

Business Punk

WORK HARD. PLAY HARD.

Ausgabe 05_2020 6⁸⁰ Euro

Akemi Tsunagawa

Eine Ex-Investmentbankerin treibt in Japan die Digitalisierung voran – und rettet mit ihren Chatbots Leben

Gründer-WG

Wer sind die Bewohner der irrsten, ehrgeizigsten und erfolgreichsten Wohngemeinschaft Deutschlands?

Business Punk kürt die
TOP-KONTEN
für Unternehmen in Gründung,
Einzelunternehmer und GmbHs



DIE MACHER- MACHER

Erst hat die Factory Berlin die Hauptstadt befeuert, jetzt bringen diese Fantastic Four ihr Community-Konzept in jeden Winkel des Landes

BELGIEN, ÖSTERREICH, LUXEMBURG €7,60 / SCHWEIZ SFR12



Edi tori al



Die letzten Monate waren goldene Zeiten für alle, die gerne auch mal die sperrangelweit offene Tür einrennen. Stichworte: „Nachdenken, was wirklich zählt.“ Oder „mal innehalten“. Oder „Rückbesinnung auf die wahren Werte“. Überhaupt Besinnung – nicht unser Ding. Weckt uns, wenn die Menschen Machen wieder geil finden. Aber Moment, was ist mit dem folgenden Satz: „Gemeinsam sind wir stark“? Da gehen alle Seicht-Alarm-Glocken an, bloß scheint es zu stimmen. Deswegen haben wir diese Mal auch gleich zwei Covergeschichten, die diesen Gedanken aufgreifen: Einmal begleiten wir die Factory Berlin bei ihrem Vorhaben, den erfolgreichen Community-Space in alle Teile Deutschlands zu bringen. Auf der anderen Seite besuchen wir die derzeit wohl interessanteste WG, die den Gemeinschaftsgedanken dank einer spannenden Mischung aus jungen Menschen auf die Spitze treibt. Auf den Seiten 62 und 98 erfahrt ihr, wie zusammen stark sein funktionieren kann.

Anderes Thema: Die Wahl des richtigen Kontos entscheidet mit darüber, ob der Unternehmeralltag smooth läuft oder ob weitere, vermeidbare Baustellen aufpoppen. Wir freuen uns, mit unserem Top-Konten-Siegel (ab Seite 42) für Klarheit zu sorgen.

Dass wir in unseren Podcasts „How to Hack“ und „How to Fix It“ immer inspirierende Gäste haben, wisst ihr bereits. Aber auch bei unserer Show „Thank God It's Monday“ auf Facebook schaut jetzt jede Woche jemand vorbei, der mit interessanten Ansichten, Erfahrungen und Tipps euren Wochenstart bereichert. Hey – wenn schon Montag, dann doch am besten mit uns.

Viel Spaß beim Lesen & Hören & Zuschauen,

Alexander Langer & Julia Berger
Redaktionsleitung Business Punk



... der Sitzsäcke in der Factory Berlin. Dort rückte sie zum Shooting mit kaputtem Zeigefinger an. Zum Glück war es nicht der, den sie auf dem Auslöser hat

So viele Produkte,
so wenig Zeit: Unser
Siegel gibt Orientierung
im Konten-Dschungel



Diese Ausgabe von Business Punk erscheint im Cover-Split: Fotograf Nikita Teryoshin traute sich für uns aufs Dach (l), Frederike Wetzels sogar in die weiche Welt ...



Text
ALEXANDER LANGER

Die Fabrik, in der die Innovation vom Stapel gelassen wird

Fotos
FREDERIKE WETZELS

Die USA haben das Valley, China Shenzhen – und in Europa bauen die Macher der **Factory Berlin** eine Ideenplattform auf, die hier ihresgleichen sucht

D

Der Mann, der seinem Team die nächste große Idee präsentiert, ist begeistert. Man spürt es, man sieht es, wie er Kreise an ein Whiteboard malt, Pfeile diese Kreise verbinden lässt, wie er die Stifte in den Händen wiegt. Am Ende schreibt er groß ein Wort in die Mitte, das alle Kreise und Pfeile auf sich zieht: Berlin. Er lächelt.

