

CICERO – DAS MAGAZIN DER TOP-ENTSCHEIDER



Cicero ist Deutschlands großes meinungsbildendes Magazin für politische Kultur. Cicero setzt Themen, regt zur politischen Debatte an, will Meinungen hinterfragen und diskutieren. Als monatliches Magazin setzt sich Cicero vom gehetzten Alltag des Nachrichtenjournalismus ab, leuchtet die Sachverhalte genauer aus und geht den Dingen auf den Grund. Geschichten und Analysen werden mit leidenschaftlichem Engagement recherchiert und bereiten so ein Leseerlebnis, das über die reine Auseinandersetzung mit Daten und Fakten hinausgeht.

Als Magazin der Elite bietet Cicero so mehr denn je herausragende Chancen, Marken zu inszenieren und seine Leser zu aktivieren. Die Allensbacher Werbeträgeranalyse (AWA) beweist: Cicero ist die Lektüre von Top-Entscheidern in Wirtschaft und Politik und dadurch ein unverzichtbares Kommunikationsmedium.



Artikel von Rainer Hank über die emotionalen Beweggründe bei der Wahlentscheidung zu wirtschaftlichen Themen auf cicero.de am 7. September 2021

Per Klick zum Arzt

Der Radiologe **Ilias Tsimopoulos** will die Digitalisierung des Gesundheitswesens vorantreiben – als Deutschland-Chef des französischen Softwareanbieters Doctolib.

VON **SUSANNE DONNER**

In seine Vorstellung würde er jetzt in einem Kissen sitzen mit einem Kaffee in der Hand und die Aufnahmen von Knie- und Handröntgen auswertet, sagt Ilias Tsimopoulos. „Das war der Plan, ich bin kein Taktik-, ich bin Arzt.“ Aber es kam anders. Der Radiologe wurde 2018 Deutschland-Chef des Health-Dienstleisters Doctolib. Das französische Unternehmen bezeichnet sich als Marktführer bei Online-Terminbuchungssystemen für Arztpraxen in Deutschland. Ein Markt, der bis vor kurzem noch ein Einhorn war. In Frankreich sind die Doctolib-Dienste für Patienten und Praxen schon deutlich weiter verbreitet.

Für Tsimopoulos kam der Wandel vom Arzt zum E-Health-Manager nicht ohne Nachdenken aus. „Die Radiologie ist über 100 Jahre alt, das Gesundheitskräfte viel Aufwand in Weiterbildung investieren müssen. Was dies schrecklich organisiert, bleibt mehr Zeit für die Patienten. Die Abfälle öffnen zu prüfen, reize die Zerstörer anbieten für die Unternehmensberatung Robert Berger und Boston Consulting. Schließlich klappte Doctolib bei ihm an.

„Das Produkt ist wie ‚Book a table‘ für Patienten“, sagt Tsimopoulos. So wie man per Handy-App einen Tisch im Restaurant reservieren kann, kommt man zum Arzttermin. „Ich das die große Revolution im Gesundheitswesen“ ist er zunächst kritisch. „Doch die Vision der französischen Doctolib-Manager habe ich überzogen. Die Terminbuchung durch und durch zu digitalisieren, bedeutet am Ende aber doch einen fundamentalen Wandel im Gesundheitswesen.

Ein digitaler Terminbuchungskalender, das klingt zwar nicht unbedingt nach einer großen technologischen Herausforderung. Die eigentliche Leistung ist aber, die Prozesse in dem Prozess korrekt und klar abzubilden. Entschieden sei etwa der Bereich: Kommt jemand zur Blutabnahme, ist die entsprechende Zeit viel kürzer als bei einer Ultraschall- und Tasteruntersuchung des Bauches. Was werden nicht alle Patienten sofort zum Schlagwort richtig vorwenden, die in der Software als Buchungszeit festgelegt sind. „Etwa 30 Prozent der Patienten können bequem selbst online buchen“, sagt Tsimopoulos. Die anderen werden aussortiert. Für sie sei die Leistung dann über drei. Das im Umgang mit der Software geschulte Personal können das Richtige dann in Sekunden eintragen.

