersten Gesprächen gesehen, dass wir ganz ähnliche Sichtweisen über die Entwicklungsmöglichkeiten für die einzelnen Zahnärzte, aber auch die gesamte Dentalbranche haben“, erinnert sich Uwe Schäfer, Vorstand der Health AG. „Und wir wissen, dass eine starke Allianz die Synergien eines gemeinsamen Netzwerks noch besser heben kann.“ Jens Pätzold, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Medizinrecht, ergänzt: „Unsere Mandanten kommen immer wieder mit betriebswirtschaftlichen Fragen auf uns zu. Da war es klar, sich mit einem starken Partner zusammenzutun.“ Die Kunden der beiden Partner profitieren zudem ganz handfest: Lyck + Pätzold bieten eine kostenlose Erstberatung für rechtliche Fragen an. Das Factoring späterer Anwaltshonorare kann über die Health AG erfolgen.

Doch die Zusammenarbeit reicht inzwischen wesentlich weiter. So steuerten die Juristen aus Bad Homburg Rechts-Know-how zum sogenannten „Chancen-Radar“ bei. Bei diesem neuen Produkt der Health AG handelt es sich um ein Analysetool, mit dem die unternehmerischen Potenziale jeder Zahnarztpraxis im Rahmen eines umfangreichen Coaching-Angebots ganzheitlich betrachtet werden können. Das „Chancen-Radar“ beleuchtet neben dem Zukunftsbild des Praxisinhabers und den betriebswirtschaftlichen Kernbereichen drei weitere Felder: Persönlichkeit, Recht und Steuern. Die Ergebnisse bilden dann eine ausgezeichnete Entscheidungsgrundlage für den zukünftigen Weg der Praxis, etwa eine verbesserte wirtschaftliche Fortführung oder die Gründung eines Z-MVZ.

Drittes, für Zahnärzte in ihrer Praxis nützliches Ergebnis der strategischen Partnerschaft sind Informationsveranstaltungen

Fakten

Die Health AG bietet im Rahmen des Trainingsprogramms „upgrade hoch3“ (www.upgrade-hoch3.de) zahlreiche Informationsveranstaltungen und Fortbildungen an.



Ein starkes Netzwerk: (von links) Carsten Schlüter (M:Consult), Matthias Godt (Health AG), Jens Pätzold (Lyck + Pätzold), Frank Steuer (Blum und Steuer), Uwe Schäfer (Health AG), Bianca Dedolf (Health AG)

Foto: Health AG

und die Trainings, die die Health AG unter dem Titel „upgrade hoch3“ durchführt. Große Nachfrage herrschte beispielsweise im vergangenen Jahr laut Health AG zum Thema Z-MVZ. Mehrere Hundert Zahnärztinnen und Zahnärzte nahmen demnach an Z-MVZ-Fortbildungen in ganz Deutschland teil.

Ende Februar 2016 fand im Design-Hotel Roomers in Frankfurt am Main der zweitägige Workshop „Strategischer Aufbau eines Z-MVZ“ statt. 17 Teilnehmer aus 13 Praxen beschäftigten sich zwei Tage intensiv mit dem Thema. Moderator Matthias Godt, Executive Consultant und Z-MVZ-Spezialist der Health AG, führte durch das umfangreiche Programm. Neben Anwalt Jens Pätzold traten weitere Netzwerk-Partner des Hamburger Finanzdienstleisters als Referenten auf: Frank Steuer von der Steuerberatungsgesellschaft Blum und Steuer (Zwickau, Dresden) fesselte die Teilnehmer mit handfesten Praxisbeispielen. Der Steuerberater und Fachberater Gesundheitswesen führte zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten vor, die sich durch die Umwandlung einer Einzelpraxis oder Partnergesellschaft in ein Z-MVZ ergeben. Er zeigte vor dem Hintergrund der schwierigen Verkäuflichkeit sowohl von älteren Praxen als auch von wirtschaftlich sehr erfolgreichen Praxen, dass sich gerade für solche Fälle eine Z-MVZ-Gründung als Exit-Strategie anbietet.

„Nicht der Zahnarzt wird von einem Nachfolger gekauft, sondern eine gut entwickelte Marke“, lautete die Kernaussage von Carsten Schlüter. Seine Mülheimer Agentur M:Consult, ebenfalls Kooperationspartner der Health AG, war 1994 die erste

deutsche Werbeagentur für Ärzte und Zahnärzte. Marken, so Schlüter, geben dem Konsumenten Orientierung in einer unübersichtlicher werdenden Welt, in der Produkte und viele Dienstleistungen austauschbar geworden sind. Diese Situation gelte auch für Zahnarztpraxen. Für die Patientenbindung sei „Storytelling zentral geworden. Das Erzählen einzigartiger Geschichten schafft Bindungen – zur Praxis und zur Marke“.

Bianca Dedolf, Personalleiterin der Health AG, arbeitete im Workshop heraus, welche strukturellen und arbeitsorganisatorischen Gestaltungsmöglichkeiten größere Einheiten wie ein Z-MVZ bieten. „Eine Organisationsstruktur, die zahnärztliche und kaufmännische Tätigkeiten klar trennt und den Mitarbeitern zugleich eindeutige Verantwortlichkeiten etwa als Teamleitung zuweist, schafft zum einen Karrieremöglichkeiten für das Personal. Aber noch wichtiger: Die Trennung entlastet den Chef, der sich durch die Delegation von Verantwortung auf die unternehmerische Entwicklung seiner Praxis konzentrieren kann.“

Uwe Schäfer, Vorstand des Finanzdienstleisters, referierte über die Veränderungen des Dentalmarkts und die daraus erwachsenden betriebswirtschaftlichen Herausforderungen, die sich schon heute für Zahnarztpraxen daraus ergeben. Zentrale Aussage seines Vortrags: „Große Praxiseinheiten schaffen hervorragende unternehmerische Chancen. Deshalb sehen wir die Z-MVZ als sehr gute Möglichkeit für wachstumsorientierte

Zahnärzte, die sich neben ihrer medizinischen Verantwortung auch der unternehmerischen Herausforderung gerne stellen. Außerdem zeigt sich immer deutlicher, dass sich Z-MVZ für Zahnärzte bestens als Vorsorgeinstrumente eignen.“

Die Teilnehmer der Veranstaltung waren hochzufrieden: „Ich fühle mich sehr gut informiert und werde jetzt den ersten Schritt machen“, „Die steuerlichen und rechtlichen Hinweise waren absolut zielführend“, „An meiner Praxisstruktur kann ich noch arbeiten, tolle Anregungen“, „Vor der Veranstaltung war ich sehr skeptisch, denn ich hatte kürzlich eine Abendveranstaltung der Konkurrenz besucht; aber die hier vorgetragenen Argumente pro Z-MVZ haben mich überzeugt“, so eine Auswahl der Resümees des Workshops. Angesichts des offen geäußerten Zuspruchs fiel auch das Fazit von Health-AG-Vorstand Uwe Schäfer sehr positiv aus: „Der Workshop zeigt die hervorragende Zusammenarbeit mit unseren Partnern und war ein guter Abschluss unseres erfolgreichen Jahres 2015. Die Resonanz auf unsere Z-MVZ-Roadshow belegt auch, dass wir unsere Mitarbeiter sehr gut für das Thema geschult haben. Zugleich war es ein gelungener Start unserer ‚upgrade-hoch3-Trainings in diesem Jahr. Die Health AG plant weitere Veranstaltungen zum Thema, Voranmeldungen können Interessenten richten an info@upgrade-hoch3.de.“

Diana Perez, Hamburg