

14 Marktveroveraar

Arion Group / Oprichter Erik Joosten
Aantal medewerkers circa 60 / Omzet 7 miljoen euro



Met een hulpmiddel voor het aantrekken van steunkousen heeft Erik Joosten een wereldmarkt veroverd. Nu timmert zijn bedrijf Arion Group in het Limburgse Geleen ook aan de weg met 'washandjes zonder water' en anti-verzuringkousen voor sporters.

Held op sokken

Het oogt als een frietzak: een hulpmiddel van superglad materiaal op basis van zeildoek dat het aan- en uittrekken van steunkousen vergemakkelijkt en daarmee het werk van een verpleegkundige fysiek lichter maakt. De Sim-Slide – de nieuwste versie van het hulpmiddel – is niet meer weg te denken uit de thuiszorg en uit de levens van ouderen die met spataderen kampen. Erik Joosten, geboren Maastrichtenaar, begon in 1994 met de productie van wat toen de Easy-Slide heette, na een lange bedeltocht langs verschillende banken. Hij weet nog hoe hij 'werd weggelachen' als hij zijn businessplan tezamen met een prototype van zijn aantrek-hulp bij een kredietverstrekker op de balie legde. 'In die tijd werden alle hulpmiddelen door het ziekenfonds vergoed. Voor dat simpele ding van mij zou geen markt zijn.' Joosten behield een rotsvast geloof in zijn vinding. Had hij immers niet zelf aan bed bij verpleegkundigen en ouderen gezeten om hen zijn zelf in elkaar geknutselde aantrek-hulp te laten uitproberen? 'De reacties waren louter enthousiast. Ouderen konden nu zonder verpleegkundige hulp hun steunkousen aantrekken.' Het idee had hij opgedaan als student gezondheidswetenschappen in een baantje bij een consultancybureau. 'Ik moest knelpunten op de thuiszorgmarkt inventariseren. Zo ontdekte ik dat het met die steunkousen voor wijkverpleegkundigen en ouderen iedere dag een tijdrovend geklungel

was. Het ging om een wrijvingsprobleem. Dat was alleen met een glad hulpmiddel op te lossen. Maar in de zorg werden de dingen geaccepteerd zoals ze waren.'

LUCHTBALLONNEN

'Van irritatie naar innovatie'. Dat werd Joostens missie toen het consultancybureau een economische dip doormaakte en hij voor destijds 110.000 gulden het patent op de Easy-Slide kon verwerven. Dat geld had hij niet, en de banken wilden het hem ook niet geven – met uitzondering van die éne ING-filiaalhouder in het dorp Nuth. 'Ik liet de eerste exemplaren produceren door een maker van luchtballonnen omdat ik geen textielabriek vond.' Toen zijn bedrijf Arion eenmaal op poten stond, hevelde Erik Joosten de productie over naar de sociale werkvoorziening in Zuid-Limburg en kon de leverantie aan thuiszorginstellingen en zorgwinkels in het land beginnen. 'Met zoveel wijkverpleegkundigen had ik als kleine starter de grootste pr-buitendienst van Nederland. De aantrek-hulp kostte circa 50 gulden – tegenwoordig vergoed door zorgverzekeraars, maar destijds niet. Men vond die frietzak een hulpmiddel voor een hulpmiddel. Dat maakte de verkoop wel moeilijk. Tegelijk dwong me dat stevig in marketing te investeren. Ik heb toen iets van Mercedes afgekeken. Hun auto's zijn duur om te kopen, maar hebben een lage kilometerprijs. Toen zijn we gaan roepen: voor om-

gerekend een paar centen per dag lossen wij uw probleem op en krijgt u uw onafhankelijkheid terug!'

WASSEN ZONDER WATER

Sinds Arion een joint-venture heeft met een Belgische textielabriek vindt de productie plaats in Tunesië. Met pallets tegelijk wordt de aantrek-hulp verscheept naar thuiszorgmarkten in West-Europa, Scandinavië en Amerika. 'Er is al vaker geprobeerd om het na te maken', zegt Joosten, 'maar er zit een ijzersterk patent op. Een groot Duits bedrijf dat mijn product wilde kopiëren, is zelfs onze partner worden.'

In Amerika, een land dat hij ziet als trendsetter voor *convenience*-zorgproducten, ontdekte Erik Joosten de *Swash*: wasdoekjes met een lotion waarmee je patiënten zonder water kunt wassen. 'Een groeimarkt, want wassen met water aan bed is vaak knoeiwerk en irriteert.' Sinds kort is Arion in Geleen zelf gestart met de productie van wasdoekjes en verpleeginstellingen.

Joostens nieuwste innovatie zijn elastische sportkousen die om de kuiten gaan om spierverzuring tegen te gaan. Als ambassadeurs, met wie hij een sponsorcontract tekende, rekruteerde hij onder anderen tophockeyster Maartje Paumen en wielrenner Gerben Löwik. Erik Joosten: 'Als je verzuring ziet als irritatie, dan is met deze sportkous de innovatie glanceerd.' <