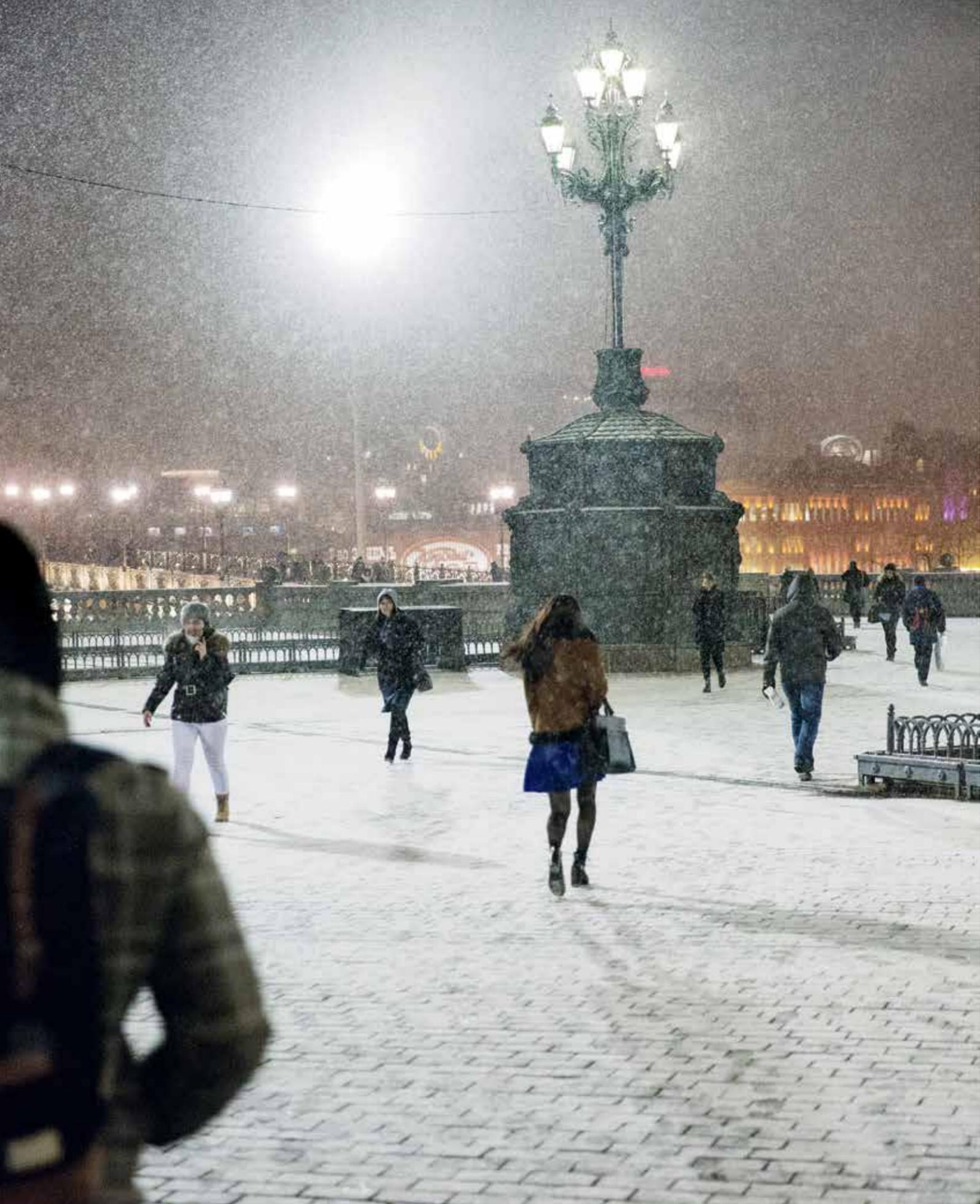


## NICHTS WIE WEG

Russische Programmierer gehören zu den besten der Welt. Doch in ihrer Heimat haben sie keine Zukunft. Woran liegt das?

