

Gesundheitsprodukte  
und -dienstleistungen  
entwickeln und vermarkten.

---



Crea Medic



# Wer, was und wo?

---



**CreaMedic –  
Dr. Frenkel**

Schnurrenbühl 15-17

D-72514 Inzigkofen-Engelswies

Telefon +49 (0)7575 / 92443-0

Telefax +49 (0)7575 / 92443-114

Mobil +49 (0)172 / 32 45 967

e-Mail: [dr.frenkel@creamedic.de](mailto:dr.frenkel@creamedic.de)

Internet: [www.creamedic.de](http://www.creamedic.de)

# Inhaltsverzeichnis

---

| Inhalt   | Seite |
|--|-------|
| Vor welcher Herausforderung stehen Sie?<br>Typische Anlässe, warum meine Kunden mich kontaktieren              | 4     |
| Meine Zielgruppen  | 5     |
| Was ich für Sie tun kann – Leistungen nach Maß   | 6     |
| So könnten wir Ihr Projekt durchführen   | 7     |
| Was finden Sie bei mir, das Sie bei anderen nicht finden?<br>Ein paar Sätze über mich und meine Qualifikation  | 8     |
| Meine Leistungen im Überblick  | 9     |
| Was brauchen Sie konkret?<br>Eine Auswahl meiner Beratungsmodule<br>– wie sie konzipiert sind – was sie kosten | 10    |
| Mein Werdegang – Mediziner,<br>Unternehmer und Berater zugleich  | 12    |
| Meine bisherigen Kunden  | 13    |
| Was kostet meine Leistung?   | 14    |
| Sieben gute Gründe, warum Sie mich ansprechen sollten  | 15    |
| So könnte unsere Zusammenarbeit beginnen   | 16    |

# Vor welcher Herausforderung stehen Sie?

---

## Typische Anlässe, warum meine Kunden mich kontaktieren:

„Herr Dr. Frenkel, wir brauchen einen Quantensprung, der uns wieder an die Spitze bringt!“

„Unsere Gesundheitsgeräte bringen mehr als nur Wohlbefinden – aber wie vermittele ich das meinen Kunden?“

„Als Verkäufer will ich wissen, wovon ich rede – und dies auch beweisen können!“

So beschreiben meine Kunden oft die Herausforderung, vor der sie stehen, wenn sie mit mir in Kontakt treten. Meist suchen sie dann Antworten auf Fragen, die mit dem Entwickeln und Vermarkten von Gesundheitsprodukten oder -dienstleistungen zusammenhängen. Sie können zum Beispiel lauten:

1. „Wir suchen ein neues Gesundheitsprodukt / eine neue Gesundheitsdienstleistung, die unsere Zukunft für einige Jahre sichert!“
2. „Wir haben viele Fallberichte von begeisterten Anwendern unserer Gesundheitsgeräte, aber wir können die Wirkungen nicht beweisen!“
3. „Unsere Produkte haben viele positive Wirkungen auf den Körper, aber uns fehlt ein schlüssiges, glaubwürdiges Konzept, mit dem wir dies dem Kunden vermitteln können!“
4. „Wir planen, unsere Geräte auf der MEDICA zu präsentieren. Wie bringen wir auch optisch sofort erkennbar rüber, was sie können und wie sie wirken?“
5. „Ich möchte bei meinen Kunden im Gespräch bleiben, ohne sie mit Werbung zu überfluten. Ich denke an einen Newsletter mit medizinischem Content und echtem Kundennutzen, aber wie soll ich rangehen?“
6. „Unser Außendienst fordert eine Bedienungsanleitung (einen Prospekt, ein Booklet), das die medizinischen Wirkungen unserer Produkte allgemein verständlich und glaubwürdig erläutert – am besten von einem Arzt verfasst!“
7. „Unsere Produktreihe ‚TheraPerl‘ soll nach dem Medizinproduktegesetz zertifiziert werden. Können Sie uns einen Wirksamkeitsnachweis liefern?“
8. „Die Darstellung unserer Gesundheitsprodukte auf der Website ist zu ‚lauwarm‘! Irgendetwas fehlt ... der Nutzen sollte ins Auge springen!“

**Stehen Sie vor einer ähnlichen Herausforderung?  
Wenn ja, dann sollten wir miteinander sprechen.**

# Meine Zielgruppen:

---

Gesundheitsprodukte und -dienstleistungen zu verkaufen, wird immer schwerer – unter anderem, weil viele Menschen zunehmend von den zahlreichen weniger seriösen Angeboten in allen Medien, speziell im Internet, verunsichert sind. Entsprechend kritisch prüfen sie die Angebote auf der Suche nach **glaubwürdigen, verlässlichen Aussagen und erkennbarer medizinischer Kompetenz**.

