



Evaluation der DWNRW-Hubs

Evaluation der DWNRW-Hubs

01/2017-12/2020

Von

Dr. Jan-Philipp Kramer (Projektleiter)
Moritz Glettenberg (Stv. Projektleiter)
Dr. Olaf Arndt
Lennart Galdiga
Marie-Kristin Komendzinski
Vera Fuhs
Dr. Jonathan Eberle

Im Auftrag des

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie des Landes
Nordrhein-Westfalen

Abschlussdatum

September 2021

Das Unternehmen im Überblick

Prognos – wir geben Orientierung.

Wer heute die richtigen Entscheidungen für morgen treffen will, benötigt gesicherte Grundlagen. Prognos liefert sie – unabhängig, wissenschaftlich fundiert und praxisnah. Seit 1959 erarbeiten wir Analysen für Unternehmen, Verbände, Stiftungen und öffentliche Auftraggeber. Nah an ihrer Seite verschaffen wir unseren Kunden den nötigen Gestaltungsspielraum für die Zukunft – durch Forschung, Beratung und Begleitung. Die bewährten Modelle der Prognos AG liefern die Basis für belastbare Prognosen und Szenarien. Mit rund 200 Expertinnen und Experten ist das Unternehmen an neun Standorten vertreten: Basel, Berlin, Bremen, Brüssel, Düsseldorf, Freiburg, Hamburg, München und Stuttgart. Die Projektteams arbeiten interdisziplinär, verbinden Theorie und Praxis, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Unser Ziel ist stets das eine: Ihnen einen Vorsprung zu verschaffen, im Wissen, im Wettbewerb, in der Zeit.

Geschäftsführer

Christian Böllhoff

Präsident des Verwaltungsrates

Dr. Jan Giller

Handelsregisternummer

Berlin HRB 87447 B

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

DE 122787052

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht; Sitz der Gesellschaft: Basel
Handelsregisternummer
CH-270.3.003.262-6

Gründungsjahr

1959

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG

St. Alban-Vorstadt 24
4052 Basel | Schweiz
Tel.: +41 61 3273-310
Fax: +41 61 3273-300

Prognos AG

Résidence Palace, Block C
Rue de la Loi 155
1040 Brüssel | Belgien
Tel: +32 280 89-947

Prognos AG

Hermannstraße 13
(c/o WeWork)
20095 Hamburg | Deutschland
Tel.: +49 40 554 37 00-28

Weitere Standorte

Prognos AG

Goethestr. 85
10623 Berlin | Deutschland
Tel.: +49 30 5200 59-210
Fax: +49 30 5200 59-201

Prognos AG

Werdener Straße 4
40227 Düsseldorf | Deutschland
Tel.: +49 211 913 16-110
Fax: +49 211 913 16-141

Prognos AG

Nymphenburger Str. 14
80335 München | Deutschland
Tel.: +49 89 954 1586-710
Fax: +49 89 954 1586-719

Prognos AG

Domshof 21
28195 Bremen | Deutschland
Tel.: +49 421 845 16-410
Fax: +49 421 845 16-428

Prognos AG

Heinrich-von-Stephan-Str. 17
79100 Freiburg | Deutschland
Tel.: +49 761 766 1164-810
Fax: +49 761 766 1164-820

Prognos AG

Eberhardstr. 12
70173 Stuttgart | Deutschland
Tel.: +49 711 3209-610
Fax: +49 711 3209-609

info@prognos.com | www.prognos.com | www.twitter.com/prognos_ag

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Abbildungsverzeichnis | VI |
| Tabellenverzeichnis | IX |
| Boxverzeichnis | X |
| Abkürzungsverzeichnis | XI |
| Executive Summary | XII |
| 1 Aufgabenstellung und Hintergrund | 16 |
| 1.1 Hintergrund | 16 |
| 1.2 Aufgabenstellung | 17 |
| 2 Evaluationsdesign und Datenbasis | 18 |
| 2.1 Evaluationsdesign: Contribution Analysis als konzeptioneller Überbau für einen Mixed-Methods-Ansatz | 18 |
| 2.2 Zentrale Datenquellen und methodisches Vorgehen | 20 |
| 2.3 Empirische Basis der Evaluation und Analyse der Grundgesamtheit der Befragung | 24 |
| 3 Organisation, regionaler Kontext und Aktivitäten der DWRW-Hubs | 31 |
| 3.1 Genese der DWRW-Hubs, erwartete Wirkungen und Einordnung der Hub-Förderung in die Förderkulisse | 31 |
| 3.1.1 Weg zur Etablierung der DWRW-Hubs | 31 |
| 3.1.2 Erwartete Wirkungen der DWRW-Hubs | 32 |
| 3.1.3 Einordnung der DWRW-Hubs in das Förder- & Finanzierungsumfeld | 36 |
| 3.2 Organisation, regionale Ökosysteme und zentrale Outputs der DWRW-Hubs im Zeitraum 10.2016 bis 12.2020 | 38 |
| 3.2.1 Übergeordnete Kennzahlen des Gesamtprogramms DWRW-Hubs | 41 |
| 3.2.2 DWRW-Hub Aachen (digitalHUB Aachen e.V.) | 42 |
| 3.2.3 DWRW-Hub Bonn (Digitaler Hub Region Bonn AG) | 47 |
| 3.2.4 DWRW-Hub Düsseldorf (digiHub Düsseldorf/Rheinland GmbH) | 52 |
| 3.2.5 DWRW-Hub Münsterland (Digital Hub münsterLAND) | 56 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3.2.6 | DWNRW-Hub Ruhr (Ruhr:HUB GmbH) | 61 |
| 4 | Zielerreichung und Wirkungen der DWNRW-Hubs | 66 |
| 4.1 | Nutzung der Angebote der DWNRW-Hubs und Nutzertypen | 66 |
| 4.2 | Effekte und Wirkungen der Angebotsnutzung | 74 |
| 4.3 | Beitrag der DWNRW-Hubs zur Entwicklung des Start-up Ökosystems in NRW und Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung der Hubs | 88 |
| 5 | Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse und Handlungsempfehlungen | 92 |
| 5.1 | Kernbefunde zur Förderung der DWNRW-Hubs | 92 |
| 5.2 | Strategische Handlungsempfehlungen und Leitprinzipien für eine Förderung ab 09/2022+ | 94 |
| 5.2.1 | Strategische Handlungsempfehlungen | 94 |
| 5.2.2 | Leitprinzipien und denkbare Förder- und Umsetzungsansätze für eine künftige Unterstützung der DWNRW-Hubs nach 09/2022 | 97 |
| 5.2.3 | Konkrete Optionen für eine DWNRW-Förderung 2022+ | 100 |
| 5.3 | Handlungsempfehlungen für die Optimierung des Tagesgeschäfts der DWNRW-Hubs | 105 |
| | Anhang | X |
| | Quellenverzeichnis | XII |
| | Ansprechpartner bei der Prognos AG | XIV |
| | Impressum | XV |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|------|
| Abbildung 1: | Zentrale Ergebnisse im Überblick | XIII |
| Abbildung 2: | Übersicht der strategischen Handlungsempfehlungen | XIV |
| Abbildung 3: | Übersicht über die Datenquellen der Evaluation | 20 |
| Abbildung 4: | Übersicht der Zielgruppen und verschiedenen Nutzertypen der DWNRW-Hubs | 23 |
| Abbildung 5: | Schematische Übersicht über den Triangulationsprozess | 24 |
| Abbildung 6: | Übersicht über den Rücklauf der Online-Befragung Teilnehmertypen | 25 |
| Abbildung 7: | Übersicht über den Rücklauf der Online-Befragung nach zusammengefassten Teilnehmertypen | 26 |
| Abbildung 8: | Start-ups in der Online-Befragung nach zentralen Strukturmerkmalen (Gründungsphase und -jahr) | 27 |
| Abbildung 9: | Branchenschwerpunkte der befragten Start-ups (Top 10) | 28 |
| Abbildung 10: | Etablierte Unternehmen in der Online-Befragung nach zentralen Strukturmerkmalen | 28 |
| Abbildung 11: | Investorinnen und Investoren in der Online-Befragung nach Typ | 29 |
| Abbildung 12: | Befragungsteilnehmende nach Mittelpunkt ihrer beruflich-wirtschaftlichen Aktivitäten | 30 |
| Abbildung 13: | Wirkungsmodell der DWNRW-Hubs | 35 |
| Abbildung 14: | Regionale Ökosysteme der DWNRW Hubs – geografische Zuordnung & Abgrenzung | 40 |
| Abbildung 15: | Zentrale Kennzahlen des Gesamtprogramms im Überblick | 42 |
| Abbildung 16: | DWNRW-Hub Aachen – Potenziale des regionalen Ökosystems | 45 |
| Abbildung 17: | DWHRW-Hub Bonn - Potenziale des regionalen Ökosystems | 50 |
| Abbildung 18: | DWNRW-Hub Düsseldorf - Potenziale des regionalen Ökosystems | 54 |

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 19: | DWNRW-Hub Münster - Potenziale des regionalen Ökosystems | 59 |
| Abbildung 20: | DWNRW-Hub Ruhr - Potenziale des regionalen Ökosystems | 63 |
| Abbildung 21: | Zugang zu den DWNRW-Hubs und den genutzten Angeboten | 67 |
| Abbildung 22: | Umfrageteilnehmende nach Heimat-Hub* | 68 |
| Abbildung 23: | Häufigkeit der Angebotsnutzung nach Angebotstyp | 69 |
| Abbildung 24: | Kriterien zur Einteilung der Intensivnutzer und sporadischen Nutzer | 71 |
| Abbildung 25: | Teilnehmende der Online-Befragung nach eingeteilten Nutzertypen | 72 |
| Abbildung 26: | Gründe für Nicht-Nutzung der Hub-Angebote | 73 |
| Abbildung 27: | Erzielte Mehrwerte durch Nutzung der Hub-Angebote | 76 |
| Abbildung 28: | Erzielte mittelbare Mehrwerte nach Nutzung der Hub-Angebote | 77 |
| Abbildung 29: | Finanzierungs- und Förderangebote, zu denen durch Hub-Nutzung Zugang erhalten wurde | 79 |
| Abbildung 30: | Positive wirtschaftliche Effekte resultierend aus Nutzung der Hub-Angebote | 80 |
| Abbildung 31: | Gründe für nicht erzielte Mehrwerte nach Angebotsnutzung | 83 |
| Abbildung 32: | Bewertung des Pricings der Hub-Angebote | 84 |
| Abbildung 33: | Weiterempfehlungswahrscheinlichkeiten der genutzten Hub-Angebote | 85 |
| Abbildung 34: | Bewertung der Additionalität der Förderung nach Nutzertypen | 86 |
| Abbildung 35: | Nutzung anderer vergleichbarer Angebote | 88 |
| Abbildung 36: | Bewertung des Status-Quo und Beitrag der Hubs zum Start-up-Ökosystem in NRW | 89 |
| Abbildung 37: | Handlungsbedarfe im NRW-Ökosystem | 91 |
| Abbildung 38: | Zentrale Ergebnisse im Überblick | 93 |
| Abbildung 39: | Übersicht der strategischen Handlungsempfehlungen | 95 |

| | | |
|---------------|--|-----|
| Abbildung 40: | Leitprinzipien für eine öffentliche Unterstützung der DWNRW-Hubs 2022+ & abgeleitete Leistungskategorien | 98 |
| Abbildung 41: | Leistungsbausteine als Ausgangspunkt einer Förderarchitektur 2022+ | 99 |
| Abbildung 42: | Denkbare Förder- und Umsetzungsansätze (z.T. kombinierbar) | 100 |
| Abbildung 43: | Optionen für eine Hub-Förderung 2022+ | 101 |
| Abbildung 44: | Übersicht der operativen Handlungsempfehlungen | 105 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|------------|---|----|
| Tabelle 1: | Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - digitalHUB Aachen e.V. | 47 |
| Tabelle 2: | Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Digitaler Hub Region Bonn AG. | 51 |
| Tabelle 3: | Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH | 56 |
| Tabelle 4: | Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Digital Hub münsterLAND | 60 |
| Tabelle 5: | Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Ruhr:HUB GmbH | 65 |
| Tabelle 6: | Übersicht über die Nutzung der Angebote anderer Hubs | 70 |
| Tabelle 7: | Genutzte Datenquellen und deren Erhebungsmethodik | X |
| Tabelle 8: | Übersicht der Wirkungsradien der DWNRW-Hubs | X |
| Tabelle 9: | Übersicht der Interviewpartnerinnen und -partner | XI |

Boxverzeichnis

| | | |
|---------|--|----|
| Box 1: | Übersicht zentraler Strukturmerkmale des digitalHUB Aachen e.V. | 44 |
| Box 2: | Übersicht zentraler Strukturmerkmale des DWNRW-Hub Bonn | 48 |
| Box 3: | Übersicht zentraler Strukturmerkmale des digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH | 53 |
| Box 4: | Übersicht zentraler Strukturmerkmale des Digital Hub münsterLAND | 57 |
| Box 5: | Übersicht zentraler Strukturmerkmale der Ruhr:HUB GmbH | 62 |
| Box 6: | Auszüge aus den Interviews zu den Nutzungsmotiven der DWNRW-Hubs | 68 |
| Box 7: | Auszüge aus mit Nicht-Nutzern geführten Interviews. | 74 |
| Box 8: | Auszüge aus den Interviews zum Thema Mehrwerte | 78 |
| Box 9: | Mini-Fallstudie zur Illustration von durch Nutzung der Hub-Angebote erzielten Wirkungen und Effekten | 81 |
| Box 10: | Auszüge aus den Interviews zum Thema Additionalität | 87 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------|--|
| DWNRW | Digitale Wirtschaft Nordrhein-Westfalen |
| EFRE | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung |
| FuE | Forschung und Entwicklung |
| IHK | Industrie- und Handelskammer |
| IKT | Informations- und Kommunikationstechnik |
| KI | Künstliche Intelligenz |
| KMU | Kleine und mittlere Unternehmen |
| MWIDE | Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen |
| NRW | Nordrhein-Westfalen |
| VC | Venture Capital |

Executive Summary

In Nordrhein-Westfalen wurden die **Potenziale für die Weiterentwicklung des digitalen Gründungsökosystems und deren Antriebseffekt auf die digitale Transformation insgesamt im Land früh erkannt**. Entsprechend wurde die Vernetzung der entscheidenden Akteursgruppen vom Land gefördert. Als Teil der Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ (DWNRW) sollen die 2016 gegründeten fünf DWNRW-Hubs als eine Art ‚Schmelztiegel‘ wirken, in dem zum einen digitale Start-ups gezielt dabei unterstützt werden ihre Geschäftsmodelle und Technologien schneller und qualitativ besser zu entwickeln. Zum anderen werden in den Hub-Netzwerken digitale Start-ups, etablierte Unternehmen, Wissenschaft und Investierende zusammengebracht, um neue Geschäftsbeziehungen anzubahnen und Innovationen zu fördern. Mittlerweile haben sich die DWNRW-Hubs zu regionalen Plattformen der digitalen Wirtschaft im Rheinland (Aachen, Bonn, Düsseldorf), dem Münsterland (Münster) und dem Ruhrgebiet (Essen) entwickelt.

Vor dem Hintergrund der Vereinbarungen im **Koalitionsvertrag 2017-2022** der NRW-Landesregierung sollen die Wirkungen der verschiedenen DWNRW-Hubs in der ersten Förderperiode (10/2016 bis 09/2019) und Teilen der zweiten Förderperiode (10/2019 bis 12/2020) evaluiert werden, um auf dieser Basis Handlungsempfehlungen über die zukünftige Ausgestaltung der Förderung zu geben. Im Mittelpunkt der Evaluation stehen die fünf aktuell geförderten DWNRW-Hubs (Aachen, Bonn, Düsseldorf, Münster, Essen). Entsprechend stehen die folgenden **fünf Zielstellungen** im Mittelpunkt der Evaluation der DWNRW-Hubs:

- 1.** Analyse der Hub-Arbeit auf Grundlage der vorhandenen Kennzahlen, inkl. einer möglichen Optimierung der Kennzahlen.
- 2.** Bewertung der Auswirkungen auf das jeweilige regionale und landesweite Ökosystem durch Befragung relevanter Stakeholder der DWNRW-Hubs, insbesondere Start-ups, Investorinnen und Investoren und etablierte Unternehmen.
- 3.** Einschätzung des Gesamt-Programmerfolges.
- 4.** Bewertung der Strategien der einzelnen Hubs für die Zeit nach der Förderphase, im Sinne der Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle auch über den Förderzeitraum hinaus.
- 5.** Entwicklung umsetzbarer Handlungsempfehlungen für das MWIDE, insbesondere zu Optimierungspotenzialen sowie zur zukünftigen Ausgestaltung einer möglichen Unterstützung durch die Landesregierung Nordrhein-Westfalen.

Dieser Evaluationsbericht liefert zahlreiche Antworten auf diese fünf Fragestellungen, welche im Zeitraum Februar 2021 bis September 2021 auf Basis umfassender empirischer Analysen erarbeitet wurden. Neben einer Analyse des Kennzahlensystems der DWNRW-Hubs, sekundärstatistischen Daten und 45 Interviews bildet insbesondere die Online-Umfrage mit einem hohen Rücklauf von rund 480 Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen zentralen Baustein dieser Evaluation. Zusätzlich wurden in Round-Table Diskussionen mit den DWNRW-Hubs empirische Ergebnisse gespiegelt und Handlungsimplicationen reflektiert.

Zentrale Ergebnisse im Überblick

Rund **vier von fünf befragten Hub-Nutzern erzielen großen Mehrwert** in mindestens einer zentralen Mehrwertdimension. Diese Mehrwertdimensionen umfassen Netzwerk und Sichtbarkeit sowie Wissen und Kompetenz. Zudem kann konstatiert werden, dass die durchgängig hohen Mehrwerte, die aus der Nutzung der Angebote der einzelnen Hubs resultieren, auch mit einer hohen Weiterempfehlungsquote über alle relevanten Zielgruppen einhergehen, was die allgemeine Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer widerspiegelt.

Aufbauend auf den erzielten Mehrwerten leisten die DWNRW-Hubs im weiteren Verlauf der *Entrepreneurial Journey* signifikante Beiträge in den Dimensionen **Motivation zum Unternehmertum, Netzwerkbildung, Weiterentwicklung von Start-ups sowie Förderung & Finanzierung**. Dabei werden die Unterstützungsleistungen der DWNRW-Hubs insbesondere in den anfänglichen (Pre-Seed) bis zu den frühen Entwicklungsphasen (Start-up) von den Nutzerinnen und Nutzern sehr geschätzt. Die Bepreisung der Hub-Angebote wird vom Gros der Zielgruppen und Nutzertypen als angemessen eingeschätzt und so demonstrieren diese Angebote ein **gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis**. Insgesamt werden die DWNRW-Hubs überwiegend als wertvolle Ergänzung des Ökosystems wahrgenommen und haben **deutliche Beiträge zur Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems geleistet**. Die höchsten Beiträge der Hubs werden in den Bereichen des Netzwerkzugangs zu (anderen) Gründerinnen und Gründern, des Zugangs zu Beratung & Mentoring sowie zu Förderangeboten gesehen. Vergleichsweise geringer werden Beiträge zum Zugang zu Kundschaft und Unternehmen eingeordnet. Außerdem haben die DWNRW-Hubs Beiträge zur Sichtbarkeit & Schlagkräftigkeit des Ökosystems geleistet. Im Bereich des Zugangs zu Kapital und Investoren werden die Beiträge der Hubs am geringsten eingeschätzt. Nachfolgende Abbildung fasst die zentralen Ergebnisse im Überblick zusammen:

Abbildung 1: Zentrale Ergebnisse im Überblick



Mehrwerte

- Vier von fünf befragten Hub-Nutzern erzielen großen Mehrwert in mindestens einer zentralen Dimension
- Hohe Weiterempfehlungsquote über alle relevanten Zielgruppen hinweg



Inwertsetzung

- Signifikante Beiträge der Hubs zu Motivation, Netzwerkbildung, Weiterentwicklung von Start-ups sowie Förderung & Finanzierung
- Insbesondere in frühen Gründungsphasen wird Unterstützungsleistung der Hubs geschätzt



Kosten, Nutzen & Additionalität

- Kosten werden überwiegend als angemessen eingeschätzt. Hubs demonstrieren gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis
- Hubs überwiegend als wertvolle Ergänzung des Ökosystems wahrgenommen



Beiträge zum Ökosystem

- Höchste Beiträge beim Netzwerkzugang zu Gründern, Beratung & Förderangeboten. Geringere Beiträge bei Zugang zu Kunden/Unternehmen
- Beiträge zur Sichtbarkeit & Schlagkräftigkeit des Ökosystems, beim Zugang zu Kapital & Investoren Beitrag am geringsten eingeschätzt

Quelle: Prognos AG (2021)

In der **Gesamtschau** zeigen die Analysen, dass die DWNRW-Hubs für ihre Zielgruppen relevante Mehrwerte erzeugt haben. Mit einem regionalisierten Förderansatz wurden Netzwerke in zentralen Teilen des NRW-Ökosystems erfolgreiche aufgebaut und über die Zeit weiterentwickelt. Die öffentliche, auf Ko-Finanzierung basierende Förderung hat dabei zum einen erfolgreich Anreize gesetzt, regionale Akteure und deren Ressourcen zu mobilisieren. Zum anderen wurden erfolgreich neue Netzwerke und Unterstützungsangebote für Start-ups aufgebaut, die im Sinne öffentlicher Wirtschaftsförderung ohne eigenes kommerzielles Interesse agieren und hierdurch Beiträge zur Adressierung von Marktversagen und zur Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems NRW insgesamt geleistet haben. In den zahlreichen geführten Gesprächen zeigte sich indes auch, dass bei der hubübergreifenden Kooperation **Weiterentwicklungspotenziale** bestehen. Ebenso merkten Befragungs- und Interviewteilnehmende an, dass die regionale Bekanntheit der DWNRW-Hubs gesteigert, deren Netzwerke international gestärkt und Formate zielgruppenorientierter angeboten werden sollten. Mit Blick auf das Start-up-Ökosystem insgesamt besteht Ausbaupotenzial bezüglich des Zugangs zu Kapital und Investoren.

Insgesamt wird vor dem Hintergrund der Befunde dieser Evaluation empfohlen, die Förderung der DWNRW-Hubs grundsätzlich weiterzuführen. Damit können eine Verstärkung der positiven Effekte sichergestellt und gleichzeitig Impulse für die nächste Entwicklungsstufe des Start-up-Ökosystems gesetzt werden.

Strategische Handlungsempfehlungen und Leitprinzipien für eine Förderung ab 10/2022+

Für die **strategische und operative Weiterentwicklung der DNWRW-Hubs** wurden spezifische Handlungsempfehlung formuliert. Darüber hinaus wurde die Frage betrachtet, *wie* eine Förderung durch das MWIDE über den September 2022 hinaus angelegt werden kann. Die strategischen Handlungsempfehlungen zeigen Optionen für die mittelfristige inhaltliche Weiterentwicklung der Hubs auf und implizieren damit auch neue Förderbestände. Die nachfolgende Abbildung fasst die strategischen Handlungsempfehlungen zusammen.

Abbildung 2: Übersicht der strategischen Handlungsempfehlungen



Quelle: Prognos AG (2021)

Mit der Empfehlung zur **Internationalisierung** ist die Etablierung von Partnerschaften auf Augenhöhe und deren Unterlegung mit Ressourcen verbunden. Hierfür sollten die DWNRW-Hubs künftig ausgewählte internationale Partnerschaften mit Hub-ähnlichen Organisationen schließen. Ferner

sollten sich diese Partnerschaften möglichst auf Augenhöhe bewegen, um den Aufbau längerfristiger Beziehungen zu unterstützen. Der **Kapitalzugang** für Start-ups sollte über den Aufbau von Angelnetzwerken und/oder eigener Seed-Fonds gestärkt werden. Die DWNRW-Hubs sollten hierzu künftig einen noch größeren Beitrag leisten und hierfür künftig gezielte Maßnahmen entwickeln (über eigene bzw. assoziierte privat finanzierte Seed-Fonds u./o. den Ausbau regionaler Business-Angel Netzwerke). Unter „**NextLevel Acceleration**“ bündeln sich Empfehlungen zum gemeinsamen Ausbau und Bereitstellung finanzieller Ressourcen für Acceleration-Programme. Im Rahmen eines Peer-Learning-Prozesses sollten die Hubs zunächst Erfolgsfaktoren bei der Durchführung identifizieren und Leitlinien und Ressourcenbedarfe für die Weiterentwicklung ihrer Acceleration-Programme formulieren. Ebenfalls sollte eine mögliche thematische Fokussierung der Programme gemeinsam diskutiert werden (vgl. nachfolgende Empfehlung). Durch weiterentwickelte bzw. ausgebaute Acceleration-Programme entstehende Ressourcenmehrbedarfe sollten entsprechend durch die künftige Förderung berücksichtigt werden. Als ergänzende Option sollte die **thematische Fokussierung (Verticals)** zur Profilschärfung und Arbeitsteilung im Ökosystem geprüft werden.

Aufbauend auf den strategischen Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems mit Bezug zu den DWNRW-Hubs sowie definierten Leitprinzipien zur Weiterentwicklung der Förderung wurden **fünf konkrete Optionen** für eine weitere Unterstützung der DWNRW-Hubs nach 09/2022 erarbeitet. Neben einer Fortschreibung des Status-Quo in zwei Varianten (Option 1 und Option 2) und einer Hybrid-Option (Option 5), wurden hierzu auch zwei Optionen zur Fokussierung der öffentlichen Finanzierung vorgeschlagen (Optionen 3: Fortschreibung der Förderung über eigene Hub-Richtlinie und Option 4: Fokussierung der öffentlichen Finanzierung auf Basis-Leistungen). Alle Optionen bringen Vor- und Nachteile mit sich, die im weiteren politischen Entscheidungsfindungsprozess abgewogen und in der finalen Entscheidung bedacht werden sollten.

Aus gutachterlicher Sicht empfiehlt sich unter Abwägung der formulierten Leitprinzipien ein zweistufiger Förderansatz. In einer ersten Stufe sollte der um Anreize zur Diversifizierung von Erlösquellen gestärkte Status-Quo der Hubs sichergestellt werden, ergänzt um prioritär zu fördernde Leistungen zur strategischen Weiterentwicklung der Hubs (NextLevel-Leistungen). In einem zweiten Schritt könnten dann weitere NextLevel-Leistungen sowie mögliche thematische Fokussierungen im politischen Raum diskutiert und abgewogen werden, um sie dann im Rahmen eines Förderauftrags mit Konzepten zu unterlegen.

1 Aufgabenstellung und Hintergrund

1.1 Hintergrund

Die globale Ökonomie ist im Zuge der Digitalisierung und Neudefinition der Globalisierung von einem tiefgreifenden wirtschaftlichen Strukturwandelprozess geprägt, der ebenfalls einen Einfluss auf die Entwicklungen in Nordrhein-Westfalen hat. In diesem Zusammenhang wirken **digitale Unternehmensgründungen** wie eine Frischzellenkur, die zur Verjüngung der Unternehmenslandschaft und somit zur Anpassung der wirtschaftlichen Struktur an sich wandelnde Rahmenbedingungen führen. Verstärkte Gründungsaktivitäten mit digitalen Geschäftsmodellen und die Sensibilisierung etablierter Unternehmen mit Blick auf die digitale Transformation können als eine Art Transmissionsriemen wirken, um Ideen, Wissen und Technologien in die wirtschaftliche und gesellschaftliche Inwertsetzung zu überführen. Die Förderung und Vernetzung von Start-ups und etablierten Unternehmen ist deshalb ein bedeutendes Instrument um den Transfer von Wissen und Technologie „über Köpfe“ zu stärken und so letztlich Wachstumspotenziale zu erschließen.

Indessen steht die Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen im besonderen Maße vor der **Herausforderung der digitalen Transformation**. Der Innovationsbericht Nordrhein-Westfalen¹ unterstreicht, dass in Nordrhein-Westfalen im Zeitraum 2015 bis 2018 ein relatives Defizit bei Gründungen mit digitalen Geschäftsmodellen und Hightech-Dienstleistung im Vergleich zu traditionellen Gründungen bestand. Damit der Wandel gelingt müssen digitale Start-ups und Unternehmen der Region unterstützt und gefördert werden, um Nordrhein-Westfalen als Digitalstandort zu stärken und eine deutschlandweit und international ausstrahlende Gründungsszene zu etablieren.

