

TEIL 1:  
ARBEITEN NACH DER PRAXIS-  
ABGABE: WIE GEHT ES WEITER?

03  
2019

TEIL 2:  
WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND  
GEWINNE STEIGERN DURCH DIE  
ERFOLGSFAKTOREN PROPHY-  
LAXE UND PARODONTOLOGIE



## TEIL 1: ARBEITEN NACH DER PRAXIS- NACHFOLGE – WIE GEHT ES WEITER?

Als Steuerberater beraten wir viele Praxisinhaber bei der Veräußerung ihrer Praxis. Dabei wird uns häufig die Frage gestellt, was der Praxisabgeber denn nach der Veräußerung noch beruflich machen darf. Diese Frage taucht dabei nicht ohne Grund auf, denn in der Regel werden bei der Praxisveräußerung Steuerbegünstigungen in Anspruch genommen, welche nicht gefährdet werden sollten.

Die Steuerbegünstigungen haben als Voraussetzung, dass der Veräußerer für eine „gewisse Zeit“ in seinem „örtlichen Umkreis“ aufhört, selbständig zahnärztlich tätig zu sein. Häufig können und wollen die Praxisabgeber auch nach dem Verkauf ihrer Praxis noch für eine gewisse Zeit zahnärztlich tätig sein. Trotzdem wollen und sollten sie hierdurch nicht ihre Steuerbegünstigungen riskieren, denn ein nachträgliches Zurückzahlen der in Anspruch genommenen Vergünstigungen kann schnell sehr teuer werden.

**Folgende Voraussetzungen für die Steuerbegünstigungen gibt es:**

1. Der Abgeber ist älter als 55 Jahre oder dauernd berufsunfähig und
2. stellt seine selbständige Tätigkeit vollständig für
3. eine gewisse Zeit
4. im örtlichen Wirkungskreis ein.

Während die erste Voraussetzung noch relativ einfach zu prüfen ist, stellen die weiteren Voraussetzungen Praxisabgeber in der Praxis immer wieder vor Herausforderungen und sind in der Praxis mit großen Unsicherheiten verbunden. Die vollstän-

dige Einstellung der selbstständigen Tätigkeit bedeutet zunächst, dass der Zahnarzt auch tatsächlich seine bisherige selbständige Tätigkeit komplett beenden muss. Dies muss er für eine gewisse Zeit machen. Eine genauere Definition der gewissen Zeit ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Mehr als drei Jahre sollten nach unserem Verständnis ausreichen, weniger als ein Jahr lang wird in der Regel nicht ausreichen. Generell gilt: je länger der Zahnarzt nach der Abgabe nicht mehr freiberuflich tätig ist, desto sicherer ist die Anerkennung der steuerlichen Begünstigungen. Auch der örtliche Wirkungskreis ist gesetzlich nicht näher bestimmt. Hier ist nach unserer Einschätzung maßgeblich, wie der Einzugsbereich der betreffenden Praxis ist. Der Einzugsbereich richtet sich dabei natürlich auch nach den urbanen Gegebenheiten. So kann einem Zahnarzt davon abzuraten sein, dass dieser sich bspw. in der gleichen Stadt oder in einer Entfernung von weniger als 50 km niederlässt. Wenn ein Zahnarzt in München seine Praxis veräußert und in Berlin eine neue Praxis aufmachen wird, so ist dies sicherlich unschädlich.

Alle weiteren Gestaltungen sollten jedoch immer eng mit dem Steuerberater abgestimmt werden, damit keine unnötigen Risiken eingegangen werden.