**Genau hier komme ich ins Spiel. Ich erleichtere meinen (Industrie-)Kunden das Verkaufen. Wie? Indem ich die noch ungenutzten Potentiale für die medizinische Argumentation identifiziere und voll ausschöpfe, so dass meine Kunden ihre Produkte überzeugend im Markt präsentieren können.**

Zu meinen Kunden zählen folgende Unternehmen:

- ➔ Hersteller und Vertriebe von Gesundheits- und Wellnessgeräten, Fußpflege, Beauty-/Kosmetikgeräten, medizinischen Sportgeräten, Kräutern/Präparaten sowie „gesundem Schlaf“
- ➔ Unternehmen aus der Sparte Medizintechnik
- ➔ Hersteller und Vertriebsfirmen mit dem Schwerpunkt Sanitätshausprodukte/Reha/Krankenpflege
- ➔ Sanitärprodukt Händler und -hersteller
- ➔ Anbieter von Gesundheitsberatung/-dienstleistungen

Bei meiner Arbeit geht es – auf einen kurzen Nenner gebracht – stets darum, den Handelspartnern oder Endkunden **eine Innovation argumentativ so zu präsentieren, dass sie für die Zielpersonen überzeugend ist** – unabhängig davon, ob es sich hierbei um

- ➔ ein Produkt,
- ➔ eine neue (medizinische) Positionierung oder
- ➔ eine bislang vernachlässigte medizinische Argumentation für ein bewährtes Produkt

handelt. Das **verschafft Ihnen einen deutlichen Vorsprung** vor dem Wettbewerb – und Zeit und Luft, die Zukunft strategisch zu planen.

# Was ich für Sie tun kann –

## Leistungen nach Maß

Kunden sagen zuweilen über mich: „Sie sind der **‘Berater mit den vier Hirnhälften’** – einer medizinischen, einer technischen, einer verkäuferischen und vor allem einer unternehmerischen!“ Entsprechend vielfältig sind die Aufgaben, die Kunden mir übertragen, denn:

- Als **Arzt** mit einem breiten, stets aktuell gehaltenen Wissen über mein Fach finde ich eine griffige medizinische Argumentation für Ihr Produkt, kenne die Chancen und Herausforderungen des Gesundheitsmarktes, spüre Innovationslücken auf und kann sie mit Ideen füllen.
- Als **Medizinprodukteberater** kann ich die Wirkaussagen für Ihr Produktprogramm über Literaturrecherche oder Studie absichern.
- Als „Spross“ eines **Familienunternehmens** weiß ich, wie diese ticken, was realisierbar ist und was nicht.
- Als **Inhaber eines Handelsunternehmens** vermarkte ich mit meinen Mitarbeitern seit Jahrzehnten unsere Produkte selbst. Daher kenne ich **die Vertriebskette Industrie → Großhandel → Einzelhandel**, also Fachgeschäfte, Versender und Direktvertriebe. Ich weiß, was die Vertriebsleute brauchen bzgl. Produkt, Argumentation und Unterstützung.
- Als **Inhaber eines produzierenden Unternehmens** mit einer hohen Fertigungstiefe (von der Entwicklung/ Konstruktion über den Werkzeugbau bis hin zur kompletten Kunststoffverarbeitung) kenne ich alle Facetten der Technik. Deshalb spreche ich die Sprache der Techniker und weiß auch, was machbar/bezahlbar ist.

