

**MASTERARBEIT**

# Startups am Digitalstandort Hamburg: Stärken- und Schwächenanalyse im Spiegel der Medienberichterstattung

---

vorgelegt im Juni 2019 von

**Jan Siemers**

1. Prüfer: Prof. Dr. Steffen Burkhardt

2. Prüfer: Jan Schacht

---

**HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE  
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**

Department Information

Studiengang Digitale Kommunikation

**HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE  
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**  
Hamburg University of Applied Sciences

**Startups am Digitalstandort Hamburg:  
Stärken- und Schwächenanalyse  
im Spiegel der Medienberichterstattung**

---

Masterarbeit vorgelegt von  
**Jan Siemers**

## **Zusammenfassung**

Die vorliegende Arbeit vergleicht die Startup-Ökosysteme der Städte Hamburg und Berlin miteinander und befasst sich diesbezüglich mit der Frage, über welche Stadt als Startup-Standort in der Fachpresse besser berichtet wird. Dazu wurden vier Startup-Studien nach Erfolgskriterien für Startups gesichtet. Nach diesen Kriterien wurden dann 129 Artikel aus Fachpressemedien auf Erwähnungen mit den jeweiligen Städten hin untersucht. Das Ergebnis der Arbeit ist, dass Berlin in der Berichterstattung weitaus häufiger in Verbindung mit Erfolgskriterien für Startups genannt wird als Hamburg.

## **Abstract**

This paper compares the startup ecosystems of the cities of Hamburg and Berlin and deals with the question which city is a better location for startups in the reporting of specialist press media. For this purpose, four startup studies are screened according to success criteria for startups. According to these criteria, 129 articles from specialized press media are then examined for mentions with the respective cities. The result of the work is that Berlin is much more frequently mentioned in the reporting in connection with success factors for startups than Hamburg.

## Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	III
Abstract .....	III
Inhaltsverzeichnis.....	IV
Abbildungsverzeichnis.....	V
1. Einleitung .....	1
2. Theorie .....	2
2.1 Begriffserklärungen.....	2
2.2 Vorstellung der Studien.....	9
2.3 Präzisierung der Fragestellung .....	11
2.4 Hypothese.....	11
3. Methodik .....	11
3.1 Erfolgskriterien .....	11
3.2 Auswahlkriterien der Artikel.....	17
3.3 Codebuch .....	19
4. Ergebnisse .....	27
5. Diskussion.....	33
6. Fazit.....	46
6.1 Zusammenfassung.....	46
6.2 Ausblick .....	46
7. Anhang .....	48
8. Literaturverzeichnis.....	49
Eidesstattliche Erklärung .....	53

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Erwähnungen im Modul Kultur .....	28
Abbildung 2: Erwähnungen im Modul Ressourcen .....	29
Abbildung 3: Erwähnungen im Modul Förderung .....	30
Abbildung 4: Erwähnungen im Modul Beratung und Unterstützung .....	32
Abbildung 5: Gesamtverteilung der Kriterien .....	33

# 1. Einleitung

Hamburg ist die Gründungsmetropole im Norden, nirgendwo sonst werden so viele Startups gegründet und 2017 konnte kurzzeitig sogar Berlin, die ewige Gründungshauptstadt Deutschlands, von ihrer Spitzenposition verdrängt werden (vgl. Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)-Gründungsmonitor, 2017, S. 4). Doch wie aus Studien hervorgeht, werden auch andere Regionen immer besser und attraktiver für junge Unternehmen (vgl. ebd.). Festzustellen, welche Stärken und Schwächen, Vor- und Nachteile das eigene Startup-Ökosystem hat, scheint also essentiell, um sich im Wettbewerb einzuordnen und mögliche Optimierungspotenziale zu erkennen. Denn oft können Startups ein Wirtschaftsmotor und Aushängeschild für die Stadt oder die Region sein, aus der sie kommen. Diese Stellschrauben zur Optimierung lassen sich teilweise schon aus einigen einzelnen Startup-Studien herausziehen, eine detaillierte Analyse über den allgemeinen Gesamteindruck in der Fachpresse gibt es in dieser Form jedoch noch nicht.

Diese Arbeit soll klären, welchen Stand das Startup-Ökosystem der Hansestadt Hamburg im Vergleich mit dem Startup-Ökosystem Berlins aus Perspektive der Fachpresseberichterstattung einnimmt. Dabei werden insbesondere Stärken und Schwächen aufgezeigt und herausgearbeitet. Die Ergebnisse der Arbeit sollen dann eine Übersicht sowie eine Grundlage für die Stadt Hamburg darstellen, um Optimierungen an den analysierten Kriterien vorzunehmen, oder in bestimmten Bereichen Aufklärungsarbeit zu leisten, falls beispielsweise bestimmte Angebote zwar vorhanden sind, aber nicht ausreichend kommuniziert und wahrgenommen werden.

Im Rahmen dieser Arbeit werden Presseberichte aus Zeitungen und Fachmagazinen analysiert. Weitere Formate, wie Fernsehsendungen oder Hörfunkbeiträge, werden nicht untersucht.

Um die Leistung des Startup-Ökosystems-Hamburg einordnen zu können, werden zuerst Kategorien und Kriterien festgelegt, welche für die Attraktivität eines Standorts sowie die Erfolgchancen von Startups essentiell sind oder von Gründern gewünscht beziehungsweise benötigt werden. Für das Herausarbeiten dieser Kriterien werden drei nationale und eine internationale Studie zu Startups und Ökosystemen untersucht und analysiert. Die festgestellten Kriterien werden dann in Module zusammengefasst und codiert.

Die darauffolgende Analyse erstellt einen Überblick der Aussagen aus den Pressetexten und stellt die Stärken und Schwächen sowie weitere Optimierungspotenziale heraus und zeigt mögliche Ansätze zur Verbesserung auf.

## **2. Theorie**

### **2.1 Begriffserklärungen**

Um dem Leser ein grundlegendes Verständnis der für diese Arbeit relevanten Fachbegriffe zu geben, werden diese im Folgenden kurz erklärt. Die Definitionen beanspruchen für sich keine Vollständigkeit, sondern sollen ein zur Verständnis der Arbeit und der angesprochenen Themen ausreichendes Wissen vermitteln.

#### **Startup**

Da sich die vorliegende Arbeit zu einem sehr großen Teil mit dem Thema Startups beschäftigt, folgt dazu nun eine ausführliche Beschreibung sowie ein Definitionsversuch.

Obwohl der Begriff Startup schon seit mehreren Jahren im allgemeinen Sprachgebrauch angekommen ist und sich Studien und Politik schon seit längerem mit diesem Thema beschäftigen, fällt bei der Suche nach einer einheitlichen Definition auf, dass diese nicht existiert. Stattdessen formulieren beispielsweise die verschiedenen Studien oftmals eigene Kriterien und Definitionen, die solche Unternehmen beschreiben sollen. Die Unterschiede beginnen im Sprachgebrauch schon bei der Schreibweise. So werden zum Beispiel die Schreibweisen Start-Up oder Start Up genutzt. Für die vorliegende Masterarbeit wird die Schreibweise Startup verwendet. Die für diese Arbeit gültige Definition wird aus mehreren Definitionen erstellt.

Der Begriff Startup kann frei mit „Neugründung“ übersetzt werden. Unter anderem werde damit ein innovatives Jungunternehmen beschrieben, welches ein nachhaltiges und stark wachsendes Geschäftsmodell anstrebt (vgl. Schramm & Carstens, 2014, S. 11). In dem Onlinemagazin Gründerszene wird ein Startup als ein „kürzlich gegründetes Unternehmen mit einer innovativen Geschäftsidee und hohem Wachstumspotential“ beschrieben (Gründerszene Magazin, o. J.). Startups würden sich ebenfalls von normalen Existenzgründungen, wie beispielsweise dem Gründen einer Bäckerei, unterscheiden. Grund dafür sei, dass diese oftmals weder innovativ, noch auf großes Wachstum ausgelegt sind. Ein weiteres Kriterium für die Eingrenzung des Begriffs Startups sei, dass diese am Anfang oftmals nur über geringe finanzielle Ressourcen verfügen.

Aus diesem Grund sind Startups sehr oft früh auf Fremd- oder Risikokapital (Venture Capital, genauer s.u.) angewiesen, um zu wachsen und sich weiterzuentwickeln. Für die Überzeugung potentieller Kapitalgeber von dem Potenzial ihrer Idee oder ihres Produkts, brauchen Startups ein realistisches Konzept oder einen Businessplan für das weitere Vorgehen. Dieses wird oft auf sogenannten Pitches vorgestellt. Unter einem Pitch (genauer s.u.) versteht man im allgemeinen „die Präsentation einer Agentur oder einer Unternehmensberatung im Kampf mit konkurrierenden Unternehmen um einen Etat oder Beratungsauftrag“ (Onpulson, o. J.). Des Weiteren führt der Deutsche Startup Monitor 2017 in seiner Definition noch auf, dass Startups nicht älter als zehn Jahre sein dürfen (vgl. Kollmann, Stöckmann, Hensellek & Kensbock, 2017, S. 16).

Ein weiterer Punkt ist die Unterteilung von der Entwicklung eines Startups in mehrere verschiedene Phasen. Diese Einteilungen werden jedoch teilweise ebenfalls nach verschiedenen Faktoren vorgenommen. Einige Phasen beschreiben die verschiedenen Stufen von Finanzierungsrunden, andere hingegen Unterteilen das Wachstum. Die Entwicklung eines Startups kann laut der Internetseite Deutsche Startups in drei aufeinanderfolgende Finanzierungs- beziehungsweise Investitionsphasen eingeteilt werden: „Durchgesetzt hat sich die Unterteilung in die drei Hauptphasen Investitionsfrühphase (Early-Stages; Idee und Gründung), Expansion Stages (nationale und internationale Expansion) und Later Stages (Restrukturierung und Nachfolge)“ (Deutsche Startups; o. J. zit. n. Kollmann, 2011, S. 225). Das Buch „Im Startup die Welt gestalten“ unterteilt den Lebenszyklus eines Startups in vier Phasen, in denen die Entwicklung des Jungunternehmens beschrieben wird (vgl. Bogott, Rippler & Woischwill, 2017, S. 112-119). So werde in der Vorgründungsphase aus der Idee ein Geschäftsmodell. In dieser Phase soll herausgefunden werden, ob die Gründung eines Startups erfolgreich sein kann. Um Investoren zu finden, würden neben einem Konzept auch ein Logo sowie eine Website benötigt. In der zweiten Phase wird die Gründung und die Umsetzung beschrieben. Dazu werden neben der Anmeldung des Startups auch Wege zur Monetarisierung gesucht und bestenfalls auch gefunden. Des Weiteren müssten Investoren gefunden und Kunden gewonnen werden. Eine erste Finanzierung, die zum Beispiel ins Marketing oder die Entwicklung eines Produkt-Prototyps fließe, gebe es in dieser Phase oftmals bereits. Die dritte Phase beschäftigt sich mit dem Wachstum. Ziele hierbei seien die Marktreife sowie die anschließende Marktdurchdringung. Teilweise würden auch in dieser Phase noch Investoren gesucht, der Augenmerk des Startups liege aber nun stark darauf, selbstständig Geld zu erwirtschaften. Die vollständige Etablierung fände dann in der vierten Phase statt. Hierbei gehe es meistens um die Expansion eines Startups oder einen Exit (genauer s.u.),

also den Verkauf des Unternehmens an einen Big Player des Marktes oder einen Konkurrenten.

Zusammengefasst ergibt sich folgende Definition:

Ein Startup ist ein neu gegründetes, junges Unternehmen, das nicht älter als zehn Jahre ist und sich durch seine sehr innovative Geschäftsidee und den Drang nach Wachstum von anderen Unternehmensgründungen absetzt. Für das angestrebte Wachstum benötigt es meistens Fremdkapital. Dabei durchläuft ein Startup mehrere Phasen, die von der Idee über Investitionen bis hin zur Marktetablierung oder einem Exit gehen.

### **Pitch**

Dieser Begriff aus der Wirtschaft kommt ursprünglich aus der Agentursprache und beschreibt laut Duden ein „Verkaufsgespräch oder einen Wettbewerb von Werbeagenturen um den Werbeetat eines Unternehmens“ (Duden, o. J.). Etwas genauer wird es im Gabler Wirtschaftslexikon formuliert. Dieses beschreibt einen Pitch als „Präsentation der bisherigen Ausarbeitungen eines Werbe- oder Marketingunternehmens bei bereits bestehenden oder neu zu gewinnenden Kunden“ (Esch, o. J.).

Startups nehmen ebenfalls häufig an Pitches teil und treten dort gegeneinander an. Diese kurzen Präsentationen unterscheiden sich jedoch von den Agentur-Pitches. Denn neben dem Erlangen einer größeren Bekanntheit und Aufmerksamkeit sowie Geld-, Sach-, oder Förderpreisen, liegt das Hauptziel von Startups bei den meisten Pitches oftmals darin, Investoren zu finden, die das Startup in der Anfangsphase finanziell unterstützen (vgl. SmartBusinessPlan & individee GmbH, 2013 - 2019). Denn ohne diese finanziellen Mittel könnte es sein, dass der nächste Entwicklungsschritt des Unternehmens, sei es das Fertigen eines Produkt-Prototyps oder der Ausbau von Marketingmaßnahmen, nicht umgesetzt werden kann (vgl. Plugmann, 2018, S.179). Das kann das Scheitern eines Startups bedeuten.

### **Exit**

Bei einem Exit handelt es sich meistens um den Verkauf eines Startups. Dies ist zumindest dann der Fall, wenn die Gründer ihre Anteile verkaufen. Doch auch der Ausstieg von Investoren aus dem Jungunternehmen wird als Exit beschrieben. Das Startup bleibt dann weiterhin in Gründerhand. „Ein Exit kann ein Unternehmen betreffen, wenn es komplett verkauft wird und alle vorherigen Anteilseigner ausbezahlt werden. Man spricht aber auch von einem Exit eines einzelnen Gesellschafters, wenn dieser seine Geschäftsanteile

verkauft und als Investor aussteigt“ (Gründerszene Lexikon, o. J.). In beiden Fällen soll dies für einen möglichst hohen Gewinn geschehen.

Der Verkauf kann laut dem Gabler Wirtschaftslexikon in verschiedene Szenarien unterteilt werden: So beschreibt der Buyback den Verkauf an die ursprünglichen Eigentümer. Mit dem Trade Sale ist der Verkauf an ein Industrieunternehmen gemeint. Wenn die Anteile an nachfolgende Kapitalgeber weiterverkauft werden, so ist dies ein Secondary Sale. Eine weitere Möglichkeit ist der Börsengang (Going Public). Ebenfalls ist eine Liquidierung im Falle einer negativen Unternehmensentwicklung möglich (vgl. Achleitner, o. J.).

### **Inkubator**

Dieser Begriff kommt ursprünglich aus der Medizin und beschreibt „ein geschlossenes Gehäuse zur Pflege von Frühgeborenen und kranken Neugeborenen“ und wird umgangssprachlich auch Brutkasten genannt (Charité – Universitätsmedizin Berlin, 2019). In der Bakteriologie wird der Begriff ebenfalls verwendet, dann bezeichnet er einen Brutschrank (vgl. Duden, o. J.). Allgemein gesagt soll in beiden Fällen ein möglichst optimales Klima für Wachstum erzeugt werden. Den gleichen Zweck haben Inkubatoren, oder auch Gründerzentren, im übertragenen Sinne im Startup-Bereich. Im Rahmen der Unternehmensgründung handelt es sich hierbei jedoch um öffentliche oder private Einrichtungen, welche Gründer bei ihren Vorhaben mit materiellen und immateriellen Ressourcen unterstützen (vgl. Alberti, 2011, S. 1). Dies geschieht in den verschiedensten Bereichen: so gebe es beispielsweise Coaching- und Beratungsangebote, es können Büroräume und deren Ausstattung bereitgestellt oder Dienstleistungspakete und der Zugriff auf Netzwerke in Anspruch genommen werden (vgl. Gründerszene Lexikon, o. J.).

### **Künstliche Intelligenz (KI)**

Darunter versteht man die „Erforschung „intelligenten“ Problemlösungsverhaltens sowie die Erstellung „intelligenter“ Computersysteme. Künstliche Intelligenz (KI) beschäftigt sich mit Methoden, die es einem Computer ermöglichen, solche Aufgaben zu lösen, die, wenn sie vom Menschen gelöst werden, Intelligenz erfordern“ (Lackes, o. J.).

### **Business Angel**

Als Business Angels werden vermögende Privatpersonen bezeichnet, die ein Startup vor allem in der Investitionsfrühphase (Early Stage) mit finanziellen Mitteln und unternehmerischer Expertise unterstützen (vgl. Börner & Grichnik, 2005, S. 92). Business Angels sind meist erfahrene Unternehmer, die Startups während der

Unternehmensgründung ihr privates Kapital, ihre Praxiserfahrungen und ihre Netzwerke zur Verfügung stellen. Dafür erhalten sie Anteile an dem unterstützten Jungunternehmen. Sie unterscheiden sich von Venture Capital-Gebern (s.u.) unter anderem dadurch, dass diese meistens zu einem späteren Zeitpunkt und mit mehr Kapital aber weniger Beratung einsteigen (vgl. Gründerszene Lexikon, o. J.). Des Weiteren stehen Business Angels für alle betriebswirtschaftlichen Fragen zur Verfügung, nehmen dabei aber nicht am operativen Geschäft teil. Wenn ein Business Angel das Startup nach einer vereinbarten Laufzeit verlässt, wird seine prozentuale Beteiligung monetarisiert (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, o. J.).