## MÖGLICHKEIT DER ANSTELLUNG

**Wichtig:** die oben beschriebenen Einschränkungen hinsichtlich des örtlichen Wirkungskreises und der gewissen Zeit gelten jedoch nur für die freiberuflichen Tätigkeiten. Solche freiberuflichen Tätigkeiten fallen sämtlich unter die zuvor genannten

Voraussetzungen. Allerdings sind im Gegenzug sämtliche Anstellungsverhältnisse steuerlich unbedenklich. Das bedeutet, ein Praxisabgeber darf direkt auch einen Tag nach seinem Praxisverkauf sogar in der gleichen Praxis als Angestellter tätig sein. Hier gibt es keinerlei zeitliche Beschränkungen, er darf also auch in Vollzeit tätig sein. Auch gibt es keine maximale Gehaltshöhe, die definiert ist. Hierdurch eröffnet sich der Praxisabgeber häufig Möglichkeiten, auch nach der Anstellung risikofrei weiterzuarbeiten, ohne seine steuerlichen Begünstigungen zu gefährden.

### „GERINGE“ FREIBERUFLICHE TÄTIGKEIT

Teilweise wird die These vertreten, die weitere Betreuung von „wenigen“ freiberuflichen Patienten sei weiterhin möglich. Dies ist auch tatsächlich so, denn auch die Finanzverwaltung gesteht einem Praxisabgeber zu, bis zu 10 % seiner bisherigen Umsätze auch nach der Abgabe weiterhin freiberuflich erzielen zu dürfen.

Aber Achtung: diese Umsätze gelten nur für bereits bestehende Patienten. Bereits ein neuer Patient, der die freiberufliche Praxis betritt, führt zu einer Versagung des Steuervorteils. Daher ist in der Praxis von dieser Lösung stark abzuraten. Zum einen ist es äußerst schwierig, diese 10 % Grenze auch einzuhalten. Zum anderen stellen sich in der Praxis immer wieder Probleme, wenn neue Patienten doch bei dem Abgeber behandelt werden sollen, insbesondere dann, wenn sie mit den bisherigen Patienten verwandt sind. Emotional ist es für einen Zahnarzt, der mit Leidenschaft seinen Beruf ausübt, häufig schwierig, seinen langjährigen Patienten zu erklären, dass er ihre Verwandten nicht betreuen kann. Von dieser Gestaltung ist daher aus rein praktischen Gründen abzuraten, denn die Voraussetzungen sind in der Praxis häufig extrem schwer einzuhalten.

### GRÜNDUNG EINER GMBH

Wird der abgebende Arzt im Anschluss an seine freiberufliche Tätigkeit als GmbH-Gesellschafter oder als Angestellter seiner eigenen GmbH ärztlich tätig, so kann er dies nach unserer Rechtsauffassung durchaus machen, ohne seine steuerlichen Begünstigungen zu riskieren. Diese Tätigkeiten gelten nicht als freiberufliche Tätigkeiten. Es ist dem Zahnarzt also somit möglich, bspw. sich in einer MVZ GmbH zu beteiligen und sich dann dort anstellen zu lassen.

### URLAUBSVERTRETUNGEN

Urlaubsvertretungen finden regelmäßig auf freiberuflicher Basis statt. Hiervon ist daher aus steuerlichen Gründen abzuraten. Ein kurzfristiges Beschäftigungsverhältnis ist wiederum unschädlich.

### GESTALTUNGEN IM GRENZBEREICH

Immer wieder erleben wir in unserer Beratungspraxis, dass Abgeber von Praxen Gestaltungen „im Grenzbereich“ wählen, also z. B. selbständige Tätigkeiten doch möglichst zeitnah nach dem Praxisverkauf und in der örtlichen Umgebung. Wichtig ist hierbei: Sie sollten immer beachten, welches Risiko Sie hierbei „in das Feuer stellen“. Bei einem Veräußerungspreis von 500.000 Euro beträgt die Steuerbegünstigung schnell rd. 90.000 Euro. Wenn Sie diese Begünstigung riskieren, müssten Sie 180.000 Euro einnehmen, um alleine den Steuervorteil zurückzubezahlen. Dieser Gedanke sollte Sie immer leiten, wenn Sie die Grenzen der Rechtsprechung immer weiter ausreizen möchten.

### ZUSAMMENFASSUNG

Auch nach dem erfolgreichen Verkauf einer Praxis ist es möglich, weiterhin zahnärztlich tätig zu sein, ohne seine steuerlichen Begünstigungen zu gefährden. Allerdings müssen hier die speziellen Voraussetzungen beachtet werden, damit nicht später im Rahmen einer Betriebsprüfung „das böse Erwachen“ kommt. Eine enge Abstimmung mit Ihrem Steuerberater ist dringend zu empfehlen.

