



Wochen des Lockdowns haben der Wirtschaft schwer zugesetzt. Nicht nur der Gastronomie sind die Einnahmen weggebrochen, alle Wirtschaftsbereiche waren betroffen. Besonders hart traf es dabei vor allem Start-ups, deren Gründer häufig ihr gesamtes Kapital in ihre Geschäftsidee investiert haben, aber keine finanziellen Rücklagen bilden konnten. Die electrified-Autorinnen **Faye Bullwinkel** und **Rebecca Barth** haben sich bei Jungunternehmern in der Drivery in Berlin umgehört, wie sie mit der Krise umgehen. **Viktor Strasse** hat fotografiert.



Start-ups in der Drivery in Berlin

# AUFBRUCH STIMMUNG

STATT  
KRISENMODUS



**Timon Rupp,  
Gründer & Geschäftsführer  
Drivery**

Die Ergebnisse der Umfrage waren alarmierend, die der Bundesverband Deutsche Start-ups kurz nach Beginn des Lockdowns präsentierte. Danach würden 70 Prozent der Start-ups wegen der Corona-Krise um ihre Existenz bangen. Das trifft auch auf einige der Jungunternehmer in der Drivery in Berlin zu. „Auch bei uns gibt es durchaus Fälle, wo Unternehmen in ihrer Existenz bedroht sind“, sagt Timon Rupp, Gründer und Geschäftsführer der Drivery, einem Marktplatz führender Mobilitätsunternehmen. Im Ullsteinhaus am Mariendorfer Damm in Tempelhof sind 100 Unternehmen beheimatet, darunter 80 Start-ups. Zu den bekanntesten Unternehmen gehören Firmen wie Continental, Hella, Hyundai, Siemens oder IAV, ein weltweit tätiger Engineering Dienstleister der Automobilindustrie.

„Die Situation ist für einige Unternehmen sehr, sehr kritisch“, stellt Rupp fest. „Doch die Stimmung und Fähigkeit der Start-ups sich durch die Krise zu manövrieren, ist da.“ Die Drivery hat für in Not geratene Unternehmen ein eigenes Hilfsprogramm aufgelegt, das „Corona Buster Programm“. Damit stellt man den sechs Firmen für einen begrenzten Zeitraum die Infrastruktur der Drivery zu Verfügung, um sie so wieder auf Wachstumskurs zu bringen, wie Rupp sagt. Nachdem die Stimmung bei vielen Unternehmen zu Beginn des Lockdowns im März auf den Tiefpunkt gesunken war, hat sie sich mittlerweile gewandelt. „Inzwischen hat sich die Stimmung gedreht, wir verspüren eine Aufbruchstimmung. Es herrschen große Erwartungen an den Markt“, berichtet Rupp.

### Positive Grundeinstellung der Start-ups

Am Konjunkturpaket der Bundesregierung würde das nicht liegen, sagt Rupp, denn da wird befürchtet, dass das im Mobilitätsbereich eher verpufft. Vielmehr sei der Umschwung auf die Grundeinstellung der Unternehmer zurückzuführen. „Da herrscht immer Aufbruchstimmung, viele Firmen haben ihre Geschäftsmodelle nach der Krise angepasst. Sie geben Gas, die Start-ups stecken nicht die Köpfe in den Sand, sondern sie helfen sich selbst. Sie lenken ihre Geschäftsmodelle in eine neue Richtung.“

Gerade im Bereich der Sharing-Mobility würden einige Unternehmen ihre Geschäftsmodelle ob der Krise hinterfragen. „Sie stellen sich die Frage: Ist das nur ein kurzer Einbruch oder wird unser Geschäftsmodell dadurch langfristig in Frage gestellt?“ Diese Krise zeige aber auch die Stärken von Gründern, sagt Rupp. „Wenn jemand schnell umlenken kann, dann sind das Start-ups. Konzerne reagieren da viel träger. Je kleiner das Unternehmen, umso agiler ist es.“

Dass gerade die Sharing-Economy und hier besonders die Sharing-Mobility einer der Leidtragenden ist, könne man so pauschal nicht beurteilen, sagt Rupp. So verweist der Drivery-Chef beispielsweise auf den Jelbi-Mobilitätshub vor dem Ullsteinhaus. Statt die U-Bahn zu nutzen, würden gerade Zweiräder wie Elektro-Roller als auch Elektro-Tretroller intensiv genutzt.

