

Agenda:

Berlin startet durch

Premium Die Gründerszene der Hauptstadt boomt wie nie. Die neue Startup-Generation will nicht nur erfolgreiche US-Ideen kopieren, sondern etwas Neues schaffen. Investoren preisen Berlin schon als neues Silicon Valley. von Nikolaus Hammerschmidt, Berlin

Noch zwei Stunden. Und noch so viel zu tun. Christian Reber, 25 Jahre alt und geboren in Brandenburg, sucht seinen Videotechniker. Er läuft vorbei an Ikea-Regalen, Sitzkissen und X-Boxen durch das helle 500-Quadratmeter-Büro seines Startups 6Wunderkinder in Berlin-Mitte. Seine Leute basteln am "Wunderkit", einer digitalen To-Do-Liste, die man mit Freunden und Kollegen teilen kann. Die Zeit drängt. In zwei Stunden soll eine neue Demoversion online gehen. Endlich, da ist der Techniker. Reber fragt: "Can you show me the video?" Auf Englisch. Sure, sagt Matthew Bostock. Klick und Start.

Englisch ist die Arbeitssprache der Berliner Startupper. Standard in der deutschen Gründer-Szene. Die Entwickler bei "6Wunderkinder" stammen aus zehn Nationen. Sie sehen so ähnlich aus wie Reber, ein Mittzwanziger mit Sneakern, kurzer Hose und Dreitagebart. Sie stammen aus Polen, Indonesien oder Australien. Bostock, der Techniker, hat Audiodesign in England studiert. Er kam her, um sich einen Traum zu erfüllen. Um selbst etwas zu erschaffen. Etwas Neues, Einzigartiges. Deshalb entschied er sich für Berlin.



Zu Besuch beim Berliner Start-up 6 Wunderkinder

Die Szene in Berlin boomt wie nie. Aus der ganzen Welt kommen zurzeit junge Programmierer in die deutsche Hauptstadt. Weil sie hier dabei sein können, wenn wirklich Innovatives entsteht. Sie heuern an bei einer neuen Generation deutscher Startups, die Researchgate oder Crowdspark heißen, Wooga oder eben 6Wunderkinder. Sie alle experimentieren mit eigenen Ideen - und überzeugen damit inzwischen auch Investoren.

Researchgate sammelte bereits vor einem Jahr einen Millionenbetrag bei den US-Risikokapitalgebern Benchmark Capital und bei Accel Ventures ein. Wooga bekam im vergangenen Mai insgesamt 24 Mio. Dollar. Crowdspark erhielt im Juni einen einstelligen Millionenbetrag vom Hamburger Investor Earlybird. Und auch 6Wunderkinder sackte 500.000

Euro vom High-Tech-Gründer-Fonds ein.

"Gerade in Berlin sehen wir zunehmend eigene Innovationen. Das ist so beeindruckend, dass sich selbst die Amerikaner die Augen reiben und fragen: Was ist denn da los?", sagt Hendrik Brandis, Partner beim Risikokapitalgeber Earlybird, der sich auf die Finanzierung von Startups spezialisiert hat. Früher seien 90 Prozent der Internet-Geschäftsmodelle aus Amerika gekommen, sagt Brandis. "Die Zeit ist vorbei. Berlin entwickelt sich fast schon wie ein europäisches Silicon Valley."



6-Wunderkinder-Gründer Christian Reber

Der Hinterhof der alten Dampfbrotfabrik ist voller Motorroller und Mountainbikes. In den Gebäuden ringsum haben viele junge Gründer Quartier bezogen, im dritten Stock residiert Reber mit 6Wunderkinder. Er ist stolz auf das, was er bislang geschafft hat. Allein die Demoversion, die seit Dezember 2010 online ist, hat schon über 1,2 Millionen Nutzer weltweit. Zwei Dutzend Programmierer arbeiten daran, dass das "Wunderkit" bis November fertig wird. Es sei weit mehr als eine digitale Aufgabenliste, sagt Reber, es sei die "nächste große Idee".