### **Venture Capital**

Der Begriff Venture Capital kann mit Wagniskapital oder Risikokapital ins Deutsche übersetzt werden und „bezeichnet ein Investment, das unter Verlustrisiko zur Finanzierung eines jungen Unternehmens eingesetzt wird“ (Gründerszene Lexikon, o. J.). Diese Kapitalbeteiligungen von sogenannten Venture-Capital-Gesellschaften sind zeitlich begrenzt, beschränken sich im Allgemeinen auf bestimmte Entwicklungsphasen des Startups (z.B. Expansion-Stage) und sind „währenddessen auf die Erzielung eines maximalen Wertzuwachses ausgerichtet, der zum Zeitpunkt des Ausstiegs maßgeblich den Investitionsertrag bestimmt“ (Breuer, o. J.). Neben diesen finanziellen Mitteln gibt es meistens auch Beratungsleistungen oder logistische Unterstützung. Das Kapital wird oftmals aus extra angelegten Fonds mit speziellem Branchenfokus bezogen, die neben den Gesellschaften unter anderem auch von Förderbanken oder Tochtergesellschaften von Großunternehmen aufgelegt werden (vgl. Für Gründer, o. J.). Wie auch Business Angels gehen Venture-Capital-Investoren ein hohes Risiko ein, da nicht garantiert werden kann, dass das Jungunternehmen Erfolg hat und das eingebrachte Kapital möglicherweise nicht vermehrt werden oder sogar gänzlich verloren gehen kann (vgl. Hamburg.de, o. J.).

### **Internet of Things (IoT)**

„Der Begriff “Internet of Things” (übersetzt: “Internet der Dinge”) bezeichnet die zunehmende Vernetzung zwischen “intelligenten” Gegenständen sowohl untereinander als auch nach außen hin mit dem Internet. Verschiedene Objekte, Alltagsgegenstände oder Maschinen werden dabei mit Prozessoren und eingebetteten Sensoren ausgestattet, sodass sie in der Lage sind, via IP-Netz miteinander zu kommunizieren“ (Gründerszene, o. J.).

## **Cluster/Netzwerke**

In der Wirtschaftsgeografie stehen die beiden Begriffe für eine „räumliche Konzentration miteinander verbundener Unternehmen und Institutionen innerhalb eines bestimmten Wirtschaftszweiges. Der Cluster kann neben Unternehmen vernetzter Branchen auch weitere für den Wettbewerb relevante Organisationseinheiten (z.B. Forschungsinstitutionen, Hochschulen, ...) beinhalten. Als räumliche Zusammenballung von Menschen, Ressourcen, Ideen und Infrastruktur stellt sich ein Cluster als hoch komplexes Netzwerk mit dynamischen internen Interaktionen dar“ (Kamps, Haas, Neumair & Wübbenhorst, o. J.).

## **Accelerator**

Ähnlich wie ein Inkubator, soll auch ein Accelerator (Beschleuniger) bei der Entwicklung eines Startups helfen. Es gibt jedoch mehrere feine Unterschiede. So greift ein Accelerator beispielsweise später ein, wenn es bereits ein Management-Team und ein Produkt gibt. „Schwerpunkt des Accelerators ist die Beschleunigung des Entwicklungsschrittes vom jungen zum reifen Startup, in dessen Anschluss die Wachstums- bzw. Expansionsphase z. B. mit der Internationalisierung erfolgt“ (Gaida, 2011, S. 31). Die Gründerszene definiert einen Accelerator als Institution, die einem Startup durch Coaching in einem bestimmten Zeitraum zu einer schnellen Entwicklung verhilft (vgl. Gründerszene Lexikon, o. J.). Des Weiteren wird ein Accelerator hier mit einer Art Boot Camp verglichen, in dem das Startup in wenigen Monaten mit Wissen, Coaching und Ressourcen, beispielsweise Arbeitsplätzen, unterstützt und die Unternehmensidee zu einem marktreifen Produkt oder einer Dienstleistung fertig entwickelt werden soll. Für eine Teilnahme müssen sich die Gründer oftmals bewerben, im Gegenzug für die Unterstützung können Accelerators einen Anteil am Unternehmen erhalten. Zur besseren Unterscheidung: „Während ein Accelerator außerdem vorrangig das Ziel verfolgt, das Wachstum eines Startups durch Know-How und Ressourcen innerhalb kürzester Zeit schnellst möglich voranzutreiben, steht beim Inkubator die Schaffung neuer, kreativer Ideen im richtigen Tempo für das Startup im Vordergrund“ (Unterberger, 2016).

## **Startup-Ökosystem**

Der Begriff Ökosystem wird vor allem in der Biologie verwendet und beschreibt dort ein „Beziehungsgefüge von Lebewesen untereinander und mit einem Lebensraum bestimmter Größenordnung“ (Spektrum, 1999), welches sich durch formale (zum Beispiel Klima) und funktionelle Merkmale (zum Beispiel Stoffkreisläufe) definiert. Die grundlegende

Mechanik eines Ökosystems lässt sich auch auf die Startup-Szene übertragen. Als Lebensraum kann im übertragenen Sinne beispielsweise ein Land oder eine Stadt definiert werden. In dieser gibt es dann eine Anzahl verschiedener Akteure (zum Beispiel Gründer, Unternehmen, Politik), welche indirekt oder direkt mit Startups zu tun haben und deren Zusammenarbeit Einfluss auf die Entwicklung sowie den Erfolg oder Misserfolg des Ökosystems hat (vgl. Iceventure, 2016). Berlin und Hamburg haben also jeweils ein eigenes Startup-Ökosystem, doch genauso hat Deutschland sein eigenes Startup-Ökosystem.

### **One-Stop-Shop**

„Self-contained office or outlet that provides (almost) everything needed to satisfy a customer order or request, complete a process (such as borrowing), or fulfill a requirement (such as information)” (BusinessDictionary, o. J.). Sinngemäß bedeutet das, dass ein One-Stop-Shop eine Anlaufstelle, in diesem Fall für Startups, ist, welche alle Ressourcen und Informationen bereitstellt, die für eine Anforderung oder Anfrage erforderlich sind.

### **Co-Working Space**

Der Begriff Co-Working Space beschreibt „Orte, an welchen man sich Arbeitsplätze mieten kann“ (Wieden, 2016, S. 87). Darin enthalten sei auch die Nutzung der Infrastruktur, wie zum Beispiel von Druckern oder Gesprächsräumen. Wissenschaftlich definiert ist ein Co-Working Space ein „integriertes und flexibles Geschäfts- und Arbeitsmodell, das sich auf die Bedürfnisse von Entrepreneurs, Kreativ- und Wissensarbeitern fokussiert. ... Neben dem Arbeitsraum steht der Aufbau eines Netzwerks für Wissensaustausch, Innovation und Weiterbildung im Vordergrund, welches die Coworker in ihrer Unternehmertätigkeit weiterbringt“ (Schürmann, 2013, S. 34). Der Begriff wird verständlicher, wenn er mit der Definition des Gabler Wirtschaftslexikons für Co-Working ergänzt wird. Dabei werde mit anderen Personen zusammen in Räumen gearbeitet, die wie Großraumbüros angelegt oder in mehrere kleine Büros unterteilt sind. Diese Räume würden unter dem Begriff Co-Working Spaces zusammengefasst. Um dort zu arbeiten, müsse oft nur eine geringe Gebühr entrichtet werden, es gebe keinen festen Platz und die Infrastruktur teile man sich mit anderen Nutzern (vgl. Bendel, o. J.).

## 2.2 Vorstellung der Studien

Für diese Arbeit werden nachfolgend drei nationale Studien zu Startups in Deutschland sowie eine internationale Startup-Ökosystem Studie auf Erfolgskriterien für Startups untersucht. Ausgewählt wurden diese Studien aufgrund ihres Fokus auf Startups der Digitalbranche sowie der Differenziertheit der befragten Zielgruppen und der unterschiedlichen Ausrichtungen, die im Folgenden noch näher beschrieben werden.

Eine dieser Studien ist der Deutsche Startup Monitor 2018 (DSM) des Bundesverbands Deutsche Startups e.V. und der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Dieser versteht sich als „Fixpunkt der Startup-Forschung in Deutschland“ (Nöll, 2018, S. 3). Die Studie, welche auf einer seit 2013 jährlich durchgeführten Onlinebefragung basiert, hat sich drei Ziele gesetzt, die erarbeitet werden sollten:

- Die Entwicklung und Bedeutung von deutschen Startups und deren Gründern aufzeigen
- Identifikationen von Verbesserungspotenzialen im deutschen Startup-Ökosystem
- Entrepreneurship-Gedanken (Gründertum) weiter in der Gesellschaft fördern, um mehr Menschen zum Gründen zu bewegen (vgl. Kollmann, Hensellek, Jung & Kleine-Stegemann, 2018, S. 6)

Um diese Ziele zu erreichen, wurden Daten von 1.550 Startups gesammelt, die 3.763 Gründer und 17.647 Mitarbeiter in Deutschland repräsentieren (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 3). Über die Hälfte (51,7 Prozent) der befragten Startups sind zwischen null und zwei Jahren alt. Das Durchschnittsalter liegt bei 2,5 Jahren (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 21). Mit 15,8 Prozent der Hauptsitze von Startups (nach Bundesländern) liegt Berlin deutlich vor Hamburg (7,2 Prozent) (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 22). Beim DSM handelt es sich nicht um eine Vollerhebung und er beansprucht auch keine Repräsentativität. Die Umfrage war vom 14.05.2018 bis zum 17.06.2018 online verfügbar (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 102).

Eine zweite relevante Studie zu Erfolgsfaktoren heißt „Startup-Unternehmen in Deutschland 2018“, welche von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PWC) durchgeführt wurde (vgl. PWC, 2018, S. 39). Befragt wurden 1.000 Geschäftsführer von Startups aus den Branchen „digitaltechnologiegetriebene Industrie, ITK (Informations- und Kommunikationstechnik), Life-Science, E-Commerce und Financial Services, deren Gründung nicht länger als zehn Jahre zurückliegt“ (PWC, 2018, S. 39). Der Erhebungszeitraum war April und Mai 2018.

Die Aussagekraft dieser Studie ist durch die geringere Kennzahl und einer engeren Auswahl an Branchen geringer als die des Deutschen Startup Monitors, Kriterien sind jedoch ebenfalls vorhanden.

Die nächste wichtige Studie zur Erarbeitung von Erfolgskriterien ist der Bitkom Startup Report, welcher bei seiner Erhebung sehr spezifisch vorgegangen ist. So wurden nur Gründer von IT-Startups befragt. Da in der vorliegenden Arbeit Erfolgsfaktoren für alle Branchen erarbeitet werden, fließen auch die Stimmungen einzelner Branchen mit ein.

Auftraggeber der Onlineumfrage ist der 1999 in Berlin gegründete Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (kurz Bitkom e.V.), welcher „mehr als 2.600 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, unter ihnen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups“ (Mallach, o. J.) vertritt. Im Zeitraum vom 13. März bis 30. April 2018 wurden 302 IT- und Internet-Startups in Deutschland zu den Themen Gründungsmotive, Technologienutzung, Personal, Finanzierung, Standort und Startup-Politik in Deutschland befragt (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 4).

Um auch Erfolgskriterien zu finden, die in den deutschen Studien möglicherweise nicht behandelt wurden, wird ergänzend noch der internationale Global Startup Ecosystem Report 2018 (GSER) untersucht. Dieser wurde im April 2018 veröffentlicht und von dem Forschungs- und Beratungsunternehmen Startup Genome sowie dem Global Entrepreneurship Network (GEN) und deren internationalen Partnern durchgeführt (vgl. Gauthier, Stangler, Penzel & Morelix, 2018, S. 3). Hauptziel des Reports ist es, die Qualität von weltweiten Startup-Ökosystemen zu bewerten: „Based on the voices of over 10,000 founders across the world, the GSER assesses 43 ecosystems in 23 countries on a dozen Success Factors“ (Ortmans, 2018, S. 7). Für den 2018er Bericht wurden erstmals auch 15 Startup-Teilsektoren wie etwa Blockchain oder Künstliche Intelligenz geschaffen und analysiert, in denen technologiebasierte Startups wirtschaftlichen Wert schaffen (vgl. Gauthier et al., ebd.). Damit sollen auch kleine Ökosysteme Beachtung finden, wenn sie ihre Startups in bestimmten Kernbereichen unterstützen.

In dem Report werden ebenfalls deutsche Startup-Ökosysteme untersucht. Diese sind Berlin, Frankfurt und München. Hamburg taucht in der Studie nicht auf.

## **2.3 Präzisierung der Fragestellung**

Diese Studie möchte herausfinden, welche Vorteile und Defizite die untersuchten Fachpressemedien den Startup-Ökosystemen Hamburg und Berlin attestieren.

## **2.4 Hypothese**

Durch die jahrelange und stetige Führungsposition Berlins als Startup-Standort und das Fehlen von Hamburg in der internationalen Studie, lautet die Hypothese dieser Arbeit wie folgt: Die Fachpresse sieht Berlin im Vergleich mit Hamburg als überlegenen Standort für Startups an.

# **3. Methodik**

## **3.1 Erfolgskriterien**

In der nachfolgenden Analyse der Studien soll herausgearbeitet werden, welche Faktoren eines Standortes für Startups entscheidend sind, damit sie sich niederlassen sowie erfolgreich sein können. Die Faktoren werden im weiteren Verlauf in Module zusammengefasst und dazu genutzt, den Startup-Standort Hamburg mit Berlin zu vergleichen und dahingehend einzuordnen, inwieweit es bereits Stärken gibt und wo mögliche Verbesserungspotenziale für das Startup-Ökosystem der Hansestadt und insbesondere für die Berichterstattung liegen.

### **KPMG / Deutscher Startup Monitor 2018**

Der Deutsche Startup Monitor 2018 (DSM) untersucht mehrere Facetten und Aspekte von Startups. So mussten die befragten Gründer beispielsweise Angaben zu ihrem Alter, zur Ausbildung, zum Anteil der Work-Life-Balance, zu ihren Kunden und zu den angebotenen Produkten und Services ihrer Startups machen. Diese inneren Faktoren werden bei der Herausarbeitung der Kategorien nicht betrachtet, da sie kaum vom Ökosystem beeinflusst werden. Der Fokus liegt auf den äußeren Rahmenbedingungen, welche im DSM aufgeführt werden. Diese bestehen aus den vier Themenbereichen Politik, Wettbewerb, Infrastruktur/Netzwerke und Gesellschaft/Kultur (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 18).

Auf den ersten Seiten des DSM kommen sechs Gründer auf fünf Regionen Deutschlands, unter anderem Hamburg, Berlin und der Metropolregion Rhein-Ruhr zu Wort (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 10-13) und beschreiben kurz einige Vor- und Nachteile der jeweiligen Standorte. Punkte, die hier hervorgehoben werden, sind unter anderem das

Vorhandensein von Events und Veranstaltungen, Inkubatoren, Förderprogrammen, die Vielfalt der Startup-Branchen, Mieten und Lebenshaltungskosten, Lebensqualität, Co-Working Spaces, internationale Anbindung, Geographische Lage in Deutschland, Gesetzgebung, Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen und Gründerspirit.

Im weiteren Verlauf sollten die Gründer ihre jeweilige Landesregierung sowie die Bundesregierung hinsichtlich der Förderung von Gründungen und Gründungsstandorten bewerten (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 77). Die Unterstützung durch die Politik ist deswegen ein weiterer äußerer Faktor für erfolgreiche Startups, welcher im DSM betrachtet wird. Des Weiteren werden der Wettbewerb und die Chancen der Märkte aufgeführt (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 87-93).

Im Themenbereich Infrastruktur und Netzwerke liegt der Fokus unter anderem auf der Bewertung der Unterstützung durch Schulsystem und Hochschulen. „Unter Berücksichtigung der Anforderungen an ein funktionierendes Startup-Ökosystem sollten die befragten DSM-Teams das Schulsystem und die Hochschulen im Hinblick auf die Förderung und Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln bewerten“ (Kollmann et al., 2018, S. 91).

Da viele der befragten Startups in der digitalen Wirtschaft tätig sind, ist ein weiteres Kriterium für die Standortwahl die Internetgeschwindigkeit. Auch dem Vorhandensein von regionalen Clustern und Netzwerken für Wissenstransfer und Kooperationen wird ein hoher Mehrwert zugesprochen (vgl. Kollmann et al., 2018, S. 92). Die regionale Wirtschaftsförderung ist ein weiterer Faktor.