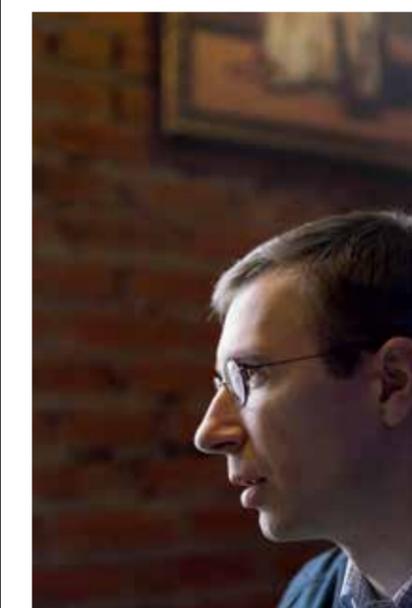
Text / JAN VOLLMER  
Fotos/GULLIVER THEIS



*SIMON DUNLOP hat drei Technikfirmen und eine IT-Fabrik in der Moskauer Innenstadt aufgebaut.*



*Obwohl KATYA BAZILEVSKAYAS Digital-Verlag in Russland mit gutem Erfolg arbeitet, orientiert sie sich immer mehr nach New York.*



*ALEXANDER BOCH baut 360-Grad-Kameras. Auch sein Unternehmen soll eine amerikanische Marke werden.*

**K**atya Bazilevskaya steigt zwischen dem Hotel Kosmos und dem Denkmal für die Eroberer des Weltalls aus einem Taxi. Die 31-jährige Blondine trägt Nagellack (der etwas abblättert) im Farbton Altrosa und schwarze Platteu-Schuhe, auf denen sie gut eins zweiundachtzig misst.

Hier, am Ende der Kosmonauten-Allee, erstreckt sich das ehemalige, noch vom Sowjetdiktator Josef Stalin (1878–1953) eröffnete Ausstellungsgelände WDNCh, eine Abkürzung für „Exposition der Errungenschaften der Volkswirtschaft“: allenthalben Pracht- und Säulenbauten im Stile eines absonderlichen sozialistisch-aristokratischen Realismus, frühere Repräsentanzen der Bruderstaaten, der Gewerkschaften, der Kaninchenzüchter. Jede Menge stalinistisches Zeug – heute Karussells, Schaustellerei, Kultur-, Sportveranstaltungen, das ganze Programm und eine Sehenswürdigkeit für Touristen.

In den 90er-Jahren hatte die Stadt die Gebäude vermietet; die pompösen Pavillons dienten nun als Verkaufsstellen für Mikrowellen, Röhrenfernseher, Zauberwürfel. Gegenwärtig lässt man das Gelände für 1,25 Milliarden Euro instandsetzen und neu herrichten. Bald ist alles wie gelackt.

Katya ist IT-Unternehmerin, genauer: Digital-Verlegerin. Vor zehn Jahren hat sie mit zwei Freunden die *Lifestyle*-Seite Lookatme.ru gegründet und ihr später vier weitere, inzwischen gut laufende *Online*-Magazine hinzugefügt. Jetzt heißt die Firma „Look at Media“. Die Rechnerprogramme: alle selbst geschrieben. Von den rund 50 Mittzwanzigern, die sie beschäftigt, arbeitet jeder Dritte als Programmierer.

Katya steht vor einem Juri-Gagarin-Relief in der kalten, klaren Luft des Moskauer Morgens. Beim Atmen stößt sie kleine Dampfwolken aus. Gulliver Theis schießt ein paar Fotos.

2015 war ein schlechtes Jahr für die russische Wirtschaft: Das Bruttoinlandsprodukt zog sich um 3,8 Prozent zusammen, die Industrieproduktion



ließ um 3,3 Prozent nach, die Inflation kletterte auf 12,7 Prozent. Russlands Wirtschaft ist so abhängig vom Öl, dass die Verfallskurven des Ölpreises und des Rubels fast parallel verlaufen. Die eine eiert der anderen Kurve hinterher.

