



Das Apotheken-Exposé – kein Hexenwerk, aber auch nicht banal

Diese Informationen gehören in ein professionelles und seriöses Verkaufsangebot

Im ersten Quartal 2023 wurden in Deutschland 146 Apotheken geschlossen. Dem standen im gleichen Zeitraum lediglich 17 Neueröffnungen gegenüber. Der Bestand an Pharmazie hat sich dadurch erneut verringert – auf 17.939. Das geht aus den Statistiken der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände (ABDA) hervor. Die ABDA führt diese Entwicklung unter anderem darauf zurück, dass immer mehr Apothekeninhaberinnen und -inhaber aufgeben, weil sie Personalprobleme haben und keine Nachfolgerinnen und Nachfolger zur Übernahme des Betriebes finden.

Trotz dieser eher ernüchternden Zahlen ist im Markt nach wie vor eine Dynamik zu erkennen, wenn es um den Verkauf oder den Kauf von Apotheken geht. Möglicherweise liegt es daran, dass die Apothekerinnen und Apotheker, die aktuell das Geschäft meistern, relativ alt sind. Nach

ABDA-Zahlen lag das Durchschnittsalter von leitenden Pharmazeuten bei 53,5 Jahren. Das heißt, viele werden sich in den nächsten Jahren damit beschäftigen, wie es mit ihrem Lebenswerk in Zukunft weitergeht.

Verkaufschancen nicht leichtfertig vergeben

Dennoch: Der Markt ist vor allem für die Verkäufer sehr schwierig geworden. Jeder Fehler, der im Verkaufsprozess gemacht wird, rächt sich schnell. Die wenigen Chancen, Kaufinteressierte zu finden, sollten nicht leichtfertig – etwa durch eine ungenügende Vorbereitung – vertan werden.

Eines der wichtigsten Dokumente für Verkäufer und für Käufer ist das Apotheken-Exposé. Es stellt den ersten Berührungspunkt zwischen den beiden Seiten dar.

Hier ist größte Sorgfalt gefragt. Doch was unterscheidet ein erfolgsversprechendes Exposé von einem, das eher den potenziellen Käufer enttäuscht?

Um diese Frage zu beantworten, hilft es, sich einmal in die Gedankenwelt des Käufers zu versetzen. Was erwartet dieser? Er erwartet Antworten, aussagekräftige, kompakte und nachvollziehbare Antworten. Er will detaillierte Informationen über die Apotheke, ihre Lage, ihr Inventar, die Kosten und natürlich die Erträge. Doch das ist längst nicht alles. Schauen wir uns die Punkte, die ein Exposé zu einer aussagekräftigen Entscheidungsgrundlage machen, einmal im Detail an.

Warum überhaupt?

Beginnen wir mit der Apotheke als solche und der Frage, warum sie überhaupt abgegeben werden soll und zu welchem

INFO

Kontakt:

s.s.p. Die Apothekenvermittler
 Kohlenmarkt 2
 90762 Fürth
 Telefon: 0911 8012850
 apothekenvermittler@
 ssp-online.de
 www.ssp-apothekenvermittler.de

Zeitpunkt. Der Grund der Abgabe ist für den potentiellen Käufer eine wichtige Information. Außerdem gehört das Gründungsjahr und gegebenenfalls das Übernahmejahr durch den abgebenden Apotheker in das Exposé. Wie ist der Zustand der Apotheke, wann hat es die letzte Renovierung gegeben? Idealerweise bietet es sich an, in diesem Zusammenhang auch die Investitionssumme zu beziffern. Hilfreich ist eine Darstellung der aktuellen Öffnungszeiten, damit sich der potenzielle Käufer ein Bild über den Geschäftsbetrieb machen kann. Dazu gehören auch die Notdienstregelungen sowie die Lieferdienste. Sollte es einen Schwerpunkt geben, den die Apotheke hat, sollte dies ebenfalls vermerkt werden. Bedeutsam sind zudem zeitliche Angaben zur letzten Revision einschließlich des Ergebnisses und die letzte Prüfung des Qualitätsmanagementsystems. Ganz wichtig sind Zahlen zum Kundenverkehr. Handelt es sich hauptsächlich um Stammkunden oder macht Laufkundschaft den Großteil aus? Wie viele Kunden suchen die Apotheke täglich auf?

