



HK

Handelskammer
Hamburg



STANDPUNKTE

START YOUR BUSINESS IN HAMBURG

*Forderungen der Handelskammer Hamburg und
des Ausschusses Unternehmensgründung zum Gründungsstandort Hamburg*

Management Summary

Mit ihren Ideen und Innovationen stärken Startups die Innovationskraft eines Standorts, während Gründerinnen und Gründer durch die Zukunftsfähigkeit ihrer klassischen Geschäftsmodelle den Mittelstand von morgen prägen und so zu einer diversifizierten Wirtschaftsstruktur beitragen.

Um national und international weiterhin wettbewerbsfähig zu sein, hat die Handelskammer Hamburg (Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung) gemeinsam mit dem Ausschuss Unternehmensgründung und dem Präsidium Maßnahmen definiert, die geeignet sind, das Profil unserer Hansestadt als Gründungsstandort zu schärfen und nachhaltig zu stärken.

Teil A – Stärkung des Gründungsstandorts Hamburg

1. Politisches Mindset schaffen

(„Chief Founders Officer“ und Gründungsoffensive etablieren, Profil des Gründungsstandorts Hamburg schärfen, „One-Stop-Shop“ einrichten)

2. Dachmarke und Imagekampagne launchen

(Dachmarke „StartYourBusinessInHamburg“ etablieren, Leuchtturmprogrammatik entwickeln, Transparenz im Ökosystem herstellen, Kommunikationsstrategie entwickeln, für Vernetzung & Kollaboration sorgen, „Mentoren-Transfer-Programm“ aufbauen)

3. (IT-)Fachkräfte für Hamburg gewinnen

4. Kapital- und Ressourcenzugang optimieren

(Förderprogramme optimieren, Zugang zu Risikokapital und Ressourcen verbessern)

5. Jungen Gründergeist fördern

(Entrepreneurship im Lehrplan verorten, Anreizvergütung für Lehrkräfte schaffen)

6. Investitionsprogramm und Monitoring schaffen

(Investitionsprogramm für den Gründungsstandort aufsetzen, „Round Table“ und Monitoring implementieren)

Teil B – Aktuelle Herausforderungen – Gründerinnen und Gründer in der Coronakrise

1. Liquidität für Jungunternehmen schaffen

(Zugang zur Hamburger Corona Soforthilfe (HCS) auch für Jungunternehmen ermöglichen)

2. Soforthilfen auch für Neustarter ermöglichen

(Förderlücke für Neugründer schließen)

3. Förderphase 1 des Gründungszuschusses verlängern

4. Gründertum konsequent ankurbeln

(Maßnahmenpaket Gründertum entwickeln, „Kultur des Scheiterns“ nach Corona neu gestalten)

Inhaltsverzeichnis

1 Teil A – Stärkung des Gründungsstandorts Hamburg	4
1. Politisches Mindset schaffen	4
2. Dachmarke und Imagekampagne launchen	6
3. (IT-) Fachkräfte für Hamburg gewinnen	8
4. Kapital- und Ressourcenzugang optimieren	8
5. Jungen Gründergeist fördern	9
6. Investitionsprogramm und Monitoring aufsetzen	10
2 Teil B – Aktuelle Herausforderungen – Gründerinnen und Gründer in der Coronakrise	11
1. Liquidität für Jungunternehmen schaffen	11
2. Soforthilfen auch für Neustarter ermöglichen (geplante Geschäftstätigkeit ab März 2020)	11
3. Förderphase 1 des Gründungszuschusses verlängern (analog ALG)	12
4. Gründertum konsequent ankurbeln	13



#StartYourBusinessInHamburg

Teil A – Stärkung des Gründungsstandorts Hamburg

Im Rahmen eines Artikels des Handelsblatts vom 16. April 2020 wird der Gründungsstandort Hamburg anhand von verschiedenen Thesen scharf kritisiert. Auch wenn die Darstellung im Handelsblatt sehr einseitig ist und nicht durchgehend den Fakten entspricht, sieht die Handelskammer Hamburg an vielen Stellen durchaus dringenden Handlungs- bzw. Verbesserungsbedarf. Dies gilt besonders für die Positionierung der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) als Gründungsstandort, die internationale Ausrichtung, die Profilbildung sowie die strategische Unterstützung des Hamburger Gründertums. Denn Existenzgründerinnen und -gründer und junge Unternehmen haben eine wichtige Bedeutung für die künftige, dynamische Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Hamburg.

Mit ihren Ideen und Innovationen stärken Startups die Innovationskraft, während Gründerinnen und Gründer durch die Zukunftsfähigkeit ihrer klassischen Geschäftsmodelle den Mittelstand von morgen prägen und so zu einer diversifizierten Wirtschaftsstruktur am Standort beitragen.

Tatsächlich läuft unsere Stadt Gefahr, national hinter den Städten München, Köln und Leipzig zurückzubleiben und ihre gute Position (noch auf Rang 2 hinter Berlin laut KfW-Gründungsmonitor) zu verlieren.

Um national und international weiterhin wettbewerbsfähig zu sein, hat die Handelskammer Hamburg (Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung) gemeinsam mit dem Ausschuss Unternehmensgründung und dem Präsidium nachfolgende Maßnahmen definiert, die geeignet sind, das Profil der Hansestadt als Gründungsstandort zu schärfen und nachhaltig zu stärken. Diese sollten in den Koalitionsvertrag von SPD und GRÜNE einfließen.

