

Der Sprung ins Ungewisse

Trotz Corona-Krise wagen Unternehmer den Schritt in die Selbstständigkeit – gerade digitale Geschäftsmodelle florieren

Von Thomas Klein

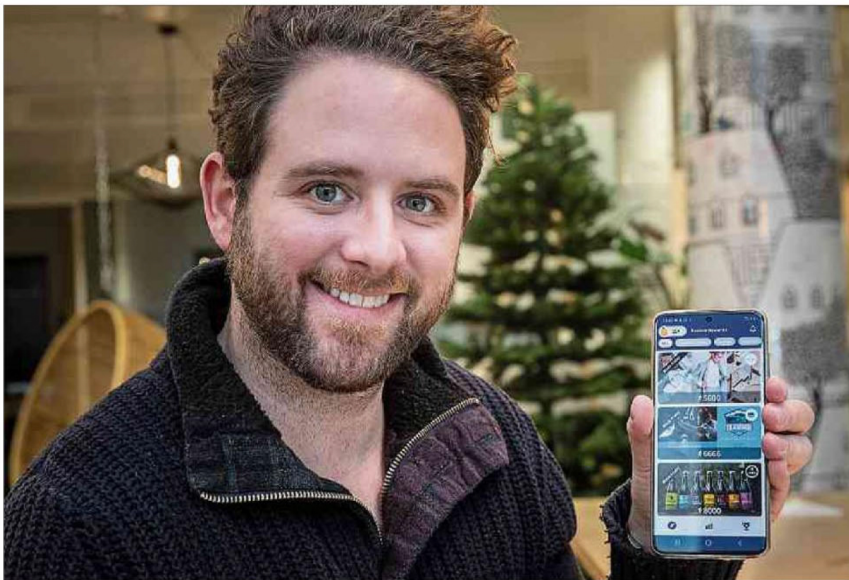
Spätestens im Februar gab es kein Zurück mehr für Nigel Bergstra und Daniel Klemetz. „Wir mussten es einfach tun. Es ist wirklich schwer, von so einer Idee abzulassen, wenn man sie einmal hatte“, sagt Klemetz. Also gründeten der Kanadier und der Schwede das Start-up „No Big Deal“ – zu einem Zeitpunkt, als sich die schwerwiegendste Pandemie seit Jahrzehnten abzeichnete. „Natürlich wussten wir von Covid und den potenziellen Auswirkungen, als wir den Sprung wagten und unsere Jobs kündigten“, so Nigel Bergstra. Die beiden Gründer hatten zuvor bei Vodafone Luxembourg gearbeitet, als sie sich entschlossen, die relative Sicherheit eines Großkonzerns gegen das ungestete Leben eines Selbstständigen einzutauschen.

Die Idee, die die beiden mit ihrem Unternehmen verwirklichen wollen, fußt auf Erkenntnissen der Verhaltensforschung und dem positiven Gefühl, das man hat, wenn man etwas erreicht hat. „Selbst kleine Erfolge haben einen enormen Effekt auf die Motivation einer Person. Die Idee war, diese positiven Gefühle mit einer Marke oder einem Geschäft zu verbinden“, erklärt Klemetz. Also entwickelten sie eine digitale Plattform, die es Firmen ermöglicht, sogenannte „Challenges“ zu organisieren. So kann eine Bar oder ein Restaurant zum Beispiel ein kostenloses Bier ausloben, wenn ein Kunde 20 000 Schritte geschafft hat. „Das klingt vielleicht zunächst mal kontraintuitiv, aber da kommt die Verhaltensökonomie ins Spiel. Das Erfolgsgefühl wird dann mit der Marke assoziiert. Es gibt zahlreiche Studien dazu, dass so motivierte Kunden anschließend bereit sind, mehr Geld auszugeben“, so Bergstra. Zunächst habe sich die Pandemie nicht wirklich auf ihre Pläne ausgewirkt, beteuern die beiden. „Wir hatten anfangs ohnehin vor allem Programmierarbeit zu machen.“

Unterschiedliche Ausgangslagen

Anders als Klemetz und Bergstra trauen sich derzeit nicht alle potenziellen Gründer den Sprung in die Selbstständigkeit zu. Nach einer gestern veröffentlichten Untersuchung von Statista ist in diesem Jahr die Zahl der Menschen, die sich selbstständig machen, im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent gesunken. Die Krise wirkt sich auch auf die Erfolgsaussichten der jungen Unternehmen aus. Bei der gleichen Befragung gaben 40 Prozent der Gründer an, dass ihr Betrieb langsamer wächst, als sie angenommen hatten. Dabei macht es einen großen Unterschied, in welchem Bereich das Unternehmen aktiv ist. „Eine klassische Gründung wie ein Restaurant überlebt kaum ein paar Monate ohne jeglichen Umsatz“, sagt Tom Baumer, der Chef des House of Entrepreneurship. „Das ist etwas anderes als ein Technologie-Start-up, bei dem ein Investor damit einverstanden ist, wenn es ein Jahr oder länger ohne Kunden arbeitet.“

