

praxisprofi

Unternehmerisches Know-how praxisnah umsetzen

www.thieme.de/ergoonline
www.thieme.de/physioonline

praxisprofi ist Supplement der Zeitschriften
physiopraxis und ergopraxis und im Rahmen des
Abonnements dieser Zeitschriften zu beziehen.

Adresse

Georg Thieme Verlag KG
Rüdigerstraße 14, 70469 Stuttgart
praxisprofi
Tel.: 07 11/89 31-0; Fax: 07 11/89 31-871
E-Mail: praxisprofi@thieme.de

Fragen zum Abonnement

Georg Thieme Verlag KG
KundenServiceCenter Zeitschriften
Rüdigerstr. 14, 70469 Stuttgart
Tel.: 07 11/89 31-321, Fax: 07 11/89 31-422
E-Mail: aboservice@thieme.de

Packen Sie sich den Igel in die Tasche!

Investitionsplanung Bei der Einrichtung Ihrer neuen Praxis dürfen Sie gern den sprichwörtlichen Igel in der Tasche haben. Mit Verhandlungsgeschick und ein bisschen „Geiz ist geil!“ können Sie viel Geld sparen.

Annika Schmidt hat am Wochenende an einem Existenzgründungsseminar teilgenommen und ist noch ganz beeindruckt davon, welche vielfältigen Aufgaben mit der Gründung einer eigenen Praxis verbunden sind. Marketing, Mitarbeiterplanung, Standortanalyse, Darstellung der Gründungsidee in einer ein- bis zweiseitigen Zusammenfassung, Chancen-/Risikodarstellung und die Beschreibung von Zielgruppen und Angeboten der Praxis waren schon eine thematische Herausforderung, aber das Schwierigste für sie war der Themenbereich Finanzplanung. Sie

hatte Glück, dass der Seminarleiter einen guten Job machte.

Annika verstand alles, was die Finanzen betraf, sehr gut. Sie will zunächst herausfinden, wie viel ihre Gründung vermutlich kosten wird. Dazu muss sie eine Investitionsliste erstellen, auf der alles aufgeführt ist, was sie für den Start ihrer eigenen Praxis benötigt. Außerdem überlegt sie, wie sie an die Preisverhandlungen herangehen soll, denn der Referent beim Existenzgründungsseminar hatte angedeutet, dass bei allen Lieferanten für die Praxisausstattung deutliche Rabatte

möglich wären, wenn man gut verhandelt.

Was brauche ich eigentlich?

Für Sie als Praxisgründer stellt sich die Frage, woher Sie die notwendigen Dinge für die Praxisgründung bekommen und wie viel Sie dafür bezahlen müssen. Die Investitionsliste ist dabei Ihre Einkaufsliste. Sie hilft Ihnen dabei, die entsprechenden Angebote bei möglichen Lieferanten einzuholen. Sie gibt Ihnen die nötige Sicherheit, dass Sie Angebote bekommen, die Ihren Vorstellungen einer sinnvollen Praxisausstat-



DIE WICHTIGSTEN RABATTFORMEN FÜR PRAXISGRÜNDER

Rabattform	Beschreibung
Mengenrabatt	Ab einer bestimmten Menge bzw. Umsatzgröße wird der Gesamtpreis reduziert.
Skonto	Hier kommt es auf die Schnelligkeit der Zahlung an. Der Lieferant gewährt innerhalb einer kurzen Zahlungsfrist einen in Prozent ausgewiesenen Erlass auf die Rechnungssumme (üblicherweise 2–3%).
Naturalrabatt	Bei dieser Rabattform gibt es anstelle von Preisreduzierungen zusätzlich kostenlose Waren oder Dienstleistungen.
Erstbestellrabatt	Mit diesem Rabatt sollen neue Kunden belohnt werden. Ziel der Lieferanten ist es, eine langfristige Kundenbeziehung einzuleiten. Gut zu erzielen bei Lieferanten von Verbrauchsmaterialien.
Messerabatt	Auf Messen kann man meistens gute Rabatte erzielen, da die Lieferanten oftmals Kunden auf der Messe über die Gewährung von Rabatten zum Kaufabschluss bewegen möchten.
Sonderrabatt	Bei bestimmten Anlässen wie z. B. Jubiläen werden solche Rabatte gewährt.
Lagerräumungs-rabatt	Wenn Produktlinien auslaufen oder Designs verändert werden, versuchen Lieferanten über diese Rabattform ihre Lagerbestände schnell zu reduzieren.
Aktionsrabatt	Mit gezielten Rabattaktionen wollen die Lieferanten neue Kunden gewinnen. Hier hat der Rabatt eine gezielte Werbefunktion.



tung entsprechen und nicht denen der Lieferanten.