Folgende Kriterien, die der DSM aufgreift und die laut der Studie für Gründer und den Erfolg eines Startups wichtig sind, lassen sich zusammenfassen:

- Events und Veranstaltungen
- Politik und Gesetzgebung
- Förderung und Unterstützung  
(Inkubatoren, Politik, Schulen,...)
- Zusammenarbeit von Old & New  
Economy
- Vielfalt der Startup-Branchen
- Gründerspirit
- Mieten und Lebenshaltungskosten
- Wettbewerb und Märkte
- Co-Working Spaces
- Cluster und Netzwerke
- Infrastruktur
- Internetgeschwindigkeit
- internationale Anbindung
- Geographische Lage in  
Deutschland
- Lebensqualität

### **PricewaterhouseCooper / Startup-Unternehmen in Deutschland 2018**

Ein Ergebnis der PWC-Studie ist, dass Startup-Ökosysteme im ländlichen Raum erfolgreicher sind als in kleinen und mittelgroßen Städten (vgl. PWC, 2018, S. 5). So scheint also unter anderem der Standort ein Kriterium für Vorteile zu sein. Die Studie nimmt in diesem Bereich zur Beurteilung der Startup-Ökosysteme folgende Unterteilungen vor: „digitale Infrastruktur (z.B. Breitbandausbau, Highspeed Internet), logistische Infrastruktur und Anbindung, Zugang zu finanziellen Mitteln, allgemeine Gründerszene, attraktive Immobilienlandschaft, Nähe zu Universitäten, Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen, Zugang zu Beratern oder Mentoren, Förderangebote, günstige Lebenshaltungskosten, Angebote von Messen, Veranstaltungen, Events, bürokratische Hürden, gesetzliche Auflagen, Angebot qualifizierter Mitarbeiter, wirtschaftspolitische Initiativen (z.B. Hub-Gründungen, öffentliche Wettbewerbe)“ (PWC, 2018, S. 6).

Die Gründer sollten ebenfalls Angaben zu eventuellen Standortwechseln machen. Zwar sind diese kaum vorgesehen, nur 44 von 1.000 Befragten ziehen einen Standortwechsel in Betracht, die Gründe für eine Wechselabsicht sind jedoch vielfältig. Die am meisten aufgeführten Gründe sind das bessere Angebot qualifizierter Mitarbeiter, eine gute logistische Infrastruktur und Anbindung sowie günstige Immobilien (vgl. PWC, 2018, S. 9). Auch diese Faktoren sind also für Startups wichtig.

Ein weiterer Punkt der Studie fragt nach den Herausforderungen für Startups. Hier landen Personalplanung bzw. -rekrutierung, steuerliche sowie rechtliche Themen auf den ersten Plätzen (vgl. PWC, 2018, S. 10). Unterstützungen in diesen Bereichen könnten also ebenfalls wichtige Kriterien sein. Außerdem ist zu erwähnen, dass sich die Startups bei Themen wie Steuern, Recht und Finanzierung Beratung eingeholt haben, bei der Personalplanung und -rekrutierung macht dies aber nur jedes zehnte Startup (vgl. PWC, 2018, S. 13). Hier wären Potenziale, neue Angebote zur Unterstützung zu schaffen, auch weil die Startups die Mitarbeitersuche konstant als eher schwierig einordnen (vgl. PWC, 2018, S. 15). Dies liegt laut den Befragten zum größten Teil am allgemeinen Fachkräftemangel, jedoch werden auch zu hohe Gehaltsforderungen und ein unattraktiver Standort aufgeführt.

Der nächste Abschnitt der Studie beschäftigt sich mit der Art der Finanzierung. Hier wird vor allem auf Eigenfinanzierung, Kreditfinanzierung, öffentliche Fördermittel und Venture Capital gesetzt (vgl. PWC, 2018, S. 20). Probleme bei der Überzeugung von Kapitalgebern waren unter anderem das fehlende Verständnis für die Geschäftsidee, zu kurzfristige

Unternehmensplanung und ein qualitativ unzureichender Businessplan (vgl. PWC, 2018, S. 25). Kriterien, die für Startups wichtig sind und bei denen Ökosysteme möglicherweise mehr Unterstützung leisten könnten.

Startups kooperieren laut der Studie am liebsten mit etablierten Unternehmen und Startups aus dem eigenen Geschäftsbereich (vgl. PWC, 2018, S. 29). Diese Kooperationen „dienen zunehmend auch dazu, die finanziellen Ressourcen und vorhandene Infrastrukturen zu nutzen“ (PWC, 2018, S. 30), und sind deswegen ebenfalls ein wichtiger Faktor.

Folgende Kriterien, die in der PWC-Studie betrachtet werden und für Startups wichtig sind, lassen sich erkennen:

- Förderangebote
- Unterstützung beim Entwerfen eines Businessplans
- günstige Lebenshaltungskosten
- finanzielle Förderangebote
- logistische Infrastruktur und Anbindung
- Kooperationsmöglichkeiten
- Angebote von Messen, Veranstaltungen und Events
- digitale Infrastruktur (z.B. Breitbandausbau, Highspeed Internet)
- attraktive Immobilienlandschaft
- Unterstützung bei der Unternehmensplanung
- Nähe zu Universitäten
- Zugang zu Beratern oder Mentoren
- Angebot qualifizierter Mitarbeiter und Unterstützung/Beratung bei der Suche
- Unterstützung bei bürokratischen Hürden (steuerliche sowie rechtliche Themen, gesetzliche Auflagen)
- wirtschaftspolitische Initiativen (z.B. Hub-Gründungen, öffentliche Wettbewerbe)

### **Bitkom / Startup Report**

Wie bei den anderen Studien ist auch bei der Bitkom-Studie der Fachkräftemangel ein Problem für Startups. So gaben 56 Prozent der Jungunternehmen an, dass eine freie Stelle aus Mangel an geeigneten Kandidaten nicht besetzt werden konnte (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 19).

Des Weiteren glauben viele Startups, dass Technologien wie Künstliche Intelligenz, Big Data (riesige Datenmengen) sowie das Internet of Things in der nahen Zukunft für die Wettbewerbsfähigkeiten deutscher Unternehmen eine große Bedeutung haben werden (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 21). Hieraus lässt sich ableiten, dass Startups in diesen Bereichen Entwicklungen und Förderungen fordern könnten.

Das Thema Börsengang wird ebenfalls aufgegriffen. Hier gibt es eine steigende Tendenz für solch ein Vorhaben (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 26). Beratungsangebote könnten deshalb auch hier begrüßt werden.

Beim Thema Finanzierung ist ein Ergebnis der Studie, dass viele Startups auf Geld vom Staat verzichten, und eher auf Zuschüsse und Gründungsstipendien setzen (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 28). Gründe, warum eine staatliche Förderung nicht in Betracht gezogen worden ist, sind unter anderem ein zu großer bürokratischer Aufwand, ein schlechter Überblick über passende Förderprogramme und die Bevorzugung von einer privaten Finanzierung (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 29). Besonders bei den ersten beiden Punkten könnten Standorte ansetzen und Verbesserungen erarbeiten.

Die nächsten Fragen beschäftigten sich mit der Situation von Startups in Deutschland. Diese habe sich für die Befragten in den vergangenen zwei Jahren verbessert (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 34). Besonders zufriedenstellende Standortfaktoren sind Lebensqualität, das Marktumfeld sowie die Infrastruktur. Bürokratische Angelegenheiten, Zugang zu Finanzierungsquellen, Förderprogramme für Gründer und geeignete Immobilien belegen die letzten Plätze und sorgen für Unzufriedenheit (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 35). Jedoch steht Deutschland allgemein als beste Standortwahl dar, die USA folgen an zweiter Stelle (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 36). Gründe, aus denen die Befragten lieber außerhalb von Deutschland gründen würden, sind vor allem bessere Finanzierungsbedingungen, weniger Bürokratie und weniger Regulierung (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 37).

Die letzten Ergebnisse der Bitkom-Studie beschäftigen sich mit der Startup-Politik in Deutschland. 90 Prozent der Startups gehen davon aus, dass die Politik die Bedingungen für Startups in Deutschland entscheidend verbessern kann. Jedoch beklagen 86 Prozent der Jungunternehmen, dass der Politik das Verständnis für die Probleme von Startups fehlt (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 39). Hieraus resultiert, dass sich Gründer einen engeren Austausch und stärkeres Engagement der Politik wünschen.

Ebenfalls werden Maßnahmen aus dem Koalitionsvertrag aufgegriffen, welche für Startups hilfreich sein könnten. Hier werden an erster Stelle ein One-Stop-Shop für Unternehmensgründungen und steuerliche Anreize zur Mobilisierung von privatem Wagniskapital genannt (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 41). Jedoch glauben 79 Prozent der Gründer, dass nur wenige dieser angekündigten Maßnahmen umgesetzt werden (vgl. Bitkom e.V., 2018, S. 42).

Folgende Faktoren lassen sich aus der Bitkom-Studie festhalten:

- Fachkräftemangel
- Entwicklung und Förderung von neuen Technologien (zum Beispiel: Künstliche Intelligenz, Big Data, Internet of Things)
- bürokratische Angelegenheiten
- Politik (Austausch und stärkeres Engagement, One-Stop-Shop für Unternehmensgründungen, steuerliche Anreize)
- Beratung zum Thema Börsengang
- Finanzierung (bürokratischer Aufwand, ein schlechter Überblick über passende Förderprogramme)
- Zugang zu Finanzierungsquellen
- geeignete Immobilien
- Förderprogramme für Gründer

### **Startup Genome / Global Startup Ecosystem Report 2018**

Der Global Startup Ecosystem Report 2018 (GSER) hat in seiner Studie mehrere Teilsektoren herausgearbeitet. Die Konzentration auf diese Standort-Sektoren könnte Startup-Ökosystemen einen Vorteil im weltweiten Wettkampf geben und somit auch für Jungunternehmen wichtig sein: „An ecosystem should focus on a startup sub-sector most closely related to its strongest traditional strengths relative to global competition. These constitute the core competencies of a startup ecosystem: the business cluster of related traditional industries, research centers and institutions of higher educations, intellectual property, and successful corporations produced by that innovative sub-sector“ (Gauthier, 2018, S. 19). Des Weiteren wird die globale Vernetzung als wichtiger Standortfaktor genannt (vgl. Startup Genome, 2018, S. 20). Dieser gehe einher mit erfolgreichen Startups, die Exits in Höhe von einer Milliarde Dollar schaffen, da diese eine Anziehung globaler Ressourcen für ein Ökosystem auslösten, was dessen Wachstum beschleunigen und mehr globale Vernetzung fördern würde (vgl. Startup Genome, 2018, S. 21).

Weitere Schlüsselfaktoren, nach denen der GSER die Bewertung der Standorte vornimmt, sind die Größe der ansässigen Industrie und die lokale Vernetzung (vgl. Startup Genome, 2018, S. 22-23). Wie in den anderen Studien werden auch die Finanzierung, Förderung, Politik sowie Programme, Events und Veranstaltungen genannt (vgl. Startup Genome, 2018, 27-29).

Der GSER führt noch weitere Punkte und Kriterien für erfolgreiche Startup-Ökosysteme auf. Diese lassen sich jedoch nicht alle mit direkten Standort-Erfolgsfaktoren für Startups gleichsetzen, sondern stellen in diesem Fall zum Beispiel interne Faktoren, wie das Talent des Gründers, dar und werden deshalb nicht mit in die Analyse aufgenommen.

Folgende wichtige Punkte lassen sich als Kriterien für Startups im GSER erkennen:

- Verbindung zu traditionellen Unternehmen
- Zusammenarbeit mit Forschungszentren und Hochschulen
- Exits
- Förderung
- Events und Veranstaltungen
- globale Vernetzung
- lokale Vernetzung und Kooperationen
- Finanzierung
- Programme
- Politik

Die aus den Studien hervorgehenden Erfolgskriterien für Startups werden im weiteren Verlauf der Arbeit in einem Codebuch zusammengetragen, zum Codieren in eine Excel-Tabelle übertragen und dann dazu genutzt, die Presstexte zu analysieren und die beiden Städte Hamburg und Berlin im Hinblick auf die Stärken und Schwächen der jeweiligen Standorte zu vergleichen.

### **3.2 Auswahlkriterien der Artikel**

Für die Recherche wurde die Online-Datenbank wiso ausgewählt, da diese unter anderem „über zehn Millionen Volltexten aus rund 600 Fachzeitschriften und mehr als 170 Millionen Artikel aus der Tages- und Wochenpresse“ verfügt (GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH, o. J.). Außerdem bietet sie die „größte deutschsprachige Zusammenstellung von Literaturnachweisen und Volltexten zu Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ (GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH, o. J.).

Um aus der Vielzahl an verfügbaren Artikeln die Relevantesten für diese Analyse herauszufiltern, wurden bei der Recherche mehrere Kriterien an die Texte beziehungsweise an den Inhalt gestellt sowie Eingrenzungen vorgenommen. Diese werden im Folgenden erläutert:

Um eine inhaltliche Verbindung von Startups zu den Standorten Hamburg oder Berlin herzustellen, müssen die Wörter Startup/Start-up/Start Up und Hamburg oder Startup/Start-up/Start Up und Berlin zusammen in den Texten vorkommen. Um den inhaltlichen Fokus genauer auf Startups zu legen, muss das Wort Startup mindestens zwei Mal in den Texten vertreten sein. Da auch die anderen Schreibweisen berücksichtigt werden sollen, gilt das gleiche Kriterium für die Wörter Start-up und Start Up. Des Weiteren müssen sich die Artikel inhaltlich explizit mit den Standorten Hamburg und/oder Berlin beschäftigen. Aus diesem Grund müssen diese Wörter in den Texten mehrmals, jeweils mindestens jedoch drei Mal vertreten sein, um einen stärkeren Bezug sicherzustellen. Ortsangaben oder Impresen, die in den Artikeln oftmals angeführt werden, jedoch nicht zwingend den Inhalt bestimmen, könnten das Suchergebnis sonst verfälschen. Um den digitalen Aspekt dieser Arbeit abzudecken, müssen die Artikel ebenfalls mindestens ein Wort aus einer Auswahl von diesem Themenbereich zuzuordnenden Schlagworten enthalten. Als diese Wörter wurden digital oder online oder Internet oder App gewählt. In der Online-Datenbank gibt es ebenfalls noch die Möglichkeit, die Suchergebnisse nach Fachpresse sowie zum Thema Unternehmensgründung zu filtern. Dieser Schritt wurde zusätzlich unternommen, um die Artikel und deren Inhalte noch expliziter einzugrenzen. Außerdem ist die Eingrenzung per Zeitraum möglich. Dieser wurde für diese Untersuchung auf die letzten fünf Jahre, von 2013 bis 2018, eingeschränkt. Am Tag der Abfrage, dem 18.01.2019, umfasste das Suchergebnis 201 Artikel.

Anmerkung: Es ist möglich, dass bei einer erneuten Suchanfrage nicht mehr alle ursprünglichen Artikel gefunden werden. Dies könnte daran liegen, dass Einträge möglicherweise gelöscht wurden. So wurden bei einer erneuten Suchanfrage am 14.06.2019 nur noch 179 Artikel gefunden. Dies ist ein Unterschied von 22 Artikeln zur ersten Suchanfrage. Von den fehlenden Artikeln sind acht relevant und werden in dieser Arbeit analysiert. Ein Artikel stammt vom Bestseller, die anderen sieben vom VentureCapitalMagazin. Dass der Großteil der fehlenden Artikel von einem Magazin stammt, könnte die oben genannte Annahme bestätigen.

### 3.3 Codebuch

Codebuch zur Masterarbeit „Startups am Digitalstandort Hamburg: Stärken- und Schwächenanalyse im Spiegel der Medienberichterstattung“ an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg.

Einführung und Inhalt des Codebuchs:

#### Projekt:

Ziel der Analyse ist die Erfassung vorher definierter, wesentlicher Erfolgskriterien für Startups in ausgewählten deutschen Medien der Fachpresse. Das Forschungsinteresse richtet sich dabei insbesondere auf die Qualität der Startup-Ökosysteme Hamburg und Berlin in Bezug auf die erstellten Kriterien und auf die Herausarbeitung von möglichen Optimierungspotenzialen für Hamburg und der Berichterstattung.

#### Untersuchungszeitraum:

Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich vom 01.01.2013 bis zum 31.12.2018. Das gefilterte Suchergebnis umfasst 201 Artikel.

#### Untersuchungsgegenstand:

Redaktionelle Beiträge der folgenden Fachpresse-Medien werden nach den bereits erwähnten Erfolgskriterien für Startups analysiert:

- VentureCapital Magazin
- Der Handel
- fvw (Magazin für Touristik und Business Travel)
- LEAD digital
- Lebensmittel Zeitung
- Der Kontakter
- werben & verkaufen
- Absatzwirtschaft
- DVZ (Deutsche Verkehrs-Zeitung)
- Computer Bild
- Gewinn
- Bilanz (Die Welt)
- WirtschaftsWoche online
- Computer-Informations-Dienst
- Horizont
- manager magazin
- Markt und Mittelstand
- Capital
- Plattform Life Sciences
- Cicero Magazin für politische Kultur
- Omnibus Revue
- Behörden Spiegel
- Immobilien Zeitung

- Personalwirtschaft
- Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung
- Personalmagazin
- wirtschaft&weiterbildung
- brand eins
- Bestseller
- Impulse
- DW Die Wohnungswirtschaft
- OrganisationsEntwicklung

### Codierung:

Konzentriert wurde sich bei der Analyse nur auf die positiven Erwähnungen, beziehungsweise das Vorhandensein der Kriterien. Bei Erwähnung eines Kriteriums wird in einer Excel-Tabelle (siehe Anhang auf der CD) in der entsprechenden Zeile und Spalte ein x gesetzt. Dies sollte ursprünglich auch in den Spalten „keine Angabe“ erfolgen, da der Fokus jedoch auf den Erwähnungen liegt wurde dies zur besseren Übersicht verworfen.

