

Medort-Gruppe/Übernahme Meyra-Ortopedia Vertriebsgesellschaft

Die Meyra GmbH blickt optimistisch nach vorn

Alles auf Null. Nach monatelangem Tauschen möglicher Investoren um das insolvente Traditionsunternehmen Meyra-Ortopedia sind die Würfel gefallen. Die polnische Medort-Gruppe mit Sitz in Łódź hat am Ende das Rennen gemacht. Das auf die Herstellung und den Vertrieb von Reha- und Orthopädie-Produkten spezialisierte Unternehmen ist ebenfalls – wie vormals Meyra-Ortopedia – familiengeführt und im Hilfsmittelmarkt zu Hause. Ideale Bedingungen also, um der neu strukturierten Meyra GmbH (seit 1.11.2013) einen erfolgreichen Neustart zu ermöglichen. Im Gespräch mit der MTD-Redaktion jedenfalls spürte man bei den Verantwortlichen den entsprechenden Optimismus und Elan.

Dass Medort für die in Schieflage geratene ehemalige Meyra-Ortopedia Vertriebsgesellschaft der richtige Partner zum richtigen Zeitpunkt war und ist, steht – stellvertretend für wohl alle Meyraianer – für Bernd Lohmüller, Marketing-Leiter der Meyra GmbH, außer Frage:

Für die drei zentralen Knackpunkte – Erhalt möglichst vieler Arbeitsplätze, Standorterhalt und vor allem eine strategische Perspektive – hatte das polnische Unternehmen die richtigen Lösungen parat. Und noch etwas, betont Lohmüller: „Die Medort-Gruppe hat Geld für weitere Zukäufe.“ Ein nicht unwichtiger Punkt in unsicheren Zeiten. Möglich machen es die finanziellen Mittel der Private-Equity-Gesellschaft Avallon, die 75 Prozent Anteile an der Medort-Gruppe hält.

„Meyra“ als Premiummarke

Innerhalb der Medort-Unternehmensgruppe fällt der Marke „Meyra“ künftig eine Schlüsselrolle zu. „Meyra soll als Premiummarke positioniert werden“, bringt der neue Geschäftsführer der Meyra GmbH, Dr. Peter Göer, die künftige Ausrichtung auf den Punkt. Medort soll hier bewusst im Hintergrund bleiben. Laut Dr. Göer ist das eine strategische Entscheidung. Dr. Göer verantwortet die

Bereiche Produktion, F&E, Logistik und Qualitätsmanagement. Ihm zur Seite stehen als weitere Geschäftsführer Michal Penner und Pawel Bobak (beide Medort S.A.)

Mit der Marke „Meyra“ habe Medort für sich vertriebstechnisch „das Tor zum Premium-Markt aufgemacht“. Der Fokus der Marktbearbeitung soll dabei vorderhand primär auf Deutschland und Westeuropa liegen. Die Marschrichtung speziell für den deutschen Markt ist definiert: „Hochwertige Produkte (Premiumprodukte) zu marktgerechten Preisen.“

Mehr-Marken-Strategie

Eingebettet ist diese dezidierte Neupositionierung der Marke „Meyra“ in eine sogenannte Mehr-Marken-Strategie, die die Medort-Gruppe kurz- und mittelfristig verfolgt. Die Idee dahinter ist einfach: Für die erfolgreiche Bearbeitung der verschiedenen europäischen Hilfsmittelmärkte sind mehrere Preis-Level nötig.

In diesem Special lesen Sie:

- Die Meyra GmbH blickt optimistisch nach vorn
- Inklusion oder Wirtschaftlichkeit: Ständiges Säbelrasseln 36
- Jedem Rücken sein Rückensystem 40
- Zusatzantriebe/Treppensteighelfer: Voldampf voraus und steil bergab 44
- Kurzmeldungen 35, 43



Die Verantwortlichen bei Meyra vertrauen auch weiterhin auf die über Jahrzehnte gewachsene enge Partnerschaft mit dem Fachhandel (v. l.): Bernd Lohmüller (Leitung Marketing), Stephan Jücker (Leitung Außendienst), Dr. Peter Göer (Geschäftsführer) und Alexander H. Hammoud (Vertriebsleiter MTD)

