

ergoflix

Auf dem E-Rollstuhl-Parkett zu Hause

Von 0 auf 100. Wer innerhalb von nur gut fünf Jahren im hartumkämpften deutschen Elektro-Rollstuhl-Markt sich vom Newcomer zum marktetablierten Player mausert, muss was zu bieten haben. Etwas Glück sicher auch, aber darauf kann sich keiner verlassen. ergoflix ist ein noch junges Unternehmen – mit einem jungen Team, einem extrem pragmatisch-realistischen Marktansatz und den entsprechenden Produkten für die relevanten Zielgruppen. Die Redaktion unterhielt sich mit Dennis Stadler, einem der Gründer und Geschäftsführer. In einem Punkt ist er sich ganz sicher: ergoflix will weiter wachsen und wird vom Markt nicht mehr wegzudenken sein.

ergoflix ist ein noch recht junges Unternehmen. Die Anfänge reichen in den Oktober 2017 zurück. Wie kam es zur Gründung? Welche Vision trieb Sie am Start an?

Im Winterurlaub Anfang 2017 kam mein Bruder David auf mich zu und erzählte mir voller Euphorie von einem neuartigen Produkt, auf das er im Internet aufmerksam geworden war: Einen faltbaren elektrischen Rollstuhl.

Wir lebten zu diesem Zeitpunkt weit voneinander entfernt – er in Hamminkeln am Niederrhein und ich in Dresden. Unser Ziel war es, wieder mehr Zeit miteinander zu verbringen. Gemeinsam beschäftigten wir uns mit dem Thema und stellten fest, dass wir Entrepreneurship und Familienzeit mit diesem Projekt gut kombinieren können.

Zunächst mussten wir einen passenden Hersteller finden. Im Zuge der Recherche sind wir auf die Firma JBH Medical aufmerksam geworden. Zu diesem Zeitpunkt waren die Produkte des chinesischen Herstellers auf dem deutschen Markt kaum vertreten. Wir platzierten eine Testbestellung und waren froh, dass die versprochene Ware bei uns eintraf und wir nicht Opfer eines Online-Betrugs geworden waren.

Der ganze Prozess war sehr spannend und hat Spaß gemacht. Außerdem haben wir tatsächlich wieder mehr Zeit miteinander verbracht. Im Oktober 2017 folgte dann die Gründung der Gesellschaft beim Notar.

Das Unternehmen hieß ursprünglich JBH Medizintechnik GmbH. Wie gestaltete sich hier die Arbeitsteilung zwischen der deutschen Dependance und dem chinesischen Mutterunternehmen JBH Medical?

Nach unserer ersten Testbestellung haben wir immer mehr über den Markt und den Wettbewerb erfahren. Wir stellten fest, dass unser Partner tatsächlich qualitativ sehr gute Ware herstellt. Die strategische Idee bestand fortan darin, als Werksvertretung des chinesischen Herstellers auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen. Kurz gesagt: China kümmerte sich um das Produkt und wir bauten den Vertrieb auf.

Mittlerweile tritt das Unternehmen im Markt unter dem Namen ergoflix Group GmbH auf. Aus welcher Motivation heraus folgte dieser Schritt?

Nach weiterer intensiver Marktrecherche haben wir verstanden, welche ein immenses Potenzial der faltbare elektrische Rollstuhl für den gesellschaftlichen Wandel hat.

Wir entwickelten eine Vision und wollten uns mit dem Markennamen ergoflix sowohl vom Hersteller emanzipieren als auch zielgerichteter die Werte unseres Produktes und unseres Unternehmens kommunizieren.

Was soll der Name „ergoflix“ dem Gesundheitsmarkt signalisieren?



Geschäftsführer Dennis Stadler blickt optimistisch in die Zukunft.

Der Name ergoflix steht für smarte und ästhetische Mobilitätsprodukte, die dem Nutzer zu mehr Selbstbestimmung verhelfen.

Der Wortbestandteil „ergo“ steht für Ergonomie bzw. Komfort. „flix“ bedeutet cool, modern, smart und schnell und bringt u. a. zum Ausdruck, dass Mobilitätslösungen schicke Alltagsbegleiter sein können. Zudem symbolisiert der Wortstamm die Dynamik, mit welcher wir tagtäglich individuell auf Kundenanfragen eingehen.

ergoflix speist seine Angebotspalette im E-Rollstuhlbereich aber nach wie vor mit Produkten von JBH. Welche Modelle stehen hier im Fokus?

