

Stokys schraubt an seiner Zukunft

Spielwaren Die Luzerner Traditionsfirma stand vor dem Aus - dank Crowdfunding schlägt sie nun ein neues Kapitel auf

VON FEDERICO GAGLIANO

«Wir sind extrem begeistert», freut sich Stokys-Chef Beat Schaufelberger. Zu Recht: Innerhalb von nur 15 Tagen hat die Stokys-Crowdfundingkampagne ihr Ziel von 94 000 Franken erreicht. «Es zeigt, dass es nach wie vor ein Bedürfnis gibt, Stokys zu erhalten», so Schaufelberger. Bis zum Kampagnenende am 19. April kamen dank rund 600 Unterstützern insgesamt 127 251 Franken zusammen. Schaufelberger erklärt den Erfolg so: «Wir haben es geschafft, den Nostalgiefaktor hervorzuheben, aber auch Begeisterung für das neue Projekt zu wecken.»

Stokys gibt es schon seit 75 Jahren. Die Metallbaukasten entstanden 1941 in Luzern, als der Zweite Weltkrieg die Beschaffung von Spielwaren erschwerte. Inzwischen ist die Firma ein Passionsprojekt: Mit Sitz in Bauma im Kanton Zürich wird Stokys von vier Personen vorwiegend ehrenamtlich betrieben. Für den Nischenhersteller hat sich das Bestehen im Massenmarkt in den letzten Jahren immer schwieriger gestaltet - Gewinn bringt das Geschäft nicht mehr.

Haltbarkeit als Problem

Schaufelberger selbst ist seit rund drei Jahren bei Stokys. «Ich habe schnell gemerkt, wie beliebt das Produkt ist. Das Geschäftsmodell ist aber heute eine Herausforderung, einerseits wegen der Produktion in der Schweiz, an der wir festhalten wollen, andererseits, weil die Stokys-Modelle so lange haltbar sind. Viele Kunden brauchen noch ihre Sets, die vor 20 Jahren oder mehr gekauft wurden.» Deshalb sei die Idee entstanden, den Nutzen der Baukästen vor den Verkauf zu stellen. Das soll durch eine Onlineplattform geschehen. Auf der Plattform sollen sich die Stokys-Fans über ihre Modelle und Ideen austauschen.



«Ich habe schnell gemerkt, wie beliebt das Produkt ist»: Stokys-Chef Beat Schaufelberger (links) mit Mitarbeiter Ernst Leimbacher in ihrer Werkstatt.

CHRISTIAN MERZ

Schaufelberger nennt einige Beispiele: Manche drucken beispielsweise Zusatzteile via 3-D-Drucker - deren Vorlagen könne man dann anderen anbieten. Oder Lehrer, die Stokys im Unterricht nutzen, können dort ihre Lektionen austauschen. Die Vielfalt von Stokys 2.0 soll auf dieser zentralen Plattform aufblühen, jeder Fan soll seine Nische haben. Verschiedene Serviceangebote wie der kostenlose Ersatz

von Verbrauchsgegenständen sollen auch Teil des Onlineangebots werden. Die Seite befindet sich noch in der Planungsphase und soll voraussichtlich im Herbst online gehen.

Dank Jubiläumsfeier zum Erfolg

Die Idee zur Sammelaktion sei Mitte letztes Jahr entstanden. Zunächst wollte man an Weihnachten damit starten, das sei aber zu kurzfristig gewesen.

Stattdessen habe man auf Facebook eine Community aufgebaut. Ein Wendepunkt sei die Jubiläumsausstellung am Technorama Winterthur im März gewesen. Dort habe man die Fans erreicht, die weder Social Media noch Crowdfunding kannten. «Der Push nach der Ausstellung war eindeutig», so Schaufelberger. Das Geld wird aber nicht nur in die Digitalisierung von Stokys fließen, sondern auch in eine neue, mo-

derne Verpackung investiert. Statt der alten Version, die seit Jahren unverändert geblieben ist, sollen die neuen Sets in einem geordneten Werkzeugkasten daherkommen.

