



Y Schwyz

Y

N° 33

«DER MENSCHEN FREUND»

wollerau

DR. ANDRÉ MEYER – ODER WARUM
ES GUT IST, WENN SICH EIN
COMPUTER-NERD DEN KOPF FÜR
SEINE MITMENSCHEN ZERBRICHT

von Andreas Lukoschik

Wer kennt das nicht: Sie haben eine Frage an ein Unternehmen – sagen wir ein Reisebüro – und wollen z.B. wissen, wo Ihre nächste Reise hingehen könnte.

Und weil Sie nicht so viel Zeit haben, das Reisebüro persönlich aufzusuchen, greifen Sie wohlgestimmt zum Telefonhörer und wählen die Nummer des Reisebüros. Nach dem Freizeichen meldet sich eine elektrische Dame, die anhebt mit:

«Für Deutsch wählen Sie die 1.
Für Französisch die 2 ...»

Ehe sich die virtuelle Lady daran macht, die 194 Staaten unseres Globus durchzunummerieren, wählen Sie die 1.

«Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass das Gespräch zu Ausbildungszwecken aufgenommen werden kann.»

Meinetwegen. Dann dudelt Musik in Endlosschleife. Sie üben sich in Geduld und stellen fest, dass auch Beethovens «Elise» in der dritten Wiederholung das Potential hat, Ihnen auf die Nerven zu gehen.

Dann ertönt endlich eine menschliche Stimme. Sie fragen, ob sie sich mit Kreuzfahrten auskennt, weil Sie das mal ausprobieren wollen.

«Ich war noch nie auf einem Schiff», tönt´s durch den Hörer. «Aber meine Kollegin kennt sich da aus. Moment, ich verbinde.»

Und wieder klimpert «Elise» gefühlvoll durch den Äther. Sie merken, wie Ihre Augendeckel synchron mit den Tastenschlägen zu klimpern beginnen. Gleichzeitig spüren Sie eine deutliche Zunahme Ihres Halsumfangs, ausgelöst durch eine immer stärker schlagende Halsschlagader. Klug wie Sie sind, legen Sie auf, um eine Überhitzung Ihres Systems zu vermeiden und das Durchbrennen von Sicherungen auszuschliessen.

Das Ergebnis: Sie sind auf das Reisebüro nicht gut zu sprechen, wobei man dem gar keinen Vorwurf machen kann, weil deren Kommunikationstechnik nun mal so ist wie sie ist. Dennoch sind Sie genau so klug als wie zuvor, wobei sich Ihre



AniSoni

Bereitschaft, sich von diesem Reisebüro Appetit auf eine herrliche Kreuzfahrt machen zu lassen, erst mal verfliegen ist. Ein Umstand, den jenes Reisebüro nicht mehr zum Wohle des eigenen Umsatzes nutzen kann. Jetzt sowieso nicht und später ... vielleicht auch nicht.

Eine so oder ähnlich verlaufende – nicht sehr erfolgreiche – Kundenkommunikation (*die eigentlich eine Un-Kommunikation ist*) fiel Philipp Rutz schon frühzeitig auf. Damals arbeitete er seit mehreren Jahren bei Microsoft und sah, dass sich Unternehmen zwar sehr darum bemühten, die *interne* Kommunikation zu optimieren. Doch von *aussen* fand die Kommunikation mit Kunden oft nur in Gestalt von Callcentern statt. Kleinere Unternehmen hingegen waren völlig hilflos den Warteschleifen der Telekom-Unternehmen ausgeliefert und konnten nur so agieren wie oben beschrieben.

