

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie
und Tourismus | Postfach 71 28 | 24171 Kiel

Minister

An den
Vorsitzenden des
Wirtschaftsausschusses des Landtags
des Landes Schleswig-Holstein
Herrn Dr. Andreas Tietze

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 19/6974 (neu)

13. Januar 2022

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

beiliegend übersende ich Ihnen das im Auftrag des MWVATT erstellte und jetzt vorliegende Gutachten zur geplanten Landesstrategie Social Entrepreneurship.

Ich bin davon überzeugt, dass die Ergebnisse des Gutachtens geeignete Ansätze darstellen, soziale Innovationen und sozial-unternehmerische Geschäftsmodelle zukünftig stärker zu unterstützen, damit das Thema Social Entrepreneurship als integraler Bestandteil des gesamten Gründungsökosystems verstanden wird.

Das Gutachten umfasst u.a. eine Bestandsaufnahme der allgemeinen Rahmenbedingungen und der aktuellen Förder- und Unterstützungsstrukturen in Schleswig-Holstein sowie eine Good-Practice-Analyse der Förder- und Unterstützungsstrukturen in anderen (Bundes-) Ländern. Im Ergebnis identifiziert das Gutachten Lücken und Optimierungspotenziale der aktuellen Förder- und Unterstützungsstrukturen für Social Entrepreneurs in Schleswig-Holstein und spricht Empfehlungen für Handlungsfelder und Maßnahmen aus. Diese Empfehlungen gilt es in den folgenden Arbeitsschritten zu konkretisieren:

- Januar/Februar: Formulierung Strategischer Ziele auf Grundlage der im Gutachten identifizierten Handlungsfelder
- Februar: Besprechung der konkreten Maßnahmen mit den bisher eingebundenen Stakeholdern in Arbeitsgruppen
- März: Finalisierung der Strategie

Nach Finalisierung der Strategie würde ich diese gerne dem Ausschuss vorstellen.

Mit freundlichen Grüßen


Dr. Bernd Buchholz

Anlage:

Gutachten zur geplanten Landesstrategie Social Entrepreneurship

GUTACHTEN ZUR GEPLANTEN LANDESSTRATEGIE ZUM THEMA SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Erstellt im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und
Tourismus (MWVATT) des Landes Schleswig-Holstein



RAMBOLL

Bright ideas. Sustainable change.



Schleswig-Holstein
Der echte Norden

GUTACHTEN ZUR GEPLANTEN LANDESSTRATEGIE ZUM THEMA SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Dieses Gutachten wurde erstellt von:

Ramboll Management Consulting GmbH

Ramboll Management Consulting GmbH
Jürgen-Töpfer-Straße 48
22763 Hamburg

<https://de.ramboll.com>

Ansprechpartnerin:

Ulrike Biermann

E-Mail: ulrike.biermann@ramboll.com

Autorinnen und Autoren

Ulrike Biermann, Seniorberaterin
Dr. Oskar Maria Geitel, Rechtsanwalt
Dr. Thorsten Lübbers, Manager
Maren Plöger, Beraterin

im Auftrag des

**Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit,
Technologie und Tourismus (MWVATT) des
Landes Schleswig-Holstein**

Ansprechpartnerin:

Sonja Kubovcsik

Referat Digitalisierung, Gründung & Nachfolge

Düsternbrooker Weg 94
24105 Kiel

Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB

Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
10178 Berlin

www.kapellmann.de

Ansprechpartner:

Dr. Oskar Maria Geitel

E-Mail: oskar.geitel@kapellmann.de

Dezember 2021

INHALTSVERZEICHNIS

1. Hintergrund und Zielstellung	3
2. Projekt- und Untersuchungsdesign	4
3. Definitionsansätze	7
3.1 Soziale Innovationen	7
3.2 Social Entrepreneurship.....	8
4. Ergebnisse der Bestandsaufnahme	12
4.1 Nachfrage und Zielgruppendefinition	12
4.2 Gesellschaftliche, politische und rechtliche Rahmenbedingungen	16
4.3 Social-Entrepreneurship-Ökosystem Schleswig-Holstein	21
4.4 Gründungshemmnisse und Unterstützungsbedarfe	25
4.5 Zugang zu Finanzmärkten.....	27
4.6 Finanzielle Förderangebote	28
5. Ergebnisse der Good-Practice-Analyse	38
5.1 Förderaufruf #UpdateDeutschland im Rahmen der Förderrichtlinie PROFI Impuls der Freien und Hansestadt Hamburg	38
5.2 Social Innovation Center Hannover	41
5.3 Social Impact Lab Hamburg	42
5.4 Förderprogramm Impact Innovation Österreich.....	43
5.5 Förderprojekt Sozialinnovator Hessen	45
5.6 Finanzierungsinstrumente NRW.BANK.Universalkredit und NRW.BANK.MicroCrowd	47
5.7 Strategie der schwedischen Regierung für Sozialunternehmertum	48
6. Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge für die geplante Landesstrategie	50
6.1 Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation	50
6.2 Handlungsfeld II: Institutionen, Netzwerke und Transfer	52
6.3 Handlungsfeld III: Kompetenzentwicklung, Unterstützung und Beratung	53
6.4 Handlungsfeld IV: Finanzierung	55
6.5 Handlungsfeld V: Messung und Evaluation	57
7. Kurzfassung des Gutachtens	58
8. Literatur	66
9. Abkürzungsverzeichnis	71
10. Anhang	73

1. HINTERGRUND UND ZIELSTELLUNG

Soziale Innovationen und sozial-unternehmerische Geschäftsmodelle haben eine wachsende Bedeutung zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Diese Bedeutung hat das Land Schleswig-Holstein erkannt. Um sein Gründungs- und Innovationssystem, aber auch das Gemeinwohl zu stärken, denkt Schleswig-Holstein innovativ, kreativ und nachhaltig: „Allen Mutigen und Kreativen – sowohl im Bereich der eher am Gemeinwohl orientierten Social Innovations als auch der klassisch gewinnorientierten Unternehmensgründungen (...) [möchte das Land] deutlich bessere Rahmenbedingungen und ein echtes Gründerklima bieten.“ (vgl. Koalitionsvertrag für die 19. Wahlperiode des Schleswig-Holsteinischen Landtages).

Vor diesem Hintergrund soll unter Einbindung der relevanten Stakeholder eine Strategie zur Unterstützung und Förderung von Sozialen Innovationen und Social Entrepreneurship entwickelt werden. Die Strategie soll dem Landtag vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus (MWATT) Anfang 2022 vorgelegt werden.

Als Grundlage für die geplante Landesstrategie wurde in einem ersten Schritt die Erstellung eines Gutachtens öffentlich ausgeschrieben. Beauftragt wurde Ramboll Management Consulting (kurz: Ramboll). Zu Projektbeginn wurde für das Gutachten eine Schwerpunktsetzung auf den Gründungsbereich und seine Förder- und Unterstützungsangebote vereinbart. Das vorliegende Gutachten wurde von Ramboll im Zeitraum Juni bis November 2021 in enger Zusammenarbeit mit dem Referat für Digitalisierung, Gründung und Nachfolge im MWATT und unter Beteiligung von regionalen Schlüsselakteuren, Gründerinnen und Gründern sowie überregionalen Expertinnen und Experten erstellt. Anfang Dezember wurden die Kernergebnisse des Gutachtens vorgestellt.

Das Gutachten umfasst eine unter Beteiligung der relevanten Stakeholder abgeleitete praxisorientierte Definition der Begriffe Social Entrepreneurship und Soziale Innovationen für die Landesstrategie, eine Bestandsaufnahme der Kernzielgruppe, der allgemeinen Rahmenbedingungen, der aktuellen Förder- und Unterstützungsangebote in Schleswig-Holstein sowie eine Good-Practice-Analyse ausgewählter Förder- und Unterstützungsangebote im Bereich Social Entrepreneurship in anderen (Bundes-)Ländern. Im Ergebnis identifiziert das Gutachten Lücken und Optimierungspotenziale in den aktuellen Förder- und Unterstützungsangeboten für Social Start-ups in Schleswig-Holstein und spricht Empfehlungen für Handlungsfelder und Maßnahmen aus.

Auf Basis der Gutachtenergebnisse soll anschließend zu Jahresanfang 2022 die Landesstrategie formuliert und dem Landtag vorgelegt werden. Hierfür werden Maßnahmenvorschläge aus dem Gutachtensprozess unter den Akteuren strategisch abgestimmt und weiter qualifiziert.

2. PROJEKT- UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Projektetablierung und Kick-off

Im Rahmen der Projektetablierung fand im Juni 2021 zunächst ein konstituierendes Auftaktgespräch unter Beteiligung des auftraggebenden MWVATT und der Projektleitung von Ramboll statt. Neben der organisatorischen, inhaltlichen und zeitlichen Feinplanung der Gutachtenserstellung wurden einzubindende Stakeholder identifiziert und der Beteiligungsprozess für die Gutachtenserstellung abgestimmt.

Die Schlüsselakteure - im Kern bestehend aus der yooweedoo-Netzwerksgruppe sowie weiteren Vertreterinnen und Vertretern des Start-up-Ökosystems Schleswig-Holstein - wurden anschließend zu einem Kick-off-Workshop am 13. Juli 2021 eingeladen. Dabei wurden von Beginn an auch Vertretende der Kernzielgruppe, der Social Start-ups im Land Schleswig-Holstein, miteinbezogen. Mit insgesamt 19 Teilnehmenden wurden im Kick-off-Workshop die Erwartungen der Akteure an Gutachten und Strategie eingeholt und unterschiedliche Definitionsansätze zu Social Entrepreneurship und Sozialen Innovationen diskutiert. Mit Blick auf den zuletzt genannten Punkt wurden Vor- und Nachteile unterschiedlicher Ansätze und Definitionskriterien gesammelt. Darüber hinaus wurden erste Einschätzungen der Schlüsselakteure zu den bestehenden Förder- und Unterstützungsangeboten und den erweiterten Rahmenbedingungen im Land für Social Entrepreneurship gesammelt. Die Ergebnisse des Kick-off-Workshops bildeten die Grundlage für die weiteren Untersuchungsschritte.

Literatur- und Dokumentenanalyse

Grundlage für die Begriffsdefinitionen, die Bestandsaufnahme und die Good-Practice-Analyse war eine umfangreiche Literatur- und Dokumentenanalyse zu verschiedenen Definitionsansätzen für Social Entrepreneurship und Soziale Innovationen, die in Vorbereitung des Kick-off-Workshops durchgeführt wurde. Dabei wurden neben einschlägiger deutsch- und englischsprachiger akademischer Literatur auch Veröffentlichungen politischer und zivilgesellschaftlicher Akteure, beispielsweise von Landes- und Bundesministerien, der Europäischen Union sowie relevanter Netzwerke und privatwirtschaftlicher Akteure betrachtet. Im Fokus der Analyse stand dabei nicht die Identifikation einer einzelnen, „korrekten“ Definition, sondern vielmehr das Erfassen der verschiedenen Dimensionen der Begriffsbestimmungen sowie deren Einordnung in den wissenschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Diskurs. Darüber hinaus wurden Erkenntnisse zu allgemeinen Trends und erweiterten Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein, Deutschland und auf internationaler Ebene zusammengetragen.

Für die Analyse bestehender finanzieller Förderangebote sowie die Good-Practice-Analyse wurde eine Dokumentenanalyse durchgeführt, in die u. a. Förderdatenbanken, Richtlinien, Programm- und Projektwebseiten und sonstige Programmdokumente einbezogen wurde. Für die Analyse bestehender finanzieller Förderangebote wurden auf dieser Grundlage Steckbriefe der bestehenden Förderangebote für Gründungsvorhaben und Start-ups in Schleswig-Holstein erstellt (vgl. [Anhang](#)), eine Kartierung der Förderangebote auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene vorgenommen sowie ihre Eignung für Social Start-ups geprüft. Auch die Ergebnisse der Recherche zu den Good-Practice-Beispielen wurden in Steckbriefen zusammengefasst.

Leitfadengestützte Interviews mit Expertinnen und Experten

Ein weiterer zentraler Untersuchungsschritt der Bestandaufnahme waren 14 leitfadengestützte Interviews mit insgesamt 19 Expertinnen und Experten aus Schleswig-Holstein und dem Bundesgebiet. Diese wurden im Zeitraum Juli bis Oktober 2021 durchgeführt. Der Fokus der Interviews lag auf aktuellen Trends und Rahmenbedingungen, Gründungshemmnissen für Social Entrepreneurs, bestehenden Förder- und Unterstützungsangeboten sowie deren Lücken und Optimierungspotenzialen. Zu den interviewten Expertinnen und Experten zählten Mitarbeitende bzw. Vertretende folgender Institutionen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Anschar GmbH (Anscharcampus Kiel)
- Hochschule Flensburg, VentureWærft
- Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH)
- Joachim Herz Stiftung
- Kiel School of Sustainability, Projekt yooweedoo
- Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH (KiWi)
- Landeshauptstadt Kiel, Referat für Wirtschaft
- Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (MBWK)
- Ministerium für Soziales, Gesundheit, Jugend, Familie und Senioren des Landes Schleswig-Holstein (MSGJFS)
- Campus Business Box e. V. (opencampus.sh)
- Bundesverband Deutsche Startups e. V., Regionalgruppe Schleswig-Holstein
- Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)
- Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND)
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)

Fokusgruppen

Um auch die Perspektive der Kernzielgruppe, der Social Start-ups im Land Schleswig-Holstein, einzuholen, wurden im September 2021 außerdem zwei Fokusgruppen mit jeweils drei Social Start-ups aus Schleswig-Holstein digital durchgeführt. Die Start-ups wurden gemeinsam mit den Schlüsselakteuren identifiziert und anschließend von Ramboll kontaktiert. Im Fokus der jeweils etwa zweistündigen Gespräche standen die Identifikation zentraler Hemmnisse, welche Social Start-ups aus Schleswig-Holstein in ihrem Gründungs- und Wachstumsprozess konfrontieren, und die Einschätzungen der Social Entrepreneurs zu den bestehenden Förder- und Unterstützungsangeboten im Land.

Good-Practice-Analyse

In Europa und auch in Deutschland haben viele Länder und Regionen in den vergangenen Jahren bereits Strukturen und Angebote zur Förderung und Unterstützung von Social Entrepreneurship geschaffen. Aufbauend auf den identifizierten Optimierungspotenzialen der Förder- und Unterstützungsangebote in Schleswig-Holstein wurden in einem letzten Erhebungsschritt Beispiele solcher Angebote bzw. deren Strukturen in anderen Regionen untersucht. Hierbei wurden fünf Beispiele aus anderen Bundesländern in Deutschland sowie zwei Beispiele aus dem europäischen Ausland betrachtet. Die Auswahl der analysierten Beispiele erfolgte auf Basis von Vorschlägen der interviewten Expertinnen und Experten, Erkenntnissen aus der Literatur- und Dokumentenanalyse sowie in Absprache mit dem auftraggebenden MWATT.

Neben einer Dokumentenanalyse wurden für die Good-Practice-Analyse Interviews mit jeweils an der Planung und/oder Umsetzung der Förder-/Unterstützungsangebote beteiligten Akteuren

durchgeführt. Je Good-Practice-Beispiel wurde ein Interview mit ein bis zwei Personen geführt. Die untersuchten Beispiele waren:

- [Förderaufruf #Update Deutschland im Rahmen von PROFI Impuls Hamburg](#)
- [Social Innovation Center Hannover](#)
- [Social Impact Lab Hamburg](#)
- [Förderprogramm „Impact Innovation“ Österreich](#)
- [Förderprojekt „Sozialinnovator Hessen“](#)
- [Finanzierungsinstrumente der NRW.BANK](#)
- [Strategie der schwedischen Regierung für Sozialunternehmertum](#)

Die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner (eine Liste liegt der Auftraggeberin vor) haben ihre Bereitschaft für weitere Gespräche mit dem auftraggebenden MWVATT oder weiteren Schleswig-Holsteinischen Akteuren zum Ausdruck gebracht.

Synthese der Ergebnisse

Über den gesamten Prozess der Bestandsaufnahme hinweg wurden die Ergebnisse aus Kick-off-Workshop, Literatur- und Dokumentenanalyse, Interviews, Fokusgruppen sowie der Good-Practice-Analyse kontinuierlich mit der Ansprechpartnerin im auftraggebenden MWVATT gespiegelt und diskutiert. Auch die Synthese der Ergebnisse der einzelnen Untersuchungsschritte im Projektteam fand begleitend statt. Dabei wurde zusätzlich die juristische Expertise zum Vergabe- und Gesellschaftsrecht von der Kanzlei Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB (Projektpartner) herangezogen.

Für einen Priorisierungsworkshop mit regionalen und überregionalen Schlüsselakteuren am 19. Oktober 2021 wurden die Ergebnisse der Bestandsaufnahme aggregiert ausgewertet und von Ramboll präsentiert. Die Einschätzungen der insgesamt 24 Teilnehmenden zu den Ergebnissen der Bestandsaufnahme wurden eingeholt. Außerdem wurden in Kleingruppen Vorschläge für Handlungsoptionen und Maßnahmen diskutiert und priorisiert.

Anfang November fand zudem ein Werkstattgespräch mit der Ansprechpartnerin im auftraggebenden MWVATT statt, um die Ergebnisse der Good-Practice-Analyse zu diskutieren und Maßnahmenvorschläge weiter zu verdichten. Anschließend wurde der vorliegende Endbericht finalisiert.

Vorliegendes Gutachten

Im vorliegenden Bericht werden Ergebnisse der Analyseschritte und darauf basierend Vorschläge für Handlungsfelder und Maßnahmen für die geplante Landesstrategie vorgestellt. In Kapitel 3 werden die Ergebnisse der Analyse der Begriffsdefinitionen für Social Entrepreneurship und Soziale Innovationen sowie eine Einordnung der Definitionsansätze hinsichtlich des Zielgruppenfokus von Gutachten und geplanter Landesstrategie dargelegt. Kapitel 4 stellt die zentralen Ergebnisse der Bestandsaufnahme vor. In Kapitel 5 werden die analysierten Good-Practice-Beispiele in Form von Steckbriefen vorgestellt. Kapitel 6 beinhaltet auf den vorherigen Analyseergebnissen aufbauend mögliche Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge für die geplante Landesstrategie.

3. DEFINITIONSANSÄTZE

3.1 Soziale Innovationen

Das Konzept sozialer Innovationen erfährt sowohl im akademischen als auch im politischen Diskurs mehr und mehr Bedeutung. So ist die Förderung sozialer Innovationen beispielsweise expliziter Bestandteil der Hightech Strategie 2025 der Bundesregierung (BMBF, 2018). Allerdings hat sich bisher noch keine einheitliche Definition des Konzepts in der Literatur oder auf politischer Ebene durchgesetzt. Die Gemeinsamkeit der zahlreichen existierenden Definitionsansätze besteht darin, dass bei Sozialen Innovationen eine Neuartigkeit (bzw. Innovativität) vorausgesetzt wird und dass diese eine soziale Komponente beinhaltet. „Sozial“ wird dabei in Literatur und Praxis teils als das (geregelte) Zusammenleben von Menschen betreffend verstanden, teils normativ als dem Gemeinwohl, der Allgemeinheit dienend verstanden. Entsprechend können Soziale Innovationen als Veränderungen in sozialen Praktiken bzw. Arten der Interaktion zwischen Menschen oder im Sinne einer Ausrichtung der Innovationen auf das Gemeinwohl betreffende Zielstellungen betrachtet werden. In der wissenschaftlichen Literatur sprechen Howaldt und Schwarz (2010) beispielsweise von einer „intentionale[n] Neukonfiguration sozialer Praktiken“, Phills et al. (2008) hingegen von einer neuartigen Lösung für ein soziales bzw. gesellschaftliches Problem. In der Hightech Strategie 2025 werden beide Bedeutungen des Wortes „sozial“ zusammengeführt: Soziale Innovationen werden definiert als „neue soziale Praktiken und Organisationsmodelle, die darauf abzielen, für die Herausforderungen unserer Gesellschaft tragfähige und nachhaltige Lösungen zu finden“ (BMBF, 2018, S.11). In der Ausschreibung des BMBF-geförderten Wettbewerbes für Soziale Innovationen heißt es in verkürzter Variante: „Soziale Innovationen sind neue Praktiken oder Organisationsmodelle, die gesellschaftliche Herausforderungen nachhaltig lösen.“ (BMBF, 2020).

Die existierenden Definitionsansätze unterscheiden sich außerdem darin, inwiefern Soziale Innovationen besser sein müssen als bestehende Lösungen (z. B. Zapf, 1989; Phills et al., 2008) und inwiefern es sich dabei um langfristige oder gar systemische Veränderungen handeln sollte. Während Phills et al. (2008) beispielsweise in ihrer Definition Soziale Innovationen als Lösungen für soziale Problemstellungen benennen, die effektiver, effizienter, nachhaltiger oder fairer sind als bisherige Lösungen, heben Howaldt und Schwarz (2010) in ihrer Definition hervor, dass die normative Bewertung von Sozialen Innovationen seitens verschiedener Akteursgruppen durchaus ambivalent ausfallen kann. Einige Autorinnen und Autoren legen in ihren Definitionen von Sozialen Innovationen zudem großen Wert auf den transformativen und systemischen Charakter bzw. die langfristige Ausrichtung von Sozialen Innovationen. Westley und Antadze (2010) beispielsweise beschreiben in ihrer Definition, dass Soziale Innovationen tiefgehende Veränderung im die jeweilige Innovation betreffenden System herbeiführen. MacCallum et al. (2009) sprechen hierbei sogar von einer „Transformation“ des sozialen bzw. gesellschaftlichen Systems. Andere Definitionen setzen einen solchen langfristigen, transformativen Charakter von Sozialen Innovationen nicht voraus (z. B. Phills et al., 2008; Howaldt und Schwarz, 2010).

Auch die Unterscheidung zwischen technischen und nicht-technischen Innovationen ist ein relevanter Aspekt der Definitionsansätze zu Sozialen Innovationen. So werden in der Hightech Strategie 2025 beispielsweise Soziale Innovationen gesondert von technischen Innovationen

behandelt¹. Auch in der Literatur werden Soziale Innovationen manchmal aufgrund ihrer meist immateriellen Natur in Abgrenzung zu technischen Innovationen betrachtet (z. B. Howaldt & Schwarz, 2010). Dabei liegt nahe, dass Sozialen Innovationen insbesondere dann eine immaterielle Natur zugesprochen werden kann, wenn mit der sozialen Komponente der Innovationen soziale Praktiken und Interaktionen gemeint sind. Setzt man in der Definition hingegen „lediglich“ eine Ausrichtung auf soziale oder gesellschaftliche Zielstellungen voraus, können auch materielle Innovationen hierunter fallen. Entsprechend gibt es viele Studien und Autorinnen bzw. Autoren, die betonen, dass Soziale Innovationen sowohl technischer als auch nicht-technischer Natur sein können. Eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie beispielsweise befand, dass Soziale Innovationen „eine Untermenge von nichttechnischen und technischen Innovationen“ seien (technopolis Group, 2016). Auch John und Jöstingmeier (2018) argumentieren: „Nicht-technische [...] Innovationen sind nicht sozialer als ihre technischen Konterparts“ (S.44).

Von der kürzlich fortgeschriebenen Regionalen Innovationsstrategie Schleswig-Holsteins (RIS3.SH) werden Soziale Innovationen als nicht-technische Innovationen angesehen, dabei wird jedoch anerkannt, dass auch technische Komponenten eine große Rolle spielen können. Zentrales Merkmal von Sozialen Innovationen ist laut RIS3.SH eine starke Orientierung der Innovationen auf die „Steigerung des Gemeinwohls“ (MWWATT, 2021, S.2).

3.2 Social Entrepreneurship

Soziale Innovationen werden heutzutage oft mit dem Konzept von Social Entrepreneurship assoziiert, sowohl im politischen wie auch akademischen Diskurs. Insbesondere bei der Überführung von Ideen in die Praxis wird unternehmerischen Mitteln dabei oft eine zentrale Rolle zugesprochen. Wenngleich wirtschaftlich agierende Akteure nicht die einzigen Treiber sozialer Innovation sind – wie beispielsweise eine Studie des Nordischen Ministerrats (2015) betont – so werden die sogenannten Social Entrepreneurs dennoch als eine zentrale Akteursgruppe in der Umsetzung von Sozialen Innovationen betrachtet. Im aktuellen Ressortkonzept der Bundesregierung zu Sozialen Innovationen wird diesbezüglich Folgendes hervorgehoben: „Social Entrepreneurs und Social Start-ups sind durch ihre Verbindung von gesellschaftlichen Zielen und unternehmerischem Handeln wichtige Treiber für Soziale Innovationen.“ (BMBF, 2021)

In Anbetracht dieser wichtigen Rolle von Social Entrepreneurship stellt sich zunächst die Frage, was genau unter dem Konzept zu verstehen ist und nach welchen Kriterien Social Enterprises oder Social Start-ups² als solche klassifiziert werden.

Im Hinblick auf den akademischen und politischen Diskurs zu Social Entrepreneurship lassen sich zwei zentrale Punkte festhalten. Erstens gibt es nicht die eine, anerkannte Definition von Social

¹ Siehe z. B. Seite 16 der Hightech Strategie: „Neben technologischen werden wir verstärkt auch Soziale Innovationen befördern.“

² Social Enterprises werden im deutschen Sprachgebrauch häufig auch als „Sozialunternehmen“ bezeichnet. Um mögliche Missverständnisse in der Bedeutung von Sozialunternehmen zu vermeiden und eine Abgrenzung von Social Enterprises zu Organisationen der Sozialwirtschaft, Inklusionsunternehmen o. ä. zu ermöglichen, werden in diesem Gutachten stattdessen die englischen Begriffe „Social Enterprises“, „Social Entrepreneurs“ und für die Teilgruppe im Gründungsbereich „Social Start-ups“ verwendet.

Entrepreneurship, sondern vielmehr eine Vielzahl unterschiedlich nuancierter Definitionsansätze. Zweitens sind bestehende Definitionen hierbei unterschiedlich weit gefasst: Bei einigen eng gefassten Definitionen müssen deutlich mehr Kriterien erfüllt werden, um als Social Enterprise klassifiziert zu werden, als bei weit gefassten Ansätzen (vgl. Scheuerle et al., 2013). Die in den verschiedenen Definitionen angelegten Kriterien lassen sich in folgenden Dimensionen zusammenfassen:

Soziale Dimension: Soziale oder gesellschaftliche Wertschaffung bzw. Zielsetzung

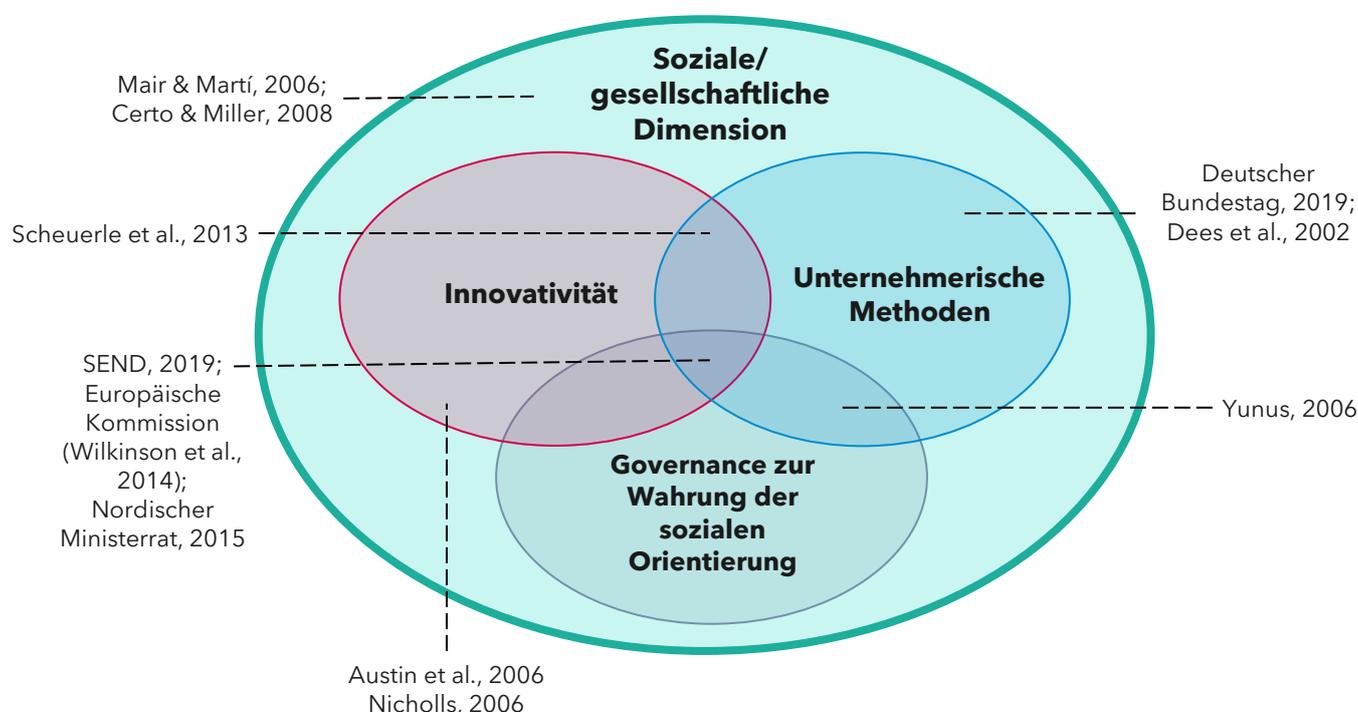
Unternehmerische Dimension: Nutzung unternehmerischer Mittel

Governance-Dimension: Steuerungsmodell zur Wahrung der sozialen Zielstellung

Innovativität: Neuartigkeit bzw. Innovativität der Aktivitäten oder Ansätze

Abbildung 1 stellt diese Dimensionen der bestehenden Definitionen von Social Entrepreneurship dar und verortet in ihren Teil- und Schnittmengen die im folgenden analysierte Literatur.

Abbildung 1: Dimensionen bestehender Definitionen von Social Entrepreneurship (Barrierefreie Beschreibung in Fußnote³)



Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting (2021).

³ Definitionen, die lediglich die sozial-gesellschaftliche Dimension voraussetzen sind z. B. die Definitionen von Mair und Martí (2006) sowie Certo und Miller (2008). Definitionen, welche lediglich die sozial-gesellschaftliche Dimension und die unternehmerische Dimension beinhalten sind z. B. die Arbeitsdefinition der Bundesregierung (Deutscher Bundestag, 2019) und die Definition von Dees et al. (2002). Zu den Definitionen, die die sozial-gesellschaftliche, unternehmerische und Governance-Dimension aufweisen, gehört z. B. die Definition von Yunus (2006). Die sozial-gesellschaftliche und unternehmerische Dimension sowie Innovativität wird z. B. in der Definition von Scheuerle et al. (2013) verwendet. Zu den Definitionen, die die sozial-gesellschaftliche Dimension und Innovativität voraussetzen gehören z. B. Austin et al. (2006) und Nicholls (2006). Die Definitionen von SEND (2019), der Europäischen Kommission (Wilkinson et al., 2014) und des Nordischen Ministerrats (2015) umfassen alle vier Dimensionen.

Gemeinsamkeit aller Definitionsansätze in der Literatur ist die soziale bzw. gesellschaftliche Dimension. Viele Autorinnen und Autoren nennen hierbei „Social Value“, „Social Impact“ bzw. die soziale oder gesellschaftliche Wertschaffung als essenziellen Aspekt von Social Entrepreneurship (Austin et al., 2006; Dees et al., 2002; Bl'anda & Urbancikova, 2020; Mair & Martí, 2006). Viele Definitionen setzen explizit eine soziale bzw. gesellschaftliche Zielsetzung der Unternehmen als zentrales Kriterium voraus (u. a. Certo & Miller, 2008; Wilkinson et al., 2014; BMWi, 2018; SEND, 2019; Nordischer Ministerrat, 2015; Yunus, 2006). So wird in der Definition der Europäischen Kommission beispielsweise „ein primärer und ausdrücklich sozialer Zweck“ der Unternehmen als zentrales Unterscheidungsmerkmal von Social Enterprises zu traditionellen, primär gewinnorientierten Unternehmen genannt (Wilkinson et al., 2014). In einem Praxisleitfaden zu sozialem Unternehmertum nennt auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi, 2018) als zentrales Merkmal von Social Entrepreneurship das Ziel der Unternehmen, „mit ihren Produkten und Dienstleistungen einen Beitrag zum gesellschaftlichen Fortschritt zu leisten“. In ähnlicher Weise definiert auch das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) Social Entrepreneurship über das Ziel, Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen bieten zu wollen. Die gesellschaftlichen Herausforderungen von Social Enterprises können dabei in unterschiedlichen Themenbereichen liegen. So adressieren Green Entrepreneurs⁴ primär ökologische Herausforderungen, andere Social Enterprises hingegen eher soziale Bedarfe, wie z. B. Herausforderungen in den Bereichen Integration, Bildung und Teilhabe (u. a. SEND, 2019).

Die weiteren drei Dimensionen der Definitionsansätze von Social Entrepreneurship treten in der Literatur in unterschiedlichen Kombinationen sowie mit unterschiedlichen Gewichtungen und Nuancierungen auf. Die am weitesten gefassten Definitionen legen hierbei z. B. keine weiteren Kriterien über die sozial-gesellschaftliche Dimension hinaus an (z. B. Certo & Miller, 2008). Enger gefasste Definitionen hingegen setzen zusätzlich zu den Anforderungen der sozialen Dimension weitere Kriterien voraus. So nennen beispielsweise Dees et al. (2002) als zweite essenzielle Charakteristik die Nutzung unternehmerischer Methoden. Auch in der Arbeitsdefinition der Bundesregierung (Deutscher Bundestag, 2019) wird neben der sozial-gesellschaftlichen Dimensionen als einziges weiteres Kriterium die Nutzung unternehmerischer Mittel vorausgesetzt. Dort werden zu Social Entrepreneurship „alle Unternehmen, wirtschaftliche Vereine und Stiftungen, deren Geschäftsmodell auf die Lösung von sozialen/gesellschaftlichen Herausforderungen mit unternehmerischen Mitteln gerichtet ist“, gezählt. Diese weite Definition ist aus Sicht der Bundesregierung angesichts der ausgeprägten Heterogenität von Social Entrepreneurship angemessen. Auch die Definitionen der Europäischen Kommission sowie die des SEND umfassen – neben anderen – eine unternehmerische Dimension, und dabei sogar eine „kontinuierliche“ wirtschaftliche Tätigkeit bzw. Nutzung unternehmerischer Mittel seitens der Social Enterprises, voraus (Wilkinson et al., 2014; SEND, 2019).

Einige Definitionsansätze postulieren, dass Social Entrepreneurship mit einer besonderen Form von Governance einhergehen muss. Hierbei wird zumeist das Vorhandensein von Steuerungsstrukturen und Mechanismen genannt, mit denen die soziale Orientierung des Social Enterprises sichergestellt wird. Vorausgesetzt wird dies beispielsweise in der Definition von SEND, der Europäischen Kommission, sowie des nordischen Ministerrats (SEND, 2019; Wilkinson et al., 2014; Nordischer Ministerrat, 2015). In ähnlicher Weise setzt auch Friedensnobelpreisträger Mohammed Yunus in seiner Definition von „Social Business“ eine Governancestruktur voraus, die

⁴ Green Entrepreneurship wird in diesem Gutachten als Teilmenge von Social Entrepreneurship verstanden.

sicherstellt, dass generierte Gewinne des Unternehmens nicht an Investoren ausgeschüttet werden, sondern zurück ins Unternehmen fließen (Yunus, 2008). Auch die Social-Enterprise-Definition des Vereinigten Königreichs fordert eine solche Reinvestition von Gewinnen in das Unternehmen oder für das Wohl der Gesellschaft (Department for Business Innovation and Skills, 2011). Steuerungsstrukturen in dieser oder ähnlicher Art sollen verhindern, dass Social Enterprises in ihren Aktivitäten die Gewinnmaximierung vor ihre sozialen Ziele stellen.

Austin et al. (2006) sowie Nicholls (2006) hingegen setzen neben der sozialen Dimension als einziges weiteres Kriterium voraus, dass Social Enterprises sich durch innovative (d. h. neuartige) Aktivitäten bzw. Ansätze auszeichnen müssen. Damit ist dieser Definitionsansatz sehr eng an der zuvor dargelegten Definition sozialer Innovationen orientiert. Auch in den Definitionen von SEND (2019) sowie des Nordischen Ministerrats (2015) wird neben weiteren Definitionskriterien Innovativität vorausgesetzt. In einer etwas anderen Nuancierung besagt die Definition der Europäischen Kommission hingegen lediglich, dass Aktivitäten von Social Enterprises „oftmals“ von sozialer Innovativität geprägt sind (Wilkinson et al., 2014).

Die Definitionen des SEND und der Europäischen Kommission umfassen alle vier der vorgestellten Definitionsdimensionen von Social Entrepreneurship und gehören damit zu den vergleichsweise eng gefassten Definitionsansätzen:

Social Enterprises sind „Unternehmen, für die das soziale oder gesellschaftliche gemeinnützige Ziel Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit darstellt, was sich oft in einem hohen Maße an sozialer Innovation äußert, deren Gewinne größtenteils wieder investiert werden, um dieses soziale Ziel zu erreichen und deren Organisationsstruktur oder Eigentumsverhältnisse dieses Ziel widerspiegeln, da sie auf Prinzipien der Mitbestimmung oder Mitarbeiterbeteiligung basieren oder auf soziale Gerechtigkeit ausgerichtet sind.“

Europäische Kommission, 2013

„Das primäre Ziel von Social Entrepreneurship ist die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Dies wird durch kontinuierliche Nutzung unternehmerischer Mittel erreicht und resultiert in neuen und innovativen Lösungen. Durch steuernde und kontrollierende Mechanismen wird sichergestellt, dass die gesellschaftlichen Ziele intern und extern gelebt werden.“

SEND, 2019

4. ERGEBNISSE DER BESTANDSAUFNAHME

4.1 Nachfrage und Zielgruppendefinition

Zielgruppendefinition für Gutachten und Landesstrategie

Die Navigation der in [Kapitel 3](#) dargestellten Vielfalt an Definitionsansätzen stellt auch für die geplante Schleswig-Holsteinische Landesstrategie zum Thema Social Entrepreneurship eine Herausforderung dar. Mit unterschiedlich weit oder eng gefassten Definitionen gehen schließlich auch unterschiedliche Zielgruppen der ggf. anzupassenden oder zu entwickelnden Förder- und Unterstützungsangebote einher. Im Kick-off-Workshop zu Beginn der Gutachtenserstellung (vgl. [Projektetablierung und Kick-off](#)) wurden die oben aufgeführten Definitionsansätze zu Sozialen Innovationen und Social Entrepreneurship diskutiert. Ziel der Diskussion war dabei nicht, zu einer einzelnen, „korrekten“ Definition zu gelangen, sondern in einem praxisorientierten Dialog zu einem gemeinsamen Verständnis der verschiedenen Definitionsdimensionen zu gelangen und herauszufinden, an wen sich die geplante Landesstrategie kurz-, mittel und langfristig richten kann und sollte.

Im Ergebnis der Workshopdiskussion gab es insgesamt einen hohen Grad an Zustimmung zu vielen Aspekten der vorgestellten Definitionen. Einige Dimensionen/Kriterien der Definitionen wurden von den Teilnehmenden dabei als essenziell, andere als optional bzw. weniger relevant mit Blick auf die Zielgruppe der geplanten Landesstrategie und das aktuelle Social-Entrepreneurship-Ökosystem in Schleswig-Holstein eingestuft.

Ein konsensuales Ergebnis des Workshops war die übergeordnete Bedeutung einer sozialen bzw. gesellschaftlichen Zielstellung (auch: Social Value/Social Impact) – sowohl bzgl. des Begriffs „Soziale Innovationen“ als auch „Social Entrepreneurship“.

Soziale Innovationen im Kontext eines holistischen Innovationsverständnisses

Aus Sicht der Workshopteilnehmenden sollten neben dem primär nicht-technischen Charakter sozialer Innovationen auch technische Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen mitbedacht werden. Außerdem sollten nicht nur disruptive/radikale Neuheiten als innovativ verstanden werden, sondern auch inkrementelle Neuerungen und/oder nur für eine bestimmte regionale oder organisatorische Einheit Neues unter den Innovationsbegriff fallen. Diese Ansprüche der Workshopteilnehmenden stehen im Einklang mit der RIS3.SH (vgl. MWVATT, 2021, S. 2-3).

Ergänzend zu den bestehenden Definitionsansätzen für Soziale Innovationen war es einem Teil der am Workshop teilnehmenden Schlüsselakteure mit Blick auf die geplante Landesstrategie sehr wichtig, dass (vom Land geförderte/unterstützte) Soziale Innovationen immer auch die Nachhaltigkeit der Lösungen, die sie vorschlagen bzw. der Wirkungen, die sie entfalten, belegen sollten.

