

## CLIPPING - DOKUMENTATION

Horizont

18.01.2021

<https://www.horizont.net/medien/nachrichten/digitale-screens-in-arztpraxen-so-stabil-steuert-tv-wartezimmer-durch-die-corona-krise-188548>

DIGITALE SCREENS IN ARZTPRAXEN

### So stabil steuert TV-Wartezimmer durch die Corona-Krise

von Katrin Ansorge

Montag, 18. Januar 2021



Werbung, der Patienten vertrauen: Das Digital-Out-of-Home-Netzwerk TV-Wartezimmer schließt das Corona-Jahr 2020 mit dem besten Ergebnis der Firmengeschichte ab

Mit der Corona-Krise einher gehen mitunter recht skurrile Erfolgsmeldungen. Die Wachstumsstory von TV-Wartezimmer ist eine davon. Das Digital-Out-of-Home-Netzwerk, das mit mittlerweile fast 8000 installierten Systemen in deutschsprachigen Arztpraxen und Kliniken als europäischer Marktführer für die audiovisuelle Arzt-Patienten-Kommunikation im Wartebereich gilt, blickt auf das erfolgreichste Jahr in seiner über 17-jährigen Firmengeschichte zurück.

Dabei hat das Unternehmen mit Sitz in Freising vor allem im nationalen und überregionalen Bereich ein starkes Umsatzplus von 80 Prozent erzielt, und auch im von der Corona-Krise stark gebeutelten lokalen und regionalen Segment blieb TV-Wartezimmer über Vorjahresniveau. Insgesamt kletterten die Brutto-Mediaumsätze des Netzwerks, das mit seiner Mischung aus Filmen über Vorsorgemöglichkeiten und Therapieformen, Dokumentationen, Nachrichten aus Politik und Gesellschaft sowie Werbung und Unterhaltung im Durchschnitt mehr als sieben Millionen Patienten pro Monat erreicht, auf 3,2 Millionen Euro.

## CLIPPING - DOKUMENTATION



Neben der Zahl der Standorte hat auch das Neukundengeschäft mit einem Umsatzanteil von über 50 Prozent zugelegt. Dabei konnte TV-Wartezimmer Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie Pharma, Energieversorgung, Lebensmitteleinzelhandel, Medien und öffentlicher Sektor für das Medium Health-TV gewinnen.

Claudius von Soos, Leiter Media-Sales bei TV-Wartezimmer, führt den Erfolg auf eine immer offene und transparente Kommunikation mit den Kunden zurück: "Damit konnten wir unsere Positionierung als verlässlicher Partner bei der reichweitenstarken und zielgruppengenauen Verbreitung relevanter Markenbotschaften im Markt nochmals festigen." Zahlreiche Kooperationen mit Programmzulieferern wie der Tagesschau, Sky Sport News und Wetter.com sorgten zudem für Qualität im Programm und Brand Safety.

Dementsprechend euphorisch sind die Pläne für dieses Jahr. Vor allem im lokalen und regionalen Geschäft strebt das Unternehmen ein Wachstum von 100 Prozent an. Für die Kunden soll die Zusammenarbeit mit TV-Wartezimmer dabei so einfach wie möglich sein: Seit Anfang Dezember können Kampagnen auf dem gesamten in Deutschland verfügbaren Inventar programmatisch umgesetzt werden. *kan*