



Hamburgisches
WeltWirtschafts
Institut

Gründungsgeschehen und -förderung in Hamburg

Elisabeth Bublitz
Leon Leschus
Isabel Süner

Gutachten im Auftrag von:

Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation der Freien und Hansestadt Hamburg, Bürgerschaftsgemeinschaft Hamburg, Creditreform, Hamburger Sparkasse, Handelskammer Hamburg, HanseMercur Versicherungsgruppe, Hamburgische Investitions- und Förderbank, Hamburg Marketing, KPMG.

Wir danken der Handelskammer Hamburg für die logistische und personelle Unterstützung bei der Durchführung der Unternehmensbefragung und Creditreform für die Bereitstellung der Adressdaten.

Hamburg, im September 2016
Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut gGmbH (HWWI)
Baumwall 7
20459 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 34 05 76 - 115 | Fax: +49 (0) 40 34 05 76 - 150
info@hwwi.org | www.hwwi.org

Hinweise

Die Autoren danken Mirko Kruse, Jens Möller, Dörte Nitt-Drießelmann, Pascal Schiffer und Friso Schlitte für ihre exzellente Unterstützung bei der Erstellung der Studie.

Unser besonderer Dank gilt außerdem allen Personen, die uns im Rahmen von Interviews und Hintergrundgesprächen wertvolle Informationen für diese Studie zur Verfügung gestellt haben.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse der Untersuchung und die daraus gezogenen Schlussfolgerungen nicht notwendigerweise vollumfänglich der Auffassung aller Projektpartner entsprechen.

Geschlechtergerechter Sprachgebrauch

Im Text werden vollständige Paarformen ausgesprochen, also die weibliche und männliche Form.

In einzelnen Fällen – wenn z.B. nicht ausreichend Textfeld für eine sprachlich sowohl männliche als auch weibliche Formulierung zur Verfügung steht oder wenn eine bessere Lesbarkeit erzielt werden soll – wird nur die männliche Schreibweise verwendet. Auch in diesen Fällen sind Frauen mitgemeint.

Inhalt

Executive Summary	5
1 Einleitung	11
2 Stand der Forschung zu Gründungsaktivitäten und -förderung	13
3 Sekundärstatistische Betrachtung – Hamburg im (über-)regionalen Vergleich	15
3.1 Datensatzbeschreibungen	16
3.2 Auswertung	18
3.3 Exkurs – Deutscher Startup Monitor und Hamburg Startup Monitor	27
3.3.1 Hamburg als Gründungsregion in Deutschland	27
3.3.2 Hamburger Startups in der Detailanalyse	28
3.4 Zwischenfazit	30
4 Primärstatistische Betrachtung – Ergebnisse der Unternehmensbefragung in der Region Hamburg	31
4.1 Methodik	31
4.2 Datensatzbeschreibung	32
4.3 Auswertung	35
4.3.1 Gründungsmotivation	35
4.3.2 Nutzung von Angeboten der Gründungsförderung	36
4.3.3 Finanzierung der Gründung und späterer Investitionen	37
4.3.4 Standortvorteile	40
4.3.5 Hemmnisse am Standort	42
4.4 Zwischenfazit	44
5 Bestandsaufnahme der Förderangebote in Hamburg	47
5.1 Klassische Gründungen	47
5.1.1 Allgemeine Angebote	47
5.1.2 Zielgruppenbezogene Angebote	55
5.2 Innovative Gründungen/Gründungen aus Hochschulen	56
5.2.1 Förderangebote und Initiativen der Netzwerkpartner	57
5.2.2 Wissens- und Technologietransferstellen	63
5.2.3 Technologie- und Gründerzentren	68
5.3 Gründernachwuchs - Entrepreneurship Education	74
5.3.1 Aktivitäten an Schulen	75
5.3.2 Aktivitäten an Hochschulen	77
5.3.3 Exkurs: Hasso-Plattner-Institut	80
5.4 Zwischenfazit	82

6	Schlussfolgerungen für die Gründungsförderung in Hamburg	83
6.1	Erkenntnisse aus vorangegangenen Untersuchungsschritten im Überblick	84
6.2	Bündnis der Netzwerkpartner „Hamburg gründet“	87
6.2.1	Handlungsfeld 1: Regionales Gründerökosystem gemeinschaftlich weiterentwickeln	89
6.2.2	Handlungsfeld 2: Chancen der Digitalisierung nutzen	97
6.2.3	Handlungsfeld 3: Hamburg als Startup Hub international profilieren	104
6.2.4	Handlungsfeld 4: Regionale Potenziale in der Startup-Förderung und -Finanzierung heben	112
7	Quellenverzeichnis	122
Anhang		128

Executive Summary

Hamburg bei Gründungsintensitäten trotz Herausforderungen noch vorne dabei

Deutschlandweit lassen sich in den letzten Jahren abnehmende Gründungsintensitäten¹ beobachten. Zwar ist Hamburg hiervon nicht ausgenommen, jedoch konnte die Stadt sich weiterhin einen vorderen Platz sichern. Im Bundesländervergleich mit Daten des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) folgt Hamburg auf Berlin, im Städtevergleich mit Daten des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) liegt nur München vor Hamburg. Im Vergleich zu den ausgewählten Städten fielen die Abnahmen der Gründungsintensitäten in Hamburg über die letzten Jahre hinweg größer aus. Wird als Vergleichsmaßstab der gesamtdeutsche Durchschnitt genutzt, weist Hamburg jedoch einen geringeren Abwärtstrend auf. Das Gründungsniveau sowie seine Entwicklung sind das Resultat regional variierender Faktoren wie unterschiedlicher Industriestrukturen, Arbeitsmarktentwicklungen und Förderprogramme. Diese waren der Gründungsintensität in Hamburg eher zuträglich, wobei jetzt das Ziel sein sollte, den Abwärtstrend längerfristig zu stoppen. Die Herausforderung besteht darin, dass vielfältige Gründe eine Rolle spielen und unbekannt ist, welche Gründungen aufgrund des normalen Wettbewerbs und welche aufgrund nachteiliger Rahmenbedingungen scheitern. Der fortschreitende technologische Wandel wird den Hamburger Netzwerkpartnern künftig abverlangen, innerhalb des regionalen Ökosystems laufend Innovations- und Transformationsprozesse anzustoßen. Damit einher geht die Notwendigkeit einer Individualisierung der Dienstleistungen der Gründungsförderung.

In eigener Befragung dominieren private Gründe Standortwahl, alternative Finanzierungsformen werden eher selten genutzt

Unter 696 befragten Gründerinnen und Gründern in Hamburg, die in Zusammenarbeit mit Creditreform und der Handelskammer Hamburg kontaktiert wurden, können hinsichtlich ihrer Gründungsmotivation mehr Chancen- als Notgründer identifiziert werden. In der Stichprobe nutzen Notgründer, welche sich z.B. aus einer (drohenden) Arbeitslosigkeit heraus selbstständig machen, häufiger Förderangebote als Chancengründer. Weiterhin gilt, dass die Befragten mehrheitlich nur eines der vorhandenen Förderangebote nutzen. Die Mehrheit der Befragten attestiert sich selbst gute Finanzkenntnisse, schreibt aktuell Gewinne und nutzt als Finanzierungsquelle für die Gründung und spätere Investitionen persönliche Beziehungen oder eigene Ersparnisse. Venture Capital (VC) oder Crowdfunding werden selten als Finanzierungsquelle ge-

¹ Die Gründungsintensität beschreibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähigen im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Jahr.

nannt, was darauf hinweist, dass sich nur wenige innovative Chancengründer in der Stichprobe befinden.

Für die Standortwahl sind private Gründe am ehesten ausschlaggebend. Gründe, die für den Standort Hamburg sprechen, sind aus Sicht der Befragten zudem eine gute Erreichbarkeit, ein Netzwerk vor Ort, die Verfügbarkeit von Flächen und die Qualität der vorhandenen Infrastruktur. Geteilte Meinungen herrschen über das Angebot an qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Standort: Ein Teil der Befragten sieht hierin einen Standortvorteil Hamburgs, während ein anderer Teil es als Nachteil einstuft. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass die Fachkräftesuche für Neugründungen nicht nur in Hamburg, sondern deutschlandweit eine Herausforderung darstellt. Als weitere Herausforderungen am Standort Hamburg wurden die Steuerlast und bürokratische Hürden genannt. Regionale Förderangebote und das wissenschaftliche Umfeld wurden von den meisten Befragten weder besonders positiv noch negativ wahrgenommen.

Diese Ergebnisse legen nahe, dass es aus Sicht der Befragten am Standort Hamburg noch Verbesserungspotenzial gibt, was die Ausgestaltung der Rahmenbedingungen für Gründer anbetrifft. Für die Gründungsförderung gilt es bei der Implementierung von Maßnahmen jedoch zu berücksichtigen, wie sich die Grundgesamtheit der Gründungen zusammensetzt und wer mit welchen Angeboten angesprochen werden soll.

Umfassendes Förder- und Netzwerkangebot in Hamburg vorhanden, Übersichtlichkeit noch verbesserungsfähig

Existenzgründerinnen und -gründern steht in Hamburg eine breite und ausdifferenzierte Palette an Fördermaßnahmen und Ansprechpersonen zur Verfügung. Diese umfasst spezifische Angebote in den Bereichen Investition, Innovation und Qualifizierung. Allerdings beklagen Nutzerinnen und Nutzer teilweise die Unübersichtlichkeit und mangelnde innere Vernetzung der Förderinfrastruktur sowie die unzureichende Bekanntmachung einiger Angebote.

Angesichts der besonderen Bedeutung innovativer Gründungen und deren spezifischer Anforderungen an einen Standort werden in Hamburg diverse zielgruppenbezogene Angebote für diese Gruppe vorgehalten. So werden erhebliche Anstrengungen unternommen, um innovative Gründungen in Kooperationen und Netzwerke einzubinden. Wichtige Instrumente hierfür sind die Transferstellen sowie die Technologie- und Gründerzentren, die zum Teil fachlich spezialisiert und in vorhandene Cluster eingebunden sind. Über die Schaffung eines Netzes von Forschungs- und Innovationsparks sollen die Rahmenbedingungen für innovative Gründungen in Hamburg weiter verbessert werden.

Vorbereitende Maßnahmen im Rahmen von Entrepreneurship Education können zur Erhöhung der Gründungsbereitschaft an einem Standort beitragen. In Hamburg

gibt es hierfür an Schulen und Hochschulen bereits verschiedene Initiativen, allerdings besteht in diesem Punkt deutschlandweit noch Nachholbedarf.

Schaffung eines Bündnisses der Hamburger Netzwerkpartner mit vier zentralen Handlungsfeldern

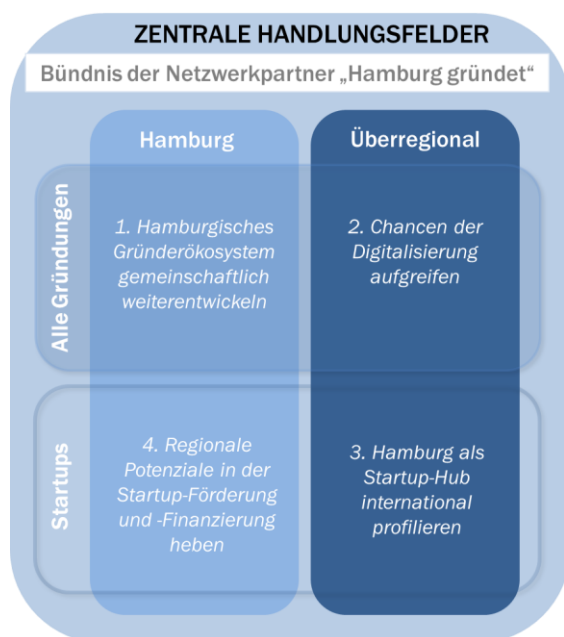
Trotz erheblicher Anstrengungen in der Gründungsförderung erfüllt Hamburg noch nicht alle Voraussetzungen eines gründungsfreundlichen Standorts. Um sich erfolgreich im Standortwettbewerb zu positionieren, bedarf es eines Bündnisses der Netzwerkpartner. Ziel sollte es sein, gemeinschaftlich an der Entwicklung und Umsetzung einer Gesamtstrategie für die Gründungsförderung in Hamburg zu arbeiten.

Bei der Entwicklung dieser Strategie kann ein zentrales Ergebnis der Gründungsforschung genutzt werden: So sollten sogenannte Enabling Policies, die möglichst günstige Voraussetzungen für Gründungen vor dem Markteintritt schaffen, ohne den Wettbewerb zu verzerren, Vorrang haben vor Supporting Policies, die unmittelbar den Markteintritt eines Unternehmens begünstigen. Zudem entfalten Unterstützungsangebote ihre volle Wirkung erst in der langen Frist.

Damit im Einklang stehend, werden vier Handlungsfelder als Eckpfeiler einer Strategie der Bündnispartner vorgeschlagen (s. Abbildung ES-1). Diese richten ihren Fokus auf eine Verbesserung der (ordnungspolitischen) Rahmenbedingungen der Gründungsförderung in Hamburg und sind damit den Enabling Policies zuzurechnen.

Abbildung ES-1

Bündnis der Netzwerkpartner mit vier Handlungsfeldern



Quelle: Eigene Darstellung. Die Felder 1 & 4 legen den Fokus auf Hamburg, die Felder 2 & 3 sind überregional ausgerichtet.

Handlungsfeld 1: Hamburgisches Gründerökosystem gemeinschaftlich weiterentwickeln

In Hamburg sollten Mechanismen für eine engere Zusammenarbeit der Netzwerkpartner entwickelt werden, um die vorhandenen Angebote der Gründungsförderung optimal miteinander zu verknüpfen. Ziel ist es, Komplementaritäten, (fehlende) Schnittstellen und Engpassfaktoren sichtbar zu machen und eine Dokumentation des Beratungsprozesses sicherzustellen. Der entsprechende Prüfauftrag an die beteiligten Akteure erfordert eine kritische Selbstreflexion bezüglich ihrer Rolle innerhalb des Systems.

Inhaltliche Lücken sind im Angebotsportfolio der Hamburger Gründungsförderung kaum zu erkennen. Die Segmentierung der Gründungen in „klassische“ und „innovative“ unterstützt die bereits danach differenzierten Angebote. In einem komplexen Gründerökosystem wie dem Hamburgischen könnte die Schaffung zentraler Knotenpunkte mit „Knowledge Broker“-Funktion vorteilhaft wirken, um die Transparenz der Förderangebote und damit ihre Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen. Denkbar wäre ein arbeitsteiliges Vorgehen, bei dem sich die hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative auf klassische Gründungen konzentriert und die Hamburgische Investitions- und Förderbank ihren Fokus auf innovative Gründungen legt. Übergreifende Aufgaben der Gründungsförderung sollten nach Möglichkeit zentral gebündelt werden (z.B. im Bereich des Marketings). Eine Profilschärfung und stärkere Bekanntmachung erscheint bei Unterstützungsangeboten des Bürokraatiemanagements sinnvoll. Allerdings sollte Deregulierungsanstrengungen ein Vorrang gegenüber Hilfen im Umgang mit Bürokratie eingeräumt werden.

Vor allem innovative Gründerinnen und Gründer mit neuartigen Geschäftsideen stehen häufig vor komplexen Fragestellungen, die nur im Rahmen eines Netzwerks von Spezialisten gelöst werden können. Gründungsberater müssen daher verstärkt als Wegweiser und Türöffner zu geeigneten Kontaktpersonen fungieren. Das sogenannte „Partnering“ als neues Instrument der individualisierten Gründungsförderung korrespondiert mit dem oben dargestellten Modell der zentralen Knotenpunkte. Es soll Gründerinnen und Gründer in die Lage versetzen, Zugang zu einem auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenen Netzwerk zu erhalten. Das Partnering wird gegenüber der klassischen sachbezogenen Beratung an Gewicht gewinnen – ein Trend, auf den sich die Hamburger Akteure frühzeitig einstellen sollten.

Handlungsfeld 2: Chancen der Digitalisierung aufgreifen

Die Digitalisierung kann ein Schlüssel sein, um die Benutzerfreundlichkeit der Gründungsförderung in Hamburg zu erhöhen. Werden Angebote internetfähig gemacht, beinhaltet dies die Chance, sie übersichtlicher zu gestalten, miteinander zu vernetzen und Möglichkeiten für Nutzerfeedbacks oder digitale Schnittstellen einzu-

bauen. Zugleich sollten die Hamburger Netzwerkpartner prüfen, welche Deregulierungspotenziale sich durch die Digitalisierung, z.B. durch die Weiterentwicklung von E-Government-Anwendungen, eröffnen.

Die Digitale Agenda bildet den Rahmen für den Ausbau der digitalen Infrastruktur in Deutschland, den es auf regionaler Ebene umzusetzen bzw. zu flankieren gilt. Der Ausbau des Breitbandnetzes stellt angesichts des schnell wachsenden Volumens digitaler Datenmengen (Big Data) eine zentrale Aufgabe dar. Da gerade Startups häufig in Bereichen gegründet werden, für die eine schnelle und zuverlässige Internetverbindung existenziell ist (z.B. FinTech, Commerce und Digital Media), sollten die entsprechenden Planungen in Hamburg konsequent vorangetrieben werden.

Handlungsfeld 3: Hamburg als Startup-Hub international profilieren

Im Wettbewerb um Talente und Kapital herrscht heute eine internationale Standortkonkurrenz. Venture-Capital-Gesellschaften suchen weltweit nach Startups als Investitionsobjekten; Startup-Gründerinnen und -Gründer mit ihren expansiv ausgerichteten Geschäftsideen vergleichen weiträumig Standortbedingungen. Hamburg sollte mittels einer überregional ausgerichteten Doppelstrategie, die sich gleichermaßen an innovative Gründungen wie an ausländische Investoren richtet, gezielt auf seine standortspezifischen Stärken hinweisen. Geeignete Instrumente sind neben gezielter Medienarbeit z.B. überregional ausgerichtete Konferenzen, Kommunikations-Events in internationalen Metropolen oder Pitches. Als Alleinstellungsmerkmale des Standorts sollte Hamburg seine starken Cluster herausstellen.

Um Hamburg als internationalen Gründungsstandort zu profilieren, erscheint außerdem ein grenzüberschreitender Austausch von Talenten sinnvoll, beispielsweise über Innovationspartnerschaften mit bedeutsamen Startup Hubs. Als nützlich erweisen könnte sich auch die Einrichtung einer speziell auf Startups ausgerichteten Anlaufstelle bzw. Plattform. Viele dieser Maßnahmen dienen gleichzeitig der Akquise internationaler Investoren. Eine erhöhte internationale Sichtbarkeit des Standorts könnte etwa bewirken, dass Hamburg von internationalen Venture-Capital-Managern stärker wahrgenommen wird.

Handlungsfeld 4: Regionale Potenziale in der Startup-Förderung und -Finanzierung heben

Die relevanten Akteure innerhalb des regionalen Ökosystems zusammenzubringen und Kooperationen zu forcieren, kann als zentraler Erfolgsfaktor der Förderung innovativer Gründungen angesehen werden. Gerade auch etablierte Unternehmen mit jungen kreativen Startups zu vernetzen, kann für beide Seiten erfolgversprechend sein – durch Gewinnung von Mentoren und (potenziellen) Investoren auf der einen Seite und durch neue Ideen und Innovationsimpulse auf der anderen Seite.

Um regionale Venture-Capital-Quellen aus der etablierten Hamburger Wirtschaft zu erschließen, müsste mehr Interesse an einem finanziellen Engagement in der Startup-Szene erzeugt werden. Zu den geeigneten Maßnahmen zählen neben Matchmaking-Veranstaltungen auch die Schaffung informeller Begegnungsmöglichkeiten sowie die Integration der Startup-Szene in die gewachsenen Hamburger Cluster. Um auf Seiten der etablierten Wirtschaft Barrieren abzubauen, könnte das Hervorheben von Vorbildern erfolgreicher Kooperationen zwischen bekannten Unternehmen und Startups hilfreich sein.

Es wird vorgeschlagen, in Hamburg ein institutionalisiertes Business-Angel-Netzwerk zu schaffen. Hierdurch würde es potenziellen Investoren und Startups ermöglicht, sich im Rahmen eines strukturierten, professionell gemanagten Prozesses kennenzulernen und auf dieser Basis finanzielle Verbindungen einzugehen. Das Engagement eines solchen Netzwerks könnte mit Partnering-Events und Pitches gekoppelt werden. Auch könnte es sinnvoll sein, ehemalige Gründerinnen und Gründer mittels Alumni-Managements an das regionale Gründungsnetzwerk zu binden. Alumni können nicht nur als Mentoren fungieren, sie sind zugleich potenzielle Business Angels.

Durch Mentoren, Business Angels und Akzeleratoren können die Rahmenbedingungen für Startups am Standort deutlich verbessert und neue Möglichkeiten der Wachstumsfinanzierung eröffnet werden. Die öffentliche Gründungsförderung in Hamburg hat die Möglichkeit, diese – häufig privat getriebenen Aktivitäten – sinnvoll zu koordinieren und infrastrukturell zu unterstützen.

1 Einleitung

Existenzgründungen mit einem hohen Innovationsgrad und überregionalem Wachstumspotenzial können für das langfristige Wachstum einer Volkswirtschaft von zentraler Bedeutung sein. Von daher scheint es volkswirtschaftlich bedenklich, dass sich seit 2010 ein Rückgang der Gründerquoten in Deutschland beobachten lässt. Auch das Gründungsgeschehen in Hamburg folgt diesem bundesweiten Trend (vgl. Kapitel 3).

Offen bleibt jedoch, wie der Standort Hamburg aktuell im Vergleich zu anderen Städten und Regionen dasteht und wie die Entwicklungen der letzten Jahre voneinander abweichen. In diesem Kontext muss geprüft werden, inwiefern bestehende Förderangebote für Gründungen als ausreichend und passend bewertet werden können oder verändert werden müssten. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, praktikable Handlungsempfehlungen für die Hamburgische Existenzgründungsförderung zu formulieren. Folgende Arbeitsschritte wurden durchgeführt (vgl. auch Abbildung 1):

1. Eine datengestützte Bestandsaufnahme und Bewertung des Ist-Zustands der Gründungsaktivitäten in Hamburg (Gründungsintensität und -förderung sowie Gründermerkmale)
2. Vor dem theoretischen und empirischen Hintergrund: Ableitung von Vorschlägen, wie die Rahmenbedingungen für Gründungen verbessert werden könnten

In Kapitel 2 wird kurz der aktuelle Forschungsstand zu Gründungsaktivitäten und Gründungsförderung aus volkswirtschaftlicher Sicht umrissen.

Für ein umfassendes Bild der Gründungsaktivität und -förderung in Hamburg werden sowohl bestehende als auch für diesen Anlass neu erhobene Daten genutzt. Im ersten Schritt werden in Kapitel 3 Daten des Mannheimer Unternehmenspanels (MUP) vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) sowie die Gründungsstatistik des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn ausgewertet. Dabei vergrößern sich die geografischen Untersuchungseinheiten von einer Betrachtung der Gründungsintensitäten der Region Hamburg über einen Städte- zu einem Bundesländervergleich. Für einen besseren Einblick in innovative Startups werden zudem zwei Startup-Monitore vorgestellt.

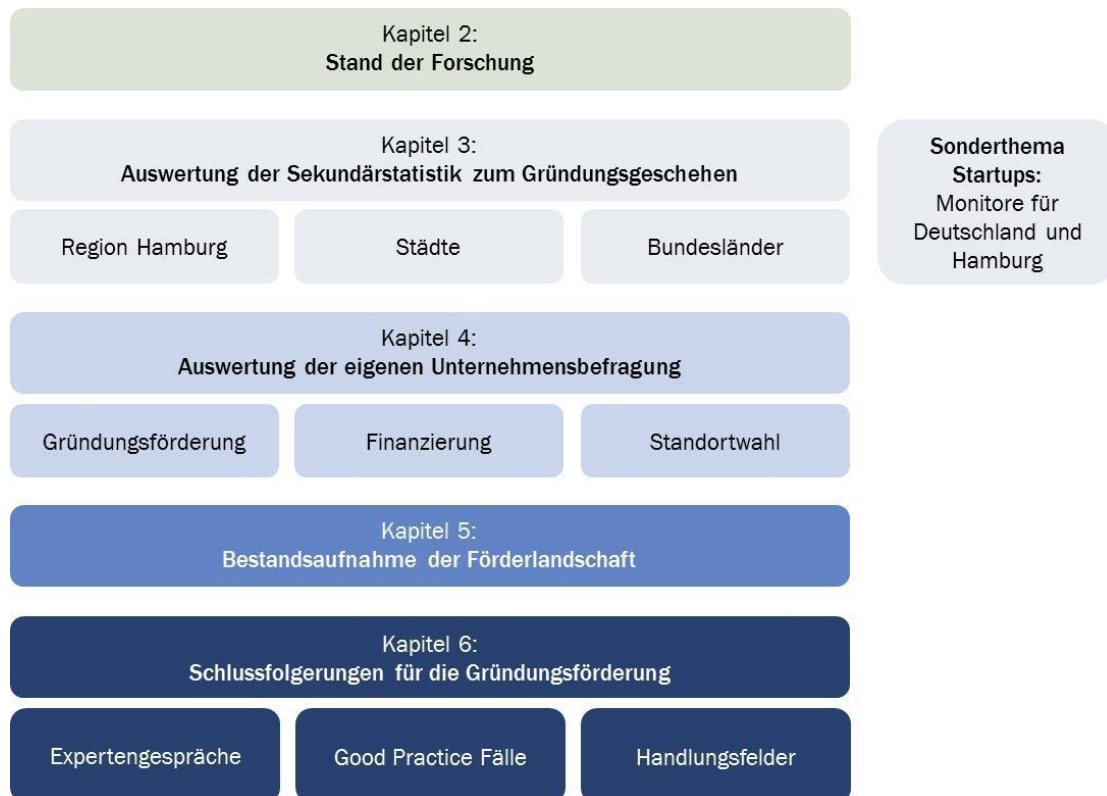
Der nächste Schritt in Kapitel 4 besteht in der Auswertung einer in Kooperation mit der Handelskammer Hamburg und Creditreform durchgeführten eigenen Unternehmensbefragung. Es werden hier insbesondere Ergebnisse zu standortspezifischen Förder- und Finanzierungsfragen sowie zu Standortvorteilen und Hemmnissen vorgestellt.

Nachdem der Ist-Zustand des Gründungsgeschehens präsentiert sowie von Gründerinnen und Gründern in Hamburg eine Einschätzung der Gründungsbedingungen vorgenommen wurde, liefert Kapitel 5 eine detaillierte Bestandsaufnahme der Gründungsförderung. Die bestehenden Angebote werden nach den Zielgruppen klassische, innovative und zukünftige Gründungen unterschieden.

Auf der Basis dieser Daten und zusätzlich geführter Interviews mit Expertinnen und Experten sowie ausgewählten Gründerinnen und Gründern von Startups werden Handlungs- und Prüfvorschläge für die Gründungsförderung in Hamburg erarbeitet und in Kapitel 6 präsentiert.

Abbildung 1

Struktur der Studie



Quelle: Eigene Darstellung.

2 Stand der Forschung zu Gründungsaktivitäten und -förderung

Neugründungen werden von vielen Entscheidungsträgern als ein wohlstandsfördernder Wachstumsfaktor von Volkswirtschaften bewertet. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei innovativen Unternehmen, deren kommerzialisierte Ideen z.B. neue Märkte erschließen oder Arbeitsplätze schaffen sollten. Die Herausforderung besteht jedoch darin, vielversprechende von weniger zukunftssträchtigen Geschäftsideen zu unterscheiden. Aus volkswirtschaftlicher Sicht stellen sich in der Betrachtung von Gründungsaktivitäten die Fragen, inwiefern es (1) ausreichend Gründe für Gründungsförderung gibt und (2) wie die Förderung aussehen müsste.

Zunächst soll kurz beschrieben werden, wie die Auswirkungen von Neugründungen volkswirtschaftlich bewertet werden. In der Entrepreneurship-Forschung hat es in den letzten Jahrzehnten einen Wandel gegeben. Während zunächst von sehr starken positiven Effekten der Gründungen auf ökonomisches Wachstum ausgegangen wurde (z.B. Birch, 1979), ist die Sicht heute viel differenzierter (für einen Überblick vgl. Nightingale und Coad, 2014). Welche Erkenntnisse bessere Daten und anspruchsvollere Analysen liefern konnten, soll an einigen Beispielen verdeutlicht werden. Entgegen früherer Annahmen gilt, dass die Mehrzahl der Neugründungen langfristig keine neuen Arbeitsplätze schafft (z.B. Haltiwanger et al., 2012). Das liegt u.a. daran, dass bestehende Firmen verdrängt werden oder viele Neugründungen früh scheitern (z.B. Fritsch und Noseleit, 2013). Weiterhin muss festgestellt werden, dass es für Neugründungen untypisch ist, Innovationen in den Markt einzuführen (z.B. van Praag und Versloot, 2007). Die Gründe hierfür sind u.a. ein Mangel an Möglichkeiten zur Risikostreuung und an Kapital und Ressourcen im Vergleich zu großen Firmen. Zudem basiert der häufig postulierte positive Effekt von Gründungsaktivitäten auf ökonomisches Wachstum hauptsächlich auf statistischen Korrelationen, die jedoch keine Aussagen über kausale Effekte zulassen. Stattdessen gilt es bspw. zu berücksichtigen, dass Personen sich eher selbstständig machen, wenn ihrem Eindruck nach die Wirtschaft wächst (Beck et al., 2005). Nightingale und Coad (2014) schlussfolgern hieraus, dass es zwei Arten von Neugründungen gibt. Gründungsförderung sei den Autoren nach in leistungsstärkeren Firmen besser investiert als in weniger leistungsstarken. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass sogenannte „pick-the-winner“ Maßnahmen vielversprechende Unternehmen auswählen, die es jedoch am Markt auch aus eigener Kraft schaffen könnten, weshalb keine Förderung nötig wäre und es stattdessen zu Mitnahmeeffekten kommen würde.

Theoretisch gilt, dass bei Vorliegen eines Marktversagens staatliche Interventionen gerechtfertigt sein können. Daher muss geprüft werden, ob und welche Form des Marktversagens besteht sowie ob und wie dieses effizient gelöst werden könnte. Acs et

al. (2016) beschäftigen sich mit der Frage, welche Maßnahmen die Anzahl aller Neugründungen erhöhen können. Dabei gilt, dass die Autoren des Artikels zu unterschiedlichen Schlüssen kommen, was das Vorliegen der Voraussetzungen für Interventionen betrifft. Auf der einen Seite wird aufbauend auf einer Angebots- und Nachfrageanalyse Routine-Entrepreneurship (weniger qualifizierte Gründerinnen und Gründer) mit Schumpeter-Entrepreneurship (besser qualifizierte Gründerinnen und Gründer) kontrastiert, wobei die Maßnahmen zwischen diesen Typen stark variieren. Zusammenfassend wird festgestellt, dass aufgrund bisher nicht existierender (d.h. stattdessen neu entstehender) Märkte im Fall von Schumpeter-Entrepreneurship Gründungsförderung benötigt wird. Andererseits wird aufgezeigt, wie wenige Belege es dafür gibt, dass zum einen Neugründungen aus persönlicher und gesamtwirtschaftlicher Sicht bessere Beschäftigungsalternativen darstellen und zum anderen bisherige Maßnahmen mögliches Marktversagen ausgleichen könnten. Übereinstimmend kommen alle Autoren zu dem Schluss, dass bisherige Politikmaßnahmen, die direkt bei den Gründerinnen und Gründern ansetzen (sogenannte Supporting Policies, s. unten) wenig dazu beitragen, Marktversagen zu reduzieren oder zu lösen. Stattdessen wird aus der Datenlage geschlossen, dass diese Maßnahmen Steuern verschwenden, Personen mit bereits vorhandenen Gründungsplänen motivieren (Mitnahmeeffekte) und hauptsächlich Solo-Unternehmen ohne Wachstumsorientierung und Innovationscharakter fördern. Aus Sicht der Autoren sind die vielversprechendsten Maßnahmen zur Gründungsförderung jene, die grundsätzlich das Gründen von Unternehmen erleichtern (sogenannten Enabling Policies) und z.B. mögliche individuelle Nachteile des Selbstständigen-Status gegenüber dem Angestellten-Status eliminieren. Diese Maßnahmen sind nicht sofort erkennbar, da sie auf den ersten Blick keinen direkten Bezug zum Schritt in die Selbstständigkeit aufweisen. Dafür würden sie jedoch im Vorfeld Bedingungen schaffen, von denen Gründerinnen und Gründer später direkt profitieren könnten: keine Schlechterstellung in der Krankenversicherung durch Wechsel vom Beschäftigten zum Selbstständigen-Status, mehr Personen in MINT-Berufen und damit mehr Ingenieure mit Gründungsabsichten sowie Arbeitsmarktreformen zur Erhöhung der abhängigen Beschäftigung von Immigranten, d.h. weniger Notgründungen von Migranten. Die Kategorie Notgründungen beschreibt Personen, die aus einer Notsituation heraus den Schritt in die Selbstständigkeit wagen. Im Gegensatz dazu gibt es Chancengründungen, bei denen Personen eine erkannte Chance ausnutzen möchten.

Eine weitere Übersicht möglicher Gründe für Markt- oder Systemversagen und Maßnahmen der Entrepreneurship-Politik findet sich bei Fritsch (2016). Dort wird u.a. auch die herausragende Rolle innovativer Gründungen thematisiert, die vor besonderen Herausforderungen stehen und damit potenziell andere Anforderungen an die Gründungsförderung haben, jedoch nur einen kleinen Teil aller Gründungen ausmachen. Als mögliche Maßnahmen für diese Zielgruppe wird z.B. die Sensibilisierung von Studierenden an Hochschulen für die unternehmerische Selbstständigkeit vorge-

schlagen, da die meisten innovativen Gründerinnen und Gründer einen Hochschulabschluss haben. Weiterhin werden mehrstufig angelegte Businessplan-Wettbewerbe für innovative Gründerinnen und Gründer sowie die Sicherstellung eines gut funktionsfähigen Marktes für Beteiligungskapital kombiniert mit öffentlichen Angeboten für Seed-Kapital genannt. Bei der Auswahl möglicher Maßnahmen wird allgemein darauf verwiesen, dass sogenannte Enabling Policies, die möglichst günstige Voraussetzungen für Gründungen vor dem Markteintritt schaffen, gegenüber Supporting Policies, die den Markteintritt unterstützen, zu bevorzugen sind. Letztere könnten zu Verzerrungen im Prozess der Marktselektion führen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in Bezug auf die Heterogenität von Gründungen unter Forschern Einigkeit herrscht, während das bei den Ableitungen von Handlungsempfehlungen für Entrepreneurship-Politik nicht der Fall ist. In der Übersetzung der Forschungsergebnisse in politikrelevante Empfehlungen lässt sich beobachten, dass die Romantisierung der Auswirkungen von Neugründungen durch Entscheidungsträger zunimmt, sodass in der gesellschaftlichen Wahrnehmung die wachstumsfördernden Aspekte nahezu allen Neugründungen zugeschrieben werden. Zu dieser Entwicklung hat die Wissenschaft ihren Teil beigetragen, indem Forschungsergebnisse zu unterschiedlichen Zeitpunkten voneinander abweichen. Hier ist ein erster notwendiger Schritt, auch das gesellschaftlich wahrgenommene Bild zu aktualisieren. In Bezug auf Gründungsförderung ist jedoch klar, dass von Unterstützungsangeboten, die für alle Gründerinnen und Gründer zugänglich sind, verhältnismäßig wenige leistungsstarke Gründungen profitieren. Insofern scheint eine klare Zielgruppenorientierung bei Maßnahmen angebracht. Zudem erscheint ein horizontaler Ansatz vielversprechend, bei dem über unterschiedliche Bereiche hinweg Kooperationen zur (indirekten) Gründungsförderung verfolgt werden, d.h. dass Gründungsförderung als eine gesellschaftspolitische Aufgabe verstanden wird. Es konnte zudem festgestellt werden, dass Gründungsaktivitäten langfristig sehr konstant sind (z.B. Fritsch und Wyrwich, 2014), weshalb es sich bei Unternehmertum eher um eine dauerhafte Ressource bzw. eine Form von Entrepreneurship-Kapital handelt. Da sich entsprechend auch die Wirkungen von Gründungen auf wirtschaftliche Entwicklung erst langfristig zeigen, sollten auch entsprechende Fördermaßnahmen längerfristig angelegt sein.

3 Sekundärstatistische Betrachtung – Hamburg im (über-)regionalen Vergleich

Um ein möglichst vollständiges Bild liefern zu können, wird das Gründungsgeschehen in Hamburg zunächst mithilfe unterschiedlicher, bereits existierender Datenquellen vorgestellt. Die Analyse startet mit der Betrachtung eines engen geografischen

Raumes, der dann zunehmend vergrößert wird. Zunächst wird geprüft, wie Hamburg im Vergleich zum Umland aufgestellt ist.² Im nächsten Schritt wird aufgezeigt, wie sich die Entwicklung des Gründungsgeschehens in Hamburg im Vergleich mit anderen Metropolen (Berlin, Frankfurt, München, Köln und Stuttgart) darstellt. Dann wird die Gründungstätigkeit in Hamburg im Vergleich zu anderen Bundesländern betrachtet. Abschließend folgt ein Abschnitt zu den Startup-Monitoren für Deutschland und Hamburg, wodurch die Stichprobe auf innovative Neugründungen reduziert wird. Auf Grundlage der Ergebnisvorstellung wird ein Zwischenfazit gezogen.

3.1 Datensatzbeschreibungen

Für die Analyse werden im folgenden Kapitel drei Gründungsstatistiken genutzt, die nachfolgend vorgestellt werden: (1) das Mannheimer Unternehmenspanel, (2) die Gründungsstatistik des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn und (3) zwei Startup-Monitore.

Das (1) Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) beruht auf Daten von Creditreform, die vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) halbjährlich bereitgestellt werden. Die statistische Grundgesamtheit ist durch rechtlich selbstständige Unternehmen gegeben und somit auf originäre Unternehmensgründungen beschränkt. Das Erhebungsdesign des MUPs beruht auf einer Panel-Daten-Struktur und umfasst vier Erhebungswellen (Welle 1: 1999-2002, Welle 2: 2003-2006, Welle 3: 2007-2010 und Welle 4: 2011-2014).

In der vorliegenden Studie werden die Gründungsintensitäten einzelner Branchen für Städte, Regionen sowie für Gesamtdeutschland betrachtet. Dabei gibt die Gründungsintensität die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Jahr an. Die so definierte Kennzahl erlaubt einen Vergleich von Regionen bzw. Branchen mit unterschiedlichen Erwerbsfähigkeitszahlen. Daher wird diese Kennzahl im Folgenden dem Ausweis absoluter Gründerzahlen vorgezogen. Die Gründungsintensität ist eine Kennzahl, die die Dynamik des Gründungsprozesses veranschaulicht. Sie erlaubt hingegen keine Aussagen zur Nachhaltigkeit der gegründeten Unternehmen.

Die Analyseeinheit für die vorliegende Untersuchung ist die Raumordnungsregion (ROR), welche das Beobachtungs- und Analyseraster der Bundesraumordnung gemäß des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) beschreibt. Zur Erstel-

² Berücksichtigt werden dabei die folgenden Kreise: Hamburg, Harburg, Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stade und Stormarn.

lung der ROR werden die Wirtschaftsdaten, die dem HWWI auf Kreisebene vorliegen, aggregiert. Untersucht werden die ZEW-Hauptbranchen (acht Hauptbranchen definiert auf Grundlage der Klassifikation der Wirtschaftszweige WZ 2008)³ sowie als Unterauswahl der High-Tech-Sektor, die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT-Sektor), die wissensintensiven Dienstleistungen, die Kreativwirtschaft sowie der Handel. Mithilfe des MUPs werden eigene Berechnungen durchgeführt (s. Kapitel 3.2).

Die (2) Gründungsstatistik des IfM Bonn nutzt seit 1973 Gewerbeanmeldungen aus dem Datenbestand des Statistischen Bundesamtes, um Auskunft über gewerbeanzeigepflichtige Gründungen, gewerbeanzeigepflichtige Unternehmensaufgaben (Liquidationen) und Insolvenzen zu geben. Seit 2011 können durch eine Datenweitergabe der Finanzverwaltung der Bundesländer zusätzlich Freie Berufe berücksichtigt werden, jedoch werden diese in einer separaten Statistik geführt und deshalb hier nicht dargestellt. Neben Neugründungen - wie im MUP - werden vom IfM Bonn auch Übernahmen erfasst. Eine Zusammenfassung relevanter Ergebnisse aus diesem Datensatz findet sich in Kapitel 3.2.

Bei den (3) Startup-Monitoren werden zwei aktuelle Quellen genutzt, erstens der Deutsche Startup Monitor (DSM), zweitens der Hamburg Startup-Monitor (HSM). Der Deutsche Startup Monitor wird seit 2013 jährlich vom Bundesverband Deutsche Startups e.V. sowie der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin mit Unterstützung von KPMG herausgegeben. Mit dem Ziel, die wirtschaftliche Bedeutung von Startups darzustellen sowie einen Überblick über Forschungsfragen und -lücken zu geben, wurden für den DSM 2015 insgesamt 2.036 Gründerinnen und Gründer sowie leitende Angestellte in einer Onlineerhebung befragt, die – nach Abschluss der Datensatzbereinigung – in 1.061 verwendbaren Datensätzen resultierte. Die Grundgesamtheit für den Gründungsstandort Hamburg beträgt 88 Datensätze. Nach Angaben der Herausgeber konnte keine wissenschaftliche Repräsentativität der Grundgesamtheit erreicht werden, da der Startup-Begriff nicht zufriedenstellend objektiviert werden konnte.

Der Hamburg Startup-Monitor ist ein Projekt von Hamburg Startups und im Februar 2016 zum ersten Mal erschienen. Das Panel umfasst insgesamt 450 Startups. Grundlage ist eine virtuelle Datenbank, in die sich Hamburger Startups eintragen und über die sie miteinander in Kontakt treten können. Für dieses Netzwerk wird kein Startup-Begriff vorgegeben, es kann also davon ausgegangen werden, dass nicht alle gelisteten Unternehmen den Startup-Definitionen anderer Erhebungen entsprechen. Die Panelbefragung wurde im September/Oktober 2015 online durchgeführt; aus ihr gingen insge-

³ Die ZEW Hauptbranchen umfassen Energie/Bergbau, Verarbeitendes Gewerbe, Baugewerbe, Handel, Verkehr/Logistik, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, sonstige unternehmensnahe Dienstleistungen und konsumbezogene Dienstleistungen.

samt 214 nutzbare Datensätze hervor. Beide Monitore definieren „Startups“ für ihre Befragungen als Unternehmen, die nicht älter als zehn Jahre sind. Zusätzlich müssen die Startups entweder (1) eine innovative Technologie und/oder ein innovatives Geschäftsmodell vorweisen oder (2) ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum anstreben. Die Ergebnisse aus den Startup-Monitoren werden in Kapitel 3.3 präsentiert.

Die Verwendung unterschiedlicher Datenquellen in diesem Kapitel soll sicherstellen, dass ein umfassendes Bild für Hamburg skizziert wird. So können nicht alle Variablen in allen Datensätzen abgerufen bzw. gefunden werden. Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen bzw. Erhebungsdesigns, Definitionen oder Befragungszeiträume weichen jedoch unter Umständen die Werte von vergleichbaren Variablen voneinander ab. Die Ergebnisinterpretation sollte deshalb im Kontext der jeweiligen Stichprobe erfolgen, und die Datensätze sollten als Bausteine des gesamten Gründungsgeschehens betrachtet werden.

3.2 Auswertung

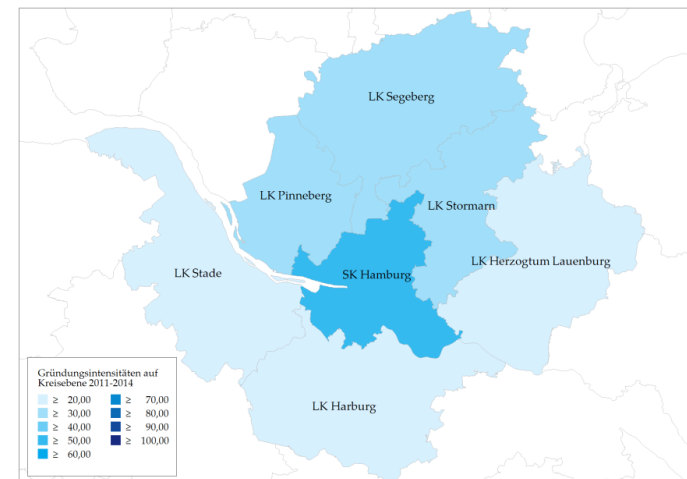
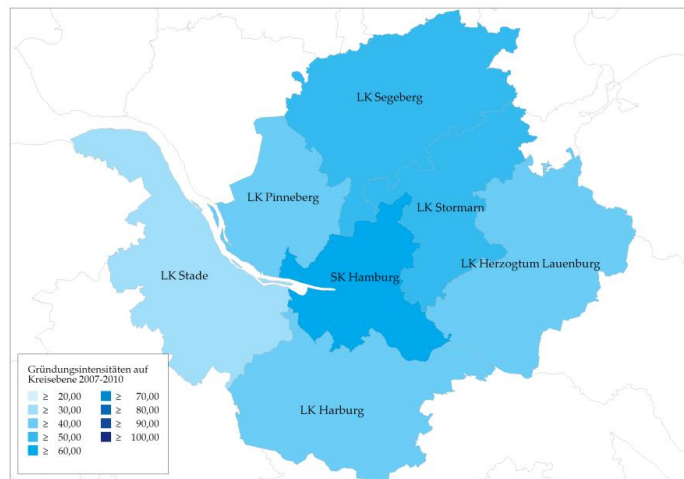
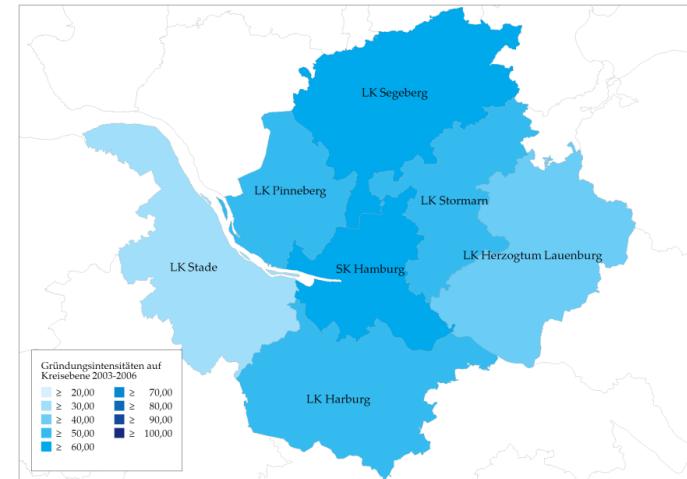
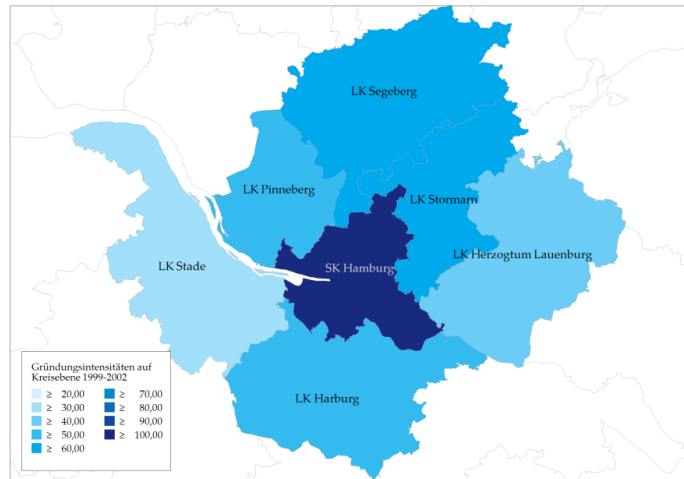
Die Region Hamburg

Zunächst wird anhand des MUPs die Gründungsintensität über alle Industrien in Hamburg mit dem Hamburger Umland verglichen. Berücksichtigt werden dabei die folgenden Kreise: Hamburg, Harburg, Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stade und Stormarn.

