



Unternehmensprofil TV-Wartezimmer

Daten, Zahlen & Fakten

2003

Unternehmensgründung im Herbst von Markus Spamer, Geschäftsführer der TV-Wartezimmer GmbH & Co. KG, in Freising.

2004

Die ersten TV-Wartezimmer-Installationen in Arztpraxen erfolgen im Februar

2005

Der Personalbestand umfasst im Januar 5 feste Mitarbeiter
Im März erfolgt der Umzug in neue, 500 qm umfassende Firmenräume in Freising mit jetzt 7 Mitarbeitern, das 1.000ste TV-Wartezimmer geht auf Sendung

2006

Gründung des Tochterunternehmens ScreenNetworking GmbH, um bundesweit einen hohen Qualitätsstandard bei Installationen und technischen Serviceleistungen sicherstellen zu können. Das 2.000ste TV-Wartezimmer wird installiert - auch dank der mittlerweile schon 14 Mitarbeiter

2007

Gründung der TV-Wartezimmer GmbH, Schweiz, mit Sitz in Baar (Kanton Zug)

2008

50% Beteiligung an der interactiveSystems GmbH, Berlin, spezialisiert auf medizinische Lehr- und Informationsfilme in ausgezeichneter Qualität

2010

Umzug in die heutige, über 1.000 qm große Firmenzentrale in der Raiffeisenstraße in Freising - die Anzahl der festen Mitarbeiter hat sich in den letzten drei Jahren verdoppelt

2011

Mit mittlerweile über 5.100 installierten Systemen in Arztpraxen ist TV-Wartezimmer Europas Marktführer in der audiovisuellen Patientenkommunikation bei einem 2009 erzielten Umsatz von rund 7,5 Millionen Euro. In der Firmenzentrale in Freising vor den Toren Münchens arbeiten 40 feste Mitarbeiter, hinzu kommen rund 100 freie Vertriebs-, Technik- und Fotopartner.

2012

Das 6.000ste TV-Wartezimmer wird installiert. Der erzielte Umsatz 2011 liegt bei rund 10 Millionen Euro. Kooperationen mit zahlreichen Berufs- und Fachverbänden, Kammern sowie Ärztenetzen werden geschlossen. TV-Wartezimmer wird vom TÜV zertifiziert. Eine neue iPad-App erweitert das Serviceangebot von TV-Wartezimmer.

2013

Die Unternehmensgruppe kann 2012 einen Umsatz von rund 11,5 Millionen Euro erzielen. BLZK, BVDD, DDS und DGSP senden ihre Verbandsnachrichten in eigens dafür produzierten Programmfenstern auf TV-Wartezimmer. Als neue Kooperationspartner werden auf Fachverbandsebene beispielsweise der BNFI und die DGFF Lipid-Liga e. V., aus dem Bereich der Ärztenetze zum Beispiel das medNet Borken und das Ärztenetz Spessart gewonnen.

Die Gruppe der bereits bestehenden Medienpartner – ZDF enterprises, WELT, Rheinische Post online, Hamburger Abendblatt sowie Klambt- und Ehapa-Verlag – wird ergänzt durch Gruner + Jahr. Im Oktober entsteht bei TV-Wartezimmer die neue Abteilung Media Sales & Promotions, die nun für den professionellen Auf- und Ausbau der aktiven Vermarktung zuständig ist.

2014

Die Unternehmensgruppe kann nach 10jährigem Bestehen 2013 einen Umsatz von rund 13 Millionen Euro erzielen und erreicht mittlerweile bereits etwa 5 Millionen Zuschauer monatlich. Hinzu kommen weitere 1,2 Millionen Zuschauer in Österreich, nachdem TV-Wartezimmer Ende 2013 den österreichischen Anbieter „Vita TV“ übernommen hat.

TV-Wartezimmer Gesellschaft
für moderne Kommunikation
MSM GmbH & Co. KG

Raiffeisenstraße 31
D-85356 Freising
Tel. +49(0)81 61 - 4909-0
Fax +49(0)81 61 - 4909-330
info@tv-wartezimmer.de
www.tv-wartezimmer.de

Kommanditgesellschaft Sitz München
Reg.-Ger. München, HRA 84468

Persönlich haftende Gesellschafterin:
Markus Spamer Medienbeteiligungs
GmbH, Sitz München
Reg.-Ger. München, HRB 153024

Geschäftsführer: Markus Spamer

Steuer Nummer: 115/178/52009
Int.-Steuer-Ident: DE238375674

Bankverbindungen:

Deutsche Apotheker- und Ärztebank
IBAN: DE96300606010008278156
BIC: DAAEDEDXXX

Sparkasse Freising
IBAN: DE79700510030014701890
BIC: BYLADEM1FSI

Raiffeisenverband Salzburg
IBAN: AT613500000016032732
BIC: RVSAAT2S

TV-Wartezimmer ... gesundes Fernsehen!



Der Erfolg von TV-Wartezimmer basiert auf drei Pfeilern:

Qualität, Service, Sicherheit

TV-Wartezimmer ist ein industrieunabhängiges Dienstleistungsunternehmen für die hochwertige Kommunikation und Patientenerstansprache im medizinischen Wartezimmer. Die Kernkompetenzen des Unternehmens liegen in der Konzipierung, Installation und dem Betrieb der hochwertigen Kommunikationsplattform.