Der Mann, der vor dem C-Level-Team der Factory Berlin steht und deren neuen, großen Wurf moderiert, ist Udo Schloemer. Schloemer hat es sicherlich nicht nötig, noch weitere Aufgaben zu übernehmen. Aber man wünscht sich nach seiner Vorführung insgeheim, dass er die Masterclass „Präsentieren mit Leidenschaft“ zugänglich macht. Vielleicht macht die Begeisterung aber auch der Gegenstand aus: die Zukunft der Factory Berlin, Schloemers Brainchild. Dazu hat er das Kernteam von Chief Relationship Officer Catherine Bischoff und die beiden Geschäftsführer Martin Eyerer und Nico Gramenz vor das Whiteboard geholt und die Mission noch einmal wiederholt. Schloemer formuliert diese so: „Wir werden die größte Innovationsplattform Europas sein.“

Risk-Taker-Kultur

Bischoff, Schloemer, Gramenz und Eyerer haben vor, ein deutschlandweit funktionierendes Vehikel für eine Wirtschaft der Zukunft zu bauen. Nur ist das nun wirklich keine neue Ansage: keine Woche, dass nicht irgendwo an einem verregneten Morgen in einem Industriegebiet nahe einer Autobahnausfahrt ein Mensch einen Spaten in den Boden sticht und feierlich verkündet, dass hier das Innovationszentrum der Zukunft entstehen wird, beklatscht von anwesenden Politikern und angeschlossener

Industrie. Kennt Schloemer alles. Seine Idee setzt auf etwas völlig anderes: auf den Zufall. Er sagt: „Innovation kann nicht am Reißbrett entstehen. Innovation entsteht, wenn die unterschiedlichsten Menschen zusammenkommen.“

Es ist Teil eines großen Themas, das ihn umtreibt. Wie viele andere sieht er auch die Bedrohung, dass Deutschland und Europa als neuer Wirtschafts- und Industriestandort den Anschluss an die USA und Asien verlieren. Irgendwie kommt man auch immer wieder auf dieselben Gründe, woran das liegt: weniger Geduld bei Investments, geringere Investmentbeträge, die man einfach mal so für riskante, aber vielleicht lohnenswerte Ideen verballert werden dürfen, überhaupt weniger Risk-Taker-Kultur. Aktionäre, die Unternehmen verklagen, weil diese ihrer Ansicht nach zu viel Geld in Forschung und Entwicklung stecken.

Schloemer beobachtet aber einen gar nicht mal langsamen Wandel in der Unternehmenskultur, für den nicht zuletzt auch er mit den beiden Standorten der Factory Berlin den Startschuss gab. Seit er 2014 in der Rheinsberger Straße in Berlin-Mitte den ersten Space eröffnet hat, funktioniert das Community-Prinzip gut: Junge und gereifere Startups existieren unter einem Dach mit Corporates, Geldgebern und Kreativen und befinden sich im neugierigen Austausch. Dass man gleich am Anfang mit Soundcloud ein international bekanntes Unternehmen an Bord hatte, war ein Coup. Die folgenden Jahre verliefen so gut, dass Schloemer Ende 2017 den nächsten, viel größeren Standort am Görlitzer Park in Kreuzberg eröffnete. Wieder in einer alten Industrieanlage, wieder mit demselben Mix aus kuratierten Mitgliedern unter einem Dach.

Als Anfang des Jahres die Corona-Pandemie alles Gewohnte auf den Kopf stellte, schauten die Verantwortlichen der Factory auf die Zahlen – und sie stellten fest, dass sie mitten in der Krise wuchsen. Die Memberanträge nahmen tatsächlich zu. Nicht gewaltig, Bischoff nennt rund drei Prozent Zuwachs, aber immerhin: Das Prinzip von Community und Zusammenhalt schien in dieser seltsamen Zeit gefragt zu sein. Der Schulterschluss mit anderen. Während traditionelle Coworking-Anbieter und Inkubatoren ganze Etagen dichtmachten, sahen die Verantwortlichen hier, dass sie eine Formel parat haben, die funktioniert – und sie waren sich einig, dass man die nicht nur auf Berlin anwenden sollte – sondern in alle Winkel des Landes bringen muss.

Schloemers Beobachtung sieht so aus: Die Regionen wollen wahre Innovation, bekommen aber oft genug bloß Veranstal-

tungen zum Thema. Sie wollen nachhaltigen Austausch, stecken aber bloß drei große Unternehmen plus ein paar verheißungsvolle Studenten in einen seelenlosen Neubau. Sie wollen ein bisschen Berlin, schaffen aber bloß ein schlechteres Spandau.

