



Analyse des Unterstützungssystems für grüne Unternehmensgründungen in Deutschland

Endbericht zu Arbeitspaket 2.1 im Vorhaben StartUp4Climate

Verfasser:

Klaus Fichter

Ralf Weiß

Linda Bergset

Jens Clausen

Alexander Hain

Irina Tiemann

Oldenburg, Oktober 2014

Inhalt

1	Vorwort.....	5
2	Gegenstand und Zielsetzung der Untersuchung	6
3	Konzeptionelle Grundlagen	7
3.1	Das Konzept der „Green Economy“	8
3.2	Grüne Unternehmensgründungen	9
3.4	Spezifika grüner Unternehmensgründungen.....	12
3.5	Das Lücken-Konzept.....	13
4	Das Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland	15
5	Methodik der Untersuchung.....	16
5.1	Analysegegenstand	16
5.2	Erkenntnisleitende Fragestellung	16
5.3	Methodisches Vorgehen der Untersuchung.....	16
6	Gründungsförderprogramme auf Bundesebene.....	20
6.1	Ausgangssituation	20
6.2	Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	25
6.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	29
7	Regionale Wirtschaftsförderung	31
7.1	Ausgangssituation	31
7.2	Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	33
7.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	34
8	Clusterstrategien	35
8.1	Ausgangssituation	35
8.2	Defizite und Potenziale	42

8.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	44
9	Gründungswettbewerbe	45
9.1	Ausgangssituation.....	45
9.2	Defizite und Potenziale	51
9.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	54
10	Gründerpreise	56
10.1	Ausgangssituation.....	56
10.2	Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	63
10.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	67
11	Gründerzentren.....	69
11.1	Ausgangssituation.....	69
11.2	Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	74
11.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	76
12	Gründungsförderung an deutschen Hochschulen.....	78
12.1	Ausgangssituation Gründerförderung an deutschen Hochschulen.....	78
12.2	Erhebung der Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	80
12.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	88
13	Private Akteure der Gründungsfinanzierung.....	91
13.1	Ausgangssituation.....	91
13.2	Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit	93
13.3	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	95
14	Webangebote für Gründer	96
14.1	Ausgangssituation.....	96
14.2	Deutsche Entrepreneurship- und Nachhaltigkeits-Portale.....	97
14.3	Internationale Good Practice-Portale	101
14.4	Transferstrategien und Handlungsempfehlungen.....	103

15 Bedarfe und Strategien für eine verstärkte Nachhaltigkeitsausrichtung des deutschen Gründungsunterstützungssystems.....	105
15.1 Zentrale Erkenntnisse	105
15.2 Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	109
15.3 Aufgreifen der Handlungsempfehlungen	115
16 Literatur	117
17 Anhang.....	125
17.1 Interviewleitfaden für Experteninterviews.....	125
17.2 Kriterienset zur Untersuchung der Webportale	127

1 Vorwort

Die vorliegende Studie ist Bestandteil des Vorhabens „StartUp4Climate: Eine Gründerinitiative für die Green Economy“ und bildet den Endbericht zu Arbeitspaket (AP) „2.1 Analyse Anreizsystem für nachhaltige Unternehmensgründungen“. Die Ergebnisse von AP 2.1 dienen sowohl für AP 2.2, in dem die Konzeption für einen Klima-Gründerpreis entwickelt wird, als auch für die Arbeitspakete 3 bis 6, in denen praktische Instrumente und Förderformen für klimaschutzrelevante Gründungen erarbeitet werden.

2 Gegenstand und Zielsetzung der Untersuchung

Staatliche Förderprogramme, Businessplan-Wettbewerbe, Gründerpreise und andere Formen der Gründungsförderung stellen wichtige Anreize für Unternehmensgründer dar. In der Gründungsförderung sind Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsziele bislang allerdings kaum verankert. Deshalb widmet sich AP 2 des Vorhabens StartUp4Climate dem Anreizsystem für Unternehmensgründungen in Deutschland.

Vor diesem Hintergrund verfolgt die vorliegende Studie das Ziel, konkrete Ansatzpunkte für eine verstärkte Integration von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen im Anreizsystem für Unternehmensgründungen in Deutschland zu identifizieren und Handlungsempfehlungen für die weiteren Arbeitspakete in StartUp4Climate sowie relevante Akteure des Gründungs- und Innovationsförder-systems in Deutschland zu formulieren.

3 Konzeptionelle Grundlagen

Für das von der Bundesregierung gesteckte Ziel, bis 2050 die Treibhausgasemissionen in Deutschland um 80 bis 95 Prozent unter das Niveau von 1990 zu senken, reicht es nicht aus, kleinschrittige Verbesserungen zu erzielen, sondern sind größere Veränderungen und Grundlageninnovationen erforderlich. Herausgefordert ist damit insbesondere die unternehmerische Innovationskraft und Initiative. Wie die Wirtschaftsgeschichte zeigt, sind Unternehmer zentrale Motoren des Strukturwandels. Während Verbesserungsinnovationen beispielsweise im Bereich Energieeffizienz stärker von bestehenden Unternehmen vorangebracht werden, spielen Gründer und Gründungsunternehmen eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, völlig neue Wege einzuschlagen und radikal neue Lösungen auf den Markt zu bringen (Fichter & Clausen, 2013, S. 274 ff.). Hier kommt gerade Start-ups und ihren Ideen die Aufgabe zu, als Change Agents neue Technologien und Klimalösungen zu entwickeln und ihnen zum Durchbruch zu verhelfen.

Mit Blick auf die Untersuchung der Frage, in welchem Umfang sind Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen im Anreizsystem für Unternehmensgründungen in Deutschland bereits verankert sind, wo Defizite und Hemmnisse bestehen und wie diese erfolgreich beseitigt werden können, gilt es zunächst einige konzeptionelle und definitorische Grundlagen zu schaffen. Folgende Konzepte und Begriffe spielen dabei eine zentrale Rolle:

- Das Konzept der „Green Economy“: Das Vorhaben StartUp4Climate proklamiert eine Gründerinitiative für die „Green Economy“ zu sein. Zu klären ist also, was mit dem Begriff gemeint ist.
- Grüne Unternehmensgründungen: In AP 2.1 soll untersucht werden, wie das Anreizsystem für grüne Gründungen verbessert werden kann. Deshalb ist zu präzisieren, was unter „grünen“ Gründern und „grünen“ Start-ups verstanden werden soll und an welchen Stellen des unternehmerischen Prozesses Unterstützung erfolgen kann.
- Anreiz- und Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen: Wie Untersuchungen im Rahmen von AP 1 des Vorhabens SHIFT zeigen, liegen bis dato keine etablierten Konzepte für „Unterstützungssysteme“ für Unternehmensgründungen vor. Es ist deshalb hier zu klären, welches Verständnis in der vorliegenden Studie herangezogen werden soll.
- Spezifika grüner Unternehmensgründungen: Die Untersuchung geht davon aus, dass Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in das Anreiz- und Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen zu integrieren sind. Dabei ist auch zu fragen, ob es Besonderheiten grüner Gründer bzw. grüner Start-ups gibt, die bei der Ausgestaltung des Anreizsystems zu berücksichtigen sind.

- Konzept der Lücke: Die Untersuchung von Defiziten und Hemmnisse des Unterstützungssystems für Unternehmensgründungen wird erleichtert, wenn dem ein klares und einheitliches Konzept der „Lücke“ zu Grunde gelegt wird.

Auf diese Aspekte soll im Folgenden eingegangen werden.

3.1 Das Konzept der „Green Economy“

Als wirtschaftspolitisches Konzept steht seit Rio+20 die „Green Economy“ im Zentrum wirtschaftsbezogener Nachhaltigkeitsdebatten. Das von 1989 von David Pearce, Anil Markandya und Edward Barbier (Pearce, 1989) in die wirtschaftspolitische Debatte eingeführte Konzept der Green Economy hat in den vergangenen Jahren eine politische Renaissance erlebt (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) & Umweltbundesamt, 2011) und stand im Mittelpunkt der Rio+20 Konferenz der Vereinten Nationen im Jahr 2012 (United Nations, 2012). „Grundlegend für das Konzept der Green Economy ist die Erkenntnis, dass eine Wirtschaftsweise, die die natürlichen Grundlagen des Wirtschaftens zerstört, keinen dauerhaften Wohlstand schaffen kann... Denn der Verzehr von Naturkapital erzeugt nur kurzfristig Wohlstandsgewinne – langfristig gefährdet er den Wohlstand und die natürlichen Lebensgrundlagen.“ (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) & Umweltbundesamt, 2011, S. 68). Die UNEP definiert „Green Economy“ als Wirtschaftsform, „die zu mehr Wohlfahrt und sozialer Gleichheit führt und dabei Umwelt Risiken und ökologische Knappheiten deutlich reduziert“ (United Nations Environment Programme, 2011, S. 16), übersetzt durch die Verfasser). „Green Economy“ lässt sich angesichts der beschriebenen ökologischen Megatrends als eine innovationsorientierte Volkswirtschaft verstehen, die

- „schädliche Emissionen und Schadstoffeinträge in alle Umweltmedien vermeidet,
- die Kreislaufwirtschaft weiterentwickelt und regionale Stoffkreisläufe soweit wie möglich schließt,
- den Einsatz nicht erneuerbarer Ressourcen weiter (absolut) senkt,
- eine noch effizientere Nutzung von Energie, Rohstoffen und anderen natürlichen Ressourcen erreicht,
- nicht erneuerbare Ressourcen durch nachhaltig erzeugte erneuerbare Ressourcen kontinuierlich ersetzt,
- langfristig eine ausschließlich auf erneuerbaren Energien basierende Energieversorgung erreicht,
- grundsätzlich im Einklang mit Natur und Umwelt agiert und dabei die biologische Vielfalt sowie Ökosysteme und ihre Leistungen erhält und wiederherstellt.“ (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) & Umweltbundesamt, 2011, S. 68 f.)

Das Konzept der „Green Economy“ ist nicht mit dem Leitkonzept einer nachhaltigen Entwicklung gleichzusetzen, sondern vielmehr als eine wirtschaftsbezogene Teilstrategie einer Nachhaltigkeitspolitik zu verstehen.

3.2 Grüne Unternehmensgründungen

In AP 2.1 soll untersucht werden, wie das Anreizsystem für solche Gründungen verbessert werden kann, die zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit beitragen. Deshalb sind innerhalb der Gesamtmenge an Unternehmensgründungen jene abzugrenzen, denen ein Beitrag zur Green Economy attestiert werden kann. Bei der Abgrenzung und Definition „grüner“ Gründungen kann auf die konzeptionellen Vorarbeiten des Green Economy Gründungsmonitor aufgebaut werden (Weiß & Fichter, 2013). Der Green Economy Gründungsmonitor bestimmt den Beitrag von Unternehmensgründungen zur Green Economy anhand der Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen, weil diese die zentrale Leistung und Funktion von Unternehmen darstellen (Fichter, 2005, S. 56). Auf dieser Basis sollen „Start-ups für die Green Economy“ bzw. „grüne Start-ups“ hier wie folgt definiert werden:

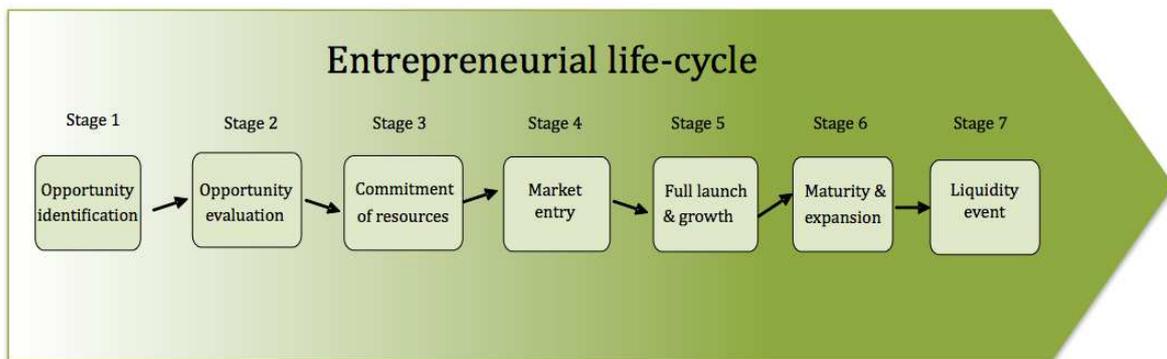
Grüne Start-ups sind junge Unternehmen, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen per Geschäftszweck einen Beitrag zu den Zielen der Green Economy leisten.

Für die operative Abgrenzung von Start-ups wurde in Anlehnung an bestehende Gründungsstatistiken festgelegt, junge Unternehmen im Alter von 0 bis 8 Jahren zu erfassen und als „Start-up“ einzustufen. „Bei grünen Start-ups unterscheidet der Gründungsmonitor zwischen Unternehmen, deren Portfolio überwiegend Produkte und Dienstleistungen anbietet, die zu den Zielen einer Green Economy beitragen („grüne“ Produkte und Dienstleistungen) und Unternehmen, bei denen grüne Produkte und Dienstleistungen nur einen Teil des Portfolios darstellen. Bei Gründerunternehmen, die überwiegend grüne Produkte und Dienstleistungen anbieten, bilden diese das „Kerngeschäft“ des Unternehmens. Als Indikator kann dafür z.B. der Umsatzanteil oder die Bedeutung der entsprechenden Produkte oder Dienstleistungen in der Unternehmenspräsentation herangezogen werden. Auch von Unternehmensgründungen, bei denen grüne Produkte und Dienstleistungen zwar nicht das Kerngeschäft, aber immerhin ein klar erkennbares und nennenswertes Nebengeschäft darstellen, geht ein Beitrag für eine Green Economy aus, zumindest solange, wie die Produkte des Kerngeschäftes diese nicht konterkarieren. Im Green Economy Gründungsmonitor werden deshalb sowohl Gründerunternehmen erfasst, bei denen grüne Produkte und Dienstleistungen das Kerngeschäft darstellen als auch solche, bei denen es ein klar erkennbares und relevantes Nebengeschäft ausmacht.“ (Weiß & Fichter, 2013, S. 27)

Mit Blick auf die Frage, an welchen Stellen des unternehmerischen Prozesses grüner Gründungen Förder- und Unterstützungsmaßnahmen ansetzen können, kann auf das Konzept „entrepreneurial

life cycle“ (Price, 2004) zurückgegriffen werden. Im Rahmen von AP 1 des Vorhabens SHIFT wurde das Konzept aufgegriffen und wie folgt adaptiert:

Abbildung 1: Konzept des unternehmerischen Lebenszyklus



Quelle: (Fichter et al., 2013, S. 106) auf Basis von (Price, 2004).

3.3 Das Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen

Das Umfeldsystem für Unternehmensgründungen lässt sich unterteilen in das marktliche Anreizsystem (Marktchancen, Marktpotenziale, Marktnachfrage etc.) auf der einen und das öffentliche und private Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen auf der anderen Seite. Beide Teile des Systems sind mit Blick auf die Entstehung und den Erfolg von Unternehmensgründungen von großer Bedeutung. Im Mittelpunkt des Interesses der vorliegenden Studie steht das öffentliche und private Unterstützungssystem. Daher soll im Weiteren ausschließlich darauf eingegangen werden.

Wie die Untersuchungen im Rahmen von AP 1 des Vorhabens SHIFT gezeigt haben, werden Begriffe wie „support system“ oder „Unterstützungssystem“ im Kontext der Entrepreneurship-, Gründungs- und Innovationsforschung bis dato nur wenig und unspezifisch genutzt (Fichter et al., 2013, S. 74). In diesen Forschungsfeldern existieren zwar bereits etablierte Konzepte wie z.B. das Konzept des Innovationssystems, des unternehmerischen Öko-Systems, der Entrepreneurial Teams oder der Innovation Communities oder auch das Triple Helix-Konzept, die Bezüge zu Unterstützungssystemen für Unternehmensgründungen aufweisen oder spezifische Teilaspekte abbilden, aber allesamt kein umfassendes und spezifisch auf Unternehmensgründungen zugeschnittenes Konzept liefern. Im Vorhaben SHIFT wurde daher aufbauend auf den Begriff des „Innovationssystems“ (Fichter, 2013, S. 43) zunächst eine allgemeine Definition für den Begriff „support system“ entwickelt (Fichter et al., 2013, S. 111). Aufbauend auf diese Definition kann der Begriff „Unterstützungssystem“ hier spezifisch auf den Kontext der Unternehmensgründung angewendet und wie folgt definiert werden:

Ein Unterstützungssystem umfasst alle Akteure, Institutionen, Ressourcen und Maßnahmen, die Gründungsinteressierte und Unternehmer bei der Identifizierung und Bewertung von Geschäftschancen, bei der Unternehmensgründung und der Vermarktung von Innovationen unterstützen. (Eigene Definition)

Mit Blick auf das Unterstützungssystem können verschiedene Differenzierungen vorgenommen werden, die für die Analyse von Bedeutung sind:

Zum einen kann kategorial zwischen Akteuren (Personen und Organisationen) des Unterstützungssystem wie z.B. Gründerzentren, Wirtschaftsfördereinrichtungen oder Hochschulen, Institutionen wie z.B. gesetzliche Regelungen, technische Standards usw., Ressourcen wie z.B. Geld, Know-how, Beziehungen oder Patentrechte sowie Maßnahmen unterschieden werden. Letztere umfassen z.B. Businessplan-Wettbewerbe, Gründerpreise oder Gründungsförderprogramme.

Zum zweiten kann zwischen „harten“ und „weichen“ Teilen eines Unterstützungssystems unterschieden werden. Zu den „harten“ Teilen lassen sich Finanzmittel, Büroräume, Labore, technische Ausstattung usw. zählen. Zu den „weichen“ Teilen wären soziale Beziehungen, Mentoring, Coaching, Fachwissen usw. zu rechnen.

Zum dritten kann zwischen formellen und informellen Teilen eines Unterstützungssystems differenziert werden. Die „harte“ Ressource Gründungskapital kann z.B. informell über „family, friends and fools“ bezogen werden, aber auch über formelle Marktbeziehungen zu Risikokapitalgesellschaften und Kreditinstituten.

Zum vierten ist das Unterstützungssystem als Mehrebenensystem zu verstehen, in dem Unterstützungsaktivitäten z.B. nach der geographischen Reichweite in nationale Ebene, Bundesländerebene und kommunale Ebene differenziert werden kann.

Zum fünften schließlich können Unterstützungsaktivitäten nach ihrem Bezug im unternehmerischen Lebenszyklus (vgl. oben) bzw. dem Innovationsprozess (F&E-Phase, Test- und Demonstrationsphase, Kommerzialisierungsphase, Diffusion) unterschieden werden.

Im Zusammenhang des hier entwickelten Konzeptes des Unterstützungssystems bedarf der Begriff der „Förderung“ bzw. des „Fördersystems“ noch der Klärung. Der Begriff der „Förderung“ wird in Deutschland typischerweise auf staatliche Einrichtungen bezogen und impliziert in der Regel eine Orientierung am Gemeinwohl oder an gesamtgesellschaftlichen Zielsetzungen. So dienen nationale Gründungsförderprogramme u.a. der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsfähigkeit eines Landes oder regionale Gründungsunterstützungsprogramme der Schaffung von Arbeitsplätzen und der Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft. Fördermaßnahmen lassen sich damit als Teil des

Unterstützungssysteme verstehen. Das Unterstützungssystem reicht aber über (staatliche) Fördermaßnahmen hinaus und umfasst auch Unterstützungsaktivitäten privater Akteure, die sich bei ihren Unterstützungsmaßnahmen in der Regel nicht (primär) am Gemeinwohl oder an gesamtgesellschaftlichen Zielsetzungen orientieren, sondern privatwirtschaftliche oder individuelle Zwecke verfolgen.

3.4 Spezifika grüner Unternehmensgründungen

Die vorliegende Studie geht davon aus, dass Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in das Anreiz- und Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen zu integrieren sind. Dabei ist auch zu fragen, ob es Besonderheiten grüner Unternehmensgründungen gibt, die bei der Ausgestaltung des Anreizsystems zu berücksichtigen sind.

Bislang liegen noch kaum Untersuchungen darüber vor, inwieweit sich Unternehmensgründungen im Bereich der Green Economy von der Gesamtheit aller Unternehmensgründungen unterscheiden. Die derzeit laufenden Untersuchungen im Vorhaben SHIFT sowie die bisherigen Dialogveranstaltungen und Recherchen im Rahmen von StartUp4Climate deuten darauf hin, dass es eine Reihe von Besonderheiten grüner Unternehmensgründungen geben könnte. Nach aktuellem Stand können diese in folgende Bereiche unterteilt werden:

Gründerspezifische Aspekte

- Hoher Anteil des Gründertyps „Mission driven“: Wie bisherige theoretische und empirische Arbeiten im Bereich der Sustainable Entrepreneurship-Forschung zeigen, haben die Gründer im Bereich GreenTec und Nachhaltigkeit durchaus sehr unterschiedliche Motivationen und strategische Orientierungen, weshalb hier verschiedene Typen von nachhaltigen Unternehmern unterschieden werden (Schaltegger, 2002; Walley & Taylor, 2002; Bergset & Fichter, 2014). Es ist zu vermuten, dass der Anteil von Gründern, die primär durch nicht-profitorientierte gesellschaftliche und nachhaltigkeitsbezogenen Zielsetzungen motiviert sind („mission driven“) im Bereich der Green Economy höher sind als in anderen Gründungsfeldern.
- Kultureller (Mis-)Fit zwischen Typ „Mission-driven“ und klassischen Förderakteuren

Technologiespezifische Aspekte

- Höherer Bedarf an F&E-Infrastruktur (Labore, Testanlagen etc.) bei energie- und materialbezogenen Hightech-Gründungen
- Lange Entwicklungsdauer bei energie- und materialbezogenen Hightech-Gründungen

- Normen, Rechtsvorschriften als Hemmnis infrastrukturbezogener Innovationen (Strom, Verkehr etc.)

Finanzierungsspezifische Aspekte

- Kultureller (Mis-)Fit zwischen Gründertyp „Mission-driven“ und klassischem Investor
- Hoher Finanzbedarf und langfristige Finanzierungsperspektive bei High-tech- und Grundlageninnovationen
- Noch sehr geringes Kapitalvolumen von auf GreenTec-/Green Economy spezialisierten Investoren
- Anreizspezifische Aspekte
- Mangelnde Daten zur Relevanz von Energie-/GreenTec-Gründungen
- Mangelnde Sichtbarkeit des Gründungsfeldes Green Economy.

Anreizspezifische Aspekte

- Mangelnde Daten zur Relevanz von Energie-/GreenTec-Gründungen
- Mangelnde Sichtbarkeit des Gründungsfeldes Green Economy.

3.5 Das Lücken-Konzept

Die Untersuchung von Defiziten und Hemmnissen des Unterstützungssystems für Unternehmensgründungen wird erleichtert, wenn ihr ein klares und einheitliches Konzept zu Grunde gelegt wird. Im Rahmen des Vorhabens SHIFT wird für die Untersuchung von Defiziten und Verbesserungsbedarfen das sogenannte „Gap“-Konzept herangezogen. Das von Gibb (1990) im Kontext der Gründungsfor- schung und von Klofsten und Mikaelsson (1996) in Bezug auf öffentliche Gründungsförderpro- gramme weiterentwickelte „Gap“-Konzept geht davon aus, dass sowohl auf der Nachfrageseite eines Unterstützungssystems, also bei den Gründungsinteressierten und Gründern, als auch auf der Ange- botsseite, also den Gründungsfördereinrichtungen, Barrieren und Hemmnisse bestehen können und daraus ein „mismatch“ im Unterstützungssystem entstehen kann.

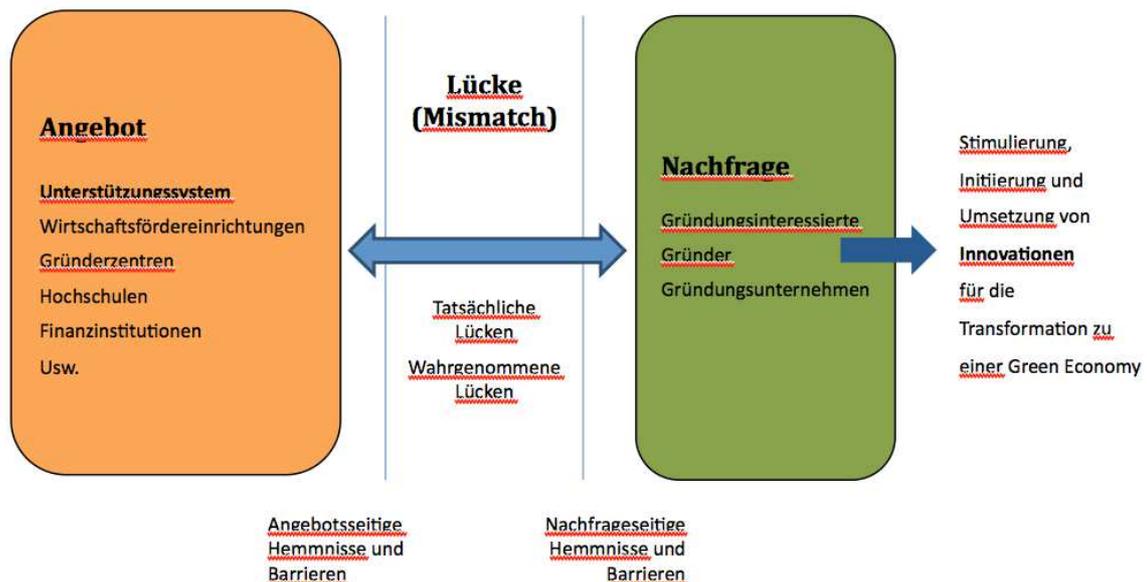
Mögliche Hemmnisse auf der Nachfrageseite können sein, dass es Unternehmern oder Gründern an Zeit für Beratung und Unterstützungsangebote mangelt oder auch an der Wertschätzung derselben. Ein Hemmnis kann auch darin bestehen, dass viele Praktiker das Prinzip Learning-by-doing bevorzu- gen und die „Klassenraum“-Situation bestimmter Beratungs- oder Qualifizierungsmaßnahmen eher meiden. Eine Barriere kann auch darin liegen, dass Förder- und Unterstützungsprogramme bei Grün- dungsinteressierten oder Gründern schlicht nicht bekannt sind.

Hemmnisse auf der Angebotsseite können darin begründet sein, dass bei Unterstützungsorganisationen Personen tätig sind, die keine Unternehmens- oder Gründungserfahrung haben. Ein anderes Hemmnis kann in der falschen Einschätzung von Fördereinrichtungen liegen, worin der Bedarf bei Gründern liegt (Fichter et al., 2013, S. 116).

Eine wichtige Unterscheidung im Lückekonzept besteht in der Differenzierung zwischen „tatsächlichen“ Lücken und „wahrgenommenen“ Lücken. Während das Fehlen von Risikokapitalgebern in Deutschland für Grundlageninnovationen im Energiebereich, die durch hohe Entwicklungskosten und lange Entwicklungszeiten gekennzeichnet sind, eine tatsächliche Lücke wäre, kann die Unkenntnis von existierenden staatlichen Förderprogrammen bei Gründern als eine „wahrgenommene“ Lücke charakterisiert werden.

Die Lücke zwischen der Angebots- und Nachfrageseite im Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen lässt sich auch fehlende (An-)Passung oder Neudeutsch als „Mismatch“ bezeichnen.

Abbildung 2: Das Lückekonzept

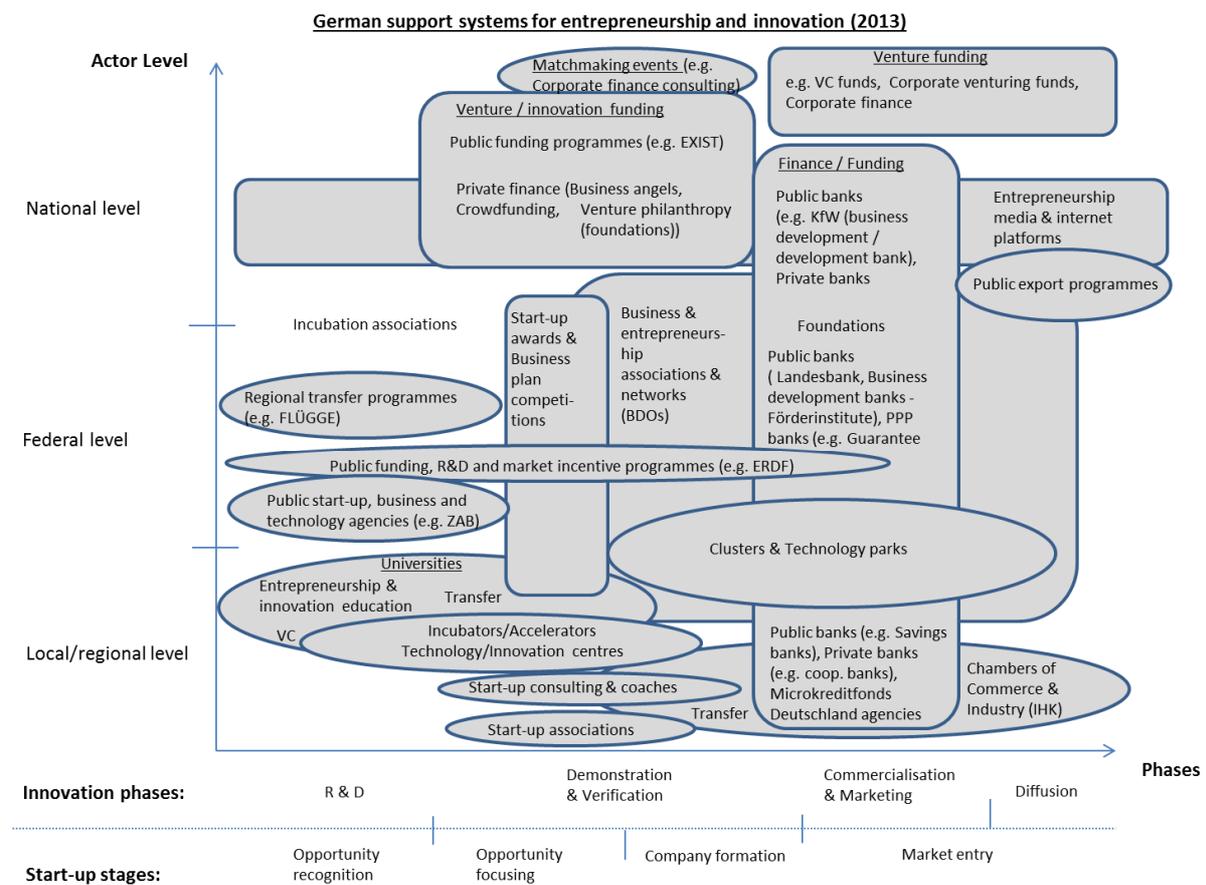


Quelle: Eigene in Anlehnung an (Fichter et al., 2013, S. 115).

4 Das Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland

Während für staatliche Gründungsfördersysteme zum Teil schon differenzierte Klassifizierungen und Untersuchungen vorliegen (z.B. für die Förderprogramme mit Relevanz für Ausgründungen aus Hochschulen auf Bundes- und Landesebene (Kulicke, Dornbusch, Kripp & Schleinkofer, 2012, S. 32), konnten bei den Recherchen im Vorhaben SHIFT und StartUp4Climate bis dato keine umfassenden Strukturierungen und Darstellungen des Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland identifiziert werden. Im Rahmen von AP 1 des Projektes SHIFT wurde daher ein eigener Entwurf zur Darstellung des deutschen Unterstützungssystems entwickelt (Fichter et al., 2013, S. 11). Dieses stellt das Unterstützungssystem als Mehrebenensystem dar (nationale Ebene, Bundesländerebene und kommunale Ebene) und ordnet verschiedene Unterstützungsakteure und –maßnahmen auf einer Zeitachse verschiedenen Gründungsphasen (basierend auf dem Konzept des unternehmerischen Lebenszyklus, vgl. Kapitel 3.2) bzw. verschiedenen Innovationsphasen zu.

Abbildung 3: Das Unterstützungssystem für Unternehmensgründung und Innovation in Deutschland



Quelle: (Fichter et al., 2013, S. 11)

5 Methodik der Untersuchung

5.1 Analysegegenstand

Das Umfeldsystem für Unternehmensgründungen lässt sich unterteilen in das marktliche Anreizsystem (Marktchancen, Marktpotenziale, Marktnachfrage etc.) auf der einen und das öffentliche und private Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen auf der anderen Seite. Beide Teile des Systems sind mit Blick auf die Entstehung und den Erfolg von Unternehmensgründungen von großer Bedeutung. Die vorliegende Studie beschäftigt sich allerdings ausschließlich mit dem öffentlichen und privaten Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen, da diese im Mittelpunkt des Vorhabens StartUp4Climate liegen. Analysegegenstand der vorliegenden Studie ist also das öffentliche und private Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland.

5.2 Erkenntnisleitende Fragestellung

Leitfrage der Untersuchung ist die folgende: In welchem Umfang sind Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen im Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland bereits verankert, wo bestehen Defizite und Hemmnisse und wie können diese erfolgreich beseitigt werden?

5.3 Methodisches Vorgehen der Untersuchung

Auf Basis der erarbeiteten Konzeption des öffentlichen und privaten Unterstützungssystems für Unternehmensgründungen in Deutschland (vgl. Kapitel 3) wurden folgende Förderakteure und Unterstützungsformen als besonders relevant für die Integration von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in der Gründungsunterstützungssystem bewertet:

- Gründungsförderprogramme auf Bundesebene
- Regionale Wirtschaftsförderung
- Clusterstrategien
- Gründungswettbewerbe
- Gründerpreise
- Gründerzentren
- Gründungsförderung an deutschen Hochschulen
- Private Akteure der Gründungsfinanzierung
- Webangebote für Gründer.

Auf dieser Basis wurde festgelegt, das Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland durch eine vertiefende Analyse dieser als besonders relevant identifizierten Förderakteure und Unterstützungsformen zu untersuchen.

Für die Untersuchung der einzelnen Akteure und Unterstützungsformen wurde ein einheitliches Analyseraster und für die Darstellung der Ergebnisse eine ungefähre Seitenanzahl festgelegt. Die Analyse und Ergebnisdarstellung ist in folgende drei Abschnitte unterteilt:

- (1) Ausgangssituation
- (2) Defizite und Potenziale für die Integration von Nachhaltigkeitsanforderungen
- (3) Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Zunächst erfolgte in Rahmen einer Literatur- und Internetrecherche eine Analyse der aktuellen Situation der Gründungsförderung mit dem Schwerpunkt auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit der oben genannten Förderakteure und Unterstützungsformen. Da bisher nur eine eingeschränkte fundierte Informationsbasis zur Abbildung der Gesamtsituation für viele Förderakteure existiert, wurde auf die explorative Methode der Experteninterviews zurückgegriffen (Bogner & Menz, 2002, S. 37).

Bei der Analyse der Ideen- und Gründungswettbewerbe, der Gründungsförderung an Hochschulen, der privaten Akteure der Gründungsfinanzierung und der Webangebote für Gründer wurde abweichend von der Grundmethodik vorgegangen. Bei den Beiden zuletzt genannten erfolgten keine Experteninterviews. Die ausführliche Beschreibung der abweichenden Methodik ist in den zugehörigen Kapiteln zu finden.

Für die Experteninterviews wurde basierend auf bisherigen Erkenntnissen aus der Literatur- und Internetrecherche ein Interviewleitfaden erstellt (vgl. Anhang 17.1). Zum einen wurde die Forschungsfrage in mehrere Leitfragen differenziert. Zum anderen wurden Thesen gebildet, die in Form von Validierungsfragen überprüft worden sind (vgl. Anhang 17.1). Die Auswahl der Experten erfolgte auf Basis inhaltlicher, methodischer und forschungspraktischen Gesichtspunkte. Folgende Fragen wurden dabei in Anlehnung an Gorden berücksichtigt (Gorden, 1975, S. 196–197):

- Wer verfügt über die relevanten Informationen?
- Wer ist am ehesten in der Lage, präzise Informationen zu geben?
- Wer ist am ehesten bereit, Informationen zu geben?
- Wer von den Experten ist verfügbar?

Die Interviews wurden leitfadengestützt durchgeführt. Insgesamt wurden 22 Experten (drei bis vier Experten pro Förderakteur/-form befragt. Die Interviews erfolgten telefonisch und dauerten im

Schnitt 30 Minuten. Die Dokumentation erfolgte, wie in der Literatur empfohlen, durch eine Audioaufnahme (Meuser & Nagel, 2002, S. 83).

Tabelle 1: Interviewte Experten und Codierung für die Nennung in der Studie

Code-Name	Anonymisierte Funktion und Organisation
Gründungsförderprogramme auf Bundesebene	
Experte BN1	Ansprechpartner für Gründungsförderprogramme eines Projektträgers des Bundes
Experte BN2	Ansprechpartner für das Thema Gründung eines vom Bund geförderten Wirtschaftsforschungseinrichtung
Experte BN3	Gründungsberater eines Innovations- und Gründungszentrums einer Hochschule
Experte BN4	Gründungsberaterin eines Gründungs- und Innovationszentrum einer Hochschule
Regionale Wirtschaftsförderung und Clusterstrategien	
Experte CL 1	Forscher einer staatlichen Hochschule mit Lehr- und Forschungsschwerpunkt Clustermanagement
Experte CL 2	Clustermanager
Experte CL 3	Clustermanagerin
Experte CL 4	Gründungsförderer
Gründungswettbewerbe	
Experte GW 1	Professor einer staatlichen Hochschule mit Lehr- und Forschungsschwerpunkt Entrepreneurship
Experte GW 2	Gründungsförderer einer Wirtschaftsfördergesellschaft
Experte GW 3	Gründungsförderer einer Wirtschaftsfördergesellschaft
Gründerpreise	
Experte SP 1	Vorstand und Organisator eines nationalen Nachhaltigkeitspreises
Experte SP 2	Initiator und Organisator eines spezialisierten Gründerpreises
Experte SP 3	Koordinatorin eines spezialisierten Innovationspreises
Gründerzentren	
Experte GZ 1	Geschäftsführer eines diversifizierten kommunalen Gründerzentrums
Experte GZ 2	Leiterin eines spezialisierten kommunalen Gründerzentrums
Experte GZ 3	Ehem. Geschäftsführer eines spezialisierten kommunalen Gründerzentrums
Experte GZ 4	Stellvertretende Leiterin eines spezialisierten privaten Gründerzentrums
Gründungsförderung an deutschen Hochschulen	
Experte HS1	Professorin einer staatlichen Universität mit Lehr- und Forschungsschwerpunkt Entrepreneurship
Experte HS2	Professor einer staatlichen Fachhochschule für Entrepreneurship und Leiter des Bereichs Gründungsförderung des angegliederten Gründungszentrums
Experte HS3	Professor einer staatlichen Universität mit Lehr- und Forschungsschwerpunkt Entrepreneurship und Innovationsmanagement und Leiter eines angegliederten Gründungszentrums
Experte HS4	Professor einer staatlichen Fachhochschule mit Lehr- und Forschungsschwerpunkt Marketing und Entrepreneurship und Leiter des angegliederten Gründungszentrums

Die Auswertung der Interviews erfolgte im Rahmen einer zusammenfassenden Transkription. Auf vollständige Transkription wurde verzichtet, da die Menge an Informationen unter den Interviewpartnern stark variiert hat (Bogner & Menz, 2002, S. 83). Aus der Transkription der Einzelinterviews wurden für die Forschungsfrage relevanten Informationen extrahiert und in einem zusammenfassenden Dokument pro Förderakteur/-form aufgearbeitet. Die wesentlichen Erkenntnisse wurden anschließend in die jeweiligen Kapitel der vorliegenden Studie aufgenommen und diskutiert. Darauf basierend wurden in den jeweiligen Kapiteln pro Förderakteur/-form die Handlungsergebnisse abgeleitet.

Insgesamt konnte eine gute Basis an Informationen gewonnen werden, die eine wichtige Wissenslücke schließt. Da pro Förderakteur/-form mehrere Experten befragt worden sind, kann von einem differenzierten Informationsgewinn ausgegangen werden. Zum großen Teil wurden übereinstimmende Informationen gegeben, die auf ein allgemeingültiges Bild hinwiesen. Teilweise wurden ergänzende aber auch kontroverse Aussagen gemacht, die im vorliegenden Papier ausführlich diskutiert werden. Zu berücksichtigen ist auch, dass bei den Experteninterviews, wie bei jeder Interviewsituation, individuelle und wechselseitige Interpretationen von Aussagen eine große Rolle spielen. Im Rahmen dialogischer Auseinandersetzung wurde versucht, die Aussagen der Experten durch Nachfragen zu validieren. Die Überprüfung der Ergebnisse durch die Zusendung der Transkription an die Experten wurde aufgrund von zeitlichem Mangel der Experten verzichtet.

6 Gründungsförderprogramme auf Bundesebene

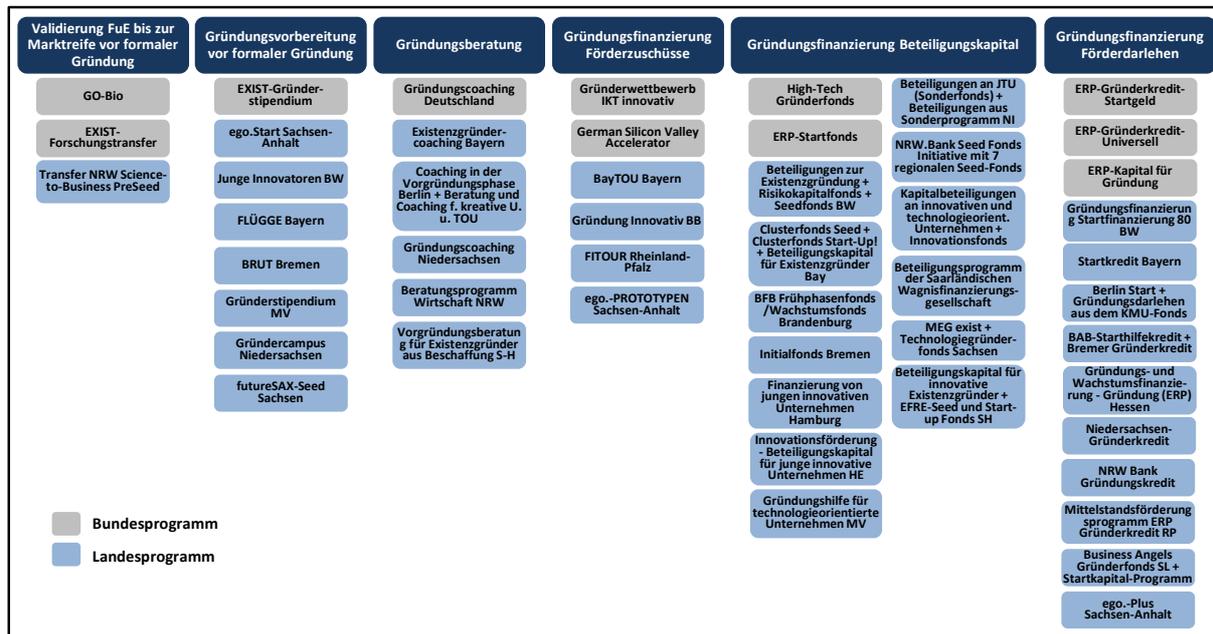
6.1 Ausgangssituation

Es gibt zahlreiche Förderprogramme und Finanzhilfen, die Gründer bei der Existenzgründung und Existenzfestigung unterstützen. Gefördert werden im Rahmen von Zuschüssen, Darlehen, Bürgschaften, Beteiligungen oder Garantien beispielsweise die Gründungs- und Festigungsinvestitionen, Betriebsmittel, Beratungen und Schulungen sowie Gründungsstrukturen und Gründungsnetzwerke. Über die Förderdatenbank des BMWi sind für Existenzgründer 18 bundesweite und 173 länderspezifische Förderprogramme zu finden (BMWi, 2014) (BMBF, 2012). Als Beispiele für die bundesweiten Programme sind der Gründungszuschuss von Bundesagentur für Arbeit, günstige Gründerkredite der KfW Bankgruppe oder der Gründerwettbewerb - IKT Innovativ zu nennen. Auf der Länderebene gibt es unter anderem zahlreiche Förderprogramme der verschiedenen Landesbanken wie z.B. BAB-Starthilfekredit der Bremer Aufbau-Bank GmbH. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Förderprogramme auf der kommunalen Ebene.

Besonders große Potenziale zeigen wissensintensive und technologisch anspruchsvolle Gründungen. Gerade diese Gründungen weisen häufig hohes Innovationspotenzial auf und generieren neuartige Technologien, Produkte und Dienstleistungen. Wichtige Rolle spielen dabei die Hochschulen. Traditionell bilden die Hochschulen das Rückgrat des deutschen Forschungssystems. Diese herausragende Stellung wird durch die thematische und methodische Breite der Hochschulforschung begründet und durch die Nachwuchsförderung abgesichert. „Als Träger des größten und zugleich umfassendsten Potenzials der öffentlich finanzierten Forschung in Deutschland sowie als Basis und wichtigste Knotenpunkte des deutschen Forschungssystems kommt den Hochschulen eine zentrale Rolle zu.“ (BMBF, 2012, S. 57). Die Bedeutung von Hochschulen für Forschung und Innovation lässt sich u.a. daran erkennen, dass die jährlichen Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) mit 11,8 Mrd. Euro (2009) höher liegen als bei allen anderen öffentlichen Forschungseinrichtungen in Deutschland zusammen (BMBF, 2012, S. 52). Damit spielen die Hochschulen zusammen mit der Wirtschaft, die jährlich 45,3 Mrd. Euro (2009) für F&E ausgibt, die zentrale Rolle im deutschen Forschungs- und Innovationssystem.