## TEIL 2: WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND GEWINNE STEIGERN DURCH DIE ERFOLGSFAKTOREN PROPHYLAXE UND PARODONTOLOGIE

Die zahnärztliche Prophylaxe und die Parodontitis-Therapie zählen zu den wichtigsten Unterscheidungsmerkmalen einer Zahnarztpraxis, um bestehende Patienten zu binden und neue Patienten zu gewinnen. 97 Prozent der Patienten begrüßen die Prophylaxe als sinnvolle Maßnahme. Sie entscheiden sich aufgrund einer als gut empfundenen Prophylaxe für kostenintensivere Restaurationen und kosmetische Behandlungen.

Aus Sicht der Zahnärzte trägt eine regelmäßige über Jahre hinweg durchgeführte professionelle Prophylaxe maßgeblich dazu bei, dass Restaurationen lange im Patientenmund verbleiben. Dies führt beim Patienten und Behandler zur hohen Zufriedenheit. Gerade Patienten mit höherwertigen zahnärztlichen Versorgungen sind überdurchschnittlich begeistert, wenn sie in ihrer Praxis ein professionelles Prophylaxeangebot vorfinden. In aktuellen Forschungsberichten wird klar dargestellt, dass die Kompetenz bei der Erbringung zahnärztlicher Leistungen als selbstverständlich vorausgesetzt wird. Beeindruckend für den Patienten ist es, wenn er eine Prophylaxe-

Behandlung auf höchstem Niveau als Überraschungs-Leistung mit Wohlfühl-Charakter erlebt. In Deutschland sind ca. 5 Mio. Frauen und Männer an Parodontitis erkrankt, das bedeutet nahezu jeder 2. Erwachsene im mittleren Alter ist betroffen. In der Altersgruppe der Senioren sind laut Fünfter Deutscher Mundgesundheitsstudie mindestens 2/3 erkrankt (> 5 Mio.). Irritierend ist die Tatsache, dass nur weniger als 2 % der Behandlungsbedürftigen (Barmer Zahnreport, 2017) einer systematischen Parodontitistherapie zugeführt werden. Einer der Gründe ist, dass zahlreiche Praxen in Deutschland diesen wichtigen Bereich der Zahnmedizin nicht abdecken. Es fehlt an Know-how und einem durchdachten, konsequent durchgeführten Konzept. Eine wichtige Einnahmequelle mit hohem Patientenbindungspotential bleibt ungenutzt.

Welche Faktoren sind wichtig, um sich klar vom Wettbewerb abzuheben und höhere Erträge zu generieren? Aus meiner Sicht sind die nachfolgend beschriebenen Punkte der Schlüssel zum Erfolg.

## 1. DER ERFOLGSFAKTOR MENSCH

Neben spezieller fachlicher Kompetenz sind engagierte und motivierte Mitarbeiter das A und O. Die Begeisterung der Mitarbeiterinnen für ihr Tun überträgt sich unmittelbar auf den Patienten. Eine patientengerechte Ansprache und ein wertschätzender Umgang mit dem Patienten führen zu einer engen Patientenverbindung. Patienten legen viel Wert darauf verstanden zu werden. Neben fachlicher Kompetenz ist es besonders wichtig, dass die Mitarbeiterinnen empathisch sind und sich gut ausdrücken können. Zuhören und motivierende Gesprächsführung sind die Königsdisziplinen, die geschult werden müssen.

## 2. DER ERFOLGSFAKTOR ERLEBNIS

Prophylaxeleistungen gehören heute zum Lifestyle und schöne, gepflegte Zähne gelten als Synonym für Attraktivität und Erfolg. Bieten sie Zusatzangebote an, die dem Patienten helfen so lange wie möglich jung und schön zu bleiben. Bleaching ist nur eine der Möglichkeiten. Bewusste Ernährung ist inzwischen für viele unserer Patienten ein zentrales Thema. Eine verständliche und vor allem Angst nehmende Aufklärung über die Erkrankung des Zahnhalteapparates ist besonders wichtig.