In der ersten Erhebungswelle ist Hamburg führend bezüglich der meisten Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige (vgl. Abbildung 1, für genaue Zahlen vgl. Abbildung A 1). Der Abstand zu anderen Regionen verkleinert sich in der darauffolgenden Welle stark, wobei Hamburg einen kleinen Vorsprung behält. In der vierten Welle hat sich dieser Abstand wieder zu Hamburgs Gunsten vergrößert. Hier wird die Stellung Hamburgs als Metropole deutlich. Der Kreis Stade weist im Vergleich mit den anderen Kreisen durchweg die niedrigsten Gründungsintensitäten auf. Spätestens ab der zweiten Welle wird für alle Kreise ein negativer Trend bei den Gründungsintensitäten sichtbar. Dabei gilt, dass sich von Welle 1 bis Welle 4 in Hamburg und der Mehrzahl der angrenzenden Kreise die Gründungsintensität nahezu halbiert hat. Ob es sich hier um einen deutschlandweiten Trend handelt, wird in den nächsten Analyseschritten geprüft.

Abbildung 1

Gründungsintensitäten der Region Hamburg



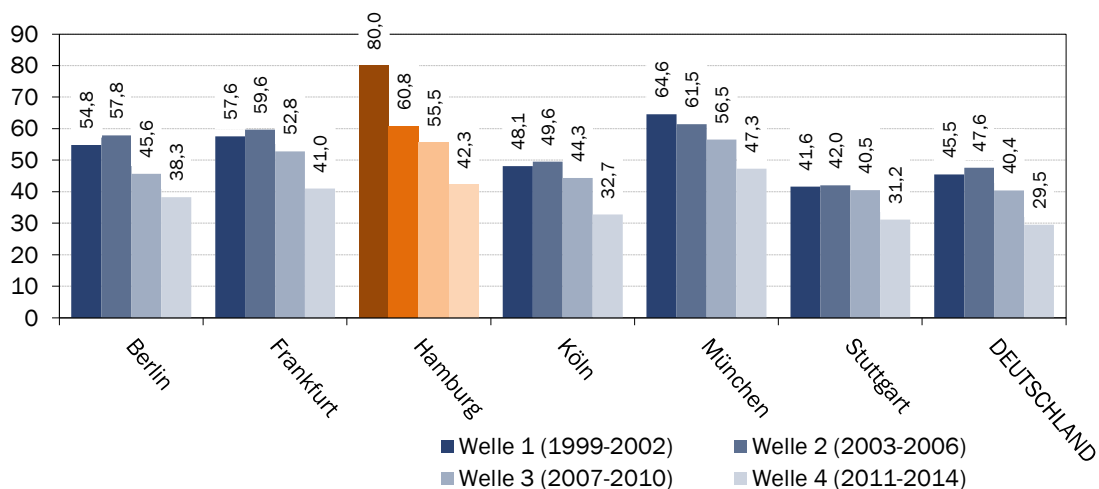
Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Ein Städtevergleich

Im nächsten Schritt wird anhand des MUPs zunächst für alle und dann für einzelne Industrien untersucht, wie Hamburg im Vergleich zu Gesamtdeutschland sowie im Städtevergleich mit Berlin, Frankfurt, Köln, München und Stuttgart dasteht. Die Analyse beginnt mit dem Durchschnitt über alle ZEW Hauptbranchen (d.h. alle Industrien, vgl. Abbildung 2). Dabei zeigt sich, dass Hamburg in der ersten Welle im Vergleich zu den anderen Städten führend bezüglich der Gründungsintensitäten ist. In einigen Städten kommt es von Welle 1 auf Welle 2 zu einer leichten Zunahme der Gründungsintensitäten, ab Welle 2 lässt sich in allen Städten ein Abwärtstrend identifizieren. In der letzten Beobachtungsphase führt München das Feld bezüglich der meisten Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige an. Hieran wird deutlich, dass Hamburg in früheren Zeitperioden deutlich besser dastand und sich die Gründungsintensität von Welle 1 zu Welle 2 nahezu halbiert hat – dies ist die stärkste Abnahme unter allen Vergleichsstädten.⁴ Insofern kann man von einer Annäherung der Gründungsintensitäten zwischen den Städten sprechen.

Abbildung 2

Gründungsintensitäten über alle ZEW Hauptbranchen



Quellen: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

⁴ Ein möglicher Erklärungsansatz für die rückläufige Gründungsintensität liegt in der Einführung der Arbeitnehmerfreizügigkeit für Rumänen und Bulgaren zum 1.1.2014. Daraus resultiert für beide Gruppen die Möglichkeit, ohne Gewerbeanmeldung am Arbeitsmarkt zu partizipieren. Hamburg erfuhr – neben München und Köln – zwischen 2011 und 2014 unter den Vergleichsstädten prozentual den stärksten Zuzug aus Rumänien und Bulgarien.

Innerhalb der Hauptbranchen werden nachfolgend fünf einzelne Industrien näher beleuchtet (vgl. Abbildung A 2 bis Abbildung A 6 im Anhang). In der Hightech Branche (vgl. Abbildung A 2) und dem IKT-Sektor (vgl. Abbildung A 3) ist München über alle Wellen führend, während Hamburg seine Position als zweitplatzierte Stadt im Zeitverlauf verloren hat und nun hinter Berlin an dritter Stelle liegt. Mit Ausnahme von Berlin, wo die Gründungsintensitäten relativ konstant geblieben sind, zeigt sich in den verbliebenden Städten der Stichprobe eine abnehmende Tendenz. In beiden Industrien liegen die Gründungsintensitäten zwischen 1,4 und 7,5. Deutlich höhere Gründungsintensitäten können im Bereich der wissensintensiven Dienstleistungen (vgl. Abbildung A 4), der Kreativwirtschaft (vgl. Abbildung A 5) und dem Handel (vgl. Abbildung A 6) gemessen werden. So erreichen in der ersten Welle einige Städte noch Werte von bis zu 20. In allen drei genannten Industrien lag Hamburg in der ersten Welle mit der höchsten Gründungsintensität noch vorn. Spätestens ab der zweiten Welle nahm in allen Industrien und Städten die Gründungsintensität ab. Durch verhältnismäßig stärkere Rückgänge musste Hamburg bereits in der zweiten Welle den ersten Platz in den wissensintensiven Dienstleistungen und der Kreativwirtschaft an München abtreten.

Für Hamburg wurde zusätzlich geprüft, ob bei einer feingliedrigen Unterscheidung innerhalb der bisher genannten Industrien Auffälligkeiten festzustellen sind. Dies ist jedoch nicht der Fall. Stattdessen ist beispielsweise weiterhin der Abwärtstrend in den Gründungsintensitäten im Zeitverlauf feststellbar.

Ein Bundesländervergleich

Nachdem zunächst betrachtet wurde, wie Hamburg nach Sektoren im Vergleich zum Umland und zu anderen großen deutschen Städten dasteht, werden nun im nächsten Schritt die Unternehmensgründungen und Liquidationen für Hamburg im Vergleich zu Deutschland und im Bundesländervergleich über alle Wirtschaftszweige als Ganzes betrachtet. Bei den verwendeten Daten handelt es sich um die Gründungsstatistik des IfM Bonn.

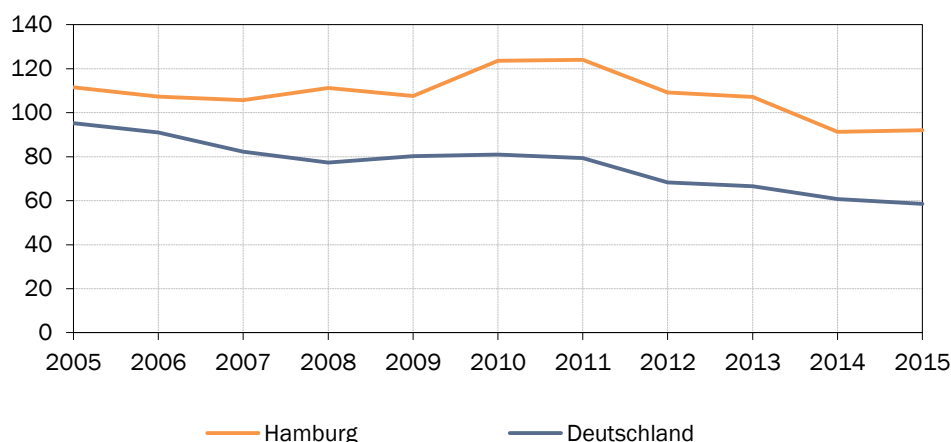
Es ist festzustellen, dass im Vergleich zum Beginn des Beobachtungszeitraums 2005 die Gründungsintensität, d.h. die Anzahl der Existenzgründungen im Verhältnis zu je 10.000 Erwerbsfähigen zwischen 18 und 65 Jahren⁵, im Jahr 2015 im Durchschnitt über alle Bundesländer zurückgegangen ist (vgl. Abbildung 3). Nur in der Mitte des Beobachtungszeitraums zwischen 2007 und 2011 gab es einen Anstieg der Gründungsaktivitäten in Hamburg, während in Gesamtdeutschland eher eine Stagnation festzustellen ist. Genau genommen gab es in Hamburg einen leichten Anstieg von 2007 zu 2008

⁵ Diese Definition ist deckungsgleich mit der im MUP generierten Variable „Gründungsintensität“.

und dann einen starken Anstieg von 2009 zu 2010, wobei die Gründungsintensität erst wieder 2012 abfiel. Seitdem folgt sie dem Abwärtstrend, hält sich jedoch deutlich über dem deutschlandweiten Durchschnitt. Zudem weist die Gründungsintensität in Hamburg 2015 einen deutlich größeren Abstand zu Deutschland auf als noch 10 Jahre zuvor. Als positives Indiz darf das ähnliche Niveau der Gründungsintensität in 2014 und 2015 bewertet werden.

Abbildung 3

Gründungsintensitäten Hamburg und Gesamtdeutschland 2005-2015

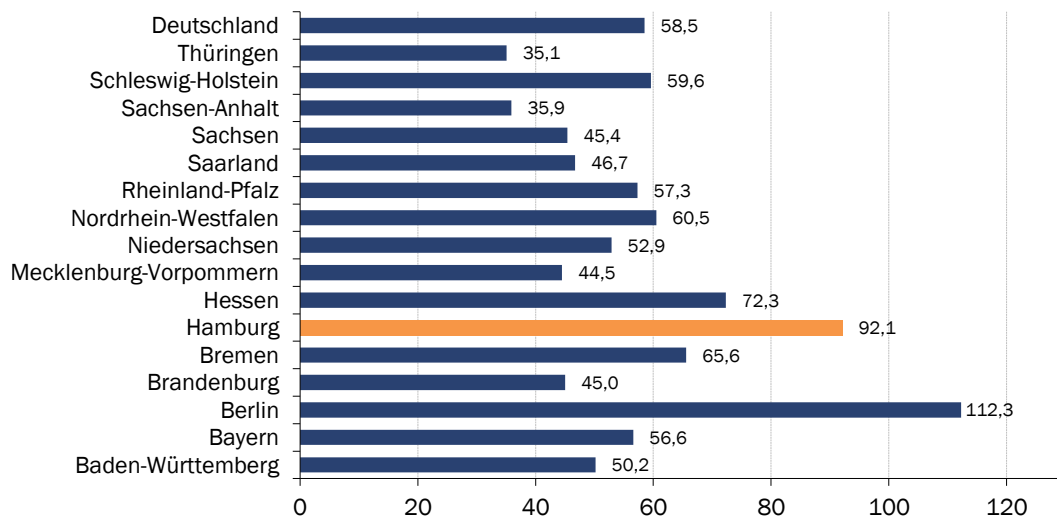


Quelle: Eigene Darstellung mit Daten des IfM Bonn. Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Jahr an.

Bei den Gründungsintensitäten kommt die Hansestadt im Bundesländergleich auf Platz zwei hinter Berlin (vgl. Abbildung 4). Während die Gründungsintensität in Berlin bei 112,3 lag, erreichte sie in Hamburg Werte von 92,9, in Hessen von 72,3 und in Bremen von 65,6. Die gute Stellung, die beispielweise München im Städtevergleich aufwies (s. Kapitel 3.2), wird in dieser Statistik somit von schlechter dastehenden bayerischen Regionen überdeckt. Im Vergleich zum MUP fällt weiterhin die hervorragende Rolle Berlins auf, die bei den durchschnittlichen Gründungsintensitäten über den Zeitraum 2011 bis 2014 noch nicht erkennbar war. Hier gilt es zu berücksichtigen, dass die Gründungsintensitäten mit unterschiedlichen Beobachtungen in Abhängigkeit vom Datensatz gebildet wurden.

Abbildung 4

Gründungsintensität nach Bundesländern 2015



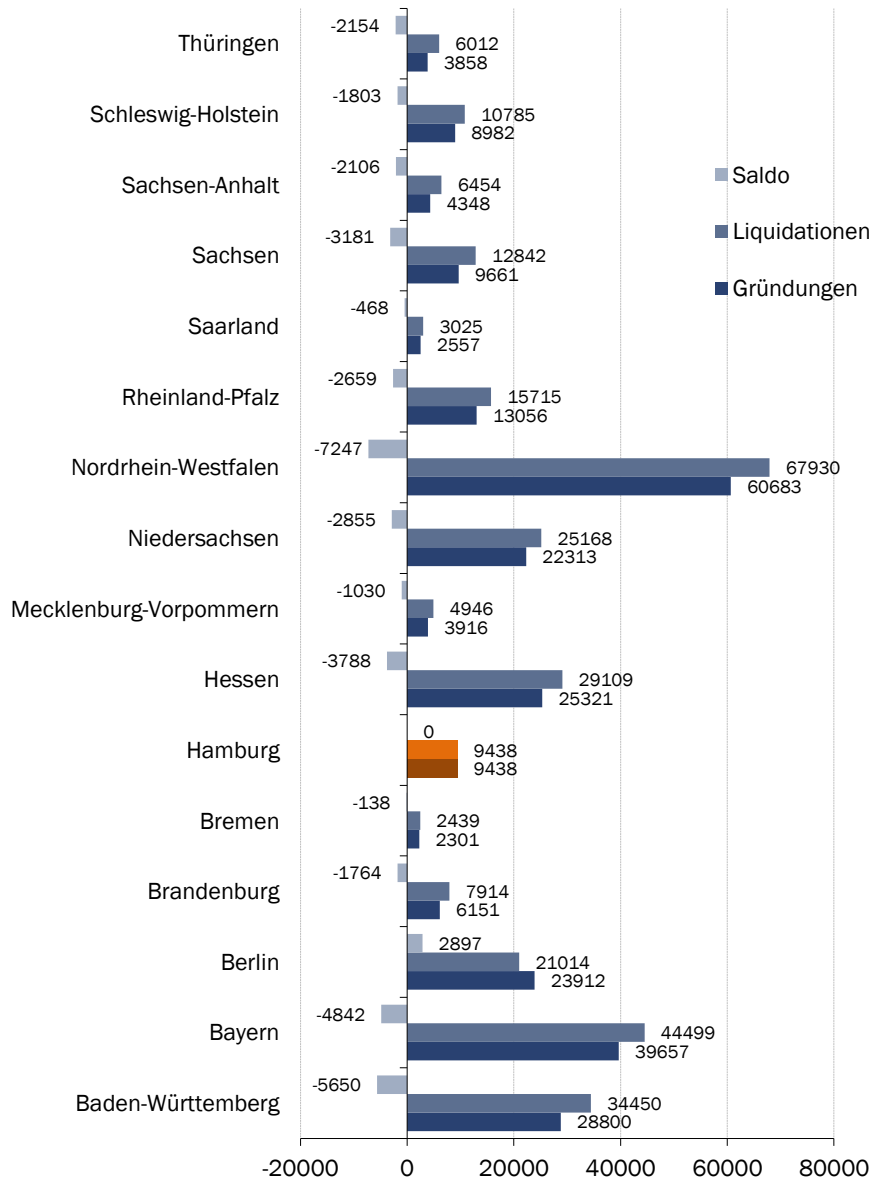
Quelle: Eigene Darstellung mit Daten des IfM Bonn. Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Für ein besseres Verständnis der Gründungsaktivität müssen auch gescheiterte Gründungen berücksichtigt werden (vgl. Abbildung 5), damit z.B. auch indirekte Wirkungen von Neugründungen etwa auf die Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze bestimmt werden können (vgl. Kapitel 2). Anstatt die prozentualen Veränderungen von Gründungsintensitäten zu betrachten, fokussiert sich die Analyse auf die Differenz zwischen Neugründungen und Liquidationen innerhalb eines Beobachtungsjahres.

Den 264.952 Gründungen standen im Jahr 2015 laut des IfM Bonn bundesweit 301.740 gewerbliche Unternehmensliquidationen gegenüber. Daraus ergibt sich ein Saldo von -36.788, was bedeutet, dass weniger Unternehmen gegründet als im selben Zeitraum aufgelöst wurden. Ein Vergleich der Bundesländer weist die größten negativen Salden für Nordrhein-Westfalen (-7.247) und Baden-Württemberg (-5.650) aus, während in Berlin nach den Zahlen des IfM Bonn mehr gewerbliche Unternehmen gegründet als liquidiert wurden (2.897). Der Saldo Hamburgs lag bei 0.

Abbildung 5

Saldo der gewerblichen Unternehmensgründungen und -liquidationen 2015



Quelle: Eigene Darstellung mit Daten des IfM Bonn.

Interpretation

Für das Gründungslevel sowie dessen Entwicklung finden sich unterschiedliche Erklärungsansätze. Grundsätzlich hängt die unterschiedliche Anzahl der Gründungen in den Regionen laut der KfW u.a. von der Wirtschaftsstruktur ab. Bundesländer, die stark industriell geprägt sind, weisen tendenziell eine geringere Gründungstätigkeit

auf. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die in industriellen Großbetrieben beschäftigt sind, scheuen aufgrund der schlechteren Entlohnung und der höheren Jobunsicherheit bei Gründungsvorhaben den Gang in die Selbstständigkeit. Weiterhin gibt es einen höheren Gründungsanreiz in westdeutschen als in den ostdeutschen Ländern, da in westdeutschen Regionen die Kaufkraft höher ist, wodurch vermutlich mit einer höheren regionalen Nachfrage gerechnet werden kann (vgl. KfW, 2015). Die Hamburger Wirtschaftsstruktur ist stark dienstleistungsgeprägt: 87 % der Erwerbstätigen arbeiten im Dienstleistungssektor und nur knapp 13 % im Produzierenden Gewerbe. Auch 83 % des Hamburger Bruttoinlandsproduktes werden im Dienstleistungssektor erwirtschaftet (Angaben Statistikamt Nord, 2016). Dass zudem Hamburg, Bremen und Berlin als Stadtstaaten die Rangliste vor den Flächenländern anführen ist auch damit zu erklären, dass es sich bei den Stadtstaaten strukturell bedingt um Ballungszentren, d.h. Städte ohne Umland, handelt. Dies bringt Agglomerationsvorteile mit sich wie z.B. viele potenzielle Kunden in der Nähe, eine bessere Personalausstattung oder geringere Kosten aufgrund kürzerer Lieferwege zu haben. Das ist von besonderer Bedeutung für Unternehmen im Dienstleistungssektor oder Handel. Rund 68 % aller Gründungen in Deutschland, einschließlich der freien Berufe, erfolgen im Dienstleistungssektor, gefolgt vom Handel mit ca. 18 %, während das Produzierende Gewerbe bei ca. 15 % liegt (vgl. KfW, 2015). Die hohe Anzahl an Gründungen im Dienstleistungsbereich korrespondiert mit dem allgemeinen Strukturwandel in der deutschen Volkswirtschaft. Für den Standort Hamburg lässt sich bestätigen, dass die Gründungsintensitäten im Dienstleistungsbereich und Handel deutlich höher ausfallen, als in der Hightech-Branche sowie dem IKT-Sektor.

Notgründungen reagieren gegenläufig zu Chancengründungen⁶ auf die wirtschaftliche Entwicklung. Demnach kann als „Push-Faktor“ eine negative Entwicklung des Arbeitsmarkts die Anzahl der Personen erhöhen, die mangels besserer Beschäftigungsalternativen gründen. Im Gegenzug würde ein wirtschaftlicher Aufschwung als „Pull-Faktor“ Personen in die Selbstständigkeit ziehen. Es gilt dann für unterschiedliche Zeitpunkte zu prüfen, welche Faktoren überwiegen und ob insgesamt eine positive oder negative Entwicklung der Gründungsaktivität vorliegt. Jedoch spielen neben den gesamtwirtschaftlichen Aspekten auch andere Faktoren eine Rolle, wie z.B. veränderte Qualifizierungsstrukturen oder die Erwerbsbeteiligung von Frauen (KfW-Gründungsmonitor 2015). Beispielsweise besteht in einer alternden Bevölkerung die Tendenz weniger Unternehmen zu gründen, da laut der Statistik des KfW-Gründungsmonitors überwiegend Menschen unter 45 Jahren den Schritt zu einer Neugründung wagen.

⁶ Hierbei handelt es sich um Gründer, die bei der Befragung angaben, eine explizite Geschäftsidee umsetzen und damit eine Chance wahrnehmen zu wollen.

Für Gesamtdeutschland gilt, dass der Arbeitsmarktaufschwung in den Jahren 2005 und 2006 einen Teil der gegenüber 2004 zurückgegangenen Gründungsaktivitäten erklärt. Darüber hinaus lag im Jahr 2004 deutschlandweit die Anzahl an Gründungen auf einem hohen Niveau, da die Politik durch die Förderung sogenannter Ich-AGs im Jahr 2003 starke Anreize zur Existenzgründung gesetzt hatte. In der Folgezeit wurden diese Anreize jedoch wieder abgebaut, was zu dem Rückgang der Gründungstätigkeiten bis 2008 beitrug. Laut dem KfW-Gründungsmonitor hat im Zeitraum zwischen 2012 und 2014 in Deutschland der Anteil der Chancengründer gegenüber dem der Notgründer überwogen, was auch an der stabilen Arbeitsmarktsituation lag. Für die deutsche Volkswirtschaft ist dies als positiv zu sehen, weil es für eine höhere Qualität der Gründungen spricht. Die höhere Qualität wird daran sichtbar, dass Chancengründer im Durchschnitt länger am Markt bleiben und die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass sie Produktneuheiten auf den Markt bringen (KfW-Gründungsmonitore, 2014 und 2015).

Für Hamburg lässt sich der von 2008 bis 2011 beobachtete Anstieg der Gründungsintensitäten bzw. die Unterbrechung des Abwärtstrends in Deutschland möglicherweise dadurch erklären, dass in diesem Zeitraum im Zuge der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise die Anzahl von Notgründungen stark angestiegen ist. So ist die Anzahl der Gründungen aus der Erwerbslosigkeit in Hamburg im ersten Halbjahr 2010 im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres 2009 von 1.830 auf 2.416 angestiegen, was einem Anstieg von 32 % entspricht. Schon 2009 lag ein Anstieg in Höhe von 10 % bei den Notgründungen in Hamburg vor (vgl. Handelskammer Hamburg, 2010). Die jährlichen Wachstumsraten der Arbeitslosenquoten in den betreffenden Jahren, als Indikator für eine steigende Anzahl von Notgründungen, weisen hierbei einen positiven Trend auf. Zwischen 2008 und 2009 zeigte sich ein Anstieg der Arbeitslosenquote sowohl in Hamburg als auch in Gesamtdeutschland, wobei der Anstieg in Hamburg um 0,5 Prozentpunkte von 8,1 Prozent auf 8,6 Prozent stärker ausfiel als im Bund (Anstieg um 0,3 Prozentpunkte von 7,8 Prozent auf 8,1 Prozent (Angaben Bundesagentur für Arbeit, 2016))⁷. Als potenzieller weiterer Grund der positiven Entwicklung der Gründungsintensitäten für Hamburg innerhalb dieses Beobachtungszeitraums kann das „Programm zur Förderung der Gründung von Kleinstunternehmen durch Erwerbslose“ gesehen werden. Dabei handelt es sich um ein seit 2002 laufendes „Kleinstkreditprogramm“, welches gewerbliche oder freiberufliche Kleinstunternehmen fördert. Dieses Programm verzeichnete, im Vergleich zu den Vorjahren 2009 und 2010 wieder eine verstärkte Nachfrage (vgl. Freie und Hansestadt Hamburg, 2012). In Kombination mit den bereits erwähnten Arbeitslosenzahlen innerhalb dieser Jahre kann dies zu vermehrten Gründungen in Hamburg geführt haben.

⁷ Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2016, Stand 10.6.2016.

Weiterhin kann die positive Entwicklung der Gründungsintensitäten in Hamburg zwischen 2008 und 2011 als positive Entwicklung eines Ballungsraumes gesehen werden. Generell werden solche Entwicklungen mit positiven Agglomerationseffekten erklärt (vgl. KfW, 2010). Zudem könnte ein Erklärungsgrund innerhalb der High-Tech-Branche gesehen werden. Das Hamburger Gründungsgeschehen innerhalb dieser Branche ist als äußerst positiv zu bewerten. In den Jahren 2006 bis 2009 belegte Hamburg einen der Spitzenplätze bezüglich der Unternehmensgründungen in der High-Tech-Branche, nur übertroffen von Frankfurt. In der Software-Branche wies Hamburg innerhalb des Beobachtungszeitraums sogar die höchsten Gründungsintensitäten auf (vgl. Heger et al., 2011). Somit könnte die positive Entwicklung dieses Wirtschaftszweiges als eine weitere mögliche Erklärung für die Gesamtentwicklung Hamburgs in diesem Zeitraum verstanden werden.

Es sei darauf verwiesen, dass es sich hierbei um mögliche Interpretationen der vorliegenden Daten handelt. Diese lassen jedoch keine kausale Interpretation zu, d.h. wir wissen nicht, ob und welche Faktoren entscheidend für die Entwicklungen in Hamburg waren und sind. Beispielsweise können auch individuelle Merkmale der Gründerinnen und Gründer oder auch die Art der Gründung eine Rolle spielen.

3.3 Exkurs – Deutscher Startup Monitor 2015 und Hamburg Startup Monitor 2016

Im folgenden Exkurs werden wesentliche Ergebnisse des Deutschen Startup Monitors 2015 (DSM 2015) sowie des Hamburg Startup Monitors 2016 (HSM 2016), welcher sich speziell auf den Gründungsstandort Hamburg fokussiert, vorgestellt. Im Gegensatz zu den bisher genutzten Datenquellen handelt es sich hierbei um noch aktuellere Datensätze.

3.3.1 Hamburg als Gründungsregion in Deutschland (Deutscher Startup Monitor 2015)

Der DSM 2015 gibt einen umfassenden Überblick über die deutsche Gründerszene. Nachfolgend werden Ergebnisse vorgestellt, die wesentliche Einblicke in Hamburg als wichtigem Gründungsstandort in Deutschland zulassen. Hamburgs Gründerinnen und Gründer fokussieren sich auf Business-to-Business (B2B) Geschäftsmodelle. 67,9 % der Hamburger Startups geben an, ihre Kunden entweder ausschließlich (41,7 %), überwiegend (17,9 %) oder eher (8,3 %) im B2B-Bereich zu haben. Damit liegt der Wert Hamburgs nahe beim bundesdeutschen Durchschnitt von 66,3 % (DSM 2015: Abb. 14). Startup-Gründerinnen und -Gründer in Hamburg beschäftigen durchschnittlich 18,7

Mitarbeiter pro Startup und weisen damit nach Berlin (25,2 Mitarbeiter) die zweithöchste Mitarbeiterzahl im Regionalvergleich auf. Der gesamtdeutsche Durchschnitt liegt bei 15,2 Mitarbeitern und fällt damit deutlich niedriger aus. Auffällig ist, dass die Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Vorjahr in Hamburg im Durchschnitt um 4,6 Stellen gesunken ist, während alle anderen Regionen einen (leichten) Anstieg aufzuweisen hatten (DSM 2015: Abb. 29). Ob es sich hierbei um einen Abwärtstrend handelt, kann jedoch nicht beurteilt werden, da keine Daten für die Jahre vor 2014 vorliegen, die Aufschluss über einen Entwicklungstrend geben könnten.

Die geplanten Neueinstellungen in Hamburg für die nächsten 12 Monate von 10,1 Mitarbeitern (DSM Gesamtdeutschland: 8,3) sprechen für eine grundsätzlich positive Entwicklungsprognose von Hamburgs Startup-Gründerinnen und Gründern (DSM 2015: Abb. 32). Hamburgs Gründerinnen und Gründer bewerten die Arbeit der Bundesregierung im Hinblick auf die Förderung des Gründungsstandortes Deutschland mit der Schulnote „ausreichend“ (3,8) und ähneln damit der gesamtdeutschen Bewertung (3,9). Die Hamburger Gründerinnen und Gründer geben ihrem Land hier die Schulnote „befriedigend“ (3,3) (DSM Gesamtdeutschland: 3,4). Damit wird die Förderung der Landesregierung positiver bewertet als die der Bundesregierung (DSM 2015: Abb. 48). Obwohl Hamburgs Gründerinnen und Gründer ihrer Landesregierung keine Bestnoten verleihen, ist dennoch die Verbesserung um 0,6 Notenpunkte im Vergleich zum Vorjahr erwähnenswert (vgl. DSM 2015: Abb. 38).

Neben der Bewertung der politischen Rahmenbedingungen wurden die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer auch gebeten, den Industrie- und Handelskammern eine Schulnote für die Wahrnehmung der Interessen von Startups zu geben. Die Handelskammer Hamburg liegt hier mit einer Note von 3,9 im bundesdeutschen Durchschnitt und steht dabei etwas besser da als beispielsweise die IHK Berlin (4,1) sowie die Industrie- und Handelskammern der Rhein-Ruhr Region (4,2) (DSM 2015: Abb. 52). Als größte Herausforderungen für Deutschlands Startup-Gründerinnen und -Gründer werden vom DSM 2015 folgende Themen identifiziert: Vermarktung, Finance, Human Resources, Produkt- und Unternehmensentwicklung (DSM 2015: 61).

3.3.2 Hamburger Startups in der Detailanalyse (Hamburg Startup Monitors 2016, Panelbefragung)

Während der Deutsche Startup Monitor Startups im Deutschlandvergleich betrachtet, fokussiert sich der Hamburg Startup Monitor auf Hamburger Startups. Wie im DSM 2015 werden auch im HSM 2016 ausgewählte aussagekräftige Kennzahlen vorgestellt, die die Hamburger Gründerszene beschreiben. Die Umsätze der Hamburger Startups fielen in den letzten sechs Monaten grundsätzlich sehr unterschiedlich aus. Knapp die Hälfte (47,0 %) der Startups gab einen Umsatz kleiner als 10.000 Euro an.

34,2 % der Startups setzten zwischen 10.000 und 100.000 Euro um, wobei fast die Hälfte dieser Gruppe (47,5 %) einen Umsatz größer 50.000 Euro erzielen konnte. 15,4 % der Gründerinnen und Gründer konnten mit ihrem Startup mehr als 100.000 aber weniger als 1 Mio. Euro umsetzen, davon ein Drittel mit einem Umsatz von über 500.000 Euro. Umsätze größer als 1 Mio. Euro (bis zu 5 Mio.) erreichten 3,4 % der Hamburger Startups. Der Kapitalbedarf der Hamburger Startups zum Zeitpunkt der Gründung lag mehrheitlich unter 25.000 Euro. Insgesamt 52,7 % der 146 Startups, die eine Angabe zum Gründungskapital machten, benötigten entweder weniger als 10.000 Euro (34,2 %) oder zwischen 10.000 und 25.000 Euro (18,5 %). Lediglich 5,5 % der Startup-Gründerinnen und -Gründer gaben einen Kapitalbedarf größer 500.000 Euro an.

Neben den Angaben zum Kapitalbedarf zum Gründungszeitpunkt sind besonders auch die Anzahl der nach der Gründung durchgeführten Finanzierungsrunden von Interesse. Knapp 30 % der teilnehmenden Startups haben entweder eine (16,4 %) oder mehr als eine (13,6 %) Finanzierungsrunde durchgeführt. 48,1 % gaben an, noch keine Finanzierungsrunde durchgeführt zu haben. Die restlichen 22,0 % machten keine Angabe. Startup-Gründerinnen und -Gründer, die bereits mindestens eine Finanzierungsrunde durchgeführt haben, gaben in 30,6 % der Fälle einen Business Angel als Kapitalquelle der ersten Finanzierungsrunde an. Mit jeweils 22,2 % waren Investoren sowie Freunde und Familie die zweithäufigsten Quellen. Andere Kapitalquellen waren die Förderung durch die öffentliche Hand (8,3 %), Crowdfunding (5,6 %), ein Inkubator (5,6 %) oder andere (5,6 %).

Die 214 Teilnehmerinnen und Teilnehmer am HSM 2016 konnten zudem mögliche Herausforderungen ihres Unternehmens bewerten.⁸ Die Kapitalsuche wurde am häufigsten (über 90 Mal) als „hoch relevante“ Herausforderung bewertet und gleichzeitig am seltensten (unter 50 Mal) als „wenig relevant“ eingeordnet. Damit kann die Kapitalsuche als größte Herausforderung von Hamburgs Startup-Gründerinnen und -Gründern identifiziert werden. Eine zweite sehr große Herausforderung stellt die Suche nach Fachkräften dar. Über 60 Teilnehmende sehen diese als „hoch relevant“ an. Auffällig ist, dass nur geringfügig weniger Teilnehmende die Fachkräftesuche als „gering relevant“ bewerteten. Damit scheint das Finden geeigneter Fachkräfte für einen großen Anteil der Startups problemlos zu verlaufen, während ein ebenfalls großer Anteil hier vor einer schwierigen Herausforderung steht. Vor dem Hintergrund der hohen Anzahl von geplanten Neueinstellungen (siehe oben) könnte sich diese Herausforderung zumindest für eine Teilgruppe nochmals zuspitzen.

⁸ Zur Bewertung wurden den Teilnehmenden mögliche Herausforderungen präsentiert, deren Relevanz auf einer Skala von 1 bis 6 (1 überhaupt nicht relevant, 6 sehr relevant) bewertet werden sollte. Als „hoch relevante“ Herausforderung wurden von den Verfassern des Monitors alle Angaben zwischen 5 und 6 gewertet, während Herausforderungen mit einer Bewertung zwischen 1 und 2 als „gering relevant“ eingestuft wurden.

3.4 Zwischenfazit

Die Benchmark-Analyse zeigt, dass Hamburg im Vergleich zum Umland seine stärkere Position im Beobachtungszeitraum von 1999 bis 2014 halten konnte. Dagegen wird deutlich, dass der allgemeine Abwärtstrend, gemessen anhand der Gründungsintensitäten, in Hamburg stärker ausfiel als in anderen Städten. Gleichzeitig konnte Hamburg jedoch seinen Abstand zu Gesamtdeutschland von 2005 bis 2015 vergrößern, d.h. die Hansestadt steht besser da als der Durchschnitt über alle Bundesländer. Daraus folgt, dass Hamburg am aktuellen Beobachtungsrand zwar schlechter dasteht als noch zu Anfang des Beobachtungszeitraums, sich gleichzeitig jedoch immer noch in einer starken Position befindet. Beim Thema Startups gilt es hervorzuheben, dass Hamburg bei der Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter pro Startup an zweiter Stelle direkt nach Berlin kommt und dass die befragten Unternehmen eine Wachstumsorientierung aufweisen. Weiterhin werden Finanzierungs- und teilweise Personalfragen als große Herausforderungen bewertet.

Die Ursachen für unterschiedliche regionale Gründungsintensitäten sowie deren Entwicklungen können vielfältig sein. Für Hamburg darf festgehalten werden, dass sicherlich die Stadt als Ballungszentrum und die Industriestruktur mit dem hohen Anteil des Dienstleistungssektors positiv auf Gründungsintensitäten wirken. Weiterhin übt die Arbeitslosenquote in Kombination mit Förderprogrammen für Arbeitslose einen Einfluss aus, wobei in Hamburg z.B. das „Programm zur Förderung der Gründung von Kleinstunternehmen durch Erwerbslose“ einen Teil der erhöhten Gründungsaktivitäten erklären könnte. Als weiterer Erklärungsgrund können die erhöhten Gründungszahlen in der High-Tech- und Software-Branche genannt werden, in denen Hamburg Spitzenplätze einnimmt.

Anhand der Ergebnisse lässt sich somit kein singulärer Grund identifizieren, der die Trends erklären könnte. Stattdessen muss von einem Konglomerat von Einflussfaktoren ausgegangen werden. Zum Beispiel ist bekannt, dass individuelle Personenmerkmale auch einen wichtigen Erklärungsgehalt haben, hier jedoch nicht berücksichtigt werden können.

Grundsätzlich kann auf Grundlage der Daten das Ziel abgeleitet werden, zunächst den Abwärtstrend bei den Gründungen zu stoppen (für Handlungsansätze vgl. Kapitel 6) und darauf aufbauend mittelfristig wieder eine Steigerung der Gründungsintensitäten anzustreben. Jedoch sollten Gründungen ohne Potenzial nicht künstlich lange am Markt gehalten werden (vgl. Kapitel 2).

4 Primärstatistische Betrachtung – Ergebnisse der Unternehmensbefragung in der Region Hamburg

Für ein genaues, aktuelles Meinungsbild zum Gründungsumfeld in der Region Hamburg wurde eine Primärerhebung durchgeführt. Der Fokus der Befragung lag auf der Nutzung von Gründungsförderung und Finanzierungsoptionen sowie Vorteilen und Hemmnissen am Standort. In diesem Kapitel wird zunächst die Methodik der Befragung präsentiert und der gewonnene Datensatz beschrieben. Anschließend werden die Ergebnisse der Befragung vorgestellt, wobei Gruppenunterschiede immer dann im Text erwähnt werden, wenn sie ca. 10 Prozentpunkte und mehr erreichen. Abschließend wird ein Zwischenfazit gezogen.

4.1 Methodik

Adressdaten für die Befragung wurden von Creditreform zur Verfügung gestellt, welche in einem größeren Umfang auch die Grundlage für das MUP bilden. Für die Stichprobe wurden Unternehmen angeschrieben, die zwischen 2010 und 2015 gegründet wurden und ihren Hauptstandort in Hamburg oder einem der angrenzenden Kreise haben. Die regionale Eingrenzung entspricht einem relativ eng gefassten Wirtschaftsraum der Region Hamburg, welcher durch eine enge Verflechtung der wirtschaftlichen Aktivitäten gekennzeichnet ist.

Die Grundgesamtheit der Unternehmen in diesem Wirtschaftsraum wurde um einige Ausschlussgruppen bereinigt.⁹ Anschließend wurde eine Zufallsstichprobe von 30.000 Unternehmen gezogen. Die Kontaktaufnahme erfolgte in Kooperation mit der Handelskammer Hamburg auf dem Postweg. Die Anschreiben wurden mit einem persönlichen Zugangspasswort versandt. Gründerinnen und Gründer wurden eingeladen, eine Online-Befragung auszufüllen, welche über das Portal eQuestionnaire verwaltet wurde. Die Befragung lief vom 27.11.2015 bis zum 31.12.2015.

Der Fragebogen bestand aus fünf Teilen. Teil A beschäftigte sich mit Eigenschaften und Motivation der Gründerinnen und Gründer. Teil B erfragte die Nutzung von Angeboten zur Gründungsförderung. Teil C erhob Informationen zur Gründungsphase. Teil D konzentrierte sich auf die Unternehmensentwicklung und Innovation. Teil E schloss mit Fragen zu Standortfaktoren ab.

⁹ Folgende Gruppen wurden ausgeschlossen: Komplementärfirmen, Vermögensverwaltungen, Schiffahrtsgesellschaften, Vorratsgesellschaften, Vereine, Ärzte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Anwälte, Insolvente und abgemeldete Firmen.

4.2 Datensatzbeschreibung

Insgesamt haben 696 Personen mit der Beantwortung des Fragebogens begonnen, wobei jedoch nicht alle Teilnehmenden alle Fragen beantwortet haben. Dadurch liegt die Anzahl der Beobachtungen bei einigen Fragen niedriger. Es erfolgte keine Nacherfassung. Die Rücklaufquote liegt insgesamt bei 2,3 %.

Für die Qualität der Repräsentation der Zielpopulation gilt, dass für eine genaue Aussage Informationen zur Grundgesamtheit der Gründungen in Hamburg fehlen, auf deren Grundlage gegebenenfalls auch Gewichtungsfaktoren berechnet werden könnten. Vor dem Hintergrund der eher niedrigen Rücklaufquote, der verwendeten Methode der Online-Erhebung, der mangelnden Identitätsüberprüfung durch Kontrollfragen sowie dem erwähnten fehlenden Gewichtungsverfahren ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass es sich um keine ausgewogene (Zufalls-)Stichprobe handelt. Eine Verallgemeinerung des Antwortverhaltens auf die Zielpopulation ist deshalb nicht zwingend möglich, jedoch können die Ergebnisse der Analysen als wichtige Hinweise verstanden werden.

Für die nachfolgenden Auswertungen wird das Antwortverhalten der gesamten Stichprobe berücksichtigt. Dabei wird bei Bedarf nach Geschlecht, Alter, Bildung oder Region unterschieden. Deshalb soll zunächst die Datensatzstruktur mit einem Fokus auf diese Variablen vorgestellt werden (vgl. Tabelle 1). Die Verteilung des Geschlechtes zeigt, dass Männer einen hohen Anteil der Gründergesamtheit ausmachen. 77,4 % der Befragten sind hierbei männlich und lediglich 22,6 % weiblich. Da bekanntermaßen häufiger Männer Unternehmen gründen, verwundert dieses Ergebnis allerdings nicht. Bei der Frage nach dem Alter zum Gründungszeitpunkt zeigt sich, dass die meisten Gründerinnen und Gründer zwischen 35 und 44 Jahren (32,9 %) oder zwischen 45 und 54 Jahren (32,2 %) alt waren. Somit befanden sich rund 65 % der befragten Gründerinnen und Gründer zum Gründungszeitpunkt in der Gruppe zwischen 35 und 54 Jahren. Für die Analyse wird zur Vereinfachung nur zwischen drei Alterskategorien unterschieden (jünger als 35 Jahre (23,8 %), 35 bis 44 Jahre (32,9 %), älter als 44 Jahre (43,2 %)). Als Schulabschluss haben die meisten Gründerinnen und Gründer die allgemeine Hochschulreife erreicht (56,9 %), gefolgt von der mittleren Reife (18,3 %), der Fachhochschulreife (15,9 %) und einem Hauptschulabschluss (6,3 %). Sonstige Abschlüsse geben 2,1 % der Befragten an und keinen Abschluss lediglich 0,5 %. Bezüglich des höchsten berufsbildenden Abschlusses sieht die Verteilung wie folgt aus: 37,2 % der Befragten besitzen einen Hochschulabschluss; 20,7 % haben eine abgeschlossene Lehre. Mit jeweils unter 10 % liegen die Kategorien Berufsfachschule, Meister-/Technikerschule, Fachhochschule und Beamtenausbildung am unteren Ende der Verteilung. Dass die Mehrheit der Gründerinnen und Gründer an der Hochschule war, deckt sich mit anderen Untersuchungen. Zur Vereinfachung werden in der weiteren

Analyse nur die zwei Gruppen, hochqualifiziert (60 %) oder niedrig-/mittelqualifiziert (40 %), unterschieden.

Bei 74,9 % der Befragten handelt es sich um eine Vollerwerbsgründung, während 25,1 % eine Nebenerwerbsgründung vollzogen haben. Als letzte Tätigkeit vor der Gründung gab die Mehrheit (61,2 %) an, als Arbeiter(in)/Angestellte(r) beschäftigt gewesen zu sein. Ein großer Anteil (25,8 %) übte vorher bereits eine selbstständige Tätigkeit aus. Auf die verbleibenden fünf Kategorien von „in Ausbildung“ bis hin zu Ruhestand entfallen geringe Anteile. Rund 94,7 % der Befragten besitzen die deutsche Staatsangehörigkeit. Die Mehrheit der Befragten hat in Hamburg gegründet (62,7 %) und hält den operativen (63,2 %) und juristischen (64,9 %) Geschäftssitz in Hamburg. In der Analyse konzentrieren wir uns auf den operativen Geschäftssitz. Beim Tätigkeitsfeld des Unternehmens findet sich die Mehrheit in der Kategorie sonstige Unternehmensdienstleistungen (40,2 %). Mit jeweils ähnlich hohen Anteilen um 15 % folgen dann sonstige Dienstleistungen, Handel, Industrie und Informations- und Kommunikationstechnik. Der Schwerpunkt der Gründungen im Dienstleistungssektor korrespondiert mit dem Dienstleistungsschwerpunkt der Hamburger Wirtschaft (vgl. Kapitel 3.2). Auf die Frage, ob innerhalb der letzten drei Jahre erfolgreich eine Prozess- oder Produktinnovation durchgeführt wurde, antworten 50,8 %, dass das nicht zutreffe und 16,6 %, dass bisher noch keine erfolgreichen Innovationen verzeichnet werden konnten. Eine Prozessinnovation haben 17 % und eine Produktinnovation 15,6 % der Befragten eingeführt.

Tabelle 1

Datensatzstruktur

Variable	Ausprägung in %
Geschlecht (männlich / weiblich)	77,4/ 22,6
Alter zum Zeitpunkt der Gründung	
• < 25	2,6
• 25-30	10,2
• 30-34	10,9
• 35-44	32,9
• 45-54	32,2
• ≥ 55	10,9
Nationalität (Deutsch/Andere)	94,7/ 5,3
Höchster Schulabschluss	
• Kein Abschluss	0,5
• Hauptschul-/Volksschulabschluss	6,3
• Mittlere Reife/ Realschule	18,3
• Fachhochschulreife	15,9

• Allgemeine Hochschulreife	56,9
• Sonstiger Abschluss	2,1
Höchster berufsbildender Abschluss	
• Nein	5,6
• Lehre/ Gesellenprüfung	22,9
• Berufsfachschule, Höhere Handelsschule	10,7
• Meister- / Technikerschule	8,4
• Ingenieurschule, Fachhochschule	9,3
• Hochschulabschluss	39,3
• Beamtenausbildung	0,2
• Sonstiger Abschluss	3,5
Tätigkeit vor Gründung	
• Arbeiter(in) / Angestellte(r)	61,2
• Selbstständige Tätigkeit	25,8
• In Ausbildung / Lehre / Studium	3,4
• Arbeitssuchend	5,2
• Langzeit arbeitslos	1,1
• Nicht erwerbstätig	1,2
• Im (Vor-)Ruhestand	0,9
• Sonstiges	1,2
Voll- / Nebenerwerbsgründung	74,9/ 25,1
Gründungsort	
• Hamburg	62,7
• Andere	37,3
Operativer Geschäftssitz	
• Hamburg	63,2
• Andere	36,8
Juristischer Geschäftssitz	
• Hamburg	64,9
• Andere	35,1
Tätigkeitsfeld des Unternehmens	
• Industrie	14,8
• Handel	15,7
• IuK	13,5
• Sonstige Unternehmensdienstleistungen	40,1
• Sonstige Dienstleistungen	15,9
Prozess- oder Produktinnovation	
• Nein, kein innovatives Unternehmen	50,8
• Nein, bisher keine erfolgreiche Innovation	16,6
• Ja, Prozessinnovation erfolgreich eingeführt	17,0
• Ja, Produktinnovation erfolgreich platziert	15,6

Quellen: Eigene Befragung.

