

## Mit neuem Namen noch mehr wachsen

Start-up Aroundhome steigert Umsatz weiter

BERLIN - Wer das Hochhaus am Potsdamer Platz 11 betritt, der denkt wohl nicht an die Start-up-Szene. Das Gebäude mit der markanten Glasspitze hat der italienische Stararchitekt Renzo Piano entworfen, bis vor wenigen Jahren residierte hier die internationale Wirtschaftsberatungsgesellschaft PwC. Nun findet sich auf den Etagen 7 bis 17 eines der erfolgreichsten Start-ups Berlins mit 500 Mitarbeitern. Käuferportal, wie die Gründer Mario Kohle und Robin Behlau ihr Unternehmen 2008 getauft haben, ist das, was man in der Start-up-Welt einen „Hidden Champion“ nennt. Ein stark wachsendes, florierendes Unternehmen, das trotz des Erfolgs relativ unbekannt ist. Aber mit Letzterem soll jetzt Schluss sein.

Und dafür hat CEO Behlau einen radikalen Weg gewählt: Er gab seiner Firma einen neuen Namen. „Viele Leute haben bei dem Wort Käuferportal nicht sofort gecheckt, was wir machen“, erklärt er im Gespräch mit dem Tagesspiegel. Deshalb stellte er eine neue „Head of Brand“ ein, eine Mitarbeiterin, die sich darum kümmern soll, die Marke zu stärken. „Sie hat schon an ihrem ersten Tag gesagt: Wir brauchen einen neuen Namen“, berichtet der Gründer. Aroundhome – so heißt das Unternehmen von Behlau nun.

Doch tatsächlich erschließt sich nun zumindest dem, der des Englischen mächtig ist, dass das Start-up etwas rund ums Haus macht. Vor gut zehn Jahren begannen Behlau und Kohle damit, Kopierer und Kaffeeautomaten an Geschäftskunden zu vermitteln. Damit beschäftigten sie bald 20 Mitarbeiter. 2011 öffneten sie ihr Geschäft auch für Privatkunden und vermittelten nun auch größere Produkte wie Solaranlagen oder ganze Küchen.

Dabei stellten sie fest, dass mittelständige Fachfirmen häufig kaum Marketing betreiben und im Internetzeitalter Probleme haben, Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Für die ist das kostenlos, die vermittelten Firmen müssen aber einen bestimmten Betrag zahlen, wenn eine Zusammenarbeit zustande kommt. „Wir beraten und helfen, genau die richtige Fachfirma in der Nähe zu finden“, beschreibt Behlau sein Geschäftsmodell. „Neue Anbieter schieben sich zwischen Dienstleister und Kunden“, umschrieb es Herbert Vogler von der IHK München vor vier Jahren. Pro Jahr bringt das Unternehmen nach eigenen Angaben mehr als eine Million Kunden in Kontakt zu regionalen Fachfirmen. Ihr Netzwerk umfasst rund 12 000 Unternehmen.

Seit 2014 hat Aroundhome seinen Umsatz im Schnitt jährlich um 35 Prozent gesteigert. 2016 knackte das Unternehmen erstmals die Schwelle von 50 Millionen Euro Umsatz. Mit dem neuen Namen soll das Wachstum jetzt weitergehen. Und dafür hat Aroundhome finanzkräftige Unterstützung. Bereits 2016 waren ProSiebenSat 1 und das Investmentunternehmen General Atlantic mit Anteilen von je 42 Prozent eingestiegen. Seit dieser Woche hat das Medienunternehmen über seine Tochter NuCom das Investment erhöht und die Anteile von General Atlantic übernommen. Damit hält die ProSieben-Tochter nun 94 Prozent, Behlau die restlichen sechs. Kohle war 2015 aus dem operativen Geschäft ausgestiegen und hält keine Anteile mehr. Im Rahmen der Transaktion hat Aroundhome noch mal frisches Kapital erhalten, das Unternehmen wird aktuell mit 140 Millionen Euro bewertet.

THORSTEN MUMME

## 55 Millionen für Berliner E-Roller-Start-up

BERLIN - Es ist die größte Anschubfinanzierung, die ein europäisches Start-up je bekommen hat: 55 Millionen Euro stecken Investoren wie Target Global in das erst vor wenigen Monaten gegründete Unternehmen Flash. Dahinter steckt Lukasz Gadowski, einer der erfolgreichsten deutschen Gründer, der beispielsweise Lieferheld zum Essenslieferkonzern Delivery Hero ausbaute. Die Firma will elektrische Tretroller verleihen, erste Tests dazu laufen in Zürich und Lissabon. Im Frühjahr soll es in Frankreich, Italien und Spanien losgehen, der Rest Europas im Sommer.

