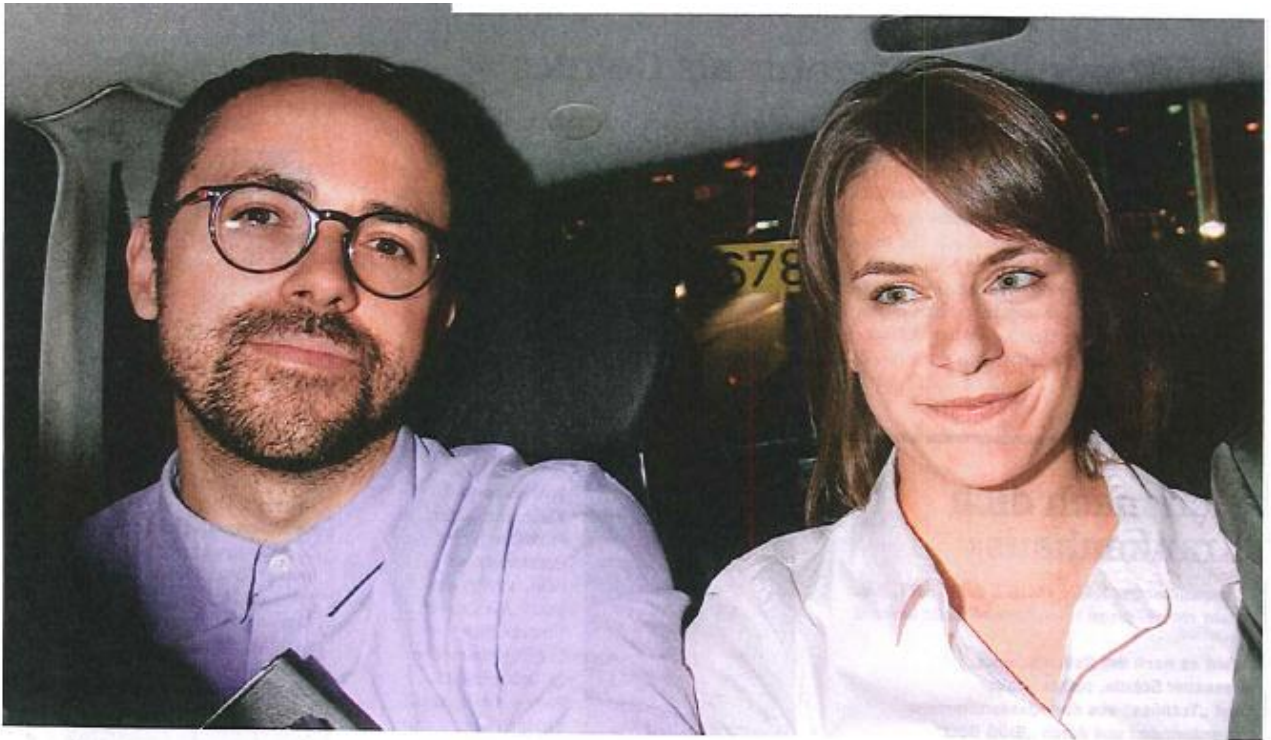


Das neue Hauptstadt

Gefühl

Plötzlich ist Berlin gut unterwegs. Wandelt sich die Hartz-IV-Hochburg zu einer globalen INTERNET-METROPOLE? Eine Erkundung bei den Hoffnungsmachern



Wer vom Flughafen Schönefeld die Bahn ins Zentrum nimmt, erahnt Berlins Verheißung nicht sofort. Der Blick geht auf Industriebrachen, ein Bettler steigt zu – die real existierenden Klischees. Dann: ein Werbeplakat. Reklame für Lieferando, ein Internet-Unternehmen. Eines mit Sitz in Berlin.

Wer im Zentrum die richtige Tür öffnet, ist mittendrin in diesem Aufbruch an der Spree. In einer Loftetage lässt sich Christian Reber auf ein knallrotes Sofa plumpsen, rückt seine Mütze zurecht

und referiert die Eckdaten seiner Firma: 30 Mitarbeiter eineinhalb Jahre nach dem Start, die Organisations-App Wunderlist erreicht zwei Millionen Nutzer, zu den Geldgebern zählt Niklas Zennström, der Vater des Megaerfolgs Skype.