4.3 Auswertung

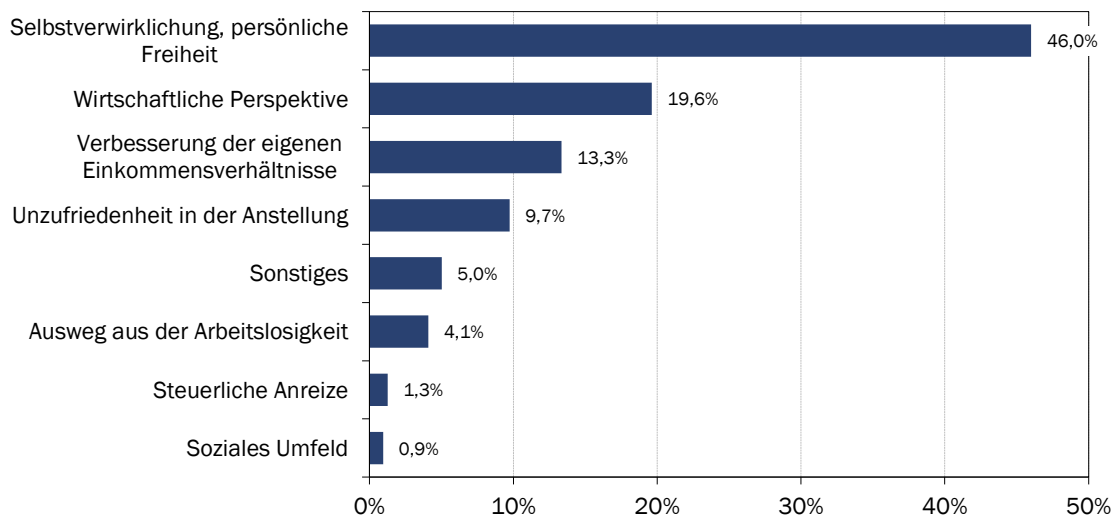
In der nachfolgenden Auswertung werden im ersten Schritt stets die Variablenverteilungen über die gesamte Stichprobe präsentiert. Für die ausführlich diskutierten Ergebnisse werden dann bei Vorliegen von ausreichend Beobachtungen noch Gruppenunterschiede in Bezug auf Geschlecht, Region, Alter und Bildung im Text erwähnt.¹⁰

4.3.1 Gründungsmotivation

Die folgende Abbildung 6 zeigt die als am wichtigsten erachteten Gründungsmotivationen nach der Häufigkeit der Nennungen. Der Wunsch zur Selbstverwirklichung bzw. das Erreichen von persönlicher Freiheit wird mit durchschnittlich 46 % am häufigsten als Motivationsgrund für die Gründung genannt. Darauf folgt als zweitwichtigste Motivation die wirtschaftliche Perspektive (d.h. z.B. das Erkennen einer Marktlücke, 19,6 %). Das kann als Indikator dafür verstanden werden, dass in unserer Stichprobe die Chancengründungen sogenannte Notgründungen (z.B. Ausweg aus der Arbeitslosigkeit mit 4,1 %) überwiegen.

Abbildung 6

Wichtigste Gründungsmotivation



Quellen: Eigene Erhebung. Nur eine Nennung möglich.

¹⁰ Dies geschieht, sofern die Differenz annähernd 10 Prozentpunkte oder höhere Werte erreicht.

Unter den Männern wird die wirtschaftliche Perspektive prozentual gemessen doppelt so häufig genannt wie unter den Frauen, jedoch handelt es sich in beiden Gruppen um die am zweithäufigsten genannte Motivation. Die Reihenfolge aller Gründe zwischen Männern und Frauen ist identisch. Weiterhin nimmt der Anteil der Nennungen der Motivation „Selbstverwirklichung“ mit dem Alter deutlich ab, während die Motivation „Ausweg aus der Arbeitslosigkeit“ häufiger von älteren Befragten genannt wird. Das legt nahe, dass ältere Befragte eher aus einer Notsituation gründen.

In der Gruppe der niedrig- und mittelqualifizierten Gründungen kommen die Gründe „Verbesserung der eigenen Einkommensverhältnisse“ und „Ausweg aus der Arbeitslosigkeit“ mindestens doppelt so häufig vor wie bei den hochqualifizierten Gründerinnen und Gründern. Daraus darf geschlussfolgert werden, dass der Anteil der Notgründungen in der Gruppe der Nichtakademiker höher liegt.

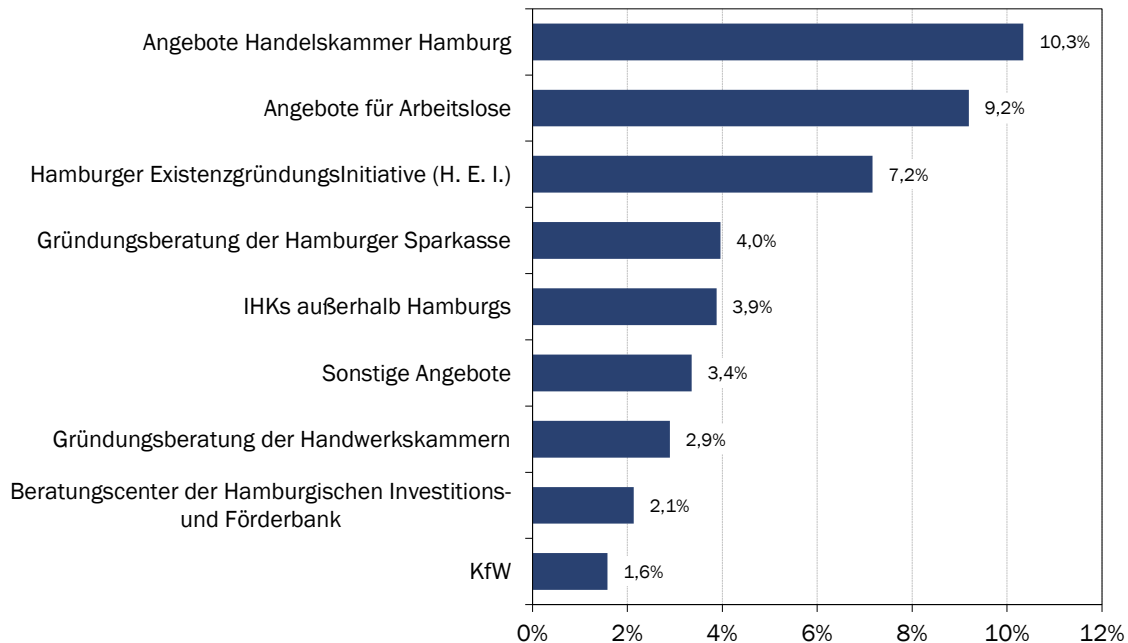
4.3.2 Nutzung von Angeboten der Gründungsförderung

Rund 30 % der Befragten in der Stichprobe nehmen Unterstützungsangebote der Gründungsförderung in Anspruch. 70 % der Unternehmen haben dagegen keine Unterstützungsangebote der öffentlichen Hand oder anderer Institutionen genutzt. Der Anteil der Nichtnutzer liegt bei Frauen niedriger (57 %) als bei Männern (74,7 %), d.h. Frauen in unserer Stichprobe nutzen die Unterstützungsangebote häufiger. Für Personen, die eine Förderung in Anspruch nehmen, gilt, dass die Mehrheit nur ein Angebot bzw. nur ein geringer Anteil zwei oder mehr Angebote nutzt.

Unter allen Befragten nutzen 10,3 % die Angebote der Handelskammer Hamburg, welche somit am häufigsten genannt wurden (vgl. Abbildung 7). 9,2 % nehmen Angebote für Arbeitslose in Anspruch, wobei Arbeitsagenturen deutlich häufiger genannt werden als die Lawaetz-Stiftung. 7,2 % nutzen die hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative. 4 % der Befragten nehmen die Gründungsberatung der Hamburger Sparkasse und 3,9 % die Dienstleistungen der Industrie- und Handelskammern außerhalb Hamburgs in Anspruch. Weitere 2,9 % konsultieren die Gründungsberatung der Handwerkskammern, 2,1 % das Beratungscenter der Hamburgischen Investitions- und Förderbank und 1,6 % die KfW Bankengruppe. Sonstige Angebote werden von 3,4 % der Befragten genannt. Grundsätzlich gilt, dass die Ortsverbundenheit eines Angebots (z.B. Handelskammer Hamburg versus IHK außerhalb Hamburgs) sich dadurch auszeichnet, dass das Angebot mehrheitlich von Befragten mit dem operativen Geschäftssitz im selben Ort in Anspruch genommen wurde. Gleichzeitig ist festzustellen, dass in allen Fällen auch Befragte aus dem jeweils anderen Gebiet die Unterstützungsangebote nutzen.

Abbildung 7

Genutzte Angebote nach Art der Gründungsförderung



Quelle: Eigene Erhebung. Insgesamt nutzten 30 % der Befragten Angebote der Gründungsförderung. Mehrfachnennungen waren möglich.

Die genutzten Unterstützungsangebote wurden im Durchschnitt von 11,5 % der Nutzerinnen und Nutzer als nicht hilfreich, von 38,5 % als teils/teils und von 50 % als hilfreich bewertet. Dabei liegt der Anteil der als hilfreich bewerteten Unterstützungsangebote mit 59,7 % im Hamburger Umland höher als in Hamburg (46,8 %). Dieser Anteil fällt bei Frauen (61,5 %) ebenfalls höher aus als bei Männern (44,7 %).

4.3.3 Finanzierung der Gründung und späterer Investitionen

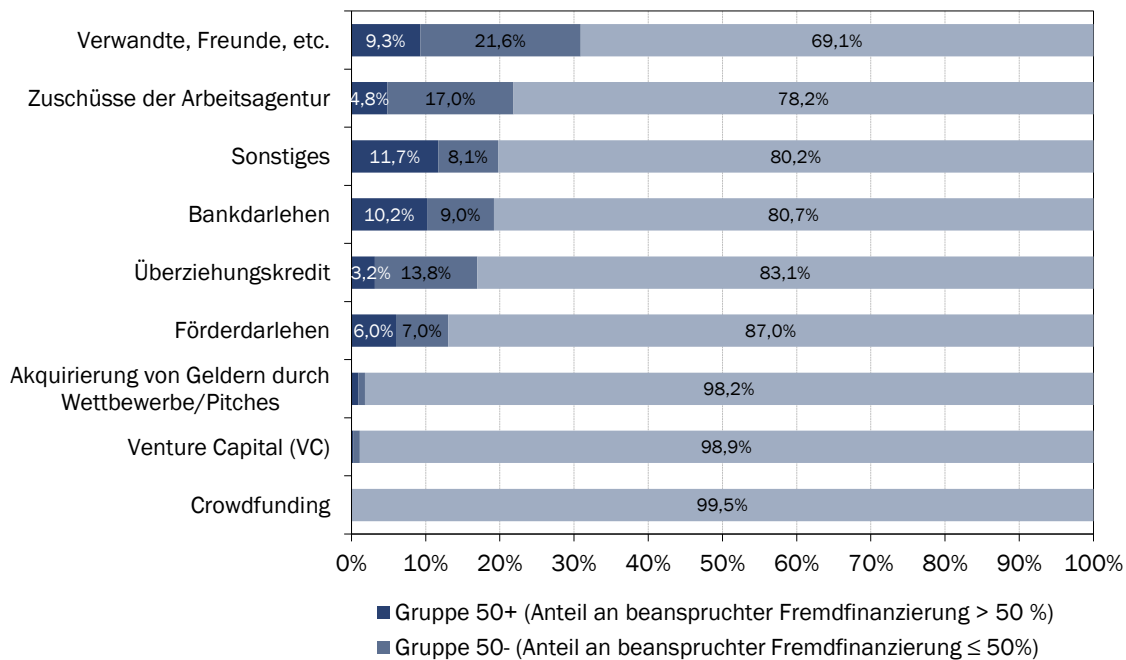
Für ein besseres Verständnis der finanziellen Situation der Befragten wurde im Fragebogen nach den genutzten Fremdfinanzierungsquellen für die Unternehmensgründung und für die im letzten Jahr getätigten Investitionen gefragt. Zum Wissenshintergrund der Befragten ist festzustellen, dass auf einer Skala von 0 (keine Finanzkenntnisse) bis 10 (Expertenwissen) 26 % einen Wert von fünf oder kleiner angeben. Als Experten sehen sich 6,5 %. Die verbleibenden Personen (67,5 %) geben sich Eigennoten von sechs bis neun. Das bedeutet, dass die Mehrheit sich selbst gute Finanzkenntnisse attestiert.

Abbildung 8 zeigt, ob eine Fremdfinanzierung gar nicht, für die Hälfte oder weniger des Finanzierungsvolumens (Gruppe 50-) oder für mehr als die Hälfte des Volumens (Gruppe 50+) in Anspruch genommen wurde. Am seltensten werden Crowdfunding, Venture Capital und Mittelakquirierung durch Wettbewerbe oder Pitches genutzt. Förderdarlehen werden insgesamt von 13 % der Befragten als Fremdfinanzierungsquelle genutzt, wobei diese Finanzierungsform bei etwa der Hälfte dieser Personen (7 % der Befragten insgesamt) maximal die Hälfte des gesamten Fremdfinanzierungsvolumens ausmacht und bei der anderen Hälfte (6 % der Befragten insgesamt) mehr als die Hälfte. Der Überziehungskredit wird insgesamt häufiger als die Förderdarlehen genutzt, allerdings stellt diese Geldquelle nur für eine Minderheit der Nutzer (3,2 % der Befragten insgesamt) die dominierende Fremdfinanzierungsform (Gruppe 50+) dar. Die Mehrheit der Nutzer (13,8 % der Befragten) beansprucht Überziehungskredite im Umfang von maximal 50 % (Gruppe 50-). Bankdarlehen wurden zu ähnlichen Anteilen von der Gruppe 50- (9 % der Befragten) und der Gruppe 50+ (10,2 % der Befragten) genutzt. Zuschüsse der Arbeitsagentur wurden insgesamt am zweithäufigsten als Fremdfinanzierungsquelle genutzt. Die Nutzungsstruktur ist dabei ähnlich wie bei den Förderdarlehen: Nur rund ein Fünftel der Nutzerinnen und Nutzer (entsprechend 4,8 % der Befragten insgesamt) nutzt die Zuschüsse als Hauptfinanzierungsquelle für Fremdkapital. Bei der Mehrheit der Nutzerinnen und Nutzer (17 % der Befragten) decken die Zuschüsse der Arbeitsagentur hingegen maximal 50 % des Fremdfinanzierungsvolumens ab. Am häufigsten wurden Verwandte, Freunde, etc. als Fremdfinanzierungsquelle genannt. Die Nennungen verteilen sich mit 21,6 % auf die Gruppe 50- und mit 9,3 % auf die Gruppe 50+. Die Kategorie „Sonstiges“ wird von den Befragten insgesamt am dritthäufigsten genannt. Für die Nutzerinnen und Nutzer stellen diese hier nicht näher definierten Finanzierungsformen mehrheitlich die dominante Fremdfinanzierungsart dar (11,7 % der Befragten insgesamt geben dies an). Für 8,1 % der Befragten decken sonstige Geldquellen hingegen nur maximal die Hälfte des Fremdfinanzierungsvolumens ab.

Es gilt festzuhalten, dass Frauen häufiger als Männer die Fremdfinanzierungsquellen Freunde, Verwandte, etc., Zuschüsse der Arbeitsagentur sowie Bankdarlehen nutzen. Mit steigendem Alter nimmt die Bedeutung von Freunden, Verwandten etc. als Fremdkapitalgeber ab. Zuschüsse der Arbeitsagentur nehmen Befragte unter 35 und über 44 Jahren verhältnismäßig seltener in Anspruch als die Altersgruppe dazwischen.

Abbildung 8

Fremdfinanzierung der Unternehmensgründung



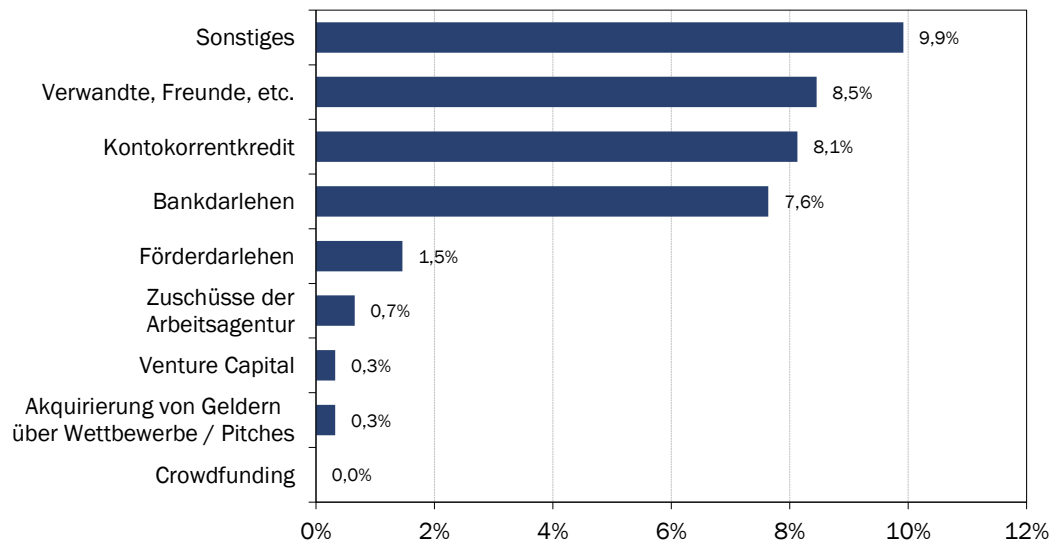
Quelle: Eigene Erhebung. Angegeben ist der prozentuale Anteil an allen Befragten.

In Bezug auf die aktuelle finanzielle Situation des Unternehmens geben 67,3 % der Befragten an, dass sie derzeit Gewinne erzielen. Damit steht diesen Unternehmen als eine mögliche Finanzierungsform für zusätzliche Investitionen, die im Anschluss an den eigentlichen Gründungsprozess zu tätigen sind, auch die Selbstfinanzierung (Einbehaltung von Gewinnen) zur Verfügung. In diesem Zusammenhang ist interessant, inwiefern auch bei zusätzlichen Investitionen noch Fremdkapital zum Einsatz kommt bzw. welche Finanzierungsarten hierbei gewählt werden. Abbildung 9 stellt dar, welche Fremdfinanzierungsarten für im letzten Jahr vor der Befragung getätigte Investitionen genutzt wurden. Am häufigsten wird die Kategorie Sonstiges (9,9 %) angegeben. Direkt darauf folgen wieder mit einem hohen Anteil Verwandte, Freunde, etc. (8,5 %). Der Kontokorrentkredit (8,1 %) und Bankdarlehen (7,6 %) kommen ebenfalls noch auf einige Nennungen. Alle verbleibenden Kategorien machen weniger als 2 % der beanspruchten Fremdfinanzierungen aus.

Unter den Personen, die Investitionen getätigt haben, hat die Mehrheit nur eine Fremdfinanzierungsquelle genutzt und weniger als 1 % der Befragten hat eine Höchstanzahl von drei Fremdfinanzierungen in Anspruch genommen.

Abbildung 9

Beanspruchte Fremdfinanzierung von zusätzlichen Investitionen



Quelle: Eigene Erhebung. Angegeben ist der prozentuale Anteil an allen Befragten.

4.3.4 Standortvorteile

Mögliche Vorteile für die jetzige Standortwahl können grob in wirtschaftliche und persönliche Aspekte unterteilt werden, wobei der relative Einfluss variiert. Für ein besseres Verständnis der getroffenen Standortentscheidung konnten die Befragten deshalb die Bedeutung verschiedener Standortvorteile auf der folgenden Skala bewerten: nicht bedeutsam, von Bedeutung und ausschlaggebend (vgl. Abbildung 10).

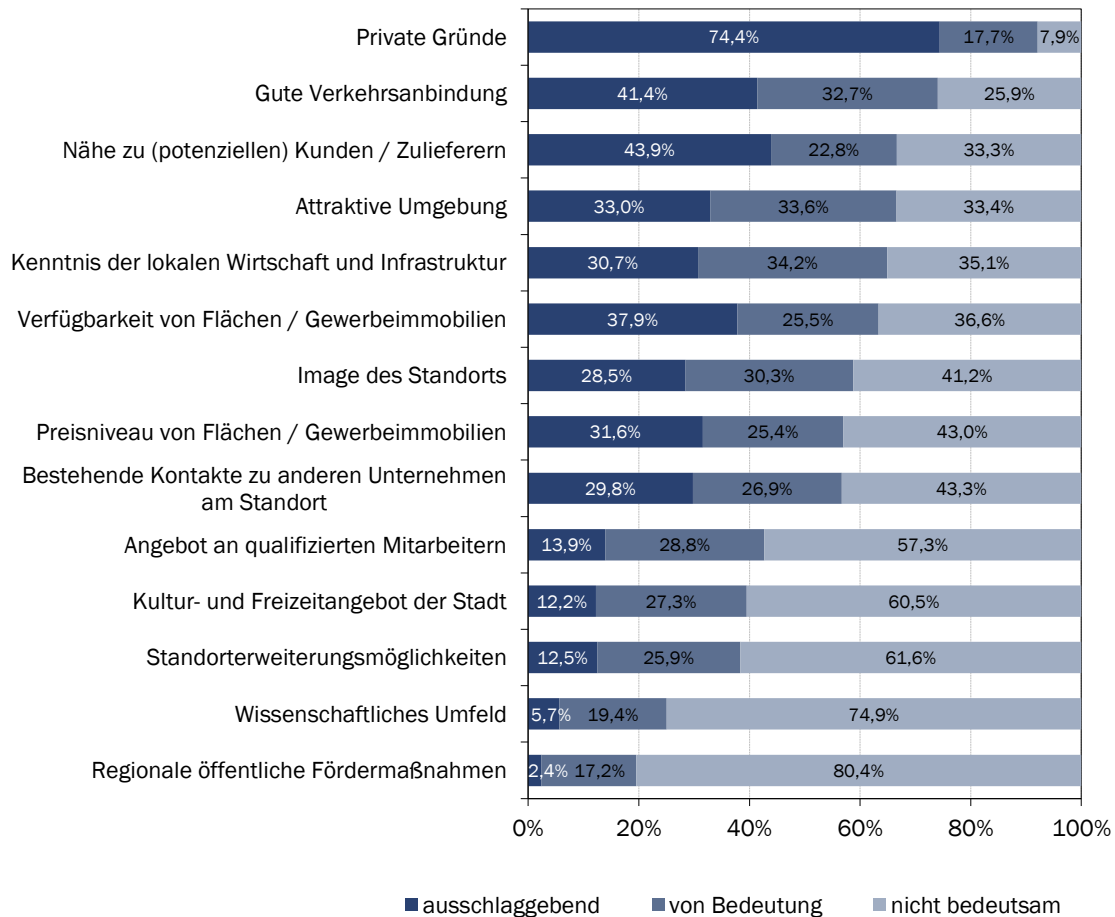
Am häufigsten wurden private Gründe als wichtiger Einflussfaktor der Standortwahl genannt, d.h. nur für 7,9 % waren private Gründe nicht bedeutsam, während sie für 74,4 % ausschlaggebend waren. Direkt darauf folgt die gute Verkehrsanbindung. Mit sehr ähnlichen Anteilen von ungefähr einem Drittel in jeder Bewertungsoption wurden die Nähe zu (potentiellen) Kunden/Zulieferern, attraktive Umgebung, Kenntnis der lokalen Wirtschaft und Infrastruktur sowie Verfügbarkeit von Flächen und Immobilien genannt. Dabei wurden die Nähe zu Kunden und die Verfügbarkeit von Flächen verhältnismäßig etwas häufiger als ausschlaggebend bewertet. Mit einem leicht höheren Anteil von ungefähr 42 % in der Bewertungskategorie „nicht bedeutsam“ folgen dann als Standortvorteile die Aspekte Image des Standorts, Preisniveau von Flächen/Gewerbeimmobilien und bestehende Kontakte zu anderen Unternehmen am Standort. Die restlichen Befragten stufte diese Faktoren zu jeweils etwa gleichen Teilen als ausschlaggebend oder bedeutsam ein. Standortvorteile, die für deutlich mehr als die Hälfte der Befragten nicht bedeutsam waren (ungefähr 60 %), umfassen das

Angebot an qualifizierten Mitarbeitern, das Kultur- und Freizeitangebot der Stadt sowie Standorterweiterungsmöglichkeiten. Der Anteil der Befragten, für die es sich hierbei um ausschlaggebende Faktoren der Standortwahl handelt, liegt bei ungefähr 12 %. Von insgesamt geringster Bedeutung sind das wissenschaftliche Umfeld sowie regionale öffentliche Fördermaßnahmen.

Im Vergleich Hamburgs mit seinem Umland zeigt sich, dass im Umland private Gründe und die Verfügbarkeit von Flächen häufiger ausschlaggebend sind. In Hamburg werden das wissenschaftliche Umfeld, das Angebot an qualifizierten Mitarbeitern, bestehende Kontakte, das Image des Standorts und das Kulturangebot der Stadt häufiger als ausschlaggebend bewertet. Das verdeutlicht, dass Hamburg als Stadt eine besondere Anziehungskraft besitzt. Hochqualifizierte geben häufiger als niedriger qualifizierte Befragte an, dass private Gründe, das wissenschaftliche Umfeld, das Angebot an qualifizierten Mitarbeitern und die gute Verkehrsanbindung ausschlaggebend sind. Für Frauen sind die Verfügbarkeit von Flächen und die Nähe zu Kunden häufiger ausschlaggebend als für Männer. Umgekehrt spielen für Männer das Angebot an qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, bestehende Kontakte und das Kulturangebot der Stadt eine gewichtigere Rolle, während Kenntnisse der lokalen Wirtschaft und Infrastruktur als weniger bedeutsam eingestuft werden als von Frauen. Das zeigt eine Gruppenheterogenität zwischen den Geschlechtern auf, wobei sich keine Systematik identifizieren lässt und z.B. private Gründe für beide eine ähnlich wichtige Rolle spielen. Für jüngere Altersgruppen (Personen bis 44 Jahre) haben Standorterweiterungsmöglichkeiten, das wissenschaftliche Umfeld, das Angebot an qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Nähe zu Kunden, Kenntnisse der lokalen Wirtschaft und Infrastruktur, bestehende Kontakte und das Image des Standorts eine höhere Bedeutung als für ältere Befragte. Hingegen sind private Gründe für die jüngste Altersgruppe (jünger als 35 Jahre) weniger häufig ausschlaggebend.

Abbildung 10

Die Bedeutung von Standortvorteilen für die Standortwahl



Quelle: Eigene Erhebung.

4.3.5 Hemmnisse am Standort

Neben Faktoren, die die Standortwahl von Gründerinnen und Gründern positiv beeinflussen, können Hemmnisse negative Auswirkungen haben. Dabei kann grundsätzlich jeder Vorteil auch als Nachteil gewertet werden. Allerdings werden Faktoren wie die Steuerlast oder der Mindestlohn gemeinhin ausschließlich als Nachteile begriffen. Die Befragten wurden daher gebeten, die relative Bedeutung unterschiedlicher möglicher Standorthemmnisse zu bewerten. Dabei standen jeweils die Bewertungen „kein Hemmnis“, „geringes Hemmnis“ und „erhebliches Hemmnis“ zur Verfügung (vgl. Abbildung 11). Die Kategorie „Steuerlast“ führt die Liste als meistgenanntes Hemmnis an, denn sie wurde von 26,2 % als erhebliches und von 34,3 % als geringes Hemmnis bewertet. Bürokratische Hemmnisse und das defizitäre Angebot an qualifizierten

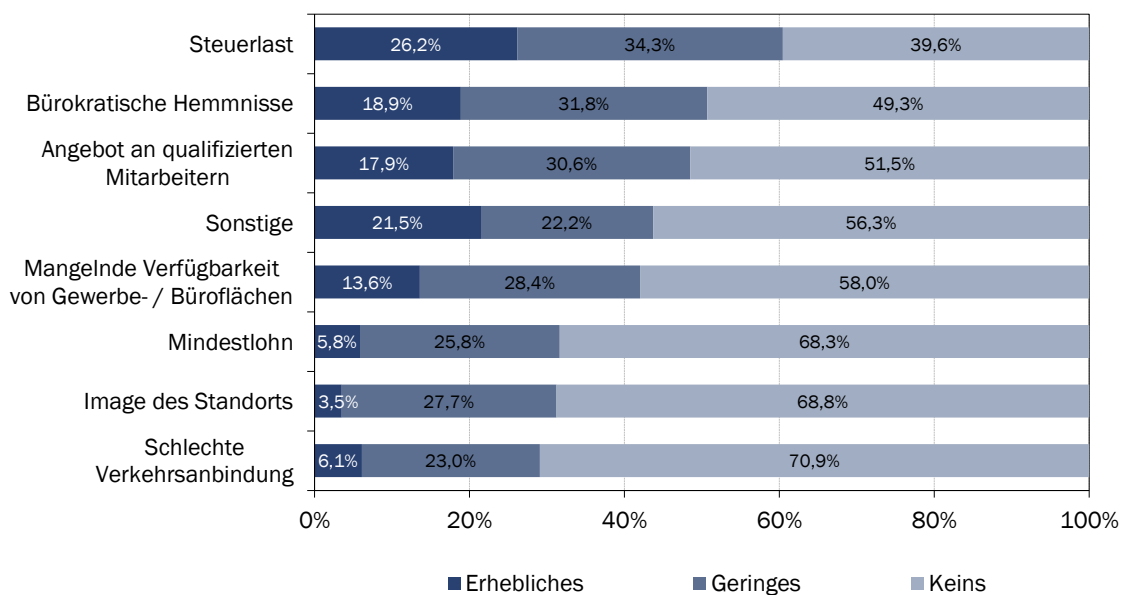
Mitarbeitern wurde von nahezu der Hälfte der Befragten nicht als Hemmnis gesehen, jeweils rund 18 % bewerten die Bedeutung dieser Faktoren jedoch als erheblich. 13,6 % erachten die mangelnde Verfügbarkeit an Gewerbe- und Büroflächen als ein erhebliches Hemmnis, 58,0 % sehen darin kein Hemmnis. Die verbleibenden Faktoren Mindestlohn, Image des Standorts und (schlechte) Verkehrsanbindung stellen für nahezu 70 % der Befragten keine Hemmnisse dar; als „erhebliches Hemmnis“ werden diese drei Faktoren von jeweils weniger als 7 % der Befragten bewertet. Für über 40 % der Befragten gibt es darüber hinaus „sonstige“ relevante Hemmnisse.

Im Vergleich wird im Umland häufiger der Mindestlohn, in Hamburg hingegen häufiger die Steuerlast als ein erhebliches Hemmnis bewertet. Für Frauen stellen der Mindestlohn und bürokratische Hürden öfter Hemmnisse dar als für Männer. Jüngere Personen sehen den Mindestlohn, das Angebot an qualifizierten Mitarbeitern, die Verkehrsanbindung, die Verfügbarkeit von Flächen und die Steuerlast eher als Hemmnisse. Von niedriger qualifizierten Befragten werden der Mindestlohn, die Verfügbarkeit von Flächen, die Verkehrsanbindung und das Image des Standorts häufiger als Hemmnisse genannt.

Daraus wird deutlich, dass tendenziell eher Frauen, jüngere Befragte und niedriger qualifizierte Befragte Hemmnisse sehen. Das wirft die Frage auf, ob in der jeweiligen Vergleichsgruppe der Personen, die eine weniger problematischere Bewertung vornehmen, bessere Ressourcen zur Bewältigung dieser Hemmnisse zur Verfügung stehen und ob es spezieller Unterstützungsangebote für „benachteiligte“ Gruppen bedarf.

Abbildung 11

Die Bewertung von Hemmnissen für die Standortwahl



Quelle: Eigene Erhebung.

4.4 Zwischenfazit

Die Stichprobe unserer Gründerbefragung besteht mehrheitlich aus Chancengründerinnen und -gründern, deren vorrangige Gründungsmotivation der Wunsch zur Selbstverwirklichung bzw. das Erreichen von persönlicher Freiheit war. Dabei nehmen ungefähr 30 % der Befragten Gründungsförderung in Anspruch. Es ist naheliegend, dass der Förderbedarf bei Chancengründungen niedriger ist als bei Notgründungen, was erklären würde, weshalb die Mehrheit keine Förderung nutzt. Hierfür spricht auch, dass Angebote für Arbeitslose am zweithäufigsten in Anspruch genommen wurden, während Notgründungen einen sehr kleinen Anteil der Stichprobe ausmachen, aber erwartungsgemäß einen höheren Förderbedarf haben. Interessant ist zudem, dass die Mehrheit aller Befragten nur ein Förderangebot in Anspruch nimmt, obwohl die Angebote aus Sicht der Anbieter durchaus als komplementär zu verstehen sind. Die eher positive Bewertung des Förderangebots scheint ein Indiz dafür zu sein, dass die Förderung als hilfreich angesehen wird, auch wenn noch Verbesserungspotenzial gesehen wird. Zusammengefasst stellt sich deshalb die Frage, ob Gründerinnen und Gründer auf Förderung aufgrund fehlender Informationen zu Angeboten oder aufgrund fehlender Passgenauigkeit von Angeboten verzichten.

Vor dem Hintergrund, dass Frauen häufiger Hemmnisse sehen, aber gleichzeitig bereits häufiger Gründungsförderung in Anspruch nehmen, gilt es zu prüfen, inwiefern über die Gründungsförderung für diese Gruppe noch weitere Barrieren aus dem Weg geräumt werden könnten. Allerdings ist der Erfolg speziell auf Frauen zugeschnittener Förderprogramme gemessen in der Quantität und Qualität der von Frauen vorgenommenen Gründungen bisher nicht klar belegt (Niefert und Gottschalk, 2013). Es ist daher denkbar, dass es hier stattdessen strukturelle Veränderungen auf einer anderen Ebene braucht. Hierzu zählen der Abbau von Geschlechterstereotypen, die Schaffung von positiven Rollenvorbildern weiblicher Gründerinnen auch in MINT-Berufen und ein besserer Zugang zu Finanzkapital (Boll et al., 2014).

Die Mehrheit der Befragten schätzt die eigenen Finanzkenntnisse als recht gut ein. Weiterhin macht mit 60 % die Mehrheit der Gründerinnen und Gründer Gewinne. Die Ergebnisse zu Finanzierungsquellen für die Gründung und auch zu später getätigten Investitionen zeigen, dass in unserer Stichprobe der Weg zur Finanzierung einerseits eher über persönliche Netzwerke und andererseits eher über einen geringeren bürokratischen Aufwand (mehr Bankdarlehen/Kontokorrentkredit als Venture Capital/Crowdfunding) führt.

Da der Zugang zu Venture Capital besonders anspruchsvolle Messkriterien an eine Gründung legt, scheint der geringe Anteil an dieser Finanzierungsquelle zu dem geringen (selbst eingeschätzten) Innovationsgrad der Stichprobe zu passen. Venture

Capital ist nach überwiegender Definition ein Teilbereich des außerbörslichen Beteiligungskapitals („Private Equity“).

Weitere mögliche Gründe für die Vorrangstellung persönlicher Beziehungen als Finanzierungsquelle können in einem gesteigerten Vertrauen gegenüber der eigenen Familie und der (subjektiv wahrgenommenen) leichteren Verfügbarkeit des Geldes liegen. Weiterhin erscheint das Risiko geringer als bei einer Kapitalaufnahme bei der Bank, da z.B. bei Familie und Freunden Rückzahlungspläne auch kurzfristig und unbürokratisch angepasst werden können. Im Umkehrschluss würden Personen ohne einen entsprechend gut ausgestatteten Familien- und Freundeskreis besondere Schwierigkeiten haben, ihre Gründung zu finanzieren. Im schlimmsten Fall könnte das dazu führen, dass gute Ideen aufgrund fehlender Mittel nicht verwirklicht werden. Auch wenn, wie eingangs dargelegt, der volkswirtschaftliche Mehrwert vieler Gründungen begrenzt ist, wären ausschließlich an privatem Vermögen ausgerichtete Gründungschancen ein gesamtwirtschaftlich unerwünschtes Ergebnis.

Standortvorteile, die zukünftige Gründerinnen und Gründer nach Hamburg locken könnten, variieren relativ stark in der Bewertung seitens der Befragten. Während auf private Gründe, die am häufigsten als ausschlaggebend genannt werden, kein Einfluss genommen werden kann, zeigt sich, dass eine gute Erreichbarkeit und ein Netzwerk vor Ort für Befragte in der Region Hamburg von besonderer Bedeutung sind. Gleichzeitig wird nur von wenigen Personen eine schlechte Verkehrsanbindung bemängelt, was die gute Qualität der vorhandenen Infrastruktur hervorhebt. Die Verfügbarkeit von Flächen ist für über 60 % der Befragten ein Standortvorteil. Gleichzeitig wird dieser Aspekt von 28,4 % der Befragten als ein geringes und von 13,6 % als ein erhebliches Hemmnis bewertet. Unter dem Strich legt das nahe, dass die Mehrheit keine Probleme sieht, geeignete Gewerbe- und Büroflächen zu finden und dass die Region Hamburg mit einem attraktiven Umfeld punkten kann.

Das Angebot an qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist als Standortvorteil für die Hälfte der Befragten bedeutsam; das Fehlen eines entsprechenden Angebots wird aber gleichzeitig von der Hälfte der Befragten als ein geringes (30,6 %) oder erhebliches (17,9 %) Hemmnis bewertet. Neben nicht verfügbaren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kann dieses Defizit auch darauf zurückzuführen sein, dass passendes Personal nicht überzeugt werden kann, im Unternehmen zu arbeiten. Denn Gründerinnen und Gründer konkurrieren auch in Hamburg mit bereits etablierten Unternehmen und können ggf. bei der Suche nach qualifiziertem Personal keine vergleichbar attraktiven Konditionen bieten. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass das als Hemmnis bewertete Thema „Fachkräfte“ deckungsgleich mit Herausforderungen von Gründerinnen und Gründern in anderen Befragungen in Hamburg und Deutschland ist (vgl. Kapitel 3). Deshalb ist naheliegend, dass es sich hierbei nicht einfach um regionale, sondern um strukturelle Nachteile handelt, die sich deutschlandweit wiederfinden.

Dennoch könnte eine Verbesserung der Fachkräftesituation in Hamburg dem Standort zu Gute kommen.

Prominente Plätze in der Befragung zu Hemmnissen nehmen zudem die Steuerbelastung und bürokratische Hürden ein, wobei diese Herausforderungen zum Teil auf Bundes- und nicht auf Landesebene angegangen werden müssten. Bemerkenswert ist auch, dass regionale Fördermaßnahmen nicht als Standortvorteil wahrgenommen werden. Das wirft die Fragen auf, ob sich das Förderangebot nicht von anderen Standorten unterscheidet, ob es als schlechter wahrgenommen wird oder ob die Standortentscheidung einfach vorrangig an anderen Kriterien festgemacht wird (ggf. aus Unwissenheit über Förderangebote zum Zeitpunkt der Gründung). Auch das wissenschaftliche Umfeld wird als kein bedeutsamer Standortvorteil bewertet, was sich ggf. mit der Zusammensetzung der Stichprobe erklären lässt (z.B. geringe Innovativität).

Zusammenfassend legen diese Ergebnisse nahe, dass der Standort Hamburg Potenzial zur Verbesserung der Standortbedingungen hat, um sich z.B. von anderen Gründermetropolen zu unterscheiden. Gleichzeitig gilt es festzuhalten, dass sich die Gründungsaktivität im deutschlandweiten Vergleich nach wie vor auf einem hohen Niveau befindet (vgl. Kapitel 3). Jedoch könnte es eine vielversprechende Strategie von Maßnahmen der Gründungsförderung sein, auf eine Veränderung der Gründergesamtheit zu mehr innovativen Gründungen hinzuwirken (für entsprechende Vorschläge vgl. Kapitel 6).

5 Bestandsaufnahme der Förderangebote in Hamburg

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über die Gründungsinfrastruktur in Hamburg. Differenziert nach Zielgruppen bzw. Schwerpunkten der Förderung wird aufgezeigt, welche Akteure und Angebote am Standort existieren, um Existenzgründungen zu fördern. Betrachtet wird der gesamte Gründungsprozess von der Gründungsidee, über die Vorbereitung bis in die Frühentwicklungsphase hinein.

In Kapitel 5.1 werden diejenigen Netzwerkpartner erfasst, deren Förderangebote sich allgemein an alle Gründungsinteressierten richten und nicht zielgruppenspezifisch ausgerichtet sind („Klassische Gründungen“). Eine Sonderstellung nehmen Anbieter ein, deren Angebote auf sogenannte „Existenzsicherer“ abzielen, die ihr Gründungsvorhaben aus einem Mangel an Erwerbsalternativen heraus verfolgen (siehe Kapitel 5.1.2).

In Kapitel 5.2 werden speziell auf innovative Gründungen ausgerichtete Fördereinrichtungen und Initiativen sowie die Wissens- und Technologietransferstellen am Standort Hamburg vorgestellt. Die Unterteilung in die Bereiche „klassische“ und „innovative“ Gründungen ist nicht in allen Fällen trennscharf, im Allgemeinen ist jedoch eine Fokussierung der Fördereinrichtungen auf einen der beiden Bereiche festzustellen.

Die Bestandsaufnahme der Hamburger Förderlandschaft basiert auf Literatur- und Internetrecherchen sowie auf Expertengesprächen. Es handelt sich um eine rein deskriptive Erfassung. Es wurde keine Evaluation anhand von Nutzungshäufigkeit, Kosten oder sonstigen Bewertungen vorgenommen.

5.1 Klassische Gründungen

Der Begriff „klassische Gründungen“ wird im Folgenden, in Anlehnung an die Definition des KfW Gründungsmonitors (vgl. KfW, 2012) - in Abgrenzung zu besonders wachstumsstarken und innovativen Gründungen (vgl. Deutscher Startup Monitor 2013) - verwendet.

5.1.1 Allgemeine Angebote

Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (BWVI)

Die Hamburger Wirtschaftsbehörde wird seit 2011 von Frank Horch geleitet. Als Schwerpunkte seiner Arbeit hat Senator Horch u.a. eine stärkere Förderung des Mittelstandes sowie eine engere Verzahnung von Wirtschaft und Wissenschaft benannt. So wurde 2013 das „Bündnis für den Mittelstand“ ins Leben gerufen.

Unternehmensgründungen werden von der BWVI als zentraler Standortvorteil der Hamburgischen Wirtschaftsentwicklung angesehen. Sie sollen durch kontinuierliche Verbesserung der Rahmenbedingungen erleichtert bzw. forciert werden. Neben der Bereitstellung eines differenzierten Flächenangebots sind vor allem Unterstützungsangebote in den Bereichen Beratung und Finanzierung von wesentlicher Bedeutung zur Schaffung und Sicherung eines gründungsfreundlichen Klimas am Standort.

Laut Aussage des Senats stellt die Hamburgische Investitions- und Förderbank (IFB Hamburg) die zentrale Beratungsinstanz von staatlicher Seite für Gründerinnen und Gründer dar. Geschaffen mit dem Ziel, durch aufeinander aufbauende Finanzierungsangebote gezielt technologieorientierte Gründungen zu fördern, bietet sie ein breites Serviceportfolio für klassische und innovative Gründungen.

Hamburgische Investitions- und Förderbank Hamburg (IFB)

Die IFB existiert in ihrer jetzigen Form seit 1. August 2013; ihre Schaffung zielte auch auf eine Verbesserung der Kapitalversorgung von Gründerinnen und Gründern in Hamburg ab. Alleiniger Eigner ist die Freie und Hansestadt Hamburg. Die IFB stellt den zentralen öffentlichen Anbieter für Finanzierungen und Förderungen dar. Neben der Gründungsförderung umfasst ihr breit gefächertes Spektrum die Wohnraum- und Umweltförderung sowie die Wirtschafts-, Innovations- und Stadtentwicklungsförderung. Die Förderung erfolgt in Form von Darlehen oder Zuschüssen sowie durch Übernahme von Sicherheitsleistungen. Beraten wird sowohl zu klassischen als auch zu innovativen Gründungsvorhaben (zu letzteren siehe Kapitel 5.2.1). Dabei wird darauf geachtet, dass die entsprechenden Unternehmen nicht älter als fünf Jahre sind, da keine Förderung bestehender Unternehmen betrieben werden soll.

Im Bereich der Gründungsförderung ist die IFB Hamburg auch beratend aktiv. Förderlotsen bieten Hilfestellung in Bezug auf öffentliche Fördermittel (nicht nur zu Programmen der IFB Hamburg sondern ebenso zu Förderungen auf Landes- oder Bundesebene). Zudem werden regelmäßig kostenlose Workshops angeboten, in denen Gründerinnen und Gründern geholfen wird, den Kapitalbedarf ihrer Unternehmung realistisch abzuschätzen. Im Jahr 2015 wurden in über 50 Veranstaltungen rund 3.500 Personen erreicht und Beratungen zu etwa 500 Vorhaben durchgeführt.

Die IFB Hamburg bietet eine breite Palette finanzieller Fördermöglichkeiten für Gründerinnen und Gründer: Unter dem Titel „Hamburg-Kredit Gründung und Nachfolge“ (GuN) werden - in Kooperation mit der Bürgerschaftsgemeinschaft Hamburg - Investitions- und Betriebsmittelkredite zu vergünstigten Konditionen vergeben. Dabei müssen die Unternehmen jünger als fünf Jahre sein und Investitionen in Hamburg realisieren, die langfristig ausgerichtet sind. Je nach Höhe des Kredits liegt der Eigenanteil der Förderung zwischen 7,5 % und 15 %. Seit Einführung des Programmes wur-

den bereits Anpassungen vorgenommen, indem der Eigenmittelanteil reduziert und die Laufzeiten verlängert wurden.

Ein Gründungsprogramm eigens für Meisterinnen und Meister aus dem Handwerk wurde Ende 2015 eingestellt. Stattdessen wurde der Bereich Hamburg-Kredit GuN um die Komponente Handwerk erweitert.

Für Gründerinnen und Gründer mit geringem Kapitalbedarf existiert ein Programm zur Vergabe von Kleinstkrediten, getragen durch die Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration. Dieses Angebot richtet sich primär an Erwerbslose oder Personen, die von Erwerbslosigkeit bedroht sind. Es umfasst Fördervolumina von maximal 17.500 Euro und ist anwendbar auf Unternehmen, die nicht älter als vier Jahre sind. Die IFB Hamburg übernimmt dabei den finanziellen Teil (Antragsprüfung, Auszahlung), die Beratung erfolgt über die Lawaetz-Stiftung.

hei. - Hamburger Existenzgründungsinitiative

Die hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative wurde 1995 als Einrichtung der Hamburgischen Wirtschaft von der BWVI, der Handelskammer, der Handwerkskammer sowie Verbänden, Innungen, Kreditinstituten und der Bürgerschaftsgemeinschaft Hamburg gegründet. Sie läuft unter dem Dach der letztgenannten Institution.

Die hei. ist die erste Anlaufstelle für alle (angehenden) Gründerinnen und Gründer in Hamburg. Sie nimmt insofern die Rolle einer vernetzenden Instanz für die wichtigsten Gründungsinitiativen und Fördereinrichtungen Hamburgs ein.. Die Zielgruppe umfasst sowohl Gründungsinteressierte als auch Gründerinnen und Gründer bis zum dritten Jahr der Selbstständigkeit. Neben einer Beratung im Vorfeld der Gründung werden auch Hilfestellungen in der Frühentwicklungsphase angeboten. Die Leistungen der hei. können branchenübergreifend in Anspruch genommen werden.

Die hei. bietet eine kostenlose allgemeine Erstberatung für Gründerinnen und Gründer an, die sowohl telefonisch als auch persönlich erfolgen kann. Darüber hinaus werden Informationen über öffentliche Fördermittel (sowohl des Bundes als auch der Freien und Hansestadt Hamburg) zur Verfügung gestellt. Ein etwa einstündiges Beratungsgespräch zum Thema Konzepterstellung und Finanzierung sowie zur Ermittlung des Qualifizierungsbedarfs der Gründerinnen und Gründer ist immer Teil des Ablaufs. Einmal monatlich findet der hei.p Workshop statt (Hamburger Existenzgründungs IdeenPlan). In diesem Workshop werden Grundlagen der Konzepterstellung als Vorstufe zur Businessplanerstellung vermittelt und gemeinsam mit anderen Gründerinnen, Gründern und Experten diskutiert.

Im Jahr 2015 erreichten die hei. rund 12.000 Anfragen zum Thema Existenzgründung in Hamburg telefonisch oder via Email. Aus diesen Anfragen resultierten 480 persönliche Beratungsgespräche, in denen jeweils auch auf das weitverzweigte Netz-

werk der hei. hingewiesen wurde und bei Bedarf eine Vermittlung der Gründerinnen und Gründer an Ansprechpartner aus über 100 regionalen Instituten und Beratungseinrichtungen erfolgte. Bis zum 15-jährigen Jubiläum der hei. im Jahr 2010 wurden nach eigenen Angaben rund 8.000 Beratungsgespräche geführt, aus denen rund 3.300 Unternehmen mit fast 6.000 Beschäftigten hervorgingen. Im ersten Halbjahr 2016 erreichten die hei. rund 6.000 Anfragen, die in 270 Beratungsgesprächen mündeten.