So gebe es Start-ups, die sich in der Krise exzellent entwickelt und sogar von der Pandemie profitiert hätten, ergänzt Philippe Linster, der das „House of Start-ups“ leitet. „Gerade in Luxemburg haben sich die Bereiche Fintech und Mobile Payment Solutions extrem gut entwickelt. Das „Luxembourg House of Financial Technology“ hat



Oben: Nigel Bergstra hat eine Plattform entwickelt, mit der Firmen „Challenges“ für Konsumenten durchführen können.

Unten links: Die beiden Gründer von InjectIT Reka Tihanyi und Lukasz Ozimek.

Unten rechts: Daniel Klemetz ist einer der Gründer von „No Big Deal“.
Fotos: Guy Jallay/Privat

mehr Start-ups als zuvor. Das Gleiche gilt für Gründungen im Gesundheitsbereich und alles, was mit digitaler Kommunikation zu tun hat“, erklärt Linster.

In diese Kategorie fallen auch Reka Tihanyi und Lukasz Ozimek, die die Unterlagen zur Gründung ihrer Firma InjectIT wenige Tage vor der Verkündung des ersten Lockdowns einreichen. Das Unternehmen entwickelt unter anderem Lösungen, um das Einkaufserlebnis beim Online-Shopping zu verbessern. Die Gründer erstellen dreidimensionale digitale Abbilder von Produkten, die mit „Augmented Reality“ auf reale Umgebungen projiziert werden können. Mit Hilfe einer App und der Kamerafunktion eines Handys können sich Kunden beispielsweise vor dem Onlinekauf anschauen, wie ein Möbelstück in der Wohnung oder eine Uhr am eigenen Handgelenk wirken würde. Für Internet-Händler kann das den Umsatz erhöhen und die Zahl der Retouren verringern. „Die Pandemie ist eine schreckliche Sache. Aber aus Sicht unseres Geschäftsmodells hat

uns einen ganz schönen Schub gegeben“, sagt Reka Tihanyi. Das Paar konnte schon erste Kunden gewinnen und will bis Januar mit dem Produkt auf den Markt gehen.

Probleme bei der Finanzierung

Aber auch für Start-ups mit beiden Füßen in der digitalen Welt lautet die entscheidende Frage: Finde ich genügend Investoren, um meine Firma über Wasser zu halten, bis sie finanziell auf eigenen Beinen stehen kann? „Für viele Start-ups war es in der Pandemie schwierig, Geldgeber zu finden. Durch die Unsicherheit haben Anleger sich auf ihre existierenden Investments konzentriert und nicht mehr in neue Firmen investiert“, sagt Philippe Linster. Gerade Unternehmen, die auf Finanzierungsrunden im Frühling gesetzt hatten, sind daher in Schwierigkeiten geraten. Ebenso waren größere Betriebe, die sonst vielleicht Partnerschaften mit den digitalen Neufirmen eingegangen wären, in der Pandemie eher auf sich selbst fokussiert, so Linster. Für viele bedeutete dies das frühe

Aus. „Die Cash Situation in Start-ups ist häufig sehr viel schwieriger als bei existierenden Unternehmen, so dass sie schneller vor der Liquidation stehen“, so Linster.

So steckten die Gründer von InjectIT zunächst ihre eigenen Ersparnisse in das Unternehmen. Für „No Big Deal“ konnten Klemetz und Bergstra zunächst 120 000 Euro von Freunden und Verwandten als Startkapital einwerben. In der nächsten Stufe werde man mit Wagniskapitalgebern und „Angel Investors“ sprechen. Doch gerade das in dieser Phase wichtige Networking und Aufbauen persönlicher Kontakte wird durch die Pandemie deutlich erschwert, sagt Lukasz Ozimek. „Als wir den Jahresplan für unsere Aktivitäten erstellt haben, dachten wir noch, dass die Pandemie zum jetzigen Zeitpunkt vorüber sein würde“, so der Gründer. „Natürlich fragen wir uns gelegentlich, ob wir das Wagnis eingegangen wären, wenn wir damals gewusst hätten, was wir heute wissen“, bekennt Klemetz, um dann sofort zu versichern: „Die Antwort lautet: ja.“