Soziale/gesellschaftliche Zielstellung und die Nutzung unternehmerischer Methoden als Kernmerkmale von Social Entrepreneurship

Um mögliche relevante Zielgruppen nicht schon zu Beginn des Prozesses der geplanten Landesstrategie auszuschließen, wurde von den Schlüsselakteuren ein breiter Definitionsansatz von Social Entrepreneurship empfohlen, bei dem die soziale/gesellschaftliche Zielstellung und die Nutzung unternehmerischer Methoden als Kernmerkmale gelten sollten. Über die zusätzliche

Berücksichtigung des Kriteriums Governance-Struktur wurde im Workshop intensiv diskutiert. Obwohl die meisten Teilnehmenden es zwar für wichtig hielten, dass Social Enterprises Mechanismen oder Strukturen zur Wahrung ihrer sozialen Zielstellungen aufweisen, rieten die Beteiligten dennoch davon ab, mit Blick auf die geplante Landesstrategie frühzeitig vorzuschreiben, wie dies konkret umgesetzt wird. Entsprechende Governance-Strukturen und Kontrollmechanismen seien zwar wichtig, um den Umgang mit Gewinnen bzw. die Balance zwischen sozialen und finanziellen Zielstellungen eines Unternehmens zu regeln. Zu enge Vorschriften in der Ausgestaltung dieser Mechanismen, z. B. durch vorgeschriebene Rechtsformen oder Organisationsmodelle, könnten jedoch vor allem zu Beginn des Prozesses einschränkend wirken. Auch die Nutzung unternehmerischer Methoden sollte keinesfalls mit einer Beschränkung auf bestimmte Rechtsformen gleichgesetzt werden.

Das Kriterium Innovativität wurde von einem Großteil der Workshopteilnehmenden als optionales Kriterium eingestuft. Social Entrepreneurship weise zwar oft innovative Elemente auf, der Innovationsgrad sei aber objektiv nur schwer zu bestimmen. Die Workshopteilnehmenden stimmten zu, dass ein holistischer Innovationsbegriff, wie ihn auch die RIS3.SH vertritt, im Einklang mit den Zielstellungen von Social Entrepreneurship steht.

Fokus von Gutachten und Landesstrategie auf Social Start-ups

Im Ergebnis des Kick-off-Workshops, der Literatur- und Dokumentenanalyse, der durchgeführten Interviews mit Expertinnen und Experten, den Fokusgruppen sowie den Erfahrungen anderer Regionen (Good-Practice-Analyse) werden die Kriterien „soziale/gesellschaftliche Zielstellung“ und „Nutzung unternehmerischer Mittel“ als zentrale Definitionskriterien für die Zielgruppe der geplanten Landesstrategie vorgeschlagen. Diese Schwerpunktsetzung steht im Einklang mit der Arbeitsdefinition der Bundesregierung (Stand 2019):

„Die Bundesregierung rechnet zu Sozialunternehmertum alle Unternehmen, wirtschaftliche Vereine und Stiftungen, deren Geschäftsmodell auf die Lösung von sozialen/gesellschaftlichen Herausforderungen mit unternehmerischen Mitteln gerichtet ist. Aus Sicht der Bundesregierung wird das damit einhergehende weite Spektrum der Heterogenität von Social Entrepreneurship angemessen gerecht.“ (Deutscher Bundestag, 2019)

Aufgrund ihrer impulsgebenden und aktiven Rolle im Social-Entrepreneurship-Ökosystem Schleswig-Holsteins liegt der Fokus des Gutachtens auf Gründungsvorhaben, Start-ups, jungen Unternehmen, Vereinen und Stiftungen, deren Geschäftsmodelle auf die Lösung von gesellschaftlichen Herausforderungen mit unternehmerischen Mitteln gerichtet sind. Im Folgenden wird diese Zielgruppe als „Social Start-ups“ bezeichnet.

Arbeitsdefinition der Zielgruppe für Gutachten und Landesstrategie

(in Anlehnung an SEND, 2019):

„Das primäre Ziel der Social Enterprises bzw. Social Start-ups ist die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Dies wird durch eine kontinuierliche Nutzung unternehmerischer Mittel erreicht und resultiert häufig in disruptiven oder inkrementellen Innovationen. Durch steuernde und kontrollierende Mechanismen kann die Verfolgung der gesellschaftlichen Ziele in den Social Enterprises bzw. Social Start-ups langfristig sichergestellt werden.“

Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich – wie die Ergebnisse der Fokusgruppen zeigten – relevante Gründungsvorhaben und Initiativen in Schleswig-Holstein nicht unbedingt selbst als Social Start-ups bezeichnen würden. Vielmehr identifizieren sich die Gründungsvorhaben über die gesellschaftliche oder soziale Zielstellung, die sie adressieren. Sie bezeichnen sich z. B. als Sustainable Start-ups, Green Start-ups, Impact Start-ups, gemeinnützige Unternehmen oder Sozialunternehmen. Der gesellschaftliche bzw. soziale Impact steht für die Zielgruppe klar im Vordergrund ihrer Aktivitäten. Die Gewinnerzielung wird häufig als nachrangig angesehen und eine Gewinnmaximierung wird als Ziel ausgeschlossen. Zu Begriffen wie „Unternehmen“, „Wirtschaft-...“, „Gewinn“ oder „Innovation“ herrschen in der Zielgruppe teilweise negative Assoziationen vor.

Wachsende Anzahl an Social Start-ups

Die Anzahl der Social Start-ups in Deutschland wächst seit einigen Jahren stetig. Laut Deutschem Startup Monitor 2020 ordneten in den letzten Jahren zunehmend mehr Start-ups in Deutschland ihre Produkte und Dienstleistungen den Bereichen Social Entrepreneurship bzw. Green Economy zu. Im Jahr 2020 waren es über 42 bzw. 43 Prozent der für den Monitor befragten Start-ups. Die Befragung von insgesamt 428 deutschlandweiten Social Enterprises im Rahmen des dritten Deutschen Social Entrepreneurship Monitors (Hoffmann et al., 2021) bestätigt diese Zunahme in den letzten Jahren: Rund 60 Prozent der hierfür befragten Social Enterprises sind in den vergangenen drei Jahren gegründet worden.⁵

Den Trend einer wachsenden Anzahl von Social Start-ups konnten die interviewten Expertinnen und Experten auch für das Land Schleswig-Holstein bestätigen. So schilderten beispielsweise Vertretende von Förderinstitutionen im Land, dass ein immer höherer Anteil der Gründerinnen und Gründer, mit denen sie in Kontakt kommen, soziale und/oder nachhaltige Aspekte in ihren Gründungsvorhaben explizit berücksichtigen. Laut interviewten Expertinnen und Experten entwickelt sich der Aspekt Nachhaltigkeit aber gleichzeitig auch insgesamt zu einem Kriterium, das kaum mehr ignoriert werden könne.

Insgesamt besteht bundesweit eine sehr lückenhafte Datenlage zu Social Enterprises sowie annähernd keine Datenlage zur Zielgruppe in Schleswig-Holstein. Eine Approximation über die amtliche Statistik, wie sie etwa in Drucksache 19/1603 (Schleswig-Holsteinischer Landtag, 2019) über die Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ08) oder in anderen Regionen auch über Rechtsformen versucht wurde, ist vor dem Hintergrund vielfältiger Branchenzugehörigkeiten und Rechtsformen von Social Enterprises nicht zielführend. Die Größe der Zielgruppe der Social Start-ups in Schleswig-Holstein ist aufgrund dieser sehr limitierten Datenlage ebenfalls nur schwer zu schätzen. Der geringe Anteil Schleswig-Holsteinischer Social Enterprises unter den Befragten im Deutschen Social Entrepreneurship Monitor (Hoffmann et al., 2021) sowie Aussagen der interviewten Expertinnen und Experten deuten insgesamt auf eine bislang eher kleine, jedoch stetig wachsende Anzahl hin. Aus den Interviews mit Expertinnen und Experten und den durchgeführten Fokusgruppen mit Gründerinnen und Gründern lässt sich zudem ablesen, dass sich viele der Social Start-ups in Schleswig-Holstein noch in vergleichsweise frühen Phasen des

⁵ Im Rahmen des Social Entrepreneurship Monitors wurde bislang nur eine sehr geringfügige Anzahl an Social Enterprises aus Schleswig-Holstein befragt (1,4 % und somit sechs der 428 Social Enterprises kamen aus Schleswig-Holstein). Die Ergebnisse spiegeln somit zwar Trends unter Social Enterprises auf Bundesebene wider, lassen jedoch nicht auf Charakteristika der Social Start-ups in Schleswig-Holstein im Speziellen schließen.

Gründungs- und Wachstumsprozess befinden. Der yooweedoo-Ideenwettbewerb fördert ca. 25-30 Vorhaben pro Jahr, von denen etwa 20 Prozent in einer Gründung münden (vgl. Schleswig-Holsteinischer Landtag, 2021a).

Vielfalt an Branchen und gesellschaftlichen Zielstellungen

Social Enterprises sind in verschiedensten Branchen und Themenbereichen anzutreffen. Die aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen sind vielfältig – allein die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (vgl. Die Bundesregierung, 2021) illustrieren die thematische Breite der Zielstellungen, die von Social Entrepreneurs in Angriff genommen werden können. Genauso vielfältig sind auch die auf diese Zielstellungen gerichteten Lösungsansätze von Social Entrepreneurs. Laut drittem Deutschen Social Entrepreneurship Monitor sind Social Enterprises aus Deutschland grundsätzlich „in allen gängigen Branchen vertreten“ (Hoffmann et al., 2021, S.18f).

Erkenntnisse aus den Fokusgruppen sowie den Interviews mit Expertinnen und Experten zeigen, dass Social Start-ups auch in Schleswig-Holstein eine Vielfalt an Themen bearbeiten. Um nur einige zu nennen, seien hier Green Start-ups erwähnt, die durch Wiederverwendung von Materialien das Prinzip der Kreislaufwirtschaft umsetzen, interkulturelle Begegnungen ermöglichen, Dienstleistungen im Bereich Umweltbildung anbieten und/oder Teile ihrer Einnahmen in soziale/ökologische Projekte reinvestieren. Ein spezieller Branchenfokus ist bei den Social Start-ups in Schleswig-Holstein nicht zu erkennen. Die interviewten Expertinnen und Experten bezeichneten Social Entrepreneurship im Land aufgrund der großen thematischen Vielfalt vielmehr als branchenübergreifendes Querschnittsthema. Gründungsvorhaben im Land scheinen allerdings im Vergleich zu anderen Bundesländern häufig dem Teilbereich Green Entrepreneurship zuzuordnen zu sein. Laut Green Startup Monitor 2021 (Fichter & Olteanu, 2021) machen grüne Start-ups in Schleswig-Holstein 29 Prozent aller Start-ups im Land aus – ein im Vergleich zu anderen Bundesländern hoher Anteil (höher ist er nur in Hessen, Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland).

Gemeinnützigkeit ↔ Gewinnorientierung

Unter den Social Enterprises in Deutschland lassen sich entlang des Spektrums zwischen rein gemeinnützig und rein gewinnorientierter Ausrichtung unterschiedliche Modelle erkennen (vgl. Unterberg et al., 2015). Expertinnen und Experten aus Schleswig-Holstein berichten, dass sie in der Praxis vor allem die zwei Modelle an den Enden dieses Spektrums beobachten: Auf der einen Seite gebe es das primär gemeinnützig orientierte Modell. Dies seien Körperschaften, welche die Nutzung unternehmerischer Methoden höchstens als Mittel zum Zweck der Erreichung ihrer sozialen Ziele betrachten, überwiegend gemeinnützig organisiert sind und sich zumindest teilweise durch Spenden und weitere nicht-rückzahlbare Finanzierungsformen finanzieren. Auf der anderen Seite des Spektrums gebe es das primär gewinnorientierte Modell. In diese Kategorie fielen Start-ups/Unternehmen mit einem primär gewinnorientierten Geschäftsmodell, die jedoch explizit auch soziale bzw. gesellschaftliche Zielstellungen haben. Typischerweise seien dies gewerbliche, nicht-gemeinnützig organisierte Unternehmen. Laut interviewter Expertinnen und Experten gibt es im Zeitverlauf einen Trend hin zur Mitte des Modells: Gemeinnützige Social Enterprises nützten vermehrt unternehmerische Mittel und primär gewinnorientierte Start-ups/Unternehmen rückten zunehmend auch die gesellschaftlichen bzw. sozialen Zielstellungen in den Fokus ihrer Aktivitäten.

4.2 Gesellschaftliche, politische und rechtliche Rahmenbedingungen

Lösungsansatz für gesellschaftliche Herausforderungen

Die im Rahmen der Gutachtenerstellung interviewten Expertinnen und Experten erkennen auf globaler, nationaler und Landesebene eine stetig wachsende Bedeutung von Social Entrepreneurship. Globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die digitale Transformation und demografische Veränderungen erforderten einen Wandel der Art, wie wir leben und arbeiten. Das Konzept Social Entrepreneurship habe dabei eine Pionierfunktion, indem es Soziale Innovationen herbeiführt und eine neue, nachhaltigere Art des Wirtschaftens vorlebt. So wurde beispielsweise bereits 2018 von der Schwedischen Regierung beschlossen, bessere Bedingungen für Sozialunternehmen schaffen, um die gesellschaftliche Innovationskraft und den gesellschaftlichen Beitrag von Sozialunternehmen zu nutzen und damit Schwedens Ziel einer modernen, sicheren, nachhaltigen und integrativen Gesellschaft zu erreichen (vgl. [Good-Practice-Analyse](#)). Social Entrepreneurship werde laut interviewten Expertinnen und Experten auch in Deutschland bereits seit einigen Jahren „als Problemlöser für verschiedene soziale und ökologische Probleme“ betrachtet (vgl. hierzu auch Scheuerle et al., 2013).

Wachsende politische Relevanz

Laut interviewter Expertinnen und Experten entwickelte sich Social Entrepreneurship im letzten Jahrzehnt von einem Nischenthema hin zu einem Konzept, welchem mehr und mehr politische Aufmerksamkeit zufließt. Konkret festmachen lässt sich dies z. B. daran, dass die Bedeutung und Förderwürdigkeit von Social Entrepreneurship bereits im Jahr 2018 im Koalitionsvertrag der Bundesregierung (CDU, CSU & SPD, 2018) festgehalten wurde. Im diesjährigen Gutachten der Expertenkommission Forschung und Innovation (2021) sowie im aktuellen Ressortkonzept der Bundesregierung zu Sozialen Innovationen (BMBF, 2021) wird die Förderung von Sozialen Innovationen als politische Priorität ebenfalls hervorgehoben. Social Entrepreneurs sollen als zentrale Treiber sozialer Innovationen gefördert werden. Auch im kürzlich verabschiedeten Koalitionsvertrag 2021–2025 heißt es:

„Zu einer modernen Unternehmenskultur gehören auch neue Formen wie Sozialunternehmen, oder Gesellschaften mit gebundenem Vermögen. Wir erarbeiten eine nationale Strategie für Sozialunternehmen, um gemeinwohlorientierte Unternehmen und Soziale Innovationen stärker zu unterstützen.“ (SPD, BÜNDNIS 90 / Die GRÜNEN & FDP, 2021)

Trotz der dargelegten wachsenden politischen Relevanz von Social Entrepreneurship stellt eine mangelnde Anerkennung des Konzepts in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft – international, in Deutschland insgesamt und in Schleswig-Holstein – nach wie vor eine Herausforderung dar (vgl. Europäische Kommission 2011; SEND 2019). Social Entrepreneurship ist aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten zudem ein ganzheitliches Konzept, das über Ressortgrenzen hinweg gedacht seine vollen Potenziale entfalten kann. So greift beispielsweise auch das aktuelle Ressortkonzept der Bundesregierung zu Sozialen Innovationen, eine Empfehlung des Hightech-Forums zu einer ressortübergreifenden Koordination des Themas auf (vgl. BMBF, 2021).

Positive Rahmenbedingungen in Schleswig-Holstein

Mit der geplanten Strategie baut das Land Schleswig-Holstein auf vorhandenen Stärken und positiven Rahmenbedingungen auf (Ergebnisse aus Kick-off-Workshop, Literatur- und Dokumentenanalyse, Interviews, Fokusgruppen):

- In Schleswig-Holstein gibt es – rund um das Projekt yooweedoo und die im Jahr 2021 konstituierte Netzwerkgruppe „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“, weitere bestehende Netzwerke rund um Hochschulen und Bildungsangebote, Akzeleratoren und Inkubatoren zur Gründungsförderung, Coworking-Spaces und Festivals – eine **aktive und gut vernetzte Social-Entrepreneurship-Community** (vgl. [Social-Entrepreneurship-Ökosystem Schleswig-Holstein](#)), die außerdem zunehmend mit dem gesamten Start-up-Ökosystem Schleswig-Holstein vernetzt ist. Insbesondere yooweedoo erfüllt dabei außerdem eine wichtige Funktion für die Sichtbarkeit und Kommunikation (in die Community sowie nach außen) des Themas Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein.
- Über bestehende Förder- und Unterstützungsangebote im Land wurden und werden bereits heute **vielfältige und relevante Vorhaben im Social-Entrepreneurship-Bereich** unterstützt.
- Die **Aufmerksamkeit aus Politik und Zivilgesellschaft** für das Thema nimmt in Schleswig-Holstein nach Aussage mehrerer interviewter Expertinnen und Experten zu – wie die geplante Erstellung der Landesstrategie Social Entrepreneurship belegt.
- Die Relevanz sozialer Innovationen für den Innovationsstandort Schleswig-Holstein wird in der Fortschreibung der **RIS3.SH** explizit dargelegt (MWVATT, 2021). Auch das holistische Innovationsverständnis der RIS3.SH ist eine befördernde Rahmenbedingung für Social Entrepreneurship. Außerdem zeigen sich Anknüpfungspunkte der Social Start-ups zu den **Schleswig-Holsteinischen Clustern** (Erneuerbare Energien, Ernährungswirtschaft, Digitale Wirtschaft, Maritime Wirtschaft Tourismus und Life Sciences). Auch lokale Schwerpunktbranchen (z. B. die Kultur- und Kreativwirtschaft in Kiel) bieten inhaltliche und strukturelle Anknüpfungspunkte zu Social Entrepreneurship.
- In Deutschland besteht eine enge **Verbindung zwischen Social Entrepreneurship und dem Ehrenamt**. Zum einen entsteht Social Entrepreneurship laut den Interviewten Expertinnen und Experten oftmals aus ehrenamtlichem Engagement heraus. Zum anderen zeigen wissenschaftliche Studien, dass Social Enterprises in Deutschland tendenziell höhere Anteile an ehrenamtlichen Mitarbeitenden zu haben scheinen (vgl. Scheuerle et al., 2013). Schleswig-Holstein bietet sehr gute Rahmenbedingungen für ehrenamtliches Engagement und damit auch für Social Entrepreneurship. Expertinnen und Experten berichten von überdurchschnittlich stark ausgeprägtem ehrenamtlichem Engagement im Land und von einem hohen Maß an Eigeninitiative zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen – insbesondere in jüngeren Bevölkerungsgruppen. Die Überführung von ehrenamtlichen, gemeinnützigen Aktivitäten in eine unternehmerische Tätigkeit stellt jedoch häufig eine große Herausforderung dar, wie in Interviews und Fokusgruppen im Rahmen der Gutachtenerstellung festgestellt wurde.
- Die Potenziale für die **ressortübergreifende Auseinandersetzung** mit dem Thema Social Entrepreneurship und die Bedeutung einer **frühzeitigen Sensibilisierung** für Gründungsgeist sowie Unternehmerinnen- und Unternehmertum wurden in Schleswig-Holstein bereits erkannt. Vor allem im Bildungsbereich wird mit dem Landeskonzept Entrepreneurship Education (Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, 2021) und dem stiftungsfinanzierten SEEd-

Programm (SEEd.schule, 2021) ein ganzheitlicher Ansatz zur Förderung unternehmerischen Denkens und des Verständnisses von Social Entrepreneurship in der Gesamtgesellschaft verfolgt.

Stellenwert in der „konventionellen“ Wirtschaft

Das Interesse etablierter Unternehmen am Konzept Social Entrepreneurship ist laut den im Rahmen der Gutachtenerstellung interviewten Expertinnen und Experten in Schleswig-Holstein noch gering. Das Interesse an sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit wachse allerdings parallel zum internationalen und deutschlandweiten Trend auch hier. Eine Zuordnung dieser Trends zu dem noch verhältnismäßig neuen Konzept „Social Entrepreneurship“ finde in der Regel aber noch nicht statt.

Potenziale der öffentlichen Hand

„Im Beschaffungswesen steckt ein riesiger Hebel zur nachhaltigen Förderung von Sozialunternehmen und Sozialen Innovationen.“ (SEND, 2021b)

Im Land Schleswig-Holstein gibt es bisher kaum Bestrebungen von Land und Kommunen, die Potenziale einer Social-Entrepreneurship-freundlichen Beschaffung und Vergabe zu nutzen. Dies wurde mit den Schlüsselakteuren im Priorisierungsworkshop intensiv diskutiert.

Die Potenziale wurden im Rahmen der Gutachtenerstellung juristisch geprüft und werden im Folgenden dargelegt. Anknüpfend an die Aussage des SEND ist für die Förderung einer Social-Entrepreneurship-freundlichen öffentlichen Beschaffung aus rechtlicher Perspektive zwischen zwei Ebenen zu differenzieren:

(1) der abstrakt-generellen (normativen) Ebene und

(2) der konkret individuellen Ausgestaltung des konkreten Vergabeverfahrens.

(1) Auf der normativen Ebene bestehen unterschiedliche abstrakt-generelle Handlungsmöglichkeiten für die Länder. Zwar ist das Vergaberecht oberhalb der sogenannten EU-Schwellenwerte unionsrechtlich durch die Vergaberichtlinien determiniert, die auf Bundesebene im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) und in der Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge (VgV) umfassend umgesetzt worden sind. In diesem Bereich liegt die Gesetzgebungskompetenz beim Bund. Aufgrund der Öffnungsklausel des § 129 GWB sind die Länder indes ermächtigt, eigene Landes-Vergabegesetze mit Ausführungsbedingungen zu erlassen. Die Regelungsbefugnis umfasst einzelne Teilaspekte des Vergaberechts, die im GWB nicht abschließend geregelt sind. In den Landesvergabegesetzen kann etwa die besondere Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und innovativen Aspekten verbindlich vorgeben werden (z. B. § 3 Abs. 1 Hessisches Vergabe- und Tariftreuegesetz). Konkrete Regelungsgebiete sind beispielsweise die Einhaltung von Tariftreue- und Mindestlohnspflichten, die Frauen- und Mittelstandsförderung sowie besondere Vorgaben für eine ökologische, energieeffiziente und soziale Beschaffung. Vor diesem Hintergrund erscheint auch die Förderung von Social Enterprises durch Normierung entsprechender abstrakter Zielvorgaben zur Berücksichtigung von sozial-ökologischen Nachhaltigkeitsaspekten in den Landesvergabegesetzen grundsätzlich denkbar.

Unterhalb der EU-Schwellenwerte ist das Vergaberecht haushaltsrechtlich geprägt. Die Gesetzgebungskompetenz liegt hier bei den Ländern. In diesem Bereich ergeben sich für den Normgeber auf Landesebene größere Handlungsspielräume. Neben Regelungen in den

Landesvergabegesetzen ist auch zulässig, untergesetzliche Vorgaben, insbesondere in Form von Verwaltungsvorschriften, mit Handlungsvorgaben für die vom jeweiligen Anwendungsbereich erfassten Vergabestellen zu erlassen. Es dürfte insoweit auch rechtlich möglich, spezifische Vorgaben zur Förderung einer Social-Entrepreneurship-freundlichen öffentlichen Beschaffung zu erlassen. Eine Regelung auf dieser Ebene erscheint besonders effektiv, da die ganz überwiegende Mehrheit der Vergabeverfahren und Beschaffungsmaßnahmen im Unterschwellenbereich stattfindet.

(2) Auf konkret-individueller Ebene ist eine Social-Entrepreneurship-freundliche Ausgestaltung des Beschaffungsvorgangs bereits unter der aktuellen Rechtslage möglich. So können öffentliche Auftraggeber ökologische, soziale und innovative Aspekte in allen Schritten eines Vergabeverfahrens berücksichtigen (vgl. § 97 Abs. 3 GWB) und gleichzeitig die Beteiligung von Start-ups in diesem Bereich besonders fördern.

Für die Leistungsbeschreibung, mit der der öffentliche Auftraggeber bestimmt, was für Dienstleistungen er beschaffen will, ist die Berücksichtigungsfähigkeit von ökologischen, sozialen und innovativen Merkmalen ausdrücklich als zulässig geregelt (vgl. § 31 Abs. 3 VgV). Hiernach können solche Aspekte die Eigenschaft der Leistung oder des Produkts selbst erfassen, sich aber auch auf die verschiedenen Stadien im Produktions- oder Herstellungsprozess oder bei der Ausführung der Leistung beziehen, solange sie einen hinreichenden Auftragsbezug aufweisen und verhältnismäßig sind. Insoweit bietet es sich zudem an, die Leistung funktional zu beschreiben. Hierdurch eröffnen sich erhebliche Gestaltungsspielräume, indem nicht ein bestimmtes Leistungsprogramm vorgegeben wird, sondern die Bieter nach (innovativen) Lösungskonzepten zur Zielerreichung gefragt werden. Hierdurch erhöhen sich zudem die Chancen für Start-ups.

Ebenso können bei der Festlegung von Eignungskriterien, also den Anforderungen an die technische und berufliche Leistungsfähigkeit der Bieter, solche Nachhaltigkeitsaspekte in verschiedener Form Anwendung finden. So kann etwa im Hinblick auf eine ökologisch nachhaltige Beschaffung die Angabe der Umweltmanagementmaßnahmen, die das Unternehmen während der Auftragsausführung anwendet, als Beleg für die Eignung verlangt werden (§ 46 Abs. 3 Nr. 7 VgV). Weiterhin können Angaben zum Lieferkettenmanagement der Bieter als sozialer Aspekt in die Eignungsprüfung einfließen (vgl. § 46 Abs. 3 Nr. 4 VgV). Um auch in dieser Hinsicht den Zugang von Start-ups zu erleichtern, können öffentliche Auftraggeber auf hohe (Mindest-)Anforderungen verzichten, die eine Beteiligung für junge Unternehmen erschweren, beispielsweise das Erfordernis mehrjähriger Erfahrung oder die Angabe zahlreicher Referenzprojekte.

Auch in Bezug auf die Zuschlagskriterien, nach denen der öffentliche Auftraggeber das wirtschaftlichste Angebot bestimmt, können neben dem Preis oder den Kosten auch qualitative, umweltbezogene oder soziale Kriterien gewählt werden (§ 127 Abs. 1 S. 3 GWB, § 58 Abs. 2 S. 2 VgV), solange sie wiederum einen hinreichenden Bezug zum Auftrag aufweisen. Eine solche Verbindung ist dabei auch dann anzunehmen, wenn sich ein Zuschlagskriterium auf Prozesse im Zusammenhang mit der Herstellung, Bereitstellung oder Entsorgung der Leistung, auf den Handel mit der Leistung oder auf ein anderes Stadium im Lebenszyklus der Leistung bezieht (§ 127 Abs. 3 S. 2 GWB).

Zuletzt eignen sich auch die Ausführungsbestimmungen in besonderem Maße, um wirtschaftliche, innovationsbezogene, umweltbezogene, soziale oder beschäftigungspolitische Belange im Vergabeverfahren zu berücksichtigen (§ 128 Abs. 2 S. 3 GWB). Insoweit enthalten die Landesvergabegesetze regelmäßig die bereits unter (1) beschriebenen Konkretisierungen.

Rechtsformen und Gemeinnützigkeit

In Deutschland stehen Social Enterprises grundsätzlich verschiedenste Rechtsformen und Kombinationen davon zur Verfügung. Vielfach diskutiert wurde in Deutschland zuletzt die Frage, ob das Konzept Social Entrepreneurship mit den vorhandenen rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten für Körperschaften in Deutschland vereinbar ist oder ob es nicht etwa einer neuen Rechtsform bedarf. Im Rahmen der Gutachtenserstellung wurden die juristischen Rahmenbedingungen mit Blick auf diese Fragestellung untersucht. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind in den nachfolgenden Absätzen zusammengefasst.

Grundsätzlich sind folgende zwei Aspekte zu trennen:

(1) die Frage nach der Rechtsform, hierzu gehören (in nicht vollständiger Auflistung) insbesondere:

- Einzelunternehmen, eingetragener Kaufmann (e. K.),
- Personengesellschaften (GbR, OHG, KG, GmbH & Co. KG, PartG, stille Gesellschaft),
- Kapitalgesellschaften (GmbH, UG, AG, KGaA),
- Genossenschaft,
- Verein sowie
- Stiftung.

Nicht alle eignen sich für Social Entrepreneurs. Im Einzelfall hängt dies natürlich von der konkreten Ausrichtung, der Zahl der Beteiligten, der Zahl der Beschäftigten sowie der Art und Weise der Tätigkeit ab. Besonders geeignet als Rechtsformen für Social Enterprises erscheint eine GmbH (gGmbH), oder ggf. eine GbR, eine Stiftung oder ein Verein.

In der Praxis stehen Social Entrepreneurs häufig vor folgenden Herausforderungen, wenn es um die Wahl einer geeigneten Rechtsform geht:

- Die Gesellschafter einer Personengesellschaft haften persönlich mit ihrem Vermögen für Verbindlichkeiten der Gesellschaft. Wollen die Beteiligten dieses Risiko nicht eingehen, scheidet eine GbR aus.
- Die Satzungsstrenge bei der AG sowie die im Vergleich zur GmbH strengeren formellen Regelungen u. a. in Bezug auf Beschlussfassungen sind regelmäßig Aspekte, die gegen die Wahl der AG sprechen. Bei den Kapitalgesellschaften bietet die GmbH flexiblere (und günstigere) Möglichkeiten. Kapitalgesellschaften eignen sich gut, wenn später weitere Investoren einsteigen sollen. Zu beachten sind bei Kapitalgesellschaften aber u. a. die Transparenz- und Offenlegungspflichten.
- Bei der Frage, ob ein Verein oder eine (gemeinnützige) GmbH gegründet werden soll, spielt regelmäßig ebenfalls die Flexibilität der GmbH eine entscheidende Rolle, insbesondere mit Blick auf die Mitbestimmung durch eine Mitgliederversammlung im Verein sowie die regelmäßige Neuwahl des Vereinsvorstands. Ein Mitgliederwechsel ist hingegen beim Verein ohne großen Aufwand möglich, wohingegen die Übertragung von Geschäftsanteilen an einer GmbH eine notarielle Beurkundung erfordert. Nachfolgend ist zudem eine neue Gesellschafterliste beim Handelsregister einzureichen.

(2) die Frage, ob eine Körperschaft gemeinnützig ist (im Sinne der Abgabenordnung [AO]). Gemäß § 52 Abs. 1 AO verfolgt eine Körperschaft gemeinnützige Zwecke, wenn ihre Tätigkeit

darauf gerichtet ist, die Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet selbstlos zu fördern. Ein Verein beispielsweise kann, aber muss nicht gemeinnützig sein.

Wenn eine steuerbegünstigte Körperschaft gegründet werden soll, empfiehlt es sich, die Voraussetzungen der Gemeinnützigkeit vor Gründung bereits zu klären und entsprechend in die jeweiligen Verträge aufzunehmen. Die Anerkennung als gemeinnützig kann jedoch auch rückwirkend entzogen werden, wenn die Körperschaft einen vorrangig wirtschaftlichen Zweck verfolgt oder gemeinnütziges, gebundenes Vermögen zweckfremd verwendet.

Auch die Idee eines „Asset Locks“ ist in den dargelegten Rahmenbedingungen grundsätzlich gestaltbar. Zum einen könnte hier an eine Stiftung gedacht werden. Aber auch bei einer GmbH oder gGmbH können entsprechende Vorgaben im Gesellschaftsvertrag verankert werden und zugleich kann statuiert werden, dass diese nur einstimmig geändert werden können. Damit erreicht man zwar keine unumstößliche Festschreibung, zieht aber eine erhebliche Hürde für etwaige Änderungen ein. Beschränkungen in Bezug auf die Mittelverwendung ergeben sich zudem aus dem Kriterium der Gemeinnützigkeit. Um in den Genuss der steuerlichen Vorteile zu kommen, sind die bereits zuvor genannten Anforderungen zu erfüllen. Hierzu zählt insbesondere die selbstlose, ausschließliche und unmittelbare Verfolgung eines gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecks.

Anders als in anderen Ländern gibt es in Deutschland bisher keine eigene Rechtsform für Social Enterprises. Der Bedarf dafür ist stark umstritten. Während die Bundesregierung zuletzt keine Anhaltspunkte sah, „dass die vorhandenen Rechtsformen für die Gründung von Sozialunternehmen nicht geeignet oder nicht ausreichend sind“ (Deutscher Bundestag, 2019), ist die Verbesserung der „rechtlichen Rahmenbedingungen für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften“ nun Teil des neuen Koalitionsvertrags (SPD, BÜNDNIS 90 / Die GRÜNEN & FDP, 2021). Ungeachtet dessen stellt die Wahl der Rechtsform für viele Social Start-ups eine zentrale Herausforderung dar. Bei einer uninformierten/übereilten Wahl der Rechtsform und einer zeitlich schlecht koordinierten Gründung können sich im späteren Gründungsprozess ggf. Hemmnisse auftun: Zum Beispiel beim Zugang zu Finanzierungen, beim Personalaufbau oder im Bereich der Haftung. Eine passgenaue Beratung scheint daher eine zentrale Gelingensbedingung für nachhaltig gute Entscheidungen zu Rechtsform und Gemeinnützigkeit eines Gründungsvorhabens darzustellen.

4.3 Social-Entrepreneurship-Ökosystem Schleswig-Holstein

Relevante Akteure/Institutionen

In Schleswig-Holstein gibt es – rund um das Projekt yooweedoo und die im Jahr 2021 konstituierte Netzwerkgruppe „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“ (vgl. Box 1), sowie weitere bestehende Netzwerke rund um Hochschulen und Bildungsangebote, Akzeleratoren und Inkubatoren zur Gründungsförderung, Coworking-Spaces und Festivals – eine aktive und gut vernetzte Social-Entrepreneurship-Community. Insbesondere yooweedoo erfüllt dabei auch eine wichtige Funktion für die Sichtbarkeit und Kommunikation (in die Community sowie nach außen) des Themas Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein.

Box 1: Projekt yooweedoo der Kiel School of Sustainability (CAU Kiel)

Zielsetzung	yooweedoo bietet Unterstützung bei der Gründung nachhaltiger, gemeinwohlorientierter und sozialunternehmerischer Projekte, Organisationen und Start-ups.
Zielgruppe	Neben Studierenden der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU) alle Menschen in Schleswig-Holstein
Finanzierung	Die Finanzierung von yooweedoo erfolgte bislang u. a. durch Projektmittel der Landesregierung, des BMBF, der Landeshauptstadt Kiel sowie diverser Stiftungen. Lernangebote für Studierende werden durch die Universität Kiel finanziert.
Angebote	<p>Lernangebote für Studierende der Universität Kiel: Beispielsweise stellt das yooweedoo-Lernprogramm den Kern des Masterstudiengangs „Sustainability, Society and the Environment“ dar, darüber hinaus steht das Programm auch Studierenden anderer Studiengänge der Universität offen. Jährlich nehmen ca. 100 Studierende der Universität Kiel am yooweedoo-Lernprogramm teil.</p> <p>Akademie für Social Entrepreneurship (seit Oktober 2020): Kostenlose, für jegliche Personen zugängliche Online-Unterstützungsangebote: Digitale Workshops und Beratungsangebote (durch yooweedoo oder externe Expertinnen und Experten)</p> <p>Lernplattform: Onlinekurse, Informationen und Vernetzungsmöglichkeiten für Gründungsinteressiert von Social Enterprises</p> <p>Ideenwettbewerb: Unterstützung von Social Enterprises mit Startkapital von 2.000 Euro. Förderung von ca. 25-30 Vorhaben pro Jahr (aus etwa 20 % der geförderten Vorhaben entstehen im Anschluss Gründungen, andere werden als Projekt fortgeführt oder lösen sich auf)</p> <p>Community aus Gründern und Unterstützern von Social Enterprises sowie enge Zusammenarbeit mit anderen Zentren und Netzwerken</p> <p>Capacity Building: Changecoach-Programm (Gründerinnen und Gründer von Social Start-ups werden zum Coach für Gründungsinteressierte) und Changeleader-Programm (Beratung anderer Hochschulen beim Aufbau von Lernangeboten für Social Entrepreneurs)</p>
Netzwerkgruppe (seit 2021)	<p>Die Netzwerkgruppe verbindet unterschiedliche Akteure des Themenfeldes Social Entrepreneurship im Land. Sie ist für alle Interessierten offen und wird vom Projekt yooweedoo gehostet. Netzwerkaufgaben sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen, Informationen, Fähigkeiten der Akteure sichtbar und zugänglich machen - Vernetzung und Kooperation zwischen den regionalen Akteuren fördern - Sichtbarkeit des Themas Social Entrepreneurship im Land schaffen - Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für Social-Entrepreneurship-relevante Themen im Land sein.

Quelle: Stellungnahme Prof. Corves (Schleswig-Holsteinischer Landtag, 2021 a); Interviews mit Expertinnen und Experten.

Tabelle 1 führt die Akteure/Institutionen des Social-Entrepreneurship-Ökosystems Schleswig-Holstein auf der Landesebene in aggregierter Form auf und benennt (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) weitere zentrale Akteure/Institutionen auf der Bundes- und EU-Ebene.

Tabelle 1: Social-Entrepreneurship-Ökosystem Schleswig-Holstein

Regionale Ebene	Akteure/Institutionen
Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Projekt yooweedoo mitsamt Netzwerkgruppe „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“ - Netzwerk Startup.SH mitsamt aller Projektpartner - Coworking-Spaces (diverse Anbieter) und TransMarTech - SEEd - Social Entrepreneurship Education, hauptgefördert durch die Joachim Herz Stiftung - MWVATT, Referat für Digitalisierung, Gründung & Nachfolge - MBWK, MSGJFS, MELUND
Deutschland	<p>(alphabetisch)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ashoka Deutschland - Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit - Bundesinitiative Impact Investing - Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) - Bundesverband Deutsche Startups e. V. - Business Angels Netzwerk Deutschland - Enactus Germany e. V. - Förderkreis Gründungs-Forschung e. V. - Gründermagnet – Dachverband studentischer Gründungsinitiativen - Impact Hub Germany - Joachim Herz Stiftung - Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) - Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) e. V. - Social Entrepreneurship Akademie - Social Impact gGmbH - Verband deutscher Unternehmerinnen e. V.
EU	<p>(alphabetisch)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Euclid Network - Europäische Kommission - Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung - Europäischer Investitionsfonds - Europäischer Sozialfonds - European Entrepreneurship Education Network - European Startup Network - NET4SOCIALIMPACT.EU - Startup Europe Club

Gefahr der Bildung von Blasen (Mindsets und Netzwerke)

Social-Entrepreneurship-Communities haben eine Tendenz, sich von „konventionellen“ Gründungsökosystemen – sowohl strukturell als auch „ideologisch“ zu isolieren. Auf struktureller/organisatorischer Ebene sind in Schleswig-Holstein – beispielsweise im Rahmen der yooweedoo-Netzwerkgruppe und des Prozesses zur Gutachtenserstellung positive Ansätze der Vernetzung zwischen Gründungsökosystemen vorhanden. Wie die interviewten Expertinnen und Experten darlegten und sich in den Fokusgruppen bestätigte, gibt es auf ideologischer Ebene teilweise noch große Unterschiede, insbesondere zwischen dem primär gemeinnützig orientierten Bereich und den „konventionellen“ Gründungsvorhaben. Auch das SEND machte diese Beobachtung für das Bundesgebiet: „Social-Entrepreneurship-Ökosysteme kämpfen (...) häufig damit, dass sich ihre Akteure in ihrer eigenen Blase bewegen, in der sie zwar untereinander gut vernetzt sind, aber wenig Kontakt nach außerhalb pflegen – insbesondere mangelt es häufig an belastbaren Kontakten zu etablierten Unternehmen. Aber auch eine relativ strikte Trennung der ‚konventionellen‘ Gründerszene und Social-Entrepreneurship-Szene ist oft zu beobachten. Wirtschaftsförderungen bieten kaum Beratung, die sich speziell an Social Entrepreneure richtet. Andererseits gibt es zunehmend Förderprogramme und Orte wie die Social Impact Labs oder Impact Hubs, die sich genau an diese Zielgruppe richten.“ (SEND, 2018)

In den Fokusgruppen mit Gründerinnen und Gründern wurde außerdem angeführt, dass „konventionelle“ Gründungsökosysteme häufig von stereotypen maskulinen Rollenbildern dominiert werden, wodurch sich (nicht nur) weibliche Zielgruppen von den Angeboten nicht angesprochen fühlten.

Potenziale für ländliche Regionen

Deutschlandweit wird das Potenzial ländlicher Räume zunehmend erkannt, wie beispielsweise die OECD-Studie „Boosting Social Entrepreneurship and Social Enterprise Development in Brandenburg“ (OECD, 2021) illustriert. Auch in Schleswig-Holstein erkennen die Expertinnen und Experten dieses Potenzial. Aktuell sind die Städte Kiel, Lübeck und Flensburg die Knotenpunkte der Social-Entrepreneurship-Aktivitäten im Land. Erste Ansätze einer landesweiten Vernetzung und ortsunabhängiger, virtueller, Unterstützungsangebote (u. a. Angebote von yooweedoo, opencampus und GATEWAY49 Accelerator) sind jedoch vorhanden und sollten weiter vorangetrieben werden.

Gerade im ländlichen Raum können vom öffentlichen Sektor soziale Bedarfe teilweise nicht vollständig abgedeckt werden, worin die interviewten Expertinnen und Experten Erfordernisse für neue soziale/gesellschaftliche Lösungen und damit Potenziale für Social Entrepreneurship sehen. Beratungs-/Unterstützungsmaßnahmen zu Social Entrepreneurship müssten für deren Hebung an den jeweiligen lokalen Kontext angepasst werden. Weitere aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten zu prüfende Potenziale liegen in kommunalen Social Enterprises.

