

aacurat: Breites Portfolio aus der Tüftler-Schmiede

Start-up wird feste Größe im Lifter-Markt

Ein mittelständisches Familienunternehmen, wie es im Buche steht: Bei der aacurat GmbH aus Hüttlingen bei Aalen finden Entwicklung, Konstruktion und Produktion des breiten Portfolios von Patientenliftern in einem Hause statt. Beim nationalen und internationalen Vertrieb setzt man auf Sanitätshäuser, Fachhändler und Vertriebspartner. Was im April 2001 als Ausgründung eines anderen Unternehmens begonnen hat, ist nun zu einer festen Größe in einem Nischenmarkt geworden. Mit Unternehmensgründer und Geschäftsführer Helmut Speich unterhielt sich die MTD-Redaktion.

Herr Speich, Ihr Unternehmen begann als Management-Buy-out. Sie hatten also auch schon zuvor mit Liftern zu tun.

Der erste Kontakt mit dem Thema Hilfsmittel für die Alten- und Krankenpflege war für mich im Jahre 1990. Die Erlau AG suchte nach neuen Märkten. Ich recherchierte in Heimen, Krankenhäusern, Einrichtungen und bei Sanitätshäusern nach Hilfsmitteln, befragte Pflegerkräfte, Reha-Mitarbeiter und Betroffene.

Aufgrund der Fertigungsmöglichkeiten und meiner Rechercheergebnisse kristallisierten sich zwei Produktbereiche heraus: Zum einen die Halte- und Stützgriffe, zum anderen verschiedene Arten

von Patientenliftern. Konkretisiert wurden die Erlau Halte- und Stützgriffe unter der Bezeichnung „Wellgrip“ und als erster Erlau-Patientenlift der Curator Wandlift.

Das Griffesystem etablierte sich im Sanitätshaus, aber vor allem im Sanitärhandel, und der Curator wurde über Sanitätshäuser vertrieben.

Im Jahre 2000 wurden bei der Erlau AG größere Umstrukturierungen vorgenommen, sodass es möglich war, den Bereich Patientenlifte im April 2001 als Ausgründung zu übernehmen. Wir hatten Glück und fanden in Aalen in einem Innovationszentrum geeignete Räumlichkeiten mit entsprechender Infrastruktur. Aus Aalen wurde „aa“ – und aus unse-

rem Wandlifter Curator „curat“ genommen und schon hatten wir den Firmennamen aacurat. Diesen betrachten wir als Synonym für akkurat, was für unsere Produkte und Dienstleistungen steht.

aacurat ist ein Familienunternehmen. Wer ist aus Ihrer Familie noch mit im Betrieb tätig?

Zum Start bestand die aacurat GmbH aus zwei ehemaligen Kollegen von Erlau, aber auch die ganze Familie war stets mit eingespannt. Jeder musste praktisch alles machen können. Da stand ich dann schon mal mit Frau und Kindern am Samstag im Geschäft und wir verpackten und sortierten, was notwendig war. Meine Frau



Geschäftsführer Helmut Speich (re.) mit seinem Sohn Dr. Marco Speich.

ist die große Stütze von Anfang an. Sie kümmert sich nicht nur um die Buchhaltung, sondern hat auch immer ein offenes Ohr für die Kollegen.

2005 zogen wir dann in unser neues Firmengebäude um, das auf ca. 2.000 qm in Hüttlingen errichtet wurde. Dank eines gut funktionierenden Betriebswirtschaftssystems ist es uns möglich, mit weniger als zehn Mitarbeitern Einkauf, Fertigung und Vertrieb optimal zu koordinieren. Nach unseren mit 3D konstruierten Fertigungszeichnungen lassen wir in naher Umgebung Teile fertigen, welche dann bei uns geprüft und montiert werden. Anschließend werden die fertigen Geräte erneut geprüft und ausgeliefert.

Der Vertrieb im süddeutschen Raum geschieht von Hüttlingen aus. Der Norden, Osten und die Mitte Deutschlands werden von Handelsvertretern betreut.