Nun, die Menschen kommen zurecht, so wie die fliegenden Händler und Fressbudenbesitzer im WDNCh-Park zurechtkommen zwischen den Artefakten des alten Imperiums.

Junge Leute wie Katya sind für Russland unverzichtbar, um den Wandel zu einer modernen, vielfältigen Wirtschaft zu bewerkstelligen: IT-Unternehmertum statt Gerade-so-Zurechtkommen. Doch es gibt viel zu wenige von ihnen.

Unter den Russen und Ukrainern, die in den 90er-Jahren ausgewandert sind, waren auch die späteren Gründer von Whatsapp und Paypal und frühe Investoren von Facebook, Twitter und Spotify. Auch Google-Gründer Sergey Brin ist gebürtig aus Moskau, allerdings schon 1979 mit seiner Familie ausgewandert.

In diesen Monaten verabschiedet sich die zweite Welle der russischen Unternehmertalente: Sie gehen nach New York, nach Berlin, nach London. Erst gestern ist Katya von einem Trip aus New York zurückgekehrt. Es ist nicht so, dass Russland der Digital-



Wirtschaft keine Bedeutung beimessen würde: Regierungschef Dmitrij Medwedew, ein Mann, der sehr an Technik interessiert ist, hat sich einst von Steve Jobs persönlich das „Iphone 4“ vorführen lassen.

Im Südwesten Moskaus plant und baut man seit 2009 am Forschungs- und Unternehmenszentrum Skolkowo, einer Innovationsstadt auf einer Fläche von vier Quadratkilometern, vermarktet als eine Art russisches Silicon Valley. 2020 soll alles fertig sein. Aber nur vielleicht. Skolkowo ist ein weiterer Beleg dafür, dass Präsident Putin und sein Premier Medwedew von Renommierprojekten mehr halten als von Strukturreformen.

Aber man hört auch von Razzi- en, von Geldmangel. Noch 2014 hatte Putin gemeldet, dass das Internet



Katya (l.), Vasily (M.) und Alexej (r.) haben eines ihrer ersten Magazine „The Village“ genannt. Sie wollten damit Moskau lebenswerter machen.



ein „CIA-Spezialprojekt“ sei. Und der Ukraine-Feldzug und die darauffolgenden Wirtschaftssanktionen haben viele Investoren aus dem Land getrieben. Doch ohne Geldgeber keine Gründungen. „Silikonovaya dolina“ hin oder her.

Vom WDNCh nimmt mich Katya in einem Taxi mit zum Büro von Look at Media. In einem verglasten Konferenzraum sitzen ihre Mitgründer Vasily (32) und Alexej (32). Das Gespräch mit den dreien fühlt sich an wie ein Interview mit einer erfolgreichen, aber

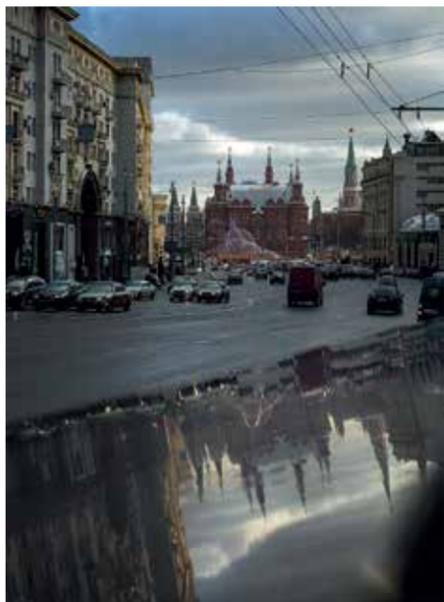


sehr angenehmen Blues-Band. Katya kommt aus einer Akademiker-Familie, streng sowjetisch; Vasily und Alexej haben zusammen mit der Enkelin von Michail Gorbatschow am MGIMO studiert, der Moskauer Diplomatenhochschule.