Eine wichtige Rolle innerhalb des Portfolios der hei. nimmt das Coaching-Programm „Selbstständigkeit kann man lernen“ ein, das in Zusammenarbeit mit der BWVI konzipiert wurde. Das Programm umfasst etwa 100 Seminare und Workshops zum Thema Existenzgründung, deren Besuch durch ein Scheckheft im Wert von 500 Euro zweckgebunden bezuschusst wird. Durch die Wertschecks können bis zu zwei Drittel der Teilnahmegebühr eines Seminars gedeckt werden. Das Scheckheft behält zwei Kalenderjahre seine Gültigkeit und kann auch von Unternehmerinnen und Unternehmern in der Frühentwicklungsphase genutzt werden. Ziel der Seminare ist explizit die Aufarbeitung identifizierter Wissenslücken, wobei die Schwerpunkte auf Vertrieb und Marketing, Struktur und Kultur, Zahlen, Recht und Absicherung liegen. Nach Erstellung des Konzepts und Besuch der notwendigen Nachqualifizierungsseminare erfolgt eine Zweitberatung.

Daneben organisiert die hei. verschiedene Events, wobei der Hamburger Gründertag als Messe und Networking-Event für Gründerinnen, Gründer und rund 60 Aussteller die größte Veranstaltung mit circa 1.000 Besucherinnen und Besuchern darstellt. Auch findet regelmäßig monatlich das hei.gründerfrühstück statt, bei dem sich 50-60 Gründungsinteressierte und Gründer untereinander austauschen und Experten aus dem hei. Netzwerk in kurzen Fachvorträgen Einblicke und Informationen zu gründerspezifischen Themen geben. Aktuelle Informationen, Tipps und Hinweise rund um das Thema Existenzgründung in Hamburg (und darüber hinaus) finden Interessierte zudem täglich auf den Social Media Kanälen der hei. bei Facebook und Twitter.

BürgerschaftsGemeinschaft Hamburg GmbH (BG)

Die BürgerschaftsGemeinschaft Hamburg GmbH wurde 1954 gegründet und versteht sich als Selbsthilfeeinrichtung der Wirtschaft. Entsprechend sind auch die Gesellschafter eng mit der Wirtschaft verbunden. Konkret treten neben Kammern, Innungen, Kreditinstituten und Versicherungen eine Reihe von Verbänden (Einzelhandel, Groß- und Außenhandel, Industrie, Verkehr, Gastgewerbe, Freie Berufe, Gartenbau, Vermittlungsgewerbe) als Gesellschafter der BG auf. Deren primäres Ziel besteht in der Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) in Hamburg durch Übernahme von Kreditrisiken.

Die BG übernimmt Ausfallbürgschaften bis zu maximal 80 % der Darlehenssumme (maximal 1,25 Mio. Euro). Gestützt wird die BG durch den Bund und die Freie und

Hansestadt Hamburg, welche als Haftungsverbund durch Rückbürgschaften die Bürgschaften der BG absichern.

Ein weiterer Baustein im Portfolio der BG ist die Förderung von Existenzgründungen. Diese haben in noch größerem Maße als bereits etablierte Unternehmen mit Finanzierungsschwierigkeiten zu kämpfen, da die vorliegenden Sicherheiten häufig nicht ausreichen. Die BG räumt der Unterstützung zukünftiger Unternehmerinnen und Unternehmer am Standort Hamburg einen hohen Stellenwert ein. Dabei übernimmt die BG die Rolle des Finanziers von Neugründungen; Unterstützung beratender Art wird dagegen vorwiegend durch die hei. geleistet, mit der ein enger Austausch stattfindet.

Zudem hat die BG ein eigenes Programm speziell für Existenzgründungen unter dem Namen „BG-Start!“ aufgelegt. Hierbei werden neben einer Ausfallbürgschaft zusätzlich Beratungsleistungen erbracht, indem den Gründerinnen und Gründern im ersten Unternehmensjahr ein Coach zur Seite gestellt wird. Darüber hinaus wurde in Zusammenarbeit mit der Hamburger Investitions- und Förderbank ein neues Darlehensprogramm unter dem Titel „Hamburg-Kredit Gründung und Nachfolge“ aufgelegt. Dieses Programm soll ebenfalls Gründerinnen und Gründern zu Gute kommen, die von vergünstigten Darlehen profitieren (Kredite werden mithilfe der IFB Hamburg refinanziert, durch Bürgschaften der BG abgesichert und durch Zinssubventionen der Stadt Hamburg verbilligt).

Im Jahr 2014 wurden von der BG 512 Bürgschaften mit einer Gesamtsumme von über 60,1 Mio. Euro bewilligt. Der durchschnittliche Bürgschaftsbetrag lag bei 117.300 Euro. Dabei entfielen 90 Bürgschaften auf das neue Produkt „BG-Express“ (innerhalb von 24 Stunden erfolgt ein Bescheid über Bewilligung oder Ablehnung der Bürgschaft). Bei den Gründungsfinanzierungen der BG war – trotz rückläufiger Gewerbeanmeldungen – ein positiver Trend erkennbar.

Hamburger Sparkasse (Haspa)

Die Hamburger Sparkasse führt seit über 30 Jahren Beratungen für Gründerinnen und Gründer in Hamburg und Umgebung durch. Dabei verweist sie auf das vorhandene Branchenwissen und die enge Vernetzung mit anderen Akteuren wie der hei. oder der BG (bei Beratungen) sowie die Kooperation mit der KfW oder der IFB Hamburg in Finanzierungsfragen.

Die Haspa betreibt ein eigenes „Startup Center“, das dem Unternehmensbereich Mittelstand zugeordnet ist. Zweimal monatlich wird ein Info-Tag mit Gründungsexpertinnen und -experten veranstaltet, um Interessierten eine niedrighschwellige Kontaktaufnahme zu ermöglichen.

Die Haspa gibt an, seit Gründung des Startup Centers über 10.000 Vorhaben (bei über 30.000 Anfragen) begleitet und dabei über 1,5 Milliarden Euro bereitgestellt zu haben (Stand Juli 2015). Die Förderung deckt sämtliche Branchen ab und umfasst – trotz der Bezeichnung Startup Center – Neugründungen und Unternehmensübernahmen. Im Startup Center sind derzeit 30 Personen beschäftigt. Alle Beratenden verfügen nach eigener Angabe über ein Zertifikat für die Arbeit mit Gründerinnen und Gründern. Das Startup Center war Mit-Initiator des jährlich verliehenen Hamburger Gründerpreises, der seit 15 Jahren existiert und in den Kategorien „Aufsteiger“, „Existenzgründer“ und „Lebenswerk“ vergeben wird.

Hinzu kommen Beteiligungen am Hamburger Reeperbahn Festival, das auch Veranstaltungen zur Entwicklung und Vermittlung von Geschäftsideen umfasst und am StartUp-Slam „12minutes me“ sowie eine Partnerschaft mit dem „Next Media Accelerator“, einer Entwicklungsplattform für mediennahe Geschäftsmodelle. Das eigene Online-Tool „SmartBusinessPlan“ bietet Gründungswilligen ein Werkzeug zur Entwicklung von Geschäftsplänen. Das Netzwerk der Haspa, das rund 60.000 Firmenkunden umfasst, erleichtert jungen Unternehmen den Zugang zu Lieferanten, Kunden und Kooperationspartnern. Auch nach erfolgter Gründung können Interessierte weiterhin die Beratung in Anspruch nehmen, so z.B. bei Fragen der Finanzplanung, der Standortsuche oder der Personalakquise.

Entsprechend dem Kerngeschäft der Haspa stellt die Kreditvergabe auch bei der Gründungsförderung das wichtigste Instrument dar. Als Voraussetzung werden einwandfreie persönliche Bonität, fachliche und kaufmännische Qualifikation, Plausibilität und Rentabilität des Vorhabens sowie ein angemessener Eigenkapitaleinsatz verlangt.

Über die Haspa-Beteiligungsgesellschaft für den Mittelstand (eine hundertprozentige Tochter der Haspa) kann eine Wachstumsfinanzierung kleiner und mittlerer Unternehmen erfolgen. Die Beteiligungsgesellschaft der Haspa finanziert keine Seed- oder StartUp-Phasen von Unternehmen, sondern ausschließlich Wachstumsphasen. Bei Seedfinanzierungsbedarf verweist die Haspa auf die Angebote der IFB Hamburg (z.B. InnoRampUp).

Handelskammer Hamburg

Die Handelskammer Hamburg vertritt rund 150.000 Mitgliedsunternehmen und versteht sich als Gesamtinteressenvertretung der gewerblichen Hamburger Wirtschaft. Entsprechend bietet die Handelskammer eine Vielzahl von Angeboten zur Beratung von Unternehmen, wobei der Bereich Existenzgründung einen wichtigen Service-Schwerpunkt darstellt. Gründerinnen und Gründer haben die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren und themenbezogenen Expertenrat einzuholen.

Mit der „Gründungswerkstatt Hamburg“ bietet die Handelskammer Interessierten ein kostenloses Online-Angebot. Jeder Nutzer bekommt hier einen persönlichen Tutor an die Seite gestellt, der etwa bei der Erstellung eines Businessplans unterstützt, aber auch weiterführende Fragen persönlich beantwortet.

Als zentrale physische Anlaufstelle betreibt die Handelskammer Hamburg ein Gründungszentrum, das sämtliche themenbezogenen Beratungsleistungen unter einem Dach bündelt. Das Portfolio umfasst Konzept-, Fördermittel- und Finanzierungsberatung sowie die Verknüpfung mit weiteren Anlaufstellen und Netzwerken. Auch dem Thema Unternehmensnachfolge als Sonderform der Gründung wird Rechnung getragen. So können mit Hilfe der bundesweiten Unternehmensbörse „Nexxt-Change“ Kontakte zwischen übergabewilligen Bestandsunternehmen und potenziellen Übernehmern hergestellt werden.

Zwecks Unterstützung bei Behördengängen, Verwaltungsverfahren und Anträgen gibt es bei der Handelskammer den „Einheitlichen Ansprechpartner“, eine Serviceleistung, die Gründerinnen und Gründer weitgehend von bürokratischem Aufwand entlastet.

Seit 2016 bietet die Handelskammer zudem eine speziell an innovative Startups gerichtete Beratung an. Auch Rechtsauskünfte, insbesondere zur Auswahl einer geeigneten Rechtsform für das geplante Unternehmen, sind neu ins Portfolio aufgenommen worden.

Die Handelskammer Hamburg ist Service-Partner des Coaching-Programms zur „Förderung unternehmerischen Know-hows durch Unternehmensberatung“, das vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) angeboten und in Hamburg von der Kammer dezentral umgesetzt wird.

Im Gründungszentrum finden regelmäßig fachspezifische Veranstaltungen statt. Einmal monatlich wird ein Info-Tag zur Existenzgründung angeboten, der verschiedenste planungsrelevante Fragestellungen aufgreift und regelmäßig von 120 bis 180 Interessierten besucht wird. Hinzu kommen Finanzierungssprechtage mit Hamburger Kreditinstituten (zweimal monatlich), Gründerforen, der Gründertreff der Wirtschaftsjunoren, Sprechtag der Wirtschafts-Senioren und der AG Selbstständige Migranten sowie Sprechtag zu Steuerfragen. Um mit anderen Gründerinnen und Gründern ins Gespräch zu kommen, betreibt die Handelskammer die XING-Gruppe „New Kammer“.

Zweimal pro Jahr führt die Handelskammer Hamburg Unternehmensbefragungen durch, auf Basis derer das „Gründungsbarometer“ erstellt wird, das einen Überblick über Lage und Stimmung der Hamburger Gründungsszene vermittelt.

Handwerkskammer Hamburg

Wie die Handelskammer ist auch die Handwerkskammer Hamburg eine Organisation der Wirtschaft. Die Handwerkskammer vertritt rund 15.000 Handwerksbetriebe und sieht deren Beratung als eine ihrer Hauptaufgaben an.

Das Portfolio der Handwerkskammer untergliedert sich in Leistungen der Betriebsberatung und Leistungen eines Servicecenters, wobei erstere sich an bereits bestehende Unternehmen richten, während letztere auch als Anlaufstelle für Gründerinnen und Gründer dient. Als Hilfestellung bei Neugründungen oder Betriebsübernahmen im Handwerk werden Beratungen zu wesentlichen Themen angeboten, so z.B. zur Erstellung von Businessplänen. Hilfestellung bei Formalitäten der Unternehmensanmeldung, so etwa die Eintragung in die Handwerksrolle, fällt ebenso in den Leistungsbe- reich des Servicecenters. Sämtliche Beratungsleistungen sind für Gründungswillige kostenlos.

Die Handwerkskammer betreibt ein eigenes Bildungszentrum, den „Elbcampus – Kompetenzzentrum Handwerkskammer Hamburg“. Dieser besteht seit 2008 und bietet eine Reihe von Weiterbildungsangeboten zu unterschiedlichen handwerklichen Themen; dazu zählen sowohl Meisterkurse als auch praktische Lehrgänge und betriebswirtschaftliche Seminare. Eine anteilige Übernahme der Teilnahmegebühren ist beispielsweise über das „Meister-BAföG“ möglich. In Einzelgesprächen besteht die Möglichkeit, Fragen technischer, betriebswirtschaftlicher oder organisatorischer Art zu klären und somit bereits im Vorfeld einer möglichen Gründung bestehende Unsicherheiten auszuräumen.

Die Handwerkskammer kooperiert mit der IFB Hamburg und verweist auf deren Gründungsförderprogramme (v.a. auf das Programm „Hamburg-Kredit GuN“).

Firmenhilfe

Das Onlineangebot Firmenhilfe.org wird finanziell durch die Stadt Hamburg unter- stützt und von einer privaten Firma umgesetzt. Das Angebot umfasst ein digitales Angebot (Online-Ratgeber, Blog, Newsletter, Tools in der Online-Werkstatt) Die Onli- ne-Werkstatt bietet Werkzeuge zur Gläubigeraufstellung, zur Liquiditätsplanung sowie zur Erstellung eines Business Model Canvas. Weiterhin gibt es für Selbständige aus Hamburg die Möglichkeit, persönliche Telefon- und Online-Beratung (u.a. Tuto- ring über die Online-Werkstatt) zu nutzen. Die Beratung ist kostenfrei. Die Firmenhilfe berät und unterstützt z.B. bei Fragen zu Finanzplanung, Akquisition, Unternehmens- führung, Geschäftsmodell, Insolvenz, Kommunikation mit Banken oder dem Finanz- amt und bietet strukturierte Hilfe zur Selbsthilfe.

Gründerinnen und Gründer erhalten eine erste Orientierung und werden entspre- chend an das Gründungsnetzwerk in Hamburg verwiesen und auf die Kontaktauf-

nahme vorbereitet. Durch die erste Kontaktaufnahme mit der Firmenhilfe wissen die Gründerinnen und Gründer von der Institution und können sich dann, sobald Fragen in der Selbständigkeit auftauchen, an diese wenden. Sie erhalten von Beginn an den Newsletter mit wichtigen Informationen für einen guten Start in die Selbständigkeit.

Da die Kontaktaufnahme anonymisiert möglich ist, dürfte die Hemmschwelle relativ niedrig liegen. Viele kritische Fragen (z.B. Verhalten bei finanziellen Schwierigkeiten) werden zudem bereits im Online-Ratgeber behandelt. Es stehen vier Ansprechpartnerinnen und -partner zur Verfügung. Ebenfalls kostenlos nutzbar sind Merkblätter und Leitfäden zu etwa 30 Themen. Es gibt Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen zu den Themen Gründung, Mittelstand und Unternehmensführung. Darüber hinaus ist die Firmenhilfe in Hamburg vernetzt und ermöglicht die Weiterleitung von Anfragen an Partner aus dem Netzwerk.

Verein Wirtschafts-Senioren-beraten – „Alt hilft jung“

Coaching-Angebote bietet der Verein Wirtschafts-Senioren-beraten – „Alt hilft jung“, bestehend aus 25 ehemaligen Managerinnen und Managern sowie Unternehmerinnen und Unternehmern, die ihre Erfahrung in Unternehmensführung einbringen. Gesponsert werden die Aktivitäten des Vereins von der hei., der Deutschen Bank, der Universität Hamburg, der Handelskammer Hamburg und weiteren lokalen Akteuren. Seit Gründung im Jahr 1983 wurden etwa 15.000 Beratungen durchgeführt. Mittlerweile liegt der jährliche Schnitt bei etwa 350 Beratungen, wobei auch bestehende Unternehmen zu den Klienten zählen. Neben Erfahrungswissen bringt der Verein ein weit verzweigtes Netzwerk mit, von dem Gründerinnen und Gründer profitieren können.

5.1.2 Zielgruppenbezogene Angebote

Johann Daniel Lawaetz-Stiftung

Die Johann Daniel Lawaetz-Stiftung richtet sich unter dem Leitsatz „Innovativ für das Gemeinwohl“ u.a. auch an Personen, die sich in einer beruflichen Umbruchsituation befinden und die Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit als Perspektive sehen. Das Angebot umfasst individuelle Beratungen sowie Seminare und wird von der FHH unterstützt. Deshalb hält sich die Kostenbeteiligung der Kunden in Grenzen, so dass diese kein Hindernis darstellen sollte. Ebenso ist die Lawaetz-Stiftung mit der Beratung und Antragsbearbeitung zum Hamburger Kleinstkreditprogramm beauftragt, deren Bewilligung und weitere Umsetzung bei der hiesigen IFB liegt. Ein vergleichbares Angebot gibt es in Hamburg nicht.

Im Rahmen eines Pilotprojektes und mit Unterstützung durch die BWVI berät die Lawaetz-Stiftung auch Freiberufliche, die nicht von Erwerbslosigkeit bedroht waren oder sind, vor und nach der Gründung.

Gründungszentrum .garage

Das Gründungszentrum .garage bietet seit 1998 umfangreiche Beratungen, die speziell auf die Bedarfe von Kleinstgründungen zugeschnitten sind. Dabei wird in erster Linie darauf abgezielt, den Gründerinnen und Gründern selbst Arbeit und Einkommen zu verschaffen. Der Prozess zu einem eigenen Unternehmen soll dabei bewusst in kleinen Schritten und graduell erfolgen.

Verein Unternehmer ohne Grenzen

Seit dem Jahr 2000 ist der Verein Unternehmer ohne Grenzen als Plattform zum Austausch von Personen verschiedener Nationalitäten aktiv. Neben der Förderung der Partizipation von Frauen im Wirtschaftsleben steht die Förderung von Existenzgründungen insbesondere von Personen mit Migrationshintergrund im Fokus der Vereinsaktivitäten. Der Verein versteht sich als Brücke zwischen Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, Kammern und Institutionen sowie Behörden und möchte als Dialog-Plattform dienen. Das Portfolio umfasst neben Beratung auch die Organisation themenbezogener Veranstaltungen. Aktuell werden fünf Projekte durchgeführt, gefördert durch Mittel des Europäischen Sozialfonds, der Stadt Hamburg sowie des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge.

Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten

Eine vergleichbare Ausrichtung (Förderung von Gründerinnen und Gründern mit Migrationshintergrund) hat die Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten (ASM), die in ihrer jetzigen Form seit 2007 existiert. Die Funktion der ASM ist primär beratender Natur, so wird etwa monatlich ein Stammtisch veranstaltet und Hilfe bei der Erstellung eines Businessplans angeboten. Das Angebot richtet sich auch an deutsche Gründungswillige, sofern diese ALG-I/II beziehen. Eine enge Kooperation erfolgt mit der Handelskammer Hamburg. Als Tochter der Arbeiterwohlfahrt e.V. (AWO) ist zudem die Initiative AQTIVUS in der Beratung von Gründungsinteressierten mit Migrationshintergrund und erwerbslosen Personen aktiv.

5.2 Innovative Gründungen/Gründungen aus Hochschulen

Aufgrund der hohen strukturpolitischen Bedeutung ist die Förderung von Existenzgründungen ein wichtiges Handlungsfeld der regionalen Wirtschaftspolitik. Vor allem innovative Gründungen bzw. Gründungen von hochqualifizierten Personen sind

wichtige Träger des wirtschaftlichen Strukturwandels. Nachfolgend werden die speziell auf innovative Gründungen ausgerichteten Fördereinrichtungen und Initiativen (Kapitel 5.2.1) sowie die Wissens- und Technologietransferstellen am Standort Hamburg (Kapitel 0) kurz vorgestellt. Ein separater Abschnitt ist den Technologie- und Gründerzentren (TGZ) gewidmet (Kapitel 5.2.3), die innovative Unternehmensgründungen durch Bereitstellung kostengünstiger und funktionsgerechter Infrastruktur sowie fachgerechte Beratung und Betreuung unterstützen.

5.2.1 Förderangebote und Initiativen der Netzwerkpartner

InnovationsAllianz Hamburg

Seit ihrer Gründung im Jahr 2008 soll die InnovationsAllianz Hamburg als übergeordnete Initiative die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Wissenschaft am Standort verbessern. Die Förderung von Forschungs- und Kooperationsflächen für Hochschulen, Unternehmen und innovative Gründerinnen und Gründer stellt eine zentrale Aufgabe der InnovationsAllianz dar. Langfristig wurde das Ziel ausgegeben, Hamburg zu einer Innovationshauptstadt für Europa zu entwickeln.

Getragen wird die Initiative von der BWVI, der Behörde für Wissenschaft, Forschung und Gleichstellung, der Handelskammer Hamburg, der Handwerkskammer Hamburg, dem Industrieverband sowie Vertretern des Wissenschaftsstandorts Hamburg. Insgesamt sind 160 Akteure aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft daran beteiligt, ein gemeinsames Verständnis hinsichtlich der anzustrebenden innovations- und förderpolitischen Ziele zu erarbeiten. Die 2010 unterzeichneten strategischen Leitlinien sollen die Grundlage zukünftiger Innovationspolitik bilden. Die Verstärkung der Innovations Kontakt Stelle (IKS) sowie die Einrichtung des Innovationsstarter Fonds gehen auf Initiativen der InnovationsAllianz zurück. Weitere Maßnahmen, wie die Gründung der IFB sowie Förderprogramme der IFB wie InnoRampUp und der neue Hamburg Kredit Innovation wurden ebenso durch die InnovationsAllianz initiiert wie die Einrichtung des Zentrums für Angewandte Luftfahrtforschung (ZAL) oder des Technologiezentrums Energie-Campus Bergedorf als Teil der Initiative zur Entwicklung von Forschungs- und Innovationsparks in Hamburg (vgl. Kapitel 5.2.3).

Im Rahmen der InnovationsAllianz wird gegenwärtig die bereits im Koalitionsvertrag angelegte „Plattform für wissensbasierte Gründungen“ entwickelt, die bestehende Angebote für diese Zielgruppe bündeln (und später bedarfsweise ergänzen) soll. Der Launch der Plattform, die von einem externen Betreiber aktiv gemanagt werden soll, ist für das Frühjahr 2017 geplant. Inhaltliche Erweiterungen sollen im Laufe des kommenden Jahres schrittweise vorgenommen werden. Die Realisierung der Plattform erfordert eine enge inhaltliche Koordinierung zwischen den Netzwerkpartnern. Weite-

re Initiativen sind beispielsweise in den Bereichen Vernetzung, Finanzierung, Standortvermarktung und Infrastruktur geplant.

Aufbauend auf den strategischen Leitlinien der InnovationsAllianz hat die Freie und Hansestadt Hamburg eine Dokumentation über ihre Regionale Innovationsstrategie (RIS) erarbeitet. Auf Grundlage einer SWOT-Analyse und umfangreichen statistischen Untersuchungen der Innovationsfähigkeit des Standortes Hamburg wird dieser europaweit im Regional Innovation Scoreboard der Europäischen Kommission in die höchste Kategorie als „Innovation Leader“ eingestuft; trotzdem wurden Verbesserungspotenziale in unterschiedlichen Bereichen identifiziert. Hierzu zählen etwa die FuE-Ausgaben der Wirtschaft in Hamburg sowie die Forschungsausgaben des Unternehmenssektors. Den bestehenden acht Clustern wird eine wichtige Rolle innerhalb des RIS bezüglich der Vertiefung der Forschungsanstrengungen in den Schwerpunktbereichen zugewiesen. Die Ausrichtung und Umsetzung der RIS werden fortlaufend überprüft, um eine gezielte Weiterentwicklung der Strategie zu gewährleisten.

Hamburgische Investitions- und Förderbank Hamburg (IFB Hamburg)

Ein Schwerpunkt der in Abschnitt 5.1.1 bereits ausführlich beschriebenen IFB Hamburg besteht in der Förderung innovativer Existenzgründungen.

Als wichtiger Schritt hin zu einer Entrepreneurship-Kultur wird das 2013 initiierte Programm InnoRampUp betrachtet, mit dem die BWVI das Thema Förderung innovativer und technologieorientierter Startups aufgegriffen hat. In den gleichen Zeitraum fiel die Planung eines Innovation Campus Green Technologies an der TUHH, der 2016 starten soll (vgl. Kapitel 5.2.3.2).

Das Programm InnoRampUp dient der branchenübergreifenden Förderung von Unternehmen mit überdurchschnittlich innovativen Geschäftsideen. Dabei dürfen die Unternehmen nicht älter als zwei Jahre sein und gemäß KMU-Definition der Europäischen Union muss es sich um Klein- oder Kleinstunternehmen handeln (maximal 50 Mitarbeiter und Jahresumsatz unter 10 Mio. Euro). Gefördert werden Aufwendungen für Personal, Material, Marketing, Qualifikation/Weiterbildung, Patente, Raumkosten/Infrastruktur und Reisekosten. Das Volumen beträgt maximal 150.000 Euro pro Unternehmen, ein Eigenanteil ist nicht verpflichtend (wird aber gerne gesehen). Seit Einführung Mitte 2013 wurden 16 Projekte mit einem Fördervolumen von rund 2 Mio. Euro (Projektvolumen: 2,5 Mio. Euro) realisiert. Für 2015 standen 2,1 Mio. Euro zur Verfügung.

Mithilfe der Innovationsagentur der IFB Hamburg und der Tochtergesellschaft IFB Innovationsstarter GmbH werden Beteiligungen an jungen innovativen Unternehmen erworben. Der Fokus liegt auf kleinen Unternehmen in Hamburg, die seit maximal sechs Jahren existieren. Gefördert werden Weiterentwicklung und Umsetzung technologisch innovativer Geschäftsideen. Die IFB Hamburg erwirbt einen Anteil von 15 %

des Unternehmens, wobei die maximale Investitionssumme bei 1 Mio. Euro liegt und das Engagement auf 3-8 Jahre begrenzt ist. Signifikantes Wachstums- und Wertsteigerungspotenzial ist dabei nachzuweisen. Die Förderung erfolgt nach einem umfangreichen mehrstufigen Auswahlprozess. Bisher wurden Projekte mit einem Volumen von rund 4,9 Mio. Euro realisiert. Jährlich werden über den Innovationsstarter Fonds durchschnittlich 3 Mio. Euro in junge, innovative Unternehmen investiert.

Abgelöst wurde die FuE-Richtlinie Hamburgs Anfang 2015 von der PROFI-Richtlinie (Programm für Innovation), die Vorhaben zu Forschung, Entwicklung und Innovation in insgesamt drei Modulen bündelt. Das Förderprogramm PROFI Standard legt den Fokus auf F&E-Aktivitäten. Sowohl Unternehmenskooperationen als auch Kooperationen zwischen Unternehmen und Hamburger Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen werden mit bis zu 500.000 Euro gefördert (in Ausnahmefällen bis 1 Mio. Euro). Die Förderquoten liegen abhängig von Unternehmensgröße und Art der Kooperation zwischen 25 und 80 %. Antragsstellende müssen ein wissenschaftliches Gutachten vorlegen, ehe eine Kommission über den Antrag entscheidet. Bisher wurden fünf Projekte mit einem Fördervolumen von 1,9 Mio. Euro realisiert (Projektvolumen: 5,6 Mio. Euro). Des Weiteren existieren neben PROFI Standard noch die Module PROFI Transfer Plus, mit Fokus auf Förderung von Verbundprojekten zwischen KMU und Hochschulen / Forschungseinrichtungen, sowie PROFI Umwelt mit Fokus auf Einzel- und Kooperationsprojekten zur Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren und Dienstleistungen zum Klima- und Umweltschutz. Die PROFI-Richtlinie ist vorerst bis Ende des Jahres 2020 gültig.

Bis Juli 2015 hat die IFB Hamburg insgesamt 156 Refinanzierungszusagen erteilt (bei 173 Anträgen), wobei das Fördervolumen 13,1 Mio. Euro, bei einer durchschnittlichen Kredithöhe von 84.244 Euro, betrug. Ausfälle waren bis dato nicht zu verzeichnen. Im Bereich der Gründungsberatung beschäftigt die IFB Hamburg aktuell 30 Personen, sechs weitere sind der Tochterfirma IFB Innovationsstarter GmbH zur Förderung innovativer Startups zugeordnet.

Universität Hamburg

Die Universität Hamburg betreibt einen eigenen Gründerservice. Dieser versteht sich selbst als „Gründungspartner in der Hochschulverwaltung“ und soll als Anlaufstelle für Studierende und andere Mitglieder der Universität dienen, die sich mit der Idee einer Existenzgründung oder Freiberuflichkeit beschäftigen. Die Beratung kann sowohl telefonisch als auch persönlich vor Ort erfolgen. Sie zielt vorwiegend auf das EXIST-Gründungsprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). Auch bearbeitet der Gründerservice der Universität die Projektanträge zum EXIST-Programm administrativ. Beratungen zum Thema Existenzgründung sind ebenso im Career Center der Universität möglich, das den Studierenden im Übergang

zum Arbeitsmarkt Hilfestellung bietet. Die Beratung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Existenzgründerprogramm (hep) (s. Kapitel 0), durchgeführt werden u.a. Veranstaltungen und Workshops sowie eine Summer und eine Winter School zu dem Thema. Das Angebot richtet sich an alle Studierenden der Universität sowie an Absolventinnen und Absolventen, deren Abschluss nicht länger als zwei Jahre zurückliegt. In das Programm PIASTA, das sich dem interkulturellen Leben und Studieren widmet und an Gaststudierende richtet, sind ebenfalls Veranstaltungen zum Thema Existenzgründung integriert. Zudem gibt es Sprechstunden und Veranstaltungen der Hamburg Kreativ Gesellschaft für junge Studierende aus der Kreativszene.

Die Universität Hamburg fördert Gründungsinitiativen durch Bereitstellung von Räumen, Geräten und sonstiger Infrastruktur und möchte so einen Beitrag zur Gründungsvorbereitung aus dem Wissenschaftsbetrieb heraus leisten. Darüber hinaus werden zunehmend spezielle Seminare und Vorlesungen zum Thema Gründung in den Curriculum integriert mit dem Ziel, die Qualifizierung der Studierenden durch Grundlagen- und Spezialwissen im Bereich Entrepreneurship zu verbessern. Insgesamt wurden im Zeitraum von 2012 bis 2014 nach eigenen Angaben sieben Ausgründungen realisiert (vgl. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 2015).

Speziell zum Zwecke des Wissens- und Technologietransfers betreibt die Universität Hamburg seit 30 Jahren die Arbeitsstelle für Wissens- und Technologietransfer (AWITT). Die AWITT wird in Kapitel 5.2.2 vorgestellt.

Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH)

Nachdem die TUHH sich 2013 in dem bundesweiten Wettbewerb „EXIST-Gründungskultur – Die Gründerhochschule“ durchgesetzt hat, darf sie nun als eine von zwölf deutschen Hochschulen den Titel „Gründerhochschule“ führen. Zudem erhält sie finanzielle Zuwendungen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) zur Umsetzung von Projekten zum Thema Existenzgründung. Die Universität hat eine Reihe von Zielen formuliert, die mit Hilfe des EXIST-Programms erreicht werden sollen. Durch ein gründerfreundliches Umfeld und gestärkten Unternehmergeist soll künftig ein überdurchschnittlicher Anteil (mindestens 10 % der Absolventinnen und Absolventen) innerhalb von zehn Jahren nach Abschluss des Studiums ein eigenes Unternehmen gründen. Weiterhin sollen die Ausgründungen in den Kompetenzfeldern der TUHH bis 2017 verdoppelt bzw. bis 2022 verdreifacht werden.

Sämtliche Maßnahmen werden unter der Marke „Start-Up Dock“ gebündelt. Hierbei handelt es sich um ein Programm, das Gründungen aus Hamburger Hochschulen und Forschungseinrichtungen unterstützen soll. Ziel ist es, die Gründerkultur auf dem Campus zu stärken und die Offenheit der Studierenden für unternehmerisches Denken und Handeln durch Lehrveranstaltungen und Events gezielt zu verbessern. Die erste Säule zur Unterstützung innovativer und technologieorientierter Startups ist das Zent-

rum für Innovation & Entrepreneurship (ZIE), das Angebote zu Mentoring, Qualifizierung und Finanzierung von Gründungen bietet. Zudem unterhält die TUHH ein Institute of Entrepreneurship (TIE), welches ein umfangreiches praxisorientiertes Lehr- und Forschungsangebot vorhält. Die Unterstützung von Studierenden und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern umfasst sowohl Gründungslehre als auch Gründungsförderung und -forschung. Finanziert wird das Startup Dock durch Mittel des BMWi, der TUHH sowie durch private und institutionelle Stiftungen. Neben einem webbasierten Schulungsangebot werden Summer Schools, Workshops und Seminare sowie offene Vortragsveranstaltungen angeboten. Von 2012 bis 2014 wurden insgesamt zwölf Ausgründungen realisiert (vgl. Bürgerschaft der Freien und Handelsstadt Hamburg, 2015).

In der operativen Ausführung ist das Start-Up Dock Programm eng mit der TuTech Innovation GmbH und dem Northern Institute of Technology Management (NIT) verbunden, um so den Technologie- und Wissenstransfer in der Metropolregion Hamburg positiv zu beeinflussen. Strategische Partner des Projekts sind die TuTech Innovation GmbH & Hamburg Innovation GmbH, NIT, IFB Hamburg, Hamburg Startups, Hamburg Kreativ Gesellschaft und German Accelerator.

Helmut-Schmidt-Universität Hamburg (HSU)

Die 1972 als „Hochschule der Bundeswehr Hamburg“ gegründete Helmut-Schmidt-Universität widmet sich der Ausbildung von Offizierinnen und Offizieren der Bundeswehr. Seit 2002 ist auch für Zivilisten eine Einschreibung an der HSU möglich, sofern diese ein entsprechendes Stipendium vorweisen können. Mittlerweile ist die Universität im Bereich Forschung relativ breit aufgestellt und bearbeitet zunehmend Felder außerhalb der eigentlichen Kernkompetenzen der Bundeswehr.

Zu den aktuellen Forschungsclustern gehören beispielsweise Nachhaltige Energieversorgung, Luftfahrtforschung, Computational Logistics, Cognitive Science sowie Wissensformen, Konfliktodynamiken und sozialer Wandel. Zudem bestehen Fakultäten für Elektrotechnik, Geistes- und Sozialwissenschaften, Maschinenbau und Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Eine Förderung von Forschungsvorhaben erfolgt neben öffentlichen Maßnahmen ebenso auf universitärer Ebene. Die HSU kooperiert in Forschungsfragen eng mit anderen Hochschulen, Forschungseinrichtungen und der freien Wirtschaft in Hamburg. Eine explizite Fokussierung auf das Thema Existenzgründung wird seitens der HSU nicht angestrebt, wenngleich die thematische Fächerung der Studiengänge und Forschungsschwerpunkte ein erhebliches Potenzial erkennen lässt.

KPMG

Die Förderung innovativer Gründungsvorhaben erfolgt in Hamburg nicht nur von öffentlicher Seite sondern ebenso durch private Unternehmen und Initiativen. Exemp-

larisch sei an dieser Stelle das Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG aufgeführt. Die international tätige Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft bietet mit 162.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 155 Ländern ein breites Leistungsspektrum an. Die Angebote orientieren sich dabei an den jeweiligen Bedürfnissen der Kunden in ihrem Markt sowie an den anzuwendenden Gesetzen und Richtlinien. Die Leistungen von KPMG sind in die Geschäftsbereiche Audit (Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen), Tax (Steuerberatung) und Advisory (Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen) gegliedert. Ergänzt wird das Portfolio durch Angebote, die speziell auf Startups bzw. innovative Gründungsvorhaben zugeschnitten sind.

Um eine umfassende Begleitung anbieten zu können, hat KPMG die Initiative „Smart Start“ ins Leben gerufen, die sämtliche Aktivitäten zur Betreuung von Startups bündelt. Diese beschränkt sich grundsätzlich nicht auf die Vorgründungsphase, sondern ermöglicht auch eine längerfristige Prozessbegleitung. Als Einstiegsangebot ist der „Smart Start Guide“ zu nennen, ein Handbuch zu den zentralen Anforderungen im Gründungsprozess, darunter rechtliche Rahmenbedingungen, Businessplan-Erstellung, Buchführung und Finanzierung. Des Weiteren umfasst das Angebot Veranstaltungen zu gründungsrelevanten Themenstellungen, Netzwerkveranstaltungen, wie z.B. das Ladies Dinner zur Vernetzung von Gründerinnen und Frauen in Führungspositionen und Workshops zu aktuellen Themen für Startups

Hamburg ist einer der deutschlandweit sechs Standorte, an denen KPMG ein Expertenteam zur persönlichen Beratung für Gründerinnen und Gründer beschäftigt. Dabei können Gründer auf das branchenspezifische Fachwissen von KPMG zurückgreifen.

Durch Zusammenarbeit mit Investoren, Business Angels oder Venture Capital-Gebern kann KPMG bei Bedarf Kontakte zu privaten Geldgebern anbahnen. Als international tätiges Unternehmen kann es dabei auf überregionale Netzwerke zugreifen.

Der Deutsche Startup Monitor, den der Bundesverband Deutsche Startups e. V. und die Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin seit 2013 jährlich herausgeben, wird von KPMG unterstützt.

Hamburg Startups

Das Projekt Hamburg Startups wurde von zwei Gründerinnen selbst ins Leben gerufen und soll Startups, Gründungswillige und Partner effektiver zusammenbringen, um Hamburg als Gründerstadt sichtbarer zu machen. Hierzu werden regelmäßig unkonventionelle Events veranstaltet; es erfolgt eine redaktionelle Berichterstattung etwa über aktuelle Trends der Hamburger Startup-Szene, Preisverleihungen und Investments. Es gibt einen Leitfaden für Gründungswillige, und mit dem Hamburg Startup Monitor wird fortlaufend eine Übersicht über Hamburger Startups, Neugründungen und deren Entwicklung gegeben (vgl. Kapitel 3.3.2). Auf diese Weise soll nicht nur

mehr Transparenz geschaffen werden, sondern das Ziel ist ebenso, die Zusammenarbeit zwischen Startups zu erleichtern und insgesamt die Wahrnehmbarkeit Hamburgs als Standort für Unternehmensgründungen zu erhöhen.

Partner für den Startup Monitor sind die Handelskammer Hamburg, das Startup Dock und United Research. Durchgeführt wurde die Datenanalyse mit dem Team von Ergon Datenprojekte.

NextMedia Hamburg

Gründungen im Bereich Medien werden vorwiegend von NextMedia Hamburg betreut. Die Standortinitiative der Hamburger Digital- und Medienwirtschaft setzt sich für eine Weiterentwicklung des Hamburger Mediensektors im Angesicht des Digitalen Wandels ein und wird getragen von der Stadt Hamburg, dem Verein Hamburg@work (e.V.), der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung sowie einzelnen Unternehmen und Personen. Um die Voraussetzungen für Startups zu verbessern, betreibt die Initiative ein Starthub als erste Informations- und Auskunftsstelle für digitale Startups in Hamburg. Zudem wurde ein Starter-Kit entwickelt, das generelle und weiterführende Informationen umfasst (z.B. zu Businessplänen, Gründung, Finanzierung, Co-Working und Immobilien, operativem Geschäft und Mitarbeiterrekrutierung). Darüber hinaus findet wöchentlich eine Sprechstunde für Gründerinnen und Gründer aus der Medienbranche statt und es wird eine Workshop-Reihe angeboten.

NextMedia Hamburg besteht seit 1997 und ist somit das älteste Cluster im Rahmen der Hamburger Clusterstrategie. Mittlerweile umfasst die Strategie insgesamt acht Cluster, von Luftfahrt über Life Sciences bis hin zu Erneuerbaren Energien. Ebenfalls auf Startups aus dem kreativen Bereich ausgerichtet ist das Cluster Kreativgesellschaft Hamburg, das seit 2010 besteht. Als Kooperationsprojekt zwischen unterschiedlichen Clustern wird aktuell die Einrichtung eines Co-Working-Space eHealth diskutiert. Dieser ist als Zusammenarbeit der Cluster Gesundheitswirtschaft Hamburg (GWHH) und Life Science Nord (LSN) geplant und kann als Vorbild ähnlicher Projekte zur Verknüpfung bereits existenter Spezialisierungen dienen.

5.2.2 Wissens- und Technologietransferstellen

Die Durchführung von Wissens- und Technologietransfer erfolgt in der Realität nicht in dem Maße, in dem es aus regionalwirtschaftlicher Sicht wünschenswert wäre. Die öffentliche Hand, aber auch wirtschaftsnahe Körperschaften, versuchen, das Marktversagen durch die Schaffung von intermediären Einrichtungen, den Wissens- und Technologietransferstellen, zu kompensieren. In Deutschland lassen sich im Grundsatz drei institutionelle Gruppen unterscheiden (Czarnitzki et al., 2000), es existieren aber auch Mischformen.

- *Wissenschaftsnahe Intermediäre* sind an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen angesiedelt.
- Bei *wirtschaftsnahen Intermediären* handelt es sich um Transferstellen bei wirtschaftsnahen Körperschaften.
- Zu den „*eigenständigen*“ *Intermediären* gehören sowohl Transfernetzwerke und Technologiezentren, die von öffentlicher oder privater Seite getragen werden, als auch private Dienstleister im Bereich des Wissens- und Technologietransfers (vgl. Czarnitzki et al., 2000). Auch Technologiezentren lassen sich per Definition in diese Gruppe fassen, sie werden jedoch in einem separaten Kapitel (5.2.3) vorgestellt.

Die Situation in Hamburg ist geprägt von wissenschaftsnahen Transferstellen mit eigenständiger Organisation. Hierzu zählen die TuTech GmbH sowie die Hamburg Innovation GmbH, die gemeinsam ein Wissenstransfer-Tandem für technologieorientierte Gründungen aus dem Hochschulumfeld bilden. Einen weiteren eigenständigen Intermediär stellt die von Handelskammer Hamburg und der Stadt finanzierte Innovations Kontakt Stelle Hamburg dar. Darüber hinaus bieten auch einige der in Kapitel 5.2.1 vorgestellten Fördereinrichtungen Leistungen im Bereich des Wissens- und Technologietransfers an; diese werden in den entsprechenden Abschnitten beschrieben.

Innovations Kontakt Stelle Hamburg (IKS)

Die IKS wurde 2011 auf Initiative der InnovationsAllianz Hamburg ins Leben gerufen. Unter dem Motto „IKS verbindet Wirtschaft und Wissenschaft“ soll die Kommunikation zwischen Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen verbessert und der gegenseitige Zugang erleichtert werden. Die Einrichtung wird von der Handelskammer Hamburg und der Stadt Hamburg finanziert. Projektträger sind die Handelskammer Hamburg Service GmbH sowie die Hamburg Innovation GmbH.

Das Angebot der IKS basiert auf der Annahme, dass Unternehmen oft überzeugende Ideen zu neuen Produkten und Dienstleistungen besitzen. In der Praxis fehlen jedoch in KMU und jungen Unternehmen häufig die personellen und finanziellen Ressourcen für F&E-Aktivitäten. Die Suche nach passenden Angeboten der Wissenschaft und die Beschaffung der notwendigen Ressourcen stellen oft ein unüberwindbares Hindernis dar. An diesem Punkt setzt das Angebot der IKS an.

Die IKS vermittelt und vernetzt Kooperationspartner aus Wirtschaft und Wissenschaft. Sie hilft bei der Identifikation des Potenzials von F&E-Kooperationen in Unternehmen und begleitet Kooperationsprozesse. Neben der Anbahnung von Kooperationen tritt die IKS auch als Wegweiser auf. Die Vorteile für Unternehmen bestehen in reduzierten Transaktionskosten (da die Suchkosten auf die IKS übertragen werden), in schnellerer Vermittlung von potenziellen (wissenschaftlichen) Partnern, Ressourcen-

einsparungen sowie im Zugang zu neuen Netzwerken. Zum Portfolio gehören auch die Vorstellung aktueller Projektanfragen aus der Wissenschaft sowie Veranstaltungen und Wettbewerbe aus dem Innovationsnetzwerk der IKS.

TuTech Innovation GmbH

Die TuTech Innovation GmbH besteht seit über zwei Jahrzehnten und versteht sich als Bindeglied zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Ein besonderer Fokus liegt auf der Förderung von Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft einschließlich der Förderung von Existenzgründungen aus dem Wissenschaftsbereich. Das bestehende unternehmerische und wissenschaftliche Potenzial soll entwickelt und gewinnbringend vernetzt werden.

Die TuTech betreibt ein eigenes „Competence Centre Entrepreneurship“ (CCE) mit verschiedenen Beratungsangeboten (Konzept-, Fördermittel- und Finanzierungsberatung), das sich insbesondere an technologieorientierte Gründerinnen und Gründer aus Hochschulen richtet.

Ziel ist es, auf Basis von Forschungsergebnissen Geschäftsideen zu kommerziellen Aktivitäten weiterzuentwickeln. Erfolgversprechende Geschäftsfelder sollen ausgegründet werden, wobei die TuTech sich in der Seed-Phase am Unternehmen beteiligen kann. Für Ausgründerinnen und -gründer besteht die Möglichkeit, die Infrastruktur der TuTech zu nutzen, die gleichzeitig als Inkubator fungiert. Es wird ein „Full-Service-Support“ angeboten, der die kostengünstige Bereitstellung von Räumen, Bürokommunikation und IT-Services, Einkaufs- und Buchhaltungsdienstleistungen, etc. umfasst. Die TuTech GmbH ist zudem bei Patentanmeldungen aus Hochschulen zuständig, da die Patentverwertungsagentur Hamburg bei ihr verortet ist.

Regelmäßig werden im Rahmen des CCE Seminare, Workshops und Foren veranstaltet und Qualifizierungsmaßnahmen angeboten (z.B. eine Summer School der Innotech-Initiative). Die Innotech-Initiative für innovative Existenzgründungen in der Metropolregion Hamburg wurde 2005 von TuTech und hit-Technopark GmbH & Co. KG ins Leben gerufen und bietet Hilfe in den ersten Jahren der Selbstständigkeit. Der Hauptfokus liegt auf Workshops und der jährlichen Vergabe des „Innotech-Preises“, mit dem seit 2006 besonders innovative Geschäftsideen ausgezeichnet werden.

Hamburg Innovation GmbH (HI)

Bei der HI handelt es sich um ein Technologietransfer-Dienstleistungsunternehmen und die Transfergesellschaft aller Hamburger Hochschulen. Gegründet wurde die HI im Jahr 2004. Der Kern der Geschäftstätigkeiten besteht seitdem in der Zusammenführung von Wirtschaft und Wissenschaft durch Initiierung und Management von technischen oder wissenschaftlichen Kooperationsprojekten, der wirtschaftlichen Verwertung von F&E-Ergebnissen (Lizenzvergaben) sowie der Unterstützung von Unterneh-

mensausgründungen. Konkret werden Instrumente und prozessunterstützende Maßnahmen angeboten und die finanzielle und vertragliche Verantwortung bei Kooperationsprojekten übernommen. Schwestergesellschaft der HI ist die TuTech Innovation GmbH, die auch das operative Geschäft der HI durchführt. Gesellschafter der HI sind die Hamburger Hochschulen sowie die TuTech GmbH (16 %). Kooperationen erfolgen mit den Kammern, einzelnen Unternehmen, Standortgemeinschaften sowie öffentlichen Gesellschaften wie der IFB Hamburg.