Das erste Bild ist gezeichnet

Mit diesen Informationen kann sich der Kaufinteressierte schon mal ein erstes Bild machen. Für eine Kaufentscheidung reicht das aber noch lange nicht. Der potenzielle Käufer will verständlicherweise noch mehr Details über die Apotheke wissen. Wie lange läuft der Mietvertrag? Ist das Objekt im privaten Eigentum? Ist eventuell ein Kauf des Objektes möglich? Steht es unter Denkmalschutz? Wel-

che Räume gibt es mit welchen Größen? Und ganz wichtig: Wie ist die Apotheke ausgestattet? Hier spielen beispielsweise Merkmale wie Klimaanlage, Anzahl der Bedien- und Kassenplätze oder der Fahrzeugbestand eine Rolle. Natürlich auch die EDV- sowie die Telematikinfrastruktur einschließlich des jeweiligen Alters. Nicht weniger bedeutsam ist es für den Käufer, mit welchem Großhandel die Apotheke zusammenarbeitet und zu welchen Konditionen. Grundlegende Angaben über die ergriffenen Marketingmaßnahmen – existiert etwa eine Kundenkarte, gibt es eine Website oder Kooperationen mit lokalen Medien – runden das Bild weiter ab. Apropos Bild – auch hier gilt der alte Spruch, dass ein Bild mehr als tausend Worte sagt. Wer sein Exposé mit professionellen Fotos bereichert, gewinnt ganz sicher beim Käufer Pluspunkte.

Jetzt geht es ins Detail

Nach diesem eher allgemeinen Teil geht es in einem guten Exposé noch mehr in die Tiefe. Zum Beispiel beim Personal. Wer arbeitet in der Apotheke? Voll- oder Teilzeit? Welches Alter und welche Qualifikationen haben die Mitarbeiter? Wie lange sind sie an Bord und wie hoch sind die jeweiligen Personalkosten? Zahlen sind für eine Kaufentscheidung die wichtigste Basis. Aus diesem Grund erwartet der Interessent eine kurze Übersicht über die betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA). Erste Kennzahlen zu Umsatzerlösen, Wareneinsatz, Kosten und Betriebsergebnisse sind ein Muss. Im Idealfall auch eine grobe Übersicht über die Umsatzzusammensetzung. Sollte es Sonderumsätze geben, wie etwa Heim- oder Krankenhausbelieferungen, sind das ebenfalls Fakten, die in ein Exposé gehören.





► Entscheidenden Anteil am Erfolg einer Apotheke hat der Standort und die dortige Infrastruktur. Wie viele Einwohner hat die Stadt? Liegt die Apotheke in der Innenstadt oder eher am Ortsrand, vielleicht sogar auf dem Land? Welche Geschäfte und Einrichtungen befinden sich im nahen Umfeld. Gibt es Parkplätze für Kunden und ist die Apotheke mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar? All das sind Faktoren, die eine Kaufentscheidung unmittelbar beeinflussen können. Ebenso wie die Konkurrenzsituation. Welche Apotheken gibt es sonst noch vor Ort?

Standort und Lage sind entscheidend
 Ganz wesentlich ist die Situation der Ärzte in der näheren Umgebung? Welche Praxen gibt es? Wer sind die Hauptverordner? Hier bietet es sich an, möglichst detailliert schon Daten zu Rezeptanzahl und zum Bruttoumsatz je Verordner anzugeben. Wer weiterführende Angaben über den Rezeptumsatz in den zurückliegenden Monaten macht, sammelt beim Kaufinteressierten sicher weitere Punkte, da dieser sich einen guten Überblick über den stabilen Geschäftsverlauf machen kann. Und wenn diese Übersicht noch durch eine betriebswirtschaftliche Auswertung, die die letzten drei Jahre vergleicht, ergänzt wird, ergibt sich ein rundes Bild.

Der Blick in die Zukunft
 Die Krönung eines aussagekräftigen und professionellen Exposés ist ein Blick in die Zukunft. Dahinter verbergen sich verschiedene Modellrechnungen, die dem potenziellen Käufer – ausgehend von dem gewünschten Kaufpreis und der durchschnittlichen Betriebsergeb-

nisse der letzten drei Jahre – die mögliche geschäftliche Entwicklung realistisch und durch fundiertes Zahlenmaterial belegt aufzeigen. Berücksichtigt werden dabei alle relevanten betriebswirtschaftlichen Faktoren – unter anderem Abschreibungen, Darlehenszinsen, Tilgungen oder Kontokorrentdarlehen. Im Ergebnis erhält der kaufinteressierte Apotheker die Ermittlung des vorläufigen Ergebnisses nach der Übernahme „seiner“ Apotheke einschließlich einer ausführlichen Liquiditätsermittlung.

Es lohnt sich
 Fazit: Ein seriöses und vor allem aussagekräftiges Apotheken-Exposé ist kein Hexenwerk, aber auch keine banale Sache. In den meisten Fällen entscheidet dieses Dokument, ob es zu ernsthaften Verhandlungen zwischen dem abgebenden Apotheker und dem Interessenten kommt. Wer diese Chance – salopp formuliert – „versemmelt“, hat schon verloren. Mein Tipp: Holen Sie sich Unterstützung von erfahrenen Apothekenvermittlern. Es lohnt sich!

„ Die Krönung eines aussagekräftigen und professionellen Exposés ist ein Blick in die Zukunft. „ Bernd Schubert



Bernd Schubert
 Gesellschafter-Geschäftsführer
 s.s.p. Die Apothekenvermittler