"Wir wollen soziale Netzwerke wie Xing und LinkedIn auf die nächste Stufe stellen", sagt er. Mit dem kleinen Programm soll man Hochzeiten planen, Bands gründen oder Angestellte zum Meeting einladen können. Auch ein kostenpflichtiger Premium-Zugang zu Extrafunktionen ist geplant. So etwas gibt es bislang noch nicht, und das ist das Bemerkenswerte am Berliner Boom.

Lange nämlich galt Berlin als Hauptstadt der "Copycats", von Unternehmen, die einfach erfolgreiche Geschäftsmodelle aus den USA kopierten. Diesen Ruf hat die Metropole besonders den drei Samwer-Brüdern zu verdanken, die 1999 den Ebay-Klon alando.de gründeten und später den Klingeltonanbieter Jamba. Innerhalb kürzester Zeit stiegen sie zu den Superstars der deutschen Szene auf. Heute produzieren sie "Copycats" am Fließband: Als Risikokapitalgeber für Neugründungen.

Dieses Imageproblem Berlins stört Reber gewaltig. Im August hat er mit seinen Mitarbeitern per Firmenblog zu einer Anti-Copycat-Revolution aufgerufen, natürlich auf Englisch. "Founders stand up!" Europäische Gründer hätten zwar lange nur US-Vorbilder wie Facebook, Groupon oder Twitter geklont. Irgendwann seien die Investoren nicht mehr bereit gewesen, Geld in ausgelutschte Ideen zu stecken. Die Tech-Szene sei in Sachen Geld und Kreativität abgewürgt worden. Nun würden aber frische Ideen frisches Geld bringen. Vor allem in Berlin wachse nun wieder etwas "in a crazy, outside the box kinda way".

Die Startup-Szene pflegt ihr Image und das Image der Hauptstadt, denn das macht sie als Arbeitgeber so attraktiv. Berlin gilt als Zentrum der Hipster dieser Welt. Die kulturelle Vielfalt zieht Kreative an. Und die günstigen Mieten Existenzgründer. Anders als zum Beispiel in London gibt es hier noch große und billige Büroräume mitten in der Innenstadt. Und, sagt Stefan Glänzer, der prominente Londoner Startup-Investor, "man bekommt dort gute Leute". Mittlerweile gäbe es in Berlin 3000 bis 4000 Menschen die auf einem Quadratkilometer für die Internetbranche arbeiten. "Das ist ein gutes Ökosystem."

Investor Brandis sagt: "Das geht hier jetzt erst richtig los." Seiner Firma böten sich mittlerweile wieder so viele Investment-Möglichkeiten wie im Jahr 2000 vor dem Platzen der Dotcom-Blase. "Das liegt einfach an den Menschen, es ist wieder mehr unternehmerischer Optimismus da." Viele spannende Ideen entstünden gerade jetzt. Viele dieser Ideen sind Web

2.0-Applikationen oder spielen auf Smartphones und Tablet-PCs - also auf Produkten, die in den vergangenen fünf Jahren den Marktdurchbruch geschafft haben. Die Nachfrage ist riesig, genauso das Potential für neue Entwicklungen. Und damit die Zahl der Startups.



Ijad Madisch, Geschäftsführer und Gründer von Researchgate

Auch Ijad Madisch hat sich für Berlin entschieden. Oder besser: Seine Kapitalgeber haben ihn dazu überredet. Der 30-jährige Arzt ging vor ein paar Jahren zum Forschen an die Harvard Universität in Boston und stellte fest, dass sich Forscher international kaum austauschen. Also gründete er 2008 mit zwei weiteren Deutschen in soziales Netzwerk für Forscher: Researchgate.

Schnell boten ihm Investoren Geld, aber erst als er Matt Cohler von Benchmark Capital kennen lernte, sagte der Gründer Ja. "Ihm ging es nicht darum, schnelles Geld zu machen", sagt Madisch, "sondern etwas zu schaffen, dass Auswirkungen auf die Welt hat. Das hat mich umgestimmt." So erhielt Researchgate im September 2010 als erstes deutsches Startup Risikokapital von einem Investor aus dem Silicon Valley. Die Investoren empfahlen Madisch, die

Firmenzentrale von Boston nach Berlin zu verlegen. Wegen der günstigen Mieten, der kulturellen Vielfalt und: "Wir haben hier keine großen Konkurrenten wie Google oder Facebook, die sich mit uns um Entwickler streiten", sagt Madisch.

