

**Unterwegs:** Badespaß im Winter › **Stadtgespräch:** Pheline Roggan › **Titel-Thema:** Digitale Hochburg Hamburg – sechs Firmen-Visionäre  
**Lokal-Termin:** Bratkartoffelkunst im „Klopstock“ › **Gestern & Heute:** Baukunst – 15 Jahre Galerie der Gegenwart › **Markenmacher:** Arko



# Fortschritt verbindet

Lange Leitung? Mitnichten. Hamburg steht für technische Innovation  
 FOTO: GETTYIMAGES

Warum Hamburg die heimliche Hauptstadt in Sachen Internet- und Unterhaltungstechnologien ist und voraussichtlich bleiben wird, verrät **FRANK WIECHERT**

**N**euere Technologien haben Tradition in Hamburg. Kein Wunder, diente das Tor zur Welt doch lange Zeit dazu, nicht nur Waren, sondern auch Produktionsverfahren über Landesgrenzen hinweg auszutauschen. Ideen wurden hier mit hanseatischem Geist geschäftsfähig gemacht. Zahlreiche Unternehmen siedelten sich an und blieben, nicht selten über Jahrzehnte. Der Global Player Philips gründete seine Deutschlandzentrale 1946 hier. Panasonic ist seit 1962 in der Hansestadt ansässig, Olympus folgte ein Jahr später. Und die Europazentrale von Sharp ist seit 1968 hier beheimatet.

Ob Waschmaschine, Kühlschrank oder Fernseher – ihre Technik eroberte die Haushalte. Dinge, die uns heute völlig alltäglich erscheinen, einst aber ins Staunen versetzten. Ein Taschenrechner mit LCD-Display war Anfang der Siebziger-Jahre eine Revolution! Und als Captain Kirk vom Raumschiff Enterprise seinem Bordcomputer per Sprachbefehl Anweisungen erteilte, hielten wir das im wahrsten Sinne für fernste Science-Fiction, die jenseits unserer Vorstellungskraft lag. Heute bedienen wir Navigationsgeräte mit der Stimme, stecken uns miniaturisierte Computer in die Hosentasche und schauen auf Handy-Displays komplette Kinofilme an. All dies ist ganz selbstverständlich.

Apropos Autonavigation: Wussten Sie, dass die ersten verlässlichen Geräte mit Lotsen-Software aus hanseatischem Hause stammten? Die Firma Innovative Systems programmiert noch heute für den globalen Harman-Becker-Konzern. Hamburger erkennen IS-Software übrigens daran, dass ihr Navigationsgerät auch eine Hausnummer in der Sierichstraße zielsicher anfährt. Die bereitet aufgrund ihrer wechselnden Fahrtrichtung den meisten Konkurrenz-Wegweisern enorme Probleme.

Wo immer technische Innovationskraft und wirtschaftliches Denken gefragt sind, mischen hiesige Firmen den Markt auf. Dazu tragen zahlreiche Stiftungen und Initiativen bei – allen voran Hamburg@Work, Deutschlands ältestes und größtes Netzwerk im Bereich der Neuen Medien. Gemeinsam mit dem Software-Unternehmen ePages verantwortet es unter anderem das Pilotprojekt Schanzentor.de: Kleine Geschäfte, die in der Schanze angesiedelt sind, bekommen dort einen eigenen Online-Shop, inklusive der für die Umsetzung notwendigen Betreuung.

Klein angefangen hat auch einmal Bigpoint, mittlerweile einer der bedeutendsten Hersteller für kostenlose Onlinespiele, welcher sich gerade anschickt, den Weltmarkt aufzurollen. Neben seiner Hamburger Zentrale verfügt Bigpoint bereits über erste Filialen in den USA und Brasilien. Der am Alstertor beheimatete Browsergames-Hersteller Playa Games freut sich ebenfalls über Erfolg: Er verdoppelte im vergangenen Jahr die Anzahl seiner Spieler auf stolze 20 Millionen.