Wer hat die Ideen für neue Produkte und welche Rolle kommt Ihnen persönlich dabei zu?

Neue Produkte wurden und werden von mir gemeinsam mit meinem Sohn Marco, der seit 2022 fest bei aacurat mitarbeitet, entwickelt. Ganz wichtig ist hier auch die Mitgestaltung durch die Kollegen, die die Bedürfnisse unserer Kunden hautnah miterleben.

Anregungen kommen aber oft über Anwender und Betroffene, die letztendlich mit unseren Geräten arbeiten und denen die Arbeit erleichtert werden soll. Was vielleicht als „Reklamation“ an uns herangetragen wird, kann unter Umständen eine tolle Verbesserung oder gar ein Hinweis für ein neues Gerät sein. Da heißt es einfach: Augen und Ohren offenhalten. Mitarbeiter mit guten Ideen rennen bei mir offene Türen ein.

Sie bieten ein breites Portfolio an – vom Wandlift und Deckenlift über Fahrlifte, Umsetzlift, Universallift bis zu Hebehilfen und transportierenden bzw. Spannleit-Laken. Also, alles, was Patienten mobil macht und Pflegekräften den Transfer erleichtert. Wie entwickeln sich die einzelnen Produktsegmente?

Wir beobachten, dass, wo es Sinn macht, Deckenlifte sich mehr und mehr durchsetzen. Bei den fahrbaren Liftern ist unser transit Umsetzlift sehr gefragt, da er auch ohne Hebetücher eingesetzt werden kann, was eine große Erleichterung für die Pflegenden ist.

Ganz gut eingeführt hat sich unser transportierendes Bettlaken „pulla“, mit dem Patienten ohne Kraftaufwand im Bett nach oben gezogen werden können. Dafür haben wir erst nach langem Streit eine Pflegehilfsmittelnummer erhalten.

Noch einigermaßen unbekannt ist unsere Aufhebehilfe Hebix: Ursprünglich für ambulante Pflegedienste in klappbarer Ausführung entwickelt, nun aber auch als Hebixstarr für den häuslichen Bereich erhältlich.

Für welche Patientengruppen eignen sich welche Produkte?

Ich möchte hier kein Hilfsmittel einer bestimmten Patientengruppe zuordnen. Vielmehr geht es doch darum, Personen in verschiedenen täglichen Situationen zu helfen. Am besten ist es, den Tagesablauf eines Patienten gemeinsam mit dem Betroffenen und den Pflegekräften



Fertigung des transportierenden Bettlakens pulla.

zu besprechen und zu schauen, wo welches Hilfsmittel sinnvoll ist.

Bei Liftern spielen die Aspekte sicherer Transport, einfache Handhabung und gleichzeitig geringer Platz- und Raumbedarf eine Rolle. Wie gelingt Ihnen diese Quadratur des Kreises?

Danke für diese Einschätzung, aber mir/uns ist die Quadratur des Kreises wirklich nicht gelungen. Wir bieten Lösungen für verschiedene Situationen, die mit anderen Liftern und Hilfsmitteln oft nicht möglich sind. Letzen Endes besetzen wir eigentlich Nischen, die von anderen Herstellern so nicht abgedeckt werden.

Bieten Sie auch Lösungen für die wachsende Zahl adipöser Patienten?

Selbstverständlich bieten wir auch verschiedene Patientenlifte bis 300 Kilogramm Nutzergewicht an.

Wie haben sich die Geschäfte während der Pandemie-Jahre und danach entwickelt?

Da wir im Inland über den Sanitätsfachhandel vertreiben, der ja auch während der Pandemie aktiv war, haben wir kaum einen Rückgang der Verkaufszahlen bemerkt. Im Ausland zeigte sich jedoch eine gewisse Zurückhaltung.

Welchen Service bieten Sie Sanitätshäusern und was erwarten Sie im Gegenzug von den Partnern?