Zudem habe ich über 400 Anmeldungen für Patente, Gebrauchsmuster etc. selbst formuliert und bis zur Erteilung durchgeföhchten. Mehr als die Hälfte davon habe ich selbst erfunden. Deshalb kann ich für Sie **passgenaue Ideen entwickeln**, die technisch realisierbar, finanzierbar und marktghngig sind.

**Nutzen Sie meine breite Erfahrung zum bewältigen der Herausforderungen, vor denen Ihr Unternehmen steht.**

# So könnten wir Ihr Projekt durchführen...



# Was finden Sie bei mir,

## das Sie bei anderen nicht finden?

### Ein paar Sätze über mich und meine Qualifikation

In unserem Familienunternehmen, das Gesundheitsprodukte fertigt – insbesondere Whirlbäder und Massagegeräte – habe ich über 20 Jahre ein Kreativteam unterschiedlichster Charaktere erfolgreich geleitet. Gemeinsam haben wir **60 Produkte erfunden, entwickelt und in den Markt gebracht**, was meinen Blick für eine frühe Beurteilung der Marktgängigkeit einer Idee schärfte.

Ich kann **Sachverhalte rasch und treffsicher auf den Punkt bringen** und schriftlich formulieren bzw. per Zeichnung visualisieren. Anhand weniger Andeutungen und Skizzen erfasse ich den kompletten Sachverhalt / die Zielrichtung eines Projektes. Ich bringe zudem die einzelnen Elemente in eine logische Reihenfolge und binnen weniger Minuten verständlich zu Papier.

Ich durchleuchte eine Aufgabenstellung **zugleich von der medizinischen, technischen und marktrelevanten Seite. Statt drei Spezialisten brauchen Sie deshalb nur einen.** Das spart Zeit, Abstimmungsaufwand und ..... **Nerven!** Denn Techniker, Vertriebler und Mediziner sprechen zumeist unterschiedliche Sprachen. Entsprechend schwer sind sie unter einen Hut zu bringen! Trotzdem gelingt mir dies im betrieblichen Alltag leicht – vor allem, weil sie mich aufgrund meiner breiten beruflichen Qualifikation und Erfahrung sofort als **Moderator** akzeptieren.

Auch beim **Vermarkten der (gemeinsam) entwickelten Produkte/Lösungen** unterstütze ich Sie – zum Beispiel, indem ich alleine oder mit Ihren Fachkräften die Contentstexte und indem ich daran mitarbeite, Ihre Produkte über die Medien oder mittels Messen und Vorträgen zu präsentieren. **Kurz: Von mir erhalten Sie die Unterstützung, die Sie beim Entwickeln und Vermarkten von Gesundheitsprodukten und -dienstleistungen brauchen, aus einer Hand.**

# Meine Leistungen im Überblick

---

## Analyse & Beratung

- Suche neuer Produkt-/Dienstleistungsideen oder:
- Entwicklung neuer medizinischer Produkte und Dienstleistungen aus der Vertriebspartnerschaft
- Medizinische Argumentation für Produkte und Dienstleistungen
- Wie positionieren wir unsere Vertriebspartnerschaft in Richtung medizinische Kompetenz?

## Qualifizierung & Training

- Medizinische Argumentation im Verkaufsgespräch
- Textung der medizinischen Teile von Prospekten/Bedienungsanleitungen
- Wie richte ich einen effizienten Gesundheits-Newsletter ein?

## Coaching & Umsetzungsbegleitung

- Wirksamkeitsnachweise für Ihre (Medizin-)Produkte
- Patentrecherche
- Pressearbeit
- Internetportal bzgl. medizinischem Content
- Planung von Messen und Events mit „medizinischem Touch“
- Medizinische Vorträge über Ihr Produkt
- Beantragung von Fördergeldern/Zuschüssen für Ihre Produktinnovationen

# Was brauchen Sie konkret?

---

## Eine Auswahl meiner Beratungsmodulen – wie sie konzipiert sind – was sie kosten

### Marktanalyse/ Ideensuche für neue Produkte/ Dienstleistungen

#### Ziel:

- ◆ Auffinden der Marktlücken für neue Produkte/Dienstleistungen
- ◆ Ideen für neue Geschäftsfelder
- ◆ Gezielte Innovationen mit Blick auf die Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kompetenzen Ihres Unternehmens

