

# Arbeitsmedizin: Lockruf Niederlassung

Fachärzten für Arbeitsmedizin bieten sich derzeit exzellente Chancen zur Niederlassung. Übernahme oder Neugründung? Wie viel Kapital ist notwendig? Beim 32. Betriebsärztekongress in Dresden gab es Tipps zur richtigen Niederlassungsstrategie.

VON MATTHIAS WALLENFELS

**DRESDEN.** Die Arbeitsmedizin ist eine von den Medizinstudenten wenig beachtete Richtung, wenn es um die Wahl der Facharzt Disziplin geht. Zugleich boomt deutschlandweit die Nachfrage nach arbeitsmedizinischen Betreuungsleistungen – ein ideales Marktumfeld, um sich als Facharzt für Arbeitsmedizin niederzulassen. Dasselbe gilt für Fachärzte mit der Zusatzbezeichnung Betriebsmedizin, die sich in der Niederlassung vollzeitlich der betriebsärztlichen Tätigkeit widmen wollen. So sieht es zumindest Stefan Linnig (MPH), der seit acht Jahren in Berlin mit zwei Kollegen als Facharzt für Arbeitsmedizin niedergelassen ist. Am Donnerstag gab er niederlassungswilligen Arbeitsmedizinern auf dem 32. Betriebsärztekongress in Dresden Tipps für die richtige Niederlassungsstrategie.

## Einzelkämpfer oder Teamplayer?

Zunächst, so Linnig, sollten sich die Ärzte fragen, ob sie über ausreichende unternehmerische Voraussetzungen und Kompetenzen verfügen. Dazu gehöre zum Beispiel auch die Frage, ob sie sich genügend Überzeugungskraft zutrauen, um sich erfolgreich zu vermarkten. Denn: Als Arbeits- oder Betriebsmediziner unterliegen Ärzte keinerlei Beschränkungen der Kassenärztlichen Vereinigungen, die Preise werden frei verhandelt und sind nicht budgetiert.

Weitere Fragen: Ist eine ausreichend breite medizinische Kompetenz vorhanden, um alleine beziehungsweise als Verantwortlicher tätig sein zu können? Ist genügend Anfangskapital vorhanden, um wirtschaftlich überleben zu können? Welches Entwicklungspotenzial gibt es in der Region? „Ganz wichtig ist auch, dass Sie die Unterstützung Ihres Partners haben“, mahnte Linnig, auch an die persönlich-familiäre Situation bei der Niederlassungsabsicht zu denken.

Im nächsten Schritt gehe es um die Abwägung, in welcher Form – als Ein-



© MATTHIAS WALLENFELS

„Lassen Sie sich nicht als Subunternehmer einspannen!“

**Stefan Linnig, MPH**

In Berlin niedergelassener Facharzt für Arbeitsmedizin



© MATTHIAS WALLENFELS

„Eine Niederlassung als Arbeitsmediziner kann nicht nicht funktionieren.“

**Dr. Thomas Hammer**

Steuerberater und Geschäftsführer der Steuerberatungsgesellschaft doctax



Alle Branchen bieten Arbeitsmedizinern Chancen für die ärztliche Betreuung von Belegschaften. © LLHEDGEHOLL / FOTOLIA.COM

zelkämpfer oder Teamplayer – Mediziner selbstständig tätig sein wollten. Die Bandbreite rangiere hier vom Betriebsarzt ohne angestellte Assistenzkräfte und Ärzte bis hin zur Praxisgemeinschaft oder Gemeinschaftspraxis. Auch die Rechtsform sei zu überlegen – ob zum Beispiel eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) oder eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).

Er habe sich explizit für die Zusammenarbeit mit zwei vertrauten Kollegen entschieden, mit denen er auch gezielt die Praxisgründung vorgenommen habe, erläuterte Linnig. Das ermögliche nicht nur eine Urlaubsplanung, sondern sichere den Kunden auch eine Betreuung zu, sollte einer der Kollegen kurzfristig erkranken. Letzteres sei für eine erfolgreiche Kundenbeziehung von essenzieller Bedeutung.