Im E-Commerce- und Games-Sektor sei Hamburg ohnehin die unangefochtene Nummer eins in Deutschland, sagt einer, der es wissen muss: Sarik Weber. Der Branchen-Insider war einer der Geschäftsführer von

OpenBC (heute Xing) und ist Mitbegründer von Hanse Ventures, einer Holding, die Gründern den Einstieg ins Web-Geschäft erleichtert. Die Rahmenbedingungen sind laut Weber optimal: Internet-Start-ups im Consumer-Bereich erreichten heute fünfmal mehr Menschen im Web als noch zur Jahrtausendwende.

Browsergames und Online-Shops weisen die Richtung. War es ursprünglich Hardware, für die Software entwickelt werden musste, um Geräte besser zu verkaufen, verändert sich seit einigen Jahren die Gewichtung: Technologie lässt sich häufig nicht mehr anfassen. Ehemals handfeste Produkte wandeln sich zu virtuellen. Vor allem das Internet verändert unseren Alltag in immer kürzeren Abständen.

Möchte man sich darüber informieren, wie empfehlenswert ein Arzt oder ein Restaurant ist, befragt man nicht mehr das Telefonbuch, sondern einfach das Web. Auf der 2006 in Hamburg gegründeten Bewertungsplattform Gype können sich Anwender aus den Meinungen anderer eine eigene bilden. Das soziale Netzwerk Xing wiederum – ebenfalls in Hamburg ansässig – eröffnet neue Geschäftskontakte. Nebenbei „twittern“ oder „googeln“ wir durch die Welt.

Doch auch im virtuellen Raum liegen Fluch und Segen eng beieinander. Im Internet gerät nichts in Vergessenheit. Häme und Beleidigungen, welche zig Schüler, Lehrer oder Arbeitskollegen im Netz über sich ergehen lassen müssen, bleiben hier verewigt. Per Knopfdruck digital und global zementiert. Wahrheit und Lüge stehen ungefiltert nebeneinander, inklusive aller persönlichen Daten, die wir oder unsere Kinder – mal mehr, mal weniger wissentlich – der Öffentlichkeit preisgeben.

Unerlässlich, dass es eine intensive Diskussion um Datenschutz sowie einen verantwortungsvolleren Umgang mit sogenannten sozialen Medien gibt. Wünschenswert wäre, ginge Hamburg auch hier mit Pioniergeist voran. Vor allem zum Schutz seiner Bürger. Als Gastgeber der im Februar stattfindenden „Social Media Week“ – der größten öffentlichen Konferenz zum Thema Social Media, an der sich weltweit 13 Metropolen beteiligen – bietet sich der Stadt die passende Gelegenheit dazu.

Generell bedarf es eines verantwortungsvollen Umgangs mit Technik. Aber geht das überhaupt? Die Cleantech-Branche will es vormachen. Sie vereint technische Innovationskraft mit gesellschaftlichem sowie ökologischem Engagement. Für Hamburger nichts Neues. Schließlich fahren sie seit 2003 mit Brennstoffzellenbussen oder rollen dank Car-sharing-Anbieter Cambio in kleinen Elektroautos um die Alster. Den Ökostrom dafür haben wir gleich vor der Tür. Ob Wind- oder Solarenergie: Zahlreiche Anbieter eröffnen in der Stadt ihre Zentrale. Erst kürzlich gesellte sich Siemens Wind Power dazu. So viel grüne Industrie stärkt das Selbstbewusstsein. Olaf Scholz, Erster Bürgermeister, sieht Hamburg gar als „Hauptstadt der Windenergie“.

Selbst die Big Player der Consumer-Elektronik gestalten Cleantech aktiv mit. Hersteller wie Sharp und Panasonic zählen zu den bedeutendsten Fabrikanten von Solarzellen und senken zugleich den Kohlendioxidausstoß ihrer Fabriken und Produkte. Damit nicht genug: Panasonic baut ganze Stadtteile, in denen man nahezu CO<sub>2</sub>-neutral leben soll. Leider noch rund 9000 Kilometer Luftlinie von uns entfernt, in Fujisawa nahe Tokio. Irgendwann landen solche Projekte aber bestimmt auch in Hamburg. Heute allerdings nicht mehr notwendigerweise im Hafen.