Nur hat Schloemer etwas im Angebot: In den letzten neun Jahren hat er Erfahrungen darin gesammelt, wie man die unterschiedlichsten Menschen mit den unterschiedlichsten Zielen unter ein Dach bekommt. Er sagt: „Das ist ein bisschen zufällig passiert. Wir haben es einfach wachsen lassen und beobachtet. Wenn es nicht klappt, haben wir wenigstens noch eine Immobilie.“ Jetzt, nach fast einem Jahrzehnt, ist Schloemer bereit, seinen Setzling in andere Gärten zu bringen.

Die Factory lebt seit Jahren vom Third-Space-Prinzip, wie Bischoff es nennt: einem Ort, der nicht Büro und nicht Zuhause ist, der aber inspirierend sein soll, dem Austausch dient, neugierig macht. Bischoff nennt es „Augenblicke der Serendipität“, in denen man zufällig auf neue Ideen gestoßen wird. Die Objekte selber ermöglichen das: keine mit Schreibtischen und Telefonkabinen vollgestellten Flächen, sondern Räume, die von verschiedenen Designern entworfen wurden. Große Bibliotheken. Eine Schule, die die jüngsten Member der Factory unterrichtet (ab zwölf Jahren nimmt die New School Schüler auf). Im Gebäude am Görlitzer Park befindet sich unter dem Dach ein altes Theater, in Mitte finden in einem Veranstaltungsraum seit Jahren Fireside Chats statt. CEO Eyerer hat Zahlen parat, damit nicht der Eindruck entsteht, dass dies ein gemütliches Projekt zum entspannten Verwirklichen eines Lebensentwurfs sei. Über 3 500 Member sind aktiv, insgesamt sind über 700 Mio. Euro an Investments in die ansässigen Startups geflossen.

Immo für Ideen

Schloemer sagt, dass er kein Softwaremensch sei, sondern stattdessen schon seit frühen Jahren sehr erfolgreich im Bereich Immobilien unterwegs war. Er sah die Notwendigkeit für einen solchen Ort und stellte die Location zur Verfügung, damit die digitale Wirtschaft auf die Old Economy trifft. Schloemer stand mit genügend Vertretern beider Welten in Kontakt. Er sagt, dass heiße und frische Startup-Begeisterung nicht verkehrt sei, diese junge Wirtschaft aber den Anschluss an die Fertigungserfahrung und die komplexen Lösungen einer seit über 100 Jahren gewachsenen alten Wirtschaft benötigt. Er sagt: „Die Industrie soll hier nicht nur Zugang zu Startups in Berlin haben, wir müssen es auch schaffen, Innovation und Fertigung dezentral zugänglich zu machen.“



Geschäftsführer Gramenz sagt: „Wer einen Ort zum konzentrierten Abarbeiten von To-dos sucht, ist hier sicherlich an der falschen Stelle. Wer behauptet, hier auf der Suche nach Innovationsmöglichkeiten zu sein, dann aber nur Wissen absaugt, ebenfalls.“ Er sieht, dass die Pandemie zu einem neuen Arbeiten geführt hat. Viele Startups hätten im Homeoffice festgestellt, dass es zum Erledigen von Aufgaben nichts Geeigneteres gibt als die eigenen vier Wände, dass viele aber auch sehen, dass im Zoom-Call nicht die allerbesten Ideen kommen – dazu muss dann doch der persönliche Austausch her.

Gramenz selber ist eigentlich ein guter Case, der den Reiz und das Versprechen der Factory Berlin gut erklärt. Der 41-Jährige war bei Siemens, dort erst Assistent der Geschäftsführung, danach hat er das internationale Produktmanagement geleitet. Davor und nebenbei hat er es irgendwie geschafft, mehrere Studiengänge zu absolvieren, unter anderem Wirtschaftspsychologie. „Ich bin schon neugierig“, sagt Gramenz. „Lebenslanges Lernen ist definitiv ein Thema.“ Als Neugieriger ist er dann von Siemens in die Factory geschickt worden und saß dort mit seinem Team inmitten von Startups und Einzelunternehmern, die durch die Tür in sein Büro gelugt haben. Gramenz erinnert sich: „Ich denke im Dreischritt: Wir haben bei Siemens die Technologie immer selbst hinkommen, sei es durch Entwicklung oder Akquisition. Dann die Prozesse durch Automatisierung verbessert.“ Aber der dritte Schritt, die Kultur der Innovation, die fehlte. „Darauf hatten wir damals keine Antwort“, sagt Gramenz. Er fand die Antwort dann in der Factory. Er sagt: „Man fühlt sich hier in erster Linie als Factory-Member, in zweiter Linie als Vertreter der Organisation, von der man kommt und für die man im Berliner Ökosystem agiert.“