In Nordrhein-Westfalen wurden die **Potenziale für die Weiterentwicklung des digitalen Gründungsökosystem** mithilfe der Förderung von Vernetzungen der verschiedenen Akteursgruppen erkannt. Als Teil der Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ (DWRW) sollen die 2016 gegründeten fünf DWRW-Hubs als eine Art ‚Schmelztiegel‘ wirken, in dem digitale Start-ups, etablierte Unternehmen, Wissenschaft und Investierende zusammenkommen. Die Förderung der DWRW-Hubs folgt damit der Idee eines regional differenzierten Förderansatzes, der regionale Akteure einbezieht und das Ökosystem auf diese Weise mobilisiert. Mittlerweile haben sich die DWRW-Hubs zu regionalen Plattformen der digitalen Wirtschaft im Rheinland (Aachen, Bonn, Düsseldorf), dem Münsterland (Münster) und dem Ruhrgebiet (Essen) entwickelt. Während der Fokus der ersten Förderperiode (10/2016 bis 09/2019) auf Fördermaßnahmen zur Stärkung der Potenziale und Sichtbarkeit digitaler Start-ups der Regionen lag, wurde die Förderung der zweiten Förderperiode (10/2019 bis 09/2022) stärker auf etablierte Unternehmen sowie die Entwicklung von Zukunftsstrategien durch die Hubs fokussiert. Durch den Austausch der Industrie mit der digitalen Gründungsszene soll die Vernetzungsdynamik der Akteursgruppen des Gründungsökosystems vorangetrieben und neue Geschäftsmodelle und technische Innovationen in einem frühen Entwicklungsstadium erkannt und weiterentwickelt werden. Bislang sind etwa 1000 Start-ups Teil des Hub-Netzwerkes geworden und mehr als 55.000 Teilnehmer und Teilnehmerinnen haben bereits an Hub-Veranstaltungen teilgenommen.

¹ RWI et al. (2020): Innovationsbericht Nordrhein-Westfalen, online verfügbar unter <https://www.innovationsbericht.nrw/>

1.2 Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund der bestehenden Vereinbarung im aktuellen **Koalitionsvertrag 2017-2022** der Landesregierung und dem Ziel, die bislang geleistete Arbeit und die thematische Ausrichtung der fünf DWNRW-Hubs in den Blick zu nehmen, sollen die Wirkungen der verschiedenen DWNRW-Hubs und ihre Optimierungspotenziale nun für die erste Förderperiode (10/2016 bis 09/2019) sowie Teile der zweiten Förderperiode (10/2019 bis 12/2020) analysiert und evaluiert werden, um Handlungsempfehlungen über die zukünftige Ausgestaltung der Fördermittelvergabe zu geben. Im Mittelpunkt der Evaluation stehen die fünf aktuell geförderten DWNRW-Hubs (Aachen, Bonn, Düsseldorf, Münster, Essen). Der Digital Hub Cologne, welcher mit Ende der ersten Förderperiode im Jahr 2020 nicht weiter Teil der DWNRW-Hubs ist, ist kein zentraler Gegenstand dieser Evaluation.

Entsprechend stehen die folgenden **fünf Zielstellungen** im Mittelpunkt der Evaluation der DWNRW-Hubs:

1. Analyse der Hub-Arbeit auf Grundlage der vorhandenen Kennzahlen, inkl. einer möglichen Optimierung der Kennzahlen.
1. Bewertung der Auswirkungen auf das jeweilige regionale und landesweite Ökosystem durch Befragung relevanter Stakeholder der DWNRW-Hubs, insbesondere Start-ups, Investorinnen und Investoren und etablierte Unternehmen.
2. Einschätzung des Programmerfolges.
3. Bewertung der Strategien der einzelnen Hubs für die Zeit nach der Förderphase, im Sinne der Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle auch über den Förderzeitraum hinaus.
4. Entwicklung umsetzbarer Handlungsempfehlungen für das MWIDE, insbesondere zu Optimierungspotenzialen sowie zur zukünftigen Ausgestaltung einer möglichen Unterstützung durch die Landesregierung Nordrhein-Westfalen.

Der vorliegende Evaluationsbericht liefert zahlreiche Antworten auf diese fünf Fragestellungen, welche im Zeitraum Februar 2021 bis September 2021 auf Basis umfassender empirischer Analysen erarbeitet wurden. Nach Darstellung des Evaluationsdesigns und der Datenbasis für die Bewertungen (Kapitel 2) folgt eine Betrachtung der Ziele und Aktivitäten der DWNRW-Hubs im Zeitfenster 01/2017 bis 12/2020 (Kapitel 3). Kapitel 4 befasst sich mit der Zielerreichung und den Wirkungen der DWNRW-Hubs im Gründungs- und Digitalisierungsökosystem von NRW. Im abschließenden Kapitel 5 werden schließlich die Kernbefunde und strategischen Implikationen sowie spezifische Empfehlungen für eine Weiterentwicklung der DWNRW-Hubs formuliert.

2 Evaluationsdesign und Datenbasis

Im Folgenden werden das zugrunde liegende Evaluationsdesign, das methodische Vorgehen sowie die Datenbasis erläutert. Letztere umfasst neben sekundärstatistischen Daten auch die im Rahmen von qualitativen und quantitativen Erhebungen generierten Primärdaten und deren zentrale strukturelle Charakteristika.

2.1 Evaluationsdesign: Contribution Analysis als konzeptioneller Überbau für einen Mixed-Methods-Ansatz

Die vorliegende Evaluierung folgt dem Konzept eines theoriebasierten Evaluationsdesigns, das sowohl die materiellen als auch immateriellen Wirkungen der DWRW-Hubs untersucht. Grundlage hierfür bildet das methodische Konzept der „Contribution Analysis“ nach Mayne (2011). Die Contribution Analysis – im Deutschen „Beitragsanalyse“ genannt – als spezifische Variante der theoriebasierten Evaluation ist ein Ansatz zur Bewertung kausaler Fragen und zur Ableitung von Kausalität in realen Programmbewertungen. Sie konzentriert sich auf „Kausalzusammenhänge und erklärende Schlussfolgerungen zwischen beobachteten Veränderungen und spezifischen Interventionen.“²

Ein wesentlicher Vorteil der Beitragsanalyse ist die Fähigkeit, komplexe Kausalketten in Teilschritte aufzuteilen, Annahmen und externe Faktoren in einem ganzheitlichen Rahmen (der „Theory of Change“, kurz ToC; deutsch „Wirkungsmodell“) zu verbinden und diese mittels verschiedener Datenquellen und Methoden zu testen. Dadurch kann die Beitragsanalyse

- darstellen, in welches „Kausalpaket“ die analysierte Förderung eingebunden ist (das heißt, welche anderen Förderprogramme oder exogenen Faktoren die beobachteten Wirkungen beeinflussen haben könnten),
- identifizieren, welche Wechselwirkungen zwischen den unterschiedlichen Komponenten im „Kausalpaket“ bestehen,
- feststellen, wie notwendig und/oder ausreichend die Förderung für die beobachteten Wirkungen war und
- beurteilen, wie hoch der wahrscheinliche Beitrag der DWRW-Hubs hierzu war.

Wie durch den letzten Punkt aufgezeigt, wird mittels Beitragsanalyse untersucht, ob die DWRW-Hubs einen Beitrag zur Erreichung der geplanten Ziele und Wirkungen geleistet haben. Darüber hinaus wird bewertet, inwiefern die Förderung der DWRW-Hubs einen Einfluss auf die identifizierten Wirkungen hat.

² Mayne, John (2011): Contribution analysis: addressing cause and effect, in: Robert Schwartz, Kim Forss, Mita Marra (Hrsg.): Evaluating the Complex. New Brunswick, S. 53–96.

Das Wirkungsmodell als konzeptionelle Grundlage der Evaluation

Ein zentraler Bestandteil der Beitragsanalyse sind die sog. „Theories of Change“ bzw. „**Wirkungsmodelle**“, welche eine umfassendere Form der Interventionslogik darstellen. Der Evaluationsforscher Frans Leeuw (2012) definiert eine Theory of Change wie folgt:

„Die Theory of Change ist ein Untersuchungsrahmen, welcher die Annahmen umfasst, die einerseits beschreiben, welche Schritte zum langfristigen Programmziel führen und andererseits, wie die einzelnen Schritte zwischen den Politik- oder Programmaktivitäten und den Outcomes miteinander verknüpft sind.“³

Eine Theory of Change bzw. ein **Wirkungsmodell** erklärt, wie Aktivitäten verstanden werden, um eine Reihe von Ergebnissen zu erzielen, die zur Erreichung der endgültigen beabsichtigten Auswirkungen beitragen. Es kann für jede Interventionsebene auf der Makro-, Meso- oder Mikroebene entwickelt werden, beispielsweise für ein Projekt, ein Programm, eine Politik, eine Strategie oder eine Organisation. Im Allgemeinen werden bei der Konzeption eines Wirkungsmodells die Fachferate und ggf. weitere bei der Implementierung beteiligte Expertinnen und Experten konsultiert, um zu erläutern, auf welche Weise die Zuweisung von Mitteln zu den beabsichtigten Ergebnissen führen soll (die erwartete Änderung). Darüber hinaus muss ein Wirkungsmodell den wirtschaftlichen und politischen Kontext des Programms ebenso berücksichtigen wie externe Einflussfaktoren sozialer, kultureller oder institutioneller Art, welche die zu den Ergebnissen führenden Mechanismen beeinflussen können. Zudem müssen mögliche inhärente Risikofaktoren im Wirkungsmodell abgebildet sein. Diese Änderungstheorie sollte zu einer logischen und nachvollziehbaren Kausalverbindung zwischen den Aktivitäten des Programms und den angestrebten Ergebnissen führen. Anders formuliert: Ein gutes Wirkungsmodell muss plausibel, erreichbar und überprüfbar sein.⁴

Nach unserer Konzeption umfasst ein Wirkungsmodell folgende zentralen Elemente:

- **Inputs:** Finanzielle oder nicht-finanzielle Unterstützung der DWRW-Hubs
- **Aktivitäten:** Unterschiedliche Typen von Aktivitäten, die durch DWRW-Hubs umgesetzt werden
- **Intendierte Outputs:** Outputs, die direkt durch die Aktivitäten erzeugt werden – von durchgeführten Events und Workshops bis hin zu gematchten Marktakteurinnen und -aktoren
- **Direkte und intermediäre Effekte:** Sie beschreiben üblicherweise die Effekte, die kurz- bis langfristig über die Projekte generiert werden (z. B. über vernetzte Akteurinnen und Akteure bis hin zu neuen Kooperationsbeziehungen).
- **Impact (langfristige Zielsetzungen):** Die intendierten Veränderungen umfassen die spezifischen Ziele, die die DWRW-Hubs verfolgen.
- **Externe Faktoren:** Faktoren und Umstände, die nicht Teil der Kausalkette der DWRW-Hub-Förderung im engeren Sinne sind, aber einen erheblichen Einfluss auf die Erreichung der beabsichtigten Veränderungen haben. Dies sind:
 - **Externe Einflussfaktoren:** Faktoren, die zusätzlich zu den DWRW-Hubs Bestandteile des „Kausalkpakets“ der Projektumsetzung sind (z. B. die Qualität des Gründungsökosystems, Fähigkeiten und Skills von Gründerinnen und Gründern etc.)

³ Leeuw, F. L. (2012): Linking theory-based evaluation and contribution analysis: Three problems and a few solutions, in: Evaluation, 18(3), S. 348–363: “[A theory of change is a framework] to describe the set of assumptions that explain both the mini-steps that lead to the long-term goal and the connections between policy or programme activities and outcomes that occur at each step of the way.”

⁴ Ebd.

- **Zentrale Annahmen:** Faktoren, die von den Entscheidungsträgern als gegeben angesehen werden und die es der Theorie ermöglichen, ihre Wirkung zu entfalten (z. B. dass geförderte Gründungen mindestens genauso erfolgreich am Markt sind wie nicht geförderte)
- **Andere Trends:** Dazu zählt z. B. das allgemeine makroökonomische Umfeld.

Die **Kausalitätszusammenhänge** zwischen den einzelnen Schritten werden innerhalb des Wirkungsmodells durch drei Arten von Kausalbeziehungen dargestellt:

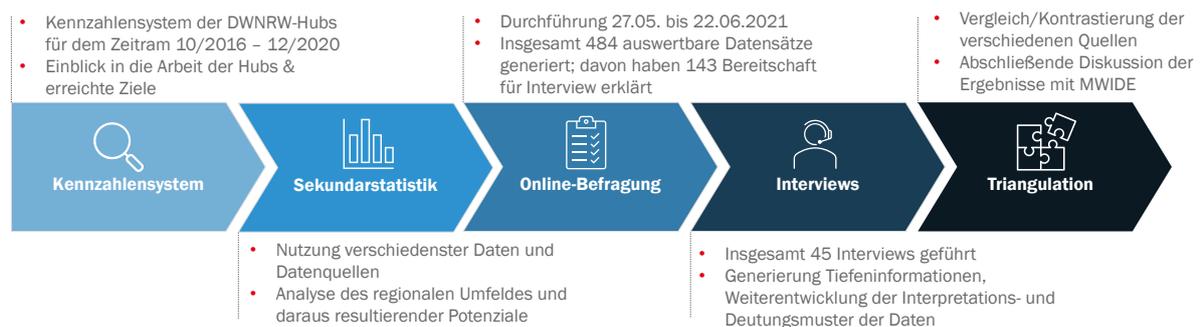
1. **„Ursache“:** A ist eine der Hauptursachen für B („Must-have“).
2. **„Bedingung“:** A ist eine notwendige Bedingung für B, aber nicht seine Hauptursache (fehlt A, kann B nicht zustande kommen).
3. **„Unterstützender Faktor“:** A trägt zu B bei, ist aber weder seine Ursache noch seine Bedingung („nice to have“).

Die Kausalzusammenhänge können in einem ersten Schritt auf einer persönlichen Einschätzung basieren. Die tatsächlichen Zusammenhänge werden mittels Befragungen sowie der Interviews ermittelt und wenn nötig angepasst.

2.2 Zentrale Datenquellen und methodisches Vorgehen

In diesem Teilkapitel werden die zentralen Datenquellen und das methodische Vorgehen der Evaluation erläutert. Die zentralen Datenquellen umfassen neben Sekundärstatistik und Monitoringdaten bzw. Kennzahlen auch quantitative und qualitative Erhebungen. Nachstehende Abbildung zeigt eine Übersicht über die Datenquellen der Evaluation.

Abbildung 3: Übersicht über die Datenquellen der Evaluation



Quelle: Prognos AG (2021).

Kennzahlensystem der DWRW-Hubs (Monitoringdaten)

Das Kennzahlensystem der DWRW-Hub wurde mit Beginn der Förderung etabliert. Es enthält Informationen zu Aktivitäten (z. B. Anzahl Veranstaltungen), Outputs (z. B. Anzahl Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei eigenen Veranstaltungen) sowie zu direkten Effekten (z. B. erfolgreiche Unterstützung von Start-ups bei Förderung und Finanzierung). In Summe umfasst das System

neun übergeordnete Indikatoren, die wiederum durch 93 weitere Sub-Indikatoren aufgegliedert werden. Die Daten basieren auf Selbstauskünften der Hubs; diese sind verpflichtet, die Daten in regelmäßigen zeitlichen Abständen an den Projektträger Jülich zu übermitteln. In der Vergangenheit wurde dieses System im Austausch zwischen dem MWIDE, den Hubs sowie dem Projektträger Jülich weiterentwickelt. Im Laufe der Analysen und der verschiedenen Gespräche hat sich gleichwohl bei der Interpretation insbesondere einzelner Kennzahlen eine gewisse Heterogenität zwischen den DWNRW-Hubs gezeigt.⁵

Dem Evaluationsteam wurden Daten für die Zeiträume 01.10.2016 bis 30.09.2019 sowie vom 01.01.2020 bis zum 31.12.2020 zur Verfügung gestellt. Für die Auswertung dieser Kennzahlen im Rahmen dieser Evaluation wurden die Kennzahlen der verschiedenen DWNRW-Hubs in einer zentralen Datenbank dem jeweiligen DWNRW-Hub und Zeitraum zugeordnet, aufbereitet und zusammengeführt. In den in Kapitel 3 nachfolgenden Analysen des Kennzahlensystems werden überwiegend die für den Zeitraum 2016 bis 2020 aggregierten Kennzahlen betrachtet (beispielsweise zur Anzahl organisierter Events oder durchgeführter Beratungsgespräche). Ausgenommen davon bleiben Kennzahlen, bei denen es durch eine Aggregation zu Doppelzählungen kommen würde. In diesen Fällen wurden die aktuellsten Kennzahlen (für das Jahr 2020) verwendet. Beispielsweise im Falle von Flächenangaben (wie etwa Eventflächen) oder der Angaben zur Netzwerkgröße wurde zur Vermeidung von Doppelzählungen auf Kennzahlen des Jahres 2020 zurückgegriffen.

Sekundärstatistische Daten zur Analyse der Leistungsfähigkeit der regionalen Gründungsökosysteme

Die Analyse sekundärstatistischer Daten dient einer kompakten Einordnung der Leistungsfähigkeit der regionalen Gründungsökosysteme, in welche die Hubs eingebettet sind. Damit einher ging in einem ersten Schritt die Definition regionaler Wirkungsradien; die DWNRW-Hubs entfalten ihre Wirkung nicht nur an ihrem jeweiligen Standort im engeren geografischen Sinne, sondern auch darüber hinaus. Dies wird auch in den Trägerstrukturen deutlich. Dabei wurde zwischen den folgenden drei Wirkungsradien unterschieden:

- **Hub-Standort:** Dieser Radius bildet den physischen Standort des Hubs und die zugehörige Stadt ab.
- **Engerer Wirkungsradius:** Dieser Radius umfasst Kreise/Städte, welche über öffentliche Akteurinnen und Akteure wie Wirtschaftsförderungen/Industrie- und Handelskammern (IHKs) oder Kommunen im Konsortium der Hubs direkt vertreten sind.
- **Erweiterter Wirkungsradius:** Dieser Radius umfasst solche Kreise und Städte, die beispielsweise durch Kooperationen mit einem DWNRW-Hub verbunden sind. Hier gibt es vereinzelt Überschneidungen zwischen den Hubs.⁶

In einem ersten Entwurf wurden diese Wirkungsradien basierend auf der Zusammensetzung Trägerschaft (z. B. Vereinsmitglieder, Beiräte etc.) erstellt und dann in enger Abstimmung mit dem MWIDE und den Hubs abgesteckt. Eine Übersicht über die jeweiligen Wirkungsradien bieten die Abbildung 14 sowie Tabelle 8 im Anhang mit einer detaillierten Regionsaufschlüsselung.

Aufbauend auf dieser Definition der Regionalkulisse wurde ein Indikatorenset für eine kompakte Analyse definiert. Den konzeptionellen Ausgangspunkt hierfür bildete Isenbergs Ökosystemmodell

⁵ Hierbei handelt es sich insbesondere um prozessual komplexere Zusammenhänge, die abgebildet werden. So wurde deutlich, dass z. B. bei der Anzahl der angebahnten Finanzierungen unterschiedliche Interpretationen vorliegen.

⁶ Dies zeigt etwa das Beispiel Duisburg: Die IHK (mit den Kreisen Wesel, Kleve etc.) ist als Kooperationspartnerin beim Düsseldorfer Hub engagiert, die Wirtschaftsförderung Duisburg hingegen beim Ruhr:HUB als Konsortialpartnerin.

(siehe unten); für die sekundärstatistischen Analysen wurden gut quantifizierbare Elemente einbezogen und eher qualitative Aspekte über Desk Research abgedeckt (z. B. Netzwerke und Gründungsinfrastruktur).⁷ Für den geplanten pragmatischen und schlanken Analyseansatz wurden insgesamt folgende acht Indikatoren ausgewählt:

- Anteil Hochqualifizierter
- Anteil der Beschäftigten in Zukunftsfeldern
- Anteil digitaler Impulsgeberinnen und -geber
- Anteil der Beschäftigten in Forschung- und Entwicklung (FuE)
- Patentintensität
- Anteil digitaler Patente
- Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen
- Gründungsintensität im High-Tech-Sektor

Um eine akkurate Analyse des regionalen Umfeldes durchzuführen, wurden die genutzten Daten normiert und mit den Landesdurchschnittswerten NRWs gebenchmarkt. Die vorliegenden Datenquellen sind auf deutsche Regionen fokussiert. Grenzüberschreitende Interaktionen und Verflechtungen wurden dementsprechend über andere Zugänge betrachtet (z. B. Interviews).

Online-Befragung und Interviews mit den zentralen Zielgruppen der DWRW-Hubs

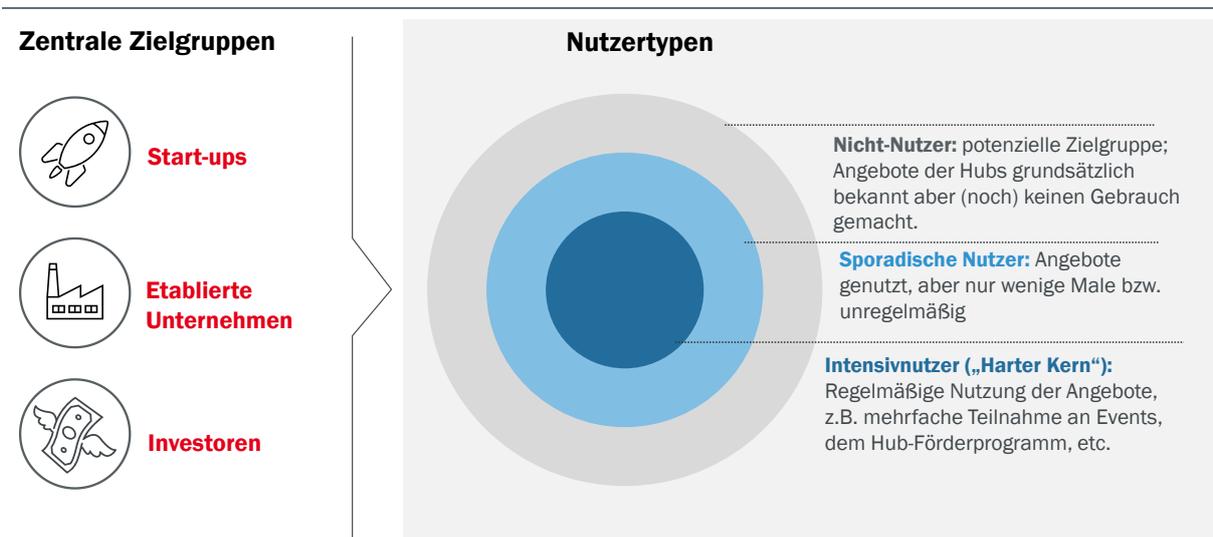
Neben dem Kennzahlensystem der DWRW-Hubs und den sekundärstatistischen Daten bilden eine Online-Befragung sowie Interviews zentrale Bausteine der Evaluation. Nachfolgend wird insbesondere der Mobilisierungsprozess der Online-Befragung und die Auswahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern für die Interviews dargestellt.

Die Mobilisierung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatte zum Ziel, neben den zentralen Zielgruppen der DWRW Hubs – Start-ups, etablierte Unternehmen und Investorinnen sowie Investoren – auch unterschiedliche Nutzertypen abzubilden. Diese Nutzertypen finden sich in jeder dieser Zielgruppen wieder; deren Befragung birgt unterschiedliche analytische Mehrwerte für die Evaluation, die es zu heben galt (siehe Abbildung 4). Insgesamt lassen sich drei verschiedene Nutzertypen identifizieren:

- Nicht-Nutzer sind solche Nutzertypen, die grundsätzlich in die Zielgruppe der Hubs fallen, bislang aber noch keine Angebote der DWRW-Hubs in Anspruch genommen haben. Dieser Nutzertyp gibt potenziell wichtige Hinweise nicht gedeckter Bedarfe und Verbesserungspotenziale in der Zielgruppenansprache.
- Die Nutzer der DWRW-Hubs lassen sich wiederum in zwei Gruppen einteilen: sporadische Nutzer, die selten bzw. unregelmäßig die Angebote nutzen und Intensivnutzer, die regelmäßig die Angebote der Hubs in Anspruch nehmen. Über diese Nutzertypen werden Beurteilungen der aus der Angebotsnutzung resultierenden Mehrwerte sowie Verbesserungsvorschläge erhoben. Zudem tragen die beiden Nutzertypen zur Einschätzung der Wirkung der Hubs auf das Start-up-Ökosystem bei.

⁷ Isenberg, Daniel J. (2010): How to Start an Entrepreneurial Revolution, in: Harvard Business Review, June 2010.

Abbildung 4: Übersicht der Zielgruppen und verschiedenen Nutzertypen der DWRW-Hubs



Quelle: Prognos AG (2021).

Die verschiedenen Zielgruppen und Nutzertypen der DWRW-Hubs wurden zur Mobilisierung für die Online-Befragung über zwei komplementäre Verteiler und Mobilisierungsprozesse angesprochen. Einerseits wurde über eine indirekte Ansprache der Hub-Zielgruppen die Online-Befragung über die DWRW-Hubs selbst sowie weitere Multiplikatoren verbreitet. Letztere wurden per Desk Research identifiziert und umfassen vor allem Hochschulen, IHKs sowie Wirtschaftsförderungen. Die Verbreitung der Befragung erfolgte dabei über Social-Media-Kanäle (wie beispielsweise Twitter oder LinkedIn) und bestehende E-Mail-Verteiler der Multiplikatoren. Andererseits wurden Start-ups in NRW direkt angesprochen, um auf diese Weise insbesondere Nicht-Nutzer zu erreichen. Start-ups wurden über zwei verschiedene Datenquellen identifiziert und kontaktiert, zum einen über Daten des Anbieters startupdetector, zum anderen über die Datenbank startup.nrw⁸. Durch diesen Mobilisierungsprozess konnten für die zwischen dem 27.05 und dem 22.06.2021 durchgeführte Online-Befragung insgesamt 484 auswertbare Datensätze generiert werden.

i

startupdetector – Alle NRW-Start-ups in einer Datenbank

Der startupdetector bietet eine deutschlandweit einzigartige Datenbank. Diese erlaubt es, alle gegründeten Start-ups in ganz Deutschland in einem beliebigen geografischen Zuschnitt stets am aktuellsten zeitlichen Rand zu identifizieren. Dies erfolgt in einem zweistufigen Prozess: Zuerst analysiert ein eigens entwickelter Algorithmus wöchentlich in das deutschlandweite Handelsregister eingetragene Firmen und bewertet diese anhand festgelegter Kriterien (Alter, Innovativität des Geschäftsmodells, des Produkts oder der angebotenen Dienstleistung sowie das Wachstumspotenzial). Im nächsten Schritt erfolgt eine individuelle Überprüfung der durch den Algorithmus ausgewählten



⁸ Siehe auch: <https://startups.nrw/> (letzter Zugriff am 17.08.2021)

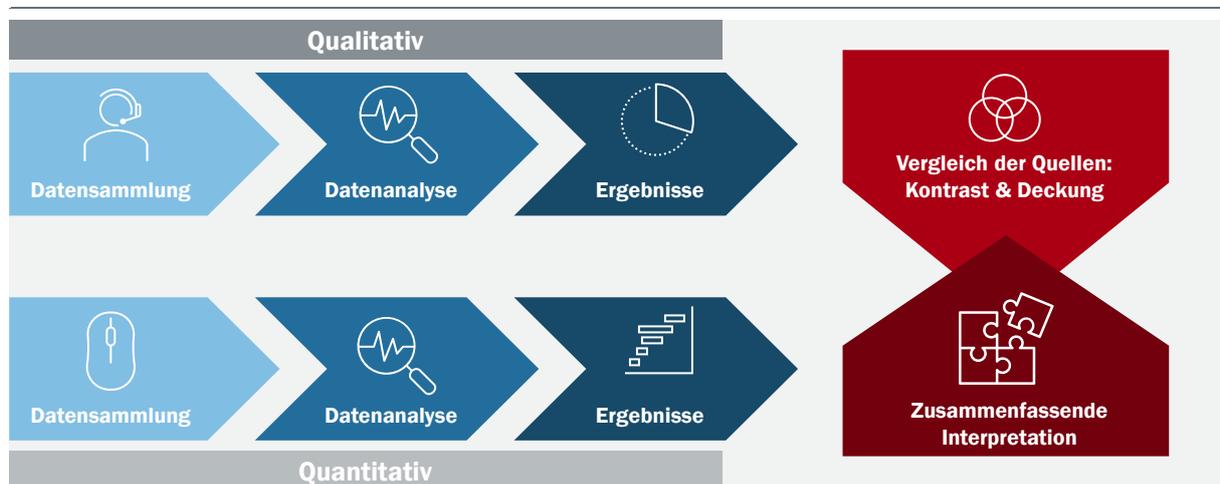
Unternehmen. Insgesamt bietet startupdetector eine gleichermaßen aktuelle wie umfassende Start-up-Datenbank, die entscheidende Vorteile gegenüber vergleichbaren Start-up-Datenbanken bietet.