## **1. Modul: Kultur**

(Aussagen zu: Internationalität (hoher Anteil von verschiedenen Nationalitäten, Sprache, Ausländeranteil im Startup), Kooperationskultur (Lust an Kooperationen, bestehenden Kooperationen, gegenseitiger Wertschätzung, Angebot von Kooperationsmöglichkeiten), Aufbruchstimmung, Motivation der Gründer, Events, Veranstaltungen und Messen (Anzahl/Angebot von Events/Veranstaltungen/Messen für Gründer, Häufigkeit von Veranstaltungen, Auslastung), Hochschulen (Vorlesungen, Seminare, Projekte mit Inhalten zu Gründungen, Unterstützung von Studierenden, die Interesse am Gründen haben)

1.1. Hamburg ist international

1.2. Berlin ist international

1.3. Keine Angabe

1.4. Ausgeprägte Kooperationskultur in Hamburg

1.5. Ausgeprägte Kooperationskultur in Berlin

1.6. Keine Angabe

1.7. In Hamburg herrscht eine allgemeine Aufbruchstimmung

1.8. In Berlin herrscht eine allgemeine Aufbruchstimmung

1.9. Keine Angabe

1.10. Hohe Motivation bei Gründern in Hamburg

1.11. Hohe Motivation bei Gründern in Berlin

1.12. Keine Angabe

- 1.13. In Hamburg gibt es viele Veranstaltungen für Gründer
- 1.14. In Berlin gibt es viele Veranstaltungen für Gründer
- 1.15. Keine Angabe
- 1.16. Die Auslastung der Veranstaltungen in Hamburg ist hoch
- 1.17. Die Auslastung der Veranstaltungen in Berlin ist hoch
- 1.18. Keine Angabe
- 1.19. Die Hamburger Hochschulen und Universitäten vermitteln und fördern unternehmerisches Denken und Handeln
- 1.20. Die Berliner Hochschulen und Universitäten vermitteln und fördern unternehmerisches Denken und Handeln
- 1.21. Keine Angabe

## 2. Modul: Ressourcen

(Aussagen zu: Anzahl/Verfügbarkeit/Kosten/Auslastung von Co-Working Spaces beziehungsweise Büroflächen, Personalbeschaffung/-rekrutierung, Fachkräftemangel)

- 2.1. In Hamburg gibt es viele Co-Working Spaces
- 2.2. In Berlin gibt es viele Co-Working Spaces
- 2.3. Keine Angabe
- 2.4. Die Verfügbarkeit von Co-Working Spaces in Hamburg ist gut
- 2.5. Die Verfügbarkeit von Co-Working Spaces in Berlin ist gut
- 2.6. Keine Angabe
- 2.7. Die Kosten von Co-Working Spaces in Hamburg sind niedrig
- 2.8. Die Kosten von Co-Working Spaces in Berlin sind niedrig
- 2.9. Keine Angabe
- 2.10. Es gibt viele freie Büroflächen in Hamburg
- 2.11. Es gibt viele freie Büroflächen in Berlin
- 2.12. Keine Angabe
- 2.13. Die Kosten von Büroflächen in Hamburg sind niedrig
- 2.14. Die Kosten von Büroflächen in Berlin sind niedrig
- 2.15. Keine Angabe
- 2.16. In Hamburg ist es leicht neues Personal zu finden
- 2.17. In Berlin ist es leicht neues Personal zu finden
- 2.18. Keine Angabe

### 3. Modul: Finanzierung und Zugang zu finanziellen Mitteln

(Aussagen zu: Angebot, Übersicht, Menge, Zugang zu Finanzierungen, Business Angels (finanzielle Beteiligung am Unternehmen und Expertise) und „private Kapitalgeber“, Venture Capital (Wagniskapital oder Risikokapital)

- 3.1. Die Anzahl der finanziellen Förderungen in Hamburg ist hoch
- 3.2. Die Anzahl der finanziellen Förderungen in Berlin ist hoch
- 3.3. Keine Angabe
- 3.4. Der Zugang zu finanziellen Förderungen in Hamburg ist einfach
- 3.5. Der Zugang zu finanziellen Förderungen in Berlin ist einfach
- 3.6. Keine Angabe
- 3.7. Die Anzahl der finanziellen Förderprogramme in Hamburg ist hoch
- 3.8. Die Anzahl der finanziellen Förderprogramme in Berlin ist hoch
- 3.9. Keine Angabe
- 3.10. Der Übersicht über finanzielle Förderprogramme in Hamburg ist gegeben
- 3.11. Der Übersicht über finanzielle Förderprogramme in Berlin ist gegeben
- 3.12. Keine Angabe
- 3.13. In Hamburg gibt es viele Business Angels
- 3.14. In Berlin gibt es viele Business Angels
- 3.15. Keine Angabe
- 3.16. In Hamburg wird viel Venture Capital eingesetzt/investiert
- 3.17. In Berlin wird viel Venture Capital eingesetzt/investiert
- 3.18. Keine Angabe
- 3.19. In Hamburg gibt es viele Pitches mit finanziellen Mitteln als Gewinn
- 3.20. In Berlin gibt es viele Pitches mit finanziellen Mitteln als Gewinn
- 3.21. Keine Angabe

### 4. Modul: Förderung (keine monetären Förderungen)

(Aussagen zu: Accelerators (Beschleuniger mit Geld aber Fokus mehr Förderung) inkl. Anzahl und Zugang zu Programmen, Inkubatoren (Einrichtungen bzw. Institutionen, welche Existenzgründer im Rahmen der Unternehmensgründung unterstützen), regionale Förderangebote (aus der Stadt), Pitch (wenn nicht erläutert ob mit/ohne Geld))

- 4.1. In Hamburg gibt es viele regionale Förderangebote
- 4.2. In Berlin gibt es viele regionale Förderangebote

- 4.3. Keine Angabe
- 4.4. In Hamburg gibt es viele Inkubatoren
- 4.5. In Berlin gibt es viele Inkubatoren
- 4.6. Keine Angabe
- 4.7. In Hamburg gibt es viele Accelerators
- 4.8. In Berlin gibt es viele Accelerators
- 4.9. Keine Angabe
- 4.10. Der Zugang zu Förderprogrammen in Hamburg ist leicht
- 4.11. Der Zugang zu Förderprogrammen in Berlin ist leicht
- 4.12. Keine Angabe
- 4.13. In Hamburg gibt es viele Pitches mit Förderung als Gewinn
- 4.14. In Berlin gibt es viele Pitches mit Förderung als Gewinn
- 4.15. Keine Angabe

## 5. Modul: Infrastruktur

(Aussagen zu: Höhe/Ausbau der Internetgeschwindigkeit (Breitbandausbau), Anzahl/Vorhandensein von Netzwerken bzw. Clustern (zusammengefasst), Verkehrsanbindung (Aussagen zu: Internationaler Erreichbarkeit (Flugzeug, Auto, Bahn))

- 5.1. Die Internetgeschwindigkeit in Hamburg ist hoch
- 5.2. Die Internetgeschwindigkeit in Berlin ist hoch
- 5.3. Keine Angabe
- 5.4. In Hamburg ist der Ausbau von schnellem Internet gut
- 5.5. In Berlin ist der Ausbau von schnellem Internet gut
- 5.6. keine Angabe
- 5.7. Es gibt viele Cluster und/oder Netzwerke in Hamburg
- 5.8. Es gibt viele Cluster und/oder Netzwerke in Berlin
- 5.9. Keine Angabe
- 5.10. Hamburg ist international gut angebunden
- 5.11. Berlin ist international gut angebunden
- 5.12. Keine Angabe

**6. Modul: Standortvorteil**

(Aussagen zu: Lage (geographisch))

6.1. Hamburg ist der bessere geographische Standort

6.2. Berlin ist der bessere geographische Standort

6.3. Keine Angabe

**7. Modul: Lebensqualität**

(Aussagen zu: „Lebensqualität“)

7.1. Hamburg hat eine hohe Lebensqualität

7.2. Berlin hat eine hohe Lebensqualität

7.3. Keine Angabe

**8. Modul: Lebenshaltungskosten**

(Aussagen zu Lebenshaltungskosten und Mieten)

8.1. Die Lebenshaltungskosten in Hamburg sind niedrig

8.2. Die Lebenshaltungskosten in Berlin sind niedrig

8.3. Keine Angabe

**9. Modul: Immobilienlandschaft**

(Aussagen zu: freien Mietwohnungen)

9.1. In Hamburg gibt es viele freie Mietwohnungen

9.2. In Hamburg gibt es viele freie Mietwohnungen

9.3. Keine Angabe

**10. Modul: Wettbewerb**

(Aussagen zu: Anzahl und/oder Vielfalt der Branchen im Ökosystem)

10.1. Das Startup-Ökosystem Hamburgs beinhaltet viele unterschiedliche Branchen

10.2. Das Startup-Ökosystem Berlins beinhaltet viele unterschiedliche Branchen

10.3. Keine Angabe

**11. Modul: Beratung und Unterstützung**

(Aussagen zu: Unterstützung der Startups durch das Ökosystem bei:

Personalrekrutierung, Verfügungstellung von Beratern/Mentoren, steuerliche und

rechtliche Themen (nicht näher präzisiert, da dies auch nicht in den Studien geschieht),

Gehältern, Geschäftsidee, Unternehmensplanung, Businessplan und Börsengang) (ohne Bezug zu Inkubatoren)

- 11.1. Das Ökosystem in Hamburg unterstützt bei der Personalrekrutierung
- 11.2. Das Ökosystem in Berlin unterstützt bei der Personalrekrutierung
- 11.3. Keine Angabe
- 11.4. In Hamburg gibt es viele Berater oder Mentoren (zusammengefasst)
- 11.5. In Berlin gibt es viele Berater oder Mentoren (zusammengefasst)
- 11.6. Keine Angabe
- 11.7. In Hamburg gibt es Anlaufstellen für Beratung bei steuerlichen Themen
- 11.8. In Berlin gibt es Anlaufstellen für Beratung bei steuerlichen Themen
- 11.9. Keine Angabe
- 11.10. In Hamburg gibt es Anlaufstellen für Beratung bei rechtlichen Themen
- 11.11. In Berlin gibt es Anlaufstellen für Beratung bei rechtlichen Themen
- 11.12. Keine Angabe
- 11.13. Das Ökosystem Hamburgs leistet direkte Unterstützung bei Gehältern
- 11.14. Das Ökosystem Berlins leistet direkte Unterstützung bei Gehältern
- 11.15. Keine Angabe
- 11.16. Das Ökosystem Hamburgs leistet direkte Unterstützung bei  
Ausformulierung der Geschäftsidee
- 11.17. Das Ökosystem Berlins leistet direkte Unterstützung bei Ausformulierung  
der Geschäftsidee
- 11.18. Keine Angabe
- 11.19. Das Ökosystem Hamburgs leistet Hilfestellung bei Unternehmensplanung
- 11.20. Das Ökosystem Berlins leistet Hilfestellung bei Unternehmensplanung
- 11.21. Keine Angabe
- 11.22. Das Ökosystem Hamburgs leistet Hilfestellungen bei Erstellung eines  
Businessplan
- 11.23. Das Ökosystem Berlins leistet Hilfestellungen bei Erstellung eines  
Businessplan
- 11.24. Keine Angabe
- 11.25. In Hamburg gibt es Beratungsangebote zum Thema Börsengang
- 11.26. In Berlin gibt es Beratungsangebote zum Thema Börsengang
- 11.27. Keine Angabe

## 12. Modul: Exits

(Aussagen zu: Exits)

- 12.1. Hamburg hat mehr Exits
- 12.2. Berlin hat mehr Exits
- 12.3. Keine Angabe

## 13. Modul: Politik

(Aussagen zu: Maßnahmen: Aufwertung des Standorts (Aussagen zu Hub-Gründungen, von der Stadt/Politik unterstützte öffentliche Wettbewerbe für Startups), Investitionen in Zukunftstechnologien (IoT, KI, Big Data), Anpassung der Gesetze für Startups, gegenseitiger Austausch, steuerliche Anreize, One-Stop-Shop für Unternehmensgründungen (Anlaufstelle, die in allen Bereichen beraten kann), senken bürokratischer Hürden, Lockerung der gesetzlichen Auflagen, Verständnis für Belange von Startups) (immer in Bezug zur regionalen Politik)

- 13.1. Die Hamburger Politik betreibt eine Aufwertung des Standorts
- 13.2. Die Berliner Politik betreibt eine Aufwertung des Standorts
- 13.3. Keine Angabe
- 13.4. Die Hamburger Politik will Gesetze für Startups ändern
- 13.5. Die Berliner Politik will Gesetze für Startups ändern
- 13.6. Keine Angabe
- 13.7. Die Hamburger Politik investiert in Zukunftstechnologien
- 13.8. Die Berliner Politik investiert in Zukunftstechnologien
- 13.9. Keine Angabe
- 13.10. Es gibt einen guten Austausch zwischen Politik und Startups in Hamburg
- 13.11. Es gibt einen guten Austausch zwischen Politik und Startups in Berlin
- 13.12. Keine Angabe
- 13.13. Die Hamburger Politik will steuerliche Anreize für Startups schaffen
- 13.14. Die Berliner Politik will steuerliche Anreize für Startups schaffen
- 13.15. Keine Angabe
- 13.16. Die Hamburger Politik plant einen One-Stop-Shop
- 13.17. Die Berliner Politik plant einen One-Stop-Shop
- 13.18. Keine Angabe
- 13.19. Die Hamburger Politik will bürokratische Hürden für Gründungen senken
- 13.20. Die Berliner Politik will bürokratische Hürden für Gründungen senken
- 13.21. Keine Angabe

- 13.22. Die Hamburger Politik will gesetzliche Auflagen lockern
- 13.23. Die Berliner Politik will gesetzliche Auflagen lockern
- 13.24. Keine Angabe
- 13.25. Die Hamburger Politik hat Verständnis für die Probleme von Startups
- 13.26. Die Berliner Politik hat Verständnis für die Probleme von Startups
- 13.27. Keine Angabe

## 4. Ergebnisse

Nach der Codierung werden nun die Ergebnisse der einzelnen Module und Kriterien ausgewertet. Diese geben die Ist-Zustände der Ökosysteme laut Erwähnungen in den Presstexten wieder, der allgemein vorherrschende Ist-Zustand kann selbstverständlich abweichen. Bei der Nennung von Werten steht die erste Zahl für Hamburg, die zweite Zahl für Berlin. Des Weiteren sind bei der Analyse 72 Ergebnisse als nicht relevant eingestuft worden. Dies lag meistens daran, dass es trotz mehrmaligem Vorhandensein der Städtenamen keinen direkten Bezug der Aussagen zu den Ökosystemen gab, oder die Texte zu allgemein und/oder kurz waren und sich inhaltlich keinen Kriterien zuordnen ließen. Insgesamt wurden 129 Texte für diese Arbeit analysiert.

Wenn es sich optisch anbietet, werden die Ergebnisse je Modul mithilfe von Diagrammen veranschaulicht. Kriterien, in denen es bei beiden Städten keine Erwähnungen gibt, werden zur besseren graphischen Darstellung nicht berücksichtigt. Alle Werte finden sich in der Excel-Tabelle wieder.

Anmerkung: Es muss beachtet werden, dass die Skalierung der y-Achse aufgrund der stark schwankenden Werte nicht einheitlich gehalten worden ist.

### **Modul: Kultur (Internationalität, Kooperationskultur, Aufbruchstimmung, Motivation, Events, Hochschulen)**

Im ersten Modul des Codebuchs ist Berlin in allen Kategorien führend. Besonders stechen hier die Erwähnungen zur Internationalität (0:16) und zur Kooperationskultur (8:18) hervor. Die Aussagen zur Aufbruchstimmung und Motivation in den beiden Städten halten sich jedoch in Grenzen (0:2 und 1:2). Bei den Events hat die Hauptstadt ebenfalls einen deutlichen Vorsprung. 31 Erwähnungen ließen sich aus den Artikeln ziehen, Hamburg kommt hingegen nur auf zwei Erwähnungen. Wie sehr diese Veranstaltungen jedoch ausgelastet sind, wird kaum beschrieben (0:1). Auch für das Kriterium Hochschulen gab es kaum Erwähnungen (1:2) (siehe Abbildung 1).