Aktuell beschränken wir unsere Produktpalette auf faltbare elektrische Rollstühle, weil das disruptive Potenzial so immens ist. Wir sehen uns hier klar als die

Nummer 1 in Deutschland und arbeiten hart daran, unsere Position und Zugänglichkeit immer weiter auszubauen.

Angeboten werden die Modelle unter zwei Marken – JBH und ergoflix. Was unterscheidet die beiden Produktlinien?

Die beiden Produktlinien unterscheiden sich im Material: ergoflix gebrandete Produkte sind faltbare elektrische Rollstühle mit einem Rahmen aus Aluminium. JBH gebrandete Produkte sind faltbare elektrische Rollstühle mit einem Rahmen aus 100 Prozent Carbon.

Werden damit auch verschiedene Zielgruppen angesprochen?

ergoflix gebrandete Rollstühle dienen der breiten Masse. Ihr Unique Selling Point (USP) ist ein top Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Design ist zeitlos und soll alle Personen ansprechen, die mit einer Geh-einschränkung konfrontiert sind.

JBH gebrandete Rollstühle weisen ein noch geringeres Gewicht auf und sind im Finishing noch edler verarbeitet. Das Carbon-Design hebt sie ab. Diese Modelle sind im Hochpreissegment angesiedelt. Die Zielgruppe legt Wert auf eine besondere Optik und das superleichte Material.

Hat das Unternehmen grundsätzlich die Möglichkeit, sich in die Konzeption und Ausgestaltung von Elektro-Rollstühlen von JBH einzubringen?

Absolut. Anfangs waren wir noch eine Two-Man-Show, doch mittlerweile arbei-

ten über 80 Personen an der ergoflix-Vision, darunter auch Produktdesigner und Ingenieure, die entsprechende Anpassungen an den chinesischen Rohlingen vornehmen.

Dies betrifft u. a. Regularien der europäischen Märkte, Designanpassungen oder auch die Kompatibilität mit Zubehörteilen. Wir agieren hier als Dienstleister für den chinesischen Hersteller, der die Änderungen übernimmt, dokumentiert und daraus letztlich ein importfähiges Produkt macht, welches dann exklusiv für ergoflix ist.

Ist es denkbar oder gar Ziel, einen Elektro-Rollstuhl komplett selbst zu konzipieren und zu fertigen? Schließlich gibt es ja bei Ihnen eine Abteilung Produktentwicklung.

In der Tat liegen bereits entsprechende Pläne in der Schublade, die Produktpalette weiter auszubauen. Doch wahrscheinlich nicht vor 2025. Der Prozess, eine Produktidee zu einem verkaufsfähigen Produkt zu entwickeln, ist sehr komplex.

Welche Auswirkungen hat dieses Ziel auf Ihre Unternehmensführung?

Unser Unternehmen befindet sich in einem Transformationsprozess. Zunächst war es unsere Vision, faltbare elektrische Rollstühle in Deutschland zugänglich zu machen. Dies ist uns in den vergangenen fünf Jahren hervorragend gelungen – insbesondere, weil nahezu all unsere Produkte per Hilfsmittelnnummer im Hilfsmittelverzeichnis des GKV-Spitzen-

verbandes gelistet sind und von der Krankenkasse bezuschusst werden können.

Für die Zukunft sehen wir viel Potenzial in der Entwicklung von noch smarteren Hilfsmitteln mit einem ansprechenden Design. Für die kommenden fünf Jahre möchten wir uns vom Importeur faltbarer elektrischer Rollstühle zum Hersteller von Hilfsmitteln entwickeln und unser Geschäft weiter internationalisieren.

Was unternehmen Sie, um Ihre ambitionierten Ziele zu erreichen?

Es ist erforderlich, das Unternehmen personaltechnisch auf die kommenden Herausforderungen vorzubereiten. Dazu wird unser Management-Team mit einem weiteren Geschäftsführer und einem neuen Vertriebsleiter verstärkt. Unser aktueller Vertriebsleiter, Alexander Fehr, übernimmt die Produktentwicklung und baut hier neue Kompetenzen auf.

Gleichzeitig sind wir auf der Suche nach einem passenden Investor, der uns mit Kapital und Know-how bei der Weiterentwicklung der Produkte sowie des Unternehmens unterstützt.

Wie ist die Vertriebsstrategie von ergoflix gestrickt? Welche Rolle spielt dabei der Sanitätsfachhandel?