6 Wunderkinder nannten Reber und seine Partner ihr Vorhaben selbstbewusst.

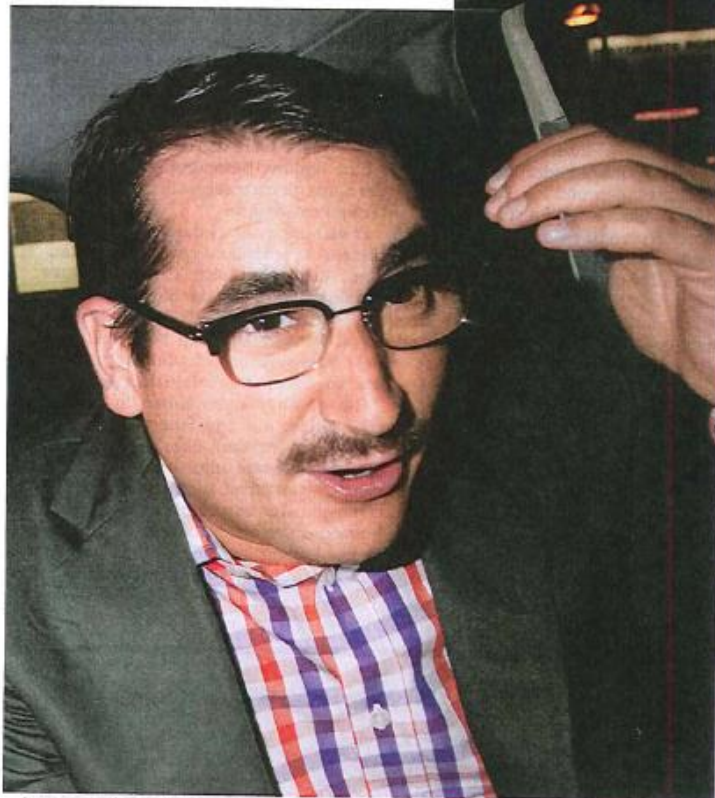
Der 25-Jährige will „die beste Projektmanagementseite der Welt“ bauen, mit der Menschen ihr Familienleben oder auch ihre Unternehmensprojekte gemeinsam digital planen können. „Wir sind das nächste Facebook“, verkündet Reber.

Vorbild Facebook, das Freunde-Netz made in Kalifornien, wird vor dem Börsengang auf 100 Milliarden Dollar taxiert.

Es tut sich etwas in Berlin: ein ökonomisches Aufbäumen, das noch nicht augenfällig ist, nicht unübersehbar und nicht unaufhaltsam. Das sich oft in Rückgebäuden vollzieht, hinter Eingängen mit provisorisch aufgeklebten Klingelschildern.

Aber das Phänomen an der Spree ist eine große Chance. Für Berlin. Und auch für Deutschland.

In der klassischen Wirtschaft war die Hauptstadt in Rückstand geraten. Der



AMEN

Die Gründer der 2011 gestarteten App-Entwicklerfirma Amen bringen Erfahrung mit (v. r.): **Felix Petersen, 36**, verkaufte seinen Handy-Lokalisierungsdienst Plazes an Nokia. Die Amerikanerin **Caitlin Winner, 29**, entwarf bei Nokia Nutzeroberflächen. **Florian Weber, 33**, war erster Entwickler bei Twitter, dem weltgrößten Mikroblog-Service aus San Francisco



Ansichtssache
Nutzer treffen Aussagen wie „Etwas schattig heute ist the best Unternehmung für die Kälte draußen ever“, andere können sagen: Ja und Amen

einzigste Dax-Konzern kam 2006 abhandeln, als Bayer Pharma-Rivale Schering erwarb. Arbeitslosenquote: zwölf Prozent.

Auf ein Industrie-Comeback darf Berlin nicht hoffen. Aber eine neue Kraft quartiert sich ein: die Internet-Szene.

