

24 BEKO-CSR/SCC-Projekt: Spazierschweben

**„Unser Produkt ist: Der in einen zufriedenen Spazierschweber verwandelte Mensch“
(Peter Kotauczek)**

CSR steht für Corporate Social Responsibility und bezeichnet die immer stärker eingeforderte Selbstverpflichtung von Unternehmen, über die übliche Korrektheit des Handelns noch eine zusätzliche Verantwortung gegenüber der Gesellschaft einzunehmen. Die Verfechter dieser Forderung behaupten, eine solche unternehmerische Mehrleistung sei ein gutes Mittel, Anerkennung und positives Image zu schaffen.

Wikipedia drückt das so aus: „Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung (oft auch als Unternehmerische Sozialverantwortung bezeichnet), umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, die über die gesetzlichen Forderungen (Compliance) hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt), über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen (Stakeholdern).“

„Im europäischen Raum hat sich die im Grünbuch der Europäischen Kommission verankerte CSR-Definition als gemeinsames Verständnis etabliert[3]: „Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.““

(Zitate Wikipedia, abgerufen 6.10.2012)

BEKO steht auf dem Standpunkt, dass CSR nur dann Sinn macht, wenn die freiwillige Selbstverpflichtung im Einklang mit den tatsächlich vertretenen thematischen Schwerpunkten im Unternehmen übereinstimmt und damit auch gelebt wird.

Für BEKO sind die unstrittig gesellschaftsrelevanten Themen „Green Energy“, „e-Mobility“, „Negawatt“ und Energieeffizienz ein wichtiger strategischer Ansatz und daher in gebündelter Form folgerichtig auch Schwerpunkt der CSR.

BEKO will einen Beitrag zur Energieoptimierung und Entstressung im städtischen Individualverkehr leisten. Gleichzeitig soll die Umweltbelastung durch den Individualverkehr verringert werden. So soll die Lebensqualität in der Stadt und der individuelle Life-Style der Menschen verbessert werden. Auch eine neue Freizeitbeschäftigung sollte mit dem Spazierschweben kreiert und eingeführt werden. SCC steht hingegen für Supply-Chain-Collaboration. In der Literatur wird immer wieder darauf hingewiesen, dass in der globalisierten Wirtschaft nicht mehr in erster Linie Firmen konkurrieren, sondern die im Wettbewerb stehenden Supply-Chains (SC). Vor allem bei komplizierteren Produkten kommt es auf das perfekte Zusammenspiel von Planung, Finanzierung, Beschaffung, Timing, Vermarktung und Kosteneffizienz an (PLM-Ansatz, s. 19. IHI-Bericht v. 16.7.2006). Eine gute Supply-Chain kann auch entscheidend dafür sein ob sich ein Produkt überhaupt durchsetzen kann. Das gilt vor allem für Produkte mit Dienstleistungscharakter, weil dafür auch erst einmal ein Verständnis und die Akzeptanz beim Kunden aufgebaut werden muss.

In der Literatur wird „eine Supply-Chain als die systematische Abstimmung aller erforderlichen Parteien gesehen, um den Markt mit Produkten und Dienstleistungen zu versorgen. Diese übergreifende Sichtweise lässt sich weiterhin auf eine globale Ebene heben und in den Kontext eines globalen Organisationsverbundes setzen. In diesem Sinne ist eine Lieferkette ein globales Netzwerk von Organisationen, die zusammenarbeiten, um den Material- und Informationsfluss zwischen Lieferanten und Kunden zu verbessern. Das operative Ziel sind möglichst niedrige Kosten und größtmögliche Geschwindigkeit. Das ultimative Ziel ist die Befriedigung der Kundenbedürfnisse. Der Materialfluss ist vorwärtsgerichtet (d.h. vom Lieferanten zu den Kunden), der Zahlungsfluss dagegen rückwärts (von den Kunden zu den Lieferanten).“ (Zitat R.G. Poluha „Quintessenz des Supply Chain Managements“, Verlag Springer, 2010)

Dem ist nichts hinzuzufügen. Allerdings ist in unserem Falle der „Spazierschweber“ das Produkt und der Bedarfsträger zugleich, was manchmal am Anfang Verständnisschwierigkeiten verursacht, die durch Aufklärungsarbeit kompensiert werden müssen. Spazierschweben ist nämlich gleichzeitig Verkehrsprozess, Life-Style, Lebensweisheit, Menschentyp und technisches Gerät. Hier kann man Ähnlichkeiten im Markt mit weltweit sehr erfolgreichen Konzepten wiederfinden wie z.B. „Red Bull“, was als Begrifflichkeit ebenfalls gleichzeitig Getränk, sportlich-extremen Life-Style (der vom Konsumenten gar nicht selbst gelebt sein muss), Event-Maschinerie, Identifizierungsmittel und Merchandising-Industrie einschließt. Auch „Apple“ hat eine ähnliche Funktion als System-Promotor gewählt. In der SC dieser beiden Beispiele befinden sich immer auch Hersteller, die parallel versuchen, unter eigenem Namen den Markt zu erobern, sie bleiben aber trotzdem loyale SC-Mitglieder der Leitbegrifflichkeit. Wir Spazierschweber stehen allerdings noch ganz am Anfang dieser Entwicklung. Besonders dann, wenn finanzschwache innovative Firmen mit neuen Produkten in den Markt eintreten wollen, haben sie Schwierigkeiten, allein alle notwendigen Ressourcen bereitzustellen. Hier beginnt die Idee der SCC zu greifen. Mit dem Mittel des koordinierten „Burden Sharing“ in der vernetzten Supply-Chain kann die Last des einzelnen Unternehmens in der SC verringert werden und damit Prozesse ermöglichen die sonst nicht machbar wären. Vor allem immaterielle Komponenten wie Markenaufbau, Verhaltensmuster, Bekanntheit sowie die damit verbundenen Risiken sind innerhalb der SC nicht klar zuzuordnen.

