

Interview, November 2021, 6.319 Zeichen

Interview mit Boris Pichler, Kaphingst GmbH

„Meine Schwiegereltern und die Gründer von medi waren Pioniere!“

Sie sind beide erfolgreiche Familienunternehmen, die eine lange, enge Partnerschaft pflegen: das Sanitätshaus Kaphingst und medi. Anlässlich des 70-jährigen Jubiläums des Hilfsmittelherstellers lassen medi und Boris Pichler, Geschäftsführender Gesellschafter von Kaphingst, die Zusammenarbeit Revue passieren und wagen einen Blick in die (digitale) Zukunft. Im Interview sprechen sie über gemeinsam entwickelte Markenerlebnisse für Patienten, eine funktionierende Netzwerkarbeit und die Entwicklung der Branche.

Herr Pichler, springen wir doch mal in der Zeit. Wie können wir uns die Anfänge der Zusammenarbeit vorstellen?

„Ende der 1950er, Anfang der 60er Jahre kam der medi Seniorchef Wolfgang Weihermüller noch persönlich nach Marburg, stellte meiner Schwiegermutter die neuesten Strümpfe vor und schrieb die Aufträge selbst – so klein war das Unternehmen und die Branche. Heute ist das aufgrund der Schnelligkeit, der Größe und der zunehmenden formellen Prozesse unvorstellbar! Das Besondere damals war, dass meine Schwiegereltern und die Gründer von medi Pioniere in ihrem jeweiligen Bereich waren, die sehr eng auf einer freundschaftlichen Basis zusammengearbeitet haben.“

In 70 Jahren hat sich nicht nur die Zusammenarbeit verändert, sondern auch das medi Produkt-Portfolio. Was begeisterte Sie am meisten?

„medi ist ein sehr innovatives und jung gebliebenes Unternehmen, deswegen fällt es mir schwer, ein Beispiel herauszugreifen. Was mich vor allem fasziniert, ist die Dynamik, mit der sich medi in der Lymphologie, vor allem im Flachstrick-Bereich, stark entwickelte und über die letzten Jahre Marktanteile erkämpfte. medi hatte – wie so oft – das Ohr eng am Markt und reagierte schnell auf die Entwicklungen in der Lymphologie.“

medi GmbH & Co. KG
Medicusstraße 1
95448 Bayreuth
www.medi.de/newsroom

Pressekontakt
Lisa Schwarz
Telefon 0921 912-1737
l.schwarz@medi.de

Bild / Bilder: © www.medi.de,
Kaphingst GmbH

medi ist für Sie ein innovatives Unternehmen. Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit?

„Die Mitarbeiter von medi sind Macher. Ein erfolgreiches Beispiel war die erste medi Shop-in-Shop Lösung mit analogen und digitalen Elementen, die wir gemeinsam 2015 in unserem Flagship-Store in Marburg umgesetzt haben. Wir haben es geschafft, ein bis heute attraktives Markenerlebnis zu schaffen. Diese Begeisterung und das große Engagement von medi ist es, was unser Sanitätshaus weitergebracht hat und mir bei der Zusammenarbeit großen Spaß macht.“

Warum ist es so bedeutend, Marken für die Patienten spürbar zu machen?

„Es ist ein wichtiger Schritt, um sich zu professionalisieren. Die Patienten-Compliance wird erhöht und aus Kunden werden bestenfalls Stammkunden: Das sind beides Ziele, die bei einer funktionierenden Patientenversorgung eine große Rolle spielen! Dafür braucht es ein starkes Netzwerk aus Ärzten, Physiotherapeuten, Patienten und medi als Hersteller. Bei einer erfolgreichen Zusammenarbeit wirkt sich das auf eine nachhaltige, positive Entwicklung der Compliance der Patienten aus. Wir nehmen unsere Kunden dabei an die Hand, denn gerade beim Tragen medizinischer Kompressionsstrümpfe ist nicht immer allen die langfristige Wirkung bewusst.“

Ist diese ganzheitliche Betreuung der Ansporn von Kaphingst?

„Definitiv! Wir wollen Menschen helfen, ihre Gesundheit zu erhalten und Mobilität zu verbessern – und zwar mit modernsten Versorgungskonzepten in der Orthopädiotechnik und Orthopädie-Schuhtechnik. Eine wichtige Schlüsselrolle nehmen dabei unsere kompetenten Mitarbeiter ein, die in ihrem Bereich jeweils hoch spezialisiert sind und einer Aufgabe nachgehen, die wichtig für die Gesellschaft ist.“

Zusätzlich betreiben Sie einige Online-Shops. Sie sind also offen gegenüber digitalen Veränderungen?

„Absolut! Bereits 2014 im Zuge der Konzeption des Flagship-Stores wollten wir mit medi ein kompatibles Warenwirtschaftssystem aufbauen. Damals klappte es nicht, heute sieben Jahre später, funktioniert das auf Basis einer anderen Technologie. Das Fazit: Manches braucht seine Zeit und Technik, die sich erst entwickeln muss.“

Und wie sieht es beim Thema Digitalisierung in der Branche aus?

