

Bort Medical GmbH

# Mit „Do it yourself!“ zum Erfolg

**Konsequent und zielstrebig hat sich das schwäbische Unternehmen Bort Medical mit Sitz in Weinstadt-Benzach in 23 Jahren vom reinen Handelsbetrieb zum bundesweit gut aufgestellten Medikalprodukte-Hersteller entwickelt. Vor allem in der Ärzteschaft und Sanitätshaus-Szene haben „Bort Medical“-Produkte einen guten Namen. Auf dem Weg zur Sonnenseite musste natürlich auch Firmengründer Rudi Bort mit seinem Team einige Stolpersteine aus dem Wege räumen, aber unterm Strich scheint man ja nicht allzu viel falsch gemacht zu haben ... Über Historie, aktuelle Marktperformance und Visionen informierte sich die MTD-Redaktion vor Ort.**

**F**irma Bort, Guten Tag!“ So melden sich ab 2. Mai 1981 Rudi Bort, seine Frau Irmgard und anfangs drei Halbtagskräfte telefonisch, als die ersten Kundenanfragen einlaufen. Der Wunsch des ehemaligen Vertriebsleiters von Sporlastic, ein eigenes Unternehmen aufzuziehen, war mit Gründung der Bort GmbH am 27. April 1981 Wirklichkeit geworden. „Der Anfang und vor allem die ersten drei Jahre waren sehr hart“, erinnert sich der heutige Seniorchef. Wie so oft, hatte man die raue Realität des Jungunternehmertums unterschätzt.



Stammsitz in Weinstadt-Benzach.

Im ersten Jahr lag der Umsatz bei rund 500.000 Mark, viel weniger, als man sich erhofft hatte. In dieser Gründerphase ist Bort, damals noch mit Sitz in Schorndorf, ein rein auf den Vertrieb von Fremdmarken fixiertes Handelsunternehmen. Im Zentrum aller Aktivitäten stand der deutschlandweite Vertrieb der „Futuro“-Bandagen, dazu gesellt sich ein kleines Beiprogramm.



**Ein starkes Team: Seniorchef Rudi Bort, Ehefrau Irmgard, Sohn Wolfgang und Ewald Dambacher.**

## Eigenmarke punktet

Auf die Erfolgsspur kommt das Unternehmen im Gefolge zweier wichtiger marktstrategischer Entscheidungen drei Jahre später. 1984 investiert Rudi Bort nochmals in sein junges Unternehmen und setzt fortan auf die Eigenmarke „Bort Medical“. Im gleichen Jahr zieht man einen weiteren großen Fisch an Land: die bundesweite Exklusiv-Vertretung für die Knie-Orthese von Lennox Hill – „damals etwas ganz Besonderes auf dem deutschen Markt, da es sich um eine der ersten Knie-Orthesen über-

haupt handelte“, erinnert sich Bort senior. Allein mit diesem Produkt erzielt man bald 50 Prozent des Umsatzes.

Doch zurück zur Eigenmarke. Von 1984 bis 1989 beschränkt man sich auf das reine Umlabeln von Fremdprodukten, im Zentrum aller Aktivitäten stehen hier Standardbandagen. Ab 1989 gibt man sich damit aber nicht mehr zufrieden und startet erstmals – weiterhin im Standardbandagen-Bereich – mit komplett eigener Entwicklung und Fertigung.

## Breites Produkt-Portfolio

In den kommenden 15 Jahren entfacht Bort Medical auf dieser Basis eine enorme Eigendynamik. Aktuell spiegelt sie sich in einem Sortiment von 260 Artikeln mit insgesamt 1.800 Produktvarianten wider. Im Zentrum stehen dabei verschreibungsfähige Bandagen, Orthesen und Schienen. Konzipiert sind sie für Hals, Arm, Finger, Daumen, Hand, Leib/Leiste, Oberschenkel, Knie, Wade, Knöchel und Fuß. „Bis auf zwei Produkte“, so Wolfgang Bort, Dipl.-Ing. und seit 2001 zusammen mit seinem Vater und Ewald Dambacher in der Geschäftsführung, „bieten wir heute nur noch Eigenmarken an.“

Seit vielen Jahren schon hat sich das Unternehmen zudem mit OTC-Produkten ein weiteres Absatz-Standbein geschaffen, das von der jeweiligen gesundheitspolitischen Großwetterlage ein Stück weit unabhängig machen soll. „Zurück geht diese Entscheidung auf 1990/91, als die erste größere Gesundheitsreform anstand“, erinnert sich Ewald Dambacher. Dass auch diese Entscheidung richtig war, zeigt der seit Jahren wachsende Anteil der von Bort Medical angebotenen rezeptfreien Medizinprodukte am Ge-



**Noch ist vieles Handarbeit: Nach der thermoplastischen Zurichtung werden an der Orthese noch Klett- und Flauschbänder angebracht.**

samtumsatz, der mittlerweile bei 18 Prozent liegt. Von besonderer Bedeutung für das Unternehmen sind hier das so genannte „PediSoft“-Programm (Fußschutz-Artikel aus Silikon), die Wärmesegmente-Linie „ClimaCare“ und die Sportbandagen-Linie „ActiveColor“.

