

Die Messe Rehacare im Selbstversuch

Unser Redakteur testete elektrische Rollstühle, Treppenlifte und einen Suchhund, der verstecktes Geld im Schrank wiederfindet.

VON THORSTEN BREITKOPF
UND ANDREAS BRETZ (FOTOS)

Nie zuvor konnte Menschen mit Behinderung durch Technik und andere Errungenschaften das Leben mehr erleichtert werden als heute. 7,6 Millionen Menschen in Deutschland haben heute eine mehr oder weniger ausgeprägte Behinderung. Im Alter kommen bei vielen ebenfalls erhebliche Einschränkungen in der Mobilität hinzu. Wir haben uns auf der Messe Rehacare, die heute noch bis 17 Uhr für jedermann geöffnet ist, einmal umgeschaut.

Rollstuhl-Traktor Nicht jeder Mensch, der mit dem Rollstuhl unterwegs ist, hat auch die Fitness oder Ausdauer, mit diesem per Armkraft durch die Gegend zu fahren. Elektrische Rollstühle gibt es zwar schon lange, sie sind aber unglaublich schwer. „Bis zu zehn Kilogramm wiegt allein ein Rad“, sagt Josef Jakober, selbst Rollstuhlfahrer und Mitarbeiter der Firma „Swiss Trac“. Diese hat eine einfache, aber verblüffende Lösung, wie Menschen mit ihrem leichteren, unmotorisierten Rollstuhl mobiler sein können. Eine Art Mini-Traktor zieht über eine Anhängerkupplung den Rollstuhl. „Hat auch den Vorteil, dass man sich nicht umsetzen muss, was vielen schwerfällt“, sagt Jakober. 30 bis 40 Kilometer weit schafft es der batteriebetriebene Rolli-Schlepper. Und unser Selbstversuch zeigt: Er ist unglaublich schnell, wendig und kinderleicht zu steuern. Kleiner Hebel nach links, schon flitzt er vorwärts. Gleicher



Autor Thorsten Breitkopf (l.) bei seiner ersten Rollstuhlfahrt mit Josef Jakober von der Firma Swiss Trac. Erstaunlich schnell sind die „Tracker“.



Wirtschaftsredakteur Breitkopf ist gelernter Bankkaufmann. Von einem Geldsuch-Hund wie dem Labradoodle Namaste hat er schon als Lehrling geträumt.



„Hirob“ simuliert unter anderem den Ritt auf einem Pferderücken.

Hebel nach rechts, und der Swiss Trac fährt rückwärts, allerdings aus Sicherheitsgründen mit reduzierter Geschwindigkeit. 7400 Euro kostet die Basisversion des Swiss Trac. Und wie von einem schweizer Produkt zu erwarten, hat der Trecker es in sich: „20 Prozent Steigung schafft er, ohne dass die Räder durchdrehen“, sagt Jakober mit deutlichem schweizer Akzent. Und bei aller Schwere des Themas: Mit dem Swiss Trac zu fahren macht Spaß.

Geldsuch-Hund Die Zahl der Euro-Gegner nimmt zu. Einer gehört nicht dazu: Namaste. Der dreijährige Labradoodle ist ein Geldsuchhund. Was das mit der Rehacare zu tun hat? „Viele demente Menschen neigen dazu, Geldverstecke im eigenen Haus anzulegen, die sie nicht

wiederfinden, und das oft mehrmals“, sagt Besitzerin Claudia Nüchter. Viele Jahre hat es gedauert, Namaste auf Scheine abzurichten. Für einen Zehn-Euro-Schein lässt Namaste jede Wurst links liegen. Den Geldsuch-Hund kann man mieten, wenn er etwas findet, gibt es einen prozentualen Anteil. Ob Namaste auch auf Fremdwährungen abfährt und wie er sich vor einem Geldautomaten verhält, blieb ungelöst. Auf der Rehacare gibt es außerdem Dutzende Blindenhunde, Begleithunde und weitere Vierbeiner, die Menschen mit Behinderung das Leben einfacher machen.

Treppenlift Wer Fernsehzeitschriften liest, weiß: Das Angebot ist gigantisch. Wir haben den Treppenlift von Marktführer ThyssenKrupp

getestet. Treppenlifte können es alten Menschen ermöglichen, lange in ihrem angestammten und vertrauten Mehretagenhaus zu bleiben. Doch der Selbsttest zeigt: Schnelle Fortbewegung ist anders. „Denn es ist gesetzlich vorgeschrieben, dass Treppenlifte in Deutschland nicht schneller fahren als 15 Zentimeter pro Sekunde“, sagt Alex Trost von ThyssenKrupp. Ab 3000 Euro kosten die Lifte.

Roboterpferd „Hirob“ sieht aus wie ein gigantischer Arm. Darauf kann man sitzen, und je nach Modus bewegt er sich wie ein Pferd, schüttelt sich, rotiert, neigt sich. Hirob dient als Therapieinstrument in der Orthopädie. Ein Ritt macht Spaß. Allerdings ist er mit 250.000 Euro teuer und wohl nichts für zu Hause.