Die Leistungen der HI für Gründerinnen und Gründer sind vorwiegend beratender Natur und umfassen nicht nur die Gründungsphase sondern grundsätzlich auch die Frühentwicklungsphase. Zielgruppe sind Studierende, Hochschulabsolventinnen und -absolventen sowie akademische Hochschulangehörige, die eine Existenzgründung im High-Tech-Bereich bzw. im innovativen Dienstleistungsbereich anstreben. Die Förderung wird durch individuelle Beratungsgespräche, Business-Entwicklungsplanung, regelmäßige Foren und Seminare sowie die Vermittlung von Coaches, Finanzierungspartnern und Business-Angels umgesetzt.

Zu nennen ist zudem das Hamburger Existenzgründerprogramm (hep), das über die HI abgewickelt wird. Bei hep handelt es sich um ein Projekt der Hamburger Hochschulen und ihrer Partner aus Wirtschaft und Politik, das seit 1999 existiert. Das Ziel des Programms besteht darin, innovative Existenzgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen zu stimulieren. Gefördert werden ausschließlich technologieorientierte Gründungen aus dem Bereich innovativer Dienstleistungen. Die wichtigsten Förderinstrumente stellen dabei Gründerjobs (finanzielle Absicherung der Gründerinnen und Gründer in der Anfangsphase), Ideenwettbewerbe sowie Beratungen dar. Seit 2009 die Förderung des Bundes ausgelaufen ist und auch Sponsoren und andere Fördermittel wegfielen, beträgt der Etat des hep allerdings nur noch einen Bruchteil vorheriger Jahre (Gesamtetat 2008: 637.700 Euro, Gesamtetat 2014: 2.220 Euro) (vgl. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 2015c).¹¹

Arbeitsstelle für Wissens- und Technologietransfer (AWITT)

Die von der Universität Hamburg betriebene Arbeitsstelle für Wissens- und Technologietransfer fungiert als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Zu den primären Dienstleistungen zählen die Förderung von Unternehmensgründungen und Patentanmeldungen aus dem Hochschulbetrieb heraus sowie die Anbahnung von Kooperationsprojekten mit der Wirtschaft durch Förderung anwendungsorientierter Forschung. Dabei ist die AWITT bei der Aufnahme von Kontakten vermittelnd tätig, sie initiiert und koordiniert gemeinsame Projekte von Wissenschaft und Wirtschaft,

¹¹ Im Jahr 2012 war der Etat mit 1.100€ sogar noch niedriger. Seit die Förderung des Bundes eingestellt wurde, finanziert das hep sich ausschließlich durch Eigeneinnahmen (seit 2011 gibt es auch keine Sponsoren mehr).

stellt Informationen zusammen und veröffentlicht diese, betreut und informiert Gründerinnen und Gründer und bietet Hilfestellung bei bürokratischen Fragen wie beispielsweise Patentanmeldungen. Seit 2006 erfolgt eine Unterstützung seitens der Hamburg Innovation GmbH.

HiTeC

Das Hamburger Informatik Technologie-Center e.V. ist dem Fachbereich Informatik der Universität Hamburg zugeordnet und fungiert als dessen Forschungs- und Technologietransferzentrum. Durch die Eintragung als Verein ist HiTeC unabhängig, zugleich jedoch über einen Kooperationsvertrag eng mit der Universität Hamburg verbunden. Anders als andere Initiativen definiert HiTeC seine Aufgabe nicht ausschließlich in der Anbahnung von Kooperationsprojekten, sondern führt auch selbstständig anwendungsorientierte Forschungsvorhaben durch und verbreitet deren Ergebnisse. Auf Grundlage der praktischen Erfahrungen im Gründungsalltag versucht HiTeC Einfluss auf die Ausbildung der Universität zu nehmen, um eine möglichst hohe Praxisnähe zu gewährleisten. Zusätzlich besteht für Studierende die Möglichkeit, sich zu Gründungsvorhaben im Informatikbereich beraten zu lassen.

HiTeC stellt für interessierte Unternehmen eine Kontaktstelle zur Anbahnung von Kooperationsprojekten mit wissenschaftlichen Stellen dar. Die Ausgestaltung dieser Kooperationen reicht von der Teilnahme an Workshops und Messen über die eigene Organisation von Seminaren bis hin zur Durchführung von Studien oder der Konzeption prototypischer Software-Technologien und Anwendungen. Zur Förderung von Startups aus dem Universitätsbetrieb kooperiert HiTeC mit der Innovationsstarter Hamburg GmbH und arbeitet mit dem universitätseigenen Gründerservice zusammen. Bisher sind mehr als ein Dutzend Startups aus dem Fachbereich Informatik hervorgegangen.

MediGate

Bei der 2004 gegründeten MediGate GmbH handelt es sich um eine Tochtergesellschaft des Universitätsklinikums Hamburg-Eppendorf (UKE). Sie zielt darauf ab, die unterschiedlichen Interessenlagen von Wissenschaft, Fördermittelgebern und Industrie zusammenzuführen. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des UKE sowie deren Partner haben die Möglichkeit durch die MediGate professionelle Unterstützung im Technologietransfer, bei klinischen Studien oder bei der Förderberatung zu erhalten. Neben der Unterstützung bei der Verwertung von am UKE generiertem Wissen richten sich die Aktivitäten ebenso nach außen, was sich nicht zuletzt im Einwerben von Drittmitteln für die Forschung manifestiert. Der Beitrag der MediGate besteht hierbei unter anderem in formaler Unterstützung, beispielsweise bei der Erstellung von Anträgen zur Drittmittelakquise oder bei der Patentanmeldung. Hierbei werden auch eine Einschätzung der Patenttauglichkeit vorgebrachter Ideen vorgenommen und die wei-

teren Schritte gemeinsam geplant. Durch die Verknüpfung all dieser Bereiche soll ein Umfeld für neue Spitztechnologien entstehen und die zeitnahe Umsetzung innovativer Ideen in die Praxis gewährleistet werden.

Gründungsservice der HAW

Der Gründungsservice der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg firmiert unter dem Titel Competence Center LebensLanges Lernen (CC3L). Das Angebot richtet sich primär an Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter der HAW und unterteilt sich in die drei Bereiche Qualifizierung, Beratung zu Existenzgründung und Freiberuflichkeit sowie Gründerwerkstatt. Während im Bereich Qualifizierung eine Reihe von Veranstaltungen wie Workshops, Ringvorlesungen oder der Tag der Gründung an der HAW angeboten werden, steht bei konkretem Interesse an einer Gründung eine eigene Ansprechpartnerin zur Verfügung. Zur Begleitung des Gründungsprozesses selbst ist der dritte Bereich konzipiert, der eine intensive Betreuung in der Vorgründungsphase, eigene Räumlichkeiten, individuelle Betreuung und Kontakte zu anderen Gründerinnen und Gründern vorsieht. Zur Inanspruchnahme ist eine vorherige Beratung nachzuweisen und ein Projektplan für die kommenden 12 Monate vorzulegen. Aktuell nutzen 23 Startups die Räumlichkeiten des Gründungsservices, wobei keine Festlegung auf einen bestimmten Wirtschaftsbereich erfolgt.

Bezüglich der empfohlenen Fördermöglichkeiten wird, neben Angeboten des Bundes und der KfW, auf die IFB, EXIST, den High-Tech Gründerfonds und regionale Crowdfunding-Plattformen verwiesen. Darüber hinaus existiert ein Programm für Alumni der HAW, das ebenfalls unter dem Dach des CC3L angesiedelt ist. Organisiert werden hier beispielsweise regelmäßige Treffen, auch mit aktuellen Studierenden, jedoch liegt der Fokus nicht explizit auf ehemaligen Gründerinnen und Gründern.

5.2.3 Technologie- und Gründerzentren (TGZ)

Seit den 1980er Jahren haben sich Technologie- und Gründerzentren (TGZ) in Deutschland zu einem wesentlichen Element regionaler Innovationspolitik entwickelt. Unter dem Begriff der TGZ wird national und international eine Vielzahl unterschiedlich ausgestalteter Einrichtungen verstanden. Für die Zwecke dieser Untersuchung werden die TGZ funktional sortiert als Einrichtungen zur Initiierung und Unterstützung technologieorientierter Gründungen mit folgenden Angeboten (vgl. Baranowski et al., 2002):

- Leistungen zur Gründungsberatung und Unternehmensbetreuung;
- unterstützende technische und infrastrukturelle Dienstleistungen zur Unternehmensgründung und -entwicklung;

- Bereitstellung geeigneter Räumlichkeiten über flexible Mietkonditionen;
- Technologietransfer und Kooperation mit Hochschul- und Forschungseinrichtungen.

Die Aufenthaltsdauer in einem TGZ ist im Regelfall zeitlich befristet. Von dem Begriff der TGZ sind die Technologie- oder Innovationsparks zu unterscheiden. Um von einem Technologie- oder Forschungs- und Innovationspark sprechen zu können, müssen neben einem TGZ mindestens geeignete Gewerbeflächen für unbefristete Ansiedlungen zur Verfügung stehen.

Nachfolgend werden die derzeit am Standort Hamburg existierenden sowie geplanten Einrichtungen kurz vorgestellt.

5.2.3.1 TGZ mit allgemeiner Ausrichtung

hit-Technopark

Bereits seit 1985 ist der „hit-Technopark“ in Hamburg-Heimfeld Ansiedlungs- und Förderort für technologieorientierte Unternehmen. Zunächst von der Technischen Universität Hamburg-Harburg geführt, wird der Technologiepark seit 1994 von der Unternehmerfamilie Birkel betrieben.

Konzeptionell liegen die Schwerpunkte des Parks in der Ansiedlung von technologieorientierten Unternehmen sowie deren Beratung, Vernetzung und Betreuung. Die aktuell 120 Mieterinnen und Mieter im hit-Technopark nutzen Büroflächen von 25 m² bis hin zu mehr als 1.000 m². Hinzu kommen Gewerberäume wie beispielsweise Werkhallen sowie Präsentations- und Konferenzräume, die von allen Mieterinnen und Mietern verwendet werden können. Ansässigen Unternehmen steht außerdem ein vielfältiges Beratungsangebot zur Verfügung, das sich thematisch auf die Bereiche Strategie, Finanzierung und Projektplanung aufgliedert.

Innohub (Business-Center für Gründer)

Seit 2014 unterstützt das Existenzgründerzentrum „InnoHub“ der InnoGames GmbH junge Unternehmen, Startups und kreative Entrepreneure beim Geschäftsaufbau und will damit Wachstum fördern. Das Konzept von InnoHub sieht zunächst die Miete von vollständig ausgestatteten Büroflächen zu fairen Konditionen vor. Alle neun Büros des InnoHubs befinden sich im Gebäude der InnoGames GmbH und werden aktuell von Startups genutzt. Zusätzlich werden die Mieterinnen und Mieter durch Expertinnen und Experten aus der Industrie und Investoren im Rahmen eines Mentoren-Programms in ihrer Arbeit unterstützt und beraten. Das räumliche Miteinander

der teilnehmenden Startups sowie Kontakte zu Industrie, Investoren und Stadt erleichtern zudem die Vernetzung und ermöglichen Synergieeffekte.

5.2.3.2 TGZ mit Branchenspezialisierung (Fachinkubatoren)

Karostar (Musikbranche, St.Pauli)

Das „Karostar“ Musikhaus ist ein Projekt der Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft Hamburg mbH. Es richtet sich speziell an junge Unternehmen sowie Existenzgründerinnen und -gründer aus der Musikbranche und fördert diese bereits seit 2006. Insgesamt 29 Startups und junge Unternehmen aus der Musikwirtschaft, die sich unter anderem auf Beratung und Management, Marketing und PR, Design und Produktion spezialisiert haben, sind im Karostar angesiedelt. Die Räumlichkeiten des Musikhauses umfassen 33 Büros, drei Tonstudios, vier Geschäftsläden und Co-Working-Plätze, die flexibel mit einer Kündigungsfrist von lediglich vier Wochen für maximal fünf Jahre angemietet werden können. Damit bietet das Karostar Jungunternehmerinnen und -unternehmern Zeit, sich im Markt zu etablieren sowie die Möglichkeit sich zu vernetzen.

betahaus 2.0

Zur Förderung und Unterstützung der Hamburger Digital- und Kreativszene wurde 2010 das betahaus Hamburg als Coworking Space aus einer privaten Initiative heraus aufgebaut. Nach einem Umzug in eine größere Immobilie 2014 ist das Projekt mittlerweile zum zentralen Anlaufpunkt für Startups aus dem kreativen und digitalen Bereich geworden. Auf 2.100 qm befinden sich flexible und feste Arbeitsplätze, Büros, Konferenzräume, Eventflächen sowie ein angeschlossener Popup Store. Über 340 Nutzerinnen und Nutzer mit unterschiedlichen fachlichen Hintergründen kommen im betahaus zusammen, was nicht nur Kontakte zu Personen ermöglicht, die vor ähnlichen Herausforderungen im Gründungsprozess stehen, sondern gleichzeitig neue Blickwinkel auf fachliche Fragen eröffnet. Die Nutzung der Arbeitsflächen kann auf Tagesbasis oder als Flatrate Modell bis zu einem Jahr Laufzeit erfolgen. Ergänzt wird das Angebot durch wöchentliche Veranstaltungen, die entweder von den Nutzern oder den Betreibern organisiert werden. Neben einem „Education-Programm“ für Freiberufler zählen hierzu etwa Sprechstunden und Fachvorträge.

Elbcampus (Handwerkskammer, Bildungs- und Technologiezentrum für Handwerk und Mittelstand)

Das Kompetenzzentrum „Elbcampus“ der Handwerkskammer Hamburg in Hamburg-Harburg ist ein Technologiezentrum für Handwerk und Mittelstand und richtet sich besonders an berufstätige Personen und Unternehmen. Seit der Gründung 2008

können sich Geschäftskunden des Elbcampus unter anderem in den Bereichen Technik, Energie, Personalentwicklung und -führung, Organisation und Umwelt weiterbilden und beraten lassen. Zudem besteht die Möglichkeit für externe Unternehmen Seminarräume, einen Hörsaal sowie einen Multifunktionsraum beispielsweise für Events oder interne Fortbildungsmaßnahmen anzumieten. Der Elbcampus ist ebenfalls mit Fachwerkstätten ausgestattet, welche besonders für Unternehmen des Handwerks von Vorteil sind. Ebenfalls unter dem Dach des Elbcampus befinden sich die Akademie des Ehrenamtes, die Berufsakademie Hamburg, das Zentrum für Energie-, Wasser- und Umwelttechnik und das Versorgungswerk Hamburg.

5.2.3.3 Forschungs- und Innovationsparks (F&I-Parks)

Als verhältnismäßig neues Instrument zur Förderung des Wissens- und Technologietransfers präsentiert sich die Einrichtung von Forschungs- und Innovationsparks (F&I-Parks). Ziel ist es, den Eingang wissenschaftlicher Erkenntnisse in marktfähige Produkte und Dienstleistungen zu vereinfachen und innovative Gründungen zu fördern. Das Konzept der F&I-Parks sieht vor, durch innovationsorientierte Rahmenbedingungen und Infrastrukturen ein Ökosystem speziell für Gründerinnen und Gründer zu schaffen. Gleichzeitig soll die Attraktivität für technologieorientierte Unternehmen erhöht und die anwendungsorientierte Forschung gestärkt werden.

Georg Consulting und das HWWI haben im Rahmen der Studie „Spezifikation und Typologie der Gewerbeflächennachfrage Hamburg 2025“ auf die Bedeutung von F&I-Parks für Hamburg hingewiesen (vgl. Bräuninger et al., 2013). Deren thematische Fokussierung soll die für Hamburg bedeutsamen FuE-Schwerpunkte reflektieren und kurze Wege zwischen Forschungseinrichtungen, Gründungsunternehmen sowie etablierten Unternehmen gewährleisten.

Die Freie und Hansestadt Hamburg (FHH) beabsichtigt nun, im Rahmen der InnovationsAllianz in Hamburg sukzessive ein Netz von F&I-Parks zu etablieren, welches zukünftig eine zentrale Rolle für den Innovationsstandort einnehmen soll. Dabei sollen sich die Hamburger F&I-Parks auf strategisch wichtige Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkte fokussieren.

Mit dem Instrument der F&I-Parks werden drei zentrale Ziele verfolgt, um die Innovationsfähigkeit des Standorts nachhaltig zu erhöhen:

- Forcierung von Existenzgründungen aus der Wissenschaft;
- Schaffung optimaler Rahmenbedingungen für die Expansion; technologieorientierte Unternehmen;
- Erhöhung der Anziehungskraft Hamburgs für technologieorientierte Unternehmen und Fachkräfte.

Für die Entwicklung der Hamburger F&I-Parks wurde vom F&I-Park-Projektteam ein gesamtstädtisches Konzept erarbeitet. Dieses sieht eine Dachstruktur für das Parkmanagement vor, um übergeordnete Aufgaben wie Strategieentwicklung, Bau, Betrieb und Vermarktung zu bündeln. Eine enge Vernetzung der Dachgesellschaft mit den Verwaltungen der einzelnen Parkstandorte ist vorgesehen, die sich primär um die lokalen Belange kümmern werden.

Für die Umsetzung des F&I-Park-Konzepts in Hamburg wurden in einem ersten Schritt vier Standorte ausgewählt (Energie Campus und Laserzentrum Nord in Bergedorf, ZAL TechCenter in Finkenwerder, Innovation Campus for Green Technologies in Harburg sowie DESY-Inkubator am Forschungscampus Bahrenfeld in Altona). Allen ist gemeinsam, dass dort bereits renommierte wissenschaftliche Einrichtungen bzw. Ankerinstitute existieren und sie zudem über erweiterungsfähige Infrastrukturen sowie hohe Innovationspotenziale verfügen. Bereits bestehende Angebote werden gezielt in die Weiterentwicklung einbezogen bzw. durch räumliche Erweiterung und Ansiedlung neuer Einrichtungen ausgebaut. Entsprechende Vorhaben befinden sich im Planungsprozess. Nachstehend werden die konkreten Initiativen an den vier Standorten, die derzeit im Fokus stehen, näher beschrieben.

Es wird angestrebt, alle drei Entwicklungsstufen vom Inkubator (für Gründerinnen und Gründer), über das Technologiezentrum (für junge Unternehmen/FuE) bis hin zu Gewerbeflächen (für etablierte Unternehmen/FuE mit Bezug zu jeweils definierten Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkten) vorzuhalten. Hierdurch sollen Alleinstellungsmerkmale für den Standort Hamburg geschaffen werden. Um die Bedarfe der Zielgruppen im Vorfeld abbilden zu können und möglichst passgenaue Angebote zu formen, finden Abstimmungsprozesse mit diversen Akteuren statt (Behörden, Bezirke, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Wirtschaftsvertreter, etc.).

Im nächsten Schritt sollen die Hamburger F&I-Parks überregional bekannt gemacht werden, um bei innovationsorientierten Unternehmen, Gründerinnen und Gründern, Forschungseinrichtungen und Fachkräften ein Ansiedlungsinteresse zu wecken.

Bei der Hamburger F&I-Park-Initiative handelt es sich um eine strategische Langfristaufgabe, die in den nächsten zehn Jahren sukzessive umgesetzt werden soll.

Energie Campus und Laserzentrum Nord (LZN) (Bergedorf)

Das Technologiezentrum „Energie Campus“ in Bergedorf wurde Anfang 2015 bezogen. Angesiedelt ist das Zentrum an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW), die bereits seit 2008 mit dem Competence Center für erneuerbare Energien und Energieeffizienz (CC4E) im Bereich anwendungsnaher Forschung zu erneuerbaren Energien aktiv ist. In der neu geschaffenen Einrichtung sollen Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen miteinander vernetzt werden, wobei sich die Arbeit auf zwei Schwerpunkte konzentriert: praxisnahe Forschung (1) zu Windenergie

mithilfe eines Windlabors und, darauf aufbauend, (2) zu Anforderungen an Stromnetze und -verbrauch. Hamburg stärkt hiermit seine Stellung im Bereich Windkraft und verbessert die Vernetzung bereits bestehender Angebote.

ZAL TechCenter – Zentrum für Angewandte Luftfahrtforschung GmbH (Hamburg-Finkenwerder)

Das „ZAL TechCenter“ des Zentrums für Angewandte Luftfahrtforschung GmbH (ZAL) wurde im März 2016 eröffnet. Das in Finkenwerder gelegene Forschungszentrum wurde mit dem Ziel geschaffen, Forschung und Entwicklung in der Luftfahrtindustrie räumlich zusammenzuführen und noch stärker zu vernetzen. Es ist Teil des Technologie- und Innovationsparks auf der Rüsshalbinsel, wo auch langfristige Flächen für Unternehmen zur Verfügung stehen. Mit dem ZAL TechCenter ermöglicht das ZAL interessierten Partnern die Miete von Büroflächen aber auch von Testanlagen. Die sonst sehr kostenintensiven Test- und Prüfstände können so gemeinschaftlich zu vergleichsweise geringen Kosten genutzt werden. Außerdem stehen Unternehmen und Partnern Konferenz- sowie audiovisuell ausgestattete Präsentations- und Projekträume zur Verfügung. Neben den räumlichen Angeboten können sich im ZAL TechCenter angesiedelte Unternehmen zu Förderprogrammen, Forschungs- und Innovationsförderung oder Projektplanung beraten lassen.

Inkubator am DESY – Forschungszentrum (Altona) – in Planung

Am Forschungscampus Hamburg-Bahrenfeld ist der Bau eines Gründungszentrums geplant. Initiatoren des Projektes sind das Deutsche Elektronen-Synchrotron (DESY), die Universität Hamburg und der Hamburger Senat. Die Zielgruppe des Gründungszentrums besteht aus Ausgründungsinteressierten des DESY bzw. der Universität Hamburg sowie bereits am Markt etablierten kleineren Technologieunternehmen. Zusätzlich können die Räumlichkeiten des Inkubators auch von Forschungsprojekten und -einrichtungen der Universität Hamburg und des DESY genutzt werden. Das geplante Gründerzentrum soll 2.600 m² Nutzfläche bieten, die hälftig auf Büroräume sowie Labore, Besprechungsräume und ein Startup-Office aufgeteilt werden. Zur Erleichterung von Firmengründungen müssen Vorgründerinnen und Vorgründer statt einer Miete nur die Nebenkosten bezahlen. Die restlichen Flächen sollen an junge Unternehmen sowie Forschungsprojekte zu günstigen Konditionen vermietet werden. Der geplante Inkubator fördert somit (Aus-)Gründungen am Forschungscampus Bahrenfeld und schafft Networking-Potenziale sowohl zwischen den ansässigen Startups als auch zu den benachbarten Wissenschaftseinrichtungen des Forschungscampus.

ICGT - Innovation Campus for Green Technologies (Harburg) – in Planung

Für den von der TUHH und der TuTech Innovation GmbH initiierten „Innovation Campus for Green Technologies (ICGT)“ wurde im Februar dieses Jahres vom Ham-

burger Senat ein neues Konzept beschlossen. Dieses sieht die Errichtung des ICGTs in einer Bestandsimmobilie in der Harburger Schloßstraße vor. Mit dem ICGT sollen in Hamburg-Harburg zugleich Inkubator und Technologiezentrum – insbesondere für Gründungsinitiativen aus der TUHH heraus – entstehen, die attraktive Ansiedlungsmöglichkeiten für junge Unternehmen und Startups im Bereich der erneuerbaren Energien bieten. In diesem Sinne sind Nutzflächen sowohl für Gründungsinteressierte als auch für Startups in der Gründungs- und ersten Marktphase vorgesehen. Gemäß dem Prinzip „smart space“ sollen die Mietflächen individuell an die aktuellen Bedürfnisse der jeweiligen Unternehmen angepasst und durch zusätzliche Dienstleistungen wie Beratung und Einbindung in das TuTech Netzwerk ergänzt werden. Das Projekt ICGT soll es somit möglich machen Lehre, Forschung und Technologietransfer besonders im Bereich der Green Technologies noch stärker zu bündeln und weiterzuentwickeln.

5.3 Gründernachwuchs - Entrepreneurship Education an Schulen und Hochschulen

Unter dem Begriff „Entrepreneurship Education“ können grundsätzlich alle Aktivitäten gefasst werden, die darauf abzielen, die Entwicklung einer unternehmerischen Mentalität zu fördern und Verhaltensweisen und Fähigkeiten in diesem Sinne zu beeinflussen (vgl. Fayolle, 2009). Als ein zentraler Hebel kann in diesem Kontext die Bildungspolitik gelten, die maßgeblich dazu beitragen kann, Wissensdefizite über Selbstständigkeit und Unternehmertum abzubauen (vgl. z.B. Bijedic, 2013; Diensberg, 2000). An Hochschulen sind insbesondere Entrepreneurship-Lehrstühle, Gründerkollegs und modulare Angebote von Belang, die unternehmerisch relevantes Wissen vermitteln. Um frühzeitig Distanz zum Unternehmertum abzubauen, sollten Strategien zur Förderung einer Kultur der Selbstständigkeit jedoch bereits bei den Schulen ansetzen.

Der Länderbericht zum Global Entrepreneurship Monitor (GEM) offenbart in puncto Entrepreneurship Education für Deutschland insgesamt Handlungsbedarf (vgl. GEM, 2014).

- Zu den Schwächen des Standorts Deutschland im internationalen Vergleich gehören demnach gründerfreundliche gesellschaftliche Werte und Normen (z.B. Reputation von Autonomie) sowie die schulische und außerschulische gründungsbezogene Ausbildung. Dies zeigt ein relativer Vergleich mit 28 Referenzländern bestehend aus innovationsbasierten Volkswirtschaften. Während die Indexwerte Deutschlands für die schulische und die außerschulische gründungsbezogene Ausbildung nur leicht unter den Mittelwerten der Referenz-

länder liegen (-0,06 bzw. -0,08), ist die Differenz von -0,17 bezüglich der gesellschaftlichen Normen und Werte besonders auffällig.

- Im internationalen Vergleich ist die Gründungsneigung in Deutschland schwach ausgeprägt. Ein Anteil von 5,3 % der erwachsenen Bevölkerung versuchte zum Zeitpunkt der Untersuchung ein Unternehmen zu gründen oder war Inhaber und Geschäftsführer eines Unternehmens, das noch nicht älter als 3,5 Jahre war. Bei dieser als Total Early-Stage Entrepreneurial Activity bezeichneten Quote belegt Deutschland lediglich Rang 27 unter den 29 innovationsbasierten Ländern.
- Bezüglich der Motive der werdenden Gründer stellt der GEM fest, dass zwar diejenigen, die eine Geschäftsidee umsetzen wollen (4,0 %, Chancengründungen), zahlreicher sind als diejenigen, die den Weg in die Selbstständigkeit aus Mangel an Erwerbsalternativen wählen (1,2 %, Notgründungen). Damit ist die Anzahl der Chancengründungen in Relation zur Anzahl der Notgründungen in Deutschland aber geringer als in anderen Ländern (Rang 21 von 29 der innovationsbasieren Länder).

Die Vermittlung unternehmerischen Denkens, wirtschaftlicher Grundlagen und eine Sensibilisierung für Existenzgründungen sollte angesichts dieser Ergebnisse an Schulen und Hochschulen in Deutschland weiter gestärkt werden. Nachfolgend wird aufgezeigt, wie Hamburg auf diesem Gebiet bislang aufgestellt ist.

5.3.1 Aktivitäten an Schulen

An Hamburger Schulen wird die Etablierung einer Kultur der Selbstständigkeit gegenwärtig durch die folgenden Projekte und Initiativen unterstützt:

Joachim-Herz-Stiftung

Auf der Agenda der Joachim-Herz-Stiftung steht neben der Förderung der Persönlichkeitsentwicklung und der Stärkung des Interesses an naturwissenschaftlichen Fragestellungen auch das Thema ökonomische Bildung. Dabei beschäftigt sich die Stiftung explizit mit dem Thema Existenzgründung in jungen Jahren.

Beispielsweise fand 2014 ein Projekttag unter dem Motto „Maker – Schüler lernen gründen“ statt. Darüber hinaus werden jährlich Projektarbeiten ausgeschrieben, in denen sich Schülerinnen und Schüler kreativ mit wirtschaftlichen und unternehmerischen Fragestellungen auseinandersetzen können.

Futurepreneur e. V.

Futurepreneur e. V. verfolgt das Ziel Unternehmergeist, Kreativität und Selbstbewusstsein junger Menschen zu fördern, um auf diese Weise wichtige Schlüsselfertigkeiten für die Zukunft zu vermitteln sowie Vorbehalten und Unsicherheiten bezüglich Existenzgründungen entgegenzuwirken.

In insgesamt vier verschiedenen Programmen, die nach der Methode des schwedischen „Experiential Educational/Learning Model“ besonderen Wert auf praktische Erfahrungen („learning by doing“) legen, können Schülerinnen und Schüler unternehmerische Eigeninitiative entwickeln und lernen, eigene Geschäftsideen zu entwerfen und praktisch umzusetzen. Die Programme haben eine Länge von mindestens zwei Tagen bis hin zu sechs Wochen. So existiert neben dem Programm „Business for a day“, in dem in Gruppenarbeit eine Geschäftsidee entwickelt wird, ebenso das Pendant „Business for a week“, das entsprechend umfangreicher ist. Im Rahmen des Projekts „Sommerunternehmer“ haben Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren die Möglichkeit eigene Geschäftsideen für ihren Ferienjob unter Verwendung eines Startkapitals von 100 Euro zu entwickeln und anschließend in den Sommerferien umzusetzen. Die so erwirtschafteten Gewinne dürfen behalten werden. Der Verein Futurepreneur wird von einer Reihe von Stiftungen, der Handelskammer Hamburg und der Haspa unterstützt, im Beirat vertreten sind die Universität Hamburg, die IFB Hamburg sowie die BG.

Junior Programme und Junior Landeswettbewerb

Die Junior-Programme des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH (IW JUNIOR gGmbH) wurden 1994 ins Leben gerufen, um Schülerinnen und Schülern das Thema Wirtschaft und Unternehmensgründung näher zu bringen. Die Programme werden aktuell in 15 Bundesländern durchgeführt. Seit dem Schuljahr 2013/14 sind sie dank eines Unternehmensponsors auch in Hamburg verfügbar. Die Programme zielen darauf ab, die ökonomische und finanzielle Bildung sowie die Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern zu stimulieren und erfolgen in enger Kooperationen mit den Schulen sowie mit dem bundesweiten Netzwerk „SchuleWirtschaft“. Im Vordergrund stehen die aktive Umsetzung wirtschaftlicher Projekte sowie der Erwerb von Kommunikations- und Sozialkompetenzen. Im Programm „Junior expert“ können Schülerinnen und Schüler ab der neunten Klasse in Gruppen von acht bis 15 Teilnehmern eine eigene Geschäftsidee entwickeln und eine Firma mit bis zu 900 Euro Startkapital gründen. Diese wird dann über ein Geschäftsjahr hinweg unter realen Bedingungen wie der Zahlung von Lohn, Steuern und Versicherungsbeiträgen sowie dem Erstellen von Geschäftsberichten und der Produktherstellung betrieben. Jährlich wird in jedem teilnehmenden Bundesland der Titel „Bestes JUNIOR Unternehmen im Bundesland“ verliehen. Für den Wettbewerb gestalten die Jungunternehmer einen eigenen

Messestand und präsentieren ihr Unternehmen einer unabhängigen Jury. Der Landeswettbewerb 2016 in Hamburg, für den sich zehn der 20 Hamburger Junior expert Unternehmen qualifizierten, fand am 20. April in der Handelskammer Hamburg statt. Der Gewinner ist für den Bundeswettbewerb qualifiziert.

„Junge Akademie“ der Handelskammer Hamburg

Eine Zusatzqualifikation im Bereich Wirtschaft parallel zu Schulbesuch oder Berufsausbildung bietet seit 2008 die „Junge Akademie“ der Handelskammer Hamburg. Alle Teilnehmenden können ein Zertifikat erwerben und darüber hinaus durch Exkursionen und Begegnungsveranstaltungen Kontakte zu Unternehmen knüpfen. Als „Brücke zwischen Schule und Berufsleben“ vermittelt die Junge Akademie nicht nur wirtschaftliches Wissen, sondern ebenso Methodenkompetenz anhand von konkreten Fallbeispielen. Ein Planspiel zur Unternehmensgründung ist dabei Teil des vorgesehenen Lehrplans. Insgesamt umfasst das Programm 36 Veranstaltungstage von je sechs Stunden, jeweils an Wochenenden.

Business@School

Eine weitere privatwirtschaftliche Initiative wurde seitens der Boston Consulting Group (BCG) initiiert. 1998 ins Leben gerufen richtet sich das Projekt an Schülerinnen und Schüler zwischen 15 und 19 Jahren und wird an etwa 90 weiterführenden Schulen in Deutschland, Österreich, Italien, USA und der Schweiz umgesetzt. Ausgerichtet ist das Projekt auf die Dauer eines Schuljahres, wobei eine Unterteilung in drei Arbeitsphasen von je zwei bis drei Monaten vorgenommen wird, die jeweils mit einer Präsentation abgeschlossen werden. Nach eingehender Betrachtung eines Großunternehmens folgt die Untersuchung der Performance eines Unternehmens aus dem KMU-Bereich. Im Anschluss widmet sich die dritte und letzte Projektphase der Entwicklung eines eigenen Konzepts und Businessplans, jeweils in kleineren Teams von Schülerinnen und Schülern. Die Abschlusspräsentationen der Konzepte erfolgen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene, wobei die besten Arbeiten von einer Fachjury ausgezeichnet werden. Die Projekte werden von Vertreterinnen und Vertretern teilnehmender Unternehmen betreut. Zur Teilnahme ist seitens der betreuenden Lehrkraft eine Bewerbung zu formulieren. Aktuell nehmen in Hamburg fünf Gymnasien an dem Projekt teil, was auf Städtenebene nur vom Großraum München übertroffen wird.

5.3.2 Aktivitäten an Hochschulen

Das Thema Sensibilisierung und Entrepreneurship wird an den einzelnen Hamburger Hochschulen unterschiedlich behandelt. Einen Lehrstuhl, der dem Thema Entre-

preneurship gewidmet ist, gibt es seit 2014 an der Technischen Universität, die anderen Hochschulen haben bisher keine Professur eingerichtet.

Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH)

An der TUHH werden regelmäßig offene Vortragsveranstaltungen („Startup-Talks“), Summer- und Winter-Schools und vergleichbare Workshops zum Thema Gründung veranstaltet. Einzelne Studiengänge sind so konzipiert, dass Elemente des Themas Existenzgründung behandelt werden (Bachelor-Ing, Master-Ing, Master Int. Wirtschaftsingenieurwesen, NIT-Master). In jedem der Studiengänge finden drei bis sechs Veranstaltungen im Kontext Gründung statt, darunter etwa „Geschäftsmodellinnovation“, „Entrepreneurial Opportunity Creation“, „Idea Generation & First Planning“ oder „Startup-Spirit: Studierende unterstützen Unternehmer“. In der Vorlesung „Gründungsmanagement (Entrepreneurship)“ lernen Studierende beispielsweise die theoretischen Grundlagen von Entrepreneurship und den Prozess von Unternehmensgründungen kennen, indem sie sich u.a. mit Gründungsprozessmodellen beschäftigen und empirisch die Erfolgsvariablen von Unternehmensgründungen analysieren. Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden auf einen potenziellen Karriereweg als Unternehmerin oder Unternehmer vorzubereiten.

Universität Hamburg

Auch die Universität Hamburg bietet regelmäßige Workshops, Infoabende sowie Summer- und Winterschools zum Thema Existenzgründung an Hochschulen an. Zwischen dem Sommersemester 2014 und August 2015 fanden insgesamt 21 Workshops und Veranstaltungen, meist in Kooperation mit externen Einrichtungen, zum Thema Grundlagen der Gründung mit rund 360 Teilnehmenden statt. Zweimal jährlich wird ein Existenzgründer-Seminar (zweitägig) angeboten, das es auch in einer englischen Version gibt. In den Vorlesungen findet sich das Thema im Fachbereich Betriebswirtschaftslehre (BWL) wieder. Im Bachelorstudiengang BWL gibt es aktuell drei Vorlesungen sowie ein Wahlmodul, in denen Existenzgründung thematisiert wird. Zudem existieren erste Planungen, einen virtuellen Forschungs-/Lehrschwerpunkt „Entrepreneurship“ zu initiieren. Ähnlich sieht es im Masterstudiengang BWL aus, in dem eine Vorlesung und zwei Seminare zum Thema angeboten werden, wobei ein Seminar explizit Existenzgründung als Schwerpunkt hat. Weiterhin soll Existenzgründung in zahlreichen einzelnen Vorlesungen vorgestellt und besprochen werden.

Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW)

Seit dem Wintersemester 2015/16 wird an der HAW eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Wirtschaft trifft Wissenschaft“ angeboten. Die BWVI fördert das Projekt InnovationCity 2030, eine Ringvorlesung mit Referentinnen und Referenten aus Hochschule und Gründerpraxis, die an der HAW veranstaltet wird.

Existenzgründung wird als Thema in den einzelnen Fakultäten unterschiedlich behandelt. Beispielsweise existiert an der Fakultät Design, Medien und Information ein Masterforum des Studiengangs Illustration ausschließlich zum Thema Existenzgründung. Zudem wird an der Fakultät für Wirtschaft und Soziales ein Unternehmensplanspiel mit Schwerpunkt Existenzgründung veranstaltet. In vielen einzelnen Studiengängen soll Unternehmensgründung behandelt werden, auch wenn es kein spezifisches Thema ist. Im Rahmen der Ringvorlesung InnovationCity 2030 ist eine weitere Vertiefung angedacht.

Gründungsradar: Hochschulvergleich der Aktivitäten in der Gründungsförderung

Im Gründungsradar, einer Initiative des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft und der Heinz Nixdorf Stiftung, wird systematisch die Intensität der Gründungsförderung an deutschen Hochschulen untersucht. Hierfür wurden vier Bausteine definiert¹², die die finanzielle Ausstattung und die institutionelle Verankerung, die Sensibilisierung im Sinne einer Entrepreneurship Education, die konkrete Unterstützung im Rahmen der Gründungsförderung und – auf der Output-Seite – die Gründungsaktivitäten abbilden sollen (Stifterverband, 2013). Im Rahmen des Gründungsradars wurden 2013 die Aktivitäten von Hochschulen ähnlicher Größen gegenübergestellt und mit den Ergebnissen des Vorjahres verglichen. Die TUHH belegt in der Gesamtbewertung deutschlandweit den zehnten Platz unter mittelgroßen Hochschulen. Im Vergleich zum Vorjahr konnte die TUHH sich deutlich verbessern, was insbesondere auf Fortschritte bei der Gründungssensibilisierung und erhöhte Gründungsaktivitäten (Ausgründungen) zurückzuführen ist. Gründungsverankerung und -unterstützung verblieben unverändert auf einem guten Niveau, wobei im Bereich Verankerung noch Potenzial besteht. Unter allen Hochschulen im oberen Drittel der Rangordnung konnte die TUHH innerhalb eines Jahres gemeinsam mit der TU Kaiserslautern die größte Verbesserung verbuchen. Diese Entwicklung ist auch im Kontext des Wettbewerbs „EXIST-Gründungskultur“ zu sehen, bei dem sich die TUHH 2013 als eine von zwölf deutschen „Gründerhochschulen“ platzieren konnte (vgl. Kapitel 5.2.1).

Mit Platz 24 positioniert sich die HAW in der Rangliste der großen Hochschulen auf einem Platz im Mittelfeld, wobei für 2012 keine Daten vorliegen. Schwächen weist die

¹² Der Baustein Gründungsverankerung umfasst unterschiedliche Anreizsysteme (beispielsweise finanziell durch Leistungszulagen oder Preisgelder), zur Verfügung stehende Mittel und institutionelle Verankerung in einzelnen Studiengängen. Unter Gründungssensibilisierung werden die Einbindung des Themenkomplexes Gründung in das Veranstaltungsangebot ebenso wie die Verfügbarkeit von Informationen und die Wege der Wissensvermittlung zusammengefasst. Der Baustein Gründungsunterstützung umfasst das quantitative Verhältnis von Gründungsberatern zu Studierenden, die Anzahl der Mitarbeiter in der Gründungsförderung sowie die durchschnittliche Anzahl von Beratungsgesprächen pro Gründung. Der Baustein Gründungsaktivitäten betrachtet die durchschnittliche Anzahl von Gründungen, deren Eigenschaften (Teamgründung, wissensorientiert) sowie die Anzahl erfolgreich eingereicherter Projektanträge in unterschiedlichen Förderprogrammen.

Hochschule im Bereich Gründungsverankerung auf, wohingegen sich die Gründungsaktivitäten auf einem guten Niveau befinden. Die Universität Hamburg ist im Gründungsradar des Stifterverbands nicht erfasst. Zumindest für die Output-Seite lässt sich jedoch auf Basis einer Statistik, die auf eigenen Angaben der Hamburger Hochschulen beruht, eine Einordnung vornehmen (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 2015). Diese erfasst Ausgründungen, die zwischen 2012 und 2014 aus den Hochschulen heraus erfolgt sind. Im Betrachtungszeitraum kam die HAW auf 45 Gründungen, die TUHH auf zwölf Gründungen (jeweils in Zusammenarbeit mit der TuTech). Die UH konnte - gemessen an ihrer Studierendenzahl - die wenigsten Ausgründungen verzeichnen, nämlich sieben zuzüglich weiterer sechs, die in Kooperation mit der TuTech zustande kamen. Die durchschnittliche Zahl von Gründungen an großen Hochschulen lag im Jahr 2013 bei 16 (dies entspricht 0,06 Gründungen pro 100 Studierende; an der UH waren es im Jahresmittel 0,011).

Einen interessanten Ansatz der Entrepreneurship Education, der Denken „out of the box“ fördern und damit die Gründungsneigung erhöhen soll, bildet die aus den USA stammende Kreativitätstechnik Design Thinking. Die Technik beginnt langsam auch in deutschen Hochschulen Fuß zu fassen, in großen Unternehmen ist sie bereits seit etwa zehn Jahren angekommen. Nachfolgend wird das Design-Thinking-Konzept am Beispiel des Hasso-Plattner-Instituts an der Universität Potsdam vorgestellt.

5.3.3 Exkurs: Hasso-Plattner-Institut (HPI), Potsdam

Das Hasso-Plattner-Institut in Potsdam wurde 1998 im Rahmen einer Public-Private-Partnership gegründet. Trägerin und alleinige Gesellschafterin ist die gemeinnützige Hasso-Plattner-Stiftung für Softwaresystemtechnik, das Land Brandenburg war durch Bereitstellung der Grundstücke beteiligt. Das HPI ist das einzige Universitäts-Institut bundesweit, das völlig privat finanziert wird. Professor Hasso Plattner verpflichtete sich bei Gründung, über 20 Jahre Gelder aus seinem persönlichen Vermögen zur Verfügung zu stellen. Formal ist das Institut der Universität Potsdam angegliedert. Aktuell umfasst es 450 Studierende, die zu IT-Systemingenieuren ausgebildet werden.

Das HPI hat den Anspruch, durch Kooperationen mit internationalen Universitäten und Unternehmen eine hohe Praxisnähe zu gewährleisten. Die Möglichkeit einer Existenzgründung wird aktiv beworben und in die Lehrveranstaltungen mit einbezogen. So werden eigene Lehrveranstaltungen zum Thema Entrepreneurship abgehalten, Dozenten erklären wichtige Schritte auf dem Weg zu einem eigenen Unternehmen und erfolgreiche Gründerinnen und Gründer berichten von ihren Erfahrungen. Zudem wird Forschung im Bereich Entrepreneurship betrieben, wobei Wert auf Zusammenarbeit mit Unternehmen gelegt wird. Die Versorgung mit Startkapital erfolgt ebenfalls auf kurzen Wegen, da der Stifter eine eigene Fördergesellschaft, die Hasso Plattner

Ventures GmbH, unterhält. Die enge Kooperation mit der freien Wirtschaft findet sich auch in der Konzeption der Lehrinhalte wieder. Die Bachelorprojekte werden obligatorisch in Kooperation mit einem Partner aus Industrie, Forschung oder öffentlicher Verwaltung erstellt.

Die 2007 eröffnete School of Design Thinking, auch als „Erfinderschule“ bezeichnet und auf einem entsprechenden Projekt in Stanford aufbauend, betont stark einen interdisziplinären Ansatz bei der Entwicklung neuer Produkte und stellt somit eine Vorstufe möglicher Neugründungen von Unternehmen aus dem Wissenschaftsbetrieb heraus dar.¹³ Das Konzept Design Thinking sieht vor, Studierende aus verschiedenen Fachbereichen zusammenzubringen, um gemeinsam Lösungsansätze für komplexe Probleme zu finden. Es richtet sich an Studierende aller Disziplinen, die kurz vor oder nach dem Abschluss ihres Studiums stehen. Der Austausch von Personen unterschiedlicher fachlicher Hintergründe ist dabei Kern des Erfolgs. Die Diversität spiegelt sich auch in der Wahl der Dozenten wider, die sowohl Manager als auch Grundschullehrkräfte sein können. Gerade im Hinblick auf Innovation und Gründung kann die Fähigkeit, „out of the box“ zu denken, eine zentrale Qualifikation sein, die bisher in den Lehrplänen vieler Universitäten nicht auftaucht. Es ist bereits eine Reihe von Spin-Offs aus der D-School des HPI entstanden. Die Absolventinnen und Absolventen der HPI, die selbst ein Unternehmen gegründet haben, tragen diese Erfahrungen zurück an die D-School, um andere Studierende daran teilhaben zu lassen.

Das Ergänzungsstudium Design Thinking am HPI ist bis heute einmalig in Deutschland und wird zunehmend als Inspiration für die Etablierung und Ausgestaltung weiterer internationaler Innovationsschulen erkannt. Die Nachfrage nach Kursen übersteigt mittlerweile das Angebot des HPI deutlich. Ähnliche Ansätze in Deutschland gibt es kaum, lediglich die Master School der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München lehrt Design Thinking in einem Masterstudiengang. Beteiligt war die D-School des HPI bereits am Aufbau vergleichbarer Institute in Beijing, Kapstadt und Kuala Lumpur. Unter den Wirtschaftspartnern des HPI finden sich VW, Bosch, Intel, Siemens und SAP. Dass mittlerweile etwa die Hälfte der größten deutschen Unternehmen Design Thinking nutzen, spricht für den Erfolg des Konzepts, das erst vor zehn Jahren im deutschsprachigen Raum angekommen ist.

¹³ In Stanford werden parallel mehrere hundert Projekte durchgeführt. Diese können mehrere Wochen oder wenige Stunden dauern, haben aber gemeinsam, dass spezifische Probleme aus dem realen Wirtschaftsumfeld diskutiert und von den Studierenden bearbeitet werden. Die bisherige Zusammenarbeit mit namhaften Partnern wie Visa, Google, Pepsi, Motorola oder General Electric belegt die große Akzeptanz, die das Konzept „D-School“ in der Wirtschaftswelt genießt.

5.4 Zwischenfazit

Die Bestandsaufnahme zeigt, dass Existenzgründerinnen und -gründern in Hamburg eine breite und ausdifferenzierte Palette an Fördermaßnahmen und Ansprechpartnern zur Verfügung steht. Diese umfasst auch spezifische Angebote in den Bereichen Investition, Innovation und Qualifizierung. Zentrale Anlaufstellen für Gründungsinteressierte sind die IFB Hamburg und die hei. Hamburger Existenzgründungs-Initiative.

Angesichts der Vielzahl der Akteure in der Gründungsförderung kommt einer qualifizierten Steuerung eine zentrale Bedeutung zu. Ein grundsätzlicher Vorteil Hamburgs besteht darin, dass die Koordination eines Gründungsnetzwerks in einem Stadtstaat leichter möglich ist als in einem Flächenland, wo mehr Effizienzverluste entstehen können. Jedoch legt die Auswertung nahe, dass in diesem Bereich in Hamburg noch Verbesserungspotenziale bestehen.