Medort-Gruppe

Die 1988 in Łódź gegründete Medort-Gruppe ist ein in Polen führendes Produktions- und Handelsunternehmen im Bereich Rehabilitation und orthopädischer Bedarf. Das Unternehmen zählt über 350 Mitarbeiter. Hinzu kommen weitere Aktivitäten in Ungarn und Russland. Der Umsatz der Medort-Gruppe lag 2012 bei rund 25 Mio. Euro. 75 Prozent am Unternehmen hält die polnische Private-Equity-Gesellschaft Avallon. Weitere 22 Prozent hält Michał Perner (Sohn von Firmengründer Tomasz Perner), die restlichen 3 Prozent Manager der Unternehmensgruppe.

Und das bedeutet auch, betonen Lohmüller und Dr. Göer, dass die in der Vergangenheit zusammengeführten Marken bei Meyra wieder getrennt werden. Verbunden damit ist also auch eine Renaissance der Marke „Ortopedia“. Jede Marke soll so künftig den unterschiedlichen Kunden- und Fachhandels-Bedürfnissen im Markt gerecht werden. Dr. Göer fasst diese marktstrategische Neuausrichtung mit Blick auf die „Wertigkeit“ der Hilfsmittel im Gespräch mit dieser Zeitschrift so zusammen:

- „Vitae Care“-Produkte (Medort-Gruppe) – preisgünstige, qualitativ gute Einsteigerprodukte für die Märkte in Süd- und Osteuropa
- „Ortopedia“ als Commodity-Produkte (z. B. weiße Ware, Standard-Rollstühle) im mittleren Preissegment für Deutschland und Westeuropa
- „Meyra“ als Premium-Marke mit hochwertigen Produkten in Kombination mit entsprechenden Serviceleistungen für Deutschland und Westeuropa

In diesem Zusammenhang macht Dr. Göer deutlich, dass natürlich auch die bisherigen internationalen Tochtergesellschaften der ehemaligen Meyra-Ortopedia-Gruppe auf dem Prüfstand stehen: „Da wird sicher das eine oder andere modifiziert.“

Gleichwohl ist klar, dass über die Jahre gewachsene internationale Märkte noch offensiver angegangen und ausgebaut werden sollen. Zuerst zu nennen sind hier Österreich und die Schweiz, Frankreich, Spanien, Holland, Dänemark, Schweden, Norwegen und Tschechien. Langfristig denkt man auch in Richtung USA und Asien.

Produkt- und Image-Offensive in Deutschland

2014 wird ein Schlüsseljahr für die Marke „Meyra“ – speziell für den deutschen Markt. Darin sind sich alle Verantwortlichen bei Meyra einig. Die vorgegebene Marschrichtung ist dabei, wie bereits erwähnt, das Angebot von Premiumprodukten zu marktgerechten Preisen für „das ganze Fachhandels-Spektrum“, betont Vertriebsleiter DACH Alexander H. Hammoud.

Vor allem am Produkt-Portfolio hat man in den letzten Monaten eifrig gefeilt. Man ist sich bewusst, dass das Image der Marke „Meyra“ zu lange verwässert war. „Die Bandbreite der unter dieser Marke angebotenen Produkte war einfach zu breit“, räumt Hammoud ein. Nun setzt man klare Schwerpunkte.



Aktiv-Rollstuhl Meyra XR.



Mit einer gestrafften und innovativen Produktpalette will Meyra im Markt punkten. Eine wichtige Rolle spielen hier u. a. die Hurricane-Familie (s. l.) und die iChair-Familie (s.).



Herzstück „iChair“-Reihe

Eine Schlüsselrolle spielt hier die „iChair“-Reihe, die massiv ausgebaut wird (Plattform-Strategie wird forciert), u. a. um einen Kinderrollstuhl, einen Aufstehrollstuhl und ein Einsteigermodell. Auch ein front- sowie mittelladgetriebenes „iChair“-Modell steckt in der Pipeline. Bei den manuellen Rollstühlen steht das Konzept für einen neuen Starrrahmenrollstuhl. Zudem will man laut Lohmüller „Lücken vor allem im Multifunktionsstuhlbereich schließen“.

