

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 China und Frankreichs 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 heute noch ein Einhorn ist. 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 Jahre auf, das Gesundheitskräfte viel Aufwand in Newsgroups und in einem kleinen, aber dies schick organisiert, bliebe mehr Zeit für die Patienten. Die Abfälle öffnet es zu prüfen, reize ich. Zuerst arbeitete er für die Unternehmensberatung Roland Berger und Boston Consulting. Schließlich kletterte Doctolib hoch 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

Heranforderung. Die eigentliche Leistung ist aber, die Prozesse in dem Prozess korrekt und klar abzubilden. Entschieden sei über die Bewertung. Kommt jemand zur Blutabnahme, ist die entsprechende Zeit viel kürzer als bei einer Ultraschall- und Tumoruntersuchung des Bauches. Was werden nicht alle Patienten sofort zum Schlagwort richtig vorwenden, die in der Software als Bonuspunkt festgelegt sind. „Zwei bis 30 Prozent der Patienten können bequem selbst online buchen“, sagt Tsimopoulos. Die anderen werden aufrufen. Für sie sei die Leistung dann über drei. Das im Umgang mit der Software geschulte Personal könne 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, viel, viel“ 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 von außen schwer zu beurteilen. Umsozwei 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.

Doctolibs Erfolg konnte es der Vergewaltigung eigenen Angaben zufolge Investitionen in Höhe von 200 Millionen Euro einwerben. 2019 zählte es zu den sogenannten Einhornen, jungen Start-ups, die

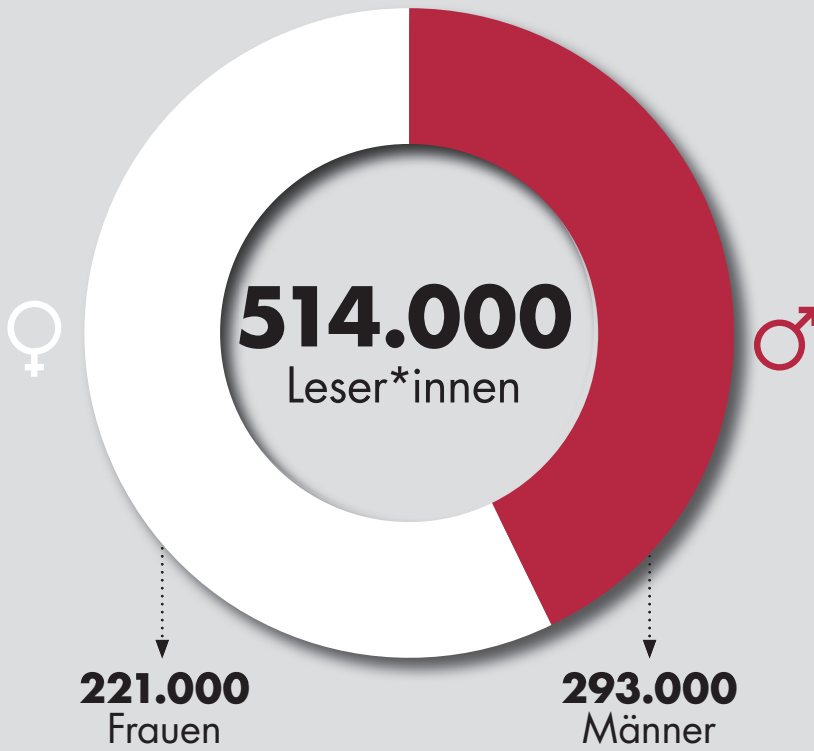
SUSANNE DONNER ist freie Journalistin aus Berlin.