10 000 Web-Jobs, mutmaßt die Branche, könnten in den vergangenen Jahren an der Spree entstanden sein.

Noch ist die deutsche Kapitale weit von der Netz-Potenz Londons entfernt. Aber die 3,5-Millionen-Einwohner-Stadt habe „gute Chancen, das Technologiezentrum Europas zu werden“, urteilt Don Dodge, Start-up-Berater beim US-Suchmaschinenkonzern Google.

Ob das gelingt, muss auch den Rest der Republik interessieren. „Viele unterschätzen noch, welche revolutionäre Wucht das Internet besitzt“, sagt Unternehmer und Investor Christophe Maire auf dem Innovationskongress DLD in München bei einem Espresso: wie viele Branchen es umwälze, wie viel an Wertschöpfung und wie viele Arbeitsplätze es neu verteile.

„Es wäre fatal“, mahnt Maire, 45, „diese Zukunftsbranche vor allem den Amerikanern zu überlassen.“

Kaliforniens Silicon Valley, die Heimat von Apple und Hewlett-Packard, von Google und Facebook, dominiert im Web.

Maire, ein Schweizer, der seit 15 Jahren in Berlin lebt, holte 2007 SoundCloud ins Land. Die Gründer hätten auch in Stockholm bleiben oder nach London gehen können. Nun mehr ihre Erfolgs-Musikplattform, die zum Jahreswechsel 50 Millionen Dollar frisches Kapital einsammelte, den Web-Ruhm Berlins.

Ein zweites Renommier-Projekt ist der Spiele-Entwickler Wooga. Von Anfang an beschränkte sich Gründer Jens Begemann, 35, nicht auf den deutschen Markt, sondern dachte international. 40 Millionen Menschen vergnügen sich heute mit Daddel-Produkten wie Diamond Dash oder Magic Land, die Wooga über soziale Netzwerke wie Facebook vertreibt.

„Klassische Computerspiele-Anbieter konzentrierten sich jahrzehntelang auf junge Männer“, sagt Begemann. Wooga erreiche zu 70 Prozent weibliche Kunden.

Die ganze Szene träumt davon, etwas ganz Großes zu schaffen. Ein neues Facebook, ein nächstes Google, das den Web-Schauplatz Berlin noch attraktiver macht.

Noch ist es nicht so weit. Noch fehlt es etwa an Geld. Keiner der großen ▶

6WUNDERKINDER

Christian Reber, 25, brach sein Informatik- und Mathematikstudium ab, gründete ein Musikportal, eine Web-Serviceagentur – und nun in Berlin die App-Firma 6Wunderkinder: „Wir wollen alle was bewegen“



angelsächsischen Risikokapitalgeber eröffnete in Berlin bislang ein Büro. Aber die Besuche nehmen zu. Selbst aus dem Silicon Valley reist man öfter an die Spree. Fehlt es auch an Ideen? „Die Mischung aus Kunst, Musik und Technologie erinnert mich sehr an das New York Mitte der 90er“, schwärmt Jerry Colonna, 48, ein Amerikaner, der auch in Berlin Start-ups berät. Kreatives Potenzial sei vorhanden, sagt Colonna – und ergänzt: „Berlin sollte aufhören, andere Firmen nachzuahmen.“ Genau dieses Image prägen Alexander, Oliver und Marc Samwer. Die Brüder sind Deutschlands erfolgreichste Web-Unternehmer – und gelten als „Klon-Könige“. Facebook-Gründer Zuckerberg fing einst einfach an zu programmieren und