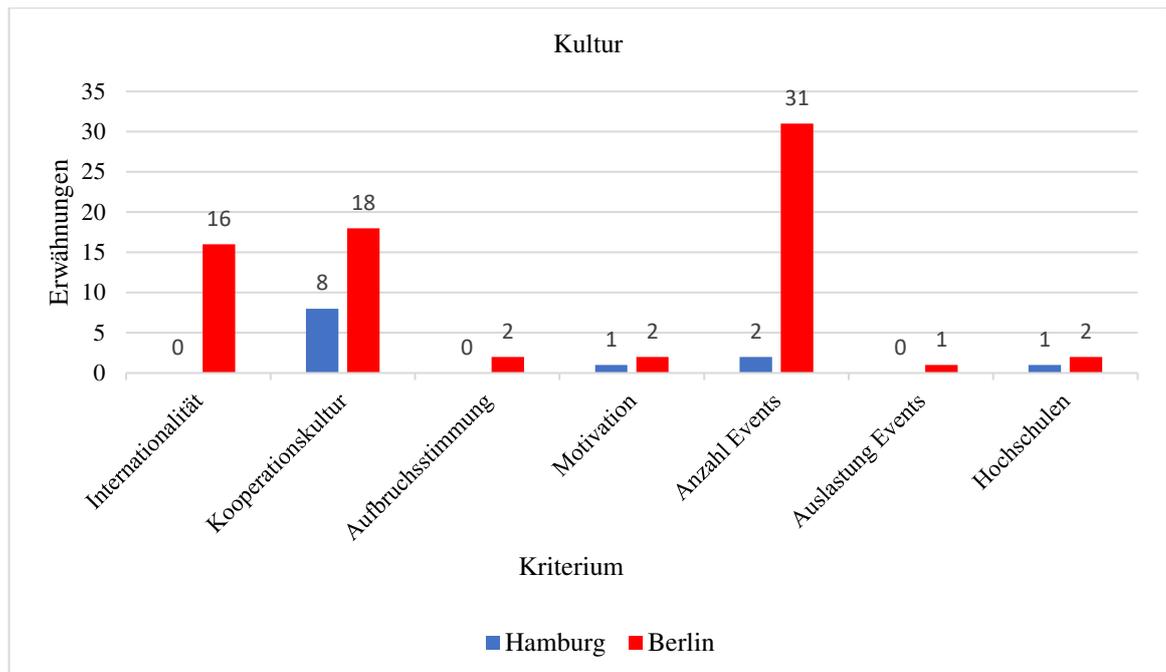


Abbildung 1: Erwähnungen im Modul Kultur

**Modul: Ressourcen (Anzahl Co-Working Spaces, Verfügbarkeit Co-Working Spaces, Kosten Co-Working-Spaces, freie Büroflächen, Kosten Büroflächen, Personal)**

Im Modul Ressourcen sind die Größenunterschiede der Erwähnungen nicht so auffällig wie im Modul Kultur. Die untersuchten Fachpresstexte vermitteln, dass es in Berlin mehr Co-Working Spaces gibt (1:3). Zur Verfügbarkeit und den Kosten lassen sich keine Aussagen finden (jeweils 0:0). Bei den freien Büroflächen liegen Hamburg und Berlin gleich auf (1:1). Die Kosten für freie Büroflächen sind in Berlin niedriger, zu Hamburg finden sich keine Aussagen (0:1). Im letzten Kriterium dieses Moduls liegt Berlin deutlicher vorne. Laut Erwähnungen ist es in der Hauptstadt einfacher, neues Personal zu finden (1:6) (siehe Abbildung 2).

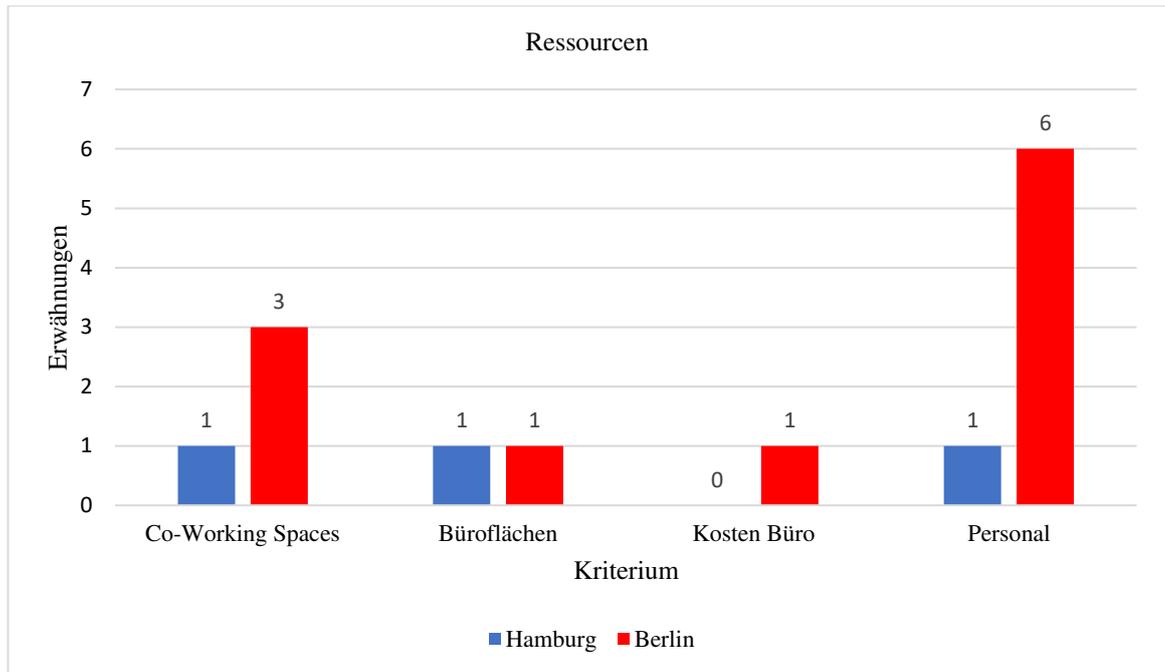


Abbildung 2: Erwähnungen im Modul Ressourcen

**Modul: Finanzierung (Anzahl finanzieller Förderungen, Zugang zu finanziellen Förderungen, Anzahl finanzieller Förderprogramme, Überblick Förderprogramme, Anzahl Business Angels, Menge Venture Capital, Anzahl Pitches mit finanziellem Gewinn)**

Bei der Anzahl von finanziellen Förderungen liegt Hamburg leicht hinter Berlin (6:9). Bezüglich Zugang zu Förderungen wird Hamburg nicht erwähnt (0:3). Laut den Presstexten ist auch die Anzahl von finanziellen Förderprogrammen in der Hauptstadt etwas höher als in der Hansestadt (2:4). Zum Überblick über die Programme wurden keine Aussagen getätigt (0:0). Bei den nächsten Kriterien kann sich Berlin in den Erwähnungen sehr deutlich absetzen. So gibt es in Berlin mehr Business Angels (4:9) und es wird deutlich mehr Venture Capital eingesetzt und investiert (9:44). Bei den Pitches mit finanziellem Gewinn sind die beiden Städte wieder gleichauf (1:1).

**Modul: Förderung (Anzahl regionaler Förderangebote, Anzahl Inkubatoren, Anzahl Accelerators, Zugang zu Förderprogrammen, Anzahl Pitches mit Förderung)**

Bis auf eine Kategorie ist Berlin auch in diesem Modul führend. Außerdem gibt es große Abstände zwischen den beiden Städten. Zu den regionalen Förderangeboten werden nur wenig Aussagen getätigt (2:3), viel deutlicher gehen die Erwähnungen zu der Anzahl von Inkubatoren auseinander. Hier ist Berlin mit 25 Erwähnung weit vor der Hansestadt mit lediglich sechs Zählern. Eine ähnlich große Differenz zwischen den beiden Städten gibt es

auch bei dem Kriterium Accelerators. Zu diesen gibt in den Presstexten bezüglich Hamburg nur acht Erwähnungen, während Berlin sich mit 22 behaupten kann. Wie leicht der Zugang zu Förderprogrammen ist, wurde in beiden Fällen nicht beschrieben (0:0). Die einzige Kategorie in der sich Hamburg minimal behaupten kann sind die Pitches, welche Förderung als Gewinn haben. Hierzu wurden jedoch auch kaum Aussagen getätigt (2:1) (siehe Abbildung 3).

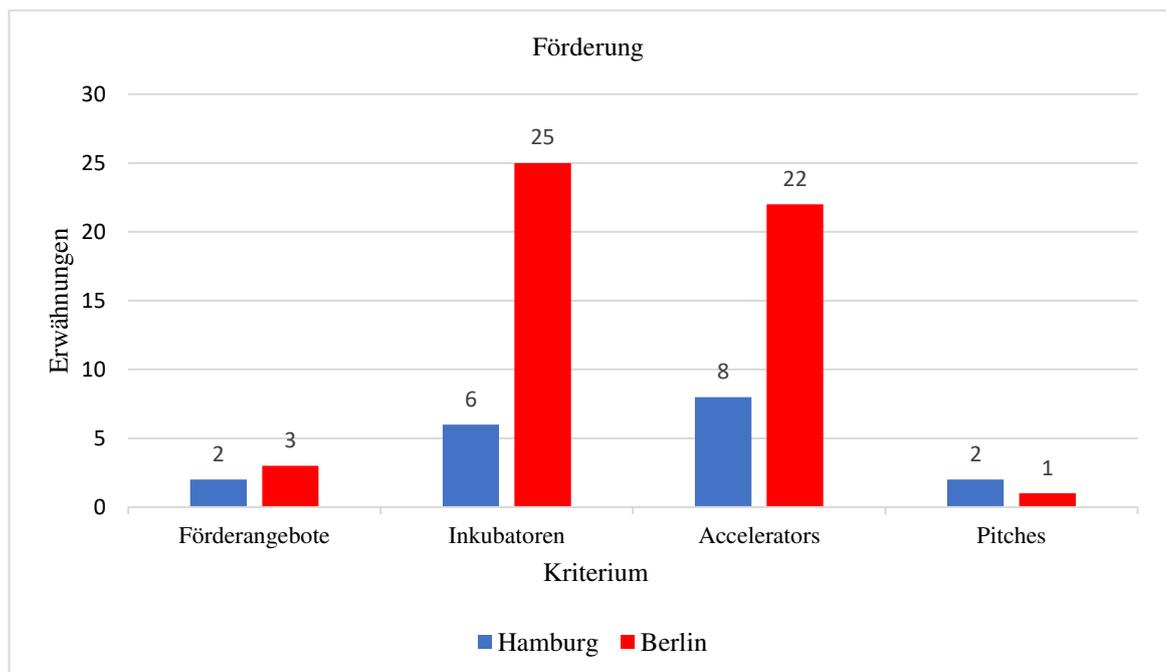


Abbildung 3: Erwähnungen im Modul Förderung

### **Modul: Infrastruktur (Internetgeschwindigkeit, Ausbau von schnellem Internet, Cluster/Netzwerke, internationale Anbindung)**

Zu den jeweiligen Kategorien im Modul Infrastruktur lassen sich aus den untersuchten Texten nur sehr wenige bis gar keine Aussagen ziehen. So wird weder beschrieben, ob die Städte eine hohe Internetgeschwindigkeit vorweisen können (0:0), noch, ob es einen guten Ausbau von schnellem Internet gibt (0:0). Bei den Erwähnungen bezüglich der Anzahl von Clustern/Netzwerken liegt Hamburg leicht vor Berlin (3:2). Bei der internationalen Anbindung führt die Hauptstadt wieder minimal (0:1).

### **Modul: Standortvorteil**

Bezüglich der Aussagen zum besseren geographischen Standort gibt es nur eine Erwähnung, diese für Berlin (0:1).

**Modul: Lebensqualität**

Zu diesem Modul gibt es keine Aussagen (0:0).

**Modul: Lebenshaltungskosten (inklusive Mieten)**

Bei den Erwähnungen zu niedrigen Lebenshaltungskosten und niedrigen Mieten gibt es wieder einen großen Abstand zwischen den beiden Städten. Hier liegt Berlin sehr deutlich vor Hamburg (1:11).

**Modul: Immobilienlandschaft (freie Mietwohnungen)**

Bezüglich der Anzahl oder dem Angebot von freien Mietwohnungen wurden keine Aussagen getroffen (0:0).

**Modul: Wettbewerb (unterschiedliche Branchen)**

Bei den Erwähnungen zu der Anzahl unterschiedlicher Branchen innerhalb der Ökosysteme der beiden Städte liegt Berlin leicht vor Hamburg (1:3).

**Modul: Beratung und Unterstützung (Personalrekrutierung, Berater/Mentoren, steuerliche/rechtliche Themen, Gehälter, Geschäftsidee, Unternehmensplanung, Businessplan, Börsengang)**

Ob Hamburg und Berlin Unterstützung bei der Personalrekrutierung leisten, wird in den Presstexten nicht beschrieben (0:0). Beim Angebot von Beratern und Mentoren ist die Hauptstadt wieder führend (0:4). Einen Gleichstand gibt es bei der Anzahl von Anlaufstellen für steuerliche (1:1) sowie rechtliche Themen (1:1). Keine Aussagen werden zu dem Thema gemacht, ob die Städte Startups bei der Auszahlung von Gehältern unterstützen (0:0). Laut den untersuchten Presstexten leistet zumindest Berlin Unterstützung beim Ausformulieren einer Geschäftsidee (0:1). Auch beim Thema Unternehmensplanung gibt es in Berlin mehr Hilfestellung als in Hamburg (1:2). Des Weiteren ist die Hauptstadt auch führend, was die Leistung von Hilfestellung beim Erstellen eines Businessplans anbelangt (1:4). Bezüglich Beratungsangebote zum Thema Börsengang gibt es keine Aussagen (0:0).

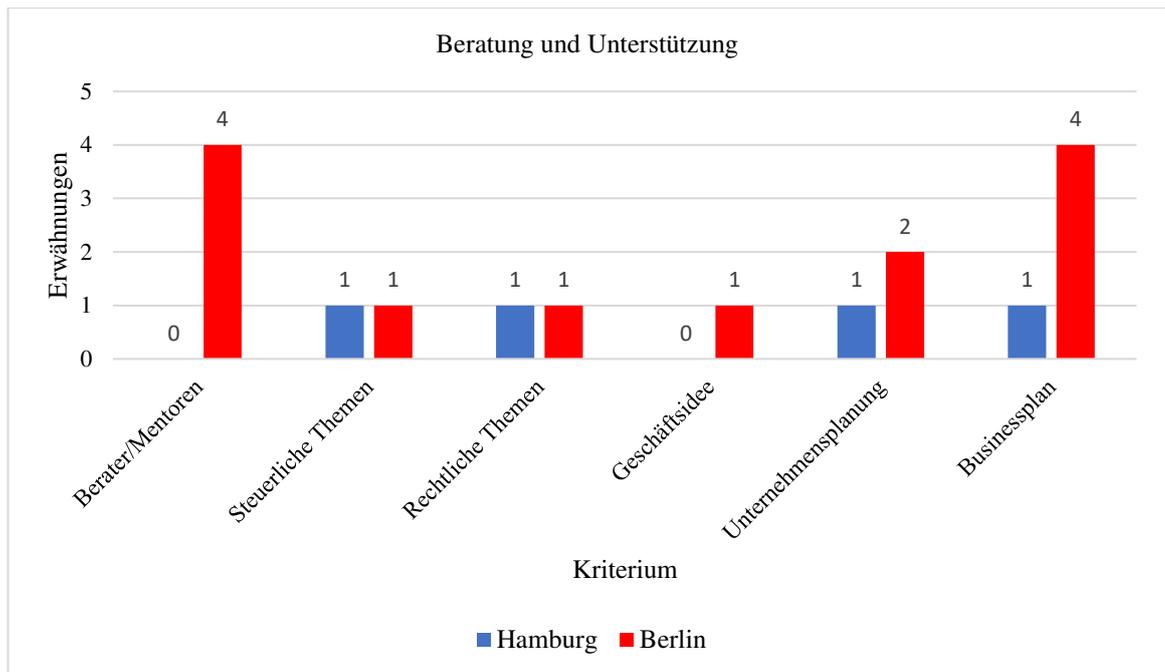


Abbildung 4: Erwähnungen im Modul Beratung und Unterstützung

### Modul: Exits

Laut den Aussagen der untersuchten Texte hat Berlin mit sieben Exits deutlich mehr als die Hansestadt mit lediglich einer Erwähnung (1:7).

### Modul: Politik (Aufwertung des Standorts, Anpassung der Gesetze für Startups, Investitionen in Zukunftstechnologien, gegenseitiger Austausch, steuerliche Anreize, One-Stop-Shop für Unternehmensgründungen, senken bürokratischer Hürden, Lockerung der gesetzlichen Auflagen, Verständnis für Probleme von Startups)

Mit einem kleinen Vorsprung in der Aufwertungsarbeit der Politik für die Standorte liegt die Hansestadt vor Berlin (5:4). Ob die Politiker beider Städte Gesetze für Startups ändern wollen, wird nicht direkt erwähnt (0:0). Während die Hamburger Politik in Zukunftstechnologien investiert, gibt es zu diesem Thema für Berlin keine Aussagen (1:0). Ob es einen guten Austausch zwischen Politik und Startups gibt, wird ebenfalls nicht näher erläutert (0:0). Laut einer Erwähnung will lediglich die Berliner Politik steuerliche Anreize für Startups schaffen (0:1). Auch in den folgenden Kriterien gibt es immer nur eine Erwähnung, diese aber für die Hauptstadt. So plant Berlin einen One-Stop-Shop für Unternehmensgründungen (0:1), will bürokratische Hürden senken (0:1) und gesetzliche Auflagen für Startups lockern (0:1). Ob die Politik beider Städte das Verständnis für die Probleme von Startups hat, wurde nicht erläutert (0:0).

Insgesamt wurden 54 Kriterien untersucht. Davon hat Hamburg mehr Erwähnungen in vier Kategorien, Berlin führt mit 31 Kategorien, in denen die Hauptstadt mehr Erwähnungen hat. Gleich viele Erwähnungen für beide Städte gibt es in vier Kategorien. Zu 15 Kategorien wurden keine Aussagen getätigt.

