

Eine neuartige Serviceplattform für Ärzte und Apotheker

Interview mit Michael Jeinsen,
Geschäftsführer der kommunikate GmbH und Mitinitiator von DenPhaMed.de

Einige Zielgruppenmakler im Bereich der Heilberufler haben sich zusammengetan und eine neuartige Serviceplattform entwickelt. Auf DenPhaMed.de soll Ärzten und Apothekern bei der Erledigung berufsbegleitender Aufgaben geholfen werden. Erst danach soll die Sprache auf den notwendigen Versicherungsschutz kommen.

Herr Jeinsen, Sie haben sich seit langem auf den Risikoschutz von Apotheken spezialisiert und ein Buch geschrieben. Bleibt Zielgruppenspezialisierung in der Versicherungsvermittlung für Sie die Patentreue?

Eine von zweien: Entweder man ist Generalist und Kümmerer vor Ort für Versicherungsthemen oder aber Spezialist mit tiefem Wissen in klar definierten Bereichen. Vermeintlichen Alleskönnern glaubt heute eh keiner mehr.

Nun kennen Sie nicht mehr nur den Risikobedarf Ihrer Zielgruppe sehr gut, sondern auch sonstige Nöte und Sorgen der Apotheker. Weitert sich für Sie die Versicherungsvermittlung immer mehr auf eine Unternehmensberatung aus?

Sagen wir lieber Zielgruppenberater – und sind wir das nicht immer schon? Wer sich tief mit seiner Zielgruppe beschäftigt, lernt die Menschen kennen. Versicherungen werden dann zu dem, was sie eigentlich sind: eine Produktlösung von mehreren. Bei Apotheken sind das eher diese: Bessere Alarmanlagen, mehr Datensicherheit, günstigere Einkaufskonditionen, Ideen für Bezugswege oder gute Handwerkeradressen. Dafür gibt es mehr Empfehlungen als für gute Klauselwerke.

Aus dieser Gemengelage heraus haben Sie nun eine Serviceplattform für Apotheker, Ärzte und Zahnärzte initiiert. Was ist die Idee dahinter?

Wir wissen, dass Heilberufler mit ihren Fragen im Internet unterwegs sind und wollten diesen Akquiseweg systematisieren, denn mit den einzelnen Ansätzen jedes Kollegen kamen viele gute Ideen zusammen. Wir haben dann das Wissen und die Kompetenz aller hochqualifizierten Partner zusammengeführt, mit denen wir schon heute kooperieren. Das allein ergab die wohl größte Zielgruppen-Servicethemen-Sammlung und zeigt, welche imposanten Kontakte sich für Makler anbieten.

Welche Themen wollen Sie abdecken? Welche Dienstleistungen finden Interessierte auf der Plattform?

Möglichst alle außerhalb der Kerngebiete unserer Heilberufler. Mindestens alle, die unser Netzwerk aus Fachanwälten, Standesrechtlern, Wirtschafts-, Steuer- und Gründungsberatern, QM- und IT-Experten, Praxiseinrichtern, Coaches, Headhuntern, Hygienesanierern bis hin zu Reparaturfirmen für Zahnarzt-

stühle heute schon bietet. Dann all das existiert ja, wir stellen unserer Zielgruppe die Themen lediglich im Verbund mit unseren Versicherungsthemen vor.

Sie haben sich mit einigen, ebenfalls spezialisierten Maklerbüros, zusammengetan, um bundesweit präsent zu sein. Was sind das für Kollegen und was bringen sie auf die Plattform?

Wir Kollegen wollen neue Akquisewege und suchen zielgruppengerechte Alleinstellungsmerkmale vor Ort. Deshalb ist DenPhaMed.de eine Art Zielgruppen-Wiki für Nebenaufgaben von Ärzten und Apothekern geworden. Auf der Plattform steht nur das, was mindestens einer von uns schon erfolgreich umgesetzt hat. Die Kollegen kommen aus allen Bereichen: Sach, Leben, Altersvorsorge, bAV, KV und biometrische Risiken, Finanz- und Honorarberatung. Mit Rebekka Sarnes,



Das Keyvisual der Plattform: 1.000 Dinge, an die Heilberufler denken müssen. Quelle: Susanne Schubert für DenPhaMed.de

Nicole Gerwert, Peter Grimm, Bernd Cicholas und Ralf Kellner haben wir ausgewiesene Gründungsberater dabei. Lars Christiansen ist der wohl profilierteste Experte für Kammerversorgung und BU-Schutz für Ärzte. Viele von uns kooperieren seit Jahren mit Ärzte- oder Apothekervereinen. Einige sind spezialisiert auf Fachthemen, andere auf einzelne Teilzielgruppen. So können wir uns je nach Thema die Bälle zuspielen oder uns gegenseitig unterstützen. Wir haben auch bereits einige Sonderklausel vereinbart und vier eigene Zielgruppen-Policen für Berufsunfähigkeit, Cyber, Lieferfahrten und NIR-Spektrometer im Angebot.