4.4 Gründungshemmnisse und Unterstützungsbedarfe

In den Fokusgruppen mit Gründerinnen und Gründern von Social Start-ups wurden diese zu den größten Hemmnissen im Gründungsprozess befragt. Die Ergebnisse decken sich mit den Einschätzungen der interviewten Expertinnen und Experten.

Größte Gründungshemmnisse für Social Start-ups liegen in finanziellen, juristischen und betriebswirtschaftlichen Bereichen

Die mit Abstand größte Herausforderung für die befragten Social Start-ups aus Schleswig-Holstein waren **fehlende Finanzierungsmöglichkeiten**.⁶ Besonders eingeschränkt ist dabei der Zugang zum Markt für private Finanzierungen (vgl. **Zugang zu Finanzmärkten**). Aber auch die zahlreichen öffentlichen Gründungsfinanzierungsangebote sind für die Social Start-ups nur bedingt passfähig – was auch die im Rahmen dieses Gutachtens durchgeführte Analyse (vgl. **Eignung der finanziellen Förderangebote für Social Start-ups**) bestätigt. Die Social Start-ups berichteten zudem, dass sie auf die wenigen passfähigen Förderangebote erst zu spät im Gründungsprozess aufmerksam wurden und identifizierten für die Pre-Seed/Seed-Phase eine Lücke an verfügbaren Beratungs-/Informationsangeboten für Social Start-ups.

Die **Wahl der Rechtsform und die Gestaltung von Gemeinnützigkeit bzw. des Umgangs mit Gewinnen** stellten für die befragten Social Start-ups ebenfalls große Herausforderungen dar. Vor allem eine frühzeitige Beratung zu diesen Aspekten ist ein wichtiger identifizierter Bedarf der Zielgruppe, da die Gestaltung von Rechtsform und Gemeinnützigkeit eine wichtige Weichenstellung beim Zugang zu Finanzierungen, beim Personalaufbau oder für zukünftige Haftungsfragen ist (vgl. **Rechtsformen und Gemeinnützigkeit**).

Darüber hinaus – und eng mit den beiden zuvor behandelten Hemmnissen verknüpft – sind häufig nur gering ausgeprägtes **betriebswirtschaftliches Know-how und unternehmerisches Denken** ein bedeutsames Gründungshemmnis für Social Start-ups. Dies resultiert maßgeblich daraus, dass die Motivation hinter den Gründungsvorhaben der häufig nicht aus einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang heraus Gründenden vor allem der soziale Impact ist. Das Interesse an wirtschaftlichen Zusammenhängen ist dahingegen gering ausgeprägt und teilweise auch durch negative Assoziationen belastet. Die Chancen der Nutzung unternehmerischer Mittel zur Verwirklichung der sozialen/gesellschaftlichen Zielstellung werden gerade zu Beginn des Gründungsprozesses nur geringfügig wahrgenommen.

Gerade die Nutzung unternehmerischer Mittel ist aber gleichzeitig ein zentraler Faktor für erfolgreiche Social Start-ups (wie auch Schleswig-Holsteinische Erfolgsbeispiele belegen). Nicht zuletzt auch, um Finanzierung zu akquirieren, ist unternehmerisches Denken unumgänglich. In diesem Zusammenhang berichten die Förder- und Finanzierungsinstitutionen im Land von einem mangelnden wirtschaftlichen Verständnis der Social Start-ups. Aus Sicht der Social-Entrepreneurship-Community würden Finanz-/Buchhaltungskennntnisse der Gründenden in den bestehenden Landesförderprogrammen vorausgesetzt ohne dass diese der Zielgruppe

⁶ Auch bei deutschen Start-ups insgesamt stellt die Kapitalbeschaffung eine zentrale, allerdings nicht die wichtigste Herausforderung dar (Hoffmann et al., 2021).

beigebracht würden. Die Social Start-ups selbst nannten entsprechend u. a. die Themen Buchhaltung und Steuern, in denen sie sich mehr Beratung und Kompetenzentwicklung wünschen.

Konventionelle Gründungsberatung und Social-Entrepreneurship-Netzwerke bieten Beratungsangebote mit Synergiepotenzialen

Angebote zur Kompetenzentwicklung, Beratung und Unterstützung stehen Social Start-ups in Schleswig-Holstein grundsätzlich zum einen seitens Institutionen der „konventionellen“ Gründungsberatung – wie Wirtschaftsförderungen, Kammern, Hochschulen, Coworking-Spaces und Technologie- und Gründerzentren – und zum anderen durch die relativ jungen Netzwerke und (Coworking-)Communities mit Social-Entrepreneurship-Bezug (u. a. yooweedoo, opencampus, Anscharcampus, VentureWærft, GATEWAY49) zur Verfügung. Die Beratungsbedarfe von Social Start-ups sind im Vergleich zu den Bedarfen „konventioneller“ Gründungsvorhaben teilweise anders gelagert und gehen in bestimmten Bereichen (z. B. Umgang mit Gewinnen und Darlegung der Impact-Perspektive gegenüber Finanzierungsgebern⁷) über diese hinaus.

Sowohl die interviewten Expertinnen und Experten als auch die Social Start-ups der Fokusgruppen bewerten die derzeitigen Angebote und Kompetenzen der „konventionellen“ Einrichtungen zur Gründungsberatung als nur begrenzt passfähig für die Bedarfe von Social Start-ups. Sie würden sich primär an Start-ups mit primär wachstums- und gewinnorientierten Zielsetzungen richten. Die bestehenden jungen Social-Entrepreneurship-spezifischen Netzwerke und Communities wurden von den Akteuren hingegen als besonders unterstützend im Gründungsprozess hervorgehoben, wenngleich die betriebswirtschaftlichen, finanzierungs- und juristischen Beratungskompetenzen hier ausbaufähig seien. Bemängelt wurde außerdem der erschwerte Zugang zu den vorhandenen Angeboten für Nicht-Studierende – wobei die Angebote von yooweedoo zuletzt auch für Nicht-Studierende geöffnet wurden.

Besonders gut abgedeckt werden von den Social-Entrepreneurship-Netzwerken und -Communities Unterstützungsbereiche, die für die Social Start-ups vergleichsweise geringe Hemmnisse im Gründungsprozess darstellen: Die Aspekte **Marketing und Vertrieb**, Zugang zu **Räumlichkeiten und Infrastruktur** sowie **Vernetzung** stellten aus Sicht der Social Start-ups untergeordnete Herausforderungen im Gründungsprozess dar, da eine gute Vermittlung und ausreichend Angebote vorhanden seien.

Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten wäre eine Kombination der bestehenden Beratungs- und Unterstützungskompetenzen im Land sinnvoll, um die Navigation durch die Herausforderung im Gründungsprozess für die Social Start-ups zu erleichtern. Fachkundige Beratung und Kompetenzentwicklung in den Bereichen Finanzierung, Förderung, Rechtsform und Gemeinnützigkeit sowie betriebswirtschaftliche Grundlagen sollten adressaten- und bedarfsgerecht für die Social Start-ups angeboten werden. Die deutlichen Mehrwerte der Netzwerke und Communities mit explizitem Social-Entrepreneurship-Bezug für die Zielgruppe sollten derweil weiter gestärkt und in das gesamte Start-up-Ökosystem zunehmend integriert werden, um der Tendenz von Social-Entrepreneurship-Communities entgegenzuwirken, sich von „konventionellen“ Gründungsökosystemen zu isolieren. Die räumliche Integration der

⁷ Mit den Begriffen „Finanzierungsgeber“, „Geldgeber“, „Beteiligungsgeber“ und „Investoren“ sind im folgenden Institutionen und nicht einzelne Personen gemeint.

bestehenden Hubs im Ökosystem – aber auch mit den ländlichen Räumen in Schleswig-Holstein – sollte durch ortsunabhängige Angebote befördert werden.

Mit einer zunehmenden Öffnung und Integration der Gründungsökosysteme könnte auch einem dritten, als mittelgroß wahrgenommenen Hemmnis im Gründungsprozess begegnet werden: Komplikationen bei der **Zusammensetzung von Gründungsteams sowie Personalschwierigkeiten**. Die Gründerinnen und Gründer in den Teams befinden sich häufig an ähnlichen Punkten in ihrer beruflichen Laufbahn (Studienende) und weisen ähnliche – akademische – Hintergründe auf. Damit sind sie aus Sicht der Teilnehmenden der Fokusgruppen und auch der Expertinnen und Experten relativ homogen. Sie teilen Perspektiven, persönliche Herausforderungen und Milieus, was Vor- aber auch Nachteile bieten kann. Bei mehr Durchlässigkeit zwischen den Gründungsökosystemen könnten unterschiedliche Disziplinen, Altersgruppen und Berufswege zu noch mehr erfolgreichen Gründungsteams beitragen.

4.5 Zugang zu Finanzmärkten

Wie im vorangegangenen Kapitel **Gründungshemmnisse und Unterstützungsbedarfe** dargelegt, stellt der Zugang zu Finanzierung für viele Social Start-ups eines der größten Hemmnisse im Gründungs- und Wachstumsprozess dar. Dies wird auch von einschlägiger Literatur (z. B. Europäische Kommission, 2011; Europäische Kommission, 2019) bestätigt.

Der Zugang zu Finanzierung auf privaten Kapitalmärkten ist Social Start-ups dabei – im Vergleich zu „konventionellen“ Start-ups – besonders erschwert, weil klassische private Geldgeber aufgrund der Neuartigkeit des Social-Entrepreneurship-Ansatzes oft ein höheres Risiko in Social Start-ups sehen (u. a. Europäische Kommission, 2011; interviewte Expertinnen und Experten). Social Start-ups haben entsprechend tendenziell einen überdurchschnittlich hohen Aufwand bei der Bewerbung auf Finanzierungen, da sie sowohl ihre finanzielle Tragfähigkeit als auch ihre gesellschaftliche Zielsetzung darlegen müssen (vgl. z. B. Hirschmann & Moritz, 2020). Laut interviewter Expertinnen und Experten wird gerade der Darlegung bzw. Prüfung und Bewertung von Wirkungsperspektiven und -ketten eine zunehmende Relevanz und auch ein damit verbundener Aufwand zukommen – sowohl auf dem Markt für private als auch für öffentlich geförderte Finanzierungen.

Darüber hinaus sind die Renditeerwartungen privater Geldgeber oftmals nicht passfähig zu den weniger stark auf Gewinn und Wachstum ausgerichteten Geschäftsmodellen von Social Start-ups sind (vgl. z. B. Europäische Kommission, 2011; Interviews mit Förderinstitutionen). Eine aktuelle Veröffentlichung des SEND fasst dies folgendermaßen zusammen: „Die oft vergleichsweise geringeren Gewinnmargen und die langsameren Wachstumskurven (bzw. die bewusste Absicht, auf weiteres Wachstum über einen bestimmten Punkt hinaus zu verzichten) verlängern nicht nur die Zeit, bis das Unternehmen sich vollständig aus eigener Kraft finanzieren kann, sondern erschweren es unter Umständen auch, Startkapital zu finden. Gerade Hausbanken tun sich sowohl mit dem innovativen Ansatz einer Gründung wie auch mit Gemeinwohlorientierung oft noch schwer“ (SEND, 2021a, S.14). Expertinnen und Experten aus Schleswig-Holstein bestätigen diesen Eindruck insbesondere auch hinsichtlich möglicher Beteiligungskapitalgeber in Schleswig-Holstein, wie z. B. der Baltic Business Angels. Diese würden grundsätzlich hohe Rendite und somit eine starke Wachstumsorientierung der Start-ups erwarten und kämen daher für Social Start-ups – insbesondere solche mit primär gemeinnützigem Modell – kaum in Frage.

Im Rahmen der Fokusgruppen befragte Social Start-ups aus Schleswig-Holstein berichten neben den unterschiedlichen Renditeerwartungen zudem auch von einem teilweise bestehenden „Werte-Mismatch“ zwischen Geldgebern und Social Start-ups. Die gesellschaftlichen bzw. sozialen

Zielstellungen der Social Start-ups würden oftmals nicht mit den profitmaximierenden Zielen und Einstellungen der Investorinnen und Investoren übereinstimmen, weshalb viele Social Entrepreneurs keine Finanzierung durch Beteiligungskapital anstreben. Dabei wird von einigen Social Start-ups auch die potenzielle Einflussnahme von Beteiligungsgebern bzw. Investoren auf die Ausrichtung des Geschäftsmodells als Grund genannt, von dieser Finanzierungsart abzusehen.

Impact-orientierte private Investoren und Fonds (z. B. BonVenture) beteiligen sich meist erst ab hohen Finanzierungsvolumina und sind entsprechend für Social Start-ups in den frühen Phasen des Gründungsprozesses (primäre Zielgruppe in Schleswig-Holstein) nicht geeignet (u. a. Europäische Kommission, 2019). Einige (Bundes-)Länder beginnen entsprechend, an dieser Stelle öffentliches Beteiligungskapital anzubieten, um passfähige Beteiligungskapitalangebote für die Bedarfe von Social Entrepreneurs zu etablieren. Das Land Berlin plant für die neue EU-Förderperiode 2021–2027 beispielsweise einen „Impact VC Fonds für Social Entrepreneurs“ (VCI), mit dem Start-ups unterstützt werden sollen, die explizit und nachvollziehbar nachhaltige ökonomische, soziale und ökologische Wirkungen („Impacts“) erzielen wollen (vgl. GEFRA & Kovalis, 2021).

Aufgrund des erschwerten Zugangs für Social Start-ups zu privaten Finanzierungsquellen spielen öffentliche Förderangebote eine besonders wichtige Rolle in der Unterstützung von Social Entrepreneurship. Diese werden im nachfolgenden Abschnitt im Detail erläutert.

4.6 Finanzielle Förderangebote

Bestandsaufnahme der finanziellen Förderangebote

Eine Zielsetzung dieses Gutachtens ist es, Lücken und Optimierungspotenziale in den bestehenden Förderangeboten zu identifizieren. Der Fokus liegt hier auf der zuvor definierten Kernzielgruppe für Gutachten und Landesstrategie, den Social Start-ups (vgl.

[Zielgruppendefinition für Gutachten und Landesstrategie](#)). Im Folgenden werden daher die derzeit allgemein verfügbaren finanziellen Förderangebote für Gründerinnen und Gründer und/oder Start-ups bzw. junge Unternehmen in Schleswig-Holstein beschrieben und auf ihre Eignung für Social Start-ups hin analysiert. Dabei werden Förderangebote auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene, die sich an Gründerinnen und Gründer und/oder Start-ups bzw. junge Unternehmen richten, sowie Angebote, die explizit Soziale Innovationen fördern, betrachtet.⁸ Zudem wird das in Kapitel 3.1 dargelegte Innovationsverständnis, in dem Soziale Innovationen primär nicht-technischer Art sind, aber auch technische Komponenten beinhalten können und radikale oder inkrementelle Neuheiten darstellen können, zugrunde gelegt.

Gründerinnen und Gründern sowie Start-ups und jungen Unternehmen in Schleswig-Holstein steht eine Vielzahl finanzieller Förderangebote von Landes-, Bundes- und EU-Seite zur Verfügung. Diese bieten finanzielle Unterstützung **in allen Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses**, von der Pre-Seed-bis hin zur Expansionsphase.

Diese Tatsache bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass die finanziellen Förderangebote für Gründungen im Allgemeinen auch uneingeschränkt für Social Start-ups geeignet sind. Im Rahmen

⁸ Eine Analyse der Förderangebote, die sich generell an Bestandunternehmen oder kommunale Unternehmen richten (z. B. der IKU der KfW) wurden auf Grundlage der mit den regionalen Akteuren bestimmten Ziel- und Zielgruppensetzung des Gutachtens als nicht angezeigt betrachtet.

dieses Gutachtens wurden bestehende Förderangebote deshalb auf ihre Zielgruppenoffenheit sowie ihre Themenoffenheit hin untersucht, um zu eruieren, inwiefern sie für die Zielgruppe Social Start-ups geeignet sind. Hinsichtlich der Zielgruppenoffenheit wurde hierbei insbesondere analysiert, inwiefern Förderangebote eine bestimmte Rechtsform der antragstellenden Start-ups voraussetzen oder ob weitere Einschränkungen bzgl. der Antragstellenden bestehen, die Social Start-ups von einer Antragsberechtigung ausschließen.

Die auf Gründungsvorhaben im Allgemeinen ausgerichteten (d. h. nicht Social-Entrepreneurship-spezifische) Förderangebote auf **Bundes- und EU-Ebene** weisen folgende Charakteristika auf:

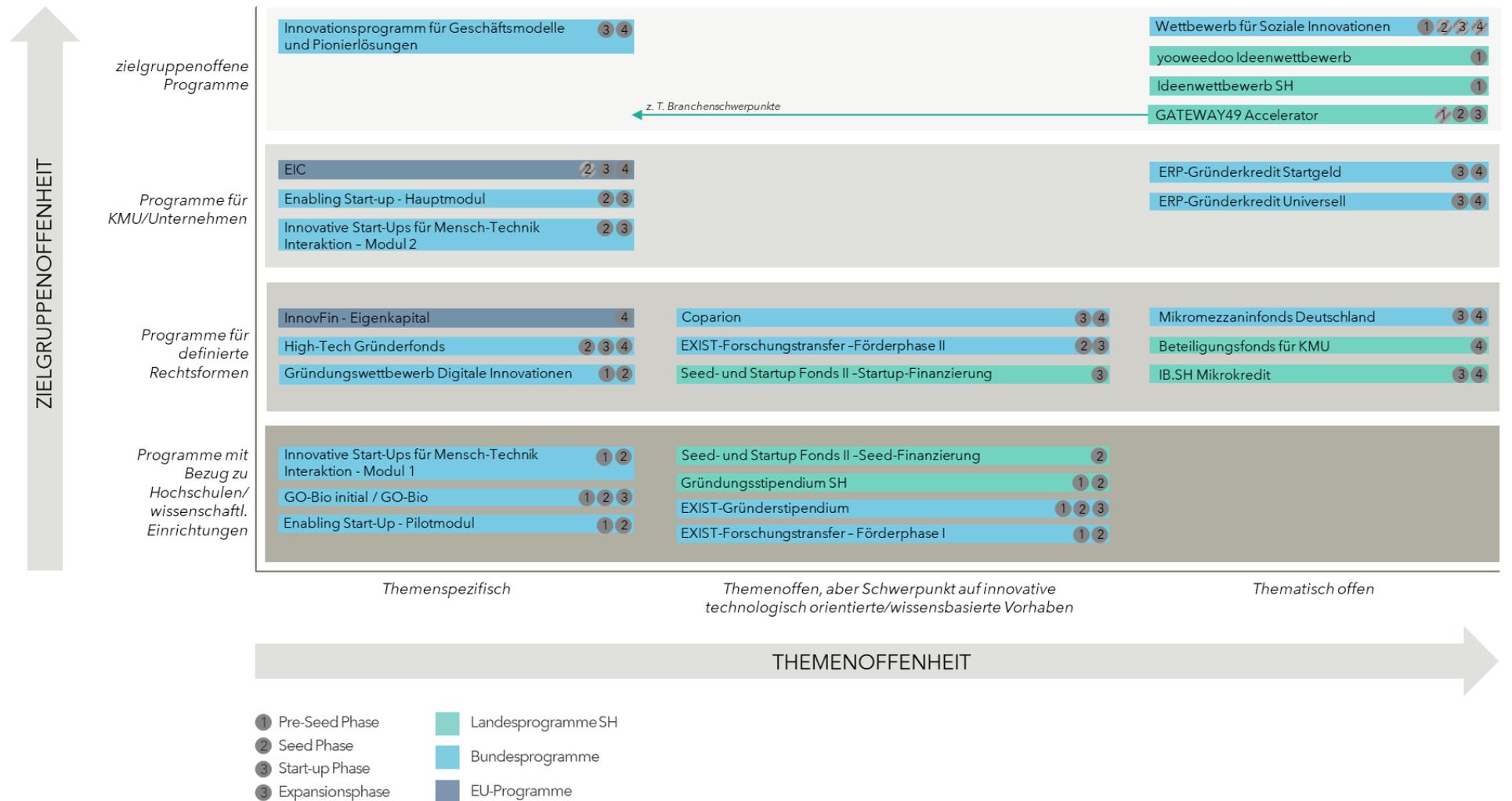
- Viele der finanziellen Förderangebote auf Bundesebene sind **themenspezifisch**. Ein signifikanter Anteil der Angebote ist auf Gründungsvorhaben im Bereich digitaler Geschäftsmodelle (z. B. der Gründerwettbewerb Digitale Innovationen und das Programm Innovative Start-ups für Mensch-Technik-Interaktion) oder spezifische Naturwissenschaften (z. B. GO-Bio bzw. GO-Bio Initial und Enabling Start-up) ausgerichtet. Auch die EU-Förderangebote für Gründungsvorhaben sind themenspezifisch – so ist z. B. der EIC Accelerator pro Ausschreibungsrunde auf spezifische Themengebiete ausgerichtet.
- Einige der themenoffenen Angebote auf Bundesebene, wie z. B. das EXIST-Gründerstipendium und der EXIST-Forschungstransfer oder der Beteiligungsfonds Coparion, weisen darüber hinaus einen **Schwerpunkt auf innovative technologieorientierte bzw. wissensbasierte Gründungen** auf. Thematisch komplett offen und somit geeignet für Gründungsvorhaben aus allen Branchen und Märkten sind auf Bundesebene lediglich die ERP-Kredite der KfW sowie der Mikromezzaninfonds Deutschland. Auf EU-Ebene sind keine thematisch vollständig offenen Angebote für Gründungsvorhaben vorhanden.
- Beim Blick auf die EU-Ebene ist festzustellen, dass relativ wenige Angebote direkte Unterstützung für Gründungsvorhaben bieten. Einige EU-Angebote fördern Gründungen hingegen **indirekt über Finanzintermediäre**. Beispielsweise stellt die EU bei InnovFin-Eigenkapital über Finanzintermediäre Beteiligungskapital für junge Unternehmen bereit. Daneben stellt die EU im Rahmen des Programms für Beschäftigung und soziale Innovation (EaSI) – und speziell über das Unterprogramm Mikrofinanzierung und soziales Unternehmertum – Bürgschaften für Finanzintermediäre zur Verfügung, die Mikrokredite und spezielle Finanzierungsangebote für Social Start-ups anbieten. Da sich dieses spezielle Programm jedoch ausschließlich an Finanzintermediäre richtet und keine direkten finanziellen Mittel für Gründungsvorhaben bietet, wird es in der weiteren Analyse nicht näher betrachtet.
- Förderungen auf Bundes- und EU-Ebene zeichnen sich tendenziell durch einen **hohen Wettbewerb** an Antragstellenden und somit eine niedrige Erfolgswahrscheinlichkeit aus.

Hierbei sind EU-Programme, bei denen oft nur ein sehr geringer Anteil der Antragstellenden gefördert wird⁹, noch einmal deutlich kompetitiver als Programme auf Bundesebene¹⁰.

⁹ Beispielsweise betrug die Erfolgswahrscheinlichkeit beim damaligen KMU-Instrument weniger als 6 Prozent (Bundesregierung 2017).

¹⁰ Beim Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP) des BMWi, wurden in drei Auswahlrunden insgesamt 1.280 Skizzen eingereicht; zur Förderung aufgerufen wurden 280 Vorhaben (Berger et al. 2021). Dies entspricht einer Erfolgswahrscheinlichkeit von rund 16 Prozent.

Abbildung 2: Finanzielle Förderangebote für Gründerinnen und Gründer und/oder Start-ups bzw. junge Unternehmen in Schleswig-Holstein nach Zielgruppen- und Themenoffenheit (barrierefreie Version im Anhang)



Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting (2021).

Bestehende finanzielle Förderangebote des **Landes Schleswig-Holstein** für Gründerinnen und Gründer sowie Start-ups und junge Unternehmen decken in ihrer Gesamtheit – wie die Angebote auf der Bundes- und EU-Ebene – alle Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Entwicklungsprozesses ab. Mit zwei Ideenwettbewerben¹¹ und dem Gründungsstipendium gibt es insbesondere in der Pre-Seed-Phase eine gut ausgebaute Unterstützung. In der Seed- und Start-up-Phase wird Gründerinnen und Gründern im Allgemeinen öffentlich geförderte Finanzierung in Form von Beteiligungskapital (durch den Seed- und Startup-Fonds II), Förderkrediten (z. B. den IB.SH Mikrokredit) sowie in begrenztem Rahmen auch nicht-rückzahlbaren Zuschüssen (im Rahmen des GATEWAY49 Accelerators in Lübeck in Verbindung mit einem strukturierten Workshop- und Trainingsprogramm) angeboten. In der Expansionsphase stehen jungen Unternehmen in Schleswig-Holstein weitere Beteiligungskapital- und Kreditangebote sowie die Innovationsförderprogramme des Landesprogramms Wirtschaft zur Verfügung – wenngleich letztere nicht explizit auf Gründungen oder junge Unternehmen ausgerichtet sind, sondern auch etablierten Unternehmen offenstehen.

Der yooweedoo-Ideenwettbewerb unterstützt nachhaltige und sozialunternehmerische Projekte und Gründungen mit Startkapital und nicht-finanziellen Unterstützungsangeboten, die konkret auf die Zielgruppe Social Start-ups ausgerichtet sind. Das Accelerator-Programm GATEWAY49 des Technikzentrums Lübeck (TZL) richtet sich an Gründerinnen und Gründer mit einer innovativen Idee in der (Pre-Seed,) Seed oder Start-up Phase und unterstützt diese finanziell (nicht-rückzahlbare Zuschüsse bis zu 30.000 Euro), mit einem strukturierten Workshop- und Trainingsprogramm, Zugang zu Netzwerken, Wissen und Infrastruktur. Ein thematischer Schwerpunkt des Programms liegt in den Bereichen Life Science, Food, Smart City, Logistik oder neuen digitalen Technologien. Ein räumlicher Schwerpunkt liegt auf der Hansestadt Lübeck. Beide Schwerpunkte sind jedoch keine Ausschlusskriterien und das Programm wird zum Teil auch von landesweiten Social Start-ups genutzt.

Die weiteren landesseitigen Förderangebote in Schleswig-Holstein sind in Abgrenzung zu den Bundesprogrammen zwar **themen- und branchenoffen**, weisen aber größtenteils einen **Schwerpunkt auf innovative technologieorientierte bzw. wissensbasierte (Gründungs-)Vorhaben** auf. So stellt der Seed- und Startup-Fonds II Beteiligungskapital für „junge technologieorientierte und wissensgetriebene Unternehmen“ (vgl. IB.SH, 2021) zur Verfügung und fokussiert dabei Ausgründungen aus Hochschulen, Forschungseinrichtungen und aus Unternehmen mit forschungs-, entwicklungs- und wissenschaftsbasierten Aktivitäten. Das Gründungsstipendium Schleswig-Holstein richtet sich an innovative, bevorzugt technologieorientierte oder wissensbasierte Vorhaben mit Wachstumspotenzial/primärer Gewinnorientierung. Damit sind Social Start-ups nicht prinzipiell ausgeschlossen und unter den Stipendiatinnen und Stipendiaten finden sich zum Teil auch Preisträgerinnen und Preisträger des yooweedoo-Ideenwettbewerbs. Dennoch präferiert das Gründungsstipendium bisher technisch-innovative Gründungen mit hohem Wachstumspotenzial. Für das Jahr 2022 ist für eine weitere Öffnung der Zielgruppe eine Anpassung der Förderrichtlinie geplant: Das Gründungsstipendium SH wird sich dann auch an innovative technologieorientierte oder wissensbasierte sowie nachhaltige Vorhaben richten. Der

¹¹ Zu den Ideenwettbewerben gehören der yooweedoo-Ideenwettbewerb sowie der Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein (WTSH). Letzterer stellt zwar keine Förderung im klassischen Sinne dar, da neben den Preisgeldern keine Unterstützungen für die Gewinnerinnen und Gewinner bereitgestellt werden. Als finanzielles Unterstützungsangebot in der Förderkette für Gründungsvorhaben in Schleswig-Holstein wurde der Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein hier dennoch mit aufgeführt.

IB.SH Mikrokredit richtet sich an natürliche Personen und Unternehmen bis zu fünf Jahre nach der Gründung. Eine geförderte Existenzgründung ist spätestens im zweiten vollen Geschäftsjahr als Vollerwerb auszuüben und es werden einschlägige kaufmännische und fachliche Qualifikation bzw. Erfahrung vorausgesetzt. In der praktischen Umsetzung wird der IB.SH Mikrokredit laut Aussage der interviewten Expertinnen und Experten u. a. aufgrund dieser Merkmale nicht an gemeinnützig organisierte Start-ups und Unternehmen vergeben.

Eignung der finanziellen Förderangebote für Social Start-ups

Aus der Analyse der Förderangebote lassen sich folgende Ergebnisse ableiten:

1. Es gibt insgesamt deutlich mehr themenspezifische und/oder auf innovative technologieorientierte und wissensbasierte Vorhaben ausgerichtete Förderangebote als vollständig thematisch offene Förderungen. Die Angebote des Landes Schleswig-Holstein sind thematisch insgesamt etwas offener als viele Programme auf Bundesebene. Jedoch weist auch ein großer Teil der landesseitigen Angebote, z. B. der Seed- und Startup Fonds II und zum aktuellen Zeitpunkt auch das Gründungsstipendium Schleswig-Holstein, einen Schwerpunkt auf innovative technologieorientierte bzw. wissensbasierte Vorhaben auf. Mit den themenspezifischen und auf Vorhaben im Bereich technischer Innovation fokussierten Förderangeboten wird nur eine Teilgruppe der Social Start-ups adressiert. Für Social Start-ups, deren Geschäftsmodell auf einer nicht-technischen Innovation beruht oder einen geringen Innovationsgrad aufweist (indem es z. B. bestehende Lösungen zur Adressierung von gesellschaftlichen Herausforderungen nutzt), besteht insbesondere in der Seed-Phase eine Förderlücke. Expertinnen und Experten sowie Social Start-ups aus Schleswig-Holstein bestätigen einen akuten Bedarf an dieser Stelle im Gründungsprozess, an der nach der Entwicklung von (unter Umständen mit dem yooweedo-Ideenwettbewerb oder dem Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein prämierten) Gründungsideen die finanzielle Unterstützung für die Fortentwicklung dieser Ideen fehle. Insgesamt stehen Social Start-ups im Bereich nicht-technischer Innovationen auch in den anderen Phasen des Gründungs- und Wachstumsprozesses weniger Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung als solchen, deren Geschäftsmodell oder zu finanzierendes Vorhaben auf einer technischen Innovation beruht.

2. Bei den meisten Förderangeboten sind - entweder aufgrund spezieller Anforderungen an die Rechtsform oder einer vorausgesetzten Anbindung an wissenschaftliche Einrichtungen - nicht alle Social Start-ups antragsberechtigt. Einige Förderangebote richten sich ausschließlich an Gründungen mit Anbindung an wissenschaftliche Einrichtungen. Social Start-ups ohne eine solche Anbindung stehen dementsprechend deutlich weniger Angebote zur Verfügung, insbesondere in den frühen Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses (Pre-Seed, Seed und Start-up). Beispielsweise richten sich sowohl das EXIST-Gründerstipendium und der EXIST-Forschungstransfer als auch die themenspezifischen Programme GO-Bio und GO-Bio Initial, die Pilotphase von Enabling Start-up und das Modul 1 von Innovative Start-ups für Mensch-Technik-Interaktion an Studierende oder Mitarbeitende an wissenschaftlichen Einrichtungen. Bei diesen Angeboten erfolgt sogar die Antragstellung durch die Einrichtungen. Ähnlich adressiert auch das Gründungsstipendium Schleswig-Holstein Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Die Antragstellung erfolgt hier allerdings nicht über die Einrichtungen, sondern direkt durch die Gründerinnen und Gründer. Auch der Seed- und Startup-Fonds II richtet sich in seiner Zielgruppenansprache primär an Ausgründungen aus Hochschulen. Expertinnen und Experten und Social Start-ups in Schleswig-Holstein berichten davon, dass sich Aktivitäten und Netzwerke im Social-Entrepreneurship-Bereich zwar an den Hochschulen konzentriert sind, aber auch Nicht-Studierende bzw. Personen mit nicht-akademischem Hintergrund zur Zielgruppe gehören. Dieser Zielgruppe stehen die aufgezählten Angebote mit vorausgesetzter wissenschaftlicher Anbindung bzw. Qualifikation aktuell nicht offen.

Andere Förderangebote eignen sich aufgrund der vorausgesetzten Rechtsformen der zu fördernden Gründungsvorhaben nicht für alle Arten von Social Start-ups. Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften und Einzelunternehmen (von vielen Schlüsselakteuren als „klassische“ Unternehmensrechtsformen beschrieben) stehen hierbei insgesamt deutlich mehr Angebote zur Verfügung als Gründungsvorhaben, die als Vereine oder Stiftungen organisiert sind. In Schleswig-Holstein setzen unter anderem Kreditangebote der IB.SH für Start-ups, wie z. B. der IB.SH Mikrokredit, „klassische“ Unternehmensformen voraus. Auch bei einzelnen Angeboten auf Bundesebene werden explizit bestimmte Rechtsformen vorausgesetzt. Darunter fallen u. a. die Förderphase II des EXIST-Forschungstransfers (für Kleinstunternehmen mit der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft) und projektgebundene Preisgelder im Rahmen des Wettbewerbs für Digitale Innovationen, welche nur für die Gründung einer GmbH oder AG verwendet werden dürfen. Darüber hinaus werden bei allen Förderungen in Form von Beteiligungen (Coparion, High-Tech Gründerfonds, Mikromezzaninfonds Deutschland, InnovFin-Eigenkapital, Beteiligungsfonds für KMU, Seed- und Startup Fonds II) grundsätzlich Rechtsformen vorausgesetzt, die eine Kapitalbeteiligung in der angebotenen Form zulassen (i. d. R. Kapitalgesellschaften wie GmbHs oder AGs).

Förderangebote in Form von Kapitalbeteiligungen sind auch abgesehen von der Einschränkung durch die vorausgesetzten Rechtsformen weniger geeignet für Social Start-ups, weil private – aber in ähnlicher Weise auch öffentliche – Beteiligungskapitalgeber bei Beteiligungen ein Multiple bzw. eine gewisse Gewinnmarge erwarten (vgl. [Zugang zu Finanzmärkten](#)). Dies bestätigten interviewte Expertinnen und Experten von Förderinstitutionen Schleswig-Holsteins auch hinsichtlich der Beteiligung von öffentlichen Mittelgebern und betonen, dass insbesondere bei Förderungen in Form von offenen Beteiligungen tendenziell hohe Multiples der Beteiligung erwartet werden. Gründungsvorhaben, deren Geschäftsmodell nicht explizit auf Wachstum und Gewinnsteigerung ausgerichtet sind, seien auch für öffentliche Beteiligungsgeber deutlich unattraktiver und hätten im Vergleich zu „konventionellen“ Start-ups entsprechend geringere Chancen, Beteiligungskapital einzuwerben.

3. Von den Förderangeboten mit weitgehend offener Zielgruppe richten sich einige an die Zielgruppe „Unternehmen“ oder „kleine und mittlere Unternehmen“ (KMU) nach EU-Definition. Die KMU-Definition der EU setzt zwar eine wirtschaftliche Tätigkeit voraus, ist dabei aber grundsätzlich unabhängig von der Rechtsform des Unternehmens (Europäische Kommission, 2003). Eine wirtschaftliche Tätigkeit wird dabei definiert als Tätigkeit, deren Gegenstand „im Anbieten von Waren und Dienstleistungen auf einem Markt besteht“ (Investitionsbank des Landes Brandenburg, o. D., S.1). Die Voraussetzung von wirtschaftlicher Tätigkeit wird u. a. auch bei den Kreditangeboten der KfW genutzt. Somit können beispielsweise auch Social Start-ups, die als Verein oder Stiftung organisiert sind, hier antragberechtigt sein, wenn diese wirtschaftlich tätig sind.

Die Eignung der auf Unternehmen bzw. KMU gemäß EU-Definition ausgerichteten Förderangeboten für Social Entrepreneurship ist allerdings trotz ihrer Offenheit bzgl. der Rechtsform in der Praxis eingeschränkt. Denn zum einen scheinen die Begriffe KMU bzw. Unternehmen oftmals mit klassischen Unternehmensformen wie Einzelunternehmen oder Kapitalgesellschaften assoziiert zu werden, auch wenn dies keine formelle Voraussetzung ist. Dies berichteten sowohl einzelne interviewte Expertinnen und Experten als auch Social Start-ups aus Schleswig-Holstein.

Zum anderen stehen Social Start-ups bei diesen Angeboten in direkter Konkurrenz mit „konventionellen“ Start-ups mit stärkerer Gewinnorientierung. Ähnlich wie private Finanzgeber (vgl. [Zugang zu Finanzmärkten](#)) bevorzugen hierbei laut Aussagen von interviewten Expertinnen

und Experten auch öffentliche Mittelgeber tendenziell die konventionellen, primär gewinnorientierten Start-ups, deren Geschäftsmodelle aufgrund ihrer Profitorientierung oft finanziell tragfähiger seien bzw. ein geringeres Ausfallrisiko für die Finanzierungsgeber bedeuten.

4. Unter den Förderangeboten mit eingeschränkter Zielgruppe richten sich einzelne Angebote explizit an Social Enterprises oder Soziale Innovationen, auch wenn aufgrund der vorausgesetzten Rechtsform oder Hochschulbindung oft nur eine Teilgruppe der Start-ups im Bereich Social Entrepreneurship tatsächlich antragsberechtigt ist. Förderangebote, die Akteure aus dem Social-Entrepreneurship-Bereich in ihrer Zielgruppenbeschreibung benennen, sind beispielsweise der Mikromezzanifonds, welcher sich u. a. explizit an „gewerbliche Sozialunternehmen“ richtet, und der EIC Akzelerator, welcher in seiner zweiten Ausschreibungsrunde explizit Innovationen fördert, die den gesellschaftlichen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit vorantreiben. Auch beim ERP Gründerkredit Startgeld werden „gewerbliche Sozialunternehmen“ in einem Handbuch explizit als antragsberechtigt bezeichnet. Die Good-Practice-Analyse (vgl. [Ergebnisse der Good-Practice-Analyse](#)) zeigt, dass die explizite Nennung von Social Enterprises bzw. Social Start-ups als Zielgruppe grundsätzlich förderlich in der Zielgruppenansprache ist, da sich Akteure aus dem Social-Entrepreneurship-Bereich von Programmen, die sich mit den Begriffen „KMU“ oder „Unternehmen“ an die Zielgruppe richten, eher nicht angesprochen fühlen. Die in den Fokusgruppen befragten Social Start-ups aus Schleswig-Holstein bestätigten dies: Mit Begriffen wie „Social Impact“ oder einer thematischen Nuancierung (z. B. Green Start-ups) fühlten sie sich eher angesprochen als mit der Klassifizierung als Unternehmen.

5. Lediglich drei Ideenwettbewerbe, der GATEWAY49 Accelerator sowie das Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP) sind grundsätzlich offen für alle Teilzielgruppen im Social-Entrepreneurship-Bereich und erlauben beispielsweise auch die Antragstellung durch natürliche Personen. Diese Programme decken allerdings nicht alle Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses ab – die beiden Ideenwettbewerbe in Schleswig-Holstein (Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein sowie der yooweedoo-Ideenwettbewerb) sowie der Wettbewerb für Soziale Innovationen des BMBF richten sich an Vorhaben bzw. Ideen in der Pre-Seed-Phase. Explizit an Social Entrepreneurs bzw. Soziale Innovationen richten sich dabei der Wettbewerb für Soziale Innovationen des BMBF und der teilweise landesfinanzierte yooweedoo-Ideenwettbewerb in Schleswig-Holstein. Diese beiden Wettbewerbe fördern Projektideen im Bereich sozialer Innovationen und setzen nicht voraus, dass Teilnehmende eine konkrete Unternehmensgründung planen. Der Wettbewerb für Soziale Innovationen des BMBF war im Gegensatz zum yooweedoo-Ideenwettbewerb jedoch ein einmaliger Wettbewerbsaufruf. Der von der WTSH administrierte Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein adressiert hingegen Teilnehmende mit konkretem Gründungsinteresse und stellt dabei die Förderung primär gewinnorientierter Unternehmensgründungen in den Vordergrund. Der GATEWAY49 Accelerator richtet sich an Gründerinnen und Gründer mit einer innovativen Idee in der (Pre-Seed,) Seed oder Start-up Phase. Das Programm weist thematische (Life Science, Food, Smart City, Logistik oder neuen digitalen Technologien) und räumliche Schwerpunkte (Hansestadt Lübeck) auf, wenngleich diese keine Ausschlusskriterien sind. Das Programm wurde in bisher drei Runden von insgesamt 24 Gründungsvorhaben durchlaufen, die jeweils bis zu 30.000 Euro finanzielle Förderung erhielten. Hierunter befinden sich teils auch Social Start-ups, insbesondere Green Start-ups, die neben der nachhaltigen Zielstellung ihrer Geschäftsidee auch eine Wachstumsperspektive aufweisen.

Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten stellen die beiden Schleswig-Holsteinischen Ideenwettbewerbe – und insbesondere der yooweedoo-Ideenwettbewerb – durchaus sehr

wertvolle Unterstützungsformate dar, denn sie bieten Gründungsinteressierten eine Plattform zur Ideenerprobung. Zudem könne eine Auszeichnung im Rahmen der Wettbewerbe eine wichtige Signalwirkung haben und die Grundlage für die Einwerbung weiterer Finanzmittel darstellen¹². Aufgrund des relativ geringen finanziellen Umfangs der ausgelobten Preisgelder (sowie im Fall des yooweedoo-Ideenwettbewerbs auch vergleichsweise geringen finanziellen Gegenwerts der gebotenen nicht-materiellen Unterstützung) und stark begrenzter zur Verfügung stehender Mittel könnten sie aber naturgemäß nicht ausreichen, um die finanziellen Unterstützungsbedarfe von Social Start-ups umfänglich und in der Breite zu adressieren. Den BMBF-Wettbewerb bewerten die Expertinnen und Experten grundsätzlich zwar ebenfalls positiv; da es sich hierbei allerdings bislang nur um einen einmaligen Aufruf gehandelt hat, der zudem von einem starken Wettbewerb um die verfügbaren Mittel gekennzeichnet gewesen sei, könne allerdings auch er nicht als verlässliches und breitenwirksames Förderangebot für Social Start-ups angesehen werden. Das Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP), in dessen Rahmen bislang drei Förderaufrufe umgesetzt wurden, unterstützt im Gegensatz zu den Ideenwettbewerben auch Unternehmen in späteren Phasen der Entwicklung, fördert dabei allerdings Innovationsaktivitäten und nicht die Gründung oder Expansion des Unternehmens an sich (ähnlich wie das in der Good-Practice-Analyse untersuchte Beispiel [Förderprogramm Impact Innovation Österreich](#)). Besonderheit bzgl. der Passfähigkeit für Social Enterprises ist dabei, dass gemeinnützige Unternehmen beim Programm IGP mit einem höheren Fördersatz gefördert werden können als nicht-gemeinnützige Unternehmen. Im Rahmen des zweiten und dritten Förderaufrufs wurden explizit auch nicht-technische Innovationen gefördert, allerdings in jeweils unterschiedlichen Themenbereichen pro Ausschreibungsrunde. Aufgrund seiner themenspezifischen Ausschreibungsrunden deckt das Programm IGP nur einen Teilbereich der möglichen Geschäftsfelder von Social Entrepreneurship ab.

Aus Sicht der Expertinnen und Experten bedarf es im Pre-Seed/Seed-Bereich einer zusätzlichen nicht-rückzahlbaren Finanzierungsmöglichkeit für Social Start-ups in Schleswig-Holstein, um nach der Ideengenerierung diese auch in konkrete Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren fortentwickeln zu können. Der GATEWAY49 Accelerator bietet mit seiner Koppelung aus nicht-rückzahlbarer Finanzierung und strukturiertem Workshop- und Trainingsprogramm zwar ein sehr passfähiges Angebot, um Gründungsvorhaben von der ersten Idee in die Marktreife, Gründung und erste Schritte zum Unternehmensaufbau zu begleiten. Das Programm steht grundsätzlich auch Social Start-ups zu Verfügung, schließt aufgrund seiner thematischen und räumlichen Schwerpunkte und des begrenzten Finanzierungsvolumens die identifizierte Lücke in der Seed-Phase für Social Start-ups jedoch nicht vollständig und hierfür von seinen Initiatoren und Fördergebern auch nicht konzipiert. Als wichtige Finanzierungsmöglichkeit - vor allem für Lübecker Vorhaben aus den genannten Branchenschwerpunkten - ist es jedoch ein wichtiger Bestandteil der Förderangebote für Social Start-ups, weitet sich durch die Möglichkeiten digitaler Formate außerdem zunehmend regional aus und vernetzt sozial orientierte Gründungsvorhaben auf unkomplizierte Weise mit „konventionellen“ Start-ups und Institutionen.

Betrachtet man, wie viele Gründungen jährlich aus dem yooweedoo-Ideenwettbewerb hervorgehen und welche Finanzierungsbedarfe diese für die nächsten Entwicklungsschritte haben,

¹² Eine Studie von Hirschmann und Moritz (2020) zeigt, dass der Erhalt von externer Förderung für Social Start-ups eine positive Signalwirkung für das Einholen weiterer Finanzierung hat, da es Geldgebern signalisiert, dass die Idee bzw. das Social Start-up wert ist, gefördert zu werden.

schätzen die Expertinnen und Experten den zusätzlichen Finanzierungsbedarf in der Seed-Phase für Social Start-ups bei jährlich etwa 80.000 bis 100.000 Euro ein.

6. Insgesamt sind die vorhandenen Förderangebote unter den Social Start-ups in Schleswig-Holstein wenig bekannt. Im Rahmen der durchgeführten Workshops, Interviews und Fokusgruppen wurde festgestellt, dass sich die Zielgruppe Social Start-ups gegenwärtig von den meisten auf Gründungsvorhaben ausgerichteten Förderangeboten im Land nicht oder nur geringfügig angesprochen fühlt. Viele der Social Start-ups in Schleswig-Holstein kennen einen Großteil der Angebote nicht oder berichten davon, erst zu spät auf die bestehenden Angebote aufmerksam geworden zu sein. Zudem identifizieren sich einige Social Start-ups selbst nicht als Unternehmen oder konventionelles Start-up und wenden sich mit Finanzierungsbedarfen für primär gemeinnützige Geschäftsmodellen nicht an die „konventionellen“ Institutionen zur Gründungsförderung, sondern versuchen z. B. Projektförderungen im sozialen Bereich zu erhalten. Hinsichtlich dieser Förderungen wird von den Social Start-ups jedoch oft der limitierte zeitliche und finanzielle Umfang der Projektförderungen bemängelt.

Im Fazit zeigt der Blick auf die aktuell verfügbaren finanziellen Förderangebote für Gründungsvorhaben, dass Social Start-ups mit „klassischen“ Rechtsformen und primär gewinnorientierten Geschäftsmodellen deutlich mehr Möglichkeiten der Finanzierung offenstehen als primär gemeinnützig orientierten mit „nicht-klassischen“ Rechtsformen. Zudem sind aufgrund der thematischen Ausrichtung vieler Förderangebote deutlich weniger Finanzierungsangebote für Social Start-ups vorhanden, deren Geschäftsmodell auf einer nicht-technischen Innovation beruht oder einen geringen Innovationsgrad aufweist (indem es z. B. bestehende Lösungen zur Adressierung von gesellschaftlichen Herausforderungen nutzt), als für innovative technologieorientierte Start-ups. Insbesondere in der Seed-Phase gibt es mithin eine Förderlücke. Weiterhin besteht bei einigen Förderangeboten eine Einschränkung in der vorausgesetzten Anbindung der Begünstigten an wissenschaftliche Einrichtungen. Für Gründungsvorhaben von außerhalb des Wissenschaftssystems stehen somit deutlich weniger Förderangebote offen. Auch Social Start-ups in späteren Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses, für die Beteiligungskapitel nicht in Frage kommt, steht eine geringere Anzahl an Förderangeboten zur Verfügung. Über die theoretische Eignung der Förderangebote hinaus ist in der Praxis zudem zu erkennen, dass sich Social Start-ups mit den Angeboten gegenwärtig größtenteils nicht angesprochen fühlen bzw. sie viele der Angebote nicht kennen.

5. ERGEBNISSE DER GOOD-PRACTICE-ANALYSE

Zu Methodik und Vorgehen siehe Kapitel 2, [Good-Practice-Analyse](#)

5.1 Förderaufruf #UpdateDeutschland im Rahmen der Förderrichtlinie PROFI Impuls der Freien und Hansestadt Hamburg

Ort	Freie und Hansestadt Hamburg
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Hamburgische Investitions- und Förderbank (IFB Hamburg)
Zielsetzung	<p>Zielstellung des Förderprogramms PROFI Impuls ist die Förderung von kleineren Vorhaben, Projekten und Initiativen, die sich positiv auf die Innovationsfähigkeit des Standorts Hamburg und seiner Wirtschaft auswirken. Dabei ist die Richtlinie bewusst themen- und zielgruppenoffen gestaltet, um in unterschiedlichen Förderaufrufen spezifische Bedarfe zu adressieren.</p> <p>Der Förderaufruf #UpdateDeutschland in Hamburg - Mit Innovationen gemeinsam für eine lebenswerte Stadt möchte die Durchführung von Projekten zur Entwicklung und Erprobung innovativer Lösungen fördern, die eine gesellschaftliche Herausforderung adressieren und deren Ergebnisse dazu beitragen, Hamburg zu einer lebenswerten Stadt zu machen. Wenn möglich, sollten die Projekte in den Zukunftsthemen der regionalen Innovationsstrategie der FHH verortet sein: Gesundheit, Klima und Energie, Mobilität, Data Science und Digitalisierung sowie Materialwissenschaften und Neue Materialien.</p> <p>Hintergrund: Mit der Regionalen Innovationsstrategie 2020 der Freien und Hansestadt Hamburg (RIS3) wurde der Innovationsbegriff noch stärker ausgeweitet. In diesem Zusammenhang wurden auch neue Förderprogramme angekündigt; auch eine Förderung sozialer Innovationen war bereits angedacht. Der #UpdateDeutschland-Prozess war dann eine unvorhergesehene, aber befördernde Weichenstellung für den konkreten Förderaufruf. Eine reine Ausweitung der Zielgruppen in bestehenden Förderprogrammen wäre laut Schlüsselakteuren/Interessensvertretern nicht passfähig für die Zielgruppe gewesen.</p>
Zielgruppen	<p>Antragsberechtigt im Rahmen des Förderaufrufs „#UpdateDeutschland“ sind</p> <ul style="list-style-type: none"> - Natürliche Personen und Teams aus natürlichen Personen - Unternehmen (Einzelunternehmer, KMU, Start-ups, Freiberufler inklusive <u>Sozial- und Impact-Unternehmen*</u>) - Hochschulen/Forschungseinrichtungen - Weitere, auch nicht-gewerbliche Organisationen <p>Wohnsitz bzw. Unternehmensstandort in Hamburg ist für den Förderaufruf nicht zwingend erforderlich, jedoch muss eine Wirkperspektive in Hamburg gegeben sein.</p> <p>Die Wirkperspektive in Hamburg muss anhand einer entsprechenden Wirkungskettendarstellung aufgezeigt und im Zuge des Vergabeprozesses durch die Jury bestätigt werden.</p> <p>*<u>Sozial- und Impact Unternehmen</u> sind definiert als Unternehmen, die a) am Markt tätig sind, b) auf absehbare Zeit mindestens ihre Kosten selbst decken, c) ihre Gewinnausschüttung zu Gunsten eines gesellschaftlich nachhaltigen Zwecks begrenzen und d) unabhängig von staatlichen Trägern und rein kommerziellen Unternehmen agieren.</p> <p>Tatsächliche Nachfrage: Mischung verschiedener Rechtsformen, der Großteil waren gemeinnützige Formen</p>

Fördergegenstand	<p>Die Förderung erfolgt gemäß Modul 1B und Modul 2B der Richtlinie PROFI Impuls:</p> <p>Modul 1B: Erprobung und Etablierung von Vernetzungsinitiativen zur Stärkung des Innovationsökosystems wie Innovationsorte, -infrastrukturen und -netzwerke, sowie experimentelle Formate inklusive digitaler Anwendungen. Zudem Durchführung größerer Veranstaltungen mit besonderer standortpolitischer Bedeutung, die in besonderem Maße zu den Zielen der regionalen Innovationstrategie Hamburgs und zur (überregionalen) Profilbildung des Innovationsstandorts Hamburg beitragen.</p> <p>Modul 2B: Durchführung von Projekten zur Entwicklung und Erprobung innovativer Geschäftsmodelle oder Produkte, Verfahren, Dienstleistungen und Lösungen</p>
Umsetzung	<p>Insgesamt stehen im Rahmen des Förderaufrufs „#UpdateDeutschland“ 500.000 Euro Fördermittel für die Förderung bereit. Die Förderung erfolgt in Form nicht-rückzahlbarer Zuschüsse. Anträge konnten im Zeitraum 7. Juni 2021 bis 5. Juli 2021 eingereicht werden.</p> <p>Förderkonditionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maximale Fördersumme: 50.000 Euro - Anteilsfinanzierung i. H. v. max. 80 % (bei gewerblichen Fördernehmern) bzw. 100 % (bei nicht-gewerblichen Fördernehmern) der förderfähigen Kosten - Das Projekt muss innerhalb von sechs Monate nach Erlass des Bewilligungsbescheides abgeschlossen sein. - Zu den förderfähigen Ausgaben zählen: <ul style="list-style-type: none"> - Personalkosten (Bei Teams aus natürlichen Personen wird zur Ermittlung der förderfähigen Personalkosten ein kalkulatorischer Stundenlohn von 30 €/h angesetzt.) - Sachkosten - Kosten für externe Leistungen und - sonstige Betriebskosten, die unmittelbar durch das Projekt entstehen <p>Antragsverfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antragsformular - Projektskizze mit Ausführungen zu (1) Herausforderung und Lösungsweg, (2) Projektplanung und Förderbedarf und (3) Wirkperspektive und Nutzungspotenziale in Hamburg - Zeitliche und finanzielle Projektkalkulation - Antrag adressiert mindestens eine der Herausforderungen aus dem Programm #UpdateDeutschland <p>Bewilligungsverfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formale Prüfung der Anträge durch IFB Hamburg - Jury-Empfehlung nach dem Prinzip der Bestenauslese im Rahmen der zur Verfügung stehenden Fördermittel und auf Grundlage folgender Kriterien: <ul style="list-style-type: none"> - Innovationshöhe - Erwarteter Impact - Qualifikation und Motivation der Projektbeteiligten - Projektqualität - Förderbedarf - Die Jury setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Behörde für Wirtschaft und Innovation und Stakeholderorganisationen aus der Organisation des UpdateDeutschland Programms zusammen. - Die finale Förderentscheidung wird von der IFB Hamburg auf Grundlage der Juryempfehlung getroffen.

Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Themenoffene Richtlinie mit breiter Zielgruppe lässt Freiraum für die bedarfsorientierte Ausgestaltung einzelner Förderaufrufe. - Bewertungs- und Auswahlverfahren in Form von einer Besten-Auswahl durch eine Jury - besetzt mit Expertinnen und Experten der Social-Entrepreneurship-Community. Dieses Format gewährte mehr Flexibilität bei der Auswahl der Förderempfänger als eine Umsetzung nach „Windhundprinzip“ (First-come-first-served-Prinzip). - Zudem scheint das Juryverfahren mit Wettbewerbscharakter aufgrund seiner Ähnlichkeit zu einem Investoren-Pitch für Start-ups gut verständlich zu sein. - Förderung in Form von nicht-rückzahlbaren Zuschüssen war aus Sicht der IFB gut geeignet für Vorhaben in frühen, risikoreicheren Phasen. - Abrechnung über Stundenpauschalen bietet für natürliche Personen mit wenig Antragstellungserfahrung bzw. für Antragstellende ohne feste Kostenstrukturen einen niedrigschwelligen Förderansatz - Anknüpfung an das #UpdateDeutschland-Netzwerk führte zu einer hohen Anzahl an Antragstellungen
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Zeitaufwändiges Auswahlverfahren (Jury) sowie zeitaufwändige Betreuung der Antragstellenden, da wenig Antragserfahrung in der Zielgruppe vorhanden war - Vergleichende Bewertung von Vorhaben aus unterschiedlichen Themengebieten in der Auswahl schwierig - Offener Aufruf und wenig Erfahrungen der Antragsteller: viele Anträge (ca. 20 %), die eigentlich nicht passend zur Förderung waren.
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Bei schwierig definierbarer Zielgruppe bietet die Förderung in Form der Besten-Auswahl mit Jury Vorteile gegenüber einer Förderung nach „Windhundverfahren“ → mehr Freiheit bei der Auswahl, gut geeignet für Pilotprogramme und Erkundung der Zielgruppen(-bedarfe) → in einem nächsten Schritt wäre dann eine Aufteilung in Themen oder Impact-Kategorien sinnvoll, um die Vergleichbarkeit der Anträge zu erhöhen - Bei antragsunerfahrener Zielgruppe sollte Unterstützungsaufwand eingeplant werden - Anknüpfung an bestehende Communities oder Netzwerke ist vorteilhaft für die Zielgruppenerreichung → „Vorsortieren“ von potenziellen Antragstellenden in enger Zusammenarbeit mit Netzwerken und Expertinnen und Experten aus dem Social Entrepreneurship Bereich ist hilfreich; Expertinnen und Experten aus diesen Netzwerken können auch für die Besetzung von Jurys im Auswahlverfahren relevant sein - Das Förderformat sollte individuell auf die Region und ihre Akteure zugeschnitten werden - Beim Matching von Startups, Investoren und Förderungen auch überregional denken
Quellen	<p>Interview mit programmverantwortlichem Mitarbeiter der IFB Hamburg.</p> <p>IFB Hamburg (2021). PROFI Impuls. Programm zur Förderung des Innovationsökosystems und innovativer Lösungen in Hamburg.</p> <p>IFB Hamburg (2021). #UpdateDeutschland in Hamburg - Mit Innovationen gemeinsam für eine lebenswerte Stadt. Förderaufruf zur Antragseinreichung von Projekten gemäß Modul 1B und Modul 2B der Förderrichtlinie PROFI Impuls vom 07.06.2021.</p>

5.2 Social Innovation Center Hannover

Ort	Hannover
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung der Region Hannover
Zielsetzung	<p>Zielstellung ist die Förderung von Sozialen Innovationen bzw. der Aufbau eines für Soziale Innovationen förderlichen Ökosystems.</p> <p>Dabei liegt ein Schwerpunkt des Centers - das kein physischer Ort, sondern eine Schnittstelle ist - auf der Unterstützung von sozialinnovativen Gründungsprojekten, insbesondere in Form der Begleitung der Gründerteams und des Zusammenbringens von Ideengeberinnen und -gebern mit Unternehmen, beispielsweise aus der Sozialwirtschaft.</p> <p>Das Center unterstützt dabei auch Soziale Innovationen über Social Entrepreneurship hinaus, z. B. in der Wohlfahrtspflege oder kommunalen Verwaltung.</p>
Zielgruppen	<p>Zielgruppe des Projekts sind natürliche Personen aus Niedersachsen, die ein innovatives Konzept zur Lösung einer gesellschaftlichen Herausforderung haben und das Commitment mitbringen, zukunftsweisende soziale Dienstleistungen/Produkte zu entwickeln und umzusetzen.</p> <p>Neben Social Entrepreneurs mit Gründungsabsicht fallen darunter u. a. auch Personen aus bestehenden Organisationen der Sozialwirtschaft oder Verwaltung.</p>
Unterstützungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> - Entrepreneurship-Programm zur Unterstützung von Gründungsinteressierten - Kreativworkshops zu verschiedenen Themenbereichen (unabhängig vom Entrepreneurship Programm)
Umsetzung	<p>Konditionen des Entrepreneurship-Programms:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viermonatige Unterstützung für sozialinnovative Gründende in frühen Phasen des Gründungsprozesses - Unterstützung in Form von Beratung und Bereitstellung von Coworking-Spaces; keine finanzielle Förderung - Auswahl der Teilnehmenden am Entrepreneurship Programm durch Juryverfahren <p>Umsetzung des Social Innovation Centers:</p> <ul style="list-style-type: none"> - In der strategischen und operativen Umsetzung Zusammenarbeit mit einem großen Netzwerk an Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft <ul style="list-style-type: none"> - Beirat zur strategischen Begleitung + regelmäßige Partnertreffen (operative Themen) - Ansatz ist, möglichst viele Partner an Bord zu haben, in Aktivitäten miteinzubeziehen und mit dem Center insgesamt an bestehende Formate und Angebote in der Region anzuknüpfen. - Marketing und Zielgruppenansprache wird anlassbezogen durchgeführt

Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Einbettung in die weiteren Förderangebote im Land: Präqualifizierung von Gründerteams aus dem Social Innovation Center für eine Anschlussfinanzierung durch das Gründungsstipendium des Landes, welches zunehmend offener wird für Gründungen im Bereich sozialer Innovation und Nachhaltigkeit - Zusammenbringen unterschiedlicher Zielgruppen als großer Mehrwert (z. B. Studierende, Personen mit Leitungsfunktionen in bestehenden Organisationen) - Erfolg: Bislang waren zwei Drittel der Teilnehmenden am Entrepreneurship Programm weiblich (hoher Frauenanteil im Kontext Gründungsförderung) - Zielgruppenansprache durch explizite Benennung verschiedener konkreter Personengruppen (Hochschulabsolventinnen und -absolventen, Gründungsinteressierte aus der Privatwirtschaft und der Zivilgesellschaft, z. B. aus dem Ehrenamt oder Selbsthilfegruppen, (ehemalige) Mitarbeitende sozialer Einrichtungen und von Sozialunternehmen, Spin-offs/Ausgründungen aus Sozialunternehmen und Wohlfahrtsverbänden) - Nutzung von Partnernetzwerken zur gezielten Zielgruppenansprache
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Idee einer (finanziellen) Verstetigung des Centers über die Partner funktionierte bislang nicht, Partner beteiligen sich jedoch an der inhaltlichen und strategischen Weiterentwicklung des Projekts. - Förderung der Gründungsideen nach unterschiedlichen Reifegraden war in der Praxis schwierig, da sozialinnovative Ideen nicht einem einzelnen klassischen Entwicklungspfad folgen. - Aufgesetzt als Modellprojekt, das noch nicht verstetigt wurde
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Ein „Center“ muss kein physischer Ort sein - Enge Anknüpfung an bestehende Angebote der Partner sowie an Förderangebote des Landes ist vorteilhaft - Idee der Präqualifizierung im Rahmen eines Unterstützungsprogramms für weitere Förderangebote - Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern und Stakeholdern sowohl auf strategischer wie operativer Ebene sinnvoll; für eine finanzielle Verstetigung aber ggf. nicht ausreichend
Quellen	<p>Interview mit Mitarbeitenden des Social Innovation Centers (Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung der Region Hannover.</p> <p>Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung der Region Hannover (2021). Social Innovation Center. https://www.wirtschaftsfoerderung-hannover.de/de/Microsites/Social_Innovation_Center/Projekt_SIC.php</p>

5.3 Social Impact Lab Hamburg

Ort	Freie und Hansestadt Hamburg
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Social Impact gGmbH
Zielsetzung	Social Impact agiert als „Agentur und Motor für Soziale Innovationen“ und fördert im Social Impact Lab Hamburg Sozialunternehmer und Sozialunternehmerinnen in Hamburg.

Zielgruppen	<p>Zielgruppen der Angebote werden je Programm in Absprache mit den jeweiligen Finanzierungsgebern festgelegt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programme richten sich an unterschiedlichste Altersgruppen und sind teilweise auch für Teilnehmende von außerhalb Hamburgs offen. - Eine bestimmte Rechtsform von Social Start-ups wird normalerweise nicht vorausgesetzt. - Es wird grundsätzlich ein offener Innovationsbegriff angelegt, der technische wie auch nicht-technische Innovationen beinhaltet.
Unterstützungsangebote	<ul style="list-style-type: none"> - Erarbeitung von Produkten und Dienstleistungen rund um die Schwerpunktthemen Social- und Inclusive Entrepreneurship, Bildung, Sozialwirtschaft und ländlicher Raum. Im Fokus von Social Impact steht dabei primär die Lehre und Begleitung von Gründungsinteressierten ins Geschäftsleben. - Im Bereich Social Entrepreneurship informiert, qualifiziert und vernetzt Social Impact grundsätzlich Social Entrepreneurs in allen Phasen des Gründungs- und Wachstumsprozesses. - In der Praxis werden vor allem themenspezifische Programme umgesetzt, jeweils im Auftrag für unterschiedliche Finanzierungsgeber (Stiftungen, Unternehmen sowie öffentliche Geldgeber). - Am Standort Hamburg hat Social Impact aktuell zwei Labs: StartHope und den Climate Change Inkubator. In anderen Bundesländern bietet Social Impact u. a. auch Qualifizierungsangebote für Beratende oder Coaches zum Thema Social Entrepreneurship an.
Umsetzung	Umsetzung von Programmen erfolgt in unterschiedlicher Form und mit unterschiedlichen Konditionen für Teilnehmende, dies wird jeweils in Absprache mit jeweiligen Finanzierungsgebern entschieden.
Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Enge Begleitung und Beratung der Gründungsinteressierten in Kombination mit Vernetzungsaktivitäten - Vernetztes Expertinnen- und Expertenwissen - großes Netzwerk mit langjähriger Erfahrung
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Bindung an die spezifischen Konditionen der Finanzierungsgeber
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Qualifizierung und enge Begleitung der Gründungsinteressierten als zentrale Gelingensbedingung - Empfehlung: Schaffung stabiler Qualifizierungsangebote zum Thema Social Entrepreneurship und darauf aufbauend Inkubatorenprogramm für langfristige Begleitung von Gründungsideen - Austausch in der Community weiter unterstützen - starke Netzwerke sind die Grundlage für Erfolg
Quellen	<p>Interview mit Standortleitung des Social Impact Lab Hamburg.</p> <p>Social Impact Lab Hamburg, Social Impact Lab Hamburg - Heimat für Sozialunternehmen. https://hamburg.socialimpactlab.eu/</p>

5.4 Förderprogramm **Impact Innovation Österreich**

Ort	Österreich
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG)

Zielsetzung	Unterstützung innovativer Projekte, die ein konkretes Problem mittels eines Innovationsprozesses zu lösen versuchen und dabei einen positiven Impact erzielen.
Zielgruppen	<p>Wirtschaftlich tätige Organisationen und natürliche Personen, darunter z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Startups und Unternehmen in Gründung - seit 1.10.2020 auch Großunternehmen (diese sollen zukünftig unter einer eigenen Richtlinie im selben Programm gefördert werden) - Personen- oder Kapitalgesellschaften mit oder ohne Gewinnabsicht - Natürliche Personen und Einzelunternehmerinnen und -unternehmen - Vereine - Gemeinnützige Organisationen <p>Vereine und gemeinnützige Organisationen müssen einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder das Projekt muss eine solche vorbereiten. Das bedeutet, dass Ihre Dienstleistungen oder Produkte auf einem bestimmten Markt angeboten werden – ganz unabhängig davon, ob das für ein Entgelt oder unentgeltlich geschieht.</p> <p>Hinweis: Die meisten Anträge kommen derzeit aus dem Digitalisierungsbereich, an zweiter Stelle stehen soziale Innovationsprojekte</p>
Fördergegenstand	Impact Innovation fördert den Einsatz von Innovationsmethoden, um eine Lösung für ein konkretes (nicht ausschließlich soziales) Problem zu entwickeln. Zentral dabei ist ein Innovationsprozess, der die Ideen und Lösungen in intensiver Interaktion mit allen relevanten Akteuren entwickelt. Das Wissen über notwendige Methoden kann auch erst im Projekt mit externer Unterstützung aufgebaut werden. Die Förderung kann für eine intensive Analyse des identifizierten Problems, die Generierung von Lösungsideen bis hin zur Entwicklung der Lösung verwendet werden. Das Programm ist dabei branchen- und themenoffen.
Umsetzung	<p>Projektförderung in Form von nicht-rückzahlbaren Zuschüssen.</p> <p>Förderkonditionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderung von bis zu maximal 50 % der förderfähigen Gesamtkosten, Förderhöhe i. H. v. maximal 75.000 Euro. - Förderbar sind dabei alle Kosten, wie Personalkosten, Drittkosten (Subauftragnehmer – u. a. auch SEND, Impact Hub etc.) Sachkosten oder Reisekosten, z. B. für Intensive Problemanalyse; Ideenfindung und Ideenauswahl; Einbindung relevanter Akteure; Einbindung externer Expertinnen bzw. Experten in Innovationsmethoden; Kosten für die Konzeption und Entwicklung von Lösungen - Projektlaufzeit maximal 12 Monate <p>Umsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laufende Einreichung von Anträgen möglich - Bewertung durch Fachgutachtende der FFG: Beurteilung basierend auf ihrem Impact, Innovationspotenzial, methodischer Vorgehensweise, Durchführbarkeit und Programmrelevanz
Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppenansprache durch Nennung verschiedener konkreter Zielgruppen (Start-ups oder Unternehmen in Gründung, Personen- oder Kapitalgesellschaften mit oder ohne Gewinnabsicht, Natürliche Personen oder Einzelunternehmer*innen, Vereine, Gemeinnützige Organisationen). Die Zielgruppe würde sich unter der allgemeinen KMU-Definition der FFG nicht angesprochen fühlen. - Enger Austausch mit der Social-Entrepreneurship-Community in Österreich - Bedarfsanalyse (Lead-User-Workshops) als Grundlage der verbesserten Förderung von nicht-technischen Innovationen - Prozessorientierung der Förderung in Kombination mit enger Beratung und Begleitung

Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelne soziale Organisationen, an die sich das Programm richtet, haben Schwierigkeiten darin, den vorausgesetzten Eigenanteil an der Projektfinanzierung aufzubringen. Als möglicher Lösungsansatz wurde kürzlich ein Social-Crowdfunding-Pilotprogramm aufgesetzt, mit dem Fördernehmer die Restfinanzierung durch Crowdfunding ermöglicht wird. Der Erfolg des Pilotprogramms wird aktuell noch evaluiert. - Es benötigt viel Kommunikationsarbeit, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen – insbesondere bzgl. sozialen Organisationen und Branchen ohne organisierte Innovationscommunity. Hoher Lerneffekt in der Kommunikation über die Zeit: Zu Beginn lag die Ablehnungsquote bei 70 Prozent, da sich nicht die gewünschten Zielgruppen bewarben. - Anschlussfinanzierung für Social Start-ups schwierig, obwohl ein Start-up-Kreditangebot explizit für Vorhaben aus Impact Innovation geöffnet wurde. Laut FFG ist dies u. a. dadurch bedingt, dass Social-Start-ups teilweise keine Skalierung anstreben bzw. keine Kredite aufnehmen möchten. - Definition der Zielgruppe (schließlich Konzentration auf Innovationsprozess, um diesem Dilemma zu entkommen; Ansatz über DAWI-Liste (= Dienstleistungen zum Wohle der Bürger oder im Interesse der Gesellschaft, die ohne staatliche Förderung nicht in gleichermaßen zufriedenstellender Weise erbracht werden könnten) war nicht funktional)
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Bottom-up-Ansatz: Von den Bedarfen der regionalen Zielgruppen und Stakeholder ausgehend planen - Intensive Begleitung der Fördernehmer beim Aufsetzen von Innovationsprozessen ist laut FFG empfehlenswert - Einbindung verschiedener Stakeholder (Handelskammern, soziale Organisationen, Hochschulen etc.) zur Zielgruppenansprache - Aufbau neuer Förderung/Richtlinie selbst als Innovationsprozess verstehen und Zeit und Raum zum Lernen einplanen; anpassungsfähig bleiben
Quellen	<p>Interview mit Mitarbeiter der FFG (ehemaliger Programmleiter und Mitentwickler des Förderprogramms).</p> <p>FFG (2021). Leitfaden zu Impact Innovation. Version 2.1.</p>

5.5 Förderprojekt **Sozialinnovator Hessen**

Ort	Land Hessen
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Die Förderung erfolgt durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen. Die Umsetzung erfolgt in einem Konsortium aus Partnerinstitutionen: SEND e. V., TU Darmstadt, Social Impact Lab Frankfurt, heimathafen Wiesbaden. MAFEX der Philipps Universität Marburg, Technologie- und Innovationszentrum Gießen, Universität und Stadt Kassel, Social Entrepreneurship Akademie (temporär)
Zielsetzung	Ziel ist die Stärkung der Gründungsbereitschaft im Bereich Social Entrepreneurship, die Unterstützung von Social Entrepreneurs und Social Enterprises bei Gründung und Skalierung, die Unterstützung von Gründungsberaterinnen und -beratern bei der adäquaten Beratung von Social Entrepreneurs sowie die Verstetigung von Social Entrepreneurship als Themenschwerpunkt im hessischen Gründungsökosystem.
Zielgruppen	<p>Zwei zentrale Zielgruppen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gründungsinteressierte und Social Entrepreneurs in Hessen - Das hessische Gründungsökosystem (u. a. Gründungsberaterinnen und -berater an den Partnerinstitutionen und darüber hinaus, Start-up-Community insgesamt) <p>Hinsichtlich Alter, Branche und Gründungsphase gibt es keine Einschränkungen. Eine konkrete Definition von Social Entrepreneurship gibt es nicht.</p>

Unterstützungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> - Beratungs-/Qualifizierungsmöglichkeiten - Veranstaltungen/Vernetzung - Coworking-Plätze
Umsetzung	<p>Projektförderung durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen in Höhe von 220-230.000 Euro p. a. für die Jahre 2020 bis 2022.</p> <p>Konkret angeboten bzw. gefördert wird:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Gründungsberatung - Workshops zu verschiedenen Themen rund um das Thema Gründung - Fachberatung durch Expertinnen und Experten (z. B. Rechtsberatung, Social Media, Marketing, Steuerberatung etc.) - Bereitstellung von Coworking-Plätzen - Vernetzung: Digitale Vernetzungsplattform - Veranstaltungen zur Vernetzung - Weiterbildung für Gründungsberaterinnen und -berater <p>Dabei wird das Gesamtpaket der Angebote mit einer Förderquote von 80 Prozent gefördert, 20 Prozent der Kosten werden als Eigenanteile von den Umsetzungspartnern beigetragen (z. B. aus Unihaushalten oder ggf. privatwirtschaftlicher Tätigkeit).</p> <p>Ein Großteil (ca. 80 %) der bewilligten Fördersumme entfällt dabei auf Personalkosten, ein geringerer Teil auf Sachkosten.</p> <p>Die Umsetzung der Zielgruppenansprache erfolgt durch Partnerinstitutionen wie SEND.</p>
Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Hohe Teilnehmendenzahlen konnten insbesondere durch die guten Netzwerke der Partner, insbesondere SEND, erreicht werden. - Durch die konkrete Ansprache und individuellen Angebote im Bereich Social Entrepreneurship wurde eine Lücke im Land geschlossen, die von konventioneller Gründungsberatung nicht vollständig gedeckt wurde. - Großes Engagement aus der Initiative bzw. von den Projektpartnern (insbesondere SEND) in Kombination mit punktueller Unterstützung durch das Ministerium (z. B. mediale Präsenz oder persönliche Auftritte von Hausleitung bzw. Staatssekretär) - Hohe Sichtbarkeit/Leuchtturmwirkung des Projekts führte zur Diffusion des Themas Social Entrepreneurship auch in andere Initiativen im Land
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Finanzierung ist das zentrale Thema für Social Start-ups, dies sollte bei Unterstützungsangeboten mitgedacht werden (im Wirtschaftsministerium Hessen liegt dies allerdings in der Verantwortung eines anderen Referats). - Die Einbettung des Vorhabens in die bestehende Richtlinie des Landes Hessen zur Gründungs- und Mittelstandsförderung war anfangs herausfordernd; letzten Endes mussten jedoch nur geringfügige Anpassungen vorgenommen werden, da die Förderung in die bestehende Projektförderung und Förderung von Beratungsleistungen passte. - Einbettung der spezifischen Beratungsangebote in die Strukturen der Gründungsberatung, welche grundsätzlich auch Social Entrepreneurs zur Verfügung stehen: Hierbei stellte sich in der Praxis die Netzwerkarbeit von SEND als vorteilhaft heraus. - Zentrale Herausforderung in der Umsetzung waren bürokratische Anforderungen hinsichtlich der Abwicklung des Projekts.

Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Einfache Förderstrukturen sollten angestrebt werden. Dabei ist auch zu bedenken, dass unerfahrene Projektträger mit mehr Begleitungs-/Beratungsaufwand von Auftraggeberseite einhergehen. - Finanzierung als Kernthema für Social Entrepreneurs sollte in Unterstützungsangeboten mitgedacht werden - Social Entrepreneurship sollte als Teil der Gründungslandschaft insgesamt, nicht isoliert als Nischenthema gefördert werden. Die Einbettung in bestehende Strukturen der Gründungsberatungslandschaft und Vernetzung zwischen den Ökosystemen sollte angestrebt werden. - Die enge Zusammenarbeit mit bzw. Umsetzung durch im Bereich Social Entrepreneurship gut vernetzte Partner wie SEND kann viele Vorteile bieten, z. B. hinsichtlich der Zielgruppenansprache.
Quellen	<p>Interview mit Mitarbeiterinnen des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (Referat für Handwerk, Mittelstand, Handel, Wirtschaftsrecht).</p> <p>SEND. Sozialinnovator Hessen. https://www.send-ev.de/projekte-items/sozialinnovator-hessen/</p>

5.6 Finanzierungsinstrumente **NRW.BANK.Universalkredit** und **NRW.BANK.MicroCrowd**

Ort	Land Nordrhein-Westfalen
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	NRW.BANK (Förderbank für Nordrhein-Westfalen)
Zielsetzung	Unterstützung von Social Entrepreneurs im Land durch Beratungs- und Finanzierungsangebote im Rahmen der gewerblichen Förderung
Zielgruppen	<p>Zielgruppen der gewerblichen Förderinstrumente der NRW. BANK sind Gründerinnen und Gründer, Start-ups, (junge) Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Freiberuflerinnen und Freiberufler. Auch gewerblich tätige Social Entrepreneurs waren und sind Teil der hier genannten Zielgruppen. Bis vor ca. zwei Jahren waren sie nicht Gegenstand einer besonderen Betrachtung im Rahmen der gewerblichen Förderung.</p> <p>Mit zunehmender Wahrnehmung von Social Entrepreneurship und seiner Relevanz im gesellschaftlichen Kontext kommt dem Geschäftsmodell der Sozialunternehmen insbesondere bei der Förderung in der Gründungsphase eine größere Aufmerksamkeit entgegen, zudem wurden einige Instrumente explizit für gemeinnützig verfasste Unternehmen geöffnet (NRW.BANK.Universalkredit und NRW. BANK.MicroCrowd). Voraussetzung ist lediglich, dass es sich um gewerbliche Unternehmen handeln muss. Zielgruppe der Beratungsangebote sind Gründungsinteressierte bzw. Gründerinnen und Gründer, darunter auch explizit Social Entrepreneurs.</p>
Fördergegenstand/ Unterstützungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> - Je nach Finanzierungsinstrument, u. a. Finanzierung von Gründungsvorhaben, Investitionen, Betriebsmitteln, Wachstums- und Erweiterungsmaßnahmen junger Unternehmen - Beratungsleistungen durch die Mitarbeitenden der NRW.BANK
Umsetzung	<p><u>Förderung in Form von Darlehen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - NRW.BANK.Universalkredit: Darlehen ohne Höchstbetrag - NRW.MicroCrowd: Darlehen i. H. v. bis zu 50.000 Euro <p><u>Unterstützung durch Beratungsleistungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Spezielle Informations- und Seminarangebote für Social Entrepreneurs, u. a. auch zur Vorbereitung auf Finanzierungsgespräche

Gelingensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Positive politische Rahmenbedingungen auf Landesebene; das Thema Social Entrepreneurship wurde in den relevanten langfristigen Strategien (politik- und bankenseitig) aufgenommen. - Erfolgreiche externe wie auch interne Kommunikation (Information und Sensibilisierung zum Thema Social Entrepreneurship innerhalb der Förderbank) - Engagement der Bank in Netzwerken der Social-Entrepreneurship-Community (z. B. über Impact Hub, SEND etc.) war relevant – sowohl, um Bedarfe der Zielgruppe zu eruieren als auch um die Angebote der NRW.BANK und ihr Verständnis über die Finanzierbarkeit von Social Entrepreneurship bekannt zu machen. - Pragmatischer Ansatz: Öffnung von bestehenden Förderinstrumenten zum Austesten, welche Nachfrage (quantitativ und qualitativ) aus der Zielgruppe kommt
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der grundsätzlichen fehlenden Trennschärfe der Abgrenzung von Unternehmen als Sozialunternehmen (mit Ausnahme der in ihrer Rechtsform als gemeinnützig verfassten Unternehmen) ist kein einheitliches Zahlengerüst zu ermitteln, um die Relevanz der Förderung von Sozialunternehmen zu messen. Somit ist eine konkrete Aussage zum Umfang der Förderung an Sozialunternehmen am Markt nicht gegeben. Dieses könnte die Darlegung der Relevanz der Förderung ggü. Entscheidungsträgern erschweren. - Allerdings sind Teilnehmerzahlen an Schulungen und Veranstaltungen messbar. → Qualitative Einschätzung und Erwartungen bzgl. zukünftiger Entwicklungen als Grundlage
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Ein erklärter Wille von Politik/Verwaltung/Förderbanken bzgl. der Unterstützung von Social Entrepreneurship und damit einhergehende verfügbare Ressourcen sind wichtige Voraussetzungen. - Vorausschau und modernes, zukunftsgerichtetes Mindset, um in ein neues Thema zu investieren und Vorreiterrolle einzunehmen - Netzwerkarbeit durch Förderbanken ist sehr wichtig, um Adressatenorientierung zu ermöglichen, Bedarfe und Trends mitzuverfolgen sowie auch um Aufmerksamkeit der Community auf existierende Angebote zu lenken. - Klar definieren, was genau der Mehrwert der Förderung für die Social Entrepreneurs sein soll. Neben Finanzierung können Förderbanken hierbei auch durch die Vermittlung von Know-how eine wertvolle Unterstützung anbieten.
Quellen	<p>Interview mit Mitarbeitenden der NRW.BANK.</p> <p>NRW.BANK. Unterstützung für Social Start-ups. https://www.nrwbank.de/de/gruender/social-startups#:~:text=Sozialunternehmen%20schaffen%20gesellschaftlichen%20Mehrwert%20Die%20NRW.BANK%20f%C3%B6rdert%2C%20was,wir%20uns%20auch%20in%20unseren%20Nachhaltigkeitsrichtlinien%20verpflichtet%20haben</p>

5.7 Strategie der schwedischen Regierung für Sozialunternehmertum (Regeringens strategi för sociala företag - ett hållbart samhälle genom sociala företagande och social innovation)

Ort	Schweden
Umsetzende/ verantwortliche Stelle	Wirtschaftsministerium (Näringsdepartementet)

Zielsetzung	Um die gesellschaftliche Innovationskraft und den gesellschaftlichen Beitrag von Sozialunternehmen zu nutzen und damit Schwedens Ziel einer modernen, sicheren, nachhaltigen und integrativen Gesellschaft zu erreichen, hat die Schwedische Regierung 2018 beschlossen, bessere Bedingungen für Sozialunternehmen schaffen, damit diese in enger Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand wirken und wachsen können.
Zielgruppen	Die Strategie beschreibt, dass soziales Unternehmertum zu definieren und abzugrenzen ist, legt jedoch einige Kernmerkmale dar: (1) Verfolgung gesellschaftlicher Zielstellungen, (2) Messung der als Unternehmenszweck definierten Ziele, (3) vollständige oder teilweise Reinvestition von Überschüssen
Inhalte	<p>Die Strategie wurde auf Grundlage einer von Vinnova erstellten Bestandsaufnahme (Kartläggning av ekosystemet för social innovation) des Unterstützungssystems erstellt.</p> <p>Die Strategie benennt insgesamt fünf Handlungsfelder, für die Maßnahmenansätze skizziert wurden:</p> <p>„Bedarf und Nachfrage“: Stärkung der Geschäftsbeziehungen (Beschaffung und Vergabe) sowie neuer Formen der Zusammenarbeit zwischen Sozialunternehmen und öffentlichen Akteuren</p> <p>„Stärkung der Geschäfts- und Beratungskompetenz“: Stärkung und Entwicklung des Geschäftssinns von Sozialunternehmen und Wissen von Wirtschaftsförderungen und weiteren Institutionen über Soziale Innovationen und soziales Unternehmertum zu erhöhen.</p> <p>„Finanzierung“: Stärkung des Wissens um und Verbesserung der Finanzierungsmöglichkeiten für Sozialunternehmen</p> <p>„Auswirkungen klären und messen“: Ausbau der Kompetenzen zur Ergebnis- und Wirkungsmessung</p> <p>„Wissen und Treffpunkte entwickeln“: Wissensaustausch, Netzwerke und Sichtbarkeit stärken (auch international)</p>
Umsetzung	Die Umsetzung der Strategie erfolgt durch verschiedene Stakeholder, im Schwerpunkt jedoch durch Vinnova (Schwedens zentrale Innovationsagentur) und Tillväxtverket (Schwedens Agentur für wirtschaftliches und regionales Wachstum). Die Regierung kündigte im Haushaltsentwurf für 2018 im Zeitraum 2018-2020 zusätzliche 50 Millionen SEK pro Jahr für Initiativen zur Strategieumsetzung an.
Take-Aways für Schleswig-Holstein	<ul style="list-style-type: none"> - Bestandsaufnahme unter Akteursbeteiligung als Strategiegrundlage - Kurze (12-seitige) Strategie, die die relevanten Handlungsbedarfe benennt, aber anpassungsfähig für zukünftige Entwicklungen bleibt - Konkrete Umsetzungspartner der Strategie sind bekannt: Innovations- und Wirtschaftsförderungen - Investitionsbereitschaft für ein noch relativ neues Thema, um das Ziel einer modernen nachhaltigen Gesellschaft zu erreichen
Quellen	<p>Interview mit ehemaliger Vinnova-Mitarbeiterin (Mitarbeit an Bestandsaufnahme) Näringsdepartementet. Regeringens strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation.</p> <p>https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2018/02/regeringens-strategi-for-sociala-foretag--ett-hallbart-samhalle-genom-socialt-foretagande-och-social-innovation/.</p>

6. HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMENVORSCHLÄGE FÜR DIE GEPLANTE LANDESSTRATEGIE

Bei den in diesem Kapitel vorgestellten Handlungsfeldern und Maßnahmen handelt es sich um Vorschläge der Gutachterinnen und Gutachter, die für die geplante Landesstrategie als Grundlage genutzt werden können. Im Rahmen der Strategieerstellung können die Maßnahmenvorschläge mit den an ihrer möglichen Umsetzung beteiligten Akteuren weiter verdichtet werden können.