Vasily hatte den Studienplatz bei einer Fernsehshow gewonnen, Alexej bei einem Journalisten-Wettbewerb. „Im MGIMO geht's um Beziehungen, nicht um Bildung“, sagt Alexej. Beide haben ihr Studium abgebrochen. Enttäuschte, junge *Intelligenzija*.

„Als wir mit unserem ersten Magazin anfangen, gab es nicht wirklich eine Stadt“, erzählt Katya. „Wir haben nur in unseren Wohnungen, Autos und Büros gelebt, aber es gab keinen Raum dazwischen. Alles dazwischen war unangenehm, war Russland, man wollte da nur schnell durch.“ Während sie erzählt, hält sie schützend die Hände über den Kopf, als rede sie von einem Schneesturm.

„Mit unserem *Online*-Magazin wollten wir junge Unternehmer in der Stadt verbinden und inspirieren. Einen Ort für uns schaffen. Deswegen heißt es ‚The Village‘. Wir haben uns das so vorgestellt: Jemand macht ein gutes Café auf, ein anderer einen *coolen*



Fahrradladen, irgendwer kümmert sich dann darum, dass Fahrradwege entstehen... aber dann ist Russland passiert.“

Nach der Parlamentswahl 2011, die – laut OSZE – von zahlreichen Unregelmäßigkeiten und Manipulationen geprägt gewesen war, hatten Sicherheitskräfte 2012 die Proteste auf dem Bolotnaja-Platz brutal niedergeschlagen, wo Zehntausende gegen Wahlbetrug und Putins Rückkehr in den Kreml demonstriert hatten. Für viele junge Russen steht „Bolotnaja“ für jenen Moment, an dem sie die Hoffnung auf Wandel begraben haben.

Seither geht man auch mit der Digital-Szene nicht zimperlich um: Es wurden Gesetze gegen *Blogger* erlassen. Pawel Durow, der Gründer von V-Kontakte, dem russischen Facebook-Pendant mit über 250 Millionen registrierten Nutzern, wurde ins Exil gedrängt.

Katya und ihre Mitstreiter haben die Hoffnung, Moskau verändern zu können, nicht aufgegeben. Doch auch sie versuchen seit einigen Jahren, sich in den USA festzusetzen.

Ihr erstes Netz-Magazin, „Hopes & Fears“, und Native Grid, ein Lieferant von Verwaltungsanwendungen für Internetseiten, sind in Amerika schon gestartet. Vasily lebt mittlerweile in New York; Katya pendelt seit 2015



zwischen Moskau und New York, Alexej beginnt in diesem Jahr damit.

Zwei Direktflüge gibt es täglich von New York nach Moskau. Manchmal begegnen sich die russischen Gründer auf den Flughäfen, zwischen alter und neuer Heimat. Wenn man die Entwicklungs- und Programmier-Teams noch in Moskau lässt, ist NYC ein guter Startpunkt: Die Gründerszene dort

ist bunt und lebendig, und die Zeitverschiebung beträgt nur acht Stunden. Nach San Franzisko wären es schon elf.

Auch Alex Boch sitzt regelmäßig in diesen Aeroflot-Maschinen zwischen New York/JFK und Moskau/Scheremetjewo. Boch ist 37, und seine Zeit ist knapp bemessen. Wenn man ihn treffen will, dann am besten vor einem *Meeting*, denn das hat er im Stadtzen-



trum. Zügig geht der Mann an der Christi-Erlöser-Kathedrale vorbei, der „Pussy Riot“-Kirche, überquert eine sonnig-kalte Fußgängerbrücke über die Moskwa und marschiert Richtung Digitaler Oktober, zum Gründerzentrum in der alten Moskauer Schokoladenfabrik Roter Oktober.