Zur Generierung von Tiefeninformation und zur Weiterentwicklung der Interpretationsmuster der in der Online-Umfrage generierten Daten wurden eine Reihe von teilstandardisierten Interviews mit verschiedenen Stakeholdern der Hubs sowie den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern der DWRW-Hubs selbst geführt. Die Interviewpartnerinnen und -partner wurden einerseits gemeinsam mit dem MWIDE und den DWRW-Hubs identifiziert, andererseits aber auch durch die Online-Umfrage, in der Teilnehmende ihre Bereitschaft zur Teilnahme an vertiefenden Interviews signalisieren konnten. Insgesamt wurden 45 Interviews geführt. Eine Übersicht über die relevanten Strukturmerkmale des generierten Samples zeigt Tabelle 9 im Anhang.

Triangulation der Datenquellen

Den abschließenden Baustein dieser Evaluation der DWRW-Hub bildet die Triangulation. Dabei werden die verschiedenen und zuvor vorgestellten Datenquellen und Evaluationsbausteine zusammengeführt und gegenübergestellt. Dies ist schematisch in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 5: Schematische Übersicht über den Triangulationsprozess



Prognos AG (2021).

2.3 Empirische Basis der Evaluation und Analyse der Grundgesamtheit der Befragung

Die Evaluation der DWRW-Hubs stützt sich auf eine breite empirische Basis. Zum einen wurden insgesamt 45 Interviews mit verschiedenen Akteuren geführt. Hierzu zählen neben den zentralen

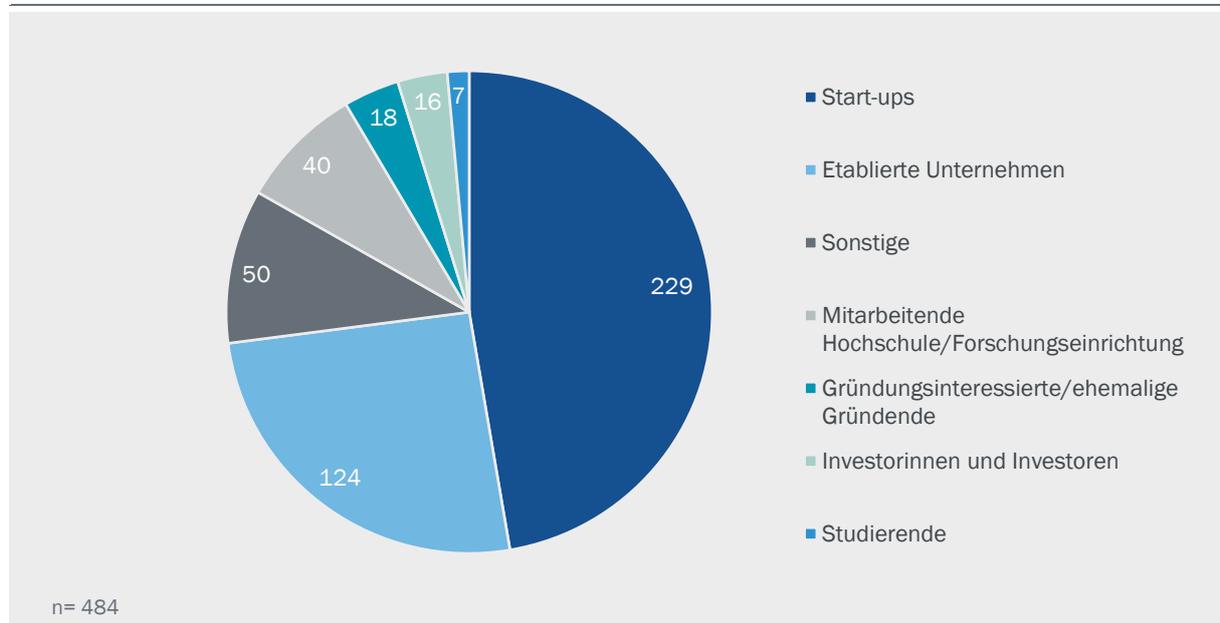
Zielgruppen der Hubs auch deren Geschäftsführende. Bei den Zielgruppen wurden ferner sporadische, intensive und Nicht-Nutzer interviewt. Eine Übersicht über die Interviews zeigt Tabelle 9 im Anhang.

Zum anderen wurde durch die Online-Befragung der Hub-Zielgruppen ein Rücklauf von insgesamt 484 Teilnehmenden auswertbare Datensätze generiert. Im Folgenden wird dieser Rücklauf in die zentralen Zielgruppen der DWNRW-Hubs aufgegliedert und die zentralen strukturellen Merkmale der Umfrageteilnehmenden detailliert analysiert.

Rücklauf aus den zentralen Zielgruppen der Hubs

Bedingt durch die heterogene Zusammensetzung der Zielgruppen wurden die Befragten zunächst gebeten, sich bzw. ihre Organisation zu charakterisieren. Dieser Schritt ermöglicht eine zielgerichtete und differenzierte Auswertung der Angaben der Befragten. Abbildung 6 zeigt den in der Online-Befragung generierten Rücklauf nach Teilnehmertypen. Hier zeigt sich, dass Start-ups mit 229 und etablierte Unternehmen mit 124 Befragten fast drei Viertel aller Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer ausmachen. Neben diesen Teilnehmertypen lassen sich noch eine Reihe weiterer Teilnehmertypen identifizieren, wie etwa Mitarbeitende von Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen, Gründungsinteressierte und Studierende. Zur Reduktion dieser Komplexität an Teilnehmertypen wurden diese Teilnehmertypen teilweise auf Basis der jeweiligen Nutzungsmotive neu gruppiert. Dieser Prozess wird nachfolgend detailliert beschrieben und der Rücklauf nach zusammengefassten Teilnehmertypen analysiert.

Abbildung 6: Übersicht über den Rücklauf der Online-Befragung Teilnehmertypen

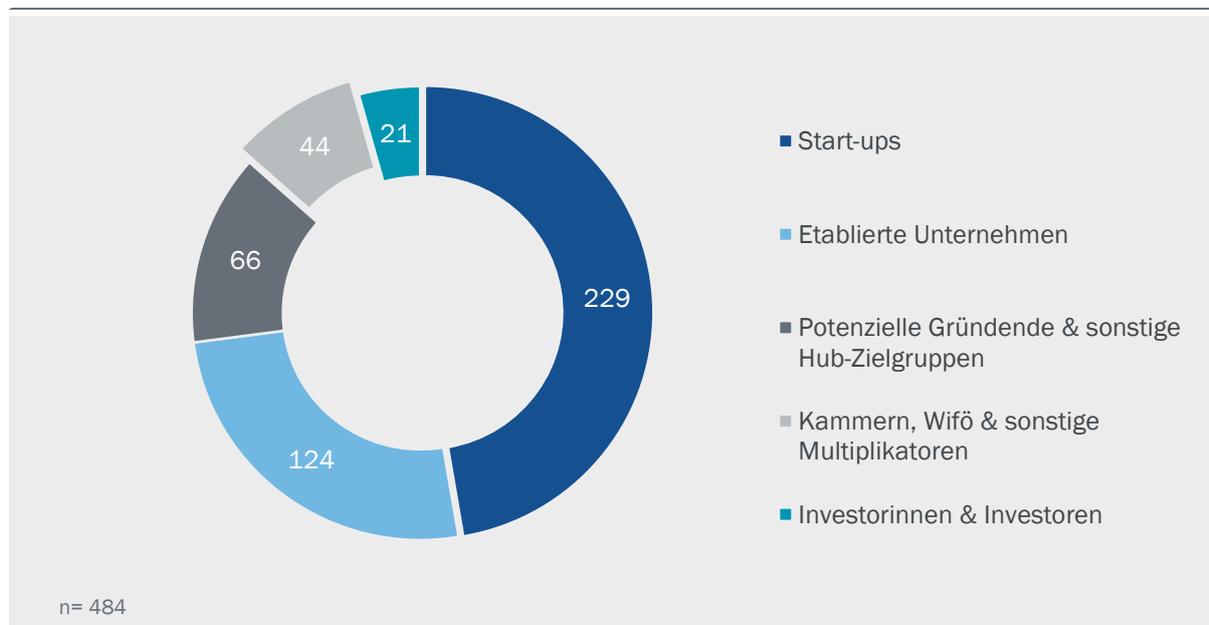


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Im Rahmen der Zusammenfassung der Teilnehmertypen wurden die Studierenden, Mitarbeitende von Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie Gründungsinteressierte / ehemalige Gründerinnen und Gründer aufgrund ihrer inhaltlichen Nähe und Bedarfe als potenzielle Gründende und sonstige Hub-Zielgruppen aggregiert. Da sich unter den sonstigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viele Akteurinnen und Akteure wie IHKs und Wirtschaftsförderungsgesellschaften eindeutig identifizieren ließen, wurden diese Teilnehmenden unter Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren zusammengefasst.

Abbildung 7 zeigt den so entstandenen Rücklauf der Online-Befragung nach Teilnehmertyp. Hier wird deutlich, dass 230 von 484 Teilnehmerinnen und Teilnehmern Start-ups sind und damit fast die Hälfte, der mit der Online-Befragung erreichten Teilnehmenden ausmachen. Mit 124 Unternehmen stellt dieser Teilnehmertyp einen Anteil von etwa 25 Prozent, gefolgt von den potenziellen Gründerinnen und Gründern und sonstigen Hub-Zielgruppen mit 66 Teilnehmerinnen und Teilnehmern (dies entspricht einem Anteil von circa 15 Prozent). Insgesamt haben 21 Investorinnen und Investoren an der Online-Umfrage teilgenommen. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren stellen mit einem Anteil von unter zehn Prozent 44 der Umfrageteilnehmenden. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass in den folgenden Analysen zur Bewertung der DWRW-Hubs dieser Teilnehmertyp teilweise herausgerechnet wurde, da Multiplikatoren oftmals in der Organisation der DWRW-Hubs involviert sind und dabei ein positiver Bias in der Online-Befragung vorliegt. Dieser Gedanke wurde durch Analysen untermauert, in denen die Bewertung dieses Teilnehmertyps (etwa zu den Beiträgen der Hubs zum Start-up-Ökosystem) auffällig überdurchschnittlich waren. In den weiteren Analysen wird klar gekennzeichnet, wenn dieser Teilnehmertyp bei den jeweiligen Auswertungen nicht berücksichtigt wurde.

Abbildung 7: Übersicht über den Rücklauf der Online-Befragung nach zusammengefassten Teilnehmertypen

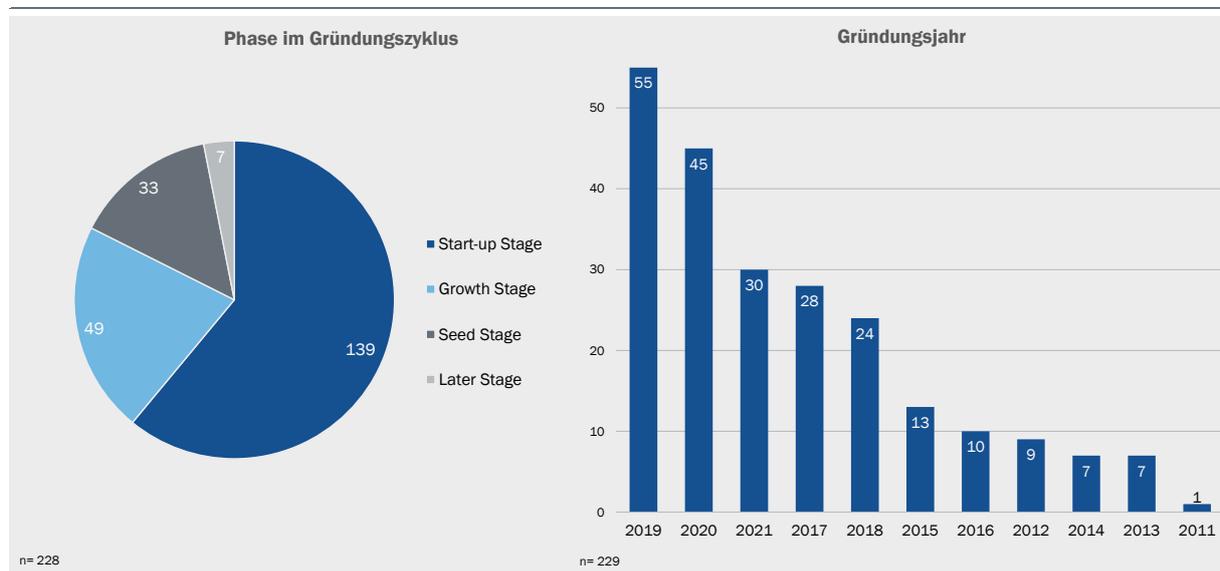


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.
 Anmerkung: Start-ups umfasst bereits gegründete Unternehmen, die jünger als zehn Jahre sind. Etablierte Unternehmen umfasst mehr als zehn Jahre alte Unternehmen.

Betrachtung zentraler struktureller Merkmale der Zielgruppen

Darüber hinaus wurden die verschiedenen Zielgruppen um Angabe tiefergehender Strukturinformationen gebeten. Nachstehende Abbildung 7 zeigt die teilnehmenden Start-ups differenziert nach Gründungsjahr und Entwicklungsphase. Rund 60 Prozent bzw. 139 Start-ups verorten sich in der Start-up Stage, 20 Prozent bzw. 49 Start-ups in der Growth Stage. Weiterhin ordnen sich 33 der Start-ups der Seed Stage und sieben der befragten Start-ups in der Later Stage zu. Insgesamt zeigt sich also, dass sich rund drei Viertel der befragten Start-ups in einer eher frühen Entwicklungsphase befinden.

Abbildung 8: Start-ups in der Online-Befragung nach zentralen Strukturmerkmalen (Gründungsphase und -jahr)

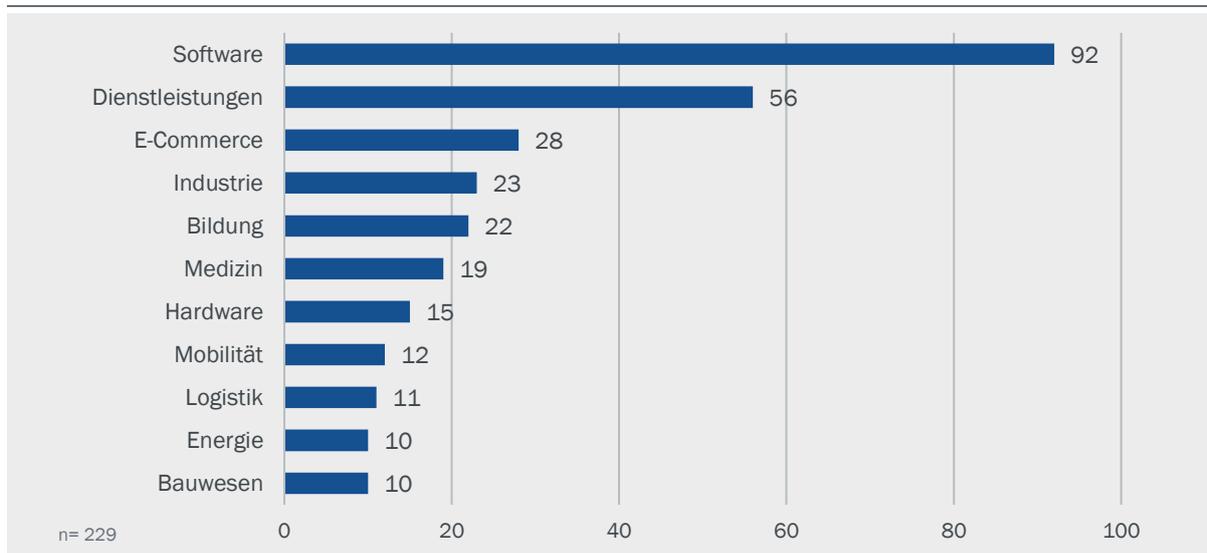


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Dieses Ergebnis zeigt sich auch in der Untersuchung der befragten Start-ups nach Gründungsjahr. Knapp über die Hälfte dieser Start-ups wurden seit 2019 gegründet, etwa 30 Prozent zwischen 2015 und 2018. Nur zehn Prozent der befragten Start-ups wurden vor 2015 gegründet. In Bezug auf die Branchen, in denen die befragten Start-ups aktiv sind, lässt sich ein starker Fokus auf Software, Dienstleistungen und E-Commerce feststellen (siehe Abbildung 9). Weitere wichtige Branchen bilden Industrie, Bildung und Medizin. Diese Branchenschwerpunkte lassen sich auch grundsätzlich unter den Start-up-Gründungen in NRW im Jahr 2020 wiederfinden.⁹ Im Jahr 2020 erfolgten die meisten Start-up-Gründungen in den Branchen Software, E-Commerce und Medizin. Weitere Branchenschwerpunkte bei diesen Start-up-Gründungen im Jahr 2020 bilden Lebensmittel und Industrie. Von den 229 der im Rahmen dieser Evaluation befragten Start-ups verfolgen rund 90 Prozent – die überwiegende Mehrheit – zudem ein digitales Geschäftsmodell.

⁹ Siehe startupdetector (2021): NRW Start-up-Report 2020, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.

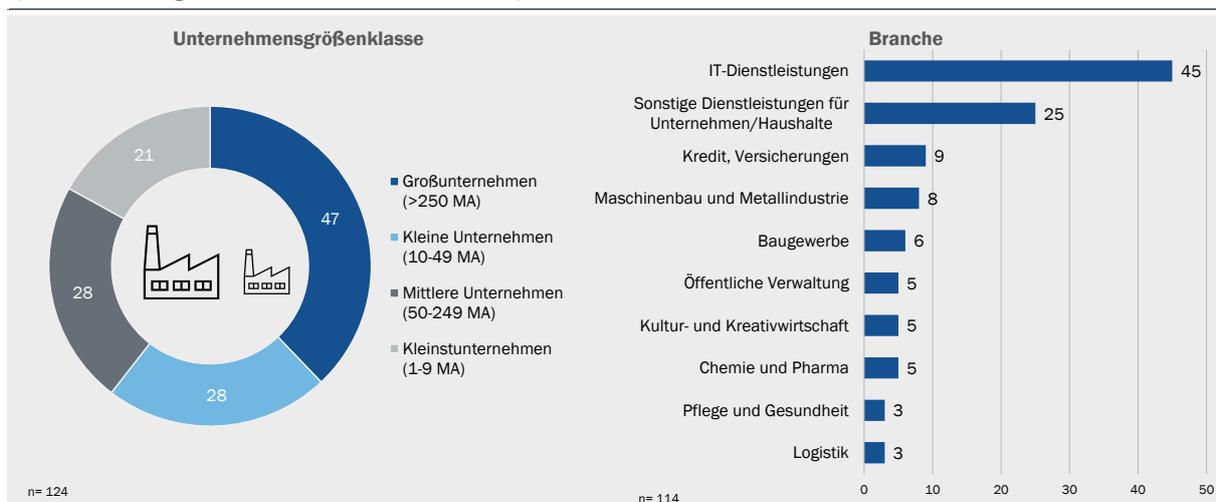
Abbildung 9: Branchenschwerpunkte der befragten Start-ups (Top 10)



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.
Anmerkung: Die Start-ups konnten zwei Branchenschwerpunkte auswählen.

Aufseiten der etablierten Unternehmen zeigt sich, dass mit 124 Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine Vielzahl an Unternehmen mit verschiedenen Hintergründen an der Online-Umfrage teilgenommen hat (Abbildung 10). Insgesamt sind fast 40 Prozent davon Großunternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten, gefolgt von kleinen Unternehmen (mit zehn bis 49 Beschäftigten) und mittlere Unternehmen (50 bis 249 Beschäftigte) mit je einem Anteil von knapp über 20 Prozent. Kleinstunternehmen mit weniger als neun Beschäftigten machen mit 21 Befragten etwa 15 Prozent der Unternehmen aus.

Abbildung 10: Etablierte Unternehmen in der Online-Befragung nach zentralen Strukturmerkmalen (Unternehmensgrößenklasse und Branchenfokus)

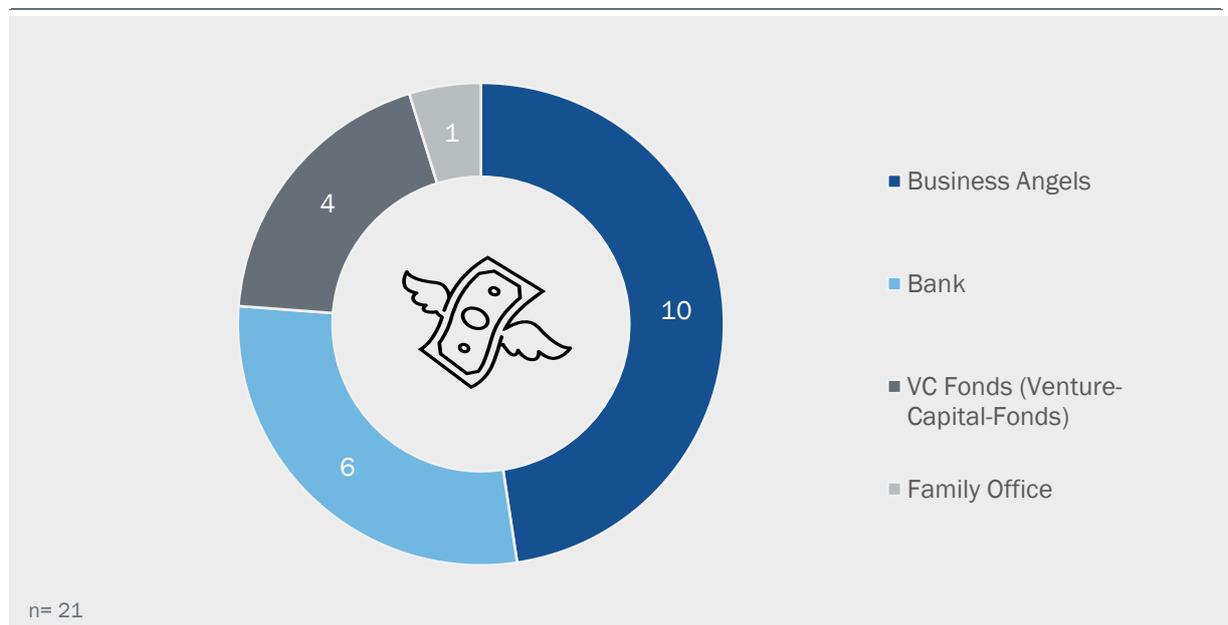


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.
Anmerkung: MA= Mitarbeitende. Es werden nur die Top 10 der Branchen gezeigt.

Die meisten der befragten etablierten Unternehmen haben ihren Branchenfokus im Bereich der IT-Dienstleistungen (etwa 35 Prozent der etablierten Unternehmen) und sonstigen Dienstleistungen für Unternehmen und Haushalte (20 Prozent der etablierten Unternehmen). Daneben zeigt sich eine recht große Streuung der Branchen, die von Versicherungen über Maschinenbau bis hin zu Chemie und Pharma reicht.

Darüber hinaus machen unter den Investorinnen und Investoren, die an der Online-Umfrage teilgenommen haben, Business Angels rund die Hälfte der 21 Investorinnen und Investoren aus, gefolgt von Banken mit sechs Befragten. Venture-Capital-Fonds und Family Offices machen vier bzw. einen der Befragten aus.

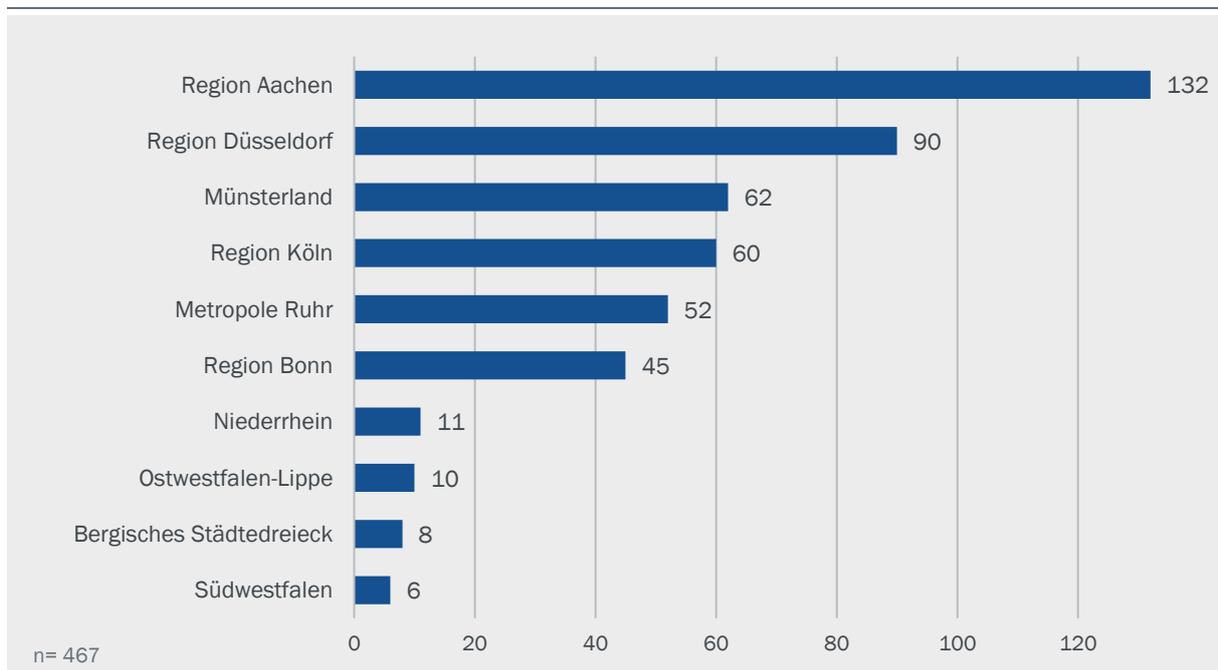
Abbildung 11: Investorinnen und Investoren in der Online-Befragung nach Typ



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Die tiefere Analyse der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Online-Umfrage nach dem Mittelpunkt ihrer beruflich-wirtschaftlichen Aktivität geht aus Abbildung 12 hervor. Hier zeigt sich, dass Umfrageteilnehmende aus allen Regionen Nordrhein-Westfalens in der Online-Befragung vertreten sind. Von diesen Umfrageteilnehmenden sind mit 132 Befragten rund 30 Prozent in der Region Aachen beheimatet. Mit etwas Abstand folgt die Region Düsseldorf mit 90 Befragten und einem Anteil von rund 20 Prozent. Weitere wichtige Regionen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind das Münsterland und die Region Köln mit jeweils rund 60 Befragten. Als Hub-Regionen kommen 52 bzw. 45 Befragte aus der Metropole Ruhr und der Region Bonn. Darüber hinaus kommen vereinzelt Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Online-Umfrage aus Regionen, in denen gegenwärtig kein DWRW-Hub aktiv ist, wie beispielsweise aus Ostwestfalen-Lippe und Südwestfalen.

Abbildung 12: Befragungsteilnehmende nach Mittelpunkt ihrer beruflich-wirtschaftlichen Aktivitäten



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

3 Organisation, regionaler Kontext und Aktivitäten der DWNRW-Hubs

Die DWNRW-Hubs bilden das zentrale Element der Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen. In diesem Kapitel wird eingangs die Genese der Hubs kursorisch beschrieben. Anschließend wird das Wirkungsmodell der Hub-Förderung erläutert, welches die zentrale konzeptionelle Grundlage der Evaluation bildet (vgl. Kap. 2.1). Darauf baut im Abschnitt 3.2 eine Analyse der Organisation der Hubs, ihrer jeweiligen regionalen Kontexte sowie der durchgeführten Aktivitäten und Outputs auf.

