

Tierarzt als Unternehmer



INVESTITIONEN, DIE SICH LOHNEN?

Etwas anders als bei Futtermitteln und Medikamenten erfolgt die Preisgestaltung vor dem Hintergrund von echten Investitionsentscheidungen – zum Beispiel im Bereich der Diagnostik.

INVESTITION AM BEISPIEL RÖNTGENGERÄT

Betreiben Sie selbst eine Laborstraße oder möchten Sie Geräte zur Röntgendiagnostik anschaffen, gilt die Regel, dass Sie Investitionskosten – egal ob beim Leasing oder beim Kauf – über die Zeit der Nutzung des Geräts in der Ordination zurückverdienen müssen. Während Sie beim Leasing eine monatliche Leasingrate an die Leasinggesellschaft bezahlen, die in der Regel sofort als Betriebsausgabe steuerlich geltend zu machen ist, berappen Sie die Investitionskosten auch im Falle der Fremdfinanzierung beim Kauf sofort. Während es also steuerliche Gestaltungsvarianten gibt, empfehlen wir in jedem Fall, bei wesentlichen Investitionen mehrere Leasingangebote einzuholen.

Durch das Leasing wird die Finanzierung aber nur gestreckt, was den Vorteil schafft, dass Sie die Leasingraten bereits mit laufend zufließendem Geld aus der Ordination begleichen können. Billiger wird's in der Regel nicht – oft aber leichter finanzierbar. Egal ob Leasing oder Kauf: Vergleichen Sie deshalb auch immer die gesamten Investitionskosten.

Wir empfehlen, die Preise so zu gestalten, dass idealtypisch die Investitionskosten auf Basis einer entsprechenden Preisgestaltung schon nach der Hälfte der geplanten Zeit in die Ordination zurückfließen, um auch einen Puffer für zukünftige wirtschaftliche oder technische Entwicklungen zu haben. Gleiches gilt bei der Leasingrate: Es gilt, die Leasingrate über die Tätigkeit am Gerät zu verdienen. Beachten Sie, dass ein Röntgengerät aber nicht nur Investitionskosten verursacht, sondern auch laufende Betriebskosten mit sich bringt: vom Röntgenfilm über die Versicherung bis zur Geräterwartung. Dieser variable Anteil ist natürlich beim digitalen Röntgen entsprechend geringer als beim Analogröntgen.

INVESTITIONSENTSCHEIDUNG

Ob eine Investition zum Beispiel in ein digitales Röntgengerät konkret für Sie sinnvoll ist, muss jeweils im Einzelfall – am besten anhand einer Investitionsrechnung auf Basis konkreter Finanzierungsangebote – geprüft werden. Dabei gilt es, viele entscheidungsrelevante Faktoren – allen voran die geplanten Einsatzmöglichkeiten – zu berücksichtigen:

- Brauchen Sie das Röntgengerät auch unterwegs?
- Mit wie vielen Anwendungen rechnen Sie pro Arbeitswoche?
- Welche Zusatzleistung bietet Ihnen mein Kunden?
- Wie kann ich meinen Ordinations-Workflow am besten gestalten?

- Gibt es Alternativen, beispielsweise eine Kooperation mit anderen Tierärzten?
- Wie viel ist der Kunde bereit, für die Leistung zu bezahlen?

Die Antworten darauf werden von Ihrem Kundenkreis, dem Standort und Ihrer Praxisausrichtung abhängig sein. Dass jede Tierarztpraxis mit aller Technik ausgestattet sein muss, kann sicherlich nicht Zielsetzung sein und wird auch vom Tierbesitzer meiner Erfahrung nach nicht gefordert. Umgekehrt kann aber die richtige Investition eine Zusatzleistung ermöglichen, mit der Sie mit Ihrer Ordination punkten können.

INVESTITIONSRECHNUNG (VEREINFACHT UND OHNE STEUERN)

Vor allem in größeren Praxen werden Sie natürlich weitere Überlegungen, vor allem zur Berücksichtigung der Personalkosten und der optimalen innerbetrieblichen Organisation, anstellen. Eine Investitionsrechnung kann aber schematisch vereinfacht ohne Berücksichtigung einer Steuerwirkung wie folgt in einem ersten Schritt überlegt werden:

Ausgangspunkt: Investitionssumme	EUR 20.000
/ Deckungsbeitrag pro Röntgenbild (Nettoverkaufspreis abzgl. laufende Kosten)	EUR 20
= Break-even bei 20.000/20	1.000 Bilder
Annahme: Investition soll in 5 Jahren verdient werden (5 Jahre x 44 Wochen)	220 Arbeitswochen

Nunmehr stellt sich die Frage, in welcher Zeit Sie in Ihrer Ordination 1.000 Röntgenbilder für Ihre Kunden erstellen. Brauchen Sie das Röntgengerät also zumindest fünfmal pro Woche und können Sie Ihren Kunden diesen Preis verrechnen, zahlt sich die Investition aus ($1.000/220 = 4,54$).

FAZIT: Tierärztliche Umsatzplanung ist auf dem Papier komplex, weil Ihre Leistung einen starken Dienstleistungscharakter aufweist, aber auch Aspekte der Handels- und Investitionstätigkeit berücksichtigt werden müssen. Generell gilt, dass eine Planung umso solider ist, je genauere Vorstellungen Sie von Ihrer Tätigkeit haben und je stimmiger Sie Ihre Ordinationsstrategie ausrichten und in Überlegungen integrieren: Brauche ich zum Beispiel fünf Röntgenbilder pro Woche zur Planerreicherung – welche begleitenden Werbemaßnahmen können gesetzt werden, um das auch zu erreichen, wenn es nicht schon von selbst läuft? Praxiserfolg ist also nicht NUR Planung. Die erfolgreiche Vermarktung Ihrer Ordination bleibt daher im Vordergrund. Solide Planung ist aber Grundlage für jede Finanzierung und nimmt essenzielle Eckpunkte aus einem klassischen 4-P-Marketingmix vorweg: Produkt und Preis. Nutzen Sie Ihren Gestaltungsspielraum!

*Herzlichst
Ihr PRAXISmanager*

MAG. WERNER FRÜHWIRTH

ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer aus St. Pölten und hat sich als Unternehmensberater auf den Berufsstand der Tierärzte spezialisiert. Er begleitet nun als PRAXISmanager die Initiativen der Österreichischen Tierärztekammer.