

„Dann hast du zwei Möglichkeiten: Venture Capital und aufblasen oder verkaufen.“

In den 90er Jahren war Berlin eine kreative Werbewüste in Deutschland – Hamburg, München oder Frankfurt lagen weit vorn. Heiko Haenler gehört als Mitbegründer der Brücke Ende der 80er Jahre zu denen, die das geändert haben. Dann waren da noch eine Unternehmensgründung für Cloud-Computing, eine eigene Streamingplattform und, und, und ...

Springen wir mitten rein: Vom abgebrochenen Studium zum Haus im teuren Ortsteil Berlin-Wannsee, oder wie ging es mit der Selbstständigkeit los?

Mit geschwänzten Vorlesungen. Ich saß nachmittags im Fitnessstudio in der Sauna und der Chef kam rein und sagte: „Scheiße, vorn an der Bar ist der Typ ausgefallen, kannst du einspringen?“ Und ab diesem Tag, das muss 1986 gewesen sein, stand ich im ersten Aerobic-Studio Berlins, bei Sydney Rome, hinter der Bar. Ich habe den Laden geschmissen, und die haben mich alle geliebt. Da waren Zuhälter, Prostituierte, Zahnarztgattinnen, aber auch Schauspieler, Richter und Unternehmer. Aerobic war angesagt, Fitnessstudios gab es noch nicht so richtig. Das waren die ersten.

Darüber bist du dann ins Tech-Umfeld gerutscht?

Genau. Da war ein junger Typ, der hatte seine Firma an Bertelsmann verkauft, und weil er Connections in die USA hatte, hat er angefangen, mit dem Geld innovative Firmen zu gründen und visionäre Technologie zu entwickeln: Computeranimation, Textverarbeitung mit grafischer Benutzeroberfläche und so weiter. Irgendwann, vollgeschwitzt nach einer Aerobic-Stunde, fragte er mich, ob ich seine Hochzeit ausrichten kann, weil ich das mit der Bar so gut schmeiße. Habe ich gemacht, fand er gut. Dann: „Was machst du eigentlich?“ – „Ich studiere Medienwissenschaften.“ – „Komm doch mal vorbei mit deinem Seminar.“ Und dann habe ich dafür einen Schein bekommen, dass ich mit dem Seminar bei ihm bei der Computeranimation war. Danach sagte er: „Hast du Bock, bei mir zu arbeiten?“ Das war es.

Da warst du noch nicht selbstständig?

Nein, das kam etwas später, als ich sehr früh eine Kommunikationsagentur gegründet habe. Paulus Neef hat da auch gearbeitet und hat sich aus unseren Räumen heraus selbstständig gemacht. Daraus wurde später Pixelpark, ein Star der New Economy.

Dann kam schon die legendäre „Die Brücke“?

Genau! Da haben wir ohne Helm und ohne Gurt Tag und Nacht gearbeitet. Wir – das waren vor allem Gerold Denker, Heiko Mehnert und ich – haben uns inszeniert und gefeiert, uns verbrannt und komplett überschätzt – aber von außen fand man uns irgendwie cool und anders. Plötzlich hatten wir Kunden wie Philip Morris, Reemtsma, Apollinaris, Alfa Romeo, Metaxa oder Smirnoff. Es gab teure Shootings, Models aus New York und vieles mehr.

Und dann ging die Brücke in die Brüche?

Ja, wir haben uns leider 1996 völlig zerhackt und böse gestritten. Gerold Denker und ich haben dann neu gegründet und sind in den Räumen der Brücke geblieben: Ku'damm, Ecke Fasanenstraße. Herrliche Räume. Wir betreuten Spreequell, Gutfried, Symrise ... Uns ging es gut.

Bis 2002. Dann kam eine sehr harte Zäsur ...

Ja, ein Schicksalsschlag. Ich habe gearbeitet, ich habe eine wunderbare Frau geheiratet, wir haben zwei Kinder bekommen, und dann bekam sie die Diagnose Brustkrebs. Da war meine jüngste Tochter gerade ein halbes Jahr alt, die andere drei. Ich weiß bis heute nicht, wie das ging: Ich habe mich wirklich zerrissen. Meine Frau hatte Chemotherapie, die psychischen Belastungen, die Kinder waren irre klein. Eines Tages war klar, dass sie das nicht überleben würde, und ich musste sehr kurzfristig für Ordnung, für eine Lösung sorgen, und wir sind dann mit Melle Pufe in einer AG fusioniert. Wir haben Michael Schirner als Aufsichtsrat geholt und auch noch Hans Joachim Berndt – besser bekannt als „Bulle Berndt“ vom Filmhaus. Wir hatten Berlin und Stuttgart als Standorte. Ich weiß nicht mehr genau: 80, 90 Leute – so in der Größenordnung. Und dann bin ich raus.

Und deine Frau?

Diana ist im Sommer 2002 gestorben. Ich stand ohne Lust auf Werbung da und habe mich um die Kinder gekümmert. Dann passierte das, was ich schon als Wunder bezeichnen möchte: Meine heutige Frau Karen und ich waren damals Nachbarn und haben uns verliebt. Sie hatte bereits drei Mädchen, ich zwei Mädchen, und später kam noch eine gemeinsame Tochter dazu. Entstanden ist eine große und unglaublich tolle Familie mit Schwiegersöhnen und bald sechs Enkeln, kein klassisches Patchwork. Das war richtig bullerbümäßig und großartig und ist für mich bis heute enorm wichtig. Da war ich gerade mal 39 oder 40 Jahre alt, und mit diesem familiären Fundament unter den Füßen begann der zweite Part.