Der Schlüssel liegt darin, den potenziellen Gründerinnen und Gründern das Auffinden der für sie relevanten Anlaufstellen und Ansprechpersonen so leicht und zeitsparend wie möglich zu machen.

Wichtig in der Frühentwicklungsphase sind gerade für innovative Gründerinnen und Gründer Unterstützungsangebote beim Aufbau von Netzwerken und Kooperationen. In Hamburg werden große Anstrengungen unternommen, um (junge) hochqualifizierte Gründerinnen und Gründer in Netzwerke einzubinden. Wichtige Instrumente sind in diesem Kontext die Wissens- und Technologietransferstellen sowie die Technologie- und Gründerzentren, die zum Teil einen fachlichen Schwerpunkt haben und somit die Anbahnung von Kooperationen und Transaktionen besonders begünstigen. Dies gilt in verstärktem Maße, wenn die betreffenden Anbieter räumlich in ein Cluster eingebettet sind. Hier sind Regionen im Vorteil, die - wie Hamburg - bereits stark entwickelte Cluster im Bereich von Wachstumsbranchen bzw. Zukunftstechnologien aufweisen.

Vorbereitende Maßnahmen im Rahmen von Entrepreneurship Education können zur Erhöhung der Gründungsbereitschaft beitragen. In Hamburg gibt es hierfür an Schulen und Hochschulen bereits verschiedene Initiativen. Allerdings legen die Ergebnisse des GEM Länderreports sowie des Gründungsradars des Stifterverbands nahe, dass in diesem Punkt (deutschlandweit) noch Nachholbedarf besteht.

6 Schlussfolgerungen für die Gründungsförderung in Hamburg

Die vorliegende Studie zielt darauf ab, limitierende Faktoren für das Gründungsgeschehen in Hamburg auszumachen und Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die Anzahl hochwertiger Gründungen am Standort nachhaltig gesteigert werden könnte. Um das regionale Gründerökosystem insgesamt zu stärken, ist ein gemeinsames Vorgehen der Hamburger Netzwerkpartner unabdingbar. Nur so können Komplementaritäten, (fehlende) Verbindungen und mögliche Engpassfaktoren innerhalb des Systems sichtbar gemacht werden. Als breit angelegte Initiative verschiedenster Akteure der Hamburger Gründungsförderung bietet das Projekt hierfür gute Ausgangsvoraussetzungen. Es sei allerdings darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse der Untersuchung und die daraus gezogenen Schlussfolgerungen nicht notwendigerweise vollumfänglich der wirtschaftspolitischen Auffassung des Hamburger Senats entsprechen.

Die Vorschläge zur Optimierung der Gründungsförderung in Hamburg fußen zum einen auf den Ergebnissen der Primär- und Sekundärdatenanalyse, zum anderen basieren sie auf Erkenntnissen aus Hintergrundgesprächen mit Experten und Expertinnen aus dem Hamburger Gründungsnetzwerk (s. Anhang), die der zusätzlichen Informationsgewinnung zu Spezialaspekten der Gründungsförderung, aber auch der (praktischen) Reflexion der gewonnenen Ergebnisse dienen. Bei der Entwicklung der Vorschläge wurden alle den Autorinnen vorliegenden Informationen geprüft, um auf dieser Grundlage im Dialog mit den beteiligten Akteuren der Gründungsförderung Entwicklungslinien aufzuzeigen.

Angesichts der besonderen Bedeutung innovativer Gründungen (vgl. z.B. Fritsch, 2016) und deren spezieller Anforderungen an einen Standort werden die möglichen Handlungsoptionen für diese Zielgruppe gesondert betrachtet (zum Hintergrund vgl. Kapitel 2). Um diesbezüglich zu möglichst fundierten Empfehlungen zu kommen, wurden die Ergebnisse des Deutschen Startup Monitors und der ersten Panelbefragung des Hamburg Startup Monitors herangezogen (vgl. Kapitel 3.3). Darauf aufbauend wurden vertiefende Interviews mit ausgewählten Hamburger Startups aus den Bereichen FinTech, Commerce und Media sowie Hintergrundgespräche mit Startup-Beraterinnen und -Beratern aus dem Hamburger Gründungsnetzwerk durchgeführt (vgl. Anhang).

Bei der Ableitung der Vorschläge wird eine Differenzierung vorgenommen zwischen Maßnahmen, die potenziell alle Gründerinnen und Gründer betreffen, und solchen, die gezielt an den Bedürfnissen innovativer Gründerinnen und Gründer ausgerichtet sind. Wie die Bestandsaufnahme (vgl. Kapitel 5) gezeigt hat, gibt es gerade für letztere in Hamburg viele spezielle Angebote bzw. Anbieter.

Die Formulierung der Handlungs- und Prüfvorschläge erfolgt in beiden Fällen unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus zusätzlichen themenbezogenen Fallstudien. Mittels Prüfung der Übertragbarkeit der identifizierten Good-Practice-Fälle auf den Standort Hamburg sollen die Netzwerkpartner in die Lage versetzt werden, die aufgezeigten Denkanstöße so konkret und anwendungsbezogen wie möglich zu diskutieren und in der Folge auf eine bedarfsgerechte Maßnahmenebene zu übertragen.

6.1 Erkenntnisse aus vorangegangenen Untersuchungsschritten im Überblick

Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung deuten auf mehrere Handlungsfelder hin, in denen das Portfolio der Hamburger Gründungsförderung weiterentwickelt bzw. sinnvoll ergänzt werden könnte. Sie zeigen aber auch, in welchen Bereichen der Standort Hamburg von den Befragten bereits grundsätzlich positiv bewertet wird bzw. welche Standortfaktoren sie bei ihrer Standortentscheidung für Hamburg positiv beeinflusst haben.

Tabelle 2 gibt einen Überblick über die aktuelle Situation des Gründungsstandorts Hamburg (I.) sowie über seine Stärken und Schwächen (II.a und II.b). Zuvor im Bericht vorgestellte Aspekte sollen im Folgenden nicht im Detail wiederholt werden, vielmehr werden neue Ergebnisse aus den Interviews ergänzt.

Grundsätzlich positiv beurteilten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Unternehmensbefragung am Standort Hamburg die Verfügbarkeit von Flächen und Immobilien, die Verkehrsinfrastruktur bzw. verkehrliche Erreichbarkeit sowie die Nähe zu potenziellen Kunden und Kooperationspartnern. Auch in punkto Standortattraktivität und Image schneidet Hamburg in der primärstatistischen Erhebung gut ab.

Bei den Aspekten Netzwerkbildung und Akquise qualifizierter Mitarbeiter ergibt sich dagegen ein uneinheitliches Bild. So zeigte sich in den Expertengesprächen noch Entwicklungsbedarf bei der Vernetzung von Old und New Economy, was insbesondere im Kontext der (privaten) Wachstumsfinanzierung von Startups von Bedeutung ist. Das Potenzial des Wirtschaftsstandorts Hamburg mit seiner mittelständischen Prägung könnte demnach für innovative Startups noch stärker erschlossen werden, und zwar nicht nur bezogen auf Finanzierungsfragen, sondern auch auf Kooperationen zwischen etablierten und jungen Unternehmen.

Tabelle 2

Standortbestimmung des Gründungsstandorts Hamburg – Ergebnissynopse

Quelle	Ergebnisse	
I. Hamburg im überregionalen Vergleich		
Sekundärdaten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seit Jahren rückläufige Gründungsaktivitäten in Deutschland insgesamt ▪ Hamburg konnte sich nicht von diesem Trend entkoppeln ▪ Hamburg behauptet aber seine Platzierung als starker deutscher Gründungsstandort nach Berlin (Ländervergleich) oder München (Städtevergleich) 	
II.	Stärken des Standorts	Schwächen des Standorts
a) Gründungen insgesamt		
Primärdaten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Differenziertes Flächenangebot ▪ Gute Erreichbarkeit / Verkehrsanbindung ▪ Standortattraktivität / Image ▪ Nähe zu Kunden und Kooperationspartnern / Netzwerke ▪ Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter (teilweise) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangelnde Übersichtlichkeit und Vernetzung der Angebote ▪ Bürokratische Belastung während und nach der Gründung wird als relativ hoch wahrgenommen ▪ Themenspezifische Angebote teilweise zu wenig bekannt ▪ Akquise qualifizierter Mitarbeiter (teilweise)
Bestandsaufnahme / Expertengespräche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfang, Vollständigkeit und Differenziertheit der Angebote ▪ Viele niedrigschwellige kostenlose Erstberatungsangebote ▪ Unterstützungsangebote beim Aufbau von Netzwerken und Kooperationen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine übergeordnete Strategie der Gründungsförderung ▪ Unzureichende Koordinierung des Gründungsnetzwerks ▪ Zu geringe Inanspruchnahme einiger Unterstützungsangebote, z.B. in der Frühentwicklungsphase
II.	Stärken des Standorts	Schwächen des Standorts
b) Innovative Gründungen / Startups		
Startup-Monitore / Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorhandensein von Fachkräften ▪ Im internationalen Vergleich attraktive Förderangebote der öffentlichen Hand (GEM) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wagniskapitalverfügbarkeit ▪ Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland nicht ausgeprägt ▪ Fachkräfteakquise
Bestandsaufnahme / Expertengespräche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leistungsfähige Wissens- und Technologientransferstellen ▪ System von (spezialisierten) Technologie- und Gründerzentren / forschungs- und Innovations-parks weiter im Ausbau begriffen ▪ Cluster im Bereich von Zukunftstechnologien ▪ Verfügbarkeit von Immobilien 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hamburg als Startup Hub international noch wenig sichtbar ▪ Verfügbarkeit von Venture Capital ▪ Netzwerkentwicklung, insb. im Kontext der Wachstumsfinanzierung ▪ Digitale Infrastruktur und E-Government in Deutschland noch entwicklungsfähig

Quelle: Eigene Darstellung. Bei den Primärdaten wurden auch Antworten zu offenen Fragen ausgewertet.

Die Bestandsaufnahme der Förderlandschaft hat ergeben, dass Existenzgründerinnen und -gründern in Hamburg eine breite und stark differenzierte Palette an Leistungen und Ansprechpartnern zur Verfügung steht (vgl. Kapitel 5). Zugleich beklagen die Nutzerinnen und Nutzer aber teilweise die Unübersichtlichkeit der Förderinfrastruktur und die unzureichende Bekanntmachung einiger Angebote. Hierfür spricht auch, dass von den meisten Befragten maximal ein Angebot genutzt wurde.

Handlungsbedarf zeigt sich insofern im Bereich Bürokratie, als zwar diverse Entlastungsangebote für Gründerinnen und Gründer existieren, die subjektive „administrative“ Belastung aber dennoch von den Befragten zum Teil als relativ hoch wahrgenommen wird. Dies könnte dafür sprechen, dass die vorhandenen Unterstützungsangebote, wie etwa der „Einheitliche Ansprechpartner“ bei der Handelskammer Hamburg, noch stärker bekannt gemacht werden müssen. Ergänzend sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es in Deutschland im europäischen Vergleich vergleichsweise kompliziert und langwierig ist zu gründen (s. Kapitel 6.2, Handlungsfeld 2). Es handelt sich hier also nicht um einen spezifischen Standortnachteil Hamburgs.

Auch im Hinblick auf die Verfügbarkeit von privatem Venture Capital (VC) für Startups weist Deutschland international gesehen einen Wettbewerbsnachteil auf¹⁴, der insbesondere kapitalintensive Finanzierungen in der Wachstumsphase erschwert. Ein wesentlicher Unterschied zum Fremdkapital besteht beim VC in der Rückzahlbarkeit der Mittel, denn als Eigenkapital steht es den Unternehmen unbefristet zur Verfügung. Zudem bieten VC-Investoren den Startups zudem oft Unterstützung beim Management und beim Aufbau von Kooperationen mit strategischen Partnern (Noreisch, 2012). Hamburg schneidet in puncto VC-Verfügbarkeit im nationalen Vergleich unterdurchschnittlich ab, und zwar nicht nur gemessen an der Startup-Metropole Berlin, sondern auch bezogen auf den Bund.¹⁵ Die Ergebnisse des Hamburg Startup Monitors bestätigen die mangelnde Verfügbarkeit als zentrales Problemfeld von Startups in Hamburg.

Aus den dargestellten Ergebnissen lassen sich vier zentrale Handlungsfelder für die Gründungsförderung in Hamburg ableiten, die unter dem Dach einer Gesamtstrategie spezifiziert und umgesetzt werden sollten. Diese werden in Kapitel 6.2 im Einzelnen erläutert und fallweise mit Good-Practice-Beispielen der Gründungsförderung anderer Standorte unterlegt. Die Beispiele werden jeweils am Ende eines Abschnitts in Kästen dargestellt.

¹⁴ Der deutsche Wagniskapitalmarkt ist gemessen an der deutschen Wirtschaftskraft recht klein (Stand 2014). Während in Deutschland rd. 0,02 % des BIP investiert werden, steht in den USA relativ zur Wirtschaftskraft fast das 10-fache (0,17 % des BIP) und in Israel knapp das 20-fache des deutschen Wertes zur Verfügung (Bundesregierung, 2015).

¹⁵ Deutschlandweit liegt der Anteil der VC-Finanzierung von Startups bei 20 %, in Berlin sind es 30 %, in Hamburg dagegen nur 14 % (DSM, 2015).

6.2 Bündnis der Netzwerkpartner „Hamburg gründet“

Die Analysen haben gezeigt, dass Hamburg trotz erheblicher Anstrengungen im Bereich der Gründungsförderung derzeit noch nicht alle Voraussetzungen eines gründungsfreundlichen Standorts gleichermaßen erfüllt. Um sich erfolgreich im wachsenden internationalen Standortwettbewerb zu positionieren, bedarf es einer strategischen Verankerung der Gründungsförderung unter einem gemeinsamen Leitbild.

Aus diesem Anlass wird die Schaffung eines Bündnisses der Hamburger Netzwerkpartner vorgeschlagen, in dessen Rahmen gemeinschaftlich an der Entwicklung und Umsetzung einer identitätsstiftenden Gesamtstrategie für die Gründungsförderung in Hamburg gearbeitet werden kann.

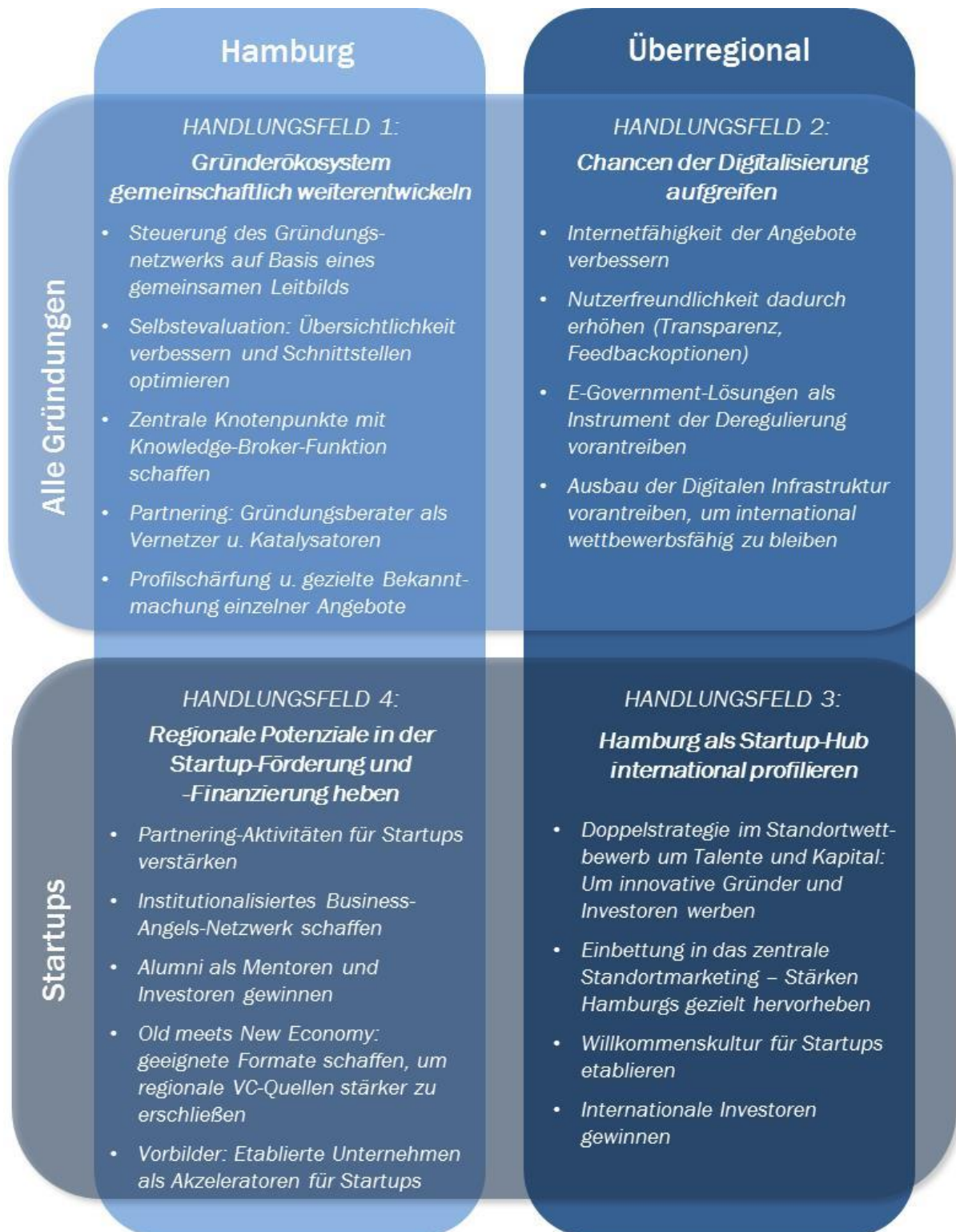
Die nachfolgend beschriebenen Handlungsfelder, die wir als mögliche Eckpfeiler einer Strategie der Bündnispartner vorschlagen, richten ihren Fokus auf eine Verbesserung der (ordnungspolitischen) Rahmenbedingungen der Gründungsförderung in Hamburg (vgl. Abbildung 12).

Sie sind damit den sogenannten Enabling Policies zuzurechnen (vgl. Kapitel 2), die möglichst günstige Voraussetzungen für Gründungen vor deren Markteintritt schaffen sollen. Dies unterscheidet sie von den Supporting Policies, die unmittelbar den Markteintritt eines Unternehmens begünstigen und damit unter dem Gesichtspunkt möglicher Wettbewerbsverzerrungen eher kritisch zu bewerten sind.

Die Handlungsfelder 1 und 4 legen den Fokus auf das regionale Ökosystem in Hamburg, die Handlungsfelder 2 und 3 sind stärker überregional bzw. international ausgerichtet. Die Felder 3 und 4 haben eine besondere Relevanz für Startups.

Abbildung 12

Bündnis der Netzwerkpartner mit vier Handlungsfeldern



Quelle: Eigene Darstellung.

6.2.1 Handlungsfeld 1: Regionales Gründerökosystem gemeinschaftlich weiterentwickeln

Qualifizierte Steuerung des Gründungsnetzwerks

Angesichts der Vielzahl der Akteure in der Hamburger Gründungsförderung kommt einer qualifizierten Steuerung im Rahmen einer Gesamtstrategie eine zentrale Bedeutung zu. Ein grundsätzlicher Vorteil Hamburgs besteht darin, dass die Koordination eines Gründungsnetzwerks in einem Stadtstaat leichter möglich ist als in einem Flächenland, wo größere Effizienzverluste entstehen können. Jedoch haben die vorangegangenen Analysen gezeigt, dass in Hamburg diesbezüglich Handlungsbedarf besteht.

Um das regionale Ökosystem zu stärken, müssen Mechanismen für eine engere Zusammenarbeit der Netzwerkpartner entwickelt werden, die einen kontinuierlichen Austausch aller relevanten Stakeholder der Hamburger Gründungsförderung gewährleisten (öffentliche Partner, Kammern, Verbände, Hochschulen, Unternehmen, Cluster und private Initiativen) und auf deren Basis bedarfsweise korrigierend in das Netzwerk eingegriffen werden kann. Ziel dabei ist es, die vorhandenen Angebote optimal miteinander zu verknüpfen, um Synergien zu heben und Redundanzen abzubauen. Um dies zu erreichen, müssen die relevanten Stakeholder dafür sensibilisiert werden, ihr regionales Gründerökosystem holistisch zu betrachten. Dies beinhaltet zunächst eine kritische Selbsteinschätzung der Akteure bezüglich ihrer eigenen Rolle innerhalb des Netzwerks auf Basis einer aktuellen Bestandsaufnahme. An diese sollte sich eine Analyse anschließen, die den möglichen Weg eines Gründers durch die Institutionen und Programme in der bestehenden Hamburger Förderstruktur exemplarisch nachvollzieht. Zu diesem Zweck könnten Modellfälle gebildet werden.¹⁶

Ziel ist es, Komplementaritäten, (fehlende) Schnittstellen und mögliche Engpassfaktoren innerhalb des Systems sichtbar zu machen und zugleich eine möglichst lückenlose Dokumentation des Beratungsprozesses sicherzustellen. Letztere ermöglicht nicht nur die systematische Erfassung, welche Beratung ein Gründer bereits erfahren hat, sie bietet zudem ex-post die Option einer Prozessevaluation bzw. einer weiterführenden Schwachstellenanalyse als Ansatzpunkt für konkrete Verbesserungen im Zusammenwirken der Beratungsstellen.¹⁷

¹⁶ Es könnten entsprechend Musterfälle gebildet werden. Differenzierende Merkmale wären beispielsweise: Gründungsfeld (Branche); Innovationsgrad des Produkts / der Dienstleistung; Finanzierungsbedarf; Qualifikation des/r Gründer(s); Herkunft der Gründer; Einzel-/Teamgründung.

¹⁷ Im Rahmen der Unternehmensbefragung äußerten mehrere Gründer Kritik an einer unzureichenden Steuerung innerhalb des Hamburger Netzwerks. Einer der befragten Gründer fasst seinen Eindruck wie folgt zusammen: „Es gibt zu viele Förderangebote unterschiedlicher Träger, die sich zum Teil sehr stark überschneiden. Hier wäre eine Übersicht hilfreich gewesen, was in welchem Stadium oder für welches Thema für mich als Gründer hilfreich ist.“

Der beschriebene Analyseprozess kann nur gemeinschaftlich erfolgen und erfordert ein erhebliches Maß an gegenseitiger Offenheit der beteiligten Akteure. Bei Bedarf könnten externe Mediatoren hinzugezogen werden. Im Idealfall sollte dieser Prozess eine verbindende Wirkung entfalten und damit implizit dazu beitragen, dass nicht das Besitzstandsdenken einzelner Netzwerkpartner notwendigen Anpassungen im Angebotsportfolio und einer optimalen Arbeitsteilung im operativen Bereich entgegensteht.

Gründungsnetzwerk mit zentralen Knotenpunkten (Knowledge Broker)

Die Transparenz und Übersichtlichkeit der Angebotsstruktur spielt eine erhebliche Rolle bei der Bewertung der Leistungen von Beratungsstellen durch Gründerinnen und Gründer. Dies ist ein Ergebnis der Gründerbefragung, das durch Einschätzungen aus den Experten-Interviews untermauert wird. So wünscht sich etwa ein Gründer „mehr Transparenz und [eine] einfache Aufgliederung der multidimensionalen Förderungsmöglichkeiten der verschiedenen Institutionen“ – er steht damit stellvertretend für viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Unternehmensbefragung, die sinngemäß diesen Punkt als Verbesserungsvorschlag im Fragebogen benannt haben.¹⁸

Die vorangegangenen Analysen legen somit nahe, dass in punkto Übersichtlichkeit der Angebotsstruktur in Hamburg noch Verbesserungspotenzial besteht. Grundsätzlich ist zu konstatieren, dass das Vorhandensein eines umfassenden und zugleich stark differenzierten Leistungsspektrums in der Gründungsförderung, wie es in Hamburg existiert, zwangsläufig zu Lasten der Überschaubarkeit geht. Der Schlüssel liegt darin, den potenziellen Gründerinnen und Gründern das Auffinden der für sie relevanten Anlaufstellen und Ansprechpartner so leicht und zeitsparend wie möglich zu machen. Die fortschreitende Digitalisierung liefert vielfältige Ansatzpunkte für eine höhere Benutzerfreundlichkeit der Angebote, die in Handlungsfeld 2 näher beschrieben sind.

Beispiele anderer Standorte zeigen, dass über die Chancen, die das Internet bietet, hinaus, weiterhin auch eine örtliche Vernetzung der Beratungsangebote sinnvoll sein kann. So wurde in Bremen 2011 mit dem Unternehmensservice eine Einrichtung geschaffen, die sämtliche gründungsrelevanten Informationen und Beratungen mehrsprachig aus einer Hand anbietet (vgl. *Good-Practice „Unternehmensservice Bremen“*).

In Hamburg existiert mit der IFB bereits eine Einrichtung, die die Angebote für Gründungsinteressierte unter einem Dach bündelt. Insbesondere für innovative Gründerinnen und Gründer erfüllt sie durchaus die Funktion einer One-Stop-Agency. Die Kernaufgabe einer derartigen Agentur besteht darin, an einem zentralen Ort Hilfestellungen bei allen Fragen zu Dienstleistungsangeboten und Förderungen rund um das Thema Existenzgründung anzubieten. Das bedeutet in einem komplexen Ökosystem

¹⁸ Der Online-Fragebogen enthielt ein Kommentarfeld für eigene Verbesserungsvorschläge.

wie dem Hamburgischen im Umkehrschluss aber nicht, dass alle Leistungen auch vor Ort aus einer Hand vorgehalten werden müssen. In diesem Kontext ist für Hamburg die Schaffung zentraler Knotenpunkte innerhalb des Gründungsnetzwerks zu erwägen, um eine maximale Transparenz für die Nachfrager herzustellen. Diese Knotenpunkte müssten Informationen zu den Leistungen der einzelnen Netzwerkpartner inhaltlich so bündeln bzw. verknüpfen, dass ein effizientes Lotsen der Nutzer durch den „Angebotsdschungel“ möglich wird und bei Bedarf schnelle Querverbindungen zwischen den Beratungsstellen erfolgen. Anstelle der Schaffung einer weiteren Instanz sollte geprüft werden, inwieweit die IFB durch eine Erweiterung ihres Beratungscenters zu einem derartigen Knotenpunkt („Knowledge Broker“) entwickelt werden könnte. Eine vergleichbare Funktion könnte auch der hei. zukommen. Denkbar wäre ein arbeitsteiliges Vorgehen, bei dem sich die hei. auf klassische Gründungen konzentriert und die IFB ihren Fokus (noch stärker als bisher) auf innovative Gründungen bzw. Startups legt.

Entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung des Knotenpunkt-Modells in Hamburg ist eine enge Abstimmung zwischen allen beteiligten Stakeholdern. Den Ausgangspunkt hierfür bildet die im vorangegangenen Abschnitt beschriebene Selbstevaluation der Netzwerkpartner. Um angemessen und zeitnah auf sich wandelnde Nutzeranforderungen reagieren zu können, sollten die Knotenpunkte neben ihrer Lotsenfunktion auch eine Soundboard-Funktion wahrnehmen, d.h. es sollten Nutzerfeedbacks gebündelt aufgenommen und gemeinsam mit den jeweils betroffenen Beratungsstellen ausgewertet werden.

Partnering als neues Instrument der Gründungsförderung

Die Nähe zu Kunden und Kooperationspartnern und die daraus resultierenden Chancen lassen sich auf Basis der Unternehmensbefragung als ein wesentlicher Standortvorteil Hamburgs qualifizieren. Diese Einschätzung wird durch die Bestandsaufnahme zusätzlich untermauert; so erhalten Gründerinnen und Gründer in Hamburg bereits heute vielfältige Unterstützung beim Aufbau von Netzwerken und Kooperationen – dies gilt in besonderem Maße für die Gruppe der innovativen Gründer.

Trotz dieser guten Ausgangssituation deuten die Ergebnisse der Gespräche mit Expertinnen und Experten aus dem Gründungsnetzwerk sowie qualitative Aussagen von Unternehmen¹⁹ darauf hin, dass die Beratung in Hamburg in diesem Bereich weiterentwickelt und flexibilisiert werden sollte, um die vorhandene Stärke zu sichern bzw. auszubauen. In diesem Zusammenhang kommt das Prinzip des „Partnerings“ als neuer Anforderung an die Gründungsberatung ins Spiel. Hinter dem Ansatz steckt die

¹⁹ Das bezieht sich auf offene Antworten im Rahmen der Unternehmensbefragung und auf Aussagen aus zwei der Interviews mit ausgewählten Startups.

Annahme, dass die Vermittlung von Fachwissen in einem komplexer werdenden, durch technologischen Wandel geprägten Arbeitsumfeld gegenüber der Vermittlung von Erfahrungswissen – sprich den richtigen Kontakten („Sparrings-Partnern“) – mehr und mehr zurücktreten wird (vgl. Bendig et al., 2013). Gründungsberater stehen demnach vor der Herausforderung, künftig verstärkt als Wegweiser und Türöffner zu geeigneten Kontaktpersonen zu fungieren, um eine auf einzelne Gründerinnen und Gründer zugeschnittene individualisierte Unterstützung anbieten zu können. Je nach Bedarf richtet sich das Partnering an unterschiedliche Zielgruppen im Umfeld des Gründers, darunter a) potenzielle Mentoren (Unternehmer/Alumni), b) potenzielle Finanziere, c) potenzielle Kooperationspartner aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie an d) andere Gründerinnen und Gründer als Peers für den informellen Austausch.

Eine Kernaufgabe des Partnerings als neuer Form der Gründungsberatung besteht darin, die Gründerinnen und Gründer in die Lage zu versetzen, Zugang zu einem auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenen Netzwerk zu erhalten. Die genannten Zielgruppen sind dabei als komplementär anzusehen. Bendig et al. sprechen in diesem Zusammenhang davon, Gründerinnen und Gründern „vernetzte Kommunikation zu ermöglichen“ (Bendig et al. (2013), S. 61); sie qualifizieren das Partnering in einer Studie für das Bundesministerium für Wirtschaft als einen der großen Zukunftstrends innerhalb der Gründungsförderung.

Hieraus ergeben sich wachsende Anforderungen an die Kommunikations- und Netzwerkfähigkeit von Gründungsberaterinnen und -beratern. Zu den konkreten Maßnahmen, die Hamburg ergreifen könnte, um sich für die beschriebene Entwicklung zu wappnen, gehört daher die gezielte Qualifizierung von Gründungsberaterinnen und -beratern für das Partnering. Auch wird es zunehmend wichtiger werden, eine längerfristige Bindung zu ehemaligen Nutzerinnen und Nutzern der Gründungsberatung zu etablieren, um im Rahmen des Partnerings später wieder auf diese als potenzielle Sparringspartner, Mentoren bzw. Netzwerk-Multiplikatoren zurückgreifen zu können (vgl. *Good Practice „Partnering – Alumni als Mentoren“ der IHK Rhein-Neckar*). Gegenwärtig kommt dieser Aspekt in Hamburg nach Aussage mehrerer befragter Expertinnen und Experten zu kurz: Der Werdegang von Personen, die eine Unterstützung im Rahmen des Hamburger Gründungsnetzwerks erfahren haben, wird nicht systematisch verfolgt. Es fehlen Feedbackschleifen, Evaluationsmechanismen und weitgehend auch Instrumente eines nachhaltigen Alumni-Managements²⁰.

Die Ergebnisse der Interviews mit ausgewählten Vertreterinnen und Vertretern der Hamburger Startup-Szene²¹ deuten darauf hin, dass Partnering-Aktivitäten für diese

²⁰ Instrumente des nachhaltigen Alumni-Managements beschränken sich auf das unmittelbare Hochschulumfeld.

²¹ Die Interviews wurden im Juni 2016 in Kooperation mit Hamburg Startups durchgeführt.

Gruppe eine noch höhere Bedeutung aufweisen als für die klassischen Gründerinnen und Gründer. Die entsprechenden Vorschläge werden in Handlungsfeld 4 beschrieben.

Profilschärfung und stärkere Bekanntmachung einzelner Angebote, z.B. im Bereich Bürokratiemanagement

Grundsätzlich hat die Bestandsaufnahme ergeben, dass in Hamburg ein vielfältiges und umfassendes Portfolio von Unterstützungsangeboten für Gründerinnen und Gründer zur Verfügung steht. Wie bereits erläutert, liegt der vorrangige Handlungsbedarf im Bereich einer verbesserten Steuerung und Koordinierung innerhalb des Netzwerks.

Inhaltliche Lücken im Angebotsportfolio sind kaum zu erkennen. Es lassen sich jedoch einige Beratungsfelder ausmachen, in denen eine weitere Profilschärfung vorteilhaft sein könnte – teils nur zum Zweck der besseren Bekanntmachung, teils aber auch zur Erhöhung der Qualität der entsprechenden Angebote. In thematischer Hinsicht gehört hierzu der Bereich der Bürokratie. Dieser hat aus dem Blickwinkel der Gründungsförderung gesehen zwei Ebenen: In der Kurzfristperspektive ist dies zunächst das Bürokratie-Management unter gegebenen Rahmenbedingungen, auf längere Sicht sollte dagegen das Ausloten und Heben von Deregulierungspotenzialen (z.B. durch E-Government-Lösungen) im Vordergrund stehen.²² Der letztgenannte Aspekt wird im Rahmen von Handlungsfeld 2 behandelt.

Verknüpft man die Ergebnisse aus Unternehmensbefragung, Interviews und Bestandsaufnahme miteinander, so ergibt sich für den Aspekt des Bürokratiemanagements für Hamburg ein ambivalentes Bild. Einerseits fühlt man eine hohe Belastung durch administrative Hürden in allen Phasen des Gründungsprozesses, andererseits stehen faktisch einschlägige Unterstützungsangebote der Gründungsförderer gegenüber²³, die aber offenbar entweder zu wenig bekannt, nicht passgenau oder aber ihrerseits mit zu viel Bürokratie verbunden sind, sodass sie nicht als entlastend empfunden werden. Hieraus kann ein doppelter Prüfauftrag für die Hamburger Netzwerkpartner abgeleitet werden: zum einen sollte ausgelotet werden, wie die vorhandenen Leistungen im Bereich des Bürokratiemanagements stärker kommuniziert werden können, zum anderen sollte durch gezielte inhaltliche Aufklärung darauf hingewirkt werden, dass das Thema seinen Schrecken verliert und (auch gefühlt) handhabbarer wird. Gerade bei Gründungen im handwerklichen Bereich sollten Weiterbildungsangebote noch stärker zu gründungsrelevanten bürokratischen Herausforderungen informieren.

²² Es bestehen Deregulierungsbedarfe in Deutschland insgesamt. Es ist vergleichsweise kompliziert und langwierig in Deutschland zu gründen und der Bereich E-Government ist verhältnismäßig unterentwickelt.

²³ So etwa der sogenannte „Einheitliche Ansprechpartner“ der Handelskammer Hamburg (vgl. Bestandsaufnahme).

An dieser Stelle sei jedoch noch einmal explizit darauf hingewiesen, dass im Sinne einer breit und nachhaltig wirkenden Enabling Policy Deregulierungsanstrengungen ein klarer Vorrang gegenüber symptomatischen Hilfen im Umgang mit Bürokratie eingeräumt werden sollte. Dass das Thema Bürokratie für Gründerinnen und Gründer eine hohe Relevanz besitzt, ist der Auswertung der offenen Antworten der Unternehmensbefragung zu entnehmen. Konkret wurden beispielsweise mehrfach die Melde- und Veröffentlichungspflichten bemängelt, die gerade für junge Unternehmen einen erheblichen Aufwand bedeuteten. Hinzu kommen lange Bearbeitungszeiten. Die Voraussetzungen zur Inanspruchnahme von Förderleistungen werden teilweise als intransparent und unnötig kompliziert wahrgenommen, so dass externe Hilfestellung zur Bewältigung notwendig sei.

Betrachtet man das Leistungsspektrum der Hamburger Gründungsförderung differenziert nach den Phasen der Gründung, auf die die jeweiligen Angebote abzielen, so ergibt sich folgendes Bild:

Vorbereitungsphase:

Definiert als Vorbereitungsphase wird die Phase eines Gründungsvorhabens, in der eine Idee für ein Produkt oder eine Dienstleistung bereits vorhanden ist und nun das Grundgerüst einer unternehmerischen Umsetzung erarbeitet wird. Hierzu zählt die Aufstellung eines Businessplans ebenso wie persönliche Weiterbildungen. Trotz umfassender Beratungs- und Qualifizierungsangebote scheinen manche Gründerinnen und Gründer diese Angebote in der Vorbereitungsphase ihrer Gründung nicht oder nur in geringem Maße in Anspruch zu nehmen. Dies ist ein Ergebnis der Expertengespräche und zugleich ein möglicher Erklärungsansatz für die niedrige Nutzungsquote bei den Angeboten, die sich bei der Unternehmensbefragung ergeben hat. Eine andere Erklärungsmöglichkeit wäre, dass ein großer Teil der Gründerinnen und Gründer ggf. auch keinen Beratungsbedarf hat und Herausforderungen allein meistern möchte.

Aus Expertensicht erklärt sich die niedrige Nutzungsquote wie folgt: Das Problem liege in diesem Fall weniger in einer mangelnden Bekanntheit der entsprechenden Angebote begründet, sondern vielmehr darin, dass es bei der Ausrichtung der Beratung an Zielorientierung und Verbindlichkeit mangle. Das liege insbesondere daran, dass im Rahmen der Erstberatung zwar ermittelt werde, welche individuellen Qualifizierungsbedarfe gründerseitig bestehen und auch auf entsprechende Weiterbildungsangebote verwiesen werde. Es werde jedoch kein Anschlusskonzept erstellt, anhand dessen sich der weitere Weg einer Gründerin oder eines Gründers nachvollziehen ließe. Ein solches könnte beispielsweise beinhalten, mit den Gründerinnen und Gründern Feedbackschleifen und feste Meilensteine zu vereinbaren, um systematisch dokumentieren zu können, welche der empfohlenen Entwicklungsschritte wirklich vollzogen, wie diese gegebenenfalls bewertet wurden bzw. welche Alternativen genutzt wurden. Dabei ginge es nicht darum, Kontrollmechanismen zu installieren, die die

Eigeninitiative und Eigenverantwortlichkeit einzelner Gründerinnen und Gründer in Frage stellen oder diese mit aufwendigen Dokumentationspflichten belegen. Ziel sei es vielmehr, eine geeignete Informationsbasis für die Netzwerkpartner zu schaffen, damit diese Probleme im Gründungsprozess frühzeitig erkennen und angemessen darauf reagieren können. Hierfür sollten nach Möglichkeit intelligente digitale Lösungen gesucht werden, um den Verwaltungsaufwand für Gründer und Berater so gering wie möglich zu halten (vgl. Kapitel 6.2.2). Grundsätzlich ist bei derartigen Initiativen allerdings Zurückhaltung geboten, da diese leicht in das Feld der Supporting Policies fallen können.

Frühentwicklungsphase:

Die Befragung von Expertinnen und Experten aus dem Hamburger Gründungsnetzwerk hat ergeben, dass es wünschenswert wäre, vorhandene Angebote zur individuellen Beratung von Gründerinnen und Gründern in der Frühentwicklungsphase zu intensivieren. Hierbei handelt es sich um die Phase einer Gründung, in der das Unternehmen den Gründungsprozess abgeschlossen hat und nun eine Etablierung am Markt anstrebt. Eine zügige Marktdurchdringung ist, abhängig vom jeweiligen Geschäftsmodell, notwendig. In Bezug auf die Hamburger Gründungsförderung wurde im Rahmen der Interviews die Empfehlung gegeben, im Sinne der Nachhaltigkeit von Gründungen das individuelle Coaching von Jungunternehmerinnen und -unternehmern in ihrer Frühentwicklungsphase zu verstärken, und zwar nicht unbedingt nur durch professionelle Beratung, sondern auch durch geeignete Personen außerhalb des unmittelbaren Gründungsnetzwerks, zu denen erfahrungsgemäß eher eine dauerhafte Bindung aufgebaut wird²⁴ In dieselbe Richtung geht der Vorschlag, in Hamburg mehr Formate zu schaffen, in denen Gründerinnen und Gründer (ehrenamtlichen) Sparringspartnern gegenüberstehen oder einander gegenseitig Feedback geben.²⁵ Die geäußerten Expertenmeinungen untermauern die Notwendigkeit, das Instrument des Partnerings in stärkerem Maße in die Aktivitäten der Hamburger Gründungsförderung zu integrieren (s.o.).

Sensibilisierungsphase:

In Abgrenzung zu den anderen Phasen des Gründungsprozesses umfasst die Sensibilisierungsphase den Zeitraum vor dem konkreten Gründungsvorhaben. Um den Gedanken einer Unternehmensgründung überhaupt aufkommen zu lassen, bedarf es eines hohen Maßes an Aufklärung über Möglichkeiten der Selbstständigkeit (vgl. Kapitel 5.3). Ein Ziel der bildungspolitischen Maßnahmen im Rahmen der Gründungs-

²⁴ Das sind Personen mit Branchenkenntnis, die zudem Erfahrung in Gründung, Unternehmensführung oder Management aufweisen.

²⁵ Eine bereits existierende Initiative mit entsprechender Stoßrichtung ist in Hamburg z.B. der Verein Wirtschafts-Senioren-beratern – „Alt hilft jung“ (vgl. Kapitel 5.1.1).

förderung besteht darin, bei potenziellen Gründerinnen und Gründern frühzeitig das Bewusstsein für Chancen und Herausforderungen einer Selbstständigkeit zu schärfen. Vorbereitende Maßnahmen im Rahmen von Entrepreneurship Education können zur Erhöhung der Gründungsbereitschaft beitragen. Zwar gibt es hierfür in Hamburg an Schulen und Hochschulen bereits verschiedene Initiativen. Dennoch legen die Ergebnisse des GEM Länderreports sowie des Gründungsradars des Stifterverbands nahe, dass in diesem Punkt (deutschlandweit) noch Nachholbedarf besteht (vgl. Kapitel 5.3) und auch in Hamburg eine Weiterentwicklung bzw. Ergänzung der entsprechenden Angebote geprüft werden sollte. Die Sensibilisierung muss möglichst frühzeitig beginnen, wobei in Schulen das praktische Erleben (z.B. über Planspiele, Wettbewerbe, Aufzeigen von Leuchtturmprojekten und Vorbildern) im Vordergrund stehen sollte.

Bei der Weiterentwicklung der Entrepreneurship Education an Hamburger Hochschulen sollten auch unkonventionelle interdisziplinäre Ansätze – wie etwa die aus den USA stammende Kreativitätstechnik Design Thinking – berücksichtigt werden, die erste deutsche Hochschulen bereits anwenden (vgl. Exkurs Fallstudie Hasso-Plattner-Institut in Kapitel 5.3.3). Voraussetzung für eine erfolgreiche Entrepreneurship Education ist eine enge Kooperation zwischen Hochschulen und Partnern aus der Wirtschaft.

Good Practices im Handlungsfeld 1:

Good Practice „Unternehmensservice Bremen“ (USB): Zentrale Anlaufstelle der Beratungsförderung im Land Bremen (seit 2011), getragen durch die Wirtschaftsförderung (WFB), Handelskammer, Handwerkskammer und RKW-Gründungsleitstelle, angesiedelt im Hause der Handelskammer. Der Unternehmensservice Bremen wurde 2012 im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen“ als gutes Beispiel für kundenorientiertes Arbeiten öffentlicher Stellen ausgezeichnet. Die Einrichtung bietet sämtliche gründungsrelevanten Informationen sowie Beratungen aus einer Hand und in fünf Sprachen an. Täglich nutzen 70 bis 100 Menschen den USB (Stand 2013). 2015 wurde zusätzlich ein „Willkommensservice“ für ausländische Gründungswillige und Fachkräfte in das Angebot des USB integriert.

Good Practice „Partnering – Alumni als Mentoren“: Die IHK Rhein-Neckar hat ein Programm aufgelegt, mit dem sie versucht, gezielt ehemalige Gründerinnen und Gründer als Mentoren zu gewinnen, um ihrerseits Gründungsinteressierten zur Seite zu stehen. Der Ansatz besteht dabei darin, von der Erfahrung und den Netzwerken etablierter Unternehmen zu profitieren und durch informelle Kontakte Probleme früher zur Sprache bringen zu können als dies in der Regel bei formellen Förderangeboten der Fall ist. Die IHK hat dabei den Vorteil, über ein weites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen zu verfügen und entsprechend unkompliziert Kontakt zu potenziellen Mentoren aufnehmen zu können. Zur Aufnahme in das Mentoring-Programm sind seitens der Gründerinnen und Gründer bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen, zu denen unter anderem ein Businessplan und ein Auswahlgespräch gehören. Wenn das Gesamtbild aus Idee, Motivation und Persönlichkeit überzeugt, wird der Kontakt zu einem Mentor vor Ort vermittelt.

6.2.2 Handlungsfeld 2: Chancen der Digitalisierung nutzen

Die Digitalisierung verändert Wirtschaft und Gesellschaft von Grund auf – und das mit zunehmender Geschwindigkeit. Unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ wird bereits von der nächsten industriellen Revolution gesprochen. Die Welt vernetzt sich intensiv, alle Lebensbereiche und Märkte sind davon betroffen (Ehrlich et al., 2015). Es bricht auch eine neue digitale Gründerzeit an: Für Gründerinnen und Gründer ergeben sich völlig neue Chancen und die Gründungsförderung muss sich auf neue Anforderungen einstellen.

Deutsche Gründungsförderer gelten in einigen Bereichen als international führend (vgl. GEM, 2015); dies trifft jedoch nicht auf den Bereich der Digitalisierung zu. Laut einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie müssen sie ihre Handlungsfähigkeit in der Förderwelt der Netzwerkökonomie erst noch beweisen (vgl. Bendig et al., 2013).

In Hamburg wurde im Dezember 2015 die „Strategie Digitale Verwaltung der FHH bis 2020“ festgelegt. Darin wird betont, dass die Umgestaltung der Verwaltung im Zuge der Digitalisierung ihre Potenziale so lange nicht voll ausschöpfen wird, wie Prozesse nicht komplett digital übertragen werden. Eine Neukonzeption von Vorgängen unter dem Gesichtspunkt neuer digitaler Möglichkeiten verspricht eine Steigerung der Effizienz (vgl. Freie Hansestadt Hamburg, 2015).

Internetfähigkeit und Benutzerfreundlichkeit der Angebote der Gründungsförderung verbessern

Es ist zu erwarten, dass die weiter wachsende Bedeutung der digitalen Vernetzung und die damit einhergehende Verfügbarkeit von Wissen das Informationsverhalten der Gründerinnen und Gründer zunehmend verändern wird (vgl. Bendig et al., 2013). Bereits heute suchen viele Gründerinnen und Gründer Antworten auf ihre Fragen rund um das Thema Gründung nicht bei einzelnen Beratern, sondern eher in Online Communities. Auch begünstigt der technologische Wandel die zeitsparende Auslagerung von Spezialkompetenzen, die Gründerinnen und Gründer sich früher selbst aneignen mussten. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von vernetzter Arbeitsteilung. Digitale Netzwerke senken die Kosten für Information und Kommunikation (vgl. Wallisch und Funke, 2016). Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass das Partnering als Instrument der Gründungsförderung, das eine vernetzte Kommunikation ermöglicht (vgl. Handlungsfeld 1), gegenüber der klassischen sachbezogenen Beratung weiter an Gewicht gewinnen wird. Den Hamburger Netzwerkpartnern wird empfohlen, sich frühzeitig auf diese Entwicklung einzustellen. Dies setzt voraus, dass die Chancen für mehr Transparenz und Nutzerfreundlichkeit, die die Digitalisierung bietet, im Rahmen des Bündnisses zur Weiterentwicklung des Netzwerks konsequent genutzt werden.

Viele der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region Hamburg wünschen sich eine Vereinfachung der Prozesse innerhalb der Gründungsförderung. Auch geben einige an, dass es sehr schwer sei, sich einen Überblick über beratende Institutionen und deren Angebote zu verschaffen, da keine transparenten oder gebündelten Informationspakete verfügbar seien. Die Digitalisierung kann ein Schlüssel sein, um diese Probleme zu lösen. Werden Dienstleistungen der Gründungsförderung verstärkt internetfähig gemacht, beinhaltet dies zugleich die Chance, Angebote übersichtlicher zu gestalten, eng zu verlinken und Möglichkeiten für Nutzerfeedbacks oder digitale Übergaben von Beratenden innerhalb des Netzwerks zu schaffen (vgl. Handlungsfeld 1). Die Nutzerfreundlichkeit kann damit insgesamt erhöht werden.