3.1 Genese der DWNRW-Hubs, erwartete Wirkungen und Einordnung der Hub-Förderung in die Förderkulisse

3.1.1 Weg zur Etablierung der DWNRW-Hubs

Die vom Land Nordrhein-Westfalen ins Leben gerufene Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ verfolgt vielfältige Ziele:¹⁰ Einerseits sollen digitale Gründungen unterstützt und deren Anzahl erhöht als auch eine Gründerszene etabliert werden, die national wie international hervorsteicht. Zum anderen soll die Vernetzung von etablierten Unternehmen mit (digitalen) Gründerinnen und Gründern gefördert werden, um beispielsweise durch die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder die wirtschaftliche Schlagkraft des Landes Nordrhein-Westfalens zu erhöhen. Innerhalb dieser Initiative lassen sich, neben dem zentralen Baustein DWNRW-Hubs als regionale Plattformen für die digitale Wirtschaft, vier weitere Maßnahmen identifizieren. Beispielhaft zu nennen sind der Beirat Digitale Wirtschaft NRW, der das MWIDE mitunter strategisch berät, sowie das Programm zur Skalierung von Start-ups.

Die Etablierung der DWNRW-Hubs erfolgte 2016 auf Basis eines Förderaufrufes¹¹ mit einem landesweiten Wettbewerbsverfahren. Die Auswahl der Förderanträge orientierte sich an im Vorfeld definierten gewichteten Bewertungskriterien, wie beispielsweise die Qualität des Antragskonsortiums und des Leistungsangebotes. Zudem wurden die Förderanträge durch ein Gremium bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der NRW.Bank, von Verbänden, Unternehmen und der Wissenschaft begutachtet. Als Ergebnis dieses Prozesses wurden insgesamt sechs DWNRW-Hubs ausgewählt. In der aktuellen zweiten Förderperiode werden gegenwärtig fünf Hubs an verschiedenen Standorten und Wirtschaftsregionen Nordrhein-Westfalens gefördert. Diese fünf DWNRW-Hubs befinden sich im Rheinland (Aachen, Bonn und Düsseldorf), im Münsterland (Münster) und im Ruhrgebiet (physischer Standort Essen). Der Digital Hub Cologne wird seit dem Ende der ersten Förderperiode nicht mehr gefördert und arbeitet nun eigenfinanziert in enger Anbindung mit den DWNRW-Hubs zusammen.¹² Die durch Landesmittel geförderten DWNRW-Hubs gingen im September 2016 an den Start und sollen insbesondere digitale Start-ups unterstützen und impulsgebend für die Digitalisierung in etablierten Unternehmen fungieren. Daneben soll durch eine

¹⁰ Siehe auch: <https://www.wirtschaft.nrw/digitale-wirtschaft> (letzter Zugriff am 18.08.2021)

¹¹ https://www.ptj.de/lw_resource/datapool/systemfiles/cbox/2926/live/lw_bekdoc/web_nrwbrochure_hubs.pdf (letzter Zugriff am 18.08.2021)

¹² Daher ist der Digital Hub Cologne kein Gegenstand dieser Evaluation.

Vernetzung der fünf Hubs ein wichtiger Beitrag zu einem landesweit durchgängigen Start-up-Ökosystem geleistet werden. Konkret sollen die DWRW-Hubs durch die Verlängerung der Förderung folgende Ziele erreichen:¹³

- Digitale Start-ups erfolgreich machen;
- Impulsgeber für digitale Geschäftsmodelle bei Unternehmen sein;
- Ein NRW-weites Start-up Ökosystem im Verbund aufbauen.

Zur Erreichung dieser Ziele sollen die Hubs verschiedene Leistungen anbieten:

- Unterstützungsdienstleistungen: spezialisierte Unterstützungsleistungen für Unternehmen und digitale Start-ups, wie beispielsweise Accelerator-Programme oder Matching-Dienstleistungen;
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen: Erbringung von Maßnahmen zur Förderung des Wissensaustausches und der Vernetzung, etwa durch Workshops und Konferenzen;
- Aktivitäten zum Ausbau eines NRW-weiten Start-up-Ökosystems unter Einbezug weiterer regionaler Akteurinnen und Akteure und im Verbund der DWRW-Hubs.

Gegenwärtig befinden sich die DWRW-Hubs in der zweiten Förderperiode. Zwischen den Förderperioden lassen sich Unterschiede der jeweils gesetzten Ziele feststellen: So lag ein Schwerpunkt der ersten Periode im Zeitraum von Oktober 2016 bis September 2019 darauf, das Potenzial digitaler Start-ups zu nutzen und hervorzuheben. Die zweite und aktuelle Förderperiode, die von Oktober 2019 bis September 2022 andauert, fokussiert zusätzlich die Erhöhung der Anziehungskraft des nordrheinwestfälischen Start-up-Ökosystems und hat zum Ziel, eine national und international hervorstechende Gründungsszene zu entwickeln.

3.1.2 Erwartete Wirkungen der DWRW-Hubs

Nachfolgend werden die einzelnen Elemente des in Abbildung 13 dargestellten Wirkungsmodells der DWRW-Hubs erläutert. Wie in Kapitel 2.1 ausgeführt, bringt das Wirkungsmodell Ressourceninputs, durchgeführte Aktivitäten, Outputs und eine Reihe von Ergebnissen zur Erreichung übergeordneter Ziele in einen logisch konsistenten und nachvollziehbaren Zusammenhang. Hierbei werden auch externe Faktoren außerhalb der Förderung berücksichtigt.

Inputs zur Förderung und Aktivitäten der DWRW-Hubs

Die Förderung der DWRW-Hubs erfolgt in Form von nicht rückzahlbaren Zuschüssen. Mit diesen Zuschüssen wurde der Aufbau und wird weiterhin der Ausbau und Betrieb der fünf DWRW-Hubs unter Einbezug von verschiedenen regionalen Partnerinnen und Partnern aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft gefördert. Die geförderten DWRW-Hubs bieten wiederum eine Vielzahl an verschiedenen und maßgeschneiderten Leistungen für Gründungsinteressierte, Start-ups, etablierte Unternehmen sowie Investorinnen und Investoren. Diese Leistungen umfassen neben der Beratung und dem Coaching auch den Aufbau von Netzwerken mit relevanten Akteurinnen und Akteuren und den Zugang zu diesen Netzwerken für die jeweiligen Zielgruppen der DWRW-Hubs. Unter anderem durch diese aufgebauten Netzwerke sollen bei Bedarf konkrete Kontakte und damit auch Wissen vermittelt werden. Beispielsweise sollen Problemstellungen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mit den innovativen und digitalen Lösungen von Start-ups zusammengeführt werden. Darüber hinaus liegt ein Schwerpunkt der DWRW-Hubs auf der Bereitstellung von

¹³ Projektträger Jülich (2018): Rahmenbedingungen für die 2. Förderphase DWRW-Hubs.

zentraler Infrastruktur, beispielsweise in Form von Co-Working-Plätzen oder Lab-Flächen. Auch die Organisation von Events wie Workshops und Pitches, im Rahmen derer Gründende ihre Ideen vor potenziellen Investorinnen und Investoren präsentieren können, fokussieren die DWNRW-Hubs. Zudem bieten die DWNRW-Hubs eigene Förderprogramme, oftmals in Form von Inkubator- oder Accelerator-Programmen, an.

Erwartete Outputs der DWNRW-Hubs

Die zuvor aufgezeigten Aktivitäten bilden die zentrale Grundlage der Outputs der DWNRW-Hubs. Hierunter sind beispielsweise durchgeführte Beratungen und Events zu finden. Start-ups nutzen die bereitgestellte Infrastruktur und Förderprogramme der DWNRW-Hubs; es werden gezielt Kontakte vermittelt und passende Partnerinnen und Partner gematcht. Eine zweite Säule der Outputs bildet darüber hinaus zielgruppenspezifische Werbung und Kommunikation, um gleichermaßen die Bekanntheit der DWNRW-Hubs zu erhöhen, mehr Nutzende zu generieren und die Netzwerke der Hubs weiterzuentwickeln.

Erwartete direkte und intermediäre Effekte (Outcomes)

Als Resultate dieser Outputs lässt sich eine Vielzahl diverser direkter Effekte identifizieren; im Bereich der Wissensgewinnung resultiert gesteigertes unternehmerisches Know-how und die Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen und Technologien durch Start-ups und Unternehmen. Zudem zielen die Angebote darauf ab die Anzahl der Gründungen zu steigern. Im Bereich der Vernetzung lassen sich verschiedene Effekte identifizieren, wobei eine Vernetzung von Start-ups im Mittelpunkt steht. Diese vernetzen sich einerseits untereinander und andererseits mit wichtigen anderen Akteurinnen und Akteuren wie etablierten Unternehmen sowie Investorinnen und Investoren. Diese Vernetzung führt sowohl auf der nationalen als auch auf der internationalen Ebene zur Entwicklung neuer Partnerschaften. Weiterhin gewinnen die DWNRW-Hubs durch die zielgruppenspezifische Werbung und Kommunikation (Output) an Sichtbarkeit und etablieren sich als Marke. Ein landesweit durchgängiges Start-up-Ökosystem wird hierdurch in seiner Entwicklung gestärkt.

Die zuvor erläuterten direkten Effekte in den Bereichen Wissensgewinnung und Vernetzung führen längerfristig (intermediäre Effekte) zu neuen Beziehungen für Start-ups mit Kundinnen und Kunden, Lieferantinnen und Lieferanten, Investorinnen und Investoren sowie zu neuen Kooperationen. Als Resultat dieser neuen Kooperationen ergeben sich wiederum Investitionen in Technologien, Infrastruktur, Prozesse und Dienstleistungen durch Start-ups wie auch durch etablierte Unternehmen. Dieser Anstieg der Investitionen hat zusammen mit den neuen Kooperationsbeziehungen eine breite Palette positiver wirtschaftlicher Effekte für Start-ups und führt unter anderem zu Umsatz- und Beschäftigtenwachstum als auch zur Generierung von Synergien mit etablierten Unternehmen.

Adressierte Ziele und erwarteter Impact der DWNRW-Hubs

Die am Ende der Wirkungskette stehenden Impacts stimmen überwiegend mit der Zielsetzung der DWNRW-Hubs überein. So wird einerseits das Potenzial digitaler Start-ups in NRW genutzt und hervorgehoben und andererseits die Anziehungskraft des Start-up-Ökosystems in Nordrhein-Westfalen erhöht. Insgesamt erfolgt eine Stärkung des Gründertums in Nordrhein-Westfalen. Darüber hinaus wird die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit regionaler Unternehmen erhöht und die Digitalisierung erlebt einen Schub.

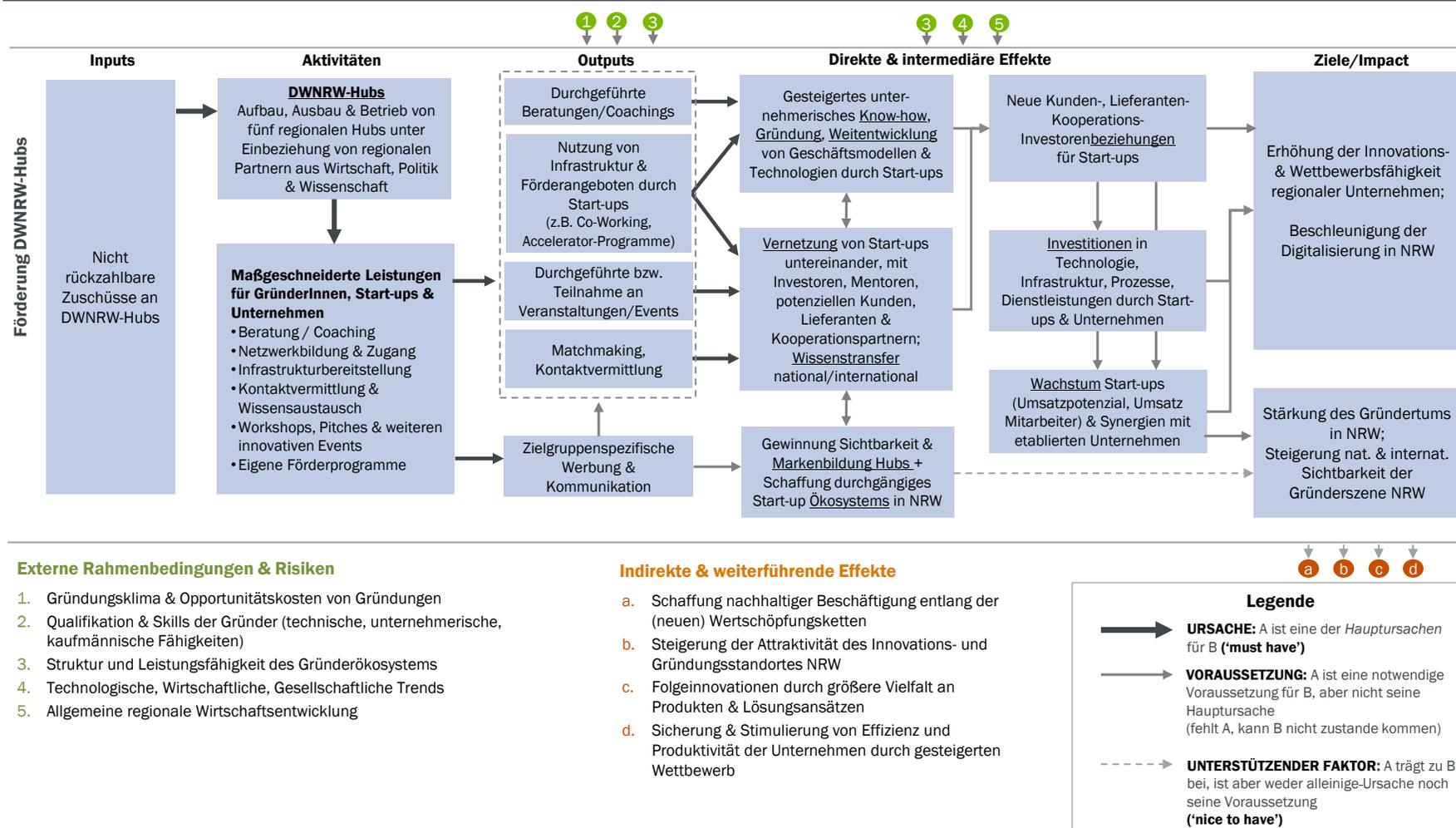
Externe Rahmenbedingungen und Risiken für die Arbeit der DWNRW-Hubs

Externe Rahmenbedingungen und mögliche Risiken spielen in verschiedenen Phasen des Wirkungsmodells der DWNRW-Hubs eine wichtige Rolle für das Eintreten und die Ausprägung der angenommenen Outputs und Effekte.

Bei den Outputs der DWNRW-Hubs bilden das Gründungsklima und auch die Opportunitätskosten von Gründungen zentrale Rahmenbedingungen. So sind dabei beispielsweise die Erfolgsaussichten von Gründungsvorhaben, die Risikobereitschaft von Gründerinnen und Gründern und auch die Sensibilisierung für das Thema Selbstständigkeit wichtige Faktoren, die die Gründungsbereitschaft beeinflussen und somit auch die Outputs der Hub (wie etwa die Nachfrage nach Beratungen). Zudem spielen auch die Qualifikationen und Fähigkeiten von Gründerinnen und Gründern eine zentrale Rolle, da diese die Erfolgswahrscheinlichkeit von Gründungsvorhaben entscheidend beeinflussen können. Geringere Qualifikationen und Fähigkeiten gehen mit einem höheren Bedarf an Beratungs- und Unterstützungsleistungen durch die DWNRW-Hubs einher. Ein weiterer zentraler Faktor, der die Erfolgswahrscheinlichkeit von Gründungsvorhaben entscheidend beeinflussen kann, ist die Verfügbarkeit von Finanzierungs- und Förderangeboten. Diese Angebote sind insbesondere in den frühen Gründungsphasen und den folgenden Start-up- sowie Scale-up-Phasen essenziell. Aufgrund der hohen Relevanz von Finanzierungs- und Förderangeboten erfolgt im weiteren Verlauf dieser Evaluation eine Einordnung der DWNRW-Hubs in das Förder- und Finanzierungsumfeld. Weiterhin ist die Struktur und Leistungsfähigkeit des Gründungsökosystems ein weiterer zentraler Faktor, der Einfluss auf die Arbeit und den Erfolg der Arbeit der DWNRW-Hubs hat (vgl. Kap. 2.2). Dieser Faktor umfasst beispielsweise weitere relevante Akteure oder Branchenschwerpunkte im Gründungsökosystem. Im Kapitel 3.2 werden daher die zentralen Eckdaten und Strukturmerkmale der jeweiligen DWNRW-Hub-Ökosysteme analysiert.

Auch bei der späteren Ausgestaltung der direkten und intermediären Effekte können diverse externe Faktoren die erzielten Effekte beeinflussen. Auch hier kommen der Struktur und Leistungsfähigkeit des Gründungsökosystems eine tragende Rolle zu. Daneben können bestimmte technologische, wirtschaftliche oder gesellschaftliche Trends die Effekte der DWNRW-Hubs entscheidend beeinflussen. Zudem ist die allgemeine Entwicklung der regionalen Wirtschaft ein wesentlicher Faktor, der beispielsweise die Investitions- und Kooperationsbereitschaft von Unternehmen beeinflussen kann.

Abbildung 13: Wirkungsmodell der DWNRW-Hubs



Quelle: Prognos AG (2021).

3.1.3 Einordnung der DWNRW-Hubs in das Förder- & Finanzierungsumfeld

Für die Einordnung der DWNRW-Hubs spielt auch das Förder- bzw. Finanzierungsumfeld eine wichtige Rolle. Für alle Gründungsvorhaben stellt die Finanzierung einen essenziellen Aspekt dar, wobei der Investitionsbedarf je nach Branche bzw. Geschäftsmodell variiert. So überwiegen beispielsweise bei einem Großteil der deutschen Gründerinnen und Gründern eigene finanzielle Mittel und klassische Kredite, obschon die überwiegende Mehrheit laut dem Deutschem Start-up Monitor 2020 externe Mittel bevorzugen würde – unter anderem durch Business Angels oder Wagniskapital (Venture Capital, VC).¹⁴ Insbesondere für Gründungen mit innovativem Geschäftsmodell ist der Zugang zu Finanzierungen hürdenreich: Auf der einen Seite stehen meist hohe Entwicklungskosten für Technologien, Prozesse und/oder Geschäftsmodelle mit unklaren Erfolgsaussichten, auf der anderen Seite weder zuverlässige Einnahmenströme noch beleihbare ‚Assets‘. Hiermit verbunden sind ferner Informationsasymmetrien zwischen den Gründenden und Finanziers bezüglich der Potenziale und Entwicklungsstadien von Technologien und Konzepten. Vor dem Hintergrund schwer zugänglicher sowie interpretierbarer Informationen und hoher Risiken spielen Bankdarlehen als externe Finanzierungsquelle eine vergleichsweise geringe Rolle für wachstumsorientierte Start-ups. Förderangeboten in Form von Zuschüssen sowie spezialisierten Kapitalgeberinnen und -gebern, wie Business Angels¹⁵ oder VC-Fonds, kommt indes eine zentrale Rolle bei der Finanzierung innovativer Gründungen zu.

Generell sind das finanzielle Risiko und die Finanzierung zentrale Gründe, wieso potenzielle Gründungen scheitern. Zuschussbasierte Förderangebote setzen meist in frühen, entwicklungsintensiven und damit auch sehr risikohaften Phasen der Gründung an und schaffen so die notwendigen Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung und die nachfolgende Finanzierung in Form von Beteiligungen oder Darlehen durch externe Kapitalgeberinnen und -geber. Darüber hinaus wird durch Zuschüsse auch für Gründerinnen und Gründer das Risiko gesenkt und damit der Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit erleichtert. Spezialisierte Kapitalgeberinnen und -geber wiederum sind im Gegensatz zu typischen ‚Hausbanken‘ eher in der Lage, Geschäftsmodell- und Technologiepotenziale zu bewerten und damit letztlich auch effektiv Investitionen zu tätigen. Trotz der Zunahme spezialisierter Finanzierungsangebote in den letzten Jahren bedingen oben skizzierte Informationsasymmetrien nach wie vor eine Unterversorgung technologie- und wissensorientierter Gründungen mit Kapital.¹⁶ Mit staatlichen Mitteln vollständig oder anteilig finanzierten Wagniskapitalfonds kommt deshalb eine wichtige Rolle bei der Start-up- und Gründungsfinanzierung zu, um durch Marktversagen verursachte Lücken auf der Angebotsseite des Kapitalmarkts zu adressieren.

Vor diesem Hintergrund bilden folgende Programme des Bundes und des Landes NRW zentrale Bausteine der relevanten Finanzierungs- und Förderkulisse:

- **EXIST-Gründerstipendium:** Durch das EXIST-Gründerstipendium werden Studentinnen und Studenten, Absolventinnen und Absolventen sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen mit Zuschüssen gefördert, die ihre Gründungsidee realisieren und in einen Businessplan umsetzen möchten. Dabei werden vor allem Stipendien zur Sicherung des Lebensunterhalts, Sachausgaben und

¹⁴ Bundesverband Deutsche Startups e.V. et al. (2020): Deutscher Startup Monitor 2020. Online verfügbar unter: https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2020/09/dsm_2020.pdf.

¹⁵ Hierunter werden Privatpersonen verstanden, die neben Geld auch weitere private Ressourcen (Zeit, Wissen, Kontakte etc.) in Start-ups investieren, um deren Entwicklung zu unterstützen.

¹⁶ Hottenrott, Hanna / Richstein, Robert (2019): Start-up Subsidies: Does the Policy Instrument Matter? SPRU Working Paper Series SWPS 2019-23 (November).

Coaching-Leistungen als Förderung angeboten. Die Förderdauer beträgt ein Jahr und kann als vorbereitend bzw. komplementär angesehen werden, mit einem Fokus auf Konzeptentwicklung.

- **EXIST-Forschungstransfer I & II:** Im Unterschied zum Gründerstipendium werden hier insbesondere exzellenzorientierte Gründungsvorhaben, die technisch besonders anspruchsvoll sind, gefördert. Die erste Phase dient dabei der Weiterentwicklung der Forschungsergebnisse, die zu einer Gründung führen könnten, wobei die zweite Phase der weiteren Entwicklung nach der Gründung gewidmet ist.
- **START-UP transfer.NRW:** Mit diesem Programm des Landes NRW werden Hochschulabsolventinnen und -absolventen sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler gefördert, um ihnen den Übergang in die unternehmerische Selbstständigkeit zu ermöglichen. Dabei werden insbesondere innovative Vorhaben gefördert, die darauf abzielen, Forschungsergebnisse mit Marktpotenzial in eine Unternehmensgründung umzusetzen. Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen in NRW sind antragsberechtigt und können mit maximal 240.000 Euro (Laufzeit max. 18 Monate) unterstützt werden.
- **NRW Gründerstipendium:** Das Gründerstipendium NRW bietet Unterstützung für angehende Gründungen und Gründungen, die nicht älter als ein Jahr sind. Dabei erhalten die Stipendiatinnen und Stipendiaten 1000 Euro pro Monat für ein Jahr lang und können sich außerdem in Gründernetzwerken austauschen und Coaching-Angebote nutzen. Die unterstützten Gründungsideen sollten innovativ und zukunftsweisend sein; ein bestimmtes Themenfeld ist jedoch nicht gefragt.¹⁷
- **Leitmarktförderung:** Indirekt können Gründungsvorhaben auch mit der Leitmarktförderung des Operationellen Programms NRWs des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) unterstützt werden. So wurden beispielsweise in der Förderperiode 2014-2020 insbesondere Innovationen mit den Leitmarkt Wettbewerben gefördert; In den Konsortien aus Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen sind auch immer wieder Start-ups präsent, welche die Förderung für die Entwicklung ihrer Innovationen nutzen.¹⁸

Der Zugang zu VC wird in NRW durch verschiedene Kanäle ermöglicht. So gibt es beispielsweise Beratungsstellen, die für VC sensibilisieren aber auch verschiedene Fonds, die VC für Gründungen anbieten. Dazu gehören unter anderem:

- **NRW.Bank:** Die NRW.Bank bietet Gründerinnen und Gründern einige Angebote, um über VC aufzuklären und VC zu vermitteln. Dazu gehören beispielsweise das **Venture Center**, das eine Beratungsstelle für technologiebasierte Gründungen ist. Mit ihrem eigenem Venture Fonds (**NRW.Venture**), der erst dieses Jahr in seiner jetzigen Form geschaffen wurde, bietet die NRW.Bank Wagniskapital für technologiegetriebene Gründungen an. Der Höchstbetrag der Finanzierung (über mehrere Runden) beträgt 10 Mio. Euro. Zusätzlich dazu wurden zwei Gremien geschaffen (der Venture Circle mit externen Beraterinnen und Beratern und das interne Investitionskomitee Venture), die bei der Erkennung von Markttrends und Finanzierungsentscheidungen unterstützen sollen. Außerdem bietet die NRW.Bank weiteres VC für junge Gründungen an durch **NRW.SeedCap** (offene Beteiligung mit 100.000 Euro, in der zweiten Finanzierungsrunde sind weitere 100.000 Euro möglich).

¹⁷ Mehr Informationen zum Gründerstipendium gibt es hier: <https://www.gruenderstipendium.nrw/gruenderstipendium>

¹⁸ Weitere Informationen gibt es auf der Website der Leitmarktagentur: <https://www.leitmarktagentur.nrw/>. Eine umfassende Evaluation zum Beitrag der Innovationsförderung auf die Entwicklung der NRW-Leitmärkte hat die Prognos AG im Jahr 2019 durchgeführt: https://www.efre.nrw.de/fileadmin/user_upload/EFRE-Programm/EFRE_NRW_Evaluierung_1.1_Bericht_Final_05.03.20.pdf. Auch der Einfluss der Gründungsförderung im Rahmen des EFRE NRW auf die Gründungsentwicklung wurde durch die Prognos AG untersucht: https://www.efre.nrw.de/fileadmin/dummydata/files/pdf/EFRE_NRW_Gruendung_1.2_Endbericht.pdf.

- **High-Tech Gründerfonds (HTGF):** Der Seed-Fonds (gestartet 2005) unterstützt innovative Technologien und Geschäftsmodelle mit VC. Dabei setzt der Fonds auf eine flexible Finanzierung und unterstützt Gründungen im gesamten Gründungsverlauf – Voraussetzung ist, dass das unterstützte Unternehmen nicht älter als drei Jahre ist. In der aktuellen Finanzierungsrunde (HTGF III, 2017 gestartet) wurden insgesamt 319,5 Mio. Euro gesammelt. Die Investitionen stammen von öffentlichen (z. B. das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) und privaten Einrichtungen (wie z. B. Bayer oder Deutsche Post DHL). Mittlerweile ist die neue Fondsgeneration in Planung (HTGF IV).¹⁹
- **Regionale Fonds:** In ganz NRW gibt es zahlreiche regionale Fonds, an denen die regionalen Sparkassen maßgeblich beteiligt sind. Dazu gehören beispielsweise der Gründerfonds Ruhr mit Sitz in Essen (Fondsvolumen nach erster Finanzierungsrunde 2017: mehr als 30 Mio. Euro), der TechVision Fonds in Aachen (Fondsvolumen: rund 55 Mio. Euro) oder Neoteq Ventures in Köln (Fondshöhe 2020: 30 Mio. Euro).

Neben verschiedenen Angeboten von VC, gibt es auch eine Vielzahl an Business Angels in NRW, die Unterstützung für junge Gründungen bieten. Die Vermittlung von Business Angels kann unter anderem über zentrale Stellen erfolgen. Exemplarisch zu nennen sind:

- **Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND):** Der Dachverband der Business Angels in Deutschland mit Sitz in Essen engagiert sich für den Aufbau einer Business-Angels-Kultur in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen der deutschen Business Angels gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Die Webseite dient als zentrale Anlaufstelle für Informationen über Business Angels.²⁰
- **win Business Angels Initiative (NRW.Bank):** Die Initiative der NRW Bank bietet für wachstumsorientierte Gründungen die Vernetzung mit erfahrenen Unternehmen und Geschäftsleuten, die sich als Business Angel betätigen, an.
- **Regionale Netzwerke:** Auch regional organisierte Strukturen von Business-Angel-Netzwerken sind in NRW vertreten – so beispielsweise die **Angel Engine e.V.** im Wirtschaftsraum Düsseldorf, die Start-ups mit über 40 Business Angels zusammenbringt. Im Ruhrgebiet ist die **Business Angels Agentur Ruhr e.V. (BAAR)** tätig und bietet ein breites Portfolio aus mindestens zwei Dritteln Business Angels und einem Drittel weiterer Akteurinnen und Akteure, wie z. B. Kreditinstituten. Der **Rotonda Business Club** in Köln sowie in Düsseldorf bietet neben Räumlichkeiten und Veranstaltungen außerdem ein breites Netzwerk, durch das Mitglieder beim Business Matching gezielt unterstützt werden.