## 3. DER ERFOLGSFAKTOR PRAXISORGANISATION

Es lohnt sich immer wieder die eigenen Praxisabläufe kritisch zu überprüfen. Wo ungünstige Abläufe den Workflow stören werden Ressourcen nicht optimal genutzt und somit Geld, und Zeit verschwendet. So sollten einheitliche Standards für die

Auswahl der Verfahren, Geräte, Instrumente und Materialien gelten. Das spart im Einkauf viel Zeit und Geld. Geringe Lagerhaltung und Bestellung auf Abruf minimieren Kosten. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Auslastung der Mitarbeiterinnen. Hier muss durch ein kluges System im Terminmanagement auf die Vermeidung von Terminlücken geachtet werden. Sehr wichtig ist, dass es eine klare Anweisung an die Rezeptionsfachkraft gibt, dass diese Lücke geschlossen werden muss. Sinnvoll hierfür ist die Führung einer sogenannten „Warteliste“, auf der Patienten mit Prophylaxeterminwunsch vermerkt sind. Bei jedem Patientenkontakt sollte automatisch der Zahnarzt und das Team in der Patientenkartei überprüfen, ob die Recall-Empfehlung für die Prophylaxe vom Patienten eingehalten wurde. Sollte festgestellt werden, dass bei dem Patienten noch keine, seinem individuellen Risiko entsprechende Prophylaxesitzung durchgeführt wurde, wird der Patient aktiv angesprochen und ihm ein zeitnaher Termin angeboten. Hierfür sollten interne Vereinbarungen getroffen werden, wer was wann und wie machen soll. Bitte bedenken Sie, dass das Recall ein sehr wichtiges Instrument zur Patientenbindung ist und als höchste Form der Wertschätzung für einen Patienten gilt. Ein gut geführtes Recall sichert die Auslastung der Praxis und erhöht die Patientenzufriedenheit.

Ein schlüssiges PA-Konzept beginnt mit der Erkennung der PA-Erkrankung. Anschließend sollten die Abläufe der PA-Vorbehandlung, Reevaluation, PA-Therapie und anschließender unterstützender PA-Therapie reibungslos und routiniert ablaufen. Der Patient erlebt eine optimale, seinen individuellen Bedürfnissen angepasste und vor allem erfolgreiche Therapie. Begeisterte Patienten kommen gern und regelmäßig in die Praxis. Zur Organisation gehören auch eine ausführliche Dokumentation und Abrechnung. Nur Leistungen, die vollständig, sorgfältig und lückenlos dokumentiert wurden, können abgerechnet werden.

## 4. DER ERFOLGSFAKTOR WIRTSCHAFTLICHE PREISKALKULATION

Um Gewinne zu steigern, sollte regelmäßig eine Gesamtbeurteilung aller Fixkosten durchgeführt werden. Aus einer solchen Analyse lässt sich schnell ableiten an welcher Stelle Korrekturen durchgeführt werden müssen. Ist der Preis pro Prophylaxesitzung noch realistisch oder sollte für eine höhere Auslastung gesorgt werden? Mögliche Zusatzangebote erweitern das Portfolio und lassen unterschiedliche Preise zu.

### Zusammenfassend gilt:

Eine wirtschaftlich erfolgreiche Zahnarztpraxis bietet ihren Patienten ein besonderes Erlebnis an. Hierbei spielen ihre Mitarbeiterinnen eine zentrale Rolle. Um begeisterte Mitarbeiterinnen im Team zu haben und zu halten, sollten regelmäßig Einzel- und Teamgespräche und interne Schulun-

