

Gut durch die Krise dank Digitalkompetenz

Start-ups und Familienunternehmen verkraften Rückschläge besser als mancher Konzern. Der Regierende Bürgermeister hat zwei von ihnen besucht

THOMAS SCHUBERT

Nein, hier gibt es keine H-Milch zum Kaffee. Jacques Colman lächelt verlegen, als er Michael Müller (SPD) auf seine Bitte hin enttäuschen muss. Wer in Prenzlauer Berg eine Schmiede für Design-Uhren besichtigt, muss mit dem Zeitgeist leben. Der muss seinen Kaffee mit Soja, Hafer oder Kokos veredeln. Oder trinkt ihn schwarz. „Lilienthal Berlin“, von Colman und seinem Vater vor fünf Jahren als Start-up gegründet – so erfährt der Regierende Bürgermeister bei seinem Besuch – lässt aus Prinzip Altbakenes weg. Und fuhr damit in der schwersten Wirtschaftskrise nach dem Krieg in diesem Jahr bisher einen Umsatz von sechs Millionen Euro ein. Fast ohne Ladenflächen. „98 Prozent des Geschäfts läuft online“, erklärt Colman Müller die Basis des Geschäftsmodells. Der winzige Showroom in einem Altbau-Erdgeschoss an der Stargarder Straße – er ist der einzige der Welt. Kunden aus Japan und den USA ist das online vermittelte Lebensgefühl der Uhren aus Prenzlauer Berg wichtiger als eine Anprobe im Laden.

Firma macht 98 Prozent des Geschäfts mit Onlinehandel

Im Hauptquartier von Lilienthal, einem Berliner Zimmer hinter dem Showroom, sitzt Michael Müller nun also mit seinem hip verfeinerten Kaffee und lässt sich in Filmen und Powerpoint-Vortrag zeigen, warum das Start-up nicht nur auf Kurzarbeit oder Hilfszahlungen verzichtet, sondern in der Krisenzeit noch wächst. Mit 19 Mitarbeitern bedient das noch immer sehr schlanke Unternehmen einen globalen Markt mit Uhren, montiert an drei Standorten in Ruhla bei Erfurt, in Pforzheim und im Hunsrück. Entworfen wird der Schmuck in Prenzlauer Berg. Doch: „Hier wird es uns zu eng“, sagt Colman. „Nächstes Jahr ziehen wir uns.“

Müller gefällt das flippige Lebensgefühl, das er in den Filmen über die Uhrenschmiede zu sehen bekommt. Da tan-

zen Berliner auf dem Teufelsberg ihre Sorgen weg, als Markenbotschafter zeigt Vegan-Koch Stephan Hentschel, was er am Handgelenk trägt. Und auf Fotos posieren Models am Hochbahn-Viadukt der Schönhauser Allee. Der Gedanke zur Gründung des Uhren-Start-ups kam den Colmans auf dem Tempelhofer Feld. Und der Name ist bewusst angelehnt an Otto Lilienthal, dessen Pioniergeist auf die Uhren abstrahlen soll. Aber wo genau denn nun das Hauptstadt-Flair an den Uhren ist, möchte Müller wissen. „Das haben wir etwas zurückgefahren“, entgegnet der junge Chef. „Wir wollen ja auch in Hamburg verkaufen.“

Dass die Krise sich doch irgendwie auswirkt, zeigt sich, als Müller mit einem Webdesigner im Homeoffice per Video-

Schalte spricht. „Und? Klappst’s?“, fragt er. Und hört als Antwort: „So lange mein Kind in die Kita kann, ja.“

Regelbetrieb bei der Kinderbetreuung, das schrittweise Hochfahren der Branchen mit den Lockerungen – auf seiner Sommertour zu Berliner Unternehmen sieht Müller in diesen Tagen immer wieder, wie sich politische Entscheidungen bei denen auswirken, die Berlins Wirtschaft aus der Talsohle führen können. Während der Tourismus und die Gastronomie noch lahmen, rattern in Friedrichshain bei ODS Data Service die Druckmaschinen fast wie früher – den Problemen der Werbebranche zum Trotz. Rund 20 Millionen Post- und Medienerzeugnisse pro Jahr verlassen die historischen Fabrikhallen östlich des

Bahnhofs Warschauer Straße. Längst nicht mehr nur im Printgeschäft, sondern auch digital. Mitten im Krisenjahr feiert das Medienunternehmen ODS nun 25-jähriges Bestehen. Ein Drittel Umsatzrückgang habe man durch die Krise ausgerechnet jetzt hinnehmen müssen, berichtet Geschäftsführer Stefan Schröter. „Da hat uns die Kurzarbeit sehr geholfen. Aber wir haben keinerlei Hilfszahlungen in Anspruch genommen“, zieht er eine insgesamt solide Bilanz. Was sich auszahlt, ist die Doppelkompetenz in analogen und digitalen Geschäftsfeldern und ein breit gefächertes Kundenstamm in verschiedensten Branchen. „Auch das Willy-Brandt-Haus ordert bei uns“, sagt Schröter und zeigt Müller rote Würfel mit dem SPD-Logo.



Jacques Colman vom Start-up „Lilienthal Berlin“ zeigt Michael Müller Uhren aus Prenzlauer Berg. FOTO: THOMAS SCHUBERT

Anders als ein Uhren-Start-up braucht ein Unternehmen für Druck- und Medienerzeugnisse aber Platz für Bänder und Maschinen. Ein Gut, das Firmen wie ODS in zentralen Lagen Berlins immer teurer anmieten müssen – und ein Thema, das Schröter umtreibt. Ersten als Firmenchef, der den eigenen Mietvertrag für die insgesamt 1200 Quadratmeter große Gewerbefläche im früheren Glühlampen-Werk am östlichen Stadtzentrum Berlins 2023 enden sieht. Und in seiner zweiten Eigenschaft: als Vorsitzender des Berliner Landesverbands der Familienunternehmer.

In dieser Rolle lässt Schröter beim Besuch des Regierenden Bürgermeisters Nachrichten der letzten Monate Revue passieren. Da ist der Verlust der Fashion Week und das erfolglose Werben Berlins um die Automesse IAA. Das Mode-Großereignis habe Frankfurt der Hauptstadt „weggekauft“, erklärt Müller. Und bei der IAA habe man „nicht schnell genug an einem Strang gezogen“, sagt er als Seitenhieb auf die Absage aus dem Lager der Grünen. Bei den Pop-up-Radwegen steht Müller zu den Zielen der Verkehrswende, auch wenn die Berliner Familienunternehmer den Verlust von Lieferflächen befürchten. Einige sind sich Schröter und Müller dafür bei einem besonders umstrittenen Radweg: dem an der Kantstraße in Charlottenburg. In seiner jetzigen Umsetzung sei der „Quatsch“.

Wie ein möglicher Verlust der Produktionsräume eine Druckerei treffen kann, weiß Michael Müller aus seiner eigenen Familie. Auch die ist bekanntlich in diesem Geschäft zu Hause. Und auch die war schon einmal gezwungen, sich sehr schnell neu zu orientieren. „Nach Vertragsende mussten wir innerhalb von vier Wochen umziehen“, erzählt der Regierende Bürgermeister. Solche Erfahrungen hätten ihn auch zu einer neuen Bundesratsinitiative bewegt. Berlin will sich für eine Regulierung der Gewerbeten einsetzen. „Zumindest brauchen wir einen besseren Kündigungsschutz für unser Gewerbe“, meint Müller. „Schutz, den es jetzt nicht gibt.“