14 000 bis 17 000 ARZTE nutzen das System derzeit in Deutschland, sagt Tsimopoulos. „Wir sind immer noch ganz am Anfang.“ Das liegt auch daran, dass das Unternehmen sein Produkt nur mit „viel, viel, viel Doctolib“ an die Kunden bringen kann. In Deutschland beschäftigt Doctolib inzwischen 500 Mitarbeiter, die überwiegend in Marketing tätig seien. 2018, als Tsimopoulos kam, seien es 60 gewesen.

Wie gut das 2013 gegründete Unternehmen mit dem Produkt überfordert ist, ist von außen schwer zu beurteilen. Umster legt es nicht offen. Das Kalender-Abonnement kostet 129 Euro je Praxis im Monat. Ungeachtet wurde das 28-Millionen-Euro Jahresumsatz von der deutschen Ärzteschaft bestritten.

Doctolib lässt keinen in der Vergangenheit eigenen Angaben zufolge Investitionen in Höhe von 200 Millionen Euro einwerben. 2019 zahlte es zu den sogenannten Einberatern, James Start-ups die bereits vor ihrem Börsengang mehr als eine Milliarde Euro wert sind. Mit einem Schah-reicht Tsimopoulos, schied in Deutschland das elektronische Rezept eingeführt ist. Im Dezember soll es so weit sein. Dann können auch die Videoprechstunden, die die Software bereits beinhaltet, einen Mehrwert bieten. „Jemand, der chronisch krank ist und nur eine Nachgefragte braucht, kann gut digital vorgefragt werden“, so Tsimopoulos. Man wolle jedoch keinesfalls den Arzt durch einen verdrängen Doktor ersetzen. „Das wäre nicht mein Unternehmern.“

Sich online mit dem Arzt über die eigenen Krankheiten zu unterhalten, kann allerdings Ängste schüren. Länder die Informationen über die eigene HIV-Infektion womöglich in andere Hände?

Tsimopoulos betont, die Zulassung für die Videoprechstunden durch die Bundesärztekammer und die Bundesärztekammer, die Doctolib 2020 im Zuge der Corona-Pandemie in rekordzeitigen neun Tagen erhielt, umfasse eine Prüfung der Datensicherheit, Bild- und Tonqualität, wie oft auf dem Patienten und der Ärzteschaft vertrieben. Gespräche werden nicht aufgezeichnet.

Zweifel am Umgang des Unternehmens mit Daten waren allerdings im Sommer last geworden. Doctolib hat Nutzerdaten an Facebook und eine Werbeplattform weitergegeben, einschließlich des Voreinzugsnummern, obwohl dies über die Nutzungsbedingungen klar gewesen wäre. Das Unternehmen hat die Kooperationen eigenen Angaben zufolge verweigert.

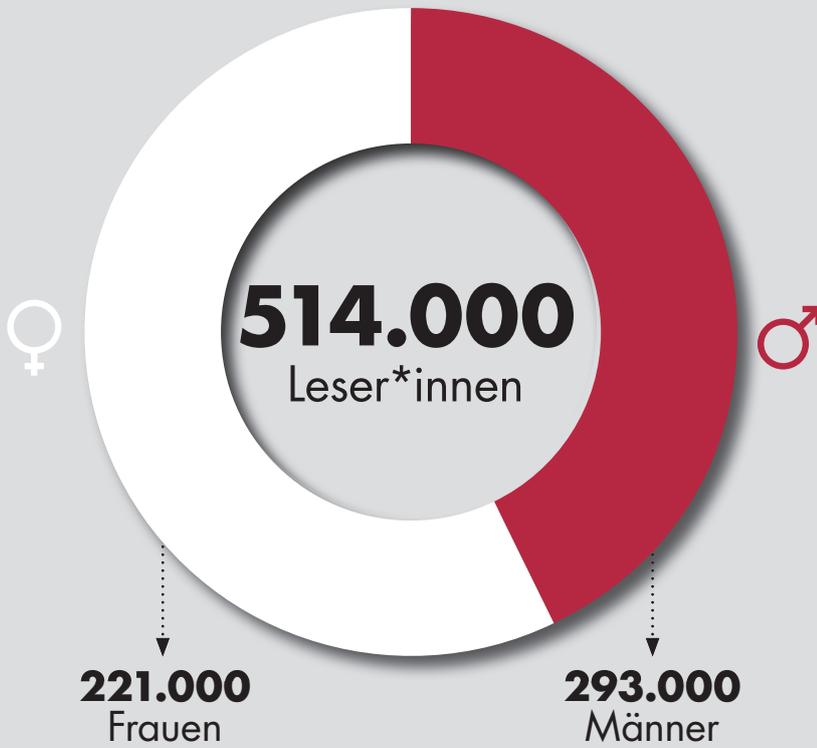
SUSANNE DONNER ist freie Journalistin aus Berlin.