1. Politisches Mindset schaffen

Die Etablierung einer ressourcenübergreifenden, politischen Koordinationsstelle „Gründung“ mit Richtlinienkompetenz sollte anvisiert werden, verbunden mit der Einrichtung eines echten One-Stop-Shops. Hamburg benötigt dringend ein Commitment der Politik und der handelnden öffentlichen Akteure zum Gründungsstandort sowie eine profilschärfende Ausrichtung, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Das Zusammenspiel der verschiedenen mit dem Thema Gründung und Startups beschäftigten Hamburger Behörden sollte optimiert werden – im Idealfall durch einen direkt bei der Senatskanzlei verorteten, unabhängigen „Chief Founders Officer“ (Gründungssenator/in). Aufgrund der bestehenden und stark ausgeprägten unterschiedlichen Interessen der handelnden Akteure, muss der/die „Gründungssenator/in“ eine moderierende und richtungweisende Rolle einnehmen, um Leitlinien zu schaffen, Interessenkonflikte zu lösen, Synergien zu fördern und effektive Schnittstellen zu schaffen.

Derzeit existiert keine übergeordnete Stelle in Hamburg, die Richtlinienkompetenz für die verschiedenen Hamburger Behörden hat, um alle Querschnittsthemen und Leistungsangebote mit Gründungsbezug (Bildungs-, Wirtschafts-, Kultur-, Medien-, Hochschul- und Forschungspolitik) aufeinander abzustimmen und im Sinne eines Masterplans „Unternehmensgründung“ zu strukturieren und operativ umzusetzen.

Diesem Masterplan „Unternehmensgründung“ sollte eine **Gründungsinitiative** zugrunde liegen, die ein Commitment zum Gründergeist, zum Gründungsstandort, zur (internationalen) Ausrichtung, zur Profilschärfung sowie zu Finanzierungs- und Vernetzungsmöglichkeiten beinhaltet.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) hat im Jahr 2018 die Gründungsinitiative „GO!“ gelauncht. Diese bündelt in 10 Punkten die wichtigsten Handlungsfelder und Maßnahmen¹. Auch Hamburg braucht eine solche Initiative, welche die strategische und profilschärfende Ausrichtung der Stadt widerspiegelt. Begleitet werden sollte dies durch gründungsrelevante Aktivitäten sowie durch Hamburger Erfolgsbeispiele. Durch ein deutliches Commitment der Politik und auch der IFB als öffentliche Förderbank zum Thema „Gründen in Hamburg“ würde diesem Aspekt des Wirtschaftslebens mehr Aufmerksamkeit entgegengebracht und mehr nationale und internationale Sichtbarkeit geschaffen werden. Dies würde sich auch positiv auf das Thema Fachkräfte und Kapitalgeber aus dem nationalen und internationalen Umfeld auswirken und für ein posi-



tiv wahrgenommenes Gründungsklima sorgen. Auch könnten erfolgreiche und spannende Hamburger Unternehmen zu (inter-)nationalen „Gründungsbotschaftern“ werden, die für den Standort sprechen.

Zudem täte unsere Stadt gut daran, sich auf zwei oder drei Cluster oder Ausrichtungen zu fokussieren, denn derzeit steht der Gründungsstandort Hamburg für alles und damit für nichts Greifbares. Eine solche Profilschärfung hätte den positiven Nebeneffekt, dass sich neue innovative Geschäftsmodelle innerhalb dieser Verticals ansiedeln würden, was wiederum auch andere Akteure – wie Kapitalgeber – überzeugen könnte, sich in Hamburg niederzulassen.

Die Gründungsinitiative der Stadt Hamburg sollte sich jedoch nicht nur an innovative Startups richten, sondern gezielt auch „klassische“ Gründerinnen und Gründer ansprechen. Laut Erhebungen² überlebt nur eins von zehn innovativen Startups die ersten fünf Jahre. Kleine und mittlere Unternehmen sind der Motor der Realwirtschaft in Hamburg und bedürfen umso mehr einer Unterstützung.

Eine weitere Thematik, die es anzugehen gilt, ist, einen Wegweiser durch den Gründungsdschungel zu implementieren. Für viele Gründerinnen und Gründer ist es eine große Herausforderung, sich einen Überblick über alle Gründungsangebote zu verschaffen sowie die „richtigen“ Ansprechpartner und Services für ihr individuelles Vorhaben zu finden. Abhilfe könnte ein **„One-Stop-Shop“** für alle Stakeholder im Gründungsökosystem schaffen, der direkt beim „Chief Founders Officer“ angedockt wird. Dieser hätte die Aufgabe, Netzwerke und Plattformen zu koordinieren, gemeinsame Aktivitäten zu steuern, die Kommunikationspolitik und die Standortvermarktung zu unterstützen, öffentliche Akteure und deren Angebote zu kennen sowie passgenaue Verweispolitik an den richtigen Akteur / Partner zu betreiben. Er würde quasi als Coach durch die Gründung fungieren.

Als erfolgreiche Beispiele für die Umsetzung eines „One-Stop-Shops“ seien folgende internationale Initiativen genannt:

- Die Pariser „Station F“ ist eines der größten Startup-Ökosysteme unter einem Dach – mit einer weltweiten Anziehungskraft. Sie bündelt die meisten der derzeit gängigen Startup-Unterstützungsangebote und ist damit in gewisser Hinsicht ein „One-Stop-Shop“.
- Der „Startup-Nation Central“ ist die zentrale Informationsplattform sowohl für die Anbieter von Unterstüt-

¹ <https://www.existenzgruender.de/DE/GO/inhalt.html>

² www.manager-magazin.de/lifestyle/artikel/Startup-szene-new-work-arbeitswelt-ist-oft-eine-schoene-neue-scheinwelt-a-1264963-2.html

zungsleistungen als auch die der Startups in Israel. Sie senkt die Such- und Informationskosten für beide Seiten und gibt einen schnellen Überblick über Technologieschwerpunkte und Investitionsmöglichkeiten in der israelischen Startup-Szene. Hinzu kommt die israelische Plug-n-play-Plattform „The Junction“, bei der Startups spezifische Unterstützungsangebote (Incubator, Mentoring, Coworking, Makerlabs) aus einer Hand erhalten.