gen in den verschiedenen Bereichen des Patientenkontakts durchgeführt werden. Der Einsatz einer z. B. externen Trainerin erlaubt einen neutralen Blick und ermöglicht, oft schon lang ersehnte Veränderungen mit dem Team durchzusetzen. Nur wenn Sie Stimmungen und eventuelle Abweichungen im Team schnell erkennen, können Sie diese auch zeitnah durch entsprechende Maßnahmen korrigieren. Das wichtigste in der Führung eines Teams ist es, die unterschiedlichen Charaktere und Fähigkeiten der Mitarbeiterinnen zu beachten und entsprechend zu leiten und zu fördern. Ein oft gemachter Fehler ist die unbeabsichtigte Demotivation einzelner Mitarbeiterinnen, meist betrifft es Ihre wertvollsten Kräfte, die von ganz alleine und zuverlässig „laufen“, weil der Focus der Vorgesetzten auf den eher „unselbständigen“ Mitarbeiterinnen liegt.

Jede Praxisstruktur ist individuell verschieden, so kann mein Beitrag nur einen kleinen Überblick zu den oben genannten Punkten geben. In meiner Tätigkeit als Prophylaxe- und Managementcoach und -Trainerin gehe ich auf Ihre individuellen Bedürfnisse ein und kann anhand einer Bedarfsanalyse schnell feststellen, welche Erfolgsfaktoren stärker herausgearbeitet werden sollten und wo gezielt mit internen Schulungsmaßnahmen die Kompetenz Ihrer Mitarbeiterinnen verbessert werden kann. Es gibt für mich nichts Schöneres durch meine Arbeit in und mit den Teams die positiven Veränderungen und den Spirit des gemeinsamen Wachstums zu sehen!

Herzliche Grüße, Ihre Sabine Kittel

## VERANSTALTUNGSVORSCHAU

01.04.2020, 16:00 bis 19:00 Uhr

### Wettbewerbsfähigkeit und Gewinne steigern durch die Erfolgsfaktoren Prophylaxe und Parodontologie.

In der Praxis ist der Beratungsansatz im Bereich der Professionellen Prophylaxe und der Parodontologie ein wichtiges Instrument, um zeitnah und schnell spürbare Gewinnsteigerungen und eine langfristige Patientenbindung zu generieren.

Wie sieht es in der Realität aus? Welche konkreten Maßnahmen gibt es, um langfristig aus diesem Potenzial zu schöpfen?

Diese Fragen wird Frau Sabine Kittel in Ihrem Vortrag anhand konkreter Erfolgsfaktoren beantworten. Im anschließenden „get-together“ haben sie die Möglichkeit im persönlichen Gespräch Ihre individuelle Praxissituation zu besprechen.

Sabine Kittel,  
Dentalhygienikerin, Dental-Betriebswirtin

Email: [info@akademie-prophylaxe-management.de](mailto:info@akademie-prophylaxe-management.de)  
Telefon: 07461-78939 |  
Web: <https://www.akademie-prophylaxe-management.de>

### DIE KANZLEI LAUFENBERG MICHELS UND PARTNER

ist Ihr Spezialist für Steuerberatung, Vermögensplanung und Wirtschaftsprüfung.

Der Zahnärztebrief wird von unserem Zahnärztee-Team veröffentlicht und richtet sich mit aktuellen Steuerthemen speziell an Zahnärzte.



**Michael Laufenberg**  
Wirtschaftsprüfer  
Steuerberater



**Marcel Nehlsen**  
Steuerberater

### Impressum

Laufenberg Michels und Partner mbB  
Robert-Perthel-Straße 81  
50739 Köln  
T.: 02 21 / 95 74 94-0  
F.: 02 21 / 95 74 94-27  
[newsletter@laufmich.de](mailto:newsletter@laufmich.de)  
[www.laufmich.de](http://www.laufmich.de)

### Herausgeber

Redaktion: Michael Laufenberg  
Erscheinungsweise:  
Der Zahnärztebrief erscheint 3x im Jahr  
Layout: Ulli Bertuch – Creative & Art Direction  
Druck: Berk Druck, Euskirchen  
Auflage: 1.100 Stück  
Stand: 12/2019

Wir freuen uns über Ihre Anregungen zum Zahnärztebrief. Wenn Sie den Zahnärztebrief nicht mehr beziehen möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an [office@laufmich.de](mailto:office@laufmich.de).