In Deutschland überarbeitet das Bundesverkehrsministerium derzeit die Gesetze. Ab Frühjahr könnte der Betrieb der „Elektrokleinstfahrzeuge“ hierzulande zulässig sein. Der Markt boomt seit gut einem Jahr in den USA, wo die Uber-Töchter Jump und Lime schon große E-Roller-Flotten anbieten. Das in Berlin mit E-Bikes präsenzierte Lime verleiht auch in Städten wie Paris schon Roller. Unternehmen bewerten die Firma bereits mit zwei Milliarden Dollar. Auch andere deutsche Unternehmen setzen auf E-Roller, darunter Mytaxi mit der Marke Hive oder das Berliner Start-up Tier Mobility.



Foto: Getty Images / Olycomphoto

# Digitale Dolmetscher

Eine deutsche Software übersetzt besser als Google. Und ein Berliner Unternehmen versteht Sprache so gut, dass es die Texte von US-Konzernen optimiert

VON OLIVER VOSS

BERLIN - Die Kundenliste von Acrolinx ist beeindruckend: Google, Facebook, Microsoft, Nestlé oder Boeing vertrauen auf die Expertise von Acrolinx. Entstanden ist das Berliner Unternehmen schon 2002 als Ausgründung des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI). Es war damit ein Pionier beim Einsatz von KI, als die Technologie noch keinen Boom erlebte, wie in diesen Tagen. „Vor zehn Jahren wurden wir mit unserer Idee oft noch schräg angeguckt“, erinnert sich Technikchef Ulrich Callmeier. Denn das Unternehmen hat eine Art digitalen Lektor entwickelt, eine Software, um die Sprachqualität zu analysieren und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Wie das funktioniert, demonstriert Mitgründerin Sabine Lehmann. Sie öffnet ein Word-Dokument am Computer, rechts daneben ploppt ein Fenster auf und eine Zahl leuchtet rot: Der Text bekommt von der Acrolinx-Software einen Punktwert von 57. Maximal 100 wären möglich, ab einem Wert von 80 ist die Qualität so gut, dass die Farbe auf Grün wechselt.

Die Probleme am Beispieltext fangen schon bei der Überschrift an. Über drei Zeilen erstreckt sie sich. „Zu lang?“, heißt es in den Anmerkungen im Fenster daneben. Auch sonst sind viele Wörter und ganze Sätze blau markiert. Bemängelt werden dort eine hohe Dichte an Substantivierungen und sogenannte Passivkonstruktionen – typisch für Behördendeutsch. Auch wenn es zu viele Nebensätze gibt, warnt das Programm. Die Nutzer sollten kontrollieren, ob die Formulierungen womöglich schwer verständlich sind. Bei Wörtern wie „letztlich“ fragt die Software, ob diese Floskel nicht verzichtbar sei.

Die Verbesserung von Verständlichkeit und Stil ist jedoch nur ein Aspekt. „Die meisten große Firmen haben eigene Regeln, wie man schreibt“, erklärt Lehmann. Dazu gibt es eigene „tone of voice guidelines“. In diesen Tonfallrichtlinien ist dann beispielsweise festgelegt, ob das Unternehmen in Texten eher „wir“ schreibt oder stattdessen möglichst den Firmennamen. Oder ob die Kunden „customer“, „client“ oder „consumer“ genannt werden. Zudem nutzt eine Bank einen ganz anderen Sprachstil als beispielsweise ein Sportartikelhersteller.

Allerdings ändern sich solche Vorgaben auch immer wieder. „Oft sagen Firmen, wir klingen zu altmodisch, und wollen sich einen jugendlichen Anstrich geben“, sagt Callmeier. Dann sprechen die Unternehmen beispielsweise ihre Kunden mit Du statt Sie an.

Das Berliner Analyseprogramm hilft dabei, in den teils Tausenden Texten, die täglich in großen Konzernen entstehen,

solche Vorgaben umzusetzen und einen einheitlichen Stil zu bewahren. Auch innerhalb eines Textes sorgt Acrolinx für Konsistenz und weist beispielsweise darauf hin, wenn bestimmte Begriffe und Bezeichnungen nicht durchgehend einheitlich geschrieben werden.

Sechs Sprachen beherrscht Acrolinx. Neben Deutsch und Englisch, die im Fokus stehen, noch Japanisch, Chinesisch, Französisch und Schwedisch. Weitere sind derzeit nicht in Planung. „Wir müssen nicht über die Sprachen wachsen“, sagt Callmeier. Drei Viertel der Umsätze kommen aus den USA. Schon mit dem bestehenden Angebot gebe es noch genug Potenzial bei möglichen Kunden. Wichtiger sei es derzeit, die Software an möglichst viele weitere Programme anzubinden, damit dort direkt Texte analysiert werden können.