Von Anfang an setzen wir auf die Partnerschaft mit Sanitätshäusern. Zurzeit haben wir etwa 450 Sanitätshäuser als aktive Kunden, 60 davon haben sich auf unserer Homepage als Partner eingetragen. Oft kommen Reha-Mitarbeiter auf uns zu, nachdem sie mit verschiedenen anderen Patientenliften bei ihren Kunden nicht klargekommen sind. Dann wird gemeinsam ein „etwas anderer“ aacurat-Lifter beim Kunden erprobt. Dieser Service wird von unseren Kunden/Partnern sehr geschätzt.

Auch Beratung und ggf. Aufmaß für Deckenlifte führen wir alleine oder gemeinsam durch und erstellen entsprechende Angebote und Beratungsproto-

kolle. Selbstverständlich bieten wir interne und externe Schulungen zur Anwendung und Technik unserer Lifter an.

Und wo liegen die Schwerpunkte im Ausland?

In fast allen europäischen Ländern arbeiten wir mit dortigen Händlern zusammen. In der Regel haben wir in einem Land nur einen Händler, der exklusiv von uns bedient wird. Ausgenommen ist Österreich, da werden die Sanitätshäuser direkt von uns beliefert. Auch außerhalb Europas verkaufen wir an Händler, zum Beispiel nach China und Hongkong.

Welche Rolle spielen Messen bei der Ansprache von Kunden und Vertriebspartnern im In- und Ausland?

Die Rehacare in Düsseldorf ist für uns Pflicht. Das ist der Treffpunkt für Sanitätshäuser, Betroffene, Interessierte aus dem In- und Ausland. Dort werden neue Kontakte geknüpft und alte gepflegt. Dort haben wir die Gelegenheit, unsere speziellen Hilfsmittel vorzustellen. Unsere ausländischen Partner präsentieren in den jeweiligen Ländern die aacurat-Produkte auf dortigen Reha-Messen.

An den sozialen Medien geht heute kein Weg mehr vorbei. Als mittelständisches Unternehmen haben Sie so auf der Plattform YouTube rund ein Dutzend Anwendungs-Filme, die inzwischen ca. 200.000 Mal aufgerufen worden sind. Welche Erfahrungen haben Sie mit diesem Engagement gesammelt und welcher Aufwand ist damit verbunden?

Ja, zum Glück gibt es Leute, die mit diesen Medien besser umgehen können als ich selbst. Mein Sohn Marco kümmert sich um diesen Bereich. Er arbeitet dabei auch mit externen Firmen zusammen. Ich bemerke, dass immer mehr Menschen sich über das Internet auch über Hilfsmittel informieren und uns auch direkt anfragen.

Inwieweit erhalten Sie Informationen von den Vertriebspartnern hinsichtlich der Themen Erstattungspreise der

Krankenkassen, Wiedereinsatz usw.? Wie bewerten Sie diese Trends?

Selbstverständlich werden wir immer wieder auf Vereinbarungen und Verträge zwischen Kassen und Verbänden hingewiesen. Dabei geht es aus unserer Sicht meist um Standard-/Massenversorgung. Wir kalkulieren knapp und bieten dazu umfangliche Serviceleistungen, da können und wollen wir bei „nur das billigste“ nicht mithalten.

Welchen Kalkulationsspielraum haben Sie da als Hersteller noch angesichts der allgemeinen Wirtschaftslage mit steigenden Kosten für Personal, Rohstoffe, Energie usw.?

Wir fertigen und beziehen unsere Zulieferteile alle in Deutschland. Die, bedingt durch Materialpreiserhöhungen und gestiegene Energie- und Lohnkosten, höheren Verkaufspreise konnten wir



Der Firmensitz befindet sich seit 2005 in Hüttlingen.

im letzten Jahr nur teilweise an unsere Kunden weitergeben. Wir hoffen auf eine Normalisierung bei den Materialpreisen und versuchen, unsere Fertigung zu optimieren. Die MDR-Umsetzung macht die Kostenseite nicht einfacher. Hierzu ist ein nicht unerheblicher zusätzlicher Aufwand notwendig.

Herr Speich, wir danken fürs Gespräch.

ras