wurde vom wirtschaftlichen Erfolg selbst vielleicht am meisten überrascht. Die Samwers kalkulieren nüchtern, wo sich ein lukrativer Markt auftut, übernehmen Geschäftsideen gern aus den USA und verlegen sich darauf, sie schnellstmöglich umzusetzen (s. FOCUS 26/2011). Ein Besuch bei Plinga, der Samwer-Antwort auf die US-Spielefirma Zynga. In einem Klinkerbau im Prenzlauer Berg ist die Tür mit einem Holzklotz verkeilt. Wo sich eine Rezeption befinden könnte, warten Getränkeboxen und ein Tischkicker. Eine Yucca-Palme verendet vor sich hin. Mitarbeiter sitzen dicht an dicht vor Bildschirmen. Im Besprechungsraum hängt ein Poster: „The game of analytics for social game developing“ (Analyse-Spiel fürs Entwickeln sozialer Spiele). Im Comic-Stil wird das Einmaleins des Geschäfts erklärt: Nutzer werben, süchtig machen, sie dazu bringen, etwas zu bezahlen, und ein neues Spiel kreieren, ehe das alte langweilt. „Wir analysieren exakt, was funktioniert und was nicht“, sagt Plinga-Chef Johannes Kreibohm, 28. Das Geschäftsmodell habe man bereits einige Male korrigiert. Nun nimmt die 80-Mann-Firma in Russland, China oder den USA Entwickler unter Vertrag und vertreibt deren Spiele über Plattformen wie Facebook.

25 Millionen Plinga-Spieler gibt es – in einem Jahr sollen es 100 Millionen sein. Die Firma gehört zu Rocket Internet, der Start-up-Zentrale der Samwer-Brüder, die geballtes Netz-Know-how versammelt. Sie fungiert als eine Art Web-Fabrik, die regelmäßig Neugründungen produziert. Aktuell versucht Oliver Samwer, 39, eine Milliarde Dollar Risikokapital einzuwerben (s. FOCUS 6/2012). Für Internet-Deutschland wäre das ein Wow-Betrag. Eine Berliner Besonderheit ist, dass an der Spree gleich mehrere Start-up-Serienfertiger existieren. Etwa Springstar. Nahe des Alexanderplatzes, in auffallend großzügigen Räumen, distanziert sich Geschäftsführer Jonathan Teklu von der Samwer-Methode. Man wolle, erzählt der 24-Jährige, Ideen weniger kopieren als gemeinsam mit den jeweiligen Gründern entwickeln und vor allem: internationalisieren. Gerade Amerikaner haben da oft Defizite. Airbnb aus San Francisco etwa ist Pionier bei Portalen, über die sich Wohnungen zeitweise untervermieten lassen, von privat an privat. Airbnb versäumte es, zügig global zu expandieren, bekam Konkurrenz durch die zwei deutschen Nachahmer Wimdu und 9flats – und braucht nun Anschubhilfe von Springstar.

Foto: Bildagentur 3. Welt

Berlin bestimmt das Web-Geschehen

Eine objektive Rangliste gibt es nicht, und so ermittelte das

- 6Wunderkinder, Berlin**
2010 gegründet, Organisations-Apps (Wunderlist, Wunderkit), erhielt im November 4,2 Mio. Dollar Kapital
- Amen, Berlin**
Schon vor dem Start 2011 viel beachtete Meinungs-App, auch weil Filmstar Ashton Kutcher investierte
- Amiando, München**
Bietet seit 2006 Ticketmanagement für Events, 2010 vom Business-Netz Xing für zehn Mio. Euro gekauft
- Betterplace, Berlin**
2007 initiiertes Spendenportal, das Geber mit Empfängern verbindet
- Bigpoint, Hamburg**
Seit 2002 erfolgreicher Spiele-Ent-

- wickler, an dem 2011 Finanzinvestoren einen Mehrheitsanteil erwarben
- DailyDeal, Berlin**
2009 gegründeter Klon des US-Rabatt-Anbieters Groupon, 2011 an Google für 114 Mio. Dollar verkauft
- DaWanda, Berlin**
Start 2006, Kopie des US-Vorbilds Etsy, Marktplatz für Unikate, bekam 2011 vier Mio. Euro frisches Kapital
- Direktzu, Berlin**
Seit 2006 Vehikel für den Austausch vieler Menschen mit einem Adressäthen, etwa Dialog Bürger/Politiker
- Doo, Bonn**
Gründung 2011, Internet-Dienst für papierloses Büro, im Dezember etwa fünf Mio. Euro Kapital eingesammelt