Verkaufssender QVC vertreibt jetzt auch Lebkuchen

(RP) Der Düsseldorfer Verkaufssender QVC Deutschland weitet sein Süßwaren-Portfolio aus. Heute startet das digitale Handelsunternehmen die Zusammenarbeit mit der Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambert. QVC bietet seinen Kunden herbst-weihnachtliche Gebäckspezialitäten vom Weltmarktführer für Saisongebäck an.

Die Gebäckmischungen, Geschenkdosen und -truhen wurden eigens für QVC zusammengestellt und sind dort exklusiv erhältlich.

Süßwaren bilden schon heute den Schwerpunkt im QVC-Lebensmittel-Segment. „Dank der Spezialitäten aus dem Hause Lambert können wir dieses Angebot jetzt noch attraktiver gestalten. Während Lambert hochwertige, exklusive Süßwaren herstellt, bietet QVC seinen Kunden ein plattformübergreifen-

des Einkaufserlebnis – on air, online oder via App – und verkauft seine Produkte mit emotionalen, informativen und unterhaltsamen Inhalten via Storytelling und Bewegtbild. Das ist die ideale Kombination, um gemeinsam erfolgreich zu sein“, sagt Ronald Käding, Manager von QVC Deutschland. Auch Lambert-Inhaber Hermann Bühlbecker blickt der Zusammenarbeit positiv entgegen: „Wir freuen uns sehr, unsere exklusive Auswahl herbstweihnachtlicher Gebäckspezialitäten, insbesondere auch unsere Produkte mit geografisch geschützter Herkunftsbezeichnung, bei QVC zu präsentieren.“

Die Produkte sind zunächst im Webshop sowie via QVC-App erhältlich und gehen am 8. Oktober um 18 Uhr auf Sendung, wie der Verkaufssender gestern in einer Pressemitteilung mitteilte.

SERIE MACHER VOM RHEIN

Über Umwege zur großen Mediaagentur

1997 hat Markus Biermann Crossmedia gegründet. Heute hat die Agentur mehr als 200 Mitarbeiter.

VON BEATE WERTHSCHULTE

Eines Tages eine Agentur zu gründen, die sich als eine der wenigen unabhängigen Mediaagenturen auf dem deutschen Markt inmitten großer internationaler Netzwerke etablieren würde, hatte Markus Biermann nicht geplant, als er seine Ausbildung begann. „Aber das Leben verläuft nicht immer geradlinig, unerwartet öffnen sich Türen, manches entwickelt sich anders als gedacht“, sagt der 52-Jährige. Gelernt hat der gebürtige Bochumer zunächst Verlagskaufmann und parallel zur Ausbildung ein Studium zum Kommunikationswirt abgeschlossen. Später arbeitete er als Werbeassistent. Ein Praktikum in einer großen, so genannten Full-Service-Agentur in Düsseldorf gefiel Biermann dann so gut, dass er blieb und

sich entschied, Mediaplaner zu werden. Gleich bei der ersten großen Kampagne, an der er mitarbeiten durfte, lernte er, wie „wichtig und richtig für den Kunden“ das enge Zusammenspiel von Kreation und Media ist.

Folglich hatte Biermann, als er nach Stationen in großen Agenturen, unter anderem als stellvertretender Unileiter, und erster Selbstständigkeit – 1997 in seiner Wahlheimat die Crossmedia gründete, den Anspruch, stets ganz eng mit Kreativagenturen zusammenzuarbeiten. Diesem Denken ist er bis heute gefolgt und hält es immer noch für eines seiner Erfolgsgeheimnisse. So wurden beispielsweise die Standorte in Hamburg und Berlin nicht nur wegen dort ansässiger Kunden eröffnet, sondern insbesondere wegen der räumlichen



Markus Biermann hat in großen Agenturen gelernt. RP-FOTO: ANDREAS ENDERMANN

Nähe zu den Kreativagenturen, mit denen man zusammenarbeitet.

Ein weiterer wichtiger Baustein des Erfolgs ist die Ausbildung. Gut ausgebildete Mediaberater, so Biermann, seien Mangelware. Deshalb hat die Agentur ihr eigenes Trainee-programm ins Leben gerufen. „Aufgrund der ständigen medialen Weiterentwicklung, beispielsweise durch Internet und soziale Medien, sind die Herausforderungen an gute Mediaberater immer weiter gewachsen“, so der 52-Jährige. Und weil es weder Ausbildung noch Studium zum Mediaberater gibt, können junge Leute während eines Traineeships alles lernen, was einen guten Mediaberater auszeichnet. Großen Wert legt Biermann – neben kollegialen Miteinander, flachen Hierarchien und Teamgeist – auf Unabhängigkeit und Transparenz.

RHEINISCHE POST

Neuß-Grevenbroicher Zeitung

BERGISCHE MORGENPOST

SOLINGER MORGENPOST

RP ONLINE



Sonderprodukt „Hofläden“ – am 10. Oktober 2017 in Ihrer Zeitung

Die gesunde Ernährung und der Kauf von regionalen Produkten bekommen immer mehr Bedeutung. Hofläden bieten heimisches Obst und Gemüse aus ökologischem Anbau und Produkte aus artgerechter Tierhaltung an. Unser Pocketpaper „Hofläden“ widmet sich diesem aktuellen Thema mit spannenden Geschichten aus der Welt des ökologischen Anbaus und dient Ihnen zugleich als Wegweiser in der Region.

präsentiert von