Schloemer sagt, dass Gramenz ein „forderndes Member“ war, „das auch genervt hat“, einer, der immer noch eine Idee zur Verbesserung parat hatte und den Community-Gedanken wirklich konsequent auch von anderen verlangt hat. Schloemer hatte irgendwann keine Lust mehr auf die Einwände vom langen Siemens-Mann, der die Factory und ihre Verheißungen offenbar ernster nahm als er selber. Er sah nur eine Möglichkeit: Gramenz wurde 2019 Geschäftsführer der Factory Berlin.

Gramenz jedenfalls erinnert sich gut an den Mehrwert, den er vorfand: Wurden im Konzern die regelmäßig stattfindenden Innovations-Events angesetzt, war der Eifer meist am nächsten Tag verpufft. Schloemer hingegen erklärt es mit der Begeisterung,

Catherine Bischoff ist Chief Marketing und Relationship Officer. Sie hat bereits 2006 in Berlin ein Startup mitgegründet und verkauft



**»Man darf nicht
als Platzhirsch
auftreten, die
Menschen sind da
empfindlich«**

die er nach Netzwerkveranstaltungen spürt: Tolle Gespräche, wunderbare Menschen, alle Taschen randvoll mit Visitenkarten – und schon bei der Fahrt nach Hause gibt es dringendere Themen. Also muss ein Ort her, der Menschen regelmäßig in den Austausch schickt, der ermöglicht, dass Menschen über die Firmengrenzen hinaus Vertrauen untereinander aufbauen – und die kommen idealerweise aus den völlig unterschiedlichsten Lagern.

5-to-9-City

Schloemer kommt mit dem Bild von der Insel: Schick zehn Entscheider aus der Autoindustrie auf eine Insel, am Ende hat man ein tolles neues Auto. Neun Entscheider und ein DJ? Schlimmstenfalls ein gutes Auto mit der bestmöglichen Soundanlage. Bestenfalls ein komplett neues Konzept von Mobilität, weil es dem DJ nicht unbedingt um die gewohnten Aspekte geht, sondern vor allem um schnelles und zuverlässiges Unterwegssein.

Jetzt hat Schloemer nicht nur das Bild in der Tasche, sondern auch den DJ dazu: Martin Eyerer ist neben Gramenz Co-CEO. Er ist Techno-DJ, Radiomoderator und einer der Betreiber der Berliner Riverside Studios. Hatte man vorher im Gespräch ein bisschen Sorge, dass man sich unter „kreative Member“ ein paar Wuschelige vorstellen muss, die ein bisschen zu große Bilder malen und diese dann auf den freien Flächen ausstellen wollen, denkt Eyerer diesen Aspekt sehr viel weiter gefasst. Teil seiner Aufgabe ist, dass der zweite Teil des Company-Namens – Berlin – nicht zu kurz kommt. Er sagt: „Wenn du international behauptest, Berlin ist momentan eine der kreativsten Städte der Welt ist, widerspricht dir niemand.“

Wenn demnächst das Factory-Konzept in andere deutsche Städte Einzug hält, wird er dafür sorgen, dass die Glaubwürdigkeit des Mutterhauses gewahrt bleibt. Getreu dem Motto: 9-to-5 ist schön und gut und wichtig, aber die Marke Berlin zieht ihre Stärke aus der Zeit 5-to-9. Schloemer sagt: „Arbeitgebertechnisch ist das schwierig, aber das ist nun mal der Grund, warum hier alle hinkommen wollen.“ Und da ist was dran: Auch wenn in den letzten Jahren der andere Berlin-Bonus, die günstigen Mieten und leer stehender Wohnraum, sich in Luft aufgelöst hat, die Party geht irgendwie weiter. Sie wird halt teurer, aber es ist nach wie vor eine junge, wachsende Stadt. Eyerer fasst es so zusammen: „In einem kuratierten Club wie die Factory Berlin ist es ähnlich wie in einem Nachtclub: Die Leute kommen nur, wenn sie dort Diversität vorfinden. Ist der Club nur voller