- Dress-for-Less, Frankfurt**
1999 initiierte Fashion-Schnäppchen-Seite, 2011 vom spanischen Shopping-Club Privalia für geschätzte 200 Mio. Euro übernommen
- GameDuell, Berlin**
2003 begonnen, Spiele-Anbieter mit 170 Mitarbeitern in einer früheren Zigarettenfabrik im Prenzlauer Berg
- Gameforge, Karlsruhe**
2003 gestartete Spiele-Firma, gut 450 Angestellte in Karlsruhe, erwarb 2010 den Berliner Rivalen Frogster
- Gidsy, Berlin**
2011 begonnen, internationales Gründerteam (Niederlande, Österreich), Portal für privat angebotene Aktivitäten wie Touren oder Kurse

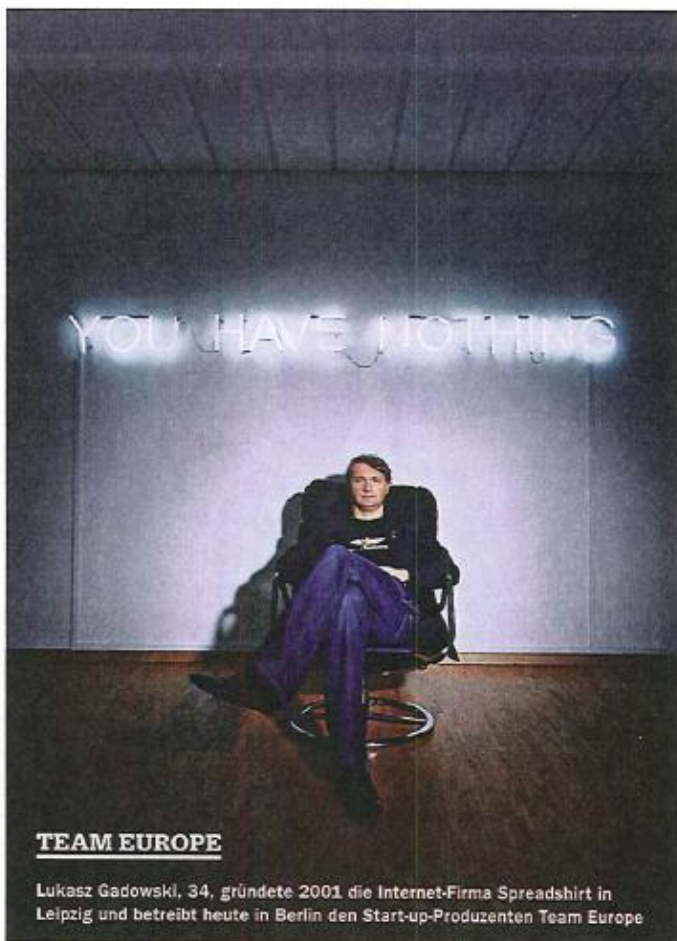
- HRS, Köln**
Geht auf Gründung 1972 zurück, heute 600 Beschäftigte, erwarb 2011 Mehrheit an Rivale hotel.de
- Internetstores, Esslingen**
Start 2003, Multi-Shop-Anbieter (fahrad.de, fitness.de), seit 2011 Büro in Berlin, 38 Mio. Euro Umsatz
- KaufDa, Berlin**
Seit 2009 Infos (Prospekte, Angebote) über lokale Einzelhändler für Werbraucher, 2011 Verkauf an Springer-Konzern für etwa 25 Mio. Euro
- Madvertise, Berlin**
2008 durch Team Europe (s. Foto o.) gegründet, Marktplatz für Werbung im mobilen Internet, erhielt 2011 zehn Mio. Dollar neues Geld

„Immer mehr Internet-Firmen werden international aus Berlin heraus gesteuert werden“, glaubt Teklu, ein Sohn eritreischer Einwanderer, der mit 15 mit dem Verkauf von Mützen einige tausend Euro im Monat erlöste. Berlin sei ideal, es gebe alle Nationalitäten, alle Sprachkenntnisse, um die Weltmärkte zu bearbeiten.