In seiner linken Hand trägt er einen Koffer mit einem *Virtual Reality Headset*. Es sieht aus wie eine Taucherbrille mit Bildschirm. In seiner rechten Hand hält er seine eigene Erfindung: Eine Kamera mit drei Linsen, die 360-Grad-Filme aufnehmen kann, und die braucht man für die „virtuelle Realität“. „Panorics“ hat er seine Firma genannt: „Facebook hat zwei Milliarden Dollar in die Technik investiert, Disney 65 Millionen. Youtube kann 360-Grad-Filme verarbeiten. Alle großen sind dabei, es kommt auf dem Massenmarkt an. Und wir produzieren bisher die beste Kamera für 360-Grad-Filme.“

Aufgewachsen im Stadtteil Troizk, hatte Alexander Boch 1993, damals 15 Jahre alt, einen Getränke-Lieferser-



Die scheinbare Wirklichkeit wird die Unterhaltungsindustrie verändern: Mit Bochs 360-Grad-Kameras kann man die Filme für den neuen Markt drehen. Aber aus Russland, sagt er, könne man keine Technik verkaufen.

vice aufgebaut. Gemeinsam mit einem Fahrer kaufte er nach der Schule bei einem Großmarkt „Cola“, „Pepsi“, „Fanta“ und „Sprite“, verstaute alles im Kofferraum eines alten „Ladas“ und schrubhte auf den vereisten Pisten zwischen Troizk und dem Vorort Stupino hin und her.

Nach der Uni arbeitete er bei den örtlichen Zweigstellen internationaler Banken und begegnete auf einer Konferenz Oliver Samwer, den Gründer von Rocket Internet in Berlin. Seither macht es Boch dem Deutschen nach und gründet Firmen: ein russisches E-Darling, eine Kopie von Zalando, eine eigene Modevermarktungs-Seite, schließlich Panorics für die Kameras.

„Willst du die 360-Grad-Brille mal ausprobieren?“, fragt er. Ich setze die Brille auf. Man kann damit tatsächlich in eine scheinbare Wirklichkeit eintauchen: Wenn man den Kopf nach links wendet, schwenkt auch die Perspektive im Film nach links, dann erscheint



der Schriftzug „Golden Girls“. Ich sehe mich um und bin in einem plüschigen, dämmrigen Hinterzimmer, vier halb nackte Frauen tanzen. Die Brille funktioniert erschreckend gut.

„Für die Entertainment-Industrie ist das ein *Game Changer*“, sagt Boch. Bis 2020 will er 30 Millionen Geräte verkauft haben. Neben dem Betrieb, die die Kameras herstellt, hat er gleich noch eine 360-Grad-Film-Produktion gegründet. Alles, was Boch jetzt noch braucht, ist ein neuer Geldgeber...

...aber in Russland finden sich praktisch keine Investoren, weil es kaum eine Möglichkeit gibt, eine Beteiligung wieder zu verkaufen, und auch keine Internetfirmen, die Neugründungen übernehmen. Europäische und amerikanische Investoren und IT-Unternehmen zeigen auch kein Interesse. Kein *Exit*, kein Investment.

Klar, es gibt schon Geld in Moskau, das arbeiten will, aber ein Anleger, der nur für seinen Kumpel, den Stahl-Oligarchen, ein paar Millionen verwaltet, so einer ist für Boch uninteressant. Für IT-Firmen braucht man *Smart Money*, Geld von Leuten, die aus der IT-Industrie kommen und das Geschäft verstehen.



Falls Panorics eines Tages erfolgreich sein sollte, dann bestimmt nicht in Russland. Boch gibt es nicht gern zu, aber eigentlich arbeiten sowieso nur noch seine Programmierer und Ingenieure in der Stadt: Denn die sind hier billiger. Sein Haus, seine Frau, sein Hund: längst in New York.

Alle *Startupper* träumen von der Eroberung des US-Marktes. Ob dabei eher der Wunsch nach Ausdehnung oder Migration die größere Rolle spielt, lässt sich freilich nicht immer sagen.

Von Boch im Digitalen Oktober ist es ein Sprung zum DI Telegraph, wo die russischen Kommunikationsunternehmen einst ihren Sitz hatten. Während sich auf Moskaus glamouröser Twerskaja-Straße schwarze Limousinen an schwarze Geländewagen drängen, empfängt mich im vierten Stock, unter rauem Beton von 1927, der Londoner Simon Dunlop (48): sportlicher Typ, kurze graue Haare, dünner, ausgewaschener Fließpullover, breites Lächeln.

