

Wenn aus Freunde Fremde werden – die acht Gründer von aka-aki im Jahr 2008 am Ostkreuz: Bastian, Florian, Anja, Roman, Stefanie, Gabriel, Felix, Lukas (v.l.)



aka-aki: Montage: BIZ/om Uecker

VON SÖREN KITTEL

■ Wenn Gabriel Yoran im Sommer 2012 einen Tipp abgeben sollte für Start-up-Gründer, würde er sagen: „Gründe niemals eine Firma mit Freunden, es sei denn, du kannst damit leben, dass ihr es dann nicht mehr seid.“ Das klingt verbittert, sagt er, weil er verbittert sei. Sein Kollege und Freund Roman Hänslers sagt einen ganz ähnlichen Satz, er sagt ihn nüchterner und mit einem anderen Schwerpunkt: „Wer ein Start-up mit mehreren Leuten gründet, muss mit Konflikten rechnen.“ Er habe seine Mitgründer eher als Projekt-Kollegen angesehen. „Wir waren peers“, sagt er und meint das englische Wort für „Gleichgesinnte.“ Hänslers findet, dass eine Firma keine Familie ersetzen muss. Das sei dieses übliche Start-up-Kult-Blabla. „Überhaupt, wo fängt Freundschaft an“, fragt er, „wenn man sich manchmal abends sieht oder zum Geburtstag gratuliert?“

Diesen Begriff „Freundschaft“ zu klären ist wichtig in diesem Zusammenhang, denn bei ihrem gemeinsamen Projekt „aka-aki“ ging es genau darum: Fremde zu Freunden zu machen. Und natürlich klingt es gut für eine junge Industrie, wenn man sagt, dass es fünf Freunde sind, die etwas Cooles zusammen machen.

Das war so: Im Sommer 2006 schlossen sich fünf Studenten zusammen. Neben Gabriel und Roman waren das Anja, Stefanie und Florian. Sie alle waren Mitte 20 und studierten an der Universität der Künste in Berlin Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation. Für ihre Abschlussarbeit entwickelten sie zusammen ein mobiles Online-Netzwerk, das mit der drahtlosen Kurzstrecken-Verbindung Bluetooth arbeitete. Die Idee: Jeder, der im Umkreis von 20 Metern einer Person über den Weg läuft, die ebenfalls das Programm auf dem Telefon hat, bekommt ein Signal. Sie können dann im Profil nach Gemeinsamkeiten suchen und vielleicht: chatten, flirten, Freunde werden. Sie taufte das Programm „aka-aki“, denn es soll japanisch klingen, exotisch, leicht zu merken. Als Symbol wählten sie einen hübsch gezeichneten Elch, der statt einem Geweih Antennen auf dem Kopf trägt. Die fünf Freunde gaben 180 Seiten ab, schlossen alle mit der Note 1,0 ab. Doch das war erst der Anfang.

Es folgte jene „geile Zeit“ der tollen Ideen, der Preise, der Gespräche mit großen Internet-Experten, der steigenden Nutzer-Zahlen auf mehr als eine halbe Million, und dem Moment, als sie erfuhren, dass ihr Unternehmen mehrere Millionen Euro wert war. Aber heute will über diese Zeit kaum noch einer reden. Anja lebt in Peking, Gabriel hat seine alte Firma zurückgekauft, Roman hat sich selbstständig gemacht, ebenso Stefanie – und Florian macht seinen Doktor in der Schweiz. Aka-aki ist für sie Vergangenheit, eines von 16 Berliner Start-up-Unternehmen, die in der ersten Hälfte 2012 eingestellt wurden. Man sagt, nur fünf bis zehn Prozent der Neugründungen hielten durch. Für „aka-aki“ waren es immerhin etwas mehr als fünf Jahre. Eine Zeit, die für sie fast 24 Stunden täglich unter dem Zeichen des grünen Antennen-Elchs stand.