S. 4/5 – „Morgenmacher“: Sechs Hamburger, die heute an den IT-Trends von übermorgen arbeiten

# Morgenmacher



## Xing: So vernetzen sich Profis

Andreas Gehret, 43, aus Winterhude, Vice President Engineering bei Xing

Seit Mitte der Achtziger hat Andreas Gehret mehr als zehn neue Sprachen gelernt. Programmiersprachen wie HTML, JavaScript, Scala, Pearl oder Ruby. Und es werden nicht die letzten bleiben für den *Vice President Engineering* von Xing, dem sozialen Netzwerk für Berufstätige. „Wenn man diesen Beruf wählt, muss man bereit sein, ein Leben lang zu lernen“, sagt der 43-Jährige. „Die Technologie ändert sich so rasend schnell, dass das, was Sie vor einem halben Jahr gelernt haben, heute schon wieder obsolet sein kann.“ Dass IT (Informationstechnik) und Programmierung neben der Fotografie auch zu seinen Hobbys zählen, ist für seinen Beruf ein großer Vorteil. Im Büro kommt er kaum noch zum „Coden“, wie es nennt. Doch nach Feierabend programmiert er, weil es ihm immer noch Spaß macht.

Bei Xing ist er in erster Linie für die Koordination von 100 Software-Entwicklern zuständig. Sitten die richtigen Leute an den richtigen Themen? In welchen Bereichen werden mehr Mitarbeiter benötigt? Gibt es technische Probleme zu lösen? Insgesamt arbeiten über 450 Mitarbeiter beim börsennotierten Unternehmen in Hamburg. Tendenz steigend. Seit der Gründung 2003, damals unter dem Namen OpenBC, hat sich Xing über die Stockwerke des Gebäudes am Gänsemarkt ausbreitet. Firmengründer Lars Hinrichs, dessen Eltern die Stadtbäckerei im Erdgeschoss gehört, verkaufte seine Anteile 2009 für 48 Millionen Euro an den Burda-Verlag. Das mitgliederstärkste Businessnetzwerk Deutschlands zählt allein im deutschsprachigen Raum mehr als 5,1



## QTom: Musikfernsehen der nächsten Generation

Fleming Knoche, 36, aus Wandsbek, Application Developer bei QTom

Das Musikfernsehen der Zukunft entsteht direkt hinter Tim Mälzers „Bullerei“. In einem alten Schlachtereigebäude sitzen die 16 Mitarbeiter des Unternehmens QTom. Um sie herum flirren auf etlichen Fernsehern und diversen Computerbildschirmen Musikvideos von den Red Hot Chili Peppers, Jan Delay und Adele. QTom ist ein interaktiver, personalisierbarer Internetmusiksender, der die Zuschauer zu Programmchefs macht. Die diversen Kanäle für verschiedene Musikrichtungen lassen sich über Regler auch auf die eigene Stimme anpassen. „Wir sind eher 20 Musiksender in einem“, sagt Fleming Knoche, *Application Developer* des Unternehmens. „Wenn ich einen romantischen Abend mit meiner Frau verbringen will, stelle ich QTom auf langsame Popklassiker ein. Oder ich bin auf Krautwald gebürstet, dann stelle ich auf Rock laut und schnell.“

Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken wie Facebook wird Xing fast ausschließlich auf beruflicher Ebene genutzt. Private Partybilder haben auf dem Portal nichts verloren. Andreas Gehret ist über sein Xing-Profil mit über 500 Menschen vernetzt. Damit sieht er sich im moderaten Mittelfeld zwischen übermäßigen Kontaktsammlern und kontaktscheuen. „Bei mir ist die Regel: Leute, mit denen ich Kontakt auf der Plattform aufnehmen möchte, ich zumindest einmal persönlich getroffen haben.“ Denn so praktisch das virtuelle Netzwerk auch ist: Es gibt schließlich nichts Verbindlicheres als einen Handschlag unter Geschäftsleuten.