Männer oder Frauen, funktioniert das nicht. In der Factory Berlin haben wir dasselbe Prinzip: Wir sorgen dafür, dass der Mix spannend bleibt.“

Eyerer hat im vergangenen Jahr eine Open-House-Party am Standort Görlitzer Park mitveranstaltet, Live-DJ-Sets, 15 000 Menschen sind gekommen. Das Video davon ist noch auf der Website, man sieht Slowmo-Drohnenflüge über feierndem Publikum. Es wird deutlich, dass hier mehr passiert, als dass Menschen einen Arbeitsplatz und störungsfreies W-Lan vorfinden. Seitdem Eyerer im vergangenen Jahr den sogenannten Creative Code ausgerufen hat, wurde die Community um die Schwerpunkte Musik und Kunst erweitert. „Das war ein ganz wichtiger Schritt in der

Weiterentwicklung“, sagt er. Welche Hürden Eyerer bei der Expansion dann genau vorfinden wird, wird sich zeigen – aber es dürfte unangenehmere Jobs geben, als den Menschen Berlin zu verkaufen.

Beim Thema Verkaufen kommt Schloemer wieder ins Spiel: Er sieht in den Wachstumsbestrebungen für andere Regionen nicht nur die Möglichkeit, Innovation anzuschieben. Sondern vor allem auch, mit der Factory Berlin selber endlich Geld zu verdienen. Er sagt: „Wir haben neun Jahre lang in die Factory investiert. Unser Ziel war es, Impact zu produzieren.“ Man sah die Chance, bei den ansässigen Startups früh zu investieren und damit den Einsatz zu vervielfachen. Schloemer erklärt das Dilemma: „Die Factory selber war bisher



Nico Gramenz kam über einen Konzern in die Factory Berlin und war direkt vom Konzept überzeugt. Mittlerweile ist er Co-CEO

kein Business-Case. Wenn sie das werden soll, müssen wir die Investments in die Plattform stoppen.“ Tja. Doch er sieht, dass jetzt die Zeit eben reif ist, das Gewachsene zu monetarisieren. Im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern, die in der Branche unterwegs sind, hat die Factory Berlin ihre Objekte im Eigentum. In Mitte hat man mit dem Konzept den Wert der Immobilie verdreifacht, am Görlitzer Park binnen drei Jahren verdoppelt. Schloemer ist eben Immobilienmann und weiß, wie er dieses Thema anfassen muss. Er sagt: „Jede Stadt braucht das. Ein Konzept, das auf alten Objekten aufsetzt. Never forget where you come from.“ Schloemer meint damit das Zusammenspiel zwischen alter Welt und neuen Ideen. Man braucht Deckenhöhe und Industrie-Chic. „Wir setzen auf das alte Industrie-Deutschland auf, schreiben die Geschichte fort – und wir bieten mit unserer Marke den Zugang zu Berlin und dem Cash, das hier im Umlauf ist.“

Dazu hat man eine Betreibergesellschaft gegründet, die alte Objekte ankauft, saniert, als Factorys aufbaut – eine Art Hilton des New Work. Bischoff redet dazu schon mit Startups in ganz Deutschland, Konzernen und den Städten. Und – hier ist der Clou, der die Factory dann profitabel machen soll – mit anderen großen Bestandsinvestoren. Die sollen nach Fertigstellung der Komplexe diese als langfristiges Investment in das Portfolio aufnehmen. Schloemer sagt: „Daraus wird einer der größten Immobilienkonzerne, der auf dieser Innovation entstehen wird.“ Er spricht von einer gigantischen Nachfrage, weil Objekte und angeschlossene Industrie in der Regel überall vorhanden sind, aber das Mindset nicht unbedingt – noch.