## Altverträge können Tücken bergen

Nächster Prüfstein der Niederlassungsstrategie, so verdeutlichte es der Steuerberater Dr. Thomas Hammer, seines Zeichens Geschäftsführer der in Leipzig ansässigen, auf Mediziner spezialisierten Steuerberatungsgesellschaft doctax, sei die Frage, ob eine bestehende arbeitsmedizinische Praxis übernommen werden solle oder ob eine Neugründung in Erwägung gezogen werde.

Mit der Übernahme werde zwar auch ein Kundenstamm übernommen, das heiße per se aber rein gar nichts, erklärte Linnig. Denn bei der Übernahme von Bestandskunden im Zuge des Praxisaufkaufs lauerten auch Stolperfallen. „Hat der Praxisabgeber lauter Altverträge im Bestand, deren Preise und Konditionen durch

die Bank nachverhandelt werden müssen, so ist das keine gute Ausgangslage, sondern eher eine Hypothek“, brachte es Linnig auf den Punkt. Zudem bewege sich das Preisniveau für die Übernahme deutlich über dem des kassenärztlichen Bereiches. Für Bestandspraxen mit einem Jahresgewinn von rund 500 000 Euro sei ein Kaufpreis von 750 000 Euro keine Seltenheit.

Im Gegenzug könnten Arbeitsmediziner günstiger fahren, wenn sie eine Praxis neu gründeten. Denn die Anfangsinvestitionen können je nach Spezialisierung im Rahmen gehalten werden.

## Flexible Mietverträge essenziell

Wie Linnig betonte, müssten Existenzgründer von Betriebsarztpraxen auch darauf achten, wo sie sich niederließen und wie die Mietkonditionen für die Startpraxis seien. „Hat man Erfolg, so muss man schnell expandieren können“, referenzierte er auf seine eigene Praxishistorie. So seien er und seine Kollegen in Berlin mit einer 80-Quadratmeter-Praxis gestartet und mussten binnen kürzester Zeit in andere Praxisräumlichkeiten mit 160 Quadratmetern umziehen. Ein Betriebsarzt aus München, der an dem Seminar in Dresden teilnahm, bestätigte die Ausführungen: Er und seine Kollegen hätten binnen drei Jahren von einer Praxis mit 250 Quadratmeter in eine Örtlichkeit mit 560 Quadratmetern ausweichen müssen. Wer als Praxisgründer unflexible Zehnjahresmietverträge unterschrieben habe, habe so mitunter das Nachsehen, warnte Linnig.

Linnig riet den Niederlassungswilligen unbedingt dazu, selbst mit po-

tenziellen Kunden zu verhandeln und sich nicht als Subunternehmer von Sicherheitsingenieuren oder anderen Partnern einspannen zu lassen. Das mache die Margen kaputt und könne das Image des Betriebsarztes rampornieren – wenn der Partner Kunden zum Beispiel nicht von dem Arbeitsmediziner erbrachte Leistungen in Rechnung stelle.

In puncto Preisfindung warnten Linnig und Hammer eindringlich davon, sich zu günstig zu positionieren. „Discount-Konditionen nützen keinem Arbeitsmediziner auf Dauer“, so Linnig. Im Gegenteil: Wer zu niedrige Preise für seine Leistungen ansetze, könne später nur schwer höhere Sätze durchsetzen – wenn überhaupt. „Wenn Sie zum Start der Praxis zehn Kunden anschreiben und zehn Vertragszusagen bekommen, dann haben Sie alles falsch gemacht“, kokettierte Hammer. Daher sei es wichtig, in den Verhandlungen mit potenziellen Kunden mit der medizinischen Kompetenz und der kontinuierlichen persönlichen Betreuung als Pfund zu wuchern. Letzteres sei gerade bei überörtlich tätigen Dienstleistern oft nicht der Fall, so Hammer.

Wichtig sei für Praxisübernehmer wie Neugründer auch, das Praxismarketing im Auge zu behalten. Die meisten Kunden kommen über das Internet, resümierten Linnig und Hammer. So sei es wichtig, eine ansprechend gestaltete Homepage zu haben und in Google und anderen Suchmaschinen möglichst auf der ersten Seite präsent zu sein. Dafür lohne es sich, professionelle Hilfe für die Gestaltung der Homepage und die Suchmaschinenoptimierung in Anspruch zu nehmen. Das Geld dafür sei gut angelegt.