Die besondere Rolle der Hochschulen spiegelt sich auch in der Vielzahl an Förderprogrammen für Gründer aus dem Hochschulumfeld. In Abbildung 4 sind relevante Förderprogramme für Gründungen aus den Hochschulen auf Bundes- und Landesebene dargestellt.

Abbildung 4: Förderprogrammen mit Relevanz für Ausgründungen aus Hochschulen auf Bundes- und Landesebene



Quelle: (Kulicke et al., 2012, S. 32)

Eines der bedeutendsten Förderprogramme für Gründungen aus den Hochschulen stellt das EXIST-Förderprogramm dar. Darauf wird im Folgenden im Detail eingegangen.

Die Bundesregierung fördert seit 1998 mit dem Programm „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“¹ Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen. Das Hauptziel ist es, an Hochschulen eine Kultur der unternehmerischen Selbständigkeit zu festigen, den Unternehmergeist zu stärken und die Vielfalt und Qualität technologieorientierter und wissensbasierter Unternehmensgründungen aus der Wissenschaft zu steigern. EXIST besteht aus drei Programmlinien (EXIST-Gründungskultur, EXIST-Gründerstipendium und EXIST-Forschungstransfer) und wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) mitfinanziert (BMW, 2013, S. 4; Kulicke & Krauss, 2005, S. 1 f). Seit 1998 haben das BMWi und zuvor das BMBF im Rahmen des Programms EXIST-Gründerkultur in vier EXIST-Phasen (EXIST I, EXIST II, EXIST III und EXIST-Gründerhochschule) insgesamt 127 Hochschulen (vgl. Abbildung 5) mit circa 110 Millionen Euro unterstützt.

¹ Bis 2006: „Existenzgründungen aus den Hochschulen“ und Ressortzuständigen beim BMBF; seit 2006 liegt die Ressortzuständigkeit beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

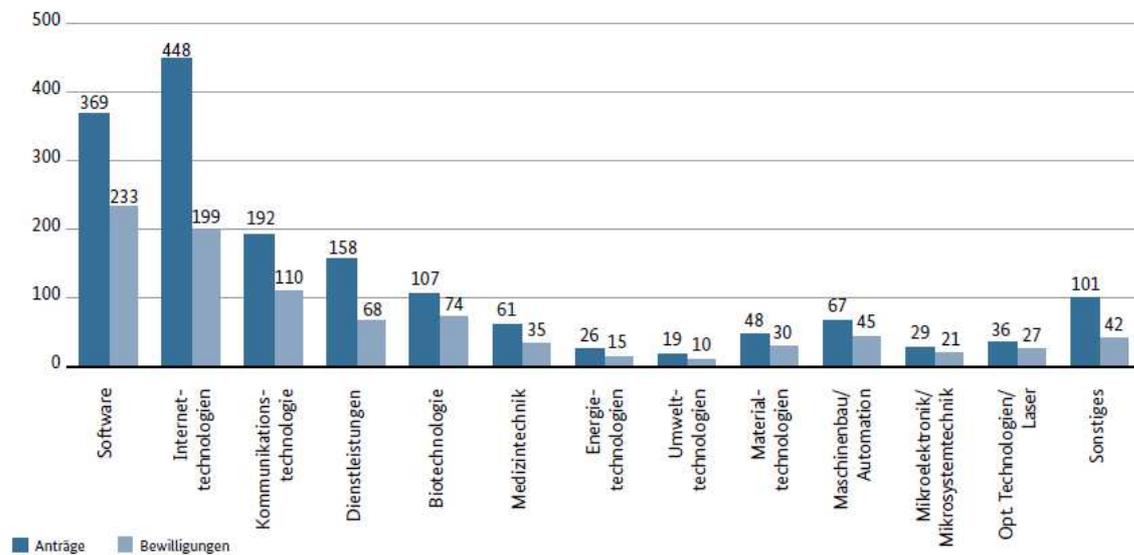
aktuell laufenden Programm „EXIST-Gründungskultur – Die Gründerhochschule“ steht die Entwicklung einer hochschulweiten Strategie zu Gründungskultur und Unternehmergeist im Fokus. (BMW, 2013, S. 6). Anknüpfend an das Programm EXIST-Gründerkultur, das bundesweit Schaffung einer Infrastruktur abzielt, stellen EXIST-Gründerstipendium und EXIST-Forschungstransfer eine individuelle Förderung von Gründungsvorhaben dar. Sie sollen Gründer dabei helfen, den wichtigen Übergang von einer rein wissenschaftlichen zu einer unternehmerischen Tätigkeit zu bewältigen.

Das EXIST-Gründerstipendium² unterstützt seit dem Jahr 2007 Gründer an Hochschulen und Forschungseinrichtungen während der Vorgründungsphase (PreSeed-Phase). Im Vordergrund stehen die Erstellung eines marktfähigen Businessplans und die Entwicklung einer innovativen Produkt- oder Dienstleistungsidee bis zur Marktreife. Das EXIST-Gründerstipendium richtet sich an Studierende, Absolventen und wissenschaftliche Mitarbeiter. Die Förderung wird als einjähriges Stipendium an die Mitglieder eines Gründungsteams von bis zu drei Personen vergeben (BMW, 2013, S. 7–8).

Seit Programmstart in 2007 bis Dezember 2012 wurden 909 Gründungsvorhaben mit 70 Millionen Euro unterstützt (durchschnittlich 80.000 Euro pro Projekt). Pro Jahr werden rund 170 neue Vorhaben gefördert. Wichtigste Technologiefelder sind die Bereiche Software, Hardware, Internet und Kommunikationstechnologien (IKT) (BMW, 2013, S. 7). Auch wenn Umwelt- und Energietechnologien den geringsten Anteil ausmachen (von insgesamt 909 Gründungsvorhaben 15 im Bereich „Energietechnologien“ und 10 „Umwelttechnologie“) kann auf Basis dieser Technologiefeldklassifizierung keine Aussage darüber getroffen inwiefern mit diesem Programm auch die Vorhaben im Bereich der Green Economy gefördert worden sind.

² Von 2000 bis 2007 EXIST-SEED, seit 2007 EXIST-Gründerstipendium (Kulicke und Krauss 2005, S. 2 f).

Abbildung 6: EXIST-Gründerstipendium: Anträge und Bewilligungen nach Technologiefeldern



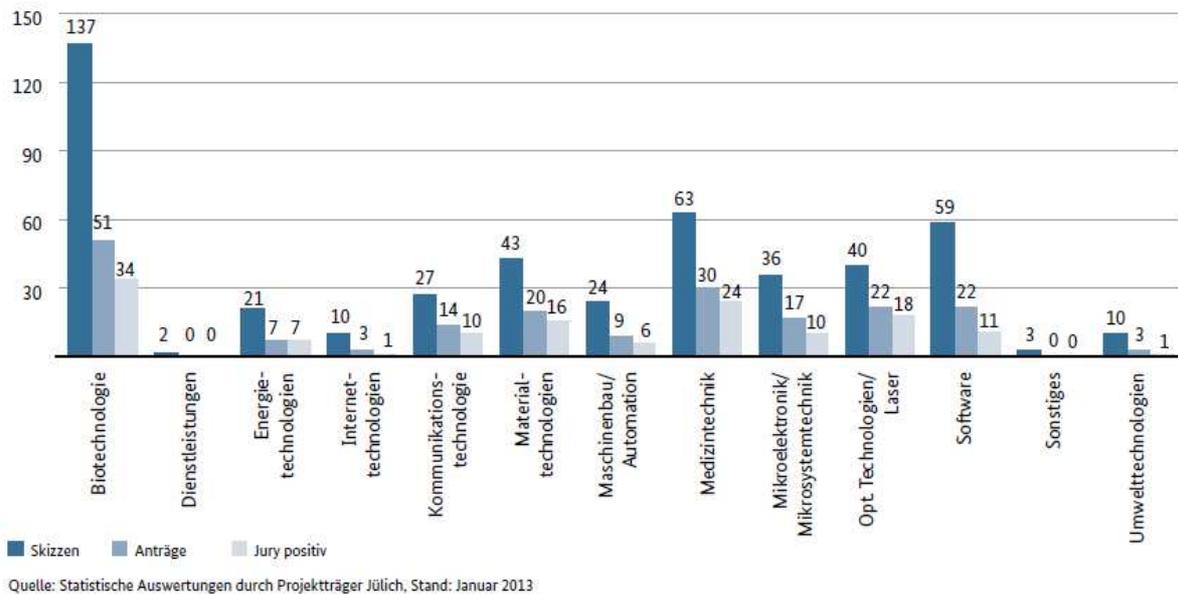
Quelle: Statistische Auswertungen durch Projektträger Jülich, Stand: Januar 2013

Quelle: (BMWi, 2013, S. 7)

EXIST-Forschungstransfer richtet sich an Wissenschaftler und fördert technisch besonders anspruchsvolle Gründungsvorhaben in der PreSeed- und Seed-Phase. Pro Jahr werden bundesweit rund 25 Vorhaben aus abgeschlossenen Forschungsprojekten gefördert, die noch erhebliche, risikobehaftete Entwicklungsarbeiten bis zur Marktreife erfordern. Die Förderung beträgt in der gründungsvorbereitenden Entwicklungsphase durchschnittlich 400.000 Euro. Für die anschließende Gründungsphase werden weitere 150.000 Euro vom BMWi bereitgestellt, um den Unternehmensaufbau und die Investorensuche für die Anschlussfinanzierung zu ermöglichen.

EXIST-Forschungstransfer startete im Jahr 2007. In bislang neun Antragsrunden wurden bis Dezember 2012 insgesamt 138 Projekte zur Förderung ausgewählt. In der anschließenden Gründungsphase wurden 65 Unternehmen ausgesucht. Wichtigste Technologiefelder sind die Bereiche Biotechnologie, Medizintechnik, optische Technologie und Lasertechnik sowie Materialtechnologien. Auch hier machen die Technologiefelder Umwelt und Energie einen sehr geringen Anteil aus (BMWi, 2013, S. 7–8). Auch hier machen die Vorhaben aus den Technologiefeldern „Energietechnologie“ „Umwelttechnologie“ nur einen geringen Anteil aus. Eine Aussage darüber, wie groß der Anteil der Vorhaben im Bereich der Green Economy ausmacht, kann auf Basis dieser Technologiefeldklassifizierung nicht eindeutig getroffen werden.

Abbildung 7: EXIST-Forschungstransfer: Skizzen, Anträge und positive Jurypvoten nach Technologiefeldern



Quelle: (BMW, 2013, S. 7)

6.2 Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Beide Förderprogramme „Gründerstipendium“ und „Technologietransfer“ stellen einen technologieoffenen Förderansatz dar. Gründungsvorhaben beispielsweise aus dem Bereich der „Green Tech“ werden nicht gezielt angesprochen. Insgesamt kann auf Basis dieser Daten nicht eindeutig festgestellt werden, welchen Anteil die geförderten Gründungsvorhaben im Bereich der Green Economy durch diesen unspezifischen Förderansatz ausmachen. Laut Experten BN1 sind unter den geförderten Projekten einige grüne Start-ups, die anderen Technologiefeldern, wie beispielsweise der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT), zugeordnet werden.

Trotz des technologieoffenen Ansatzes, existieren auf der Bundesebene zwei technologiebezogene Förderprogramme für Gründungen aus dem Hochschulumfeld. Es handelt sich dabei um die spezifische Förderung von dem Technologiefeld „Biotechnologie“ und „IKT“. Das BMBF unterstützt im Rahmen des Fachprogramms „BioÖkonomie 2030“ mit dem Wettbewerb „GO-Bio“ im Bereich der Biotechnologie forschende Wissenschaftler. Gefördert werden an einer Unternehmensgründung interessierte Teams, die in einer Arbeitsgruppe innovativen Forschungsthemen aus dem Gebiet der Lebenswissenschaften entwickeln und zielgerichtet einer wirtschaftlichen Verwertung zuführen. (BMBF, 2014). Der Experte BN1 begründete diese spezifische Förderung auf Basis der besonderen Herausforderungen für Gründungen im Technologiefeld „Biotechnologie“. Insbesondere seien die langen Entwicklungszeiten von Pharmazeutika und Diagnostika ein wichtiger Grund für die spezifische Förderung.

Für IKT-Gründungen gibt es zwei spezifische Förderansätze: Den Ideenwettbewerb „Gründerwettbewerb IKT innovativ“ und das Mentorenprogramm „German Silicon Valley Accelerator“. Für die gezielte Förderung der Gründungen aus dem Technologiefeld IKT durch die zwei Förderansätze nannten die Experten BN2 und BN4 folgende Argumente. „Die IKT-Technologie sei eine branchenübergreifende und zukunftsweisende Technologie, die eine hohe Bedeutung auch in internationalem Kontext hat.“ Der Experte BN 1 betonte, es gebe wesentliche Unterschiede zwischen der Förderung durch Wettbewerbe/ Mentorenprogramme und der finanziellen Förderung durch Zuschüsse. Denn Wettbewerbe hätten die Funktion zu mobilisieren. Dies würde bei den IKT-Gründungen auch gut funktionieren, weil diese im Bereich Software keine kostenintensiven und risikoreichen Pilotphasen haben. Für eine Hardware Gründung (wie beispielweise Green Tech) würde so ein Wettbewerb nicht genügen, weil darüber hinaus auch zusätzliche finanzielle Förderung in der Pilotphase erforderlich wäre.

Neben den EXIST-Programmen gibt es weitere bundesweite Förderansätze, die sich auf die Finanzierung sowie Beratung während oder nach der SEED Phase konzentrieren. Zu nennen sind die „High-Tech Gründerfonds“ und „INVEST - Zuschuss für Wagniskapital“ von BAFA. Darüber hinaus bietet die KfW Bank drei Förderprogramme für Gründer: das „Gründungscoaching Deutschland“, die „ERP-Gründerkredite“ und den „ERP Startfond“. Auch bei diesen Programmen gibt es keinen Fokus auf grüne Gründungen. Allerdings ist anzumerken, dass die KfW Bank einige Programme im Bereich Energie und Umwelt für bestehende Unternehmen und KMUs anbietet. Beispiele sind das „KfW Umwelt-“, das „KfW-Energieeffizienz“- oder das „BMUB-Umweltinnovationsprogramm“ sowie die „KfW-Finanzierungsinitiative Energiewende“. Ein weiteres relativ neues Programm von der KfW für den Mittelstand, „Finanzierung von Sozialunternehmen“, hat den Schwerpunkt auf Sozialunternehmen. Sozialunternehmen sind dabei als Unternehmen mit einem innovativen Geschäftsmodell, welches gesellschaftliche Probleme in Deutschland (z.B. in den Bereichen Bildung, Familie, Umweltschutz, Armutsbekämpfung, Integration) löst, definiert. Gefördert werden im Rahmen einer Beteiligung bis zu 200.000 € Eigenkapital. Die Gründungsfinanzierung ist hier von ausgeschlossen.

Insgesamt konnten die Experten bestätigen, dass zum aktuellen Zeitpunkt keine spezifischen Förderprogramme des Bundes für Gründung im Bereich der „Green Economy“ existieren. Experte BN1 erörterte zusätzlich, dass Bundesförderprogramme in erster Linie technologieoffen seien und weder Einschränkungen noch Präferenzen bzgl. der Technologiefelder hätten, da die Volkswirtschaft Gründungen in allen Bereichen benötige. Es gebe aber Ausnahmen, die sinnvoll wären. Der Experte BN 2 merkte an, dass es zwar keine speziell auf Gründer gerichtete Förderung mit dem Fokus auf die Green Economy gebe aber durchaus Bundesprogramme für den Mittelstand, durch welche auch die

Gründer angesprochen werden. Z.B. Das Programm KMU-innovativ: Ressourcen und Energieeffizienz vom BMBF.³

Als Barrieren und Hemmnisse wurden folgende Themen gesehen. Experte BN3 vermutete, das Potenzial der Green Economy wäre bisher nicht erkannt worden. Unter anderem deswegen, weil die Zuordnung der unterschiedlichen Branchen zu der Green Economy nicht trivial wäre. Auch Experte BN1 fragte sich, was zur Green Economy dazu gehöre. Wenn er sich die von EXIST geförderten Projekte aus dem Technologiebereich IKT anschaute, fände er viele Gründungen, die er auch der Green Economy zuordnen würde.

Experte BN 4 vermutete die Annahme seitens des Bundes gewisse Abdeckung mit bestehenden branchenunspezifischen Programmen wie EXIST und thematisierte aber auch eine zu langsame Umsetzung wichtiger Trends in den Programmen des Bundes. Experte BN2 führte als einen Erklärungsgrund an, dass die stärkere Interessenbeachtung bestimmter Branchen zur Unzufriedenheit anderer Branchengruppen führen könnte und somit bisher vermieden werde.

Zur Überwindung der genannten Barrieren wurden nur wenige Ansätze angeführt. Wichtig wäre Potenziale und die Relevanz der Green Economy aufzuzeigen und bekannt zu machen.

Die These 1, dass die Gründungsförderung auf Grund der zu gewährleistenden Chancen- und Wettbewerbsgleichheit nicht branchen- und tätigkeitsspezifisch sein dürfe, wurde kontrovers diskutiert. Einerseits gibt es Argumente für die Chancen- und Wettbewerbsgleichheit der Rahmenbedingungen für alle Gründungen. Andererseits sind aber diese nicht immer gegeben, weil es spezifische Rahmenbedingungen und Anforderungen für Gründungen aus den unterschiedlichen Branchen und Technologiefeldern gibt. So wiesen Gründungen im Energiebereich häufig die gewünschten Durchbruchinnovationen auf, hätten aber auch hohen Kapitalbedarf für Anlageninvestitionen und ähnliches, welcher durch bisherige Förderprogramme sichergestellt werden könne. Daher wurde auch das Budget der bestehenden EXIST Programme (Gründerstipendium und Technologietransfer) für Anlageninvestitionen, Materialien und Aufträge für Pilotanlagen und Demonstrationsversuche angehoben. Damit würde eine Förderung auch für Gründungen im Bereich der Green Tech, Energie oder Life Sciences erfolgen. Da die Förderung weiterhin technologieunspezifisch bliebe, würden allerdings auch andere anlagenintensive Gründungen davon profitieren.

Die These 2 wurde von drei Experten bestätigt. Die spezifische Förderung der Gründungen im Bereich der „Green Economy“ ist auf Grund der hohen wirtschaftlichen Bedeutung der „Green Economy“ aus

³ Gefördert werden hier innovative KMUs, die sich am Markt der Effizienztechnologie etablieren bzw. ihre Position ausbauen wollen. Wichtige Kriterien für positive Förderentscheidung sind Exzellenz, Innovationsgrad und Bedeutung des Beitrags zur Lösung aktueller gesellschaftlich relevanten Fragestellung.

Sicht der Experten sinnvoll. Experte BN1 wies darauf hin, dass es wichtig wäre konkrete Förderlücken aufzuzeigen. Denn mit dem EXIST-Programm würde die Gründungsförderung in der Phase „PreSeed“ auch für Gründungen im Bereich der Green Economy gut abgedeckt. Im Gegensatz beobachtete er, dass zu wenig gute grüne Gründungen aus dem Hochschulumfeld kommen und das Programm hier noch nicht ausgeschöpft sei. Sein Hinweis ist, dass die Hochschulen hier mehr tun müssten.

Die beiden Experten BN 3 und 4 bestätigten die These 3, dass eine speziell auf die Themenfelder wie Klimaschutz und Energieeffizienz zugeschnittene Förderung die Anzahl und Qualität von Gründungen im Bereich „Green Economy“ erhöhen würde. Experte BN1 thematisierte auch hier, dass innovative Gründungen im Bereich Green Economy häufig technologieintensive Gründungen mit hohem technologischem Risiko und mit gleichzeitig hohem Investitionsbedarf in der Pilotphase wären. Hier müssten Ansätze zur Finanzierung von Kleinserien und Pilot- und Demonstrationsvorhaben gefunden werden. Es gebe bereits Bestrebungen seitens der Politik. Beispiel Workshop „Start-ups für die Energiewende“ im Rahmen des Dialogforums "Neue Energietechnologien" vom BMWi. Experte BN2 sagte, es käme auf die Art der Förderung an. Der einfache Ansatz, mehr Geld ergäbe mehr Gründungen, träfe nicht zu. Aus seiner Sicht müsste vielmehr in die entsprechende gründerfreundliche Kultur investiert werden.

Als ergänzende Ansatzpunkte für eine verstärkte Förderung von Gründung im Bereich der Green Economy wurden folgende Punkte genannt. Primär wäre es wichtig ein Verständnis für das Thema aufzubauen und die Bekanntheit zu schaffen. Darüber hinaus ist die Vernetzung und Bildung einer Community nicht nur unter den Gründern, sondern auch unter den Hochschulen, KMUs, großen Unternehmen und Investoren wichtig.

Im Rahmen der PreSeed-Phase sollten die Hochschulen verstärkt Projekte im Bereich anlagenintensiven Gründungen wie Green Tech durch Versuchsaufbau und Pilotanlagen fördern (Beispiele TU Berlin, Hochschule München Moor Programm, Unterstützung für ein halbes Jahr für ein Versuchsaufbau). Förderung von gezielten Wettbewerben Beispiel BP Berlin-Brandenburg oder Accelatoren und Gründerzentren, die sich speziell auf Green Economy beziehen wurden als Ansatzpunkte genannt.

Weiterhin wurde die Finanzierungsperspektive für das Unternehmenswachstum thematisiert. Die High-Tech Fonds reichen nicht aus, wenn eine Fertigung aufgebaut werden soll und benötige zusätzlicher Instrumente. Nicht zuletzt müsse die Industrie eine Bereitschaft entwickeln Start-ups zu unterstützen und zu beauftragen. Weiterer Ansatz wäre die KfW Programme für bestehende Unternehmen auf Neugründungen auszuweiten.

6.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Eines der wesentlichen Erkenntnisse aus dieser Analyse ist erneut die dringende Notwendigkeit einer systematischen Definition und Strukturierung der Green Economy. In diesem Zusammenhang ist die Entwicklung und Verbreitung eines Ansatzes für die Erfassung der Green Economy dringend erforderlich. Dieser Ansatz müsste im Rahmen der StartUp4Climate unter den Förderakteuren bekannt gemacht werden.

Basierend auf diesem Ansatz der Erfassung der Green Economy, müssten die Potenziale der Green Economy verdeutlicht werden. Es muss veranschaulicht werden, welche wichtigen Branchen gehören bereits jetzt zu der Green Economy und welche neuen, rasch wachsenden Zukunftsmärkte entstehen im Rahmen von Transformationsprozessen innerhalb der Green Economy.

Weiterhin müssen die Teilsektoren der Green Economy identifiziert werden, die auf Grund von spezifischen Anforderungen an die Gründungen, mit vergleichbaren Hürden zu kämpfen haben und somit einem systematischen Nachteil ausgesetzt sind. Insbesondere vor dem Hintergrund der Chancen- und Wettbewerbsgleichheit müssen die spezifischen Anforderungen analysiert, Fördererlücken identifiziert und geeignete Förderinstrumente entwickelt werden. Beispiele sind grüne Gründungen aus dem Energiesektor, die häufig lange Entwicklungszeiten sowie anlagenintensive Pilotphasen aufweisen. Ohne gezielte Förderung können diese Hürden häufig nicht überwunden werden.

Derzeit gibt es auf der Bundesebene keine spezifische Förderung von Gründung im Bereich der Green Economy. Bestehende Programme wie EXIST oder KMU-innovativ decken zwar einen Teil der grünen Gründungen ab, sprechen diese aber nicht gezielt an. Folgend der Argumentation für die spezifische Förderung der Gründungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik, wäre ein spezifischer Förderansatz jedoch notwendig. Denn ebenso wie IKT-Gründungen sind Gründungen im Bereich der Green Economy branchenübergreifend. Gründungen aus dem Bereich der Green Economy nutzen häufig Querschnittstechnologien aus den Feldern Energie, Recycling oder Wasser, die, wie die IKT-Technologie, ebenso eine Vielzahl von Branchen betreffen. Weiterhin entwickeln sich innerhalb der Green Economy neue wachsende Zukunftsmärkte mit großen Potenzialen, die eine hohe Bedeutung auch in internationalem Kontext aufweisen.

Neben der Einführung von spezifischen Förderprogrammen wäre denkbar, bestehende Programme, die bisher entweder nicht explizit die Start-ups angesprochen haben oder den Bereich der Green Economy nicht im Fokus hatten, auf die beiden Bereiche auszuweiten. So könnte beispielsweise das KMU Programm für die Energieeffizienz- und die Umwelt/Energie Programme der KfW Bank gezielt Start-ups ansprechen. Im Rahmen der EXIST-Programme „Gründerstipendium“ und „Forschungstransfer“ könnte als zusätzliches Bonuskriterium die Bedeutung des Beitrags zur Lösung aktueller gesellschaftlich und ökologisch relevanten Fragestellungen aufgenommen werden. Analog zur der Auszeichnung

„Gründerhochschule“ im Rahmen des Programms EXIST Gründungskultur könnte eine thematische Auszeichnung von Universitäten im Bereich der Green Economy erfolgen, die dann als Leuchtturmprojekte in der Hochschullandschaft fungieren. Diese genannten Ansätze müssten im Rahmen der StartUp4Climate Initiative an die entsprechende Zuständigkeiten weitergetragen werden.

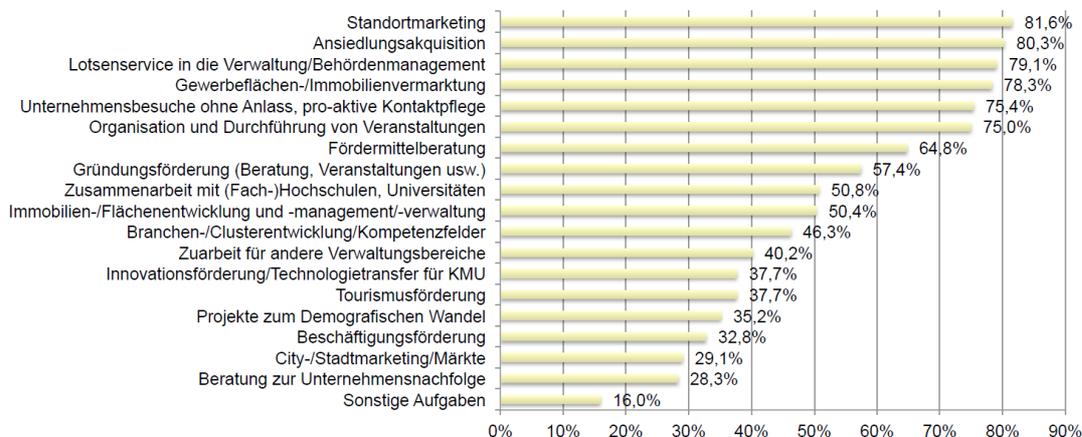
7 Regionale Wirtschaftsförderung

7.1 Ausgangssituation

In Deutschland gibt es insgesamt 285 Landkreise und 109 kreisfreie Städte (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013, S. 8f). Wirtschaftsfördereinrichtungen gibt es aber auch in kleineren Verwaltungseinheiten, z.B. in vielen Mittelstädten. Für die Befragung „Wo steht die Wirtschaftsförderung in Deutschland 2012?“ schrieb die ExperConsult in Dortmund Anfang 2012 ganze 1.012 Einrichtungen der Wirtschaftsförderung an, von denen 310 antworteten (Exper Consult, 2012). Von den auswertbaren Antworten ließen sich 76,1 % Einrichtungen der Landkreise zuordnen, 14,6 % kreisfreien Städten und 5,3 % Regionen. 2,2 % der Wirtschaftsförderungen waren Landesinstitutionen und 1,8 % waren noch anders organisiert. Das Difu (Zwicker-Schwarm, 2013) fokussierte mit seiner parallelen Umfrage in 2012 auf Städte ab 50.000 Einwohner. Hier wurden 135 Antworten ausgewertet, davon 69 aus Städten zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern, 31 aus Städten bis zu 200.000 Einwohnern, 21 aus Städten bis zu 500.000 Einwohnern und 14 aus Städten mit über 500.000 Einwohnern.

In Orten mit weniger als 10.000 Einwohnern sind Wirtschaftsförderungen extrem selten, aber schon 15 % der Einrichtungen lassen sich Orten von 15.000 bis 30.000 Einwohnern zuordnen. Der größte Anteil der Einrichtungen (28,1 %) befindet sich in Städten mit 100.000 bis 250.000 Einwohnern. In den großen Flächenländern (NRW, Niedersachsen, Bayern und Baden-Württemberg) befinden sich zusammen 65,8 % der Einrichtungen (Exper Consult, 2012).

Abbildung 8: Arbeitsschwerpunkte von Wirtschaftsförderungen



Quelle: (Exper Consult, 2012, S. 23), n=244

35,9 % der Einrichtungen sind privatrechtlich, z.B. als GmbH, organisiert (Exper Consult, 2012), wobei auch in diesen Fällen die Gesellschafter mehrheitlich kommunal sind (Zwicker-Schwarm, 2013, S. 4). Die anderen sind der öffentlichen Verwaltung zugeordnet. Der Jahresetat beträgt im Durchschnitt 790.000 € bei 8,5 Beschäftigten, in Gebietskörperschaften mit mehr als einer halben Million Einwohner liegt der Jahresetat bei ca. 3,5 Mio. € und es sind etwa 30 Beschäftigte vorhanden (Exper Consult, 2012).

Schwerpunkte der Arbeit sind Standortmarketing, Ansiedlungsakquisition sowie Lotsenfunktionen, Gewerbeflächenvermarktung, Netzwerkfunktionen sowie Fördermittelberatung. Gründungsförderung ist Gegenstand der Arbeit von 57,4 % der Einrichtungen. Mit Clusterstrategien und speziellen Kompetenzfeldern beschäftigten sich 2012 immerhin 40,2 % der Einrichtungen, in der Umfrage 2008 waren es noch 53,8 % gewesen. Unter sonstigen Aufgaben führen 16 % der Einrichtungen u.a. die Geschäftsführung von Technologie- und Gründerzentren als Tätigkeit auf (Exper Consult, 2012).

In der Gruppe der 92 süddeutschen Einrichtungen (Ba-Wü, Bayern, Rheinl.-Pfalz, Hessen, Saarland⁴) rangiert die Gründungsförderung mit 56,5 % etwas unter dem Bundesdurchschnitt, Clusterstrategien mit 50 % deutlich darüber (Exper Consult, 2012).

In der Gruppe der 47 norddeutschen Einrichtungen (HH, HB, Nds., Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern) rangiert die Gründungsförderung mit 74,5 % deutlich über dem Bundesdurchschnitt, Clusterstrategien mit 42,6 % ebenfalls etwas höher (Exper Consult, 2012).

In der Gruppe der 72 Einrichtungen aus Kommunen mit maximal 50.000 Einwohnern rangiert die Gründungsförderung mit 44,5 % deutlich unter dem Bundesdurchschnitt, Clusterstrategien mit 22,2 % sogar sehr niedrig (Exper Consult, 2012).

In der Gruppe der 23 Einrichtungen aus Oberzentren mit mehr als 100.000 Einwohnern rangiert die Gründungsförderung mit 47,8 % deutlich unter dem Bundesdurchschnitt, Clusterstrategien mit 87 % sehr deutlich über dem Bundesdurchschnitt (Exper Consult, 2012).

In der Gruppe der 59 Einrichtungen der Landkreise rangiert die Gründungsförderung mit 76,3 % deutlich über dem Bundesdurchschnitt, Clusterstrategien mit 47,5 % nur wenig über dem Bundesdurchschnitt (Exper Consult, 2012).

Die hohe Bedeutung von Clusterstrategien für große Städte schätzt auch das Difu (Zwicker-Schwarm, 2013) ähnlich ein: „Während die Entwicklung und Vermarktung von Gewerbeflächen und das Standortmarketing noch immer zu den wichtigsten Themenfeldern gehören, rücken neue Themen – insbesondere der Fachkräftemangel – auf der Agenda deutlich nach vorne. Es gibt ausgesprochene

⁴ Länderzuordnung aufgrund telefonischer Auskunft von Herrn Conrad, ExperConsult am 8.1.2014

Großstadtthemen (z.B. Clusterpolitik), aber auch Handlungsfelder, die vor allem in Mittelstädten Priorität haben (z.B. Stadtmarketing, Einzelhandelskonzepte).“

In der Difu-Umfrage zeigt sich, dass die Existenzgründung in 2012 von 38 % der Befragten als sehr wichtige und von weiteren 38 % als wichtige Aufgabe gesehen wird (Zwicker-Schwarm, 2013, S. 8). In 2008 waren dies noch 35% und 46%. Der Anteil derjenigen, die die Aufgabe als „eher unwichtig“ oder „unwichtig“ bezeichnen, ist von 18 % (2008) auf 23 % (2012) gestiegen.

Als Aufgabenschwerpunkt in der täglichen Arbeit mit 21 % bis 49 % der Arbeitszeit wurde das Thema „Existenzgründungen“ bei den befragten Wirtschaftsförderern in Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern noch in 2008 von 19 % der Befragten benannt, in 2012 nur noch von 9 % (Zwicker-Schwarm, 2013, S. 9). Bei allen anderen macht es weniger als 20% der Arbeitszeit aus.

Clusterpolitik als Themenfeld findet das Difu (Zwicker-Schwarm, 2013, S. 11) eher in großen Städten. Als wichtiges Themenfeld wurde Clusterpolitik von 10,8 % der Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern genannt, von 20 % der Städte bis zu 200.000 Einwohnern, aber von 52,4 % der Städte bis zu 500.000 Einwohnern und von 50 % der Städte mit über 500.000 Einwohnern.

Im 2001 gegründeten Deutschen Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften e.V. (DVWE, www.dvwe.de) haben sich die ausgegliederten kommunalen Wirtschaftsförderungseinrichtungen in GmbH-, AG-, e.V. oder AöR-Organisationsform zusammengeschlossen. Der DVWE vertritt Anfang 2014 ca. 130 Mitgliedsorganisationen aus 14 Bundesländern.

7.2 Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Die Stärke der regionalen Wirtschaftsförderungen liegt in der Kontaktpflege und basiert ganz zentral auf persönlichen Kontakten. Darüber hinaus wird aber das ganze Spektrum moderner Kommunikation bis hin zu ersten Ansätzen der Social Media genutzt (ExperConsult 2012).

Eine Herausforderung für die Wirtschaftsfördereinrichtungen ist der Fachkräftemangel. Bisher widmen sich etwa 2/3 der Einrichtungen dem Thema.

In der Publikation des (Difu, 2012) zum Thema Klimaschutz und Unternehmen wird auf Umweltschutz (z.B. Ökoprotit), Energieeffizienz und ein wenig regenerative Energien gesetzt. Sie betont damit die Bedeutung von Energie- und Ressourceneffizienz als regionalen Wettbewerbsfaktor, stellt aber keine Verbindung zum Gründungsthema her.

(Ziegert, 2013) stellt ebenfalls die Energie und Ressourceneffizienz als entwicklungsfähige Potenziale der Wirtschaftsförderung – hier am Beispiel des Landkreises Osterholz - dar. Mit dem Ziel der Regionalisierung der Wertschöpfung werden hier die Erzeugung erneuerbarer Energien sowie die Energieeffizienz vorangetrieben. Arbeitsfelder sind die Effizienzberatung auch mit Fokus auf die Wärme-

Kälte-Vernetzung von Gewerbegebieten, die Ausbildung von Energieberatern und die Förderung der Solarbranche (ab 2010). In Osterholz werden in diesem Kontext auch die Themen Innovation und Gründung mitgedacht.

(Seyer, 2013) stellt das Konzept des nachhaltigen Gewerbegebietes vor. Dabei spielen sowohl Gebäude (Green Building) als auch Biodiversität eine Rolle, um die Attraktivität eines Gewerbegebietes zu heben. Wünschmann (2013) bringt in diesem Zusammenhang die Zertifizierung von Gebäuden und Quartieren nach Standards der deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen ins Gespräch.

7.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Zweifelloos ist es so, dass mehr als die Hälfte der Einrichtungen der Wirtschaftsförderung im Bereich der Existenzgründung beratend und fördernd aktiv sind. Eine Kampagne zur Förderung von Klima-gründungen muss also die Einrichtungen der Wirtschaftsförderung als Zielgruppe mit ansprechen.

Nicht nur in Berlin (Diercks, 2013) sondern auch überregional (Difu, 2012; Ziegert, 2013) etabliert sich der Faktor Energie- und Ressourceneffizienz als Standortfaktor in der Wirtschaftsförderung. Laut (Exper Consult, 2012) weisen bereits 24 % der Wirtschaftsförderungen der Ressourceneffizienz als Standortfaktor eine hohe Bedeutung zu. Beratungs- und Unterstützungsleistungen im Kontext der Entwicklung von Energie- und Ressourceneffizienz könnten damit ein Feld für aussichtsreiche Gründungen überall dort bilden, wo solche Leistungen noch nicht regional verfügbar sind. Letztlich gilt dies auch für die Entwicklung nachhaltiger Gewerbegebiete, die für ihre Entwicklung einschlägige Fachspezialisten erfordern.

Auch Clusterstrategien stellen einen wichtigen Rahmen dar, wenn es um die Förderung von Gründungen im Klimaschutz geht. Sie sind besonders in Wirtschaftsförderungen von großen Städten oder zusammenhängenden Regionen von Bedeutung. Wirtschaftsförderungen dürften besonders dann auf einen Impuls zur Förderung von Klimaschutzgründungen ansprechen, wenn dieser inhaltlich an die existierenden Clusterstrategien anschlussfähig ist.

8 Clusterstrategien

8.1 Ausgangssituation

Wie bei vielen Begriffen findet man auch für den Begriff Cluster keine einheitliche Definition. (Porter, 1998, S. 6) gehörte zu den ersten, die den Begriff für die moderne Debatte eingrenzten:

Clusters are geographic concentrations of interconnected companies and institutions in a particular field. Clusters encompass an array of linked industries and other entities important to competition. They include, for example, suppliers of specialized inputs such as components, machinery, and services, and providers of specialized infrastructure. Clusters also often extend downstream to channels and customers and laterally to manufacturers of complementary products and to companies in industries related by skills, technologies, or common inputs. Finally, many clusters include governmental and other institutions such as universities, standards-setting agencies, think tanks, vocational training providers, and trade associations that provide specialized training, education, information, research, and technical support.

Eine kurze und treffende Definition bringt (Kärcher-Vital, 2002) in die schweizerische Debatte zur Regionalpolitik der Wirtschaft ein:

Cluster sind horizontal und vertikal verknüpfte Wirtschaftssektoren, in denen sich Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit in den ansässigen Unternehmen, Hochschulen resp. Forschungs- und Entwicklungsorganisationen oder andere cluster-relevante Organisationen konzentrieren. Die Substanz ist regional konzentriertes Wissen und implizites Know-how, das, wenn es organisiert ist und gezielt eingesetzt werden kann, zu einer nachhaltigen Stärkung der regionalen Konkurrenzfähigkeit führt.

(Kiese, 2012) führt den Beginn der Clusterpolitik in Deutschland auf etwa 1995 zurück und sieht den Clusterwettbewerb BioRegio in 1995 als Anfang und die Clusterwettbewerbe InnoRegio (1999) sowie den Spitzencluster-Wettbewerb (seit 2006) als Meilensteine. Schon bei einer Umfrage in 2008 gaben von 144 Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern 63 % an, über eine kohärente Strategie zur Entwicklung von Clustern, Netzwerken, Technologie- oder Kompetenzfeldern zu verfügen (Hollbach-Grömmig und Floeting 2008 nach (Kiese, 2012, S. 8)). Etwa ein Viertel der Städte verfügte über ein Cluster, ein Drittel über mehrere. (Kiese, 2012, S. 26) dokumentiert in 2012 knapp 70 Cluster in 9 Bundesländern und führt als Branchenschwerpunkte Automotive, Gesundheitswirtschaft, Maschinenbau und Logistik an.

Bei entsprechender Verfeinerung der regionalen Analyse werden aber viel mehr Cluster gefunden. Der „Clusteratlas Baden Württemberg“ (Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württem-

berg, 2012) weist allein in diesem Bundesland über 130 Cluster unterteilt in 12 Regionen aus. „*Dominante Branche ist dabei das Zielfeld „Automotive“, das für alle zwölf Regionen⁵ relevant ist und wo bereits in elf von zwölf Regionen regionale Cluster identifiziert wurden*“ (Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg, 2012, S. 123). Eine regionale Differenzierung wird so aber kaum noch geleistet. Als „Bedeutung gewinnenden interdisziplinären Kompetenzfelder“ sieht der Clusteratlas die Felder Umwelttechnologie, Sicherheitstechnologie oder Nanotechnologie. Im Feld der Umwelttechnik führt der Atlas (Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg, 2012, S. 123ff) Cluster mit den Schwerpunkten Energie (acht Cluster), Umwelttechnik (drei Cluster) sowie drei weitere, spezialisierte Cluster auf.

Auf der Website der Clusterplattform (www.clusterplattform.de) finden sich 903 Cluster⁶.

Abbildung 9: Zahl thematischer Cluster in Deutschland, wie sie auf der Clusterplattform gelistet sind

Umwelttechnologien (78)	Optische Technologien und Photonik (18)
Energiotechnologien (75)	Sicherheitstechnologien (17)
IuK-Technologien (70)	Nanotechnologien (16)
Produktionstechnologien (66)	Luftfahrttechnologien (16)
Gesundheitswirtschaft (60)	Mikrosystemtechnik (15)
Dienstleistungen (53)	Raumfahrttechnologien (12)
Werkstofftechnologien (51)	Chemiewirtschaft (10)
Automotiv (52)	Metallverarbeitung (8)
Biotechnologie (42)	Pflanzenforschung (8)
Medizintechnik (40)	Forst- und Holzwirtschaft (6)
Logistik (39)	Verpackungstechnologien (5)
Elektrotechnik, Messtechnik, Sensorik (34)	Finanzwirtschaft (4)
Kreativwirtschaft (32)	Medizin (4)
Kunststofftechnologien (24)	Mechatronik (2)
Verkehrstechnologien (23)	Textil- und Bekleidung (2)
Bauwirtschaft (18)	Musikindustrie (2)
	Satellitentechnologien (1)

Quelle: www.clusterplattform.de/de/clusterebene#b_start=0 vom 25.2.2014.

Die Clusterplattform zeigt, dass Umwelt- und Energiecluster bereits in großer Zahl organisiert wurden, aber das heißt nicht, dass sie auch überall funktionieren müssen. Cluster müssen immer auch auf einer starken Basis aufbauen, wie sie von (Porter, 1998, S. 78) beschrieben wurde, aber nicht

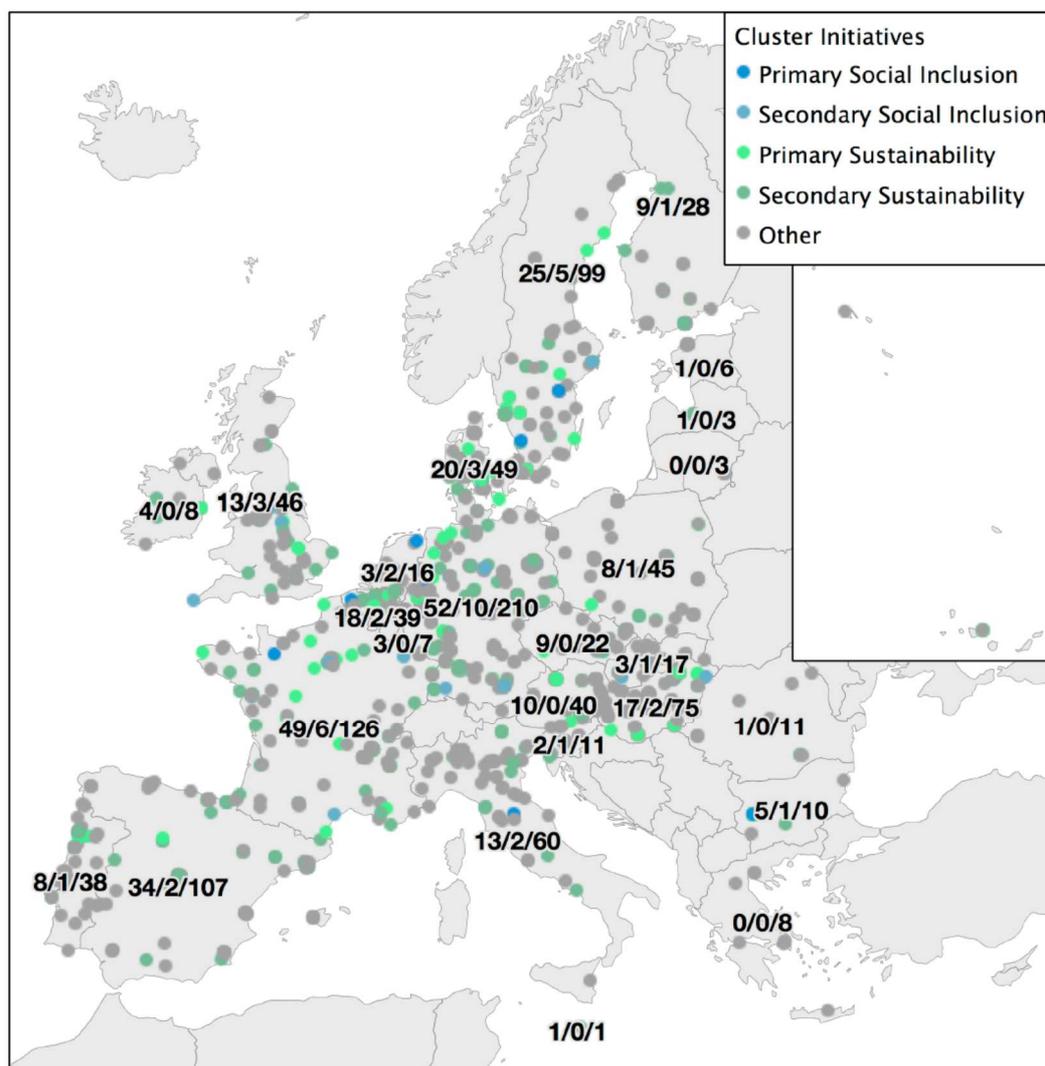
⁵ Gemeint sind Regionen in Baden-Württemberg.