- „TechCode“ ist ein spannendes Beispiel dafür, wie in Asien internationale Anbieter von Startup-Unterstützungsangeboten entstehen und ihre Angebote weltweit exportieren. Prägend für TechCode ist vor allem das internationale Netzwerk, das die Zusammenarbeit für Startups attraktiv macht.
- Lissabons Initiative „Made of Lisboa“ ist u. a. eine digitale Plattform, um Unternehmerinnen und Unternehmer und Startups zu vernetzen.

Die Startup Unit in Hamburg macht sehr gute Arbeit und bietet eine gute Basis für den Aufbau eines „One-Stop-Shops“. Da sie jedoch ausschließlich auf innovative Gründungsvorhaben fokussiert ist und keinerlei Richtlinienkompetenz in Bezug auf andere Hamburger Behörden hat, ist dieses Konstrukt nicht ausreichend.

2. Dachmarke und Imagekampagne launchen

In unserer Hansestadt wurde in den letzten Jahren viel für die Entwicklung des Gründungsstandorts getan. Dies ist jedoch für die in Hamburg ansässigen Gründerinnen und Gründer bzw. Startups kaum sichtbar, weil die Absichten, Ziele, Informationen und Angebote nur wenige erreichen. Um den Gründungsstandort Hamburg im (inter-)nationalen Wettbewerb sichtbarer zu vermarkten, bedarf es einer einheitlichen Kommunikationsstrategie. Diese sollte die handelnden Akteure und Angebote miteinander verzahnen sowie Transparenz und Vergleichbarkeit herstellen.

Die Unterstützung für Gründerinnen und Gründer hat sich in der jüngeren Vergangenheit positiv entwickelt. So existieren vielfältige Angebote (teils öffentliche, teils private), die mehr oder weniger bekannt sind – wie z. B. Beratung in diversen Gründungszentren (u. a. Handelskammer Hamburg, Startup Unit, hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative, Banken, IFB, Hochschulen etc.), verschiedene Event-Formate unterschiedlichster Couleur (Fintech Week Hamburg, Food Innovation Camp, NEXT Conference, Gründerflirt, Hamburg Innovation Summit etc.) sowie Inkubatoren, Acceleratoren, FabLabs, Coworking Spaces oder Technologieparks. Angesichts dieser breiten Unterstützungslandschaft ist die Sicht-

barkeit Hamburgs als Startup-Ökosystem national noch vergleichsweise positiv, im internationalen Kontext verliert Hamburg jedoch deutlich.

Warum ist das so?

Hamburg verfügt über ein breit aufgestelltes Gründungsökosystem mit vielen konkurrierenden Ansätzen und der Tendenz zur Inselbildung rund um das Thema Unternehmensgründung. Diese Angebote sind für Unternehmerinnen und Unternehmer teilweise schwer aufzufinden bzw. auf eigene Relevanz und Attraktivität einzuordnen. Den wenigsten Gründerinnen und Gründern ist klar, wo Services in welcher Qualität durch wen erbracht werden. Dadurch entstehen hohe Suchaufwände bzw. Informationsdefizite, die zu Zeitverlusten führen und die Unternehmensgründung negativ beeinflussen bzw. sogar hemmen können. Aber auch auf Seiten der handelnden Akteure besteht Intransparenz, sodass eine Angebotsbeobachtung und hinreichende Angebotsabgrenzung häufig schwierig sind. Es fehlt ein gemeinsames Miteinander – ein strategischer, gemeinsamer Auftritt – und ein gemeinsames Bekenntnis zum Gründungsstandort. Die lokal vorhandenen Kompetenzen öffentlicher Player sollten gebündelt und transparent vermarktet werden.



Ziel muss es daher sein, die Wahrnehmung unserer Stadt als Gründungsökosystem inner- und außerhalb von Hamburg durch einen gemeinsamen Auftritt aller öffentlichen Akteure unter einer „**Dachmarke**“ (z.B. www.StartYourBusinessIn.Hamburg) zusammenzuführen. Um auch im europäischen und außereuropäischen Umfeld wahrgenommen zu werden, empfiehlt es sich, dies auch mindestens in englischer Sprache anzubieten. Hierunter sollten alle gründungsfördernden Akteure und zielgruppenspezifischen Angebote vermarktet werden. Dies würde nicht nur **Transparenz** in die Servicelandschaft des Hamburger Ökosystems bringen, sondern auch den virtuellen Zugang vereinfachen.

Unter dieser Dachmarke sollten sämtliche Aktivitäten, Angebote, Akteure, Entwicklungstrends, Rahmenbedingungen und Erfolgsbeispiele gebündelt und vermarktet werden – und zwar für alle Stakeholder eines Ökosystems (Handelskammer Hamburg, Wirtschaftsbehörde/Startup Unit, Hamburg Innovation (HI), Hochschulen, Gründerinnen und Gründer, Corporates, Acceleratoren/Inkubatoren, Cluster, Banken und Investoren/Kapitalgeber). Hierfür müssten die einzelnen Aufgaben und Rollen der Akteure klar definiert werden. Nur so lassen sich unter Berücksichtigung der Bedarfe der Gründerinnen und Gründer **Transparenz**, eine gemeinsame Strategie und ein attraktives Gründungsumfeld entwickeln.

Auch die Schaffung einer **Leuchtturm-Programmatik** tate Hamburg als „Unique Selling Point“ gut (ähnlich wie Gründerinnen und Gründer sich über ihr Alleinstellungsmerkmal vom Wettbewerb abheben). Ziel muss es sein, dies in ein strategisches Gesamtkonzept zu integrieren, um den Forderungen nach Stärkung der Attraktivität als Gründungsstandort, Vernetzung von Mittelstand und Gründertum (branchenübergreifend), Aktivierung des „alten Geldes“ und Gewinnung von Venture Capital Gesellschaften für Hamburg Rechnung zu tragen. Gegebenenfalls könnte dies flankiert werden durch verschiedene Angebotsformate und unterjährige „Side-Events“, welche die Wahrnehmung und Attraktivität des Standorts zusätzlich stärken würden.

