

### Autor

Guido Biland

### Publiziert in

HandelsZeitung Nr. 47/2000, E-Commerce-Special, S. 82

---

## Eine Airline für Pendler

**B2B/Pendeln ist monoton. Ein Mittel gegen Langeweile im Verkehr hat die Kirchberger Firma BKTech AG entwickelt. Und das passende E-Business gleich dazu.**

Wir schätzen es, mobil zu sein. Wenn nur die Stosszeiten nicht wären. Ausgerechnet aus dem für seine Behändigkeit berühmten Bernbiet erreicht uns eine Innovation, die dem Begriff «Rushhour» wieder seine ursprüngliche Bedeutung gibt. Sie trägt den Namen «FLYER Urban Airline». Dabei handelt es sich um ein E-Bike oder Powerbike. Früher hätte man gesagt: ein Velo mit batteriebetriebenen Elektromotor. Im Gegensatz zu einem Töffli ersetzt der Motor die Muskelkraft nicht, sondern verdoppelt sie – abgasfrei, lautlos, sparsam. Die Konstruktion erlaube, so versprechen die Hersteller, einen transpirationsfreien Transfer über eine Distanz von 20-35 km bei Tempo 30 – das ideale Schönwetter-Vehikel für staufrustrierte Pendler mithin? Wie immer, wenn es um Quantensprünge auf Rädern geht, lohnt sich ein Blick nach Japan. Dort werden jährlich 200'000 Powerbikes verkauft. Für die Jungunternehmer Reto Böhlen, Philippe Kohlbrenner und Christian Häuselmann von der BKTech AG besteht kein Zweifel, dass diese Vehikelgattung (Verbrauch 1 kWh/100 km) auch in Europa und in den USA eine goldene Zukunft hat.

### Integration statt Isolation

BKTech ist ein junges Startup-Unternehmen mit heute rund 20 Mitarbeitern. Mit dem FLYER hat es 1996 ein Produkt entwickelt, das potenziell jedem Menschen dient, der Zugang zu einer Steckdose hat. Und wo Steckdosen sind, sind meistens auch Computer. Was also liegt näher, als den FLYER weltweit via Internet direkt an die Endkunden zu verkaufen?

Wer die Homepage von BKTech AG unter [www.swiss-flyer.com](http://www.swiss-flyer.com) besucht, merkt bald, dass es hier nicht ums schnelle Geld geht. Marketingchef Christian Häuselmann: «Wir haben die erste FLYER-Serie direkt verkauft, sind aber wieder davon abgekommen. In der Velo-Branche läuft alles über den geschulten Fachhandel. Zudem ist unser Produkt neu und daher erklärungsbedürftig.»

Das E-Business-Modell der BKTech setzt sich aus drei Bereichen zusammen: das interne ERP-System, das Extranet (B2B) und das Internet (B2C). In Zukunft soll auch der Bereich Beschaffung (E-Procurement) in das Modell integriert werden.

Zentral im aktuellen Modell ist die Kooperation mit dem Fachhandel, also das Extranet. Hier ermöglicht BKTech eine ganze Palette von Transaktionen: Bestellung, Auftragsbestätigung, Kontrolle Auftragsstatus, Lieferbereitschaft, Forum (Feedback), Info-Vermittlung, Service-Tipps, Bild- und PR-Vorlagen usw. Die Dienstleistungen sind so ausgelegt, dass für die Kommunikation zwischen dem Hersteller und dem Vertriebspartner kein Papier mehr nötig ist – was durchaus zur Philosophie des innovativen Jungunternehmens passt. Ein weiteres Merkmal dieser Kommunikation ist die vollständige Integration: Es gibt hier keine isolierten oder redundanten Daten. Mit anderen Worten: Aus Betroffenen wurden Beteiligte gemacht.

Als sehr nützliche Verkaufshilfe am POS und intelligentes Interface für Bestellungen erweist sich der Modell-Konfigurator, der auch im B2C-Bereich (Internet) verfügbar ist: Mit wenigen Mausclicks lässt sich das Modell im Nu auf den persönlichen Geschmack abstimmen und kalkulieren. Da die Bikes just-in-time produziert werden, entsteht dem Hersteller durch diesen Komfort kein Zusatzaufwand.

Im Internet kommen die Surfer ausserdem in den Genuss von ausführlichen Unternehmens- und Produktinformationen, einem Händlerverzeichnis und einem Forum. Kauflustige können ihr Exemplar online konfigurieren und reservieren, nicht aber bestellen; diese Transaktion ist nur im Extranet möglich (siehe Kasten).

Stark ist die E-Business-Lösung auch in der Aftersales-Phase: Über jeden FLYER wird via Extranet ein datenbankgeneriertes Servicejournal geführt, das auch vom Besitzer jederzeit abrufbar ist. Diese History ist sehr aufschlussreich für die Weiterentwicklung des Produkts und natürlich auch für Käufer von Occasionen (die Daten sind vom Besitzer nicht manipulierbar).

Bereits ein Monat nach dem Relaunch mit dieser neuen E-Business-Lösung im vergangenen Februar wurden online elf FLYER reserviert. Monatlich besuchen rund 15'000 Surfer die Website. Daraus resultieren 300 bis 500 E-Mail-Anfragen, wovon ein Drittel aus dem Ausland stammt.

Der Aufwand für diese IT-Lösung beläuft sich auf etwas über 100'000 Franken. Mit dieser Investition wurden drei Ziele erreicht: Unterstützung der Marketingaktivitäten, Effizienzsteigerung der über- und innerbetrieblichen Geschäftsprozesse, Optimierung der Kundenbeziehungen.

Hinweis: Diese und weitere E-Business-Lösungen werden ausführlich im folgenden, soeben erschienenen Buch präsentiert:

Petra Schubert/Ralf Wölflé (Hrsg.): E-Business erfolgreich planen und realisieren. Case Studies von zukunftsorientierten Unternehmen, München 2000, Carl Hanser Verlag, ISBN 3-446-21616-2.

((Kasten))

### **So kommen Sie zu einem FLYER**

Der FLYER Urban Airline wird heute ausschliesslich in «FLYER-Centern» verkauft; das sind Fachgeschäfte, die die Modelle nach dem Shop-in-Shop-Prinzip vermarkten – in der Schweiz mittlerweile 60 (bis Ende Jahr sollen es 100 sein). Bisher wurden insgesamt 1000 FLYER verkauft, vornehmlich in der Schweiz. Im nächsten Jahr will man sich auch auf den deutschen Markt konzentrieren.

Auf der Website [www.swiss-flyer.com](http://www.swiss-flyer.com) können Sie ein Exemplar für Ihre Bedürfnisse konfigurieren und bei einem Händler nach Ihrer Wahl reservieren. Der Konfigurator rechnet Ihnen auch gleich den Preis Ihres Modells aus. Die vier Grundmodelle variieren zwischen 3395 und 6190 Franken.

Die Reservation geht per E-Mail sowohl an den Händler als auch an den Hersteller. Der Händler nimmt dann mit Ihnen Kontakt auf und schliesst den Vertrag mit Ihnen ab. Jetzt geht Ihr FLYER in die Produktion. Lieferfrist: ca. vier Wochen.

Für den FLYER brauchen Sie ein Mofa-Nummernschild. Einen Helm müssen Sie jedoch nicht tragen.