

Das große Ding von Übermorgen

Der erste Boom von Internet-Start-ups in Berlin entpuppte sich als Blase, die knallend platzte. Jetzt gibt es eine zweite, nachhaltigere Welle.

Wenn Cengiz Kurt gefragt wird, womit er im Internet sein Geld verdient, dann holt der Geschäftsführer von Clipkit tief Luft. Und erklärt. Und erklärt. Nach zehn Minuten hat man ungefähr verstanden: Es geht um professionelle Videoinhalte, zum Beispiel Beiträge von Nachrichtenagenturen oder Musikvideos. Die sind heiß begehrt und urheberrechtlich geschützt, deshalb kann man sie meist nur auf wenigen großen Webseiten finden. Clipkit sorgt dafür, dass auch kleinere Plattformen und Communities kostenlos und legal an die Inhalte kommen können. Die Firma besorgt die Videos direkt von den Anbietern, bereitet sie technisch auf, reichert sie mit Werbung an und reicht sie dann als Komplettpaket weiter.

Das Geld wird bei dieser zielgruppengenaue Vermarktung mit Werbung verdient.

Und das klappt offenbar ausgezeichnet. Das drei Jahre alte Unternehmen residiert mittlerweile in einem großen, repräsentativen Büro in der Nähe des Hackeschen Marktes. Im Moment beschäftigt Clipkit 25 Mitarbeiter, nächstes Jahr sollen es bereits 40 sein. Der 37-jährige Gründer selbst pendelt zwischen Coburg und Berlin, dort wohnt die Familie, hier ist die Start-up-Szene. Und die, sagt Kurt, steht in voller Blüte: „Berlin ist ein sehr guter Nährboden, hier gibt es Personal und Kapital.“ Viele internationale Investoren hätten mittlerweile Büros für Venture Capital in der Hauptstadt eröffnet. „Und für gute Ideen ist immer Geld da.“

Es ist der zweite große Boom, den Berlin gerade erlebt. Nach dem berühmten Platzen der Blase 2001 hat sich die Stadt in den letzten zwei, drei Jahren erneut zum Zentrum der Internet-Gründerszene entwickelt. Hier findet das informelle Kontakteknüpfen statt, hier trifft man sich auf Empfängen oder an Stammtischen, hier sind die Gewerbemieten überschaubar. Und: In Berlin gibt einen schier unendlichen Nachschub an kreativem, hochqualifiziertem Personal, das – wohl wegen der niedrigen Lebenshaltungskosten – für überschaubare Gehälter arbeitet.

Wie viele Internet-Start-ups in Berlin Arbeitsplätze schaffen, lässt sich schwer schätzen. Alexander Hüsing, Chefredakteur der Plattform deutsche-startups.de hat in seiner Datenbank rund 400 Gründungen seit 2005 verzeichnet. „Nicht alle davon existieren heute noch“, sagt er, „trotzdem ist Berlin mit dieser imposanten Zahl im Segment Internet definitiv die Start-up-Hauptstadt Deutschlands.“

Auch für Arndt Kwiatkowski stand ein anderer Standort nie zur Diskussion, obwohl er seit Jahren in Hamburg lebt. Kwiatkowski ist in der Szene alles andere als ein Unbekannter. Ende der 90er Jahre gründete er immobilienscout24.de, bis 2008 war er der Geschäftsführer des Unternehmens. Sein neuestes Projekt heißt bettermarks.de, ein Online-Lernsystem für das Schulfach Mathematik: „Die Idee kam uns unter anderem durch ein Beispiel aus Indien, dort gibt es eine NGO, die Millionen von Kindern durch eine Lernplattform aus dem Analphabetismus geführt hat.“

Für die Internet-Wachstumsmärkte Werbung und Games interessiert sich der vierfache Vater nicht, umso mehr für den Sektor Bildung. „Wir wollen etwas Sinnvolles anbieten – zu niedrigen Preisen.“

Bettermarks ist in der Aufbauphase, aber schon jetzt arbeiten in Kreuzberg 70 Mitarbeiter daran, den Mathe-Stoff von der vierten Klasse bis zum Abitur aufzubereiten. „Wir liefern die nächste, bessere Generation der Schulbücher“, sagt Kwiatkowski, „zum Preis eines Arbeitshefts.“ Konkret sieht das Geschäftsmodell so aus: Lehrer und ihre Klassen dürfen eine Basisversion der Plattform kostenlos nutzen; für den umfangreicheren Einsatz im Unterricht und zu Hause müssen die Schulen dann 10 Euro pro Schüler und Jahr zahlen. Dafür bekommt jeder Schüler einen eigenen Zugang und kann Mathe üben, sooft es ihm Spaß macht. Oder bis der Schulabschluss geschafft ist.