Über die zu integrierende **Kommunikationsstrategie** sollten auch Hamburger Erfolgsbeispiele (und zwar nicht nur „hochinnovative“ Startups) stärker promotet werden. Dies könnten sowohl erfolgreiche Gründungen, Serien-Gründerinnen und -Gründer, Ansiedlungserfolge als auch Kollaboration-Erfolge von mittelständischen Betrieben sein.

Ein wichtiges Element für die Weiterentwicklung ist zudem ein regelmäßiger **Austausch** mit den am Standort vorhandenen Akteuren über alle **Stakeholder** hinweg.

Die Startup Unit der Hamburg Invest Wirtschaftsförderung verfügt zwar über ein solches Netzwerk (Startup AG – trifft sich quartalsweise), dieses berücksichtigt jedoch nur den „öffentlichen Blick“. Die Mitglieder sind: Handelskammer Hamburg, Wirtschaftsbehörde, IFB, hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative, Innovationskontakt Stelle (IKS) Hamburg, Hamburg Innovation/TuTech. Ein darüber hinausgehender Austausch der Mitglieder (z.B. im Rahmen eines „Smoothie-Tables“) mit Kapitalgebern (Investoren, VCs, Acceleratoren, Business Angels o. ä.), Corporates oder Mentoren, um den Blick zu weiten und zu schärfen sowie Handlungsbedarfe zu identifizieren, findet derzeit nur vereinzelt statt.

Auch besteht Handlungsbedarf bei der Entwicklung geeigneter Formate zur **Vernetzung** des Gründungsökosystems mit all ihren Akteuren sowie der Förderung von **Kollaborationen** untereinander. Dieser Austausch – insbesondere mit der arrivierten Wirtschaft (Corporates) – stärkt nicht nur die Innovationskraft der Hamburger Wirtschaft, sondern trägt dem Gedanken „Unternehmerinnen und Unternehmer lernen von Unternehmerinnen und Unternehmern“ Rechnung und mündet im Idealfall sogar in einem Investment. Die Vielfalt des Denkens und Handelns der sehr heterogenen Player im Ökosystem macht es interessant und sorgt für ausreichend Transferkapazität, um in einem adäquaten Maße Technologie- und Wissenstransfers effektiv zu organisieren. Diese Chance muss genutzt werden, um eine differenzierte und nachhaltige Weiterentwicklung in der Gründungslandschaft zu sichern. Erfolgreiche Beispiele hierfür sind z.B. Unternehmerinnen und UnternehmerTUM München, Spinlab Leipzig oder die Startautobahn Stuttgart.

Eine Maßnahme zur Förderung der Vernetzung könnte der Aufbau eines „**Mentoren-Transfer-Programms**“ sein, das Zugang zu Wissen und Erfahrung bzw. zu Spezialisten (wie Designexperten, Ingenieurskompetenzen, Rechtsanwälten, etablierten Unternehmerinnen und Unternehmern etc.) schafft. Es bietet neutrales Sparring in der Vorgründungs-, Gründungs- und Wachstumsphase und vermittelt Spezialwissen sowie Know-How. So ein Programm wäre in Deutschland einzigartig im öffentlichen Sektor. Über ein mögliches Akkreditierungsverfahren zur Aufnahme von Experten könnte ein Beirat bestehend aus öffentlichen Playern, Wissenschaft und Wirtschaft entscheiden.

3. (IT-)Fachkräfte für Hamburg gewinnen

Hamburg muss die Plattform „ahoi digital“ nachhaltig fortsetzen, um dringend benötigte **Fachkräfte** – insbesondere im Bereich IT – zu gewinnen.

Um einen Standort erfolgreich für die Ansiedlung von Gründerinnen und Gründern und Jungunternehmerinnen und -unternehmer zu entwickeln, müssen die Umfeld-Eigenschaften positiv sein. Entscheidungen für oder gegen einen Standort fallen auf Basis des Markt- und Kundenumfelds, der Leistungsfähigkeit einer Wirtschaft, der Unterstützungsangebote, der Standortattraktivität und dem Zugang zu gut ausgebildeten Fachkräften.



Hamburg profitiert von einer starken Realwirtschaft und der Nähe zu einer Vielzahl an Kunden, Lieferanten, Hochschulen und Kooperationspartnern. Eine starke und diversifizierte Wirtschaftsstruktur sowie ein lebendiges Gründungsökosystem bilden eine gute Basis, um Geschäftsideen erfolgreich umzusetzen. Hamburg fehlt jedoch insbesondere der Zugang zu Fachkräften aus der IT-Branche. Dieses Problem teilt unsere Stadt mit vielen anderen in Deutschland, da die Informatik als Schlüsseldisziplin für Innovation und Transformation im Digitalisierungsprozess gilt. Um hier besser aufgestellt zu sein, wurde in Hamburg die Plattform „ahoi digital“ ins Leben gerufen. Gemeinsam mit den beteiligten Hochschulen (Universität Hamburg, TU Hamburg, HAW Hamburg, die HafenCity Universität Hamburg) sollte die Behörde für Wissenschaft, Forschung und Gleichstellung die Plattform im Rahmen der Gesamtstrategie „Digitale Stadt“³⁾ aufbauen – mit einem Gesamtfördervolumen von 32,9 Millionen Euro. Geplant waren 35 neue Professuren und bis zu 1.500 zusätzliche Informatik-Studienplätze. Die geplanten Professuren wurden bis heute nicht realisiert. Dies ist dringend nachzuholen und bedarf dann eines begleitenden, regelmäßigen Reportings.

4. Kapital- und Ressourcenzugang optimieren

Bestehende öffentliche Förderprogramme sollten hinsichtlich ihrer Reichweite und Förderlücke je nach Stage des Life-Cycles von Jungunternehmen optimiert und der Zugang zu notwendigen Ressourcen (u.a. Kapital, Know-How, Wissenstransfer oder „Teststationen“) verbessert werden.

