

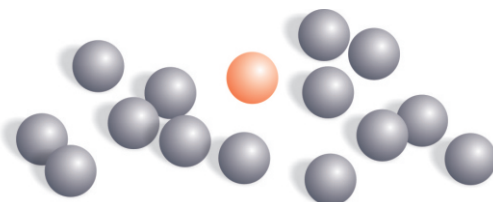
## Der Name ist Programm & Verpflichtung

### Auf den punkt gebracht...

Kaum ein anderes Unternehmen oder eine andere Organisation hat in den vergangenen Jahren -so stark wie gerade L.o.B.- dazu beigetragen, dass das Thema „Barrierefreies Bauen und Wohnen“ unter dem Gesichtspunkt von Komfort und Lebensqualität inzwischen in der öffentlichen Wahrnehmung flächendeckend angekommen ist. „Komfort ist immer auch barrierefrei und Barrierefreiheit für Alle bedeutet immer Komfort und Lebensqualität für Alle“, sagt der Initiator von Leben ohne Barrieren, Dieter Soth und: „Barrierefreiheit muss man nicht sehen, aber deutlich spüren“.

Zugegeben: Die Aufbauarbeit von L.o.B. war nicht leicht und mancher Hersteller- oder Handwerksbetrieb hat uns anfangs nicht so recht ernst genommen. Inzwischen sind wir überall präsent und bieten eine gute Grundlage für Gespräche über eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit jedem, der sich eine starke Position in diesem gigantischen Zukunftsmarkt sichern oder zusätzliche Möglichkeiten nutzen möchte.

Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen, Industrie und Handel, Architekten und Planer, alle sind herzlich dazu eingeladen, unsere gelebten Gedanken zu einem kleinen Bestandteil Ihrer eigenen Strategie zu machen und die Vorteile unserer starken Marktposition und unser Erfahrungspotential aus 13 Jahren erfolgreicher Arbeit für sich zu nutzen. Die meisten Partnerunternehmen wissen inzwischen, dass der Aufwand für eine erfolgreiche L.o.B.-Partnerschaft wesentlich geringer, der Nutzen dagegen aber wesentlich größer ist, als sie es sich vorher vorgestellt hatten.



## eck-punkte

Das L.o.B.-Konzept orientiert sich ausschließlich an den Gegebenheiten des Marktes.

Bei der rasanten Entwicklung des Marktes für barrierefreies Bauen und Wohnen haben wir mit unserer Pionierarbeit erheblich dazu beigetragen, dass der Begriff „barrierefrei“ seine ursprünglich stigmatisierende Wirkung abgelegt und sich zur mehr oder weniger spürbaren Normalität entwickelt hat. Man spricht heute von Komfort für die Generation 50-plus. Wir haben uns vor einiger Zeit den Begriff "generationengerecht" ausgedacht, weil wir damit jede Altersgruppe ansprechen.

L.o.B. hat in nunmehr 13 Jahren sehr viel ausprobiert und experimentiert und unter dem Gesichtspunkt, dass Fehler die wichtigste Grundlage für Lernprozesse bedeuten, eine Menge gelernt. Kurskorrekturen haben wir zu keinem Zeitpunkt als Niederlagen empfunden, sondern als kostbares Erfahrungskapital.

Heute können unsere Partnerunternehmen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistung die zum Teil teuer erarbeiteten und gesammelten Erfahrungen gemeinsam mit uns für eine starke Marktposition nutzen.

## mittel-punkte

Erst durch die inzwischen zahlreichen guten und meistens optimal geeigneten Produkte bekommt generationengerechtes, barrierefreies Bauen und Wohnen den Stellenwert, den es verdient. Dabei sind klingvolle Namen von Herstellern eine, der tatsächliche Nutzwert der entsprechenden Produkte und ein erschwinglicher Komfort für ALLE eine andere Sache.

Manche Hersteller haben unsere Arbeit und unsere Aufgabe oft anders interpretiert, als wir es eigentlich wollten. Tatsache ist, dass wir mit allen Partnerunternehmen das gleiche Ziel anstreben: Die erfolgreiche Vermarktung von Produkten und Leistungen im Zukunftsmarkt für komfortabel-barrierefreies Bauen und Wohnen. So gesehen ist das L.o.B.-Konzept nicht nur eine Frage der strategischen Umsetzung, sondern auch ein klarer Auftrag an uns selbst. Wir nehmen alle Partnerunternehmen bei unseren Aktivitäten mit auf dem Weg zu den wichtigen, zeitgemäßen Zielgruppen und platzieren Sie immer dort, wo es um lukrative Kundenkontakte geht.

Unser Motto: „Zielgruppenbesitz ist wichtiger als Kapitalbesitz“ nehmen wir dabei sehr ernst.



## plus-punkte

### **Wir erreichen alle:**

#### **Architekten:**

Sie gehören als begleitende Planer der örtlichen Netzwerke zum funktionierenden L.o.B.-Partnersystem vor Ort und als Projektpartner bei Aktionen wie z.B. für Hotels und Arztpraxen. In Zukunft stellen sie sich zusätzlich mit ihrer fachspezifischen Kompetenz im neuen L.o.B.-"Bundesarchitektenregister..." vor.

#### **Handwerksbetriebe:**

Sie sind mit Abstand das wichtigste Glied in unserer Leistungskette. Auf sie ist Verlass, wenn es um die fachkompetente Umsetzung unseres Konzeptes vor Ort geht. Die meisten von ihnen sind als Fachbetrieb für barrierefreies Bauen und Wohnen zertifiziert.

#### **Investoren:**

Sie finden über zahlreiche, diverse L.o.B.-Marketingmaßnahmen, Veranstaltungen und Messen oder auch über Architekten zu uns. Ihre Bedeutung im Objektgeschäft ist ein wichtiger Bestandteil unserer Gesamtstrategie und hat besonders auch für unsere Industriepartner einen hohen Stellenwert.

#### **Private Bauherren**

Ohne unsere privaten Kunden geht nichts. Also sind private Bauherren unsere wichtigste Zielgruppe. Sie finden über unser strategisch angelegtes Marketingkonzept zu uns, das zahlreiche, sehr unterschiedliche Aktivitäten beinhaltet. Dazu gehören u.a. zahlreiche regionale Baumessen, auf denen wir uns mit attraktiven Sonderschauen präsentieren.

## treff-punkte

"Leben ohne Barrieren" hat im Laufe der Jahre die erheblichen Vermarktungsaktivitäten für und mit Partnerunternehmen ständig verstärkt. Daraus ergeben sich bis heute immer neue, zusätzliche Multiplikatoren.

Neue L.o.B.-Partner werden auch neue Kunden der Industrie, immer neue, attraktive Produkte und Leistungen finden ihren direkten Weg über L.o.B. zur kaufkraftstarken Zielgruppe der 50-plus-Generation. Dabei spielt die L.o.B.-Dauerausstellung in Krefeld als Deutschlands einzigartige Präsentation für generationengerechtes Bauen und Wohnen eine wesentliche Rolle.

„Wo L.o.B. ist, findet der Markt statt“, sagt man über uns. Das hat sich in den vielen Jahren der erfolgreichen Arbeit immer wieder gezeigt.

L.o.B. ist mit allen Partnerunternehmen immer ganz nah am Kunden, weil wir dafür sorgen, dass barrierefreies Bauen und Wohnen immer stärker zu den wichtigen Tagesthemen gehört.

Wir fühlen uns deshalb vor allem auch als Kommunikationsmittler für alle L.o.B.-Partnerunternehmen.

...das ist der punkt.