Interessanterweise kommt genau an dieser Stelle der Factory Berlin zugute, dass sie bereits seit Jahren über ihre Bildungsarme New School und Code University selber für Nachwuchs sorgt und schon sehr jungen Menschen unternehmerisches Den-

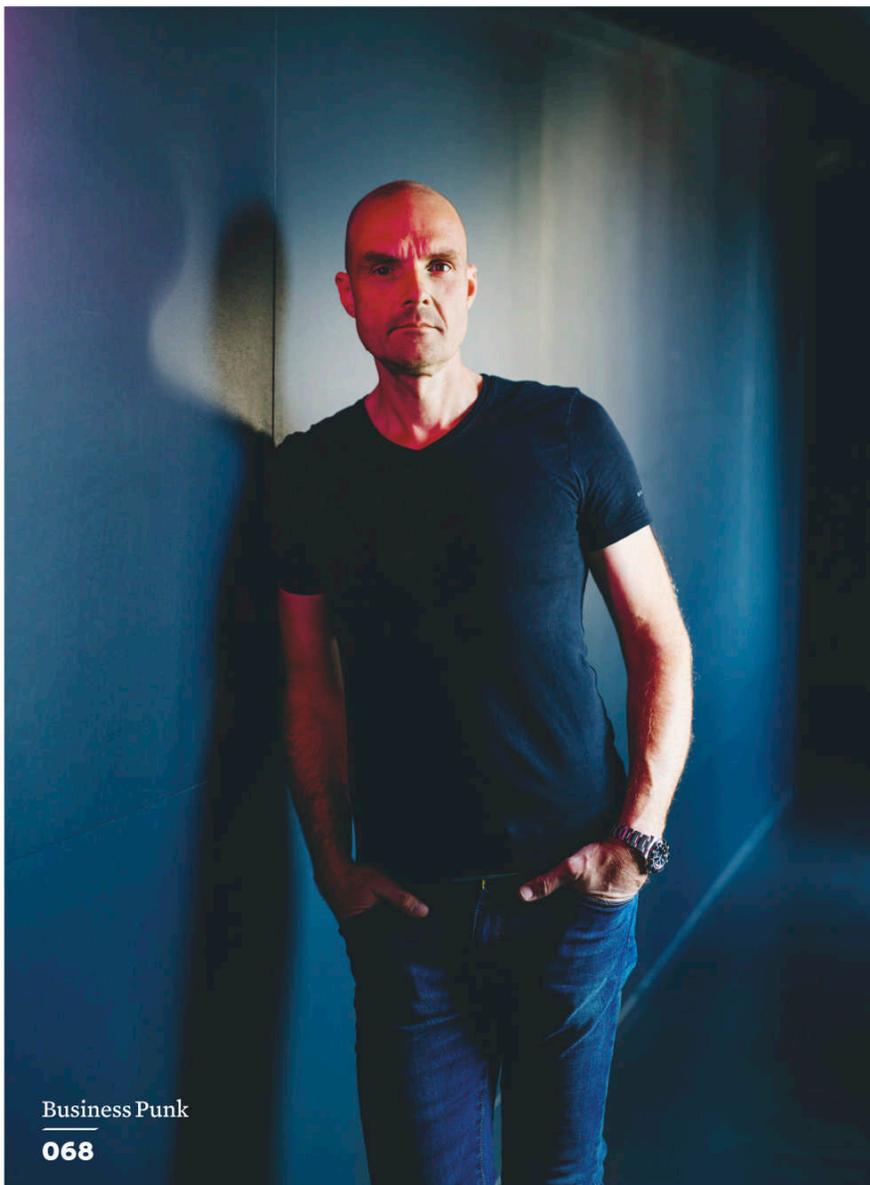
ken beibringt. Schloemer sagt noch einmal: Die nächste große Idee kommt vielleicht nicht von ihm oder Bischoff, Gramenz oder Eyerer. Aber hoffentlich von jemandem, der die Factory Berlin als Plattform nutzt. Der Nachwuchs, sieht Schloemer, ist freier, kann sich mehr zu Risk-Takern entwickeln: „Um hier nicht abgehängt zu werden und weiter innovativ sein zu können, brauchen wir echte Unternehmer, nicht bloß intelligente Angestellte.“

Auch Bischoff sieht eine Veränderung: mehr Gründerinnen. Sie sagt, dass weibliche Role-Models auftauchen, „deren Erfolgsgeschichte als Vorbild dient und die nächste Generation ermutigt.“ Bischoff betreut das Projekt Stealth Mode, das jungen Unternehmerinnen mit Mentorinnen zusammenbringt. Dass noch immer nur ein verschwindender Anteil an Investments an von Frauen geführte Unternehmen geht, treibt sie an, in der Factory Berlin für noch mehr Coaching und bessere Vernetzung zu sorgen. Für eine neue, innovativere Wirtschaft muss das alte Netzwerk aus Fußball- und Golf-Buddies irgendwie aufgebrochen werden – wo, wenn nicht hier? Das reflektieren auch die Mitglieder, bei denen dank Kuratierung ein relativ ausgeglichenes Geschlechterverhältnis herrscht. Bischoff, die 2006 nach Berlin kam, um hier ein Startup aufzuziehen – ein damals noch recht unbekanntes Konzept –, arbeitet jedenfalls hart daran, dass ihre Tochter eine andere Art von Wirtschaft erleben wird.