Auch Übersetzungen sind derzeit kein Thema. Wobei die Künstliche Intelligenz von Acrolinx indirekt dabei helfen kann, wie das Beispiel SAP zeigt. Der Softwarekonzern war einer der ersten Kunden, da dort viele Dokumente in Deutsch und Englisch erstellt werden, dazu kommen 42 weitere Sprachen. SAP beschäftigt daher ein Netzwerk von 100 Übersetzungsagenturen. „Doch wenn die Qualität der Ausgangstexte steigt, sind auch die Übersetzungen einfacher“, sagt Callmeier. Außerdem sinken Aufwand und Kosten, wenn beispielsweise Verständnisfragen wegfallen.

Doch auch rein maschinelle Übersetzungen machen dank immer besser trainierter Algorithmen enorme Fortschritte. Lesen sich am Computer erstellte Übersetzungen vor wenigen Jahren noch schlimmer als die kryptischste Gebrauchsanweisung aus China, liefern Dienste wie Google Translate inzwischen oft ziemlich brauchbare Ergebnisse. Und der beste Computerdolmetscher kommt derzeit aus Köln

vom Start-up DeepL. „Die Übersetzungen sind im Allgemeinen besser als die von Google Translate und Microsofts Bing“, urteilten beispielsweise Tester des renommierten US-Technologieportals Techcrunch. Und sogar professionelle Dolmetscher diskutieren bereits, ob ihnen die Software künftig den Job streitig machen kann.

DeepL ist aus Linguae, einer Suchmaschine für Übersetzungen hervorgegangen. Doch statt nur auf möglichst gute Übersetzungen zu verweisen, beschloss Gründer Gereon Frahling 2017, das aus inzwischen zehn Milliarden Suchanfragen gewonnene Know-how für einen eigenen Online-Übersetzer zu nutzen, der in einer Basisversion kostenlos unter deepl.com zur Verfügung steht.

Das Start-up hat seine Algorithmen mit den besonders guten Übersetzungen trainiert. Zudem nutzt es dafür eine andere Art neuronale Netze als Google. Über die Details schweigt sich das Unternehmen aus, auch um die Konkurrenz auf Abstand zu halten. Doch können die Amerikaner das nicht schnell aufholen? „Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir unseren Vorsprung halten können“, sagt Technikchef Jaroslav Kutylowski. Gerade hat das Unternehmen dafür eine Kapital-spritze erhalten: Ende Dezember ist der renommierte US-Investor Benchmark

bei DeepL eingestiegen. „Wir wollen die Forschung und Entwicklung stark erweitern“, sagt Kutylowski. Die Zahl von derzeit knapp 30 Mitarbeitern soll sich in den kommenden zwölf Monaten verdoppeln. Zudem will das Unternehmen auch weltweit noch viel stärker wachsen.

Auch Google wird seinen Digitaldolmetscher weiter verbessern. SPD-Generalsekretär Lars Klingbeil glaubt daher, dass es Übersetzungen in ein paar Jahren als Dienstleistung nicht mehr geben werde, „weil die technologische Entwicklung das überflüssig macht“. Werden künftig also reihenweise Dolmetscher ar-

beitslos? „DeepL ist inzwischen oft besser als manche Humanübersetzer“, räumt die Dolmetscherin Andrea Bernard in einem Beitrag für den Verband der Übersetzer und Dolmetscher (DVÜD) ein. Das könne Kunden tatsächlich dazu verleiten, die Maschine statt teurer Menschen zu nutzen. Doch die Qualität sei trügerisch. „Bei DeepL glauben viele, man könne dem Ergebnis blind vertrauen und es unbesehen auf seiner Website oder in der Hochglanzbrochure veröffentlichen“, warnt Bernard. Doch im Detail mache das System dann doch noch viele Fehler, die nur Muttersprachlern oder Profis auffallen. „Dolmet-

scher werden noch lange nicht überflüssig“, glaubt Kutylowski. Aber auch professionelle Übersetzer nutzen den Dienst, um sich die Arbeit zu erleichtern. Perspektivisch dürfte gar die Vision von Science-Fiction-Autor Douglas Adams Realität werden: Der beschrieb einst den Babel-fisch, der im Ohr eingesetzt alle Sprachen der Welt übersetzen kann. „Ich denke, so etwas wird es irgendwann geben“, sagt Kutylowski. Doch bis es so weit ist und sich auch die Frage stellt, ob man überhaupt noch Sprachen lernen muss, werde es noch eine ganze Weile dauern.

ANZEIGE

**Der große Ratgeber für Berlin und Umland**  
Die besten Geburtskliniken & Kinderstationen  
Extra: Alles rund ums Thema Impfen  
**Kinderwunsch, Schwangerschaft, Geburt & Kinderheilkunde**  
Ein gesunder Start ins Familienleben

**Preisvorteil für Abonnenten: 9,80 €**

Ihre Begleiter für ein gesundes Leben  
je 12,80 €  
versandkostenfrei bestellen: shop.tagesspiegel.de  
Bestellhotline (030)29021520

Preis inkl. MwSt. Anbieter: Verlag Der Tagesspiegel GmbH, Ashamischer Platz 3, 10663 Berlin