Unternehmensgründungen haben für wirtschaftliches Wachstum eine enorme Bedeutung und leisten einen großen Beitrag für die Innovationsfähigkeit eines Wirtschaftsstandorts. Zugleich fördern sie den Fortschritt und sind „Marker“ in der Außenwahrnehmung als Gründungsstandort.

In Hamburg wurden im Jahr 2019 20.454 Gewerbe angemeldet⁴⁾, ein leichter Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Junge Unternehmen wirken auf die etablierte Wirtschaft ein und fordern sie mit neuen Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und Geschäftsmodellen heraus. Daher sollte es ein zentrales Anliegen der Hamburger Wirtschaftspolitik sein, mit einer verlässlichen und flexiblen Förderung der Gründungskultur wirksam zur Schaffung von Innovationskraft beizutragen. Hierfür müssen die vorhandenen Instrumente der Gründungsförderung stärker aufeinander abgestimmt und ergänzt werden. Der beispielsweise seit vielen Jahren geforderte Wachstumsfonds in Höhe von 100 Mio. Euro – als ein Baustein – hat es bis dato nicht in die Umsetzung geschafft. Bestehende innovative **Förderprogramme** sollten hinsichtlich ihrer Ausrichtung breiter ausgelegt und verstetigt werden.

Handlungsbedarf besteht bei der Unterstützung von Gründerinnen und Gründern insbesondere in der Pre-Seed⁵⁾- und Seed⁶⁾-Phase. Die Stadt hat zwar ein vielfältiges Angebot etabliert, dies gilt jedoch nur für innovative Gründungsvorhaben oder für Gründerinnen und Gründer mit einer Anbindung zu einer Hochschule. Viele andere fallen durch das Förder-Raster – insbesondere hinsichtlich der Zurverfügungstellung einer kostenlosen Infrastruktur, Räumlichkeiten oder Zugang zu einem Mentorenprogramm. Das Programm InnoFounder orientiert sich stark an digitalen Geschäftsmodellen, der InnoRampUp richtet sich ausschließlich an hochinnovative Ideen und der Innovationsstarter Fonds investiert erst in der früheren Wachstumsphase. Hier zeigt sich, dass gerade Existenzgründerinnen und -gründer im nicht digitalen oder hochinnovativem Umfeld (z.B. Food-Startups, Social

³⁾ <https://www.hamburg.de/pressearchiv-fhh/4435132/2015-01-13-bwf-digitalisierung-der-grossen-stadt/>

⁴⁾ www.statistik-nord.de/zahlen-fakten/unternehmen/gewerbeanzeigen/

⁵⁾ Die Pre-Seed-Phase beschreibt den Zeitraum vor der Gründung. In dieser Phase formiert sich das Gründungsteam, wird das Geschäftsmodell entwickelt und der Businessplan geschrieben.

⁶⁾ In der Seed-Phase (oder Early Stage) wird das Unternehmen gegründet. Es erfolgen erste Abstimmungen mit potenziellen Auftraggebern und Kapitalgebern sowie erste Schritte zur Einführung des Produkts auf dem Markt.



Entrepreneure, modernere Dienstleistungsangebote etc.) anfangs Schwierigkeiten mit der Finanzierung haben, da attraktive Förderprogramme nicht für sie gelten. Häufig bleibt nur der Weg über Gründerkredite. Diese hängen aber vom „Goodwill“ der Hausbanken, deren Glauben an die Geschäftsidee und den regulierenden Vorgaben für Banken aus EU-Richtlinien ab.

Auf Basis der Gründungsaktivität der letzten Jahre (Statistikamt Nord⁷⁾) liegen die Schwerpunkte in Hamburg vor allem im Bereich Handel, Gastronomie und Dienstleistung. Gründungen im Bereich IKT- (Informations- und Kommunikationstechnologie) und High-Tech fallen eher gering aus, werden aber mit Programmen wie EXIST, InnoFounder, InnoRampUp, Innovationsstarter Fonds oder der Gründungsplattform „beyondpilot“ durchaus gebührend unterstützt. Um vorhandene Potenziale im nichttechnologischen Bereich zu heben, sollten dringend spezielle Angebote für nicht hochinnovative Unternehmensgründungen mit Wachstumsperspektive geschaffen werden.

In der Wachstumsphase von Jungunternehmen (egal welcher Couleur) fehlen Unterstützungs- und Serviceangebote bei den öffentlichen Akteuren nahezu komplett. Auch ist in Hamburg der **Zugang zu Risikokapital** (Series A-/B-Runde⁸) für innovative Geschäftsmodelle als schwierig zu bewerten. Zwar investieren Hamburger Family Offices, Stiftungen oder private Geldgeber, jedoch in typischer „hanseatischer Understatement-Manier“, d.h., wohin welche Gelder fließen ist nicht bekannt. Der vor Jahren avisierte Wachstumsfond konnte bisher nicht

umgesetzt werden – was die Wahrnehmung dieses Fonds bei den etablierten Unternehmen eher negativ begleitet. Es ist daher anzunehmen, dass das erforderliche Kapital aus der Wirtschaft (90 Mio. Euro) nicht mehr akquiriert werden kann. Eher selten investieren in Hamburg private VC-Gesellschaften, die in der Stadt zudem nur vereinzelt zu finden sind. VCs siedeln sich primär dort an, wo viele innovative und skalierende Geschäftsmodelle zu Hause sind bzw. wo die Wahrnehmung, diese zu finden, hoch ist. Hier täte die Stadt Hamburg gut daran, sich ein klares Profil⁹ zu geben, das VCs überzeugt, sich in Hamburg zu engagieren.