Ende 2006 holten sich die fünf Freunde noch drei Kollegen hinzu: Lukas, Felix und Bastian. Zu acht gründeten sie die Firma „aka-aki Networks“, eines von geschätzt 400 Start-ups, die inzwischen in Berlin gestartet wurden. Ihr erstes Büro lag noch in einer Wohnung am Ostkreuz in Friedrichshain, ein kleines Zimmer, kurz darauf zogen sie in die Gegend Ecke Torstraße/Schönhauser Allee, ein

Manchmal ist Scheitern die Chance

Das Berliner Start-up aka-aki hatte die Idee, Fremde zu Freunden zu machen. In fünf Jahren bekamen sie über eine halbe Million Mitglieder – doch letztlich half das nichts. Ein Nachruf

Gebiet, das in den USA schon damals „Silicon Allee“ genannt wurde, weil es dort viele junge innovative Unternehmen gab. Aka-aki galt als eines der vielversprechendsten, es hieß, ihre Idee könnte selbst Facebook Konkurrenz machen: Denn aka-aki holte das Soziale Netzwerk auf die Straße – und das zu einer Zeit, in der selbst Facebook erst zwölf Millionen Nutzer hatte. Aka-aki hatte damals rund 2000, die meisten davon in Berlin.

Gabriel Yoran, einer der Gründungschefs, sagt heute, dass sie vielleicht ihrer Zeit voraus waren. „Im Herbst des Jahres 2006 gab es noch kaum Smartphones. An eine App-Struktur, wie es sie heute gibt, war noch gar nicht zu denken.“ Es war eine Zeit, in der Telefone noch mit „Java“ programmiert wurden und jede Online-Minute teuer abgerechnet wurde. „Wir haben bei Partys im Club Matrix Jugendlichen ein Testhandy in die Hand gedrückt“, sagt Gabriel Yoran, „damit sie aka-aki ausprobieren können.“ Rückblickend schon irre Aktionen. Doch die großen Unternehmen ließen mit sich reden. Auf Nokia-Telefonen wurde der grüne Elch vorinstalliert und mit E-Plus konnten aka-aki-Mitglieder kostenlos das Programm nutzen. Dann, Anfang 2007, plötzlich eine sehr überraschende Nachricht: aka-aki hatte 40.000 Nutzer in Indonesien. Die Freunde oder Kollegen diskutierten. Was sollen wir tun? Mehr in den asiatischen Markt investieren? In Jakarta, 11.000 Kilometer weit weg, ein neues soziales Netzwerk aufbauen? Oder lieber in Europa investieren? Zeit? Geld? Programmier-Arbeit? Das alles sind knappe Güter in den Anfangswochen. Rückblickend, sagen sie heute, hätten sie vielleicht eine andere Entscheidung treffen sollen. Aber sie wurden ohnehin von der Geschichte eingeholt: Im September 2007 kam das iPhone von Apple auf den Markt. In der Werbung hatte das Telefon nur 13 vorinstallierte Apps. Jeder konnte sehen: Da war noch viel Platz.

Roman Hänslers bezeichnet die Monate danach als die wohl aufregendsten in der Geschichte von aka-aki, die Zeit, als die App im Online-Geschäft von Apple in die Charts nach oben kletterte. Aus 2000 Nutzern wurden 10.000, schließlich 800.000. Er, der für Öffentlichkeitsar-

beit zuständig war, hatte plötzlich nicht nur Anfragen von der „Bild“-Zeitung, dem „Spiegel“ und dem ZDF, sondern auch von „Le Monde“, CNN und „The Economist“. „Anfang 2008 klingelt das Telefon und ein Redakteur der ‚Times‘ will mit mir auf die Straße gehen und aka-aki ausprobieren.“ Der Artikel vom Mai 2008 war voller Lob. Aka-aki sei die Zukunft, steht dort, dieses Programm setze die technologischen Möglichkeiten eines Telefons optimal um. Ideal für Konferenzen und im Alltag. „In nur einer Stunde an einem sonnigen Tag in Berlin hatte ich mehr als ein Dutzend ‚Treffen‘ mit aka-aki-Mitgliedern“, schrieb der Times-Autor, „jeder wollte mit mir chatten.“ Mit solchen Artikeln kamen die Investoren und die Preise: Der Webby-Award in New York, der „Oscar“ für Internetprojekte, und in Deutschland die Silbermedaille beim Lead-Award.