Eine Internet-Internationalisierungszentrale – nur wenige Straßen weiter denkt Lukasz Gadowski, 34, ähnlich groß. Den Amerikanern sei es gelungen, sagt Gadowski, global führende Unternehmensberatungen und Investmentbanken aufzubauen. „Wir wollen in zehn bis 15 Jahren der größte Company-Builder der Welt sein: die führende Firmen-Fabrik.“

Aktuell bringt Team Europe, Gadowskis Manufaktur, jährlich zwei bis drei Start-ups hervor, die in weniger als 1000 Tagen einen Wert von 100 Millionen Euro erreichen sollen. „In wenigen Jahren werden wir jährlich fünf Firmen starten, dann zehn Firmen“, tönt Gadowski.

Bei Team Europe sind drei Kunstwerke aufgehängt: „You have nothing“ (Du hast nichts) kündigt ein Schriftzug aus Neonröhren gegenüber dem Empfangstresen. „You need more“ (Du brauchst mehr) ist eine Etage höher schwarz über Dollarscheine gepinselt. „Break glass in case ▶



TEAM EUROPE

Lukasz Gadowski, 34, gründete 2001 die Internet-Firma Spreadshirt in Leipzig und betreibt heute in Berlin den Start-up-Produzenten Team Europe

Start-up-Magazin gruenderszene.de 33 Internet-Firmen, „auf die Deutschland stolz sein kann“ – die meisten sind an der Spree zu Hause.

MyMuesli, Passau

Seit 2007 online, individuell gemixtes Müsli, 2010 kam oh-saft.de hinzu, 2011 green-cup-coffee.de

Pizza.de, Braunschweig

Begann 1997, Essen-Bestellportal, erhielt nun starke Konkurrenz durch die Firmen-Fabrikanten Team Europe (Lieferheld/Delivery Hero) und Rheingau Founders (Lieferando)

Oype, Hamburg

Start 2005, Portal mit persönlichen Empfehlungen zu Lokalen, Behörden oder Orten, von Nutzern für Nutzer

ReBuy, Berlin

Geht auf Firmenstart 2004 durch zwei Schüler zurück, An- und Verkauf von Gebrauchsgüter, 300 Mitarbeiter

Readmill, Berlin

2010 initiiert, mit der E-Book-App können Nutzer ihre Lieblingspassagen in Büchern mit Freunden teilen

Scout24, München

1998 gestarteter Pionier, Multi-Marktplatz (Auto, Immobilien, Job, Travel), der 2004 von der Telekom-Tochter T-Online übernommen wurde

Simfy, Köln

Seit 2010 am Netz, werbefinanzierter Musik-Dienst, der Songs überall und jederzeit verfügbar machen will

SoundCloud, Berlin

Gründung 2007, Audio-Dienst, mit dem Amateure und Profis Musik und andere Tonaufnahmen mit beliebig vielen Menschen teilen können

Tradoria, Bamberg

Start 2007, Shopping-Portal, das verschiedene Händler bündelt, seit 2011 zum Rakuten-Konzern (Japan) gehört und nun diesen Namen trägt

Tape.tv, Berlin

Bietet seit 2008 personalisiertes Musikfernsehen, werbefinanziert

Teekampagne, Potsdam

1985 gestartet, vertreibt ausschließlich Darjeeling-Tee in großen Packungen und Mengen, ohne Zwischenhändler, zu günstigen Preisen und ist nun weltgrößter Darjeeling-Importeur

Unister Gruppe, Leipzig

Seit 2002 Betreiber und Vermarkter von Internet-Seiten (fluege.de, [#### **Wooga**, Berlin](http://news.de), mehr als 1500 Mitarbeiter</p>
</div>
<div data-bbox=)

Seit 2009 als „world of gaming“ (Welt des Spielens) am Netz, 140 Mitarbeiter aus 28 Ländern

King, Hamburg

2003 kurz nach dem US-Pionier LinkedIn gegründetes Netzwerk für berufliche Kontakte, 420 Mitarbeiter

Zalando, Berlin

2008 initiiertes Online-Shop für Schuhe und Fashion, Teil des Rocket-Internet-Imperiums der Samwer-Brüder, erreicht angeblich monatlichen Umsatz von 100 Mio. Euro

Zanox, Berlin

2000 gestartetes Netzwerk, das Werbekunden beim Vermarkten von Produkten und Services im Internet hilft



SOUNDCLOUD

of emergency" (Im Notfall einschlagen) steht im Chef-Büro auf einer Glasscheibe. Dahinter droht eine Maschinenpistole.

