

Anggetrieben wie von Engelstflügeln

FLYER Der Hersteller der Schweizer Elektrovelos kann sich vor lauter Nachfrage kaum retten: Verdoppelung des Absatzes in schöner Regelmässigkeit und Engpässe, wohin das Auge reicht. Dahinter stecken auch eindruckliche Logistikleistungen.

MÉLANIE KNIÜSEL-RIETMANN

Vor 15 Jahren wurde in Kirchberg BE mit der Produktion von Velos mit Elektromotoren begonnen. Im hauseigenen Museum wird der «rote Büffel», quasi der Stammvater dieser Stahlesel, gezeigt. Am Anfang war – wie bei vielen Erfolgsgeschichten – eine geniale Idee. Philipp Kohlbrenner aus Kallacker war es leid, täglich den weiten Weg zur Arbeit mit dem Velo zurückzulegen. Er sorgte mit dem «roten Büffel» für eine eigene Logistikleistung. So einfach begann die Geschichte des Unternehmens Biketec, Herstellerin von Elektrovelos der Marke Flyer. Die Kundschaft ist heute so vielfältig wie unsere bunt zusammengesetzte Gesellschaft. Und es kommen immer neue Fans dazu. Zunächst war es vor allem die Generation 50 Plus. Dann kamen die 60-Plus-Vertreter hinzu. Es sind Kunden, welche Spass an der Bewegung im Freien haben, aber zuweilen an Gelenk- oder Herzproblemen leiden. Und heute sind es immer mehr Junge, etwa Be-



Den Vertrieb der Flyer-Velos organisiert der Logistikler Dachser.

rufspender, welche sich kein zweites Auto leisten können oder wollen oder es mit der berufstätigen Frau teilen, sowie die Lohas. Für Uneingeweihte: Lohas steht für Lifestyle of health and sustainability. So tragsich es tönen mag: Die Rezesion zeigt sich in diesem Unternehmen von der anderen, der positiven Seite.

Energie sparen beim Fahren

CEO Kurt Schär hat ein probates Beispiel, um Noch-Nicht-Flyer-Fahrerinnen und -Fahrer zu überzeugen. «Wissen Sie, dass Sie allein mit einer morgendlichen

warmen Dusche mehr Energie verbrauchen als ein Flyer-Fahrer der 100km zurücklegt?» Da bleibt einem fast die Spucke weg. Und dann erzählt er die Geschichte von Mathias Jaeggi, dem Vorzeigemann des Unternehmens. Der hat doch tatsächlich 2008 in 99 Tagen 10421 km zurückgelegt, befuhr die 21 Eurländer, erreichte 2,6 Mio Pedalumdrehungen und verbuchte 16 Fr. Stromkosten. Und das alles ohne Doping. Wenn Schär über seine Vehikel spricht, ist er kaum mehr zu stoppen und läßt sofort zu einer Probefahrt ein. Das Fahrgelühl läßt sich nur schwer

beschreiben. Man wird wie von Engelstflügeln angetrieben und tut trotzdem etwas für die Gesundheit, weil der Treivorgang beschleunigt wird. Urs Freuler, ein weiteres Aushängeschild des Hauses, fuhr in Saisonbestzeit über die drei Pässe Suslen, Furka und Grimsel. Und brauchte mit dem Flyer nur wenig mehr Zeit als die Besten der Tour de Suisse. «Und wissen Sie, was das Tollste war? Wer mit einem Flyer solche Parforcturen macht, hat keinen roten Kopf und ist anschlissend total entspannt», erzählt Schär lächend.

VELOLOGISTIK

Hersteller und Produzent als Partner

Dachser Schweiz Der Hersteller von Flyer-Ektrovelos arbeitet für den Export seiner Fahrräder mit einem Partner zusammen: Der internationale Logistikdienstleister Dachser organisiert den Export nach Deutschland, Frankreich und Österreich und wickelt die Reparatur-Rücksendungen sowie den Einzelhandel nach Deutschland ab. Dabei wird das Dachser-eigene Sendungsauskunftssystem benützt, welches mit dem aktuellen Status einer Sendung jederzeit aktuell abrufbar ist. Die anspruchsvolle Zusammenarbeit zwischen den beiden Partnern begann 2003.

www.dachser.ch

Nach so viel Velotechnik wird es Zeit, durch die Produktionsräume zu gehen, in denen diese Fortbewegungsmittel hergestellt werden. Am Anfang des Erfolgs lag eine grosse Logistikleistung. Die Bestandteile kommen aus der ganzen Welt, der Rahmen etwa aus Taiwan, der Sattel aus Italien, die Schaltung aus Japan, Reifen aus Deutschland, Felgen aus der Schweiz. Im Moment hat man nur ein Problem: Diese Teile müssen nicht nur in einem sorgfältig geplanten Rhythmus bestellt werden, weil die Orterpntzen je nach Saison und Wetterlage ändern, sie müssen auch noch gelagert werden und zwar so, dass sie zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort sind. Das Produktionskonzept unterscheidet sich wesentlich von jenem der japanischen Konkurrenten.

Nicht die Velos «rot-therap», sondern die Mitarbeiter, von denen jeder spezielle Aufgaben hat. «Mit dem Vorzeitverzögerung für anspruchsvolle Arbeiten nicht voroder nachgelagerte Aufgaben blockiert werden», sagt Simon Brüllsauer, Leiter Tourismus und Events. Wie sein Chef ist mit allen Duzis, hat für jeden ein freundliches Wort, und auch er ist kaum zu bremsen, wenn er diese begehrten Velos präsentiert – allen voran ein neues Modell aus Karbon. Pro Tag verlassen derzeit 120 elektrisch angetriebene Fahrzeuge das Haus. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 17000 Fahrräder ausgeliefert, dieses Jahr sollen es nochmals

mehr werden. Mit hoher Geschwindigkeit werden jene, welche ins Ausland gehen, in spezielle Kartondehalter verpackt. «Der Ausandanteil macht etwa 50% aus, Hauptabnehmer kommen aus Deutschland und aus Holland», sagt Brüllsauer. Und was er mit Stolz anfügt: Die Flyer haben in der Schweiz einen Marktanteil von fast 70%. Der Umsatz erreichte 2008 45 Mio Fr.

Umzug bei Vollbetrieb

Die engen Raumverhältnisse im bernischen Kirchberg erfordern eine generalstrabmässige Logistikplanung für die Anlieferung der Container aus Fernost, die Exportware und die Produkte für den Fachhandel. Nahe gelegene Abnehmer holen die Elektrofahrzeuge gleich selber ab.

Wer mit dem

Flyer unterwegs ist, hat nachher keinen roten Kopf.

Platz zu haben, ist in Huttwil für 12 Mio Fr. ein Neubau erstellt worden. Die Frage, ob alle Mitarbeiter an den neuen Arbeitsplatz mitkommen werden, ist schon fast überflüssig: «Klar doch», sagen Brüllsauer und Schär. «Und wir suchen sogar noch ein Dutzend neue.» Das Unternehmen verlässt man mit einem guten Gefühl – endlich einmal gute Nachrichten in einer von der Finanzkrise gebeutelten Wirtschaft.

www.flyer.ch