#### Vorgehensweise:

- ◆ Analyse Ihres Arbeitsfeldes
- ◆ Definition Ihrer besonderen Stärken
- ◆ Bewertung und Einordnung vorhandener Produktideen
- ◆ Brainstorming für neue Ideen
- ◆ Bewertung aller Ideen in der Zusammenschau
- ◆ Auswahl und Feinanalyse der drei wichtigsten Ideen
- ◆ Denkschrift über sämtliche Aspekte der Idee hinsichtlich medizinischer Argumentation, Vermarktbarkeit, Schützbarkeit und technischer Realisierbarkeit

#### Investition:

|   |                   |
|---|-------------------|
| 1 Analyse-/Beratungstag bei Ihnen vor Ort   | 1.500,00 €        |
| 2 Konzeptionstage                           | 2 x 800,00 €      |
| 1 Präsentations- und Kick-off-Tag bei Ihnen | <u>1.500,00 €</u> |
|   | <u>4.600,00 €</u> |

#### Für wen sind diese Module interessant?

Firmeninhaber / CEO's, Produktmanager, Marketingverantwortliche, Verkaufsleiter, Leiter der technischen Dokumentation (für die Med.-CE-Zertifizierung), Außendienstmitarbeiter im Verkauf, Standpersonal bei Messen, Werbetexter

# Was brauchen Sie konkret?

## Medizinische Argumentation für Produkte und Dienstleistungen

### Ziel:

- ◆ Glaubwürdige Vermittlung des medizinischen Nutzens Ihrer Produkte / Dienstleistungen
- ◆ Wissenschaftliche Abstützung der medizinischen Nutzenargumentation
- ◆ Schaffung von Vertrauen beim Kunden durch wachsende medizinische Positionierung und spürbare Vermittlung medizinischer Kompetenz Ihrer Marke

### Vorgehensweise:

- ◆ Analyse Ihres Produkts / Ihrer Dienstleistung
- ◆ Herausarbeiten seines Kernnutzens
- ◆ Herausarbeiten wichtiger Nebennutzen
- ◆ Formulierung von postulierten Nutzenargumenten
- ◆ Einfügen der postulierten Nutzen in ein griffiges, rundes Konzept

### Investition:

|   |                   |
|---|-------------------|
| 1 Analyse-/Beratungstag bei Ihnen vor Ort   | 1.500,00 €        |
| 1 Konzeptionstag                            | 800,00 €          |
| 1 Präsentations- und Kick-off-Tag bei Ihnen | 1.500,00 €        |
|   | <u>3.800,00 €</u> |

## Wirksamkeitsnachweise für Medizinprodukte

### Ziel:

- ◆ Absicherung der medizinischen Argumentation
- ◆ Nachweis der behaupteten Wirkung gemäß Medizinproduktegesetz

### Vorgehensweise:

- ◆ Zusammenstellen der Nutzenargumente für das Produkt
- ◆ Literaturrecherche und/oder
- ◆ Klinische Studie
- ◆ Anstreben der medizinischen Zertifizierung inclusive Wirkaussagen
- ◆ Veröffentlichung von Aufsätzen in Zeitschriften, die die Empfehler lesen
- ◆ Vorträge vor Fachpublikum, Fernsehinterviews u. dgl.

### Investition:

|   |                   |
|---|-------------------|
| 1 Analyse-/Beratungstag bei Ihnen vor Ort   | <u>1.500,00 €</u> |
| dann nach Aufwand in einvernehmlicher<br>Absprache bzw. nach spezifiziertem Kostenvoranschlag |                   |

# Mein Werdegang –

---

## Mediziner, Unternehmer und Berater zugleich

Geboren wurde ich 1955 im südbadischen Meßkirch. Nach dem Abitur und Grundwehrdienst studierte ich in Ulm und Tübingen Humanmedizin.

Von 1976 bis 1981 arbeitete ich in mehreren Kliniken in Meßkirch, Sigmaringen und Ulm, wo ich auch meine Doktorarbeit über Langzeitüberleberinnen beim Mammakarzinom schrieb.