## Fishlabs: Videospiele für Bus und Bahn

Marc Hehmeyer, 41, aus Uhlenhorst, CTO bei Fishlabs

Die U3 rumpelt so nahe vorbei, dass man sie streicheln könnte, wenn man sich nur weit genug aus dem Fenster lehnt. Doch die 50 Mitarbeiter im Großraumbüro von Fishlabs beachten die U-Bahn gar nicht mehr, konzentriert blicken sie auf ihre Monitore. Hier im Eckgebäude am Rödingsmarkt entwickelt Marc Hehmeyer mobile Videospiele. Als Technischer Direktor von Fishlabs ist er dafür zuständig, sie technologisch auf die nächste Ebene zu bringen und die Produktion, bestehend aus Programmierern und Grafikern, danach auszurichten. Und das mit großem Erfolg: Im Dezember erhielt Fishlabs, die sich auf hochwertige 3D-Spiele für Smartphones und Tablet-PCs spezialisiert haben, den Deutschen Entwicklerpreis als „Bestes Studio 2011“. Marc Hehmeyer war von Beginn an dabei, damals noch mit acht Mitarbeitern in Winterhude. „Als wir 2004 mit Fishlabs angefangen haben, wollten wir das, was uns an Spielen auf dem PC fasziniert hat und womit wir groß geworden sind, auf eine mobile Plattform bringen“, sagt er. „Das war ein Wunsch, in der Spielebranche zu arbeiten, formte sich früh. Schon als Jugendlicher habe er auf dem Commodore 64 Spiele programmiert, nur zum Spaß. Inzwischen setzen die Titel, an denen Hehmeyer arbeitet, Tietel, an denen er in der Nähe von Bielefeld aufgewachsen ist. „Es gibt auch interessante Games-Entwickler in Frankfurt oder Karlsruhe. Aber ganz ehrlich: Wer will da hin?“



## Apprapt: Werbung für die Hosentasche

Andrzej Dzium, 36, aus Bergedorf, CTO bei Apprapt

Andrzej Dzium ist amtierender Meister der internen Tischfußballliga von Apprapt. „Aber nicht, weil er hier so viel Zeit verbringt und trainiert“, betont sein Kollege. „Er hat einfach Talent.“ Für Dzium ist eine schnelle Runde am Kickertisch zwischen den Meetings die ideale Beschäftigung, um den Kopf frei zu kriegen. Als Technischer Leiter des Hamburger Start-ups Apprapt führt der gebürtige Pole ein 12-köpfiges Entwicklerteam. Gemeinsam arbeiten sie an neuen Werbeformaten und kreativen Werbemitteln für mobile Geräte wie Smartphones und Tablet-PCs. Apprapt tritt in erster Linie als Netzwerk für mobile Werbung auf. Das Anzeigenplätze in hochwertigen redaktionellen Umfeldern vermittelt, vor allem auf mobilen Webseiten und innerhalb von Smartphone-Apps. Dabei lassen sich Parameter wie Ort, Zeit und Gerätetyp für die Werbung festlegen. Wer mit seiner Kampagne also nur Hamburger mit iPhone 4 zwischen 18 und 22 Uhr erreichen möchte: Apprapt macht das möglich. Und der Markt bietet noch viel Potential.