Zentrale Bedingung ist aber in allen Fällen, dass alle Bemühungen von außen als Einheit unter einer zentralen Begrifflichkeit wahrnehmbar sind, was ein hohes Maß von Überzeugungsarbeit und viel Geduld und Hartnäckigkeit seitens des System-Promotors erfordert. Der gewählte Systembegriff soll möglichst originell, leicht verständlich, selbsterklärend, bildhaft, die Phantasie anregend und auch markenrechtlich schützbar sein, um hohe Investitionen zu rechtfertigen. Außerdem sollte er nicht total an ein bestimmtes Herstellerprodukt der SC-Vorstufen gebunden sein, um die Abhängigkeit von einem einzigen Lieferanten innerhalb der SC zu minimieren.

Ein Spazierschweber ist also gleichzeitig ein Mensch als Bedarfsträger als auch das Schweben-Gerät (Schweben im metaphorisch-werblichen Sinn) sowie die dafür notwendige Infrastruktur und das entsprechende individuelle/kollektive Verhaltensmuster.

In der folgenden Tabelle ist die SCC-Struktur (vereinfacht) grafisch dargestellt:

BEKO-CSR/SCC-Projekt: Spazierschweben

Komponenten	Baugruppen	Produkte	Hard-/Orgware	Strukturen	Bedarfsträger
Li-Ion-Zellen	Regler	Batterien	Scooter	Händler	Spazierschweber
Schrauben	Motoren	Fahrzeuge	Bikes	Spaz. Gerät	
Profile	Räder	Kleidung	Trikkes	Gleichgesinnte	
Drähte	Trittbretter	Finanz. Modelle	Wege	Gesellschaft	
Reifen	Lenker	Helme	Gesetze	Kommune	
Bremsklötze	Gelenke	Ladegeräte	Normen	Lifestyle	
Rohre	Elektronik	Strom	Events		
Bleche	Lager	Parkraum	Marketing		
Formteile	Segel		Ideologie		
Farben	Bremsen		Stories		
Werkzeuge					



Der orange Pfeil deutet von links nach rechts und symbolisiert den Bottom-up-Stream von den Einzelkomponenten zum Endprodukt, in unserem Falle des Spazierschwebers.

Jede Stufe in der SC schließt nicht nur eine Vielzahl von Elementen ein, sondern auch deren Hersteller als Rechtskörper, die erforderlichen Roh- und Hilfsstoffe sowie die damit verbundenen Finanzierungsressourcen, Logistikfragen und Risikofaktoren.

In der jeweils nächsthöheren Schicht kommen zusätzliche Komplexitäten dazu und die Ressourcenanforderungen steigen an. Durch Arbeitsteilung und Kollaboration kann die einzelne Firma sich spezialisieren und damit die Risiken senken. Vor allem im nichtdinglichen Bereich sind Produzenten meist überfordert.

Am rechten Ende steht das eigentliche Produkt in dem alle Vorstufen abgestimmt enthalten sind. Es scheint augenfällig, dass nur wenige Großfirmen alle Vorstufen als Generalunternehmer abdecken können. Die blauen Felder zeigen, welche Blöcke BEKO betreuen könnte (aber nicht notwendigerweise müsste).

Der gegenläufige hellblaue Pfeil symbolisiert die CSR-Wirkung. Sie wirkt Top-down und indirekt. Ausgehend von der Produktidee, in diesem Falle der Spazierschweber als erzielte (gefühlte) Lebensqualitätsverbesserung eines Menschen (der Mensch wird im Idealfall durch die Nutzung des Schwebegeräts zum glücklichen Spazierschweber und zahlt dafür gerne den angemessenen Preis) und die Funktionalität der eingesetzten Hardware und Orgware sowie deren positive Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt.

Deutlich sieht man das in der zweithöchsten Stufe: das Gerät als Ergebnis der Supply-Chain steht auf gleicher Höhe wie der Händler, der die Geräte vertreibt und der Club, der die Idee des Spazierschwebens in die Gesellschaft transportiert. Alle drei Funktionsträger müssen kollaborieren damit das Produkt ein Erfolg werden kann.

Entsprechend sind auch die tieferen Schichten gefordert. Jedes neu hinzutretende Gerät muss nicht nur um seine Anerkennung kämpfen, sondern auch erst einmal in die Existenz treten können.