Ihre Investitionsliste sollten Sie in verschiedene Investitionsbereiche unterteilen. Folgende Einkaufsgruppen können Sie unterscheiden:

- Therapieausstattung
- Therapieliegen
- KG-Geräte
- Büroausstattung
- Dekorationen/Umbauten
- Rezeptionsausstattung
- Eröffnungsmarketing
- Sonstiges

Gehen Sie mit dieser Einkaufsliste auf die infrage kommenden Lieferanten zu!

Was wird das alles kosten?

Wer kommt als Lieferant für die Praxisausstattung infrage? Nutzen Sie zur Klärung dieser Frage mehrere Informationskanäle. Das Internet eignet sich hervorragend als erste Möglichkeit. Hier brauchen Sie nur einmal den Begriff „Praxisausstattung Physiotherapie“ zu googeln und schon haben Sie gut und gern 500.000 Treffer. Die kann man natürlich nicht alle durchgehen. Deswegen ist es sinnvoll, zusätzlich die

wichtigen und seriösen Anbieter im Physiotherapiemarkt herauszufinden. Dabei helfen Ihnen zunächst die Anzeigen in den Fachzeitschriften wie etwa der „physiopraxis“ weiter. Dort inserieren fast alle großen und auf Physiotherapiepraxen spezialisierten Lieferanten



NUTZEN SIE MEHRERE INFORMATIONSKANÄLE, UM DEN PASSENDEN ANBIETER ZU FINDEN

für Praxisausstattungen. Besorgen Sie sich auch Informationen bei den Physiotherapieverbänden. Jetzt haben Sie eine gute Übersicht von Anbietern und können mit dem Einholen von Angeboten beginnen.

Schicken Sie Ihre Einkaufslisten an alle infrage kommenden Lieferanten. Bitten Sie einfach darum, gemäß Ihrer Aufstellung ein Angebot zu erstellen. Per E-Mail geht das bei den seriösen Anbietern heutzutage problemlos. Bitten Sie auch gleichzeitig um Zusendung eines Katalogs, damit Sie die angebotenen Produkte nachschlagen und detailliertere Informationen bekommen kön-

nen, wenn Sie diese für die Bewertung der Angebote benötigen.

Wichtig ist dieses Vorgehen auch im Vorfeld einer Messe wie zum Beispiel der „MEDICA“ oder der „therapie Leipzig“. Sie haben nicht nur den Vorteil, dass Sie meistens den Messeeintritt von interessierten Herstellern bezahlt bekommen, sondern Sie können vor allen Dingen Ihre Zeit auf der Messe sinnvoll und fokussiert nutzen. Wenn Sie sich bei den Lieferanten in der Angebotsphase befinden, bekommen Sie in der Regel einen Termin auf der Messe, der für Sie passt. Der zuständige Mitarbeiter des Lieferanten plant dann genügend Zeit für Sie ein und Sie können in Ruhe über das Angebot verhandeln. Außerdem können Sie die meisten Produkte live auf der Messe in Augenschein nehmen.

Wo gibt's am meisten fürs Geld?

„Ich bin doch nicht blöd!“, „Geiz ist geil!“ – so oder ähnlich schallt es uns täglich aus TV und Radio entgegen. Appelliert wird an das Preisempfinden und das Erzielen eines möglichst optimalen Preis-Leistungs-Verhältnisses, wenn man etwas kauft. Dabei gilt: „Teuer ist nicht immer gut“ und „Billig ist nicht immer schlecht“. Kann aber sein!