Das Handy ist das einzige Gerät, das man fast rund um die Uhr in seiner Nähe trägt – die ideale Werbeplattform. Immer mehr Werbetreibende beginnen, ihre Budgets auch auf diesen Markt zu verteilen, auch wenn die Entwicklung noch fast am Anfang steht. Dzium ist der Ansicht, dass Apprapt mit seinem Geschäftsmodell genau den richtigen Zeitpunkt erwischt hat. „Für Start-up-Unternehmen ist es sehr wichtig, dass man nicht zu spät, aber auch nicht zu früh an den Markt kommt. Ich denke, dass Apprapt einen geniale Zeitpunkt erwischt



## Qype: Web-Portal mit Wertungssystem

Enzo Pietzsch, 34, aus Bahrenfeld, Quality Manager bei Qype

Wenn er im Ausland ist, greift Enzo Pietzsch meistens noch zum gedruckten Reiseführer, um eine Stadt zu erkunden. Die Roaming-Kosten für Internetnutzung auf dem Handy sind ihm noch zu hoch. Innerhalb Deutschlands lässt sich der *Quality Manager* natürlich von Qype, seinem Arbeitgeber, durch die Stadt lotsen. Wo gibt es den besten Kaffee? Wo kann ich günstig shoppen? Welche Restaurants haben eine Außenterrasse? Über 13,5 Millionen sogenannte „Points Of Interest“ sind bei Qype weltweit erfasst. Das Internetportal, bei dem registrierte Nutzer Geschäfte, Restaurants, Hotels oder Sehenswürdigkeiten kommentieren und bewerten, wurde 2005 in Hamburg gegründet. Inzwischen ist die Plattform zur führenden Empfehlungs-Community Europas aufgestiegen. Knapp ein Viertel aller neuen Bewertungen werden mobil per Smartphone geschrieben. Das Erfolgsgeheimnis von Qype: Das Portal verleiht Feedbackern eine Stimme.

Der erste Impuls, bei Qype aktiv zu schreiben, ist häufig eine sehr positive oder aber auch eine ziemlich negative Erfahrung“, sagt Enzo Pietzsch. Will heißen: Dampf ablassen oder Jubelarien singen. Je mehr Beiträge ein Qyper schreibt, desto ausgewogener werde auch das Verhältnis zwischen Lob und Kritik. Seit zweieinhalb Jahren arbeitet Pietzsch bei Qype. In seiner Funktion

### IT-Trends 2012

Diese Schlagwörter und Technologien sollten Sie sich schon mal merken

**Das Internet der Dinge**  
Waschmaschinen, die je nach Textile, selbst das passende Programm wählen, Joghurts, die eine Nachricht schicken, wenn ihr Mindesthaltbarkeitsdatum abläuft. Klingt nach Science-Fiction? Ist aber gar nicht weit hergeholt. Bereits heute melden Druckertreiber, wenn ihr Füllstand zu niedrig ist, und fordern zur Nachbestellung auf. Das Prinzip hinter dem Internet der Dinge: Verschiedenste Gegenstände ausgestattet mit winzigen, hochentwickelten Chips kommunizieren in einem Netzwerk miteinander. Laut Technologiekonkern Cisco werden bis 2020 rund 50 Milliarden Gegenstände im Internet der Dinge vernetzt sein.

**Mobile Computing**  
Dank günstigeren Tarifen und leistungsfähigeren Geräten wird das Geschäft mit dem mobilen Internet weiter boomten. Mit Spannung werden die Nachfolger von Apples iPad 2 und dem iPhone 4GS erwartet. Samsung kündigte ein Smartphone an, dessen Rechenleistung der eines Desktop-Rechners entspricht, und bietet mit dem Galaxy Note schon jetzt eine Mischform aus Tablet und Smartphone an. Auch im Bereich der Notebooks tut sich was: Die neuen superflachen und leistungsfähigen Ultrabooks werden zunehmend günstiger. Egal mit welchem Gerät – das Internet wird zum ständigen Begleiter.