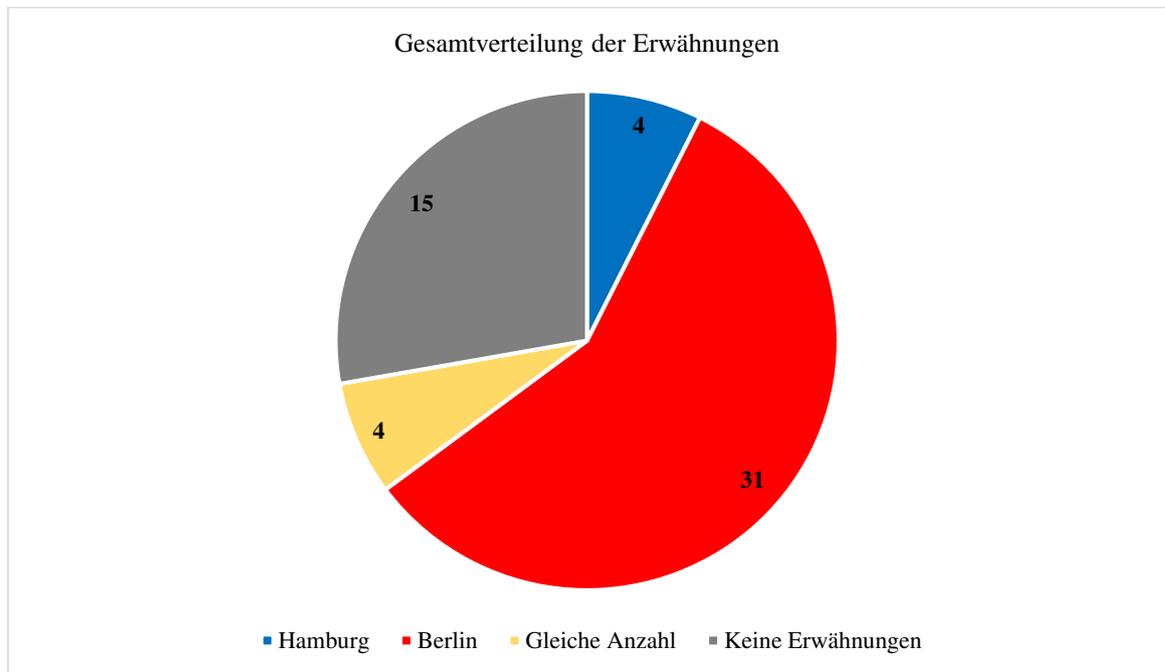


Abbildung 5: Gesamtverteilung der Kriterien

## 5. Diskussion

Bevor mit der Auswertung sowie Interpretation der Ergebnisse begonnen wird und Strategieempfehlungen gegeben werden, ist es nochmal sehr wichtig festzuhalten, dass diese Ergebnisse die Sichtweise der untersuchten Pressemedien widerspiegeln. Natürlich ist es möglich, dass sich die Entwicklungen in den Bereichen und der derzeitige Stand von dieser Sichtweise deutlich unterscheiden. Jedoch bringen die Vorzüge eines Startup-Ökosystems wenig, wenn nicht ausreichend darüber informiert und berichtet wird und die jeweiligen Zielgruppen dadurch möglicherweise keine ausreichende Kenntnis von speziellen Angeboten haben.

Nach Analyse und Auswertung der 129 Fachpresseartikel lässt sich die Hypothese dieser Arbeit vorläufig bestätigen: Berlin führt in 31 von 54 Kategorien (Hamburg punktet lediglich in vier Kategorien) und nimmt damit einen deutlich größeren Platz in der Berichterstattung ein. Somit stellt Berlin verglichen mit Hamburg im Spiegel der Medienberichterstattung das bessere Ökosystem für Startups dar.

Wenn die Größe und Einwohnerzahl Berlins als Grundlage genommen wird, ist es logisch anzunehmen, dass die Hauptstadt in den meisten Kategorien führen wird, da sich dies auch auf die Menge beziehungsweise den Fokus der Berichterstattung auswirken kann.

Die nachfolgend aufgeführten Kategorien werden chronologisch geordnet, von vielen Erwähnungen zu wenigen Erwähnungen. Die Verweise beziehen sich auf die Werte in der Excel-Tabelle im Anhang.

Die mit Abstand am meisten Erwähnungen (44) hat Berlin im Modul Finanzierung in der Kategorie Venture Capital (vgl. 3.17.). In Berlin wird laut der Berichterstattung also deutlich mehr Risikokapital in Startups investiert als in Hamburg (neun Erwähnungen). Ein klarer Grund für Gründer, die auf eine Fremdfinanzierung angewiesen sind, die Hauptstadt als Standort für ihr Jungunternehmen zu wählen. Dieser große Abstand könnte auf die größere Anzahl an Startups in Berlin zurückzuführen sein. Doch in dieser und auch in den folgenden Kategorien, in denen Hamburg schlechter abschneidet als Berlin, können sich auch Optimierungspotenziale verbergen. Für diese Kategorie könnte nachfolgend untersucht werden, inwieweit das Ökosystem Hamburgs und dessen Startups für Venture Capital-Geber attraktiver gemacht werden könnten, beziehungsweise wie die Aufmerksamkeit auf diese gesteigert werden kann. Eine Möglichkeit wäre, Venture-Capital-Gesellschaften direkt anzusprechen und über neue, interessante und erfolgreiche Startups in der Hansestadt zu informieren und diesbezüglich auch als Vermittler zu fungieren.

In der nächsten Kategorie, in der Berlin mit großem Abstand führt, wird auf die Anzahl von Veranstaltungen und Events für Gründer eingegangen. Die Hauptstadt kann sich hier mit 31 Erwähnungen in den untersuchten Texten deutlich von Hamburg mit lediglich zwei Erwähnungen absetzen (vgl. 1.14.). Über die vorhandenen Events in der Hansestadt wird demnach zu wenig berichtet. Um mitzuhalten, könnte Hamburg mehr Veranstaltungen mit spitzer definierten Zielgruppen oder spezielleren Themen ins Leben rufen. Wichtig wird es dann auch, diese Events über viele mediale Kanäle zu streuen und die Presse aktiv zu informieren.

Auch im folgenden Kriterium ist Berlin führend, dieses kommt aus dem Modul Förderung. So gibt es laut Erwähnungen deutlich mehr Inkubatoren in der Hauptstadt (25 Erwähnungen, vgl. 4.5.) als in Hamburg (sechs Erwähnungen). Dies kann wieder damit zusammenhängen, dass Berlin größer ist und deshalb mehr Platz und wahrscheinlich auch mehr Nachfrage für diese Förderangebote hat. Das muss aber nicht heißen, dass eine

größere Menge auch eine gute Qualität bietet. In diesem Punkt wären folgende Überlegungen für Hamburg sinnvoll: Wie viele Inkubatoren gibt es und welche Bereiche decken diese ab? Und ergibt sich daraus Handlungsbedarf welcher entweder auf die Schaffung neuer Inkubatoren zielt oder auf die Stärkung von bereits vorhandenen? Inkubatoren sind besonders in der Frühphase von Startups wichtig. Wenn Hamburg sich in diesem Bereich gut aufstellen kann, könnte dies eine gewisse Anziehungskraft entwickeln. Das nächste Kriterium befindet sich ebenfalls im Modul Förderung und auch hier ist Berlin wieder führend, jedoch diesmal mit etwas geringerem Abstand. Es geht um die Anzahl der Accelerators in den jeweiligen Städten. In der Presse werden diese mit 22 Erwähnungen häufiger in Verbindung mit Berlin genannt (vgl. 4.8.). Hamburg kommt immerhin auf acht Nennungen. Bei diesem Thema könnte ähnlich vorgegangen werden, wie bei den Inkubatoren. Werden neue Accelerators benötigt und wenn ja, wie kann man die Gründung unterstützen und vorantreiben? Vielleicht ist es auch möglich ein Programm zu entwickeln, in dem Startups zuerst Inkubatoren und danach Accelerators durchlaufen, um Synergieeffekte zu nutzen, jedoch ohne dass die Abgrenzungen der beiden Fördermodelle verschwimmen oder sich die Angebote kannibalisieren.

Im Modul Kultur befindet sich das nächste Kriterium, bei dem Berlin ebenfalls führt, jedoch ist der Abstand zwischen den Erwähnungen hier noch einmal geringer. So kommt die Hauptstadt beim Thema ausgeprägte Kooperationskultur auf 18 Erwähnungen (vgl. 1.5.), Hamburg kann hier acht Erwähnungen vorweisen. Auf Grundlage der Pressestimmen ist die Motivation von Hochschulen und traditionellen Unternehmen, mit Startups zusammenzuarbeiten, also in Berlin um einiges höher als in Hamburg. Eine Lust an gegenseitiger Kooperation ist jedoch durchaus vorhanden und diese könnte ausgebaut werden. Möglichkeiten zur Optimierung wären hier, festzustellen, an welchen Hamburger Universitäten auf welche Art und Weise mit Startups zusammengearbeitet wird. Ungenutzte Potenziale könnten Unis ohne entsprechende Maßnahmen beziehungsweise Kooperationen sein. Ziel wäre dann, Unis und Startups zusammenzubringen und von den Vorteilen einer Zusammenarbeit zu überzeugen, beispielsweise durch Infoveranstaltungen oder Präsentation von Best-Cases-Beispielen aus Hamburg. Gleiches gilt für die Unternehmen.

Internationalität ist das nächste Kriterium, ebenfalls im Modul Kultur. Hier ist der Abstand zwischen den beiden Städten wieder um einiges größer. Während Berlin 16 Erwähnungen (vgl. 1.2.) hat, wird Hamburg in den Artikeln nicht ein einziges Mal mit Internationalität in Verbindung gebracht. Hier verbergen sich ungenutzte Potenziale, über die mehr berichtet

werden könnte. Hamburg ist bezogen auf die Einwohnerzahl die zweitgrößte Stadt Deutschlands, hat einen der wichtigsten Häfen Europas und große internationale Konzerne wie Google oder Facebook haben hier ihren Sitz. Ein erster Schritt könnte sein zu fragen: „Wie international ist Hamburg eigentlich?“ Aufbauend auf dieser Frage könnten Gespräche mit Startups geführt werden, in denen beispielsweise viele unterschiedliche Nationalitäten vertreten sind oder die offizielle interne Sprache sogar Englisch ist, auch mit dem Fokus auf die Frage, warum sich das Jungunternehmen in Hamburg niedergelassen hat. Darüber muss dann auch wieder entsprechend berichtet werden.

Im Modul Mieten und Lebenshaltungskosten liegt Berlin wieder vorn. Die Anzahl an Erwähnungen liegt diesmal für die Hauptstadt bei elf (vgl. 8.2.) und für Hamburg bei einer Erwähnung. Was das Wohnen betrifft ist Berlin nach Ansicht der Presse im betrachteten Untersuchungszeitraum also deutlich günstiger. Das Problem von hohen Mieten in Großstädten wirkt sich auch auf Gründer aus. Die Mieten im privaten Sektor müssen also so angepasst werden, dass Hamburg mit anderen Großstädten mithalten kann. Wie diese Umsetzung aussehen könnte, übersteigt den Rahmen dieser Arbeit und ist Aufgabe der Politik.

Als nächstes wird das Modul Finanzierung betrachtet. In diesem befinden sich gleich zwei Kriterien in denen Berlin mit jeweils neun Erwähnungen vor Hamburg liegt. Dabei handelt es sich um die Anzahl von finanziellen Förderungen (vgl. 3.2.), bei denen Hamburg sechs Erwähnungen hat, und um die Anzahl von Business Angels (vgl. 3.14.), in deren Zusammenhang Hamburg vier Mal genannt wird. Es liegt nahe, dass viele Startups in einem Ökosystem wie Berlin auch mehr finanzielle Förderungen anziehen.

Möglicherweise könnte es für Hamburg Sinn machen, die zur Verfügung gestellten Gelder noch zu erhöhen, um die Förderung durch das Ökosystem noch stärker hervorzuheben. Es kann auch analysiert werden, in welchen Bereichen die finanzielle Förderung ausgebaut werden kann, oder ob es Sinn macht, sich auf spezielle Branchen von Startups zu spezialisieren, um neben den allgemeinen und für alle Startups zugänglichen Förderungen noch neue zu etablieren, welche ein schärferes, auf die Jungunternehmen stärker zugeschnittenes Profil haben. Um mehr Business Angels für Startups in der Hansestadt zu gewinnen, könnten Events veranstaltet werden, die darauf zielen, Gründer und Förderer miteinander zu vernetzen. Somit könnte man auch potenzielle Geldgeber ansprechen, die sich für dieses Thema interessieren. Letztes Jahr fand der Deutsche Business Angels Tag 2018 bereits in Hamburg statt (vgl. Business Angels Netzwerk Deutschland e.V., 2018). Weitere, wenn auch kleinere, Networking-Events könnten folgen und für eine

durchgängige Präsenz dieses Themas in der Presse sowie in der Wahrnehmung von Gründern und potenziellen Förderern sorgen.

Die Anzahl an Erwähnungen wird in den folgenden Modulen nun immer geringer. Im Modul Exits, welches auch gleichzeitig das Kriterium ist, führt Berlin mit sieben Erwähnungen (vgl. 12.2.), Hamburg kommt immerhin auf eine Erwähnung. Somit kann die Hauptstadt aus Sicht der Presse mehr Exits vorweisen als die Hansestadt. Erfolgreiche Exits können ein Indikator dafür sein, dass ein Ökosystem seine Startups sehr gut gefördert hat und fördern kann. Auch hier liegt wieder die Vermutung nahe, dass mehr Startups auch mehr Exits bedeuten. Eine mögliche Maßnahme wäre das regelmäßige Zusammenstellen einer Liste von erfolgreichen und stark wachsenden Startups, welche man interessierten Unternehmen zugänglich machen kann. So wird mehr Aufmerksamkeit für die Startup-Szene generiert und es wird potenziellen Investoren einfacher gemacht, einen Überblick über interessante Startups zu erhalten.

Im Modul Ressourcen befindet sich das nächste Kriterium. Laut den Erwähnungen in der Presse ist es für Startups in Berlin leichter (sechs Erwähnungen, vgl. 2.17.), neues Personal zu finden als in Hamburg (eine Erwähnung). Dieser Punkt könnte auch mit der höheren Internationalität der Hauptstadt zusammenhängen. Möglicherweise kann man durch Erreichen einer höheren Internationalisierung Hamburgs auch mehr Jobs in den Startups besetzen. Außerdem könnte analysiert werden, ob man mit Hamburg und den freien Jobs der Startups mehr international werben kann.

Das Modul Politik ist das erste Modul in dem Hamburg in einem Kriterium vor Berlin liegt. Mit fünf Erwähnungen (vgl. 13.1.) betreibt die Hamburger Politik laut den Presseartikeln eine stärkere Aufwertung des Standorts für Startups als die Berliner Politik (vier Erwähnungen). Die Politiker der Hansestadt scheinen also im Bezug auf Startups engagiert zu sein, Hamburg attraktiv sowie modern zu halten und zu gestalten. Dies muss weiter fortgeführt werden, da der Vorsprung zu Berlin sehr gering ist.

In den folgenden Kriterien führt Berlin jeweils immer mit vier Erwähnungen. Das erste betrachtete Kriterium befindet sich im Modul Finanzierung und beschäftigt sich mit der Anzahl von finanziellen Förderprogrammen in den beiden Ökosystemen. Hier hat Hamburg nur zwei Erwähnungen (vgl. 3.7.). Wie bereits erwähnt, könnte hier stärker auf bereits bestehende Programme aufmerksam gemacht oder neue Programme ins Leben gerufen werden. Das nächste Kriterium kommt zum ersten Mal aus dem Modul Beratung und Unterstützung und fragt danach, ob die Ökosysteme Hilfestellung bei der Erstellung

eines Businessplans leisten. Hier kommt Hamburg nur auf eine Erwähnung (vgl. 11.22.). Laut der Berichterstattung der Fachpresse, greift Berlin den Startups in diesem Fall also stärker unter die Arme als die Hansestadt. Da ein guter Businessplan oft von potenziellen Investoren verlangt wird, macht es Sinn, dass Hamburg hier mehr Unterstützung anbietet. So könnte eine Auflistung von Stellen, die sich besonders mit diesem Thema beschäftigen, sinnvoll sein. Gleiches gilt, bei ausreichender Nachfrage, auch für die Schaffung von Informationsveranstaltungen, die über die Notwendigkeit eines Businessplans informieren sowie weiterführende Tipps und Hilfestellungen geben. Das letzte Kriterium, in dem Berlin mit vier Erwähnungen vorne liegt, befindet sich im gleichen Modul. Bei der Aussage, ob die Städte viele Berater und Mentoren haben, wird Hamburg nicht genannt (vgl. 11.4.). Hier wäre es ebenfalls sinnvoll, eine Übersicht zu erstellen. Gibt es private Berater/Mentoren? Wie kann man diese sichtbar machen und mit Startups in Verbindung bringen? Muss die Stadt eigene Berater/Mentoren akquirieren? Des Weiteren wäre zu klären, ob und wie Berater/Mentoren in Inkubatoren und möglicherweise auch in Accelerators vorhanden sind und zur Verfügung stehen. Ist das Angebot ausreichend, wäre es möglich, darüber auf Internetseiten oder Veranstaltungen (vielleicht in Verbindung mit den bereits genannten Events) zu informieren.

Das nächste Kriterium führt wieder zurück in das Modul Infrastruktur, hier führt Hamburg auch wieder knapp. So gibt es laut Presse mit drei Erwähnungen in der Hansestadt mehr Cluster/Netzwerke (vgl. 5.7.) als in Berlin (zwei Erwähnungen). Hier sollte das Augenmerk darauf liegen, diese Zusammenschlüsse aufzuwerten und für die Zukunft zu stärken. Regelmäßige Abfragen nach Wünschen und Anforderungen der Verantwortlichen könnten dabei hilfreich sein.