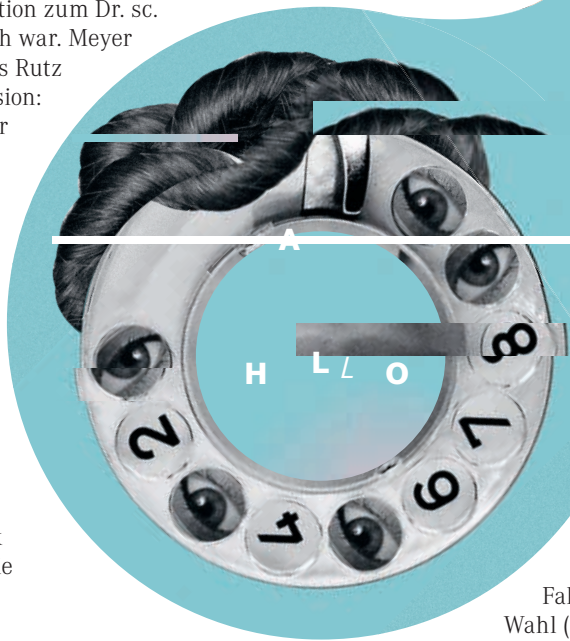
Deshalb witterte Philipp Rutz darin eine Geschäftsidee und sprach mit seinem alten Buddy André Meyer, der zu diesem Zeitpunkt in den letzten Zügen seiner Promotion zum Dr. sc. an der Universität Zürich war. Meyer begriff sofort, um was es Rutz ging und teilte seine Vision: «Da finden wir was!» war seine Diagnose. So entstand ein Startup, bei dem sich Philipp Rutz um den Firmenaufbau, die Vermarktung und den Verkauf kümmert und André Meyer die Entwicklung und Vision des Produktes verantwortet. Oder mit seinen Worten: «Ich bin der Geek in unserer Truppe.» Also der, der sich tief mit der Technik auseinandersetzt und die Algorithmen entwickelt.

Die Lösung

Das Ergebnis beider Arbeit kann sich sehen lassen: Sie haben eine Online-Kundenkommunikationslösung entwickelt, die neu ist – und verblüffend einfach. Gerade die Einfachheit spricht für die gute Arbeit des «Geeks». Denn der Nutzer – also wir Kunden – will ja gar nicht wissen, was da alles im Hintergrund passiert. Wir wollen nur, dass das Ganze praktisch ist – und einfach.

Und genau das ist Okomo – so der Name ihrer Kommunikationssoftware.

Und die funktioniert so: Bleiben wir beim Beispiel Reisebüro. Mit Okomo geht der Kunde des Reisebüros jetzt auf dessen Website, wo – wie üblich – alle Angebote aufgelistet sind. Am Rande der Seite findet er jedoch einen grünen Knopf. Darin steht «Live Beratung». Er klickt darauf und schon öffnet sich ein Fenster mit Fotos von Mitarbeitern, die er live sprechen kann. Diejenigen, die gerade frei sind, haben einen grünen Button. Wieder draufklicken und schon kann er die Reise-spezialistin via Kamera *sehen* – live und in Farbe – und sich von ihr persönlich beraten lassen. Dazu braucht's kein Skype, kein Facetime oder eine andere Software, die man zuerst installieren muss. Einfach reden. Fertig. Von Mensch zu Mensch. Alles andere macht die Software des Schwyzer Menschenfreundes Meyer.



Ob Ihre Gesprächspartnerin die Richtige ist, können Sie zuvor in dem Feld «Filter» vorauswählen. Da steht nämlich, in welchen Regionen unserer Welt sich die Beraterinnen auskennen. Falls die Expertin Ihrer Wahl (z.B. für «Kreuzfahrten») gerade besetzt ist, hinterlassen Sie

ihr eine kurze schriftliche Notiz oder machen einen Terminvorschlag in dem dafür vorgesehenen Feld – und schon meldet sie sich, sobald sie wieder frei ist. Wieder live und in Farbe. Eine bequeme Alternative zur Beratung in der Filiale – wann Sie wollen. Von unterwegs oder zuhause.

Das ist benutzerfreundlich, macht die Arbeit effektiver und die Kunden zufriedener. So sparen Sie Aufwand und Zeit und erhalten schnell und unkompliziert Auskunft auf Ihre konkreten Fragen.