Porträt über Ilias Tsimopoulos und wie er mit Doctolib die Digitalisierung des Gesundheitswesens vorantreiben will (Cicero 11/2021)

AWA REICHWEITE

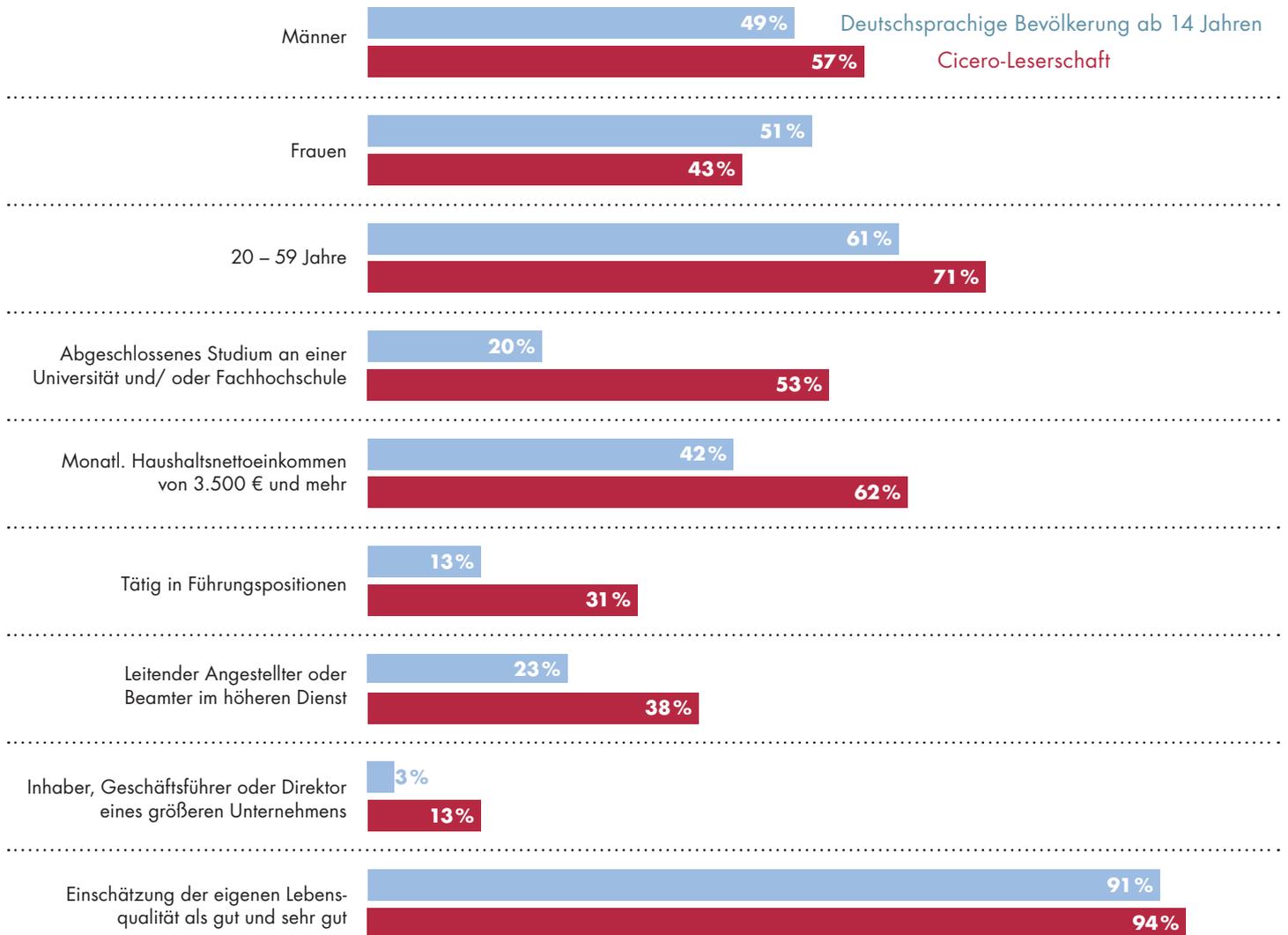
Cicero

MAGAZIN FÜR POLITISCHE KULTUR

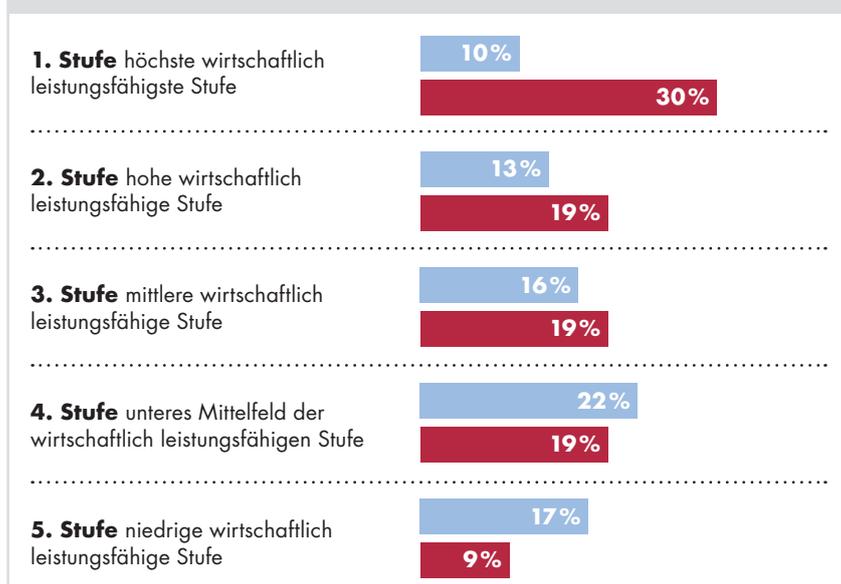


KEY FACTS

Im Folgenden der prozentuale Vergleich der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mit der Aufteilung der Cicero-Leserschaft



Gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Status nach Stufen



SOZIODEMOGRAFISCHE MERKMALE: BERUF, BESITZ, ANLAGE

1 Beruf des Befragten Cicero Leserschaft, die drei größten Berufsgruppen, Indexwert

Inhaber, Geschäftsführer eines größeren Unternehmens, Direktor, Freier Beruf

394

Leitende Angestellte oder Beamte des höheren oder gehobenen Dienstes

296

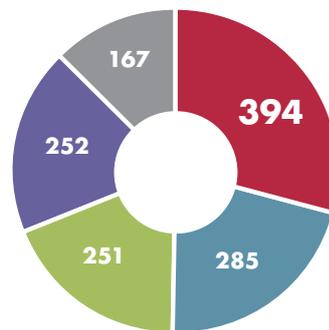
Nichtleitende Angestellte oder Beamte des mittleren oder einfachen Dienstes