Ein gutes Beispiel für einen übersichtlichen Internetauftritt für Gründungsinteressierte ist „gruenden-in-berlin.de“. Die Übersicht über Beratungsstellen und Ansprechpartner ist sortierbar nach Branchen, Themen und Sprache des Ansprechpartners. Anders als zum Beispiel bei der hei. bewirbt der Berliner Internetauftritt dabei keine eigenen Förderangebote, was eine gleichgewichtige Darstellung existierender Angebote gewährleistet (vgl. *Good-Practice „gruenden-in-berlin.de“*).

Durch E-Government-Lösungen Bürokratieaufwand für Gründerinnen und Gründer reduzieren

Wie in Handlungsfeld 1 bereits erläutert, sollte das Bündnis der Hamburger Netzwerkpartner prüfen, welche Deregulierungspotenziale sich im Kontext der Digitalisierung bieten, um Gründerinnen und Gründer, aber auch die Wirtschaft insgesamt, zukünftig stärker von bürokratischem Aufwand zu entlasten. Derzeit wird dieser von vielen Gründerinnen und Gründern in Hamburg noch als hoch wahrgenommen. Tatsächlich sind E-Government-Lösungen, die ein wesentliches Instrument der digitalen Deregulierung darstellen, in Deutschland im EU-Vergleich noch wenig entwickelt. Das E-Government-Angebot in Deutschland ist einer McKinsey Studie zufolge noch immer lückenhaft, die Nutzerfreundlichkeit unzureichend (Klier et al., 2015²⁶). Noch 2012 belegte Deutschland im E-Government-Vergleich der Vereinten Nationen den 17. Platz, ist seitdem jedoch auf Platz 21 von 192 Ländern zurückgefallen. Der Abstand zu führenden Nationen wie Südkorea, Australien oder Singapur ist weiter gewachsen (Vereinte Nationen, 2014). Dieser internationale Standortnachteil schlägt auch auf Hamburg durch. Zwar belegt Hamburg – in punkto Verfügbarkeit und Qualität der vorhandenen E-Government-Angebote – im nationalen Vergleich den dritten Platz hinter Berlin und Düsseldorf (vgl. Klier et al., 2015). Angesichts der internationalen Konkurrenzsituation in der Startup-Szene (vgl. Handlungsfeld 3) besteht aber dennoch

²⁶ Für die McKinsey-Studie wurden die Onlineservices von acht ausgewählten Groß- und zwei Mittelstädten anhand von typischen Ereignissen im Leben eines Bürgers untersucht, darunter die Gründung eines eigenen Unternehmens.

Handlungsbedarf. Im Rahmen der Hamburger Strategie Digitale Verwaltung wird konstatiert, dass die „Hamburger Verwaltung [...] im bundesweiten Vergleich über ein breites Spektrum an digitalen Informations- und Serviceangeboten“ verfüge, die „medienbruchfreie elektronische Abwicklung von Verwaltungsangelegenheiten“ sich bisher jedoch „nur in wenigen Bereichen durchgesetzt“ habe (vgl. Freie Hansestadt Hamburg, 2015).

Im Bereich E-Government kann besonders Kopenhagen als Vorbild dienen, das davon profitiert hat, dass in Dänemark bereits relativ früh eine Digitale Agenda aufgesetzt und konsequent umgesetzt wurde (vgl. *Good Practice „E-Government“*).

Auch was die Gründungsdauer von Unternehmen anbetrifft, offenbart Deutschland im europäischen Vergleich Schwächen. Während in Dänemark oder den Niederlanden lediglich ein einziger Tag administrativen Aufwands erforderlich ist, um ein Unternehmen zu gründen, liegt die durchschnittliche Dauer in Deutschland bei 6,6 Tagen. Der europäische Durchschnitt liegt bei 4,2 Tagen. Neben Dänemark und den Niederlanden schneiden mit Polen und Belgien zwei weitere deutsche Nachbarländer bei diesem Indikator²⁷ besonders gut ab (Eurostat, 2013). Auch die baltischen Staaten Estland und Lettland gehören zur Spitzengruppe.

In Estland besteht zudem die Möglichkeit, dass ausländische Gründerinnen und Gründer eine digitale Staatsbürgerschaft, die sog. „E-Residency“, erwerben, wodurch sie in die Lage versetzt werden, ebenfalls binnen Tagesfrist ein Unternehmen mit Sitz in Estland zu gründen, ohne dafür vor Ort sein zu müssen: *“it is possible to register a new company online and start trading within 20 minutes. Citizens can view many of their personal records online, and digitally sign documents using their identity cards. [...] anyone in the world can join in [...] by becoming an e-citizen.”* (Nesta, 2015). Diese Entkopplung von virtuellem und tatsächlichem Wohn- und Geschäftssitz, die durch Digitalisierung und E-Government ermöglicht wird, beinhaltet für innovative Gründerinnen und Gründer neue Chancen, für die Standorte sind sie aufgrund der sich weiter verschärfenden Konkurrenzsituation Chance und Risiko zugleich.

²⁷ Der Indikator misst die Dauer von administrativen Gründungsverfahren von Unternehmen in Ländern der Europäischen Union (EU-28) im Jahr 2013 (in Arbeitstagen).

Good Practices im Handlungsfeld 2:

Good Practice „Internetauftritt“: *gruenden-in-berlin.de*: Ein gutes Beispiel für einen übersichtlichen Internetauftritt als zentrales „Einfallstor“ für Gründungsinteressierte ist „*gruenden-in-berlin.de*“. Wie der Name schon sagt, werden hier bestehende Angebote von verschiedenen Beratungsstellen zusammengeführt und dabei übersichtlich und gleichberechtigt präsentiert. Die Übersicht über Beratungsstellen und Ansprechpersonen ist sortierbar nach Branche, nach Thema (Vorgründungsphase, Gründung, Unternehmensführung, etc.) sowie nach Sprache der Ansprechperson. Zudem ist die Homepage in insgesamt neun Sprachen verfügbar. Neben einer Übersicht über Ansprechpersonen findet sich ebenso eine Liste bereits verfasster Handbücher und Merkblätter zum Thema Existenzgründung in Berlin auf der Homepage, sodass bereits vorhandenes Wissen und aufbereitete Informationen nicht umständlich gesucht werden müssen, sondern auf einer einzigen Homepage abrufbar sind. Darüber hinaus wird eine Übersicht über junge Unternehmen und Unternehmen in der Gründungsphase geliefert, die als Sparringspartner für Gründungsinteressierte interessant sein können.

Good Practice „Digitale Agenda / E-Government“: Dänemark / Kopenhagen: Seit 2011 hat Dänemark große Fortschritte im Bereich E-Government verbuchen können, was eng mit einer digitalen Agenda zusammenhängt, die öffentliche Einrichtungen zum Einsatz neuer Technologien anhält und den Einsatz papierbasierter Verfahren zurückdrängen soll. Als zentraler Erfolgsfaktor wird erachtet, dass die Verantwortung für den Bereich Digitalisierung zentral koordiniert wird. Im Bereich E-Government kann besonders Kopenhagen als Vorbild dienen. 2013 belegte die dänische Hauptstadt im Smart-Cities-Index den ersten Platz der smartesten Städte in Europa. Hamburg und Berlin belegten in diesem Ranking die Plätze acht und neun (Cohen, 2014). Zwar wird in diese Bewertung nicht nur das Niveau der E-Government-Angebote einbezogen, sondern auch die anderen Faktoren (wie intelligente Vernetzung und integrierte Systeme zur Stadtplanung) werden künftig als Standortfaktoren von

Digitale Infrastruktur weiterentwickeln, dabei internationale Standortkonkurrenz berücksichtigen

Die Digitale Agenda der Bundesregierung kann als positiver Ansatzpunkt gesehen werden, welchen es nun auf regionaler Ebene gezielt umzusetzen bzw. zu flankieren gilt²⁸ (vgl. Wallisch und Funke, 2016). Der im Koalitionsvertrag angekündigte Ausbau

²⁸ Unter der Überschrift „Digitale Wirtschaft und digitales Arbeiten“ und darunter „Junge digitale Wirtschaft unterstützen“ wird explizit auf Startups der Online- und Digitalbranche eingegangen (Bundesregierung, 2014). So plant die Bundesregierung bis 2017, die Informations- und Beratungsangebote für Startups aus dem IT-Bereich weiterzuentwickeln, die Finanzierungsmöglichkeiten durch Venture Capital, also Wagniskapital, und Crowdfunding zu verbessern und eine stärkere Vernetzung mit anderen Startup Hubs global voranzutreiben (Wallisch und Funke, 2016).

des Breitbandnetzes stellt angesichts des schnell wachsenden Volumens digitaler Datenmengen deutschlandweit eine zentrale Herausforderung der Politik dar. Da gerade Startups häufig in Bereichen gegründet werden, für die eine schnelle und zuverlässige Internetverbindung unumgänglich ist (z.B. Big Data²⁹, FinTech, Commerce und Digital Media), kann das Fehlen einer entsprechenden Infrastruktur die erfolgreiche Gründung von Startups behindern bzw. deren Wachstum limitieren und die internationale Wettbewerbsfähigkeit einschränken.

In Deutschland hängen die diesbezüglich zu erzielenden Fortschritte maßgeblich von der Umsetzung der Digitalen Agenda der Bundesregierung ab. Auch auf regionaler bzw. Landesebene gibt es dabei Ansatzpunkte, wie diese Entwicklung sinnvoll flankiert bzw. forciert werden kann.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes hat in Deutschland nur etwa jedes dritte Unternehmen (31 %) mit mindestens zehn Beschäftigten Zugang zu Breitband-Internet (Statistisches Bundesamt, 2013). Hiermit liegt Deutschland im europäischen Vergleich im Mittelfeld, zwar leicht über dem Durchschnitt von 29 %, aber deutlich hinter Dänemark (56 %) oder Schweden (52 %). Regional variiert die Internetgeschwindigkeit enorm. Im Bundesländervergleich ist Hamburg überdurchschnittlich gut aufgestellt, die Versorgung mit Breitbandanschlüssen von mindestens 50 MBit/s liegt je nach Quelle bei etwa 90 % (vgl. z.B. Zahorsky, 2016).

Der Hamburger Senat geht von einer guten bis sehr guten Versorgung mit breitbandigen Internetzugängen über Festnetz und Mobilfunk im Stadtgebiet aus. Vor allem im Geschäftskundenbereich befindet sich Hamburg bereits auf einem hohen Niveau. Zudem beabsichtigt der Senat, Anbietern öffentlicher WLAN-Netze Installationspunkte zur Verfügung zu stellen, die in städtischem Eigentum stehen (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 2015b).

Da insbesondere für Startups eine schnelle und leistungsfähige Internetverbindung häufig von existenzieller Bedeutung ist, wäre es wünschenswert, dass die entsprechenden Planungen in Hamburg konsequent vorangetrieben werden. Denn das Fehlen einer entsprechenden Infrastruktur kann die erfolgreiche Gründung von Startups behindern bzw. deren Wachstum limitieren und die internationale Wettbewerbsfähigkeit einschränken.

Da Startups zunehmend international ausgerichtet sind, muss Hamburg sich in punkto Digitalisierung dem europäischen bzw. weltweiten Vergleich stellen.

²⁹ Grundsätzlich stellt der Begriff „Big Data“ einen Datenbestand dar, der aufgrund seines großen Umfangs, seiner Unterschiedlichkeit und der Schnelligkeit nur begrenzt durch aktuelle Datenbanken und Daten-Management-Tools verarbeitet werden kann.

Es erscheint zumindest fraglich, ob Hamburg hinsichtlich des Ausbaus der digitalen Infrastruktur international Schritt halten kann. Zwar hat der Senat im Koalitionsvertrag deutlich gemacht, dass er seine Wirtschaftspolitik an den strategischen Leitlinien Wissensbasis, Digitalisierung und Internationalisierung ausrichten wird. Dem steht jedoch entgegen, dass Hamburg im sogenannten European Digital City Index (EDCi) 2015, worin 35 europäische Startup Hubs miteinander verglichen werden, noch gar nicht enthalten ist. *„The Index covers all capital cities in the EU. Additionally, it includes seven non-capital cities in the EU that are important hubs of digital entrepreneurship“* (Nesta, 2015). Entscheidend bei Auswahl und Bewertung der Vergleichsstädte war unter anderem ihre Performance in den Bereichen digitale Infrastruktur und „Entrepreneurial Culture“.

Mit den Plätzen 6 bzw. 7 schneidet die estnische Hauptstadt als Startup Hub in beiden Indikatoren überdurchschnittlich gut ab. *„The Estonian government has taken many steps to enable digital entrepreneurship“* (Nesta, 2015). Die Untersuchung bescheinigt Estland, den Prozess der digitalen Transformation weitestgehend abgeschlossen zu haben. Die Fallstudie zu Tallinn zeigt, dass dabei ein ganzheitlicher Ansatz zur Anwendung gekommen ist, der bereits an den Schulen ansetzt (vgl. *Good Practice „Digitale Infrastruktur“: Estland / Tallinn*).

Good Practices im Handlungsfeld 2:

Good Practice „Digitale Infrastruktur“: Estland / Tallinn: Nach dem Strukturwandel infolge des Zusammenbruchs des Ostblocks und der Einführung der freien Marktwirtschaft beschriftet Estland den Weg in eine Dienstleistungsgesellschaft. Dazu gehörte der Aufbau einer digitalen Infrastruktur, der seit der Jahrtausendwende Vorbildcharakter angenommen hat. Trotz des hohen Anteils ländlicher Gebiete besitzt jeder Haushalt einen Internetzugang, offenes WLAN ist in den Städten der Standard und auch bei alltäglichen Vorgängen setzt man in Estland auf die Digitalisierung. So ist es möglich, online von seinem Wahlrecht Gebrauch zu machen, die meisten Behördenanfragen sind über das Internet abzuwickeln, die Steuererklärung soll lediglich sechs Klicks benötigen und die „Digitale Unterschrift“ bringt jährlich Entlastungen in Höhe von etwa zwei Prozent des BIP.

Grundlage dafür ist die Möglichkeit der digitalen Staatsbürgerschaft („E-Residency“), die auch Ausländern die Möglichkeiten bietet, innerhalb eines Tages ein Unternehmen zu gründen und behördliche Formalitäten bequem online zu regeln – alles ohne auch nur einen Fuß auf estnischen Boden zu setzen. Bei der E-Residency handelt es sich zwar nicht um eine vollwertige Staatsbürgerschaft - sie begründet beispielsweise kein Recht auf eine Arbeitserlaubnis, kein Wahlrecht und gilt nicht als Ausweisdokument -, ist aber nichtsdestotrotz für Unternehmerinnen und Unternehmer relevant. Gerade für Nichteuropäer wird so der Aufbau eines Unternehmens in Europa stark vereinfacht, während europäische Gründerinnen und Gründer insbesondere vom unkomplizierten Umgang mit Behörden angelockt werden sollen. Entsprechend viele Gründerinnen und Gründer aus Russland oder der Ukraine nutzen die Möglichkeit und siedeln sich zunehmend in Tallinn an. Es gelten für das Unternehmen die üblichen estnischen Gesetze und Vorschriften. Als Stammkapital werden 2.500 Euro empfohlen, bei höheren Summen ist der Betrag auf einem estnischen Konto zu deponieren. Jüngst hat Estland sich mit dem Vereinigten Königreich, Israel, Südkorea und Neuseeland zu den „Digital 5“ zusammengeschlossen, um gegenseitig von Erfahrungen in der Digitalisierung zu profitieren und die führenden Positionen auch in Zukunft verteidigen zu können.

Bereits im Bildungsplan estnischer Grundschulen werden Programmierkenntnisse vermittelt. Weiterführende Schulen sind ebenso der Vermittlung technischer Details und Funktionsweisen verpflichtet. I-Pads gehören mittlerweile zur Standardausstattung von Bildungseinrichtungen, Anwesenheitslisten, Noten und Hausaufgaben werden zentral über ein Online-Portal abgewickelt.

6.2.3 Handlungsfeld 3: Hamburg als Startup Hub international profilieren

Trotz der aufgeführten Verbesserungsvorschläge ist Hamburg bereits heute in wesentlichen Punkten ein interessanter Standort für innovative Gründungen, so etwa aufgrund der Verfügbarkeit von Immobilien und Fachkräften, der guten Verkehrs- und Wissensinfrastruktur sowie der Nähe zu Kunden und Kooperationspartnern (vgl. Tabelle 2 und Kapitel 5.2). Gemessen an den aufgezeigten Standortvorteilen ist Hamburg jedoch als Startup-Hub gerade auf internationaler Ebene noch zu wenig bekannt, und zwar bei Gründern wie bei Investoren.

Doppelstrategie im Standortwettbewerb um Talente und Kapital: Um innovative Gründer und ausländische Investoren werben

Es scheint daher angezeigt, mittels einer überregional ausgerichteten Doppelstrategie, die sich gleichermaßen an innovative Gründungswillige wie an ausländische Investoren richtet, gezielt auf die spezifischen Stärken des Standorts Hamburgs aufmerksam zu machen. Denn im Wettbewerb um Talente und Kapital herrscht längst eine internationale Standortkonkurrenz. Hamburg konkurriert nicht mehr nur mit Berlin oder München, sondern ebenso mit Tel Aviv, New York, Kopenhagen oder Tallinn. Internationale Venture-Capital-Gesellschaften suchen weltweit nach interessanten Startups als Investitionsobjekten und gründen an besonders interessanten Startup-Standorten eigene Niederlassungen. Startup-Gründerinnen und -Gründer mit ihren häufig von Beginn an international und expansiv ausgerichteten Geschäftsideen vergleichen welt- oder zumindest europaweit Standortbedingungen. Auch wenn bei der finalen Entscheidung für einen Standort nach wie vor auch persönliche Gründe eine große Rolle spielen, steigt nach unseren Beobachtungen tendenziell die Mobilität der innovativen Gründerinnen und Gründer. Hinzu kommen neue Möglichkeiten im Kontext der Digitalisierung, die beispielsweise eine virtuelle Gründung fern des eigenen Wohnorts zulassen (vgl. Kap. 6.2.2, *Good Practice Tallinn*).

Von den im Rahmen der vertiefenden Interviews befragten Hamburger Startup-Gründerinnen und Gründern gaben zwei an, bei ihrer Standortwahl neben Hamburg auch Berlin in Betracht gezogen zu haben; jeweils einer hat alternativ eine Gründung in New York, Barcelona oder München erwogen. Als weiterer Ausweis einer zunehmenden Flexibilisierung von Startups bei der Standortsuche kann das länderübergreifende Engagement gewerblicher Anbieter von Coworking-Büros gewertet werden. So dehnte 2015 etwa der israelische Anbieter „Mindspace“ sein Angebot von Coworking-Büros für Startups erstmals auf Deutschland aus. Neben Tel Aviv als Ursprung bestehen seit April 2016 auch Coworking Spaces in Hamburg, die mit kompletter Ausstattung, professionellem Management und eigenen Networking Events werben. Diese Entwicklung spiegelt jedoch nicht nur die internationale Standortkonkurrenz bei der Ansiedlung von Startups wider, sie beinhaltet aufgrund der damit verbundenen internationa-

len Vernetzung zugleich Chancen für Hamburg. Eine Chance könnte darin liegen, dass Startups, die bereits in Tel Aviv Erfahrungen mit dem Anbieter gemacht haben, durch dessen Engagement in Deutschland auf den Standort Hamburg aufmerksam werden. Eine andere besteht im Aufbau internationaler Startup-Austauschprogramme, deren Umsetzung durch entsprechende Standortkooperationen im Anbieterbereich erleichtert werden könnte. Andere deutsche Startup-Standorte - wie Berlin oder Köln - sind auf internationaler Ebene bereits Innovationspartnerschaften eingegangen, die den Austausch von Talenten fördern (vgl. *Good Practice „Innovationspartnerschaft“*). Entsprechendes sollte auch für Hamburg geprüft werden.

Nachfolgend werden die Maßnahmen, die Hamburg ergreifen bzw. forcieren könnte, um überregional innovative Startups zu akquirieren, kurz zusammengefasst. Good-Practice-Fälle anderer Standorte geben anschließend exemplarisch Anregungen für eine mögliche Ausgestaltung der Maßnahmen.

Maßnahmen, um Talente (Startups) anzuziehen:

- Gezielt auf überregionaler Ebene die Standortvorteile Hamburgs für innovative Gründerinnen und Gründer vermarkten (z.B. über international ausgerichtete Veranstaltungen).
- Die Ansiedlung ausländischer Startups sollte erleichtert werden, insbesondere über die Etablierung einer Willkommenskultur, die Einrichtung einer Startup Unit, aber auch über formale Maßnahmen wie Startup Visa.
- Der internationale Austausch sollte gefördert werden (beispielsweise über Innovationspartnerschaften mit internationalen Startup Hubs und Austauschprogramme für innovative Gründerinnen und Gründer)

Im Rahmen des übergeordneten Standortmarketings sollte Hamburg gezielt auf internationaler Ebene auf seine Standortvorteile für innovative Gründer und Investoren aufmerksam machen (vgl. Tabelle 2). Ein gutes Beispiel für eine international ausgerichtete Initiative zur Verbesserung der Sichtbarkeit des Standorts ist „be berlin“ (vgl. *Good Practice Berlin Partner*). Geeignete Instrumente, um Startup-Gründerinnen und -Gründer auf einen Standort aufmerksam zu machen sind – neben gezielter Medienarbeit – auch Konferenzen, Kommunikations-Events in internationalen Metropolen oder Popup-Stores. Um bei den entsprechenden Maßnahmen Alleinstellungsmerkmale des Standorts aufzuzeigen, sollte Hamburg speziell auf seine Cluster im Bereich der Maritimen Wirtschaft und Logistik, der Luftfahrt sowie der Life Sciences und Gesundheitswirtschaft hinweisen. Auch die Cluster in den Bereichen Erneuerbare Energien, Kreativwirtschaft, Medien-, IT und Telekommunikation sind aus der Sicht innovativer Gründerinnen und Gründer interessant. Die geplante Dachmarke für die Hamburger F&I-Parks könnte hierfür einen geeigneten Ansatzpunkt bilden (siehe Kapitel 5.2.3.3).

Willkommenskultur für Startups nach Berliner Vorbild etablieren

Die Ansiedlung ausländischer Startups in Hamburg könnte durch die Etablierung einer Willkommenskultur nach Berliner Vorbild erleichtert werden. Als nützlich erweisen könnte sich in diesem Zusammenhang die Einrichtung einer speziell auf Startups ausgerichteten Einheit, wie sie beispielsweise seit kurzem in Düsseldorf existiert (vgl. *Good Practice „Startup Unit“*). Eine solche könnte im Rahmen des in Handlungsfeld 1 vorgeschlagenen Knotenpunkt-Modells beispielsweise innerhalb des Beratungszentrums der IFB angesiedelt werden (vgl. Kapitel 6.2.1). Sie sollte mehrsprachig ausgerichtet sein, Partnering Services anbieten und ausländischen Gründungswilligen dabei helfen, sich im deutschen Rechtssystem zurechtzufinden. Durch Bündelung von Leistungen könnte sie darüber hinaus allen Startups den Gründungsprozess erleichtern.

Dabei gilt es parallel zu berücksichtigen, dass im Rahmen der InnovationsAllianz in Hamburg gegenwärtig eine digitale „Plattform für wissensbasierte Gründungen“ entwickelt wird, die bestehende Angebote für diese Zielgruppe zusammenführen soll. Da deren Zielrichtung insbesondere auf der Forcierung von Ausgründungen aus Hamburger Hochschulen und Forschungseinrichtungen liegen soll, wäre eine ergänzte Verknüpfung mit Startup-bezogenen Services denkbar.

Good Practices im Handlungsfeld 3:

Good Practice „Internationale Sichtbarkeit“ (Berlin Partner): Hinsichtlich des Standortmarketings bzw. der Verbesserung der Sichtbarkeit des Standortes ist das Beispiel Berlin beachtenswert, da hier zu diesem Zweck eine eigene Instanz geschaffen wurde. „Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie“ verspricht als Public Private Partnership eine bestmögliche Vernetzung von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und dient zugleich als erste und zentrale Adresse für Investoren sowie Gründerinnen und Gründer, die Interesse haben, sich am Standort Berlin niederzulassen bzw. dort zu investieren. Ebenfalls in den Verantwortungsbereich von Berlin Partner fällt die bekannte Marketingkampagne „be Berlin“, die den Standort international als einladend und innovativ positioniert hat. Zugleich agiert Berlin Partner als Netzwerk, an dem über 200 private Unternehmen beteiligt sind.

Good Practice „Startup-Unit“ (Düsseldorf): Speziell auf Startups ausgerichtet ist die Anfang 2016 neu geschaffene Start-up Unit der Wirtschaftsförderung Düsseldorf. Im Unterschied zu Berlin Partner steht nicht allgemeines Standortmarketing im Vordergrund, sondern die gezielte Ansprache innovativer Gründerinnen und Gründer. Die Startup Unit bündelt sämtliche zielgruppenspezifischen Maßnahmen und dient als One-Stop-Agency für Interessenten. Geworben wird dabei mit der Aussicht, mittels Partneringaktivitäten einen direkten Zugang zum Netzwerk der Düsseldorfer Unternehmens- und Startup-Szene zu ermöglichen, was die Suchkosten erheblich reduziert. Durch gezielte Aufschließung von Finanzierungskanälen, eine verbesserte Vernetzung über ein Mentoren-Netzwerk, die Schaffung eines zentralen Onlineportals für Startups sowie den weiteren Ausbau der Kooperationen mit den Düsseldorfer Hochschulen sollen optimale Rahmenbedingungen für innovative Gründerinnen und Gründer geschaffen werden. Sämtliche Maßnahmen wurden in unmittelbarer Kooperation mit Startups sowie Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft entwickelt.

Förderung des internationalen Austauschs von Talenten

Um Hamburg als internationalen Gründungsstandort zu positionieren, erscheint ein grenzüberschreitender Austausch von Talenten sinnvoll, beispielsweise über Innovationspartnerschaften mit global bedeutsamen Startup Hubs. Andere deutsche Startup-Standorte wie Berlin oder Köln haben bereits entsprechende Kooperationen etabliert (vgl. *Good Practice „Internationaler Austausch Berlin-Tel Aviv“*). Diese beinhalten Austauschprogramme, die Startups Zugang zu Netzwerken und Märkten an den jeweiligen Partnerstandorten ermöglichen. In eine ähnliche Richtung zielen Reisestipendien für Startups, wie sie beispielsweise in Rheinland-Pfalz angeboten werden (vgl. *Good Practice „Reisestipendium“*).

Ein probates Mittel zur weiteren Internationalisierung der Startup-Szene bilden spezielle Startup Visa – Vorreiter auf diesem Gebiet ist Kanada (vgl. *Good Practice „Startup Visa“*). Zwar bietet auch Deutschland bereits einen vereinfachten Visazugang zum Zweck selbstständiger Tätigkeit. Diese Möglichkeit wird aber bislang im Rahmen des Standortmarketings deutscher Startup-Hubs nicht offensiv kommuniziert, um ausländische Startups anzuziehen. Es besteht insofern noch ein ungenutztes Potenzial, das beispielsweise in das Angebotsportfolio des Hamburg Welcome Centers integriert werden könnte.

Good Practices im Handlungsfeld 3:

Good Practice „Internationaler Austausch“ (Berlin-Tel Aviv): Seit 2015 besteht die Innovationspartnerschaft zwischen Tel Aviv und Berlin, die ein Austauschprogramm für Startups vorsieht. Dabei profitieren die Gründerinnen und Gründer, die jeweils zwei bis vier Wochen Zeit in der anderen Stadt verbringen, von der Förderinfrastruktur bzw. dem Gründerökosystem des Partners. Startups aus Tel Aviv können sich mit ihrer Geschäftsidee bewerben, sofern sie planen, diese in naher Zukunft auf den Markt zu bringen. Berliner Startups steht die Teilnahme in jeder Phase der Gründung offen. Dabei besteht der Anreiz für die Partner aus Israel darin, ihr Produkt unmittelbar auf dem deutschen Markt testen zu können und mit möglichen Partnern, Wissenschaftseinrichtungen und Investoren in Europa in Kontakt zu treten, wofür eigene Veranstaltungen organisiert werden. Startups aus Berlin hingegen können von der einzigartigen Atmosphäre Tel Avivs profitieren, ihrerseits Kontakte knüpfen und einen Teil der Atmosphäre Tel Avivs mit in die deutsche Hauptstadt tragen. Dabei profitieren nicht nur jene Startups, die selbst im Rahmen des Austauschs auf Reisen gehen, sondern ebenso die Partner vor Ort, die neue Ideen und Lösungsmöglichkeiten kennenlernen. Initiiert wurde der Austausch von deutscher Seite durch Berlin Partner in Zusammenarbeit mit 270 Unternehmen und Wissenschaftseinrichtungen. Erste Nachahmer hat das Projekt in Deutschland bereits gefunden: Seit Anfang dieses Jahres besteht eine vergleichbare Partnerschaft auch zwischen Tel Aviv und Köln.

Good Practice „Reisestipendium“: Ein gutes Beispiel zur Stärkung der Internationalisierung von Startups ist das Reisestipendium „4YFN Rheinland-Pitch Special“ der Wirtschaftsförderung Düsseldorf. Hierbei wird bundesweit nach Startups im Bereich Mobile/Digital gesucht, die sich in einem Wettbewerb miteinander messen können. Die Gewinnerteams erhalten die Gelegenheit mit der Wirtschaftsförderung zum Mobile World Congress und der Startup-Messe 4YFN in Barcelona zu reisen, um sich dort bekannt zu machen und zu vernetzen.

Good Practice „Startup-Visa“: Trotz der hohen Bedeutung internationaler Fachkräfte wird die Möglichkeit eines Startup-Visums in Deutschland nicht offensiv beworben. Gerade für Standorte wie Hamburg, die attraktiv für junge Unternehmen sein möchten und auf qualifizierte Fachkräfte mit internationaler Erfahrung angewiesen sind, könnte das Marketing in dieser Hinsicht forciert werden. Während sich andere Standorte gezielt um junge, innovative Gründerinnen und Gründer bemühen, indem sie diesen vereinfachten Zugang zu Visa versprechen, ist dieser Bereich in Deutschland noch ausbaufähig. Um etwa ein Startup-Visum für Kanada zu erhalten, ist eine Bestätigung eines Investors notwendig, der der Geschäftsidee eine ausreichende Tragkraft bescheinigt und bereit ist, in diese zu investieren. Eine Vorauswahl vielversprechender Startups wird auf diese Weise automatisch getroffen. Zwar bietet auch Deutschland einen vereinfachten Visazugang zum Zweck selbstständiger Tätigkeit, diese Möglichkeit wird aber bislang im Rahmen des Standortmarketings nicht gezielt genutzt, um innovative ausländische Gründerinnen und Gründer anzuziehen.

Maßnahmen, um überregional Investoren anzuziehen:

- Viele der Maßnahmen, die geeignet sind, um Startup-Gründerinnen und -Gründer nach Hamburg zu ziehen (s.o.), dienen gleichzeitig der Akquise internationaler Investoren.
- Verstärkt werden könnten diese Maßnahmen durch die Ausrichtung überregional ausgerichteter Veranstaltungen und Pitches sowie durch gezielte Werbung um internationale VC-Gesellschaften.
- Wichtig erscheint dabei, alle entsprechenden Initiativen in das überregionale Standortmarketing Hamburgs einzubetten.

Bei der Kapitalversorgung von Startups kommt es häufig zu einem Marktversagen aufgrund asymmetrischer Informationen. Besonders gravierend ist dieses Problem im Kontext hoher Unsicherheit in der Frühphasenfinanzierung innovativer Unternehmen (Fritsch, 2016).

Laut Hamburg Startup Monitor bildet die Kapitalsuche derzeit die größte Herausforderung für die Hamburger Startup-Szene (vgl. dazu Kapitel 3.3.2). Auch deutschlandweit benennen Startups den Bereich Finanzierung als einen ihrer wesentlichen Engpassfaktoren (vgl. DSM, 2015), wenngleich das Interesse ausländischer Investoren an der deutschen Startup-Szene zuletzt deutlich erstarkt ist (vgl. Ernest & Young, 2016). Nach einer vorübergehenden Schwächeperiode ist die VC-Finanzierung deutscher Startups im zweiten Quartal 2016 wieder angestiegen (vgl. KPMG, 2016). So verdoppelte sich 2015 die Investitionssumme ausländischer Investoren in deutsche Startups von 1,6 Milliarden auf 3,1 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr. Einstiege wie jüngst von Microsoft scheinen dabei Vorbildfunktion zu haben und maßgeblich dazu beitragen zu können, die Attraktivität von deutschen Startups für Investoren zu erhöhen.

Bundesweit wurden im Jahr 2015 20 % der Startups über Wagniskapital finanziert, in Berlin waren es 30 %, in Hamburg nur 14 % (DSM, 2015). Dass der Anteil der privaten VC-Finanzierung in Hamburg gesteigert werden sollte, spiegelt sich auch in der Einschätzung der im Rahmen der qualitativen Interviews befragten Hamburger Startups wider: Private Eigenkapitalgeber sind demnach in Hamburg wesentlich schwieriger zu finden als in München oder Berlin. Das Finden von Investoren sei lediglich auf vereinzelten Netzwerkveranstaltungen möglich, wobei dort die Qualität (Passgenauigkeit) der Kontakte in Hamburg nicht ausreiche. Ein Befragter wünschte sich attraktivere Veranstaltungsformate, in deren Rahmen sich Investoren mit Startups treffen können.

Ein geeignetes Medium, um die eigene Geschäftsidee bekannt zu machen, mit Investoren in Kontakt zu kommen und darauf aufbauend erste Finanzierungen zu erhalten, stellen sogenannte Startup-Pitches dar. Dabei handelt es sich um Events, die jungen innovativen Unternehmen die Möglichkeit geben, sich potenziellen Investoren vorzu-

stellen, um auf diese Weise Eigenkapitalgeber zu finden. Anders als bei reinen Netzwerk-Veranstaltungen wird eine fachliche Vorauswahl der Startups getroffen, um die Erfolgchancen für ein Match zu erhöhen. Die Wahrscheinlichkeit, dass auf diese Weise eine dauerhafte Kooperation entsteht, ist vergleichsweise hoch.

In Hamburg existieren mit dem „Startups@Reeperbahn“-Pitch und dem Webfuture Award gegenwärtig zwei derartige Formate³⁰, die seit einigen Jahren erfolgreich durchgeführt werden, in ihrer geografischen Reichweite allerdings begrenzt sind, was für die Startups entsprechend auch nur Kontakte zu einem eingeschränkten Interessentenkreis ermöglicht. Zudem weisen beide Veranstaltungen thematisch einen relativ engen Fokus auf. Sowohl der Reeperbahn-Pitch als auch der Webfuture Award richten sich primär an Unternehmen aus den Bereichen Medien und Digitales. Unter diesem Gesichtspunkt wäre es wünschenswert, die entsprechenden Aktivitäten Hamburgs gezielt weiterzuentwickeln. Das heißt zum einen, das Angebot überregionaler auszurichten, sei es durch eigene Veranstaltungsformate oder durch das Andocken an bestehende Formate. Zum anderen könnten themenspezifisch ausgerichtete Pitches in Sektoren, die bisher nicht abgedeckt werden, eine geeignete Maßnahme darstellen, um zusätzlich überregionale Finanziere zu gewinnen.

In punkto Andocken an bestehende Formate wurde in Hamburg bereits ein Anfang gemacht – mit Beteiligungen am „Invention-Gründerpreis der deutschen Familienunternehmen“, einem national ausgerichteten Pitch, der jährlich in Berlin stattfindet (vgl. *Good Practice „Überregionaler Pitch“*), sowie am international ausgerichteten Betapitch, ebenfalls in Berlin (vgl. *Good Practice „Internationaler Pitch“*). Beide Pitches sehen dezentrale Vorentscheide vor, bei denen im vorangegangenen Jahr auch Hamburg Austragungsort war.³¹ Derartige Engagements sollten verstetigt bzw. ausgeweitet werden. Eine sinnvolle Ergänzung könnte etwa darin bestehen, einen internationalen Pitch selbst auszurichten. Neben der Investorengewinnung könnte diese Maßnahme im Sinne eines übergeordneten Marketings für Hamburg als Startup Hub eine Leuchtturmwirkung entfalten.

³⁰ Beim Startups@Reeperbahn-Pitch stellen sich fünf Startups einem Kreis von 80 Investoren und Managern vor. Neben der Möglichkeit, 100.000 Euro zu gewinnen, profitieren sie von der medialen Wirkung des Events, die durch 300 geladene Gäste aus der Digital- und Medienbranche entsteht. Im Anschluss an die Veranstaltung besteht die Möglichkeit zu Gesprächen mit potenziellen Investoren. Der Reeperbahn-Pitch wurde 2013 erstmalig, in Anlehnung an erfolgreiche Formate aus den USA, veranstaltet. Ähnlich aufgebaut ist der Webfuture Award von Next.Media Hamburg. Eingeladen werden neun Startups, die sich im Rahmen einer Vorauswahl qualifiziert haben, und sich im Finale zunächst einer Fachjury präsentieren müssen. Die besten drei Konzepte dürfen anschließend ihre Ideen einem großen Publikum präsentieren.

³¹ Im Jahr 2015 fanden diese beim Gründerpreis in München, Düsseldorf und Hamburg statt; beim Betapitch an zehn Standorten weltweit.

Good Practices im Handlungsfeld 3:

Good Practice „Überregionaler Pitch“: Ein gutes Beispiel ist der „Invention – Gründerpreis der deutschen Familienunternehmen“. Dieser Gründerwettbewerb, 2014 ins Leben gerufen, hat sich zum Ziel gesetzt, eine Plattform zu schaffen, um Gründerinnen und Gründer bundesweit mit etablierten Unternehmen zusammenzubringen. Startups sollen im Rahmen dieses Wettbewerbs nicht nur durch finanzielle Mittel, sondern ebenso durch steigende Bekanntheit und Vermittlung von Kontakten und Erfahrungswissen unterstützt werden. Im ersten Schritt finden hierzu regionale Vorentscheide in München, Düsseldorf und Hamburg statt, im nächsten Schritt stellen sich die besten Ideen in Berlin einer Fachjury. Die Koppelung von dezentralen Vorentscheiden und zentraler Preisverleihung in Berlin gewährleistet sowohl eine gewisse regionale Bindung von Startups und Finanziers als auch den Zugang zu überregionalen Investorenkreisen.

Good Practice „Internationaler Pitch“: So international, wie viele junge Startups heute denken, ist das „Betapitch“-Event - veranstaltet von betahouse, einem Berliner Anbieter von Co-Working-Spaces - ausgerichtet. Der Pitch besteht aus Vorentscheiden in insgesamt zehn Städten weltweit, von Kairo über Wien bis nach Hamburg. In jeder Stadt wird durch eine Fachjury ein Startup zum Gewinner gekürt, ehe schließlich alle Gewinner in einer gemeinsamen Veranstaltung in Berlin gegeneinander antreten. Dem Gesamtsieger winken ein Geldpreis sowie eine Reise ins Silicon Valley, und alle Teilnehmenden profitieren von der Aufmerksamkeit, die die Veranstaltung auf die einzelnen Startups lenkt. Insbesondere der internationale Aspekt des Pitches ist interessant, da bei der finalen Veranstaltung nicht nur Startups aus unterschiedlichen Ländern zusammenkommen, sondern auch Investoren aus unterschiedlichen Regionen vor Ort sind.

Während Pitches gern als Instrument der Wagniskapitalfinanzierung von Startups in der Gründungsphase genutzt werden, steigt in der Expansionsphase die Bedeutung internationaler Venture Capital Gesellschaften, da im Rahmen von Finanzierungsrunden häufig hohe Investitionssummen benötigt werden. Hamburg ist bisher als Standort für internationale VC-Unternehmen noch wenig entwickelt. Finden sich in der aktuellen Auflistung einschlägiger Namen aus der VC-Szene von Legal 500 insgesamt neun Berliner Repräsentanzen und zumindest noch vier Adressen in München, so ist lediglich ein Büro in Hamburg lokalisiert. Auch eine Studie der Universität Münster bestätigt diesen Eindruck (vgl. Scheuplein et al., 2014). Eine verbesserte internationale Sichtbarkeit des Standortes Hamburg könnte bewirken, dass Hamburg von internationalen VC-Managern stärker wahrgenommen wird.

6.2.4 Handlungsfeld 4: Regionale Potenziale in der Startup-Förderung und -Finanzierung heben

An gründerfreundlichen Standorten spielt die Vernetzung innerhalb des regionalen Ökosystems eine wichtige Rolle. So bestehen die Vorteile erfolgreicher Startup Hubs – wie beispielsweise Tel Avivs oder Tallinns – nicht zuletzt darin, dass die Startup-Szene integraler Bestandteil des Gesamtsystems ist und Kontakte dementsprechend leicht zustande kommen. Zwar ist Hamburg als Standort nicht unmittelbar vergleichbar – die relevanten Akteure zusammenzubringen und Kooperationen zu forcieren, ist aber auch hier als Schlüssel erfolgreicher Startup-Förderung anzusehen. Aufgrund der Größe und Komplexität des Gründerstandorts Hamburg sollten auch bestehende Clusterstrukturen genutzt werden. Der Wettbewerbsvorteil der Hamburgischen Cluster – Erneuerbare Energien, Kreativwirtschaft, Life Sciences / Gesundheit, Logistik, Luftfahrt, Maritime Wirtschaft, Medien, IT und Telekommunikation – beruht in starkem Maße auf Effizienz- und Netzwerkvorteilen. Diese sollten auch für Partnering-Aktivitäten zur Unterstützung von Startups nutzbar gemacht werden. So können die Clustermanagements junge Unternehmen beim Netzwerken und Innovieren unterstützen. Aktuell wird bereits im Cluster „Finanzplatz Hamburg e.V.“ geprüft, wie die etablierte Finanzindustrie Gründer in der FinTech-Szene zum beidseitigen Nutzen einbinden könnte (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2016b)). Entsprechende Initiativen wären auch in anderen Netzwerken zu begrüßen.

Partnering-Aktivitäten speziell für Startups

Im Rahmen der Ausführungen zu Handlungsfeld 1 wurde bereits auf die steigende Bedeutung von individualisierten „Partnering-Konzepten“ in der Gründungsförderung hingewiesen. Die Ergebnisse der Interviews mit ausgewählten Vertreterinnen und Vertretern der Hamburger Startup-Szene³² deuten darauf hin, dass der Partnering-Ansatz für diese Gruppe eine noch höhere Bedeutung aufweist als für die klassischen Gründerinnen und Gründer. Ein Erklärungsansatz dafür könnte darin liegen, dass innovative Gründer mit neuartigen Geschäftsideen häufig im technologischen wie kaufmännischen Bereich vor besonders komplexen Fragestellungen stehen, die nur im Rahmen eines Netzwerks von Spezialisten angemessen gelöst werden können (vgl. Fritsch, 2014). Vor diesem Hintergrund lassen sich viele der speziell auf diese Zielgruppe der Gründungsförderung zugeschnittenen Vorschläge unter dem Oberbegriff des Partnerings subsumieren. Durch Mentoren, Business Angels und Akzeleratoren können die Rahmenbedingungen für Startups am einem Standort deutlich verbessert und neue Möglichkeiten der Wachstumsfinanzierung eröffnet werden. Die öffentliche

³² Die Interviews wurden im Juni 2016 in Kooperation mit Hamburg Startups durchgeführt.

Gründungsförderung hat die Möglichkeit, diese - zumeist privat getriebenen Aktivitäten - sinnvoll zu koordinieren und infrastrukturell zu unterstützen.

Institutionalisiertes Business-Angels-Netzwerk schaffen

Zunächst wird vorgeschlagen, in Hamburg ein institutionalisiertes Business-Angels-Netzwerk zu schaffen. Hierbei handelt es sich um ein Netzwerk für Hamburger Investoren und Business Angels, das Zugang zu aussichtsreichen Startups und Kontakte zu anderen Investorinnen und Investoren verspricht. Zwar seien am Standort bereits viele Business-Angels aktiv; um die richtigen zu finden, bräuchten Startups aber ein besseres Netzwerk, so die Ansicht eines der im Rahmen der leitfadengestützten Interviews befragten Hamburger Startup-Gründer. Ein solches professionell gemanagtes und institutionell verankertes Business-Angels-Netzwerk fehlt derzeit in Hamburg. Zwar wurde Anfang 2013 mit dem „Funders Club“ eine vergleichbare Initiative gestartet, deren Aktivitäten sind jedoch – nach übereinstimmenden Angaben aus mehreren Expertengesprächen – weitgehend zum Erliegen gekommen sind, sodass in Hamburg an dieser Stelle (wieder) Handlungsbedarf besteht. Für die Investoren bestünde der Hauptvorteil eines derartigen Netzwerks darin, mittels eines strukturierten Prozesses eine größere Anzahl potenziell interessanter Startups kennenlernen zu können. Für die Startups wäre es vorteilhaft, einen zentralen professionellen Ansprechpartner für Kapitalfragen zu haben, um einzelne Investoren nicht separat kontaktieren zu müssen.

In einem Business Angels-Netzwerk werden den potenziellen Investoren nach einer Vorprüfung in Frage kommende Startups vorgestellt. Die Investoren haben anschließend die Möglichkeit, allein oder gemeinsam mit anderen Angels in die jungen Unternehmen zu investieren. Formale Fragen wie Vertragsmodalitäten können vom Netzwerk übernommen werden, wodurch beide Seiten entlastet werden. Ein seit vielen Jahren etabliertes Format, das diesem Modell entspricht, ist der Münchener „Venture Capital Club“, der regionale VC-Geber aus ganz Bayern und teilweise auch Österreich für München als Startup Hub erschließt (vgl. *Good Practice „Venture Capital Club“*).

Good Practices im Handlungsfeld 4:

Good Practice „Venture Capital Club“: In München – einem der bedeutendsten deutschen Startup Hubs – existiert mit dem „Venture Capital Club e.V.“ eine feste Anlaufstelle für interessierte Business Angels. Hervorgegangen ist der Club aus Informations- und Netzwerk-Veranstaltungen, die seit 1983 regelmäßig durchgeführt werden. Bis heute trifft sich der Venture Capital Club in kurzen Abständen im Rahmen von Stammtischen, wobei diese Treffen mit Vorträgen zu aktuellen Themen abgerundet werden. Bei diesem Treffen haben Startups die Möglichkeit, sich und ihr Geschäftsmodell vorzustellen und direkt mit potenziellen Investoren in Kontakt zu treten. Eine erste Teilnahme zur Vorstellung ist für die Gründer kostenlos. Nach unseren Recherchen umfasst die geografische Reichweite des Münchener VC-Clubs mittlerweile ganz Bayern, darüber hinaus sind dort auch einige Investoren aus Österreich aktiv.

Das Engagement eines institutionalisierten Business-Angels-Netzwerks sollte idealerweise mit Netzwerk-Veranstaltungen und Startup-Pitches gekoppelt werden (vgl. Kapitel 6.2.3).

Stichwort Alumni als Mentoren und Investoren gewinnen

Bereits im Rahmen von Handlungsfeld 1 wurde aufgezeigt, dass es sinnvoll sein kann, ehemalige Gründerinnen und Gründer mittels geeigneter Maßnahmen des Alumni-Managements nachhaltig an das regionale Hamburger Gründungsnetzwerk zu binden. Gelingt dies, können Startups in mehrfacher Hinsicht profitieren: Zum einen können die Alumni als wertvolle Ratgeber (Mentoren) fungieren, sei es, weil sie mittlerweile zu erfolgreichen Unternehmern herangereift oder weil sie mit ihrer Unternehmung gescheitert sind und anderen Gründerinnen und Gründern helfen können, aus den Erfahrungen zu lernen (vgl. *Good Practice „Alumni als Mentoren“*). Zum anderen sind erfolgreiche Alumni zugleich potenzielle Business Angels. Dies zeigt sich insbesondere an international erfolgreichen Startup Hubs, die sich durch eine ausgeprägte Kultur der Selbstständigkeit auszeichnen (vgl. *Good Practice „Alumni als Investoren“*).