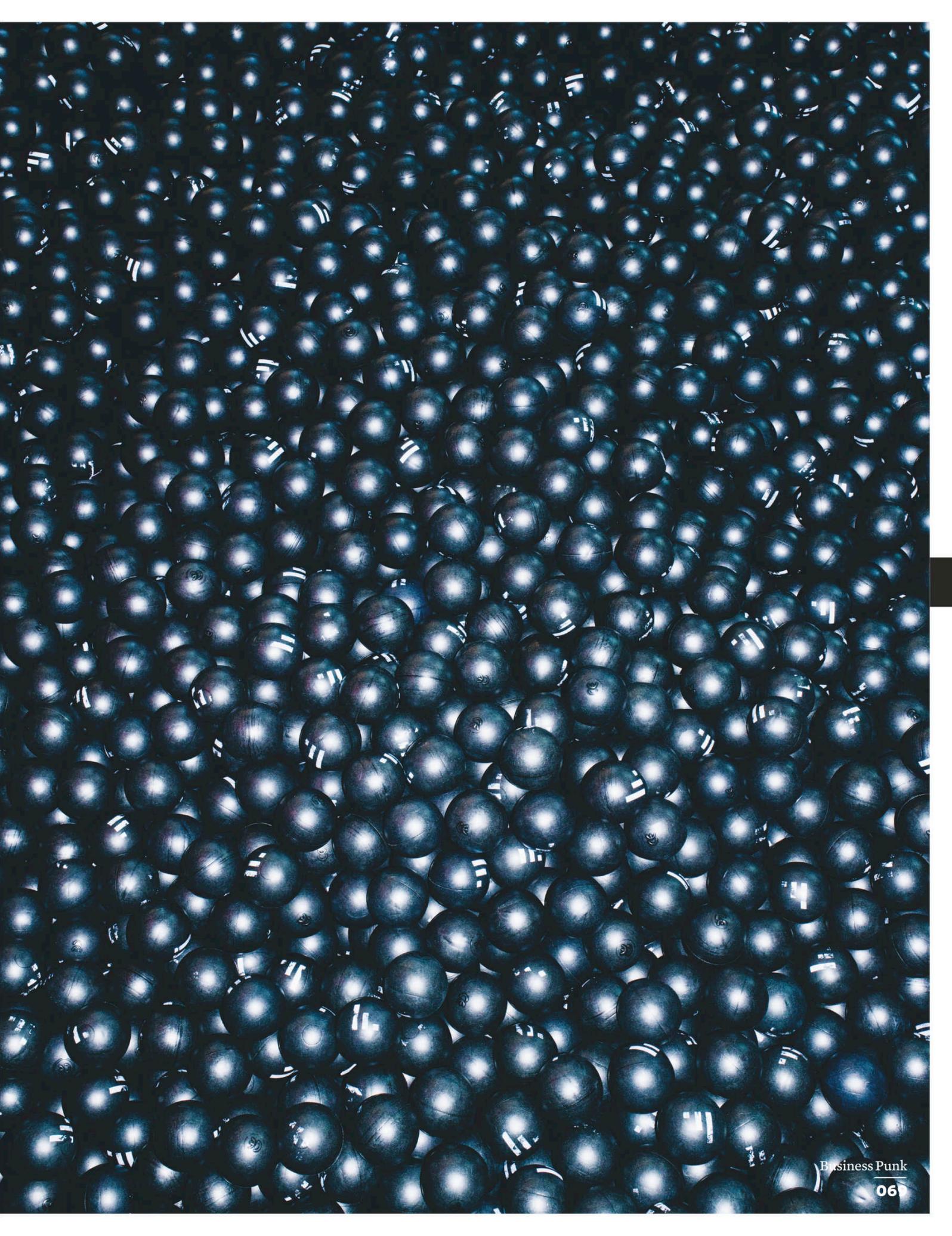
Berlin: jetzt überall

Wenn man sich anschaut, wie in den letzten Jahren im ganzen Land Inkubatoren aufgepoppt sind, kann man sich die Nachfrage nach dem dezentralen Plattformkonzept gut vorstellen. Keine Region, die nicht auch digital sein will, in Startups investiert, nicht auch dreitägige Events mit Top-Speakern der Digitalbranche veranstaltet, in denen es heißt, dass alles ganz anders werden muss. Und andererseits zeigen die noch immer zahlreichen Startup-Safaris durch Berlin, dass das Interesse an diesem lauten, bunten, unbehauenen, zufällig entstandenen und gewachsenen, sich selbst völlig egalenden, vollkommen unkopierbaren Hotspot noch immer vorhanden ist. Der Mittelstand mag das Geld haben und den Willen. Die Factory verspricht einen Schuss produktiven Irrsinn für daheim.

Bloß: Dass man nicht einfach mal so in Städte reingeht und diese mit einem neuen Konzept beglückt, hat Schloemer selber 2017 gemerkt, als die Factory Berlin am Görlitzer Park vor der Fertigstellung Farbbeutelattacken abbekommen hat und Scheiben zu Bruch gingen. Kann man als



Martin Eyerer ist DJ und Betreiber der Riverside Studios. Der Co-CEO der Factory kümmert sich um den Kultur-Aspekt



Der Mann, auf den alles zurückgeht: Udo Schloemer hat vor über einem Jahrzehnt das Konzept erdacht. Jetzt will er die Früchte ernten



**»Wir wollen echte
Innovation,
nicht bloß intelligente
Angestellte«**

spezielles Kreuzberger Problem abtun, aber Schloemer gesteht selber, dass man damals die falsche Art der Kommunikation gewählt hat. Er hätte den Ort mehr als Verwirklichungsstätte von Innovatoren anpreisen sollen. Stattdessen setzte man in der Kommunikation eher darauf, dass hier große Corporate-Partner Pate stehen, was im Vermummungs- und Enteignungsbezirk nicht gut ankam.

