



»Ein großartiges Produkt mit einem großartigen Team schaffen«

Jonas Spengler

komoot GmbH

Ein Wanderurlaub mit Freunden ist nicht nur gesund, er kann auch den entscheidenden Impuls für eine Unternehmensgründung geben. Jonas Spengler war während des Studiums der Soziologie und Informatik an der TU Berlin studentische Hilfskraft, als es den Allgäuer mit Freunden für eine Wandertour zurück in die Berge führte. Die Gruppe orientierte sich mit Hilfe eines GPS-Geräts. Dabei flossen die Daten über Standort und mögliche Routen ohne Probleme, – doch mit den Informationen umzugehen, forderte die Wanderer: »Die Bedienungsfreundlichkeit war sehr gering. Es machte einfach keinen Spaß, die Technik zu nutzen.« Und noch etwas störte den Outdoor-Liebhaber, der in seiner Freizeit auch segelt und Snowboard fährt: »Die vorgeschlagenen Routen orientierten sich an den Bedürfnissen eines Autofahrers, der auf schnellstem Wege von A nach B kommen möchte. Beim Wandern geht es aber um etwas Anderes, nämlich um das Erleben der Natur und Touren, die den individuellen Bedürfnissen gerecht werden.«

SPORTBEGEISTERUNG TRIFFT INFORMATIK-KNOW-HOW Schon während der Tour war den drei Freunden klar, dass sie auf ihrer Tour eine Marktlücke entdeckt hatten: Ein mobil nutzbarer Service, der Routen ganz nach den indi-

viduellen Bedürfnissen von Wanderern oder Radfahrern plant. »Mir war gleich klar, dass aus dieser Idee eine Firma entstehen könnte«, erinnert sich Spengler. Erste Einblicke in unternehmerisches Denken hatte er bei Praktika in Unternehmensberatungen bekommen.

Die drei Freunde warteten nicht lange und gründeten Anfang 2008 komoot – ein Dialektwort aus der Alpenregion, der die gleiche Bedeutung wie die französische Vokabel »commode« besitzt: einfach und praktisch. Jonas Spengler und seine drei Gründerkollegen brachten die wichtigsten Dinge mit, die sie für die Gründung benötigten: Sportbegeistert waren sie alle drei, und das Informatikwissen hatten sie während des Studiums erlangt. »Die Herausforderungen in den ersten Monaten waren hoch, aber wir fühlten uns nie überfordert«, erinnert sich der 29-Jährige.

BEDÜRFNISSE DES WANDERERS IM FOKUS Im Zentrum der Entwicklung stand die Technik, denn Spengler wusste, dass bei Neugründungen, die auf einer Internetseite basieren, vor allem gilt: Die Kunden müssen sofort von der Leistung überzeugt werden. Der besondere komoot-Kniff ist die so genannte Human Centric Navigation: Im Mittelpunkt steht derjenige, der

eine schöne Tour erleben möchte. Über eine Maske gibt er an, wo er starten und wie lange er unterwegs sein möchte, wie fit er ist und wie viele Einkehrmöglichkeiten es geben soll. Die Arbeit läuft dann versteckt ab: Das Potsdamer Unternehmen wertet unzählige Geo-Informationen aus Wanderführern, offiziellen Karten und anderen Quellen aus und filtert aus der Datenflut Touren heraus, die den Bedürfnissen des Kunden entsprechen. Diese kann er sich auf sein Smartphone laden, und schon geht es los, – »wobei die Routen flexibel sind und in Echtzeit auf Änderungswünsche reagieren, zum Beispiel, wenn die Route wegen eines aufziehenden Gewitters verkürzt werden soll.«

WHITE-LABEL-LÖSUNG FÜR GESCHÄFTSKUNDEN

Für den Privatkunden ist der Service online kostenlos, genau wie die mobile Nutzung in der Heimatregion. Jede weitere Region kann er für 3,99 Euro freischalten. »Wir haben zudem damit begonnen, unsere Technologie als White Label anzubieten.« Zielgruppe sind Verlage, Sportartikelhersteller oder Reiseveranstalter, die ihren Kunden mit der komoot-Technik einen Mehrwert an die Hand geben können. »Die ersten Deals sind eingetütet«, freut sich Spengler, der bei komoot die Weiterentwicklung der

Technik verantwortet. Die Firma klingt nach hohem Tempo, aber die Geduld des Gründers wird jeden Tag neu auf die Probe gestellt. »Wir denken in kurzen Zyklen, doch der Rest der Welt dreht sich langsamer.« Immerhin: 15 Arbeitsplätze bietet komoot schon heute, und wenn es Spengler mal wieder nicht schnell genug geht, motiviert ihn ein Blick auf die Galerie mit den vier Awards, die das junge Unternehmen bei Gründerwettbewerben gewonnen hat. »Das sind schöne Bestätigungen«, sagt der Gründer, »zumal heute nur noch Start-ups ausgezeichnet werden, von denen man auch glaubt, dass man mit der Idee auch tatsächlich Geld verdienen kann.«

ZUR PERSON

Jonas Spengler

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Soziologie technikwissenschaftlicher
Richtung (2009)

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**

Suche dir nur die besten Mitstreiter,
fachlich und menschlich.

PREISE

Gewinner Handelsblatt Weconomy
2010/ Best Startup 2010 – VIR / Preis-
träger VDI/VDE-IT Businessplan-
Wettbewerb 2009/ Start2Grow
Businessplan-Wettbewerb 2008

UNTERNEHMEN

komoot GmbH
www.komoot.de

BRANCHE

IuK / Mobile / Web / Navigation

JAHR DER GRÜNDUNG

2010

MITARBEITER/INNEN

6–20