Kwiatkowski ist überzeugt, dass bettermarks mit seinem individualisierten Förderkonzept im Bildungssektor Fuß fassen wird; schon jetzt nutzen rund 1000 Schulen deutschlandweit das System. Trotzdem wird es mit den schwarzen Zahlen noch ein bisschen dauern, meint der studierte Betriebswirt: „Bildung ist kein schnelles Geschäft. Das gilt sowohl für die Etablierung neuer Lehr- und Lernmittel als auch für den sorgfältigen Aufbau von Inhalten.“

Fast scheint das ein typischer Satz für die zweite Generation von Gründern zu sein. Die Geschäftsmodelle sind solider geworden, und auch die Investoren schauen genauer auf die Einhaltung der Businesspläne. Das war vor zehn, fünfzehn Jahren noch anders, erinnert sich Arndt Kwiatkowski: „Damals gab es Unternehmen, da war überhaupt nicht erkennbar, wie die Umsätze erzielen wollen. Das ist heute nicht der Fall.“ Natürlich verdient auch heute nicht jedes Start-up sofort Geld, „aber man sieht zumindest, wie künftig Umsatz gemacht werden soll.“ Auch Cengiz Kurt sieht einen neuen Pragmatismus am Werk: „Heute muss man relativ schnell einen Proof of Concept vorlegen, also beweisen, dass das Geschäftsmodell Substanz hat.“ Viele der sogenannten Business Angels, die heute für das Kapital in der Seed Phase sorgen, kommen selbst aus der Branche, haben oft erfolgreich ein Unternehmen aufgebaut und einen lukrativen „Exit“ hinter sich. Sie wissen, wie nachhaltige Gewinnstrategien aussehen.

Ausnahmen bestätigen die Regel. Eines der Berliner Start-ups, das zurzeit in aller Munde ist, heißt „Amen“. Grob gesagt ist es ein Abstimmungsportal. Hinter der schlichten Oberfläche stecken Millionen an Risikokapital, auch ein klingender Name aus Hollywood – Ashton Kutcher – ist dabei. Womit die Plattform konkret Nutzen stiften oder Geld verdienen will, ist unklar. Die Rolle des Users beschränkt sich darauf, Behauptungen mit einem beherzten „Amen“ zuzustimmen oder sie mit einem „Hell No“ abzulehnen. Die Meinungen zu den Meinungen werden in Balkendiagrammen dargestellt. Die Berliner Szene ist skeptisch ob der Marktchancen. „Habs getestet finde es langweilig megahype um nichts“, schreibt ein Kommentator auf deutsche-startups.de.

Nachhaltigkeit ist auch das Thema von traverdo.de. Allerdings meinen die Gründer Jochen Zimmermann, Holger Haberstock und Lucas von Fürstenberg damit in erster Linie die ökologische Nachhaltigkeit. Alle drei haben in den letzten Jahren viel im Ausland gearbeitet, in der Entwicklungshilfe, im nachhaltigen Tourismus, in der Umweltpolitik. Zurück in Berlin entstand die Idee, eine Plattform zu gründen, auf der man „umweltschonende und faire“ Reisen buchen kann. Dazu prüft Traverdo die zahlreichen regionalen Nachhaltigkeitssiegel, die es mittlerweile weltweit gibt. „Wir wollen dem Verbraucher Entscheidungssicherheit geben“, erklärt der 34-jährige Zimmermann. Wer mit Traverdo verreist, soll sicher sein, nicht auf ein Green-Washing-Angebot hereingefallen zu sein.

Ein Fall für Risikokapitalanleger sind die drei Idealisten mit ihrer Geschäftsidee bislang nicht. „Dafür wachsen wir zu langsam.“ Als Anschubfinanzierung diente das EXIST-Gründungsstipendium, das das Bundeswirtschaftsministerium zusammen mit der Freien Universität aufgelegt hat. Mittlerweile trägt sich das Portal selbst, auch das Onlinemarketing kann schon aus den Umsätzen finanziert werden. „Und vor allem merken wir, dass es ein großes Interesse an nachhaltigen Reisen gibt, gerade bei jüngeren Leuten.“ Dass sie mit Traverdo die Vorreiter eines Trends sind, davon sind die drei jungen Männer überzeugt. Auch wenn es bislang weder für ein sattes Geschäftsführergehalt noch für schickes Büro in Mitte reicht.