6.1 Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation

Das Ökosystem „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“ ist jung und befindet sich trotz der gewachsenen guten Netzwerke in einem noch frühen Reifegrad. Aufgrund ihrer impulsgebenden und aktiven Rolle liegt der Fokus von Gutachten und empfehlungsweise auch der Landesstrategie auf Gründungsvorhaben und Start-ups im Social-Entrepreneurship-Bereich. Die Good-Practice-Analyse zeigte, dass eine Planung ausgehend von den Bedarfen der regionalen Zielgruppen und Stakeholder (Bottom-up-Ansatz) ein Merkmal wirksamer Förder- und Unterstützungsangebote ist. Das Anknüpfen an bestehende Communities und Netzwerke mit bereits ausgeprägter Sichtbarkeit ist außerdem vorteilhaft für die Zielgruppenerreichung.

Die Zielgruppe Social Start-ups und Ihre Bedarfe sollten mit der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen weiter erkundet werden. Ein sukzessives Erproben und iteratives Weiterentwickeln von Maßnahmenansätzen hat sich auch in den analysierten Good-Practices als gute Vorgehensweise herausgestellt. In zahlreichen Beispielen wurde auf Impuls von engagierten Gründerinnen, Gründern, Unternehmen und Interessensgemeinschaften hin ein (vorläufig mittelvolumiges) Angebot zur Förderung oder Unterstützung von Social Entrepreneurs geschaffen, um die Nachfrageseite in Ihrer Qualität und Quantität besser erkunden zu können. Ähnlich wie die vorgestellten Good-Practice-Beispiele ist auch die Erstellung und Umsetzung der Landesstrategie in Schleswig-Holstein als Innovations- und Lernprozess im Land zu verstehen, der Flexibilität erfordert.

Mit einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont könnten neben der Zielgruppe Social Start-ups auch die Potenziale in/aus weiteren Zielgruppen für Soziale Innovationen und Social Entrepreneurship genutzt und entwickelt werden. Hierfür wären weitere Zielgruppen (z. B. etablierte Unternehmen, Verwaltung (ressortübergreifend), Schülerinnen, Schüler, Studierende, Auszubildende, Stiftungen, Vereine, Ehrenamt, Sozialwesen, Heime, Inklusion, Wohlfahrt, Gesamtbevölkerung) im Rahmen der Strategieumsetzung sukzessive zu erkunden. Diese Stakeholder könnten in einem ersten Schritt beispielsweise in Veranstaltungen der Social-Entrepreneurship-Netzwerke, in Jurys oder in Arbeitsgruppen für weitere zu entwickelnde Maßnahmen eingeladen und eingebunden werden. Auch die Schaffung von [Beratungs- und Kompetenzentwicklungsangeboten](#), die sich anschließend an die gesammelten Erfahrungen mit der Kernzielgruppe Social Start-ups auch für weitere Zielgruppen, wie z. B. etablierte Unternehmen oder Bildungseinrichtungen, öffnen könnten, wäre ein Ansatz zur Zielgruppenerweiterung. Wie von den interviewten Expertinnen und Experten vorgeschlagen, könnten bei der Erkundung weiterer Zielgruppen auch Potenziale und Rahmenbedingungen für kommunale Social Enterprises geprüft werden.

Die vorgeschlagene sukzessive Zielgruppenentwicklung wäre vor dem Hintergrund zu forcieren, dass das Konzept Social Entrepreneurship als Impulsgeber und Problemlöser für einen gesamtgesellschaftlichen nachhaltigen Wandel unserer Art zu leben, zu wirtschaften und zu arbeiten dient (vgl. [Lösungsansatz für gesellschaftliche Herausforderungen](#)). Insofern ist das Konzept kein „Selbstzweck“, sondern ein „Mittel zum Zweck“ einer modernen, nachhaltigen

Gesellschaft. Geeignete Kommunikationsmaßnahmen sollten diese Zielstellung und weitere Informationen zum Konzept in Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft im Land transportieren. Neben der Aktivierung der Zielgruppen und allgemeiner Aufklärung zum Konzept könnten die Kommunikationsmaßnahmen (vgl. [Box 2](#)) auch dazu beitragen, einer Dichotomie „Wirtschaft vs. sozial“ entgegenzuwirken und eine weitergehende Integration der Netzwerke und Mindsets anstreben (vgl. hierzu auch [Handlungsfeld II: Institutionen, Netzwerke und Transfer](#)). Gesellschaftliche Orientierung und Unternehmertum sollten nicht als „zwei Welten“ gedacht und praktiziert werden. Neugierde und Öffnung für die jeweils anderen Perspektiven sollten mit geeigneten Marketing-, Kommunikations- und Unterstützungsmaßnahmen unterstützt werden. In der Ansprache der Social Start-ups sollte berücksichtigt werden, dass sich diese eher oder ergänzend durch Schlüsselwörter wie „Impact“, „Sozial“, „Nachhaltig“ angesprochen fühlen.

Box 2: Maßnahmenvorschlag - Kommunikations- und Marketingkonzept für die geplante Landesstrategie und das Thema Social Entrepreneurship

Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung und Sensibilisierung für das Konzept Social Entrepreneurship in Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Politik - Motivation und Aktivierung der Stakeholder im gesamten Start-up-Ökosystem Schleswig-Holstein für die Umsetzung der geplanten Landesstrategie - Informationen für die Kernzielgruppe Social Start-ups zu Unterstützungs- und Förderangeboten sowie ggf. deren geplanten Fortentwicklungen
Aktivitäten (Vorschläge)	<ul style="list-style-type: none"> - Verbreitung von Informationen zum Konzept Social Entrepreneurship und der geplanten Landesstrategie in sozialen und lokalen Medien - Verbreitung von Informationen zum Konzept Social Entrepreneurship und der geplanten Landesstrategie über die bestehenden Social-Entrepreneurship-Netzwerke und Multiplikatoren im gesamten Start-up-Ökosystem → Zielgruppenansprache von Social Start-ups - Präsentation der Landesstrategie in relevanten Netzwerken und auf Veranstaltungen (regional und überregional) - Podcast-Beitrag in „Echte Chancen“ - Erstellung digitales Infomaterial zu Social Entrepreneurship sowie zu den Unterstützungs- und Förderangeboten, die Social Start-ups in Schleswig-Holstein grundsätzlich zur Verfügung stehen (Land, Bund, EU) - Imagefilm zu Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein (2-3-Minüter aus Interviews mit Schlüsselakteuren und Start-ups, Informationen zur Landesstrategie und Schnittbildern) - Überregionales Marketing der schleswig-holsteinischen Kompetenzen und Potenziale im Social-Entrepreneurship-Bereich - u. a. in Richtung Finanzierungsgeber im Bereich Impact-Investment und zum Beispiel über Einladungen auf einschlägige Veranstaltungen/Festivals (z. B. Waterkant Festival) durch die Landespolitik
Umsetzende/verantwortliche Stellen	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus (MWVATT) des Landes Schleswig-Holstein, Referat Digitalisierung, Gründung & Nachfolge
Ressourcen	Ressourcen im Rahmen der im MWVATT verorteten Personalstelle; zusätzliche Ressourcen je nach Aktivitätenumfang (Schätzung Imagefilm: 5.000 Euro)
Nächste Schritte	Diskussion der vorgeschlagenen Aktivitäten und der erforderlichen Ressourcen im Rahmen der Strategielegung

6.2 Handlungsfeld II: Institutionen, Netzwerke und Transfer

Eine der zentralen Stärken des Social-Entrepreneurship-Ökosystems Schleswig-Holstein ist die engagierte und aktive Social-Entrepreneurship-Community. Die bestehenden guten Netzwerke und Aktivitäten rund um das Projekt yooweedoo und die daraus im Jahr 2021 konstituierte Netzwerkgruppe „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“ sowie die weiteren bestehenden Netzwerke rund um Hochschulen und Bildungsangebote, Akzeleratoren und Inkubatoren, Coworking-Spaces und Festivals sollten als Ankerpunkte und Treiber für das Thema anerkannt, unterstützt und vor allem genutzt werden, um die dargelegten Handlungsfelder und vorgeschlagenen Maßnahmen für die geplante Landesstrategie umzusetzen. Die [Good-Practice-Analyse](#) konnte zeigen, dass starke Netzwerke die zentrale Grundlage für erfolgreiche Social-Entrepreneurship-Ökosysteme sind. Austausch und Vernetzung sollten daher auch weiterhin unterstützt werden.

Die Bestandsaufnahme des Gutachtens hat die Integration der oben genannten Social-Entrepreneurship-Netzwerke und -Strukturen mit dem gesamten Gründungsökosystem Schleswig-Holstein als zentralen Handlungsbereich identifiziert. Auch die [Good-Practice-Analyse](#) zeigte, dass Social Entrepreneurship als Teil der Gründungslandschaft und nicht isoliert als Nischenthema verstanden, unterstützt und gefördert werden sollte. Die Einbettung in bestehende Strukturen der Gründungsberatungslandschaft und weitere Vernetzung zwischen den Ökosystemen wäre anzustreben.

Der Gefahr eines Denkens und Handelns in zwei Welten – konventionelle, wirtschaftliche Gründungen vs. soziale Gründungen – sollte auch in Schleswig-Holstein entgegengewirkt werden. Dies kann über einen verstärkten Austausch zwischen den Akteuren, wie er beispielsweise durch den Prozess der Gutachtenserstellung bereits angestoßen wurde, geschehen. Eine stärkere „Cross-Besetzung“ in Netzwerken, in Jurys und Entscheidungsrunden, aber auch den räumlichen Angeboten wie Coworking-Spaces sollte angestrebt werden, um den Transfer von Perspektiven und konkretem Wissen zu befördern. Eine weitere Öffnung der bestehenden Netzwerke für Nicht-Akademikerinnen und Nicht-Akademiker wäre zu empfehlen. Wie in Kapitel 4.3 und 4.4 gezeigt wurde, ergänzen sich die bestehenden Social-Entrepreneurship-Netzwerke und die etablierten Strukturen und Angebote zur Gründungsförderung im Land mit Blick auf die Zielgruppe Social Start-ups in ihren Kompetenzen potenziell. Startup SH bildet für die Vernetzung zwischen Gründungsnetzwerken den etablierten Rahmen und ist eine Schnittstelle zwischen Akteuren der „konventionellen“ Gründungsförderung und -unterstützung und der Social-Entrepreneurship-Community. Diese Schnittstelle und die etablierten Kommunikationskanäle könnten für die Zielgruppenansprache der Landesstrategie genutzt werden (vgl. [Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation](#)). Die Vernetzung in andere Gesellschaftsbereiche (Bildung, Soziales, Umwelt) könnte für das Netzwerk Startup SH und seine Akteure darüber hinaus eine Chance darstellen. Die Akteure in Startup SH sind Expertinnen und Experten für die Nutzung unternehmerischer Mittel und können dieses Wissen weiterverbreiten. Gleichzeitig stehen Start-ups und Unternehmen im Land vor der Herausforderung, sich zunehmend mit nachhaltigen Zielstellungen beschäftigen müssen (vgl. [Stellenwert in der „konventionellen“ Wirtschaft](#)), wofür der Austausch mit netzwerkexternen Akteuren hilfreich sein kann. Die Social Start-ups können hier für das Netzwerk eine Brückenfunktion einnehmen und würden außerdem vom Kontakt zu „konventionellen“ Start-ups und etablierten Unternehmen profitieren. Neben dieser Schnittstellenfunktion von Startup SH erscheint auch die aktuelle Koordinierung des Themas Social Entrepreneurship im Referat für Digitalisierung, Gründung und Nachfolge und die gleichzeitig starke Vernetzung zur Social-Entrepreneurship-Community sinnvoll.

Die Chancen ressortübergreifender Kooperation zur Verwirklichung eines ganzheitlichen Social-Entrepreneurship-Ansatzes könnten in Schleswig-Holstein noch stärker genutzt werden. Sowohl Vertreter des Wirtschafts-, Bildungs- als auch Sozialministeriums sehen Chancen, sich unter dem Thema Social Entrepreneurship gemeinsam übergeordneten Herausforderungen in den Bereichen ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit zu stellen. Kooperation und Transfer könnten hier auch weitere Häuser, insbesondere das Umweltministerium einbeziehen.

Ein weiterer möglicher Handlungsbereich mit einem großen Marktpotenzial stellt für die landesseitigen und kommunalen Einrichtungen die [Gestaltung einer Social-Entrepreneurship-freundlichen Vergabe und Beschaffung](#) dar. Wie die Bestandsaufnahme zeigte, steht Schleswig-Holstein hier noch am Anfang. In einem ersten Schritt könnten die in Kapitel [4.2](#) aufgezeigten Möglichkeiten in einer ressortübergreifenden Arbeitsgruppe aus landesseitigen und kommunalen Vertreterinnen und Vertretern sowie weiteren Expertinnen und Experten (z. B. SEND, yooweedoo, Juristinnen/Juristen) mit Blick auf konkrete kurz-/mittel-/langfristige Umsetzungspotenziale diskutiert werden. Solch eine Arbeitsgruppe könnte beispielsweise in einer 6-monatigen Workshopreihe unter Verwendung innovativer Formate und Methoden ein Papier mit Empfehlungen für die öffentliche Hand in Schleswig-Holstein erarbeiten. Aktuell wird das Thema Beschaffung und Vergabe auch vom SEND bearbeitet, woraus sich Synergiepotenziale ergeben könnten. Ob dieser Ansatz als Maßnahme für die geplante Landesstrategie weiter qualifiziert werden sollte, ist im Rahmen der Strategielegung zu prüfen.

Die [Good-Practice-Analyse](#) zeigte, dass neben starken gewachsenen Netzwerken ein erklärter Wille seitens der Politik zur Unterstützung von Social Entrepreneurship und damit einhergehende verfügbare Ressourcen unabdingbar für erfolgreiche Social-Entrepreneurship-Ökosysteme sind. Ein zukunftsgerichtetes Mindset und die Bereitschaft, in ein neues Thema zu investieren und ggf. eine Vorreiterrolle einzunehmen, ist damit eine politische Voraussetzung.

6.3 Handlungsfeld III: Kompetenzentwicklung, Unterstützung und Beratung

Ein zentrales Ergebnis der Bestandsaufnahme ist ein deutlicher Bedarf zur Erhöhung der unternehmerischen Kompetenzen unter den (potenziellen) Social Start-ups im Land Schleswig-Holstein sowie einer verbesserten, passgenauen Social-Entrepreneurship-spezifischen Beratung – insbesondere in den Bereichen Gründungsfinanzierung, Rechtsform und Gestaltung von Gemeinnützigkeit bzw. Umgang mit Gewinnen.

Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten sollten die Synergiepotenziale zwischen den bestehenden Beratungs- und Unterstützungskompetenzen im Land genutzt werden, um die Navigation durch die Herausforderung im Gründungsprozess für die Social Start-ups zu erleichtern. Die vorhandenen Kompetenzen und Unterstützungsangebote im Land sollten hierfür stärker integriert und punktuell um Social-Entrepreneurship-spezifische Angebote ergänzt werden. Es wäre zu empfehlen (1) die etablierten Akteure im Start-up-Ökosystem für Social Entrepreneurship, Soziale Innovationen und ihr ökonomisches, ökologisches und soziales Potenzial zu sensibilisieren (vgl. [Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation](#)) und die „konventionellen“ Gründungsberatungsangebote der Wirtschaftsförderungen, Kammern, Technologie- und Innovationszentren, Hochschulen, Inkubatoren und Akzeleratoren um Social-Entrepreneurship-spezifische adressaten- und bedarfsgerechte Komponenten zu ergänzen, (2) die Social-Entrepreneurship-Netzwerke für die Relevanz Förder-, Finanzierungs- und betriebswirtschaftlicher Expertise zu sensibilisieren und qualifizieren (zu (1) und (2) vgl. [Box 3](#)). Eine Kompetenz, die für Social Start-ups selbst aber auch für Beratende in Schleswig-Holstein zunehmend an Relevanz gewinnen wird, ist die Darlegung bzw. Prüfung und Bewertung von

Wirkungsperspektiven und -ketten. Dieser Aspekt wird für die Akteure in Schleswig-Holstein besonders an Relevanz gewinnen, sollten neue öffentliche Förderangebote – sowohl Landes-, als auch Bundes- und EU-seitig – entstehen.

Des Weiteren wäre zu empfehlen, (3) das gegenseitige Wissen über und den Transfer zwischen den genannten Kompetenzträgern zu verbessern und (4) die von den Expertinnen und Experten aber auch in der [Good-Practice-Analyse](#) identifizierte enge Begleitung geförderter Gründungsvorhaben fortzuführen/zu verbessern.

Box 3: Maßnahmenvorschlag - Zielgerichtete (Beratungs-)Kompetenzentwicklung zum Thema Social Entrepreneurship unter Gründungsberaterinnen und Gründungsberatern in Schleswig-Holstein

Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Gründungsberaterinnen und Gründungsberater der „konventionellen“ Beratungs- und Unterstützungsstellen der Wirtschaftsförderungen, Kammern, Technologie- und Innovationszentren, Hochschulen, Inkubatoren und Akzeleratoren zu den Bedarfen der Social Entrepreneurs/Social Start-ups weiterbilden - Kompetenzen der „neuen“ Social-Entrepreneurship-Netzwerke zu Förder-, Finanzierungs- und betriebswirtschaftlichen Herausforderungen im Gründungsprozess ausbauen - Transfer zwischen den „konventionellen“ und „neuen“ Beratungsstellen und Netzwerken befördern
Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> - Online-Seminar „Fit für Sozialunternehmen“ des SEND als niedrigschwellige, räumlich unabhängige Weiterbildungsmöglichkeit für öffentlich (mit-)finanzierte Gründungsberaterinnen und Gründungsberater ermöglichen - Ggf. Schleswig-Holstein-spezifische Gestaltung der Inhalte und Formate in Abstimmung mit SEND - Seminar und Inhalte sollten anschließend in der yooweedoo-Netzwerkgruppe und/oder in den Formaten von Startup SH reflektiert werden und eine nachhaltige Beschäftigung mit dem Thema und ein Lernen voneinander zu bewirken
Umsetzende/verantwortliche Stellen	<ul style="list-style-type: none"> - Koordination durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus (MWWATT) des Landes Schleswig-Holstein, Referat Digitalisierung, Gründung & Nachfolge - Umsetzung im Rahmen von yooweedoo und/oder Startup SH
Ressourcen	Teilnahmegebühr liegt bei ca. 80 Euro je Teilnehmendem; Ressourcenumfang abhängig von weiteren Vereinbarungen und Teilnehmendenzahl (zu bestimmen)
Nächste Schritte	Diskussion der vorgeschlagenen Aktivitäten und der erforderlichen Ressourcen im Rahmen der Strategielegung

Die bestehenden starken Netzwerke, Kompetenzentwicklungs- und Unterstützungsaktivitäten rund um das Projekt yooweedoo sind nicht nur wichtiger Ankerpunkt und Treiber des Themas Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein, sondern stellen für Gründungsvorhaben und Social Start-ups auch ganz konkret eine zentrale Unterstützung im Sinne einer Landesförderung dar. Dabei hängen die qualifizierenden Unterstützungsangebote eng mit der finanziellen Förderung des yooweedoo-Ideenwettbewerbs zusammen (vgl. [Handlungsfeld IV: Finanzierung](#)). Um den identifizierten wichtigen Beitrag von yooweedoo zur Generierung von Gründungsideen, zum Abbau von Gründungshemmnissen, zur Fortentwicklung des Social-Entrepreneurship-Ökosystems und dessen Sichtbarkeit nach innen und nach außen zu sichern, wäre es zu empfehlen, das Projekt zukünftig zuverlässig zu finanzieren. Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten ist die bisherige Förderung aus Projektmitteln unterschiedlicher Fördergeber für eine Fortführung der Aktivitäten auf hohem Qualitätsniveau nicht zielführend und sollte durch eine institutionelle

Förderung abgelöst werden. Außerdem wäre ein weiteres Zusammenwachsen von yooweedoo mit dem gesamten Start-up-Ökosystem Schleswig-Holstein (vgl. [Handlungsfeld II: Institutionen, Netzwerke und Transfer](#)), eine räumliche Verdichtung der Unterstützungsangebote (u. a. durch ortsunabhängige digitale Angebote) und eine weitergehende Öffnung für nicht-akademische Zielgruppen zu forcieren.

Die in der Bestandsaufnahme positiv hervorgehobenen Sensibilisierungsaktivitäten für Gründungsgeist sowie Unternehmerinnen- und Unternehmertum, wie sie z. B. im Rahmen des Landeskonzepts zu Entrepreneurship Education (Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, 2021) und dem stiftungsfinanzierten SEEd-Programm (SEEd.schule, 2021) bereits umgesetzt werden, sollten aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter mit dem Ziel der Kompetenzentwicklung potenzieller Gründerinnen und Gründer – aber auch der Gesamtgesellschaft – fortgeführt werden.

6.4 Handlungsfeld IV: Finanzierung

In der Seed-Phase zwischen Ideengenerierung und Gründung stehen Social Start-ups mit „klassischen“ Rechtsformen und primär gewinnorientierten Geschäftsmodellen in Schleswig-Holstein deutlich mehr Möglichkeiten der Finanzierung offen als primär gemeinnützig orientierten Vorhaben mit „nicht-klassischen“ Rechtsformen (vgl. [Eignung der finanziellen Förderangebote für Social Start-ups](#)). Zudem sind aufgrund der thematischen Ausrichtung vieler Förderangebote deutlich weniger Finanzierungsangebote für Social Start-ups vorhanden, deren Geschäftsmodell auf einer nicht-technischen Innovation beruht oder einen geringen Innovationsgrad aufweist (indem es z. B. bestehende Lösungen zur Adressierung von gesellschaftlichen Herausforderungen nutzt), als für innovative technologieorientierte Start-ups. Weiterhin besteht bei einigen Förderangeboten eine Einschränkung in der vorausgesetzten (formalen oder praktischen) Anbindung der Begünstigten an wissenschaftliche Einrichtungen. Für Gründungsvorhaben von außerhalb des Wissenschaftssystems stehen somit deutlich weniger Förderangebote offen. Im Ergebnis der Analyse der finanziellen Fördermöglichkeiten und aus Sicht der Expertinnen und Experten bedarf es im Pre-Seed/Seed-Bereich einer zusätzlichen nicht-rückzahlbaren Finanzierungsmöglichkeit für Social Start-ups in Schleswig-Holstein, um nach der Ideengenerierung diese auch in konkrete Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren fortentwickeln zu können. Betrachtet man, wie viele Gründungen jährlich aus dem yooweedoo-Ideenwettbewerb hervorgehen und welche Finanzierungsbedarfe diese für die nächsten Entwicklungsschritte haben, schätzen die Expertinnen und Experten, dass derzeit ein zusätzlicher Finanzierungsbedarf bei jährlich etwa 80.000 bis 100.000 Euro (20.000 bis 25.000 Euro je Gründungsvorhaben) besteht. Das entspricht je Vorhaben (in der Summe der Fördergegenstände) in etwa der Finanzierungshöhe des Gründungsstipendiums Schleswig-Holstein. Das Gründungsstipendium bietet finanzielle Unterstützung als Hilfe zum Lebensunterhalt, für Rechtsanwalts-, Notar-, Gerichts- und Steuerberatungskosten sowie Sachkosten- oder Investitionsmittelzuschüsse (vgl. Steckbrief Gründungsstipendium Schleswig-Holstein im [Anhang](#)). Es wird daher empfohlen, im Gründungsstipendium Schleswig-Holstein die Zielgruppe Social Start-ups stärker zu berücksichtigen. Die für das Jahr 2022 geplante Öffnung des Stipendiums für explizit nachhaltige Vorhaben ist daher zu begrüßen. Es wäre zu empfehlen, Social Start-ups, bzw. sozial und/oder ökologisch nachhaltige Gründungsvorhaben in den Maßnahmen der WTSH zur Kommunikation und Zielgruppenerreichung ausdrücklich zu berücksichtigen. Hierbei wären auch die Empfehlungen in [Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation](#) zu bedenken. Auch Möglichkeiten einer Präqualifizierung für das Gründungsstipendium Schleswig-Holstein über den yooweedoo-Ideenwettbewerb sollten gemeinsam mit den Akteuren geprüft werden. Sollten in den kommenden Jahren zusätzliche finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, könnte mit Blick auf

die vergrößerte Zielgruppe des Stipendiums eine Erhöhung des Fördervolumens in Erwägung gezogen werden.

Um Finanzierungsbedarfe der Social Start-ups, aber auch bestehender Social Enterprises, in den Förderangeboten des Landes noch besser zu adressieren, wäre außerdem zu empfehlen, Möglichkeiten zur Öffnung des Finanzinstruments IB.SH Mikrokredit für die Zielgruppen Social Start-ups und Social Entrepreneurs unter Nutzung der Erfahrungen des Good-Practice-Beispiels [Finanzierungsinstrumente NRW.BANK.Universalkredit und NRW.BANK.MicroCrowd](#) zu prüfen (vgl. [Box 4](#)).

Box 4: Maßnahmenvorschlag - Zielgruppenerweiterung des IB.SH Mikrokredits

Zielsetzung	Öffnung des Finanzinstruments IB.SH Mikrokredit für die Zielgruppen Social Start-ups und Social Enterprises
Förder-/Unterstützungsgegenstand	Zinsvergünstigten Darlehen (vgl. Steckbrief IB.SH Mikrokredit im Anhang) für (gewerbliche) Social Start-ups und Social Enterprises
Umsetzende/verantwortliche Stellen	IB.SH
Ressourcen	Zu bestimmen in Abhängigkeit der verfügbaren Mittel
Nächste Schritte	Diskussion der vorgeschlagenen Anpassung und der erforderlichen Ressourcen zwischen IB.SH, MWVATT und ggf. weiteren Akteuren im Rahmen der Strategielegung; ggf. vertiefende Expertise der NRW.BANK (Good-Practice-Beispiel) einholen

Bei ausreichend zur Verfügung stehenden Mitteln wäre mittel- bis langfristig auch das Aufsetzen eines neuen Programms zur landesseitigen Förderung von Social Start-ups, Social Enterprises und Sozialen Innovationen über nicht-rückzahlbare Zuschüsse sowie mit begleitenden Trainings- und Coachingangeboten denkbar. Dies müsste unter klarer Abgrenzung der bestehenden Angebote zur Gründungs- und Innovationsförderung geschehen und einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden. Aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter erscheint es sinnvoll, die vorgeschlagenen Anpassungen bestehender Programme einem neuen Programm zeitlich vorzuziehen, um die Zielgruppe wie in [Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation](#) vorgeschlagen, in Ihrer Quantität und Qualität weiter zu erkunden. Auf Grundlage der hier gesammelten Erfahrungen könnte dann ein bis zwei Jahre nach Umsetzungsbeginn die Erstellung eines neuen Programms für eine über Start-ups und die Seed-Phase hinausgehende Zielgruppe diskutiert werden. Ähnlich wie im Good-Practice-Beispiel [Förderaufruf #UpdateDeutschland im Rahmen der Förderrichtlinie PROFI Impuls der Freien und Hansestadt Hamburg](#) könnte dann im Rahmen einer neu zu erstellenden Richtlinie in unterschiedlichen Förderaufrufen, die unterschiedliche Nachhaltigkeitsziele, regionale oder temporäre Herausforderungen adressieren, gearbeitet werden.

Sowohl bei einer Anpassung bestehender Förderprogramme als auch bei der Gestaltung eines neuen Programms sollte sichergestellt werden, dass sich die Zielgruppe(n) auch in der Sprache der Programmdokumente und in sonstigen Maßnahmen zur Zielgruppenansprache wiedererkennen. Schlüsselwörter wie „Impact“, „Sozial“, „Nachhaltig“, aber auch die Nennung der Rechtsformen Einzelunternehmen, Vereine, Stiftungen und natürliche Personen erleichtern eine Zuordnung.

Insbesondere bei der Gestaltung eines neuen Programms sollte außerdem berücksichtigt werden, dass der Darlegung von Wirkungsperspektiven und -ketten eine hohe Bedeutung zukommen wird. Hierfür werden sowohl die Antragstellerinnen und Antragsteller selbst (bzgl. Methoden, um die eigene Wirkungsweise transparent darzustellen) als auch Bearbeitende in der zuständigen Institutionen sowie Auswahlrunden-/Jurymitglieder (bzgl. der Prüfung und Bewertung der Wirkperspektiven) neues Wissen und Kompetenzen benötigen (vgl. [Handlungsfeld III: Kompetenzentwicklung, Unterstützung und Beratung](#)).

Neben der Seed-Phase wurde auch in der Expansionsphase eine Lücke in der bestehenden Struktur der finanziellen Förderangebote für Social Start-ups in Schleswig-Holstein identifiziert. Insbesondere für gemeinnützige Körperschaften gibt es wenige als passend wahrgenommene Finanzierungsmöglichkeiten. Mittel- bis langfristig sollte die Verbesserung des Zugangs der Social Start-ups in Schleswig-Holstein zu Risikokapital angestrebt werden. Die Positionierung des Landes als attraktive Region für Impact-Investments und das (mit der Landesstrategie fortentwickelte) Marktpotenzial – vor allem im Green-Entrepreneurship-Bereich – sollte gegenüber privaten Finanzierungsgebern auch von Seiten der Landespolitik verfolgt werden (vgl. [Handlungsfeld I: Zielgruppenentwicklung und Kommunikation](#)). Auch auf der Ebene der Akteure im Social-Entrepreneurship-Ökosystem sollten Potenziale für ein überregionales Matching zwischen Start-ups und Investoren – z. B. mit den norddeutschen Bundesländern – in der Beratung und Unterstützung berücksichtigt werden.

Die Schaffung eines öffentlichen Förderangebots im Risikobereich – ähnlich wie es beispielsweise das Land Berlin aktuell plant (vgl. [Zugang zu Finanzmärkten](#)) – erscheint im derzeitigen Reifegrad des Social-Entrepreneurship-Ökosystems und unter begrenzten zur Verfügung stehenden Mitteln zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht angezeigt, wäre jedoch eine mögliche zukünftige Maßnahme.

Die gut ausgebaute Unterstützung in der Pre-Seed-Phase – insbesondere der yooweedoo-Ideenwettbewerb und die begleitenden Unterstützungsangebote – sollten mit einer verlässlichen Finanzierungsperspektive fortgeführt werden (vgl. [Handlungsfeld III: Kompetenzentwicklung, Unterstützung und Beratung](#)).

6.5 Handlungsfeld V: Messung und Evaluation

Um das Wissen über die Kernzielgruppe der geplanten Landesstrategie zu verbessern und um die Relevanz der Unterstützung und Förderung von Social Entrepreneurship gegenüber Entscheidungsträgern darzulegen, sollte im Rahmen der zuvor vorgeschlagenen Maßnahmen eine strukturierte Erfassung der Empfängerinnen und Empfänger der Förder- und Unterstützungsangebote und ihrer umgesetzten Vorhaben durchgeführt werden. Die limitierte Datenlage (vgl. [Wachsende Anzahl an Social Start-ups](#)) und der Umstand, dass sich viele Gründungsvorhaben und bestehende Social Enterprises selbst nicht dem Bereich Social Entrepreneurship zuordnen, erschwert die Konzeption eines geeigneten Messvorgehens. Ein Messkonzept könnte zusammen mit der Umsetzung der in der Strategie vorgeschlagenen Maßnahmen entstehen. Der Anspruch eines vollständigen „Zensus“ erscheint im derzeitigen Reifegrad des Ökosystems sehr ambitioniert. Neben der Messung der Ergebnisse stellt auch die langfristige Wirkungsmessung und Evaluation der Förder- und Unterstützungsangebote für Social Entrepreneurship einen zukünftigen Handlungsbereich dar.

7. KURZFASSUNG DES GUTACHTENS

Hintergrund und Zielstellung des Gutachtens

Soziale Innovationen und sozial-unternehmerische Geschäftsmodelle haben eine wachsende Bedeutung zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Diese Bedeutung hat das Land Schleswig-Holstein erkannt und hat sich im Frühjahr 2021 vorgenommen, unter Einbindung der relevanten Stakeholder eine Strategie zur Unterstützung und Förderung von Sozialen Innovationen und Social Entrepreneurship zu entwickeln (vgl. Schleswig-Holsteinischer Landtag, 2021a). Der Schwerpunkt liegt dabei im Gründungsbereich und auf der Zielgruppe Social Start-ups. Als Grundlage für die geplante Landesstrategie wurde in einem ersten Schritt ein Gutachten beauftragt. Das vorliegende Gutachten wurde von Ramboll Management Consulting im Zeitraum Juni bis November 2021 in enger Zusammenarbeit mit dem Referat für Digitalisierung, Gründung und Nachfolge im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (MWWATT) und unter Beteiligung regionaler Schlüsselakteure, Gründerinnen und Gründern sowie überregionalen Expertinnen und Experten erstellt.

Das Gutachten umfasst eine unter Beteiligung der relevanten Stakeholder abgeleitete, praxisorientierte Definition der Begriffe Social Entrepreneurship und Soziale Innovationen, eine Bestandsaufnahme der Kernzielgruppe, der allgemeinen Rahmenbedingungen, der aktuellen Förder- und Unterstützungsangebote in Schleswig-Holstein sowie eine Good-Practice-Analyse ausgewählter Förder- und Unterstützungsangebote im Bereich Social Entrepreneurship in anderen (Bundes-)Ländern. Im Ergebnis identifiziert das Gutachten Lücken und Optimierungspotenziale in den aktuellen Förder- und Unterstützungsangeboten für Social Start-ups in Schleswig-Holstein und spricht Empfehlungen für Handlungsfelder und Maßnahmen aus. Auf Basis der Gutachtenergebnisse soll anschließend zu Jahresanfang 2022 die Landesstrategie formuliert und dem Landtag vorgelegt werden.

Projekt- und Untersuchungsdesign

Zu Projektbeginn wurde mit den relevanten Stakeholdern Mitte Juli 2021 ein Kick-off-Workshop durchgeführt, in dem insbesondere die Erwartungen der Akteure an Gutachten und Strategie eingeholt wurden. Zu den weiteren Untersuchungsschritten gehörte eine umfangreiche Literatur- und Dokumentenanalyse, leitfadengestützte Interviews mit insgesamt 19 Expertinnen und Experten aus Schleswig-Holstein und dem Bundesgebiet, zwei Fokusgruppen mit Social Start-ups und eine Good-Practice-Analyse von Förder- und Unterstützungsangeboten in anderen (Bundes-)Ländern. In einem Priorisierungsworkshop mit den relevanten Stakeholdern wurden die Ergebnisse der Bestandsaufnahme sowie Vorschläge für Handlungsoptionen und Maßnahmen Mitte Oktober 2021 präsentiert, diskutiert und priorisiert. Anschließend wurde der vorliegende Ergebnisbericht verfasst.

Über den gesamten Prozess der Bestandsaufnahme hinweg wurden die Ergebnisse der Untersuchungsschritte kontinuierlich mit der Ansprechpartnerin im auftraggebenden MWWATT gespiegelt und diskutiert. Außerdem wurde in Bereichen des Vergabe- und Gesellschaftsrecht die juristische Expertise der Kanzlei Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB (Projektpartner) hinzugezogen.

Definitionsansätze: Soziale Innovationen

Die Gemeinsamkeit der zahlreichen existierenden Definitionsansätze für Soziale Innovationen besteht darin, dass bei Sozialen Innovationen eine Neuartigkeit (bzw. Innovativität) vorausgesetzt

wird und dass diese eine soziale Komponente beinhalten. „Sozial“ wird dabei in Literatur und Praxis teils als das (geregelt) Zusammenleben von Menschen betreffend verstanden, teils normativ als dem Gemeinwohl, der Allgemeinheit dienend verstanden. Entsprechend können Soziale Innovationen als Veränderungen in sozialen Praktiken bzw. Arten der Interaktion zwischen Menschen oder im Sinne einer Ausrichtung der Innovationen auf das Gemeinwohl betreffende Zielstellungen betrachtet werden. Soziale Innovationen haben einen primär nicht-technischen Charakter, können aber auch technische Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen beinhalten. Der Begriff der Innovativität umfasst dabei nicht nur disruptive/radikale Neuheiten, sondern auch inkrementelle oder sich auf bestimmte Regionen oder Organisationseinheiten beziehende Neuerungen. Dieses Verständnis findet sich auch in der Regionalen Innovationsstrategie Schleswig-Holsteins (RIS3.SH) wieder (vgl. MWVATT, 2021). Den an der Gutachtenserstellung beteiligten Stakeholdern war es mit Blick auf die geplante Landesstrategie außerdem sehr wichtig, dass (vom Land geförderte/unterstützte) Soziale Innovationen immer auf nachhaltige bzw. langfristige Lösungen und Wirkungen ausgerichtet sein sollten.

Definitionsansätze: Social Entrepreneurship

Soziale Innovationen werden sowohl im politischen wie auch akademischen Diskurs oft mit dem Konzept Social Entrepreneurship assoziiert. Insbesondere bei der Überführung von sozial-innovativen Ideen in die Praxis wird unternehmerischen Mitteln oft eine zentrale Rolle zugesprochen.