⁶ Der Blick in die hier aufgeführten Cluster zeigt, dass nicht jedes aufgeführte Cluster auch ein wirkliches Cluster ist. Zwischen den Clusterinitiativen finden sich z.B. auch einzelne Forschungsinstitute. Grundsätzlich weist aber eine höhere Zahl von hier aufgeführten Clustern auch auf eine höhere Zahl real existierender Cluster hin.

überall gegeben ist. Dort wo keine starke Basis für ein Cluster existiert, können Cluster nicht so gut oder gar nicht funktionieren. Dies gilt auch für den Kontext der Green Economy. Auch wirtschaftliche Aktivitäten im Kontext der Green Economy haben bessere Aussichten, wenn sie auf einer starken Forschung, auf starken Unternehmen und starken Netzwerken aufbauen.

Mit dem Fokus auf den Europäischen neuen Wachstumspfad (New Growth Path) ermittelten (Ketels & Protsiv, 2013) Cluster, die entweder auf ökologische Nachhaltigkeit, soziale Inklusivität oder anders ausgerichtet sind.

Abbildung 10: Clusterinitiativen in Europa



Quelle: (Ketels & Protsiv, 2013, S. 45). Die Zahlen geben die jeweils in den einzelnen Ländern vorhandene Anzahl von Clustern mit Haupt- oder Nebenziel im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit, der sozialen Inklusivität sowie die Gesamtzahl der Clusterinitiativen wieder.

Insgesamt finden (Ketels & Protsiv, 2013, S. 48) 309 von insgesamt 1085 Clustern die ein Haupt- oder Nebenziel im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit verfolgen, das sind ca. 28 % aller Cluster. Soziale Inklusivität wird dagegen nur von 43 Clustern verfolgt.

(Ketels & Protsiv, 2013, S. 48) sehen mit Blick auf ökologisch ausgerichtete Cluster einen deutlichen Zusammenhang zu Politikkonzepten: *“Emergence (or lack of) of cluster organizations in sustainable environment area could in part be explained by the amount of policy measures at a country level that are devoted to supporting relevant sectors. In fact, Latvia and Lithuania consistently lack coordinated policy support, while clusters in Denmark, Germany and Sweden operate within elaborated structure of government measures targeted at development of sustainable environment.”* Ketels und Protsiv sehen hier einen deutlichen Schwerpunkt bei F&E intensiven (regenerativen) Energietechnologien sowie Umweltschutztechnologien. Als Nebenziel spielt Umweltschutz jedoch auch in den Clustern Automotive, Schiffbau (Maritim), Bau, Landwirtschaft und IT mit dem Schwerpunkt auf (Energie-)Effizienz. Auch eine verbesserte Abfallwirtschaft ist manchmal Ziel solcher Cluster. Als deutsches Beispiel wird das „CFK Valley Stade Recycling“ genannt, welches auf Recycling glasfaserverstärkter Kunststoffe zielt.

Zum Zusammenhang des neuen Wachstumspfades mit Clusteraktivitäten resumieren sie: *“Of course, given this data we cannot claim anything about the causality of the relationship, but the overall trend is that there are more cluster initiatives in regions that score high on the New Growth Path.”* (Ketels & Protsiv, 2013, S. 50).

Die Literaturanalyse wurde durch Interviews ergänzt Die Befragten wurden ausgewählt, um sowohl einen Spezialisten für Clusterforschung mit internationalem Überblick wie auch einen erfahrenen Clustermanager zu befragen.

Nach Ansicht des Experten CL 1 ist zu berücksichtigen, dass Cluster in jüngerer Zeit immer öfter NICHT nach der Devise „Stärken stärken“ ins Leben gerufen werden, sondern dass versucht wird, durch die Bildung von Clustern proaktiv den Strukturwandel zu befördern. Bei der Alternative, die starken Cluster zu fördern oder Energie in die Entdeckung und Entwicklung von „emerging clusters“ zu stecken geht zunehmend Energie in „emerging clusters“. In der EU wird damit politisches Engagement investiert, solche „emerging clusters“ im Kontext der „Great Challenges“ zu etablieren, auf die auch das Forschungsrahmenprogramm „Horizon 2020“ fokussiert (Europäische Kommission, 2011):

- Gesundheit, demografischer Wandel und Wohlergehen,
- Ernährungssicherheit, nachhaltige Landwirtschaft, marine und maritime Forschung und Biowirtschaft,
- sichere, saubere und effiziente Energie,

- intelligenter, umweltfreundlicher und integrierter Verkehr,
- Klimaschutz, Ressourceneffizienz und Rohstoffe,
- integrative, innovative und sichere Gesellschaften.

Eine solche Ausrichtung der Clusterförderung bringt aus Sicht des Experten CL 1 das Risiko mit sich, „Wunschcluster“ zu fördern, deren Zukunftsaussichten unsicher sein können. Wichtig ist, mit Blick auf das Vorhandene zu prüfen, welcher Trend und welches Ziel zu welcher Region mit ihren Strukturen passen.

Dennoch konnte die These 1: „Wunschcluster funktionieren nicht“ nicht sicher widerlegt werden. Bei der Planung regionaler „smart specialisation“ meinen in der Politik zwar viele, es wäre doch eine gute Sache, hier auch im Kontext der Great Challenges zu operieren. In der ersten Phase sei dies noch gar nicht so ein großes Problem, weil sich ja auch noch erst herausstellen muss, welche Standorte dann die Führung in neuen Märkten übernehmen werden. Letztlich aber erscheinen dem Experten CL 1 wie auch den Experten CL 3 und CL 4 die Aussichten von Wunschclustern zweifelhaft. Ihre Förderung widerspricht dem klassischen Ansatz. Im Kontext der Smart Specialisation hingegen mag hingegen aus Sicht des Experten CL 1 auch die eine oder andere gut platzierte Initiative zu funktionierenden Strukturen führen.

These 2 lautete „Sowohl die Wahrscheinlichkeit von Gründungen wie auch ihre Wachstumschancen sind höher, wenn die Gründung in ein starkes regionales Wirtschaftscluster eingebunden ist.“ Neue Unternehmen können so nach Ansicht des Experte CL 1 ganz entscheidende Change Drivers sein. Dabei sei aber der Austausch bzw. die Kombination von klein und groß wichtig. Richtig wirksam werden Start-ups zusammen mit den etablierten Unternehmen. Die Großen haben die Distributionskanäle, den Zugang zu den internationalen Märkten. Und die Großen sind auch oft die ersten Kunden der Start-ups. Der Experte CL 1 sieht daher erhebliche Synergiepotenziale zwischen Gründungen und etablierten Clustern, so dass er diese These bestätigt. Aus Sicht des Experten CL 2 ist klar, dass Gründungen ein Teil des regionalen Innovationssystems sind. Da gibt es die Hochschulen, es gibt Start-ups und es gibt die etablierten Unternehmen.

Von der Richtigkeit der These gehen auch die Experten CL3 und CL4 aus. Deshalb wird in ihrem Cluster eine gezielte Gründerförderung betrieben, die folgende Elemente enthält:

- Das Netzwerk wird mit viel Aufwand auf Meetings gepflegt, auf denen dem Networking viel Zeit eingeräumt wird. Hier lernen sich auch Gründer und Unternehmer kennen.
- Teilnehmen darf nur die Zielgruppe der Unternehmen inkl. Gründer, Berater werden nicht zugelassen. Dies Vorgehen fördert das Vertrauen innerhalb des Netzwerkes, welches wieder Voraussetzung für offenen Austausch ist.

- Das Cluster vermittelt auch gezielt Kontakte innerhalb des Netzwerks zwischen Gründern und erfahrenen Unternehmern, die die Gründer dann als Mentoren betreuen. Das Cluster hat einen freiwilligen Pool an erfahrenen Unternehmern aufgebaut, die diese Tätigkeit übernehmen.
- Ein Einstieg ist auch online möglich. Über die Website des Clusters können sich Gründer registrieren. Sie werden vom Clustermanagement bemerkt, kontaktiert und ggf. ins Mentoring eingebunden.
- Danach können sie sich für eine zweite Stufe des Mentorings bewerben. Hier muss präsentiert werden vor einer Jury aus Hochschule und Unternehmern. Wer zugelassen wird, bekommt ein viel intensiveres Mentoring mit bis zu drei Mentoren. Es werden Ziele und Meilensteine definiert und überprüft. Auch ein Arbeitsplatz wird gestellt und die üblichen Unterstützungsangebote eines Inkubators. Das läuft über sieben bis neun Monate mit häufigen Treffen mit den Mentoren.
- Die Mentoren machen das ehrenamtlich, sie profitieren vom Netzwerk und „geben was zurück“.

Das Mentoring Programm sehen die Experten CL3 und CL4 als zentrales Element ihrer Gründerförderung, zu dem aber auch ein Inkubator und mindestens eine Hochschultransferstelle gehören.

These 2 wurde daher durch alle Befragten bestätigt.

Auch (Sternberg, 2012, S. 18) weist auf die Bedeutung von Gründungsaktivitäten für die Clusterentwicklung hin. Besonders die dynamische Entwicklung von Clustern korreliere stark mit Gründungsaktivitäten. Dies wirke sich aber eher nicht auf Beschäftigungseffekte aus, so dass aus der Sicht des Ziels, Beschäftigung zu schaffen, ein zu enger Fokus der Gründungsförderung auf Cluster oder Fokusbranchen risikoreich sei. Es wäre aber durchaus sinnvoll, die Gründungsförderung ähnlich wie die Clusterpolitik auf standortspezifische, originelle und originäre Konzepte aufzubauen. Sternberg weist darauf hin, dass im Kontext der Gründungsförderung ein langer Atem notwendig ist.

Den Zusammenhang zwischen Stärke eines Clusters und Gründungsaktivität sowie auch –erfolg untersuchen auch (Delgado, Porter & Stern, 2010). Sie weisen auf eine sehr große Bedeutung einer guten Clusterstrategie für die Gründungsdynamik hin. Auf Basis einer Analyse von Daten für 177 Regionen und für 589 Wirtschaftszweige kommen sie zu dem Schluss, dass sowohl die Wahrscheinlichkeit einer Gründung wie auch die Aussicht auf deren Wachstum mit der Stärke des Clusterumfeldes zunehmen:

“We find that industries located within a strong cluster or that can access strong related clusters are associated with higher growth rates in the formation of new firms and start-up employment“ ((Delgado et al., 2010)).

Im Detail führen sie aus:

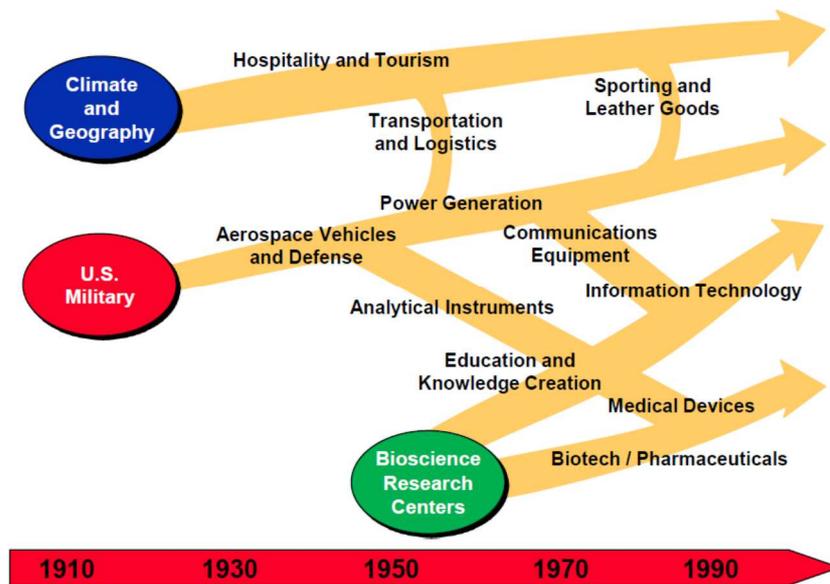
“Our findings support the idea that clusters of related and complementary industries facilitate the growth in the formation of new businesses and the medium-term performance of start-ups in regional industries, even after controlling for the strength of the region-industry as well as region and industry heterogeneity. There is large heterogeneity in the types of entrepreneurship that we could further explore. Start-ups will differ in size, innovative-orientation, and their growth potential. Similarly, we could also examine the role of the attributes of the firms that participate in clusters (e.g., size, age, and region and product diversification). Further understanding the role of clusters in the demography of entrepreneurship will help design more effective entrepreneurship policies. ((Delgado et al., 2010, S. 516).

Ketels (2012, S. 10) als ein weiterer Vertreter der Harvard Business School weist darauf hin, dass die Stärke eines regionalen Clusterportfolios eher mit der Höhe von Löhnen als mit Beschäftigung korreliert. So führe eine Verdoppelung der Stärke des Clusterportfolios zu 40 % höheren Löhnen, aber nur zu 3 % höherer Beschäftigung. Im Zusammenhang mit der Gründungsdynamik weist auch er auf vier Zusammenhänge hin (Ketels, 2012, S. 11):

- Neue Industriezweige entstehen häufiger, wenn sie Teil eines starken Clusters sind.
- Neue Unternehmen entstehen häufiger, wenn sie Teil eines starken Clusters sind.
- Neue Unternehmen haben eine höhere Überlebenschance, wenn sie Teil eines starken Clusters sind.
- Neue Unternehmen zeigen höheres Beschäftigungswachstum, wenn sie Teil eines starken Clusters sind.

(Delgado, Porter & Stern, 2012) haben weiter den Zusammenhang zwischen der Entstehung neuer Industriezweige und existierenden Clustern in den oben erwähnten 177 Regionen untersucht. Sie resümieren (Delgado et al., 2012, S. 35): „*New industries will grow out of the most successful existing clusters.*“ Dabei machen sie weiter deutlich, dass Cluster nicht nur eine Anhäufung verwandter Unternehmen sind, sondern es um sinnvolle und wirksame Kombinationen verwandter Aktivitäten geht, wie sie in der oben zitierten Definition umrissen sind. Im Laufe der Zeit entstehen so auf regionaler Ebene neue Wirtschaftskluster aus alten. Porter zeigt dies beispielhaft mit folgender Grafik:

Abbildung 11: Strukturwandel über Clusterergrenzen hinweg: "Related Diversification" in San Diego, USA



Quelle: (Porter, 2003, S. 35)

Für die weitere Analyse ist daher von Bedeutung festzuhalten, dass Cluster sich weiterentwickeln und dass starke Cluster für die Gründungsdynamik wichtig sind. Die Weiterentwicklung des Clusters wird auch am Cluster der Experten CL3 und CL4 deutlich. Hier sehen die Experten langsam eine Art grüne Special Interest Group entstehen. Als Querschnittstechnologie liefert das Cluster Technologien, mit denen andere Prozesse effizienter und passgenauer betrieben werden können. Diese Angebote zur Erhöhung von Ressourcen- und Energieeffizienz kommen gegenwärtig stärker in den Markt. Hier verändert sich das existierende Cluster und es ist möglich, dass sich aus der Special Interest Group früher oder später ein eigenes Cluster formiert.

8.2 Defizite und Potenziale

Kiese (2012, S. 22) wirft der Cluster-Inflation gleich eine Reihe von Defiziten vor. Zunächst sei das Verständnis vielerorts technokratisch und ziele darauf ab, Cluster zu „machen“. Zudem würden Cluster und Netzwerke verwechselt und die Zeit, die es brauche, ein Cluster zu entwickeln, unterschätzt. Kiese sieht die Entwicklung eines Clusters als ein sehr langfristiges Entwicklungsziel. Fördermoden und Herdentrieb würden darüber hinaus dazu führen, dass Megatrends und Schlüsseltechnologien wie Bio- und Nanotechnologie, IuK und Gesundheitswirtschaft und in den letzten Jahren die sogenannte Kreativwirtschaft gleich vielerorts in den Fokus einer Clusterstrategie gestellt würden, was die Chance, relative Wettbewerbsvorteile aus der Clusterstrategie zu ziehen, einschränke.

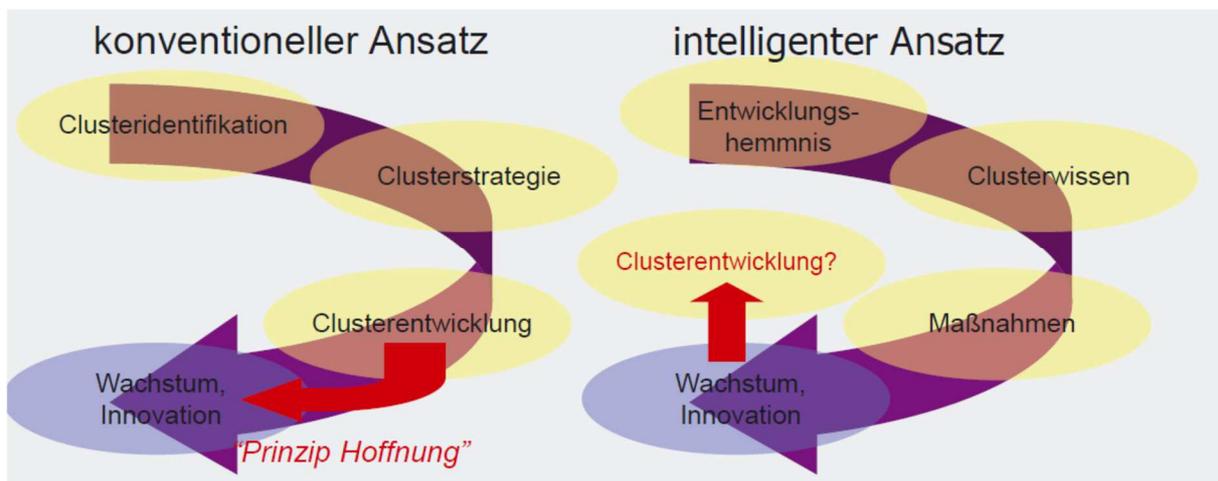
Mit Blick auf zukünftige Marktpotenziale führt (Heinze, 2012, S. 7) vier Zukunftsfelder in der Clusterdebatte an:

- Energieeffizienz,
- E-Mobilität,
- Gesundheitswirtschaft (insbes. E-Health)/Seniorenwirtschaft,
- Kultur- und Kreativwirtschaft.

Dabei wird es mit Blick auf jede einzelne Region darauf ankommen zu prüfen, wo die Potenziale zur Etablierung entsprechender Cluster wirklich vorhanden sind.

Da das Motto „Stärken stärken“ nur unzureichend in der Praxis beachtet würde, würden aus der Sicht von Kiese (2012, S. 35) auch die vorhandenen Methoden der Identifizierung von Clustern oft nur unvollständig genutzt und darüber hinaus politische Vorgaben zum Maßstab für die Clusterentwicklung gemacht. Dies führe immer wieder zu „wishful-thinking“ Clustern. Letztlich führe auch der Wunsch, viele Cluster zu haben, zu einer zu großen Zahl von Aktivitäten, so dass für jede einzelne Aktivität keine adäquaten Potenziale mehr zur Verfügung ständen. Kiese (2012, S. 35) stellt dem „politisch-konventionellen“ Ansatz der Clusterförderung den „intelligenten“ Ansatz gegenüber.

Abbildung 12: Ansätze der Clusterentwicklung



Quelle: (Kiese, 2012, S. 35)

Auch Experte CL 1 wies deutlich darauf hin, dass das Verfolgen politischer Ziele die Gefahr birgt, „Wunschcluster“ zu fördern. Hier sei es manchmal ein Defizit, dass die politischen Wünsche nicht hinreichend zu den regional vorhandenen Strukturen und Stärken in Beziehung gesetzt würden.

Eine Difu-Umfrage unter Wirtschaftsförderern deutet auf eine insgesamt abnehmende Bedeutung von Clusterstrategien hin. Während in 2012 noch 31 % der Antworten Clusterpolitik als wichtiges gegenwärtiges Thema benennen glauben nur 23 %, dass sie auch zukünftig ein wichtiges Thema bleiben wird (Zwicker-Schwarm, 2013, S. 12).

8.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Die Tatsache, dass die deutsche Clusterplattform die Themen Umwelt- und Energietechnologien als häufigste Clusterschwerpunkte nennt weist darauf hin, dass diese in der Praxis des Clustermanagements bereits stark, wenn nicht zu stark, im Fokus stehen.

Mit Blick auf die schon vorhandenen Cluster und angesichts der „great challenges“ der EU (Europäische Kommission, 2011) sollte eher überlegt werden, welcher Trend und welches Ziel zu welcher Region mit ihrer Struktur passt.

Sowohl (Delgado et al., 2010) wie (Sternberg, 2012) weisen auf einen Zusammenhang von erfolgreicher Clusterentwicklung und Gründungsdynamik hin. Vorhandene Cluster und zukünftige Clusterstrategien sind daher von erheblicher Bedeutung für die Förderung von Gründungen.

Von Bedeutung scheint darüber hinaus die von (Porter, 2003) erwähnte Dynamik der langfristigen Clusterentwicklung in Regionen zu sein. Es zeigt sich am in Abbildung 11 gezeigten Beispiel, dass sich auch regional ökonomische Megatrends bzw. Kondratjew-Zyklen erkennbar auswirken. Die praktische Bedeutung langfristiger Dynamiken für die Entscheidung über die Förderung eines bestimmten Clusters in einer bestimmten Region liegt darin, nicht nur nach vorn, also auf die zukünftigen wirtschaftlichen Potenziale zu blicken, sondern auch die bisherige wirtschaftliche Entwicklung mit ihren Unternehmen und Institutionen ins Kalkül zu ziehen und daraus die Wege abzuleiten, die beschritten werden können. Dem „intelligenten Ansatz“ der Clusterentwicklung nach Kiese mag daher eine erhebliche Bedeutung zukommen.

9 Gründungswettbewerbe

9.1 Ausgangssituation

In Anlehnung an (Zoche & Harnischfeger, 2002) unterscheiden (Kerlen & Prescher, 2010) fünf Typen von Gründungswettbewerben:

- (1) Ideenwettbewerb: Prämierung von Geschäftsideen
- (2) Einstufiger Businessplanwettbewerb: Prämierung fertiger Businesspläne
- (3) Mehrstufiger Businessplanwettbewerb: Gestufte Ausarbeitung und Prämierung von Businessplänen
- (4) Intensive Förderung selektierter Konzepte
- (5) Prämierung von Gründerpersönlichkeiten

Letztlich sind dabei aber nur die ersten drei wirkliche Wettbewerbsvarianten, die dann mit den Förder- und Preisvergabekonzepten 4 und 5 kombiniert werden können. Kerlen und Prescher (2010, S. 20) finden in Deutschland mehrheitliche (ca. 67 %) einstufige Ideen- und Businessplanwettbewerbe. (Schefczyk, 2009, S. 31) definiert einen Businessplan-Wettbewerb wie folgt:

Ein Businessplan-Wettbewerb ist auf die Einreichung, Begutachtung und Prämierung von Geschäftskonzepten ausgerichtet. Die Einreichung und Auswahl der besten Businesspläne kann dabei innerhalb eines Wettbewerbs sowohl in verschiedenen inhaltlichen Kategorien (z. B. Branchen) als auch mehreren Fertigstellungsschritten (z. B. Produktidee, vollständiger Plan) erfolgen.

Zu einem Businessplan werden z.B. vom (Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg, 2014) (BPW-BB) eine Beschreibung des Produktes oder der Dienstleistung, des Gründerteams, eine Marktanalyse, Pläne für das Marketing, Vorstellungen für die Organisation des Unternehmens sowie eine Finanzplanung gerechnet. Als Variante des Businessplans wird beim BPW-BB die Erarbeitung eines Geschäftsmodells angeboten, welches vier Fragen beantworten soll:

- Wer? – Wer genau ist der Kunde? Und wie erreiche ich ihn?
- Was? – Was genau ist das Nutzenversprechen? Das Produkt? Die Dienstleistung?
- Wie? – Wie realisiert meine Organisation das? Was ist hierfür erforderlich?
- Wie viel? – Welche Einnahmen realisiert meine Organisation? Welche Kostenstrukturen entstehen durch die anderen Bereiche?

Gegenüber dem vollständigen Businessplan sind die Anforderungen dieses Modells besonders bei der Marktanalyse und der Finanzplanung niedriger.

Nachdem Mitte der 90er Jahre die ersten Gründungswettbewerbe in Deutschland durchgeführt wurden, stabilisiert sich ihre Zahl gegenwärtig. (Kerlen & Prescher, 2010) dokumentierten bis 2009 die folgende Entwicklung:

Abbildung 13: Bundesweite versus regionale Ausrichtung der Wettbewerbe 1996–2002 und 2005–2009



Quelle: (Kerlen & Prescher, 2010, S. 17)

Aktuell haben (Schwartz, Goethner, Michelsen & Waldmann, 2012)) die Entwicklung der Gründungswettbewerbe untersucht und dabei auch deren Fokussierung auf Branchen und die regionale Verteilung betrachtet.

In ihrer Analyse von 65 Gründungswettbewerben finden sie für die im Zeitraum 2001 bis 2005 begonnenen Wettbewerbe 16 Branchenübergreifende und zehn auf einzelne Branchen fokussierte Wettbewerbe, davon sechs auf IKT und Internet sowie drei auf Biotechnologie. Für die im Zeitraum 2006 bis 2010 begonnenen Wettbewerbe finden sie nur elf Branchenübergreifende und 14 auf einzelne Branchen fokussierte Wettbewerbe, davon acht auf IKT und Internet sowie wiederum drei auf Biotechnologie. Weiter stellen sie fest, dass Wettbewerbe, die auf einzelne Branchen fokussiert sind, meist nicht lokal sondern regional oder überregional ausgerichtet sind um damit, wie Schwarz et al. vermuten, die Zahl potentieller Teilnehmer zu erhöhen.

Die auffällige Fokussierung regionaler Wettbewerbe in Bayern wie auch die Konzentration überregionaler Wettbewerbe in NRW wird jedoch von Schwarz et al. nicht thematisiert. Die Häufung überregionaler Wettbewerbe in Berlin lässt sich hingegen dadurch erklären, dass eine Reihe bundesweiter Wettbewerbe durch die Bundesregierung, im Wesentlichen das BMWi, veranstaltet wird.

Abbildung 14: Regionale Verteilung lokaler, regionaler und supra-regionaler Gründerwettbewerbe



Quelle: (Schwartz et al., 2012, S. 1587)

Als Veranstalter tritt bei den meisten Wettbewerben eine eigens für diesen Zweck gegründete GmbH in Erscheinung (Zoche & Harnischfeger, 2002, S. 7). Als Initiator, Sponsor oder Partner finden sich darüber hinaus Venture-Capital-Gesellschaften, Beteiligungsgesellschaften, Banken, große Beratungsunternehmen wie McKinsey, PWC, Boston Consulting, einzelne Großunternehmen wie VW oder Daimler Chrysler und in einigen Fällen Medien wie Stern, CAPITAL, ZDF, Wirtschaftswoche, aber auch regionale Radiosender.

Während auf internationaler und europäischer Ebene die mehrstufigen Businessplan-Wettbewerbe am weitesten verbreitet sind, haben Kerlen und Prescher (2010, S. 20) in Deutschland mehr Ideenwettbewerbe gefunden. Diese setzen stärker auf die Stimulierung von Unternehmensgründungen. Preise spielen dabei als Anreiz nicht immer die wichtigste Rolle. Kerlen und Prescher (2010, S. 20) sehen die große Mehrzahl der Sach- und Geldpreise in einem niedrigen Rahmen von bis zu 10.000 €, womit meist kein entscheidender Beitrag zur finanziellen Absicherung einer Gründung möglich ist.

Aus Sicht der Preisträger haben Wettbewerbe einen Motivationsschub zur Folge, der die Gründung beschleunigt und in der Gründungsphase zur Festigung beiträgt. Von 35 % der Träger eines ersten und 27 % der Träger eines zweiten Preises des Multimediawettbewerbes bis 2002 wurde der Gründungswettbewerb sogar als auslösender Faktor der Gründung gesehen (Zoche, 2002).

Der Trend dieser Wettbewerbe geht schon lange zu Unterstützungsangeboten und zur intensiven Förderung von ausgewählten Teilnehmern (Zoche & Harnischfeger, 2002, S. 5). Beispielhaft kann hier der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg genannt werden, der in drei Wettbewerbsstufen schon 2004 folgende Unterstützungsmaßnahmen anbot (Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg, 2014, S. 8):

- Handbuch zur Erstellung des Geschäftskonzeptes, Coaching durch insgesamt 150 Coaches (Patent- und Rechtsanwälte, Steuerberater, Marketingexperten, Unternehmensberater und Finanziers),
- Feedback zum Geschäftskonzept aus der Praxis von Venture-Capitalists, Geschäfts- und Förderbanken, Unternehmern und Beratern,
- Unterstützung bei der Suche nach Partnern für das Gründungsteam sowie
- über 150 Veranstaltungen zu Themen von Handelsrecht über Ideenmanagement bis zu Preiskalkulation und Kostenrechnung.

Mit diesen Angeboten leistet der Wettbewerb genau dort Unterstützung, wo Horst Albach noch 1998 eine Reihe von „*Lücken im Humankapital von Existenzgründern*“ (Albach, 1998, S. 4) sah: die Überprüfung der Gründungsidee, die Sammlung von Informationen über den Gründungsprozess und ihre Vorbereitung sowie die Integration des Gründungsteams (Albach, 1998, S. 5). Insgesamt sah Albach Potenziale an Unternehmertum, die durch „*eine bessere Organisation dieses Arbeitsmarktes*“ (Albach, 1998, S. 8) erschlossen werden könnten. Konkreten Mangel sieht er an einem Arbeitsmarkt für Selbständige, der Gründungswillige zusammenführt oder ihnen Gelegenheit zum Sammeln von Erfahrungen verschafft.

Qualifizierungsmodule für die Teilnehmer bietet etwa jeder zweite Wettbewerb an (Kerlen & Prescher, 2010, S. 221). Häufig wird dabei den Teilnehmern eine breite Auswahl an Schulungs- und Betreuungsmaßnahmen zur Selbstauswahl angeboten. Auch individuelle Betreuungsmaßnahmen für die Preisträger sind häufig. Nur wenige Wettbewerbe bieten aber allen Teilnehmern individuell zugeschnittene Maßnahmen an.

Zentral ist neben der Beratung auch die Herstellung von Netzwerkkontakten. So werden explizit auch Personen zur Meldung aufgefordert, die nicht über eine eigene Gründungsidee verfügen, aber Kompetenzen in ein Gründungsteam einbringen wollen. Besonders die Herstellung von Kontakten zu Kapitalgebern steht im Fokus der Untersuchung von (Schefczyk, 2009).

Die Literaturanalyse wurde durch Interviews ergänzt. Die Befragten wurden ausgewählt, um sowohl einen Spezialisten für Gründungsförderung mit nationalem Überblick wie auch erfahrene Gründungsberater zu befragen. Inhaltlich wurden Trends der Gründungsförderung sowie die Bedeutung der Green Economy für die Gründungswettbewerbe thematisiert. Weiter wurden die Befragten nach ihrer Meinung zu zwei Thesen gefragt.

These 1: „Sowohl die Wahrscheinlichkeit von Gründungen wie auch ihre Wachstumschancen sind höher, wenn die Gründung in ein starkes regionales Wirtschaftscluster eingebunden ist.“

Aus Sicht des Experten GW 1 ist dies grundsätzlich richtig, man müsse also die jeweils wichtigen Sektoren kennen und konsequent fördern. Die Gründungsidee der Wirtschaftsfördergesellschaft des Experten GW 2 waren gerade die starken Cluster. Und wie auch in einer anderen, in der er schon gearbeitet hat, sieht er einen deutlichen Zusammenhang von Clusterstärke und Gründungsaktivitäten. Auch der Experte GW 3 bestätigte, dass Cluster und Communities, seien sie offiziell oder inoffiziell, für Gründer hilfreich seien. These 1 konnte aus Sicht der Befragten belegt werden.

These 2: „Gründerwettbewerbe, die in den letzten Jahren ins Leben gerufen wurden, fokussieren häufig auf bestimmte Branchen wie IKT, Internet oder Biotechnologie.“

Fokussierte Gründerwettbewerbe könnten aus Sicht des Experten GW 1 in jedem Fall etwas bringen, aber es muss ein wirklich gutes Netzwerk geben und der politische Rahmen muss stimmen. Es muss auf Themen fokussiert werden „die gehen“, wo also der Gründer oder die Gründerin ein aussichtsreiches Feld vorfindet.

Der Experte GW 2 erinnert daran, dass McKinsey in Dortmund und auch in Hannover in jeder Fokusbranche einen Wettbewerb geplant hatte. Die Wettbewerbe sollten jeweils:

- erreichen, dass die Region in einem Sektor Flagge zeigt (durchaus im Sinne einer self fulfilling prophecy),
- dazu beitragen die Branchenstärke durch zusätzliche neue Unternehmen zu entwickeln
- und die Gründungen fördern.

Das wurde in Dortmund dann auch gemacht, ein paar Jahre lang. Aber es waren dann doch teilweise sehr wenige Bewerbungen und so floss nach ein paar Jahren alles in einen Gesamtwettbewerb zusammen. Es erscheint dem Experten GW 2 daher kein Zufall zu sein, dass die Mehrheit der branchenfokussierten Wettbewerbe überregional ausgerichtet ist, denn so finden sich mehr Bewerber.

Wenn man Wettbewerbe fokussiert, dann könnte das aus Sicht des Experten GW 3 „Spezialisten“ von überall anziehen. In Berlin Brandenburg z.B. richten sich die Gründerförderung und auch der Wettbewerb explizit an alle, also nicht nur wie in München an High-Tech Unternehmen. Letztlich müsste man sehen: ein enger thematischer Fokus hieße, dass man entweder wenig Bewerbungen bekommt oder den Wettbewerb geografisch weit öffnet. Aber im grünen Bereich ist z.Zt. kein Sektor abzusehen, der so groß wäre, dass sich da ein spezieller Fokus lohnen könnte.

These 2 wurde durch die Experten sowohl bestätigt wie auch kontextualisiert. Die in der These aufgestellte Beobachtung ist nicht auf lokaler oder regionaler Ebene zu beobachten und auch in der Anwendung dort nicht sinnvoll.

Ein von dem Experten GW 2 genannter, aktueller Trend in der Gründungsförderung ist das Crowdfunding, welches für Gründer an Bedeutung gewinnt. Auf Crowdfunding Plattformen wird letztlich virtuell mit der Geschäftsidee experimentiert, denn um das Ziel der Gewinnung von Kapitalbeteiligungen zu erreichen, müssen Produkt, Marktanalyse und Vertriebspläne überzeugend dargestellt werden. Oft werden dabei nicht nur Anteile, sondern auch erste Produkte verkauft. Crowdfunding Plattformen stellen damit eine Möglichkeit dar, zu niedrigen Kosten Erfahrungen zu sammeln. Zu untersuchen wäre, ob Crowdfunding Plattformen auch Möglichkeiten der Teamerweiterung bieten und auch bewusst als Instrument der Gründungsberatung oder im Rahmen von Wettbewerben genutzt werden können.

Neben Gründungswettbewerben, die privatwirtschaftlich finanziert werden, sieht der Experte GW 3 zunehmend auch private Aktivitäten in Form von Inkubatoren, z.B. von Immobilienscout, Pro7SAT1 oder mitfinanziert von Google. Parallel zu den öffentlich-rechtlichen Wettbewerben und Förderangeboten entsteht damit eine zusehends systemische private Alternative.

Gründungen im Feld der Green Economy haben in Deutschland seit den 70er Jahren Tradition. Die erste grüne Gründungswelle fand rund um die ökologische Lebensmittelwirtschaft und die erneuerbaren Energien statt. Aus Sicht des Experten GW 1 war das EEG sehr wirksam und zeigte, wie die Stimulierung von Gründungen im Kontext Green Economy gut funktioniert – auch wenn das EEG wie auch das Stromeinspeisegesetz als sein Vorläufer nicht als Instrumente der Gründungsförderung gedacht waren.

Außer dem „Sonderpreis Klimaschutz“ von Start-up-Impuls in Hannover ist dem Experten GW 2 keine einschlägige Initiative bekannt. Aber es ist so, dass ganz ohne Förderung in einer wachsenden Anzahl von Gründungskonzepten aus ganz verschiedenen Branchen unaufgefordert Aussagen zu Nachhaltigkeit, fair trade u.a.m. gemacht werden. Hier besteht offenbar ein Bedürfnis, zu handeln und Teile des Geschäftskonzepts zu Nachhaltigkeit in Beziehung zu setzen. Experte GW 2 sieht aber auch das Ziel einer zunehmenden Zahl von Gründungen, die mit ihrer eigentlichen Geschäftsidee im Kerngeschäft zu Nachhaltigkeit beitragen. Die Krisenstimmung rund um die erneuerbaren Energien könne damit schon wieder zum Gründungsanlass werden, weil die bisherigen Geschäftskonzepte wackeln und die bisherigen Flaggschiffe nicht mehr funktionieren. Da werden Vorherrschaften und aufgebaute Strukturen in Frage gestellt und so entstehen wieder Gründungschancen.

Im Business Plan Wettbewerb Berlin Brandenburg sieht Experte GW 3 Fragen der Nachhaltigkeit bereits verankert. Seit 2011 sind hier Fragen nach der Nachhaltigkeit des Geschäftskonzeptes im Businessplan mit zu beantworten. Im alternativ auszuarbeitenden Business Modell Canvas fehlen solche Fragen jedoch.

Als erster bundesweiter Wettbewerb mit Fokus auf Themen der Green economy wurde im April 2014 der Gründerwettbewerb „InnoWASTEon - grüne Start-ups gesucht!“ gestartet (Green Alley, 2014). Das private Berliner Gründernetzwerk der Landbell AG, Green Alley, und Seedmatch, die größte Crowdfunding-Plattform für Start-ups in Deutschland, sind Träger des Gründerwettbewerbs. Zielgruppe sind Gründer und junge Unternehmen, die innovative Konzepte in den Bereichen Abfall, Recycling und Kreislaufwirtschaft entwickelt haben.

9.2 Defizite und Potenziale

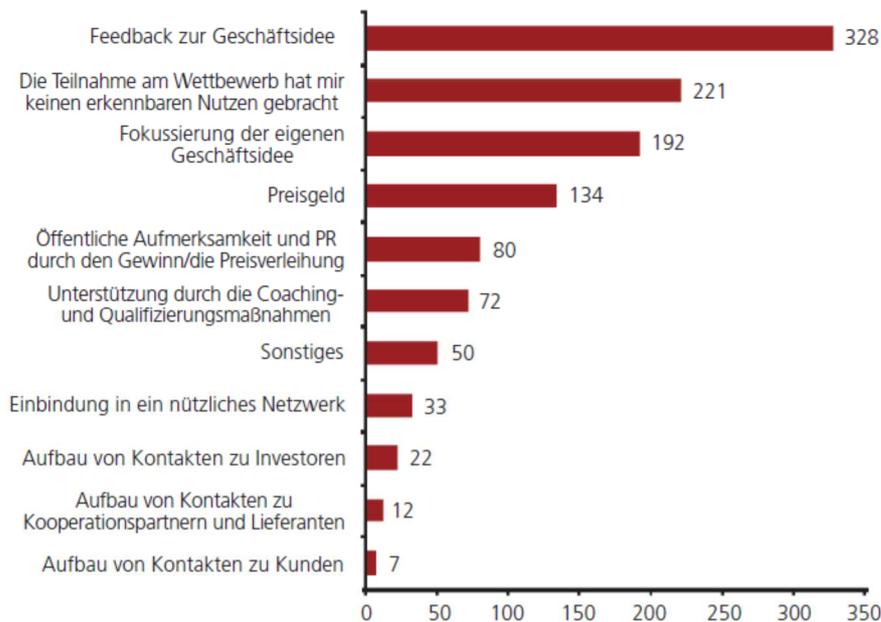
Schon die Analyse von (Clausen, 2004, S. 26ff) wies auf eine „Lücke“ hinsichtlich der Verbindung von Nachhaltigkeit und Gründungswettbewerben hin. Gründerwettbewerbe mit einem Fokus auf Nachhaltigkeit könnten eine konkrete Möglichkeit sein, das Gründungsgeschehen in Deutschland um eine Facette zu ergänzen, die durch die bisherigen Wettbewerbe nur begrenzt gefördert wird. Aber auch die Erhöhung der Aufmerksamkeit für nachhaltige Gründungen, z.B. mit einem Klimagründerpreis, könnte diese Funktion grundsätzlich unterstützen. Zunächst ist als Defizit festzuhalten, dass es bisher kaum Gründungswettbewerbe mit einem Fokus im Kontext der Green Economy gibt. Eine Ausnahme bildet der Sonderpreis proKlima, der von hannoverimpuls seit 2005 vergeben wurde (Clausen, 2013). Im Kontext innovativer Cluster mit Bezug zur Green Economy scheint eine grüne Ausrichtung von Wettbewerben jedoch heute durchaus aussichtsreich, z.B. aus Sicht der Expertin CL3.

Ripsas sah noch Anfang des Jahrtausends bei Gründungen im Umweltschutz prinzipiell die Tendenz, sich auf maximalen Umweltnutzen und hierzu notwendige *technische* Problemlösungen zu konzentrieren und die Idee aus Sicht des Marktes nicht zu Ende zu denken. Er plädierte daher besonders dafür, bei der Entwicklung von ökologischen Gründungsideen Marktstrukturen mitzudenken, „um dann umso stärker der ökologischen Idee zum Durchbruch zu verhelfen“ (Ripsas, Zumholz & Kolata, 2008, S. 11). Auf eine pragmatische, nicht politisch-dogmatische Orientierung im Dienste des Kundennutzens hinzuwirken hält er für eine geeignete, auf den Erfolg der Gründung gerichtete Beratungsmaxime. Die Unterstützung der Bildung von Teams aus ökologisch konsequenten Personen einerseits und aus marktorientierten Personen andererseits könnte hier weiterführen.

Andere Bedenken gegen die klassische Ausgestaltung der Wettbewerbe erwachsen auch aus den Ergebnissen von (Marxen & Schick, 2003, S. 23) auch ((Rietze & Schick, 2004, S. 4). Sowohl bei den Gründungsberatungen als auch – aber etwas weniger - den Banken fanden sie zu Anfang des Jahrtausends noch eine Reserviertheit gegen nachhaltige Gründungsideen. Der Experte GW 3 wies darauf hin, dass die Gründungsberater und –gutachter in der Tat bis vor kurzer Zeit ein Hemmnis gewesen wären, weil sie eher von zu komplexen Gründungen – und damit auch von zu viel „Nachhaltigkeits-Firlefanz“ - abgeraten hätten. Durch das Mitnehmen der Berater bei der Entwicklung des Nachhaltigkeits-Bausteins und durch immer mehr Erfahrung mit Nachhaltigkeits-Gründern durch den Business Plan Wettbewerb Berlin Brandenburg sei dies schon besser geworden.

Defizite des Bezugs zur Nachhaltigkeit sollten jedoch möglichst mit Lösungen ausgeräumt werden, die auch in Bezug auf andere Defizite gegenwärtiger Gründungswettbewerbe Fortschritte ermöglichen. In einer Befragung zum Gründerwettbewerb „Mit Multimedia erfolgreich starten“ aus 2010 wurde z.B. ermittelt, dass das Feedback zur Geschäftsidee der wichtigste Nutzen für knapp 52 % der Teilnehmer war. 35 % der Teilnehmer gaben dagegen an, der Wettbewerb hätte ihnen keinen Nutzen gebracht. Dies weist trotz der Argumentation von Kerlen und Prescher (2010, S. 45), dass hieraus die Enttäuschung der preislos gebliebenen Teilnehmer spräche, auf deutliche Defizite hin.