73

100 = Index

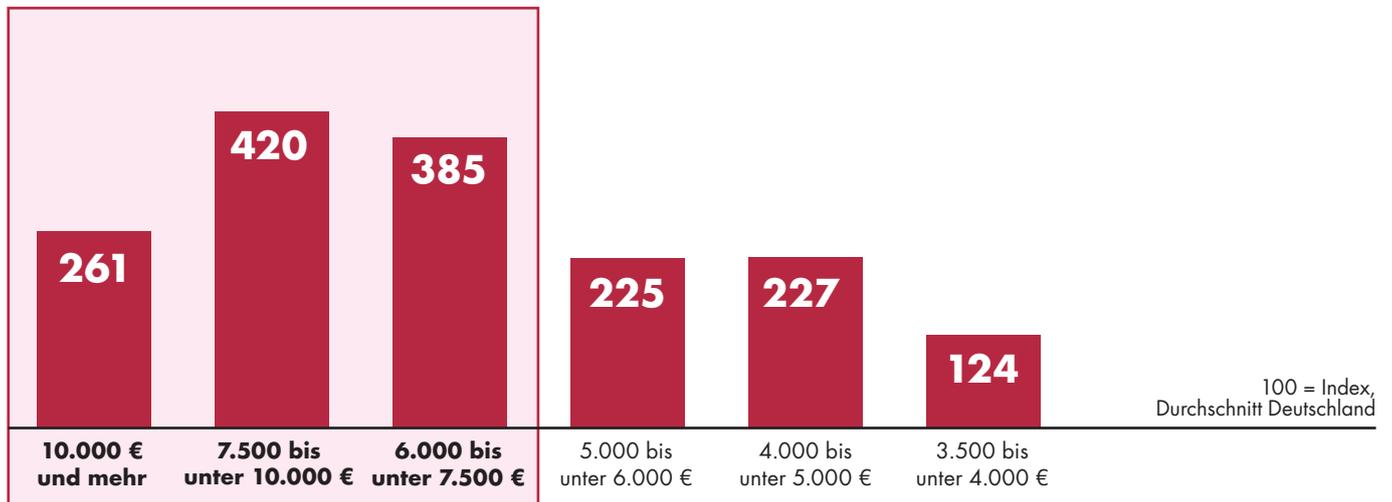
Leserschaft im Vergleich

Inhaber, Geschäftsführer eines größeren Unternehmens, Direktor, freier Beruf, Werte indexiert



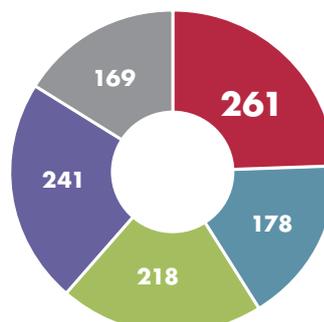
- Cicero
- Die Zeit
- Der Spiegel
- Focus
- Stern