Auch Gabriel Yoran erinnert sich gern an diese Zeit zurück. Ja, es war schon ein Rausch. Ja, der Zuspruch sei toll gewesen. „Leider aber kann man sich von solch einem Preis nichts kaufen“, sagt er. Und die Probleme wurden nicht geringer, sondern eher mehr, vor allem drei Probleme machten dem Team zu schaffen:

1. Viele Nutzer bedeuteten hohe Server-Auslastung, wenn die Verbindung zu häufig zusammenbricht, gibt es schlechte Bewertungen der App. Also: mehr Kapazität musste her. Yoran: „In den Hochzeiten haben wir fast stündlich einen neuen Server aufgestellt.“
 2. Die Nutzer mussten erzogen werden. Vor allem in Frankreich nutzten viele Männer aka-aki als Sex-Dating-Dienst und luden ihre Geschlechtsteile als Profilbild auf die Seite. Das aber verbietet Apple. Also mussten sie gelöscht werden. Yoran: „Ich habe noch nie so viele Penisse in meine Leben gesehen.“
 3. Mit dem iPhone war die Entwicklung noch nicht zu Ende. Symbian, Android, es kamen mehr Betriebssysteme. Hänslers: „Wir haben uns nicht genug fokussiert auf die Entwicklung für andere Plattformen und zu viele Bausteine aufgemacht.“
- Doch das war noch längst nicht alles. Als im Jahr 2009 die Nutzerzahlen zum ersten Mal stagnierten, bei einer

halben Million, setzten sich die Gründer wieder zu einem Krisengespräch zusammen. Inzwischen waren sie über 20 Mitarbeiter, unter anderem aus der Ukraine, der USA, aus Italien, Spanien, Polen und Frankreich. Es wurde nur noch Englisch gesprochen. Das Team hatte neue Büros angemietet, saß jetzt in der Nähe der Charité, immer noch zentral. Die entscheidende Frage damals: Gehen wir in die Richtung „Dating-Community“ oder versuchen wir die Nutzer mit einem Spiel bei Laune zu halten? „Gamification“, die „Spielfizierung“ von sozialen Netzwerken, war eines der Schlagwörter in jener Zeit, als Menschen begannen, stundenlang bei Facebook Farmen aufzubauen. Alles sollte Spiel werden – bei aka-aki nur eben in der Realität. Ein Plus: Es ließ sich gut mit neuen Formen von Werbung verbinden.

Ein Beispiel ist die Werbung für den Film „Che“. Im Juni 2009 konnten alle Berliner aka-aki-Mitglieder das kleine Bild des toten Revolutionärs in der Stadt suchen. Es wurde unter der Rubrik „Freunde in der Nähe“ auf dem Handy angezeigt, wenn sie durch die Stadt liefen oder fuhren. Wer es entdeckte und zu seinem Profil hinzufügte, bekam freien Eintritt zur Vorführung im Freiluftkino. „Das war eine Super-Aktion“, sagt Roman Hänslers, „die auch viele genutzt haben.“ Es habe gezeigt, wie interaktive Werbung aussehen könnte. Unwichtig, dass es bei der Vorstellung regnete und kaum wer kam.

Die Gruppe entschied sich gegen den Ausbau des Dating-Service – sicher auch wegen der negativen Penis-Erfahrungen – und für die Spiele-Entwicklung. An dieser Stelle wurde es kompliziert in der Geschichte des Netzwerks. Die Ehemaligen werden heute allgemeiner in ihren Beschreibungen, ungenauer. Es war die Zeit, in der die Peer-Freundschaften auseinanderbrachen, Büroplätze auseinandergerissen wurden und plötzlich auch das Wort „Intrige“ im Raum stand. Einige Team-Mitglieder waren sich nicht mehr so sicher, ob sie noch alles voneinander wussten. Die ersten Gründer verließen das Start-up im Jahr 2010, nicht immer freiwillig – und heute wollen sie auch nicht mehr darüber reden.