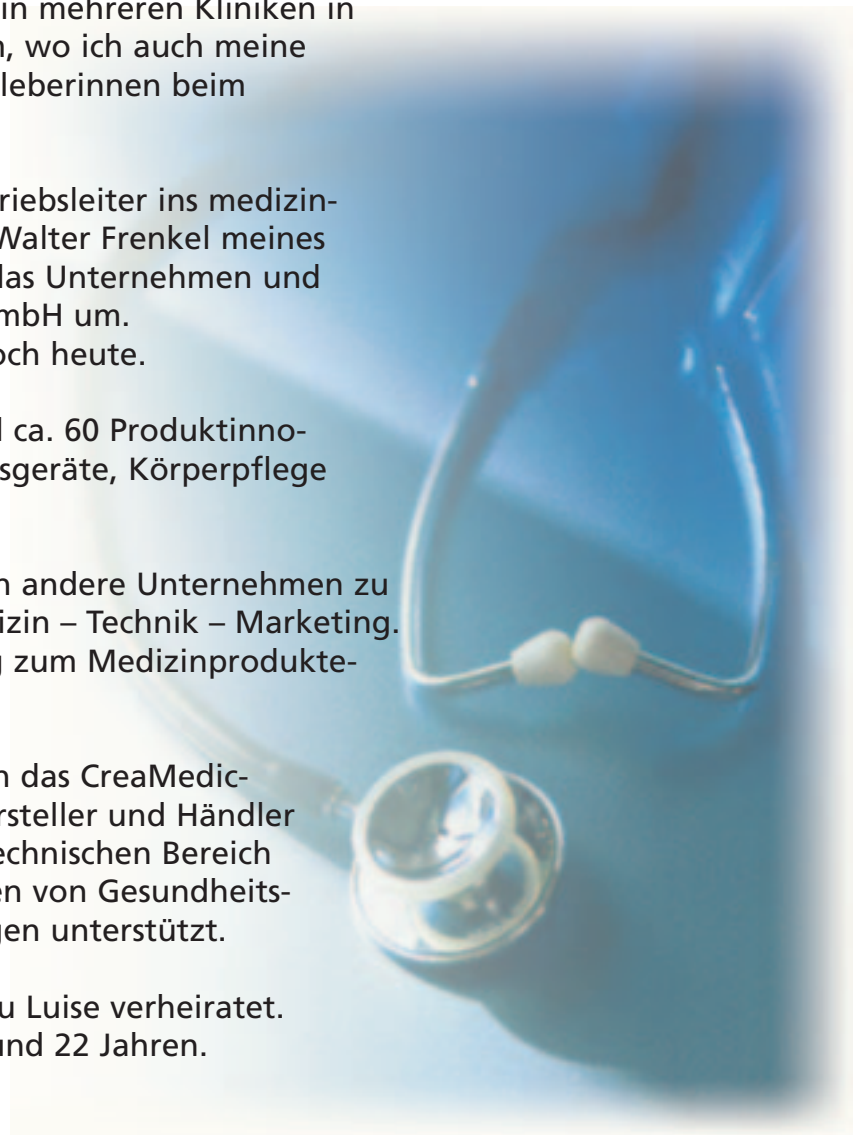
Im Oktober 1981 trat ich als Betriebsleiter ins medizintechnische Unternehmen MAG Walter Frenkel meines Vaters ein. 1988 übernahm ich das Unternehmen und firmierte dieses in Dr. Frenkel GmbH um. Dieses Unternehmen leite ich noch heute.

Seit 1981 habe ich federführend ca. 60 Produktinnovationen im Bereich Gesundheitsgeräte, Körperpflege und Medizintechnik entwickelt.

Seit etwa zehn Jahren berate ich andere Unternehmen zu Themen im Spannungsfeld Medizin – Technik – Marketing. 1998 absolvierte ich die Prüfung zum Medizinprodukteberater.

Im September 2005 gründete ich das CreaMedic-Beratungsunternehmen, das Hersteller und Händler im Life-Science- sowie medizintechnischen Bereich beim Entwickeln und Vermarkten von Gesundheitsprodukten sowie -dienstleistungen unterstützt.

Seit 1982 bin ich mit meiner Frau Luise verheiratet. Wir haben zwei Kinder von 20 und 22 Jahren.








