

Ihre Praxis-Checkliste: **Der entscheidende Faktor Praxisstandort!**

# Goodwill vergeht, Standort besteht.

*Wie in der Medizin gilt auch hier: die **gründliche Anamnese** führt zur **richtigen Therapie** – und sichert den langfristigen Praxiserfolg!*

## Kaufpreis vs. Standortdaten

**„Ein Preis allein sagt wenig aus – entscheidend sind belastbare Standort- und Praxisdaten.“**

Haben Sie wirklich die betriebswirtschaftliche Auswertung, die G&V und das Lohnjournal geprüft – und zwar über einen ausreichend langen Zeitraum in die Vergangenheit?

Gibt es Ausreißer oder Besonderheiten, die auf Veränderungen hindeuten und geklärt werden müssen?

Sind Investitionen in Räume, Geräte oder Personal erkennbar, die zeigen, dass der Abgeber die Praxis für die Zukunft fit gemacht hat – oder wurde eher „auf Verschleiß“ gefahren?

Wie steht die Praxis im Vergleich zu ähnlichen Praxen in derselben Region da – sowohl hinsichtlich Umsatz und Gewinn, als auch hinsichtlich Personalkosten- und Leistungsspektrum?

Mit welchem persönlichen Zeiteinsatz hat der Abgeber die Ergebnisse erzielt? Ist das mit Ihrer geplanten Lebens- und Arbeitsweise realistisch zu erreichen?

## 2. Einzugsgebiet & Patientenschaft

**„Standort heißt: Bevölkerung, Demografie, Sprache, Kultur – und vieles mehr.“**

Weiß ich, ob der Patientenstamm – jung, alt, geriatrisch, Familien mit vielen Kindern, PKV- oder GKV-versichert, mit oder ohne Migrationshintergrund – wirklich zu mir passt?

Macht Ihnen die Arbeit so Freude in der täglichen Versorgung?

Welche Wanderbewegungen sind bei den Patienten denkbar oder möglich?

Werden Patientenpotenziale auf die Praxis zukommen, die Sie nicht oder die Sie gerne behandeln wollen?

## Besondere Leistungen des Abgebers

**„Gerade in der Allgemeinmedizin sind Zusatzqualifikationen entscheidend für den Praxiserfolg.“**

Welche besonderen Leistungen bietet der Abgeber, die ich auch in der Abrechnung mit KV oder Privatversicherungen fortführen kann – etwa Sonografie, Belastungs-EKG, psychosomatische Grundversorgung, reisemedizinische Beratung oder geriatrische Betreuung?

Kann ich diese Leistungen tatsächlich selbst erbringen oder möchte ich sie fortsetzen? Und was motiviert den Abgeber, mir die Praxis zu verkaufen?

Am Beispiel von Kinder- und Jugendmedizin: Gibt es Kooperationen mit Sozialpädiatrischen Zentren (SPZ), Logopädie, Ergotherapie oder Heilpädagog:innen?

Bietet die Praxis Untersuchungen wie EKG oder Herzultraschall für Kinder an?

Wie ist die Anbindung an kinderärztliche Spezialisierungen wie Kindergastroenterologie oder -neurologie?

## Wettbewerb & Umfeld

**„Der Blick nach außen wird oft vernachlässigt – dabei entscheidet er über die Zukunftsfähigkeit.“**

Welche Kolleg:innen arbeiten in meiner unmittelbaren Region?

Wen kann ich kennenlernen?

Gibt es Kooperationen oder Zuweiser?

Oder betrete ich einen Markt mit harter Konkurrenz, den ich vielleicht unterschätze?

Wie ist die Praxis infrastrukturell angeschlossen? ÖPNV? Parken? Apotheken? Zuweiser? Einzugsgebiet?

## Patientenstamm & Praxiskultur

**„Zahlen allein reichen nicht – entscheidend ist auch die Kultur und das Miteinander der Praxis.“**

Welche Patienten stechen heraus?

Welche behandelt der Arzt besonders gerne?

Welche sind vielleicht stark auf seine Person fixiert und könnten bei einem Wechsel verloren gehen?

Wie sind generell Parameter wie Kaufkraftindex, Arbeitslosenquote, Altersstruktur in der Patientenkartei und im Microumfeld der Praxis?

5

## Mitarbeiter & Teamkultur

**„Ihre Praxis funktioniert nicht ohne ihr Team.“**

Habe ich mehr als nur Kennenlerngespräche geführt?

Habe ich von Anfang an die Perspektive der Mitarbeiter:innen in der weiteren Zusammenarbeit angesprochen?

Welche Verunsicherungen entstehen durch den Wechsel?

Wer füllt welche Rolle im Praxisteam aus?

Gibt es tägliche Kurzmeetings im Praxisteam?

Wie ist die Gesprächskultur?

Gibt es Mitarbeitergespräche? Wann? Wie oft?

6

## Fazit

„Mein Fazit: Goodwill vergeht – Standort besteht.“

Prüfen Sie deshalb Standort, Patientenstruktur und Praxiskultur gründlich, bevor Sie über den Kaufpreis verhandeln.“

**Wir begleiten Ihren Verhandlungserfolg!**

## Sie möchten unverbindlich mit einem MEDeins-Experten in Kontakt treten?

Wir unterstützen Sie gerne dabei, den **passenden Ansprechpartner** zu finden!

Senden Sie uns Ihr Anliegen **per E-Mail**. Wir prüfen, welcher Experte aus unserem Netzwerk am besten zu Ihren Anforderungen passt, und stellen für Sie den direkten Kontakt her.

So erhalten Sie schnell und **unkompliziert** die **passende** fachliche Unterstützung.

Mail: [kontakt@med-eins.de](mailto:kontakt@med-eins.de)



5