Auch mit Blick auf das eigene Geschäftsmodell zeigt sich Rupp zuversichtlich, da man kein reiner Co-Working-Place sei, sondern ein Marktplatz mit Co-Working-Elementen. „Die Mitglieder sind uns treu geblieben, weil ihnen die Vernetzung, die Synergien vor Ort wichtig sind. Wenn wir nur Büroflächen vermieten würden, würde das den Leuten hier nicht helfen.“ Die Drivery lebe von seiner Community, sagt Rupp.

Gleich zu Beginn der Coronakrise musste OKAI seine Produktion in China über mehrere Wochen vollständig schließen. „Das, und noch viel mehr die Gesundheit unserer Kollegen vor Ort, haben uns natürlich Sorgen bereitet. Die Ungewissheit, wann und wie es weitergeht, war für alle belastend“, sagt der Chief Operating Officer von OKAI, einem der weltweit führenden Anbieter von Micromobility-Lösungen. „Glücklicherweise mussten wir bis heute keine Krankheitsfälle beklagen und konnten auch relativ früh, als eine der ersten Fabriken in China überhaupt, unter strengen Hygieneauflagen unsere Produktion wieder anfahren. Inzwischen ist unsere Lead-Time wieder auf Vorkrisenniveau“, berichtet Siegmund.

Dank Eigenproduktion und einem eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum bietet OKAI seinen Kunden neben einer vollintegrierten Supply-Chain individuelle Lösungen an. Global arbeite man unter anderem für Marken wie Bird, Jump, Tier, Voi, Dott und Hive.

Siegmund sieht durch die Krise vor allem Chancen für OKAI. „Für die Verkehrswende ist der Lockdown wie ein Katalysator, der wichtige Richtungsentscheidungen sowohl in der Wirtschaft als auch in der Politik deutlich beschleunigt hat“, sagt der COO und verweist als ein Beispiel auf die entstandenen Pop-Up-Fahrradspuren, „die vor der Krise so kaum durchsetzbar gewesen wären. Mit sicherer Infrastruktur steht und fällt die Nutzung von Fahrrädern, Scootern & Co. Vor allem das Fahrrad hat durch den Lockdown noch einmal einen enormen Schub erfahren. Hier sehen wir das größte Wachstumspotential für den Markt in den nächsten 12 Monaten.“ Das Geschäftsmodell für OKAI sei durch die Krise nicht



**Jerrit Siegmund (36),  
COO, OKAI  
(links im Bild)**

tangiert worden, es habe „sich weitestgehend planmäßig entwickelt. Wir beobachten insgesamt eine überdurchschnittliche Entwicklung bei kleinen und mittleren Mobilitätsanbietern, während die großen Anbieter die Krise vor allem dazu genutzt haben, Umstrukturierungsmaßnahmen vorzunehmen.“

Der Sharing-Mobility komme für die Verkehrswende aus Sicht von Siegmund „eine wichtigere Rolle denn je“ zu. „Ohne die Sharing-Mobility ist die Verkehrswende schlichtweg nicht machbar. Und eine Verlagerung hin zu mehr Nutzung von Mikromobilität, wie wir sie momentan sehen, ist in jeder Hinsicht ein Gewinn für unsere Städte und unsere Gesellschaft.“

Natürlich habe die Corona-Krise auch bei ePilot Mobility zu Problemen geführt, sagt Dennis Weidner, der Gründer und CEO des Unternehmens. Die Herausforderungen durch das Home-Office und das „ungewisse Morgen“ habe natürlich den Ablauf der Arbeitsprozesse erschwert. „Es ist schwindelerregend, dass sich selbst Platzhirsche wie Tier Mobility zurückziehen mussten - viele Partnerschaften konnten daher bei uns nur verzögert oder gar nicht abgeschlossen werden während der letzten drei Monate“, berichtet Weidner. Mit dem Einzug ins neue Office in der Drivery Anfang Juni habe sich die Situation jedoch rasant geändert. „Immer mehr Partner kamen auf uns zu und streben den Start noch in diesem Sommer 2020 mit uns an.“