Abbildung 15: Antworten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Gründerwettbewerbs – Mit Multimedia erfolgreich starten“ auf die Frage „In folgenden Bereichen war die Wettbewerbsteilnahme für mich von deutlichem Nutzen“ (maximal drei Nennungen waren möglich)



Quelle: (Kerlen & Prescher, 2010, S. 45), n=634

Auch die Tatsache, dass die Unterstützung durch Qualifizierungs- oder Coachingmaßnahmen, Netzwerkeffekte oder der Aufbau von Kontakten nur bei 10 % oder weniger der Antworten als Nutzen erwähnt wird, lässt vermuten, dass hier etwas optimiert werden könnte.

Weitere Fragen werfen (Ripsas et al., 2008) auf. Ihre Haupthypothese bezog sich auf den Einfluss formaler Business Pläne auf den Erfolg von Unternehmensgründungen. Ein solcher signifikanter Einfluss wurde jedoch nicht gefunden. Sie resümieren (Ripsas et al., 2008, S. 29):

Die Untersuchungen der Gewinner der Businessplan-Wettbewerbe in Berlin-Brandenburg und dem Rheinland geben erste Hinweise darauf, dass die formale Qualität von Businessplänen nicht automatisch zu einem größeren Unternehmenserfolg führt. Wenn aber, darüber besteht in der Literatur Einigkeit, der Planungsprozess von großer Bedeutung für die Entwicklung des Unternehmens ist, so kann die Vermutung geäußert werden, dass die Inhalte standardisierter Businesspläne überarbeitet werden müssen. Dreißig Seiten Text und eine detaillierte Finanzplanung über drei bis fünf Jahre erfüllen nur bedingt ihren zugeordneten Zweck.

In Relativierung der Bedeutung der detailgenauen Planung der Geschäftsergebnisse bestimmter Perioden betonen (Ripsas et al., 2008) die Bedeutung des Versuchs der Gründer, ein erfolgsträchtiges Geschäftsmodell im Markt zu etablieren. Hier sehen sie einen Weg in einem schrittweisen Erproben der

Annahmen aus dem Businessplan („discovery driven planning“) und eröffnen somit den Zugang zum Prozess der iterativen Entwicklung von Geschäftsmodellen im Gründungsprozess. Die Frage, wie die Gründungsförderung einen solchen Prozess unterstützen kann, bleibt aber vorerst offen. Crowdfunding könnte hier eine aussichtsreiche Perspektive bieten.

9.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Mit Blick auf Green Economy, Gründungswettbewerbe UND Cluster gemeinsam ist festzuhalten, dass wesentliche Zusammenhänge bestehen. Während auf internationaler Ebene der Begriff Green Economy eine eindeutige politische Schwerpunktsetzung beschreibt, ist diese 1:1 auf die meist an Regionen orientierte Wirtschaftsförderung mit ihren Clustern, Gründerzentren und Gründerwettbewerben nur begrenzt anwendbar. Denn innerhalb der Regionen sind einzelne Cluster bereits entwickelt, für die die Green Economy entweder Bedeutung hat oder nicht. Aus Sicht der regionalen Wirtschafts- und Gründungsförderung fließt all dies in der Aufgabe zusammen, sowohl mit Blick auf die Entwicklung vorhandener Cluster wie auch mit Blick auf thematische Akzente in der Gründungsförderung innerhalb des Trends zur Green Economy die thematischen Trends innerhalb der jeweiligen Branchen genau zu analysieren. Akzente sollten dann genau dort gesetzt werden, wo maximale Anschlussfähigkeit zu den politischen Plänen und Rahmenbedingungen einerseits und zu den regionalen Potenzialen und Stärken andererseits gegeben sind. Wenn solche Anschlussfähigkeiten bestehen, könnte aber die Ausrichtung grün orientierter Gründungswettbewerbe für bestimmte Regionen oder überregional durchaus attraktiv sein.

Bei der thematischen Fokussierung von Gründungsförderaktivitäten (nicht nur von Wettbewerben) scheint es weiter notwendig, die Weite oder Enge des thematischen Feldes, die Zahl der Akteure und den regionalen Rahmen so aufeinander abzustimmen, dass mit einer im Regelfall aufwendigen Aktion auch eine möglichst große Zahl von Akteuren erreicht wird. Bei thematisch eng fokussierten Wettbewerben oder anderen gründungsfördernden Aktivitäten wird es dabei oft geraten sein, die Aktivität bundesweit, in jedem Fall aber überregional auszurichten, wie dies beim einzigen einschlägigen Wettbewerb dieser Art auch erfolgt (Green Alley, 2014).

Als zweiter Bereich der Integration von Klimaschutz und Nachhaltigkeit in Gründungswettbewerbe ist neben den „neuen grünen Geschäftsideen“ die Optimierung von Geschäftsmodellen und Businessplänen in Richtung auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit in den Blick zu nehmen. Nur wenige Wettbewerbe fordern bisher explizite Aussagen zur Nachhaltigkeit der Geschäftsidee oder ihrer Realisierung. Durch Weiterentwicklung des Ansatzes des Sustainable Business Plan, wie er im BPW Berlin Brandenburg praktiziert wird, oder durch eine Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in das Business Mo-

dell Canvas könnte die Nachhaltigkeit von Gründungen schon in der frühesten Phase gefördert werden. Durch das damit zusammenhängende Ziel einer höheren Energie- und Ressourceneffizienz wäre damit auch eine Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit verbunden.

Bei der Gestaltung von Gründungswettbewerben mit „grünem Fokus“ wären Partner aus der traditionellen Gründungsförderung wie auch aus den Reihen der ökologischen und ökonomischen Akteure der Nachhaltigkeit hilfreich (BMBF, 2014; Clausen, 2004, S. 262). Spezialisten für grünes Geld, ökologisches Marketing sowie eine auf Nachhaltigkeit orientierende Unternehmensberatung wären als beratende Partner in einem solchen Wettbewerb hilfreich und würden die etablierten Akteure der Gründungsberatung ergänzen. Häufig aber werden auch nachhaltigkeitsorientierte Gründer auf „konventionelle“ Gründungsberater und Wettbewerbsgutachter treffen. Hier ist es wichtig, diese Berater und Gutachter auf dem Weg zur Green Economy „mitzunehmen“, sie einzubinden, zu schulen und ggf. neue Erfahrungen bewusst zu reflektieren, so dass sich die Beratungspraxis auch für neue Herausforderungen und Chancen öffnet.

Die Beschäftigung mit dem Business Modell Canvas erscheint auch aus der Analyse von (Ripsas et al., 2008) heraus konsequent. Er wirft die Frage auf, inwieweit es zielführend ist, *sehr detaillierte Businesspläne* als Mittel der Bewerbung um Gründerpreise zu nutzen. Seiner Anregung, eher auf Methoden der iterativen Entwicklung von Geschäftsmodellen im Gründungsprozess zu fokussieren, sollte nachgegangen werden. Dieser Gedanke läuft letztlich auf die Fokussierung auf ein Geschäftsmodell anstelle eines detaillierten Businessplans hinaus. Das etwas weniger aufwendige Geschäftsmodell sollte ggf. auch über das Feedback der Gutachter hinaus Gegenstand der Diskussion sein, z.B. durch den Test auf einer Crowdfunding Plattform, und dann optimiert werden. Insoweit bietet es gegenüber einem aufwendigen und detaillierten Businessplan zusätzliche Optionen.

10 Gründerpreise

10.1 Ausgangssituation

Gründerpreise sind ein verbreitetes Instrument, um Gründungen zu stimulieren und vor allem in der frühen Gründungsphase zu unterstützen. Als Element von Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben sind Gründerpreise fester Bestandteil des Anreizsystems für werdende Gründer. Bei fast allen Gründungswettbewerben spielen Auszeichnungen und Preise als Wettbewerbselement eine zentrale Rolle (Schwartz et al., 2012, S. 7). Für die Teilnahme der Start-ups in Gründerwettbewerben bestehen darüber hinaus weitere Anreize wie die Möglichkeit, Feedback zu erhalten, die Geschäftsidee zu fokussieren oder das eigene Netzwerk zu erweitern (Kerlen & Prescher, 2010, S. 45). Derartige Anreize und Preise bieten auch Innovationswettbewerbe, die teilweise eine eigene Start-up-Kategorie aufweisen. Wichtigste Motive für kleine Unternehmen sind hier die Faktoren Reputation und Mitarbeitermotivation, während das Benchmarking und Auszeichnungen eine mittlere Bedeutung haben (Blaeser-Benfer, Kirschenbauer & Tetzl, 2007, S. 31).

Während es bereits verschiedene Studien zu Gründungswettbewerben (Dippe & Müller, 2005; Kerlen & Prescher, 2010; Knyphausen-Aufseß & Goodwin, 2009; Schwartz & Hornych, 2010; Wolf, Michelsen & Schwartz, 2010) und Innovationswettbewerben (Blaeser-Benfer et al., 2007; Hallerstedte, Neyer, Bullinger & Möslin, 2010; Wenger, 2013) gibt, liegen bisher nur wenige Erkenntnisse über inhaltliche Schwerpunktsetzungen der Wettbewerbe auf einzelne Branchen und Felder wie die Biotechnologie und entsprechende Auszeichnungen vor (Wolf et al., 2010). Dies gilt insbesondere für wettbewerbsübergreifende Studien. Hier wurden Gründer- und Innovationswettbewerbe bisher ausschließlich getrennt voneinander untersucht. Die vorliegende Analyse betritt hier in mehrfacher Hinsicht Neuland. Sie untersucht erstmals, welche Bedeutung Umweltorientierung, Klimaschutz und Nachhaltigkeit in Wettbewerben hat und sie begrenzt sich dabei nicht nur auf einen Wettbewerbstyp, sondern bezieht neben Gründer- und Innovationswettbewerben auch Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe mit ein. Der Hauptfokus liegt hierbei auf der Frage, welche Wettbewerbe sich gezielt an grüne Gründer richten und spezifische Gründerpreise verleihen. Auf Basis der Analyse sollen Schlussfolgerungen und Empfehlungen für die Entwicklung eines Klima-Gründerpreises gegeben werden.

10.1.1 Untersuchungsmethodik

Für die Untersuchung wurde zunächst eine Literaturstudie und Internetrecherche zu Gründerpreisen in Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben durchgeführt und folgende drei Hypothesen gebildet:

Hypothese 1: Start-ups und junge Unternehmen im Bereich Green Economy und Klimaschutz werden von großen nationalen Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben bisher nicht gezielt adressiert.

Hypothese 2: Ein nationaler Gründerpreis könnte wichtige Impulse für grüne und nachhaltigkeitsorientierte Gründungen geben und Vorbilder prägen.

Hypothese 3: Ein spezieller Gründerpreis im Bereich Green Economy und Klimaschutz könnte nur bedingt in bestehende Wettbewerbe integriert werden.

In einem zweiten Schritt wurden für alle 3 Wettbewerbstypen sowohl die größten nationalen Wettbewerbe als auch Wettbewerbe mit einer besonderen Spezialisierung auf umwelt- und nachhaltigkeitsorientierte Gründungen identifiziert. Je Wettbewerbstyp erfolgte schließlich eine vertiefte Analyse von jeweils 6 Wettbewerben mit nationaler Bedeutung bzw. spezifischer Umwelt- und Nachhaltigkeitsorientierung. Insgesamt wurden 18 Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerbe im Hinblick auf die Rolle und Ausrichtung von nachhaltigkeitsorientierten Gründerpreisen untersucht. Abschließend wurden drei Experteninterviews mit Initiatoren und Organisatoren von Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben geführt, um Hypothesen und Ergebnisse der Untersuchung zu validieren.

10.1.2 Wettbewerbstypen

Junge Unternehmen spielen in Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben eine unterschiedliche Rolle. In Gründer- und Businessplanwettbewerben sind Start-ups überwiegend die alleinige bzw. Hauptzielgruppe. Innovationswettbewerbe richten sich dagegen grundsätzlich an innovative Unternehmen, ohne einzelne Unternehmensgruppen auszuschließen, wobei manche Wettbewerbe mit der Bildung von Wettbewerbskategorien neben großen und mittelständischen Unternehmen vereinzelt auch an Start-ups Preise verleihen. Auch Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe adressieren meist ein breites Unternehmensfeld und differenzieren teilweise nach einzelnen Unternehmensklassen. Start-ups sind also entweder Gegenstand der Wettbewerbe oder können eine eigene Wettbewerbskategorie darstellen. Die meisten deutschen und europäischen Gründerwettbewerbe beginnen ab der zweiten Hälfte der 1990er Jahre⁷. Der Beginn vieler Innovationspreise liegt etwas später ab Mitte der 2000er-Jahre. Bedeutende Umwelt- und Nachhaltigkeitspreise für Unternehmen werden erst ab dem Jahr 2008 ausgeschrieben, wobei sowohl der Deutsche Umweltpreis als

⁷ Businessplanwettbewerb Berlin-Brandenburg (1996), Gründerchampions (1999), Deutscher Gründerpreis (2002)

größter Umweltpreis für Unternehmen als auch der B.A.U.M. Umweltpreis bereits 1993 initiiert wurden. Aktuell gibt es über 80 regionale und nationale Gründerwettbewerbe (Kerlen & Prescher, 2010), zwischen 30 und 35 Innovationswettbewerbe (Technology Review, RKW) und fast 90 Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe (www.biz-awards.de).

Die Gründerwettbewerbe lassen sich grundsätzlich in Ideen- und Businessplanwettbewerbe unterscheiden. Während im einen Falle die Formulierung einer Geschäftsidee i.d.R. über eine Ideenskizze Gegenstand des Wettbewerbs ist, erfordern und begleiten ein- oder mehrstufige Businessplanwettbewerbe die Einreichung bzw. Erarbeitung eines Businessplans. Auf europäischer Ebene ist der mehrstufige Businessplanwettbewerb am stärksten verbreitet, in Deutschland sind Ideenwettbewerbe häufiger (Kerlen & Prescher, 2010, S. 16). Bei weiteren Wettbewerben steht die Prämierung von Gründerpersönlichkeiten im Vordergrund. Der Teilnehmerkreis der Gründerwettbewerbe ist meist auf Start-ups und damit Unternehmen, die in den letzten drei bis fünf Jahren gegründet wurden, begrenzt. Einige Wettbewerbe sind etwas breiter ausgerichtet und prämiieren neben Start-ups in weiteren Kategorien auch Schüler oder das Lebenswerk von Unternehmern.

„Innovationswettbewerbe sind Wettbewerbe von Innovatoren, die ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Kreativität nutzen, um eine Lösung für eine bestimmte Aufgabe, die von einem Organisator festgesetzt wird, zu liefern.“ (Bullinger, Neyer, Rass & Möslin, 2010). Bei den Anwendungsbereichen lassen sich technologische und gesellschaftliche Aufgabenstellungen von unternehmerischen Fragestellungen unterscheiden (Haller, Bullinger & Möslin, 2011). Über Innovationswettbewerbe sollen einerseits Ideen und Wissen stimuliert und andererseits die Entwicklung von Fähigkeiten, Konzepten und Geschäftsfeldern gefördert werden. Zu den Gestaltungsparametern zählen der Ausarbeitungsgrad des Beitrags, das Anreizsystem sowie die Form der Evaluation (Haller et al., 2011). Monetäre Anreize werden dabei umso stärker eingesetzt je komplexer die Aufgabe und der Zeitbedarf für die Bearbeitung ist (Hallerstede et al., 2010).

Abbildung 16: Gestaltungsparameter von Innovationswettbewerben

Gestaltungsparameter	Ausprägung					
Medium	Online		Gemischt		Offline	
Organisator	Unternehmen	Öffentliche Organisation	Gemeinnützig		Individuum	
Aufgabenspezifität	Niedrig (offene Aufgabe)		Definiert		Hoch (konkrete Aufgabe)	
Ausarbeitungsgrad	Idee	Skizze	Konzept	Prototyp	Lösung	Entwickelnd
Zielgruppe	Spezifisch			Unspezifisch		
Teilnahme als	Individuum		Team		Beides	
Laufzeit	Sehr kurz		Kurz	Lang	Sehr lang	
Anreizsystem	Monetär		Nicht-monetär		Gemischt	
Communityfunktionalitäten	Vorhanden			Nicht vorhanden		
Evaluation	Jurybewertung	Peer-Bewertung		Selbsteinschätzung	Gemischt	

Quelle: (Hallerstede, Neyer, Bullinger & Möslein, 2010, S. 3)

Die Innovationswettbewerbe sprechen häufig eine breite oder unspezifische Zielgruppe an und richten sich nur teilweise explizit an Start-ups. Da vor allem Hightech-Start-ups über eine hohe Innovationsfähigkeit verfügen und auch im Mittelpunkt zahlreicher wirtschaftspolitischer Maßnahmen stehen, empfiehlt Blaeser-Benfer eine gezielte Ansprache dieser Zielgruppe in Innovationswettbewerben („Advertise“, o. J.) (Blaeser-Benfer et al., 2007, S. 45).

10.1.3 Charakterisierung der Gründerpreise

Sowohl in den unterschiedlichen Wettbewerbstypen als auch in der konkreten Ausgestaltung einzelner Wettbewerbe spielen Ansprache und Auszeichnung von Start-ups eine Rolle. Alle Wettbewerbstypen kennen grundsätzlich eine Start-up-Kategorie. Dabei gelten nur für besondere Gründerwettbewerbe ein Ausschließlichkeitsprinzip und die Beschränkung auf Start-ups, was häufig mit der Bildung mehrerer Start-up-Kategorien (z.B. Technology, Web, Service) einhergeht. Andere Gründerwettbewerbe sind mehr als Unternehmerwettbewerbe zu verstehen, die Auszeichnungen für unterschiedliche Unternehmensentwicklungsphasen bis hin zum Lebenswerk verleihen. Die vorliegende Untersuchung fokussiert ausschließlich auf Start-up-Auszeichnungen.

Funktion und Preisformen

Eine Auszeichnung von Start-ups in den Wettbewerben erfüllt vor allem zwei Funktionen. Sie ist einerseits ein Anreiz für Start-ups, sich am Wettbewerb zu beteiligen und andererseits eine Art Gütesiegel, das der Geschäftsidee und dem Geschäftsmodell eine gute Chance auf Realisierung attestiert (Schwartz et al., 2012, S. 7; Wolf et al., 2010, S. 14). Darüber hinaus sind Auszeichnungen als Bestandteile von Gründer- und Innovationswettbewerben auch ein wichtiges Instrument der Förderung einer Gründungskultur. Geldpreise sind in drei von vier Wettbewerben die wichtigste Preisform und

variieren zwischen vier- und sechststelligen Beträgen, wobei höhere Preisgelder vor allem bei nationalen und mehrstufigen Wettbewerben vergeben werden (Kerlen & Prescher, 2010, S. 12; Schwartz et al., 2012, S. 12). Zu den weiteren Preisformen gehören vor allem Beratungspakete, Sachpreise und öffentliche Medienberichterstattung (Kerlen & Prescher, 2010, S. 12–13; Schwartz et al., 2012, S. 7–8). Die Vergabe der Preise erfolgt entweder durch eine Jury- oder eine Publikumsbewertung, wobei beide Wege auch kombiniert werden können.

Gründungsphase

Start-up-Auszeichnungen weisen sehr unterschiedliche Definitionen und Schwerpunktsetzungen auf. Sogenannten „Pre-Seed-Awards“, bei denen es vorwiegend um die Realisierbarkeit und technologische Machbarkeit einer Idee geht, stehen „Seed-Awards“ gegenüber, die mehr auf das Geschäftsmodell und erste Geschäftsaktivitäten abzielen (Wolf et al., 2010, S. 15). Die 18 untersuchten Wettbewerbe liefern einerseits eine Bestätigung dieser Differenzierung und legen darüber hinaus eine weitergehende Einteilung nahe. Demnach gibt es einerseits Start-up-Kategorien, die die Teilnahme auf eine Gründung in den letzten 12 Monaten beschränkt und andere Wettbewerbe, für die die Gründung mindestens vor einem Jahr erfolgt sein muss. Weitere Wettbewerbe nehmen keine Unterscheidung zwischen Ideen- und Realisierungsphase zugrunde und sprechen entweder eine frühe Gründungsphase (0-3 Jahre) oder einen längeren Zeitraum (von 0- 5 bzw. 0-8 Jahre) an. Demnach können die Wettbewerbe auch in explizite Frühphasenwettbewerbe (Start-up-Wettbewerb i.e.S.) oder umfassende Früh- und Wachstumsphasenwettbewerbe (Start-up-Wettbewerb i.w.S.) unterscheiden werden.

- Explizite Pre-Seed-Wettbewerbe (< 1 Jahr)
- Explizite Non-Pre-Seed-Wettbewerbe (> 1 Jahr)
- Frühphasenwettbewerbe (0-3 Jahre)
- Früh- und Wachstumsphasenwettbewerbe (0-8 Jahre)

Nach Untersuchungen von Start-up-Wettbewerben im Bereich Biotechnologie wurden dort überwiegend Pre-Seed-Wettbewerbe initiiert, um eine frühe Stimulierung von Gründungen zu erreichen. Die Analysen in diesem Bereich zeigen aber auch, dass Auszeichnungen in Seed-Wettbewerben eine deutlich höhere Überlebenswahrscheinlichkeit implizieren. (Wolf et al., 2010, S. 22). Die Selektion der Wettbewerbe erfolgt dabei entweder über das Bewerbungsverfahren oder über eine nachträgliche Filterung der jungen Unternehmen mit einem bestimmten Gründungsdatum aus einem größeren Bewerberfeld, das auch etablierte und große Unternehmen umfasst.

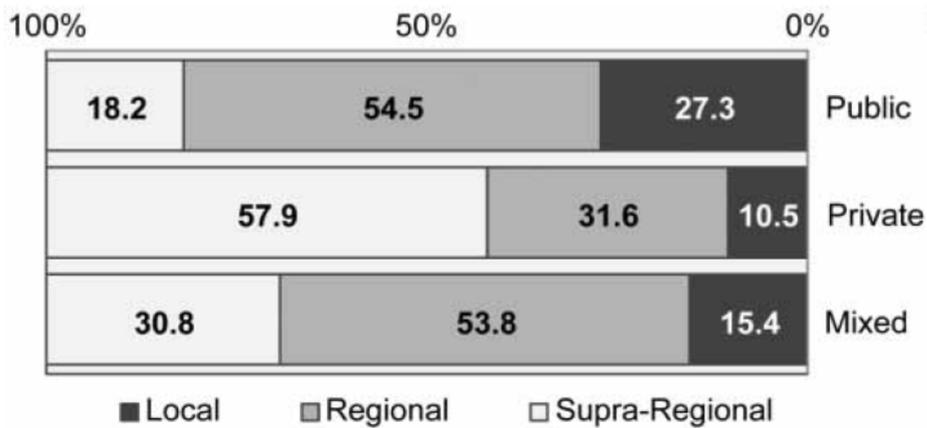
Reichweite, Bekanntheit und Bedeutung

Bei jüngeren Gründerwettbewerben ist ein gewisser Trend zu bundesweit ausgerichteten Wettbewerben zu erkennen (Schwartz et al., 2012, S. 12). Bei allen Wettbewerbstypen gibt es daneben sowohl landesweite als auch regional begrenzte Wettbewerbe. Während Gründungs- und Wirtschaftsförderung oft regional oder bundesstaatlich organisiert sind, verbinden sich mit nationalen Start-up-Wettbewerben häufig sowohl höhere Preisgelder als auch eine größere Aufmerksamkeit. Wolf et al. kommen zum Ergebnis, dass die Erfolgsrate von ausgezeichneten Start-ups in nationalen Wettbewerben höher ist als in regionalen oder bundesstaatlichen Wettbewerben, da sich in einem stärkeren Wettbewerbsumfeld nur herausragende Geschäftsideen durchsetzen. (Wolf et al., 2010, S. 19). Die Autoren stellen darüber hinaus einen Zusammenhang zwischen der Reichweite und der Spezialisierung von Wettbewerben her. Auf einzelne Branchen oder Anwendungsfelder spezialisierte Wettbewerbe sind demnach häufiger als nationaler Wettbewerb organisiert. In der vorliegenden Studie wurden deshalb überwiegend nationale Wettbewerbe untersucht (14 von 18).

Träger und Partner

Träger von Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben sind sowohl öffentliche als auch private Organisationen. Dies gilt sowohl für regionale und landesweit ausgetragene Wettbewerbe als auch für nationale Ausschreibungen. Über die Hälfte (55 %) der Wettbewerbe werden dabei in einer Partnerschaft von öffentlichen Einrichtungen wie Bundes- und Landesministerien oder Hochschulen und privaten Einrichtungen wie Unternehmen und Medien organisiert (Schwartz et al., 2012, S. 13). Etwa 28 Prozent der Wettbewerbe werden ausschließlich privat und rund 17 Prozent rein öffentlich organisiert (Schwartz et al., 2012, S. 13). Bei den neu initiierten Wettbewerben ist ab 2006 eine deutliche Zunahme der privaten Wettbewerbe zu verzeichnen (45 %), die überwiegend und stärker als öffentliche Wettbewerbe eine bundesweite Ausrichtung haben (Schwartz et al., 2012, S. 8–9). Hierbei spielen wie bei den hier untersuchten Wettbewerben auch Medien wie Wirtschaftswoche, Handelsblatt und Manager Magazin oder Stern, FAZ, ZDF und Pro Sieben eine Rolle.

Abbildung 17: Träger von Gründungswettbewerben

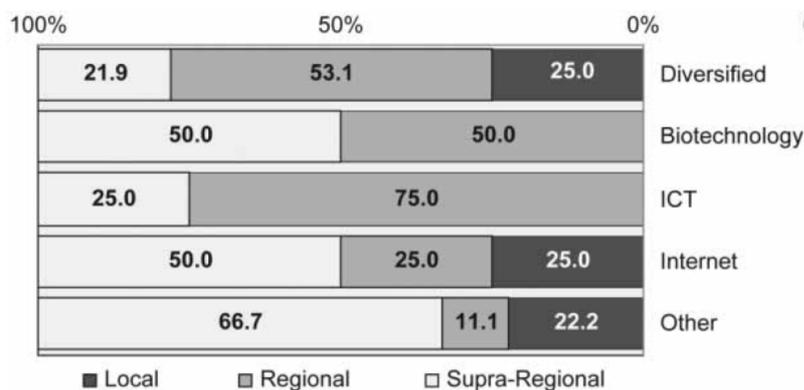


Quelle: (Schwartz et al., 2012, S. 14)

Spezialisierung und Schwerpunkte

Unter den Gründerwettbewerben weist rund die Hälfte eine Branchen- oder Technologiespezialisierung auf (Schwartz et al., 2012, S. 12). Häufigste Spezialisierungen liegen hier in den Bereichen der Informations- und Kommunikationstechnologie sowie der Biotechnologie. Dabei ist ein gewisser Zusammenhang zwischen der Spezialisierung und der Reichweite des Wettbewerbs erkennbar. So sind spezialisierte Wettbewerbe stärker überregional und national ausgerichtet, diversifizierte Wettbewerbe dagegen stärker regional und lokal (vgl. Abbildung 18). Bei jüngeren Gründerwettbewerben liegt eine solche Spezialisierung im Trend, ebenso wie ein stärkeres Engagement von privaten Veranstaltern (Schwartz et al., 2012, S. 12).

Abbildung 18: Spezialisierung von Gründerwettbewerben



Quelle: (Schwartz et al., 2012, S. 11)

Neben einer Spezialisierung der Wettbewerbe nehmen Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerbe über die Bildung von Wettbewerbskategorien auch unterschiedliche Schwerpunktsetzungen vor. Hierzu gehören beispielsweise Branchenkategorien (wie IT, Multimedia, Energie oder Medizin), Akteurskategorien (wie Mittelstand, Großunternehmen und Start-up) oder die Fokussierung auf Querschnittsthemen (wie Innovation oder Verantwortung).

10.2 Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Für die Ermittlung von Defiziten und Potenzialen der Wettbewerbe zur Integration von Green Economy und Klimaschutz erfolgte zunächst eine Analyse von insgesamt 18 Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben. Für die Untersuchung wurden einerseits die jeweiligen großen, nationalen Wettbewerbe mit hoher Reichweite und andererseits Pionierwettbewerbe auf nationaler und regionaler Ebene ausgewählt. Des Weiteren wurden drei Experteninterviews geführt mit Initiatoren und Organisatoren von Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben.

10.2.1 Stand der Umwelt- und Nachhaltigkeitsorientierung

Wichtigste Untersuchungsmerkmale der 18 Wettbewerbe waren die Rolle von Start-ups und die Berücksichtigung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten. Beim Merkmal Start-up wurde untersucht, ob es sich um einen speziellen Start-up-Wettbewerb handelt oder es eine Start-up-Kategorie gibt. Das Merkmal Umwelt- und Nachhaltigkeit konnte entweder Hauptgegenstand eines spezialisierten Wettbewerbs sein, als eigene Wettbewerbskategorie eine Rolle spielen oder zu den Bewertungskriterien der Preisvergabe gehören.

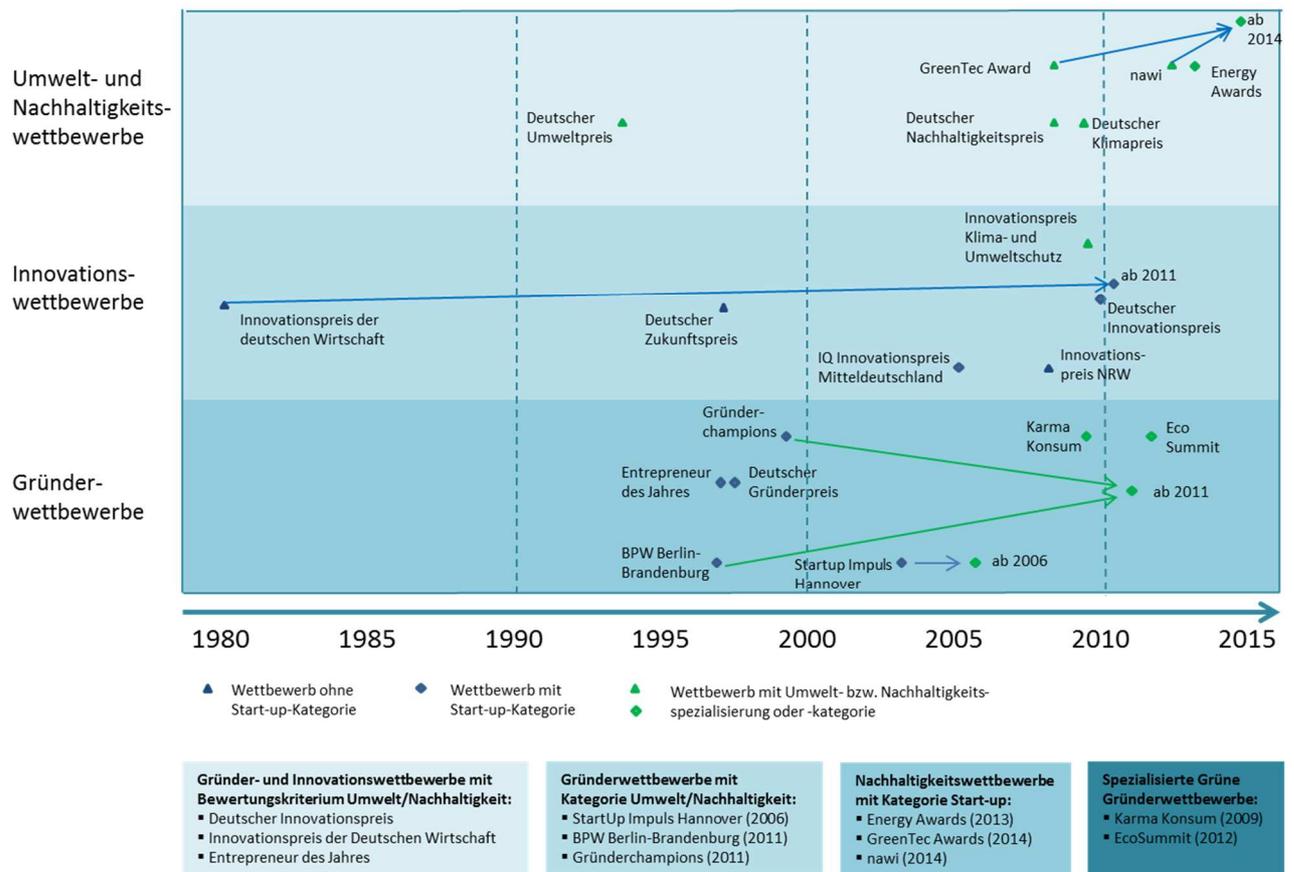
In der Entwicklung der Wettbewerbe ist zunächst zu beobachten, dass Start-ups erst mit dem Aufkommen der Gründerwettbewerbe ab Mitte der 1990er-Jahre eine besondere Aufmerksamkeit erlangen und es sich wie beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg oder den Gründerchampions um spezialisierte Start-up-Wettbewerbe handelt oder wie beim Deutschen Gründerpreis um Gründerwettbewerbe mit einer Start-up-Kategorie. Große Innovationswettbewerbe führen erst etwa 15 Jahre später ab 2010 eine Start-up-Kategorie ein, bei Nachhaltigkeitswettbewerben gibt es eine solche Kategorie erst seit 2013. Große Umweltwettbewerbe gibt es bereits seit Anfang der 1990er-Jahre, während bedeutende Nachhaltigkeitswettbewerbe sich erst ab 2008 etablieren. Bis zu diesem Zeitpunkt gibt es weder grün spezialisierte Gründer- und Innovationswettbewerbe noch große Gründer- und Innovationswettbewerbe mit einer Umwelt- oder Nachhaltigkeitskategorie⁸.

⁸ Eine frühe Ausnahme stellt ab 2006 der Branchenpreis pro Klima von Hannover impuls dar

Ab 2009 entstehen dann sowohl ein grün spezialisierter Innovationswettbewerb als auch ein grün spezialisierter Gründerwettbewerb. In der Folge integrieren einzelne bestehende Start-up-Wettbewerbe zusätzlich eine Umwelt- oder Nachhaltigkeitskategorie bzw. integrieren Nachhaltigkeitswettbewerbe eine Start-up-Kategorie. Damit gibt es ab 2009 erste Ansätze sowohl zur stärkeren Integration von Start-ups als auch von Umwelt- und Nachhaltigkeit in anderen Wettbewerbstypen.

Aktuell gibt es bei den Innovationswettbewerben einen spezialisierten grünen Wettbewerb, jedoch keinen Wettbewerb, der grüne Innovationen von Start-ups auszeichnet. Als Bewertungskriterium haben Umwelt- und Nachhaltigkeitsorientierung dagegen bei den großen Innovationswettbewerben Eingang gefunden. Bei den spezialisierten Start-up-Wettbewerben ist dagegen bereits wieder eine Abkehr von speziellen Umwelt- und Nachhaltigkeitskategorien zu beobachten, so dass es hier aktuell zwei grün spezialisierte Start-up-Wettbewerbe gibt, die sich bisher eher in einer Nische befinden. In den großen Nachhaltigkeitswettbewerben spielten Start-ups als eigene Kategorie ursprünglich keine Rolle. Zwei Wettbewerbe sind hier aktuell dabei, eine Start-up-Kategorie einzuführen, nachdem der 2013 neu eingerichtete Wettbewerb Energy Awards von Beginn an Start-ups eine eigene Wettbewerbskategorie widmet.

Abbildung 19: Gründerpreise in Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben



Quelle: eigene

Fast man Entwicklung und Stand der Wettbewerbe zusammen, ist erstens erkennbar, dass es einen grundsätzlichen Trend zur Etablierung von Start-up-Kategorien in Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben, also jenseits von klassischen Gründerwettbewerben, gibt. Zweitens wird deutlich, dass diversifizierte Gründer- und Innovationswettbewerbe bisher keine Umwelt- oder Nachhaltigkeitskategorie integrieren bzw. solche Kategorien nicht weiter fortführen. Bei allen fünf Wettbewerben, die Start-up-Auszeichnungen vornehmen, handelt es sich um Wettbewerbe mit einer Spezialisierung auf Nachhaltigkeit und Green Economy. Davon sind zwei Wettbewerbe gleichzeitig spezialisierte Start-up-Wettbewerbe, während die weiteren drei Nachhaltigkeitswettbewerbe zusätzlich zu weiteren Kategorien eine Start-up-Kategorie beinhalten. Damit haben lediglich zwei Wettbewerbe einen besonderen Fokus auf grüne Start-ups und können zu einer spezifischen Sichtbarkeit von Vorbildern und erfolgreichen bzw. erfolgversprechenden Beispielen beitragen⁹.

⁹ Mit dem KUER-Wettbewerb befindet sich aktuell ein neuer Wettbewerb in Planung

10.2.2 Defizite

Sowohl die Literatur- und Internetrecherche als auch die Experteninterviews bestätigen, dass sich die Wettbewerbe bisher wenig gezielt an grüne Start-ups richten. So gibt es bisher kaum Verknüpfungen der Gründer- und Innovationswettbewerbe mit dem Bereich der Green Economy bzw. der Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe mit dem Gründungsgeschehen. In großen nationalen Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben werden Start-ups und junge Unternehmen im Bereich Green Economy und Klimaschutz bisher gar nicht gezielt adressiert. Exemplarisch lässt sich dies am Deutschen Gründerpreis und am Deutschen Nachhaltigkeitspreis veranschaulichen. Während der Deutsche Gründerpreis keine grünen Wettbewerbsaspekte enthält, haben etablierte Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe wie der Deutsche Nachhaltigkeitspreis keine Start-up-Kategorie eingeführt.¹⁰ Insgesamt mangelt es etwa verglichen mit insgesamt 39 Auszeichnungen im Bereich Biotechnologie (Schwartz et al., 2012) an speziellen Gründerpreisen im Bereich Green Economy und Nachhaltigkeit als auch an Preiskategorien in bestehenden Wettbewerben. Damit ist auch insgesamt die Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit für grüne Gründer in den Wettbewerben bisher gering. Dies belegen auch die Experteninterviews, die keine regionalen oder überregionalen Wettbewerbsbeispiele kennen, in denen eine Verknüpfung von Gründer- und Nachhaltigkeitsauszeichnung erfolgt ist¹¹. Dabei wird etwa für den Frankfurter Gründerpreis eine grundsätzliche Bedeutungszunahme von nachhaltigen Geschäftsideen genannt (Experte SP 2). Auch im internationalen Kontext sind den Experten keine spezifischen Beispiele bekannt und bestehen eher noch größere Defizite etwa in Indien. Die Start-up-Preise bilden damit die potenzielle Bedeutung von grünen Gründern nicht ab.

Als Gründe und Hemmnisse für die bisherige Lücke bei den Wettbewerben wird angeführt, dass die bestehenden Wettbewerbe nicht über die „erforderliche Community“ im Gründungsbereich verfügen und sich eher an Großunternehmen richten (Experte SP 2). Des Weiteren wird betont, dass die Entwicklung und Etablierung eines neuen Wettbewerbs organisatorisch und finanziell sehr aufwändig sind (Experte SP 1). Im Hinblick auf einen spezialisierten Klimagründerpreis äußert eine Expertin die Einschätzung, dass Klimaschutz bei den Unternehmen grundsätzlich noch nicht richtig angekommen ist bzw. Unternehmen nicht bereit sind, über ihre Energierelevanz und ihre Energiezahlen zu berichten (Experte SP 3). Nach Meinung der Experten liegt der Hauptansatzpunkt für einen grünen Start-up-Preis im Aufbau einer eigenen Community. Darüber hinaus wird die Verknüpfung von ökologischen bzw. Klimaschutzaspekten mit wirtschaftlichen Aspekten empfohlen.

¹⁰ Auch im bundesweiten EXIST-Förderprogramm werden Themen wie Klimaschutz und Green Economy bisher ebenfalls nicht explizit thematisiert

¹¹ Über den von einem Experten vertretenen Wettbewerb Karma Konsum hinaus

10.2.3 Potenziale

Ein nationaler Gründerpreis kann wichtige Impulse für grüne und nachhaltigkeitsorientierte Gründungen geben und Vorbilder prägen könnte. Diese Einschätzung wird auch von allen befragten Experten bestätigt und bekräftigt. Demnach ist ein solcher Preis ein sehr taugliches Mittel und ein wichtiges Element im Anreizsystem für Gründer. Für den Wettbewerb Karma Konsum besteht die Hauptzielsetzung genau darin, Gründerideen zur Nachhaltigkeit stärker zu verbreiten. Ein Experte ist sich sicher, „dass Raum ist für einen grünen Gründerpreis“ (Experte SP 1). Grundsätzlich besteht sowohl in Gründer- und Innovations-, als auch in Nachhaltigkeitswettbewerben das Potenzial, grüne Gründer zu prämiieren. So lassen sich auch beispielsweise in unspezifischen Innovationspreisen unter den Bewerbern und Preisträgern bereits grüne Gründer identifizieren, die das Potenzial grüner Gründungen andeuten. Ein spezieller Gründerpreis bietet nicht nur Partnern und Akteuren der Szene eine Profilierungsmöglichkeit. Ein grüner Gründerpreis kann insgesamt die Transformation zu einer Green Economy stärken und beschleunigen. Darüber hinaus schafft ein nationaler Gründerpreis internationale Sichtbarkeit und kann Deutschland als Innovationsstandort im Bereich Green Economy profilieren und zusätzliche Investitionen in dieses Gründungsfeld lenken.

10.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Die Frage einer möglichen Integrierbarkeit eines speziellen Gründerpreises im Bereich Green Economy und Klimaschutz in einen bestehenden Wettbewerb ist differenziert zu beurteilen. Demnach kann das Image von bestehenden Wettbewerben hinderlich für eine Integration sein (Experte SP 2). Dies gilt etwa für Wettbewerbe, die sich bisher vorwiegend an Großunternehmen richten und deren Auszeichnungen eher kommerziell motiviert sind. Als grundsätzliche Voraussetzung für eine potentielle Integration ist deshalb auf eine Unabhängigkeit und Eigenständigkeit des betreffenden Wettbewerbs hinzuweisen (Experte SP 1). Damit spielen insbesondere die Träger und Ausrichter des Preises eine wichtige Rolle. Dies gilt ebenfalls für das Wettbewerbsumfeld, das dann geeignet ist, wenn der Preis dadurch nicht unterdrückt wird. Angesprochen sind hier Aspekte wie überreifende Ziele und Geschäftsmodell des Wettbewerbs aber auch die Zahl der Wettbewerbskategorien (Experte SP 1). In den Experteninterviews hält eine Expertin eine Integration in einen umweltorientierten Innovationspreis für denkbar, führt jedoch auch an, dass eine Start-up-Kategorie neben einer größeren Anzahl weiterer Kategorien „untergehen würde und die Gründer nicht im Vordergrund stehen“. (Experte SP 3) Mit einem eigenständigen grünen Gründerwettbewerb könnte insofern eine deutlich größere Signal- und Breitenwirkung erzielt werden.

Weitere Ansatzpunkte und Aspekte für einen speziellen Gründerwettbewerb im Bereich von Green Economy und Klimaschutz liegen in der Gestaltung des Preises und der Höhe des Preisgeldes, in der

Wahl der Wettbewerbspartner und einer breiten Kommunikation. Des Weiteren werden die besondere Expertise der Jury und gute Parameter für die Preisvergabe betont (Experte SP 1). So ist für Jury und Gutachter sowohl Umwelt- als auch Wirtschaftskompetenz erforderlich und auch die Einbeziehung von Investoren ein relevanter Aspekt. Ein reines Publikumsvoting ist eher kritisch zu beurteilen (Experte SP 1). Eine sorgfältige und stimmige Konzeption ist als Voraussetzung dafür zu sehen, dass der Preis für Gründer ein besonderes Gütesiegel darstellen und als Aushängeschild für grüne Gründungen fungieren kann.

Die Analyse und die Entwicklung der Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerbe deuten insgesamt darauf hin, dass vor allem spezialisierte Wettbewerbe im Bereich Nachhaltigkeit und Green Economy einen geeigneten Hintergrund für die Integration eines grünen Gründerpreises in einen bestehenden Wettbewerb bieten.

11 Gründerzentren

11.1 Ausgangssituation

In Europa und Deutschland gibt es Gründerzentren und Inkubatoren seit etwa 30 Jahren. Erstes Zentrum in Deutschland war das 1983 gegründete Berliner Innovations- und Gründerzentrum (BIG). In Europa trug das 1984 von der Europäischen Union initiierte European Business & Innovation Network zur Verbreitung und Vernetzung sogenannter Business Innovation Centres (BIC) bei.