Der Dunlop hat aus dem vierten Stock des DI Telegraph einen *Coworking Space* gemacht, eine IT-Kirche mit durchgehenden Fenstern und sieben Meter hohen Decken. Im vorderen Bereich ist eine Bühne für Veranstaltungen



aufgebaut. Hinter der ersten Glaswand sitzen rund 20 verschiedene Firmengründer an Schreibtischen, hinter der zweiten befinden sich die Büros seiner Unternehmung DI. Das steht für Dream Industries, das u.a.

einen Musik- und einen Bücher-*Streaming*-Dienst anbietet.

„Jeder, der hier neu ist, muss erst mal zwei Tage in der Küche arbeiten“, sagt Dunlop lachend. „So lernt man die Leute kennen. Ist auch gut gegen



*Simon Dunlops IT-Fabrik profitiert von dem Potenzial der russischen Programmierer. Aber die Zukunft, sagt Dunlop, liegt woanders. Nicht in Russland.*

zu große Egos.“ In der Kantine stellen sich zwei 20-jährige Kolleginnen Dunlops mit ihren Kaffeetassen scherzend zu uns, als wären sie Freundinnen von ihm.

Ich frage ihn, ob er in Moskau bleiben wolle. „Schau’ dich um“, sagt er: „140 Leute arbeiten hier im Telegraph. 120 kommen für das *Coworking* rein. 4.000 bis 5.000 Leute kommen zu den *Events*. Das Durchschnittsalter ist 24 oder 25. Alles supertalentierte, hoch motivierte Leute, und sie lieben diesen Ort. Das ist ein riesiger Vorteil!“

Dunlop ist ein Geschäftsmann der Sorte „Abenteurer“. Er kam 1993 nach Moskau und heuerte bei der Niederlassung des amerikanischen Tabakmultis Philip Morris an.



Der Sibirier und Volkstribun Boris Jelzin (1931–2007), Russlands erster demokratisch gewählter Präsident, hatte der russisch-orthodoxen Kirche damals die Einfuhr von Alkoholika und Zigaretten genehmigt. Dunlop verhandelte in jenen Jahren mit „Vater Wladimir“, einem Kirchenmann, der mit einem Mercedes und einem großen Motorola-Telefon herumfuhr und die Dame am Empfang von Philip Morris segnete. Als sich nach der Rubel-Krise ab 1997 die

Regale der Supermärkte leerten, begann Dunlop mit einem Partner einen *Snack* zu produzieren: geröstetes Brot in den Geschmacksrichtungen roter Kaviar, schwarzer Kaviar, Meerrettich, Schaschlik. Dunlops Häppchen wurden ein Verkaufsschlager. Nach ein paar Jahren veräußerte er den Betrieb, um etwas anderes zu machen.

Dunlop hat gelernt, mit den Gepflogenheiten der russischen Geschäftswelt zu leben: mit der Bürokratie, dem Beamten-Filz – dem System, das Katya und ihre Mitgründer so verabscheuen.

Aber in der Welt der Digital-Wirtschaft bedeutet das nicht viel. „Man kann kein Geschäft aufbauen, das nur hier ist, es gibt größere Märkte. Man kann hier kein Geld aufreiben, weil die Investoren woanders sind. Man kann hier kein Geschäft verkaufen, weil die Käufer woanders sind“, sagt er. Mit seinen *Streaming*-Diensten versucht Dunlop, im Ausland Fuß zu fassen. Seit Januar operiert seine Werbetechnik-Firma Instreamatic in New York, nur die Entwicklung bleibt hier.

Dunlop wirft einen Blick durch die Glastür, zu den *Startuppern*. „Wenn ich 22 wäre und eine gute Idee hätte... ich würde lieber in einer Stadt wohnen wollen, die schon in der Zukunft angekommen ist.“