Ein solidarisches Gesundheitssystem für alle ist auf Dauer nur dann zu erhalten, wenn es gelingt, mehr Eigenverantwortung in breiten Bevölkerungsschichten zu verankern und ein Paradigmenwechsel stattfindet: Weg vom (im Wesentlichen) Krankheits- hin zum Gesundheitsmanagement! Grundbedingung dafür ist seriöse Information für Patienten. Der Patient sucht, ja verlangt heute auch mehr Information, Beratung und Orientierung. Mediziner sind immer stärker gefordert. Sie stehen unter „Zugzwang“, der patienteneigenen, ungefilterten „Google-Diagnose“ ein eigenes, seriöses Informationsangebot entgegenzustellen. Hier setzt TV-Wartezimmer an.

Mit patientengerechten, medizinisch geprüften und vielfach zertifizierten Informationsfilmen, eingebettet in ein aufmerksamkeitsstarkes Rahmenprogramm, bereitet TV-Wartezimmer das Arzt-Patienten-Gespräch in einer modernen Praxis optimal vor – und minimiert gleichzeitig den Aufwand für Arzt und Praxisteam für den Betrieb auf null bei gleichzeitig maximalem inhaltlichen Einfluss.

Das TV-Wartezimmer Dienstleistungspaket umfasst nicht nur die komplette multimediale, digitale Technik, dessen Installation sowie den reibungslosen, vollautomatisierten Betrieb, sondern auch die Erstellung und Einspeisung hochwertiger Selbstdarstellungen der Praxis, des Teams und vor allem des praxisindividuellen Leistungsangebotes. Der Arzt behält maßgeblichen Einfluss auf das Programm in seinem Wartezimmer. Daher adressiert TV-Wartezimmer besonders Kunden, die Präventions- und Vorsorgeangebote, aber auch privatärztliche Leistungen seriös, industriefrei und professionell kommunizieren wollen.

Der Patient wird informiert über die Praxis, das Team und besondere, praxisindividuelle Leistungs- und Vorsorgeangebote. Preisgekrönte Tier- und Naturfilme, tagesaktuelle Nachrichten, Wettermeldungen, Ernährungs- und Wellness-Tipps verkürzen die „gefühlte Wartezeit“ und sorgen für die gewollte Aufmerksamkeit, gerade auch für die praxisspezifischen Inhalte. Obgleich TV-Wartezimmer nicht für die Werbeindustrie konzipiert wurde, sondern vorrangig für die Kommunikation zwischen Arzt und Patient, bietet TV-Wartezimmer jeweils einigen ausgewählten Werbepartnern auch eine hochwertige Plattform mit der Möglichkeit, standort- und zielgruppenspezifisch zu werben.

Mit TV-Wartezimmer wird dem Werbetreibenden erstmals eine maximale räumliche und zeitliche Flexibilität geboten, so dass sich das Medium jeder Kampagne anpasst und nicht umgekehrt. Dabei ist der Werbeanteil pro Schleife auf maximal 15% freiwillig begrenzt, Produktinformationen werden ausschließlich als Einzelspots gezeigt und vorab auf Standort- und Zielgruppenkonvergenz geprüft. Interessant für Mediaplaner ist die hohe Kontaktzahl von TV-Wartezimmer mit über fünf Millionen Patienten pro Monat.

Zu den potentiellen Standortpartnern und Kunden zählen alle Betreiber von medizinischen Wartezimmern, neben niedergelassenen Ärzten aus den Bereichen Human- und Dentalmedizin also auch Veterinäre, Homöopathen, Physiotherapeuten ebenso wie Kliniken, Krankenhäuser und Arzthäuser. Also überall dort, wo Menschen auf eigene Behandlung, Behandlung von Angehörigen oder Behandlung ihrer Tiere warten, ist TV-Wartezimmer gefragt.

Entscheidend für den Erfolg sind auch die Partner, mit denen TV-Wartezimmer lange Jahre und meist exklusiv zusammenarbeitet: Bei der Programmgestaltung sind das Der Deutsche Olympische Sportbund, Marco Polo Film mit preisgekrönten Tier- und Naturfilmen, die Heinz Sielmann Stiftung, die Mediengruppe Klambt mit ihrem OK!-Magazin, der Ehapa-Verlag mit Donald Duck & Co., die SOS-Kinderdörfer, die DRF Luftrettung, DIE WELT, Hamburger Abendblatt und Rheinische Post.

Weitere Kooperationen bestehen mit BLZK (Bayerische Landeszahnärztekammer), LAGH (Landesarbeitsgemeinschaft Jugendzahnpflege in Hessen), BVDD (Berufsverband der Deutschen Dermatologen), DGFF (Lipid-Liga) e.V. (Deutsche Gesellschaft zur Bekämpfung von Fettstoffwechselstörungen und ihren Folgeerkrankungen), DGSP (Deutsche Gesellschaft für Sportmedizin und Prävention - Deutscher Sportärztebund e.V.), BNFI (Berufsverband niedergelassener fachärztlich tätiger Internisten e.V.), BVOU (Berufsverband der Fachärzte für Orthopädie und Unfallchirurgie e. V.), DDS (Deutsche Diabetes Stiftung), DFV (Deutscher Facharztverband), Europäische Akademie für Proliferationstherapie (EAPro e.V.), FORUM Reisen und Medizin sowie zahlreichen Arztnetzen.

TV-Wartezimmer ... gesundes Fernsehen!