Das wirkt aggressiv. Und soll es wohl auch. Es gibt in Berlin einen freundschaftlichen Austausch, an Treffpunkten wie dem „Café St. Oberholz“ in Berlin Mitte, wo sich junge Menschen in Kapuzensweatern und Turnschuhen gegenseitig ihre Visitenkarten auf Smartphones beamen.

Es gibt aber auch moderne Straßenkämpfe mit Konkurrenten nebeneinander. Weil es schnell gehen muss, wenn sich Märkte auftun. In vielen Internet-Segmenten dominiert am Ende nur ein Anbieter.

Vom Praktikanten zum Geschäftsführer, vom Gründer nach geglücktem Verkauf zum Investor – Web-Karrieren vollziehen sich bisweilen so zügig, dass sich die Macher in immer neuen Rollen begegnen. Mal als Partner, mal als Rivalen.

Teklu von Springstar etwa lernte einst bei Gadowskis T-Shirt-Firma Spreadshirt und beim Samwer-Netzwerk StudiVZ.

Die beiden Schweden hatten die globale Wahl (v.l.): **Alexander Ljung, 30**, und **Eric Wahlforss, 32**, könnten ihren Web-Dienst für Töne aller Art auch von London oder von Kaliforniens Silicon Valley aus betreiben – sie kamen nach Berlin

Wooga-Gründer Begemann arbeitete früher beim Klingelton-Vermarkter Jamba.

Mit Jamba im Jahr 2000 und der Ebay-Kopie Alando 1999, zwei Samwer-Firmen, begann das Web-Märchen an der Spree – um kurz darauf, nach dem Platzen der Dotcom-Blase, wieder zu enden. Vorerst.

2005 kam Eran Davidson aus Tel Aviv nach Potsdam zum Wagniskapitalgeber Hasso Plattner Ventures, den der Gründer des Softwarekonzerns SAP initiierte. Damals, sagt Davidson, 52, hätten ihn internationale Geschäftspartner verlacht: „Du gehst in die Wüste. Da ist nichts.“

Research Gate erreichen? „Den Nobelpreis, weil unser Portal die Wissenschaft grundlegend verändert.“

Das kann gelingen. Muss aber nicht. Bei allen ambitionierten Berliner Vorhaben ist das Risiko groß. Statistisch scheitern Start-ups meist, nur wenige haben Erfolg – der dann aber enorm genug sein kann, um etliche Fehlschläge auszugleichen.

Beispiel Upload. Im Dachgeschoss des Instituts für Lehramt der Humboldt-Uni erzählt Sebastian Schulze, 25, wie er sich als Student bei Internet-Einkäufen ärgerte, weil die Kleidungsstücke meist falsch ausfielen: zu weit, zu kurz, zu eng, zu lang. Bei Upload kommt vor dem Bestellen eine Körpervermessungssoftware zum Einsatz. Ein automatisiertes Maßanfertigen auf Distanz – wird das funktionieren?

Beispiel Amen. Mit der App-Software können Nutzer eine Meinung abgeben, der andere mit „Amen“ („so sei es“) bei-

pflichten können. Skeptikern gilt das als pubertär. Firmengründer Felix Petersen, 36, der ein erstes Start-up an Nokia verkaufte, sieht das Potenzial eines Wikipedia-artigen Nachschlagewerks: „Bei uns sollen Nutzer eine Antwort auf nahezu alles finden, auch auf die Fragen, wo es in Berlin das beste Schnitzel gibt und welches die beste US-Fernsehserie ist.“

Amen – top oder doch eher ein Flop? Bei einem Treffen auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos sagt Joe Schoendorf, 67, Veteran des Silicon-Valley-Geldgebers Accel: „Wir führen Experimente durch und wissen nicht, wie sie ausgehen. Wenn sich herausstellt, dass ein Investment nicht funktioniert, müssen wir die Firma am nächsten Tag ganz einfach schließen können.“ In den USA sei das möglich, in Deutschland hat Schoendorf so seine Zweifel – weshalb Accel, wie er verrät, in Berlin nur vorsichtig investiert.