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

AWA REICHWEITE

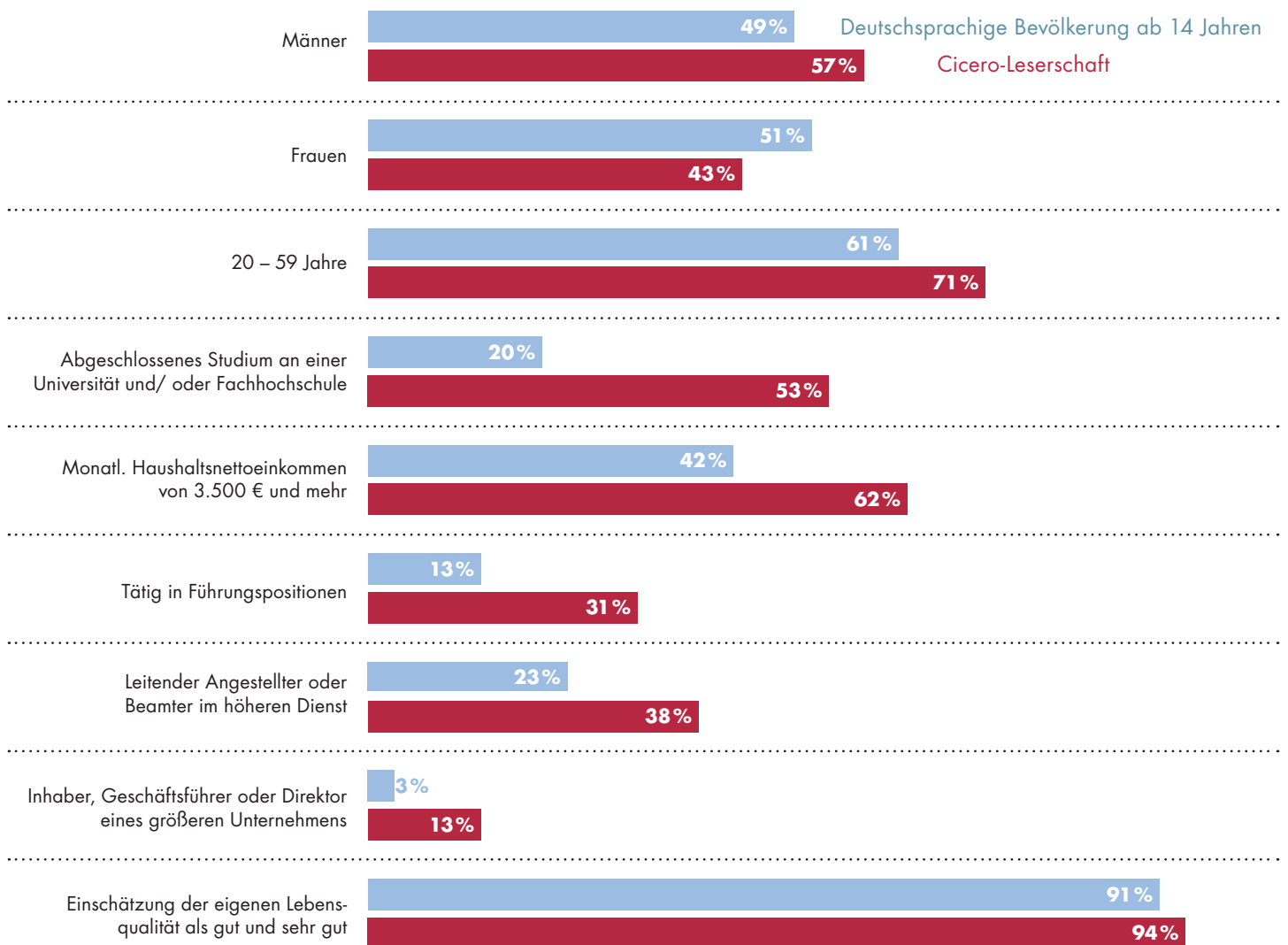
Cicero

MAGAZIN FÜR POLITISCHE KULTUR

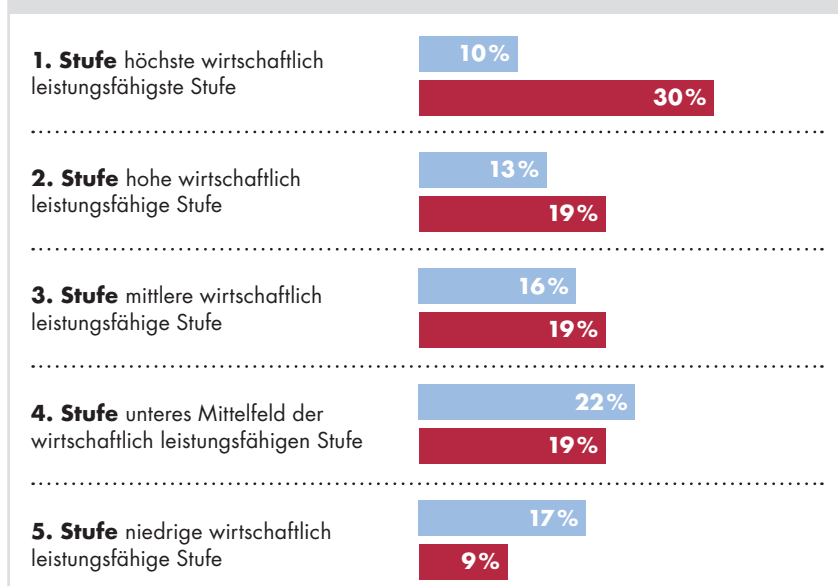


KEY FACTS

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

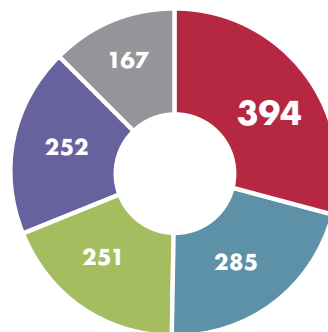
Nichtleitende Angestellte oder Beamte des mittleren oder einfachen Dienstes