Und das sowohl auf Anbieter- als auch auf Firmenseite, so der 33-Jährige. ePilot bietet ein Plattform-Modell mit dem Firmen-Mobilität „skalierbar, flexibel und agil“ wird. Mit seinem Angebot will das Start-up eine Brücke schlagen „zwischen E-Service-Anbietern und Unternehmen, um Elektromobilität als Corporate Benefit für Mitarbeiter zugänglich zu machen“, sagt Weidner. „Konkret bedeutet das, dass ein Unternehmen ein monatliches Abonnement abschließt, mit dem ihre Angestellte beliebige Fahrzeuge wie E-Scooter und E-Bikes aller teilnehmenden E-Service-Anbieter wie Lime, Bird, Voi, Jump Bikes, Nextbike oder Donkey Republic gebündelt nutzen können“, erklärt der Firmengründer.

**Dennis Weidner (33),  
Gründer und CEO  
ePilot Mobility GmbH**



Mit seinem Geschäftsmodell sieht Weidner sein Unternehmen auch für die Zukunft gut aufgestellt. Wer meint, dass ein Abo-Modell für E-Fahrzeuge in der Nach-Corona-Zeit überflüssig geworden sei, unterliege einem Trugschluss. Denn die Mehrheit der Deutschen bleibe trotz Homeoffice aufs Pendeln angewiesen. Und da viele wegen des Infektionsrisikos nicht den öffentlichen Personennahverkehr nutzen wollen, spielen alternative Mobilitätskonzepte eine wichtige Rolle. Davon hofft auch ePilot zu profitieren.

**Eustach von Wulffen (48),  
Gründer und CEO  
Movacar**



Mit ihrer Plattform Movar stellt die Target Mobilty GmbH Autovermietern unter anderem eine Mobilitäts-App zur Verfügung, mit denen Kosten bei Fahrzeugüberführungen eingespart werden können. Diese Fahrten werden als Einwegfahrten für 1 Euro an die Nutzer vermarktet. „Die Restriktionen infolge der Pandemie haben für uns - wie wahrscheinlich für alle Unternehmen im Reise-Sektor - starke Auswirkungen. Wenn sich niemand bewegen darf, ist auch zukunftsweisende Mobilität nicht gefragt“,

berichtet Eustach von Wulffen, der CEO von Movar. „Als Dienstleister für die Autovermiet-Branche spüren wir den drastischen Nachfragerückgang bei Mietwagen ebenso wie unsere Partner, die Autovermieter selbst. Wenn weniger Autos gemietet werden, müssen auch weniger Fahrzeuge überführt werden“, fügt der Movar-Gründer hinzu. Die Talsohle sei allerdings durchschritten und in der Branche zeichne sich eine Erholung ab.

Die Krise erachtet von Wulffen dann auch eher als Chance für das eigene Geschäft. „Solange das Infektionsrisiko unseren Alltag begleitet und auch als solches wahrgenommen wird, werden sich viele Menschen genau überlegen, welche Reiseform dieses Risiko am effektivsten minimiert. Im Vergleich zu Transportmitteln wie Fernbus, Bahn oder Mitfahrgelegenheit schneidet der Mietwagen dabei sicher gut ab“, sagt er. Denn mit Blick auf soziale Kontakte und Hygiene sei er besser kontrollierbar als die genannten Alternativen. „Insofern sehen wir auch auf Dauer eine große Chance für unser Geschäftsmodell, vor allem da wir in einer insgesamt schwierigen Wirtschaftslage auch damit punkten, dass wir für unsere Partner signifikante Kosteneinsparungen in der Fahrzeuglogistik liefern.“ Entsprechend sei auch das eigene Geschäftsmodell nicht bedroht. Ganz im Gegenteil. So würde für die Autovermieter als auch für die Nutzer von Movacar eine „Win-Win-Situation“ geschaffen, sodass langfristig die „Chancen unseres Geschäftsmodells“ überwiegen, so der CEO.