Als gutes Beispiel für ein gründungsfreundliches, von enger innerer Vernetzung geprägtes regionales Ökosystem kann der weltweit bedeutsame Startup Standort Tel Aviv gelten. Tel Aviv profitiert stark von informellen Kontakten und Begegnungsmöglichkeiten innerhalb der regionalen Szene. Zwar sind nicht alle Erfolgsfaktoren auf Hamburg übertragbar, das Beispiel liefert aber dennoch einige gute Ansatzpunkte für ein optimales Zusammenspiel der Akteure. Dazu zählen die Nutzung von Alumni als Ratgeber und Vorbilder, aber auch die Schaffung geeigneter infrastruktureller Voraussetzungen für Begegnungen und Informationsaustausch zwischen Gründern und ehemaligen Gründern bzw. etablierten Unternehmern (vgl. *Good Practice „Open Door Policy“*), welche wiederum Mentoring- und Business-Angel-Aktivitäten begünstigen können (s.o.).

Good Practices Tel Aviv:

Good Practice „Alumni als Mentoren“: Da im Startup Hub Tel Aviv mittlerweile viele Startups zu etablierten Unternehmen herangereift sind, kennen entsprechend viele Unternehmerinnen und Unternehmer die Tücken und Herausforderungen im Gründungsprozess und teilen diese Expertise mit jungen Unternehmen. Innerhalb der Szene hat sich eine „open door policy“ etabliert (siehe unten), Erfahrungsaustausch findet unkompliziert durch Mentoren-Netzwerke oder informelle Kontakte statt. Auch wird Gründerinnen und Gründern nach Auszug aus einem Coworking Space regelmäßig die Teilnahme an einem - zumeist Alumni-gestützten Mentorenprogramm - offeriert.

Good Practice „Alumni als Investoren“: Viele heute erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer, die selbst als Startup in Tel Aviv begonnen haben, investieren dort heute in Neugründungen. Die Verfügbarkeit von Business Angels und Risikokapitalgebern wird als wichtiger Faktor für den Erfolg der Stadt als Gründungsmetropole herausgestellt. Positiv beeinflusst wird die Investitionsbereitschaft durch enge soziale und geschäftliche Netzwerke innerhalb der Stadt (bzw. Region). Diese „jeder kennt jeden“-Mentalität ermöglicht eine Vernetzung mit Kapitalgebern oder Ratgebern auch abseits formaler Wege.

Good Practice „Open Door Policy“: In Tel Aviv ist ein Viertel ganz nach dem Geschmack junger Gründerinnen und Gründer entstanden. Unmittelbar neben großen Technologieunternehmen befinden sich Büroräume für junge Unternehmen sowie eine Vielzahl von Cafés und Restaurants. Gewährleistet werden so einerseits kurze Wege zur Arbeit und andererseits die Möglichkeit, informell mit anderen Personen in Kontakt zu treten. Die Forschung sieht in dieser Form des Wissensaustausches („tacit knowledge“) eine zentrale Ursache für Erfolg oder Misserfolg technologieorientierter Cluster, wie das Beispiel Silicon Valley demonstriert (vgl. Mazzucato, 2013). Ohne institutionalisierte Formate schaffen zu müssen, werden auf diese Weise Kontakte zwischen Personen unterschiedlicher Spezialisierung gefördert. Informelle Netzwerke versprechen häufig nicht nur einen geringeren Aufwand, sondern auch eine höhere Erfolgsquote. Begünstigt werden kann dies durch die räumlich verdichtete Ansiedlung innovativer Unternehmen, möglichst innerhalb urbaner Zentren. Jungen Unternehmen bietet sich in Tel Aviv eine Infrastruktur aus ineinandergreifenden privaten und öffentlichen Angeboten, die eine Begleitung von der ersten Idee über die Gründung eines Unternehmens bis hin zur Unterstützung im Tagesgeschäft bietet.

Old meets New Economy: geeignete Veranstaltungsformate und informelle Begegnungsmöglichkeiten schaffen, um regionale VC-Quellen stärker zu erschließen

Etablierte Unternehmen mit jungen kreativen Startups zusammenzubringen, kann für beide Seiten erfolversprechend sein – durch Gewinnung von Mentoren und (po-

tenziellen) Investoren auf der einen Seite und durch neue Ideen und Innovationsimpulse auf der anderen Seite.

Offenbar sind die Sichtbarkeit von Startups und das Vorhandensein von erfolgreichen Vorbildern entscheidende Faktoren für Investoren aus dem Bereich der Old Economy. In der aktuellen Niedrigzinsphase, in der konventionelle Anlageformen wenig ertragreich sind, werden Investitionen in Startups tendenziell interessanter.

Um die Versorgung von Startups mit (privatem) Wagniskapital zu verbessern, wird in Hamburg aktuell die Einrichtung des „Hamburger Innovations-Wachstumsfonds“ (HIW) unter dem Dach der IFB geprüft. Dieser soll insbesondere Finanzierungsengpässe in der Wachstumsphase lindern. Anders als bei vergleichbaren Fonds in Berlin oder Bayern wird anvisiert, die Fondsmittel größtenteils durch privates Kapital zu decken. So soll das Fondsvolumen in Höhe von 100 Millionen Euro perspektivisch zu 90 % aus privaten und lediglich zu 10 % aus öffentlichen Mitteln zusammengesetzt sein (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 2016). Da die Mindestbeteiligung privater Investitionen bei 2 Mio. Euro liegt, liegt der Fokus primär auf Großinvestoren. Zwar gibt es in Hamburg zweifelsohne Potenziale, privates Kapital in nennenswertem Umfang zu aktivieren – trotz erster Zusagen aus der Wirtschaft erscheint jedoch unklar, ob sich eine derart hohe Privatfinanzierungsquote mittelfristig realisieren lassen wird. Einige Netzwerkpartner, die im Rahmen der Studie befragt wurden, rechnen damit, dass der angestrebte Anteil privater Investoren am Standort nur schwer bzw. – wenn überhaupt – nur sehr langfristig zu realisieren sein wird. Die Beispiele für Beteiligungsfonds aus Berlin und Bayern zeigen (*vgl. Beteiligungsfonds in anderen Bundesländern: „IBB“ und „Bayern Kapital“ am Ende des Kapitels*), dass andere Bundesländer teilweise einen anderen Weg beschreiten, um private Investoren in die Wagniskapitalfinanzierung von Startups einzubinden. Die aufgezeigten Fälle sind dabei nicht als dem Hamburger Modell überlegene „Good Practices“ zu verstehen; sie deuten aber darauf hin, dass eine gewisse Flexibilität hinsichtlich Form und Höhe eines privaten Engagements und flankierende Maßnahmen sich vorteilhaft auf die Funktionsfähigkeit eines entsprechenden Instruments der Beteiligungsfinanzierung auswirken können.

Um stärker regionale VC-Quellen, insbesondere aus der etablierten Hamburger Wirtschaft, zu erschließen, erscheint es daher umso wichtiger, die Auflage des HIW durch andere Maßnahmen zu unterstützen, die geeignet sind, das Interesse der regionalen Wirtschaft an einem finanziellen Engagement in der Startup-Szene zu wecken bzw. dieses zu erhöhen. Hierzu zählen neben geeigneten Veranstaltungsformaten auch die Schaffung informeller Begegnungsmöglichkeiten sowie die optimale Vernetzung der Startup-Szene mit den gewachsenen Hamburger Clustern. Als einschlägiges Veranstaltungsformat, um Gründerinnen und Gründer und etablierte Unternehmen zusammenzubringen, kann beispielsweise die geplante Veranstaltungsreihe „Neumacher

meets Weltmarktführer“ der WirtschaftsWoche, die NOAH Konferenz oder das „Best of Both Event“ gelten (vgl. *Good Practices „Old meets New Economy“*).

Bedenkenswert wäre für Hamburg ergänzend dazu die Organisation kleiner zielgerichteter Matching-Veranstaltungen mit einer hohen Kontaktqualität – d.h. noch spezieller auf die Bedürfnisse bestimmter Teilgruppen von Startups zugeschnittener Formate mit handverlesenem Teilnehmerkreis – wie von einem der interviewten Startup-Gründer angeregt. Im Rahmen der Hamburger F&I-Park-Initiative werden entsprechende Networking-Konzepte bereits vorbereitet, so zum Beispiel im geplanten Inkubator am DESY – Forschungszentrum (vgl. Kapitel 5.2.3.3).

Good Practices „Old meets New Economy“:

Good Practice „NOAH Konferenz“: Die NOAH Konferenz, die 2015 und 2016 in Berlin veranstaltet wurde, hat es sich zur Aufgabe gemacht, etablierte und junge Unternehmen zusammenzubringen. Über sektorale und regionale Grenzen hinweg soll eine Plattform zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch geschaffen werden. Eingebunden werden dabei Unternehmerinnen und Unternehmer, potenzielle Finanziere und journalistische Vertreter ebenso wie Personen in wirtschaftlichen Führungspositionen. Anders als bei Pitches findet keine Preisverleihung statt, der Netzwerkgedanke steht im Vordergrund.

Good Practice „Best of Both“: Unter dem Titel „Old meets New Economy“ fand 2014 in Berlin zum zweiten Mal das Event „Best of Both“ statt. 2015 wurde das Format erstmals außerhalb von Berlin umgesetzt, dieses Mal in Leipzig. Als Teilnahmeanreiz für Startups wurde die Veranstaltung mit einem Pitch verknüpft, an dessen Ende die Verleihung des „BOB Smart Business Award“ stand. Darüber hinaus wurden Vorträge und Diskussionen ebenso wie ausreichend Raum zum Netzwerken in das Programm integriert. Konzipiert wurde das Best-of-Both-Konzept als geschlossene Veranstaltung ausschließlich für Fachbesucher beider Business-Welten. Letztlich nahmen 50 ausgewählte Startups aus verschiedenen Nationen sowie Top-Entscheider aus deutschen Industrieunternehmen an dem Event teil. Kontakte, verbesserte Sichtbarkeit und Zugang zu innovativen Geschäftsmodellen, Produktideen und Kooperationspartnern wurden als Ziele der Veranstaltung definiert. Nicht zuletzt konnte Leipzig sich international als empfehlenswerter Standort für Startups profilieren. Veranstaltet und finanziert wurde das Event von unterschiedlichen größeren Unternehmen der deutschen Wirtschaft sowie regionalen Medienhäusern.

Good Practice „Projekt Zukunft“: Als öffentliches Angebot mit vergleichbarer Zielsetzung ist das Projekt Zukunft aus Berlin zu nennen. Das Projekt ist eine Initiative der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung für die Berliner Medien-, IKT- und Kreativwirtschaft. Im Mittelpunkt steht kein einzelnes Event, sondern eine Reihe von Veranstaltungen, die einander ergänzen. Dazu zählen Matchmaking-Formate wie „Zukunftsmusik – Enterprise meets Startup“ mit Fokus auf der Musikindustrie, Speed-Datings, beispielsweise im Zusammenhang mit der Langen Nacht der Startups, oder ein Zukunftslunch.

Vorbilder und neue Formate: Etablierte Unternehmen als Akzeleratoren für Startups

In Deutschland zeichnet sich insbesondere bei größeren Unternehmen ein wachsendes Interesse ab, sich finanziell in der Startup-Szene zu engagieren. Damit wird nach und nach ein Entwicklungsrückstand geschlossen, den die OECD Deutschland noch bis vor wenigen Jahren in dieser Hinsicht im internationalen Vergleich attestiert (OECD, 2011). Viele große deutsche Unternehmen, darunter die Deutsche Bank, BMW, Bayer, Metro Group, Siemens, RWE und die Deutsche Bahn, sind mittlerweile in der Startup-Szene aktiv. Dies geschieht in unterschiedlichen Formen – neben Beteiligungen und Buyouts engagiert sich die Wirtschaft auch durch Akzeleratoren-Programme. Durch Beteiligungen oder komplette Übernahmen von Startups sichern sich die Unternehmen Patente für neue Ideen, die sie in ihr Portfolio integrieren können; auch das Entstehen von Konkurrenten kann auf diese Weise gezielt verhindert werden. Zudem kann eine Erweiterung des Investitionsportfolios für die Zukunft entsprechende Renditeerwartungen begründen. Für die Startups ergeben sich durch Engagements etablierter Unternehmen wiederum interessante Finanzierungsquellen bzw. Exit-Optionen.

Eine Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft qualifizierte im Jahr 2013 neben Business-Angel-Aktivitäten sogenannte Akzeleratoren-Modelle als einen der kommenden Trends in der Gründungsförderung in Deutschland (vgl. Bendig et al., 2013). Bei privaten Akzeleratoren-Programmen, auch Bootcamps genannt, unterstützen etablierte Unternehmen ausgewählte Startups bereits in einer frühen Phase ihrer Unternehmensentwicklung. Dabei besteht der mögliche Mehrwert für die Startups in einem verbesserten Zugang zu finanziellen und technologischen Ressourcen, Kontakten zu Know-How-Trägern und potenziellen Kunden sowie in der Bereitstellung von Infrastruktur und einem gezielten Mentoring. Ziel der Programme ist es, innerhalb einer begrenzten Laufzeit eine marktfähige Beta-Version eines Produkts zu entwickeln. Im Gegenzug für ihr Engagement erhalten die Akzeleratoren in der Regel eine Minderheitsbeteiligung an den Startups.

Akzeleratoren-Programme für innovative Startups bilden einen Grenzfall zwischen den Enabling und den Supporting Policies (vgl. Kapitel 2). Zwar finden solche Formen der Unterstützung vor der Markteinführung des innovativen Produktes statt, dennoch könnte ein Problem darin bestehen, dass das neue Unternehmen durch die gebündelte Unterstützung zum Zwecke des Markteintritts einen Vorteil gegenüber Wettbewerbern erlangt. Die Gefahr einer Verzerrung der Marktallokation durch diese Form der Förderung ist im Falle innovativer Startups allerdings weit weniger gravierend als bei nicht-innovativen Gründungen, da der Markt bzw. das Marktsegment für das neue Produkt im Zweifel noch gar nicht existiert (Fritsch, 2016). Unter diesem Blickwinkel wird nicht dazu geraten, im Rahmen der öffentlichen Gründungsförderung eigene Akzeleratoren-Programme aufzulegen. Es kann aber unter Umständen sinnvoll sein, das Zustande-

kommen derartiger Initiativen der privaten Wirtschaft mittels Netzwerkarbeit zu unterstützen.

Grundsätzlich erscheint es nach Meinung der befragten Expertinnen und Experten für Hamburg angezeigt, im Zuge der engeren Vernetzung von „Old and New Economy“ entsprechende Potenziale im regionalen Ökosystem zu heben, wovon im Idealfall beide Seiten profitieren. Um gerade auf Seiten der etablierten Hamburger Wirtschaft Barrieren abzubauen und (stärkeres) Engagement zu generieren, könnte sich die Hervorhebung von Vorbildern erfolgreicher Kooperationen zwischen bekannten Unternehmen und Startups als hilfreich erweisen. Zahlreiche renommierte Unternehmen betreiben eigene Abteilungen, um Innovationen in der Startup-Szene frühzeitig zu erkennen, zu fördern und für das eigene Unternehmen nutzbar zu machen. So besitzt etwa die Siemens AG in München einen „Technology Accelerator“ und auch die Microsoft Corporation machte in der Vergangenheit durch Aufkäufe von Startups von sich reden (vgl. *Good Practice „Siemens Technology Accelerator“*). Die Übernahme des deutschen Startups „6Wunderkinder“ durch Microsoft markierte einen Meilenstein für die Akzeptanz von Startups in etablierten Unternehmen. Daimler sucht aktuell sogenannte „Hard Tech“-Startups, die an der Schnittstelle von Hardware und Software smarte Lösungen zur Mobilität entwickeln, und fördert diese über das Akzelerator-Programm „Startup Autobahn“.³³ In Hamburg kann die Otto Group in dieser Hinsicht als Vorreiter gelten, die durch ihre Tochtergesellschaft eVenture Capital Partners gezielt Beteiligungen an erfolgversprechenden Startups übernimmt.

Wenngleich die Chancen für beide Seiten überwiegen, sei an dieser Stelle doch darauf hingewiesen, dass derartige Aktivitäten – insbesondere wenn sie vorwiegend von großen Unternehmen betrieben werden – das Risiko einer zunehmenden Konzentration in sich bergen, da neue Ideen von Startups unmittelbar durch Akzeleratoren vereinnahmt werden können. Wünschenswert für Hamburg wäre es daher, auch gezielt mittelständische Unternehmen für ein Engagement in der Startup-Szene aufzuschließen. Da diese im Gegensatz zu Großunternehmen häufig nur in geringem Maße eigene F&E betreiben, eröffnen sich für sie durch Kooperationen mit Startups neue Möglichkeiten, die eigene Innovationsfähigkeit zu steigern.

Grundsätzlich sei konstatiert, dass Kooperationen zwischen etablierten Unternehmen und Startups nicht zwangsläufig eine finanzielle Komponente beinhalten müssen. Auch über den Austausch von Erfahrungen und gegenseitiges voneinander lernen kann Distanz abgebaut und ein Boden für weiterführende, dann möglicherweise im nächsten Schritt auch finanzielle Zusammenarbeit geschaffen werden. Dabei ist Mentoring

³³ Startup Autobahn ist ein gemeinsames Programm von Daimler, Plug and Play, der Universität Stuttgart und ARENA2036. Es soll den Startups unter anderem Zugang zu Technologiekooperationen im Silicon Valley verschaffen (Die Welt, 2016).

ring nicht als Einbahnstraße zu verstehen, bei der nur die Startups vom Wissensschatz branchenerfahrener Unternehmen oder Manager profitieren können. Umgekehrt können auch etablierte Unternehmen vom Austausch mit Startups profitieren, um möglicherweise überkommene interne Strukturen zu erkennen und mit Hilfe neuer unkonventionellerer Herangehensweisen zu überwinden. Ein Beispiel für ein Austauschprogramm, in dem sich ein etabliertes Unternehmen die Beweglichkeit und Kreativität der Startups zunutze machen möchte, ist die Startup-Safari der Deutschen Bahn (vgl. *Good Practice „Startup-Safari“*).

Good Practice „Siemens Technology Accelerator“ (STA): Siemens betreibt seit 2001 den STA, um zukunftssträchtige Startup-Ideen aufzuspüren und gezielt zu fördern. Der Akzelerator gehört vollständig dem Unternehmen und ist in den Unternehmensbereich Corporate Technology integriert. Bei Startup-Beteiligungen von STA können auch externe Investoren integriert werden. Die Investitionen werden von der Siemens Venture Capital GmbH abgewickelt. Der STA verfolgt das Ziel, vielversprechende Startups zu finden und mit aufzubauen, um künftige Entwicklungen auf dem Markt selbst mitgestalten zu können. Die Begleitung der Startups durch den STA erfolgt umfänglich von der Entwicklung eines Businessplans über die Identifikation von Partnern und Zielgruppen bis hin zu Verhandlungen mit externen Investoren, Käufern und Behörden. In der Regel werden zwischen 250.000 und 1,5 Millionen Euro investiert, der Hauptfokus von STA liegt auf Startups in Deutschland und Großbritannien. Innerhalb von zehn Jahren konnten insgesamt zehn Ausgründungen realisiert werden, die innerhalb des Portfolios von Siemens keinen Platz gefunden haben, aber mit Gewinn veräußert werden konnten.

Good Practice „Startup Safari“: Ein Beispiel zur Annäherung von Startups und etablierten Unternehmen über Wissensaustausch ist das Projekt „Startup Safari“ der Deutschen Bahn, in dessen Rahmen eine Gruppe von ausgewählten DB-Angestellten eine Woche lang in Startups zu Gast und tätig ist. Der Fokus liegt hierbei weniger auf inhaltlichen Fortbildungen, sondern vielmehr darin, bestehende Prozesse im eigenen Unternehmen kritisch zu reflektieren, andere Arbeitsmethoden und Herangehensweisen kennen zu lernen und die positive Atmosphäre innovativer Unternehmen aufzunehmen.

Der Austausch von Erfahrungen kann zweifelsohne ein wesentlicher Faktor sein, um das Thema „Old meets New Economy“ auch bei skeptischen Bestandsunternehmen zu platzieren und perspektivisch deren Offenheit für Kooperationen mit Startups zu erhöhen. In diesem Bereich könnte im Rahmen der Netzwerkarbeit des Hamburger Gründungsnetzwerks, aber auch durch die existierenden Clustermanagements, noch gezielter zur Sensibilisierung beigetragen werden, sei es durch die Ausrichtung passender Matching-Events, die Organisation von Austauschaktivitäten oder zumindest

durch das Aufzeigen von guten Beispielen. Letztlich könnten von einer Intensivierung der innerregionalen Zusammenarbeit nicht nur die Startups, sondern ebenso die etablierten Unternehmen in Hamburg profitieren.

Beteiligungsfonds in anderen Bundesländern

Beispiel „Beteiligungsfinanzierung“: IBB Beteiligungsgesellschaft

In Berlin existiert seit 1997 mit der IBB Beteiligungsgesellschaft, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Investitionsbank Berlin (IBB), ein aktiver Player im Bereich Venture Capital. Derzeit befinden sich zwei Fonds in der Investitionsphase, wobei sich der Tech Fonds II an Startups aus dem technischen Bereich richtet und ein Volumen von 60 Millionen Euro aufweist und sich der Kreativ Fonds II der Kreativwirtschaft widmet und 40 Millionen Euro umfasst. Gestaltet wird das Engagement als offene Minderheitsbeteiligung, wobei das finanzielle Angebot durch umfassende Betreuungsleistungen in der Beteiligungsphase ergänzt wird. Das Geld stammt jeweils zur Hälfte von der IBB und dem Land Berlin aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung. Private Investoren werden angeworben, in die jeweiligen Projekte zu investieren. Nach eigenen Angaben konnten durch Co-Investments bereits über 1 Milliarde Euro an Investitionen aufgebracht und Beteiligungen an 185 Unternehmen realisiert werden. Private VC-Investitionen werden vorwiegend durch private Gesellschaften wie „Point Nine Capital“, „ProjectA“, „eventures“ oder „Earlybird“ realisiert, die jedoch nicht zwingend nur regional tätig sein müssen.

Beispiel „Beteiligungsfinanzierung“: Bayern Kapital

Auch Bayern hat mit „Bayern Kapital“ einen vergleichbaren Fonds aufgelegt. Seit 1995 unterstützt die Venture-Capital-Gesellschaft des Freistaats Bayern Gründerinnen und Gründer aus den Bereichen Technologie und High-Tech. Darüber hinaus ist Bayern Kapital Veranstalter von Businessplan Wettbewerben und beteiligt sich über das Finanzierungsnetzwerk „BayStartUP“ in Kooperation mit Business Angels explizit an vielversprechenden Startups. Seit Gründung des Fonds wurden etwa 220 Millionen Euro in über 240 innovative technologieorientierte Unternehmen investiert, von denen mittlerweile 16 an der Börse notiert sind und weitere 24 von strategischen Käufern übernommen wurden (Stand Ende 2015). Ergänzend bestehen private Fonds, die rein regional ausgerichtet sind, wie „Munich Venture Partners“.

7 Quellenverzeichnis

- Acs, Zoltan; Åstebro, Thomas; Audretsch, David; Robinson, David T. (2016): Public policy to promote entrepreneurship – A call to arms, in: *Small Business Economics* 47 (1), pp. 35–51.
- Baranowski, Guido; Dressel, Bertram; Heukeroth, Uwe (2002): *Innovationszentren in Deutschland 2002/03*, Berlin.
- Beck, Thorsten; Demirguc-Kunt, Asli; Levine, Ross (2005): SMEs, Growth, and Poverty: Cross-Country Evidence, in: *Journal of Economic Growth* 10 (3), pp. 199–229.
- Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (2014): *Regionale Innovationsstrategie 2020 der Freien und Hansestadt Hamburg*, Hamburg.
- Bendig, Mirko; Evers, Jan; Knirsch, Sarah (2013): *Die Zukunft der Gründungsförderung – neue Trends und innovative Instrumente*, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Berlin.
- Boll, Christina; Bublitz, Elisabeth; Heller, David; Nitt-Drießelmann, Dörte (2014): *Female Entrepreneurship – Evidence from Germany and the Baltic Sea Region*, in: Baltic Sea Academy e.V. (Hrsg.): *Female Entrepreneurship – Evidence from Germany and the Baltic Sea Region and analysis of women's activity in SMEs in Poland*, Hamburg.
- Bijedic, Teita (2013): *Entwicklung unternehmerischer Persönlichkeit im Rahmen einer Entrepreneurship Education: Didaktische Lehr-Lern-Konzeption und empirische Analyse für die Sekundarstufe II*, Dissertation, in: *Flensburger Schriften zu Unternehmertum und Mittelstand*, Band 4. Hrsg. Dr. Werner Jackstädt-Zentrum für Unternehmertum und Mittelstand Flensburg, München und Mering.
- Birch, David L. (1979): *The Job Generation Process – M.I.T. Program on Neighborhood and Regional Chance*, Cambridge, Mass.
- Bräuninger, Michael; de Wall, Tim; Georg, Achim; Görlinger, Marco; Puckelwald, Johannes; Stiller, Silvia; Zierahn, Ulrich (2013): *Spezifikation und Typologie der Gewerbeflächennachfrage bis 2025 in Hamburg*, Studie von Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) und Georg Consulting, Hamburg.
- Bundesregierung (2014): *Digitale Agenda 2014-2017*. Verfügbar unter: www.digitale-agenda.de. Abgerufen am 12. Juli 2016.

Bundesregierung (2015): Eckpunktepapier Wagniskapital. Berlin.

Bundesverband Deutsche Startups (2012): Deutscher Startup Monitor, Verfügbar unter: <https://deutschestartups.org>. Abgerufen am 10. Mai 2016.

Bundesverband Deutsche Startups (2013): Deutscher Startup Monitor 2013, Verfügbar unter: <https://deutschestartups.org>. Abgerufen am 13. Juli 2016.

Bundesverband Deutsche Startups (2015): 3. Deutscher Startup Monitor, Verfügbar unter: <http://deutscherstartupmonitor.de>. Abgerufen am 10. Mai 2016.

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2015): Große Anfrage und Antwort des Senats, Betreff: Unternehmensgründungen aus Hamburger Hochschulen, in: Drucksache 21/1107.

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2015b): Kleine Anfrage und Antwort des Senats, Betreff: Digitalisierung – Hamburg hält internationalem Vergleich nicht stand, in: Drucksache 21/2087.

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2015c): Kleine Anfrage und Antwort des Senats, Betreff: Haben Hamburgs Hochschulen effektive Inkubatoren (Gründerzentren)?, in: Drucksache 21/2159.

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2016): Antrag: Junge innovative Unternehmen nachhaltig fördern – Gründung eines „Hamburger Innovations-Wachstumsfonds“, in: Drucksache 21/2770.

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2016b): Bericht des Ausschusses für Wirtschaft, Innovation und Medien über die Drucksache 21/2229: Start-up, Hamburg! Hamburg braucht ein Cluster für Gründer.

Cohen, Boyd (2014): Smart-Cities-Ranking 2013. Verfügbar unter: <http://www.fastcoexist.com> . Abgerufen am 07. Juli 2016.

Czarnitzki, Dirk; Licht, Georg; Rammer, Christian; Spielkamp, Alfred (2000): Zusammenfassung der in der Literatur vorliegenden Befunde zum Wissens- und Technologietransfer; in: Schmoch, U., G. Licht & M. Reinhard (Hrsg.): Wissens- und Technologietransfer, Stuttgart.

Diensberg, Christoph (2000): Entrepreneurial Learning und Leitbild zum Unternehmertum – Aufgaben im Bildungssystem, in: Klandt, H.; Nathusius, K.; Szyperski, N.; Heil, A. (Hrsg.): G-Forum 1999 – Dokumentation des 3. Forums Gründungsforschung, Köln.

Die Welt (2016): Daimler setzt auf die Hilfe von Start-ups, Artikel in der Zeitungs-
ausgabe vom 15. Juli 2016, Hamburg.

Ehrlich, L.; Growitsch, C.; Haß, H.; Hungerland, F.; Quitzau, J.; Rische, M.; Schlitte,
F.; Zuber, C. (2015): Strategie 2030 - Digitalökonomie, Hamburg.

Ernest & Young (2016): Start-up-Barometer Deutschland, Berlin.

Eurostat (2013): Dauer der administrativen Gründungsverfahren von Unternehmen
in Länder der Europäischen Union (EU-28) im Jahr 2013 (in Arbeitstagen). Verfügbar
unter: <http://ec.europa.eu/eurostat>. Abgerufen am 22.6.2016.

Eurostat (2016): Individuals using the internet for interaction with public authorities.
Luxemburg. Verfügbar unter: <http://ec.europa.eu/eurostat>. Abgerufen am 22.6.2016.

Fayolle, Alain (2009): Entrepreneurship Education in Europe: Trends and Challen-
ges, Vortrag im Rahmen des OECD LEED Programms, Lyon Business School.

Freie Hansestadt Hamburg (2012): Das Programm zur Förderung der Gründung von
Kleinstunternehmen durch Erwerbslose – Kleinstkreditprogramm – Bericht über den
Zeitraum 2002 bis 2010. Verfügbar unter: www.hamburg.de. Abgerufen am 06. Juli
2016.

Freie Hansestadt Hamburg (2015): Strategie Digitale Verwaltung der FHH bis 2020,
Verfügbar unter: www.hamburg.de. Abgerufen am 06.09.2016

Fritsch, Michael; Noseleit, Florian (2013): Investigating the anatomy of the employ-
ment effect of new business formation, in: Cambridge Journal of Economics 37, S. 349–
377.

Fritsch, Michael; Wyrwich, Michael (2014): The Long Persistence of Regional Entre-
preneurship Culture: Germany 1925–2005, in: Research studies 48 (6), S. 955–973.

Fritsch, Michael (2016): Entrepreneurship. Theorie, Empirie, Politik, 1. Aufl. 2016,
Berlin: Gabler.

GEM (2015): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Länderbericht Deutschland
2014. Verfügbar unter: <http://doku.iab.de>. Abgerufen am 10. Mai 2016.

Haltiwanger, John; Jarmin, Ron S.; Miranda, Javier (2012): Who Creates Jobs? Small
versus Large versus Young, in: Review of Economics and Statistics 95 (2), pp. 347–361.

Hamburg Startups (2016): Hamburg Startup Monitor 2016. Verfügbar unter: https://infogr.am/_/LoK6AaRuutQagnZsSuHU. Abgerufen am 10. Mai 2016.

Handelskammer Hamburg (2010): Hamburger Gründungsbarometer Nr. 13, August 2010.

Heger, Diana; Höwer, Daniel; Müller, Bettina; Licht, Georg (2011): High-Tech-Gründungen in Deutschland – Von Tabellenführern, Auf- und Absteigern: Regionale Entwicklung der Gründungstätigkeit, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim.

IfM Bonn, o.J.: Vergleich verschiedener Gründungsstatistiken. Verfügbar unter: www.IfM-bonn.org. Abgerufen am 06. Juli 2016.

KfW (2010): KfW Gründungsmonitor 2010 – Lebhaftige Gründungsaktivität in der Krise. Verfügbar unter: www.KfW.de. Abgerufen am 13. Juli 2016.

KfW (2012): KfW Gründungsmonitor 2012 – Boom auf dem Arbeitsmarkt dämpft Gründungsaktivität. Verfügbar unter: www.KfW.de. Abgerufen am 10. Mai 2016.

KfW (2013): KfW Gründungsmonitor 2013 – Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht. Verfügbar unter: www.KfW.de. Abgerufen am 10. Mai 2016.

KfW (2014): KfW Gründungsmonitor 2014 – Gründungstätigkeit wiederbelebt - Impuls aus dem Nebenerwerb. Verfügbar unter: www.KfW.de. Abgerufen am 10. Mai 2016.

KfW (2015): KfW Gründungsmonitor 2015 – Gründungstätigkeit nimmt zu - Freiberufliche Tätigkeitsfelder dominieren. Verfügbar unter: www.KfW.de. Abgerufen am 10. Mai 2016.

KfW (2016): KfW Gründermonitor 2016 – Arbeitsmarkt trübt Gründerlust deutlich – Innovative Gründer behaupten sich, KfW Bankengruppe, Frankfurt.

Klier, Julia; Kirchherr, Julian; Saß, Björn; Mombur, Nicolas; Muschter, Sebastian (2015): E-Government in Deutschland – Eine Bürgerperspektive, Studie der McKinsey & Company, Düsseldorf.

KPMG (2016): Venture Pulse Q2 2016 – Global Analysis of Venture Funding. Verfügbar unter: www.kpmg.com. Abgerufen am 25.08.2016.

Mazzucato, Mariana (2013): *The Entrepreneurial State: debunking public vs. private sector myths*, by Anthem press.

Nesta (Hrsg) (2015): *European Digital City Index (EDCi) 2015*. Verfügbar unter: <https://digitalcityindex.eu>. Abgerufen am 13.7.2016.

Niefert, M.; Gottschalk, S. (2013): *Gründerinnen im Vormarsch? Die Entwicklung der Beteiligung von Frauen am Gründungsgeschehen*, ZEW Discussion Paper, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim, No. 13-085.

Nightingale, Paul; Coad, Alex (2014): *Muppets and gazelles. Political and methodological biases in entrepreneurship research*, in: *Industrial and Corporate Change* 23 (1), pp. 113–143.

Noreisch, Bernhard (2012): *Eigenkapital- versus Fremdkapitalfinanzierung, Eigenkapitalfinanzierung bleibt bei Start-ups alternativlos*, in: *Unternehmeredition „Steuern & Recht 2012“*. Verfügbar unter: www.unternehmeredition.de. Abgerufen am 7. September 2016.

Scheuplein, Christoph; Görtz, Felix; Henke, Patrick (2014): *Berlins Aufstieg als Finanzzentrum für Venture Capital*, Universität Münster, Working Papers Humangeographie, Band 12, Münster.

Statistisches Bundesamt (2015): *Schnelles Internet in Unternehmen – Deutschland nur im europäischen Mittelfeld*, Wiesbaden.

Statistikamt Nord (2016a): *Erwerbstätige in Hamburg 2015 – Zahl der Erwerbstätigen leicht gestiegen*. Verfügbar unter: www.statistik-nord.de. Abgerufen am 13. Juli 2016.

Statistikamt Nord (2016b): *Bruttoinlandsprodukt in Hamburg 2015 – Wirtschaft weiter auf Wachstumskurs*. Verfügbar unter: <http://www.statistik-nord.de>, Abgerufen am 13. Juli 2016.

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. (2013): *Gründungsradar 2013, Hochschulbefragung 2013*, Essen.

van Praag, C.; Versloot, Peter (2007): *What is the value of entrepreneurship? A review of recent research*, in: *Small Business Economics* 29 (4), pp. 351–382.

Vereinte Nationen (2014): *E-Government Survey 2014*. Verfügbar unter: <https://publicadministration.un.org>. Abgerufen am 14. Juli 2016.

Wallisch, Matthias; Funke, Thomas (2016): Die Rhein-Main-Region als Gründerökosystem, Stärken, Schwächen und Entwicklungschancen. Studie des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V., Eschborn.

Zahorsky, Ira (2016): Breitbandversorgung der einzelnen Bundesländer. Verfügbar unter: www.egovernment-computing.de. Abgerufen am 14. Juli 2016.

Anhang

Liste der Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner aus dem Hamburger Gründungsnetzwerk

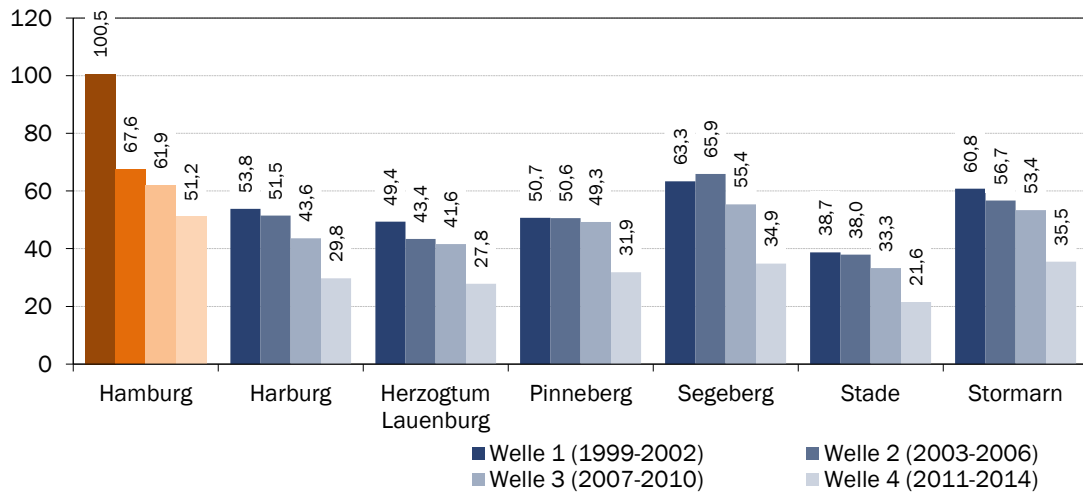
- Herr Dr. Martin Duensing, BWVI, Amt Innovations- und Strukturpolitik, Mittelstand, Hafen. Referat Grundsatzfragen der Wirtschaftspolitik.
- Herr Michael Feldmeier, IFB Hamburg, Abteilungsleiter; Abteilungsleitung Wirtschaft und Umwelt
- Frau Jeanette Gonnermann, Handelskammer Hamburg, Leiterin Gründungszentrum / Einheitlicher Ansprechpartner
- Frau Sina Gritzuhn, Hamburg Startups, Managing Director
- Frau Stefanie Hagenmüller, KPMG, Wirtschaftsprüferin / Leiterin Startup Initiative am Standort Hamburg
- Frau Stefanie Huppmann, Haspa, Unternehmensbereich Mittelstand, Leiterin der Abteilung StartUp
- Herr Martin Jung, IFB Hamburg, Abteilungsleitung Innovation und Geschäftsentwicklung
- Frau Katharina Keienburg, IKS, Technologieberaterin (telefonisch)
- Herr Steffen Kuhl, hei. Gründungsberater
- Herr Michael Maaß, Haspa, Bereichsleiter Mittelstand
- Herr Andreas Majonek, IFB Hamburg, Abteilung Wirtschaft und Umwelt
- Frau Martina Oesterer, IFB Hamburg, Förderlotsin IFB-Beratungszentrum Wirtschaft

Die Hintergrundgespräche mit den o.g. Personen wurden zwischen Februar und Juni 2016 durchgeführt.

Darüber hinaus wurden im Juni 2016 - in Kooperation mit Hamburg Startups - leitfadengestützte Interviews mit ausgewählten Hamburger Startup-Gründern aus den Bereichen FinTech, Commerce und Media durchgeführt. Die befragten Personen möchten anonym bleiben.

Abbildung A 1

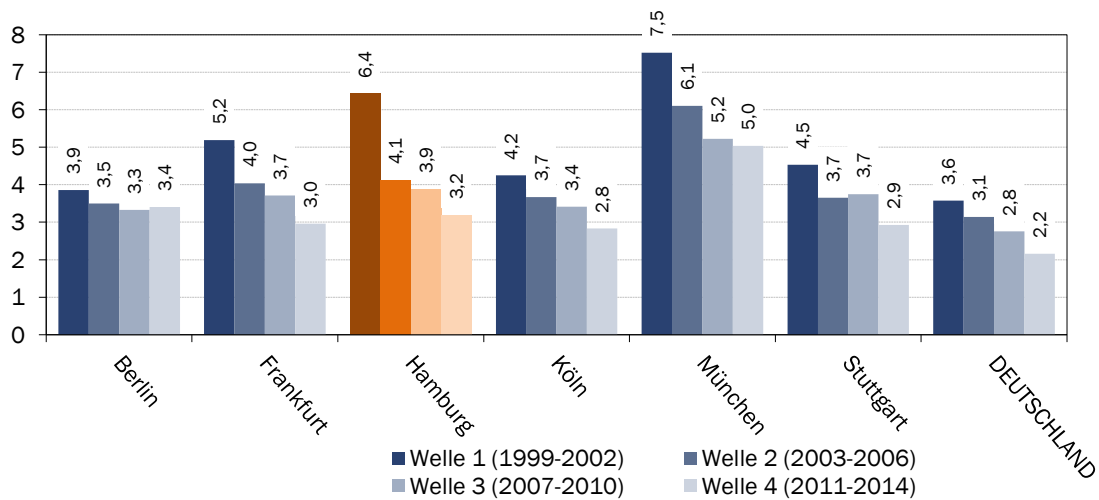
Gründungsintensitäten der Region Hamburg



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Abbildung A 2

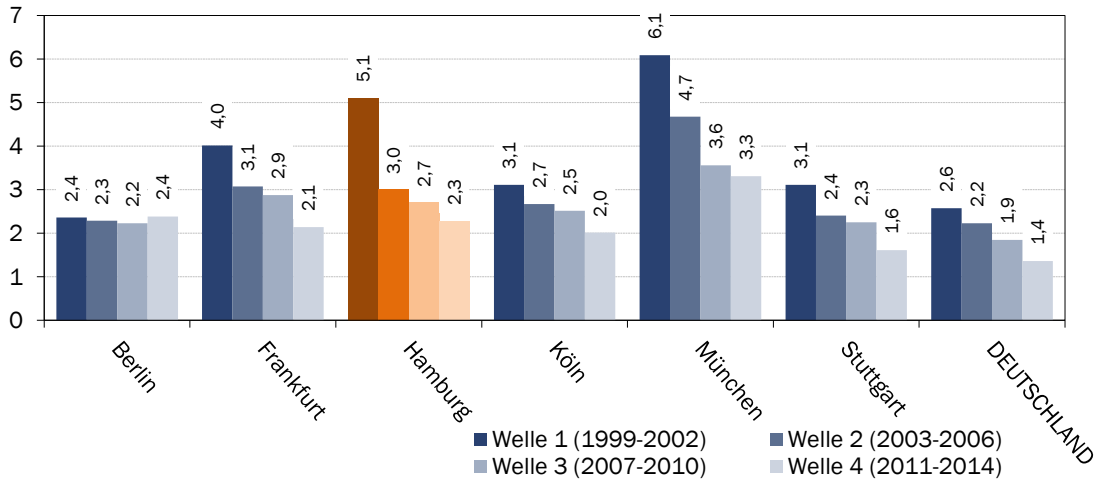
Gründungsintensitäten der Hightech Branche



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Abbildung A 3

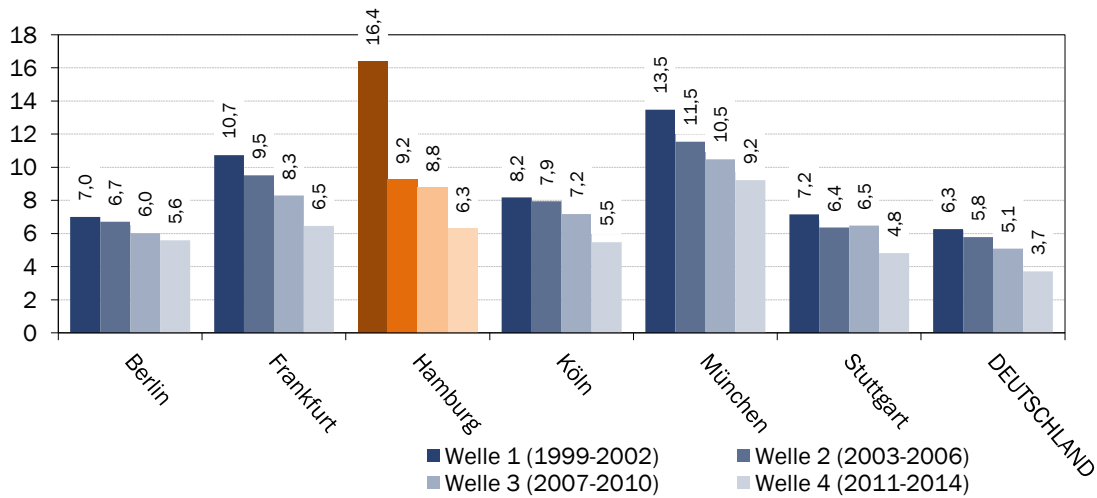
Gründungsintensitäten des IKT-Sektors



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Abbildung A 4

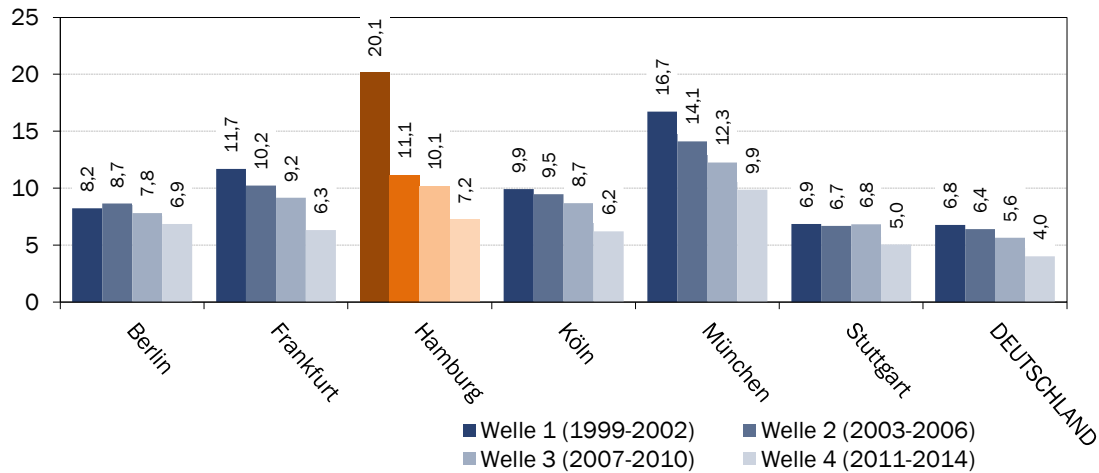
Gründungsintensitäten der wissensintensiven Dienstleistungen



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Abbildung A 5

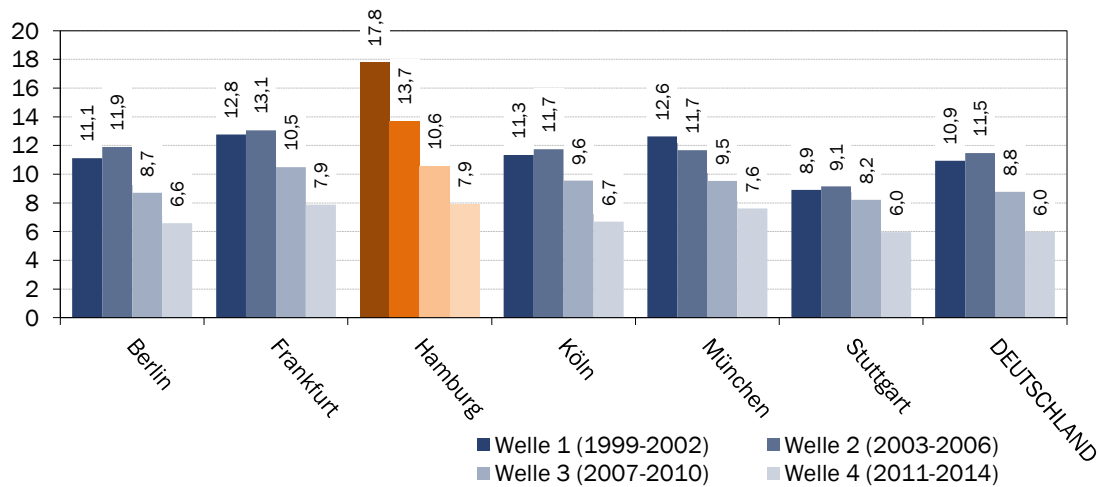
Gründungsintensitäten der Kreativwirtschaft



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.

Abbildung A 6

Gründungsintensitäten im Handel



Quelle: Eigene Berechnungen mit Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW). Die Gründungsintensität gibt die absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis 64 Jahren pro Welle an.