# Meine bisherigen Kunden:

---

- Apotheker Bouhon, Nürnberg („Frei Öl“)
- BIOCOMFORT (FESTO-Gruppe), Neuhausen a.d. Fildern
- Brudermüller GmbH & Co. KG, Reutlingen
- FINNLA – das Lebenskrafthaus, Rottenburg
- Hoesch / Düker, Karlstadt / Kreuzau
- Melitta, Minden
- Metrax, Rottweil
- Otto-Versand, Hamburg
- Petra electric, Burgau
- Pneumatron, Idar-Oberstein
- RivieraPool / [www.pools.de](http://www.pools.de), Geeste-Dalum
- St. Bernhard Kräuterhaus, Bad Ditzgenbach
- Tyco / Kendall Medical Care, Neustadt a.d.D.
- Vital Force, Mulhouse/Elsass

# Was kostet meine Leistung?

---

|   |   |                      |
|---|---|----------------------|
|  | <b>Analyse/Beratung vor Ort:</b>            | <b>1.500,00 Euro</b> |
|  | <b>Konzeption</b>                           | <b>800,00 Euro</b>   |
|  | <b>Verfassen von Dokumentationen/Texten</b> | <b>800,00 Euro</b>   |
|  | <b>Seminar/Workshop</b>                     | <b>1.800,00 Euro</b> |
|  | <b>Coaching</b>                             | <b>1.500,00 Euro</b> |

jeweils pro Tag plus ggfls. Reisekosten.  
Bei Buchung größerer Beratungskontingente vereinbaren wir einen Mengenrabatt.



# Sieben gute Gründe,

## warum Sie mich ansprechen sollten:

1. Sie suchen ein neues Gesundheitsprodukt... ➡ ich bin der „Geburtshelfer“ bei der Ideenfindung
2. Ihnen fehlt die schlüssige Argumentation für Ihre Gesundheitsprodukte... ➡ die stellen wir gemeinsam auf die Beine und bereiten sie kundengerecht auf
3. Ihre Produkte brauchen einen Nachweis ihrer Wirksamkeit... ➡ ich finde für Sie die Belege in der Literatur – oder wir konzipieren eine klinische Studie
4. Für Ihr Unternehmen / Ihre Marke möchten Sie medizinische Kompetenz aufbauen... ➡ ich sage Ihnen, welche Instrumente wir dafür brauchen und kann sie auf Wunsch gleich erarbeiten
5. Für Ihr Event / Ihren Messeauftritt benötigen Sie einen „medizinischen Part“... ➡ den können Sie beruhigt an mich delegieren!
6. Ihren Gesundheitsprodukten fehlt eine „medizinische Fibel“... ➡ aus Ihrem Input entwickle ich das „Booklet“, mit dem Sie Ihre Kunden vom Nutzen des Produktes überzeugen können
7. Ihre Außendienstler fühlen sich unsicher im Verkaufsgespräch, wenn es um medizinische Fragen geht (man könnte ja mal einem Arzt gegenüber stehen ...!) ... ➡ Ihre Mitarbeiter werden von mir in Schulungen oder „on the job“ trainiert und in medizinisch-argumentativer Hinsicht fit gemacht. Auch „offline“ stehe ich ihnen per Handy in kniffligen Verkaufssituationen zur Seite.

# So könnte unsere Zusammenarbeit beginnen

---

- Erstens:** Sie rufen mich an
- Zweitens:** Wir vereinbaren einen Termin für ein kostenloses Vorgespräch
- Drittens:** Ich entwickle zu Hause für Sie eine Grobkonzeption mit Kostenvoranschlag, aufgliedert in mehrere Teilschritte (siehe auch „Was brauchen Sie konkret?“)
- Viertens:** Sie geben mir den Auftrag für das erste Teilprojekt
- Fünftens:** Ich präsentiere bei Ihnen meine Ergebnisse und Empfehlungen
- Sechstens:** Sie erteilen mir den Auftrag für den nächsten Schritt  
.....

Also einfach anrufen.  
Ich freue mich auf das Gespräch mit Ihnen!

**07575 - 92443-0**