

# Hoch geliftet

Beim Blick in Zeitschriften fällt es sofort auf: Wo vor wenigen Jahren nur einige Anbieter von Treppenhilfen um die Gunst der Reklamierenden, kürt die Branche heute ganze Serien. Das verstaubte Image von einst ist passé, die Zeit der Anbieter-Mertert sind barch oben. Waren es vor zehn Jahren noch ein paar Unternehmen, so zählen Insider die Zahl auf inzwischen über 160. Vom großen Anbieter bis hin zur Kleinstfirma. Der Grund ist offensichtlich: Die Menschen werden immer älter, der Markt wächst rasant, im Schnitt um 7% in den vergangenen Jahren. Als Synonym für Treppenhilfe in Deutschland gilt das Kölner Unternehmen Lifta, das seine Marktführerschaft trotz Finanzkrise und wachsendem Wettbewerb ausbauen will.

Ein Gespräch mit Axel Jäschke, einem der Lifta-Geschäftsführer.

Der Markt für altersgerechte Hilfsmittel boomt. Trotzdem müssen Sie sich immer noch anhören, dass Ihr Produkt nicht gerade sexy ist. Wie passt das zusammen? Eine gute Frage. Allerdings kann ich Ihnen versichern, dass die Realität das Image von einst längst überholt hat. Treppenhilfen sind längst nicht mehr als der Nothelfer nur für Menschen mit Gebrechen, sie sind eine smarte Alltags-techik. Immer mehr Interessierte fragen bei Lifta nach einer individuellen Lösung für die eigene Treppe etc.



Ist möglicherweise die Angst vor dem Heim ein Grund dafür?

In der Tat gibt es einen ausgeprägten Wunsch, das Leben im vertrauten Umfeld zu verbringen. 90% der über 60-Jährigen wollen nicht in ein Heim umziehen, belegt eine Studie der Universität Kassel. Oft ist es nur die Treppe, welche einen Umzug ins Heim nötig macht. Ich kenne genug Beispiele von Lifta-Kunden, die aktiv im Leben stehen, aber für die die Treppe ein tägliches Hindernis war. Sei es durch körperliche Beeinträchtigungen oder die Angst zu stürzen. Laut Gesellschaft für Konsumforschung werden größere Anschaffungen derzeit

eher aufgeschoben. Sparen jetzt auch Ihre Kunden?

Nein, und das trotz der Finanzkrise. Auch wenn ein Treppenhilfen eine Investition darstellt, ist ein Stück Lebensqualität. Natürlich sollen sich möglichst viele einen Lifta leisten können. Deshalb haben wir als Erster Treppenhilfen zur Miete und Finanzierung angeboten. Außerdem beraten wir Kunden bei der möglichen Besichtigung durch die Pflegerversicherung. Unseren Erfolg führen wir insgesamt auf unsere spezielle Philosophie zurück, konsequent kundenorientiert zu denken und zu handeln. Das behaupten viele, aber wir können es be weisen. Gerade ältere Menschen sind beson

ders praktisch und anspruchsvoll. Deshalb legen wir besonders viel Wert auf Service und Beratungsqualität. Die regelmäßige TÜV-SÜD-Zertifizierung. Die aktuelle Unternehmensentwicklung hat ergeben, dass stolze 98,8% unserer Kunden uns weiterempfehlen würden und die meisten davon das auch schon getan haben.

Wie weit geht es für Lifta noch hinaus in den Markt?

Wir haben eine Vision und daran arbeiten wir hart. Wir möchten den Status der Elite haben. Die wurde uns als Hilfsmittel belächelt, heute ist sie für jeden zweiten Deutschen unentbehrlich. Auch der Treppenhilfen soll immer mehr zum normalen Möbelstück werden. Dafür tun wir auch einiges. Die Modellserie Lifta-avant-garde ist technologisch innovativ und sieht modern aus, wofür eine internationale Designgenossenschaft hat. Schließlich müssen wir daran denken, dass bereits die 68er Generation unseren Kundenkreis eingetretet ist.

Mit einem Anteil von über 50% ist Lifta der Marktführer für Treppenhilfen in Deutschland. Das Familienunternehmen hat bis heute mehr als 70.000 Liftas verkauft. Informationen und Kontakt: [www.lifta.de](http://www.lifta.de), [gebu@lifta.de](mailto:gebu@lifta.de), 0810-22 44 661