„Ich denke, dass die kleineren Betriebe von globalen digitalen Lösungen, wie vom medi e-shop, profitieren. Es braucht eine klare Struktur und Prozesse, die kleinere Häuser nicht allein stemmen können, sondern für die sie einen starken Partner an ihrer Seite benötigen.“

Sie führen ein Familienunternehmen mit einer über 100-jährigen Geschichte. Wagen wir einen Blick in die Zukunft: Werden Familienunternehmen weiterhin eine tragende Rolle spielen?

„Ja, aber sie werden in unserer Branche perspektivisch nur noch in größeren Strukturen funktionieren. Kleine Unternehmen mit fehlender Spezialisierung werden zunehmend mit Herausforderungen kämpfen, weil Nachfolger fehlen, die Komplexität der Branche zunimmt und sie im Wettbewerbsdruck mit größeren Strukturen nicht mithalten können. Ich bin davon überzeugt, dass es zu einer Konzentration und Professionalisierung der Branche kommt, in welcher Dynamik werden wir sehen.“

Wohin soll die Reise bei Kaphingst gehen?

„Wir geben uns mit dem Status quo nicht zufrieden, sondern verfolgen eine starke Wachstumsstrategie. In Hessen sind wir flächendeckend schon gut vertreten, doch das wollen wir noch ausweiten, um in Nord- und Mittelhessen jeden Patienten analog über unsere Filialen und digital über kaphingst.de erreichen zu können und dabei ein leistungsfähiger Partner zu sein. Mittelfristig streben wir die flächendeckende Versorgung in unserem Gebiet mit einem Multi-Channel-Konzept an. Das verbinden wir mit einem provokativen Marktauftritt, wie aktuell mit Roberto Blanco als Markenbotschafter. Langfristig möchte ich als Familienunternehmen eine nachhaltige

Struktur pflegen, die uns über den Generationenwechsel hinweg Zukunftsperspektiven eröffnet. Das vereint uns auch heute wieder mit medi, denn diesen Prozess haben Sie mit der dritten Generation bereits erfolgreich geschafft! Ich freue mich darauf, gemeinsam mit medi in die Zukunft zu gehen und auch weiterhin eine so starke Zusammenarbeit zu pflegen!“

Lieber Herr Pichler, vielen Dank für die spannenden Einblicke – und auf viele weitere Jahre, in denen wir gemeinsam die Branche voranbringen!

Surftipps:

- www.medi.de/unternehmen
- www.medi.de/fachhandel/bestellen/option-medi-e-shop
- www.medi.de/fachhandel/wissen/ladengestaltung
- www.medi.de/fachhandel/marketingmaterial

Bilder und Bildunterschriften:

1-SH-Kaphingst-medi-Erlebniswelten-M-419851

Anlässlich des 70-jährigen Jubiläums des Hilfsmittelherstellers lassen medi und Boris Pichler, Geschäftsführender Gesellschafter von Kaphingst, die Zusammenarbeit Revue passieren und sprechen unter anderem über Markenerlebnisse für Patienten. medi entwickelt gemeinsam mit dem Fachhandel Lösungen, die im Arbeitsalltag unterstützen, die Expertise der Fachkraft aber weiterhin von sehr hohem Wert bleibt. Ein positives Beispiel: Die Shop-in-Shop Lösung mit analogen und digitalen Elementen von medi im Sanitätshaus Kaphingst. (Bild: © Kaphingst GmbH)

2-SH-Kaphingst-Boris-Pichler-M-419852

Boris Pichler, Geschäftsführender Gesellschafter vom Sanitätshaus Kaphingst betont, wie wichtig ein starkes Netzwerk aus Ärzten, Physiotherapeuten, Patienten und medi als Hersteller ist. Denn eine erfolgreiche Zusammenarbeit wirkt sich auf eine nachhaltige, positive Entwicklung der Patienten-Compliance aus. (Bild: © Kaphingst GmbH)

3-SH-Kaphingst-M-419849

Die Mission von Kaphingst: Menschen helfen, ihre Gesundheit zu

erhalten und Mobilität zu verbessern – und zwar mit modernsten Versorgungskonzepten in der Orthopädietechnik. Eine Schlüsselrolle nehmen dabei die starke Partnerschaft mit medi sowie die kompetenten Experten im Fachhandel vor Ort ein. (Bild: © Kaphingst GmbH)

medi – ich fühl mich besser. Für das Unternehmen medi leisten weltweit rund 3.000 Mitarbeiter einen maßgeblichen Beitrag, dass Menschen sich besser fühlen. Das Ziel ist es, Anwendern und Patienten maximale Therapieerfolge im medizinischen Bereich (medi Medical) und ein einzigartiges Körpergefühl im Sport- und Fashion-Segment (CEP und ITEM m6) zu ermöglichen. Die Leistungspalette von medi Medical umfasst medizinische Kompressionsstrümpfe, adaptive Kompressionsversorgungen, Bandagen, Orthesen, Thromboseprophylaxestrümpfe, Kompressionsbekleidung und orthopädische Einlagen. Darüber hinaus fließt die langjährige Erfahrung im Bereich der Kompressionstechnologie auch in die Entwicklung von Sport- und Fashion-Produkte mit ein. Der Grundstein für das international erfolgreiche Unternehmen wurde 1951 in Bayreuth gelegt. Heute liefert medi mit einem weltweiten Netzwerk aus Distributoren und eigenen Niederlassungen in über 90 Länder der Welt. www.medi.de, www.item-m6.com, www.cepsports.com