## Im Netzwerk als Netzwerker vor Ort

Das Netzwerk "Vital-er-leben" wurde im Jahr 2010 ins Leben gerufen. GP hat mit Initiator Ulrich Clausen gesprochen.

Rund 60 handwerklich ausgerichtete Unternehmen haben sich im "Vital-er-leben"-Netzwerk zusammengeschlossen. Die Fäden laufen bei Ulrich Clausen zusammen. Im Gespräch mit GP stellt der Branchenfachmann die Aktivitäten des losen Verbunds vor und erläutert, auf welche Fragen die Branche dringend eine Antwort finden muss.

Herr Clausen, auf einer Skala von 0 (völlige Windstille) bis 12 (Orkan) – in welchem Fahrwasser bzw. Umfeld bewegt sich aktuell der Sanitätsfachhandel? Und warum?

Ulrich Clausen: Den Unternehmen, die ich betreue, geht es meistens wirtschaftlich gut. Sie haben sich mit den Themen Personal, Marketing und Digitalisierung zu beschäftigen, wie jeder andere Unternehmer auch. Dazu kommen die Rahmenbedingungen in der Gesundheits-/Hilfsmittelbranche, aktuell die neue MDR Richtlinie. Als Hanseat sage ich mal "frische Brise", das ist dann wohl die 5.

Das "Vital-er-leben"-Netzwerk ist seit 2010 am Markt aktiv. Wann haben Sie den Durchbruch erreicht?

Nach zwei Jahren und 30 Partnern im Netzwerk Vital-er-leben war sichergestellt, dass dieses Modell tragund zukunftsfähig ist.

Wodurch zeichnet sich das "Vital-erleben"-Netzwerk besonders aus?

Der ehrliche und vertrauensvolle Informationsaustausch unter Kollegen ist wohl das Besondere. Unser Motto: gemeinsam arbeiten – gemeinsam entwickeln – gemeinsam gewinnen. Darüber hinaus hat sich das Netz-



Ulrich Clausen (Fotos: Vital-er-leben)

werk ständig erweitert und ist mit seinen Unterstützern "in die Tiefe" gegangen. Wir bauen auf Dienstleister, die die Partner individuell betreuen und weiterbringen.

Was eint die Mitglieder?

Es sind alles Betriebe, bei denen die Orthopädietechnik/-schuhtechnik, also das Handwerk eine wichtige Rolle spielt. Wir sind nicht die ganz großen unserer Branche, sondern wollen uns als regionale Anbieter kundenorientiert, profitabel, mitarbeiterfreundlich und modern präsentieren.

Wie sieht Ihre Rolle im Netzwerk aus? Meine Rolle hat sich über die Jahre gewandelt. Zu Anfang musste ich natürlich schauen, genügend Partner im Netzwerk zu vereinen. Dann habe ich versucht, einen Unterstützerkreis aufzubauen. Ich habe mich weiterentwickelt zum Train-the-Trainer und Business-Coach, um die Inhaber und deren Mitarbeiter noch zielgerichteter zu betreuen und zu schulen.

Meine Rolle heute: Manager, Netzwerker und Stratege.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Im Jahr 2025 ist das "Vital-erleben"-Netzwerk ...

... ein weiter in sich gefestigtes Netzwerk mit 100 Orthopädietechnik/-schuhtechnik-Unternehmen, die regional bestens aufgestellt sind, auch, weil sie über ihre Unternehmenskultur und -werte ihre Mitarbeiter ans Unternehmen binden.

Mitarbeiter, Kostenträger, Zusammenarbeit mit Kliniken/Ärzten – welche Themen beschäftigen aktuell die Sanitätshaus-Inhaber? Wie sehen die passenden Strategien aus?

Grundsätzlich sollte der Inhaber offen sein und eine gute Kommunikation zu allen seinen Geschäftspartnern pflegen. Als Inhaber sollte ich immer auch Netzwerker sein, mich in meiner Region einbringen, über meine Themen erzählen. Ich bin der festen Überzeugung und erkenne es bereits heute bei einigen Vital-erleben-Partnern, dass sich diese Strategie auch langfristig auszahlt. Der Gesetzgeber schreibt eindeutig vor, was erlaubt ist. Als Inhaber sollte ich jeden Tag "in den Spiegel schauen können" und sagen: "Ja, mein Team und ich erbringen erstklassige Leistungen. Dies erkennen Ärzte, Verantwortliche in Kliniken und bei Kostenträgern und vor allem meine zu versorgenden Kunden."

In Ihren Workshops schulen Sie Teilnehmer in der Persönlichkeitsentwicklung, Was heißt das konkret?

Bevor ich einen Workshop mache, spreche ich konkret mit den Teilnehmern die Wünsche ab und baue mein



Harald Melchior, Inhaber und Geschäftsführer von Reha-OT in Lüneburg (I.), zusammen mit Ulrich Clausen.



Rena Lemmermann leitet die Sanitätshäuser des Leistungserbringers Reha-OT in Lüneburg.

Konzept darauf auf. Der Workshop selbst ist geprägt von inhaltlichen Themen sowie Einzel- und Gruppenarbeiten. Mein Wunsch ist es, dass jeder Teilnehmer für sich eine neue Idee oder einen neuen Ansatz entdeckt, den er später im Gespräch anwendet.

Häufig sind die Themen Beratung, Akquise, Führung, Kommunikation, Umgang mit Beschwerden und schwierigen Themen dabei. Wichtiger wird das Einzelcoaching, z.B. als Sparringspartner für Inhaber und Führungskräfte oder indem ich Mitarbeiter bei ihrer Arbeit begleite und Feedback gebe.

Sie sind seit 20 Jahren in der Sanitätshausbranche tätig. In welchen Bereichen hat sich diese besonders gut weiterentwickelt? Wo besteht besonders viel "Nachholbedarf"?

Als ich 1997 das erste Mal auf der Reha Care in Düsseldorf ausgestellt habe, waren die präsentierten Produkte noch grau und einfach. Heute haben wir farbenfrohe und innovative Hilfsmittel für spezielle Anwender, therapiebegleitende Lösungen und eine große Auswahl, auch außerhalb des Rezeptgeschäftes. Auch in der gezielten Beratung haben wir ausgebildete Fachkräfte, die speziell geschult die Kundenwünsche analysieren. Wir haben themenbezogene Ladeneinrichtungen, definierte Geschäftsfelder und eine kaufmännisch ausgerichtete Geschäftsführung.

Nachholbedarf – dieser Punkt liegt mir besonders am Herzen: Wie gewinnen und begeistern wir junge Menschen für unsere Branche, um den Personalbedarf langfristig sicherzustellen? Ich bin mir sicher, dass wir das Potential dafür haben, aufgrund

- der Vielfältigkeit der Tätigkeiten,
- der Sinnhaftigkeit der Versorgungen und
- den technischen Innovationen, z.B. Scantechnik und 3D-Druck, Digitalisierung und Produktneuheiten.

Leider kennen noch immer zu wenige unsere Branche!

## SEMINAR "POTENTIAL IM MEHRVERKAUF"



Das Netzwerk Vital-er-leben hat vor kurzem erstmals ein Seminar zum Thema "Potential im Mehrverkauf" veranstaltet. In diesem Jahr werden noch zwei weitere Termine angeboten:

- 25. und 26. November in Hannover
- 27. und 28. November in Würzburg

Zu den Referenten gehören Branchenexperten von OBV, Saljol und Springer Aktiv. Dazu addieren sich Beispiele von Händlern aus der Praxis.