„Ein Inkubator ist eine Einrichtung, die die Verwirklichung der Ideen von gründungswilligen Forschern bzw. die wirtschaftliche Entwicklung junger Unternehmen substanziell unterstützt. Der entwicklungsunterstützende Prozess wird hierbei durch ein Bündel verschiedener Dienstleistungen und Managemententscheidungen geprägt. Dieser Prozess ist auf eine Verbesserung der Überlebenswahrscheinlichkeit und des Wachstums der Unternehmen gerichtet.“ (Spath & Walter, 2012, S. 14)

In Deutschland bestehen heute zwischen 350 und 400 Inkubatoren (Dressel, Baranowski & Glaser, 2010; Schwartz & Hornyk, 2010, S. 229), von denen 148 Zentren im nationalen Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (ADT) organisiert sind. Innerhalb Europas verfügen nach Deutschland Frankreich und Großbritannien über die größte Anzahl an Inkubatoren (vgl. Abbildung 20). In Nordamerika gibt es rund 1.400 Inkubatoren, davon ca. 1.250 in den Vereinigten Staaten (Knopp, 2012). Weltweit stieg die Zahl der Inkubatoren von etwa 3.000 im Jahr 2001 nach Schätzungen der National Business Incubation Association (NBIA) auf derzeit ca. 7.000 (Lalkaka, 2000; Spath & Walter, 2012, S. 15)

Abbildung 20: Anzahl an Inkubatoren im Jahr 2001, nach 15 EU-Mitgliedsstaaten

Abbildung 3: Anzahl an Inkubatoren im Jahr 2001, nach 15 EU-Mitgliedsstaaten

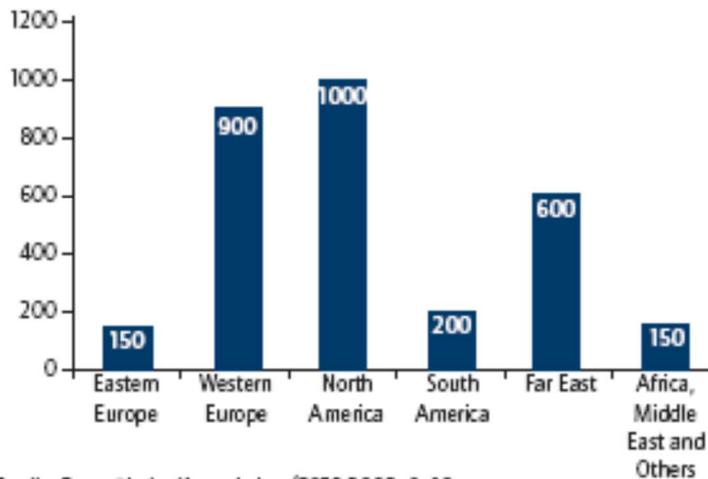
COUNTRY	NUMBER	COUNTRY	NUMBER
Austria	63	Italy	45
Belgium	13	Luxembourg	2
Denmark	7	Netherlands	6
France	192	Portugal	23
Finland	26	Sweden	39
Germany	300	Spain	38
Greece	7	United Kingdom	144
Ireland	6	TOTAL	911

Quelle: Europäische Kommission/CES 2002, S. 13.

Quelle: (Spath & Walter, 2012, S. 15)

Abbildung 21: Anzahl an Inkubatoren im Jahr 2001, weltweit, nach Kontinenten

Abbildung 2: Anzahl an Inkubatoren im Jahr 2001, weltweit, nach Kontinenten



Quelle: Europäische Kommission/CSES 2002, S. 10.

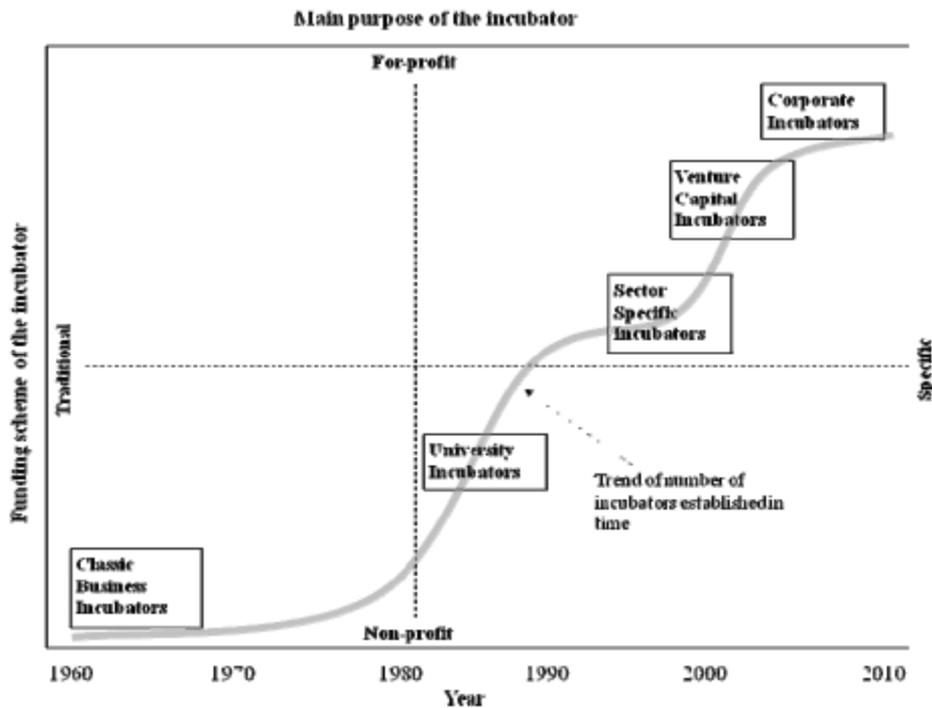
Quelle: (Spath & Walter, 2012, S. 15)

Die Inkubatoren lassen sich zunächst nach Ihrer Trägerschaft in öffentliche und private Inkubatoren unterscheiden. In Deutschland sind Städte und Landkreise bei etwa 80 Prozent der Technologie- und Gründerzentren der Träger (Dressel et al., 2010, S. 51). Während ein mit öffentlichen Mitteln geförderter Inkubator stärker an der regionalen Wirtschaftsförderung und der Schaffung von Arbeitsplätzen interessiert ist, kann der Fokus von privaten Inkubatoren mehr auf Renditeaspekten liegen (Spath & Walter, 2012, S. 14).

Dabei ist erkennbar, dass sich private Inkubatoren von Unternehmen oder Risikokapitalgesellschaften erst ab der Jahrtausendwende bilden (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22: Entwicklung der Inkubatorenlandschaft

Figure 3: Typology and the evolution of incubators



Quelle: (Akçomak, 2009, S. 6)

Mit Blick auf die Hauptaufgabe der Zentren können mehrere unterschiedliche Typen unterschieden werden. Während Baranowski et. al. zwischen Gründerzentren, Technologiezentren, Technologie-/Innovations-/Wissenschaftsparks und Gewerbezentren/-parks unterscheiden (Dressel et al., 2010, S. 51), differenzieren Spath & Walter maßgeblich zwischen Gründerzentren und Forschungseinrichtungen (Spath & Walter, 2012, S. 22, 23) und sehen speziell für akademische Spin-Offs öffentliche und private Gründerzentren sowie öffentliche Forschungszentren als relevante Inkubatoren. Die Rolle der Forschungszentren liegt dabei eher in der Phase vor der Gründung eines Spin-Offs, während Gründerzentren sich stärker auf die Unterstützung nach der Gründungsphase konzentrieren. Ähnliche Inkubatorarten finden sich auch bei (Grimaldi & Grandi, 2005) wieder, wobei zusätzlich universitäre bzw. akademisch geprägte Inkubatoren Beachtung finden. Die unterschiedlichen Typen lassen sich der Matrix von Spath & Walter zuordnen.

Abbildung 23: Inkubatorotypen

Inkubatorotypen		Ziele
non-profit	akademisch	Kommerzialisierung von Forschungsergebnissen, Generierung von Innovationen, Einbeziehung von Fakultätsmitarbeitern und Studenten
	nicht akademisch	Schaffung von Arbeitsplätzen, Vortreiben der regionalen Entwicklung, Förderung von Wohlstand
for-profit	unabhängig	Renditemaximierung, Förderung von Unternehmen mit hohem Erfolgspotenzial oder Schaffung einer möglichst hohen Anzahl an Ausgründungen, günstiger Erwerb von Patenten/Lizenzen
	unternehmensgebunden	Förderung von Corporate Spin-offs, Diversifikation der Geschäftstätigkeit der Dachorganisation

Quelle: (Spath & Walter, 2012, S. 14)

Gründerzentren und Inkubatoren bieten ihren Mietern eine Vielzahl an Leistungen an. Nach Bergek und Norrman (2008) lassen sich fünf Leistungsfelder charakterisieren: (1) Selektion von Unternehmen, (2) Zugang zum Netzwerk des Inkubators, (3) Beratung und Unterstützung, (4) Bereitstellung von Infrastruktur und (5) Exitstrategien. Nach einer Untersuchung von 98 deutschen Inkubatoren lassen sich beim Leistungsangebot unterschiedliche Schwerpunktsetzungen der Inkubatorotypen erkennen (vgl. Abbildung 24 und Abbildung 25)

Abbildung 24: Selektion und Exitstrategien

Tabelle 4: Selektion und Exitstrategien

	INKUBATORKONFIGURATION	INKUBATORTYP	ÖFF-FE (22)	ÖFF-GZ (16)	PRIV-GZ (58)
SELEKTION	Kein Auswahlverfahren vorhanden		19%	18%	16%
	Fähigkeiten der Gründer		63%	41%	47%
	Qualität der Geschäftsidee		50%	55%	62%
EXITSTRATEGIEN	Begrenzung der Dauer der Unterstützung?		31%	32%	47%
	Begrenzung der Dauer auf wie viele Jahre?		4,80	6,57	6,26

Quelle: (Spath & Walter, 2012, S. 24)

Abbildung 25: Unterstützungsangebote

Tabelle 5: Unterstützungsangebote

	INKUBATORKONFIGURATION	INKUBATORTYP	ÖFF-FE (22)	ÖFF-GZ (16)	PRIV-GZ (58)
BERATUNG	Unterstützung bei der Erstellung von Businessplänen		56%	55%	64%
	Beratung bei der Unternehmens- und Personalführung		19%	18%	38%
	Beratung zu den ersten Produkten/Dienstleistungen		50%	18%	50%
	Beratung zu Patent- und Lizenzstrategien		75%	9%	7%
	Sonstige juristische Beratung		38%	0%	5%
	Unterstützung bei der Erstellung von Marktanalysen		31%	23%	19%
NETZWERKE	Unterstützung bei der Akquise von Finanzmitteln		63%	68%	50%
	Unterstützung bei der Gewinnung von Kunden		19%	36%	52%
	Vermittlung von Kontakten zu Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen		88%	91%	79%
	Kontakt zu Technologieexperten		88%	82%	84%
	Kontakt zu betriebswirtschaftlichen Experten		81%	77%	81%
	Kontakt zu Juristen		88%	77%	64%
	Kontakt zu Venturecapital-Gesellschaften		50%	27%	55%
	Kontakt zu Banken		38%	86%	86%
INFRASTRUKTUR	Kontakt zu staatlichen Einrichtungen zur finanziellen Förderung (z.B. Exist)		88%	91%	79%
	Empfangsdienst und/oder Informationslobby		0%	68%	72%
	Allgemeiner Bürobedarf (z.B. Büroausstattung)		6%	36%	40%
	Gemeinschaftlich nutzbares Büroequipment (z.B. Kopiergerät)		38%	86%	79%
	Bereitstellung von technischem Equipment (z.B. Messgeräte, Laborräume)		69%	32%	50%

Quelle: (Spath & Walter, 2012, S. 24)

Eine besondere Form des Inkubators stellen sogenannte Akzeleratoren dar, die bestimmte Leistungen in Akzeleratorprogrammen bündeln und junge Unternehmen in relativ kurzem Zeitraum aufbauen und entwickeln (Grimaldi & Grandi, 2005).

Wesentliches Merkmal von öffentlichen Gründerzentren in Deutschland ist eine starke Technologieorientierung und damit eine Ausrichtung auf die Zielgruppe innovativer und technologieorientierter Unternehmensgründer (Dressel et al., 2010, S. 36). So sind mindestens 50 Prozent der Mieter in den Zentren technologieorientierte Unternehmen (Dressel et al., 2010, S. 44; Schwartz, 2007). Pro Jahr haben die Gründerzentren etwa 15 Prozent Neuzugänge (Dressel et al., 2010, S. 65). Einige Gründerzentren nehmen für ihr Portfolio und ihre Ausrichtung eine Spezialisierung auf bestimmte Technologiefelder oder -branchen vor (Aerts, Matthyssens & Vandenbempt, 2007). In Deutschland sind knapp 100 Inkubatoren als spezialisiert zu bezeichnen. Ihr Anteil an der Gesamtheit der Inkubatoren in Deutschland betrug 2009 knapp 23 % (Schwartz & Hornych, 2010). In den Vereinigten Staaten liegt der Anteil der spezialisierten Zentren bei 46 % (Knopp, 2012). Häufigste Spezialisierungen in Deutsch-

land liegen in den Bereichen Biotechnologie, Informations- und Kommunikationstechnik sowie Medien. Spezialisierte Zentren, etwa im Bereich Umwelt- und Energietechnologien gibt es nur vereinzelt und machen etwa 7,5 Prozent aller spezialisierten Zentren aus (nach (Schwartz & Hornych, 2010). Baranowski sieht insgesamt auch eine Entwicklung der Zentren zu „Kompetenzzentren mit Schwerpunkten in Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Ressourcenschonung“ (Baranowski, 2012). In Deutschland gehören hierzu das Umwelt-Technologische Gründerzentrum (UTG) in Augsburg oder das C.U.T. in Osnabrück. Unter privater Trägerschaft ist das neu eröffnete Green Alley Zentrum. Auf europäischer Ebene setzt auch das Climate KIC-Programm einen solchen Schwerpunkt und baut ein Netzwerk von Gründerzentren im Bereich Klimaschutz auf. Bereits 2009 hatten sich etwa 40 Gründerzentren in Europa unter dem „BIC Cleantech Network“ versammelt. Zu den neueren Beispielen auf europäischer Ebene gehören in Großbritannien der Green Enterprise Business Incubator (London) und in Polen der vom Umweltministerium initiierte GreenEvo - Green Technology Accelerator. In den USA gelten 18 Prozent der Zentren als spezialisiert in den Bereichen Computer Software, Energie und Umwelt (inkl. Clean Tech). Nach einer Untersuchung des Green Economy Gründungsmonitor hat in Kalifornien jedes zweite spezialisierte Gründerzentrum einen grünen Fokus, bspw. in der Umwelt- und Energietechnik. Zu den kalifornischen Beispielen gehören der LA Cleantech Incubator und das Venture Greenhouse San Raffael. Für eine Spezialisierung auf erneuerbare Energien steht als internationales Gründerzentren das IRENA Innovation and Technology Centre (IITC).

11.2 Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Bestehende Defizite und Potenziale lassen sich zunächst an den Bedarfen von Gründern und Spin-Offs messen in unterschiedlichen Gründungsphasen orientieren (vgl. Abb.). Des Weiteren ergeben sich Defizite und Potenziale im Hinblick auf die Leistungsfelder der Inkubatoren, vor allem bei der Selektion, bei der Infrastruktur, bei der Beratung und beim Netzwerk.

Nach den Ergebnissen von Spath & Walter decken die Angebote der deutschen Inkubatoren nicht immer den Bedarf ihrer Klienten (Spath & Walter, 2012, S. 6). Bei den Leistungen weisen sie insbesondere folgende Schwachstellen auf: Nur die Hälfte der befragten Inkubatoren unterstützt Unternehmen bei der Unternehmensführung sowie der Erstellung von Marktanalysen. Bei den Experten und Beratern der Inkubatoren fehlt ein einheitlicher Standard und es gibt kaum Zertifizierungen, die die Qualitäten der Berater offenlegen. Bei der Kapitalakquise unterstützen die Inkubatoren nur ansatzweise, beispielsweise durch die Auflistung von Finanzierungsmöglichkeiten oder beim Ausfüllen von Formularen. Im Unterschied zu Forschungszentren sind öffentliche Gründerzentren seltener in der Lage, vor allem für High-Tech-Gründungen technische Geräte und Laboreinrichtung zur Verfügung zu stellen (Spath & Walter, 2012).

Für nachhaltigkeitsorientierte Gründungen im Bereich der Green Economy ist ein grundsätzliches Defizit zu konstatieren. Spezifische Bedarfe dieser Zielgruppe sind bis dato nicht systematisch identifiziert. Grüne Gründer werden bisher weder gezielt angesprochen, noch gibt es für sie spezifische Angebote. Dies betrifft einerseits die Anzahl spezialisierter Gründerzentren in diesem Bereich und andererseits spezifische Angebote für nachhaltigkeitsorientierte Gründer in allen Leistungsbereichen. Beispielfähig soll die Berücksichtigung von spezifischen Aspekten und Marktanforderungen im Businessplan oder die spezifische Vernetzung mit grünen Kapitalgebern genannt werden. Nach den Ergebnissen der Literaturrecherche und der Experteninterviews haben die Chancen der Green Economy bisher nur wenig Berücksichtigung in Gründerzentren gefunden und gibt es in Deutschland nur kaum erfolgreiche Beispiele für spezialisierte Inkubatoren in diesem Bereich. Hierzu zählt vor allem das UTG Augsburg. Gleichzeitig gibt es mehrere gescheiterte Beispiele wie das Green Economy Center Langenfeld. Eine etwas stärkere Beachtung der Green Economy ist dagegen in US-amerikanischen Inkubatoren gegeben. Exemplarisch kann der LA Cleantech Incubator genannt werden.

Als grundsätzliche Hemmnisse für eine stärkere Berücksichtigung der Green Economy in Gründerzentren sehen die Experten fehlende Rahmenbedingungen und rückläufige Gründerzahlen mit einem zahlenmäßig kleinen Feld der Technologiegründungen (Experte GZ 2). Des Weiteren sind einer Spezialisierung im regionalen Kontext enge Grenzen gesetzt. Auch der hohe Finanzierungsbedarf von Green Economy Gründungen und ein schlechter Venture-Capital-Markt stellen hemmende Faktoren dar (Experte GZ 3). Insgesamt scheinen Förderangebote im Vergleich zu IT-Gründungen ungleich verteilt zu sein und sind diese schwer zu identifizieren. Im Hinblick auf Unterstützungsmöglichkeiten ist ein Mangel an fachlich kompetenten (Gründungs-)beratern zu konstatieren (Experte GZ 3).

Nach Marktstudien und Einschätzung der Experten lässt sich ein Potenzial oder gar „großes Potenzial“ (Experte GZ 1) für Gründungen im Bereich der Green Economy bestimmen. Demnach wird sich der Welthandelsanteil der grünen Wirtschaft in den kommenden zehn Jahren verdoppeln. Andererseits besteht ein großer umweltpolitischer Bedarf, den Umwelt- und Ressourcenverbrauch der Wirtschaft deutlich zu senken. Dies zeigt sich in der Forschung vor allem an einer zunehmenden Bedeutung von Umweltinnovationen und daraus resultierenden Patenten. Bei Ausgründungen ist bereits eine gewisse Fokussierung auf die Green Economy wahrzunehmen. Auch regionale Studien wie etwa in Nordhessen prognostizieren 25.000 Arbeitsplätze im Bereich der Green Economy bis 2050 (Experte GZ 1). Insgesamt lässt sich die Green Economy als breites Feld beschreiben, das noch deutlich vielschichtiger angegangen werden könnte und Inkubatoren neue Handlungsfelder und Strategien eröffnet.

11.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Sowohl zur Erschließung der Potenziale als auch zur Beseitigung der Defizite lassen sich vielfältige Ansatzpunkte identifizieren. Neben der Bildung von überregionalen Clustern und der Entwicklung neuer Angebotsformate, die sich an Beispielen der Digitalen Wirtschaft wie Rocket Internet orientieren könnten, ist nicht zuletzt die Gewinnung privater Investoren und die Kooperation mit starken industriellen Partnern zu nennen (Experte GZ 3). Über grundsätzliche Forderungen nach einem Bürokratieabbau für Gründungen und einer Vereinfachung der Förderangebote (Experte GZ 2) hinaus sind auch spezifische Vorschläge wie die Vernetzung von Gründern mit etablierten Unternehmen und die Schaffung von einschlägigen Fach- und Vernetzungsforen in Betracht zu ziehen (Experte GZ 3). Dabei bestehen von Seiten der Gründer teilweise sehr spezifische Bedarfe (z.B. hochspezialisierte Wasseranalyse) und hohe Anforderungen etwa an die Ausstattung mit Laboren und Werkstätten (Experte GZ 4).

Vorhandene Schwerpunktbildungen in den Regionen können als wichtige Voraussetzung für eine Spezialisierung von Inkubatoren gesehen werden. Eine rein politisch motivierte Schwerpunktsetzung kann dagegen auch in Verbindung mit Machbarkeitsstudien und weiteren Analysen kein ausschließliches Entscheidungskriterium sein (Experte GZ 3). Grundsätzlich lässt sich für eine Schwerpunktsetzung und Spezialisierung der Gründerzentren im Bereich der Green Economy ein Potenzial sehen. Hierfür sind insbesondere die Verfügbarkeit und der Aufbau eines spezifischen Fachwissens und einer Marktkompetenz eine wichtige Voraussetzung. Bestehende Gründerzentren lassen hier zwei Optionen erkennen. In der ersten Variante wird der Fokus der Schwerpunktsetzung bzw. Spezialisierung nicht zu eng gewählt und ein breiteres Feld an Umwelttechnologien adressiert. Darüber lässt sich sowohl eine „Konkurrenz unter dem eigenen Dach“ (Experte GZ 1) verhindern als auch die Aufgeschlossenheit für Austausch und Kooperation gefördert werden. Dem steht die Variante einer spezifischen Spezialisierung auf ein Feld, etwa den Bereich Recycling oder Erneuerbare Energie gegenüber. Bezüglich der beiden Varianten kann es eine Rolle spielen, ob es sich um ein öffentliches oder privates Gründerzentrum handelt. Auch bei einer Schwerpunktbildung sollte beachtet werden, das Portfolio mit Gründer-Unternehmen anderer Geschäftsfelder sowie Dienstleister zu ergänzen. Im engen regionalen Kontext sind die Möglichkeiten einer Spezialisierung eher als schwierig einzustufen.

Als wichtige Faktoren einer Spezialisierung können vorhandene (Anker-) Mieter und bestehende Netzwerke genannt werden (Experte GZ 1). Bestehenden Netzwerken und Akteuren mit grüner Spezialisierung kommt eine wichtige Impulsgeberrolle zu. Die befragten Gründerzentren bestätigen dies und zählen industrielle und finanzstarke Partner, Umweltforschungsinstitute oder Gründerwettbewerbe zu den wichtigen Netzwerkpartnern. Dabei werden Aktivität und Funktionsweise der Netzwerke durch vorhandene Schwerpunkte, Fachforen und Cluster in der Region noch gestärkt (Experte

GZ 1). Über die Integration eines Gründerzentrums in regionale Netzwerke und Cluster hinaus bietet die nationale bzw. internationale Vernetzung ähnlich spezialisierter Zentren, etwa über den ADT-Bundesverband oder das Climate KIC Incubator Network die Möglichkeit, sich zu einem größeren Kompetenznetz zu bündeln.

Zu den weiteren Ansatzpunkten für die Gründerzentren zählen ein spezifisches Technologiescouting, die Zugänglichkeit von Marktinformationen und –chancen und eine größere private Finanzierung (Experte GZ 3). Darüber ist mit Blick auf die langen Entwicklungszeiten der unterschiedlichen Technologien und auf den individuellen Bedarf einzelner Gründungen eine individuelle Ausgestaltung der Betreuung wichtig (Experte GZ 4). Inwiefern dies mit standardisierten Akzeleratorprogrammen abzudecken ist, sollte genau geprüft werden.

12 Gründungsförderung an deutschen Hochschulen

12.1 Ausgangssituation Gründerförderung an deutschen Hochschulen

In Deutschland gibt es 428 Hochschulen, wovon 108 Universitäten mit ca. 1,6 Mio. Studierenden und 216 Fachhochschulen mit ca. 850.000 Studierenden sind (Destatis, 2013).

Tabelle 2: Anzahl und Art Hochschulen in Deutschland

Hochschularten	2012/2013
Universitäten	108
Pädagogische Hochschulen	6
Theologische Hochschulen	17
Kunsthochschulen	52
Fachhochschulen (ohne Verwaltungsfachhochschulen)	216
Verwaltungsfachhochschulen	29
Hochschulen insgesamt	428

Quelle: (Destatis, 2013)

Trotz einer relativ jungen Historie hat die Gründungsausbildung in Deutschland als akademische Disziplin seit den späten 1990er Jahren große Erfolge verbucht (Schmude, Welter & Heumann, 2008, S. 292 ff). In den Jahren 1997-1998 wurde das erste institutionalisierte Ausbildungsangebot an der European Business School (ebs) eingerichtet und in Form eines Gründerlehrstuhls besetzt (Uebelacker, 2005, S. 103). Inzwischen listet der Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. (FGF) 110 Gründungslehrstühle an 88 Hochschulen in Deutschland (FGF e.V., 2013).¹²

Neben dem positiven Trend zur quantitativen Verbesserung der Gründungslehre durch eine steigende Anzahl an Gründungslehrstühlen setzte an vielen Hochschulen auch der Trend zur qualitativen Verbesserung ein. So sind an vielen Lehrstuhlstandorten zunehmend zentrale Gründereinrichtungen entstanden, die häufig fachbereichsübergreifend aufgestellt sind und die Qualifizierung, die Beratung, und die Vernetzung von gründungsinteressierten Studierenden aus unterschiedlichen Disziplinen ermöglichen (Frank, Grave & Kanig, 2013, S. 56 f; Uebelacker, 2005, S. 110). Als wichtiger Impulsgeber für diese positiven Entwicklungen der Gründungslehre in Deutschland wird das bundesweite

¹²Laut FGF sind in den USA 406 Professuren in der Gründerforschung und benachbarten Feldern (Entrepreneurship, Small Business, Free Enterprise, Family Business) besetzt. Nach den Berechnungen von FGF wären in Deutschland rund 120 Lehrstühle notwendig um die Situation in den USA zu erreichen. Diese Zahl ist beinahe erreicht (FGF e.V. 2013).

EXIST-Programm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gesehen (Frank et al., 2013, S. 11).¹³

Aufgrund der wachsenden Anzahl an Gründungslehrstühlen und -zentren entstand in der Vergangenheit eine Diskussion um die Qualität der Gründerförderung an deutschen Hochschulen. Seit 2001 erschien alle zwei Jahre, zuletzt in 2011, das Ranking "Vom Studenten zum Unternehmer" (Schmude, Heumann & Aevermann, 2011, S. 2). Die aktuelle Ranking-Studie „Gründungsradar“ aus dem Jahr 2012 wurde von dem Stiftungsverband für die Deutsche Wissenschaft durchgeführt (Frank et al., 2013). Die Unterschiede zu den bis dahin verfassten Rankings liegen neben dem etwas anderen Fokus der Zielsetzung und der Weiterentwicklung des Indikatorenkatalogs auch in der Ausweitung der Studien auf alle staatlichen und staatlich anerkannten privaten Hochschulen in Deutschland (Frank et al., 2013, S. 26). Daher wird im Weiteren auf den Ergebnissen des Gründerradars aufbaut.

Das Gründerradarranking erfasst 211 Hochschulen, die fast die Hälfte aller Hochschulen in Deutschland ausmachen. Die Hochschulen berichten im Rahmen der Befragung für das Jahr 2012 von 49 Mio. Euro Gründungsförderung, 1.123 curriculare und 2.089 außercurriculare gründungsrelevante Veranstaltungen, 101 Gründungslehrstühle, 4.284 betreute Gründungsvorhaben und 1.145 Gründungen (Frank et al., 2013, S. 94).

Das Ergebnis der Studie ist ein Ranking der Hochschulen in Bezug auf Ihre Leistungen in Bereichen der Gründerverankerung, -sensibilisierung, -unterstützung und -aktivität (vgl. Anhang). Auffallend ist, dass die Hochschulen, die eine Förderung über das EXIST-Programm erhalten haben, bessere Ergebnisse im Ranking erzielt haben als solche ohne EXIST-Förderung. Insbesondere zeigt sich, dass diese Hochschulen die institutionelle Verankerung des Gründungsthemas und die Gründungssensibilisierung etwa in der Lehre besser ausgebildet haben als die Vergleichsgruppe. Extremere stellen sich die Unterschiede für die Hochschulen dar, die in der EXIST-IV-Förderphase erfolgreich waren. Diese Hochschulen können fast in allen untersuchten Themenbereichen (mit Ausnahme der Gründungsaktivitäten) bessere Leistungen vorweisen als die nicht durch EXIST IV geförderten Hochschulen (Frank et al., 2013, S. 11).

Neben einem aussagekräftigen Ranking der Hochschulen liefert die Studie auch wichtige Empfehlungen für die Hochschulen, Politik und Wirtschaft. Eine der wichtigen Empfehlungen für die Hochschulen ist, dafür zu sorgen, dass eine institutionelle Verankerung der Gründerförderung erfolgt. Darüber

¹³EXIST „Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ stellt einen Baustein im Maßnahmenbündel der Bundesregierung zur Förderung des Innovations- und Technologietransfers und zur Stimulierung innovativer Unternehmensgründungen dar. Weitere Ausführungen zu EXIST siehe Kapitel „Förderakteur Bund“.

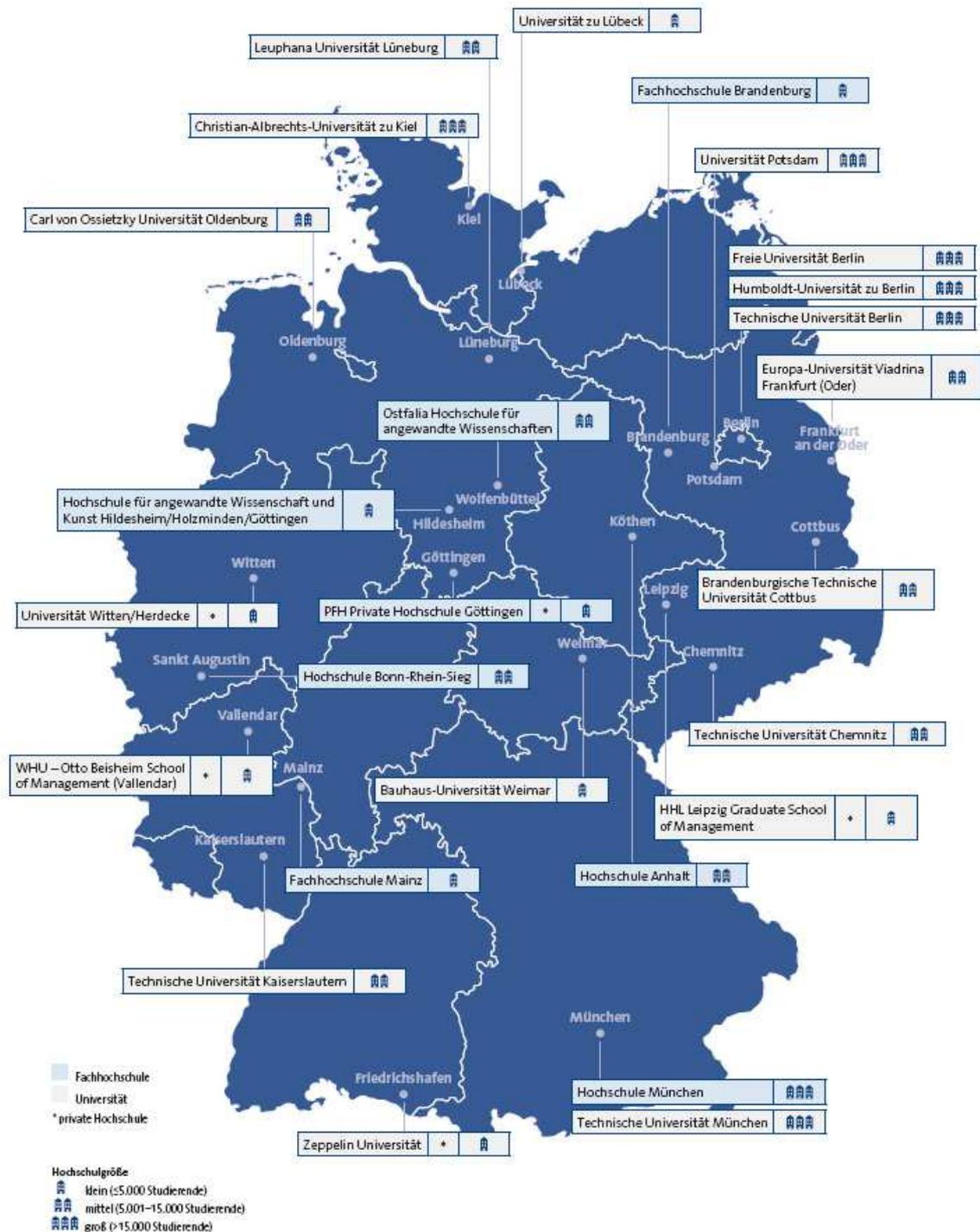
hinaus ist eine ganzheitliche Konzeptentwicklung der Gründerförderung, welches Lehre, Forschung und Beratung einschließt, für eine erfolgreiche Gründerförderung wichtig (Frank et al., 2013, S. 12 f).

Während die Untersuchungen der allgemeinen Gründungsförderung an deutschen Hochschulen durch die oben genannten Rankings gute Erkenntnisse erzielt haben, fehlt bisher die Betrachtung der verstärkten Ausrichtung der Hochschulen auf die Themen des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit im Rahmen der Gründerförderung vollkommen. Um dieses Feld zu beleuchten, wird im Folgenden eine explorative Untersuchung im Rahmen einer Literatur- und Internetrecherche sowie daran anknüpfenden Expertenbefragung durchgeführt (vgl. auch Kapitel 5 Methodik).

12.2 Erhebung der Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Im Rahmen der explorative Untersuchung wurde eine Internetrecherche durchgeführt. Der Fokus der Recherche lag auf den Hochschulen mit der am besten bewerteten Gründerförderung. Dies sind die 27 Hochschulen aus dem Gründungsradar, die zu den besten 25 Prozent zählen (vgl. Abbildung 26). Diese Hochschulen haben durch Ihre Excellence einen wichtigen Einfluss auf die Gründerausbildung in Deutschland und sind somit für unsere Fragestellung von besonderem Interesse. Als Bewertungsobjekt wurden die Gründerprofessur und die zentrale Gründungseinrichtung herangezogen. Bei den 27 Hochschulen konnten insgesamt 35 Gründerprofessuren und 15 Gründerzentren zu identifiziert werden, sodass insgesamt 50 Objekte bewertet worden sind.

Abbildung 26: Hochschulen mit Vorbildcharakter in der Gründungsförderung

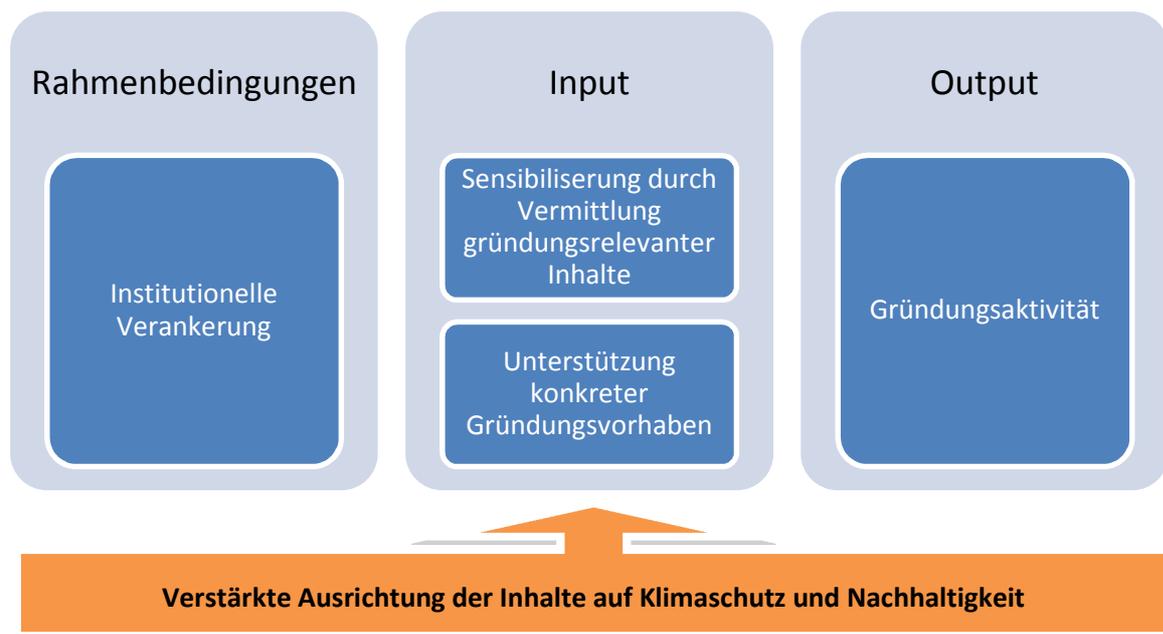


Quelle: (Frank et al. 2013, S. 75)

Die Bewertung der Gründerprofessuren und der zentralen Gründungseinrichtungen erfolgte anhand der Angaben auf eigenen Webseiten zu den Themenbereichen Gründerverankerung, -sensibilisierung, -unterstützung und -aktivität in Bezug auf die verstärkte Ausrichtung der Inhalte auf die Klima-

schutz- und Nachhaltigkeitsaspekte (vgl. Abbildung 27). Die Bewertungskriterien werden in Anlehnung an das Gründerradar 2013 definiert (Frank et al., 2013, S. 32 ff). Die Anpassung erfolgte in Bezug auf die Erhebungsmethodik (schriftliche Befragung vs. Internetrecherche), Untersuchungsobjekt (Hochschule vs. Professur und zentrale Gründungseinrichtung) und inhaltliche Differenzierung (allgemeine Gründungsförderung vs. Berücksichtigung der Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte im Rahmen der Gründungsförderung).

Abbildung 27: Angepasste Indikatoren in Anlehnung an das Gründerradar 2013



Quelle: (Frank et al. 2013)

Im Rahmen der Gründerverankerung wurde die institutionelle Verankerung der Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte in der Gründerförderung durch den Fokus der Gründerprofessur oder der zentralen Gründungseinrichtung auf die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthematik bewertet. Zudem wurde die Kooperation der Gründerprofessur und der zentralen Gründungseinrichtung mit anderen auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit fokussierten Institutionen bewertet.

Zur Bewertung der Gründungssensibilisierung wurde das gründungsrelevante Lehr- und Veranstaltungsangebot mit Fokus auf Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte herangezogen. Darüber hinaus wurde die Sensibilisierung der Studierenden durch die Platzierung der Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthemen auf der Webseite der Professur und der zentralen Gründungseinrichtung beurteilt.

Die Gründungsunterstützung wurde durch das Beratungsangebot der Professur oder der zentralen Gründungseinrichtung bewertet. Auch hier wird die verstärkte Ausrichtung der Beratungsinhalte auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit eingeschätzt.

Zuletzt wurde die Gründungsaktivität betrachtet. Dabei wurden Informationen über die laufenden und abgeschlossenen Gründungen der Hochschule im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit erhoben. Diese Untersuchung bezieht sich auf eine Teilgruppe der deutschen Hochschullandschaft und hat gewisse Einschränkungen. Zum einen bezieht sich die Betrachtung auf 25 Prozent der besten Gründerhochschulen, die durch das Ranking Gründungsradar bewertet worden sind. Damit ist eine Abbildung einer zwar für unsere Fragestellung wichtigen jedoch nicht vollständigen Gruppe der Hochschulen möglich. Zum anderen sind im Gründungsradar einige Hochschulen nicht berücksichtigt, weil diese an der Befragung nicht teilgenommen haben (z.B. Universität Wuppertal). Die damit zu gewinnende Erkenntnisse sind somit nicht ohne weiteres auf eine gesamte Hochschullandschaft übertragbar.

Um diese Einschränkungen zu überwinden erfolgt eine ergänzende Untersuchung durch die Methode der Experteninterviews. Damit sollen Erkenntnisse gewonnen werden, die auf die gesamte Hochschullandschaft übertragbar sind. Darüber hinaus sollen bisherige Erkenntnisse als Thesen durch die Experten überprüft werden. Als Experten wurden Gründungslehrstuhlinhaber(innen) ausgewählt, die einerseits einen Bezug zu den Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit und andererseits eine gute Übersicht über die deutsche Hochschullandschaft haben (vgl. dazu Kapitel 5 Methodik).

12.2.1 Ergebnisse der explorativen Untersuchung

Die Nachhaltigkeitsaspekte mit dem Fokus auf Klimaschutz und Ökologie werden in der Gründungsförderung an den betrachteten Hochschulen kaum berücksichtigt. Es gibt einzelne Veranstaltungen, Projekte und Initiativen, die jedoch keine flächendeckende Gründungsförderung darstellen.

Entsprechend den Angaben auf den Internetseiten der Gründerprofessur und der Gründerzentren, haben 18 von 27 in der Internetrecherche betrachteten Hochschulen kaum oder gar keine Berührungspunkte mit dem Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Sieben Hochschulen haben ihre Aktivitäten im Bereich Social Entrepreneurship. Beispielsweise ist an der Universität Lüneburg eine Juniorprofessur Social Entrepreneurship eingerichtet. Die Hochschule WHU hat ihr Forschungsfeld auf das Thema Social Entrepreneurship ausgelegt. In München haben die vier großen Hochschulen (LMU München, TU München, Hochschule München und Universität der Bundeswehr München) die Social Entrepreneurship Akademie ins Leben gerufen. Dabei werden zum Teil in der Definition von Social Entrepreneurship auch die Klimaschutzaspekte impliziert. So definiert das Strascheg Center for Entrepreneurship der Hochschule München: „Die Themen Entrepreneurship und Innovation als wichtige

Faktoren für den wirtschaftlichen und den sozialen Fortschritt, wobei die Handlungsweisen und Maximen, die Entrepreneurship zugrunde liegen, sich auch auf soziale, ökologische und kulturelle Herausforderungen anwenden lassen.“ Auch die Hochschule WHU schließt in ihr Verständnis von Social Entrepreneurship die Umweltthematik ein: „Entrepreneurial opportunities are not always only driven by profit. Social entrepreneurs engage in activities that solve social and environmental problems ...“. Dennoch liegt der Fokus der Betrachtung häufig auf den sozialen und gesellschaftlichen Aspekten, sodass hier nur von einer partiellen Ausrichtung gesprochen werden kann.

Die institutionelle Verankerung der Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte in der Gründerförderung ist an allen 27 betrachteten Hochschulen kaum vorhanden. Es gibt keine Professur mit der Denomination „Ecoentrepreneurship“ oder „Green Entrepreneurship“. An den Gründerzentren werden die Themen Klimaschutz- und Nachhaltigkeit punktuell angeboten. Vereinzelt sind Beispiele für Kooperationen der Gründerlehrstühlen und -zentren mit den Lehrstühlen und Zentren für Klimaschutz und Nachhaltigkeit (z.B. Kooperation des Zentrums für Entrepreneurship mit der School of Sustainability an der Universität Kiel) zu finden.

Die Sensibilisierung der gründungsinteressierten Studierenden auf die Themen Klimaschutz- und Nachhaltigkeit durch die Lehrveranstaltungen erfolgt bisher auch nur unzureichend. Lediglich drei Hochschulen konnten im Rahmen der Internetrecherche identifiziert werden, die in ihrer Gründungsförderung explizit die Themen rund um den Klimaschutzgedanken aufgreifen (TU Berlin, Uni Kiel und Uni Oldenburg). So bietet die TU Berlin in Kooperation mit Europäisches Konsortium „Climate Knowledge and Innovation Community“ (Climate-KIC)¹⁴ ein Master Label „Climate Innovation“ an. Dieses Master Label beinhaltet gründungsrelevante Veranstaltungen mit dem Fokus auf die Klimaschutzthematik. Beispielsweise sind zu nennen das Seminar „Prototyping Eco-innovation“ oder die „The Journey Summer School“. Das Besondere an der Summer School ist es, dass diese hochschulübergreifend angeboten ist und somit Studierende aller Hochschulen aus dem Climate KIC Netzwerk daran teilnehmen können. An der Universität Kiel bietet die Junior Professur Entrepreneurship Forschungsseminare zu den Themen Ecopreneurship und Green Entrepreneurship. Diese Seminare können im Rahmen der Masterstudiengänge BWL als Wahlpflichtfach belegt werden. Die Uni Oldenburg bietet im

¹⁴ Climate-KIC ist eine von drei Wissens- und Innovationsgemeinschaften, die im Jahr 2010 vom Europäischen Institut für Innovation und Technologie (EIT) gegründet worden sind. Das EIT ist ein EU-Gremium, dessen Aufgabe ist es, ein nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Dabei werden private, öffentliche und akademische Partner zusammengebracht, mit dem Ziel gemeinsam durch innovative Technologien und Dienstleistungen den negativen Auswirkungen des Klimawandels entgegenzuwirken und die Anpassung zu erleichtern (European Institute of Innovation and Technology 2014).