3.2 Organisation, regionale Ökosysteme und zentrale Outputs der DWNRW-Hubs im Zeitraum 10.2016 bis 12.2020

In diesem Kapitel werden die fünf DWNRW-Hubs tiefergehend analysiert. Zum einen werden ihre spezifischen Organisations- und Governanceformen sowie ihre etablierten Angebote beleuchtet. Zum anderen werden zentrale Eckdaten und Strukturmerkmale ihrer jeweiligen regionalen Ökosysteme untersucht. Hiervon ausgehend erfolgt eine Analyse des Kennzahlensystems der DWNRW-Hubs (siehe 2.2. für Erläuterungen zur Datenquelle). In der Gesamtschau entsteht also ein Bild darüber, wie sich die Hubs organisiert haben, welches Angebotsspektrum entwickelt und wie dieses genutzt wurde und welche regionalen Potenziale die Hubs hiermit mobilisieren und verstärken können.

¹⁹ Mehr Informationen zu den Investoren und Finanzierung durch den Fonds gibt es auf der HTGF Website: <https://www.htgf.de/de/>.

²⁰ Mehr Informationen bietet: <https://www.business-angels.de/uber-band/>.

Bevor die einzelnen Hubs ausführlich untersucht werden, bedarf es zunächst eines ganzheitlichen Blicks auf die Rolle der DWRW-Hubs in der Regionalkulisse Nordrhein-Westfalens: Um die Hubs einer sekundärstatistischen Analyse zugänglich zu machen, wurden in Abstimmung mit dem MWIDE und den Hubs regionale Wirkungsradien definiert (siehe auch Kap. 2.2). Hierbei wird der Logik konzentrischer Kreise folgend zwischen drei Ebenen differenziert:

- **Hub-Standort:** Dieser Radius bildet den physischen Standort und die zugehörige Stadt ab.
- **Engerer Wirkungsradius:** Dieser Radius setzt sich aus Kreisen/Städten zusammen, welche über öffentliche Akteurinnen und Akteure wie Wirtschaftsförderungen/IHKs oder Kommunen auch im Konsortium der Hubs direkt vertreten sind.
- **Erweiterter Wirkungsradius:** Dieser Radius umfasst solche Kreise und Städte, die beispielsweise durch Kooperationen mit einem DWRW-Hub verbunden sind.

Das Ergebnis zeigt untenstehende Abbildung 14. Unter anderem wird deutlich, dass es in diesen Kategorien zu Überschneidungen zwischen den fünf DWRW-Hubs kommt, wie beispielsweise beim Kreis Euskirchen, der sich sowohl im engeren Wirkungsradius des Aachener Hubs als auch im erweiterten Wirkungsradius des Bonner Hubs befindet. Eine tabellarische Übersicht der jeweiligen Wirkungsradien enthält Tabelle 8 im Anhang.

Die Analyse zeigt, dass die DWRW-Hubs in ihrer räumlichen Wirkung eine Strahlkraft in einen Großteil von Nordrhein-Westfalen haben. Durch diese räumliche Abdeckung werden rund 80 Prozent der Bevölkerung Nordrhein-Westfalens in den Wirkungsradien der Hubs abgedeckt, die zudem rund 81 Prozent des nordrhein-westfälischen Bruttoinlandsproduktes ausmachen.²¹ Darüber hinaus sind über 1800 Start-ups in den Wirkungsradien der DWRW-Hubs zu verorten, was einer Abdeckung von etwa 85 Prozent aller Start-ups in NRW entspricht.²² In den weiteren Regionen Nordrhein-Westfalens wie in Ostwestfalen-Lippe und Südwestfalen lassen sich in Summe 261 Start-ups identifizieren, was einen Anteil von rund 12 Prozent an allen Start-ups in NRW konstituiert. Gleichwohl herrscht in diesen Regionen kein zwangsläufiges Vakuum. So bietet in Ostwestfalen-Lippe die Founders Foundation²³ mit Sitz in Bielefeld ein Leistungsspektrum, das dem der DWRW-Hubs ähnlich ist; neben diversen Events, Gründungsberatung und Netzwerkzugang werden auch eigene Acceleration-Programme für Start-ups angeboten.

Nicht zuletzt durch diese hohe Abdeckung wirken die DWRW-Hubs in unterschiedlichen Regionen mit unterschiedlichen Potenzialen. Diese regionale Heterogenität in Bezug auf Demografie und Wirtschaftsstruktur wird auch in Veröffentlichungen der NRW.Bank hervorgehoben.²⁴ Um diesen heterogenen Bedingungen gerecht zu werden, werden in den folgenden Unterkapiteln die jeweiligen Spezifika der Hubs und ihres regionalen Umfeldes dezidiert betrachtet. Durch diese Analyse der jeweiligen Ausgangsbedingungen werden Rückschlüsse auf die Wirkungsbeurteilung gezogen.

²¹ Eigene Berechnung basierend auf Daten der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

²² Eigene Auswertung basierend auf Daten von startupdetector

²³ Siehe auch: <https://foundersfoundation.de/en/> (letzter Zugriff am 24.08.2021)

²⁴ NRW.Bank (2020): Wirtschaftsregionen im Vergleich 2020. Online unter: https://www.nrwbank.de/export/.galleries/downloads/Regionalwirtschaftliche-Profil/NRW.BANK_Wirtschaftsregionen_im_Vergleich_2020.pdf (letzter Zugriff am 23.08.2021)

Abbildung 14: Regionale Ökosysteme der DWRW Hubs – geografische Zuordnung & Abgrenzung



Quelle: Prognos AG (2021).

Anmerkungen: Wirkungsradien des Aachener Hub in roten Farben, Wirkungsradien des Bonner Hub in blauen Farben, Wirkungsradien des Düsseldorfer Hub in grünen Farben, Wirkungsradien des Münsteraner Hub in braunen Farben, Wirkungsradien des Ruhr:HUB in gelben Farben. Hub-Standorte in dunklen Farbtönen, engere und erweiterte Wirkungsradien in jeweils helleren Farbtönen. Schraffierte Flächen zeigen Überschneidungen in Wirkungsradien. Stadt Köln explizit ausgegraut aufgrund des Auslaufens der Hub-Förderung 2020

3.2.1 Übergeordnete Kennzahlen des Gesamtprogramms DWRW-Hubs

Auf Basis von Informationen aus dem Kennzahlensystem der DWRW-Hubs werden im Folgenden die aggregierten Outputs zentraler Indikatoren aller Hubs aufgezeigt. Dabei ergeben sich teils erhebliche Abweichungen zwischen den einzelnen DWRW-Hubs. Eine differenzierte Analyse der Kennzahlen nach Hub erfolgt in den nachfolgenden Unterkapiteln. Die dabei betrachteten Kennzahlen umfassen die Aktivitäten der Hubs seit deren Start am 01.10.2016 bis hin zum 31.12.2020.

Diese zentralen Kennzahlen des Gesamtprogramms sind in Abbildung 15 nach drei übergeordneten Dimensionen dargestellt. Im Bereich der Netzwerkbildung zeigt sich, dass ein großes Partnernetzwerk mobilisiert werden konnte. Zum Stand 31.12.2020 umfasst das Partnernetzwerk der DWRW-Hubs im Ganzen rund 1.100 institutionelle Partner.²⁵ Mit etwas über 410 Partnern machen Start-ups den Großteil aus, gefolgt von KMU mit rund 400. Weiterhin lassen sich 114 Großunternehmen identifizieren. Unter den 169 weiteren Netzwerkpartnern finden sich vor allem Vereine, Hochschulen und öffentlich-rechtliche Körperschaften (z. B. IHKs, Wirtschaftsförderungen) wieder. Im engeren Kreis der Hubs lassen sich 1.050 Start-ups verorten. Dieser engere Kreis umfasst solche Start-ups, mit denen das Hub-Team intensiven Kontakt hatte (etwa durch Co-Working, intensive Beratung, gemeinsame Aktivitäten).

Darüber hinaus zeigen sich die DWRW-Hubs bei der Organisation von Events als überaus aktiv. Mit rund 900 Events, bei denen die Hubs Hauptveranstalter waren, wurden über 55.000 Teilnehmende erreicht. Bezogen auf den Zeitraum 2017 bis 2020 fand also rein statistisch betrachtet an nahezu jedem Werktag im Jahr ein Event von einem der fünf Hubs statt.²⁶ Diese Zahlen lassen auf eine gewisse Mobilisierung des Start-up-Ökosystems durch die DWRW-Hub schließen. Im Durchschnitt besuchten 62 Teilnehmende die Events der Hubs. Neben der eigenen Organisation von Events haben die DWRW-Hubs 950-mal an Events anderer Akteure aktiv teilgenommen und zudem 2.100 Events Dritter unterstützt. Dieses hohe Maß an Interaktion mit weiteren Handelnden und Veranstaltungen legt eine gute Verankerung und Einbettung der DWRW-Hubs in ihr regionales Umfeld nahe. Neben der Organisation und Teilnahme an Veranstaltungen wurden rund 10.300 Geschäftsanbahnungen (Matchings) zwischen Marktakteuren hergestellt. Diese Matches umfassen mindestens die Geschäftsanbahnung per E-Mail bei einer konkreten Bedarfsanfrage, umfassen aber gleichzeitig auch Begleitungen zu persönlichen Treffen.

Mit im Aggregat rund 11.000 geführten Beratungsgesprächen nehmen die DWRW-Hubs eine wichtige Unterstützerrolle im Ökosystem ein. Zielgruppen dieser Beratungsgespräche waren zu etwa 60 Prozent vorrangig Start-ups, gefolgt von KMU mit einem Anteil von rund 20 Prozent an den geführten Beratungsgesprächen. Mit rund 380 Gründungen, die vor oder während der Teilnahme von Hub-Nutzenden durchgeführt wurden, können die DWRW-Hubs eine hohe Anzahl an Gründenden auf sich vereinen. Dies kann als Indiz gesehen werden, dass die DWRW-Hubs einen zentralen Platz im Start-up-Ökosystem einnehmen und das Thema „Gründungen“ zentralisiert haben. Zusätzlich sind die DWRW-Hubs als Vermittler von Finanzierungsmöglichkeiten aktiv. Die Finanzierungsvermittlung ist von besonders hoher Bedeutung, da die Finanzierung einen wichtigen Beitrag zum Gründungserfolg liefern kann. Insgesamt wurden zwischen Oktober 2016 und Ende 2020 rund 270 externe Finanzierungen durch die DWRW-Hubs vermittelt. Eine tieferge-

²⁵ In der aggregierten Analyse der Kennzahlen können Überschneidungen nicht ausgeschlossen werden, da Akteurinnen und Akteure in mehreren DWRW-Hubs aktiv sein können und sich zudem die Wirkungsradien der Hubs überschneiden.

²⁶ Ausgehend davon, dass ein Jahr in NRW 250 Werktage hat und die Anlaufphase der Hubs ab September 2016 nicht in diese Überschlagsrechnung einfließt.

hende Analyse zeigt, dass dabei insbesondere bei der Vermittlung von (öffentlichen) Fördermitteln sowie von VC und Business Angels mit je über 40 Prozent Schwerpunkte in der Finanzierungsvermittlung zu finden sind.

Abbildung 15: Zentrale Kennzahlen des Gesamtprogramms im Überblick

|  |  |  |
|--|---|---|
| <p>Netzwerkbildung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobilisierung von rd. 1.100 inst. Partnern bis Ende 2020, davon: <ul style="list-style-type: none"> • 413 Start-ups, • 398 KMU, • 114 Großunternehmen, • 169 Weitere (Vereine, Hochschulen, etc.) ▪ 1.050 Start-up Kontaktpunkte im engeren Netzwerk | <p>Events, Vernetzung & Matching</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ~900 Events mit Hubs als Hauptveranstalter (55.900 Teilnehmende / Ø 62 Teilnehmende pro Event) ▪ 950 aktive Teilnahmen an Events anderer Akteure ▪ 2.100 Events Dritter unterstützt ▪ 10.300 Matchings von Akteuren begleitet (z.B. Mail, Anruf, Begleitung) | <p>Beratung, Gründung, Finanzierungsvermittlung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 10.800 Beratungsgespräche geführt, davon rund 60% mit Start-ups ▪ 380 Gründungen vor oder während Teilnahme an Hub-Förderprogramm ▪ 270x externe Finanzierung vermittelt durch Hub-Unterstützung (davon machen 43% Fördermittel und 41% Business Angel & VC aus) |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs.

Anmerkung: die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor. Überschneidungen im Bereich der Netzwerkbildung können nicht ausgeschlossen werden, da Akteurinnen und Akteure in mehreren DWNRW-Hubs aktiv sein können und sich zudem die Wirkungsradien der Hubs punktuell überschneiden.

In den folgenden Unterkapiteln werden wesentliche Merkmale der fünf DWNRW-Hubs und ihres jeweiligen regionalen Umfeldes herausgearbeitet. Dazu werden auch zentrale Kennzahlen Outputs aus dem Kennzahlensystem für die jeweiligen Hubs präsentiert. Auf diese Weise wird eine Übersicht über die Aktivitäten und Schwerpunkte der einzelnen DWNRW-Hubs geschaffen.

3.2.2 DWNRW-Hub Aachen (digitalHUB Aachen e.V.)

Der in der digitalChurch (ehemalige Kirche St. Elisabeth) beheimatete digitalHUB Aachen e.V. verfolgt als eingetragener Verein das übergeordnete Ziel, die regionale Wirtschaft und öffentliche Einrichtungen in der Städteregion Aachen zu digitalisieren. Dabei zeichnet der Hub sich durch eine diverse und hohe Anzahl an Mitgliedern aus dem Mittelstand, der Industrie, Start-ups und anderen Institutionen aus. Im Laufe der Zeit konnte in Aachen durch den digitalHUB ein großes, diverses Partnernetzwerk entstehen, das eine gute Vernetzung der einzelnen Akteurinnen und Akteure mit sich gebracht hat. Das Ökosystem rund um den Aachener Hub ist durch eine starke Wissensbasis in der Wissenschaft und regionalen Wirtschaft sowie durch dynamische Gründungsaktivitäten geprägt. Im Vergleich mit anderen DWNRW-Hubs sticht der digitalHUB Aachen insbesondere durch seine Vermittlungsaktivitäten von externen Finanzierungen und einer hohen Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmern bei Events heraus. Die Einbindung der mittelständischen Wirtschaft und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit heben den digitalHUB Aachen von anderen Angeboten ab.

Organisation, Netzwerk und Angebote

Als eingetragener Verein wird der digitalHUB Aachen organisatorisch von einem Vorstand, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der IHK Aachen, der RWTH Aachen und KMU aus dem Software-Sektor, geleitet. In seinem großen Partnernetzwerk mit 391 institutionellen Partnerinnen und Partnern (2020) bilden Start-ups und Gründerinnen und Gründer dabei einen Schwerpunkt mit 53 Prozent sowie KMU mit 39 Prozent. Zu den Kooperationspartnerinnen und -partnern gehören unter anderem Unternehmen, wie beispielsweise Fujitsu oder Lindt, sowie Organisationen unter kommunaler Trägerschaft, wie die Sparkasse Aachen. Ergänzt wird das Partnernetzwerk durch Netzwerke und Verbände (z. B. Düren.Digital Network, Bundesverband IT-Mittelstand) sowie internationale Partnerschaften mit den Städten Maastricht und Heerlen.

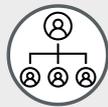
Im Hub bieten 29 Coaches ihre Beratungsangebote für Start-ups an. Das dreimonatige Inkubator-Programm des Hubs, digitalHUB Incubator, bietet neben dieser Beratung weitere Vorteile, wie beispielsweise die Business-Mitgliedschaft im Hub oder die Teilnahme am Demo-Day, der das Programm abschließt.²⁷ Für Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist die Teilnahme kostenlos und soll den Gründerinnen und Gründern einen guten Zugang zum Netzwerk des Hubs bieten. Für etablierte Unternehmen gibt es gezielt Angebote, die den Unternehmen bei der digitalen Transformation helfen sollen; diese reichen von Beratung über Workshops bis hin zu Events. Im Hub gibt es 60 Co-Working-Plätze auf insgesamt 1000 m². Diese können von Mitgliedsunternehmen des Hubs kostenlos genutzt werden (und somit von den Start-ups aus dem Inkubator); Gast-Unternehmen hingegen zahlen für einen flexiblen Arbeitsplatz („Flex Desk“) 100 Euro monatlich. Der Zugang erfolgt montags bis freitags von neun bis 18 Uhr.²⁸ Außerdem verfügt der Hub über eine eigene Lab-Fläche mit sechs Plätzen sowie eine eigene Eventfläche auf 1000 m². Der Hub bietet eigene Events an, die teilweise den Mitgliedern vorbehalten sind, ein gewisser Anteil aber auch öffentlich ausgerichtet wird. Der digitalSUMMIT des Aachener Hubs gehört zu den größten Digitalisierungsveranstaltungen in Deutschland und konnte 2021 als Hybrid-Veranstaltung mehr als 1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer verzeichnen.

Zu den spezifischen Aufgaben des digitalHUB Aachen gehört zusammen mit den DWNRW-Hubs in Münster und Düsseldorf das Management und der Aufbau der Plattform startups.nrw, die eine Übersicht über das Start-up-Ökosystem NRW bietet, in dem alle Start-ups, Investorinnen und Investoren sowie Hubs aggregiert dargestellt werden.

²⁷ Für mehr Informationen zum digitalHub Incubator siehe: <https://aachen.digital/startups/incubator/>

²⁸ Die ganze Preisgestaltung gibt es auf der Website des Hubs: <https://aachen.digital/alle-leistungen/coworking/>.

Box 1: Übersicht zentraler Strukturmerkmale des digitalHUB Aachen e.V.



Hub-Organisation: eingetragener Verein; Zusammensetzung des Vorstands aus IHK Aachen, RWTH Aachen & KMU aus Software-Sektor



Partnernetzwerk: 391 institutionelle Partner (Stand 2020); Schwerpunkt bilden Start-ups & Gründende (53%) sowie KMU (39%)



Zentrale Kooperationspartnerinnen/-partner & Sponsoren: u.a. Unternehmen (Fujitsu, Lindt), Organisationen unter kommunaler Trägerschaft (Sparkasse Aachen), Netzwerke & Verbände (Düren.Digital Network, Bundesverband IT-Mittelstand) und internationale Partnerschaften (Städte Maastricht & Heerlen)



Spezifische Infrastruktur- & Beratungsangebote: Beratung durch 29 Coaches/Mentorinnen und Mentoren. Co-Working mit 60 Plätzen auf 1000m². Eigene Lab-Fläche mit 6 Plätzen & eigene Eventfläche auf 1000m²



Spezifische Aufgaben im NRW-Ökosystem: Aufbau & Management der Plattform startups.nrw (zusammen mit Digital Hub münsterLAND & digihub Düsseldorf/Rheinland)

Prognos AG (2021), basierend auf Onlinepräsenz des Hubs und Kennzahlensystem DWNRW-Hubs

Zentrale Strukturmerkmale und Eckdaten des regionalen Ökosystems

Der Wirtschaftsraum Aachen ist durch eine starke Wissensbasis in Wissenschaft und Wirtschaft charakterisiert. Die angesiedelten universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen zeichnen zudem hohe Gründungsaktivitäten aus. Im Umfeld des Hubs gibt es fünf Hochschulstandorte (inkl. Zweigniederlassungen) – Ankerpunkte sind die RWTH Aachen und die Fachhochschule Aachen mit jeweils 47 Tausend und 10 Tausend Studentinnen und Studenten sowie grenzüberschreitend die Universität Maastricht sowie die Zuyd Universität Heerlen. Im erweiterten Umfeld²⁹ sind es sechs Hochschulstandorte. Die RWTH Aachen ist außerdem am Kompetenzcluster für Batteriezellproduktion beteiligt. Sieben außeruniversitäre FuE-Einrichtungen sind im Umfeld angesiedelt (elf im erweiterten Wirkungsradius), davon sind drei Fraunhofer Institute sowie ein Leibniz-Institut. Die technologischen Schwerpunkte liegen in den Bereichen Industrie 4.0, Künstliche Intelligenz (KI), Nanotech, Bioökonomie, Werkstoffe sowie Energie und Umwelt.

Die Branchenschwerpunkte am Hub-Standort sind im Bereich Lebensmittel, Dienstleistungen in der IT, Gesundheit/Soziales, Baugewerbe, Maschinenbau sowie Handel. Die Leitunternehmen der Region sind unter anderem Lindt, Zentis oder auch FEV. Als Teil der Euregio Maas-Rhein ist Aachen wirtschaftlich mit Belgien und den Niederlanden verbunden, insbesondere mit der Provinz Limburg. Mittels der Daten von startupdetector lassen sich zudem 170 Start-ups am Hub-Stand-

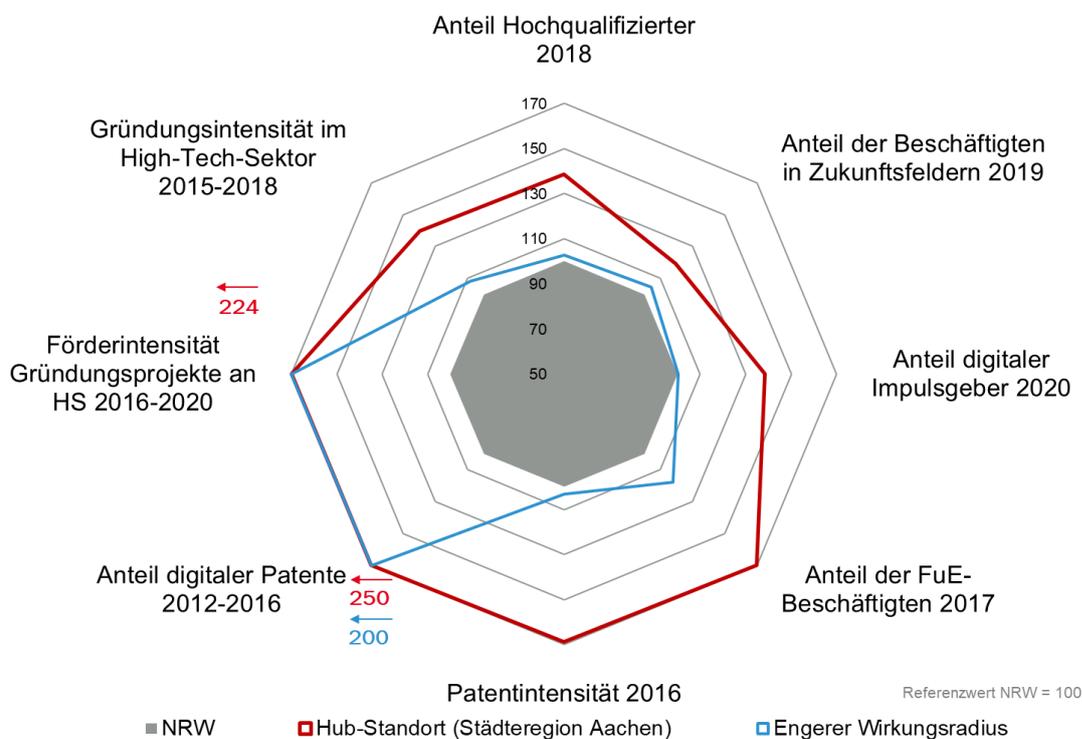
²⁹ Zum erweiterten Umfeld zählen die Provinz Limburg in Belgien und die Provinz Limburg in den Niederlanden.

ort und im engeren Wirkungskreis des Aachener DWRW-Hubs identifizieren. Branchenschwerpunkte liegen dabei in den Bereichen Software (32 Start-ups), Industrie (29 Start-ups) und Medizin (26 Start-ups).

Die Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren zeigt auf, dass das Ökosystem des Aachener Hubs große Potenziale bietet. In allen untersuchten Aspekten schneidet der Hub-Standort, die Städteregion Aachen, im Vergleich mit dem NRW-Durchschnitt, überdurchschnittlich ab. Eine herausragende Bedeutung haben mit besonders hohen Werten im regionalen Ökosystem die Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen (2016-2020) und der Anteil digitaler Patente (2012-2016) (siehe untenstehende Abbildung 16). Die Betrachtung des engeren Wirkungskreis³⁰ zeigt den gleichen Trend. Auch die Patentintensität (2016) sowie der Anteil der FuE-Beschäftigten (2017) zeichnen sich mit auffallend hohen Werten aus.

Abbildung 16: DWRW-Hub Aachen – Potenziale des regionalen Ökosystems

Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren



Quelle: Prognos AG (2021). Siehe Tabelle 8 im Anhang für eine genaue Übersicht der Wirkungskreise des DWRW-Hub Aachen

In und um Aachen gibt es für Start-ups zahlreiche weitere Angebote. Dabei zeichnet die RWTH Aachen eine besondere Strahlkraft in das Ökosystem aus, da sie eine Vielzahl an Angeboten für Gründungswillige bietet. Neben Gründungsberatung sind an der Universität mehrere Inkubatoren, bzw. Accelerator-Programme angesiedelt (das RWTH Incubation Program und das RWTH Ideation

³⁰ Im engeren Wirkungskreis werden die Stadt Aachen, die Städteregion Aachen, der Kreis Düren, der Kreis Heinsberg und der Kreis Euskirchen betrachtet. Aufgrund der eingeschränkten Datenverfügbarkeit für die Provinz Limburg (Niederlande) werden die Indikatoren für den erweiterten Wirkungskreis nicht dargestellt.

Programm). Außerdem verfügt die RWTH Aachen über ein eigenes FabLab. Auch an der FH Aachen gibt es mit dem Digital Capability Center Aachen ein eigenes Gründungszentrum, das mit eigener Modellfabrik die digitale Transformation in Unternehmen unterstützt. Mit MATMED³¹ und Enactus³² gibt es weitere Stellen zur Gründungsberatung, Vernetzung und Transfer. Ein weiteres Accelerator-Programm wird durch den Verein AC.E Aachener Entrepreneurship Team geboten, das AC.Eerator. Co-Working Spaces werden von der RWTH Aachen (Collective Incubator e.V.) und durch SleevesUp! angeboten.

Zusammenfassend hat die Regionalanalyse gezeigt, dass das regionale Ökosystem rund um den Aachener Hub insbesondere durch Hochschulen und Forschungsinstitute geprägt ist. Neben einer Vielzahl an Angeboten insbesondere durch die RWTH Aachen und die FH Aachen, zeichnet sich dies auch in der Analyse sekundärstatistischer Indikatoren ab - hier schneidet der Standort u.a. in den Bereichen Patentierung und Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen überdurchschnittlich ab.

Analyse der Aktivitäten und Outputs basierend auf dem Kennzahlensystem

Tabelle 1 skizziert die Outputs des Aachener Hubs für zentrale Indikatoren des Kennzahlensystems der DWRW-Hubs. Obgleich diese Indikatoren nur einen Ausschnitt der Aktivitäten des Aachener Hubs darstellen, geben sie dennoch eine gute Übersicht über Aktivitäten und Schwerpunkte des Hubs.

Hierbei zeigt sich, dass der Aachener Hub mit 222 Veranstaltungen, bei denen der Hub zwischen 2016 und 2020 Hauptveranstalter war, im Bereich der Eventdurchführung gut positioniert ist. Dies wird durch die Betrachtung der Teilnehmezahlen dieser durchgeführten Events ergänzt. Mit durchschnittlich über 60 Teilnehmenden pro Veranstaltung schafft der Aachener Hub es, eine Vielzahl an Besucherinnen und Besuchern bei seinen Veranstaltungen anzuziehen und innerhalb des Ökosystems eine gute Mobilisierung zu erreichen.

Insgesamt wurden durch den digitalHUB Aachen e.V. 57 Start-up-Teams gefördert. Diese Start-up-Teams umfassen Teams, die Teil der hubeigenen Förderprogramme sind. Diese setzen sich aus 27 unabhängigen Gründerteams, 29 Hochschulgründerteams und einem an Unternehmen bzw. Spin-offs gekoppelten Gründerteam zusammen.

Mit fast 400 institutionellen Partnerinnen und Partnern³³ kann der Aachener Hub ein sehr großes Partnernetzwerk vorweisen. Dieses Partnernetzwerk besteht zu einem sehr großen Teil (53 Prozent) aus Start-ups und KMU (39 Prozent). Beim Matching von Marktakteurinnen und -akteuren liegt der Aachener Hub im Mittelfeld. Insgesamt wurden seit 2016 etwa 1280 Geschäftsanbahnungen zwischen verschiedenen Marktakteurinnen und -akteuren hergestellt. Mit den rund 1280 geführten individuellen Beratungsgesprächen fällt der Aachener Hub im Hub-Vergleich leicht ab. Eine genauere Betrachtung der geführten Beratungsgespräche zeigt, dass mit 709 und 469 die meisten Beratungsgespräche mit Start-ups bzw. KMU geführt wurden.