73

100 = Index

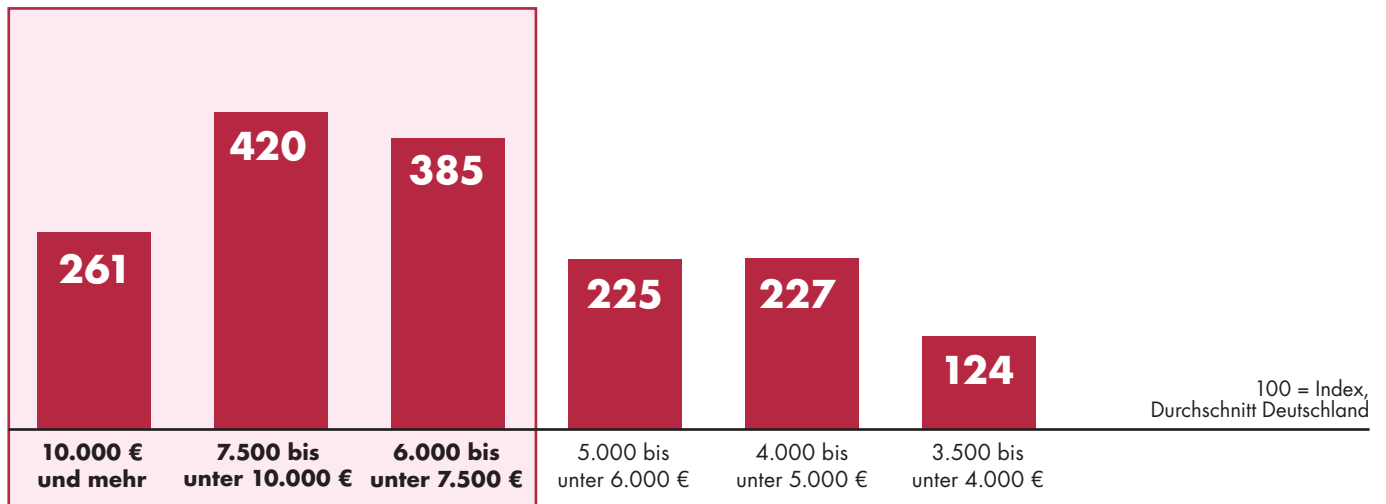
Leserschaft im Vergleich

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



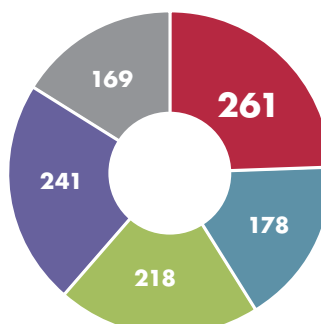
- Cicero
- Die Zeit
- Der Spiegel
- Focus
- Stern