Rahmen des Masterstudiengangs „Sustainability Economics and Management“ einen Studienschwerpunkt Eco-Venturing an.

Im Rahmen der Experteninterviews konnten weitere Hochschulen identifiziert werden, die für unsere Fragestellung relevant sind. Die Bergische Universität Wuppertal¹⁵ ist besonders durch Ihre Initiative zur Förderung von Clean Technologies mittels innovativer Unternehmensgründungen im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen dem Institut für Gründungs- und Innovationsforschung (IGIF) und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (WI), hervorzuheben (BU Wuppertal, 2014). Die Fachhochschule Flensburg¹⁶ bietet insbesondere den Nicht-BWL-Studierenden das Angebot „MINT-GREEN Entrepreneurship“ an. Das Angebot richtet sich an Mathematik-, Informatik-, Naturwissenschaften- und Technikstudierende sowie an die „grünen“ Studiengänge (FH Flensburg, 2014). Des Weiteren wird von dem Dr. Werner Jackstädt-Zentrum für Unternehmertum und Mittelstand Flensburg (eine Kooperation der FH Flensburg und der Universität Flensburg) dieses Jahr das erste „International Green Entrepreneurship Forum“ (IGEF) durchgeführt. In Rahmen dessen der Frage, wie Green-Economy-Modelle von Politik, Öffentlichkeit und Wirtschaft gemeinschaftlich vorangebracht werden können, nachgegangen wird. Die Technische Universität Hamburg-Harburg TUHH¹⁷ vergibt auf Initiative der Stiftung für naturnahes Wirtschaften seit 2013 den TUHH Gründerpreis Sustainability 2014, um Gründungen im Bereich der Green Technologies zu unterstützen (TUHH, 2014).

Weiterhin erfolgten im Rahmen der Experteninterviews Hinweise auf die Hochschulen aus dem Climate KIC Netzwerk wie RWTH Aachen, Universität Hamburg, TU München und das Entrepreneurship Zentrum UnternehmerTUM GmbH. Wobei die Leitung des Themenbereichs Entrepreneurship Education in der Hand der identifizierten TU Berlin für das gesamte Climate KIC Netzwerk liegt. Ergänzend dazu wurden auch die Universität Karlsruhe und die Universität Stuttgart aus dem KIC InnoEnergy Netzwerk genannt.

Das Climate KIC und das KIC InnoEnergy Netzwerk stellen ein einzigartiges Konzept der Gründerförderung mit dem thematischen Schwerpunkt auf dem Klimawandel und den regenerativen Energien.

¹⁵ Die UB Wuppertal hat an der Befragung im Rahmen des Gründungsradars nicht teilgenommen und ist somit auch in unserer Internetrecherche nicht betrachtet worden.

¹⁶ Die FH Flensburg tauchte nicht in dem Gesamtranking des Gründungsradars auf, da nicht alle Fragenbausteine der Befragung beantwortet worden sind. Aus diesem Grund wurde sie nicht in unserer Internetrecherche betrachtet.

¹⁷ Die TUHH erreichte in dem Ranking des Gründungsradars eine Platzierung im unteren Bereich der durchschnittlichen Gründerhochschulen (mittlere 50 Prozent Mittelgroßen Hochschulen). Da in unserer Internetrecherche die besten 25 Prozent betrachteten wurden, ist die TUHH nicht in unserer Internetrecherche analysiert worden.

Als hochschulübergreifendes Konzept bildet es eine Ausnahme in der deutschen Hochschullandschaft. Das genaue Konzept und mögliche Ansatzpunkte für StartUp4Climate Initiative müssen weiter analysiert werden.

Verstärkte Unterstützung konkreter Gründungsvorhaben im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit durch Beratung war im Rahmen der Internetrecherche nicht zu identifizieren. Es konnten keine speziellen Beratungsangebote für Gründer, die im Bereich des Klimaschutzes und der ökologischen Nachhaltigkeit gründen möchten, festgestellt werden. Im Rahmen der Experteninterviews konnte an der TUHH am Start-up Dock - Zentrum für Innovation & Entrepreneurship ein Beratungsangebot speziell für Gründungen im Bereich Green Technologies durch einen Fachberater identifiziert werden. Es scheint bisher nur ein Einzelfall zu sein.

Grüne Gründungen sind an einigen Hochschulen im Rahmen der Internetrecherche zu finden, diese scheinen aber selten einen besonderen Stellenwert zu haben. Auch eine gezielte Förderung dieser Gründung ist in der Internetrecherche nicht identifizierbar gewesen.

Im Rahmen der Expertenbefragung konnten folgende Themen als Barrieren für eine verstärkte Fokussierung der Gründerförderung auf die Themen der Green Economy an den deutschen Hochschulen identifiziert werden.

Aus der Perspektive der Hochschulen wird die Disziplin Ecopreneurship bzw. Green Entrepreneurship häufig nicht ernst genommen. Dies beruht z.T. auf der Tatsache, dass kein allgemeines Verständnis über den Begriff „Green“ bzw. „Eco“ herrscht. Der Begriff wird als „schwammig“ und „schwer greifbar/messbar“ gesehen. Darüber hinaus werden die Potenziale der Green Economy noch nicht erkannt. Somit fehlt auch das Verständnis darüber, warum eine Spezialisierung auf dieses Themenfeld notwendig ist. Weitere Barrieren werden darin gesehen, dass die Disziplin Ecopreneurship bzw. Green Entrepreneurship z.T. nicht als eigenständiges Fach gesehen. Sie muss sich somit in die bestehenden Fachbereiche einbetten lassen. Dies ist aufgrund der unterschiedlichen Forschungsinteressen und strategischen Positionierung der Fachbereiche nicht immer möglich oder sinnvoll. Darüber hinaus wurde der interdisziplinäre Charakter der Ecopreneurship Disziplin, die die Vereinigung zweier sehr unterschiedlicher Fächer bedarf, thematisiert. Da es im seltenen Fall eine Person gibt, die die beiden Kompetenzfelder besetzt, ist eine Zusammenarbeit zwischen den Kollegen aus den Bereichen Gründungslehre und Ökologie- und Umweltwissenschaften notwendig. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit und der Austausch stellt häufig eine Herausforderung dar.

Zur Überwindung dieser Barrieren wurden folgende Lösungsansätze genannt. Um das Thema an den Hochschulen voranzubringen wurde mehrfach der Multiplikatoren-Ansatz angebracht. Dazu sollten engagierte Professoren und Dozenten aus den Fachbereichen Entrepreneurship aber auch Umwelt und Ökologie gezielt angesprochen werden. Diese sollen dann das Forschungsfeld Ecopreneurship

und dessen Konzepte für ein besseres Verständnis innerhalb aber auch außerhalb der eigenen Hochschule verbreiten. Auch Ansätze zur besseren Zusammenarbeit sollten entwickelt werden. Interdisziplinäre Foren und Konferenzen sollen den Austausch innerhalb und die Entwicklung eines Netzwerks fördern. Die Verankerung des Unternehmertums- und Nachhaltigkeitsgedankens in der Hochschulstrategie wurde für die konsequente Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsthematik in den gründungsrelevanten Lehr- und Veranstaltungsformaten als wichtiges Instrument genannt. Die Professoren und Dozenten sollte weiterhin durch Materialien und gute Case Studies unterstützt werden. Unterschiedliche Veranstaltungskonzepte wie Planspiele, Businessplan oder Abschlussarbeiten Wettbewerbe mit dem Fokus auf Green Economy wurden als sinnvolle Instrumente genannt. Darüber hinaus wurde die Öffentlichkeitsarbeit seitens der Bundesministerien gefordert.

Aus der Perspektive der Gründer wurden häufig die gründerunfreundliche Strukturen als Barrieren kritisiert. Insbesondere fehlen bisher speziell auf die „grünen“ Gründer zugeschnittene Anreize entlang der gesamten Förderkette. Angefangen bei der Hochschulsensibilisierung und -qualifizierung durch Lehre und Beratung über die Anschubförderung durch den Bund bis zu den günstigen Krediten und höherem Interesse von Seite der Investoren. Somit ergeben sich aus der Perspektive der Gründer momentan keine Vorteile für die grünen Gründungen. Dies müsste geändert werden.

Außerdem wurde der Zielkonflikt zwischen dem Umweltschutzgedanken und der Wirtschaftlichkeit thematisiert. Grünen Gründer fehlt häufig die Kompetenz diesen Zielkonflikt zu lösen. Dadurch werden umweltorientierte Geschäftsmodelle zum Preis von Wirtschaftlichkeit aufgegeben. Dies könnte durch eine rechtzeitige und spezifischen Beratung und Coaching von Fachberatern vermieden werden. Somit ist die Unterstützung von außen aus Politik oder Hochschule gerade am Anfang des Vorhabens essenziell.

Die These 1 konnte zum großen Teil belegt werden. Die HS1 und HS4 Experten haben klar bestätigt, dass die ökologischen Anforderungen wie z.B. Klimaschutz und Energieeffizienz und die Chancen einer „Green Economy“ in den Förderaktivitäten für Unternehmensgründungen an deutschen Hochschulen kaum verankert sind. Auch wenn einzelne Aktivitäten an eigenen Hochschulen genannt worden sind, wurden diese als vereinzelt oder anfänglich klassifiziert. Experte HS2 und HS3 betonten, dass sie an der eigenen Hochschule viele Aktivitäten in diesem Bereich haben und berichteten über wenige weitere Hochschulen. Der Experte HS3 bezog sich hauptsächlich auf die Hochschulen aus dem Climate KIC Netzwerk und traute sich nicht zu über den Stand der gesamten deutschen Hochschullandschaft Auskunft zu geben.

Die These 2 lautete: „Der Schwerpunkt der wenigen Gründerförderaktivitäten der Hochschulen mit der Schnittstelle zur Nachhaltigkeit liegt auf dem Themenfeld Social Entrepreneurship. Social Entrepreneurship kann seinen Fokus auf der sozialen oder ökologischen Nachhaltigkeit haben und sich auf

die Sozialunternehmen beziehen. Dabei wird z.T. in der Definition auch die ökologischen Aspekte impliziert, jedoch nicht schwerpunktmäßig thematisiert.“ Sie konnte mit folgender Erweiterung bestätigt werden. Es existiert keine allgemein anerkannte Definition für Social Entrepreneurship. Gelegentlich verschwimmen Grenzen zwischen sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. Die Expertin HS1 betonte, es gäbe Überschneidungen aber auch große Unterscheide, somit wäre es wichtig zu unterscheiden, ob ein Geschäftsmodell auf gesellschaftlichen oder ökologischen Mehrwert aufgebaut wird.

Die These 3 konnte ebenfalls von allen Experten belegt werden. Die institutionelle Gründungsstruktur der deutschen Hochschulen ist sehr vielfältig und heterogen. Es existiert kein Best Practice. Als mögliche Erklärungsansätze wurden folgende Punkte genannt. Es hängt mit der historischen Entwicklung der Gründungsthematik an den jeweiligen Hochschulen und den unterschiedlichen Strukturen der deutschen Hochschulen zusammen. Darüber hinaus sind die Hochschulen bezüglich der Ressourcenverfügbarkeit unterschiedlich aufgestellt. Auch die Tatsache wer das Thema vorantreibt und finanziert bestimmt die Ausgestaltung der institutionellen Gründerstruktur. Nicht zuletzt ist auch jeweils die Zielstellung der Gründungseinrichtung für die institutionelle Gestaltung von Relevanz.

12.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Gründerförderung mit dem Fokus auf die Herausforderungen und Potenziale der Green Economy an den deutschen Hochschulen noch am Anfang steht. Eine große Ausnahme bildet das Climate KIC und das Innoenergy Netzwerk. In das Netzwerk sind allerdings nur wenige deutsche Hochschulen eingebunden. Darüber hinaus gibt es nur wenige Hochschulen mit dem genannten Fokus. Interessanterweise weisen alle identifizierten Hochschulen einen spezifischen Kompetenzen-Kontext auf. Einerseits sind alle Hochschulen im Rahmen des Exist-Programms gefördert worden und andererseits haben sie ausgeprägte Kompetenzen in den naturwissenschaftlichen Fachbereichen, wie beispielweise Umweltwissenschaften/Ökologie. Dieser Zusammenhang sollte genauer untersucht werden.

Es gibt unterschiedliche Barrieren und Hemmnisse, die den anfänglichen Stand der Entwicklung erklären. Beispielsweise fehlt es an Verständnis und Anerkennung für das Disziplinfach Ecopreneurship. Außerdem stellt der interdisziplinäre Charakter des Fachs einige Herausforderungen dar. Diese Barrieren müssen überwunden werden, um das Thema voranzubringen.

Alle drei Thesen konnten im Rahmen der Experteninterviews zum größten Teil bestätigt werden. Da die Experten so ausgewählt worden sind, dass einerseits für die Fragestellung relevantes Wissen und andererseits ein Überblick über die gesamte deutsche Hochschullandschaft vorhanden ist, konnten

Erkenntnisse gewonnen werden, die auf die gesamte Hochschullandschaft bezogen werden können.¹⁸

Insgesamt gibt es viele Anknüpfungspunkte für die Integration des Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsgedankens in die Gründungsförderaktivitäten der deutschen Hochschulen. Im Rahmen der StartUp4Climate Initiative muss das Thema der Green Economy an die Hochschulen näher getragen werden. Neben dem tiefgreifenden Verständnis der Green Economy, müssen auch hier die zentralen Potenziale aufgezeigt werden. Insbesondere die Hochschulen mit geeigneten Kompetenzen-Kontext (Entrepreneurship und Umweltwissenschaften) müssen dazu identifiziert werden. Dabei scheint die Ansprache von Multiplikatoren, die das Thema in Ihrem Umfeld vorantreiben, von großer Bedeutung. In diesem Zusammenhang ist die Entwicklung und Ausbau von Netzwerken, wie beispielsweise Climate KIC, die ein förderndes Umfeld und Kooperationsmöglichkeiten zwischen Hochschulen bieten, wichtig. Weiterhin ist die Erarbeitung von Lehr- und Veranstaltungskonzepten für Lehrkräfte und Gründungsberater, die die Sensibilisierung für das Thema Gründung, die Bereitschaft zum Gründen und vor allem die Kompetenzen zum Gründen in dem Feld Green Economy fördern, sinnvoll.

Die Hochschulen haben die Herausforderung, ein institutionelles Umfeld zur Gründungsförderung im Bereich des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit zu entwickeln. Dazu wäre die Verankerung des Unternehmertums- und Nachhaltigkeitsgedankens in der Hochschulstrategie essentiell. Auch die Einrichtung von Eco/Green Entrepreneurship Professuren, analog zu der Social Entrepreneurship Professur, ist ein zentraler Schritt, um eine kontinuierliche Förderung zu erzielen. Beispielsweise wäre ein erster Umsetzungsansatz im Rahmen einer Stiftungsprofessur denkbar. Hier kann die StartUp4Climate Initiative helfen geeignete Stifter zu sensibilisieren und mit den geeigneten Hochschulen zu vernetzen.

Die neu eingerichteten Eco/Green Entrepreneurship Professuren könnten Bachelor und Master Studiengänge mit den Kombinationsschwerpunkten auf Gründungs- und Klimaschutz-/Nachhaltigkeitsthematik entwickeln und implementieren. Bestehende Entrepreneurship Professuren könnten einerseits ihr Gründungslehreangebots für Studierende der technischen und naturwissenschaftlichen Fächer, wie beispielsweise Umweltmanagement und Ökologie ausweiten oder/und einen Schwerpunkt

¹⁸ Zu berücksichtigen ist jedoch, dass es nur vier Experten befragt worden sind, die ihre subjektive Sicht auf die Fragestellung abbildeten. Da allerdings alle vier Experten zum großen Teil inhaltlich übereinstimmende Antworten gaben, wird davon ausgegangen, dass ein allgemein gültiges Bild erhoben werden konnte. Da drei der Experten selbst auf dem Gebiet des Green bzw. Ecopreneuships tätig sind, waren Sie auch dem Thema sehr positiv eingestellt. Dieses positive Bild konnte durch einen Experten, der nicht persönlich in dem Feld tätig war, ausgeglichen werden.¹⁹ Zwischen diesen zwei Summen gibt es vermutlich eine beträchtliche Schnittmenge.

auf die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthematik legen. Zur Berücksichtigung des Querschnittcharakters der Green Economy wäre allerdings auch notwendig, innovative Lehr- und Veranstaltungskonzepte zu entwickeln, die alle Studierende unabhängig von der Studienrichtung auf das Thema grüne Gründungen sensibilisieren. Z.B. eine Summer School für BWLer, Ingenieure, Informatiker, Juristen und Naturwissenschaftler, die ihre Kompetenzen im Bereich Gründungslehre erwerben und auf das Themenfeld Green Economy anwenden.

Darüber hinaus wäre die Einrichtung eines spezifischen Beratungsangebots und Coachings für grüne Gründungen an den Entrepreneurshiplehrstühlen oder Gründungszentren wichtig. Dazu müssten die Berater spezifischen Fachkompetenzen erwerben. Nicht zuletzt ist es wichtig die Forschung im Bereich der Ecopreneurships voranzubringen. Hier wäre die Anknüpfung an die Social Entrepreneurship Forschung Community denkbar.

Um weitere konkreten Ansatzpunkte zur Implementierung von nachhaltigkeitsorientierten Gründungsförderung im Bereich der Green Economy an den Hochschulen zu finden, ist eine weiterführende Analyse im Rahmen einer empirischen Erhebung sinnvoll. Dabei könnte beispielweise analysiert werden, welche Einflussfaktoren die Bereitschaft einer Ausrichtung der Forschungs- und Lehrstrategie der Professoren auf das Themenfeld Eco/Green Entrepreneurship beeinflussen. Dabei könnten z.B. folgende Faktoren unterschieden werden: „interne Pull-Faktoren“: Hochschulhistorie, Hochschulstrategie, Kompetenzen-Kontext usw.; „externe Push-Faktoren“: Politik, Unternehmen usw.; Persönliche Kompetenzen, Interesse usw. In diesem Zusammenhang könnte der Frage nachgegangen werden, welche Hochschulen für das Konzept der Green Economy besonders geeignet wären. (Sind es beispielweise eher die TUs oder Campushochschulen mit stark ausgeprägtem, interdisziplinärem Hintergrund? Oder spielen die Kompetenzen und Interessen des Hochschullehrers die ausschlaggebende Rolle? ...)

Darüber hinaus gibt es bisher keine Untersuchung über die Gründungsaktivitäten aus deutschen Hochschulen im Bereich der Green Economy. Es ist bisher nicht erfasst, welchen Anteil grüne Gründungen ausmachen. Auch gibt es keine empirischen Untersuchungen darüber, welche Rahmenbedingungen diese fördern. Hier kann an die Forschungsansätze aus dem Forschungsfeld „Entrepreneurship Education“ angeknüpft werden.

13 Private Akteure der Gründungsfinanzierung

13.1 Ausgangssituation

Um ihr Produkt oder Dienstleistung sowie Geschäftsmodell zu entwickeln, sind Gründer in den ersten Jahren, in denen der Umsatz niedrig oder inexistent ist, meist vom Fremd- oder Eigenkapital externer Kapitalgeber abhängig. Auch wenn Gründungsfinanzierung eine zentrale Rolle für das Überleben vieler junger Unternehmen spielt, ist der Zugang zur Finanzierung für Gründer oftmals schwieriger als für etablierte Unternehmen. Die Gründe hierfür sind u.a. eine hohe Unsicherheit bezüglich der Marktchancen des Produktes/der Dienstleistung (insbesondere, wenn diese Innovationen ohne Benchmark darstellen) bzw. des Gründers oder Start-ups selber (z.B. aufgrund fehlender Bonitätsgeschichte oder Sicherheit) (Cosh, Cumming & Hughes, 2009; Kerr & Nanda, 2009; Megginson & Smart, 2006; Staroßom, 2013). Das Risikoniveau einer entsprechenden Investition ist somit als hoch einzuschätzen.

Gründungsfinanzierung findet in drei unterschiedlichen Phasen statt: Die Phase vor der Gründung (auch Pre-Seed Stage und Seed Stage genannt), die Start-up-Phase mit Gründung (und ggf. erstem Umsatz) und die nächste Phase mit möglichem Wachstum des Unternehmens (Expansion Stage) (Kollmann, 2005). Die Geldquelle ist generell stark von der Gründungsphase abhängig: Während Venture Capital-Firmen meist erst in späteren Phasen einsteigen, sind Business Angels konventionell in den ersten Phasen tätig (Kollmann, 2005). Darüber hinaus sind Gründer in der Pre-Seed/Seed Stage im Allgemeinen stark vom eigenen Netzwerk, eigenen Geldmitteln sowie öffentlichen Förderprogrammen (s. Kapitel 6) abhängig (Bhide, 1992; KfW & ZEW, 2012; Kollmann, 2005; Schulte, 2005).

Privates (also nicht öffentliches) Engagement im Venture Capital-Bereich ist in Deutschland noch relativ niedrig im internationalen Vergleich (Röhl, 2014). Aktuelle Zahlen zeigen, dass im Jahr 2013 €673,89 Mio. in jungen deutschen Unternehmen im VC-Bereich investiert wurden, davon 6,5 % in der „Seed Stage“, 55,3 % in der „Start-up Stage“ und der restliche 38,1 % in der „Expansion Stage“ (BVK, 2014, S. 12). Aufgrund des informellen Charakters der Business Angels sind Zahlen zu den Gesamtinvestitionen für diesen Investorentyp schwierig zu ermitteln. Auch wenn sie als Privatpersonen relativ geringe Summen investieren (typischerweise zwischen \$25.000 und \$500.000 (OECD, 2011)), zeigen Gesamtsummen für Europa, dass sie insgesamt eine große Rolle spielen: In 2009 wurden geschätzte \$3,56 Milliarden (ungefähr €2,7 Milliarden) von Business Angels in Europa investiert (OECD, 2011). Sowohl Venture Capital-Firmen als auch Business Angels investieren vornehmlich Eigenkapital und Mischformen des Eigen- und Fremdkapitals (Mezzanine-Kapital). Wie viel Fremdkapital von Banken in deutsche Start-ups investiert wird, ist schwer genau zu quantifizieren. Allerdings gibt es Hinweise,

dass viele Gründer in Deutschland Fremdkapital in Form von Bankkrediten bevorzugen (Block, Brockmann, Klandt & Kohn, 2008; Schulte, 2005). Als Investorengruppe spielen zudem einzelne Privatpersonen mit kleineren Investmentsummen eine zunehmend große Rolle, da Crowdfunding/Crowdinvesting-Portale in Deutschland in den letzten Jahren beträchtlich an Anzahl und Bedeutung gewachsen sind. Quantitative Daten zu diesem Wachstum sind noch nicht verfügbar.

Einige Finanzakteure haben mittlerweile grüne Gründer als explizite Zielgruppe erkannt. In Deutschland finden sich z.B. Grüne VC-Firmen (z.B. mit einem Cleantech-Investitionsfokus), ökologisch orientierte Banken, Crowdfunding-Plattformen mit einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit oder auch Business Angels, die ihr Geld gern im Bereich Umwelt und Energie investieren. Mancher investiert das gesamte Geld in solche Unternehmen, viele allerdings nur einen Anteil. Zahlen hierzu sind bisher nur begrenzt verfügbar. Im Jahr 2009 wurde in Europa über €1 Milliarde in Venture Capital und Wachstumskapital in Cleantech-Unternehmen investiert (EVCA, 2010). Es gibt in Deutschland nur wenige, kleinere Cleantech-Fonds im Private Equity-Bereich (außerbörsliches Kapital inkl. Venture Capital) - allerdings investieren solche Fonds aus dem europäischen Ausland auch gern in Deutschland (BVK, 2009). In Deutschland wurden 2013 laut dem Bundesverband Deutscher Beteiligungsgesellschaften 5,5 % (€37,25 Mio.) des gesamten Venture Capital in 21 deutsche Cleantech Start-ups investiert (BVK, 2014, S. 14). Im Bereich Energie/Umwelt wurden 6,4 % (€42,82 Mio.) in 38 deutsche Start-ups investiert (BVK, 2014, S. 14).¹⁹ Gegenüber Zahlen aus 2008, als €383 Mio. Venture Capital in Cleantech in Deutschland investiert wurde, scheint der Markt im Zuge bzw. in der Folgezeit der Finanzkrise beträchtlich geschrumpft zu sein (BVK, 2009).²⁰

Interessante Zahlen liefert auch das Forum Nachhaltige Geldanlagen in seinem Marktbericht 2014: Wenn auch ein großer Anteil des Geldes, welches in Deutschland nachhaltig angelegt wird, in etablierte Unternehmen und in die öffentliche Hand investiert wird, gingen 2013 10 % des Geldes in Venture Capital und Direktbeteiligungen – eine Zunahme von 4 Prozentpunkte gegenüber 2012 (FNG, 2014, S. 24). Auch in den Geldmarkt/Bankeinlagen (bspw. Banken wie GLS Bank und Triodos Bank) flossen 8 % (FNG, 2014, S. 24), wovon deutsche Start-ups vermutlich zumindest einen Anteil bekommen haben. Etwas ältere Daten aus dem Europäischen Raum zeigen, dass „Venture Capital for Sustainability“ – anders als konventionelle VC-Firmen – meist eher in früheren Phasen (Seed Stage und Start-up Stage) als in dem „Expansion Stage“ (oder später) investieren (Eurosif, 2007). Die Investoren waren bis dahin hauptsächlich „Family Offices“ oder vermögende Privatpersonen und nicht die

¹⁹ Zwischen diesen zwei Summen gibt es vermutlich eine beträchtliche Schnittmenge.

²⁰ Dies bedeutet nicht unbedingt, dass weniger Unternehmen Geld bekommen, möglicherweise aber niedrigere Summen. Allein das Unternehmen Sulfurcell hat 2008 €85 Mio. bekommen (d.h. 22 % der gesamten VC-Investitionen in Deutschland in dem Jahr).

kapitalstärkeren institutionellen Anleger (Eurosif, 2007; Randjelovic, O'Rourke & Orsato, 2003). Eine frühe wissenschaftliche Studie zu grünem Venture Capital hat auch gezeigt, dass der Zeithorizont für Venture Capital in grüne Start-ups generell etwas länger ist (3-5 Jahre) als bei konventionellen (2-3 Jahre) und, dass im Durchschnitt kleinere Summen investiert werden (€1 Mio.) als bei den konventionellen (€120 Mio.) (Randjelovic et al., 2003).

13.2 Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Es bestehen einige Defizite im Zugang grüner Start-ups zur Gründungsfinanzierung. Aus ihren Besonderheiten entstehen mehrere mögliche Herausforderungen (aber auch Chancen), die eine Auswirkung auf den Zugang zur Finanzierung haben (Bergset & Fichter, 2014). Diese Besonderheiten hängen mit den nachhaltigkeitsbezogenen Charakteristika derer Produkte/Dienstleistungen, Unternehmensstrategie und auch Gründermotivation zusammen. Die Motivation der Gründer in grünen Start-ups kann sehr unterschiedlich sein. Bei Begegnungen zwischen nachhaltigkeitsmotivierten oder sogenannten „mission-driven“ Gründern und klassischen Investoren kann es zu einem kulturellen Aufeinanderprallen kommen (Linnanen, 2002; Randjelovic et al., 2003; Schick, Marxen & Freimann, 2002; Wüstenhagen & Teppo, 2006). Zudem können unterschiedliche Motivationen zu unterschiedlichen strategischen Ansätzen (z.B. mit Blick auf Wachstum) und somit zu Uneinigkeiten zwischen Investoren und Gründern in Entscheidungsfindungen und Aufteilung der Unternehmenskontrolle führen. Des Weiteren wurde beobachtet, dass es bei vielen „mission-driven“ Gründern an geschäftlichem Know-how fehlt, was vielen Investoren abschreckt (McWade, 2012; Nicholls & Pharoah, 2008; Randjelovic et al., 2003). Ein weiteres Beispiel sind die längeren Technologieentwicklungszeiten, die für viele Grundlageninnovationen in der Green Economy bestehen, und die die frühen Phasen der Unternehmens- und Produktentwicklung verlängern können (Linnanen, 2002; Randjelovic et al., 2003).

Im Forschungsprojekt SHIFT haben vorläufige empirische Ergebnisse bestätigt, dass ein großer Anteil der grünen Gründer nachhaltigkeitsbezogene Schwierigkeiten bei der Suche nach Finanzierung erlebt (Bergset, 2014). Darüber hinaus gibt es im Projekt bereits Hinweise, dass grüne Gründer mit hohem, frühzeitigem Finanzbedarf und langfristiger Finanzierungsperspektive (vornämlich bei Cleantech und Grundlageninnovationen) oft Schwierigkeiten haben. Dieser Zustand entsteht laut den Befragten, weil das Finanzierungsangebot der in den frühen Phasen tätigen Business Angels oftmals zu klein ist und Venture Capital-Firmen oft eher später einsteigen und zu kurzen Zeithorizonten haben. Bei den Begegnungen zwischen grünen Gründern und auf Green Economy und Nachhaltigkeit spezialisierten Investoren zeigt sich zum Teil auch, wie in den Daten oben auch sichtbar wurde, dass die Volumen noch sehr begrenzt sind und die Risikobereitschaft eher gering ist. Darüber hinaus befürchten viele grüne Gründer, dass die Kenntnisse der Investoren mit Blick auf grüne Produkte/Dienstleistungen

und Geschäftsmodelle noch sehr begrenzt sind und somit deren Einschätzung der Geschäftspotenziale und der Risiken beeinträchtigen können (s. a. Kahlenborn & Pechan, 2008).

Auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen haben eine Auswirkung auf die Verfügbarkeit des privaten Gründungskapitals. Es fehlen in Deutschland bisher an steuerlichen Anreizen für Investitionen in Start-ups, nicht nur für grüne Start-ups (Kahlenborn et al., 2013).

Allerdings gibt es auch Potenziale für eine Verbesserung im Zugang zu grüner Gründerfinanzierung. Crowdfunding und Crowdinvestment haben in den letzten 5-6 Jahren auch in Deutschland sehr an Bedeutung gewonnen. Das Potenzial von Crowdinvestment für grüne und insbesondere „mission-driven“ Start-ups ist als beträchtlich einzuschätzen, da die auf solchen Plattformen tätigen, kleinen Investoren oftmals eine Investitionslogik haben, die auch mit persönlichen Werten und nicht nur mit Profit verknüpft ist (Lehner, 2012). Zu vermuten ist auch, dass durch Crowdinvestment Geld mobilisiert wird, was sonst nicht in Start-ups investiert worden wäre. Die „Disintermediation“, die im Crowdinvestment die Kleininvestoren von Investmentfonds und Intermediären entkoppelt, führt zu einer „Demokratisierung im Zugang zu Kapitalmärkten“ (Rubinton, 2011, S. 12) – nicht nur für den Investor, sondern auch für den Begünstigten (Kahlenborn et al., 2013).

Der Eurosif-Bericht „Venture Capital for Sustainability“ sieht darüber hinaus in institutionellen Anlegern ein großes Potenzial für eine Vergrößerung der Summen von Venture Capital, das in grünen Start-ups und Sozialunternehmen investiert wird (Eurosif, 2007). Somit könnte nachhaltige Geldanlage zu einem großen Hebel für die Investition in grüne Start-ups und ihre Nachhaltigkeitsinnovationen werden. Auch die gründungsorientierten Investoren Business Angels sind in diesem Zusammenhang als potenzieller Hebel zu sehen. Laut des vierteljährlich erscheinenden Business Angels Panels des Business Angel Netzwerk Deutschlands, liegen die Bereiche Umwelttechnologien und Energie ganz hoch auf der Liste der Zielgruppen vieler Business Angels (s. z. B. BAND, 2014). Allerdings gibt es hier laut des Verbands bisher eine Lücke zwischen den Wünschen der Business Angels und deren tatsächlichen Investitionen.

Im internationalen Kontext gibt es mittlerweile eine Reihe von Netzwerken für spezifische Investorentypen (bspw. Nexus für junge vermögende Privatinvestoren und CREO für private Family Offices) oder Investoren im Allgemeinen (z.B. Investors Circle und Toniic), die Geld für junge Unternehmen mit einem nachhaltigen Geschäftsmodell mobilisieren, Investoren mit Informationsangeboten auf die neuen Märkte der Green Economy bringen und den Austausch dieser Investoren unterstützen.

13.3 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Wie oben verdeutlicht wurde, fehlen in vielen Fällen quantitative Daten zur Finanzierungslage von Gründern und Start-ups im Allgemeinen und von grünen Start-ups im Speziellen. Eine Verbesserung dieser Datenlage durch die Forschung wäre von Vorteil, um genauer die Lücken, Hemmnisse und Chancen ermitteln zu können. Es fehlt an Daten und Kenntnissen an mehreren Fronten. Die Informationen und Kenntnisse der Investoren bezüglich der Besonderheiten und Bedürfnisse grüner Start-ups sind laut der Gründer selber verbesserungsbedürftig (Bergset, 2014). Auf der anderen Seite fehlt es grünen Gründern oft an geschäftlichem Know-how, das die Investoren von der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit der Start-ups überzeugen lässt (Randjelovic et al., 2003). Eine Verbesserung der Informations- und Qualifizierungsangebote für sowohl die Nachfrageseite als auch die Angebotsseite wäre sinnvoll, um die Entscheidungsfindung zu erleichtern und das Matching für einander geeignete Investoren und Start-ups zu optimieren (Bergset & Fichter, 2014).

Wie es bereits international geschieht, könnten Netzwerkansätze in Deutschland vorhandenes Geld für grüne Start-ups mobilisieren. Bemühungen bestehende Netzwerke zu stärken und neue Netzwerke bei Bedarf zu forcieren sollten somit unterstützt werden. Im internationalen Kontext sind die Volumen, die in nachhaltige Fonds einfließen, sowie die Akteursvielfalt im letzten Jahrzehnt stark gestiegen. Da im Private Equity- und Venture Capital-Bereich bereits große Summen für deutsche Start-ups aus dem Ausland kommen, wäre ein verstärkter Fokus auf internationale Investoren im Bereich der grünen Gründungen eine sinnvolle Erweiterung und Weiterentwicklung über die Stärkung der deutschen Gründerfinanzierung hinaus.

Im Bereich des Crowdinvestments sollten noch die rechtlichen Rahmenbedingungen (z.B. Anlegerschutz und Kompatibilität mit geltender Finanzregulierung sowie Ausnahmen hiervon) genau definiert werden, damit sich das Potenzial dieses Segments wirklich entfalten kann.

Um höhere Gesamtsummen für Gründer in der Green Economy zu erreichen, könnten auf der einen Seite das Interesse der gründungsorientierten Investoren und Intermediäre (vor allem Business Angels und Venture Capital-Firmen) und auf der anderen Seite das Interesse der nachhaltigkeitsorientierten Anleger gestärkt werden. Da es sich bei Start-ups in der Regel um risikoreiche Investitionen handelt, und die Risikobereitschaft zum Teil im Nachhaltigkeitsbereich niedrig ist, könnte es ggf. auch sinnvoll sein angepasste Finanzierungsmodelle zu entwickeln, um Portfolio-Effekte zu erreichen und das Risiko auf mehrere Schulter zu verteilen. Um größere Summen für einzelne Start-ups in früheren Phasen zu mobilisieren, wären unterschiedliche Möglichkeiten denkbar. Es könnten, wie es in den USA üblich ist, größere Investorensyndikate von Business Angels gebildet, Start-up-Fonds für institutionelle Anleger entwickelt oder im Private-Public-Partnership ein High Sustainability-Fonds (ähnlich zu dem bestehenden erfolgreichen High-Tech Gründerfonds) etabliert werden.

14 Webangebote für Gründer

14.1 Ausgangssituation

Ein Portal ist in der Informatik ein Anwendungssystem, welches unterschiedliche Funktionen, Informationen, Dienste oder Prozesse zusammenschließt. Bisher gibt es weder in der Wissenschaft noch in der Praxis eine einheitliche Definition für den Begriff Portal. Dies ist auch der Tatsache geschuldet, dass sich Portale durch den schnellen technologischen Fortschritt in der Informationstechnik von einfachen Webseiten hin zu multiplen und sehr unterschiedlichen Anwendungen, durch die Dienste und Funktionen integriert und benutzerfreundlich angepasst werden können, entwickelt haben (Kirchhof, Gurzki, Hinderer & Vlachakis, 2014, S. 3–4).

Riemke-Gurzki definiert Portal folgendermaßen:

*„Ein Portal stellt basierend auf verschiedenen Zugangstechnologien (z.B. Web-Technologien, Sprache) nach einer einmaligen Authentifizierung (Single Sign On) einen zentralen Zugriff auf personalisierte Inhalte (Content und Dokumente), Prozesse und Anwendungen bereit.“
(Riemke-Gurzki, 2014, S. 17)*

Die hier beschriebene einmalige Authentifizierung durch bspw. einen „Single Sign On“ ist jedoch besonders mit Blick auf die sogenannten Web-Portale nicht immer dringend notwendig. Charakteristisch für Web-Portale²¹ sind insbesondere folgende drei Eigenschaften:

- Zentraler Zugriff: Portale integrieren und bieten dem Nutzer durch eine zentrale Stelle die Möglichkeit, auf Inhalte zu zugreifen; sie verlinken nicht nur lose Inhalte (Bookmark-Webseiten).
- Inhalte: Portale stellen für den Nutzer wesentlichen „Content“ und Dokumente bereit. Insbesondere bei Web-Portalen wird dabei von Web-Content gesprochen.
- Personalisierung: Portale haben eine klare Zielgruppenorientierung. Inhalte, Prozesse und Anwendungen werden somit für Nutzergruppen personalisiert. Personalisierung ist nicht zu verwechseln mit Individualisierung. (Portale können bspw. auch individualisierte Inhalte aufbereiten und somit einen erheblichen Mehrwert für den Nutzer bieten, dies ist jedoch kein zentrales Merkmal von Web-Portalen)

In Deutschland gibt es bereits eine Vielzahl von Web-Portalen, die auf unterschiedlichste Weise Unternehmensgründungen aber auch das Thema Nachhaltigkeit fördern und unterstützen.

²¹ Bei der Begriffsverwendung Portal ist im Folgenden das Web-Portal gemeint

In einer ersten Analyse im Rahmen der Antragsphase für das Projekt „StartUp4Climate“ wurde festgestellt, dass einerseits Entrepreneurship-Plattformen kaum Klimaschutz- oder nachhaltigkeitsorientiert sind und Nachhaltigkeitsportale kaum Angebote für Unternehmensgründer bieten.

Man kann also eine klare Trennung zwischen Entrepreneurship- und Nachhaltigkeitsportalen erkennen. Somit ergibt es Sinn die Portalstypen zunächst getrennt zu betrachten.

14.1.1 Methodik

In einer ausführlichen Analyse (im Rahmen AP 5.1 durchgeführt) wurden bereits 40 deutsche Portale aus dem Bereich Entrepreneurship bzw. Nachhaltigkeit, sechs internationale Portale und vier mit abweichendem Fachfokus (bspw. Spenden, oder Innovation) mithilfe eines Kriteriensets (siehe Anhang 17.5) untersucht. Für jedes Portal wurde ein individueller Steckbrief erstellt. Somit konnten die Portale gegenübergestellt, bewertet und klassifiziert werden. Diese Untersuchung stellt die Grundlage für die Erkenntnisse in Kapitel 14.2 und 14.3 der vorliegenden Analyse.

Für die Einschätzung der Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit in, wurden bisher keine Experteninterviews geführt. Die Ergebnisse basieren ebenfalls auf der bereits durchgeführten Analyse und deren Erkenntnisse. Die untersuchten Portale mit ihren Funktionalitäten und Elementen wurden zudem unter den Gesichtspunkten der vermuteten Kernfunktionalitäten eines Webportal für die grüne Gründungszone (Transparenzfunktionalität, High value content Funktionalitäten, Informationsfunktionalitäten, Präsentationsfunktionalitäten und Kollaborations- und Communityfunktionalitäten)²² analysiert. Dabei konnten wichtige Potentiale und Defizite herausgestellt werden. Zusätzlich wurden die untersuchten Portale und die dort identifizierten Funktionen mit den zentralen Bedarfen²³ der Zielgruppenakteure (Gründer, Gründungsförderer und Intermediäre, Investoren, Unternehmen) abgeglichen. Somit konnten weitere Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit herausgestellt werden, die in Kapitel 14.4 genauer beschrieben werden.

14.2 Deutsche Entrepreneurship- und Nachhaltigkeits-Portale

Im Folgenden werden ausschließlich die deutschen Entrepreneurship und Nachhaltigkeits-Portale getrennt voneinander betrachtet. In 14.2.3 erfolgt eine kurze Gegenüberstellung.

²² Die Kernfunktionalitäten wurden im Rahmen des Antrages für „StartUp4Climate“ aufgestellt.

²³ Die zentralen Bedarfe sind als überprüfbare Hypothesen zu verstehen, die in drei kurzen Brainstorming-Sessions innerhalb des Instituts erarbeitet wurden. Mehr in umfangreichem Analysedokument S. 15-19

14.2.1 Entrepreneurship-Portale

Die Analyse und damit verbundene direkte Gegenüberstellung von 18 Gründerportalen lässt auf eine grundlegende Typisierung der Portale in Deutschland in folgende Kategorien schließen:

- (1) öffentlich finanzierte (auch teilfinanzierte) Gründerportale
- (2) Gründer Online-Magazine
- (3) Beratungsportal für Gründer (Geschäftsmodell: Provisionsmodell)
- (4) Community Plattformen

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) unterhält neun eigene Gründerportale, die öffentlich finanziert werden. Diese dienen der allgemeinen Information zu Unternehmensgründungen, Förderprogrammen, Wettbewerben und/oder Förderschwerpunkten der Politik (Gründungen aus der Wissenschaft, Kreativwirtschaft, Gründerinnen). Weitere öffentlich finanzierte Portale sind bspw. Gründen in Berlin oder das Private Public Partnership (PPP) Business-Plan Berlin Brandenburg (BPW). Die privatwirtschaftlichen sogenannten Gründer Online-Magazine finanzieren sich hauptsächlich über Online-Werbung und bieten tagesaktuelle Inhalte (Neuigkeiten) rund um das Thema Entrepreneurship an. Die Portale Gründerszene (350 000 Unique Visitors pro Monat, vgl. <http://www.gruenderszene.de/ueber-uns>) und Deutsche Start-ups (keine öffentlichen Angaben zu Unique Visitors pro Monat aber 41 000 Facebook Follower) können recht hohe tägliche Besucherzahl vorweisen und sind damit als Online-Werbungsträger äußerst attraktiv. Als internationales Vorzeige-Webportal auf diesem Gebiet gilt „Tech-Crunch“ mit 14,7 Mio. Unique Visitors pro (vgl. <http://techcrunch.com/advertise/>). Zudem gibt es privatwirtschaftliche Gründungsinformationsportale, die keine tagesaktuellen Inhalte anbieten, jedoch ein umfangreiches gründungsrelevantes Wissen bereitstellen (Für Gründer.de, Gründer.de, Biz-Awards). Sie bewerben zudem eigene oder externe zahlungspflichtige Dienstleistungen rund um das Thema Gründungen und Start-ups.

Einige wenige Portale versuchen über einen Community Ansatz (Entrepreneurship Campus) und über „User-Generated-Content“ (Mitgründer.com), Gründer zu fördern. Hinter diesen Portalen ist jedoch kein Business-Case erkennbar. Die Webseite des Entrepreneurship-Campus wird bspw. von der Fal-tin-Stiftung betrieben, die sich wiederum aus der profitablen Teekampagne finanziert.

Es fällt zudem auf, dass Portale die Community-Funktionen vermehrt auf Social Media Kanäle wie Facebook und Twitter verlagert haben. Bei den Gründerportalen werden wenige innovative Darstellungsformen wie Living Maps verwendet, jedoch bietet die eine oder andere Plattform spannende und innovative Leistungen an (Webinar, Datenbank, Matching, personalisierte Suche, etc.).

Keines der Entrepreneurship-Portale nimmt explizit das Thema Nachhaltigkeit auf. Lediglich das Portal Mitgründer.com und BizAwards bieten bei der Auswahl die Möglichkeit die Kategorien Nachhaltigkeit und Umweltschutz auszuwählen und machen dadurch eine Unterscheidung zu anderen Start-ups.