Im akademischen und politischen Diskurs zu Social Entrepreneurship lässt sich feststellen, dass es nicht die eine, anerkannte Definition von Social Entrepreneurship, sondern vielmehr eine Vielzahl unterschiedlich nuancierter Definitionsansätze gibt. Die in den verschiedenen Definitionen angelegten Kriterien lassen sich in folgenden Dimensionen zusammenfassen:

- 1. Soziale Dimension:** Soziale oder gesellschaftliche Wertschaffung bzw. Zielsetzung
- 2. Unternehmerische Dimension:** Nutzung unternehmerischer Mittel
- 3. Governance-Dimension:** Steuerungsmodell zur Wahrung der sozialen Zielstellung
- 4. Innovativität:** Neuartigkeit bzw. Innovativität der Aktivitäten oder Ansätze

Im Ergebnis der Untersuchungsschritte des Gutachtens und unter Beteiligung der relevanten Stakeholder wurden die Kriterien „soziale/gesellschaftliche Zielstellung“ und „Nutzung unternehmerischer Mittel“ als zentrale Definitionskriterien für die Zielgruppe der geplanten Landesstrategie identifiziert. Die Governance-Dimension und die Innovativität der Vorhaben der Zielgruppe sollten aus Sicht der Akteure zum aktuellen Zeitpunkt nicht als Ausschlusskriterien fungieren. Damit ergibt sich mit Blick auf die Zielgruppe des Gutachtens und der geplanten Landesstrategie folgende Definition von Social Entrepreneurship:

„Das primäre Ziel der Social Enterprises bzw. Social Start-ups ist die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Dies wird durch eine kontinuierliche Nutzung unternehmerischer Mittel erreicht und resultiert häufig in disruptiven oder inkrementellen Innovationen. Durch steuernde und kontrollierende Mechanismen kann die Verfolgung der gesellschaftlichen Ziele in den Social Enterprises bzw. Social Start-ups langfristig sichergestellt werden.“

Social Start-ups in Schleswig-Holstein

Die Zahl der Social Start-ups wächst sowohl bundesweit als auch in Schleswig-Holstein. Während die bundesweite Entwicklung quantitativ durch Erhebungen belegt werden kann (vgl. Hoffmann et al., 2021 und Bundesverband Deutsche Startups e. V., 2020), liegt für das nördlichste Bundesland leider kein belastbares Zahlenwerk vor. Die Einschätzungen zu den Social Start-ups in Schleswig-Holstein beruhen auf Beobachtungen der interviewten Expertinnen und Experten und den Ergebnissen der Fokusgruppen. Viele der Social Start-ups in Schleswig-Holstein befinden sich in vergleichsweise frühen Phasen des Gründungs- und Wachstumsprozess und bezeichnen sich nicht unbedingt selbst als Social Start-ups. Vielmehr identifizieren sich die Gründungsvorhaben über ihre gesellschaftliche oder soziale Zielstellung, die für sie gegenüber der Gewinnerzielung im Vordergrund ihrer Aktivitäten steht. Sie bezeichnen sich z. B. als Sustainable Start-ups, Green Start-ups, Impact Start-ups, gemeinnützige Unternehmen oder Sozialunternehmen.

Die aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen sind vielfältig und allein die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen illustrieren die thematische Breite der Zielstellungen, die von Social Entrepreneurs in Angriff genommen werden können. Auch in Schleswig-Holstein sind Social Start-ups in verschiedensten Branchen und Themenbereichen anzutreffen. Ein spezieller Branchenfokus ist zwar nicht zu erkennen, Gründungsvorhaben im Land scheinen allerdings im Vergleich zu anderen Bundesländern besonders häufig dem Teilbereich Green Entrepreneurship zuzuordnen zu sein (vgl. Fichter & Olteanu, 2021).

Positive Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein

Die politische, wirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Relevanz des Konzepts Social Entrepreneurship als „Problemlöser für verschiedene soziale und ökologische Probleme“ (vgl. Scheuerle et al., 2013) nimmt auf globaler, nationaler und Landesebene zu. Das Konzept übernimmt eine Pionierfunktion, indem es Soziale Innovationen herbeiführt und eine neue, nachhaltigere Art des Wirtschaftens vorlebt. In Schleswig-Holstein stoßen das Konzept Social Entrepreneurship und die geplante Landesstrategie dabei auf positive Rahmenbedingungen:

- In Schleswig-Holstein gibt es – rund um das Projekt yooweedoo und die im Jahr 2021 konstituierte Netzwerkgruppe „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“, weitere bestehende Netzwerke rund um Hochschulen und Bildungsangebote, Akzeleratoren und Inkubatoren, Coworking-Spaces und Festivals – eine aktive und gut vernetzte Social-Entrepreneurship-Community, die auch zunehmend mit dem gesamten Start-up-Ökosystem Schleswig-Holstein vernetzt ist. Insbesondere yooweedoo erfüllt dabei außerdem eine wichtige Funktion für die Sichtbarkeit und Kommunikation (in die Community sowie nach außen) des Themas Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein.
- Über bestehende Förder- und Unterstützungsangebote im Land wurden und werden bereits heute vielfältige und relevante Vorhaben im Social-Entrepreneurship-Bereich finanziell und/oder nicht-finanziell unterstützt.
- Die Aufmerksamkeit aus Politik und Zivilgesellschaft nimmt in Schleswig-Holstein zu und die Relevanz sozialer Innovationen für den Innovationsstandort Schleswig-Holstein wird in der Fortschreibung der RIS3.SH – unter einem holistischen Innovationsverständnis – explizit dargelegt (vgl. MWVATT, 2021).
- Im Allgemeinen besteht eine enge Verbindung zwischen Social Entrepreneurship und dem Ehrenamt. Schleswig-Holstein bietet sehr gute Rahmenbedingungen für ehrenamtliches Engagement, das im Land stark ausgeprägt ist.

- Die Potenziale für eine ressortübergreifende Auseinandersetzung mit dem Thema Social Entrepreneurship und die Bedeutung einer frühzeitigen Sensibilisierung für Gründungsgeist sowie Unternehmerinnen- und Unternehmertum wurden in Schleswig-Holstein erkannt. Vor allem im Bildungsbereich wird mit dem Landeskonzept Entrepreneurship Education (Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, 2021) und dem stiftungsfinanzierten SEEd-Programm (SEEd.schule, 2021) ein ganzheitlicher Ansatz zur Förderung unternehmerischen Denkens und des Verständnisses von Social Entrepreneurship in der Gesamtgesellschaft verfolgt.

Ungehobene Potenziale in etablierter Wirtschaft, öffentlicher Hand und ländlichem Raum

Trotz der dargelegten wachsenden Relevanz stellt eine mangelnde Anerkennung des Konzepts Social Entrepreneurship in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft - in Deutschland insgesamt wie in Schleswig-Holstein - nach wie vor eine Herausforderung dar. Gerade das Interesse etablierter Unternehmen am Konzept ist in Schleswig-Holstein noch gering, wenngleich das Interesse an sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit parallel zum internationalen und deutschlandweiten Trend allerdings zunimmt.

Im Land Schleswig-Holstein gibt es bisher kaum Bestrebungen von Land und Kommunen, die Potenziale einer Social-Entrepreneurship-freundlichen Beschaffung und Vergabe zu nutzen. Die Potenziale wurden im Rahmen der Gutachtenserstellung juristisch geprüft. Eine Empfehlung des Gutachtens ist es, die Potenziale im Bereich Beschaffung und Vergabe in ressortübergreifenden Ansätzen zu adressieren.

Aktuell sind die Städte Kiel, Lübeck und Flensburg die Knotenpunkte der Social-Entrepreneurship-Aktivitäten im Land. Erste Ansätze einer landesweiten Vernetzung und ortsunabhängiger, virtueller Unterstützungsangebote sind jedoch vorhanden. Sie sollten weiter vorangetrieben werden, um die von den Expertinnen und Experten identifizierten Bedarfe und Potenziale für Social Entrepreneurship auch in ländlichen Regionen zu adressieren.

Gründungshemmnisse für Social Start-ups in Schleswig-Holstein

Die mit Abstand größte Herausforderung im Gründungsprozess für die Social Start-ups in Schleswig-Holstein sind fehlende Finanzierungsmöglichkeiten. Besonders eingeschränkt ist dabei der Zugang zum Markt für private Finanzierungen. Aber auch die zahlreichen öffentlichen Gründungsfinanzierungsangebote sind für die Social Start-ups nur bedingt passfähig. Social Start-ups berichteten zudem, dass sie auf die wenigen passfähigen Förderangebote erst zu spät im Gründungsprozess aufmerksam wurden und identifizierten für die Pre-Seed/Seed-Phase neben mangelnden Finanzierungsmöglichkeiten auch eine Lücke an existierenden Beratungs-/Informationsangeboten für Social Start-ups hinsichtlich verfügbarer finanzieller Förderangebote.

Die Wahl der Rechtsform und die Gestaltung von Gemeinnützigkeit bzw. des Umgangs mit Gewinnen stellten für die befragten Social Start-ups ebenfalls große Herausforderungen dar. Vor allem eine frühzeitige Beratung zu diesen Aspekten ist ein wichtiger identifizierter Bedarf der Zielgruppe, da die Gestaltung von Rechtsform und Gemeinnützigkeit eine wichtige Weichenstellung beim Zugang zu Finanzierungen, beim Personalaufbau oder für zukünftige Haftungsfragen ist. In Deutschland stehen Social Enterprises grundsätzlich verschiedenste Rechtsformen und Kombinationen davon zur Verfügung. Im Rahmen der Gutachtenserstellung wurden die juristischen Rahmenbedingungen der Rechtsformen und Gemeinnützigkeit von Social Start-ups untersucht. Landeseitig ist der Einfluss hierauf sehr begrenzt, das Land kann jedoch

bedarfsgerechte Beratungs-/Informationsangebote zu juristischen Fragestellungen für Social Entrepreneurs unterstützen.

Ein weiteres bedeutsames Gründungshemmnis für Social Start-ups in Schleswig-Holstein sind das häufig gering ausgeprägte betriebswirtschaftliche Know-how und unternehmerische Denken. Dies resultiert maßgeblich daraus, dass die Motivation hinter den Gründungsvorhaben der häufig nicht aus einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang heraus Gründenden vor allem der soziale Impact ist. Das Interesse an wirtschaftlichen Zusammenhängen ist dagegen teilweise weniger stark ausgeprägt und/oder auch durch negative Assoziationen belastet. Die Chancen der Nutzung unternehmerischer Mittel zur Verwirklichung der sozialen/gesellschaftlichen Zielstellung werden gerade zu Beginn des Gründungsprozesses von vielen Social Entrepreneurs nur geringfügig wahrgenommen.

Vergleichsweise geringe Hemmnisse im Gründungsprozess stellen für die Social Start-ups in Schleswig-Holstein die Aspekte Marketing und Vertrieb, Zugang zu Räumlichkeiten und Infrastruktur sowie Vernetzung dar. In diesen Bereichen seien vor allem dank der bestehenden Social-Entrepreneurship-Netzwerke eine gute Vermittlung und ausreichend Angebote vorhanden. Die Zusammensetzung von Gründungsteams sowie Personalschwierigkeiten stellten für Social Start-ups in Schleswig-Holstein bislang mittelgroße Hemmnisse im Gründungsprozess dar, nehmen im Wachstumsprozess aber tendenziell an Bedeutung zu.

Ungedeckte Bedarfe in den Bereichen Kompetenzentwicklung und Beratung

Angebote zur Kompetenzentwicklung und Beratung stehen Social Start-ups in Schleswig-Holstein zum einen seitens Institutionen der „konventionellen“ Gründungsberatung - wie Wirtschaftsförderungen, Kammern, Hochschulen, Coworking-Spaces und Technologie- und Gründerzentren - und zum anderen durch die relativ jungen Netzwerke und (Coworking-) Communities mit Social-Entrepreneurship-Bezug zur Verfügung. Die derzeitigen Angebote und Kompetenzen der „konventionellen“ Einrichtungen zur Gründungsberatung richten sich laut Expertinnen und Experten derzeit vornehmlich an Start-ups mit primär wachstums- und gewinnorientierten Zielsetzungen. Die bestehenden jungen, Social-Entrepreneurship-spezifischen Netzwerke und Communities wurden von den Akteuren hingegen als besonders unterstützend für Social Start-ups hervorgehoben, wengleich die betriebswirtschaftlichen, finanzierungs- und juristischen Beratungskompetenzen hier teilweise ausbaufähig seien. Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten wäre eine Kombination der bestehenden Beratungs- und Unterstützungskompetenzen im Land sinnvoll, um fachkundige Beratung und Kompetenzentwicklung vor allem in den Bereichen Finanzierung, Förderung, Rechtsform und Gemeinnützigkeit sowie betriebswirtschaftliche Grundlagen adressaten- und bedarfsgerecht für die Social Start-ups anzubieten. Die deutlichen Mehrwerte der Netzwerke und Communities mit explizitem Social-Entrepreneurship-Bezug für die Zielgruppe sollten derweil weiter gestärkt und in das gesamte Start-up-Ökosystem zunehmend integriert werden, um der Tendenz von Social-Entrepreneurship-Communities, sich von „konventionellen“ Gründungsökosystemen sowohl strukturell als auch ideologisch zu isolieren, entgegenzuwirken.

Finanzielle Förderangebote für Gründungsvorhaben in Schleswig-Holstein nur bedingt für Social Start-ups geeignet

Gründerinnen und Gründern sowie Start-ups und jungen Unternehmen in Schleswig-Holstein steht eine Vielzahl finanzieller Förderangebote von Landes-, Bundes- und EU-Seite zur Verfügung. Diese bieten finanzielle Unterstützung in allen Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses, von der Pre-Seed-bis hin zur Expansionsphase. Dies bedeutet jedoch nicht,

dass die finanziellen Förderangebote für Gründungen im Allgemeinen auch uneingeschränkt für Social Start-ups geeignet sind. Im Rahmen des Gutachtens wurden bestehende Förderangebote auf ihre Zielgruppenoffenheit sowie ihre Themenoffenheit und damit auf ihre Eignung für Social Start-ups hin untersucht.

Im Fazit zeigt der Blick auf die aktuell verfügbaren finanziellen Förderangebote für Gründungsvorhaben, dass Social Start-ups mit „klassischen“ Rechtsformen und primär gewinnorientierten Geschäftsmodellen deutlich mehr Möglichkeiten der Finanzierung offenstehen als primär gemeinnützig orientierten Social Start-ups mit „nicht-klassischen“ Rechtsformen. Zudem sind aufgrund der thematischen Ausrichtung vieler Förderangebote deutlich weniger Finanzierungsangebote für Social Start-ups vorhanden, deren Geschäftsmodell auf einer nicht-technischen Innovation beruht oder einen geringen Innovationsgrad aufweist (indem es z. B. bestehende Lösungen zur Adressierung von gesellschaftlichen Herausforderungen nutzt), als für innovative technologieorientierte Start-ups. Insbesondere in der Seed-Phase gibt es mithin eine Förderlücke. Weiterhin besteht bei einigen Förderangeboten eine Einschränkung in der vorausgesetzten Anbindung der Begünstigten an wissenschaftliche Einrichtungen. Für Gründungsvorhaben von außerhalb des Wissenschaftssystems stehen somit deutlich weniger Förderangebote offen. Auch Social Start-ups in späteren Phasen des unternehmerischen Gründungs- und Wachstumsprozesses, für die Beteiligungskapitel nicht in Frage kommt, steht eine geringere Anzahl an Förderangeboten zur Verfügung. Über die theoretische Eignung der Förderangebote hinaus ist in der Praxis zudem zu erkennen, dass sich Social Start-ups mit den Angeboten gegenwärtig größtenteils nicht angesprochen fühlen bzw. sie viele der Angebote nicht kennen.

Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge für die geplante Landesstrategie

Auf Grundlage der Bestandsaufnahme, der Ergebnisse der Good-Practice-Analyse und der Diskussion mit den relevanten Stakeholdern im Priorisierungsworkshop werden im Ergebnis des Gutachtens fünf Handlungsfelder für die geplante Landesstrategie vorgeschlagen.

Handlungsfeld I, Zielgruppenentwicklung und Kommunikation: Das Ökosystem „Social Entrepreneurship Schleswig-Holstein“ ist jung und befindet sich trotz der gewachsenen guten Netzwerke in einem noch frühen Reifegrad. Aufgrund ihrer impulsgebenden und aktiven Rolle wird empfohlen, den Fokus der geplanten Landesstrategie auf Gründungsvorhaben und Start-ups im Social-Entrepreneurship-Bereich zu legen. Die Good-Practice-Analyse zeigte, dass eine Planung ausgehend von den Bedarfen der regionalen Zielgruppen und Stakeholder ebenso wie ein Anknüpfen an bestehende Communities und Netzwerke mit bereits ausgeprägter Sichtbarkeit zielführend ist. Die Kernzielgruppe Social Start-ups und ihre Bedarfe sollten mit der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen weiter erkundet werden. Mit einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont sollten neben den Social Start-ups auch die Potenziale in/aus weiteren Zielgruppen für Soziale Innovationen und Social Entrepreneurship genutzt und entwickelt werden. Geeignete Kommunikationsmaßnahmen sollten Informationen zur geplanten Landesstrategie sowie zum Konzept Social Entrepreneurship in Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft im Land Schleswig-Holstein transportieren. Hierfür wird ein entsprechendes Kommunikationskonzept und ein Marketing zum Thema Social Entrepreneurship als Maßnahme für die geplante Landesstrategie vorgeschlagen.

Handlungsfeld II: Institutionen, Netzwerke und Transfer: Die bestehenden guten Netzwerke und Aktivitäten im Social-Entrepreneurship-Bereich in Schleswig-Holstein sollten als Ankerpunkte und Treiber für das Thema anerkannt, unterstützt und genutzt werden, um die dargelegten Handlungsfelder und vorgeschlagenen Maßnahmen für die geplante Landesstrategie umzusetzen.

Eine weitere Integration zwischen Social-Entrepreneurship-Community und dem gesamten Gründungsökosystem in Schleswig-Holstein, aber auch deren stärkere Vernetzung mit anderen Gesellschaftsbereichen sowie eine zunehmende Öffnung für Nicht-Akademikerinnen und Nicht-Akademiker sind zu empfehlen. Dies kann z. B. über einen intensivierten Austausch zwischen den Akteuren, eine stärkere „Cross-Besetzung“ in Netzwerken, in Jurys und Entscheidungsrunden, aber auch den räumlichen Angeboten wie Coworking-Spaces geschehen. Von Land und Kommunen könnten die Chancen ressortübergreifender Kooperationen zur Verwirklichung eines ganzheitlichen Social-Entrepreneurship-Ansatzes und das Marktpotenzial einer Social-Entrepreneurship-freundlichen Vergabe und Beschaffung stärker genutzt werden.

Handlungsfeld III, Kompetenzentwicklung, Unterstützung und Beratung: Zentrales Ergebnis der Bestandsaufnahme des Gutachtens ist ein Bedarf zur Erhöhung der unternehmerischen Kompetenzen unter den (potenziellen) Social Start-ups im Land Schleswig-Holstein sowie einer verbesserten, passgenauen Social-Entrepreneurship-spezifischen Beratung – insbesondere in den Bereichen Gründungsfinanzierung, Rechtsform und Gestaltung von Gemeinnützigkeit bzw. Umgang mit Gewinnen. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, die vorhandenen Kompetenzen und Unterstützungsangebote im Land stärker zu integrieren und punktuell um Social-Entrepreneurship-spezifische Angebote zu ergänzen. Es ist zu empfehlen:

- (1) die etablierten Akteure im Start-up-Ökosystem für Social Entrepreneurship zu sensibilisieren und die „konventionellen“ Gründungsberatungsangebote um Social-Entrepreneurship-spezifische, adressaten- und bedarfsgerechte Komponenten zu ergänzen,
- (2) die Social-Entrepreneurship-Netzwerke für die Relevanz Förder-, Finanzierungs- und betriebswirtschaftlicher Expertise zu sensibilisieren und qualifizieren,
- (3) das gegenseitige Wissen über und den Transfer zwischen den genannten Kompetenzträgern zu verbessern und
- (4) die von den Expertinnen und Experten aber auch in der Good-Practice-Analyse identifizierte enge Begleitung geförderter Gründungsvorhaben fortzuführen/zu verbessern.

Insbesondere zu (1) und (2) wird eine zielgerichtete (Beratungs-)Kompetenzentwicklung zum Thema Social Entrepreneurship unter Gründungsberaterinnen und Gründungsberatern in Schleswig-Holstein als Maßnahme vorgeschlagen.

Die bestehenden starken Netzwerke, Kompetenzentwicklungs- und Unterstützungsaktivitäten rund um das Projekt yooweedoo sind nicht nur wichtiger Ankerpunkt und Treiber des Themas Social Entrepreneurship in Schleswig-Holstein, sondern stellen für Gründungsvorhaben und Social Start-ups auch ganz konkret eine zentrale Unterstützung im Sinne einer Landesförderung dar. Um den wichtigen Beitrag von yooweedoo zu sichern, wird empfohlen, das Projekt zukünftig zuverlässig zu finanzieren. Aus Sicht der interviewten Expertinnen und Experten ist die bisherige Förderung aus Projektmitteln unterschiedlicher Fördergeber für eine Fortführung der Aktivitäten auf hohem Qualitätsniveau nicht zielführend und sollte durch eine institutionelle Förderung abgelöst werden. Auch die bestehenden Sensibilisierungsaktivitäten für Gründungsgeist sowie Unternehmerinnen- und Unternehmertum im Land sollten mit dem Ziel der Kompetenzentwicklung potenzieller Gründerinnen und Gründer aber auch der Gesamtgesellschaft aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter fortgeführt werden.

Handlungsfeld IV, Finanzierung: Aus Sicht der Expertinnen und Experten bedarf es im Pre-Seed/Seed-Bereich einer zusätzlichen nicht-rückzahlbaren Finanzierungsmöglichkeit für Social

Start-ups in Schleswig-Holstein, um nach der Ideengenerierung diese auch in konkrete Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren fortentwickeln zu können.

Für die Schließung dieser Lücke erscheint es sinnvoll, (1) im Rahmen des Gründungsstipendiums Schleswig-Holstein die Zielgruppe Social Start-ups bei Zielgruppenansprache und Auswahl stärker zu berücksichtigen und (2) Möglichkeiten zur Öffnung des Finanzinstruments IB.SH Mikrokredit für die Zielgruppen Social Start-ups und Social Entrepreneurs unter Nutzung der Erfahrungen des Good-Practice-Beispiels [Finanzierungsinstrumente NRW.BANK.Universalkredit und NRW.BANK.MicroCrowd](#) zu prüfen.

Bei ausreichend zur Verfügung stehenden Mitteln wäre mittel- bis langfristig auch das Aufsetzen eines neuen Programms zur landesseitigen Förderung von Social Start-ups, Social Enterprises und Sozialen Innovationen über nicht-rückzahlbare Zuschüsse sowie mit begleitenden Trainings- und Coachingangeboten denkbar. Aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter erscheint es sinnvoll, die vorgeschlagenen Anpassungen bestehender Programme einem neuen Programm zeitlich vorzuziehen.

Mittel- bis langfristig sollte außerdem die Verbesserung des Zugangs der Social Start-ups in Schleswig-Holstein zu Risikokapital angestrebt werden. Die Positionierung des Landes als attraktive Region für Impact-Investments und das (mit der Landesstrategie fortentwickelte) Marktpotenzial – vor allem im Green-Entrepreneurship-Bereich – sollte gegenüber privaten Finanzierungsgebern auch von Seiten der Landespolitik verfolgt werden. Die Schaffung eines öffentlichen Förderangebots im Risikobereich erscheint im derzeitigen Reifegrad des Social-Entrepreneurship-Ökosystems und unter begrenzten zur Verfügung stehenden Mitteln zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht von höchster Priorität, wäre jedoch eine mögliche zukünftige Maßnahme.

Handlungsfeld V, Messung und Evaluation: Um das Wissen über die Kernzielgruppe der geplanten Landesstrategie zu verbessern und um die Relevanz der Unterstützung und Förderung von Social Entrepreneurship gegenüber Entscheidungsträgern darzulegen, sollte im Rahmen der zuvor vorgeschlagenen Maßnahmen eine strukturierte Erfassung der Empfängerinnen und Empfänger der Förder- und Unterstützungsangebote und ihrer umgesetzten Vorhaben durchgeführt werden. Neben der Messung der Ergebnisse stellt auch die langfristige Wirkungsmessung und Evaluation der Förder- und Unterstützungsangebote für Social Entrepreneurship einen zukünftigen Handlungsbereich dar.

8. LITERATUR

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Berger, F., Strähle, T., Pschorn, L. & Boxler, F. (2021). Begleitende Evaluation des Innovationsprogramms für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP). Zwischenbericht.
https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/I/igp-zwischenbericht-innovationsprogramm-geschaeftsmodelle-pionierloesungen.pdf?__blob=publicationFile&v=8
- Blánda, J., & Urbančíková, N. (2020). Social Entrepreneurship as a Tool of Sustainable Development. *Quality Innovation Prosperity / Kvalita Inovácia Prosperita*, 24(3), 21-36.
<https://doi.org/10.12776/QIP.V24I3.1463>
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2020). Richtlinie „Gesellschaft der Ideen - Wettbewerb für Soziale Innovationen“ Förderung der Entwicklung von Sozialen Innovationen. Bundesanzeiger. <https://www.bmbf.de/foerderungen/bekanntmachung-2984.html#:~:text=Soziale%20Innovationen%20sind%20neue%20Praktiken%20oder%20Organisationsmodelle%2C%20die,nachhaltig%20I%3%B6sen.%20Soziale%20Innovationen%20ver%3A4ndern%20das%20gesellschaftliche%20Miteinander.>
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2021). Ressortkonzept zu Sozialen Innovationen.
https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520_Ressortkonzept_zu_Sozialen_Innovationen.html
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2018). Forschung und Innovation für die Menschen: Die Hightech-Strategie 2025.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2018). Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Mittelstand/praxisleitfaden-soziales-unternehmertum.html>
- Bundesverband Deutsche Startups e. V. (2020). Deutscher Startup Monitor 2020.
https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2020/09/dsm_2020.pdf
- CDU, CSU & SPD (2018). Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode.
<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/974430/847984/5b8bc23590d4cb2892b31c987ad672b7/2018-03-14-koalitionsvertrag-data.pdf?download=1>
- Certo, T., & Miller, T. (2008). Social Entrepreneurship: Key Issues and Concepts. *Business Horizons*, 51, 267-271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>
- Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. John Wiley & Sons.
- Department for Business Innovation and Skills (2011). A Guide to Legal Forms for Social Enterprise.
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf

Deutscher Bundestag (2019). Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dieter Janecek, Markus Kurth, Dr. Danyal Bayaz, weiterer Abgeordneter und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN - Drucksache 19/6844. Drucksache 19/7293. <https://dserver.bundestag.de/btd/19/072/1907293.pdf>

Die Bundesregierung (2017). Zwischenevaluierung von Horizont 2020 - Positionspapier der Bundesregierung. https://www.uni-marburg.de/de/forschung/kontakt/formularpool/horizont_2020_zwischenevaluierung.pdf

Die Bundesregierung (2021). Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Weiterentwicklung 2021. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/998006/1873516/7c0614aff0f2c847f51c4d8e9646e610/2021-03-10-dns-2021-finale-langfassung-barrierefrei-data.pdf?download=1>

Europäische Kommission (2003). Empfehlung der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen. Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2003) 1422. Amtsblatt der Europäischen Union. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN>

Europäische Kommission (2011). Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Initiative für soziales Unternehmertum.

Europäische Kommission (2019). Social Enterprise Finance Market Analysis and Recommendations for Delivery Options. Autoren: Wolfgang Spiess-Knafl und Barbara Scheck. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bc1c6386-7a0a-11ea-b75f-01aa75ed71a1/language-en>

Expertenkommission Forschung und Innovation (2021). Gutachten 2021. Gutachten zu Forschung, Innovation und Technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands. https://www.efi.de/fileadmin/Assets/Gutachten/2021/EFI_Gutachten_2021.pdf

Fazlagić, J., Sulczewska-Remi, A., & Loopesko, W. (2021). City policies to promote entrepreneurship: A cross-country comparison of Poland and Germany. *Journal of Entrepreneurship, Management & Innovation*, 17(2), 159-185. <https://doi.org/10.7341/202117226>

Fichter, K. & Olteanu, Y. (2021). Green Startup Monitor 2021. Berlin: Borderstep Institut, Bundesverband Deutsche Startups e. V.. <https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2021/03/GreenStartupMonitor2021.pdf>

GEFRA & Kovalis (2021). Aktualisierung und teilweise Neuerstellung der Ex-ante-Bewertung der Finanzinstrumente des Operationellen Programms des Landes Berlin für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) in der Förderperiode 2021 bis 2027. <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/gruenden-und-foerdern/europaeische-strukturfonds/begleitausschuss-und-arbeitskreise/endbericht-zur-ex-ante-bewertung-der-finanzierungsinstrumente-efre.pdf>

Gillwald, K. (2000). Konzepte sozialer Innovation. WZB Discussion Paper P 00-519. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). <http://hdl.handle.net/10419/50299>

Hirschmann, M. & Moritz, A. (2020). Social finance in Europe: The transition from grants to follow-up financing for social enterprises. In: Moritz A., Block J., Golla S., Werner A. (eds) *Contemporary Developments in Entrepreneurial Finance*. FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17612-9_10

Hoffman, P., Scharpe, K. & Wunsch, M. (2021). 3. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor. SEND. <https://www.send-ev.de/projekte-items/dsem/>

Howaldt, J. & Schwarz, M. (2010). Soziale Innovation im Fokus - Skizze eines gesellschaftstheoretisch inspirierten Forschungskonzepts. Transcript Verlag.

Investitions- und Förderbank Niedersachsen (o. D.). Förderung von gemeinnützigen Einrichtungen. https://www.nbank.de/medien/nb-media/F%C3%B6rderprogramme-2007-bis-2013/Arbeitshilfen_und_Merkbl%C3%A4tter/Gemeinnuetzigkeit.pdf

Investitionsbank des Landes Brandenburg (o. D.). Merkblatt Unterscheidung zwischen wirtschaftlicher und nichtwirtschaftlicher Tätigkeit. https://www.ilb.de/media/dokumente/dokumente-fuer-programme/programmuebergreifende-dokumente/ergaenzende-informationen/merkblatt_-unterscheidung-zwischen-wirtschaftlicher-und-nichtwirtschaftlicher-taetigkeit_st1701300730.pdf

Investitionsbank Schleswig-Holstein (2021). IB.SH. Seed- und Start-up-Fonds II. <https://www.ib-sh.de/produkt/seed-und-startup-fonds-ii/>

John, R. & Jöstingmeier, M. (2019). Technische & nicht-technische Innovationen in sozial- und gesellschaftstheoretischer Perspektive - Unterscheidungsmöglichkeiten von Innovation Teil II. Beiträge zur Sozialinnovation, 22. Berlin: Institut für Sozialinnovation. https://www.academia.edu/40402902/Technische_and_nicht_technische_Innovationen_in_sozial_und_gesellschaftstheoretischer_Perspektive_Unterscheidungsm%C3%B6glichkeiten_von_Innovation_Teil_II

Lee, M., Dimitriadis, S., Ramarajan, L. & Battilana, J. (2017). Why Many Women Social Entrepreneurs Avoid Commercial Models. INSEAD Knowledge. <https://knowledge.insead.edu/entrepreneurship/why-many-women-social-entrepreneurs-avoid-commercial-models-7876>

Leppert, T. (2011). Zur Wahrnehmung eines Phänomens: Förderpolitische Bedingungen für Social Entrepreneurship in Deutschland. In P. Jähne, G. B. Christmann, & K. Balgar (Eds.), Social Entrepreneurship: Perspektiven für die Raumentwicklung (pp. 133-148). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92819-7_10

MacCallum, D., Moolaert, F. Hillier, J. & Haddock, S.V.. (2009). Social Innovation and Territorial Development.

Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (MBWK) (2021). Landeskonzept Entrepreneurship Education in Schleswig-Holstein. https://wir-unternehmen-was.sh/uploads/2021/07/landeskonzept_EE.pdf

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (MWVATT) (2021). Regionale Innovationsstrategie Schleswig-Holstein RIS3.SH. Fortschreibung 2021-2027 - Kurzfassung (Barrierefrei).

Nicholls, A. (2006). Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. OUP Oxford.

Nordischer Ministerrat (2015). Social Entrepreneurship and Social Innovation: Initiatives to Promote Social Entrepreneurship and Social Innovation in the Nordic Countries. Nordic Council of Ministers.

OECD (2021). Boosting Social Entrepreneurship and Social Enterprise Development in Brandenburg, Germany. OECD Local Economic and Employment Development Papers. https://mwae.brandenburg.de/media/bb1.a.3814.de/OECD_Report_Brandenburg_20210505.pdf

Phills, J. A.; Deiglmeier, K.; Miller, D. T. (2008): Rediscovering Social Innovation. Stanford Social Innovation Review 6 (4), 34-43.

Scheuerle, T., Glänzel, G., Knust, R., & Then, V. (2013). Social Entrepreneurship in Deutschland – Potentiale und Wachstumsproblematiken. Centrum für soziale Investitionen und Innovationen. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/Social-Entrepreneurship-in-Deutschland-KF.pdf>

Schleswig-Holsteinischer Landtag (2019). Kleine Anfrage der Abgeordneten Özlem Ünsal (SPD) und Antwort der Landesregierung - Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus. Sozialunternehmen (Social Entrepreneurship) in Schleswig-Holstein. Drucksache 19/1603.

Schleswig-Holsteinischer Landtag (2021a). Stellungnahme von Prof. Christoph Corves (Projekt yooweedoo, Kiel School of Sustainability, CAU) zum Thema "Gründungsgeist im Land weiter stärken" (Drucksache 19/2509). Umdruck 19/5341.

Schleswig-Holsteinischer Landtag (2021b). Eine Social Entrepreneurship und Social Innovation-Strategie für Schleswig-Holstein entwickeln (Drucksache 19/2871).

SEEd.schule (2021). Unser Angebot. https://seed.schule/seed_info

SEND (2018). Social Entrepreneurship regional stärken. <https://www.gruendungswoche.de/fileadmin/gew/downloads/ueber-gruenderwoche/social-entrepreneurship-regional-staerken.pdf>

SEND (2019). Social Entrepreneurship Entstehung und Bedeutung. https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2021/03/definition_socialentrepreneurship.pdf

SEND (2021a). Social Entrepreneurs effektiv fördern und unterstützen. https://fit-fuer-sozialunternehmen.de/wp-content/uploads/2021/06/Social-Entrepreneurs-effektiv-unterstuetzen_web.pdf

SEND (2021b). Social Entrepreneurship: Nachhaltige Wertschöpfung und gesellschaftliche Innovation. https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2021/04/PP_SocEnt2021_Kurzversion.pdf

SPD, BÜNDNIS 90 / Die GRÜNEN & FDP (2021). Mehr Fortschritt wagen. Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit. Koalitionsvertrag 2021 – 2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN und den Freien Demokraten (FDP). https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Koalitionsvertrag/Koalitionsvertrag_2021-2025.pdf

technopolis group (2016). Ökonomische und verwaltungstechnische Grundlagen einer möglichen öffentlichen Förderung von nichttechnischen Innovationen. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Westley, F. & Antadze, N. (2010). Making a Difference- Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact. The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, 15(2)

Wilkinson, C., Medhurst, J., Henry, N., Wihlborg, M., & Wells Braithwaite, B. (2014). Ein Überblick über Sozialunternehmen und ihre Ökosysteme in Europa: Zusammenfassung. Europäische Kommission.

Yunus, M. (2006). Social business entrepreneurs are the solution. In: Nicholls, A. Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change.

Yunus, M. (2010). Building Social Business: The New Kind of Capitalism That Serves Humanity's Most Pressing Needs. Public Affairs.

Zapf, W. (1989). Über Soziale Innovationen. Soziale Welt, 1-2, 170-183

9. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AO - Abgabenordnung

AG - Aktiengesellschaft

BMBF - Bundesministerium für Bildung und Forschung

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

CAU - Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

e. K. - eingetragener Kaufmann

EIC - European Innovation Council

EU - Europäische Union

FFG - Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft

GbR - Gesellschaft bürgerlichen Rechts

gGmbH - gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung

GmbH - Gesellschaft mit beschränkter Haftung

GmbH & Co. KG - Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie Kommanditgesellschaft

GWB - Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

IB.SH - Investitionsbank Schleswig-Holstein

IGP - Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen

KfW - Kreditanstalt für Wiederaufbau

KG - Kommanditgesellschaft

KGaA - Kommanditgesellschaft auf Aktien

KMU - Kleine und mittlere Unternehmen

MELUND - Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein

MBWK - Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein

MSGJFS - Ministerium für Soziales, Gesundheit, Jugend, Familie und Senioren des Landes Schleswig-Holstein

MWVATT - Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein

NRW.BANK – Förderbank für Nordrhein-Westfalen

OECD - Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

OHG - Offene Handelsgesellschaft

PartG - Partnerschaftsgesellschaft

RIS3.SH - Regionale Innovationsstrategie Schleswig-Holstein, Fortschreibung 2021-2027

SEEd - Social Entrepreneurship Education

SEND - Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V.

SH - Schleswig-Holstein

UG - Unternehmergeellschaft

VgV - Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge

WTSH - Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH

10. ANHANG

INHALTSVERZEICHNIS ANHANG

10.1	Finanzielle Förderangebote nach Zielgruppen- und Themenoffenheit (Barrierefreie Variante der Abbildung 2, S. 38).....	75
10.2	Steckbriefe der analysierten finanziellen Förderangebote (Kapitel 5.6)	76
10.2.1	Förderangebote auf Landesebene Schleswig-Holsteins	77
10.2.2	Förderangebote auf Bundesebene	90
10.2.3	Förderangebote auf EU-Ebene.....	120

10.1 Finanzielle Förderangebote nach Zielgruppen- und Themenoffenheit (Barrierefreie Variante der Abbildung 2, S. 38)

	Themenspezifisch	Themenoffen, aber Schwerpunkt auf technologieorientierte bzw. wissensbasierte Vorhaben	Thematisch offen
Programme mit Bezug zu wissenschaftlichen Einrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> - Enabling Start-up - Pilotmodul (Bund) - Innovative Start-Ups für Mensch-Technik Interaktion - Modul 1 (Bund) - GO-Bio Initial / GO-Bio (Bund) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gründungsstipendium (SH) - Seed- und Startup Fonds II - Seed-Finanzierung (SH) - EXIST-Gründerstipendium (Bund) - EXIST-Forschungstransfer - Förderphase I (Bund) 	
Programme für bestimmte Rechtsformen	<ul style="list-style-type: none"> - Gründungswettbewerb Digitale Innovationen (Bund) - High-Tech Gründerfonds (Bund) - InnovFin - Eigenkapital (EU) 	<ul style="list-style-type: none"> - Seed- und Startup Fonds II - Startup Finanzierung (SH) - EXIST-Forschungstransfer - Förderphase II (Bund) - Coparion (Bund) 	<ul style="list-style-type: none"> - IB.SH Mikrokredit (SH) - Beteiligungsfonds für KMU (SH) - Mikromezzaninfonds Deutschland (Bund)
Programme mit der Zielgruppe „Unternehmen“ (u. a. KMU nach EU-Definition)	<ul style="list-style-type: none"> - EIC (EU) - Enabling Start-up - Hauptmodul (Bund) - Innovative Start-Ups für Mensch-Technik Interaktion - Modul 2 (Bund) 		<ul style="list-style-type: none"> - ERP-Gründerkredit Startgeld (Bund) - ERP-Gründerkredit Universell (Bund)
Zielgruppenoffene Programme	<ul style="list-style-type: none"> - Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (Bund) 		<ul style="list-style-type: none"> - Wettbewerb für soziale Innovationen des BMBF (Bund) - Ideenwettbewerb (SH) - Yoowedoo Ideenwettbewerb (SH) - GATEWAY49 Accelerator (SH) (z. T. Branchenschwerpunkte)

10.2 Steckbriefe der analysierten finanziellen Förderangebote (Kapitel 5.6)

Im Folgenden sind die Steckbriefe all jener Förderangebote dargestellt, die Gründerinnen und Gründern, Start-ups und jungen Unternehmen in Schleswig-Holstein zur Verfügung stehen. Dabei wurden Förderangebote und -strukturen auf sowohl Landes-, Bundes- und EU-Ebene mit Fokus auf Gründungen bzw. mit Fokus auf sozialinnovative Vorhaben betrachtet.

10.2.1 Förderangebote auf Landesebene Schleswig-Holsteins

10.2.1.1 Yooweedoo-Ideenwettbewerb

Fördergeber	Landesregierung Schleswig-Holstein (EFRE/Startup-SH), Landeshauptstadt Kiel, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen, offen für Ideen zu allen Aspekten nachhaltiger Entwicklung
Zielstellungen	Der Ideenwettbewerb unterstützt nachhaltige und sozialunternehmerische Projekte und Gründungen mit Startkapital und nicht-finanziellen Unterstützungsangeboten.
Förderart	Preisgeld als Zuschuss zu den Projektkosten
Zielgruppe(n)	Der Ideenwettbewerb richtet sich an Gründerteams bestehend aus mind. zwei Personen mit Hauptwohnsitz in Deutschland mit einer innovativen Gründungsidee. Teilnahmeberechtigt sind natürliche Personen mit Wohnsitz in oder außerhalb SHs, die ihre Idee in SH umsetzen wollen.
Fördergegenstände	Mit dem Ideenwettbewerb werden innovative Ideen für neue Vorhaben gesucht, die: <ul style="list-style-type: none"> - zur nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft beitragen und hierbei nachweisbaren gesellschaftlichen Nutzen herbeiführen; - gesellschaftliche Probleme <u>unternehmerisch</u> lösen; - ein tragfähiges Finanzierungs- bzw. Geschäftsmodell aufweisen; - überwiegend in Schleswig-Holstein umgesetzt werden Bevorzugt werden Projektideen, die auf langfristigen gesellschaftlichen Nutzen (über die 6-monatige Projektphase hinaus) abzielen und dazu wachstumsfähige organisatorische/finanzielle Strukturen aufbauen wollen.
Förderkonditionen	Der Wettbewerb findet einmal jährlich statt. Im Jahr 2021 stehen insgesamt bis zu 50.000 Euro an Preisgeldern bereit; pro ausgewähltem Team wird ein Preisgeld von bis zu 2000 Euro als Zuschuss zu den Projektkosten verliehen. Preisträgerinnen und Preisträger erhalten zudem Zugang zu nicht-finanziellen Unterstützungsangeboten wie das yooweedoo Summer Camp, Workshops der Akademie für Social Entrepreneurship sowie Beratungsangebote durch das yooweedoo Team bzw. externe Expertinnen und Experten. Die Auszahlung der Preisgelder ist gebunden an eine Vereinbarung zwischen den Preisträgerinnen bzw. Preisträgern und yooweedoo, in der sich die Preisträgerinnen bzw. Preisträger u.a. dazu verpflichten, ihr Vorhaben nach Auszahlung als 6-monatiges Projekt umzusetzen und am yooweedoo Summer Camp teilzunehmen.

