

Lifta plant den „unsichtbaren“ Treppenlift

VON MARTIN KESSLER

KÖLN Freundliches Licht, gedämpfter Ton – von Stress und Hektik ist im Call-Center des Kölner Treppenlift-Herstellers Lifta wenig zu spüren. Und trotzdem müssen Kunden nur selten warten. Ein zentraler Computer weist die Anrufe den freien Plätzen zu, eine digitale Tafel zeigt die verfügbaren Telefonstellen an. 15 Damen arbeiten im Dauer-schichtbetrieb im Call-Center, das 365 Tage und 24 Stunden voll besetzt ist.

„Wenn ein Kunde an Weihnachten in seinem Treppenlift feststeht, braucht er sofort Hilfe“, begründet Lifta-Geschäftsführer Axel Jaschek die Rundum-Betreuung. Service und Kundenorientierung sind oberstes Gebot bei Deutschlands größtem Treppenlift-Hersteller. „Unser Konzept besteht aus der richtigen Mischung aus Design, Zuverlässigkeit und Hilfestellung für gehbehinderte Menschen“, erläutert Mit-Geschäftsführer Hartmut Bulling die Gründe für den Erfolg des Unternehmens.

Entstanden ist Lifta aus der alten Kölner Aufzugs-Dynastie Hopmann. Schon 1883 fertigte Leonhard Hopmann in Deutschland die

in Amerika erfundenen Personenaufheber. Aus dieser Firma heraus gründete Hopmann-Erbe Harald Seick 1977 den Treppenlift-Hersteller Lifta. Hopmann selbst ging Mitte der 90er Jahre im finnischen Aufzugskonzern Kone auf. Das weltweite Geschäft war für einen Mittelständler auf Dauer nicht zu stemmen.

Um so prächtiger entwickelte sich Lifta, das unabhängig und weiterhin im Besitz des Erben Seick blieb. Starteten die Kölner Mitte der 90er Jahre mit 28 Mitarbeitern, hatten sie 2006 bereits 220 Beschäftigte. Den Umsatz verdreifachte der Hersteller von Gehbehinderten-Liften auf fast 56 Millionen Euro. „Heute ist Lifta das Synonym für Treppenlifte in Deutschland“, meint Geschäftsführer Jaschek.

„Die Kunden wollen kein Alters-Hilfsmittel, sondern ein Designer-Möbelstück“

Die Kölner profitieren in erster Linie von der Alterung der Gesellschaft. Weil die Menschen immer betagter werden, aber im fortgeschrittenen Alter auch gebrechlicher, benötigen sie mehr als früher Hilfsmittel, die ihr Leben angenehmer machen. Wer als Gehbehinderter einen Treppenlift besitzt, ist nicht mehr nur auf einen Stock beschränkt, sondern kann das ganze



Die beiden Geschäftsführer des Treppenlift-Herstellers Lifta, Axel Jaschek (l.) und Hartmut Bulling. FOTO: LIFTA

Haus nutzen. Das bedeutet mehr Lebensqualität – und darauf setzt Lifta.

Der Düsseldorf-er Kaufmann Jaschek trat 1993 ins Unternehmen ein, sein Partner, der Elektroingenieur Bulling, folgte zwei Jahre später. Jaschek setzte gleich zu Beginn ganz stark auf Print- und Fernsehwerbung. Bulling brachte in die

Ausgründung viel technische Expertise mit.

Der 42-jährige Jaschek weiß, was bei den Kunden ankommt. „Im Grunde muss der Lift unsichtbar sein.“ Lifta ist zugleich einen eigenen Weg gegangen. „Wir wollten weg vom Image des Alters-Hilfsmittels hin zum designorientierten Möbelstück“, ergänzt Bulling, sein

Kollege an der Unternehmensspitze.

Die Strategie hat sich für Lifta ausgezahlt. Mit einem Marktanteil von über 50 Prozent besitzen die Kölner eine überragende Stellung. Die Firma sucht längst deutschlandweit ihre Kunden, in Südafrika und der Schweiz gibt es Filialen. Über einen Markteintritt in Österreich denken die beiden Firmenchefs derzeit intensiv nach.

Über 60000 Lifte haben die Kölner bereits gebaut, jedes Jahr kommen rund 6000 neue dazu. Die Geräte kosten zwischen 5000 bis 11000 Euro. „Manche unserer Lifte gehen über fünf Etagen hinweg“, sagt Geschäftsführer Bulling.

Für die Lifta-Chefs bedeutet das Produkt ein Stück mehr Freiheit für ältere, gehbehinderte Menschen. Neun von zehn Senioren über 60 Jahren wollen in den eigenen vier Wänden wohnen, hat eine Studie der Universität Kassel ermittelt. Gleichzeitig ist jeder Dritte dieser Altersgruppe schon einmal böse gestürzt, bei den 80-Jährigen sind es sogar 40 Prozent.

„Uns sprechen immer häufiger auch die Angehörigen an, die sich Sorgen um ihre Eltern machen“, sagt Jaschek. Im vergangenen Jahr ging ein Viertel der Bestellungen auf die Initiative der Kinder zurück, nachdem die mit ihren Eltern ein Grundsatzzgespräch geführt hatten.

„Auf diese Mitentscheider setzen wir verstärkt“, sagt Jaschek.

Der intensive Kontakt mit den Käufern bindet auch den Großteil der Beschäftigten von Lifta. Zwei Drittel der über 220 Mitarbeiter sind im Außendienst und im Service unterwegs. Jedes Jahr kommen 20 Mitarbeiter hinzu – Meister, Techniker, Außendienstler. „Trotz unserer Stellungsbauen wir unseren Vorsprung aus“, sagt Jaschek. Und das, obwohl der Markt bis sieben Prozent jährlich kräftig wächst. Firmenchef Bulling: „Die Zukunft hat gerade erst begonnen.“

INFO

Markt für Treppenlifte

Wegen der Alterung der Gesellschaft ist der Markt für Treppenlifte ein schnell wachsender Markt. Allein im vergangenen Jahr legten die Umsätze in der Branche um rund sieben Prozent zu. Insgesamt wurden **12 800 Lifte** verkauft. Entsprechend hoch ist auch die Zahl der Anbieter. **Rund 140 Hersteller** verkaufen die Aufstieghilfen – ein Fünftel mehr als im Jahr 2005. Marktführer ist **Lifta** mit einem Anteil von über 50 Prozent, auf Platz zwei steht **ThyssenKrupp**, die 15 Prozent des Marktes bedient vor **Hiro** aus Bielefeld.