2 Nettoeinkommen des Hauptverdieners Cicero Leserschaft, Indexwert



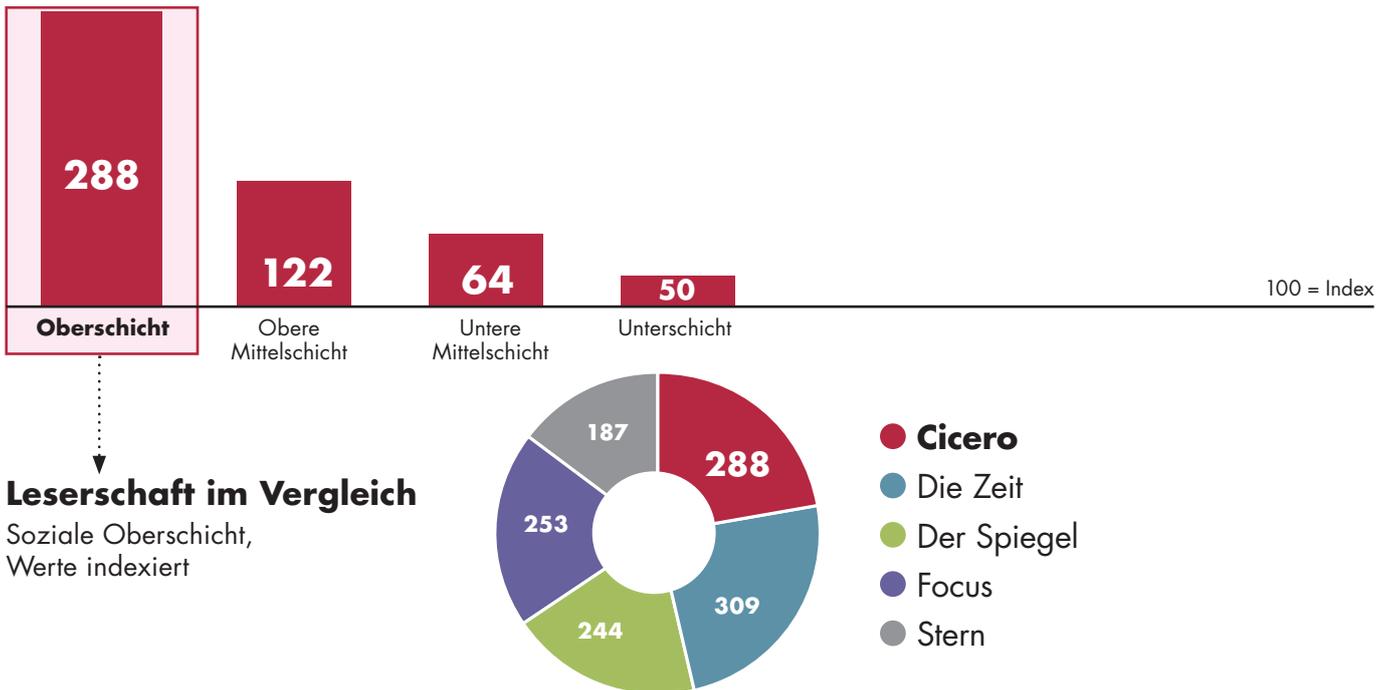
Leserschaft im Vergleich

Nettoeinkommen des Hauptverdieners 10.000 € und mehr, Werte indexiert

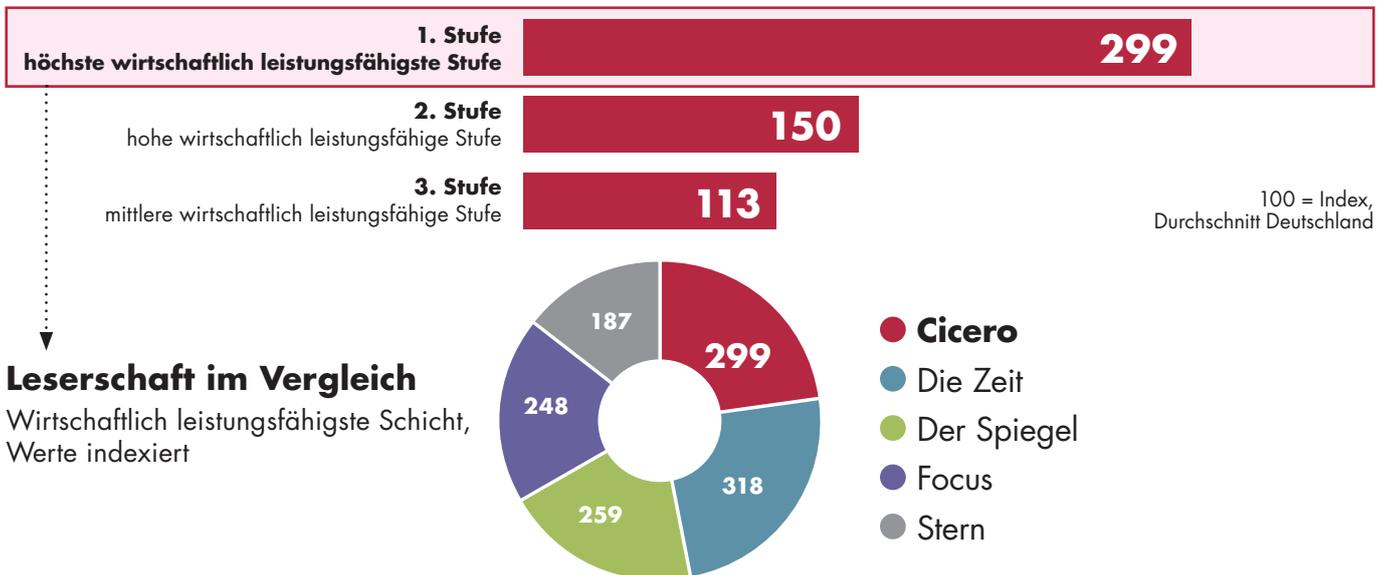


- Cicero
- Die Zeit
- Der Spiegel
- Focus
- Stern

3 Soziale Schicht Cicero Leserschaft, Indexwert



4 Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status Cicero Leserschaft (vgl. Seite 3), Indexwerte



Martin Stedler
Verlagsleiter
Fasanenstr. 7-8
10623 Berlin
Deutschland
Tel: +49 (0)30 981 941-140
Fax: +49 (0)30 981 941-199
stedler@respublicaverlag.com
cicero.de
monopol-magazin.de
respublicaverlag.com

RES·PUBLICA
Cicero | **MONOPOL**