Antragstellung	Einstufiger Wettbewerb: Einreichung Projektkonzept bei yooweedoo, Auswahl durch Juryverfahren
Name Projektträger	Projekt yooweedoo der Kiel School of Sustainability
Quellen	Yooweedoo Ideenwettbewerb. Verfügbar unter: https://www.yooweedoo.org/de/ideenwettbewerb

10.2.1.2 Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein

Fördergeber	Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	Der Wettbewerb soll gründungswilligen Studierenden, Hochschulangehörigen und qualifizierten Fachkräften eine Plattform bieten, um ihre innovativen Ideen zu präsentieren.
Förderart	Preisgeld
Zielgruppe(n)	Der Ideenwettbewerb richtet sich an Studierende, Hochschulangehörige, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie jegliche Personen mit einer innovativen Gründungsidee. Teilnahmeberechtigt sind natürliche Personen mit Wohnsitz in oder außerhalb SHs, die ihre Idee in SH umsetzen wollen.
Fördergegenstände	-
Förderkonditionen	Wettbewerb wird alle zwei Jahre durchgeführt (zuletzt 2018).
Antragstellung	Zweistufiger Wettbewerb: Skizzeneinreichung, nach Vorauswahl Präsentation ausgewählter Ideen vor Jury.
Name Projektträger	Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH); Muthesius Kunsthochschule
Quellen	Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein 2018. Verfügbar unter: http://www.seedfonds-sh.de/idee-kurz-knapp.html

10.2.1.3 GATEWAY49 Accelerator

Fördergeber	Gefördert aus Landes- und EFRE-Mitteln sowie durch Partner und Sponsoren aus der regionalen Wirtschaft
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen mit Schwerpunkt auf digitalen Geschäftsmodellen in den Branchen Medizintechnik, Smart City, Logistik und Nahrungsmittelindustrie
Zielstellungen	<p>Ziel ist es, Gründungen und Innovationen des Landes Schleswig-Holstein nachhaltig zu fördern. Dabei sollen gezielt Early Stage Start-ups unterstützt werden, die schwerpunktmäßig digitale Geschäftsmodelle z. B. in den Feldern Life Science, Food, Smart City, Logistik oder neuen digitalen Technologien verfolgen.</p> <p>Fokus liegt dabei auf der Förderung der regionalen Wirtschaft in Lübeck und Schleswig-Holstein.</p>
Förderart	Nicht-rückzahlbare Zuschüsse und nicht-finanzielle Unterstützung (u. a. Netzwerk, Workshop- und Trainingsprogramm)
Zielgruppe(n)	<p>Gründerinnen und Gründer mit einer innovativen Idee in der Pre-Seed, Seed oder Start-up Phase. Dabei sollte die Idee nicht älter als drei Jahre, im Falle einer bereits erfolgten Gründung diese nicht älter als ein Jahr sein. Bewerberinnen und Bewerber sollten zuvor an keinem anderen Akzelerator-Programm teilgenommen haben.</p> <p>Bewerberinnen von außerhalb Lübecks sind grundsätzlich nicht von einer Bewerbung ausgeschlossen, werden jedoch dazu angehalten, in ihrem Proposal ihren Lübeck-Bezug plausibel darzulegen.</p>
Fördergegenstände	Entwicklung der Marktreife vorhandener Konzepte und Prototypen; Vorbereitung Unternehmensgründung und Unternehmensaufbau
Förderkonditionen	<p>Finanzielle Unterstützung in Höhe von bis zu 30.000 Euro während der Programmlaufzeit von neun Monaten.</p> <p>Zusätzlich zur finanziellen Unterstützung wird ausgewählten Teams ein strukturiertes Workshop- und Trainingsprogramm sowie Arbeitsplätze am Campus Lübeck und Zugang zu Ressourcen und Unterstützung bzgl. Prototyping (z. B. im Bereich 3D-Druck, Lasercutting, Fräsen oder Platinenerstellung) geboten. Zudem erhalten Teilnehmende Zugang zu einem breiten Netzwerk an Partnern sowie Unterstützung zu Themen der Personal- und Teamentwicklung sowie Finanz- und Rechtsthemen.</p> <p>Für Start-ups, die bereits anderweitige Finanzierung erhalten haben ist eine Teilnahme am GATEWAY49-Programm nach Absprache möglich. Auch eine gleichzeitige Teilnahme an anderen Förderprogrammen wie Gründerstipendien und EXIST-Programmen ist nach Absprache möglich. Voraussetzung ist dabei, dass von anderen Investoren nicht mehr als 100.000 Euro erhalten wurde, bzw. dass im Falle weiterer öffentlicher Förderung in den letzten beiden Kalenderjahren maximal 170.000 Euro in Form von De-Minimis Beihilfen gewährt wurden.</p>

Antragstellung	<p>Die Antragstellung erfolgt in zwei Stufen.</p> <p>Zunächst erfolgt eine Registrierung bzw. Proposal der Bewerbenden sowie eine darauf basierende Prüfung und Vorauswahl der Proposals.</p> <p>Ausgewählte Teams werden anschließend zum Pitch-Day eingeladen, bei welchem die Entscheidung getroffen wird, welche Teams am Programm teilnehmen.</p>
Name Projektträger	<p>Federführend betreut vom Technikzentrum Lübeck, gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer zu Lübeck und Glocal Consult</p>
Quellen	<p>Technikzentrum Lübeck (2021). GATEWAY49 Accelerator. https://www.gateway49.com/index.php#program</p> <p>Technikzentrum Lübeck. GATEWAY49. https://www.tzl.de/startup-unterstuetzung-luebeck/gateway49/</p>

10.2.1.4 Gründungsstipendium Schleswig-Holstein

Fördergeber	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein, Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein (MBG), Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH), Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Prinzipiell offen, Schwerpunkt auf innovative technologieorientierte oder wissensbasierte Vorhaben
Zielstellungen	Mit dem Gründungsstipendium Schleswig-Holstein erfolgt eine finanzielle Unterstützung des Technologie- und Wissenstransfers aus der Wissenschaft in die Wirtschaft.
Förderart	Nicht rückzahlbare Zuschüsse
Zielgruppe(n)	Gefördert werden Hochschulabsolventen/-innen, deren letzter qualifizierender Hochschulabschluss (mindestens erforderlich: Bachelor-Abschluss) maximal zehn Jahre zurückliegt. Studierende sowie Einzelpersonen mit abgeschlossener Ausbildung können als Teil eines Gründungsteams gefördert werden.
Fördergegenstände	Gefördert werden innovative und vorzugsweise technologie- oder wissensorientierte Geschäftsideen mit erkennbarem Marktvolumen. Das Stipendium soll die Stipendiaten/-innen an die unternehmerische Selbständigkeit heranführen. Während des Stipendiums wird der Businessplan erstellt und das Unternehmen gegründet.
Förderkonditionen	Das Gründungsstipendium fördert Einzelpersonen und Teams mit bis zu drei geförderten Personen. <ul style="list-style-type: none"> - monatlich 1.750 Euro (Studierende 800 Euro) über 9 Monate, bei Verlängerung bis zu 12 Monaten möglich - bis zu 200 Euro pro Team für die mit der Unternehmensgründung verbundenen Rechtsanwalts-, Notar- oder Gerichtskosten - bis zu 200 Euro pro Person für Steuerberatungskosten - bis zu 5.000 Euro pro Team als Sachkosten- oder Investitionsmittelzuschuss (u.a. Prototypenbau, spez. Beratungsleistungen) <p>Jedem/jeder Stipendiaten/-in wird durch eine begleitende Hochschule oder einem anderen akzeptierten Träger ein unentgeltlicher Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt, der sich in einem von StartUps geprägten Umfeld befinden soll.</p> <p>Das Gründungsstipendium sieht eine individuelle, fachliche Betreuung der Gründer/-innen vor (wissenschaftlicher sowie betriebswirtschaftlicher Mentor)</p>

Antragstellung	<p>Das Antragsverfahren ist mehrstufig.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Übersendung eines One-Pagers mit der Idee an den Projektträger - 15-minütiger Pitch bei Projektträger (Erstgespräch) - Bei positiver Entscheidung des Projektträgers wird der Antrag vorbereitet und eingereicht - 15-minütiger Pitch vor der Auswahlkommission, welche anschließend über die Förderwürdigkeit des Vorhabens entscheidet
Name Projektträger	<p>WTSH - Wirtschaftsförderungs- und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH.</p>
Quellen	<p>Gründungsstipendium Schleswig-Holstein. http://www.seedfonds-sh.de/kurz-knapp.html</p> <p>Förderdatenbank (2021). Richtlinie. Handlungsleitfaden für die Durchführung des Gründungsstipendiums Schleswig-Holstein. https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Land/Schleswig-Holstein/gruendungsstipendium-s-h.html</p>

10.2.1.5 IB.SH Mikrokredit

Fördergeber	Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	Der Mikrokredit unterstützt Neugründungen sowie auch Übernahmen und Festigungsvorhaben bestehender Unternehmen innerhalb der ersten fünf Jahre nach Gründung mit einem zinsvergünstigten Darlehen.
Förderart	Zinsvergünstigter Kredit
Zielgruppe(n)	Der IB.SH Mikrokredit ist ausgerichtet auf Gründungen und Unternehmen mit bis zu 5 Jahren. Gefördert werden können natürliche Personen und Unternehmen mit bis zu 3 Gesellschafterinnen bzw. Gesellschaftern. Einschlägige kaufmännische und fachliche Qualifikation bzw. Erfahrung wird vorausgesetzt.
Fördergegenstände	Gefördert werden durch das Existenzgründungsdarlehen Neugründungen sowie Übernahme und Festigung von Unternehmen in Schleswig-Holstein.
Förderkonditionen	<ul style="list-style-type: none"> - Darlehenshöhe: 3.000 bis 25.000 Euro - Fester Zinssatz für die Laufzeit (aktuell 3,15% p.a.) - Monatlich gleichbleibende Tilgungsrate - Laufzeit: 7 Jahre; Tilgungsfreiheit: 12 Monate - Vorzeitige Rückzahlung des gesamten Betrags kostenfrei jederzeit möglich - Förderung kann bis zu zwei Mal pro Vorhaben beantragt werden, solange die maximale Darlehenshöhe nicht überschritten wird.
Antragstellung	Vereinfachtes Antragsverfahren mit schneller Kreditentscheidung
Name Projektträger	IB.SH
Quellen	IB.SH Webseite. IB.SH Mikrokredit. Verfügbar unter: https://www.ib-sh.de/produkt/ibsh-mikrokredit/

10.2.1.6 Seed- und Startup Fonds Schleswig-Holstein II

Fördergeber	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein, Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein mbH (MBG), Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH), Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Prinzipiell offen, Schwerpunkt auf technologieorientierte und wissensbasierte Vorhaben
Zielstellungen	Der Seed- und Startup Fonds Schleswig-Holstein II unterstützt Gründungsvorhaben und junge innovative Unternehmen mit Beteiligungskapital in Form von stillen und offenen Beteiligungen. Durch Investitionen in frühe Unternehmensphasen soll die Realisierung innovativer Geschäftsidee ermöglicht werden. Ausgründungen aus Hochschulen, wissenschaftlichen Einrichtungen und FuE-starken Unternehmen werden vom Fonds dabei bereits in der Konzeptphase begleitet.
Förderart	Stille oder offene Beteiligung
Zielgruppe(n)	Die Seed-Finanzierung richtet sich an Ausgründungen aus Hochschulen, Forschungseinrichtungen und aus Unternehmen mit forschungs-, entwicklungs- und wissenschaftsbasierten Aktivitäten. StartUp-Finanzierungen stehen jungen, technologieorientierten und wissensgetriebenen Unternehmen zur Verfügung, die zum Zeitpunkt der Bewilligung seit maximal 5 Jahren existieren. Hierbei wird die Form einer Kapitalgesellschaft vorausgesetzt. Antragsberechtigt sind nicht börsennotierte kleine Unternehmen nach KMU-Definition der EU.

Fördergegenstände	Die Finanzierung in Form einer Beteiligung soll Kapital für folgende Kostenpunkte zur Verfügung stellen: <ul style="list-style-type: none">- Anlaufkosten- Investitionen- FuE- und Markteinführungskosten
--------------------------	---

Förderkonditionen	<p>Die Förderkonditionen variieren je nach Typ der Beteiligung.</p> <p>Stille Beteiligungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finanzierungen von Gesellschaften in der Seed-Phase mit Beträgen zwischen 50.000 und bis zu max. 200.000 Euro, bei StartUp-Finanzierungen bis max. 350.000 Euro. - Bei Kumulierung von Seed- und StartUp-Komponenten sind Beteiligungsvolumen bis max. 400.000 Euro möglich. - Rückzahlung nach Ende der 10-jährigen Laufzeit; optional rätierliche Tilgung ab dem 6. Jahr; Möglichkeit der vorherigen Ablösung gegen Zahlung eines Agios. - Festes Beteiligungsentgelt mit gewinnabhängiger Komponente. - Die stille Beteiligung stellt wirtschaftliches Eigenkapital dar. - Bei Seed-Finanzierungen ist die Auszahlung der Beteiligungssumme an den Eintrag des Unternehmens in das Handelsregister geknüpft. <p>Offene Beteiligungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Bereitstellung von offenen Beteiligungen ist an Voraussetzungen der AGVO geknüpft und kann im Einzelfall bis zu 600.000 Euro betragen. - Offene Beteiligungen stellen echtes Eigenkapital dar und werden in Kombination als Gesellschafterdarlehen mit Wandeloption herausgelegt. - Der Anteil der offenen Beteiligung beträgt in jedem Fall weniger als 25 Prozent am Stammkapital des Unternehmens.
Antragstellung	<p>Das Verfahren für Seed-Finanzierungen ist mehrstufig:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gründer/-innen senden das Gründungsvorhaben und ggf. bereits ausformulierte Geschäftskonzept an die Wirtschaftsförderungs- und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH). - In einem kombinierten Coaching- und Bewertungsprozess beurteilt die WTSH die Erfolgsaussichten des Vorhabens. Sind sie positiv, entwickelt die WTSH gemeinsam mit den Gründer/-innen eine aussagefähige Businessskizze oder einen Businessplan - Die Gründungsidee wird daran anschließend der Projektgruppe (bestehend aus Vertreter/-innen der beteiligten Finanzierungspartner des Fonds und der WTSH sowie ggf. Externen Expert/-innen) vorgestellt. - Das Fondsmanagement entscheidet im Anschluss über eine Finanzierung. <p>Bei Startup-Finanzierungen können Anträge auf Übernahme einer Beteiligung direkt beim Fondsmanagement des Seed- und StartUp-Fonds SH, bei der Investitionsbank Schleswig-Holstein oder bei der MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein mbH gestellt werden.</p>
Name Projektträger	<p>WTSH - Wirtschaftsförderungs- und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH.</p>

Quellen	<p>Seed- und StartUp-Fonds Schleswig-Holstein II. http://www.seedfonds-sh.de/ssf-kurzundknapp.html</p> <p>IB.SH. Seed- und Start-up-Fonds II. https://www.ib-sh.de/produkt/seed-und-startup-fonds-ii/</p> <p>Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus. Grundsätze für die Übernahme von Beteiligungen im Rahmen des „Seed- und Start-up-Fonds II“. https://ssf-sh.de/wp-content/uploads/2020/11/6-Beteiligungsgrundsaeetze-SSF-II-01.07.2015.pdf</p>
----------------	--

10.2.1.7 Beteiligungsfonds für KMU

Fördergeber	Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH), Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein mbH (MBG), Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE), Land Schleswig-Holstein
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	Bereitstellung von Beteiligungskapital insbesondere für KMU sowie Existenzgründungen in Schleswig-Holstein.
Förderart	Beteiligung
Zielgruppe(n)	KMU mit Sitz oder Betriebsstätte in Schleswig-Holstein
Fördergegenstände	Bereitgestelltes Kapital dient der Finanzierung von Maßnahmen zur Unternehmensgründung, Unternehmenserweiterung oder zur Nachfolgefiananzierung.
Förderkonditionen	<p>Stille Beteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beteiligungshöhe: 50.000 bis 1 Mio Euro - Tilgungsrate: endfällig oder ab dem 6. Jahr ratierlich - Laufzeit: 10 Jahre <p>Offene Beteiligung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beteiligungshöhe: max. 100.000 als Minderheitsbeteiligung (<20% des Kapitals) - Tilgungsrate: endfällig - Laufzeit: 7 Jahre - Wird als de-minimis-Beihilfe ausgereicht <p>Das Beteiligungsentgelt ist bonitätsabhängig.</p>
Antragstellung	Formlose Antragstellung über das Fondsmanagement, die IB.SH oder die MBG.
Name Projektträger	IB.SH, MBG
Quellen	IB.SH Webseite. Beteiligungsfonds für KMU. Verfügbar unter: https://www.ib-sh.de/produkt/beteiligungsfonds-fuer-kmu/

10.2.2 Förderangebote auf Bundesebene

10.2.2.1 Gründungswettbewerb - Digitale Innovationen

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Gründungen im IKT-Bereich
Zielstellungen	Ziel des Wettbewerbs ist es, das vorhandene Gründungspotenzial in Deutschland verstärkt auszuschöpfen und die Zahl an IKT-basierten Unternehmensgründungen weiter zu steigern. Der „Gründungswettbewerb - Digitale Innovationen“ ist ein Teil der in der Umsetzungsstrategie „Digitalisierung gestalten“ definierten Maßnahmen der Bundesregierung zur Stärkung der Gründungsdynamik im IKT-Bereich.
Förderart	Preisgeld
Zielgruppe(n)	Gründungsinteressierte und junge Start-ups mit innovativen Geschäftsideen im IKT-Umfeld. Bei Start-ups darf die Unternehmensgründung (in Form von UG, GmbH oder AG) maximal 6 Monate zurückliegen.
Fördergegenstände	Das Preisgeld dient als Startkapital für die Unternehmensgründung. Die Preisträgerinnen und Preisträger können darüber hinaus ein umfangreiches Angebot aus Coaching, Mentoring und Vernetzungsaktivitäten nutzen.
Förderkonditionen	Pro Wettbewerbsrunde werden bis zu sechs Gründungsideen mit jeweils 32.000 Euro ausgezeichnet. Ein Teilbetrag von 7.000 € wird direkt nach der Preisverleihung ausgezahlt, die weiteren 25.000 € stehen für eine konkrete Unternehmensgründung in Form einer GmbH oder einer AG mit Sitz in Deutschland innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten ab der Preisvergabe zur Verfügung. Zusätzlich werden bis zu 15 weitere Ideen mit Geldpreisen von jeweils 7.000 Euro ausgezeichnet. Pro Wettbewerbsrunde gibt es zudem einen mit 10.000 Euro dotierten Sonderpreis, der thematisch auf der Digitalen Agenda der Bundesregierung aufsetzt.
Antragstellung	Der Wettbewerb ist zweistufig (erste Skizzeneinreichung und ggf. zweite, überarbeitete Ideeneinreichung von ausgewählten Nominierten). Der Wettbewerb findet zweimal jährlich statt. Eingereichte Bewerbungen können unter Einarbeitung des Feedbacks bis zu zwei Mal in den folgenden Wettbewerbsrunden wiederholt werden.
Name Projektträger	VDI/VDE IT
Quellen	BMWi (2021). Richtlinie des „Gründungswettbewerb - Digitale Innovationen“. https://www.de.digital/DIGITAL/Redaktion/DE/Gruenderwettbewerb/Publikationen/gruenderwettbewerb-digitale-innovationen-richtlinie.pdf?__blob=publicationFile&v=12

10.2.2.2 Gesellschaft der Ideen - Wettbewerb für Soziale Innovationen

Fördergeber	Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Prinzipiell offen, aber Orientierung an drei Themenbereichen: <ul style="list-style-type: none"> - Soz. Innovationen für den Austausch zwischen virtuell und real - Soz. Innovationen für den Austausch zwischen Stadt und Land - Soz. Innovationen für den Austausch zwischen Jung und Alt
Zielstellungen	Ziel der Förderung ist, Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen zu finden. Die Projektideen sollen von denjenigen stammen, die den gesellschaftlichen Herausforderungen am nächsten sind. Daher sollen zivilgesellschaftliche Akteure eingebunden werden. Unterschiedliche Akteursgruppen sollen in Lern- und Experimentierräumen ¹ gemeinsam mit wissenschaftlichen Einrichtungen die Ideen erproben. Darüber hinaus sollen mit Gesellschaft der Ideen wissenschaftliche Forschungsfragen gestellt und bearbeitet werden.
Förderart	Ideenwettbewerb mit anschließender Konzeptphase: Zweckgebundenes Preisgeld für Gewinner des Wettbewerbs Im Rahmen der Erprobungsphase im Anschluss: Projektförderung als nicht rückzahlbare Zuschüsse Neben der finanziellen Förderung ist auch eine intensive Begleitung der Projekte (Coaching, Matching, Kommunikation) vorgesehen.
Zielgruppe(n)	Teilnahmeberechtigt am Ideenwettbewerb sind natürliche Personen, nichtstaatliche Organisationen (z.B. Vereine), Kommunen, Unternehmen der gewerbl. Wirtschaft (einschließlich Selbstständige), Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Kultur- und Bildungseinrichtungen, Museen, Akademien. Zuwendungsberechtigt in der Erprobungsphase sind davon alle außer natürliche Personen. Diese werden in der Ideenfindungsphase beim Finden von zuwendungsberechtigten Partnern unterstützt.
Fördergegenstände	Gefördert wird die Entwicklung von Ideen für Projekte, die darauf abzielen, Soziale Innovationen zu entwickeln. Dies wird in drei Schritten gefördert: <ul style="list-style-type: none"> - Ideenwettbewerb mit anschließender Konzeptphase: Zweckgebundenes Preisgeld für Konzeption der Gewinnerideen - Erprobungsphase: Zuschüsse für Personal-, Sach- und Reisemittel im Rahmen der Erprobung - Praxisphase: Anschlussförderung [in Planung, Details bislang nicht bekanntgegeben] Definition Soziale Innovationen: „Soziale Innovationen sind neue Praktiken oder Organisationsmodelle, die gesellschaftliche Herausforderungen nachhaltig lösen“

Förderkonditionen	<p>Ideenwettbewerb mit anschließender Konzeptphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preisgeld für Gewinner (ca. 30 Projekte) i.H.v. 12.500 Euro <p>Erprobungsphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektförderung für einen Zeitraum von bis zu 24 Monaten i.H.v. bis zu 200.000 Euro pro Projekt (10 Projekte stellen Förderantrag) <p>Praxisphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anschlussförderung von bis zu weiteren 36 Monaten.
Antragstellung	<p>Mehrstufiger Prozess nach Phasen: Ideeneinreichung, ggf. Konzeptionsphase, ggf. Förderantragstellung für Erprobungsphase, ggf. Antragstellung für Anschlussförderung (noch nicht bekanntgegeben)</p>
Name Projektträger	<ul style="list-style-type: none"> - VDI/VDE IT
Quellen	<p>BMBF (2020). Richtlinie "Gesellschaft der Ideen - Wettbewerb für Soziale Innovationen". https://www.gesellschaft-der-ideen.de/files/BAnz%20AT%2006.05.2020%20B1.pdf</p> <p>BMBF (2021). Webseite Gesellschaft der Ideen. https://www.gesellschaft-der-ideen.de/de/infos-1715.html</p>

10.2.2.3 EXIST-Gründerstipendium

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), kofinanziert durch den Europäischen Sozialfonds
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Gefördert werden innovative technologieorientierte Gründungsvorhaben und innovative wissensbasierte Dienstleistungen.
Zielstellungen	<p>Mit dem EXIST-Gründerstipendium sollen Gründer an Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Phase vor und zu Beginn ihrer innovativen Existenzgründung, insbesondere bei der Erstellung eines tragfähigen Businessplans, der Entwicklung marktfähiger Produkte und innovativer Dienstleistungen, unterstützt werden.</p> <p>Damit soll EXIST-Gründerstipendium dazu beitragen, innovative und nachhaltige Unternehmensgründungen mit hoher Marktrelevanz und Umsetzungsdynamik, deren Gründungsidee im Umfeld der Hochschule bzw. Forschungseinrichtung entstanden ist und in die insbesondere die dort erworbene fachspezifische Kompetenz und Wissen sowie gegebenenfalls durchgeführte Forschungs- und Entwicklungsarbeiten eingeflossen sind, zu unterstützen. Hierdurch sollen technologie- und wissensbasierte Gründungen aus Hochschulen und/oder Forschungseinrichtungen mobilisiert werden.</p>
Förderart	Projektförderung in Form von nicht rückzahlbaren Zuschüssen
Zielgruppe(n)	<p>Das Stipendium unterstützt gründungsinteressierte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftler/innen aus Hochschulen oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen, - Hochschulabsolventen und ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter/innen (bis zu fünf Jahre nach Abschluss bzw. Ausscheiden). - Studierende, die bei Antragstellung mindestens die Hälfte ihres Studiums absolviert haben - Gründerteams aus bis zu drei Personen. - Eines der Teammitglieder kann auch mit einer qualifizierten Berufsausbildung als technische Mitarbeiterin/technischer Mitarbeiter gefördert werden. Ebenfalls kann der Abschluss eines Teammitglieds länger als fünf Jahre zurückliegen.
Fördergegenstände	<p>Gegenstand der Förderung sind die Ausreifung einer Geschäftsidee zu einem Businessplan, die Entwicklung marktfähiger Produkte und Dienstleistungen sowie die gezielte Vorbereitung einer Unternehmensgründung.</p> <p>Darunter fallen Existenzgründungen durch Hochschulabsolventen, wissenschaftliche und ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter der Hochschulen und Forschungseinrichtungen.</p>

Förderkonditionen	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherung des persönlichen Lebensunterhalts über ein Stipendium: <ul style="list-style-type: none"> ➔ Promovierte Gründer/innen 3.000 Euro/Monat ➔ Absolventen mit Hochschulabschluss 2.500 Euro/Monat ➔ Technische/r Mitarbeiter/in 2.000 Euro/Monat ➔ Studierende 1.000 Euro/Monat ➔ Kinderzuschlag: 150 Euro/Monat pro Kind - Sachausgaben i.H.v. bis zu 10.000 Euro für Einzelgründungen (bei Teams max. 30.000 Euro) - Coaching i.H.v. bis zu 5.000 Euro <p>Der Förderzeitraum beträgt bis zu einem Jahr.</p> <p>Die Förderung durch das EXIST-Gründerstipendium im Anschluss an das Landesstipendium Schleswig-Holsteins ist nur dann zulässig, wenn die Landesförderung max. 8 Monate erfolgt ist, keine Gründung realisiert wurde und lediglich Machbarkeitsstudien durchgeführt wurden.</p>
Antragstellung	<p>Antragstellung durch Hochschulen/außeruniversitäre Forschungseinrichtungen.</p> <p>Einstufiges Antragsverfahren.</p>
Name Projektträger	<p>Projektträger Jülich</p>
Evaluationen	<p>Ramboll (2021). Evaluation der Fördermaßnahmen „Exist-Gründerstipendium“ und „Exist-Forschungstransfer“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie im Förderzeitraum 2014 bis 2018. Nicht veröffentlicht.</p>
Quellen	<p>BMWi. Konditionen und Bedingungen zum EXIST-Gründerstipendium. https://www.exist.de/DE/Programm/Exist-Gruenderstipendium/Konditionen/inhalt.html</p> <p>BMWi (2020). Richtlinie zur Förderung von Unternehmensgründungen (EXIST-Gründerstipendium) im Rahmen des Programms „Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ - Neufassung. https://www.exist.de/SharedDocs/Downloads/DE/Projektantrag/Foerderrichtlinie-EXIST-Gruenderstipendium.pdf?__blob=publicationFile</p>

10.2.2.4 EXIST-Forschungstransfer

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	High-Tech-Bereiche, insbesondere Technologien mit langen Entwicklungszeiten
Zielstellungen	<p>EXIST-Forschungstransfer soll dazu beitragen, junge wachstumsstarke Unternehmensgründungen im High-Tech-Bereich zu mobilisieren, neueste Forschungsergebnisse aus der akademischen Forschung in die Anwendung zu überführen und somit eine besonders effektive Form des Wissens- und Technologietransfers zu ermöglichen.</p> <p>Vorzugsweise sollen hierbei Gründungen in Technologiebereichen mit relativ langen Entwicklungszeiten gefördert werden.</p>
Förderart	Projektförderung in Form von nicht rückzahlbaren Zuschüssen
Zielgruppe(n)	Forscherteams an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen
Fördergegenstände	<p>Gefördert werden zwei Förderphasen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderphase I: Pre-Seed: Projektförderung der Entwicklungsarbeiten zur Gründungsvorbereitung <ul style="list-style-type: none"> ➔ Förderung von Forscherteams an Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die Entwicklungsarbeiten zu einer potenziellen Umsetzung wissenschaftlicher Ergebnisse in technische Produkte und Verfahren durchführen, zu der darauf basierenden Geschäftsidee einen Businessplan ausarbeiten und gezielte eine Unternehmensgründung vorbereiten. ➔ Begleitende Beratung der Gründerteams durch ein Gründernetzwerk. - Förderphase II: Seed: Projektförderung der Entwicklungsarbeiten beim Unternehmensstart <ul style="list-style-type: none"> ➔ Förderung von weiteren Entwicklungsarbeiten, Maßnahmen zur Aufnahme der Geschäftstätigkeit im gegründeten Unternehmen sowie der Schaffung der Voraussetzungen für externe Unternehmensfinanzierung

Förderkonditionen	<p>Phase I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderung zuwendungsfähiger projektbezogener Ausgaben bzw. Kosten über einen Förderzeitraum von 18 Monaten, in Ausnahmefällen bis zu 36 Monaten. - Förderfähig sind Personalausgaben für ein Gründerteam von max. vier Personen sowie Ausgaben für studentische Hilfskräfte und Sachausgaben. Ausgaben für studentische Hilfskräfte und Sachausgaben sind grundsätzlich bis zu einer Höhe von insgesamt 250.000 Euro förderfähig. Zusätzlich können Ausgaben von bis zu 20.000 Euro für die gründungsspezifische Begleitung veranschlagt werden. <p>Phase II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bereitstellung eines Gründungszuschuss von max. 180.000 Euro - Gründungsunternehmen müssen Eigenmittel (Eigenkapital und/oder Beteiligungskapital) im Verhältnis von 1:3 zur Höhe des Gründungszuschusses nachweisen - Förderzeitraum von max. 18 Monaten
Antragstellung	<p>Antragstellung erfolgt durch Hochschulen/außeruniversitäre Einrichtungen (Phase I) bzw. durch die aus Phase I entstandenen Kleinstunternehmen (Phase II).</p> <p>Phase I: Zweistufiges Antragsverfahren mit Skizzeneinreichung und Antragstellung bei positiver Beurteilung der Skizze.</p> <p>Phase II: Antragstellung sechs Monate vor Ablauf von Phase I.</p>
Name Projektträger	<p>Projektträger Jülich</p>
Evaluationen	<p>Ramboll (2021). Evaluation der Fördermaßnahmen „Exist-Gründerstipendium“ und „Exist-Forschungstransfer“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie im Förderzeitraum 2014 bis 2018. Nicht veröffentlicht.</p>
Quellen	<p>BMWi (2020). Richtlinie zur Förderung von forschungsintensiven Unternehmensgründungen (EXIST-Forschungstransfer) im Rahmen des Programms „Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ - Neufassung. https://www.exist.de/SharedDocs/Downloads/DE/Projektantrag/Foerderrichtlinie-EXIST-Forschungstransfer.pdf?__blob=publicationFile</p>

10.2.2.5 GO-Bio initial

Fördergeber	Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenspezifisch: Lebenswissenschaften
Zielstellungen	<p>GO-Bio initial ist ein Baustein zur Umsetzung der Hightech-Strategie 2025 der Bundesregierung, die eine deutliche Stärkung des Ideen-, Wissens- und Technologietransfers vorsieht. Die Hightech-Strategie 2025 möchte „Wege ebnet, damit aus Spitzenforschung schnell innovative Produkte und Geschäftsideen werden“ und „eine offene Innovations- und Wagniskultur unterstützen, die kreative Ideen gezielt fördert und ungenutzte innovative Potenziale in Deutschland mobilisiert“.</p> <p>Hinsichtlich des Transfererfolgs sind lebenswissenschaftliche Forschungsprojekte mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert – darunter lange Entwicklungszeiten, großes Ausfallrisiko, regulatorische Hürden und hoher Kapitalbedarf. Daher ist es von besonderer Bedeutung, potenzialträchtige Ideen frühzeitig zu erkennen, geeignete Persönlichkeiten als Treiber zu finden und die Ideen ab initio markt- und bedarfsgerecht zu entwickeln.</p>
Förderart	Nicht rückzahlbare Zuschüsse
Zielgruppe(n)	<p>Kernmodul:</p> <p>Personen, die sich in einer beruflichen Orientierungs- oder Umorientierungsphase befinden, d. h. einerseits Masteranden, Doktoranden oder Postdoktoranden, die sich eine Karriere abseits des klassischen Wissenschaftssystems vorstellen können (z. B. in einer Ausgründung oder der Industrie), und andererseits Berufserfahrene, die noch einmal etwas Neues wagen wollen.</p> <p>Antragsberechtigt sind Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen. Die Teilnahme von Fachhochschulen an GO-Bio initial wird ausdrücklich begrüßt.</p> <p>Privatpersonen sind als Zuwendungsempfänger grundsätzlich ausgeschlossen. Es besteht aber die Möglichkeit, dass Privatpersonen eine Skizze einreichen und im Falle einer positiven Bewertung der Skizze an eine antragsberechtigte Institution wechseln.</p> <p>Zusatzmodul:</p> <p>Antragsberechtigt sind rechtlich eigenständige Technologietransfer-Einrichtungen, die einen vertraglich geregelten Zugriff auf das Technologieportfolio mehrerer Hochschulen oder staatlich finanzierter außeruniversitärer Forschungsinstitute (derselben oder verschiedener Trägerorganisationen) haben.</p> <p>Zum Zeitpunkt der Auszahlung einer gewährten Zuwendung wird das Vorhandensein einer Betriebsstätte oder Niederlassung bzw. einer sonstigen Einrichtung, die der Tätigkeit des Zuwendungsempfängers dient, in Deutschland verlangt.</p>

<p>Fördergegenstände</p>	<p>Gegenstand der Förderung ist die Identifizierung und Weiterentwicklung lebenswissenschaftlicher Verwertungsideen, vorzugsweise aus den Bereichen „Therapeutika“, „Diagnostika“, „Plattformtechnologien“ und „Forschungswerkzeuge“, von ihrer konzeptionellen Ausgestaltung bis hin zur Überprüfung der Machbarkeit („Proof-of-Principle“) und möglicher Verwertungsoptionen.</p> <p>Kernmodul / Sondierungsphase</p> <p>Ausarbeitung einer potenziellen Verwertungsidee (Konzipierung, Prüfung und Abwägung verschiedener Verwertungsoptionen, z. B. Firmengründung, Lizenzierung, „Transfer über Köpfe“).</p> <p>Für die aussichtsreichste Verwertungsstrategie soll eine konkrete Umsetzungsstrategie erarbeitet werden (inklusive Begründung der Auswahlentscheidung).</p> <p>Kernmodul / Machbarkeitsphase</p> <p>Nach abgeschlossener Sondierungsphase und initialer positiver Freedom-to-Operate-(FtO)-Analyse werden Entwicklungsarbeiten bis zum Proof-of-Principle durchgeführt.</p> <p>Am Ende der Machbarkeitsphase soll die Anschlussfähigkeit zu etablierten Förderprogrammen wie VIP+, EXIST-Forschungstransfer, KMU-innovativ oder GO-Bio hergestellt sein.</p> <p>Zusatzmodul</p> <p>transferorientierte Strukturvorhaben, die neuartige experimentelle Konzepte zur Gestaltung des „Fuzzy Front End of Innovation“ (FFE) verfolgen</p>
---------------------------------	--

<p>Förderkonditionen</p>	<p>Kernmodul / Sondierungsphase</p> <p>Bemessungsgrundlage für Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen und vergleichbare Institutionen sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Ausgaben (bei Helmholtz-Zentren und der Fraunhofer-Gesellschaft die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten), die individuell bis zu 100 Prozent gefördert werden können.</p> <p>Bei Forschungsvorhaben an Hochschulen wird zusätzlich zu den zuwendungsfähigen Ausgaben eine Projektpauschale in Höhe von 20 Prozent gewährt.</p> <p>Für die Sondierungsphase können im Regelfall bis zu 100.000 Euro gewährt werden (bei Hochschulen zuzüglich Projektpauschale).</p> <p>Regellaufzeit beträgt 12 Monate</p> <p>Kernmodul / Machbarkeitsphase</p> <p>Bemessungsgrundlage für Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen und vergleichbare Institutionen sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Ausgaben (bei HZ und der FhG die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten), die individuell bis zu 100 Prozent gefördert werden können.</p> <p>Bei Forschungsvorhaben an Hochschulen wird zusätzlich zu den zuwendungsfähigen Ausgaben eine Projektpauschale in Höhe von 20 Prozent gewährt.</p> <p>Für die Machbarkeitsphase können in der Regel bei Einzelvorhaben bis zu 500.000 Euro (bei Hochschulen zuzüglich Projektpauschale) bzw. bis zu 1,0 Mio. Euro (bei Hochschulen zuzüglich Projektpauschale) bei Verbundvorhaben oder bei Einbeziehung von Forschungspartnern im Unterauftrag gewährt werden.</p> <p>Regellaufzeit beträgt 24 Monate</p> <p>Zusatzmodul</p> <p>Bemessungsgrundlage für Zuwendungen an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft und für Vorhaben von Forschungseinrichtungen, die in den Bereich der wirtschaftlichen Tätigkeiten fallen, sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten. Diese können unter Berücksichtigung der beihilferechtlichen Vorgaben anteilfinanziert werden. Nach BMBF-Grundsätzen wird eine angemessene Eigenbeteiligung vorausgesetzt.</p> <p>Für die Strukturvorhaben können in der Regel bis zu 150.000 Euro pro Jahr als Zuwendungsbetrag in Form einer Anteilfinanzierung gewährt werden.</p> <p>In der ersten Förderphase (vier Jahre) ist ein Eigenanteil von mindestens 10 Prozent aufzubringen, in einer möglichen zweiten Förderphase (weitere drei Jahre) erhöht sich der aufzubringende Eigenanteil auf mindestens 25 Prozent.</p>
<p>Antragstellung</p>	<p>Kernmodul / Sondierungsphase:</p> <p>Zweistufiges Antragsverfahren: Zunächst Einreichung der Projektskizzen, nach positiver Bewertung Aufforderung zur Einreichung eines förmlichen Förderantrag.</p> <p>Kernmodul / Machbarkeitsphase:</p> <p>Bis zu 7,5 Monate nach Projektbeginn der Sondierungsphase können förmliche Förderanträge für eine sich anschließende Machbarkeitsphase gestellt werden.</p> <p>Die Auswahl der zur Förderung empfohlenen Projekte findet im Rahmen einer Veranstaltung statt, die nach ca. neun Monaten Laufzeit der zugrunde liegenden</p>

	<p>Sondierungsprojekte stattfinden wird und bei der die Projektteams im Wettbewerb gegeneinander antreten. Die bereitgestellten Unterlagen werden von einer Jury und gegebenenfalls zusätzlich von externen Fachgutachtern beurteilt. Im Rahmen einer Präsentation sind der Jury der aktuelle Stand der Sondierungsprojekte und die Inhalte der angestrebten Machbarkeitsphase vorzustellen.</p> <p>Zusatzmodul:</p> <p>Einstufiges Antragsverfahren, Einreichung der Förderanträge beim Projektträger.</p> <p>Die Strukturvorhaben werden gegen Ende ihrer zunächst vierjährigen Laufzeit einer Zwischenevaluierung unterzogen. Bei positivem Ausgang der Zwischenevaluierung kann ein dreijähriges Anschlussvorhaben beantragt werden.</p>
Name Projektträger	Projektträger Jülich (PtJ)
Quellen	Richtlinie zur Stärkung des Transfererfolgs in den Lebenswissenschaften „GO-Bio initial“, Bundesanzeiger vom 26.11.2019. Verfügbar unter: https://www.bmbf.de/foerderungen/bekanntmachung-2722.html

10.2.2.6 GO-Bio

Fördergeber	Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	<p>Themenspezifisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moderne Lebenswissenschaften - Grenzbereich zwischen Biologie und ihren naturwissenschaftlichen und technischen Nachbardisziplinen <p>Als besonders förderwürdig werden dabei gesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorhaben, die auf die Ziele der "Nationalen Forschungsstrategie BioÖkonomie 2030" und die Aktionsfelder des Gesundheitsforschungsprogramms ausgerichtet sind. - Plattformtechnologien, die in vorgelagerten Schritten zu den Zielen des Gesundheitsforschungsprogramms und der "Nationalen Forschungsstrategie BioÖkonomie 2030" beitragen.
Zielstellungen	Ziel der GO-Bio-Förderung ist es daher, Forschungsergebnisse mit hohem Wertschöpfungspotenzial so weiterzuentwickeln, dass sie im Anschluss wirtschaftlich verwertet werden und die Basis einer Unternehmensgründung bilden können. Mit dieser Validierungsförderung soll somit der Reifegrad eines Forschungsergebnisses erhöht und die Marktfähigkeit gesteigert werden, um die Lücke zwischen wissenschaftlicher Forschung und kommerzieller Verwertung zu schließen.
Förderart	Nicht rückzahlbare Zuschüsse
Zielgruppe(n)	<ul style="list-style-type: none"> - Gründungsteams - Masteranden, Doktoranden oder Postdoktoranden, die sich eine Karriere abseits des klassischen Wissenschaftssystems vorstellen können - Berufserfahrene <p>Antragsberechtigt sind Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen in Deutschland, an denen die Arbeitsgruppen angesiedelt sind. Die Teilnahme von Fachhochschulen am GO-Bio-Wettbewerb wird ausdrücklich begrüßt.</p>
Fördergegenstände	<p>Gefördert wird die Bearbeitung von Forschungsthemen mit hohem Innovationsgrad sowie mit einer Erfolg versprechenden und belegbaren Kommerzialisierungsperspektive.</p> <p>Phase 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausarbeitung eines Proof-of-Concept - Entwicklung einer Kommerzialisierungsstrategie für die weitere Umsetzung der Ergebnisse (Ausarbeitung und Fortschreibung eines Businessplans sowie die Aufbringung des Eigenanteils für eine mögliche zweite Förderphase) <p>Phase 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausarbeitung eines Proof-of-Technology - Strategien für die Markteinführung (proof of market) werden entworfen und das verfolgte Geschäftsmodell und das Unternehmenskonzept weiter konkretisiert, um ein langfristiges Wachstum des Unternehmens und die dafür notwendigen Folgefinanzierungen sicherzustellen.