### Gut im Rennen

Zwischen 1989 und 1998 hat Bort seinen Umsatz auf Grundlage dieser Produkt-Politik gut verdreifacht. Seit 1998 wächst das Unternehmen pro Jahr im zweistelligen Bereich. Bis heute spielt die Musik vor allem auf dem bundesdeutschen Markt. Der Exportanteil am Gesamtumsatz lag im vergangenen Jahr bei 11 Prozent, „ist also sicherlich noch ausbaufähig“, meint Bort junior selbst-

kritisch. Trotz alledem, in den wichtigsten europäischen Märkten wie Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien und den Niederlanden ist man in Zusammenarbeit mit exklusiven Vertriebspartnern „sehr stark“, ergänzt er. „Bort-Medical“-Produkte sind zudem in den USA, in Hongkong und Taiwan verstärkt gefragt. Interessant ist aus Sicht der Bort-Führungsscrew auch der südamerikanische Kontinent, doch das ist derzeit noch Zukunftsmusik.

In Deutschland läuft das Gros des Geschäfts über Sanitätshäuser, als Lieferant gelistet ist man bei der Ortheg, der Egroh und der Nowecor. Mit gehörigem Abstand folgen als weitere Vertriebskanäle Apotheken und partiell der medizintechnische Fachhandel. Der Direktvertrieb war und ist für Bort kein Thema.

### Vertrauen in die eigenen Stärken

Das Erfolgsrezept des Unternehmens ruht aus Sicht von Bort senior und Ewald Dambacher auf mehreren Pfeilern. Als ganz dickes Faustpfand sehen sie dabei den erreichten Status eines Quasi-Vollsortimenters bei Bandagen und Orthesen. Von Vorteil ist aus ihrer Sicht weiter die mittelständische Struktur des Unternehmens: Die kurzen Entscheidungswege in Kombination mit einer flachen Hierarchie erlauben das schnelle Reagieren auf Markttrends und spezifische Kundenwünsche. Das Ergebnis sind kurze Produkt-Entwicklungszeiten von im Schnitt sechs bis neun Monaten und die Produktion auch von Kleinstmengen mit beispielsweise 200 Einheiten für Kunden.

In diesem Zusammenhang macht sich für Bort Medical auch der über die Jahre gewachsene Stellenwert von Forschung und Entwicklung positiv bemerkbar. Zwei Produktmanager tüfteln an Produktneheiten, -verbesserungen und -modifikationen, den entsprechenden Input an Informationen und Anregungen liefert der 20 Mann starke Außendienst, der bei Ärzten und Orthopädietechnikern entsprechend die Ohren spitzt.

### Alles im Griff

Das Herz des Unternehmens schlägt nach dem Wegzug aus Schorndorf seit 1990 in Weinstadt-Benzach. Rund 60 Mitarbeiter kümmern sich um Verwaltung, Marketing, Auftragsannahme, Controlling, Lagerverwaltung, Kommissionie-

rung und Versand. Produziert wird hier nur in kleinerem Maße – vor allem thermoplastische Orthesen und der Großteil des „PediSoft“-Programms. Der größte Teil der Produkte von Bort Medical wird in zwei Niederlassungen auf der Schwäbischen Alb und in Thüringen mit nochmals insgesamt 60 Mitarbeitern gefertigt. Entgegen dem allgemeinen Trend sieht das Unternehmen darin auch ein klares Bekenntnis zum Standort Deutschland.

Bundesweit resp. für den Export ausgeliefert wird zentral von Weinstadt-Benzach aus. Allein 2003 zählte man hier 1,2 Mio. Stück Warenausgänge. Für die reibungslose Auftragsabwicklung sorgen im Hintergrund eine halbautomatische scannerbasierte Kommissionieranlage mit 1.200 Lagerplätzen und ein Bulk-Lager. Ausgeliefert wird in Deutschland exklusiv über General Logistics Systems Germany (GSL), bei Bestellung bis 14 Uhr am nächsten Tag. Die Lieferfähigkeit liegt im Übrigen bei über 99,8 Prozent, betont Bort junior.



**Logistisches Herzstück: die halbautomatische, scannerbasierte Kommissionieranlage.**

Und falls am Tag X Lager- und sonstige Kapazitäten knapp werden sollten, ist auch schon vorgesorgt. Im Dezember 2002 erwarb man ein direkt angrenzendes, rund 1,3 ha großes Areal. Weiterer Expansion steht also zumindest vor der eigenen Haustür nichts im Wege.

wds