Der hellblaue Pfeil symbolisiert aber auch den Geldfluss vom Bedarfsträger (der spazierschwebende Mensch) bis zum Rohstoffhersteller. Alle Kosten des Systems werden letztendlich vom End-Verbraucher getragen und müssen verhältnismäßig im Preis unterbringbar sein. Die Verbindung zur CSR erfolgt über die gesellschaftlich erwünschte Forderung nach einem fairen Preis (Fair-Trade-Idee).

BEKO verhandelt derzeit mit drei Herstellergruppen von Spazierschwebegeräten über sinnvolle Kooperationen. (Trikke-Europe, u-carver, Scooley)

Folgende Rollen könnte BEKO einnehmen:

1. SCC-Know-How-Träger
2. Property-Rights-Inhaber
3. Social-Networking-Agent
4. Marketing-Strategie-Entwickler (System-Promotor)
5. Großhändler für Baugruppen
6. Batterie-Importeur
7. Öko-Strom-Händler
8. Geräte-Leasing-Unternehmer
9. Lifestyle-Testimonia
10. Zwischenfinanzierer

Jede dieser Rollen kann von einer Firma der BEKO-Gruppe oder einem externen Auftragnehmer erfüllt werden. Das hängt von der funktionsabhängig besten Eignung und Verlässlichkeit des potentiellen Collaborationspartners ab.

Durch firmenübergreifende Bündelung können suboptimale Lieferbedingungen verbessert werden und damit der Gesamteffekt erhöht werden. Zum Beispiel untersuchen wir gerade die Möglichkeit, für mehrere Gerätehersteller gemeinsam die Batterien zu importieren, um auf größere Stückzahlen zu kommen. Oder die Öko-Strom-Füllung, Verteilung und Zusatznutzung von Batterien in anderen Anwendungsbereichen (z.B. Notstromversorgung) zu organisieren (BEKO-Stromflasche).

Die Auswahl des jeweiligen Partners erfolgt immer erst nach Klärung des Anforderungsprofils. Bevorzugt wird in jedem Falle die komplette Delegation einer klar definierten Einzelfunktion an einen verantwortlichen Unternehmer.

Mit der Firma G&F steht bereits ein Handels-Partner mit Logistik-Knowhow und langjähriger Export/Import Händler-Erfahrung (vor allem mit China) zur Verfügung.

Die Punkte 1, 2, 3, 4, 6 und 9 sind bereits aufgrund der langen und arbeitsaufwändigen Vorarbeiten fest in der Hand der BEKO-Gruppe und sollten aus strategischen Gründen auch dort verbleiben.

Das IHI macht im Auftrage der BEKO Holding AG seit 2002 einschlägige empirische Versuche und Modell-Experimente zur Erkenntnisgewinnung bzw. Theorieabtestung und wird auch weiterhin im Bereich (proprietärer) Normensetzung und Ideologiebildung aktiv mitwirken.

Die BEKO ist Eigentümer der eingetragenen Wortmarke „Spazierschweber“ und der Bildmarke „Spazierschweberclub“ sowie der erfolgreichen Social-Network-Plattform:

www.facebook.com/spazierschweberclub

und der stylischen Internet-Sportbekleidungs-Boutique:

<http://spazierschweber-shirts.spreadshirt.at/>

Der Zeitfaktor für gesellschaftliche Verhaltensänderungen darf nicht unterschätzt werden. Rechtzeitige Terrain-Absteckung im jungen Wachstumsmarkt e-Mobility ist daher essentiell für den zukünftigen Erfolg.

Um den Wissens-Vorsprung sicherzustellen, ist BEKO gemeinsam mit dem IHI der Veranstalter des „großen Spazierschweber-Vergleichstests“, in dem bisher in vier Testreihen zehn verschiedene e-Mobility-Geräte getestet und einem Ranking nach 18 Kriterien unterzogen wurden. Dieser Test wird laufend erweitert und in den Medien und im Internet veröffentlicht und gilt bereits als ein Standard für die Beurteilung.

<http://bekoholding.wordpress.com/2012/10/03/beko-prasentiert-den-4-spazierschweber-test/>

Darüber hinaus ist BEKO auch der Veranstalter der immer beliebter werdenden „BEKO-e-Mobility-Party“ (BEMOP), wo Interessierte zusammentreffen und sich über die neuesten Entwicklungen informieren sowie verschiedene Spazierschwebe-Geräte ausprobieren können.

BEKO setzt mittlerweile das Spazierschweben auch höchst erfolgreich für die Außenwerbung ein, indem immer wieder kleine Gruppen junger und älterer Leute im Stadtbild mit BEKO-dekorierten „Segeln“ auf ihren Spazierschwebegeräten (Trikke, Mobiky, Guewer) auftauchen und an den erstaunten Passanten vorbei schweben. Dies führt zu zahlreichen Kontakten und Informationsgesprächen, weil die Neugier der Menschen überdurchschnittlich erweckt wird.

44. IHI Bericht, 15.10.2012