Auch die Freiwilligenarbeit soll entlohnt werden. Nebenbei plant das Stokys-Team, die Produktion in eine soziale Institution auszulagern. Gespräche dazu seien bereits mit verschiedenen Schweizer Organisationen am Laufen.

Digitaler Schulterschluss im Transport

Pickwings Ein Start-up will die Transportindustrie umkrempeln - wehrt sich aber gegen den Vergleich mit Uber

VON PETER BRÜHWILER

Im Zusammenhang mit der Digitalisierung ist der Begriff «Revolution» jeweils schnell zur Hand. Netflix etwa hat eine solche auf den Bildschirmen angezettelt, während Uber als der grosse Disruptor in der Taxi-Branche gilt. In der Transport- und Logistikbranche ist dieser Titel derweil noch zu vergeben. Unter den Kandidaten: die Firma Pickwings aus Baar. Ihre Technologie ähnelt jener des amerikanischen Taxi-Vermittlers: Sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen können über die Pickwings-Website Transportaufträge für Güter über 31 Kilogramm aufgeben, die dann in Echtzeit bei den der Plattform angeschlossenen Transportunternehmen landen. Von diesen, so das Konzept, schnappt sich einer den Auftrag, der gerade in der Nähe mit freien Kapazitäten unterwegs ist. «Jeder vierte Lastwagen auf den Schweizer Strassen ist heute leer unterwegs, was die Umwelt zusätzlich unnötig belastet», sagt Pickwings-Gründer Marc Bolliger. Der Grund dafür sei mangelnde Transparenz der Transportindustrie zum Verlademarkt.

Den Vergleich mit Uber hält er jedoch trotz technischer Parallelen für irreführend. Denn Pickwings will eben gerade kein Disruptor sein. «Wir arbeiten eng mit der Industrie zusammen», so Bolliger. Während UberPop auch von nichtlizenzierten Fahrern genutzt werden kann, lässt Pickwings nur registrierte Transportfirmen auf seine Plattform. Diese durchlaufen laut Bolliger ein Prüfungsverfahren, welches die Qualität auf dem Portal sicherstellen soll.

Einer der grössten Player

Die Vorteile für die Transporteure liegen auf der Hand. Sie erhalten eine digitale Lösung ohne Investitions- und Fixkosten und verpflichten sich gegenüber Pickwings

auch nicht, eine bestimmte Zahl von Aufträgen zu machen. Seit der Lancierung im Februar 2017 konnte das Start-up denn auch schon Unternehmen mit einer vereinigten Flottengrösse von 800 Fahrzeugen für sich gewinnen. «Wir sind damit in wenigen Wochen zu einem der grössten Player der Schweiz aufgestiegen», hält Bolliger fest. Unter den Registrierten finden sich auch Kleinunternehmen mit fünf bis zehn Lastwagen. Alleine sei es diesen aus Kapazitätsgründen kaum möglich, grosse Kunden wie etwa Nestlé zu gewinnen, so Bolliger. Dank der gemeinsamen Plattform, hofft er, werde es künftig vermehrt gelingen, solche Aufträge zu generieren.

Ein Zusammenschluss lauter Kleiner hätte allerdings den Nachteil, dass wohl nicht immer genügend freie Kapazitäten zur Verfügung stünden, sagt Nico Barazetti von der Logistikfirma Lagerhäuser Aarau AG, die innerhalb des Netzwerks zu den Grösseren gehört. Barazetti bezeichnet die Registrierung als Transport-Partner auf der Pickwings-Plattform als Weiterentwicklung der Unternehmung in die digitale Welt: «Dass die Digitalisierung kommt, wissen alle. In welchem Umfang ist aber noch nicht so abschätzbar.»

Teilweise hat sie in der Transportbranche natürlich schon Einzug gehalten. Über den Verbund Cargo24 etwa koordinieren und optimieren die Lagerhäuser Aarau AG und andere mittelständische Transporteure ihre Aufträge untereinander. Und auch die Post vergibt über eine eigene Plattform Aufträge an andere Transportunternehmen.