Erklären Sie uns doch kurz das Prinzip: Ein Arzt findet die Website DenPhaMed.de, weil er sich für ein bestimmtes Thema, z. B. Nachfolge oder Personalsuche, interessiert. Wie geht es weiter?

Bei echtem Interesse sendet er einen Fragebogen ab und wird daraufhin angerufen. Dann wissen wir: Arzt oder Apotheker samt Adresse sind real, Thema und Kundenerwartung sind bekannt, Kontakterlaubnis ist erteilt. All das geht samt der zur Lösung des Themas notwendigen Informationen an den orts nächsten Kollegen zur weiteren Bearbeitung.

Der Apotheker oder Arzt wandert also im besten Fall ins Portfolio eines beteiligten Versicherungsmaklers und dieser wird alleiniger Ansprechpartner – nicht nur in Versicherungsfragen?

Genau anders herum! Erst hilft der Kollege, das Kernthema des Anfragers zu lösen. Das ist fast nie eine Police, die kommt erst später. Nehmen wir Ihre letzte Frage: Die Fachleute in Ihrem Beispiel wären unser Team Praxisverkauf sowie ein spezialisierter Headhunter. Vor den Erstbesuch wird die Vorgehensweise untereinander vereinbart. Der Kollege sammelt lediglich die wichtigsten Fakten ein, damit die Experten ein Konzept oder ihren KVA erstellen können, ohne selbst rauszufahren. Startet das Projekt, fungiert der Kollege vor Ort als Koordinator. Der Arzt oder Apotheker lernt ihn dadurch kennen und schätzen und so kann er seine eigenen Themen auch einbringen: Wie es um die Nachhaftung steht oder ob ärgerliche Fluktuation nicht mit cleverer bAV

verhindert werden sollte. So wird dann der warme Kontakt zum neuen Mandat.

Woher hat der Makler das Know-how – und rechnet sich das für die Beteiligten?

Jeder, der an DenPhaMed mitgewirkt hat, ist für sich in seinem Bereich der Zielgruppe erfolgreich. Doch Netzwerken lebt vom Wissen übereinander. Infos jedoch ohne konkreten Anlass auszuteilen, wäre ein Dateigrab, wie Produktmanager und Maklerbetreuer wissen. Wir setzen darum auf „training on the Job“ und liefern alle Infos im Bündel. Das Know-how kommt von den Fachexperten, das sind Checklisten mit den nötigen Fragen und welche Unterlagen gebraucht werden. Es wird Online-Schulungen und Videos geben, damit der Experte virtuell im Termin dabei ist, gern auch per Telefonkonferenz. Welche Assekuranzthemen dazu passen, wissen die Kollegen selbst. Kommt eine zweite Anfrage, sind sie im Thema und werden das ganz sicher auch bei eigenen Kunden anbringen. Das wieder schafft Chancen für die Fachleute. So profitieren alle Beteiligten.

Wollen Sie weitere Makler für eine Kooperation gewinnen? Aus welchen Regionen und mit welchen Angeboten?

Wir sind offen für jeden, der etwas anbietet, was Dentisten, Pharmakologen oder Mediziner hilft. Auch Zielgruppen-Versteher sind ausdrücklich willkommen. Die dafür gegründete Medical-Network-Stiftung wählt alle neuen Partner aus und sorgt dafür, dass jeder schnell auf den nötigen Sachstand kommt. Diese Fachschulungen sind übrigens Pflicht, dafür sollen alle Kollegen aber auch Weiterbildungspunkte bekommen.

Vor dem Ausbau der Plattform steht aber erst noch die Frage, wie wird Ihr Portal im Internet überhaupt gefunden?

DenPhaMed.de ist so gestaltet, dass alle Kriterien der Suchmaschinen erfüllt werden. Dafür sorgt unser SEO- und IT-Partner, die smart-homepage-agentur.de. Im Monitoring werden die Keywords durch Onpage- und Back-Link-Analysen immer auf dem aktuellen Stand gehalten. Wir haben den Anspruch, allein durch Qualität, Aktualität, Professionalität, Themenbereite und -tiefe das Interesse der Nutzer immer jederzeit anzuziehen.

Und dann zum Schluss doch noch die Frage zu den weiteren Plänen. Wohin wollen Sie die Plattform entwickeln?

Ganz klar zum Service-Markführer in dieser Zielgruppe. Wir haben den Anspruch, die besten Dienstleister und Kollegen nach und nach dort zu versammeln. Aber wir unterstützen die Page auch in den sozialen Medien. Allein schon durch die vielen Kurzvideos, die ab Sommer 2019 auf unserem Youtube-Kanal erscheinen werden. Das übrigens sind dieselben, die auch im Erstgespräch zum Einsatz kommen, dort nur etwas gezielter aufbereitet. ■



Michael Jeinsen