

9. April 2017, 18:43 Nahaufnahme

# Frau mit Ausstrahlung

**Emily Brooke wurde unverhofft Firmengründerin. Sie hat ein besonders sicheres Fahrradlicht entwickelt.**

*Von Björn Finke*

Emily Brooke wirft sich auf das Sofa in der Ecke des Großraumbüros, die Füße mit den Turnschuhen legt sie hoch. "Es ist das erste Mal, dass wir ein Büro mit einem lang laufenden Mietvertrag haben", sagt die Firmengründerin. "Das fühlt sich nun an wie ein Zuhause." Zuvor seien ihr Team und sie ständig umgezogen, doch im September ging es dann in dieses Gebäude im Londoner Osten, dorthin, wo viele alte Lagerhäuser und Fabrikhallen Start-ups beherbergen. Das Unternehmen der 31-jährigen heißt Blaze, zu deutsch: Flamme, und beschäftigt inzwischen zwölf Angestellte. Ihr Produkt ist seit drei Jahren auf dem Markt.

In London ist dieses Produkt abends ständig zu sehen. Die Verkehrsbehörde betreibt einen gut genutzten Fahrrad-Leihservice mit 11 500 Rädern und mehr als 750 Leihstationen. Radelt jemand im Dunkeln auf diesen Rädern, ist auf der Straße sechs Meter vor ihm die hellgrüne Silhouette eines Fahrrads auf dem Boden zu erkennen. Ein Laser am Vorderlicht projiziert dieses Bild ständig auf die Straße. Dank dieses grünen Symbols vorne auf dem Asphalt wissen Chauffeure von Lastwagen oder Bussen, dass sich neben ihnen in ihrem großen toten Winkel offenbar ein Rad befindet. Die grüne Silhouette warnt auch Autofahrer, die aus Nebenstraßen einbiegen wollen, oder Fußgänger an Überwegen, dass sich gerade ein Radl nähert.

Das LED-Vorderlicht mit dem eingebauten Laser für die grüne Warnsilhouette heißt Laserlight. Es ist das erste - und wichtigste - Produkt von Brookes Firma Blaze. Die Idee dazu hatte die Britin an der Universität. Sie studierte in Oxford Physik und dann in Brighton an der Ärmelkanalküste Produktdesign. In ihrem Abschlussjahr in Brighton wählte sie als Projektthema Probleme von Radlern in der Stadt. Viele Unfälle geschehen, weil Autofahrer Zweiräder übersehen. Brooke wollte als Abschlussarbeit ein Produkt entwickeln, das Radfahrern hilft. "Mir kam der Gedanke, es wäre gut, wenn Radfahrer eine Art virtuelles Ich einige Meter vor sich haben, als Warnung", sagt Brooke. Sie baute einen Prototypen des Lasers und testete ihn beim Radeln in Brighton. Noch an der Hochschule ließ sie sich die Idee patentieren.

Die Designerin schloss die Universität 2011 ab, Ende 2012 warb sie bei Kickstarter um Investoren für das Projekt. Kickstarter ist eine Internetplattform, bei der Kleinanleger Geld in Firmen stecken können. Dort sammelte Brooke 55 000 Pfund ein. Später stiegen

größere Investoren bei Finanzierungsrunden ein, darunter Kinder des Milliardärs Richard Branson. Insgesamt kamen so 6,5 Millionen Pfund zusammen. Anfang 2014 begann der Verkauf des Laserlight. Das Mehr an Sicherheit, das die Silhouette bringt, hat allerdings seinen Preis: 150 Euro kostet das Vorderlicht mit Projektor fürs Warnsymbol. "Die Lasertechnik ist sehr teuer", sagt Brooke. Der Laser stammt vom Münchner Lichtkonzern Osram, hergestellt werden die Produkte bei Auftragsfertigern in China und Großbritannien.

Der Durchbruch gelang Blaze vor anderthalb Jahren, als die Londoner Verkehrsbehörde ihre Leihräder mit Laserlight ausstattete. "Freunde hatten immer gesagt, dass mein Laserlight super für diese Leihräder wäre, aber ich dachte: Träumt weiter", erinnert sich Brooke. "Dann trat die Verkehrsbehörde an uns heran." Inzwischen rüstet Blaze auch städtische Leihräder in New York aus, in San Francisco stehen Verhandlungen kurz vor dem Abschluss. Zudem brachte das Unternehmen normale LED-Vorder- und Rücklichter auf den Markt, ohne Warnsilhouette. Im kommenden Jahr soll die Firma profitabel sein.

Nicht schlecht für eine Chefin, die nach eigenen Worten "nur zufällig" Gründerin wurde. "Früher habe ich nie gedacht, dass ich einmal Unternehmerin sein werde", sagt Brooke.

**URL:** <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/nahaufnahme-frau-mit-ausstrahlung-1.3457529>

**Copyright:** Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

**Quelle:** SZ vom 10.04.2017

Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über Süddeutsche Zeitung Content. Bitte senden Sie Ihre Nutzungsanfrage an [syndication@sueddeutsche.de](mailto:syndication@sueddeutsche.de).