Dieser zweite Part war dann das, was man heute Cloud-Computing nennt?

Stimmt. Mein ältester Freund Matze – Dr. Matthias Reyer, Studium der Luft- und Raumfahrttechnik, promoviert an der TU – rief an und sagte: „Wir haben am Institut Rechner, auf die man von außen zugreifen und deren Rechenleistung man nutzen kann. Das ist technisch komplex und du verstehst das nicht, aber wir könnten daraus eine Firma machen.“ Kurz darauf haben wir CPU 24-7 gegründet. Wir waren erfolgreich, haben gutes Geld verdient, sind gewachsen. Und trotzdem war klar: Da passiert etwas. Google kommt, Amazon ist da, Microsoft baut Infrastruktur. Dann hast du zwei Möglichkeiten: Venture Capital und aufblasen – oder verkaufen. Wir haben verkauft.

Parallel hast du auch noch Immobilienprojekte und ad modum gegründet und entwickelt, eine Kommunikationsholding mit einem Schwerpunkt im Bereich Messeauftritte ...

Das war aber noch nicht der letzte Teil. Mit ad modum haben wir ab 2006 sehr viel für Samsung gearbeitet – fast ausschließlich Samsung –, sehr erfolgreich. Aber irgendwann konnte und wollte ich nicht mehr. Mir war plötzlich alles zu trivial. Ich war durch und

raus. Und dann kam die beste Idee, die ich je hatte: Ich habe eine Streamingplattform für Dokumentationen gegründet: FEATVRE. Die beste Idee, die ich je hatte: Netflix für Dokus. Dazu war ein Cross-Marketing ohne Ende möglich mit Büchern, Reisen und anderen Kooperationen.

Aber die beste Idee hat am Ende nicht funktioniert. Warum?

Weil niemand zahlen wollte, und dabei waren wir wirklich günstig: Zwei Euro im Monat oder 20 Euro im Jahr. Unsere Investoren wollten zu früh, dass wir Geld verdienen, und wir haben nicht widersprochen. Das war ein Riesenfehler. Wir konnten es nicht mehr auffangen. User weg, Zug abgefahren. Dann habe ich das abgewickelt.

Wer viel macht, braucht viel Antrieb. Was ist deiner?

Mich treibt weder Status noch dieses „Ich muss jetzt Business machen“. Ich mache Sachen, weil ich Lust drauf habe und weil sie mich reizen. Und weil ich immer wieder in Situationen gerate, in denen etwas passiert und ich denke: Da ist eine Möglichkeit. Dann mache ich das. Scheitern inklusive. Punkt. Nicht als Attitüde, sondern so bin ich einfach. Was ich aber wirklich hasse, ist dieses romantisierte Gerede übers Scheitern. Das ist das Letzte, was man will. Scheitern ist das absolut Beschissenste. Das ist keine schöne Geschichte. In dieser Start-up-Szene stellen sich Leute hin und tun so, als wäre Scheitern ein Wellnessprogramm oder ein Selbsterkennungs-Trip. Ist es nicht.

Und warum wird die Zukunft gut?

Was mich dagegen immer getragen hat, war Optimismus – vielleicht ja sogar pathologisch. Selbst in den schwärzesten Momenten ... Ich sehe immer irgendwas Positives, sehe immer einen Weg, der daraus entsteht. Und ich sehe immer eine Möglichkeit, die sich ergibt. Das ist meine Sicht auf das Geschäftsleben: einfach machen, mit Freude gestalten, fest dran glauben – und dabei realistisch genug sein, dass die Kasse nicht leer läuft.

Heiko Haenler, als „später Babyboomer“ 1965 geboren, brach sein Studium der Medienwissenschaften an der TU Berlin im letzten Semester ab und arbeitete zunächst im Umfeld von Computeranimation und grafischen Benutzeroberflächen. In den späten 1980er-Jahren gründete er in Berlin gemeinsam mit Partnern die Agentur „Die Brücke“, die sich mit einem eigenständigen Stil in der damals noch wenig entwickelten Berliner Werbelandschaft positionierte. Zu den Kunden zählten unter anderem Philip Morris, Reemtsma, Apollinaris und Alfa Romeo. Nach internen Differenzen entstand aus der Trennung eine weitere sehr erfolgreiche Agentur: „Haenler & Denker“. Nach einer Auszeit aus privaten Gründen engagierte er sich unternehmerisch in unterschiedlichen Feldern: Gemeinsam mit einem promovierten Luft- und Raumfahrt-Ingenieur gründete er die Firma „CPU 24/7“, die frühe Cloud-Computing- und Rechenzentrumsleistungen anbot. Das Unternehmen wurde 2017 verkauft und parallel investierte er in Immobilienprojekte in Berlin und gründete weitere Unternehmen, darunter die Streaming-Plattform „FEATVRE“ mit dem Fokus auf Dokumentarfilmen sowie die Kommunikationsholding „ad modum“. Heute engagiert er sich in dem KI- und Robotics-Unternehmen EVOLVE ROBOTICS in Boston/San Francisco im Bereich Embodied Intelligence und Robotics.

Marc Dannenbaum

Text | Content | Redaktion

Worte. Nichts als Worte – aber die richtigen

Telefon: +49 1703288612 | Mail: marc@rawandreel.de

LinkedIn: www.linkedin.com/in/marcdannenbaum

Web: dannenbaum.net

Andreas Riedel

Fotografie | Videografie

Storytelling | Portrait | People | Corporate

Telefon: +49 15253976948 | Mail: andreas@rawandreel.de

LinkedIn: www.linkedin.com/in/andreas-riedel-0b9480236

Web: andreasriedel.com