Eine sehr gute Positionierung des Aachener Hubs lässt sich im Bereich der Vermittlung externer Finanzierung konstatieren. Insgesamt haben es 90 Start-ups durch den Aachener Hub geschafft,

³¹ Das grenzüberschreitende Interreg-Projekt MATMED befasst sich mit dem Aufbau einer transnationalen und offenen Online-Innovationsplattform, die KMUs und Forschung im Bereich des Medizinsektors zusammenbringen soll.

³² Als Teil der größten studentischen Entrepreneurship Initiative der Welt gehört der Verein zum internationalen Enactus-Netzwerk. Im Rahmen des Social Entrepreneurship-Ansatzes sollen unternehmerisch tragfähige Projekte entwickelt werden.

³³ Institutionelle Partnerinnen und Partner der Hubs umfassen zum Beispiel Hub-Gesellschafterinnen und -Gesellschafter, Mitglieder im Hub-Verein oder vertraglich gebundene Hub-Partnerinnen und -Partner.

eine externe Finanzierung zu erhalten. Dies lässt auf eine gute Einbindung von Investorinnen und Investoren aus dem Ökosystem (wie etwa der S-UBG) durch den Aachener Hub schließen.

Tabelle 1: Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - digitalHUB Aachen e.V.

| Indikator | Output |
|---|--------|
| Veranstaltungen (bei denen der Hub Hauptveranstalter war) | 222 |
| Geförderte Start-up Teams (Start-up-Teams Teil hubeigener Förderprogramme) | 57 |
| Anzahl Beratungsgespräche (Individuelle Beratungsgespräche für alle Zielgruppen) | 1279 |
| Matching von Marktakteurinnen und -akteuren (Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteurinnen und -akteuren; 1:1 Intro mindestens per E-Mail bei konkreter Bedarfsanfrage) | 1279 |
| Vermittlung externer Finanzierung durch den Hub (Kontaktvermittlung und Intros von Start-ups bei Investorinnen und Investoren) | 90 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs.
Anmerkung: Die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor.

3.2.3 DWNRW-Hub Bonn (Digitaler Hub Region Bonn AG)

Der Digitale Hub Region Bonn AG ist durch ein großes Netzwerk mit zahlreichen Unternehmen geprägt. Die Organisationsform als Aktiengesellschaft ist ein Spezifikum des Bonner Hubs. Das Bonner Ökosystem zeichnet sich durch einen überdurchschnittlichen Besitz mit internationalen Leitunternehmen aus. Zudem verfügt das Ökosystem über einen starken Wissenschaftsstandort in ausgewählten Technologiebereichen. Der Vergleich des Kennzahlensystems ermöglicht die Identifizierung weiterer Schwerpunkte, zu denen überdurchschnittliche Aktivitäten in den Bereichen Teilnahme an Veranstaltungen Dritter, Anzahl unterstützter Gründerteams und Beratungsgespräche sowie Finanzierungsvermittlung gehören.

Organisation, Netzwerk und Angebote

Der Bonner Hub ist als eine Aktiengesellschaft organisiert. Der Aufsichtsrat des Hubs besteht einerseits aus institutionellen Mitgliedern wie der IHK Bonn/Rhein Sieg oder der Universität Bonn und andererseits aus Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft, so beispielsweise der Telekom AG, aus VC-Fonds (unter anderem Coparion; HTGF von Hub-Gründung bis 2019), oder aus Rechtsanwälten. Im Jahr 2020 hatte der Hub ein Partnernetzwerk von 67 institutionellen Partnerinnen und Partnern, von denen ein Großteil Großunternehmen sind, aber auch einige KMU. Zu den zentralen Kooperationspartnerinnen und -partnern sowie Sponsorinnen und Sponsoren zählen unter anderem Unternehmen wie DHL, Inkubatoren wie beispielsweise hubraum (Tech-Inkubator der Telekom) und auch Co-Working Spaces wie das Hypozentrum aus Bonn.

Die Beratung des Bonner Hubs wird durch 127 Coaches bzw. Mentorinnen und Mentoren gestellt. Außerdem bietet der Hub eine Co-Working-Fläche von 770 m² und eigene Eventflächen auf 117 m². Durch die Teilnahme am eigenen, sechs Monate dauernden Accelerator-Programm des Hubs haben Start-ups die Möglichkeit, Co-Working zu nutzen und insbesondere umfassende Beratungsangebote sowie weitere Benefits in Anspruch zu nehmen (wie beispielsweise der vereinfachte Zugang zu Finanzierung oder auch die Teilnahme am NRW-Gründerstipendium). Die Co-Working-Plätze sind auch unabhängig vom Accelerator-Programm nutzbar; mit einem weiteren, neuen Standort des Hubs kamen weitere 1000 m² Co-Working-Fläche dazu. Die Nutzung des Co-Working mit einem flexiblen Arbeitsplatz („Flex Desk“) kostet monatlich 150 Euro pro Person. Die Räumlichkeiten können den ganzen Tag genutzt werden („24/7“). Je nach gewünschter Nutzungsart gibt es weitere Abstufungen.³⁴ Zu den spezifischen Aufgaben des Bonner Hubs gehören überregionales Marketing, Social Media und Events. Neben Veranstaltungen, die den Nutzerinnen und Nutzern des Accelerator-Programms vorbehalten sind (wie der DEMO DAY), bietet der Hub auch weitere Events an, häufig in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren.

Box 2: Übersicht zentraler Strukturmerkmale des DWNRW-Hub Bonn

- 

Hub-Organisation: Aktiengesellschaft; Aufsichtsrat besteht aus institutionellen Mitgliedern (IHK Bonn/Rhein Sieg, Uni Bonn) & Vertretern aus der Wirtschaft (Telekom AG, VC-Fonds -u.a. Coparion & Rechtsanwälte)
- 

Partnernetzwerk: 67 institutionelle Partner (Stand 2020); Schwerpunkt des Partnernetzwerkes bilden Großunternehmen aber auch KMU
- 

Zentrale Kooperationspartnerinnen/-partner & Sponsoren: u.a. Unternehmen (DHL), Inkubatoren (hubraum) und Co-Working Spaces (Hypozentrum)
- 

Spezifische Infrastruktur- & Beratungsangebote: Beratung durch 127 Coaches/ Mentorinnen und Mentoren. Co-Working mit 105 Plätzen auf 770 m². Eigene Eventfläche auf 117m²
- 

Spezifische Aufgaben im NRW-Ökosystem: Überregionales Marketing, Social Media und Events

Prognos AG (2021), basierend auf Onlinepräsenz des Hubs und Kennzahlensystem DWNRW-Hubs.

Zentrale Strukturmerkmale und Eckdaten des regionale Ökosystems

Das digitale Ökosystem in Bonn zeichnet sich vor allem durch internationale Leitunternehmen und als starker Wissenschaftsstandort in ausgewählten Technologiebereichen aus. Insgesamt gibt es in der Stadt Bonn und im Rhein-Sieg Kreis fünf Hochschulstandorte und 18, wenn man

³⁴ Die gesamte Preisliste des Co-Working ist der Website des Hubs zu entnehmen: <https://www.digitalhub.de/coworking/>

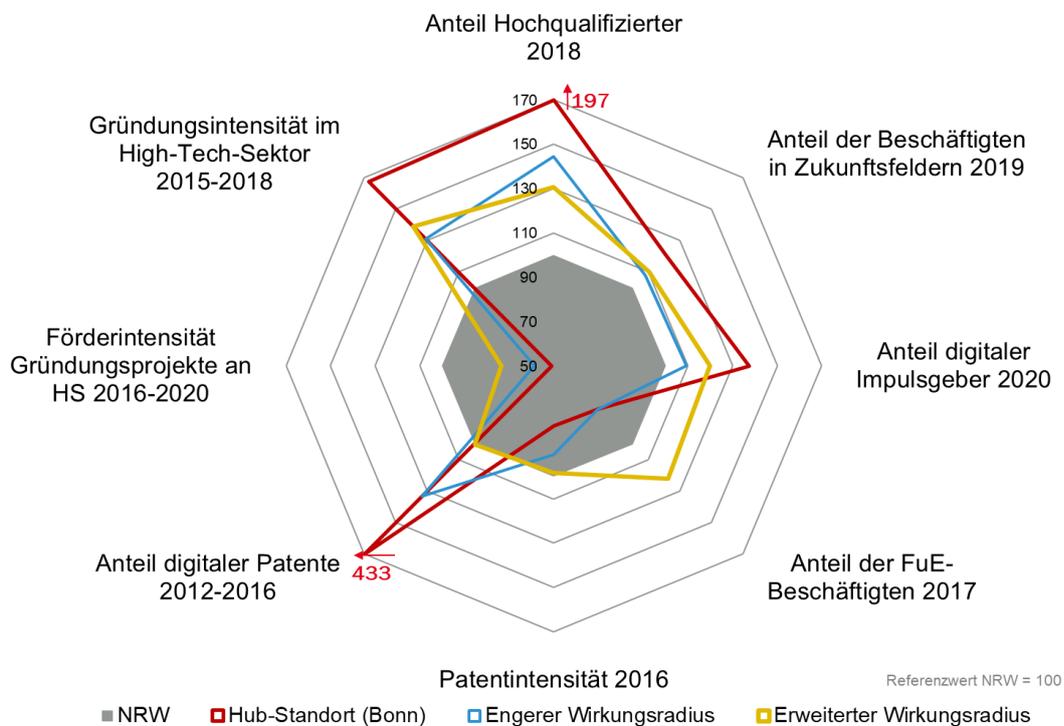
den erweiterten Wirkungsradius miteinbezieht.³⁵ Ankerpunkte sind hierbei die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und die Universität Bonn mit circa neun Tausend bzw. 39 Tausend Studentinnen und Studenten. Außerdem sind in Bonn bzw. im Rhein-Sieg Kreis insgesamt 28 außeruniversitäre FuE-Einrichtungen, von denen fünf Fraunhofer Institute sind und weitere vier Max-Planck-Institute. Im erweiterten Wirkungsradius gibt es insgesamt 45 FuE-Einrichtungen. Der Anteil der im FuE-Bereich Beschäftigten liegt jedoch unter dem NRW-Durchschnitt. Auch die Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen liegt in Bonn (im engeren (Stadt Bonn und Rhein-Sieg-Kreis) und erweiterten Wirkungsradius) deutlich unter dem Durchschnitt (siehe Abbildung 15). Während die Patentintensität auch unter dem NRW-Schnitt liegt, schneidet Bonn mit einem besonders hohen Anteil an digitalen Patenten gut ab. Auch der Anteil an digitalen Impulsgeberinnen und -gebern und der Anteil der Beschäftigten in Zukunftsfeldern liegt über dem Schnitt. Auffallend ist auch die überdurchschnittliche Gründungsintensität im High-Tech-Sektor sowie der Anteil an Hochqualifizierten (s.u.). Die technologischen Schwerpunkte in der Region Bonn liegen in den Bereichen Künstliche Intelligenz, Informations- und Kommunikationstechnik (IKT), medizinischem Biotech, Pharma und Nanotech. Insgesamt lassen sich 645 Start-ups in den verschiedenen Wirkungsradien des Bonner DWNRW-Hub verorten. Ein deutlicher Branchenschwerpunkt lässt sich dabei mit 130 Start-ups im Bereich Software identifizieren. Es folgen die Branchen Medizin (65 Start-ups) und E-Commerce (63 Start-ups).

Die Branchenschwerpunkte in Bonn liegen in den Bereichen der Information/Telekommunikation, Finanzdienstleistungen und Gesundheit/Soziales sowie in den Bereichen Transport/Logistik, wissensintensive Dienstleistungen und Kunststoff/Oberflächen. Leitunternehmen im engeren Wirkungsradius des Hubs, die diese Schwerpunkte auch widerspiegeln, sind beispielsweise DHL, die Telekom AG oder auch die Deutsche Welle. Eine weitere charakterisierende Standort-Kompetenz ist der Sitz internationaler Organisationen, wie beispielsweise der UN, aber auch zahlreicher Think Tanks und Interessensvertretungen sowie von Ministerien und Bundesbehörden. Außerdem hat das Kompetenzcluster Cyber-Security seinen Sitz in Bonn, an dem unter anderem das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, die BWI und das Fraunhofer FKIE beteiligt sind.

³⁵ Zum erweiterten Wirkungsradius zählen die kreisfreie Stadt Köln, der Kreis Euskirchen, der Rhein-Erft-Kreis, die kreisfreie Stadt Leverkusen, der Rheinisch-Bergische Kreis und der Oberbergische Kreis.

Abbildung 17: DWHRW-Hub Bonn - Potenziale des regionalen Ökosystems

Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren



Quelle: Prognos AG (2021). Siehe Tabelle 8 im Anhang für eine genaue Übersicht der Wirkungsradien des DWRW-Hub Bonn

Komplementäre, bzw. konkurrierende Angebote sind auch in der Umgebung des Hubs vorhanden – teilweise mit anderen Zielgruppen als der Hub, teilweise mit ähnlichen. So adressiert beispielsweise der Life Science Inkubator am Forschungszentrum caesar die Bereiche Biowissenschaften, Diagnostik und Medizintechnik. Das Hypozentrum in Bonn bietet außerdem auch Co-Working Plätze an, ist aber auch Partner des Hubs (s.o.). Die Telekom bietet mit einem Accelerator-Programm, dem TechBoost-Accelerator-Programm, gezielt Förderung für digitale Start-ups an. Das Programm steht nicht in direkter Konkurrenz zum Hub, da das Programm deutschlandweit Start-ups anspricht. Regional stärker verankert sind die Universität und die Hochschule in Bonn, die Transferzentren anbieten, welche zu Gründung, Vernetzung und Transfer beraten.

Die Regionalanalyse hat gezeigt, dass das regionale Ökosystem im Umfeld des Bonner Hubs vielfältige Potenziale aufweist – allen voran im Bereich der digitalen Patente, wo der Bonner Hub-Standort deutlich im NRW-Vergleich führt. Insbesondere durch die Präsenz großer internationaler Leitunternehmen, die ebenfalls stark mit den genannten Patentierungsaktivitäten verbunden sind, bietet der Hub-Standort sowie die Region zahlreiche Angebote, die gezielt Start-ups adressieren.

Analyse der Aktivitäten und Outputs basierend auf dem Kennzahlensystem

Wie zuvor schon für den Aachener Hub werden im Folgenden Outputs des Bonner Hubs für zentrale Indikatoren des Kennzahlensystems der DWNRW-Hubs betrachtet, um eine Übersicht über Aktivitäten und Schwerpunkte des Hubs zu generieren.

Wie Tabelle 2 darstellt, wurden seit 2016 mit 162 Veranstaltungen, bei denen der Hub Hauptveranstalter war, vergleichsweise wenige Veranstaltungen durch den Bonner Hub organisiert. Mit rund 50 durchschnittlichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern bei eigenen Veranstaltungen liegt der Bonner Hub im Vergleich im Mittelfeld. Allerdings trat der Bonner Hub häufig als aktiver Teilnehmer von Veranstaltungen auf und unterstützte sehr stark Veranstaltungen Dritter. Dies kann als Hinweis darauf gesehen werden, dass der Hub in seinem Netzwerk breit verankert ist und dabei zahlreiche Events im Umfeld unterstützt. Dies zeigt zudem auch, dass der Bonner Hub die Potenziale seines regionalen Ökosystems mit der Vielzahl an internationalen Leitunternehmen und einer starken Wissenschaftslandschaft nutzt.

Ähnlich stark ist der Bonner Hub bei der Förderung von Start-up Teams positioniert. Insgesamt wurden 152 Start-up Teams in hubeigenen Förderprogrammen unterstützt. Mit 90 unabhängigen Gründerteams bilden diese dabei einen Schwerpunkt, gefolgt von 53 Hochschulgründerteams. Mit neun an Unternehmen bzw. Spin-offs gekoppelte Gründerteams ist diese Zahl vergleichsweise groß.

Weiterhin wurde mit rund 3800 Beratungsgesprächen eine sehr hohe Anzahl an Beratungen durch den Bonner Hub durchgeführt. Dabei stellen Start-ups mit 2645 Beratungsgesprächen die mit Abstand größte Zielgruppe der Beratungen dar. Da in rund 400 Gesprächen vergleichsweise viele Studentinnen und Studenten beraten wurden, kann auf eine gute Einbindung der Hochschulstandorte im Ökosystem geschlossen werden.

Mit den etwa 1370 durch den Bonner Hub erfolgten Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteuren liegt der Hub hierbei im Mittelfeld. Gleiches gilt für die Anzahl an institutionellen Partnern³⁶ des Hubs. In diesem Netzwerk versammelt der Hub fast 70 Akteure, von denen mit fast 50 Prozent Großunternehmen die Mehrheit bilden. Hingegen ist der Bonner Hub bei der Vermittlung externer Finanzierung sehr gut positioniert, da insgesamt 89 Kontakte und Intros zwischen Start-ups und Investorinnen und Investoren erfolgten. Dies kann einerseits mit der Organisation des Bonner Hubs, die Investoren etwa im Aufsichtsrat umfasst, erklärt werden. Andererseits kann auf eine gute Einbindung der weiteren Investorinnen und Investoren (wie etwa dem HTGF) im Ökosystem geschlossen werden.

Tabelle 2: Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Digitaler Hub Region Bonn AG.

| Indikator | Output |
|---|--------|
| Veranstaltungen (bei denen der Hub Hauptveranstalter war) | 162 |
| Geförderte Start-up Teams (Start-up Teams Teil hubeigener Förderprogramme) | 152 |

³⁶ Institutionelle Partner der Hubs umfassen zum Beispiel Hub-Gesellschafter, Mitglieder im Hub-Verein oder vertraglich gebundene Hub-Partner.

| | |
|--|------|
| Anzahl Beratungsgespräche (Individuelle Beratungsgespräche für alle Zielgruppen) | 3810 |
| Matching von Marktakteuren (Geschäftsanhörungen zwischen Marktakteuren; 1:1 Intro mindestens per E-Mail bei konkreter Bedarfsanfrage) | 1373 |
| Vermittlung externer Finanzierung durch den Hub (Kontaktvermittlung und Intros von Start-ups bei Investoren) | 89 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs
Anmerkung: die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor.

3.2.4 DWNRW-Hub Düsseldorf (digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH)

Das Düsseldorfer Ökosystem bietet eine ausgeprägte Wirtschafts-, Wissens- und Gründungsstärke und einen breiten Besatz internationaler Leitunternehmen. Einige davon finden sich auch im Beirat des Hubs wieder, der insgesamt stark von Großunternehmen geprägt ist. Die Analyse des Kennzahlensystems zeigt, dass, im Vergleich mit den anderen Hubs, die Angebote des Hubs oftmals in Kooperation mit anderen Anbietern erbracht werden. Außerdem werden weitere Spezifika des Hubs deutlich: Der Düsseldorfer Hub zeichnet sich insbesondere als Vermittler und aktiver Teilnehmer bei Veranstaltungen aus sowie durch eine überdurchschnittliche Teilnehmerzahl bei eigenen Veranstaltungen.

Organisation, Netzwerk und Angebote

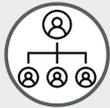
Der Düsseldorfer Hub ist in Form einer GmbH organisiert bestehend aus Gesellschaftern der öffentlich-rechtlichen Körperschaften. Zu diesen zählen die Stadt Düsseldorf, der Rhein-Kreis Neuss, die Wirtschaftsförderung Mönchengladbach, sowie die IHK Düsseldorf. Das Partnernetzwerk des Hubs ist überwiegend durch Unternehmen geprägt – so machen KMU und Großunternehmen circa die Hälfte aus. Öffentlich-rechtliche Körperschaften bilden die drittgrößte Gruppe. Insgesamt hat der Hub 53 institutionelle Partner (Stand: 2020). Zu den zentralen Kooperationspartnern und Sponsoren zählen Unternehmen wie Vodafone und Henkel, Messegesellschaften, wie die Messe Düsseldorf, und Versicherungen, wie die AOK.

Die Beratung im Düsseldorfer Hub wird durch 27 Coaches angeboten. Für junge Start-ups bietet der Hub mit dem Ignition Programm ein eigenes Accelerator-Programm an. Dieses dauert fünf Monate und unterstützt die Teams dabei mit jeweils maximal 25 Tausend Euro. Ziel des Programms ist es, junge Teams beim Unternehmertum zu unterstützen und nach Programmende ein marktfähiges Produkt hervorzubringen. Für Scale-ups befindet sich ein eigenes Förderprogramm derzeit in der Planungs-Phase. Auch für das Gründerstipendium NRW kann man sich über den Hub bewerben. Ein eigenes Co-Working Space bietet der Hub nicht an, es gibt jedoch Anbindungen zu anderen Co-Working Spaces und Labs. So können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Ignition Programms das Co-Working sowie weitere Angebote vom STARTPLATZ nutzen.³⁷ Für das Accelerator-Programm bietet der Hub jedoch eigene Veranstaltungen an, wie z. B. das Gründerfrühstück oder die Ignition Demo Night. Der Hub veranstaltet auch Großveranstaltungen; hier ist insbesondere der Digital Demo Day zu nennen, der als Deutschlands führende Start-up Messe und Technologie-Konferenz gilt. Zu den spezifischen Aufgaben des Hubs gehört die Unterstützung

³⁷ Für mehr Informationen siehe: [Startup Inkubator & Accelerator in Köln und Düsseldorf - STARTPLATZ](#)

der Plattform startups.nrw (federführend sind der digiHUB Aachen e.V. und der Digital Hub münsterLAND).

Box 3: Übersicht zentraler Strukturmerkmale des digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH



Hub-Organisation: GmbH; Gesellschafter bestehen aus öffentlich-rechtlichen Körperschaften (Stadt Düsseldorf, Rhein-Kreis Neuss; WiFö M'Gladbach) und Kammern (IHK Düsseldorf)



Partnernetzwerk: Insgesamt 53 institutionelle Partner (Stand 2020); Schwerpunkt des Partnernetzwerkes bilden KMU (32%), Großunternehmen (19%) und öffentlich-rechtliche Körperschaften (15%)



Zentrale Kooperationspartnerinnen/-partner & Sponsoren: u.a. Unternehmen (Henkel, Vodafone), Messesgesellschaften (Messe Düsseldorf) und Versicherungen (AOK)



Spezifische Infrastruktur- & Beratungsangebote: Beratung durch 27 Coaches / Mentorinnen und Mentoren. Anbindung an andere Co-Working Spaces & Labs.



Spezifische Aufgaben im NRW-Ökosystem: Unterstützung Plattform startups.nrw (federführend digiHUB Aachen e.V. & Digital Hub münsterLAND)

Prognos AG (2021), basierend auf Onlinepräsenz des Hubs und Kennzahlensystem DWNRW-Hubs

Zentrale Strukturmerkmale und Eckdaten des regionalen Ökosystems

Den Standort Düsseldorf zeichnet insbesondere eine hohe Wirtschafts-, Wissens- und Gründungsstärke aus, dabei sind die führenden Leitunternehmen über verschiedene Branchen verteilt. Zu den Leitunternehmen zählen Vodafone, die METRO AG, Henkel, Huawei oder auch Rheinmetall. Die Branchenschwerpunkte in Düsseldorf liegen im Bereich der wissensintensiven Dienstleistungen, Dienstleistungen in der IT, im Gesundheitswesen und Sozialem sowie im Transport, bzw. Logistik, Finanzdienstleistungen und Handel. Insbesondere die wissensintensiven Dienstleistungen sind charakteristisch für den Standort – Düsseldorf ist in diesem Bereich führend in Deutschland. Auch die internationale Ausrichtung der Wirtschaft, insbesondere auf Asien, ist eine weitere Besonderheit. Innerhalb der Wirkungsradien des Düsseldorfer Hubs lassen sich rund 560 Start-ups identifizieren. Auch am Düsseldorfer Hub lässt sich ein wesentlicher Branchenschwerpunkt im Bereich Software (113 Start-ups) identifizieren. Es folgen die Branchen E-Commerce (77 Start-ups) und Medizin (61 Start-ups).

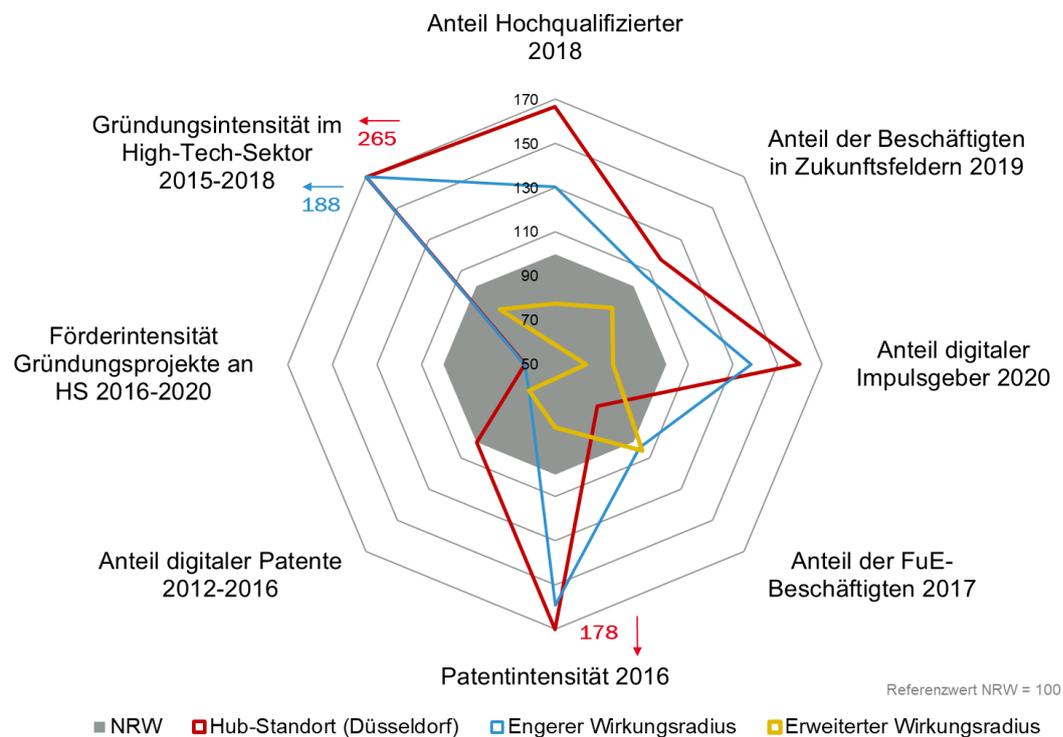
Die Hochschullandschaft in der Region ist mit 13 Hochschulstandorten (inkl. Zweigniederlassungen) gut ausgeprägt. Im erweiterten Umfeld³⁸ sind es 25 Standorte. Ankerpunkte sind dabei die

³⁸ Zum erweiterten Umfeld gehören: Kreis Kleve, Kreis Wesel, kreisfr. Stadt Duisburg, kreisfr. Stadt Remscheid, kreisfr. Stadt Wuppertal, kreisfr. Stadt Solingen, Kreis Viersen, kreisfr. Stadt Krefeld.

Universität (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) und die Hochschule Düsseldorf mit jeweils 37 Tausend und elf Tausend Studentinnen und Studenten. Die Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen (2016-2020) liegt hingegen auf einem relativ niedrigen Niveau, verglichen mit dem Durchschnitt in NRW. Zusätzlich gibt es sechs außeruniversitäre FuE-Einrichtungen (elf im erweiterten Wirkungsradius), unter denen zwei Leibniz-Institute sind und ein Max-Planck-Institut. Der Anteil der im FuE-Bereich Beschäftigten (2017) liegt etwas unter dem NRW-Durchschnitt. Dafür ist der Anteil der Beschäftigten in Zukunftsfeldern (2019) etwas überdurchschnittlich. Die technologischen Schwerpunkte liegen in den Bereichen des medizinischen Biotech, der Werkstoffe, Energie, Medizintechnik sowie Industrie 4.0. Besonders auffällig sind die hohen Werte des Hub-Standorts im Bereich der Patentintensität, dem Anteil Hochqualifizierter (2018) und dem Anteil digitaler Impulsgeberinnen und -geber (2020). Im Bereich der Gründungsintensität im High-Tech-Sektor (2015-2018) erreicht Düsseldorf eine besonders hohe Quote (siehe untenstehende Abbildung 18). Eine weitere Besonderheit ist der auffallende Unterschied zwischen dem Hub-Standort, bzw. engerem Wirkungsradius und dem erweiterten Wirkungsradius. Hier fällt auf, dass der erweiterte Wirkungsradius im Vergleich deutlich hinter dem Hub-Standort zurückbleibt. Eine Erklärung ist die Einwohnerstärk des Umlands. Der Standort des Hubs selbst ist jedoch in ausgewählten Bereichen des Ökosystems sehr stark.