Als nächstes führt die Analyse wieder zum Modul Förderung. Dort ist Berlin beim Kriterium der Anzahl von regionalen Förderangeboten mit drei Erwähnungen führend (vgl. 4.2.), Hamburg hat zwei Erwähnungen. Eine Möglichkeit zur Stärkung dieses Themas wäre beispielsweise, sich große, überregionale oder internationale Förderangebote anzuschauen und diese in kleinerem Maßstab auf Hamburg zu übertragen.

Im Modul Ressourcen liegt das nächste Kriterium. Ebenfalls mit drei Erwähnungen liegt Berlin bei der Anzahl der Co-Working Spaces vorn (vgl. 2.2.). Die Hansestadt kommt hier immerhin auf eine Erwähnung. Hier wäre es sinnvoll zu erfassen, ob neue Co-Working Spaces überhaupt benötigt werden oder ob die derzeitigen Kapazitäten ausreichend sind. Möglicherweise könnte sich auch die Stadt Hamburg bei Errichtung von Co-Working

Spaces beteiligen und im Gegenzug Anteile oder ähnliches an den Startups erhalten, wenn diese nach der Förderung erfolgreich sind.

Auch im Modul Wettbewerb führt Berlin mit drei Erwähnungen (vgl. 10.2.), Hamburg wird nur einmal genannt. Die Presseartikel vermitteln also das Bild, dass sich im Startup-Ökosystem Berlins mehr unterschiedliche Branchen angesiedelt haben als in der Hansestadt. Hier könnte angesetzt und analysiert werden, ob und welche Branchen in Hamburg fehlen und ob es sinnvoll ist, das Ökosystem der Hansestadt attraktiver für diese Branchen zu machen, um die Vielfalt auszubauen.

Im Modul Finanzierung führt Berlin in einem Kriterium wieder mit drei Erwähnungen (vgl. 3.5.). Somit ist laut der Medienberichterstattung der Zugang zu finanziellen Förderungen in der Hauptstadt einfacher als in Hamburg, die Hansestadt wird in diesem Punkt nämlich nicht erwähnt. Hier wäre es also nötig, mit Gründern ins Gespräch zu kommen, um zu erfahren, wo genau sie die Hürden und Probleme sehen. Möglicherweise ergeben sich in diesen Gesprächen schon direkte Verbesserungsvorschläge. Des Weiteren könnte auch analysiert werden, wie die Zugänge zu finanziellen Förderungen derzeit sind und ob diese effizienter gestaltet werden können, beispielsweise mit weniger oder einfacher auszufüllenden Formularen.

Im Folgenden werden Kriterien betrachtet, in denen zwei Erwähnungen schon zur Führung ausreichen. Als erstes geschieht dies mit dem Kriterium Motivation im Modul Kultur. Dort hat Berlin zwei Erwähnungen (vgl. 1.11.) und Hamburg eine. Die Presstexte vermitteln demnach den Eindruck, dass die Gründer in der Hauptstadt über eine höhere Motivation verfügen, als die Gründer in der Hansestadt. Viele der bereits angesprochenen Kriterien fließen sicherlich in diesen Faktor mit ein. Wenn einige Punkte umgesetzt werden, fühlen sich die Gründer wahrscheinlich auch in der Hansestadt wohler. Vor allem, wenn sie merken, dass sie Unterstützung erhalten und Hürden abgebaut werden. Sehr wichtig ist auch ein regelmäßiger Dialog und Austausch mit den Startups, um ein Stimmungsbild einzufangen und Verbesserungspotenziale erkennen zu können. Gleiches gilt in diesem Fall auch für das Kriterium Aufbruchstimmung, in dem Berlin ebenfalls mit zwei Erwähnungen führt (vgl. 1.7.), Hamburg hat hier keine Erwähnung.

Das Kriterium Hochschulen befindet sich ebenfalls im Modul Kultur. Hier wird die Hauptstadt zwei Mal genannt (vgl. 1.20.), die Hansestadt ein Mal. Laut den Fachpresseartikeln vermitteln und fördern die Berliner Hochschulen und Universitäten unternehmerisches Denken und Handeln also etwas mehr als ihre Kollegen in Hamburg.

Um gründungswillige Studenten zu unterstützen, sollten die Unis und Hochschulen hier nachziehen. Praxisseminare, in denen beispielsweise die Erstellung eines Businessplans geübt wird, könnten eine Möglichkeit sein. Gleiches gilt für Gastvorträge von Experten aus der Praxis, die über die Möglichkeiten des Gründens in Hamburg informieren und gleichzeitig als Ansprechpartner fungieren könnten.

Im nächsten Kriterium ist Hamburg wieder führend. Im Modul Förderung wird Hamburg im Zusammenhang mit Pitches, die Förderung als Gewinn haben, zwei Mal erwähnt (vgl. 4.13.), Berlin kommt auf eine Erwähnung. Auch hier gilt wieder sicherzustellen, dass diese Pitches fortgeführt und gestärkt werden und ebenfalls zu schauen, ob es noch Lücken, beispielsweise für spezielle Branchen, gibt, die mit neuen Pitches sinnvoll ausgefüllt werden können.

Im Modul Beratung und Unterstützung befindet sich das nächste Kriterium. Mit zwei Erwähnungen leistet das Ökosystem Berlins laut Pressestimmen mehr Hilfestellung bei der Unternehmensplanung (vgl. 11.20.) als das Ökosystem Hamburgs mit einer Erwähnung. Unter den Begriff Unternehmensplanung fallen natürlich mehrere Aspekte, unter anderem auch die Erstellung eines Businessplans. Wie in dem Absatz zum Businessplan beschrieben, könnten Infoveranstaltungen hilfreich sein, die darüber aufklären, an welchen Standorten (außer Inkubatoren) oder in welchen Angeboten die Unterstützung geboten wird, die für eine erfolgreiche Unternehmensplanung wichtig ist. Gibt es zu wenig Angebote, sollten neue geschaffen werden, um jungen Gründern die benötigten Hilfestellungen anbieten zu können.

Im Modul Kultur befindet sich das letzte Kriterium in dem zwei Erwähnungen erreicht werden. Berlin kommt bei der Frage nach der Aufbruchsstimmung der Gründer auf zwei Nennungen (vgl. 1.11.), Hamburg wird in diesem Zusammenhang nicht erwähnt. Dieser Faktor speist sich sicherlich aus vielen anderen Kriterien, wie beispielsweise die Motivation der Gründer, oder wie leicht es ist, Förderungen zu erhalten. Wenn einer von diesen Kriterien ausreichend verbessert wird, könnte sich auch die Aufbruchsstimmung verbessern. Es muss jedoch noch einmal angemerkt werden, dass die Ergebnisse dieser Arbeit die Aussagen der untersuchten Presseartikel widerspiegeln. In diesem Fall kann die Aufbruchsstimmung in Hamburg also durchaus vorhanden sein, jedoch wird nicht darüber berichtet. Dies gilt für alle bisher untersuchten Kriterien sowie für die folgenden Kriterien. Für das hier angesprochene Kriterium könnten vermehrt Gründerporträts erstellt, Interviews geführt oder allgemeine Presseartikel erstellt werden, in denen die

Jungunternehmer beispielsweise ihre Motivation beschreiben und ein besonderer Fokus auf die Erwähnung einer Aufbruchsstimmung liegt.

In den nächsten Abschnitten werden Kriterien betrachtet, in denen die jeweilige Stadt mit einer Erwähnung führt. Besonders hier verbirgt sich Verbesserungspotenzial in der Berichterstattung. Deshalb sollte besonderes Augenmerk darauf gelegt werden, bei welchen Kriterien welche Verbesserungen vorgenommen werden können, um diese dann später wirksam nach außen hin zu kommunizieren.

Als erstes wird im Modul Kultur nochmal das Kriterium Events betrachtet. Mit einer Erwähnung führt hier Berlin bei der hohen Auslastung von Veranstaltungen für Gründer (vgl. 1.17.), Hamburg wird in diesem Zusammenhang nicht genannt. Um hier Verbesserungen zu erzielen, könnte man in eigenen Presstexten in einem Nebensatz erwähnen, dass die jeweilige Veranstaltung gut besucht war. Wenn dies nicht der Fall sein sollte, sollte nach den Gründen hierfür gesucht werden. War die Zielgruppe zu spitz oder wurde im Vorfeld nicht ausreichend über die Veranstaltung informiert? Müssen die Ausrichtung der Veranstaltung oder die Themen verändert oder angepasst werden?

Im Modul Ressourcen führt Berlin in den Presstexten mit einer Erwähnung bei niedrigen Kosten von Büroflächen (vgl. 2.14.), Hamburg wird nicht erwähnt. Hier könnte überlegt werden, ob und wie Startups, möglicherweise mit einer Zuzahlung zur Miete, unterstützt werden können.

Auch beim Kriterium der internationalen Anbindung im Modul Infrastruktur liegt Berlin mit einer Erwähnung vorn (vgl. 5.11.), Hamburg wird nicht genannt. In diesem Bereich werden sicherlich beständig Schritte von den jeweiligen Akteuren unternommen, um Hamburg hier konkurrenzfähig zu halten.

Auch beim geographischen Standortvorteil liegt Berlin in der Berichterstattung vorn (vgl. 6.2.), Hamburg wird wieder nicht erwähnt. Da sich der geographische Standort der Städte nicht ändern lässt, sollte hier der Augenmerk auf die Vorzüge von Hamburg gelegt werden, wie beispielsweise die hohe Anzahl an Medienhäusern oder den Hafen, um die geographische Lage Hamburgs in ein besseres Licht zu rücken und dies auch zu kommunizieren.

Im Modul Beratung und Unterstützung liegt das nächste Kriterium. So leistet das Ökosystem Berlins laut der Presse mit einer Erwähnung mehr direkte Unterstützung bei der Ausformulierung der Geschäftsidee (vgl. 11.17.) als Hamburg mit keiner Erwähnung. Hier könnte mit den gleichen Maßnahmen vorgegangen werden, die auch für die stärkere

Unterstützung bei der Unternehmensplanung und dem Businessplan vorgeschlagen wurden.

Die folgenden Kriterien befinden sich alle im Modul Politik, Berlin ist fast immer mit einer Erwähnung führend. Als erstes geht es um Investitionen der Politik der jeweiligen Städte in Zukunftstechnologien. Hier liegt jedoch Hamburg mit einer Erwähnung (vgl. 13.7.) vor Berlin mit keiner Nennung im Bezug zu diesem Thema. Wie auch in den vorangegangenen Kategorien, in denen Hamburg führend ist, sollte die Politik der Hansestadt weiterhin darauf achten, in Zukunftstechnologien zu investieren und diese zu fördern. Außerdem gilt natürlich wieder, dass über diese Entwicklungen gesprochen und informiert werden sollte.

Beim nächsten Kriterium liegt die Hauptstadt wieder vorne. Laut den Fachpresstexten will die Berliner Politik steuerliche Anreize für Startups schaffen (vgl. 13.14.), Hamburg wird in diesem Zusammenhang nicht erwähnt. Die Hamburger Politik könnte es hier der Hauptstadt gleich tun und untersuchen, in welchen Bereichen die Jungunternehmen steuerlich unterstützt werden könnten.

In der Berichterstattung wird Berlin auch mit einer Erwähnung mit einem One-Stop-Shop Verbindung gebracht (vgl. 13.17.). Die Politik der Hauptstadt plane also solch eine Einrichtung. Hamburg wird nicht genannt. Die Schaffung einer solchen Stelle würde auch für die Hansestadt sinnvoll sein, da einige der bereits angesprochenen Kriterien, wie beispielsweise Informationen über Beratungsangebote oder Ansprechpartner der Stadt, hier zusammengeführt werden könnten. Besonders für bürokratische Anliegen, auf die gleich noch näher eingegangen wird, wäre ein One-Stop-Shop eine gute Anlaufstelle. Deshalb sollte darüber nachgedacht werden, so eine Einrichtung ins Leben zu rufen.

Im nächsten Kriterium geht es um bürokratische Hürden bei Gründungen. Die Berliner Politik will diese senken (vgl. 13.20.). Wie eben erwähnt, könnte dazu auch die Schaffung eines One-Stop-Shops gehören. Des Weiteren wäre es sinnvoll, den Prozess für Startup-Gründungen in Hamburg zu analysieren und nach Verbesserungspotenzialen zu untersuchen. Gespräche mit Gründern wären hier sicherlich sinnvoll, um zu erfahren, welche Optimierungen sich diese wünschen oder gewünscht hätten und wo es Probleme beim Gründungsprozess gab. Des Weiteren kann analysiert werden, ob Anlaufstellen zentralisiert oder Formulare vereinfacht werden können.

Im folgenden Kriterium geht es um gesetzliche Auflagen. Diese will die Berliner Politik lockern (vgl. 13.23.). Hamburg wird in diesem Bezug nicht genannt. Auch hier sollte deshalb analysiert werden, ob und in welchem Umfang diese Auflagen für Startups

angepasst oder vereinfacht werden könnten. Insgesamt kann gesagt werden, dass es mehrere Faktoren gibt, in denen die Politik der Hansestadt aktiv werden oder über die vermehrt in der Presse berichtet werden sollte, um Gründern den Start in die Wirtschaft zu erleichtern, beziehungsweise deutlich zu machen, dass etwas für Startups getan und über die entsprechenden Maßnahmen und Angebote informiert wird.

In den folgenden Abschnitten liegen die beiden Städte mit jeweils einer Erwähnung immer gleich auf. Hier wird allgemein empfohlen, mehr über die Hamburger Vorzüge zu berichten, beziehungsweise zu informieren sowie gegebenenfalls das Angebot zu verbessern oder auszubauen, damit sich von Berlin abgesetzt werden kann. Zunächst wird das Modul Ressourcen betrachtet. So gibt es laut den Presstexten viele freie Büroflächen in Berlin und Hamburg (vgl. 2.10. und 2.11.).

Das nächste Kriterium befindet sich im Modul Finanzierung. In den Texten werden die beiden Städte im Bezug zu der Vielzahl an Pitches mit finanziellen Mitteln als Gewinn jeweils einmal genannt (vgl. 3.19. und 3.20.). Vielleicht wäre es hier möglich, die Berichterstattung über solche Pitches noch zu verstärken, oder sie auf weitere Medien auszubauen.

Die folgenden zwei Kriterien befinden sich beide im Modul Beratung und Unterstützung. So gibt es laut den Fachpresstexten in beiden Städten Anlaufstellen für Beratung bei steuerlichen Themen (vgl. 11.7. und 11.8.). Auch für die Beratung bei rechtlichen Themen gibt es laut Erwähnungen Anlaufstellen in Berlin und Hamburg (vgl. 11.10. und 11.11.). Hier müsste Hamburg noch eine stärkere Informationskultur anstreben, damit die Stadt sich besser von Berlin absetzen kann. Eine Übersichtsseite für solche Angebote, auf die Startups dann aufmerksam gemacht werden müssten, wäre ein Anfang.

Zu den im Folgenden untersuchten Kriterien gab es in keinem der analysierten Presstexte eine Erwähnung. Somit steht es im Vergleich der beiden Städte immer 0:0. Dadurch kann auch nicht festgestellt werden, ob Hamburg in diesen Bereichen besser oder schlechter als Berlin abschneidet. Deshalb verbergen sich besonders hier Verbesserungs- und Optimierungspotenziale, sowie Möglichkeiten, sich abzuheben, was die Berichterstattung angeht. Aus diesem Grund sollte vor allem bei diesen Kriterien untersucht werden, ob und wie man diese besser in der Berichterstattung sowie öffentlichen Wahrnehmung platzieren kann.

Im Modul Ressourcen wird nichts über die Verfügbarkeit von Co-Working Spaces in Berlin oder Hamburg geschrieben (vgl. 2.4. und 2.5.). Auch zu den Kosten von Co-Working Spaces lassen sich keine Aussagen finden (vgl. 2.7. und 2.8.). Da es bereits Internetseiten mit Übersichten über Co-Working Spaces gibt (vgl. Coworking Guide, 2019), könnte versucht werden, diese auch noch mit einer Übersicht über freie Räume zu versehen. So könnte zum Beispiel ein Ampelsystem zeigen, ob in dem jeweiligen Space noch viele, wenige oder keine freien Plätze beziehungsweise Büros zur Verfügung stehen. Gleiches gilt für die Kosten. Auch hier könnte man eine Übersichtsseite für alle Co-Working Spaces in Hamburg schaffen. Der Fokus sollte bei beiden Maßnahmen natürlich ebenfalls wieder auf begleitender Berichterstattung liegen, damit Interessenten auch auf diese Angebote aufmerksam werden und sie nutzen.

Das zweite betrachtete Modul ist Finanzierung. Bei dem Kriterium der Übersicht über finanzielle Förderprogramme werden beide Städte nicht genannt (vgl. 3.10. und 3.11.). Wie bereits bei vielen Kriterien erwähnt, muss Hamburg auch hier einen besseren Überblick über Finanzierungsprogramme schaffen beziehungsweise über die bereits bestehenden Programme eine bessere Berichterstattung anstreben. Dies könnte beispielsweise mit einer Vorstellungsreihe erreicht werden, die in mehreren Teilen die verschiedenen Finanzierungsprogramme innerhalb des Ökosystems abbildet.