**Natural User Interface**  
Je komplexer die Technologien werden, desto intuitiver und einfacher soll die Bedienung sein. Bei Smartphones hat sich der Touchscreen etabliert, Maus und Tastatur sind längst nicht mehr die einzigen Möglichkeiten, um den Computer in den Griff zu kriegen. Sprach- und Gestensteuerungssysteme werden immer ausgefeilter und sollen auch die Fernbedienung für Fernseher ins Museum schicken. Microsoft hingegen arbeitet an seiner sogenannten „Pocket-Touch-Technologie“. Damit soll es möglich sein, Smartphones mit Hilfe eines speziellen Sensors selbst durch mehrere Textilschichten hindurch zu bedienen.

**Long Term Evolution**  
Mobiles Surfen wird schneller. Möglich machen wird das der Mobilfunkstandard „Long Term Evolution“, kurz LTE oder 4G genannt. Das Hochgeschwindigkeitsnetz ist der Nachfolger von UMTS. Es soll weniger stör anfällig sein und Download-Geschwindigkeiten bis 100 Megabit pro Sekunde ermöglichen. Im Vergleich: Mit einem normalen DSL-Anschluss surft man mit bis zu 50 Megabit pro Sekunde. O2 möchte mit dem Ausbau des LTE-Netztes in Hamburg bis März beginnen. Auch die Telekom plant, das superschnelle Mobilfunknetz in der Hansestadt im Lauf des Jahres verfügbar zu machen.

**Cloud Computing**  
Mit Cloud-Diensten kann man über das Internet weltweit auf seine Daten zugreifen – sofern man sie zuvor auf die Server von Diensteanbietern ausgelagert hat. Zudem spart man mit Diensten wie Apples Cloud Zeit bei der Synchronisierung. Ändert man beispielsweise eine Telefonnummer im Adressbuch des Smartphones, wird sie auch auf anderen Geräten angepasst. Schon 2011 war die Cloud ein großes Thema. Der Durchbruch blieb der Wille aber bisher aufgrund von Sicherheitsbedenken verwehrt. Einer der Schwerpunkte auf der diesjährigen Technikkonferenz CeBIT wird daher sein, Vertrauen in diese Technologie zu schaffen.



## Google: Infoschalter des Internets

Frauke Cooper, 31, aus Harvestehude, Industry Manager Media & Entertainment bei Google

Bei Google zu arbeiten macht dick. Zumindest der Legende nach nimmt jeder neue Google-Mitarbeiter, ein sogenannter „Noogler“, innerhalb kurzer Zeit sieben Pfund zu – die berühmten „Google Seven“. Was vor allem an den Snacks und Süßigkeiten liegen dürfte, die verteilt über die fünf Stockwerke der Deutschlandzentrale von Google überall griffbereit lauern. Hinzu kommen Frühstück- und Mittagbüfets. Alles kostenlos für die rund 250 Mitarbeiter in der ABC-Straße. Frauke Cooper hat von den „Google Seven“ allerdings nichts gemerkt. „Ich habe mir in den ersten Wochen meiner Google-Zeit eine Hose gekauft“, erzählt die Halb-Amerikanerin. „Die passt auch nach vier Jahren noch! Und wird von mir zur Kontrolle genutzt.“ Als *Industry Manager* im Sales Team kümmert sich die 31-Jährige um Werbekunden aus der Medien- und Unterhaltungsbranche. Früher verdiente Google sein Geld vor allem mit Textanzeigen neben den Suchergebnissen. Inzwischen reicht die Bandbreite der Werbeformen von Spots vor Youtube-Videos bis zu Anzeigenplätzen in Handy-Apps. Frauke Coopers Aufgabe ist es, strategisch für den Kunden und mit dem Kunden zu planen, sie bei ihren Kampagnen zu beraten und die passenden Umfeldler für ihre Werbung zu finden.

Google gehört zu den wertvollsten und bekanntesten Marken der Welt. Um ihrer Großmutter zu vermitteln, wer ihr Arbeitgeber und was ihr Beruf ist, muss Cooper jedoch etwas ausholen. „Ich habe meiner Oma gesagt, dass sie sich das Internet wie eine riesige Bibliothek vorstellen soll, in der es ganz viele Infor-