Neu und faszinierend sei an Pickwings die Ausweitung auf den Privatkundenbereich und die Benutzerfreundlichkeit, findet Barazetti. «Die Transportdaten lassen sich einfach erfassen und der Preis wird direkt angezeigt.» Lagerhäuser Aarau erhofft sich dank der digitalen Lösung von Pickwings primär

800

Fahrzeuge zählt die Flotte der Firma Pickwings mittlerweile.

eine Reduzierung der Leerfahrten. Zum Gesamtumsatz werde der neue Kanal zumindest in einer ersten Phase wohl wenig beitragen, so Barazetti. «Aber er hat auf jeden Fall das Potenzial, grösser zu werden.»

Zusammenschluss der Kleinen

Auch Markus Egger von der Emil Egger AG, einem weiteren Schwergewicht im Netzwerk, sieht Pickwings vorerst als wichtigen Schritt der Transportwelt in die Digitalisierung. Bei Privatkunden und KMU, die über die Website zum Beispiel Stückgutwaren transportieren lassen können, sei das Umsatzpotenzial überschaubar. Es sei aber auf jeden Fall spannend, mit den innovativen Leuten von Pickwings zusammenzuarbeiten - «und die Vergangenheit in verschiedenen Industrien zeigt, dass manchmal unterschätzt wird, was mit neuen Technologien passieren kann». Die grösste Stärke der digitalen Transportplattform sieht Egger derweil in der entwickelten Technologie, verbunden mit dem «Zusammenschluss der Kleinen».

Diese könnten, so die Vision des Start-ups, künftig gar alle ihre Kunden-Transaktionen über die neue Plattform abwickeln. Geplant sei dafür ein geschützter Bereich innerhalb des sonst offenen Systems, erklärt Bolliger. Neben der Weiterentwicklung steht auch der Sprung in neue Märkte auf der Pickwings-Traktandenliste. Gespräche wurden unter anderem schon in Brasilien und Australien geführt, wo die Distanzen grösser und das Vermeiden von Leerfahrten entsprechend noch wichtiger ist als in der Schweiz. Auch hierzulande ist das Einsparpotenzial aber bemerkenswert: Die von Pickwings angestrebte Reduktion der Leerfahrtenquote von heute 25 Prozent auf 10 Prozent wäre laut Bolliger gleichbedeutend mit der Senkung des jährlichen CO₂-Ausstosses um rund eine Million Tonnen.

NACHRICHTEN

STRASSENVERKEHR FlixBus erhebt Einsprache gegen Busse

FlixBus wehrt sich gegen den Strafbefehl des Bundesamts für Verkehr. Dieses hatte FlixBus mit 3000 Franken gebüsst. Der deutsche Billiganbieter hatte verbotenerweise Passagiere in der Schweiz aussteigen lassen. Die Einsprache gegen den Strafbefehl durch die Dachgesellschaft der FlixBus-Unternehmen, die FlixBus GmbH in München, traf am Montag beim Bundesamt für Verkehr per Post ein, wie BAV-Sprecher Gregor Saladin auf Anfrage mitteilte. (SDA)

DETAILHANDEL Umsätze sind deutlich gestiegen

Die Detailhandelsumsätze sind im März so stark gestiegen wie letztmals im Juni 2014. Nominal betrug der Anstieg 1,8 Prozent, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) am Montag in einem Communiqué mitteilte. Mit 2,3 Prozent verzeichnete der Nahrungsmittelsektor den deutlichsten nominalen Anstieg gegenüber dem Vorjahresmonat. Die Verkäufe sind bereinigt um Verkaufs- und Feiertageeffekte. (SDA)

MESSEBETREIBERIN MCH Verstärkung mit US-Übernahme

Die Basler Messebetreiberin MCH Group tätigt die mit Abstand grösste Akquisition ihrer Unternehmensgeschichte. Sie kauft die US-Unternehmensgruppe MC2 («MC-squared»), die auf Dienstleistungen im Messe- und Eventmarkt spezialisiert ist. Angaben zum Kaufpreis werden nicht gemacht. MC2 beschäftigt über 350 Angestellte an 15 Standorten in den USA sowie in Düsseldorf. (SDA)