Im Modul Förderung wird nicht erwähnt, ob in Berlin oder Hamburg der Zugang zu Förderprogrammen leicht ist (vgl. 4.10. und 4.11.). Wenn dies für Hamburg der Fall ist, sollte es ebenfalls in der Berichterstattung deutlich erwähnt werden, weil Gründer diesen Faktor als wichtig erachten. Wenn der Zugang schwer ist, könnten Hürden, wie Ansprüche an die Startups, gesenkt werden.

Im Modul Infrastruktur werden zu zwei Kriterien keine Aussagen getroffen. Dies ist zum einen der Fall bei der Höhe der Internetgeschwindigkeit (vgl. 5.1. und 5.2.) und zum anderen, ob der Ausbau von schnellem Internet gut ist (vgl. 5.4. und 5.5.). Da Hamburg, wie bereits erwähnt, laut den Texten einen Fokus auf die Schaffung und Etablierung von neuen Technologien legt, könnte bei der Berichterstattung über diese Themen auch verstärkt der Ausbau von schnellem Internet erwähnt werden.

Auch zum Kriterium, ob die Lebensqualität in den beiden Städten hoch ist, lassen sich in den Presstexten keine Aussagen finden (vgl. 7.1. und 7.2.). Diese Aussage speist sich aus mehreren Faktoren, welche alle in diesen Begriff mit einfließen. Natürlich sollte es für die Verantwortlichen ein stetes Bestreben sein, die Lebensqualität in Hamburg zu verbessern.

Da Hamburg diesbezüglich teilweise aber hinter anderen deutschen Städten liegt (vgl. Hamburger Abendblatt/ew, 2019), herrscht hier Nachholbedarf. Dafür könnten Studien dahingehend ausgewertet werden, in welchem Punkten andere Städte besser sind und warum. Die Schlüsse daraus könnten dann auf Hamburg angewendet werden.

Beim Kriterium der freien Mietwohnungen werden ebenfalls keine Aussagen getätigt (vgl. 9.1. und 9.2.). Hier sollte als Grundlage erstmal die allgemeine Situation verbessert werden, bevor dieser Punkt in der Berichterstattung thematisiert werden kann.

Im Modul Beratung und Unterstützung befinden sich drei Kriterien, die in den Texten nicht näher erwähnt werden. Das eine Kriterium ist die Frage, ob die Ökosysteme der Städte Unterstützung bei der Personalrekrutierung (vgl. 11.1. und 11.2.), ein weiteres ob sie direkte Unterstützungen bei Gehältern leisten (vgl. 11.13. und 11.14.). Bezüglich des Personals könnte eine Internetseite eingerichtet werden, auf denen alle Startups ihre Stellenangebote platzieren können. Für die Unterstützung bei Gehältern ließe sich möglicherweise ein Fonds einrichten. Auch dazu, ob es Beratungsangebote zum Thema Börsengang gibt, werden keine Aussagen getroffen (vgl. 11.25. und 11.26.). Besonders beim diesem Punkt ließe sich relativ schnell handeln. So könnten diese Beratungsgebote, falls noch nicht ausreichend vorhanden, zeitnah in Accelerators oder Inkubatoren umgesetzt oder in andere Angebote implementiert werden. Pressevertreter könnten dann dazu eingeladen werden, sich beispielsweise einen Inkubator genauer anzuschauen und die Abläufe mitzuverfolgen und darüber zu berichten.

Die nächsten Kriterien befinden sich im Modul Politik. Es wird in den Texten nicht angesprochen, ob die Politik der Städte Gesetze für Startups ändern will (vgl. 13.4. und 13.5.). Dies sollte die Politik, wenn möglich, anstreben und bei der Umsetzung auch insbesondere die Startup-Szene informieren. Auch ob es einen guten Austausch zwischen Politik und Startups gibt, wird nicht genannt (vgl. 13.10. und 13.11.). Des Weiteren werden keine Aussagen dazu getroffen, ob die Politik Verständnis für die Probleme von Startups zeigt (vgl. 13.25. und 13.26.). Besonders hier sollte ein engerer Austausch zwischen Politik und Startups angestrebt werden. Diese Beziehung ist für beide Seiten wichtig und beide können davon profitieren. Viele gute Startups in einer Region sprechen auch für eine gute Arbeit der Politik. Veranstaltungen für Politik und Startups können hier ein erster Schritt sein, über die dann im gesamten Umfeld berichtet wird und insbesondere Pressevertreter eingeladen und informiert werden.

## 6. Fazit

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Arbeit noch einmal zusammengefasst und auf Grundlage dieser ein Ausblick vorgenommen.

### 6.1 Zusammenfassung

Nach Auswertung der Studien und Fachpresseartikel sowie Interpretation der Ergebnisse lässt sich festhalten, dass die Hypothese dieser Arbeit vorläufig bestätigt werden kann. Die Fragestellung war, welche Stärken und Schwächen das Startup-Ökosystem Hamburg im Vergleich zu Berlin in der Berichterstattung der Fachpresse hat. Um diese Analyse durchzuführen, wurden zuerst vier Startup-Studien daraufhin untersucht, welche Kriterien in einem Ökosystem für Gründer wichtig sind, um sich mit ihrem Startup dort niederzulassen. Dann wurden 129 Artikel aus Fachpressemédien auf diese Kriterien hin analysiert, um festzustellen, welche Stadt häufiger mit diesen Kriterien in Verbindung gebracht wird. Das Ergebnis der Analyse ist, dass Berlin in deutlich mehr Kategorien führt als Hamburg. Somit wird über die Vorzüge der Hauptstadt als Startup-Ökosystem und Standort für Startups mehr berichtet als über die Vorzüge der Hansestadt.

Einer der wichtigsten Schritte eine Veränderung zu beginnen wäre, dass die jeweiligen Verantwortlichen der Stadt Hamburg mehr auf Startups zugehen und einen noch stärkeren Austausch anstreben. Im Zusammenspiel damit sollte dann ebenfalls ein starker Fokus darauf gelegt werden, mehr über die Entwicklungen im Startup-Ökosystem zu berichten und zu informieren. Möglichkeiten dazu wären unter anderem eine gesteigerte Berichterstattung auf stadteigenen Portalen, das vermehrte Versenden von Presstexten mit inhaltlichen Bezug zu den angesprochenen Kriterien sowie das Einladen von Pressevertretern oder freien Journalisten zu Startup-Veranstaltungen oder in Einrichtungen wie etwa Inkubatoren. Außerdem wird Hamburg im internationalen Global Startup Ecosystem Report 2018 nicht betrachtet, obwohl Städte wie Berlin, Frankfurt oder München aufgegriffen werden. Dafür zu sorgen, dass auch Hamburg in dieser Studie behandelt wird, wäre ein erster Schritt, um die Hansestadt auch international stärker als Startup-Ökosystem zu positionieren und mehr Aufmerksamkeit zu erhalten.

### 6.2 Ausblick

Die Analyse der Presseartikel hat gezeigt, dass die Berichterstattung über das Startup-Ökosystem der Hansestadt Hamburg durchaus Optimierungspotenzial hat. Viele der aufgezeigten Hürden könnten sich in Zukunft beseitigen beziehungsweise senken lassen.

Wichtig ist hier vor allem, auf die Jungunternehmer und Gründungsinteressierten zuzugehen und zu versuchen, ihre Anliegen zu verstehen und ihnen das Gefühl zu geben, dass sie ernst genommen werden und dass man ihre Probleme versteht, sie unterstützt und eine erfolgreiche Zusammenarbeit anstrebt. Wenn die erreichten Verbesserungen dann noch medial gestreut werden, ist es durchaus möglich, dass Hamburg seine Stellung im Rennen der Startup-Ökosysteme ausbauen und verbessern kann.

Des Weiteren muss erwähnt werden, dass diese Arbeit durch ihre speziellen Rahmenbedingungen definiert war. So wurden vier Startup-Studien gesichtet - ein Punkt an dem folgende Arbeiten anknüpfen könnten, indem sie mehr Studien sichten. Gleiches gilt für die sehr genaue Eingrenzung der Artikel. So wurden Artikel der letzten fünf Jahre aus Fachpressemedien analysiert, welche außerdem dem Thema Unternehmensgründungen zuzuordnen waren und von der Online-Datenbank wiso abgerufen wurden. Hier könnten weitere Studien ansetzen, indem sie beispielsweise Artikel aus der allgemeinen Presse zur Auswertung wählen, den Zeitraum verändern oder eine andere beziehungsweise mehrere Datenbanken für ihre Recherche benutzen.

## 7. Anhang

Anhänge auf dem digitalen Speichermedium:

- Relevante Artikel
- Irrelevante Artikel
- Excel-Tabelle: Codierung

## 8. Literaturverzeichnis

Achleitner, A-K. (o. J.). Exit. URL <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/exit-36164> (abgerufen am 25. März 2019)

Alberti, J. (2011). *Geschäftsmodelle für Inkubatoren*. Wiesbaden: Gabler

Bendel, O. (o. J.). Coworking.

URL <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/coworking-119097> (abgerufen am 29. März 2019)

Bitkom e. V. (2018). Bitkom Startup Report 2018.

URL <https://www.bitkom.org/sites/default/files/file/import/20181008-Bitkom-Startups-2018.pdf> (abgerufen am 26. Juni 2019)

Bogott, N., Rippler, S. & Woischwill, B. (2017). *Im Startup die Welt gestalten*. Wiesbaden: Springer Gabler

Börner, C. & Grichnik, D. (Hrsg.). (2005). *Entrepreneurial Finance*. Heidelberg: Physica

Breuer, W. (o. J.). Venture Capital.

URL <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/venture-capital-49706> (abgerufen am 29. März 2019)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. (o. J.). Business Angels.

URL <https://www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Finanzierung/Finanzierungswissen/Business-Angels/inhalt.html> (abgerufen am 28. März 2019)

Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (2018). Programm – Business Angels Tag.

URL <http://businessangelstag.de/agenda/> (abgerufen am 14. Mai 2019)

BusinessDictionary.com. (o. J.). one stop shop.

URL <http://www.businessdictionary.com/definition/one-stop-shop.html> (abgerufen am 12. Juni 2019)

Charité – Universitätsmedizin Berlin. (2019). Stichwortverzeichnis. URL

[https://neonatologie.charite.de/fuer\\_eltern/weitere\\_informationen/stichwortverzeichnis/](https://neonatologie.charite.de/fuer_eltern/weitere_informationen/stichwortverzeichnis/) (abgerufen am 25. März 2019)

Coworking Guide. (2019, Mai 26). 27 Top Coworking Spaces in Hamburg im Vergleich.

URL <https://coworkingguide.de/coworking-spaces-hamburg/> (abgerufen am 17. Juni 2019)

- Deutsche Startups. (o. J.). Investitionsphasen. URL <https://www.deutsche-startups.de/lexikon/investitionsphasen/>; zit. n. Kollmann. *Gabler Kompakt-Lexikon Unternehmensgründung - 2000 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden*. 2011, S. 225
- Duden. (o. J.). Pitch. URL <https://www.duden.de/rechtschreibung/Pitch> (abgerufen am 20. März 2019)
- Duden. (o. J.). Inkubator. URL <https://www.duden.de/rechtschreibung/Inkubator> (abgerufen am 25. März 2019)
- Esch, F-R. (o. J.). Pitch. URL <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/pitch-42325> (abgerufen am 20. März 2019)
- Für Gründer. (o. J.). Venture Capital: Beteiligungskapital für die Existenzgründung. URL <https://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/venture-capital/> (abgerufen am 29. März 2019)
- Gaida, K. (2011). *Gründen 2.0: erfolgreiche Business Inkubation mit neuen Internet-Tools* (1. Aufl). Wiesbaden: Gabler.
- Gauthier, JF. (2018). Introduction to Ecosystem Strategy. In Startup Genome LCC (Hrsg.), *Global Startup Ecosystem Report 2018* (S. 19)
- Gauthier, JF., Stangler, D., Penzel, M. & Morelix, A. (2018). About Startup Genome. In Startup Genome LCC (Hrsg.), *Global Startup Ecosystem Report 2018* (S. 3)
- GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH. (o. J.). Die Online-Datenbank für Studium und Wissenschaft. URL [https://www.wiso-net.de/popup/ueber\\_wiso](https://www.wiso-net.de/popup/ueber_wiso) (abgerufen am 08. Januar 2019)
- Gründerszene Magazin. (o. J.). Accelerator. URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/accelerator> (abgerufen am 29. März 2019)
- Gründerszene Magazin. (o. J.). Business-Angel (BA). URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/business-angel-ba> (abgerufen am 28. März 2019)
- Gründerszene Magazin. (o. J.). Exit. URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/exit> (abgerufen am 25. März 2019)
- Gründerszene Magazin. (o. J.). Inkubator. URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/inkubator> (abgerufen am 25. März 2019)

Gründerszene Magazin. (o. J.). Internet of Things.

URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/internet-of-things> (abgerufen am 12. Juni 2019)

Gründerszene Magazin. (o. J.). Startup.

URL [https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup?interstitial\\_click](https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup?interstitial_click) (abgerufen am 25. März 2019)

Gründerszene Magazin. (o. J.) Venture-Capital (VC)

URL <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/venture-capital-vc> (abgerufen am 29. März 2019)

Hamburg.de. (o. J.). Venture Capital & Business Angels. URL <https://www.hamburg-invest.com/starterkit/10551428/venture-capital-business-angels/>

(abgerufen am 29. März 2019)

Hamburger Abendblatt/ew. (2019, März 13). Hamburg bei neuem Ranking zur Lebensqualität in den Top 20.

URL <https://www.abendblatt.de/hamburg/article216655637/Lebensqualitaet-in-Grossstaedten-weltweit-Hamburg-auf-Platz-19.html> (abgerufen am 17. Juni 2019)

Iceventure. (2014, Juni 19). Startup-Ökosystem - Was ist das? USA, EU, Deutschland und Berlin in der Übersicht. URL <https://www.iceventure.de/info/startup-oekosystem-was-ist-das-usa-eu-deutschland-und-berlin-in-der-uebersicht.html> (abgerufen am 7. Mai 2019)

Kamps, U., Haas, H-D., Neumair, S-M. & Wübbenhorst, K. (o. J.). Cluster. URL

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/cluster-30562> (abgerufen am 12. Juni 2019)

Kollmann, T., Hensellek, S., Benedikt Jung, P. & Kleine-Stegemann, L. (2018). *Deutscher Startup Monitor 2018*. Duisburg-Essen.

Kollmann, T., Stöckmann, C., Hensellek, S. & Kensbock, J. (2017). *Deutscher Startup Monitor 2017*. Berlin

Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) (Hrsg). (2017). *KfW-Gründungsmonitor 2017 – Beschäftigungsrekord mit Nebenwirkung: So wenige Gründer wie nie*. Frankfurt am Main: KfW Bankengruppe. S. 4.

Lackes, R. (o. J.). Künstliche Intelligenz (KI).

URL <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/kuenstliche-intelligenz-ki-40285> (abgerufen am 12. Juni 2019)

- Mallach, K. (o. J.). Über uns. URL <https://www.bitkom.org/Bitkom/Ueber-uns> (abgerufen am 18. Januar 2019)
- Nöll, F. (2018). Vorwort des Initiators. In Bundesverband Deutsche Startups e. V. (Hrsg.), *Deutscher Startup Monitor 2018* (S. 3). Duisburg-Essen
- Onpulsion.de (o. J.). Pitch. URL <https://www.onpulsion.de/lexikon/pitch/> (abgerufen am 20. März 2019)
- Ortmans, J. (2018). Foreword. In Startup Genome LCC (Hrsg.), *Global Startup Ecosystem Report 2018* (S. 7)
- Plugmann, P. (Hrsg.). (2018). *Innovationsumgebungen gestalten: Impulse für Start-ups und etablierte Unternehmen im globalen Wettbewerb*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PWC). (2018, September) Start-up-Unternehmen in Deutschland. URL <https://www.pwc.de/de/startups/pwc-studie-startups-in-deutschland-2018.pdf> (abgerufen am 08. April 2019)
- Schramm, D. & Carstens, J. (2014). *Startup-Crowdfunding und Crowdfunding: Ein Guide für Gründer*. Wiesbaden: Springer Gabler
- Schürmann, M. (2013). *Coworking Space: Geschäftsmodell für Entrepreneure und Wissensarbeiter*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- SmartBusinessPlan & individee GmbH. (2013-2019). Pitch. URL <https://smartbusinessplan.de/businessplan-lexikon/pitch/> (abgerufen am 20. März 2019)
- Spektrum. (1999). Ökosystem. URL <https://www.spektrum.de/lexikon/biologie/oekosystem/47498> (abgerufen am 07. Mai 2019)
- Startup Genome LLC. (2018). *Global Startup Ecosystem Report 2018*
- Unterberger, T. (2016, Januar 8). Unterschiede zwischen Accelerator und Inkubator – Was Startups wissen sollten. URL <https://www.derbrutkasten.com/accelerator-inkubator-unterschied/?xtor=CSI-15> (abgerufen am 29. März 2019)
- Wieden, M. (2016). *Chronobiologie im Personalmanagement: wissen, wie Mitarbeiter ticken* (2., aktualisierte und überarbeitete Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.

## Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Hamburg, den.....

.....  
(Unterschrift des Studierenden)