2 Nettoeinkommen des Hauptverdieners Cicero Leserschaft, Indexwert



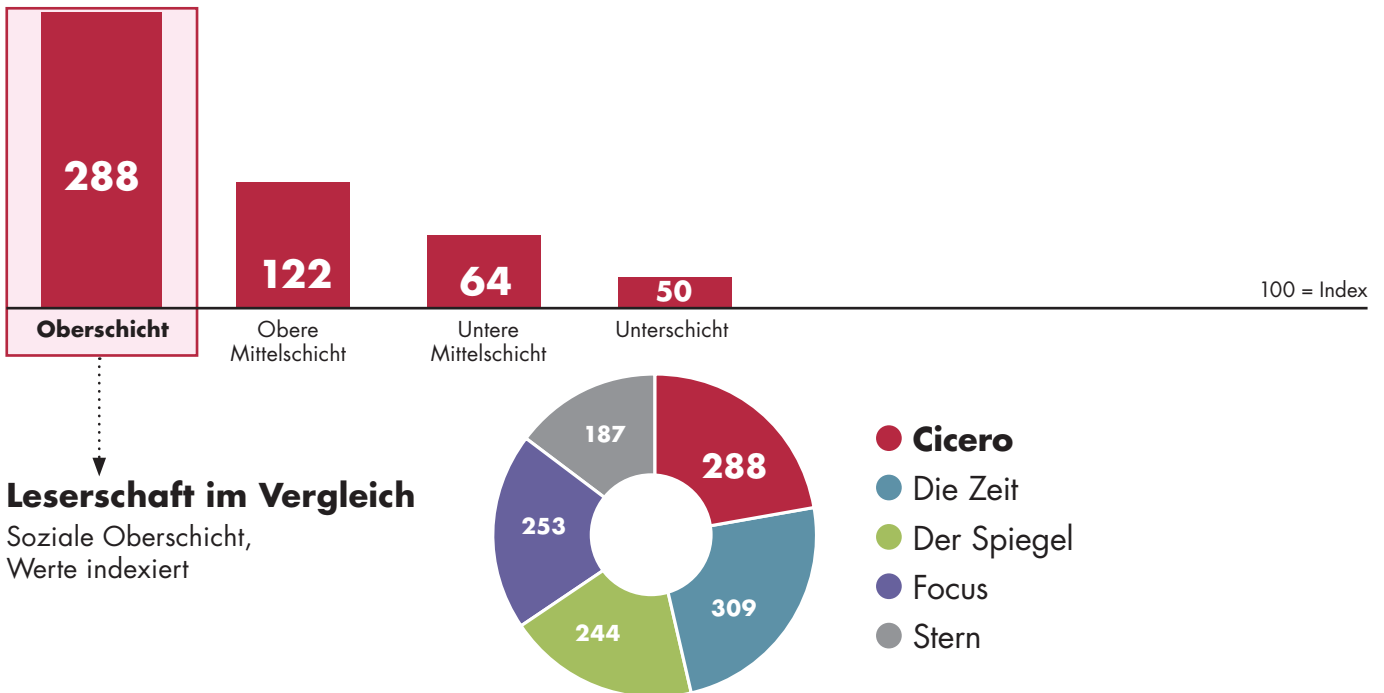
Leserschaft im Vergleich

Nettoeinkommen des Hauptverdieners 10.000 € und mehr, Werte indexiert

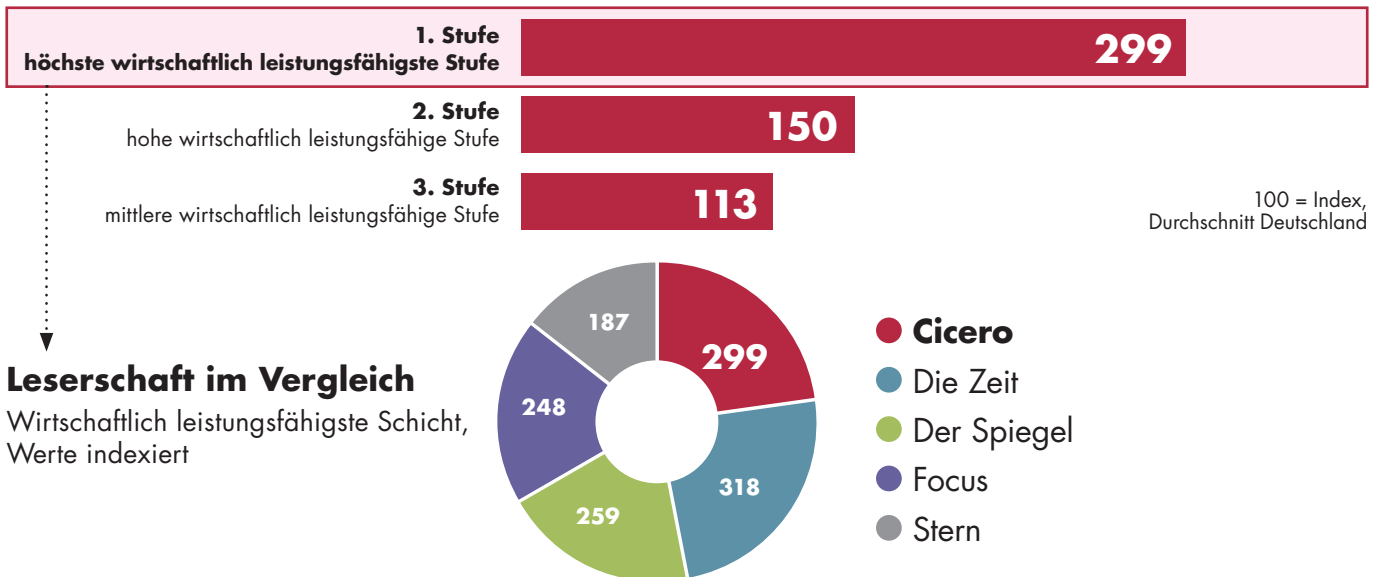


- Cicero
- Die Zeit
- Der Spiegel
- Focus
- Stern

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**