<p>Förderkonditionen</p>	<p>Phase 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Förderung wird auf der Grundlage eines im Projektantrag enthaltenen Meilensteinkonzepts zunächst für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren an eine Hochschule oder Forschungseinrichtung gewährt. - Nach einer erfolgreichen Zwischenbegutachtung kann die erste Förderphase in begründeten Fällen verlängert und aufgestockt werden. Die Verlängerung soll im Regelfall ein Jahr nicht überschreiten. <p>Bemessungsgrundlage sind folgende grundsätzlich zuwendungsfähige projektbezogene Ausgaben bzw. Kosten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal – soweit nicht Stammpersonal und jeweils höchstens: <ul style="list-style-type: none"> o ein Forschungsgruppenleiter, o zwei Post-Doktoranden, o zwei Doktoranden oder ein weiterer Post-Doktorand, o zwei Stellen für Personen mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in der Wirtschaft (Naturwissenschaftler, Kliniker, Ingenieur etc.), o zwei technische Angestellte. - Aufwand für ein Gründercoaching von max. 30.000 Euro pro Jahr, - Aufwand für Beratungsleistungen hinsichtlich Produktion, Qualitätsmanagement und Durchführung klinischer Studien von max. 100.000 Euro insgesamt, - Aufwand für professionelle patentrechtliche Überprüfung des Technologiefeldes, auf dem gegründet werden soll, - Aufwand für die Anmeldung von Schutzrechten und deren Aufrechterhaltung während des amtlichen Prüfverfahrens, - Investitionen, - Verbrauchsmaterialien, - Dienstreisen, - betriebswirtschaftliche Weiterbildung, - Vergabe von Aufträgen. <p>Phase 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderdauer von maximal drei weiteren Jahren • Bemessungsgrundlage für Zuwendungen an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft im Rahmen der zweiten Förderphase sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten. Die Bemessung der jeweiligen Förderquote muss die AGVO berücksichtigen. Die AGVO lässt für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) differenzierte Aufschläge zu, die gegebenenfalls zu einer höheren Förderquote führen können. • Für den Fall der Beantragung eines Verbundprojekts von Gründungsunternehmen und Hochschule/Forschungseinrichtung sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Ausgaben (bei Helmholtz-Zentren und der Fraunhofer-Gesellschaft die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten) die Bemessungsgrundlage für die Zuwendung an die wissenschaftliche Einrichtung. Die Förderquote des gesamten Verbundprojekts darf 70 % nicht überschreiten. <p>Zusatzmodul zur Stärkung des Technologietransfers</p> <p>GO-Bio setzt professionelle Transferstrukturen an der teilnehmenden Hochschule bzw. Forschungseinrichtung voraus.</p> <p>Um diese Transferstrukturen weiter zu stärken, stellt das BMBF bis zu 350.000 Euro pro bewilligtem GO-Bio-Vorhaben den jeweiligen Hochschulen/Forschungseinrichtungen zur</p>
---------------------------------	---

	Verfügung. Dies gilt für alle GO-Bio-Projekte dieser Auswahlrunde, die erfolgreich eine zweite Förderphase erreichen.
Antragstellung	<p>Das Antragsverfahren ist zweistufig.</p> <p>Stufe 1: Einreichung der Projektskizzen, Bewertung und Vorauswahl durch eine Jury.</p> <p>Stufe 2: Aufforderung positiv bewerteter Projektskizzen zur förmlichen Antragstellung verbunden mit einer Projektpräsentation.</p> <p>Die bereitgestellten Unterlagen und der persönliche Vortrag werden von der Jury und gegebenenfalls zusätzlich von externen Fachgutachtern beurteilt. Die Förderung ist abhängig vom positiven Ausgang der Antragsprüfung. Nach abschließender Prüfung entscheidet der Zuwendungsgeber über die vorgelegten Förderanträge. Dabei kann - abhängig vom bereits erreichten Entwicklungsstand - die erste Förderphase auch verkürzt werden oder ganz entfallen, sodass ein Gründungsteam früher in die zweite Förderphase eintritt.</p>
Name Projektträger	Projektträger Jülich (PtJ)
Quellen	Förderrichtlinie zur 8. Auswahlrunde des Wettbewerbs "GO-Bio". Bundesanzeiger vom 16.12.2016. Verfügbar unter: https://www.bmbf.de/foerderungen/bekanntmachung-1285.html

10.2.2.7 Innovative Start-Ups für Mensch-Technik-Interaktion

Fördergeber	Bundesministerium für Bildung und Forschung
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	<p>Gefördert werden Ansätze, deren Schwerpunkt in den drei Themenfeldern des MTI-Forschungsprogramms liegt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intelligente Mobilität (u. a. Fahrerassistenzsysteme, Intentionserkennung, vernetzte Mobilitätslösungen und Nutzererleben), - Digitale Gesellschaft (u. a. intelligente Assistenz, Robotik, Technologien für das Wohnen/Wohnumfeld, vernetzte Gegenstände und Interaktionskonzepte), - Gesundes Leben (u. a. interaktive körpernahe Medizintechnik, intelligente Präventionslösungen und Pflorgetechnologien).
Zielstellungen	<p>Das BMBF will das Innovationspotenzial von Start-ups im Bereich Spitzenforschung zur Mensch-Technik-Interaktion (MTI) stärken. Dazu werden zwei Ansätze verfolgt. Zum einen sollen die Chancen für die Gründung von Start-ups durch gezielte Förderung geeigneter Forschungsteams bereits an Hochschulen und Forschungseinrichtungen verbessert werden (Modul 1). Zum anderen sollen bereits gegründete junge Start-ups bei risikoreicher vorwettbewerblicher FuE passgenau gefördert werden (Modul 2). Ziel ist eine maßgeschneiderte Gründungs- und Start-up-Förderung für den Bereich der MTI.</p>
Förderart	Nicht rückzahlbarer Zuschuss
Zielgruppe(n)	<p>Modul 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulen - außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, an denen die Forschungsgruppen angesiedelt sind <p>Modul 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Start-ups - KMU - mittelständische Unternehmen - Hochschulen - außeruniversitäre Forschungseinrichtungen

Fördergegenstände	<p>Modul 1</p> <p>Gefördert werden Innovationen der MTI an Hochschulen oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Im Mittelpunkt steht dabei die Förderung von innovativen Forschungs- und Entwicklungsarbeiten, um den Reifegrad der -aktuellen Ergebnisse zu erhöhen. Die eigentliche Unternehmensgründung ist nicht Bestandteil der Förderung. Gefördert werden Ansätze, deren Schwerpunkt in den drei Themenfeldern des MTI-Forschungsprogramms liegt (Intelligente Mobilität, Digitale Gesellschaft, Gesundes Leben).</p> <p>Modul 2</p> <p>Gegenstand der Förderung in Modul 2 sind risikoreiche Forschungs- und vorwettbewerbliche Entwicklungsvorhaben, die technologieübergreifend und anwendungsbezogen sind sowie einen direkten positiven Einfluss auf die Innovationsfähigkeit und erwarteten Wettbewerbschancen der beteiligten Start-ups haben. Diese FuE-Vorhaben müssen inhaltlich dem Bereich MTI zuzuordnen sein. Gefördert werden Vorhaben aus einem breiten Themenspektrum, die ihren Schwerpunkt an den drei Themenfeldern im MTI-Forschungsprogramm orientieren (Intelligente Mobilität, Digitale Gesellschaft, Gesundes Leben).</p>
--------------------------	---

Förderkonditionen	<p>Die Höhe der Zuwendungen variiert je nach Art des Antragstellers:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bemessungsgrundlage für Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen und vergleichbare Institutionen, die nicht in den Bereich der wirtschaftlichen Tätigkeiten fallen, sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Ausgaben (bei Helmholtz-Zentren und der Fraunhofer-Gesellschaft die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten), die individuell bis zu 100 Prozent gefördert werden können. - Bei nicht wirtschaftlichen Forschungsvorhaben an Hochschulen und Universitätskliniken wird zusätzlich zu den zuwendungsfähigen Ausgaben eine Projektpauschale in Höhe von 20 Prozent gewährt. - Bemessungsgrundlage für Zuwendungen an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft (auch mittelständische Unternehmen) sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten gemäß Artikel 25 AGVO. In der Regel können - je nach Anwendungsnahe des Vorhabens - bis zu 50 Prozent anteilfinanziert werden. Nach BMBF-Grundsätzen wird eine angemessene Eigenbeteiligung - grundsätzlich mindestens 50 Prozent der entstehenden zuwendungsfähigen Kosten - vorausgesetzt. <p>Modul 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Förderdauer kann von 18 Monaten bis zu drei Jahren betragen. - Zuwendungsfähig sind Mittel für die Durchführung der FuE-Projekte (Personal-, Sach- und Reisemittel sowie projektbezogene Investitionen, die nicht der Grundausstattung des Antragstellers zuzurechnen sind) <p>Modul 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Förderdauer beträgt bis zu drei Jahre. - Zuwendungsfähig sind Mittel für die Durchführung der FuE-Projekte (Personal-, Sach- und Reisemittel sowie projektbezogene Investitionen, die nicht der Grundausstattung des Antragstellers zuzurechnen sind), sowie unternehmerische Weiterqualifizierung und Coaching von Start-ups (max. 10.000 Euro). - Förderhöchstsumme für Start-ups pro Projekt sind 400.000 Euro bei einer dreijährigen Laufzeit.
Antragstellung	<p>Das Förderverfahren ist zweistufig angelegt:</p> <p>Verfahrensstufe 1: Einreichen von ausführlichen Projektskizzen beim Projektträger</p> <p>Verfahrensstufe 2: Aufforderung zur förmlichen Förderantragstellung.</p> <p>Über die vorgelegten Förderanträge wird nach abschließender Prüfung durch das BMBF entschieden.</p>
Name Projektträger	<p>VDI/VDE Innovation + Technik GmbH</p>
Quellen	<p>Richtlinie zur Fördermaßnahme „Gründungen: Innovative Start-ups für Mensch-Technik-Interaktion“.</p> <p>https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMBF/innovative-start-ups-mensch-technik-interaktion.html</p>

10.2.2.8 Enabling Start-Up - Unternehmensgründungen in den Quantentechnologien und der Photonik

Fördergeber	Bundesministerium für Bildung und Forschung
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenspezifisch: Quantentechnologien und Photonik
Zielstellungen	Die Fördermaßnahme verfolgt das Ziel, innovative Ideen in den Quantentechnologien und der Photonik aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen über Ausgründungen in Richtung einer Anwendung und wirtschaftlichen Verwertung zu überführen. Dazu sollen insbesondere Verbünde aus einem Start-up und einer Hochschule oder Forschungseinrichtung gefördert werden - die enge Zusammenarbeit ist gerade in wissenschaftlichen Disziplinen mit starkem Grundlagencharakter wie den Quantentechnologien und verschiedenen Bereichen der Photonik für den entscheidenden ersten Schritt zur Anwendung oftmals von großem Nutzen.
Förderart	Zuschuss
Zielgruppe(n)	<p>Pilotmodul (optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, an denen die Forschungsarbeitsgruppen angesiedelt sind. - Einzelvorhaben an Hochschulen oder außeruniversitären Forschungseinrichtung, die im unmittelbaren Zusammenhang mit einer noch zu erfolgenden Gründung stehen <p>Hauptmodul</p> <ul style="list-style-type: none"> - Für die Teilnahme am Hauptmodul muss ein technologischer Proof-of-Principle erbracht sein. Dieser kann optional im vorausgehenden Pilotmodul erfolgen. - Antragsberechtigt sind Start-ups sowie, im Verbund mit diesen, KMU, mittelständische Unternehmen, Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen. - Unternehmen, die weder Start-Ups, KMU oder mittelständische Unternehmen im Sinne der Förderrichtlinie sind, können sich auf eigene Kosten am Vorhaben beteiligen.

<p>Fördergegenstände</p>	<p>Gefördert werden vorwettbewerbliche Vorhaben im Bereich Quantentechnologien und Photonik. Dabei werden beispielhaft folgende Themen mit einbezogen (die Liste ist nicht als vollständig anzusehen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schlüsselkomponenten für die Quantentechnologien - innovative Sensorkonzepte - beruhend auf Optik oder auf Quantenphänomenen - Algorithmen für das Quantencomputing und die Quantensimulation - neue Ansätze zur optischen Bildverarbeitung - Organische Elektronik - neuartige Strahlquellen - Photonik in Medizintechnik und Lebenswissenschaften <p>Die Förderung erfolgt im Rahmen von zwei Modulen:</p> <p>Pilotmodul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bearbeitung von wissenschaftlich-technischen Fragestellungen im Labormaßstab. - Vor der Ausgründung aus einer Hochschule oder Forschungseinrichtung können in diesem Rahmen nach dem ersten wissenschaftlichen Funktionsnachweis ein anwendungsgetriebener Proof-of-Principle der Technologie sowie weitere notwendige, wissenschaftlich-technische Machbarkeitsnachweise erbracht werden. Diese sind am Bedarf einer späteren Anwendung auszurichten. - Schaffung der Grundlagen für die Förderung in einem anschließenden Hauptmodul. - Konzeptionelle Planungen für den Übergang zu den marktorientierteren, jedoch vorwettbewerblichen Tätigkeiten im Hauptmodul sind vor Beginn des Pilotmoduls erforderlich. <p>Hauptmodul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderung von Start-ups oder ein Verbund aus Start-ups und einer Hochschule oder Forschungseinrichtung. - Förderung bedarfsorientierter vorwettbewerblicher Forschung in den Quantentechnologien und der Photonik mit dem Ziel einer zunehmenden Marktorientierung und dem Transfer des technologischen Ansatzes in Richtung einer Anwendung gefördert. - Über die Förderung der vorwettbewerblichen Forschungs- und Entwicklungsarbeiten hinaus, soll die Einbettung des Start-ups in das jeweilige Forschungsumfeld erreicht werden. Eine Positionierung und fortlaufende Vernetzung des Start-ups in einem geeigneten Innovationsökosystem auch jenseits des Projekts wird erwartet. Dazu zählen beispielsweise die Kooperation mit geeigneten gründungsunterstützenden Partner-Institutionen sowie Investoren oder die Einbindung in ein Inkubationsumfeld bzw. in ein wissenschaftliches wie geschäftliches Netzwerk.
---------------------------------	--

Förderkonditionen	<p>Pilotmodul</p> <ul style="list-style-type: none"> - Max. Fördervolumen von 100.000 Euro - Max. Förderdauer von 18 Monaten <p>Hauptmodul</p> <ul style="list-style-type: none"> - Max. Fördervolumen hängt vom zwingend erforderlichen Finanzbedarf sowie der Innovationshöhe des Vorhabens ab. - Die Dauer des Hauptmoduls beträgt in der Regel drei Jahre - Die Verteilung der Fördermittel ergibt sich über den zwingend erforderlichen Finanzbedarf sowie die Innovationshöhe der jeweiligen Teilvorhaben. Es wird darüber hinaus erwartet, dass mindestens 40 Prozent der beantragten Gesamtfördermittel (inklusive gegebenenfalls zu gewährender Boni für KMU und Projektpauschalen für Hochschulen) dem Teilvorhaben des Start-ups zuzuordnen sind. <p>Die Zuwendungen werden im Wege der Projektförderung gewährt. Die max. Förderquoten sind unter Berücksichtigung der beihilferechtlichen Vorgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Für Zuwendungen an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie für Vorhaben von Forschungseinrichtungen, die in den Bereich der wirtschaftlichen Tätigkeiten fallen: 50 Prozent - Für Zuwendungen an Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen und vergleichbare Institutionen, die nicht in den Bereich der wirtschaftlichen Tätigkeiten fallen: 100 Prozent - Bei nichtwirtschaftlichen Forschungsvorhaben an Hochschulen und Universitätskliniken wird zusätzlich zu den zuwendungsfähigen Ausgaben eine Projektpauschale in Höhe von 20 Prozent gewährt.
Antragstellung	<p>Das Förderverfahren ist zweistufig.</p> <p>In der ersten Verfahrensstufe sind Projektskizzen vorzulegen, welche anhand einer umfangreichen Kriterienliste bewertet werden.</p> <p>Positiv bewertete Projektskizzen werden in der zweiten Verfahrensstufe aufgefordert, einen förmlichen Förderantrag vorzulegen. Ist kein Pilotmodul vorgesehen, sind direkt Anträge für das Hauptmodul einzureichen.</p> <p>Im Fall vorangehender Arbeiten im Rahmen eines Pilotmoduls, ist zunächst ausschließlich die Beantragung des Pilotmoduls als Einzelvorhaben an einer Forschungseinrichtung vorgesehen. Die anschließende Beantragung des Hauptmoduls erfolgt in einem separaten Verfahrensschritt. Dafür stellt die abgeschlossene Gründung des Start-ups eine notwendige Voraussetzung dar.</p>
Name Projektträger	<p>VDI Technologiezentrum GmbH</p>

Quellen	<p>Richtlinien zur Fördermaßnahme „Enabling Start-up - Unternehmensgründungen in den Quantentechnologien und der Photonik“ im Rahmen der Programme „Quantentechnologien - von den Grundlagen zum Markt“ und „Photonik Forschung Deutschland“, Bundesanzeiger vom 12.06.2019. Verfügbar unter: https://www.bmbf.de/foerderungen/bekanntmachung-2484.html#:~:text=Die Prozent20F ProzentC3 ProzentB6rderma ProzentC3 Prozent9Fnahme Prozent20 ProzentE2 Prozent80 Prozent9EEnabling Prozent20Start Prozent20Dup,Anwendung Prozent20und Prozent20wirtschaftlichen Prozent20Verwertung Prozent20zu</p>
----------------	---

10.2.2.9 High-Tech Gründerfonds (HTGF)

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenfokus auf den folgenden Branchen: <ul style="list-style-type: none"> - Software - Medien - Internet - Hardware - Automation & Robotik - Life Sciences (Medizintechnologie, Diagnostics, Biotechnologie) - Chemie
Zielstellungen	Ziel der Seed-Finanzierung ist die Schließung der Finanzierungs-Lücke neugegründeter Technologie-Start-ups und die Schaffung neuer Arbeitsplätze.
Förderart	Beteiligung, Darlehen
Zielgruppe(n)	Wachstumsorientierte Start-Ups <ul style="list-style-type: none"> - die sich mehrheitlich im Besitz des Managements befinden - deren Produkte, Verfahren und wissenschaftlich-technische Dienstleistungen einen hohen Innovationsgrad aufweisen, deutliche Wettbewerbsvorteile und nachhaltige Marktchancen erwarten lassen sowie - jünger als drei Jahre sind.
Fördergegenstände	Die Weiterentwicklung einer anspruchsvollen und anwendungsnahen Technologie mit dem Entwicklungsziel von mindestens einem Prototyp bzw. „proof of concept“. Technologisches Know-how muss im Unternehmen gebunden sein, Schutzrechte und geistiges Eigentum sollen dem Unternehmen uneingeschränkt und exklusiv zur Verfügung stehen bzw. ins Unternehmen eingebracht werden.
Förderkonditionen	Der Fonds investiert entweder allein oder mit Partnern mittels Wandeldarlehen oder über den Kauf von Unternehmensanteilen. Im ersten Fall stellt der High-Tech Gründerfonds dem Unternehmen bis zu 600.000 Euro in einer Kombination von Eigenkapital und Wandeldarlehen zur Verfügung und erwirbt dafür 15 Prozent der Unternehmensanteile. Ein Eigenanteil ist nicht notwendig, aber erwünscht. Insgesamt stehen bis zu 3 Millionen Euro Eigenkapital pro Unternehmen zur Verfügung.
Antragstellung	Ein Pitch Deck oder Business Plan wird bei der High-Tech Gründerfonds Management GmbH eingereicht.
Name Projektträger	High-Tech Gründerfonds Management GmbH

Quellen	Informationen der High-Tech Gründerfonds Management GmbH, Stand April 2019. Verfügbar unter: https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMWi/high-tech-gruenderfonds-bund.html
----------------	--

10.2.2.10 Mikromezzanifonds Deutschland

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	Ziel ist es, Gründerinnen und Gründern und kleinen Unternehmen bessere Finanzierungschancen eröffnen und ihre Risikotragfähigkeit erhöhen
Förderart	Stille Beteiligung
Zielgruppe(n)	Kleine und junge Unternehmen sowie Existenzgründerinnen und Existenzgründer. Spezielle Zielgruppen sind Unternehmen, die aus der Arbeitslosigkeit gegründet werden, oder von Frauen oder Menschen mit Migrationshintergrund geführt werden. Besonders angesprochen („Zielgruppen-Unternehmen“) werden sollen zudem gewerblich orientierte Sozialunternehmen und umweltorientierte Unternehmen.
Fördergegenstände	Gefördert werden sämtliche Investitionen in die Errichtung eines neuen oder die Fortführung eines bestehenden Unternehmens. Auch Unternehmensnachfolgefinanzierungen oder Betriebsmittelfinanzierungen sind möglich.
Förderkonditionen	Stille Beteiligung durch die mittelständischen Beteiligungsgesellschaften der Bundesländer. <ul style="list-style-type: none"> - Maximale Beteiligungshöhe: 50.000 Euro bzw. 150.000 Euro bei Zielgruppen-Unternehmen. - Laufzeit von zehn Jahren, Tilgung ab dem siebten Jahr in drei gleich hohen Raten. - Die Stille Beteiligung kann für alle Zwecke der Unternehmensführung verwandt werden. - Kein Stellen von Sachsicherheiten notwendig. - Ergebnisunabhängige Vergütung: 8% p.a. bzw. 6,5 % p.a. für Unternehmen, die bei Auszahlung über eine besonders gute Bonität verfügen. - Einmaliges Bearbeitungsentgelt von 3,5% der Einlage, zahlbar bei Auszahlung. - Variable Gewinnbeteiligung von max. 1,5% p.a. der Einlage.
Antragstellung	Antragstellung über die jeweilige mittelständische Beteiligungsgesellschaft des Bundeslandes
Name Projektträger	Abwicklung über mittelständische Beteiligungsgesellschaften
Quellen	BMWi. Mikromezzanifonds. Verfügbar unter: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Mittelstand/unternehmensfinanzierung-mikromezzanifonds.html

10.2.2.11 Coparion

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Prinzipiell themenoffen, aber Zielgruppe Technologieunternehmen
Zielstellungen	Stärkung des deutschen Venture Capital Marktes
Förderart	Beteiligung
Zielgruppe(n)	Technologieunternehmen in der Start-Up- und frühen Wachstumsphase. Dies müssen kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft mit Betriebssitz in Deutschland und der Rechtsform einer nicht börsennotierten Kapitalgesellschaft sein.
Fördergegenstände	Die Beteiligung dient der Deckung des Finanzierungsbedarfes für die Entwicklung und Markteinführung neuer oder wesentlich verbesserter Produkte, Verfahren und Dienstleistungen.
Förderkonditionen	<p>Voraussetzung für eine Beteiligung von Coparion ist, dass sich mindestens ein weiterer Beteiligungsgeber am Unternehmen beteiligt, welcher mind. 30% des gemeinsam aufgebrauchten Beteiligungskapitals aufbringen soll. Es wird erwartet, dass dieser über die Erstfinanzierung hinaus finanzielle Mittel für das Unternehmen bereitstellt.</p> <p>Die Höhe der Beteiligung beträgt bis zu 10 Mio. Euro pro Unternehmen. Im Rahmen dieses Höchstbetrags sind mehrere Finanzierungsrunden möglich.</p> <p>Die Gestaltung der Konditionen und die Unternehmensbewertung erfolgt durch den jeweiligen kooperierenden Beteiligungsgeber. Die Beteiligung durch Coparion erfolgt insgesamt zu den wirtschaftlich gleichen Konditionen (pari passu) wie die des kooperierenden Beteiligungsgebers.</p>
Antragstellung	Ein Businessplan wird bei der coparion GmbH & Co. KG eingereicht.
Name Projektträger	- coparion GmbH & Co. KG
Quellen	<p>Coparion Beteiligungsgrundsätze. Verfügbar unter: https://www.coparion.vc/themes/custom/coparion/pdf/2020-10-26_coparion_Beteiligungsgrunds%C3%A4tze.pdf</p> <p>Förderdatenbank. Coparion. Verfügbar unter: https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMWi/coparion.html#:~:text=Die%20H%C3%B6he%20der%20Beteiligung%20betr%C3%A4gt%20bis%20zu%20EUR,bei%20der%20coparion%20GmbH%20%26%20Co.%20KG%20ein.</p>

10.2.2.12 ERP-Gründerkredit Universell

Fördergeber	KfW
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	<p>Ziel des "ERP-Gründerkredit" ist die Förderung von Existenzgründungen, Start-ups und jungen Unternehmen in Deutschland durch zinsgünstige Darlehen für gewerbliche Investitionen und Betriebsmittelaufwand, die einer mittel- oder langfristigen Mittelbereitstellung bedürfen.</p> <p>Der ERP-Gründerkredit Universell unterstützt dabei besonders auch Unternehmensnachfolgen.</p>
Förderart	Zinsvergünstigter Kredit
Zielgruppe(n)	<ul style="list-style-type: none"> - Junge Unternehmen, die weniger als 5 Jahre am Markt sind: - Unternehmen, Existenzgründer, Unternehmensnachfolger, Selbstständige oder Freiberufler. - Stiftungen können gefördert werden, sofern die unternehmerisch tätig sind. Auch wirtschaftliche Vereine, deren Zweck auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet ist, sind antragsberechtigt. Nicht wirtschaftliche Vereine können gefördert werden, wenn diese unternehmerisch tätig sind.
Fördergegenstände	Anschaffungen (Investitionen), laufende Kosten (Betriebskosten), Material- und Warenlager
Förderkonditionen	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierter Zinssatz von 1,00 bis 2,12 % p.a. - Bis zu 10 Jahre Rückzahlungszeitraum - Optional bei Unternehmen mit 3-5 Jahren Erfahrung: KfW übernimmt bis zu 90% des Bankenrisikos der Hausbank
Antragstellung	Über private Banken
Name Projektträger	KfW / jeweilige Hausbanken
Quellen	<p>KfW Webseite. https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Existenzgr%C3%BCndung/F%C3%BCrderprodukte/ERP-Gr%C3%BCnderkredit-Universell-(073-074-075-076)/</p> <p>BMWi. ERP-Gründerkredit. https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Mittelstand/gruendungsfinanzierung-erp-gruenderkredit.html</p> <p>KfW. ERP-Gründerkredit - Universell 073, 074, 074, 076 (2018). https://webfoerderberatung.lbbw.de/handbuch/FAQ_583_2018_01_01.pdf</p>

10.2.2.13 ERP-Gründerkredit Startgeld

Fördergeber	KfW
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Themenoffen
Zielstellungen	<ul style="list-style-type: none"> - Ziel des "ERP-Gründerkredit - StartGeld" ist die Förderung von Existenzgründungen, Start-ups und jungen Unternehmen in Deutschland durch zinsgünstige Darlehen für gewerbliche Investitionen und Betriebsmittelaufwand, die einer mittel- oder langfristigen Mittelbereitstellung bedürfen.
Förderart	<ul style="list-style-type: none"> - Zinsvergünstigter Kredit
Zielgruppe(n)	<p>Existenzgründer (auch Freiberufler), Unternehmensnachfolger, junge oder kleine Unternehmen, die:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ein Unternehmen gründen - ein junges Unternehmen festigen möchten (bis zu 5 Jahre nach Aufnahme der Geschäftstätigkeit) - sich als Geschäftsführer an einem Unternehmen beteiligen - ein Unternehmen im Rahmen einer Unternehmens-nachfolge übernehmen - ein Unternehmen im Haupterwerb oder vorläufig im Nebenerwerb führen möchten <p>Gewerbliche Sozialunternehmen, deren Zweck auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb mit Gewinnerzielungsabsicht gerichtet sind, sind antragsberechtigt. Indizien für wirtschaftlich orientierte Sozialunternehmen sind mindestens kostendeckende Kalkulation und Gewerbesteuerpflicht. Das Unternehmen ist operativ tätig.</p> <p>Auch wirtschaftliche Vereine, deren Zweck auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet ist, sind antragsberechtigt. Nicht wirtschaftliche Vereine können gefördert werden, wenn diese unternehmerisch tätig sind.</p>
Fördergegenstände	Anschaffungen (Investitionen), laufende Kosten (Betriebskosten), Material- und Warenlage, Kauf eines Unternehmens/Unternehmensanteils wenn Kreditnehmer Geschäftsführerfunktion übernimmt
Förderkonditionen	<ul style="list-style-type: none"> - Kredithöhe: bis zu 125.000 Euro, davon max. 50.000 für Betriebsmittel - Bei Gründungen im Team: bis zu 125.000 Euro pro Gründer - Reduzierter Zinssatz (ab 0,70% p.a.) - KfW übernimmt bis zu 80% des Bankenrisikos der Hausbank - Kein Eigenkapital erforderlich - Persönliche Haftung für die Rückzahlung
Antragstellung	Über private Banken
Name Projektträger	KfW / jeweilige Hausbanken

Quellen	<p>KfW Webseite. https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Existenzgr%C3%BCndung/F%C3%B6rderprodukte/ERP-Gr%C3%BCnderkredit-Startgeld-(067)/</p> <p>BMWi. ERP-Gründerkredit. https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Mittelstand/gruendungsfinanzierung-erp-gruenderkredit.html</p> <p>KfW. ERP-Gründerkredit - StartGeld 067 (2019). https://webfoerderberatung.lbbw.de/handbuch/FAQ_957_2019_12_01.pdf</p>
----------------	--

10.2.2.14 Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen

Fördergeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	<p>Themenspezifisch. Inhaltlich wird die Förderung über thematische Bekanntmachungen gesteuert.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erster Aufruf: digitale und datengetriebene Geschäftsmodellen und Pionierlösungen (2019) - Zweiter Aufruf: kultur- und kreativwirtschaftliche Innovationen - Dritter Aufruf: Innovationen im Bereich Bildung und Informationszugang; Fokus auf hohen „sozialen Impact“
Zielstellungen	<p>Mit dem Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen soll die Innovationskraft und Kreativität der deutschen Wirtschaft über technische Entwicklungen hinaus gestärkt werden.</p> <p>Das IGP soll dazu beitragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - neue Ideen mit positiver Wirkung für Wirtschaft und Gesellschaft anzuschieben, - die Struktur und Arbeitsweise der deutschen Wirtschaft zu modernisieren, - First-Mover-Aktivitäten zu ermöglichen, - sehr marktnahe Innovationsaktivitäten anzubahnen und - das kreative Umfeld für neue Geschäftsmodelle und Pionierlösungen durch die Schaffung neuer Kooperationen und Netzwerke zu verbessern.
Förderart	<p>Zuschuss in variabler Höhe - je nach Art des Projekts und Größe des Unternehmens.</p> <p>Die Förderung wird als De-minimis-Beihilfe gewährt.</p>
Zielgruppe(n)	<p>Je nach Projektform (siehe unten) werden KMU mit Sitz in Deutschland (Projektform A und B) oder Einrichtungen für das Management von Kooperationsnetzwerken (Projektform C) gefördert. Wissenschaftliche Einrichtungen sind als Kooperationspartner von KMU in Projektform B antragsberechtigt.</p> <p>Sofern in einer thematischen Bekanntmachung explizit darauf hingewiesen wird, können gemeinnützige Unternehmen mit besonderen Fördersätzen von 75 Prozent in Projektform A und 70 Prozent in Projektform B unterstützt werden.</p>
Fördergegenstände	<p>Je nach Projektform:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A - Frühphase/Machbarkeit: Experimentelle Einzel- oder Kooperationsprojekte in der innovativen Frühphase - B - Ausreifung/ Marktpilotierung: Komplexe Einzel- und Kooperationsprojekte zur Ausreifung von Innovationen samt umfangreichen Markttests und Pilotierung am Markt - C - Übergreifende Innovationsnetzwerke aus mind. fünf KMU: Unterstützung durch Leistungen einer Netzwerkmanagementeinrichtung zum gegenseitigen Wissensaustausch zu übergreifenden Innovationsthemen, Ideen; Innovationsumsetzung

Förderkonditionen	<p>Förderung i.H.v. bis zu 70.000 Euro (Projektart A) bzw. 300.000 Euro (Projektart B oder C)</p> <p>Die Förderung erfolgt grundsätzlich bis zu den nachfolgend aufgeführten Fördersätzen (Projektform A/Projektform B):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kleinstunternehmen (70%/55%) - Kleine Unternehmen (65%/50%) - Mittlere Unternehmen (60%/45%) - Wissenschaft (---/100%) - Ggf. Gemeinnützige Unternehmen (75%/70&) <p>Die Förderung des Managements von Kooperationsnetzwerken ist degressiv gestaffelt. Von den zuwendungsfähigen Kosten/Ausgaben werden in der Phase 1 90% gefördert. In der Phase 2 werden von Kleinstunternehmen 80%, von kleinen Unternehmen 65% und von mittleren Unternehmen 50% der zuwendungsfähigen Kosten/Ausgaben gefördert.</p>
Antragstellung	<p>Zweistufiger Antragsprozess (Skizzeneinreichung, Bewertung durch externe Jury, ggf. Aufforderung zur Vollantragsstellung)</p>
Name Projektträger	<p>VDI/VDE-IT</p>
Quellen	<p>Förderrichtlinie Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP) vom 14. Juni 2019;</p> <p>BMW (2021). Artikel zum Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen. https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Artikel/Innovation/igp.html#:~:text=Der%20aktuelle%20dritte%20F%C3%B6rderaufruf%20des%20Pilotprogramms%20IGP%20zielt,nun%20auch%20durch%20eine%20engagierte%20externe%20Jury%20bewertet.</p>

10.2.3 Förderangebote auf EU-Ebene

10.2.3.1 EIC Accelerator

Fördergeber	Europäische Kommission / Horizon 2020
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	Je nach Ausschreibungsrunde werden thematische Schwerpunkte gesetzt. Die zweite Ausschreibung im Rahmen des EIC-Accelerator-Pilotprogramms (2020) richtet sich ausschließlich an Antragstellende mit Projektideen aus dem Themenbereich "Green Deal". Gefragt sind Innovationen, die den gesellschaftlichen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit vorantreiben.
Zielstellungen	Der EIC Accelerator (früher KMU-Instrument) ist Teil des Pilotprojekts des Europäischen Innovationsrats (EIC), das hochkarätige Innovatoren, Unternehmer und kleine Unternehmen mit Finanzierungsmöglichkeiten und Beschleunigungsdiensten unterstützt. Der Hauptschwerpunkt des EIC Accelerator liegt auf marktschaffenden Innovationen, die neue Märkte gestalten und Arbeitsplätze, Wachstum und höhere Lebensstandards schaffen.
Förderart	Zuschuss; Beteiligung
Zielgruppe(n)	Hochinnovative KMU mit einer klaren kommerziellen Ambition und einem Potenzial für hohes Wachstum und Internationalisierung
Fördergegenstände	<ul style="list-style-type: none"> - Machbarkeitsstudien (optionale Phase I) inkl. Erstellung eines Business Plans - Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle - Unterstützung für Geschäftsinnovationen über den gesamten Zyklus hinweg - Coaching und Mentoring
Förderkonditionen	<p>Machbarkeitsstudien (optionale Phase I)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pauschaler Zuschuss von 50.000 Euro - Förderquote von 70 Prozent - Förderzeitraum 6 Monate <p>Innovationsentwicklung und Demonstration (Phase II)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderhöhe von 500.000 Euro bis 2,5 Mio. Euro - Förderquote von 70 Prozent - Förderzeitraum von 1 bis 2 Jahre <p>Beteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eigenkapital von bis zu 15 Millionen Euro pro Unternehmen

Antragstellung	<p>Das Antragsverfahren ist zweistufig.</p> <p>Nach einer Prüfung der formalen Ausschlusskriterien durch die Europäische Kommission bewerten externe Gutachter/-innen die eingereichten Projektanträge anhand der Kriterien Exzellenz, Impact und Implementation.</p> <p>Im Anschluss an die Remote-Evaluation wird eine begrenzte Anzahl der besten förderfähigen Projektvorschläge zu einem persönlichen Interview in Brüssel eingeladen. Die Antragstellenden haben etwa eine Woche Zeit, sich auf das Interview vorzubereiten. Mit dem Antrag muss bereits ein "Pitch Deck" eingereicht werden.</p> <p>Die Anzahl der eingeladenen Projektvorschläge richtet sich nach der Höhe des zur Verfügung stehenden Budgets. Es werden immer doppelt so viele eingeladen, wie Fördermittel für den Stichtag vorhanden sind. Die Erfolgsquote beträgt somit rund 50 %.</p>
Name Projektträger	Europäische Kommission
Evaluationen	EC Commission, Evaluation of the SME instrument and the activities under Horizon 2020 Work Programme "Innovation in SMEs". Verfügbar unter: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d4c51dac-beb7-11e7-a7f8-01aa75ed71a1 .
Quellen	Europäische Kommission, EIC Accelerator. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/easme/en/eic-accelerator .
	Nationale Kontaktstelle zum EU-Programm Horizont 2020, EIC Accelerator Verfügbar unter: https://www.nks-kmu.de/teilnahme-phase2.php .

10.2.3.2 InnovFin - Eigenkapital

Fördergeber	Europäische Investitionsbank und Europäischer Investitionsfonds
Themenoffenheit/ Themenschwerpunkt	<p>Themenspezifisch.</p> <p>Innovative Sektoren gemäß Horizont 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> - IKT - Medizintechnik - Biotechnologie - umweltfreundliche Technologien - Nanotechnologie - Bereiche, die sich gesellschaftlichen Herausforderungen wie Ressourceneffizienz, Biowirtschaft, Gesundheit, Demografie und Klimawandel widmen
Zielstellungen	Leichter und schneller Zugang zu Kapital für Kleinstunternehmen und KMU, die eine wichtige Rolle bei der Förderung von Innovation und Schaffung von Wachstum und Arbeitsplätzen spielen.
Förderart	Beteiligung
Zielgruppe(n)	<ul style="list-style-type: none"> - Start-Ups - KMU
Fördergegenstände	<ul style="list-style-type: none"> - Technologietransfer: Pre-Seed- (einschließlich Proof-of-Concept) und Seed-Phasen - Aufbau innovativer Unternehmen in der Frühphase
Förderkonditionen	Kapitalbeteiligungen und Ko-Investitionen über oder parallel zu Fonds, deren Schwerpunkt auf Frühphasenfinanzierungen für Unternehmen in innovativen Sektoren liegt. Die Mittel werden über vier Produkte vergeben: InnovFin Technology Transfer, InnovFin Business Angels, InnovFin Venture Capital, InnvFin Fund-of-Funds
Antragstellung	Individuelle Vertragsverhandlungen mit Fördergeber, Förderung läuft normalerweise indirekt über Finanzintermediäre
Name Projektträger	Europäische Investitionsbank und Europäischer Investitionsfonds
Quellen	<p>Europäische Investitionsbank. InnovFin Equity. Verfügbar unter: https://www.eif.org/what_we_do/equity/single_eu_equity_instrument/innovfin-equity/index.htm#technologytransfer.</p> <p>Europäische Investitionsbank. InnovFin Produkte. Verfügbar unter: https://www.eib.org/de/products/mandates-partnerships/innovfin/products/index.htm</p>