Genauso verwirrend steht der Gründer oftmals vor der Fülle von Angeboten, die nach einer wie oben beschriebenen Ausschreibung auf den Schreibtisch flattern oder das E-Mail-Postfach fluten. Da hilft nur vergleichen und Referenzen einholen. Lassen Sie sich von den Lieferanten Adressen von anderen Praxen geben, die diese kürzlich ausgestattet haben, und rufen Sie dort einfach an – oder besser noch: Machen Sie einen Termin und fahren Sie einfach hin. Erstens erfahren Sie Interessantes über den Anbieter und dessen Rabattpolitik und außerdem können Sie von dem Kollegen sicherlich einige Tipps bekommen, die Ihnen bei Ihrer eigenen Gründung weiterhelfen werden.

Sie sollten für sich eine kleine Matrix erstellen (→ **Tabelle S. 16**), mit der Sie die einzelnen Lieferanten beurteilen

BEISPIEL FÜR EINE MATRIX ZUR LIEFERANTEN-BEWERTUNG

Lieferant	Funktionalität	Qualität	Preisniveau	Servicequalität	Bemerkungen
Firma A	sehr gut	hoch	mittel	schlecht	Lieferschwierigkeiten bis zum Herbst
Firma B	sehr gut	hoch	hoch	sehr gut	Von B. empfohlen
Firma C	gut	mittel	niedrig	gut	Schnelle Lieferung durch Referenz bestätigt

können. Dabei listen Sie die Lieferanten untereinander auf und vergleichen sie anhand der Kriterien Funktionalität, Qualität, Preis und Servicequalität.

Im Mittelpunkt Ihrer Auswahl sollte als Erstes die Qualität und Funktionalität der Investitionsgüter für Ihr therapeutisches Arbeiten stehen. Denn die

QUALITÄT UND FUNKTIONALITÄT SIND AM WICHTIGSTEN, DANN KOMMT DER PREIS.

Therapie für Ihre Patienten muss top sein. Wenn diese Punkte geklärt sind, sollte der Preis eine Rolle bei der Auswahl des Lieferanten spielen. Es gibt

viele Anbieter, die eine hohe Qualität und Funktionalität liefern. Erstaunlich ist es, welche deutlichen Unterschiede in den Preisen vergleichbarer Angebote liegen können.

Überlegen Sie aber auch, welche Einrichtungsgegenstände Sie unbedingt neu kaufen sollten und welche ruhig gebraucht oder generalüberholt sein dürfen. Es gibt Bereiche, die geradezu dafür prädestiniert sind, mit gebrauchten Dingen bestückt zu werden. Das betrifft alle Gegenstände und Ausstattungen, die nicht mit Patienten in Berührung kommen und nicht von den Patienten direkt als neu oder gebraucht beurteilt werden können. Dazu gehören vor allem die Büroausstattung, die Fangoöfen, Elektrotherapiegeräte und die KG-Geräte-Ausstattung. Hier können Sie erhebliche Kosten sparen, wenn Sie die Lieferanten gezielt nach Rückläufern aus Leasingverträgen oder nach eingetauschten und generalüberholten Geräten fragen.

Auch Praxisauflösungen sind eine interessante Bezugsquelle. Man kann dabei manchmal tolle Schnäppchen machen. Angebote in diesem Bereich finden Sie im Anzeigenteil von Fachzeitschriften wie der „physiopraxis“, im Internet und gelegentlich auch bei den Geschäftsstellen der Verbände.

Wie viel Rabatt steckt drin?

„Der gute Kaufmann hat's kapiert, Rabatt ist immer kalkuliert.“ So erklärte es mir mein erster Chef in den Neunzigerjahren immer, wenn wir etwas Größeres für mehrere Tausend Mark

einkauften. Das gilt auch heute noch. Gehen Sie einfach davon aus, dass die Lieferanten in ihren ersten Angeboten einiges an Rabatt einkalkuliert haben. Damit verschaffen sie sich einen Verhandlungsspielraum, wenn Sie als Käufer auf einen Rabatt pochen und noch weitere Anbieter im Rennen sind.