Diese geplante Produktoffensive kommt nicht von ungefähr. Ein Glück für die neue Meyra GmbH ist, dass trotz der monatelangen Insolvenz-Phase das Kompetenzteam für den F&E-Bereich mehr oder weniger unbeschadet die unternehmerischen Irrungen und Wirrungen überdauert hat. Dr. Göer: „Das F&E-Team hat während dieser ganzen Zeit weitergearbeitet.“

Kein Wunder also, dass Marketing-Leiter Bernd Lohmüller einiges versprechen kann: „Das alles kommt im Laufe dieses Jahres zum Tragen. Bis zur Reha-care in Düsseldorf kann sich der Handel auf viele Innovationen freuen.“

Optimistisch stimmt die Verantwortlichen dabei auch, dass in der Handelsszene ein „guter Rückenwind da ist“, so Lohmüller. „Wir spüren aktuell eine hohe Loyalität bei den Verbundgruppen.“ Und einen weiteren Loker kann die Meyra GmbH zücken: „Alle relevanten Hilfsmittel-Nummern sind mittlerweile auf die Meyra GmbH übertragen“, betont Geschäftsführer Dr. Göer.

Echte Partnerschaft

Parallel dazu will Meyra den deutschen Reha-Fachhandel künftig intensiver und gezielter unterstützen. „Mehr Service und mehr Miteinander“, lautet die neue Parole. Vor allem in puncto Schulungen und gemeinsamer Kundenakquise (Ärzte, Kliniken, Heime) will man den Schulterschluss mit den Fachhandelspartnern stärken, gibt Hammoud die Richtung vor.

Vor diesem Hintergrund wurde in den letzten Wochen und Monaten das Vertriebsteam ausgebaut – u. a. in Bayern, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein. Dabei setzt man auf qualifizierte Fachkräfte aus der Hilfsmittelbranche. Geplant ist die Besetzung von sieben Außendienst-Gebieten. Die Vertriebsleiter Region Nord (Alexander H. Hammoud in Personalunion) bzw. Region Süd (Stephan Jäckel) übernehmen die Außendienstführung.

Meyras Lebensadern unverletzt

Nach dem harten Schnitt infolge der Insolvenz zählt die Meyra GmbH derzeit bundesweit rund 240 Mitarbeiter inklusive der OMS mit Sitz in Kiel. Ein entscheidender Vorteil für das Nachfolgeunternehmen ist der Erhalt der beiden Standorte Kalletal und Kiel. In Kalletal angesiedelt sind weiterhin Forschung und Entwicklung (F&E) sowie Fertigung und Vertrieb. Die Produktions-Palette umfasst aktuell E-Rollstühle, Sport- und

Aktiv-Rollstühle, aber auch weiße Ware und Standard-Hilfsmittel.

Die OMS spielt aus Sicht der Meyra-Verantwortlichen mit Blick auf die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel eine wichtige Rolle. Hier werden nicht nur Fahrzeuge behindertengerecht umgebaut, sondern vor allem auch Rollstühle für die Fachhandelsbetriebe repariert – übrigens nicht nur Meyra-Modelle, sondern auch Fremdprodukte. Zugleich fungiert die OMS als zentrales Ersatzteillager und beherbergt den technischen Service für Elektro-Rollstühle und Scooter. „Das alles ist für den Fachhandel gut und wichtig“, betont Lohmüller.

Weichenstellungen gab es auch für das Unternehmen Petri + Lehr mit Sitz in Dietzenbach. Ein marktstrategischer Vorteil für die Meyra GmbH ist, dass der Geschäftsbereich Service und Ersatzteile von Petri + Lehr zum 1. November 2013 in das Unternehmen integriert wurde. Hier geht es um Volumen-Ersatzteile wie Reifen, Räder, Sitzbezüge oder Polster. „Alles Schnelldreher“, betont Hammoud, „die für das Handelsgeschäft aber essenziell sind.“

Für den Geschäftsbereich behindertengerechte Fahrzeugumrüstung bei Petri + Lehr wurden die Weichen dann Anfang Dezember positiv gestellt. Zum 2. Dezember 2013 übernahm die Kehrel AG (Dachorganisation des Petri + Lehr Technikpartners Starz) dieses Geschäftsfeld. Die Starz GmbH war bisher Lieferant und Entwicklungspartner von Petri + Lehr für elektrische und elektronische Bauteile zur Fahrzeugumrüstung. wds