Bischoff sieht es in ihrer derzeitigen Aufgabe im Gespräch mit den einzelnen deutschen Städten: „Man darf nicht als Platzhirsch auftreten. Menschen sind da empfänglich.“ Wenn demnächst erste Partnerschaften geknüpft werden, wird sie sicherlich alle Hände voll zu tun haben, durch den Lokalklüngel zu steigen. Wahrscheinlich gut, dass sie aus Kanada kommt und so ohne direkte Zugehörigkeit oder Verpflichtung den regionalen Unterschieden begegnet. Die Zeit scheint reif für einen großen Wurf, auch weil Bischoff zufolge Deutschland als interessanter Standort immer relevanter und wichtiger wird: „Es gibt Zugang zu Kapital und eine stabile Politik“, sagt sie. Gepaart mit der Kreativszene Berlins eine gute Mischung.

Schloemer mag der Zufall und die Entwicklungen der vergangenen Jahre zugute gekommen sein, aber er hat die glückliche Fügung mit dem bewusst heterogenen Ansatz auch selber erzwungen. Man kann vergessen, dass er damals der Factory Berlin nicht den Namen gegeben hat, um auf Nähe zur Industrie oder moderne Fertigungswege hinzuweisen. Es war viel mehr eine Verneigung vor Andy Warhols legendärer Factory in New York, deren Faszination auch davon ausging, dass dort die unterschiedlichsten Menschen zusammenkamen.

Schöner Nebeneffekt: Wenn man anderen eine Plattform für Ideen und Verwirklichung bereitstellt, macht man sich frei. Schloemer sagt, dass er in der Factory Berlin hat beobachten können, dass nicht alle, die Unternehmer sein wollten, es auch geworden sind. Sie haben sich in der Rolle ausprobiert, hätten dann aber festgestellt, dass sie lieber bestmöglich die Vision eines anderen Menschen unterstützen wollen. Auch das ist wertvoll, sagt Schloemer.

Eigentlich, ganz weit runtergebrochen, beruht das Geheimnis der Factory Berlin auf einem recht simplen Prinzip. Schloemer erinnert sich, dass sein Vater schon immer den Rat gegeben hat, dass der Sohn sich mit schlaueren Menschen umgeben soll. In der Runde am Tisch herrscht kurzes Schweigen. „Zum Glück haben wir Catherine und Nico“, sagt Eyerer in die Stille. ■