Inzwischen arbeiten 70 Menschen aus acht Nationen für ihn. Das Dachgeschoss des Büros in Mitte ist so vollgestopft mit Tischen, Stühlen und Computern, dass er sich hindurchschlängeln muss. Bald ziehen sie um ins Nebengebäude, schaffen Raum für neue Entwickler.

Mit über einer Millionen Nutzer ist Researchgate inzwischen das weltweit größte soziale Netzwerk für Forscher. Sie können ihr wissenschaftliches Profil online stellen, ihre Publikationen, Paper, Präsentationen, Forschungsfähigkeiten. Madisch will, dass alle 10 bis 20 Millionen Forscher auf der Welt seine Plattform nutzen. Was noch fehlt ist ein Geschäftsmodell - aber das kann warten, findet Madisch. Seine Seite soll erst weiter wachsen.

Das ist typisch für die neue Startup-Generation: Erst eine hohe Reichweite aufbauen, dann neue Funktionen einführen, für die der Nutzer bezahlen soll. Hauptsache, die Idee ist neu. "Letztendlich gewinnt immer die Innovation", sagt Lars Hinrichs, Gründer des sozialen Netzwerks Xing und der Investmentgruppe Hackfwd. "Die Welt ist schneller geworden, das Geld ist überall verfügbar. Den Vorteil durch schnelles Kopieren gibt es kaum mehr."

Mehr zum Thema

Mittelstand Technik nutzen statt besitzen

(<http://www.ftd.de/karriere-management/management/:mittelstand-technik-nutzen-statt-besitzen/60110660.html>)

Online-Business Wo Internetunternehmer sich tummeln

(<http://www.ftd.de/karriere-management/management/:online-business-wo-internetunternehmer-sich-tummeln/60107072.html>)

Geschäftsidee Das Mini-Silicon-Valley von Parma

(<http://www.ftd.de/karriere-management/management/:geschaeftsidee-das-mini-silicon-valley-von-parma/60091502.html>)

Mehr zu: [Berlin](#), [Internetfirmen](#), [Social Network](#), [Start-Up](#)



Einer der zwei European-Games-Award, die Wooga für ihre Spieleentwicklungen ergattern konnte

Wie erfolgreich deutsche Gründer ohne Kopieren sein können, zeigt auch Wooga. Der Spieleentwickler für Facebook ist zuhause im fünften Stock der Backfabrik am Prenzlauer Berg. Im Firmeneingang thronen auf einem Regal zwei goldene Statuen des Publikumspreises European Game Awards. Darüber baumeln bunte Monsterfiguren von der Decke. 2009 startete Wooga und ist heute der weltweit zweitgrößte Entwickler von Social Games.



Wooga-Gründer Jens Begemann

Jens Begemann, einer der beiden Gründer, steht im Loftbüro, um ihn herum über die Rechner gebeugt Dutzende Entwickler. 110 sind es insgesamt, zwei neue kommen jede Woche hinzu. Die Wooga-Spiele sind zwar gratis, aber die virtuellen Extras kosten. Zauberstäbe zum Beispiel. Von denen haben die Zocker von "Monster World" schon 28 Millionen gekauft. Begemann läuft an der digitalen Anzeigetafel vorbei, die zeigt, wie viele Menschen Wooga-Spiele daddeln. "Oh, 40 Millionen, cool!", sagt er. 40 Millionen in den vergangenen 30 Tagen. Begemann will Wooga bis 2020 zu "einem der größten Spieleanbieter weltweit" machen.

Bis dahin ist Berlin vielleicht wirklich das europäische Silicon Valley. Heute sei Berlin wohl da, wo der Autobauer Toyota 1972 war, sagt der Investor Glänzer. "Die Japaner haben auch sehr lange kopiert und dann verstanden wie es geht. Ich hätte nichts dagegen."

Mitarbeit: Matthias Lambrecht, Andrea Rungg

Aus der FTD vom 05.10.2011
© 2011 Financial Times Deutschland,