14.2.2 Nachhaltigkeits-Portale

Die Analyse der 22 untersuchten Portale aus dem Nachhaltigkeitsbereich lässt eine ähnliche Typisierung wie in 14.2.1 zu, die jedoch weniger trennscharf ist (manche Portale sind sowohl das eine als auch das andere bspw. Utopia: Online Magazin und Community Portal):

- (1) öffentlich finanzierte (auch teilfinanzierte) Nachhaltigkeitsportale
- (2) Nachhaltigkeit Online-Magazine
- (3) Nicht-gewinnorientierte Informationsportale
- (4) Community Portale
- (5) Markt-Portale (bspw. Jobportal, Crowdfunding)

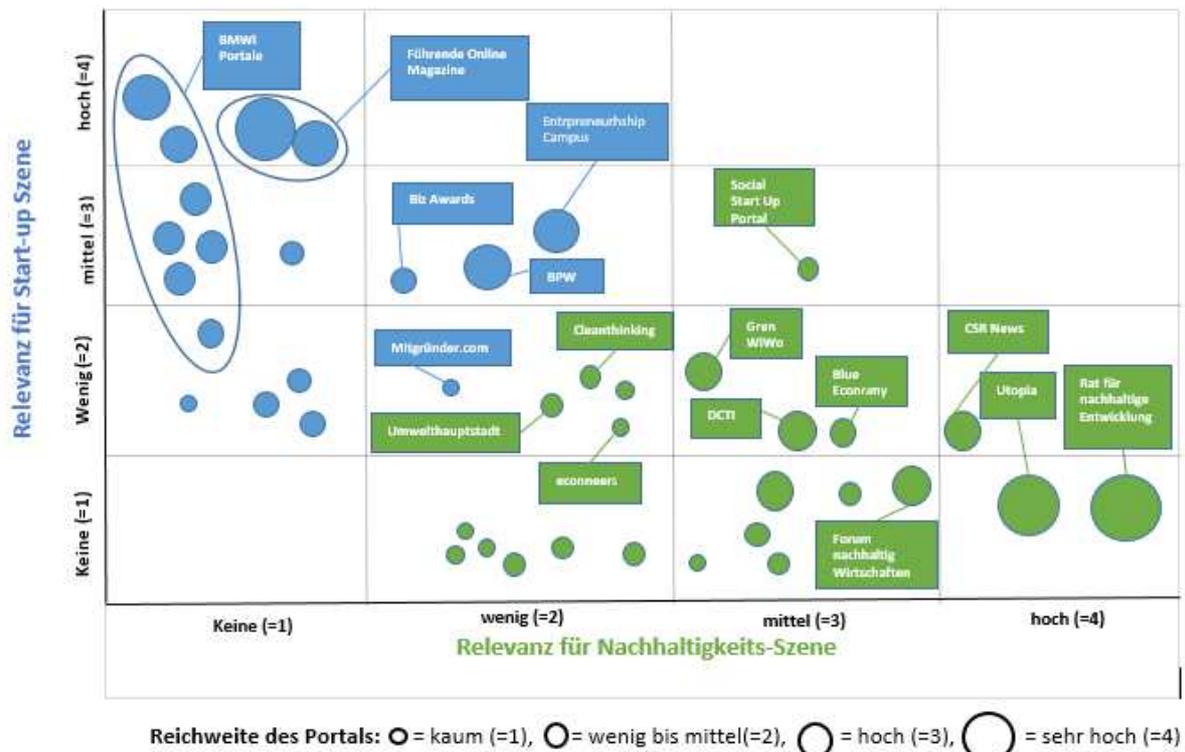
Es fällt auf, dass verhältnismäßig wenige Portale im Bereich Nachhaltigkeit öffentlich finanziert sind (Rat für nachhaltige Entwicklung, Nationale Klimaschutzinitiative, Virtuelle Akademie Nachhaltigkeit, CaGE). Auch bei den Nachhaltigkeits-Portalen findet man privatwirtschaftliche Online-Magazine, die über aktuelle Nachrichten aus dem Bereich Nachhaltigkeit berichten und sich durch Werbung auf der eigenen Seite finanzieren (Marktführer: Utopia= 350 000 unique visitors pro Monat). Zudem gibt es Portale, die zwar privat betrieben werden, jedoch keinen gewinnorientierten Hintergrund haben (Drehscheibe Nachhaltigkeit, Ökoportal, Blue Economy etc.).

Rund die Hälfte der untersuchten Portale binden die Nutzer aktiv ein und sechs Portale bieten sogar Interaktionsmöglichkeiten für diese. Einige Portale nutzen zudem „User-generated-content“ für die eigenen Inhalte: Bonn Sustainability Portal, Utopia, Drehscheibe Nachhaltigkeit, Umwelthauptstadt, bettervest, CSR News.net und caGE (eigenes Wiki). Es ist jedoch zu beachten, dass nur die Portale Utopia und Drehscheibe Nachhaltigkeit eine funktionierende und einigermaßen lebhaft Community aufbauen konnten, gemessen an täglichen Beiträgen von einer hohen Anzahl unterschiedlicher Nutzer. Ein großer Anteil der Nachhaltigkeitsportale fokussiert sich auf ein spezifisches Thema. Dies kann aus dem Bereich Nachhaltigkeit (bspw. Klima, Lebensmittel, Cleantech etc.) aber auch ein bestimmter Arbeitsschwerpunkt (Crowdfunding bzw.-investing, Jobs, Social Entrepreneurship etc.) sein.

Lediglich zwei Portale (Social Start-ups, Umwelthauptstadt) nehmen das Start-up Thema explizit auf. Jedoch ist das Thema Gründungen und Innovationen für weitaus mehr Portale ein implizites Thema.

14.2.3 Gegenüberstellung der Portalstypen

Abbildung 28: Einordnung von Portalen nach Relevanz für die Start-up-Szene und die Nachhaltigkeits-Szene



Quelle: (eigene Darstellung)

Am aufgeführten Diagramm lässt sich gut erkennen, dass die untersuchten Nachhaltigkeits-Portale das Thema Start-up stärker einbinden, als dies die klassischen Start-up Portale mit dem Thema Nachhaltigkeit tun. Zudem sieht man, dass es im Start-up Bereich sehr viele relevante Portale gibt, die eine hohe Reichweite vorweisen. Die Relevanz der Portale im Nachhaltigkeitsbereich konzentriert sich dabei auf ein paar wenige. Mit der Relevanz eines Portals für die Szene steigt die Reichweite (also Besucherzahl) des Portals an. Besonders herauszustellen sind die Portale des BMWi und führende Online-Magazine im Start-up-Bereich (Gründerszene und Deutsche Start-ups) auf der einen und die drei Portale „Rat für nachhaltige Entwicklung“, „Utopia (ca. 350 000 Unique Visitors im Monat)“ und „CSR News (ca. 100 000 Unique Visitors im Monat)“ auf der anderen Seite. Dabei handelt es sich um spezialisierte Portale, die ihre Portalfunktionen auf den Kernbereich angepasst haben. Online-Magazine wie Gründerszene, Deutsche Start-ups aber auch CSR-News verzichten auf umfangreiche Community-Funktionen wie Interaktionsmöglichkeiten. Die öffentlichen Seiten des BMWi und des Rates für nachhaltige Entwicklung verzichten sogar ganz auf gängige Community-Funktionen und dienen ausschließlich als offizielles Informationsforum; das offizielle Attribut ist anscheinend ausreichend, um eine hohe

Reichweite und damit hohe Besucherzahlen zu erlangen. Eine Ausnahme ist das Portal NEXXT, was vom den Inhalten der Nutzer (User-generated content) lebt und Interaktionsmöglichkeiten zulässt. Man kann feststellen, dass Nachhaltigkeits-Portale sehr viel stärker Community-Funktionen und User generated Content auf der eigenen Portalseite einbinden als dies die Entrepreneurship-Portale tun.

Zudem fällt auf, dass die Reichweiten also Besucherzahlen (Unique Visitors und wiederkehrende Besucher) bei den Nachhaltigkeits-Portalen gleichverteilter sind als bei den Start-up Portalen. Dort gibt es zudem viele Portale, die nur eine sehr geringe Reichweite vorweisen.

Nachhaltigkeitsportale lassen sich weniger eindeutig typisieren und verbinden oft mehrere Merkmale. Somit sind manche Portale bspw. Online Magazine und Community Portale zugleich (Utopia).

14.3 Internationale Good Practice-Portale

In der ausführlichen Analyse wurden zudem sechs internationale Portale, zwei Innovationsportale und das Ashoka-Changemaker Portal und Betterplace.org untersucht. Im Folgenden werden die relevantesten Portale im Zusammenhang „Anreizsystem für nachhaltige Unternehmensgründungen“ kurz vorgestellt.

- (1) Das Portal „Seed Initiative“, das von adelphi betrieben wird, ist für die Good-Practice Analyse vom großen Interesse. Das Portal möchte Entrepreneur, die zur nachhaltigen Entwicklung in Entwicklungsländern beitragen, fördern. Dafür vergibt die Initiative einen Preis, der über das Portal beworben wird. Antragsteller nutzen das Portal zusätzlich für die Bewerbung. Insbesondere für den geplanten Gründerpreis in Kombination mit dem Portal ein interessantes Beispiel.
- (2) Das Portal „Global network on sustainable innovation and entrepreneurship“, welches vom BMZ gefördert und vom CSCP umgesetzt wird, hat das Ziel, die Vernetzung existierender Organisationen, Netzwerke, Personen, Unternehmen, staatlichen Einrichtungen, Konsumenten zu fördern. Das Portal hat innerhalb von drei Jahre eine kleine Community (ca. 600 registrierte Nutzer) aufgebaut. Jedoch ist der Austausch der Nutzer auf dem Portal sehr gering. Guter Ansatz, bei dem man sich so manches abgucken kann, auch was man anders machen sollte.
- (3) Beim Portal „Innovate 4 Climate“, dreht sich alles um einen Wettbewerb. Das Portal wird von der Klima-Initiative des WWF, Climate KIC, Impact Hub Zürich umgesetzt und baut eine Community, die sich über Projekte und Ideen austauschen kann, auf. Sicherlich ist das Portal Innovate 4 Climate eine gute Orientierung wie eine Community auf einem Portal aufgebaut werden kann und auf was es zu achten gilt.
- (4) Das Portal „Tech Crunch“ begann 2005 als einfacher Blog und ist mittlerweile das internationale Online Magazin für Web 2.0- und IT Produkte bzw. – Unternehmen mit IT-Bezug (1,3 Mio. Facebook, 3,5 Mio. Twitter Followern und 14,7 Mio. Unique Visitors pro Monat). Das Portal verbindet das klassische Online Magazin „Tech Crunch“ mit einer freien Datenbank (eine Art Wiki) Crunch Base, die von Nutzern bearbeitet werden kann und über 500 000 Start-ups listet.

Ziel ist es, Informationen von Start-ups, Entrepreneuren und Investoren für alle verfügbar und bearbeitbar zu machen. Die Nutzer können sich untereinander nicht auf dem Portal austauschen. Interessantes Beispiel für die Nutzung von User-generated Content zum Aufbau einer großen Datenbank.

- (5) Ein von der Cleantech Group betriebenes kostenpflichtiges Portal ist „i3“. Es bietet ausführliche und detaillierte Investoren- und Start-up- bzw. Unternehmensinformationen, individualisierte Newslette, Sektorinformationen zu Märkten, Branchen, Kunden- und Markterschließung in der Green Economy. Mit dem Probezugang ist es nicht ersichtlich wie umfangreich das Portal wirklich ist und wie viele an der Informationsbereitstellung arbeiten, es ist jedoch anzunehmen, dass die Pflege der Datenbank und ständige Weiterentwicklung hohe Kosten zur Folge haben. Die Website ist ein gutes Nutzungsbeispiel für ein kostenpflichtiges Angebot.

Defizite und Potenziale mit Blick auf die Integration von Nachhaltigkeit

Die Analyse bestehender deutscher Portale zeigt, dass keines der Webportale aus dem Bereich Entrepreneurship das Thema Nachhaltigkeit ausreichend behandelt. Akteure der Gründerszene erhalten weder allgemeine Hilfestellungen oder Informationen zum Thema Nachhaltigkeit noch fokussieren sich die Portale auf den Wachstumsmarkt „Green Economy“.

Auch die untersuchten Webportale aus dem Bereich Nachhaltigkeit zeigen einen unzureichenden Start-up Bezug auf. Lediglich das Portal „Social Start-ups“ greift das Thema Social Entrepreneurship auf, kann jedoch dem eingeschätzten Bedarf²⁴ der Zielgruppe (Grüne Gründer, Gründungsförderer und Intermediäre, Investoren und Kapitalgeber und Unternehmen) nicht gerecht werden. Jedoch gilt es festzustellen, dass Nachhaltigkeitsportale allgemein einen stärkeren Bezug zum Thema Start-up und Innovationen haben als die Entrepreneurship Portale zu Nachhaltigkeit.

Beim Blick auf die vermuteten Kernfunktionalitäten eines Portals für die grüne Gründerszene ist schnell zu erkennen, dass sich die untersuchten Portale auf wenige Kernfunktionalitäten beschränken und somit eine starke Funktionsspezialisierung stattfindet. Es ist zudem auffällig, dass besonders Community-Funktionalitäten bei Start-up Portalen nicht auf den Portalen sondern eher über Social Media Kanäle stattfinden. Nachhaltigkeits-Portale nutzen schon eher Community-Funktionalitäten auf dem eigenen Portal. Diese Portale haben jedoch scheinbar große Schwierigkeiten eine Community online aufzubauen und diese am Leben zu halten. Betrachtet man die einzelnen geplanten Kernfunktionalitäten des Portals im Projekt StartUp4Climate gesondert, findet man auch im deutschsprachigen Raum Portale, die sich in der jeweiligen Szene (Start-up und Nachhaltigkeit) etablieren konnten und ihrer Zielgruppe durchaus interessante und nützliche Funktionen und Elemente anbieten, die auch für Akteure der grünen Gründerszene einen Mehrwert bieten. Jedoch fehlt es besonders an

²⁴ Ein wesentlicher Schritt der anschließenden Konzeptionsphase des geplanten Portals wird es sein, die Bedarfe der Zielgruppe durch Interviews und Umfragen genauer zu untersuchen und validieren.

ausreichenden Präsentations-, Transparenz- und High Value Content Funktionalitäten speziell für die grüne Gründerszene.

Betrachtet man schwerpunktmäßig die vermuteten Bedarfe der grünen Gründerszene, ist erkennbar, dass Webportale allgemein nur bedingt fähig sind diesen gerecht zu werden, bspw. Beratung und Coaching oder Herstellen fruchtbarer Gründungsinfrastruktur. Es bestehen bereits zahlreiche Informationsquellen (Neuigkeiten, Veranstaltungen, Dokumente etc.) zum Thema Gründungen und Green Economy, die vereinzelt auf Portalen zu finden sind (Green WiWo, Cleanthinking, DCTI, Forum Nachhaltig Wirtschaften, Rat für nachhaltige Entwicklung, Seiten des BMWi, Gründerszene, Deutsche Start-ups etc.). Jedoch fehlt es an spezifischen gründungsrelevanten Informationen zur Green Economy wie spezielle Fördermöglichkeiten, Markt, Trends, Politikentscheidungen und Auswirkungen auf die Green Economy, die grüne Entrepreneur:innen bei der Gründung und in den ersten Jahren der Geschäftstätigkeit unterstützen könnten. Akteure haben derzeit nicht die Möglichkeit, sich auf Portalen differenziert zu präsentieren und Fachinformationen einzuholen. Besonders Investoren und Kapitalgebern fehlt es oft an Informationen zur Green Economy allgemein (Marktentwicklung, Trends, Good-Practices, aktuelle News zu Übernahmen und Finanzierungsrunden). Am ehesten kann das US-amerikanische Portal i3 der Cleantech Group diesen Bedürfnissen gerecht werden. Es stellt mithilfe einer ausführlichen Datenbank Informationen zu Start-ups bereit und berichtet über Marktpotentiale etc.

14.4 Transferstrategien und Handlungsempfehlungen

Die Bestandsanalyse der Portallandschaft und die Betrachtung von Defiziten und Potenzialen der Portale haben gezeigt, dass ein Webportal zur Förderung und Unterstützung der grünen Start-up Szene momentan in Deutschland nicht aufzufinden ist. Die bestehenden Portale sind zudem in ihrer Ausrichtung und Funktion nicht ausreichend, um Nachhaltigkeit in Gründungen hinreichend zu thematisieren und vor allem grüne Gründungsakteure angemessen zu unterstützen. Daher bedarf es eines neuen Webportals, welches das Thema „Grüne Gründungen“ explizit aufgreift und die zentralen Akteure unterstützt.

Die Analyse hat jedoch auch gezeigt, dass es bereits zahlreiche erfolgreiche Portale in Deutschland gibt. Von diesen Portalen kann man einiges lernen und abschauen. Zudem sind weitere Betrachtungen auch internationaler Portale ratsam, insbesondere aus den USA, um weitere Good-Practices identifizieren zu können. Aufgrund der vielfältigen Funktionalitäten, die für das Portal geplant sind, ist eine frühzeitige Partnereinbindung und somit ein „Outsourcing“ gewisser Funktionalitäten ratsam. Insbesondere die Verknüpfung mit anderen Portalen wie bspw. Portalen des BMWi ist zu überprüfen. So wird es sicherlich auch förderlich sein, Neuigkeiten aus dem Start-up- und Green Economy

Bereich, durch bereits bestehende Portale über bspw. Widgets und Anbindungen auf der Portalseite zu kommunizieren. Dazu sollten frühzeitig strategische Partnerschaften mit bestehenden und etablierten Portalen geschlossen werden.

Zudem gilt es zu prüfen ob „Grüne Gründer“ einen spezifischen Zugang zu gründungsrelevanten Informationen benötigen. Das Portal des BMWi für Gründungen aus der Kultur und Kreativwirtschaft hat bspw. neben der gezielten Förderung des Sektors durch die Bundesregierung seine Daseinsberechtigung in der Annahme, dass sich „Kreative“ von den konventionellen Angeboten nicht angesprochen fühlen und einen anderen Zugang zu der Thematik Gründung benötigen. Dies wird bei der Ausgestaltung eines Portals im Bereich „Grüne Gründungen“ von zentraler Bedeutung sein.

Auch die festgelegten Kernfunktionalitäten sollten in Umfragen überprüft werden, um zu schauen, ob sie die tatsächlichen Bedarfe der grünen Gründungsakteure widerspiegeln. Bestehende Portale zeigen, dass eine Fokussierung auch auf Kernfunktionalitäten ratsam sein kann. Neben den geplanten Funktionalitäten sollte die Zielgruppe allgemein nach ihren Bedarfen und konkret zum Nutzungsverhalten eines Portals befragt werden.

Dazu sollten zunächst explorative Experteninterviews geführt werden. Anschließend ist eine größere Befragung mithilfe eines standardisierten Fragebogens denkbar. Dabei sollte man sich jedoch auf eine zentrale Zielgruppe (bspw. grüne Gründer) spezialisieren.

Mit Blick auf das weitere Vorgehen, sollten daher folgenden Dinge überprüft und Fragen beantwortet werden:

- Welche Akteure der Zielgruppe haben welche Bedarfe, die mit dem momentanen Angebot auch international nicht gedeckt werden? Ist diese Zielgruppe groß genug?
- Welche Funktionalitäten sollen zur Kernaufgabe des Portals gehören, welche könnten evtl. auch in Partnerabkommen auf anderen Portalen (bspw. Rubrik grüne Start-ups auf Gründerszene) stattfinden und welche bereits bestehenden Angebote sollte man nutzen (Facebook, Twitter etc.)?
- Welche Leistungen des Portals können und sollen als kostenpflichtige Leistungen identifiziert werden und haben die Fähigkeit ein eigenständiges Weiterbestehen des Portals zu gewährleisten?

15 Bedarfe und Strategien für eine verstärkte Nachhaltigkeitsausrichtung des deutschen Gründungsunterstützungssystems

In den vorangegangenen Kapiteln wurden zentrale Akteure und Aktivitäten des Gründungsunterstützungssystems in Deutschland beleuchtet und es wurde dabei jeweils auf die Leitfrage der vorliegenden Untersuchung eingegangen:

In welchem Umfang sind Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen im Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen in Deutschland bereits verankert, wo bestehen Defizite und Hemmnisse und wie können diese erfolgreich beseitigt werden?

Im Folgenden werden zunächst die zentralen Erkenntnisse zu dieser Leitfrage zusammengefasst. Im Anschluss werden Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die weiteren Arbeitspakete in StartUp4Climate sowie relevante Akteure des Gründungs- und Innovationsfördersystems in Deutschland zu formuliert.

15.1 Zentrale Erkenntnisse

Die Untersuchung zentraler Akteure und Aktivitäten der Gründungsförderung in Deutschland hat gezeigt, dass die Anforderungen und Potenziale der ökologischen Nachhaltigkeit im deutschen Gründungsunterstützungssystem bislang noch kaum verankert sind. Erst in jüngster Zeit lassen sich einzelne Ansätze und Bemühungen beobachten, Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen und die Chancen von Gründungen im Bereich der Green Economy aufzugreifen. Es bestehen noch umfangreiche Barrieren und Hemmnisse, die einer systematischen und breiten Verankerung der Anforderungen und Chancen der Nachhaltigkeit in das Gründungsunterstützungssystem in Deutschland entgegenstehen.

Im Folgenden werden die zentralen Erkenntnisse in Bezug auf die neun untersuchten Akteure und Aktivitäten der Gründungsunterstützung zusammenfassend vorgestellt:

Wie die Untersuchung der **Gründungsförderprogramme des Bundes** offenbart, gibt es bis dato keine spezifischen Förderprogramme für Gründungen im Bereich der Green Economy. Grundsätzlich ist das breite und vielfältige Portfolio der Gründungsförderung des Bundes branchenübergreifend und technologieoffen ausgelegt. Gleichwohl existieren für die Bereiche IKT und Biotechnologie technologie-spezifische Gründungsförderprogramme, die jeweils mit ihrer grundlegenden volkswirtschaftlichen Bedeutung und ihren innovationsspezifischen Besonderheiten begründet werden. Diese Argumente lassen sich auch für die Einrichtung spezifischer Förderprogramme im Bereich der Green Economy heranziehen. Dazu sind allerdings die konkreten Förderlücken und die spezifischen Förderbedarfe grüner Gründungen noch aufzuzeigen.

Es wurden vier zentrale Barrieren für eine verstärkte Berücksichtigung von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in den Gründungsförderprogrammen des Bundes identifiziert. Zum einen mangelt es bislang an einer klaren Abgrenzung und Strukturierung des Gründungsfeldes „Green Economy“ bzw. daran, dass eine solche bei maßgeblichen Gründerförderakteuren nicht bekannt und in der Gründungs- und Wirtschaftsstatistik nicht verankert ist. Zum zweiten kennen diese Akteure die wirtschaftlichen Potenziale der Green Economy und ihres Gründungspotenzials noch kaum. Gleiches gilt, zum dritten, für die spezifischen Förderbedarfe grüner Gründer. Das mangelnde Verständnis und die geringe Bekanntheit der Potenziale des Gründungsfeldes Green Economy verbindet sich schließlich mit einer vierten zentralen Barriere: Aktuell fehlt es an Netzwerken und Communities für grüne Gründungen, sowohl unter den Gründern als auch unter den Hochschulen, KMUs, großen Unternehmen und Investoren.

Die Analyse der **regionalen Wirtschaftsförderung** in Deutschland zeigt, dass mehr als die Hälfte der Einrichtungen der Wirtschaftsförderung im Bereich der Existenzgründung beratend und fördernd aktiv sind. Das Bemühen, Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in das Unterstützungssystem für Unternehmensgründungen einzubeziehen, muss also die Einrichtungen der regionalen Wirtschaftsförderung als Zielgruppe einbeziehen. Dabei kann sowohl auf die Tatsache Bezug genommen werden, dass einige Bundesländer wie z.B. Berlin und Brandenburg (Senatsverwaltung Berlin, 2011) in ihren Innovationsstrategien bereits Prioritäten auf Nachhaltigkeitsinnovationen legen als auch dass sich Energie- und Ressourceneffizienz als Standortfaktor in der Wirtschaftsförderung zunehmend etabliert.

Clusterstrategien stellen einen wichtigen Rahmen dar, wenn es um die Förderung grüner Gründungen geht. Die Clusterplattform des Bundes sowie verschiedene Studien zeigen, dass Umwelt- und Energiecluster sowohl in Deutschland als auch europaweit bereits in großer Zahl existieren. Unsere Analyse offenbart allerdings, dass es oftmals noch an einer systematischen Verknüpfung von Clusterpolitik und Gründungsförderung fehlt. Diese Erkenntnis ist deshalb besonders bedeutsam, weil verschiedene Untersuchungen darauf hindeuten, dass neue Industriezweige und neue Unternehmen häufiger entstehen, wenn sie Teil eines starken Clusters sind. Auch die Überlebenschance von neu gegründeten Unternehmen scheint höher zu sein, wenn diese in ein starkes Cluster eingebunden sind.

Gründungen im Feld der Green Economy haben in Deutschland seit den 1970er Jahren Tradition. Die erste grüne Gründungswelle fand rund um die ökologische Lebensmittelwirtschaft und die erneuerbaren Energien statt. Umso bemerkenswerter ist es, dass es bis heute kaum **Gründungswettbewerbe** mit einem Fokus im Kontext der Green Economy gibt. Obwohl sich die Anzahl von Wettbewerben seit Mitte der 1990er Jahre kontinuierlich erhöht hat, gibt es außer dem „Sonderpreis Klimaschutzregion

Hannover“, der im Gründungswettbewerb der Wirtschaftsförderung Hannover seit 2005 vergeben wird, dem seit 2010 verliehenen Preis „BPW Nachhaltigkeit“ im Businessplan-Wettbewerb Berlin Brandenburg und dem 2014 erstmals durchgeführten bundesweiten Wettbewerb „InnoWASTEon“ bislang keine Gründungswettbewerbe mit Fokus auf Themen der Green Economy. Zu den Gründen zählt u.a., dass es nach wie vor an vielen Stellen eine Reserviertheit gegenüber nachhaltigkeitsorientierten Gründungsideen gibt und viele Gründungsberater und –gutachter noch bis vor kurzen vor zu „komplexen Gründungen“ und vor „zu viel Nachhaltigkeitsfirlefanz“ abgeraten haben.

Mit Blick auf **Gründerpreise** bestätigen sowohl die Literatur- und Internetrecherche als auch die Experteninterviews, dass sich die Gründungs- und Innovationswettbewerbe bisher wenig gezielt an grüne Start-ups richten. Gleiches gilt für die Umwelt- und Nachhaltigkeitswettbewerbe. In großen nationalen Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben werden Start-ups und junge Unternehmen im Bereich Green Economy und Klimaschutz bisher nicht gezielt über spezielle Preiskategorien adressiert. Insgesamt mangelt es etwa verglichen mit insgesamt 39 Auszeichnungen im Bereich Biotechnologie an speziellen Gründerpreisen im Bereich Green Economy und Nachhaltigkeit als auch an Preiskategorien in bestehenden Wettbewerben. Damit ist auch die Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit für grüne Gründer in den Wettbewerben bisher gering, weshalb die Experten einen Bedarf für einen spezialisierten Gründerpreis im Bereich der Green Economy sehen. Neben der o.g. Reserviertheit gegenüber nachhaltigkeitsorientierten Gründungsideen wird als Grund für die bisherige Lücke bei den Wettbewerben auch angeführt, dass die bestehenden Wettbewerbe nicht über die „erforderliche Community“ im Gründungsbereich verfügen.

Unsere explorative Analyse der über 300 **Gründerzentren** in Deutschland offenbart für nachhaltigkeitsorientierte Gründungen im Bereich der Green Economy ein grundsätzliches Defizit. Spezifische Bedarfe dieser Zielgruppe sind bis dato nicht systematisch identifiziert. Grüne Gründer werden bisher weder gezielt angesprochen, noch gibt es für sie spezifische Angebote. Dies betrifft einerseits die Anzahl spezialisierter Gründerzentren in diesem Bereich und andererseits spezifische Angebote für nachhaltigkeitsorientierte Gründer in allen Leistungsbereichen. Obwohl das große wirtschaftliche Potenzial der Green Economy von Verantwortlichen in Gründerzentren zunehmend erkannt wird, offenbaren die Ergebnisse der Literaturrecherche und der Experteninterviews, dass die Chancen der Green Economy in den Strategien und Aktivitäten der Gründerzentren bislang kaum Niederschlag gefunden haben und es in Deutschland kaum erfolgreiche Beispiele für spezialisierte Inkubatoren in diesem Bereich gibt. Als grundsätzliche Hemmnisse für eine stärkere Berücksichtigung der Green Economy in Gründerzentren sehen die befragten Experten fehlende Rahmenbedingungen, rückläufige Gründerzahlen und ein Mangel an in Sachen Green Economy kompetenten Gründungsberatern. Des Weiteren sind einer Spezialisierung im regionalen Kontext enge Grenzen gesetzt.

Die Gründungsausbildung an **Hochschulen** hat seit den 1990er Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewonnen. An den 108 Universitäten und den 216 Fachhochschulen in Deutschland lassen sich mittlerweile über 120 Gründungsprofessuren finden. Als maßgeblicher Impulsgeber für diese Entwicklung sowie für die zunehmende strategische und institutionelle Verankerung der Gründungsförderung an deutschen Hochschulen wird das EXIST-Programm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie gesehen. Unsere explorative Untersuchung sowie die durchgeführten Experteninterviews offenbaren, dass ökologische Anforderungen wie z.B. Klimaschutz und Energieeffizienz und die Chancen einer „Green Economy“ in den Förderaktivitäten für Unternehmensgründungen an deutschen Hochschulen bislang kaum verankert sind. Bei den Analysen konnten bundesweit lediglich sechs Hochschulen identifiziert werden, die Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit explizit und nennenswert in ihrer Gründungsausbildung bzw. Gründungsförderung berücksichtigen. Einige weitere Hochschulen sind in die hochschulübergreifenden europäischen Initiativen Climate KIC und KIC InnoEnergy involviert, die einen hochinteressanten Ansatz für die Verankerung ökologischer Nachhaltigkeit in die Gründungs- und Innovationsförderung von Hochschulen darstellen. Wie unsere Analyse auch zeigt, ist das Themenfeld Social Entrepreneurship mit seinem Fokus auf soziale Herausforderungen und Non-profit-Organisationen deutlich stärker an deutschen Hochschulen verankert als das Thema „Green Entrepreneurship“.

Auch wenn Gründungsfinanzierung eine zentrale Rolle für das Überleben vieler junger Unternehmen spielt, ist der Zugang zur Finanzierung für Gründer oftmals schwieriger als für etablierte Unternehmen. Neben staatlichen Förder- und Finanzierungsprogrammen kommt deshalb **privaten Akteuren der Gründungsfinanzierung** (Banken, Risikokapitalgesellschaften, Business Angels etc.) eine zentrale Bedeutung zu. Privates (also nicht öffentliches) Engagement im Bereich Risikokapital ist in Deutschland im internationalen Vergleich noch relativ niedrig. Auch wenn viele private Finanzakteure grüne Gründer mittlerweile als explizite Zielgruppe erkannt haben, sind die bislang in Start-ups der Green Economy investierten Summen faktisch gering. Das Geld, das in Deutschland anhand von Kriterien der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit angelegt wird, geht bislang nur zu rund 10 Prozent in Risikogeldanlagen und Direktbeteiligungen. Letztere sind aber gerade für Gründer von besonderer Bedeutung. Zu den spezifischen Herausforderungen der Gründungsfinanzierung in der Green Economy zählen u.a. der z.T. hohe Kapitalbedarf von GreenTech-Firmen und die oftmals langfristige Finanzierungsperspektive, die grüne Grundlageninnovationen erfordern.

Das Internet spielt auch für Gründerinnen und Gründer mittlerweile eine zentrale Rolle. Es überrascht daher nicht, dass es mittlerweile eine Vielzahl von **Webangeboten für Gründer** mit vielfältigen Informations-, Vernetzungs- und Community-Angeboten gibt. Wie unsere umfangreiche Recherche von Webangeboten und die detaillierte Analyse von 50 Portalen aus dem Bereich Entrepreneurship

und Nachhaltigkeit (18 deutschsprachige Entrepreneurship-Portale, 22 deutschsprachige Nachhaltigkeits-Portale, sechs Internationale Vergleichsportale und vier Innovationsportale) zeigt, existiert bislang kein Gründerportal, das das Thema Nachhaltigkeit oder Green Economy nennenswert aufgreift. Auch die untersuchten Webportale aus dem Bereich Nachhaltigkeit zeigen einen unzureichenden Start-up-Bezug. Lediglich das Portal „Social Start-ups“ greift das Thema Social Entrepreneurship auf, kann jedoch dem eingeschätzten Bedarf der Zielgruppe (Grüne Gründer, Gründungsförderer und Intermediäre, Investoren und Kapitalgeber und Unternehmen mit Interesse an der Green Economy) nicht gerecht werden. Ein Webportal zur Förderung und Unterstützung der grünen Start-up-Szene in Deutschland gibt es bislang nicht und stellt eine erhebliche Lücke im deutschen Gründungsunterstützungssystem für eine Green Economy dar.

15.2 Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

In den vorangegangenen Kapiteln wurden bereits Transferstrategien und Handlungsempfehlungen in Bezug auf die jeweiligen Gründungsunterstützungsakteure bzw. –maßnahmen formuliert. In Ergänzung hierzu, sollen im Folgenden Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen entwickelt werden, die sich auf das Gründungsunterstützungssystem in Deutschland als Ganzes beziehen. Dazu werden sechs Basisstrategien für die Überwindung bestehender Defizite und Hemmnisse der Berücksichtigung von Klimaschutz und Nachhaltigkeit im deutschen Gründungsunterstützungssystem entwickelt und für diese jeweils konkrete Handlungsempfehlungen formuliert. Letztere greifen auf die in Kapitel 6 bis 14 herausgearbeiteten Empfehlungen zurück, bündeln diese mit Hilfe der Basisstrategien neu und werden durch einzelne zusätzliche Handlungsempfehlungen ergänzt.

15.2.1 Basisstrategie 1: Bedeutung und Bedarfe des Gründungsfeldes Green Economy sichtbar machen

Wie unsere Untersuchung zeigt, ist für viele Akteure des Gründungssystems in Deutschland unklar, was unter „Green Economy“ zu verstehen ist, welche Technologien, Produkte und Sektoren sie umfasst und wie sie sich konkret strukturieren lässt. Weiterhin sind die Potenziale und die wirtschaftliche Bedeutung der Green Economy für die meisten Akteure bislang unklar. Gleiches gilt für die Frage, inwieweit sich Gründungen und Start-ups in der Green Economy von denen anderer Gründungsfelder unterscheiden und wo die Besonderheiten grüner Gründer und Start-ups liegen. Die erste Basisstrategie für eine verstärkte Nachhaltigkeitsausrichtung des Gründungsunterstützungssystems muss sich deshalb darauf konzentrieren, die Bedeutung und Bedarfe des Gründungsfeldes Green Economy sichtbar zu machen. Zur Umsetzung dieser Strategie lassen sich vier Handlungsempfehlungen formulieren:

Abgrenzung und Strukturierung der Green Economy

Obwohl es bereits zahlreiche Konzepte für die Definition, Abgrenzung und Strukturierung einer Green Economy und von Umweltschutzgütern gibt, mangelt es bislang an einem einheitlichen Verständnis in der Gründungs- und Innovationspolitik und an einem anerkannten „Standard“ für die Gründungsförderung und Gründungspraxis. Deshalb wird hier empfohlen, in Abstimmung mit relevanten Akteuren einen Standard zur Definition, Abgrenzung und Strukturierung des Gründungsfeldes Green Economy zu entwickeln und diesen dann bei den Akteuren des deutschen Gründungs- und Innovationssystems bekannt zu machen.

„Green Economy“ als eigenes Gründungsfeld in Erhebungen, Statistiken und Förderprogrammen

Die notwendige Sichtbarkeit des Gründungsfeldes Green Economy wird maßgeblich dadurch gewährleistet, dass es als eigenes Gründungsfeld bzw. als eigenständiger Gründungsbereich in amtlichen und wissenschaftlichen Erhebungen und Statistiken sowie in Strategien der Gründungs- und Innovationspolitik und den entsprechenden Förderprogrammen ausgewiesen wird. Die Empfehlung lautet daher, dies im Detail zu prüfen und umzusetzen.

Potenziale und wirtschaftliche Bedeutung der Green Economy bekannt machen

Es liegen bereits umfangreiche Untersuchungen und Zahlen zum ökologischen und ökonomischen Potenzial einer Green Economy vor. Diese sind vielen Akteuren des Gründungs- und Innovationssystems bislang aber nicht bekannt. Eine zentrale Empfehlung lautet daher, die wirtschaftliche Bedeutung der Green Economy und die Relevanz von Gründungen in diesem Bereich durch geeignete Informations- und Kommunikationsmaßnahmen bekannt zu machen.

Spezifische Bedarfe grüner Gründer und Start-ups genauer ermitteln und bekannt machen

Aus der Gründungspraxis sowie aus ersten Untersuchungen deuten sich klare Spezifika von Gründern und Start-ups in der Green Economy an (vgl. dazu Kapitel 3.4). Die Besonderheiten und die spezifischen Bedarfe grüner Gründer und Start-ups müssen allerdings noch genauer und differenzierter herausgearbeitet werden. Außerdem sind auf dieser Basis die spezifischen Unterstützungsbedarfe zu präzisieren und die genauen Förderlücken zu ermitteln und bei Entscheidungsträgern und Multiplikatoren der Gründungs- und Innovationspolitik und Gründungspraxis bekannt zu machen.

15.2.2 Basisstrategie 2: Mainstreaming - Verankerung von Nachhaltigkeitsanforderungen im Gründungsunterstützungssystem

Unsere Untersuchung hat deutlich gemacht, dass Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen bislang nur rudimentär im deutschen Gründungsunterstützungssystem verankert sind. Mit Blick auf die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung (*Nationale Nachhaltigkeitsstrategie - Fortschrittsbericht 2012*, 2012) und der darin gesetzten Ziele und Indikatoren (Statistisches Bundesamt, 2014) stellt dies ein klares Defizit dar. Eine zweite Basisstrategie sollte sich deshalb auf eine breite Verankerung von Nachhaltigkeitsanforderungen im Gründungsunterstützungssystem in Deutschland beziehen. Dabei geht es nicht primär oder alleine um Start-ups in der Green Economy, sondern um Gründer und Gründungen aus allen Technologie- und Gründungsbereichen. Zur Umsetzung dieser Mainstreaming-Strategie können folgende Maßnahmen beitragen:

- Explizite Aufnahme der „Green Economy“ als abgegrenztes und eigenständiges Gründungsfeld in Förderprogrammen des Bundes und der Länder
- Prüfung von Nachhaltigkeits-Bonuskriterien für EXIST-Förderprogramme und weiteren Gründungs- und Innovationsförderprogrammen von Bund, Länder und Kommunen
- Verankerung des Unternehmertums- und Nachhaltigkeitsgedankens in die Hochschulstrategie und die dortigen Gründungsförderaktivitäten
- Auszeichnung von Hochschulen mit vorbildlicher Gründungsunterstützung im Bereich „Green Entrepreneurship“
- Einbeziehung ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitskriterien bei der Bewertung und Auszeichnung von Businessplänen und Geschäftsmodellen in Gründungswettbewerben
- Sensibilisierung und Qualifizierung von Gründungsberatern und –gutachtern in Gründungswettbewerben in Sachen Nachhaltigkeit
- Integration von Nachhaltigkeitsfragen und –kriterien in Businessplankonzepte und Mustervorlagen des BMWi, der KfW, der IHKs sowie weiterer relevanter Multiplikatoren im Gründungsreich
- Weiterentwicklung von Businessplankonzepten zu einem Sustainable Businessplan
- Integration von Nachhaltigkeitsfragen und –kriterien in Konzepte und Instrumente nachhaltiger Geschäftsmodellentwicklung und Entwicklung der dafür erforderlichen Lehrkonzepte und Lerninstrumente.

15.2.3 Basisstrategie 3: Gezielte Gründungsförderung grüner Start-ups

Der Wandel zur einer Green Economy ist sowohl für die Erreichung ökologischer Nachhaltigkeitsziele als auch für die Erschließung wirtschaftliche Potenziale in wichtigen Zukunftsmärkten wie den Erneuerbaren Energien, der Kreislaufwirtschaft oder der nachhaltigen Mobilität fundamental. Für die Erschließung dieser ökologischen und ökonomischen Potenziale, spielen Start-ups eine zentrale Rolle. Während Technologiefelder wie z.B. die IKT und die Biotechnologie bereits als wichtige eigenständige Gründungsfelder anerkannt sind und mit spezifischen Förderprogrammen gezielt unterstützt werden, ist dies im Bereich der Green Economy noch nicht der Fall. Aus volkswirtschaftlichen und ökologischen Gründen, aber auch aufgrund von besonderen Gründungsbedingungen sollten Gründer und Start-ups der Green Economy zukünftig verstärkt gefördert werden. Handlungsempfehlungen für diese Strategie sind:

- Entwicklung einer „grünen“ Gründungskultur u.a. durch Schaffung von Vorbildern grüner Gründerchampions
- Entwicklung einer „grünen“ Gründungskultur u.a. durch die Entwicklung von Gründer-Communities der Green Economy z.B. in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Energie im Bundesverband Deutscher Startups e.V.
- Prüfung spezifischer Gründungsförderprogramme „Green Economy“ auf Bundes- und Landesebene
- Einrichtung spezifischer Beratungs- und Coachingangebote für grüne Gründungen an Hochschulen und von Forschungseinrichtungen
- Gestaltung von Gründungswettbewerben mit Fokus im Bereich Green Economy
- Etablierung spezieller Gründerpreise im Bereich Green Economy
- Herausarbeitung der spezifischen Finanzierungshemmnisse und Verbesserung der Finanzierungsbedingungen grüner Start-ups
- Verbesserung der Informations- und Qualifizierungsangebote für grüne Gründer und Investoren der Green Economy
- Entwicklung und Etablierung eines Gründer- und Innovationsportals für die Green Economy
- Prüfung der Machbarkeit eines möglichen Nachhaltigkeits- und Transparenzsiegels „Checked for Sustainability“ für grüne Start-ups als Basis für nachhaltigkeitsorientierte Investoren und Geldgeber.

15.2.4 Basisstrategie 4: Institutionelle Innovationen

Die verstärkte Integration von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in das Gründungsunterstützungssystem verlangt neben vielzähligen Einzelmaßnahmen auch grundlegende institutionelle Veränderungen und Innovationen. Handlungsempfehlungen für die Veränderung der Institutionenlandschaft der Gründungsförderung sind:

- Spezialisierung von Gründerzentren im Bereich Green Economy oder einzelner Teilgebiete
- Etablierung einer Green Entrepreneurship Academy, die Gründer, Innovatoren und Gründungsförderakteure der Green Economy vernetzt und sichtbar macht
- Einrichtung einer Arbeitsgruppe „Sustainable Entrepreneurship“ im Förderkreis Gründungs-Forschung (FGF) e.V.
- Special interest group „Eco-innovation and sustainable entrepreneurship“ im Rahmen der International Society for Professional Innovation Management (ISPIM)
- Ausbau der Fachgruppe Energie im Bundesverband Deutscher Startups e.V.
- Einrichtung spezieller Eco-/Green Entrepreneurship-Professuren mit entsprechendem Lehr- und Studienangeboten an den Hochschulen
- Aufbau eines internationalen Netzwerks grüner Inkubatoren und Akteuren des „Green incubation“. Ein erster von Borderstep organisierter Workshop „Leaders in Green Incubation“ hat dazu am 20. Mai 2014 in Berlin stattgefunden, bei dem eine Fortführung der Vernetzung vereinbart wurde.

15.2.5 Basisstrategie 5: Systematische Verknüpfung von Clusterstrategien und Gründungsförderung

Nationale und internationale Rahmenbedingungen (Gesetze, Verordnungen, absehbare Nachfrage) schaffen über den individuellen ökologischen Idealismus hinaus letztlich die Grundlage für die Existenz einer größeren Zahl von Gründungen in einem bestimmten Sektor. Einzelne Gründungen mögen dabei immer möglich sein und ihre Überlebens- und Wachstumschance wird primär von der Qualität und Anschlussfähigkeit ihrer Geschäftsidee abhängen. Eine größere Zahl ähnlicher Gründungen aber wird im Regelfall nur im Kontext förderlicher Rahmenbedingungen zu Stande kommen. Diese können sowohl aus nationalen oder internationalen Regelungen erwachsen, aber ihre Ursache auch in lokalen und regionalen Clusterstrukturen haben. Das Konzept der Green Economy bietet dabei gegenwärtig den weltweiten, die Great Challenges (Europäische Kommission, 2011) den europäischen Rahmen. Mit dem Fokus auf einzelne Regionen oder die Anwendung bestimmter Instrumente der Gründungsförderung dürfte es aber oft sinnvoll sein, unterhalb des übergreifenden Begriffs der Green

Economy auf der Ebene einzelner Branchen technologische oder regionale (Cluster) Anschlussfähigkeiten zu suchen.

Wie im Rahmen der vorliegenden Untersuchung herausgearbeitet werden konnte, stellen Clusterstrategien einen wichtigen Rahmen dar, wenn es um die Förderung grüner Gründungen geht. Unsere Analyse hat aber auch offenbart, dass es oftmals noch an einer systematischen Verknüpfung von Clusterpolitik und Gründungsförderung fehlt. Vor diesem Hintergrund wird hier empfohlen, den Zusammenhang zwischen Cluster der Green Economy (Energie-, Umwelt-, Cleantech-Cluster usw.) und regionalen Gründungsaktivitäten noch genauer zu untersuchen (vgl. Basisstrategie 6) und Vorschläge für eine bessere Verknüpfung von Clusterstrategien und Gründungsförderaktivitäten zu entwickeln.