Außerdem fehlt vielen Akteuren eine Orientierung, wo und zu welchen Konditionen Jungunternehmerinnen und -unternehmern **Zugang zu Ressourcen** erhalten (z.B. Labore, Messtechnik, Forschungseinrichtungen, Fertigungseinrichtungen (FabLabs), Test-Produktionsmöglichkeiten, Prototypen-Entwicklung, Serie Null-Unterstützung, Lieferanten von Kleinstserien, Gerätebaumöglichkeiten etc.). Die vorgenannten Maßnahmen zur Vernetzung und Kollaborationsförderung zwischen „Goldknöpfen und Hoodies“ könnten hier Abhilfe schaffen. Denkbar wäre darüber hinaus, analog zu einem Innovations-Fördermodell, auch Personalaufwände für neue Mitarbeiter/innen in KMU zu fördern, die sich mit dem Aufbau von entsprechenden Strukturen und der Pflege von Kooperationen mit Startups beschäftigen. Die geförderten mittelständischen Unternehmen könnten sich darüber hinaus verpflichten, im „Mentoren-Transfer-Programm“¹⁰ mitzuwirken. So könnte Hamburg gezielt Wachstums- und Innovationsimpulse fördern.

⁷ www.statistik-nord.de/zahlen-fakten/unternehmen/gewerbeanzeigen/

⁸ Vgl. <https://www.cmshs-bloggt.de/venture-capital/die-unterschiedlichen-finanzierungsrunden-von-der-seed-stage-bis-zur-later-stage/>

⁹ Siehe Handlungsempfehlungen auf Seite 5 f.

¹⁰ Siehe Handlungsempfehlungen auf Seite 8 f.

5. Jungen Gründergeist fördern



Die Gründermentalität (Gründergeist) sollte sowohl in Stadtteilschulen, in der gymnasialen Oberstufe als auch im Grund- und Hauptstudium an den Hamburger Hochschulen substantiell gefördert werden. Wichtig ist insbesondere eine nachhaltige Verankerung von Unternehmertum im Schulunterricht. Hier liegt der wichtigste Hebel für ein gedeihliches Gründungsklima und das Vorhandensein einer ausgeprägten Gründungskultur, welche wachstumsstarke und nachhaltige Existenzgründungen hervorbringt.

Es reicht nicht aus, allein auf gute Einzelprojekte zu setzen. Unternehmertum gehört systematisch in die Lehrpläne. Dies bedeutet konkret: der schulische **Lehrplan** wird um Unterrichtsstunden im Bereich **Entrepreneurship** ergänzt. Ziel sollte es sein, gründungsbezogenes Allgemeinwissen und unternehmerische Schlüsselqualifikationen zu vermitteln, um den Weg in eine Selbstständigkeit als Option zu ebnen und vorhandenen Gründergeist zu „heben“.

Unterstützt werden sollte dies von Gründerinnen und Gründern sowie Unternehmerinnen und Unternehmern, die über ihre Erfahrungen berichten. Gut wäre eine Verzahnung mit dem Schulfach „Politik, Gesellschaft, Wirtschaft“ und im digitalen Kontext mit den MINT-Fächern. Da dies maßgeblich von engagierten und motivierten Lehrern abhängt, sollte man über Möglichkeiten einer **Anreizvergütung** für **Lehrkräfte** nachdenken.

Auch für jüngere Schüler und außerhalb von Schulen und Hochschulen sollte Gründergeist frühzeitig gefördert werden. Es existieren bereits gute Ansätze und Programme in Hamburg (Junge Akademie, Futurepreneur, JUNIOR, NFTE), die sinnvoll und in Zusammenarbeit mit der Hamburger Wirtschaft ausgebaut werden müssen. Die Handelskammer Hamburg ist hier seit Jahren engagiert mit dabei.

6. Investitionsprogramm und Monitoring aufsetzen

Zur Umsetzung der vorgenannten Maßnahmen müsste die Stadt Hamburg ein Investitionsprogramm für das Thema „Gründung“ fest im Haushalt verankern sowie ein regelmäßiges Monitoring auflegen, damit Erfolge der etablierten Maßnahmen regelmäßig gemessen, verifiziert - ggf. auch nachjustiert werden können.

Mit der konsequenten zielgerichteten Umsetzung der vorgestellten fünf Forderungen könnte sich Hamburg auch langfristig an die Spitze deutscher Gründungsstandorte setzen. Dazu sind jedoch rasches Handeln und Investitionen erforderlich, denn bis dato sind die Investitionen der Stadt in die Weiterentwicklung des Gründungsstandortes deutlich geringer als in anderen Metropolen wie bspw. in München.

Um Hamburg als Gründungsstandort zu positionieren, müssten die maßgeblichen Akteure des Gründungsökosystems über ausreichende Ressourcen (finanziell, infrastrukturell und personell) verfügen können. Wir regen hier ein **Investitionsprogramm** an, welches fest ab 2021 im Haushalt und in der mittelfristigen Finanzplanung der Stadt Hamburg verankert ist.

Zudem reichen finanzielle Bekenntnisse nicht aus. Das haben die Plattform „ahoi digital“ sowie der anvisierte Wachstumsfonds bereits gezeigt. Initiierte Maßnahmen sollten regelmäßig auf Zielerreichung und Erfolg überprüft und reportet werden. Bis dato werden zwar Einzelmaßnahmen (z. B. „ahoi digital“ oder die Einrichtung der Startup Unit) definiert, jedoch nicht nachgehalten oder in eine Gesamtstrategie zum Gründungsökosystem eingebunden. Auch erfolgt keine Korrektur des eingeschlagenen Kurses bei Nichterreichung der Ziele.

Politik, Verwaltung und Wirtschaft sollten sich regelmäßig in Form eines **„Round Table“** austauschen, um sich auf einen kurz- und mittelfristigen Masterplan zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Gründungsstandorts zu verständigen.





Teil B – Aktuelle Herausforderungen Gründerinnen und Gründer in der Coronakrise

Ein lebendiges Gründungsökosystem mit einer bunten Mischung an Jungunternehmen ist ein entscheidender Faktor für die Wirtschaftskraft eines Standorts. Ausgerechnet im „Made-in-Germany-Land“ droht der Gründergeist durch die aktuelle Coronakrise zu erlöschen.