Abbildung 18: DWRW-Hub Düsseldorf - Potenziale des regionalen Ökosystems

Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren



Quelle: Prognos AG (2021). Siehe Tabelle 8 im Anhang für eine genaue Übersicht der Wirkungsradien des DWRW-Hub Düsseldorf

Der Standort Düsseldorf bietet für Start-ups ein breites Angebot. Neben dem Accelerator-Programm des Hubs gibt es für Start-ups außerdem die CGI Unicorn Academy oder das #letsinnovatetogether Accelerator-Programm. Auch STARTPLATZ bietet ein eigenes Accelerator-Programm für Tech-Start-ups an. Für Start-ups in spezifischen Branchen bieten sich spezifische Acceleratoren mit dem Vodafone UPLIFT Programm (Branchen: IoT, KI, 5G, Cloud-Anwendungen), der Spiel-Fabrique (Spielemarkt), oder dem Journalismus Lab (Medienbranche) an. Ein Großteil der weiteren Angebote sind überregional ausgerichtet. Co-Working Plätze werden beispielweise von Design Offices³⁹ geboten; Werkstätten u. ä. werden vom FabLab Düsseldorf⁴⁰ angeboten. In Düsseldorf gibt es außerdem weitere Beratungs- und Vernetzungsangeboten, wie beispielweise von BIO.NRW (speziell an Biotech-Start-ups gerichtet) oder das grow - Startup to grow Programm. Außerdem bietet das Düsseldorfer Innovations- und Technologiezentrum neben Räumlichkeiten und Angeboten für innovative Unternehmen auch speziell Angebote an Life Science Unternehmen durch das integrierte Life Science Center.

Zusammenfassend hat die Regionalanalyse gezeigt, dass das regionale Ökosystem rund um den Düsseldorfer Hub große Potenziale bietet und in vielen Bereichen überdurchschnittlich abschneidet. Besonders herausragend ist dabei die Patentintensität sowie die Gründungsintensität im High-Tech Sektor. Mit großen Leitunternehmen, einer internationalen Wirtschaftsausrichtung und breiten Angeboten für Gründungsinteressierte bietet das regionale Ökosystem Düsseldorfs viele Möglichkeiten für Start-ups.

Analyse der Aktivitäten und Outputs basierend auf dem Kennzahlensystem

Für die Analyse der Aktivitäten und Schwerpunkte des Düsseldorfer Hub werden die in Tabelle 3 dargestellten Outputs herangezogen. Hier zeigt sich, dass mit 50 Veranstaltungen, bei denen der Hub Hauptveranstalter war, vergleichsweise wenig Veranstaltungen durchgeführt wurden. Dieses Ergebnis relativiert sich allerdings bei Betrachtung der Teilnehmezahlen dieser Hub-Veranstaltungen. Mit durchschnittlich 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmern bei eigenen Veranstaltungen kann der Düsseldorfer Hub eine sehr große Mobilisierung des Ökosystems erreichen und ist ein Hinweis darauf, dass der Hub zwar weniger, dafür aber umso größere Veranstaltungen organisiert. Das aktive Mitwirken des Hubs als aktiver Teilnehmer bei Veranstaltungen lässt auf eine gute Verankerung im Netzwerk und Umfeld schließen.

Mit 73 geförderten Start-up Teams liegt der Düsseldorfer Hub bei diesem Indikator des Kennzahlensystems im Mittelfeld. Diese Start-up Teams in hubeigenen Förderprogrammen teilen sich auf 42 unabhängige, 27 Hochschul- und vier Gründerteams gekoppelt an Unternehmen bzw. Spin-offs. Hier verfolgt der Hub ähnlich wie bei den Veranstaltungen einen fokussierte Strategie des ‚weniger ist mehr‘: die geförderten Start-ups erhalten eine vergleichsweise intensive Betreuung; über das eigene Acceleration-Programm „Ignition“ erhalten Start-ups zudem vergleichsweise umfangreiche Ressourcen, um Prototypen und Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln.

Mit rund 1260 geführten Gesprächen wurden am Düsseldorfer Hub vergleichsweise wenige Beratungen durchgeführt. Neben 913 beratenen Start-ups stellen KMU und Großunternehmen mit jeweils circa 85 Beratungsgesprächen einen Schwerpunkt dar. Dies kann als Hinweis gesehen werden, dass die breite Unternehmenslandschaft in der Region Düsseldorf sich auch im Hub wiederfinden lässt. Diese Verteilung findet sich auch im Partnernetzwerk des Düsseldorfer Hubs wieder.

³⁹ Weitere Informationen zu Design Offices findet man auf der Website: <https://www.designoffices.de/standorte/buero-mieten-duesseldorf/duesseldorf-kaiserteich>

⁴⁰ Mehr Informationen zum FabLab gibt es unter: <https://garage-lab.de/>

Insgesamt umfasst das Partnernetzwerk des Hubs über 50 institutionelle Partner⁴¹, von denen über die Hälfte sich aus KMU und Großunternehmen zusammensetzt.

Während mit 25 Start-ups die Anzahl der Gründer, die durch den Hub eine externe Finanzierung erhalten haben, vergleichsweise gering ist, ist der Düsseldorfer Hub beim Matching von Marktakteurinnen und -akteuren gut positioniert. So wurden durch den Hub rund 1890 Geschäftsanbahnungen hergestellt.

Tabelle 3: Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH

| Indikator | Output |
|---|--------|
| Veranstaltungen (bei denen der Hub Hauptveranstalter war) | 50 |
| Geförderte Start-up Teams (Start-up Teams Teil hubeigener Förderprogramme) | 73 |
| Anzahl Beratungsgespräche (Individuelle Beratungsgespräche für alle Zielgruppen) | 1262 |
| Matching von Marktakteuren (Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteuren; 1:1 Intro mindestens per E-Mail bei konkreter Bedarfsanfrage) | 1893 |
| Vermittlung externer Finanzierung durch den Hub (Kontaktvermittlung und Intros von Start-ups bei Investoren) | 25 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWRW-Hubs
Anmerkung: die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor.

3.2.5 DWRW-Hub Münsterland (Digital Hub münsterLAND)

Das Partnernetzwerk des Digital Hub münsterLAND ist stark mittelständisch geprägt. Im umgebenden Ökosystem sind Wissenschaft und Wirtschaft in ausgewählten Sektoren stark. Das Umland von Münster ist eher ländlich geprägt. Die Betrachtung des Kennzahlensystems zeigt, dass der Hub sich insbesondere durch das Anbieten zahlreicher eigener Events hervorhebt und außerdem sehr aktiv bei Beratung und Matching ist.

Organisation, Netzwerk und Angebote

Der Digital Hub münsterLAND ist ein Projekt des in Münster ansässigen Vereins münsterLAND.digital e.V. Der Aufsichtsrat des Hubs setzt sich aus verschiedenen Unternehmen und der IHK-Nord Westfalen zusammen. Im Jahr 2020 hatte der Hub insgesamt 217 institutionelle Partner, mit einem Schwerpunkt auf KMUs, die 65 Prozent der Partner bilden. Ein weiterer Schwerpunkt sind Gründungen und Start-ups mit 13 Prozent. Zentrale Kooperationspartner und Sponsoren sind hauptsächlich Unternehmen (beispielsweise Westfalen AG oder Brillux) und öffentlich-rechtliche

⁴¹ Institutionelle Partner der Hubs umfassen zum Beispiel Hub-Gesellschafter, Mitglieder im Hub-Verein oder vertraglich gebundene Hub-Partner.

Körperschaften (Sparkasse Münsterland) sowie Krankenhäuser. Zusammen mit dem Hub in Aachen und Düsseldorf ist der Hub Münsterland zuständig für den Aufbau und das Management der Plattform startups.nrw.

Die Beratung des Hubs erfolgt durch 103 Coaches, bzw. Mentorinnen und Mentoren. Konkrete Angebote für Start-ups sind das Digital Hub Accelerator-Programm des Hubs und das Start-up Fellowship. Im kostenlosen Accelerator-Programm werden Start-ups direkt durch Coaching, Nutzung des Co-Working für zwölf Monate, Eventteilnahme und weiteren Benefits gefördert; das Fellowship ist vorrangig ein Netzwerk, das neben Austausch weitere Benefits für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bietet. Außerdem organisiert der Hub ein Business Angel Netzwerk. Für den Mittelstand bietet der Hub eigene Angebote, die die Vernetzung mit Start-ups betreffen, die Unterstützung von Innovationen sowie die Möglichkeit von sogenannten „Reverse Pitches“ (Vorstellung des unternehmenseigenen Innovationsthemas vor digitaler Community). Der Hub bietet Co-Working an 2 Standorten an – in Münster selbst und in Emsdetten. Das Co-Working in Münster kostet für Mitglieder des Vereins münsterLAND.digital 200 Euro monatlich, inklusive eines 24/7-Zugangs. Für Nicht-Mitglieder beträgt der Preis 250 Euro und für Start-ups, im Fellowship oder Accelerator Programm, 50 Euro monatlich für einen Flex-Desk.⁴² Das Co-Working bietet 83 Plätze auf 375m² und eine Eventfläche von 120m². Im eigenen Lab gibt es zusätzlich 8 Arbeitsplätze. Neben diesen Angeboten, veranstaltet der Hub auch eigene Events, die zum Teil für die Accelerator-Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorbehalten sind, wie beispielsweise der Demo Day, oder für ein breiteres Publikum geöffnet, wie beispielsweise der Monstergrill. Der Hub ist auch als Mit-Veranstalter am Digital Summit Euregio beteiligt, das von der IHK-Nord Westfalen verantwortet wird.

Box 4: Übersicht zentraler Strukturmerkmale des Digital Hub münsterLAND

- 

Hub-Organisation: eingetragener Verein. Aufsichtsrat setzt sich aus verschiedenen Unternehmen und der IHK Nord Westfalen zusammen
- 

Partnernetzwerk: Insgesamt **217 institutionelle Partner** (Stand 2020); Schwerpunkt des Partnernetzwerkes bilden **KMU** (65%) und Start-ups und Gründer (13%)
- 

Zentrale Kooperationspartnerinnen/-partner & Sponsoren: vor allem Unternehmen (Westfalen AG, Brillux), öffentlich-rechtliche Körperschaften (Sparkasse Münsterland) und Krankenhäuser
- 

Spezifische Infrastruktur- & Beratungsangebote: Beratung durch 103 Coaches / Mentorinnen und Mentoren. Co-Working mit 83 Plätzen auf 375 m². Eigenes Lab mit 8 Plätzen; Eventfläche auf 120m²
- 

Spezifische Aufgaben im NRW-Ökosystem: Aufbau & Management der Plattform startups.nrw (zusammen mit digiHUB Aachen e.V. & digihub Düsseldorf/Rheinland)

Prognos AG (2021), basierend auf Onlinepräsenz des Hubs und Kennzahlensystem DWNRW-Hubs

⁴² Die genaue Preisliste lässt sich der Website entnehmen: <https://www.digitalhub.ms/coworking/muenster>

Zentrale Strukturmerkmale und Eckdaten des regionalen Ökosystems

Das regionale Ökosystem rund um den Hub Münsterland ist stark von Wissenschaft und Wirtschaft in ausgewählten Sektoren geprägt, wohingegen das Umland eher ländlich gestaltet ist. Die Wissenschaftslandschaft zeichnet sich insbesondere durch 12 Hochschulstandorte im Umfeld aus; 13, wenn man das erweiterte Umfeld⁴³ miteinbezieht. Die Universität Münster mit 46.000 Studierenden und die FH Münster mit 15.000 Studierenden bilden dabei die Ankerpunkte. Zusätzlich zu den Hochschulstandorten ist in Münster das Max-Planck-Institut für molekulare Biomedizin angesiedelt. Die technologischen Schwerpunkte in Münster liegen in den Bereichen medizinische Biotechnik, Medizintechnik, KI und Industrie 4.0. In den drei Wirkungsradien des Münsteraner DWNRW-Hub sind in Summe rund 180 Start-ups zu verorten. Als Branchenschwerpunkte dieser Start-ups lassen sich dabei Software (40 Start-ups), Medizin (21 Start-ups) und E-Commerce (16 Start-ups) ermitteln.

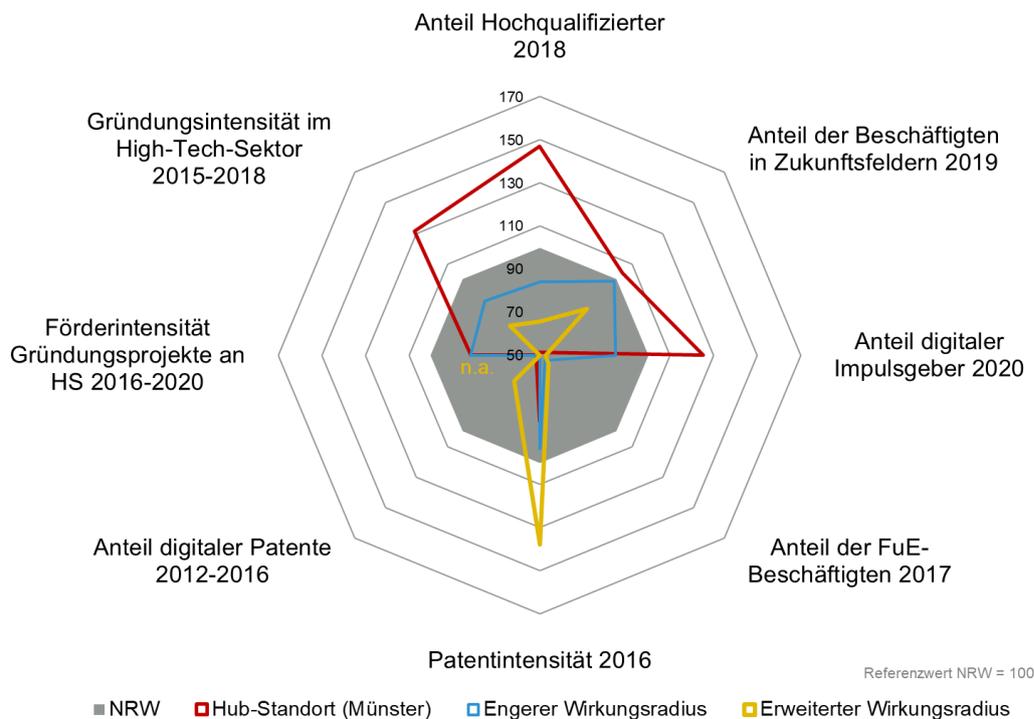
Wie in der untenstehenden Abbildung deutlich wird, unterscheidet sich der direkte Hub-Standort (Münster) stark vom engeren sowie erweiterten Umfeld. Das ist unter anderem mit dem eher ländlich geprägten Umland zu erklären, in dem Land- sowie Forstwirtschaft dominieren. Münster selbst wirkt als Dienstleistungszentrum der Region und ist ein starker Wissenschafts- und Wirtschaftstandort in ausgewählten Bereichen. Das direkte Hub-Umfeld zeichnet sich jedoch durch eine hohe Gründungsintensität im High-Tech Sektor aus (2015-2018), einen vergleichsweise hohen Anteil an Hochqualifizierten (2018) und digitaler Impulsgeberinnen und -geber (2020). Während der Anteil der Beschäftigten in Zukunftsfeldern (2019) auch überdurchschnittlich abschneidet, sind weitere Aspekte des digitalen Ökosystems nicht ganz so stark präsent. Dazu gehören die Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen, der Anteil digitaler Patente, die Patentintensität (die aber im erweiterten Wirkungsradius besonders ausgeprägt ist) und der Anteil der FuE-Beschäftigten. Bezüglich der stark ausgeprägten Patentintensität im erweiterten Wirkungsradius ist ein Bezug zur chemischen Industrie im Kreis Recklinghausen naheliegend.

Leitunternehmen der Region sind beispielsweise Brillux (auch Partner des Hubs), die BASF, die Deutsche Rentenversicherung oder auch Hengst SE. Die Leitunternehmen spiegeln auch die zentralen Branchenschwerpunkte in Münster wider, die in den Bereichen Versicherung, IT-Dienstleistungen, Gesundheit/Soziales, Chemie, wissensintensive Dienstleistungen sowie Handel liegen. Charakterisierend für den Standort ist, dass Münster ein Dienstleistungszentrum in der Region ist und insbesondere in den umliegenden Kreisen Land- und Forstwirtschaft stark lokalisiert ist. Außerdem ist in Münster die Forschungsfertigung Batteriezellen angesiedelt, die die bundesweit erste Forschungsfabrik für Batterien ist.

⁴³ Im erweiterten Umfeld liegt der Kreis Recklinghausen. Das engere Umfeld betrifft die kreisfr. Stadt Münster, Kreis Borken, Kreis Steinfurt, Kreis Coesfeld und den Kreis Warendorf.

Abbildung 19: DWRW-Hub Münster - Potenziale des regionalen Ökosystems

Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren



Quelle: Prognos AG (2021). Siehe Tabelle 8 im Anhang für eine genaue Übersicht der Wirkungsradien des DWRW-Hub Münster

In Münster selbst wird durch das Innovationslabor Münsterland ein Accelerator-Programm für Gründungswillige mit akademischem Hintergrund geboten. Das Programm ist wie das Angebot des Hubs kostenfrei. Mit dem Venture Club ist eine studentische Initiative in Münster ansässig, die sich zum Ziel gesetzt hat die Grundlagen für Gründerinnen und Gründer in Münster zu verbessern. Das Angebot beinhaltet Events, Workshops und Netzwerkmöglichkeiten. In der Region rund um Münster werden von verschiedenen Stellen Co-Working Spaces geboten. Außerdem gibt es in Steinfurt einen eigenen Gründer- und Innovationspark („GRIPS“), der von der Wirtschaftsförderung in Steinfurt, der Stadt Steinfurt und der FH Münster gemeinschaftlich betrieben wird.

Zusammenfassend zeigt die Regionalanalyse, dass Münster ein starkes Dienstleistungszentrum der Region ist und das regionale Gründungsökosystem in zukunftsweisenden Bereichen Potenziale bietet (so beispielsweise im High-Tech Sektor). Auffällig ist das Potenzialgefälle zwischen Münster und dem Umland, das durch die ländliche Prägung der Region zu erklären ist. Mit seinen Aktivitäten setzt der Hub genau hier an, um das Münsterland auch in der Fläche zu vernetzen und Potenziale zu mobilisieren.

Analyse der Aktivitäten und Outputs basierend auf dem Kennzahlensystem

Die Analyse der Outputs zentraler Indikatoren des Kennzahlensystems für den Münsteraner DWRW-Hub ist in Tabelle 4 festgehalten. Bei dieser Untersuchung wird deutlich, dass ein Schwerpunkt der Arbeit des Münsteraner Hubs die Veranstaltung eigener Events ist. Mit 251 dieser Events, bei denen der Hub Hauptveranstalter war, kann der Münsteraner Hub diesbezüglich

als sehr aktiv beschrieben werden. Allerdings sind diese Events eher kleiner, da die durchschnittliche Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit 35 vergleichsweise gering ist. Dass der Münsteraner Hub gleichzeitig selten die Veranstaltungen Dritter unterstützt, kann als Hinweis darauf gesehen werden, dass der Hub im regionalen Ökosystem eine „Leuchtturmrolle“ einnimmt.

Mit 31 geförderten Start-up Teams sind beim Münsteraner Hub vergleichsweise wenig Start-up Teams in hubeigenen Förderprogrammen. Diese 31 Start-up Teams setzen sich aus 19 unabhängigen Gründerteams, 10 Hochschulgründerteams und 2 Gründerteams, die an Unternehmen und Spin-offs gekoppelt sind, zusammen.

Mit fast 2000 durchgeführten Beratungsgesprächen zeigt der Münsteraner Hub eine vergleichsweise hohe Beratungsaktivität auf. Dieser hohe Output kann auch auf das bereits zuvor erwähnte große und breit aufgestellte Coaching-Netzwerk zurückgeführt werden. Während der Münsteraner Hub mit 23 Kontaktvermittlungen vergleichsweise wenig externe Finanzierung vermittelt hat, wurden mit ungefähr 2320 Geschäftsanbahnung relativ viele Marktakteure gematcht. Dies deutet daraufhin, dass das stark mittelständisch geprägte Umfeld des Hubs gut in die Arbeit des Hubs und in die Vernetzung mit Start-ups integriert wurde. Dies wird durch die Analyse des großen Partnernetzwerks des Münsteraner Hubs untermauert. Von den fast 220 institutionellen Partnern⁴⁴ des Hubs stellen KMU mit einem Anteil von 65 Prozent die überwiegende Mehrheit.

Tabelle 4: Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Digital Hub münsterLAND

| Indikator | Output |
|---|--------|
| Veranstaltungen (bei denen der Hub Hauptveranstalter war) | 251 |
| Geförderte Start-up Teams (Start-up Teams Teil hubeigener Förderprogramme) | 31 |
| Anzahl Beratungsgespräche (Individuelle Beratungsgespräche für alle Zielgruppen) | 1965 |
| Matching von Marktakteuren (Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteuren; 1:1 Intro mindestens per E-Mail bei konkreter Bedarfsanfrage) | 2323 |
| Vermittlung externer Finanzierung durch den Hubs (Kontaktvermittlung und Intros von Start-ups bei Investoren) | 23 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs
Anmerkung: die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor.

⁴⁴ Institutionelle Partner der Hubs umfassen zum Beispiel Hub-Gesellschafter, Mitglieder im Hub-Verein oder vertraglich gebundene Hub-Partner.

3.2.6 DWRW-Hub Ruhr (Ruhr:HUB GmbH)

Der Ruhr:HUB zeichnet sich insbesondere durch ein großes Netzwerk aus, welches Kommunen, Hochschulen und Unternehmen umfasst. Im Ökosystem des Hubs sind Dortmund und Essen wirtschaftlich sehr stark; in der Umgebung überwiegt ein Mix aus traditioneller Industrie und Kompetenz in Zukunftsfeldern. Die Kennzahlenanalyse der DWRW-Hubs zeigt, dass die Aktivitätsschwerpunkte des Ruhr:HUBS in der Teilnahme an Events und Beratung liegen und es zudem eine hohe Anzahl an Start-ups in Förderprogrammen gibt.

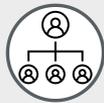
Organisation, Netzwerk und Angebote

Der DWRW-Hub im Ruhrgebiet ist als GmbH organisiert, mit Gesellschaftern aus den sechs Ruhrgebietsstädten Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen und Mülheim an der Ruhr. Die Business Metropole Ruhr GmbH ist außerdem Gesellschafter. Der Standort des Hubs ist in Essen. Der Hub verfügt über ein großes Partnernetzwerk mit insgesamt 366 institutionellen Partnern (Stand 2020). Den Schwerpunkt des Netzwerks bilden Start-ups sowie Gründerinnen und Gründer, die 47 Prozent ausmachen und KMU, die weitere 21 Prozent bilden. Zu den zentralen Kooperationspartnern und Sponsoren zählen insbesondere Unternehmen wie Aldi oder RWE, Kammern (IHK Dortmund) und Hochschulinitiativen (bestehend aus der Uni Bochum, Uni Essen und TU Dortmund).

Im Hub sind 84 Coaches, bzw. Mentorinnen und Mentoren aktiv, die individuelle Beratung für Start-ups anbieten. Außerdem können sich Start-ups für ein Pitch-Training bewerben, das in Zusammenarbeit mit dem Pitch Camp angeboten wird. Auf der Start-up Night, RuhrSUN, können sich Start-ups über ihre Erfahrungen austauschen. Auch für das Gründerstipendium NRW können sich Interessierte bei dem Hub bewerben. Weitere Angebote gibt es für Unternehmen, welche beispielweise auf Hackathons oder bei Reverse Pitches, „Challenge Pitches“, sich gezielt über bestimmte Themen oder Herausforderungen informieren können. Der Ruhr:HUB bietet außerdem 10 Co-Working Plätze auf 250 m² an. Die Preise für die Nutzung des Co-Working Space betragen für Start-ups 150 Euro monatlich für einen Flex Desk, für Unternehmen bzw. Selbstständige 200 Euro und für Studentinnen und Studenten 25 Euro. Ein 24/7-Zugang ist mitinbegriffen.⁴⁵ Der Ruhr:HUB bietet außerdem eine Eventfläche von 100 m² an. Die spezifischen Aufgaben des Hubs sind die Internationalisierung des Ökosystems, insbesondere durch Organisation des gemeinsamen Auftritts auf internationalen Events.

⁴⁵ Die gesamte Preisgestaltung gibt es auf der Website des Hubs: <https://ruhrhub.de/arbeitsplatz>

Box 5: Übersicht zentraler Strukturmerkmale der Ruhr:HUB GmbH



Hub-Organisation: GmbH. Gesellschafter setzen sich aus den 6 Ruhrgebietsstädten und der Metropole Ruhr GmbH zusammen



Partnernetzwerk: Insgesamt 366 institutionelle Partner (Stand 2020); Schwerpunkt des Partnernetzwerkes bilden Start-ups & Gründer (47%) und KMU (21%)



Zentrale Kooperationspartnerinnen/-partner & Sponsoren: u.a. Unternehmen (Aldi, RWE), Kammern (IHK Dortmund) und Hochschulinitiativen (bestehend aus Uni Bochum, Uni Essen und TU Dortmund)



Spezifische Infrastruktur- & Beratungsangebote: Beratung durch 84 Coaches / Mentorinnen und Mentoren. Co-Working mit 10 Plätzen auf 250m². Eigene Eventfläche auf 100m²



Spezifische Aufgaben im NRW-Ökosystem: Internationalisierung des Ökosystems, insb. durch Organisation des gemeinsamen Auftritts auf internationalen Events

Prognos AG (2021), basierend auf Onlinepräsenz des Hubs und Kennzahlensystem DWRW-Hubs

Zentrale Strukturmerkmale und Eckdaten des regionalen Ökosystems

Im Ökosystem des Ruhr Hubs zeichnen sich insbesondere Dortmund und Essen mit wirtschaftlicher Stärke aus. Wirtschaftlich herrscht eine Mischung aus traditioneller Industrie und Kompetenz in Zukunftsfeldern vor. Das Ökosystem ist vor allem durch den Sitz vieler Großkonzerne geprägt und der langen Tradition der Montanindustrie. KMUs sind folglich weniger stark vertreten. Insbesondere im Duisburger Umfeld gibt es eine hohe Kompetenz im Bereich Wasserstoff. Die technologischen Schwerpunkte liegen in den Bereichen KI, IKT, Industrie 4.0 und Medizintechnik sowie medizinischem Biotech, Energie und Umwelt. Ausgewählte Leitunternehmen im engeren Wirkungsradius⁴⁶ sind ThyssenKrupp, Evonik, die Funke Medien Gruppe und Aldi. Die korrespondierenden Branchenschwerpunkte sind Energie, Baugewerbe, Handel sowie wissensintensive Dienstleistungen, Dienstleistungen in der IT und Gesundheit/Soziales.

Insgesamt gibt es 29 Hochschulstandorte im Ökosystem des Hubs (inklusive Zweigniederlassungen) und sogar 69, wenn das erweiterte Umfeld⁴⁷ zugrunde gelegt wird. Dabei sind die Ankerpunkte die Universität Duisburg-Essen mit circa 42 Tausend Studentinnen und Studenten, die TU Dortmund mit ungefähr 34 Tausend Studentinnen und Studenten und die Ruhr-Uni Bochum mit weiteren 43 Tausend Studentinnen und Studenten. Zusätzlich gibt es 22 außeruniversitäre FuE-Einrichtungen von denen vier Fraunhofer Institute sind, vier Leibniz-Institute und weitere vier Max-Planck-Institute. Im erweiterten Wirkungsradius sind es sogar 46 FuE-Einrichtungen. Über alle Wirkungsradien lassen sich in Summe 1184 Start-ups identifizieren. Diese hohe Zahl ist durch

⁴⁶ Der engere Wirkungsradius umfasst: kreisfr. Städte Essen, Bochum, Dortmund, Duisburg, Gelsenkirchen, Mülheim a. d. Ruhr.