Oftmals macht es für einen hohen Rabatt Sinn, einen großen Teil der Praxisausstattung bei dem gleichen Anbieter zu bestellen. Der kann dann aufgrund des Umsatzvolumens, das er mit Ihnen erzielt, anders kalkulieren und

NEBEN DEM PREIS ZÄHLT AUCH IHR PERSÖNLICHER EINDRUCK VON FREUNDLICHKEIT UND SERVICE.

deutlich höhere Rabatte geben. Ebenfalls kann es für eine Lieferanten günstiger sein, noch etwas „draufzulegen“, anstatt den Gesamtpreis zu reduzieren: Er kann den Rabatt über seine Herstellungskosten kalkulieren und Sie verhandeln dann über einen sogenannten „Naturalrabatt“. Der günstigste Zeitpunkt dafür ist kurz vor der Auftragserteilung.

Eine weitere Möglichkeit, Preisvorteile zu erzielen, besteht dann, wenn ein Design- oder Produktlinienwechsel bei den Herstellern stattfindet. Die alten Bestände müssen dann schnell abgebaut werden, was sich in höheren Rabatten widerspiegelt. Das Schöne daran ist, dass die Funktionalität und Qualität bei Design- und Produktlinienwechseln meistens gleich bleibt. Eine gute Gelegenheit, solche Rabatte zu erhalten, besteht oft im zeitlichen Umfeld von Messen, wo die neuen Designs und Modelle vorgestellt werden.

Rabattverhandlungen machen zwar Arbeit, lohnen sich aber!



Auf einer Messe ist es ebenfalls möglich, Ausstellungsstücke wie Therapieliegen, Trainingsgeräte oder Elektrotherapiegeräte mit einem erheblichen Rabatt zu erhalten. Der letzte Messetag ist hierzu oft sehr gut geeignet.

Für wen soll ich mich entscheiden?

„Es ist besser, unvollkommene Entscheidungen durchzuführen, als ständig nach vollkommenen Entscheidungen zu suchen, die es niemals geben wird.“ Das sagte schon der französische Staatspräsident Charles de Gaulle. Es ist darum wichtig, bis zum Entscheidungszeitpunkt ordentlich verhandelt zu haben und die Angebote von maximal drei bis vier Anbietern je Investitionsbereich in die engere Auswahl einzubeziehen. Die Funktionalität und Qualität sollte bereits positiv geklärt sein und

keine große Rolle mehr spielen. Sie sollten jetzt nicht nur den Preis berücksichtigen, sondern auch den persönlichen Eindruck von Freundlichkeit und Servicestärke des Anbieters. Schließlich entsteht eine hoffentlich langjährige, positive Geschäftsbeziehung zu ihm. Diese ist meistens viel mehr wert als der eine oder andere gesparte Euro.

Fazit

Wie Sie sehen, bedeuten das Einholen von Angeboten und die Vorbereitung von Rabattverhandlungen viel Arbeit. Ich versichere Ihnen jedoch, dass sich dieser Aufwand für Sie lohnen wird. Bei einem Investitionsvolumen von vielen Tausend Euro lässt sich durch das beschriebene Vorgehen meistens viel Geld einsparen. Was es dazu braucht, ist eine gute Vorbereitung, etwas Zeiteinsatz und eine gehörige Portion Mut. Verhandeln Sie aus-

dauernd und selbstbewusst mit den infrage kommenden Lieferanten.

Wie sagte vor vielen Jahren mein erster Chef zu mir: „Schneller als im Einkauf kannst Du im geschäftlichen Bereich kein Geld verdienen!“ Er hatte Recht. In diesem Sinne wünscht Ihnen der Autor viel Erfolg bei Ihren Preis- und Rabattverhandlungen!



Ralf Jentzen ist Inhaber der auf Physiotherapiepraxen spezialisierten Unternehmensberatung Coactiv Consulting in Alsdorf bei Aachen und betreut seit vielen Jahren Physiotherapeuten bei

der Gründung ihrer eigenen Praxis. Er ist zugelassener Berater im Gründungscoaching Deutschland der KfW sowie seit vielen Jahren Gutachter und Mentor im Gründungswettbewerb der IHK Aachen für Unternehmen der Gesundheitsbranche.