Viele Gründerinnen und Gründer fallen bislang durchs Raster der Hilfsprogramme gegen die Coronakrise. Mehr als 80 Prozent der Jungunternehmen gaben in einer Umfrage des Bundesverbands Deutscher Startups e.V.¹¹⁾ an, dass ihre Existenz durch die Pandemie bedroht sei. Fast 70 Prozent der Befragten fürchten sogar in den kommenden sechs Monaten um ihren Fortbestand. Demnach wirkt sich die Krise schon jetzt in der gesamten Breite auf das deutsche Gründungsökosystem aus, besonders in den Bereichen Dienstleistung und Touris-

mus wird eine starke Beeinträchtigung ihrer Geschäftstätigkeit gesehen. Die Studie zeigt zudem, dass Startups in allen Phasen betroffen sind: Während kleinere Startups durch den Wegfall von Messen und Veranstaltungen vom ausbleibenden Kundenkontakt bedroht sind, fürchten große Startups mit vielen Mitarbeitern vor allem um Umsätze, ihre Liquidität und das Zustandekommen künftiger Finanzierungsrunden. Auf Hilfen aus dem Schutzschirm (Bundes- und Landesmittel) können die meisten nicht zurückgreifen, Corona-Kredite der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) kommen auch nicht in Betracht, da die reine Zahlenbasis oft nicht das aktuelle, realistische Bild der Unternehmensentwicklung aufzeigt und eher ein bilanzielles Bild wirtschaftlicher Schwierigkeiten vermittelt.

Entscheidend ist daher die Sicherung der Liquidität. Niemand weiß, wie lange die Coronakrise noch andauert. Es müssen dringend weitere Maßnahmen ergriffen bzw. neue Hilfspakete für Existenzgründerinnen und -gründer geschnürt werden.

1. Liquidität für Jungunternehmen schaffen

Das Zuschussprogramm „Hamburger Corona Soforthilfe (HCS)“ muss für Jungunternehmen so erweitert werden, dass Bedingung für eine Inanspruchnahme ein tragfähiges Konzept unabhängig von der Coronakrise ist.

Derzeit sind Betriebe von der HCS ausgeschlossen, die 2019 in wirtschaftlichen Schwierigkeiten waren. Bei vielen

¹¹⁾ <https://deutschestartups.org/2020/03/31/startup-verband-legt-corona-studie-vor-jedes-siebte-startup-fuerchtet-um-die-existenz/>

Jungunternehmen ist dies aufgrund einer hohen Investitionstätigkeit, Wachstum und Fremdkapitalfinanzierung bilanziell der Fall. Wenn solche Jungunternehmen jedoch ein tragfähiges Geschäftsmodell darlegen können und lediglich formell (bilanziell) in wirtschaftlichen Schwierigkeiten sind (z. B. hohe Investitionstätigkeit im Jahr 2019 aus Fremdkapital, aufbaubedingte geringe Umsätze etc.), sollten sie **Zugang zur HCS** erhalten.



Das neue Hamburger Zuschussprogramm „Modul innovative Startups“ ist hier nicht ausreichend, denn es bedient lediglich eine sehr kleine Zielgruppe: innovative, wachstumsorientierte Startups, welche die Rechtsform einer Kapitalgesellschaft gewählt und bereits Förderprogramme (z. B. EXIST, InnoFounder, InnoRampUp, Innovationsstarter Fonds Hamburg und High-Tech Gründerfonds) in Anspruch genommen oder Beteiligungskapital in Form offener Beteiligungen oder Wandeldarlehen in Höhe von mindestens 10000 Euro extern eingeworben haben.

2. Soforthilfen auch für Neustarter ermöglichen

Von der HCS sollten auch solche Existenzgründerinnen und -gründer profitieren, die nach dem 11. März 2020 starten wollten, hierfür Kreditmittel beantragt und auch bewilligt bekommen haben. Sie konnten und können ihre geplante Selbstständigkeit nicht beginnen, wenn sie aufgrund der Allgemeinverfügung einem Tätigkeitsverbot unterliegen, aber bereits aufgrund von Verträgen Betriebsausgaben (z. B. Zinszahlungen, Miete, weitere Fixkosten) haben, bei nicht vorhandenen Umsätzen.

Der auf Bundesebene neu geschaffene „KfW-Schnellkredit“, der lediglich 25 Prozent des Jahresumsatzes in 2019 finanziert, hilft zwar einigen Jungunternehmen (Bedingung: Aufnahme der Tätigkeit spätestens zum 1.1.2019, Beschäftigung von mehr als 10 Mitarbeitern), belastet

aber ebenso wie andere Corona-Kredite die Unternehmen zusätzlich nach der Pandemie, da der Kapitaldienst die Liquidität der nächsten Jahre negativ beeinflusst. Zudem muss auch in diesem Programm seitens der Hausbank eine detaillierte Prüfung vorgenommen werden, inwiefern die Antragsvoraussetzungen (wie z. B. Anzahl der Mitarbeiter, Höhe des Jahresumsatzes 2019, Einhaltung des Kredithöchstbetrags, Gewinnerzielung in den Jahren 2017 – 2019) erfüllt sind. Erfolgt dies nicht, wird die KfW bei einem Kreditausfall keine Rückzahlung an die begleitende Bank leisten. Dies lässt erwarten, dass die Inanspruchnahme auch künftig nicht „schnell“ erfolgen kann, was bei Gründerinnen und Gründern existenziell ist.

Für die Zielgruppe der **Jungunternehmen**, die < 3 Jahre am Markt sind und weniger als 10 Mitarbeiter beschäftigen, besteht derzeit auch auf Bundesebene eine „**Förderlücke**“. Häufig reicht auch der über die HCS gewährte Zuschuss zur nachhaltigen Sicherung des Fortbestands des Unternehmens nicht aus. Diese Förderungslücke sollte dingend geschlossen werden. Hier droht ansonsten eine Insolvenzhäufigkeit und der Verlust von Jungunternehmen, die in den letzten zwei Jahren gegründet wurden. Dies würde in der vielfältigen Landschaft der Hamburger Wirtschaft einen immensen Schaden anrichten. Auch die von der Bundesregierung angekündigten neue Maßnahmen für Startups werden diese Lücke nicht schließen. Hiermit sollen nur hochinnovative Startups – vermutlich in Form von Wandeldarlehen – unterstützt werden, was die Anspruchsberechtigten dieses Programms minimiert.