«

Diese Form der Orientierung an Hand von Gesichtern und Personen haben wir ein Leben lang gelernt und sind darin Experten. Genau dieses Wissen wollten wir wieder nutzbar machen...

»

Und es bedeutet das Ende von Warteschleifen, Dudelmusik, Gesprächen mit Leuten, die nicht die Richtigen sind und Callcentern, in denen freundliche Inder versuchen, einen Anrufer aus der Schweiz zu verstehen. Akustisch und kulturell.

Tablets funktioniert. Sie können also von überall, wo Sie einen Internetzugang haben, solche Gespräche führen. Egal welchen Browser Ihr Computer hat oder über welche Bildschirmgröße Ihr Gerät verfügt – Sie können sich ein Bild von Ihrem Gesprächspartner machen.»

Die Idee

«Die Idee hinter unserer Software ist denkbar einfach», sagt Philipp Rutz, «weil sie aus unserem Alltagsleben stammt: Wenn wir in einen Laden gehen, dann stellen wir im Bruchteil einer Sekunde fest, ob wir den Verkäufer sympathisch finden und wir seinen Worten trauen wollen – oder nicht. Diese Form der Orientierung an Hand von Gesichtern und Personen haben wir ein Leben lang gelernt und sind darin Experten. Genau dieses Wissen wollten wir wieder nutzbar machen, indem sich die Kunden mit ihren Beratern Auge in Auge unterhalten können. Denn nicht jeder hat die Zeit, sich ins Auto zu setzen, und das Reisebüro seiner Wahl aufzusuchen, um sich *dort* beraten zu lassen. Mit unserer Technologie lässt sich das nun ganz in Ruhe und doch persönlich von zuhause aus erledigen, was schliesslich auch der Natur zugute kommt, da man weniger mit seinem Auto unterwegs sein muss.»

«Hinzukommt,», sagt André Meyer, «dass unsere Technologie auch auf Smartphones und

Welcher immense technische Aufwand dahinter steckt, erläutert er erst gar nicht. Doch traut man dem Dr. sc. zu, dass er und sein Team die technischen Hürden alle so genommen haben, dass ihre Software stabil und störungsfrei läuft.

«Und noch ein wichtiges Argument kommt hinzu», fährt Meyer fort. «Wir sind ein Schweizer Unternehmen, das grossen Wert auf Privatsphäre legt. Deswegen ist uns wichtig, festzustellen, dass die Software bei allen Kunden immer auf den aktuellsten technologischen Standards basiert. So werden zum Beispiel während einem Gespräch die Daten direkt zwischen den Gesprächspartnern übertragen, anstatt über einen Server, und sie werden vor der Übertragung abhörsicher verschlüsselt. Das bedeutet, dass weder in den USA noch in China, Russland oder sonstwo jemand mithören kann.»

Das mag bei einer Reiseberatung, die während einer Latte Macchiato in Ihrem Lieblingscafé stattfindet, nicht so gravierend sein. Aber die Erfahrung mit anderen Kunden, zum Beispiel in der Rechtsberatung, lehrt, dass es auch Themen



gibt, bei denen es essentiell ist, dass die Gesprächspartner unter sich bleiben.

«Okomo»

Während es lange Zeit chic war, Unternehmen südländisch klingende Namen wie «Trivago» oder «Zalando», zu geben, haben Rutz & Meyer sich für den Namen des Startups beim Japanischen bedient und ihr Unternehmen «Okomo» genannt.

«Okomo´ bezeichnet eine Person, die innerlich wie äusserlich schön ist», erläutert André Meyer die Namenswahl. «Es ist jemand, auf den man sich verlassen kann und mit dem man über alles reden kann, nicht zuletzt, weil diese Person einen guten Humor hat.»

«Dieses Menschenbild ist uns ganz wichtig», ergänzt Philipp Rutz, «denn Menschen kaufen am liebsten von Menschen. Zumindest sehen wir das so. Und auch jene Firmen, die unsere Technologie nutzen.