Als die Investoren dann im Frühjahr 2011 die Wende einforderten, die Spiele-Entwicklung zurückzuführen und sich doch für die Dating-Strategie entschieden, war eigentlich schon kaum mehr was zu machen. Aber es gab noch einmal eine weitere Kapitalerhöhung, dieses Mal nur sechsstellig, keine Millionen mehr. Gabriel Yoran und Roman Hänslers sagen beide, dass diese Monate keine gute Zeit mehr waren. „Als dann der Markt soweit war und alle ein Smartphone hatten, war es für uns zu spät“, sagt Gabriel Yoran. „Wir hatten schon zu viele Fehler gemacht, die Luft war raus.“ Aka-aki stellte sich dem Überlebenskampf, aber musste schließlich aufgeben. Der Abschied war schleichend, keiner kann einen genauen letzten Arbeitstag nennen.

Am 30. Juli 2012 bekommen alle Nutzer von aka-aki eine E-Mail zugesendet, wie immer nur in kleinen Buchstaben: „aka-aki schließt bald für immer seine Tore. damit du deine Freunde nicht verlierst, bieten wir dir an, dass du dein Profil kostenlos auf meetOne weiternutzen kannst.“ MeetOne ist ein Dating-Dienst, der nur zwei Tage später, am 1. August negativ in die Schlagzeilen geriet, weil das Programm automatisch die Adressbücher auf Smartphones durchforstet und Spam-Mails verschickt. Offiziell sind bei MeetOne 900.000 Nutzer registriert. Diese E-Mail aber wurde von aka-aki versendet, noch ist die Webseite online, die Logos von „Times“,

CNN und „Economist“ sind noch zu sehen. Die Firmenadresse liegt jetzt im Industriegebiet von Tegel.

Roman Hänslers schaut auf seine Zeit bei Aka-aki wohlwollend zurück. „Ich hätte ohne diese Zeit niemals diese Kontakte und auch nicht die Erfahrungen sammeln können“, sagt er. Eine Gründung sei besser als jedes Abschluss-Zeugnis einer teuren Elite-Universität. Jetzt berät er andere Gründer bei ihren Start-ups. „Es ist schwer, Ruhe zu bewahren“, sagt er, „und fokussiert zu bleiben, wenn am Anfang einer Gründung viele neue Informationen auf einen hereinbrechen.“ Auch Gabriel Yoran berät jetzt andere Start-ups in Berlin und zehrt von seinen Erfahrungen. „Konsensentscheidungen sind nicht immer die besten Entscheidungen“, sagt er heute. Gesehen haben die beiden sich zum letzten Mal vor über einem Jahr, aber sie sind Facebook-Freunde, gratulieren zum Geburtstag.

Die Geschichte des Antennen-Elchs ist aber noch nicht zu Ende. Fritz Richter und Arne Hildebrand, zwei ehemalige aka-aki-Entwickler, überlegen gerade, die Plattform weiter zu betreiben. Die beiden sind Geschäftsführer der auf IT-Projekte spezialisierten Firma „rich & high GmbH“, kennen sich gut aus mit der Umsetzung mobiler Dienste. Fritz Richter sagt, dass sie sich noch „in der Verhandlungsphase“ befinden und es noch „einige sehr knifflige strategische Entscheidungen zu treffen“ gebe. Aber sie betonen, dass sie Datenschutz ernst nehmen, dafür habe aka-aki immer gestanden. Vielleicht geht es wirklich weiter mit dieser Idee, die einmal 800.000 Menschen gemocht haben: ein soziales Netzwerk, das auf der Straße stattfindet. Fritz Richter und Arne Hildebrand glauben daran. Sie sind mit unter 30 Jahren im besten Start-up-Gründer-Alter und die beiden sind seit vielen Jahren noch etwas: gut befreundet.

INNENANSICHT

Wenn das zarte Pflänzlein jetzt nicht zertreten wird und ein wenig Zuneigung und Dünger durch die Politik erhält, kann Berlin zum Wallfahrtsort Nummer Eins der digitalen Welt-Religionsgemeinschaft werden. Der Anfang des Weges ist schon beschritten worden, eine Kirche gibt es in Berlin ja bereits auch schon.

Ansgar Oberholz Betreiber des „Café St. Oberholz“ am Rosenthaler Platz in Mitte, der bekannteste Arbeitsplatz für die digitalen Kreativen in Berlin