15.2.6 Basisstrategie 6: Wissenslücken schließen – Forschung vorantreiben

Mit der vorliegenden explorativen Untersuchung des Standes der Integration von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsanforderungen in das Gründungsunterstützungssystem in Deutschland sowie der Analyse bestehender Defizite und Hemmnisse und der Möglichkeiten ihrer Überwindung, hat die Studie wissenschaftliches Neuland betreten. Erste wichtige Einsichten und Ergebnisse konnten gewonnen werden. Gleichwohl offenbart die Untersuchung auch, dass die Erforschung dieser spezifischen Fragestellung noch ganz am Anfang steht und noch zahlreiche Wissenslücken existieren, die geschlossen werden müssen, um Veränderungen im Gründungsunterstützungssystem gezielt und effektiv vornehmen zu können.

Forschungsbedarf

- Vertiefende Untersuchung des Zusammenhangs von Clustern und Clusterinitiativen und Gründungsdynamik bzw. Erfolgsindikatoren der Gründungsförderung, inkl. der Untersuchung dieses Zusammenhangs bei grünen Clustern; Ableitung von „intelligenten“ Ansätzen der Clusterentwicklung und Gründungsförderaktivitäten.
- Untersuchung des Zusammenhangs regionaler unternehmerischer Ökosysteme (inkl. Innovations- und Gründungssysteme) und Erfolgsindikatoren von Gründungen in der Green Economy
- Untersuchung der Frage, ob und ggf. inwiefern die von Gründungsberatern behauptete Gefahr, dass nachhaltigkeitsorientierte Gründungen zu erhöhter Komplexität bzw. zu einer zu hohen Komplexität im Gründungsprozess führen zutrifft und dadurch ein Misserfolgsrisiko darstellen kann.
- Untersuchung der Gründungsaktivitäten an Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Bereich der Green Economy.

- Vertiefende Analyse der Rolle nachhaltigkeitsorientierter Gründungsförderung an Hochschulen (in Deutschland, Europa, weltweit). Herausarbeitung von Einflussfaktoren, die die Bereitschaft einer Ausrichtung der Hochschulstrategie, der Forschung, der Lehraktivitäten und der Gründungsförderung auf das Thema Sustainable/Green Entrepreneurship beeinflussen.
- Erarbeitung quantitativer Daten zur Finanzierungslage von Gründern und Start-ups im Allgemeinen und von grünen Start-ups im Speziellen
- Untersuchung des Bedarfs und der Umsetzungsmöglichkeiten für Ansätze zur Finanzierung grüner Start-ups, z.B. in verschiedenen Gründungsphasen oder z.B. von Kleinserien und Pilot- und Demonstrationsvorhaben.
- Untersuchung der systemischen Wechselwirkungen im Gründungsunterstützungssystem mit Blick auf eine Verstärkung der Förderung grüner Start-ups.

15.3 Aufgreifen der Handlungsempfehlungen

Zahlreiche der im vorangegangenen Abschnitt formulierten Handlungsempfehlungen werden mit den Maßnahmen des Vorhabens StartUp4Climate bereits aufgegriffen. Ob im Rahmen des Vorhabens zusätzliche Maßnahmen umgesetzt werden sollen, ist mit Blick auf die verfügbaren Ressourcen und ihre Bedeutung für die Ziele von StartUp4Climate zu prüfen. Mögliche „Kandidaten“ hierfür sind z.B.:

- Sensibilisierung und Qualifizierung von Gründungsberatern und –gutachtern in Gründungswettbewerben in Sachen Nachhaltigkeit. Dies könnte z.B. im Rahmen von AP 3.1 und 3.2 mit unserer Referenzregion Hannover in Zusammenarbeit mit hannoverimpuls geprüft werden.
- Bedeutung und Bedarfe des Gründungsfeldes Green Economy sichtbar machen: Erarbeitung eines Arbeitspapiers für die ADT Arbeitsgruppe „Green Economy“. Das Thema soll auch im Rahmen des derzeit in Entwicklung befindlichen Gründerportals aufgegriffen werden.
- Vertiefende Untersuchung der Gründungsaktivitäten an Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Bereich der Green Economy. Im Rahmen des Vorhabens SHIFT ist eine vertiefende Untersuchung für die in Sachen Förderung von Öko-Innovationen führenden Länder Deutschland, Schweden und Finnland geplant.
- Entwicklung einer „grünen“ Gründungskultur u.a. durch Schaffung von Vorbildern grüner Gründerchampions. Dies ist in StartUp4Climate bereits z.B. mit dem geplanten grünen Gründerpreis sowie den geplanten Showcases im Gründerportal in Arbeit. Zusätzlich könnte geprüft werden, ob z.B. für einzelne Regionen (z.B. Oldenburg) diesbezügliche Maßnahmen ergriffen werden könnten. Der Bedarf danach kam bei der StartUp4Climate-Veranstaltung am 25. Juni 2014 in Oldenburg zum Ausdruck.

Die vorliegende Untersuchung und die in Kapitel 15.2 gezogenen Schlussfolgerungen dienen nicht nur als Grundlage für die Folgearbeitspakete in StartUp4Climate, sondern sollen über das Projekt hinaus auch Erkenntnisse für relevante Akteure des Gründungs- und Innovationsfördersystems in Deutschland liefern. Deshalb ist geplant, zentrale Ergebnisse aus AP 2.1 zielgruppengerecht der Öffentlichkeit auf zwei Weisen zur Verfügung gestellt: Einerseits sollen wesentliche Ergebnisse in Form von zielgruppenbezogenen Kurzberichten und Broschüren aufbereitet werden. Andererseits ist geplant, wichtige wissenschaftliche Erkenntnisse in Beiträgen für referierte Fachzeitschriften zu publizieren.

Eine Reihe der Handlungsempfehlungen und insbesondere die identifizierten Forschungsbedarfe bilden die Basis für weitere Forschungsvorhaben. Im Projektteam ist noch zu klären, wer welche Forschungs- und Umsetzungsideen aufgreifen und in neue Projektskizzen und –anträge transferieren wird.

16 Literatur

- Advertise. (o. J.). *TechCrunch*. Verfügbar unter: <http://techcrunch.com> [Stand: 9.7.2014].
- Aerts, K., Matthyssens, P. & Vandenbempt, K. (2007). Critical role and screening practices of European business incubators. *Technovation*, 27 (5), 254–267. doi:10.1016/j.technovation.2006.12.002.
- Akçomak, I.S. (2009). *Incubators as tools for entrepreneurship promotion in developing countries*. Helsinki: UNU-WIDER. Verfügbar unter: <http://hdl.handle.net/10419/45092> [Stand: 9.5.2014].
- Albach, H. (1998). *Unternehmensgründungen in Deutschland: Potentiale und Lücken*. Discussion papers//WZB, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Forschungsschwerpunkt Marktprozesse und Unternehmensentwicklung. Verfügbar unter: <http://www.economax.eu/handle/10419/51186> [Stand: 14.5.2014].
- BAND. (2014). Business Angels Panel Nr. 48 (4. Quartal 2013) | Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. *Business Angels Panel*. Verfügbar unter: <http://www.business-angels.de/business-angels-panel-nr-48-4-quartal-2013/> [Stand: 8.7.2014].
- Baranowski, G. (2012, Oktober 16). Regionale Struktur- und Technologiepolitik zwischen Fantasie und Realität. Festvortrag. Gehalten auf der Jubiläumsveranstaltung 15 Jahre VTN.
- Bergek, A. & Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework. *Technovation*, 28 (1-2), 20–28. doi:10.1016/j.technovation.2007.07.008.
- Bergset, L. (2014, Juni 8). Financing innovation in sustainable start-ups – an exploration of financial access, challenges and opportunities. Paper-Präsentation gehalten auf der XXV ISPIM Conference – Innovation for Sustainable Economy & Society, Dublin.
- Bergset, L. & Fichter, K. (2014). Green start-ups - A new typology as a basis for investigating and understanding sustainable entrepreneurship and innovation (article under review).
- Bhide, A. (1992). Bootstrap Finance: The Art of Start-ups. *Harvard Business Review*, 11(12), 109–117.
- Blaeser-Benfer, A., Kirschenbauer, A. & Tetzl, K. (2007). *Mittelstandsorientierte Innovationswettbewerbe Handlungsempfehlungen für einen breitenwirksamen Innovationswettbewerb unter Schirmherrschaft des BMWi*. Eschborn: RKW Kompetenzzentrum. Verfügbar unter: http://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Dokumente/Publikationen/2007_Exp_Innovationswettbewerbe.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Block, J., Brockmann, H., Klandt, H. & Kohn, K. (2008). *Start-up Barriers in Germany: A Review of the Empirical Literature* (Diskussionspapier No. No. 9358). München: MPRA Paper. Verfügbar unter: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/9358/3/MPRA_paper_9358.pdf [Stand: 23.9.2014].
- BMBF. (2012). *Bundesbericht Forschung und Innovation 2012*. Bonn, Berlin. Verfügbar unter: http://www.bmbf.de/pub/bufi_2012.pdf.
- BMBF. (2014). Gründungsoffensive Biotechnologie GO-Bio - Forschung. Verfügbar unter: <http://www.bmbf.de/de/go-bio.php> [Stand: 8.5.2014].
- BMWi. (2013). exist-sonderausgabe-2013.pdf. Verfügbar unter: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/EXIST/exist-sonderausgabe-2013,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>.
- BMWi. (2014). Förderdatenbank. Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU. <http://www.foerderdatenbank.de/>. Verfügbar unter: <http://www.foerderdatenbank.de/Foerder-DB/Navigation/Foerderrecherche/suche.html?get=aa428a808fdb13d690ce4172a9c80de7%3Bsearch%3Bindex&typ=dt&act=exe&clt=Y&gbt=&plz=PLZ+%2F+Ort&brt=1&brc=&hlp=EXI&brh=1%2C2%2C>

3%2C4%2C1012%2C5&art=&gbrb=1&gbrl=2&qry=&execsrh=Finden&cgparam.formChar-set=ISO-8859-1.

- Bogner, A. & Menz, W. (2002). Das theoriegenerierende Experteninterview: Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In A. Bogner, B. Litting & W. Menz (Hrsg.), *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung* (S. 33–70). Opladen: Leske + Budrich.
- BU Wuppertal. (2014). Green Entrepreneurship. Initiative zur Förderung von Clean Technologies mittels innovativer Unternehmensgründungen. *Green Entrepreneurship Initiative zur Förderung von Clean Technologies mittels innovativer Unternehmensgründungen*. Verfügbar unter: <http://www.green-e.uni-wuppertal.de/index.php?id=2971> [Stand: 12.3.2014].
- Bullinger, A.C., Neyer, A.-K., Rass, M. & Möslin, K.M. (2010). Community-based innovation contests: Where competition meets cooperation. *Creativity and Innovation Management*, 19, 290–303.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) & Umweltbundesamt (Hrsg.). (2011). *Umweltwirtschaftsbericht 2011*. Berlin.
- Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg. (2014). Das Handbuch zum BPW 2014. Verfügbar unter: https://www.b-p-w.de/fileadmin/redakteur/dokumente/handbuch/BPW_Handbuch_2014_FINAL_online_schreibgeschuetzt_01.pdf [Stand: 14.5.2014].
- BVK. (2009). *Grüne Technologien in Deutschland - Mit Private Equity auf Wachstumskurs* (Broschüre). Berlin: BVK Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften.
- BVK. (2014). *BVK-Statistik. Das Jahr in Zahlen 2013*. (Statistik). Berlin: BVK Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften.
- Clausen, J. (2004). *Umsteuern oder Neugründen? Die Realisierung ökologischer Produktpolitik in Unternehmen*. Bremen: Books on Demand.
- Clausen, J. (2013). *Der Sonderpreis „Klimaschutz“ im StartUp-Impuls Wettbewerb 2006 bis 2013“ (aktualisierte Fassung)*. Hannover. Verfügbar unter: <http://www.borderstep.de/details.php?menu=22&subid=24&projektid=313&le=de> [Stand: 20.6.2014].
- Cosh, A., Cumming, D.J. & Hughes, A. (2009). Outside Entrepreneurial Capital. *Economic Journal*, (119/10), 1494–1533.
- Delgado, M., Porter, M.E. & Stern, S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of Economic Geography*, 10 (4), 495–518. doi:10.1093/jeg/lbq010.
- Delgado, M., Porter, M.E. & Stern, S. (2012). *Clusters, Convergence, and Economic Performance* (Working Paper No. 18250). National Bureau of Economic Research. Verfügbar unter: <http://www.nber.org/papers/w18250> [Stand: 14.5.2014].
- Destatis. (2013). Staat & Gesellschaft - Hochschulen - Hochschulen insgesamt - Statistisches Bundesamt (Destatis). Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Hochschulen/Tabellen/HochschulenHochschularten.html> [Stand: 8.5.2014].
- Diercks, H. (2013, Oktober 30). Green Economy: ein neues Cluster in der Wirtschaftsförderung? gehalten auf der Branchenforum: Klimaschutz als Gründungschance und Wachstumsmotor, Hannover.
- Difu. (2012). *Klimaschutz & Unternehmen. Praktische Ansätze der Kommunen zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens*. Köln: „Servicestelle: Kommunalen Klimaschutz“ beim Deutschen Institut für Urbanistik gGmbH (Difu). Verfügbar unter: www.difu.de [Stand: 8.1.2014].

- Dippe, A. & Müller, T.A. (2005). Unternehmensgründungen und ihre Unterstützung durch Gründungswettbewerbe. *Entrepreneurial excellence Unternehmertum, unternehmerische Kompetenz und Wachstum junger Unternehmen* (S. 293–327). Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.
- Dressel, B., Baranowski, G. & Glaser, A. (2010). Innovationszentren in Deutschland 2010/2011. Statistische Angaben zu den Innovationszentren in Deutschland, Analyse der volkswirtschaftlichen Effekte. ADT Bundesverband e.V.
- Europäische Kommission. (2011). MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN. Horizont 2020 - das Rahmenprogramm für Forschung und Innovation. Verfügbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0808:FIN:DE:PDF> [Stand: 17.3.2014].
- Eurosif. (2007). *Venture Capital for Sustainability 2007*. Paris: Eurosif. Verfügbar unter: http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/venture_capital_for_sustainability_2007_report.pdf [Stand: 8.7.2014].
- EVCA. (2010). *Bridging the Chasm: Venture Capital is critical to delivering Europe's low carbon objectives and 21st century European jobs and companies*. Brüssel: EVCA The European Private Equity & Venture Capital Association. Verfügbar unter: http://www.evca.eu/uploadedFiles/News1/News_Items/10-11-29-EVCA_CleantechInvestment_Paper.pdf [Stand: 23.9.2014].
- Exper Consult. (2012). *Wo steht die Wirtschaftsförderung in Deutschland 2012? Gesamtauswertung und Sonderauswertungen*. Verfügbar unter: www.experconsult.de/Wo-steht-die-Wirtschaftsfoerderung-in-Deutschland/278457,1031,139871,-1.aspx [Stand: 8.1.2014].
- FGF e.V. (2013). Entrepreneurship Research. Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. www.fgf-ev.de. Verfügbar unter: http://www.fgf-ev.de/structure_default/main.asp?G=111327&A=1&S=eNI55kNO1U91N38981psTGX7xM337x5H772TOTwtsP13306f3Ls99&N=-1&ID=136904&P=0&O=-1&M=2&L=1031.
- FH Flensburg. (2014). Qualifizierung - Jackstaedt - Kompetenzzentrum. www.jackstaedt-flensburg.de. Verfügbar unter: <http://www.jackstaedt-flensburg.de/index.php/qualifizierung.html>.
- Fichter, K. (2005). *Interpreneurship: Nachhaltigkeitsinnovationen in interaktiven Perspektiven eines vernetzenden Unternehmertums*. Marburg: Metropolis-Verl.
- Fichter, K. (2013). *Grundlagen des Innovationsmanagements*. Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Center für Lebenslanges Lernen (C3L).
- Fichter, K., Bergset, L., Geier, J., Clausen, J., Klofsten, M., Hjelm, O. et al. (2013). *Support Systems for Sustainable Entrepreneurship and Transformation (SHIFT) Work Package 1: Theoretical Foundation, unveröffentlicher interner Bericht im Vorhaben SHIFT*. Berlin, Helsinki, Linköping.
- Fichter, K. & Clausen, J. (2013). *Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen*. Marburg: Metropolis.
- FNG. (2014). *Marktbericht Nachhaltige Geldanlagen 2014. Deutschland, Österreich und die Schweiz*. Berlin: Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. Verfügbar unter: http://www.forum-ng.org/images/stories/Publikationen/FNG_Marktbericht2014_Web.pdf [Stand: 8.7.2014].
- Frank, A., Grave, B. & Kanig, A. (2013). *Gründungsradar. Hochschulprofile in der Gründungsförderung*. Essen: Stifterverband für die deutsche Wissenschaft. Verfügbar unter: http://www.stifterverband.de/gruendungsradar/gruendungsradar_2012.pdf.
- Gibb, A.A. (1990). Training the Trainers for Small Business. *Journal of European Industrial Training*, 14 (1). doi:10.1108/03090599010138543.
- Gorden, R.L. (1975). *Interviewing: Strategy, techniques and tactics* (The Dorsey series in sociology) (Rev. ed., 1. print.). Homewood Ill. u.a: The Dorsey Pr.

- Green Alley. (2014). Gemeinsam Abfall neu erfinden. Gründerwettbewerb InnoWASTEon – grüne Start-ups gesucht! Verfügbar unter: www.green-alley.seedmatch.de/de/wettbewerb.html [Stand: 4.4.2014].
- Grimaldi, R. & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models. *Technovation*, 25 (2).
- Haller, J.B.A., Bullinger, A.C. & Möslein, K.M. (2011). Innovation Contests: An IT-Based Tool for Innovation Management. *Business & Information Systems Engineering*, 3 (2), 103–106. doi:10.1007/s12599-011-0147-7.
- Hallerstede, S., Neyer, A.-K., Bullinger, A.C. & Möslein, K.M. (2010). Normalo? Tüftler? Profi? - Eine Typologisierung von Innovationswettbewerben. *MKWI 2010 - E-Commerce und E-Business* (S. 1–12). Gehalten auf der Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2010, Göttingen. Verfügbar unter: http://wi1.uni-erlangen.de/sites/wi1.uni-erlangen.de/files/hallerstede_neyer_bullinger_moeslein_2010_-_normalo_tuftler_profi_-_eine_typologisierung_von_innovationswettbewerben.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Heinze, R.G. (2012). Regionale Wachstumspotenziale erkennen und entwickeln: Zukünftige Chancen und Grenzen des Clusteransatzes in der Wirtschaftsförderung. Gehalten auf der Zukunft der Wirtschaftsförderung, Hannover. Verfügbar unter: http://www.zukunft-der-wirtschaftsfoerderung.de/2012/downloads/pdf/02_Zukunft_der_Wirtschaftsfoerderung_Referat_DrRolf-Heinze.pdf [Stand: 14.5.2014].
- Kahlenborn, W., Mewes, H., Knopf, J., Hauffe, P., Kampffmeyer, N., Fichter, Klaus et al. (2013). *Treiber und Hemmnisse für die Transformation der deutschen Wirtschaft zu einer „Green Economy“* (Endbericht an das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)). Berlin: adelphi & Borderstep. Verfügbar unter: http://www.adelphi.de/files/de/projekte/application/pdf/green-economy-studie_adelphi-borderstep_2013.pdf [Stand: 8.7.2014].
- Kahlenborn, W. & Pechan, A. (2008). *Finanzierungshemmnisse für Zukunftstechnologien in Deutschland*. (Studie für BMU & UBA). Dessau: adelphi. Verfügbar unter: <http://www.adelphi.de/de/projekte/projektdatenbank/dok/43524.php?pid=378&pidpdf=378> [Stand: 8.7.2014].
- Kärcher-Vital, T. (2002). Clusterorientierte Förderstrategien in der Regionalpolitik und -entwicklung, Erfahrungen aus der Praxis von Zurich MedNet. Inputpapier für die Expertengruppe Neue Regionalpolitik des schweizerischen Staatssekretariats für Wirtschaft.
- Kerlen, C. & Prescher, S. (2010). *Gründungswettbewerbe als Instrument der Gründungsförderung*. Berlin: Institut für Innovation und Technik (iit) in der VDI/VDE-IT. Verfügbar unter: <http://www.vdivde-it.de/publikationen/studien/gruendungswettbewerbe-als-instrument-der-gruendungsfoerderung> [Stand: 20.5.2014].
- Kerr, W.R. & Nanda, R. (2009). *Financing Constraints and Entrepreneurship* (Working Paper No. 10-013). Harvard: Harvard Business School. Verfügbar unter: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/10-013.pdf> [Stand: 8.7.2014].
- Ketels, C. (2012, Juli 5). Zukunft der Regionalen Wirtschaftsförderung: Welche Rolle für die Clusterpolitik? Gehalten auf der Wissenschaftlichen Kongress zu den Chancen und Restriktionen von Clusterpolitiken, Hannover. Verfügbar unter: www.zukunft-der-wirtschaftsfoerderung.de/2012/ [Stand: 10.1.2014].
- Ketels, C. & Protsiv, S. (2013). *Clusters and the New Growth Path for Europe. Working Paper no 14. July 2013*. Verfügbar unter: www.foreurope.eu/fileadmin/documents/pdf/Workingpapers/WWWforEurope_WPS_no014_MS47.pdf [Stand: 17.3.2014].

- KfW & ZEW. (2012). *KfW-ZEW-Gründungspanel. Start mit Strategie. Beschäftigungsfluktuation und Finanzierungsverhalten junger Unternehmen*. Verfügbar unter: http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gruendungspanel/KfW_ZEW_Gruendungspanel_112012.pdf [Stand: 23.9.2014].
- Kiese, M. (2012). Regionale Clusterpolitik in Deutschland: Bestandsaufnahme und interregionaler Vergleich. Gehalten auf der Zukunft der Wirtschaftsförderung, Hannover. Verfügbar unter: http://www.zukunft-der-wirtschaftsfoerderung.de/2012/downloads/pdf/03_Zukunft_der_Wirtschaftsfoerderung_Referat_DrMatthiasKiese.pdf [Stand: 14.5.2014].
- Kirchhof, A., Gurzki, T., Hinderer, H. & Vlachakis, J. (2014). Was ist ein Portal? Definition und Einsatz von Unternehmensportalen. Fraunhofer IAO.
- Klofsten, M. & Mikaelsson, A.-S. (1996). SUPPORT OF SMALL BUSINESS FIRMS: ENTREPRENEURS' VIEWS OF THE DEMAND AND SUPPLY SIDE. *Journal of Enterprising Culture*, 04 (04), 417–432. doi:10.1142/S0218495896000241.
- Knopp, L. (2012). *State of the Business Incubation Industry*. Athens, Ohio (USA): NBIA. Verfügbar unter: http://www.nbia.org/resource_library/review_archive/1012_02a.php.
- Knyphausen-Aufseß & Goodwin. (2009). Die Gestaltung von Gründungswettbewerben. *Zeitschrift für Management*, 4 (2), 131–152. doi:10.1007/s12354-009-0075-3.
- Kollmann, T. (2005). Finanzierung von jungen Unternehmen in der Net Economy. In P.D.C.J. Börner & D.D. Grichnik (Hrsg.), *Entrepreneurial Finance* (S. 65–80). Physica-Verlag HD. Verfügbar unter: http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-7908-1603-5_4 [Stand: 8.7.2014].
- Kulicke, M., Dornbusch, F., Kripp, K. & Schleinkofer, M. (2012). *Nachhaltigkeit der EXIST-Förderung. Gründungsunterstützung an Hochschulen, die zwischen 1998 und 2011 gefördert wurden*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI. Verfügbar unter: <https://www.exist.de/imperia/md/content/studien/nachhaltigk-exist-foerderung-2012.pdf>.
- Kulicke, M. & Krauss, M. (2005). EXIST-SEED–Ergebnisse und Erfahrungen aus einem Förderprogramm zur Vorbereitung von Ausgründungen aus Hochschulen. *Fraunhofer Institut für Systemtechnik-und Innovationsforschung*. Verfügbar unter: http://www.scientificconsulting.de/hochschulen/oef/Studie_EXIST_SEED.pdf [Stand: 8.5.2014].
- Lalkaka, R. (2000). Assessing the performance and sustainability of technology business incubators. *International Centre for Science & High Technology, Trieste, Italy*, 4–6.
- Lehner, O.M. (2012). *Crowdfunding Social Ventures: A Model and Research Agenda* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2102525). Rochester, NY: Social Science Research Network. Verfügbar unter: <http://papers.ssrn.com/abstract=2102525> [Stand: 8.7.2014].
- Linnanen, L. (2002). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship. *Greener Management International Issue 38. A special theme issue on Environmental Entrepreneurship*, 38 (3(1)), 71–80.
- Marxen, S. & Schick, H. (2003). Grüne Gründer : ökologische Aspekte im Unternehmensgründungsprozessen ; empirische Ergebnisse der Studie „start-up-to-sustain“.
- McWade, W. (2012). The Role for Social Enterprises and Social Investors in the Development Struggle. *Journal of Social Entrepreneurship*, 3 (1), 96–112.
- Megginson, W.L. & Smart, S.B. (2006). *Introduction to corporate finance*. Mason, OH, USA: Thomson/South-Western.
- Meuser, M. & Nagel, U. (2002). ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht: Beitrag zur Methodendiskussion. In A. Bogner, B. Litting & W. Menz (Hrsg.), *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung* (S. 71–111). Opladen: Leske + Budrich.

- Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg. (2012). Cluster-Atlas Baden-Württemberg 2012. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/dateien/PDF/Broschuere_Clusteratlas_2012.pdf [Stand: 14.5.2014].
- Nationale Nachhaltigkeitsstrategie - Fortschrittsbericht 2012*. (2012). . Berlin: Die Bundesregierung.
- Nicholls, A. & Pharoah, C. (2008). *The landscape of social investment: A holistic topology of opportunities and challenges*. (Working paper). Oxford. Verfügbar unter: http://www.compromisoy-transparencia.com/upload/13/48/4._Landscape_of_SI.pdf [Stand: 23.9.2014].
- OECD. (2011). *Towards green growth*. Paris: OECD.
- Pearce, D.W. (1989). *Blueprint for a green economy*. London: Earthscan.
- Porter, M.E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review* (S. 77 – 90). Harvard.
- Porter, M.E. (2003). Clusters of Innovation Initiative - Indiana_Leadership_Summit_2003.05.13.pdf. *Harvard Business School - Institute for Strategy and Competitiveness*. Verfügbar unter: http://www.isc.hbs.edu/pdf/Indiana_Leadership_Summit_2003.05.13.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Price, R., W. (2004). *Roadmap to Entrepreneurial Success: Powerful Strategies for Building a High-Profit Business*. Kindle Edition: AMACOM.
- Randjelovic, J., O'Rourke, A.R. & Orsato, R.J. (2003). The emergence of green venture capital. *Business Strategy and the Environment*, 12 (4), 240–253. doi:10.1002/bse.361.
- Riemke-Gurzki, T. (2014). *Unternehmensportale und Intranet: konzipieren, realisieren, betreiben (3. Auflage)*. BoD – Books on Demand.
- Rietze, R. & Schick, H. (2004). Start up to sustain. Förderungsmöglichkeiten nachhaltiger Unternehmensgründungen. *Umweltwirtschaftsforum*, (2).
- Ripsas, S., Zumholz, H. & Kolata, C. (2008). *Der Businessplan als Instrument der Gründungsplanung – Möglichkeiten und Grenzen* (Working Paper No. 43, 12/2008). Berlin: Institute of Management Berlin at the Berlin School of Economics (FHW Berlin). Verfügbar unter: http://www.mba-berlin.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/1_IMB/Working_Papers/2008/Working_Paper_43_online.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Röhl, K.-H. (2014). *Venture Capital: Ein neuer Anlauf zur Erleichterung von Wagniskapitalfinanzierungen* (IW policy paper No. 6/2014). Köln: Institut der deutschen Wirtschaft Köln. Verfügbar unter: <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/96516/1/783645627.pdf> [Stand: 8.7.2014].
- Rubinton, B.J. (2011). *Crowdfunding: Disintermediated Investment Banking* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1807204). Rochester, NY: Social Science Research Network. Verfügbar unter: <http://papers.ssrn.com/abstract=1807204> [Stand: 8.7.2014].
- Schaltegger, S. (2002). A Framework for Ecopreneurship. *Greener Management International*, 2002 (38), 45–58. doi:10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00006.
- Schefczyk, M. (2009). *Gründungsveranstaltungen und Businessplanwettbewerbe – Impulse für Gründer und Kapitalgeber Eine Studie zu Erfolgsmöglichkeiten für gezielte Veranstaltungen für das Zusammentreffen von innovativen Gründern und Kapitalgebern*. (Studie). Dresden: Auftraggeber der Studie: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, in Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Dresden. Verfügbar unter: https://www.exist.de/imperia/md/content/studien/gruendveranst-bpws_lang.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Schick, H., Marxen, S. & Freimann, J. (2002). Sustainability Issues for Start-up Entrepreneurs. *Greener Management International Issue 38. A special theme issue on Environmental Entrepreneurship*, 38, 59–70.

- Schmude, J., Heumann, S. & Aebermann, T. (2011). *Vom Studenten zum Unternehmer - Welche Universität bietet die besten Chancen?* München. Verfügbar unter: http://www.exist.de/imperia/md/content/studien/ranking-11_08-11.pdf [Stand: 8.5.2014].
- Schmude, J., Welter, F. & Heumann, S. (2008). Entrepreneurship Research in Germany. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32 (2), 289–311. doi:10.1111/j.1540-6520.2007.00227.x.
- Schulte, R. (2005). Fremdfinanzierung junger Unternehmen. *Entrepreneurial finance Kompendium der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung* (S. 472–506). Heidelberg: Physica-Verlag. Verfügbar unter: <http://site.ebrary.com/id/10183085> [Stand: 8.7.2014].
- Schwartz, M. (2007). Technologie- und Gründerzentren im Osten Deutschlands: Eine positive Zwischenbilanz. *Wirtschaft im Wandel*. Verfügbar unter: <http://www.iwh-halle.de/e/publik/wiwa/12-07-4.pdf> [Stand: 9.5.2014].
- Schwartz, M., Goethner, M., Michelsen, C. & Waldmann, N. (2012). Start-up Competitions as an instrument of Entrepreneurship Policy: The German Experience. In: *European Planning Studies* 21 (2012) 10 S. 1578-1597. *European Planning Studies*, 21 (10), 1578–1597.
- Schwartz, M. & Hornyk, C. (2010). Technologie- und Gründerzentren – Spezialisierung nimmt zu! *Wirtschaft im Wandel*, (5). Verfügbar unter: <http://ipt.iwh-halle.de/e/publik/wiwa/5-10-3.pdf> [Stand: 9.5.2014].
- Senatsverwaltung Berlin. (2011). Gemeinsame Innovationsstrategie der Länder Berlin und Brandenburg (innoBB). Verfügbar unter: <http://www.berlin.de/imperia/md/content/sen-wirtschaft/inno/strategie.pdf> [Stand: 25.9.2014].
- Seyer, W. (2013). Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Harburg mbH - Erschließungszertifikat für nachhaltige Gewerbequartiere. Power-Point Präsentation gehalten auf der Forum Deutscher Wirtschaftsförderer, Berlin. Verfügbar unter: http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/internet/fachinformationen/2013/fdw2013_ws_4_seyer.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Spath, D. & Walter, A. (2012). *Untersuchung, Typisierung und internationaler Vergleich der Inkubatorlandschaft in Deutschland*. Springer DE. Verfügbar unter: <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=AZe5ymHIF0YC&oi=fnd&pg=PA1&dq=%22Management+und%22+Technologietransfer+aus+Hochschulen+und%22+Ausgr%C3%BCndungen+aus+dem+akademischen%22+hin+aus+auf+den+Markt+wagen,+stehen+vor%22+zur+Verbesserung+der+Erfolgsaussichten+junger%22+Spin-offs+von+gro%C3%9Fer+Bedeutung+und%22+&ots=OMzmdO0Xcf&sig=K-HXMNEHkNSs0sTH-9iLY45Kg5k> [Stand: 9.5.2014].
- Staroßom, H. (2013). *Corporate Finance Teil 2*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Verfügbar unter: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-8349-4101-5> [Stand: 8.7.2014].
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder. (2013). *Kreiszahlen. Ausgewählte Regionaldaten für Deutschland Ausgabe 2012*. Hannover. Verfügbar unter: www.statistikportal.de/statistik-portal/publ.asp [Stand: 8.1.2014].
- Statistisches Bundesamt. (2014). *Nachhaltige Entwicklung in Deutschland: Indikatorenbericht 2014*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Sternberg, R. (2012). Sind gründungsbezogene Rahmenbedingungen und Aktivitäten durch Förderung beeinflussbar? Empirische Befunde aus der Region Hannover. Power-Point Präsentation gehalten auf der „Zukunft der Wirtschaftsförderung“ Wissenschaftlicher Kongress zu Clusterpolitiken, Hannover. Verfügbar unter: http://www.zukunft-der-wirtschaftsfoerderung.de/2012/downloads/pdf/06_Zukunft_der_Wirtschaftsfoerderung_Referat_DrRolfSternberg.pdf [Stand: 20.5.2014].

- Uebelacker, S. (2005). *Gründungsausbildung: entrepreneurship education an deutschen Hochschulen und ihre raumrelevanten Strukturen, Inhalte und Effekte*. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.
- United Nations (Hrsg.). (2012). *Report of the United Nations Conference on Sustainable Development: Rio de Janeiro, Brazil 20–22 June 2012*. New York: United Nations.
- United Nations Environment Programme. (2011). *Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication*. Nairobi, Kenya: UNEP.
- Walley, E.E. (Liz) & Taylor, D.W. (David). (2002). Opportunists, Champions, Mavericks...? *Greener Management International*, 2002 (38), 31–43. doi:10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00005.
- Weiß, R. & Fichter, K. (2013). *Green Economy Gründungsmonitor: Konzeptstudie und Piloterhebung*. Berlin: Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gemeinnützige GmbH.
- Wenger, J.E. (2013). *Gewinngestaltung bei innovationswettbewerben: theoretische und praktische betrachtung*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wolf, H., Michelsen, C. & Schwartz, M. (2010). *Regional Entrepreneurial Opportunities in the Biotech Industry: Exploring the Transition from Award-winning Nascent Entrepreneurs to Real Start-ups* (IWH Discussion Paper No. 25). Halle: Halle Institute for Economic Research – IWH. Verfügbar unter: <http://ideas.repec.org/p/iwh/dispa/25-10.html> [Stand: 9.7.2014].
- Wünschmann, S. (2013). Nachhaltiges Quartier - Schnittmengen Nachhaltiger Campus. Power-Point Präsentation gehalten auf der Forum Deutscher Wirtschaftsförderer 2013, Berlin. Verfügbar unter: http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/internet/fachinformationen/2013/fdw2013_ws_4_wuenschmann.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Wüstenhagen, R. & Teppo, T.K. (2006). Do venture capitalists really invest in good industries? Risk-return perceptions and path dependence in the emerging European energy VC market. *International Journal of Technology Management*, 34/1+2, 63–87.
- Ziegert, S. (2013). Innovationsförderung & Energie-/Ressourceneffizienz als Handlungsfelder kommunaler Wirtschaftsförderung. Power-Point Präsentation gehalten auf der Forum deutscher Wirtschaftsförderer 2013, Berlin. Verfügbar unter: http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/internet/fachinformationen/2013/fdw2013_ws_1_ziegert.pdf [Stand: 20.5.2014].
- Zoche, P. (2002). Zur Entwicklung von Unternehmen des Gründerwettbewerbs Multimedia. Gehalten auf der BMWi Expertenworkshop: „Multimedia-Unternehmensgründungen in Deutschland“, Berlin.
- Zoche, P. & Harnischfeger, M. (2002). Wettbewerbe zur Förderung des Gründungsgeschehens : 6. Zwischenbericht an das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (6). *Dokumentation von Gründerwettbewerben im Rahmen des Projektes „Evaluation des Gründerwettbewerbs Multimedia“*. Karlsruhe: Karlsruhe: ISI.
- Zwicker-Schwarm, D. (2013). *Kommunale Wirtschaftsförderung 2012: Strukturen, Handlungsfelder, Perspektiven* (No. 4/2012). Berlin: Difu - Deutsches Institut für Urbanistik. Verfügbar unter: <http://www.difu.de/publikationen/2013/kommunale-wirtschaftsfoerderung-2012-strukturen.html> [Stand: 20.5.2014].

17 Anhang

17.1 Interviewleitfaden für Experteninterviews

Einstiegsfragen

- In welcher Weise sind Sie persönlich in Gründungsförderungsaktivitäten eingebunden?
- Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigen Trends in der Gründungs- und Innovationsförderung der Hochschulen in Deutschland?

Leitfragen

- In welcher Weise sind ökologische Anforderungen wie z.B. Klimaschutz und Energieeffizienz und die Chancen einer „Green Economy“ in den Aktivitäten des [Förderakteurs 1-9] zur Unterstützung der Unternehmensgründungen in Deutschland bereits verankert?
- Wo bestehen aus Ihrer Sicht Barrieren und Hemmnisse?
- Wie können die von Ihnen genannten Barrieren und Hemmnisse aus Ihrer Sicht beseitigt werden?

Thesen für die Validierungsfragen:

Gründungsförderprogramme auf Bundesebene

- Die Gründungsförderung darf auf Grund der zu gewährleistenden Chancen- und Wettbewerbsgleichheit nicht Branchen- und tätigkeitsspezifisch sein.
- Branchen spezifische Gründungsförderung im Bereich der „Green Economy“ ist auf Grund der hohen wirtschaftlichen Bedeutung des Wirtschaftszweigs „Green Economy“ sinnvoll.
- Eine speziell auf die Themenfelder wie Klimaschutz und Energieeffizienz zugeschnittene Förderung würde die Anzahl und Qualität von Gründungen im Bereich „Green Economy“ erhöhen.

Regionale Wirtschaftsförderung und Clusterstrategien

- Wunschcluster funktionieren nicht.
- Sowohl die Wahrscheinlichkeit von Gründungen wie auch ihre Wachstumschancen sind höher, wenn die Gründung in ein starkes regionales Wirtschaftscluster eingebunden ist.

Ideen- und Gründerwettbewerbe

- Gründerwettbewerbe, die in den letzten Jahren ins Leben gerufen wurden, fokussieren häufig auf bestimmte Branchen wie IKT, Internet oder Biotechnologie.

Gründer- und Innovationspreise

- Start-ups und junge Unternehmen im Bereich Green Economy und Klimaschutz werden von großen nationalen Gründer-, Innovations- und Nachhaltigkeitswettbewerben bisher nicht gezielt adressiert
- Ein nationaler Gründerpreis könnte wichtige Impulse für grüne und nachhaltigkeitsorientierte Gründungen geben und Vorbilder prägen.
- Ein spezieller Gründerpreis im Bereich Green Economy und Klimaschutz könnte nur bedingt in bestehende Wettbewerbe integriert werden.

Gründerzentren

- Potenzial und spezifische Bedarfe von Gründern in den Green Economy Bereichen Ressourcenschonung, Energie, Recycling etc. werden von Gründerzentren bisher nicht erkannt.
- Die Green Economy eröffnet Gründerzentren eine Schwerpunktsetzung und Spezialisierung bspw. in Richtung Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Ressourcenschonung.
- Gründerzentren sollten spezifische Netzwerke im Bereich der Green Economy aufbauen und passende Angebote für grüne Gründer entwickeln.

Gründungsförderung an deutschen Hochschulen

- Die ökologischen Anforderungen wie z.B. Klimaschutz und Energieeffizienz und die Chancen einer „Green Economy“ sind in den Förderaktivitäten für Unternehmensgründungen an Hochschulen (Gründungsverankerung, -sensibilisierung, -unterstützung und -aktivität) in Deutschland kaum verankert.
- Der Schwerpunkt der wenigen Gründerförderaktivitäten der Hochschulen mit der Schnittstelle zur Nachhaltigkeit liegt auf dem Themenfeld Social Entrepreneurship. Social Entrepreneurship kann seinen Fokus auf der sozialen oder ökologischen Nachhaltigkeit haben und sich auf die Sozialunternehmen beziehen. Dabei wird z.T. in der Definition auch die ökologischen Aspekte impliziert, jedoch nicht schwerpunktmäßig thematisiert.
- Die institutionelle Gründungsstruktur der deutschen Hochschulen ist sehr vielfältig. Am häufigsten sind Gründerlehrstühle und Gründerkoordinationsstellen anzutreffen. Dabei kann eine Koordinationsstelle unterschiedliche Form (z.B. Zentrum für Entrepreneurship oder Gründerbüro/-service) haben und unterschiedliche Zielgruppen (Studierende des Entrepreneurship Fachs oder fachfremd) ansprechen. Darüber hinaus kann eine Gründerkoordinationsstelle auch an unterschiedlichen Orten einer Hochschule (z.B. Fakultät, Verwaltung, Präsidium) oder auch außerhalb einer Hochschule (z.B. An-Institut) angesiedelt sein.

Ergänzende Fragen

- **Weitere Ergänzungen:** Nennen Sie aus Ihrer Sicht weitere erfolgversprechende Ansatzpunkte für eine gezielte Unterstützung von Unternehmensgründungen im Bereich der Green Economy durch Hochschulen in Deutschland!
- **Best Practice:** Kennen Sie gute Beispiele / Best Practices für eine gezielte Unterstützung von Unternehmensgründungen im Bereich der Green Economy in Deutschland?

17.2 Kriterienset zur Untersuchung der Webportale

- **Name des Portals:** Wie heißt das Portal?
- **Link:** Wie ist der Weblink zur Homepage des Portals?
- **Betreiber (siehe Impressum):** Welche Organisation betreibt das Portal ist diese privat oder in öffentlicher Hand?
- **Anzahl Mitarbeiter (insbesondere bezahlte Vollzeitstellen):** Wie viele Mitarbeiter sind schätzungsweise am Portal beteiligt, Vollzeit?
- **Struktur des Betreibers:** Wie ist die Organisationsstruktur des Betreibers?
- **Wer sind die zentralen Partner und Unterstützer:** Wer sind die zentralen Partner des Betreibers und des Portals?
- **Thematischer Schwerpunkt:** Womit beschäftigt sich das Portal hauptsächlich?
- **Weitere Schwerpunkte:** Gibt es weitere Schwerpunkte auf dem Portal
- **Relevanz für grüne und Start-up Szene? (1-5): 5=hoch** Wie hoch ist die Relevanz für die Zielgruppe aus nachhaltiger und Entrepreneurship Sicht?
- **Geschätzte Reichweite (1-5): 5=hoch:** Wie hoch wird die Benutzerzahl geschätzt im jeweiligen thematischen Schwerpunkt?
- **Anmerkungen:** Welche zusätzlichen Informationen sind erwähnenswert?
- **Ziel des Portals:** Was möchte das Portal erreichen
- **Zielgruppe:** Wer soll mit dem Portal angesprochen, unterstützt und / oder gefördert werden?
- **Geschäftsmodell oder Finanzierungsquelle:** Wie finanziert sich das Portal?
- **Leistungen (kostenpflichtig & gratis):** Welche Leistungen bietet das Portal an; sind diese gratis oder kostenpflichtig?
- **Funktionalitäten:**
 - **Transparenz:** *Wie schafft das Portal Transparenz (bezogen auf die den thematischen Schwerpunkt)?*
 - **High Value Content:** *Stellt das Portal Expertenwissen und wissenschaftliche Beiträge bereit?*

- **Information:** *Wie, über was und auf welche Weise informiert das Portal?*
 - **Präsentation:** *Wie und auf welche Weise bietet das Portal Akteuren der Grünen Start-up Szene die Möglichkeit zur Präsentation?*
 - **Kollaboration und Community:** *Wie können sich die Nutzer des Portals zusammenschließen, austauschen oder miteinander agieren?*
- **Usability (Benutzerfreundlichkeit):** Ist das Portal benutzerfreundlich, einfach zu verstehen, aufgeräumt und intuitiv und gut zu bedienen?
 - **Geographischer Bezug** (regional, national, international): Hat das Portal einen geographischen Bezug und wenn ja welchen?
 - **Innovative Darstellungsformen** (bspw. Living Maps). Bietet das Portal innovative Darstellungsformen?
 - **Aktive Nutzereinbindung möglich:** Werden Nutzer aktiv eingebunden, also bspw. aufgefordert an Abstimmungen, Wettbewerben, Befragungen etc. online teilzunehmen?
 - **User generated content:** Können Nutzer Inhalte auf dem Portal gestalten bspw. durch Foren, Wikis, Profileseiten etc.?
 - **Interaktionsmöglichkeiten:** Können die Nutzer miteinander agieren bspw. untereinander Nachrichten schreiben, auf Pinnwände schreiben, Einladungen verschicken etc.?
 - **Anbindungen:** Welche Anbindungen zu anderen Portalen, Sozialen Netzwerken, Datenbanken etc. sind vorhanden
 - **Fazit:** Wie ist die Schlussfolgerung zum Portal? Kurze Zusammenfassung der wesentlichen Punkte