Und das sind bereits jetzt bemerkenswerte Unternehmen wie etwa ITS Coop Reisen, gfs.bern, der HealthTech Cluster Switzerland, das Institut Montana Zugerberg, Gottardo oder Dicota.»

Letzteres Unternehmen ist in Pfäffikon und hat inzwischen 20 Millionen Computer-Taschen verkauft. Mit ihrem neuesten Brand, Caturix, fokussiert es sich auf Gamer, die diese Rucksäcke bei ihren ambulanten Einsätzen an den Spielkonsolen dieser Welt nutzen (*weil sie darin alles unterbringen können, was ihnen unerlässlich erscheint*).

«Ruedi Nauer war von Anfang an unser Fan», erzählt Rutz seine Erfahrungen mit dem CEO von Dicota. «Er hat sofort erkannt, wie er unsere Technologie einsetzen kann. Seine Taschen sind meist schwarz, weshalb man auf den Fotos der Website ihre Vorzüge und die reale Grösse nicht gut einschätzen kann. Mithilfe der Kamera an seinem Computer können seine Vertriebsleute aber den Kunden neu auch online die einzelnen Fächer der Taschen erläutern, was darin Platz hat und welche anderen Vorzüge sie haben.»

Das hört sich nach einer Nutzung der Okomo-Technologie an, die eigentlich jedes KMU sinnvoll einsetzen kann, das beratungsintensive Dienstleistungen und erklärungsbedürftige Produkte verkauft und für das der persönliche

direkte Kundenkontakt wichtig ist. Okomo kann somit genauso für eine Stadtverwaltung, die ein positives Bürger-Erlebnisse bieten möchte, interessant sein, wie eine Versicherung oder Rechtsberatung und beim Informieren, Visualisieren, Beraten oder Verkaufen unterstützen. Selbst ein Immobilienmakler bekommt die Möglichkeit, seinem potentiellen Käufer auf der anderen Seite der Welt eine Immobilie persönlich direkt vor Ort vorzustellen.

Abgesehen von dem einfachen Konzept, das sich fast überall einsetzen lässt, gefällt dem Berichterstatter, dass sich hier junge Menschen von der grassierenden Maschinengläubigkeit der Gegenwart abwenden und erkennen, worauf es in unsrer Welt eigentlich ankommt: Auf den Kontakt mit Menschen!

KMU

«In der Tat sehen wir unsere Kommunikationstechnologie hauptsächlich im Einsatz bei KMU», so der Wollerauer Meyer. «Die ganz Grossen entwickeln oft ihre eigenen Lösungen. Aber wir wollen, dass auch kleine und mittelgrosse Unternehmen, die sich solche aufwändigen und kostspieligen Lösungen nicht leisten können, die neueste Technologie für ihren Vertrieb und Kundensupport einsetzen können.»

Das klingt geradezu nach einem revolutionären Ansatz, der vielen Davids die Schleudern in die Hand gibt, sich gegen Goliaths wie «Amazon» zu wehren!

Spürt da der aufmerksame Leser das Schwyzer Gen, mit dem eine gesunde Abneigung gegen jede Form von Stehkrägeln in Stellung gebracht wird?

«Daran haben wir zwar nicht gedacht», sagt Meyer mit einem Lächeln, «aber wir sind in der Tat von Anfang an im Kanton Schwyz mit unserem Projekt auf offene Ohren gestossen. Von der finanziellen Unterstützung durch die Familie und einen weiteren Schwyzer Investor, über die Unterstützung des Technologiezentrums Schwyz, bis zu Kunden wie den erwähnten Taschenhersteller Dicota. Alle haben uns auf unserem Weg bestätigt und unterstützt.»

Zu Recht wie jeder feststellen kann, der die Okomo-Technologie ausprobiert. Zum Beispiel bei den «Okomolern» selbst: www.okomo.com 