¹² Restanspruch von 150 Tagen (= 6 Monate) ALG I-Bezug erforderlich, um antragsberechtigt für den Gründungszuschuss zu sein (Förderphase 1 ebenfalls 6 Monate in Höhe des ALG I).

3. Förderphase 1 des Gründungszuschusses verlängern

Gründerinnen und Gründer, die über die Agentur für Arbeit einen **Gründungszuschuss** erhalten, sollten diesen unbürokratisch automatisch verlängert erhalten – und zwar eine Verlängerung der Förderphase 1 (Arbeitslosengeld + pauschal 300 Euro Zuschuss zur Sozialversicherung pro Monat) um drei Monate (analog der pauschalen Verlängerung des ALG I-Bezugs). Zudem sollte die Voraussetzung für die Antragstellung dahingehend verändert werden, dass eine Inanspruchnahme auch dann erfolgen kann, wenn die Voraussetzung für den 150-Tage-Restanspruch¹² nicht erfüllbar ist.



Existenzgründerinnen und -gründer, die aus der Arbeitslosigkeit heraus gegründet haben, erhalten für sechs Monate einen sog. Gründungszuschuss, um die Anlaufphase zu überbrücken. So erhalten sie die Chance, ihr Unternehmen am Markt zu etablieren. Dies trägt zu mehr Dynamik bei und verhindert, dass Existenzgründerinnen und -gründer mangels vorhandener Liquidität in die Insolvenz geraten, was die Sozialkassen um ein Vielfaches belasten würde.

Jungunternehmen, deren Bezuschussungsphase für den Gründungszuschuss in den kommenden Monaten ausläuft, fehlt aktuell die notwendige Zeit (gerade bei Unternehmen, die von den Allgemeinverfügungen betroffen sind), um den Betrieb zum Laufen zu bringen. Eine unbürokratisch schnelle Hilfe für diese Zielgruppe (die auch innovative Gründungsvorhaben unterstützt) ist dringend erforderlich. Eine automatische **Verlängerung der Förderphase 1** des **Gründungszuschusses** könnte hier Abhilfe schaffen.

4. Gründertum konsequent ankurbeln

Um das **Gründertum** mittelfristig (auch nach der Corona-Zeit) zu stärken, müssen entsprechende Maßnahmen entwickelt werden. Zudem brauchen wir eine neue „**Kultur des Scheiterns**“. Hierfür muss die Politik Ansätze und Anreize schaffen.

Viele junge Unternehmen überleben die Coronakrise nicht, Existenzgründerinnen und -gründer können ihr Gründungsvorhaben nicht wie geplant umsetzen. Die Hamburger Bankenlandschaft nimmt derzeit nur in Ausnahmefällen Neukunden an (mangels hoher Belastung mit den Corona-Krediten bei den Bestandskunden). Damit steht de facto auch keine Finanzierung von Gründungsvorhaben zur Verfügung. Hamburg muss bereits heute ein **Maßnahmenpaket** entwickeln, welches das Gründertum ankurbelt und entsprechende Anreize und Unterstützungsleistungen nach der Corona-Zeit schafft.

Zudem ist ein Umdenken hinsichtlich der „Kultur des Scheiterns“ erforderlich. Es muss verhindert werden, dass gerade Jungunternehmen, welche die Coronakrise nicht überleben, zukünftig z.B. aufgrund von Schufa-Einträgen keinen Zugang mehr zu Fremdkapital erhalten. Entsprechende Ratings bzw. Scorings bei der Schufa und der Kreditreform bedürfen einer Anpassung für coronabedingte Insolvenzen.

Herausgeber:

Handelskammer Hamburg | Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg
Postfach 11 14 49 | 20414 Hamburg | Telefon 040 36138-128
Fax 040 36138-299 | gruendung@hk24.de | www.hk24.de

Redaktion:

Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung
Doreen Hotze, Jeanette Gonnermann

Autoren:

Doreen Hotze, Leiterin Abteilung Gründungszentrum / Einheitlicher Ansprechpartner
Jeanette Gonnermann, Leiterin Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung
Oliver Hammerstein, Vorsitzender Ausschuss Unternehmensgründung

Bilder:

[istock.com/DisobeyArt](https://www.istock.com/DisobeyArt) (Titel), [istock.com/Matthäus Rojek](https://www.istock.com/Matthäus_Rojek) (Seite 4),
Hamburgische Bürgerschaft/Michael Zapf (Seite 5), [istock.com/marchmeena29](https://www.istock.com/marchmeena29) (Seite 6),
John Schnobrich/unsplash.com (Seite 8), stock.adobe.com/Funtap (Seite 9),
[istock.com/RichVintage](https://www.istock.com/RichVintage) (Seite 10 oben), [istock.com/Yury Hrynevich](https://www.istock.com/Yury_Hrynevich) (Seite 10 unten),
[istock.com/ilkercelik](https://www.istock.com/ilkercelik) (Seite 11 oben), [istock.com/Nuthawut Somsuk](https://www.istock.com/Nuthawut_Somsuk) (Seite 11 unten),
[istock.com/fcafotodigital](https://www.istock.com/fcafotodigital) (Seite 12 oben), [istock.com/Wolfgang Filser](https://www.istock.com/Wolfgang_Filser) (Seite 12 unten),
[stock.adobe.com/Björn Wylezich](https://stock.adobe.com/Björn_Wylezich) (Seite 13)

Handelskammer Hamburg

Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung

Mai 2020