Der Sanitätsfachhandel ist für den Vertrieb unserer Produkte ein besonders wichtiges Puzzle-Stück. Er ist präsent vor Ort, stark in der Beratung und verfügt über die Infrastruktur, Vorführungen und Reparaturen auch beim Kunden vor Ort durchführen zu können. >



Der Teamgedanke spielt bei ergoflix eine zentrale Rolle.

Wir unterstützen den Sanitätsfachhandel mit qualitativ hochwertigen Produkten, schnellem Support sowie – und damit differenzieren wir uns stark vom Wettbewerb – einer Vielzahl an Interessenten. Eine unserer Kernkompetenzen ist das digitale Marketing, wodurch wir viele Interessenten auf unsere Produkte aufmerksam machen.

All jene, die ein ergoflix-Produkt über die gesetzliche Krankenkasse abrechnen möchten, leiten wir an unser Netzwerk weiter und beliefern damit den Sanitätsfachhandel mit Interessenten, die neben einer Mobilitätshilfe ggfs. auch noch weiteren Bedarf an Produkten haben.

ergoflix ist erfolgreich unterwegs. Schließlich ist man „Wachstumschampion 2023“, ausgelobt von Statista und Focus. Ihr Erfolgsrezept?

Das Erfolgsrezept lässt sich nicht in einem Satz beschreiben. Wir sind angetrieben von einer starken Vision, weil wir daran glauben, einen positiven disruptiven Einfluss auf alternde Gesellschaften bewirken zu können.

Das Team glaubt an die Vision. Es ist talentiert und agiert im Rahmen einer sehr progressiven Unternehmenskultur, die jeden fördert und so akzeptiert, wie er ist. Alle Abteilungen werden durch ein Management-Konzept synchronisiert und arbeiten auf die Realisierung der Vision hin. Letztlich schauen wir mit der Lupe darauf, was der Kunde braucht, und ver-



Die aktuelle Rollstuhl-Flotte von ergoflix.

folgen die sich daraus ergebenden Pläne mit Nachdruck.

Welche konkrete Vision hat ergoflix für alternde Gesellschaften?

Laut einer Studie des Deutschen Zentrums für Altersfragen (DZA) aus dem Jahr 2020 lebten rund 20 Prozent der über 75-Jährigen in Deutschland allein und berichteten über ein starkes Gefühl der Einsamkeit.

Immobilität im Alter ist dafür ein nachgewiesener Risikofaktor. Wir sehen unsere Mission darin, Hilfsmittel zugänglich zu machen, mit denen Menschen sich stark identifizieren.

In der ergoflix-Welt sind Stigmata eliminiert. Menschen nutzen Hilfsmittel ohne Vorbehalte, weil diese gesellschaftlich vollkommen akzeptiert sind. Sie können barrierefrei das Haus verlassen und ihren Lebensabend in Geselligkeit und Freude genießen – und das wirkt sich sehr positiv auf Wohlbefinden und Gesundheit aus.

Spüren Sie ein Image-Problem oder Vorbehalte – gerade auch beim Fachhandel, da Sie auf E-Rollstühle „Made in China“ setzen?

Vorbehalte wurden mir gegenüber zumindest noch nicht kommuniziert. Wir haben unser Produktportfolio qualitativ kontinuierlich verbessert, da sind viele Gedanken zu unserem Partner geflossen. Alle Produkte erfüllen sämtliche Qualitätsstandards. Die Produktion ist nicht automatisiert – denn es ist viel Handarbeit erforderlich. Dies in Europa abzubilden, würde den Preis und damit die finanzielle Hürde für den Endkunden enorm erhöhen.

Welche Ziele hinsichtlich Markt-Performance und -Durchdringung verfolgt ergoflix mittel- und langfristig?

Wir wissen, dass es da draußen immer noch viele Menschen gibt, die den Bedarf für unser Produkt haben aber nicht wissen, dass es existiert. Daher arbeiten wir konstant daran, herauszufinden, wie wir diese Menschen erreichen und ihnen eine gute Versorgung anbieten können. Dies erfordert deutlich mehr Aktivität als einfach nur das Produkt in den Online-Shop zu stellen.

Im Zusammenhang mit Zielen definieren wir keine Zahlen, sondern versuchen uns im Hinblick auf das Marktpotenzial bestmöglich aufzustellen. Wenn wir unsere Arbeit gut machen, spiegelt sich das automatisch in einer guten Marktdurchdringung wieder.

Herr Stadler, danke für das interessante Gespräch.



Showroom des Unternehmens am Stammsitz in Hamminkeln.

Fotos: ergoflix

wds