Dann nahm die Region Geschwindigkeit auf. Von den 22 Firmen-Frischlingen, in die Davidson 75 Millionen Euro investierte, sitzen elf in Berlin und Potsdam.

„400 Macher treiben heute die Start-up-Szene“, schätzt Stefan Wolpers, 48, vom Entrepreneurs Club Berlin. Die Branche – Fachsprech: Ökosystem – hat wohl eine kritische Masse erreicht, eine Größe, jenseits derer eine Eigendynamik einsetzt, was die Anziehungskraft weiter steigert.

Auch auf Zuwanderer aus dem Ausland und aus anderen Wirtschaftszweigen. In Berlin registriert man auffällig viele Bewerbungen von Investmentbankern und Unternehmensberatern, die bei der Internet-Zukunft dabei sein wollen.

Das Web-Wunder an der Spree gelang ohne Polit-Hilfe. In London will die Regierung den Osten der Stadt zur „Tech-City“ pöppeln. In Berlin lästert die Szene: „Wenn Bürgermeister Klaus Wowereit von der Bedeutung der Kreativwirtschaft spricht, meint er die Modebranche.“

Der Magnet Berlin funktioniert auch, weil dort das Leben pulsiert. Hunderte Kunstgalerien, Techno-Clubs wie das legendäre „Berghain“ – die Generation Internet findet an der Spree eine Weltstadt. Zum moderaten Preis.

Niedrigere Mieten und Gehälter als in anderen Web-Metropolen bringen Gründern handfeste Vorteile. Reicht das eingeworbene Risikokapital länger, müssen sie erst später wieder neues aufnehmen und weniger Anteile abgeben, weil die Firma bis dahin an Wert gewinnen kann.

So kalkulierte auch Research Gate, ein Netzwerk für Wissenschaftler. Wegen des Kostenvorteils und des geringeren Wettkampfs um gute Mitarbeiter wurde Gründer Ijad Madisch, 31, von seinem Investor verpflichtet, nicht ins Silicon Valley zu gehen. Sondern nach Berlin.

Als Madisch gerade wirbt, wie wichtig es für die Wissenschaft sei, sich zu vernetzen und auch Forschungen zu publizieren, die nicht das gewünschte Ergebnis brächten, klingelt es an der Tür. Der Chef öffnet. Ein Lieferservice bringt das Mittagessen für die 63 Mitarbeiter aus zwölf Nationen, die sich in dem Hinterhof-Gebäude in Mitte auf zwei Etagen verteilen. „Wir essen jeden Tag zusammen“, sagt Madisch, der in Celle geboren wurde und in Harvard Virologie studierte.

1,4 Millionen Forscher sind inzwischen registriert. Und was will Madisch mit

Foto: H. Wiese

An der Spree hadern Gründer beispielsweise mit dem Insolvenzrecht. Verträge es sich, dass die Geschäfte von Start-ups so unwägbare verlaufen, das Insolvenzrecht aber strikte Fristen setzt – und Konkursverschleppung als Straftat ahndet?

Ist die Republik wirklich bereit für eine neue Gründerstimmung? Anderswo gelten Unternehmer als Stars, hierzulande überwiegen Zweifel und Risikoscheu.

So gesehen ist Berlins Web-Aufbruch auch eine nationale Reifeprüfung, bei der das Phänomen Internet-Fabriken eine wichtige Funktion erfüllt. Die bieten Jungunternehmern ein betreutes Gründen, bei dem sie schnell lernen und zunächst nur einen Teil des Risikos tragen – ehe sie sich als selbstbewusste Wunderkinder ganz ohne Netz ins Netz wagen. ■

JOACHIM HIRZEL / ELKE HARTMANN-WOLFF / NELE HUSMANN / BRITTA WEDDELING