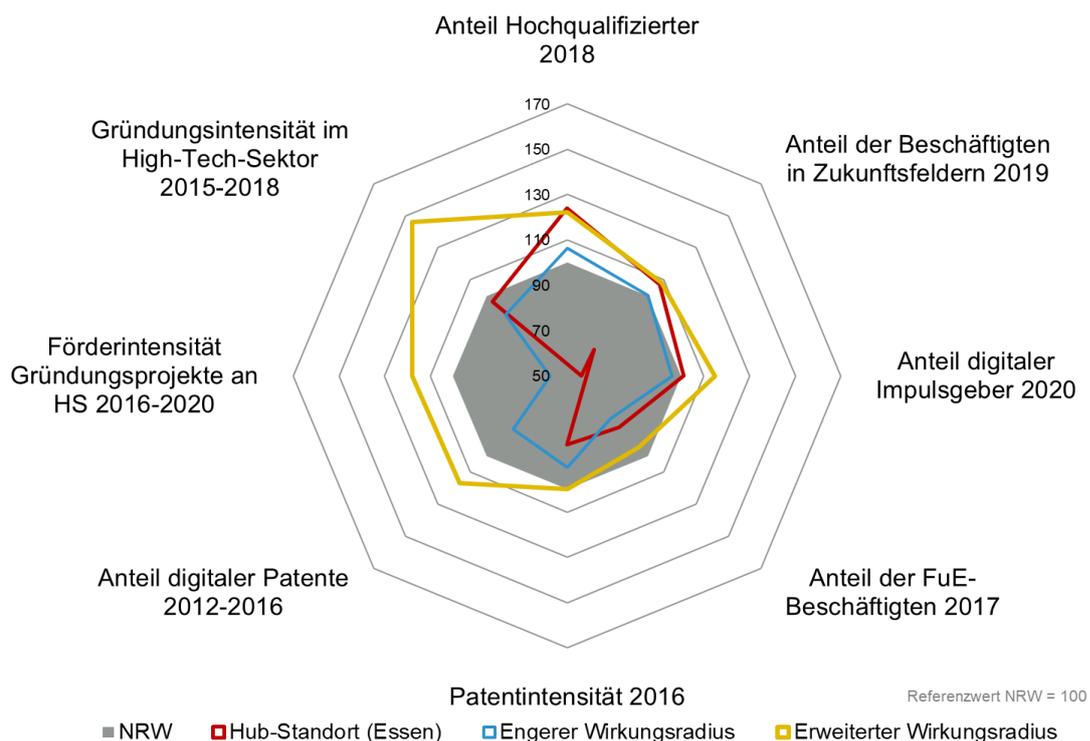
⁴⁷ Zum erweiterten Wirkungsradius zählen: Bottrop, Hagen, Hamm, Herne, Oberhausen, Kreis Wesel, Ennepe-Ruhr-Kreis, Kreis Unna, Kreis Recklinghausen, Düsseldorf, Köln, Aachen.

die hohe Reichweite des erweiterten Wirkungsradius, der mit Aachen, Düsseldorf und Köln wichtige Städte im Ökosystem abdeckt, zu erklären. Betrachtet man nur den engeren Wirkungsradius lassen sich 230 Start-ups identifizieren. In den Wirkungsradien lassen sich als Branchenschwerpunkte Software (237 Start-ups), Medizin (138 Start-ups) und E-Commerce (115 Start-ups) identifizieren.

Das Standortprofil des Ökosystems des Hubs unterscheidet sich je nachdem, welchen Wirkungsradius man betrachtet. So sticht beim erweiterten Wirkungsradius insbesondere die überdurchschnittliche Gründungsintensität im High-Tech-Sektor (2015-2018) positiv hervor. Auch der Anteil von Hochqualifizierten ist positiv zu vermerken, was auch für den Hub-Standort selbst gilt. Besonders auffällig ist der Unterschied der Wirkungsradien bei der Förderintensität der Gründungsprojekte an Hochschulen, dem Anteil digitaler Patente und der Patentintensität: hier ist der Unterschied zwischen erweitertem und engerem Wirkungsradius signifikant (siehe untenstehende Abbildung). Der Hub-Standort selbst zeichnet sich noch durch einen erhöhten Anteil an Beschäftigten in Zukunftsfeldern (2019) aus sowie digitaler Impulsgeberinnen und -geber (2020).

Abbildung 20: DWRW-Hub Ruhr - Potenziale des regionalen Ökosystems

Analyse zentraler sekundärstatistischer Indikatoren



Quelle: Prognos AG (2021). Siehe Tabelle 8 im Anhang für eine genaue Übersicht der Wirkungsradien des DWRW-Hub Ruhr

Im gesamten Ruhrgebiet gibt es eine große Anzahl an Angeboten, die zum digitalen Ökosystem auf vielfältige Weise beitragen. Im direkten Umfeld des Hubs gibt es zahlreiche weitere Angebote, die zum Teil ergänzende, aber auch konkurrierende Angebote darstellen. Beispielsweise bietet der Impact Hub Ruhr in Essen ähnlich wie der Ruhr:HUB auch Events, Beratungsangebote und ein Co-Working Space an. Die Startbahn Ruhr bietet auch Unterstützung für Start-ups, in Form von

Projekten und Wettbewerben, jedoch liegt hier der Fokus auf Klima/Energie und auf Medizin(-technik). Einen weiteren Inkubator in Essen gibt es mit Crealize, Der Datahub Ruhr als Business Building Programm hat sich zum Ziel gesetzt Unternehmen mit Start-ups zusammenzubringen. In Dortmund sitzt der Digital Hub Logistics, der gezielt die Digitalisierung in der Logistikbranche vorantreiben will, In Essen gibt es außerdem weitere Co-Working Spaces, so beispielsweise das Workspace A81 oder im Ruhrtower von Design Offices. Viele weitere Acceleratoren- und Inkubatoren-Programme werden von den einzelnen Universitäten und Hochschulen rund um den Hub angeboten.

In der Zusammenschau zeigt die Regionalanalyse, dass insbesondere das erweiterte Ökosystem des Ruhr:Hub über signifikante Potenziale verfügt. Zahlreiche Hochschulstandorte und Großunternehmen bilden hierfür eine Grundlage. Für den engeren Wirkungsradius stechen insbesondere der Anteil an Hochqualifizierten sowie der Anteil an Beschäftigten in Zukunftsfeldern hervor. Die Indikatoren in den Bereichen Patente, Gründungsförderung an Hochschulen und High-Tech Gründungen fallen dagegen etwas ab.

Analyse der Aktivitäten und Outputs basierend auf dem Kennzahlensystem

Die Analyse des Outputs der zentralen Indikatoren aus dem Kennzahlensystem ist in Tabelle 5 dargestellt. Diese Untersuchung zeigt, dass der Ruhr:HUB bei Veranstaltungen, bei denen der Hub Hauptveranstalter war, mit 213 durchgeführten Events im Mittelfeld der Hubs liegt. Gleiches gilt für die durchschnittliche Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmern an eigenen Events, die beim Ruhr:HUB bei rund 45 liegt. Dieses Ergebnis kann mit der Betrachtung der Events, bei denen der Ruhr:HUB als aktiver Teilnehmer teilgenommen hat, komplementiert werden. Bei der aktiven Teilnahme zeigt sich eine deutlich überdurchschnittliche Aktivität des Hubs, was auf eine gute Einbettung und Vernetzung des Hubs mit seinem breiten regionalen Umfeld schließen lässt.

Zudem sind mit 136 geförderten Start-up Teams eine sehr hohe Anzahl an Teams in hubeigenen Förderprogrammen zu finden. Diese Teams setzen sich zu einem großen Teil (121) aus unabhängigen Gründerinnen und Gründern zusammen. Mit 15 Hochschulgründerteams spielt diese Gruppe eine kleinere Rolle.

Im Bereich des Matchings von Marktakteuren und der Vermittlung von externer Finanzierung durch den Hub, ist der Ruhr:HUB im Mittelfeld anzusiedeln. Insgesamt wurden 1440 Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteuren hergestellt und 45 Start-ups haben durch den Ruhr:HUB Zugang zu einer externen Finanzierung bekommen.

Insgesamt kann der Ruhr:HUB auf ein großes und heterogenes Partnernetzwerk zurückgreifen. Von den fast 370 institutionellen Partnern⁴⁸ des Hubs sind fast die Hälfte Start-ups, jedoch spielen auch KMU und Großunternehmen (insgesamt 33 Prozent) sowie Vereine (14 Prozent) eine Rolle. Mit fast 2550 durchgeführten Beratungsgesprächen zeichnet sich der Ruhr:HUB durch eine überdurchschnittliche Beratungsaktivität aus. Einen deutlichen Schwerpunkt dieser Beratungsgespräche bilden mit rund 1500 Beratungen Start-ups. Weitere wichtige Zielgruppen dieser Beratungen sind KMU (584 Gespräche) und Großunternehmen (209 Gespräche).

⁴⁸ Institutionelle Partner der Hubs umfassen zum Beispiel Hub-Gesellschafter, Mitglieder im Hub-Verein oder vertraglich gebundene Hub-Partner.

Tabelle 5: Übersicht zentraler Indikatoren aus dem Kennzahlensystem - Ruhr:HUB GmbH

| Indikator | Output |
|---|---------------|
| Veranstaltungen (bei denen der Hub Hauptveranstalter war) | 213 |
| Geförderte Start-up Teams (Start-up Teams Teil hubeigener Förderprogramme) | 136 |
| Anzahl Beratungsgespräche (Individuelle Beratungsgespräche für alle Zielgruppen) | 2455 |
| Matching von Marktakteuren (Geschäftsanbahnungen zwischen Marktakteuren; 1:1 Intro mindestens per E-Mail bei konkreter Bedarfsanfrage) | 1440 |
| Vermittlung externer Finanzierung durch den Hub (Kontaktvermittlung und Intros von Start-ups bei Investoren) | 45 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung basierend auf dem Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs

Anmerkung: die Outputs beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.10.2016 bis 31.12.2020. Für das vierte Quartal 2019 liegen keine Kennzahlen vor.

4 Zielerreichung und Wirkungen der DWNRW-Hubs

In diesem Kapitel werden die zentralen Ergebnisse der empirischen Erhebungen vorgestellt und diskutiert. Basierend auf dem in Kapitel 3.1 präsentierten Wirkungsmodell der DWNRW-Hubs werden im Folgenden die Angebotsnutzung und die darauf basierende Ableitung von Nutzertypen (Kapitel 4.1) sowie die durch Hub-Nutzung entstandenen Effekte und Wirkungen (Kapitel 4.2) analysiert. Einen weiteren zentralen Bestandteil der Untersuchung bilden die Analyse der Beiträge der DWNRW-Hubs zum NRW-Ökosystem sowie möglicher Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung der Hubs (Kapitel 4.3).

4.1 Nutzung der Angebote der DWNRW-Hubs und Nutzertypen

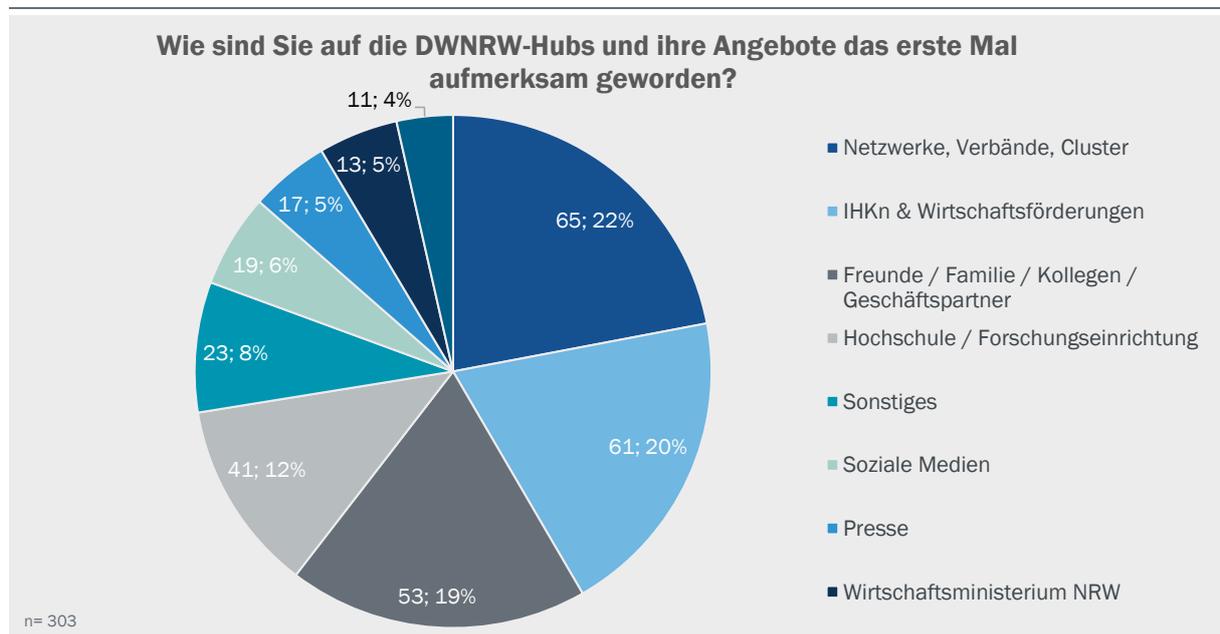
In einem ersten Schritt werden zunächst die Kanäle untersucht, über welche die Zielgruppen der DWNRW-Hubs auf die Angebote aufmerksam geworden sind und welche idealtypischen Motive die Nutzerinnen und Nutzer verfolgen. Anschließend werden aus den getroffenen Angaben zur Angebotsnutzung verschiedene Nutzertypen abgeleitet, welche die weiteren Analysen informieren – insbesondere in den Abschnitten 4.2 und 4.3.

Zugang zu den DWNRW-Hubs und Motive der Angebotsnutzung

Bei der Analyse der Kanäle, über die die Zielgruppen auf die DWNRW-Hubs aufmerksam geworden sind, zeigt sich, dass mit 22 Prozent bzw. 20 Prozent die meisten Befragten über Netzwerke, Verbände und Cluster bzw. IHKs und Wirtschaftsförderungen auf die Angebote aufmerksam wurden (Abbildung 21). Daneben erfolgte für 19 Prozent der Befragungsteilnehmenden der Zugang zu den DWNRW-Hubs über das persönliche Netzwerk, bestehend aus Bekannten, Familie, Arbeitskolleginnen und -kollegen sowie geschäftlichen Kontakten. Hochschulen und Forschungseinrichtungen stellen für zwölf Prozent der Befragten den Kanal, über den der Erstkontakt zu den DWNRW-Hubs erfolgte, dar.

Zwischen den Teilnehmertypen zeigen sich Unterschiede bei den Kanälen, über die diese auf die Angebote der DWNRW-Hubs aufmerksam gemacht wurden. Dabei sind etwa für Start-ups Bekannte, Familie, Arbeitskolleginnen und -kollegen sowie geschäftliche Kontakte besonders relevant. Bei den etablierten Unternehmen kam hingegen für knapp über der Hälfte der Befragten der Kontakt zu den Hubs über IHKs und Wirtschaftsförderungen sowie Netzwerke, Verbände und Cluster zustande. Für potenzielle Gründer und sonstige Hub-Zielgruppen stellen Hochschulen und Forschungseinrichtungen die wichtigsten Kanäle dar, über die auf die DWNRW-Hubs und deren Angebote aufmerksam gemacht wurde.

Abbildung 21: Zugang zu den DWRW-Hubs und den genutzten Angeboten



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Auch bei der Analyse der Erwartungen und Motivlagen zur Angebotsnutzung lassen sich Unterschiede zwischen den verschiedenen Zielgruppen der DWRW-Hubs feststellen. In den geführten Interviews zeigte sich, dass für etablierte Unternehmen und Investoren ein zentrales Nutzungsmotiv der Zugang zu den Netzwerken der DWRW-Hubs und die Steigerung der eigenen Sichtbarkeit ist. Hierdurch wird oftmals das Ziel verfolgt, die eigene Marke digitaler, innovativer und jünger erscheinen zu lassen und hierdurch positive Effekte im eigenen Kerngeschäft zu erzielen. Ebenso spielt für diese Zielgruppe die Vernetzung mit Start-ups eine wichtige Rolle, um Zugang zu Know-how und Technologie zu gewinnen, beispielsweise zur Unterstützung der eigenen digitalen Transformation. Die Identifikation von Investitionschancen wird etwas seltener genannt, spielt aber nicht nur für Business Angels und VCs eine zentrale Rolle, sondern auch für einige etablierte Unternehmen. Für Start-ups bilden der Netzwerkzugang zu anderen Gründerinnen und Gründern und der Kompetenz- und Informationsgewinn zentrale Nutzungsmotive. Nachfolgende Box illustriert anhand von ausgewählten Interviewteilnehmenden beispielhaft verschiedene Nutzungsmotive von Befragten.

Box 6: Auszüge aus den Interviews zu den Nutzungsmotiven der DWRW-Hubs

„Am Anfang war der Aspekt des Mentorings für uns sehr wichtig, später dann eher die Vernetzung und der Austausch mit anderen Akteuren“
Start-up

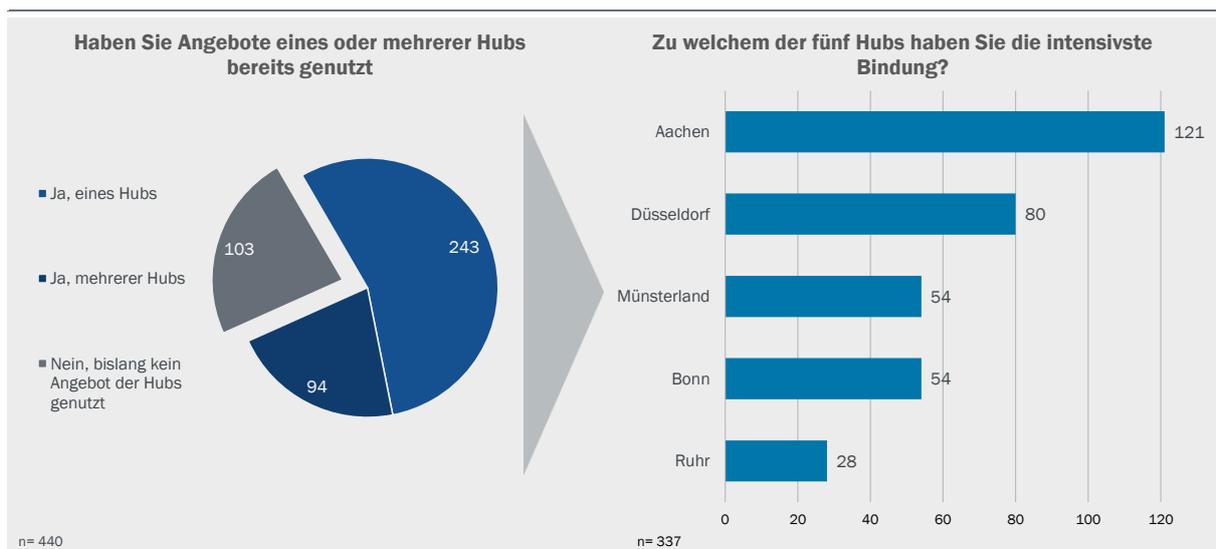
„Die Nähe des Hubs zu Unternehmen war natürlich gut, da dessen Netzwerkkennnisse in der Region natürlich am besten sind und das Know-how über die Szene und der schnelle Zugang für uns entscheidend war“
Unternehmen

Quelle: Prognos AG (2021), Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmer anonymisiert

Zuordnung der Nutzer zu den DWRW-Hubs und Nutzung der Angebote

Mit insgesamt 337 Befragten haben mehr als drei Viertel der Umfrageteilnehmenden Angebote der Hubs bereits genutzt (Abbildung 22). Von diesen Angebotsnutzerinnen und -nutzern hat die überwiegende Mehrheit (243) Angebote eines der fünf Hubs genutzt, 94 Nutzende gaben an, Angebote mehrerer Hubs in Anspruch genommen zu haben. Mit 103 Umfrageteilnehmenden haben etwas weniger als 25 Prozent der Befragten bislang gar keine Angebote der Hubs in Anspruch genommen („Nicht-Nutzer“).

Abbildung 22: Umfrageteilnehmende nach Heimat-Hub*



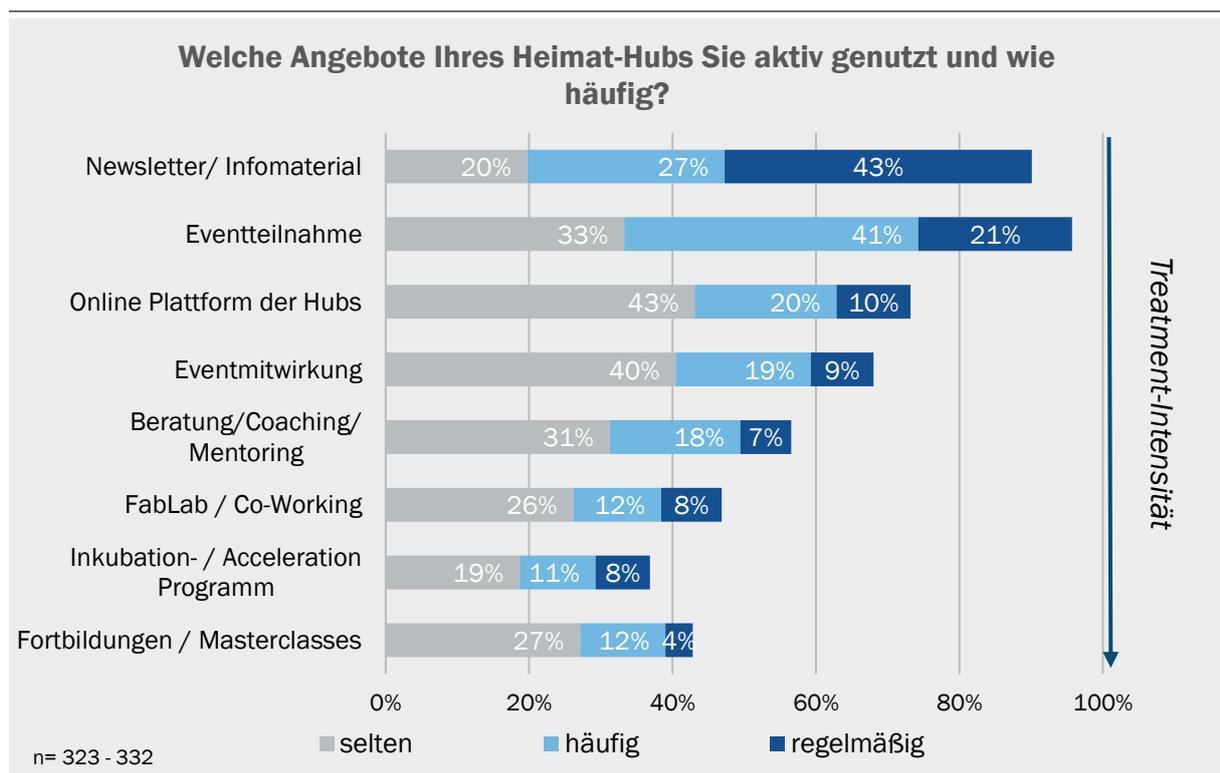
Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen

*Anmerkung: Heimat-Hub kennzeichnet den Hub, zu dem Umfrageteilnehmende die intensivste Bindung hat. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Betrachtet man die 337 befragten Angebotsnutzerinnen und -nutzer nach Einordnung des Hubs, zu dem die intensivste Bindung besteht („Heimat-Hub“), zeigt sich eine ausgeprägte regionale Heterogenität. So sind mit 121 Befragten die meisten Nutzerinnen und Nutzer dem digitalHUB Aachen e.V. zuzuordnen. In der Befragung haben 80 Nutzerinnen und Nutzer den Düsseldorfer Hub als ihren Heimat-Hub angegeben, gefolgt von den Hubs in Münster und Bonn mit je 54 Nutzerinnen und Nutzern. Zum Ruhr:HUB haben 28 der befragten Nutzerinnen und Nutzer die intensivste Bindung.

Bei der Untersuchung der von den Befragten genutzten Angebote zeigt sich, dass insbesondere Newsletter und Infomaterialien sowie die Teilnahme an Events häufig genutzt werden, während Inkubations- und Acceleration-Programme oder Fortbildung und Masterclasses von einer geringeren Anzahl an Befragten genutzt wird (Abbildung 23). Diese in Abbildung 23 gezeigte Beobachtung der abnehmenden Angebotsnutzung lässt sich mit einer ansteigenden Treatment-Intensität erklären. Dies bedeutet, dass etwa die Nutzung von Newslettern oder Online-Plattformen für die Zielgruppen relativ niedrigschwellig ist und dieser Aufwand der Angebotsnutzung über Coaching-Angebote bis hin zur Teilnahme an Masterclasses deutlich zunimmt und teilweise noch mit Zugangsbeschränkungen oder Auswahlverfahren begleitet ist.

Abbildung 23: Häufigkeit der Angebotsnutzung nach Angebotstyp



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: der Pfeil symbolisiert den Anstieg der Treatment-Intensität in der Reihenfolge der gelisteten Angebotstypen. Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Eine ausdifferenzierte Analyse der befragten Nutzerinnen und Nutzer, die Angebote mehrerer DWRW-Hubs in Anspruch genommen haben, zeigt, dass über alle Angebotstypen hinweg eine

Nutzung von anderen Hub-Angeboten stattfindet (Tabelle 6). Insbesondere Newsletter und Infomaterialien sowie Events anderer Hubs stehen dabei im Mittelpunkt. Neben diesen eher niedrigschwelligeren Angebotstypen werden jedoch auch intensivere Angebote wie etwa Inkubationsprogramme oder Masterclasses abseits vom Heimat-Hub genutzt. Gemäß den Teilnehmenden der Online-Befragung werden übergreifend vor allem Angebote des Aachener, Düsseldorfer und des Ruhr:HUB genutzt. Diese Häufung kann in Teilen durch die geographische Lage und Nähe dieser Hubs zueinander erklärt werden.

Tabelle 6: Übersicht über die Nutzung der Angebote anderer Hubs

| | Aachen | Bonn | Düsseldorf | Münsterland | Ruhr |
|--------------------------------------|--------|------|------------|-------------|------|
| Newsletter/ Infomaterial | 37 | 17 | 33 | 11 | 30 |
| Eventteilnahme | 36 | 20 | 42 | 13 | 24 |
| Online Plattform startups.nrw | 17 | 8 | 20 | 5 | 12 |
| Eventmitwirkung (aktiv) | 16 | 12 | 17 | 7 | 11 |
| Beratung/Coaching/Mentoring | 12 | 7 | 10 | 4 | 5 |
| FabLab/Co-Working | 12 | 5 | 2 | 4 | 4 |
| Incubation-/Acceleration | 9 | 6 | 6 | 3 | 1 |
| Fortbildungen/Masterclasses | 12 | 5 | 3 | 4 | 7 |

Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen

Anmerkung: andere Hubs umfassen alle Hubs außer dem Heimat-Hub der Befragten. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren wurden in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Empirische Ableitung von drei verschiedenen Nutzertypen

Mittels der Angaben in der Befragung zur Angebotsnutzung wurden die in Kapitel 2.2 vorgestellten idealtypischen drei Nutzertypen der DWNRW-Hubs abgeleitet. Zunächst werden diese Nutzertypen kurz charakterisiert:

- **Intensivnutzer:** Häufige Nutzung der Angebote, z. B. mehrfache Teilnahme an Events oder Nutzung von Angeboten mit hoher Treatment-Intensität
- **Sporadische Nutzer:** Angebote genutzt, aber nur wenige Male bzw. unregelmäßig oder mit geringer Treatment-Intensität
- **Nicht-Nutzer:** potenzielle Zielgruppe; Angebote der Hubs grundsätzlich bekannt aber (noch) keinen Gebrauch gemacht

Die Kategorisierung der Befragten erfolgte in einem zweistufigen Prozess, basierend auf den jeweiligen Angaben in der Online-Befragung. In einem ersten Schritt wurden die Nicht-Nutzer identifiziert. Diese erste Einteilung ergibt sich aus der Angabe, ob bereits Angebote der DWNRW-Hubs genutzt wurden (siehe Abbildung 22). Im nächsten Schritt wurden dann die Befragten, die bereits Angebote der DWNRW-Hubs genutzt haben, in Intensivnutzer und sporadische Nutzer unterteilt. Diese Klassifizierung erfolgte auf Basis der Angaben zur Häufigkeit der Angebotsnutzung (siehe auch Abbildung 23). Ebenfalls wurde dabei die unterschiedliche Treatment-Intensität der verschiedenen Angebotstypen beachtet, um der Überlegung Rechnung zu tragen, dass beispielsweise die Teilnahme an Inkubationsprogrammen mit einer höheren Intensität der Serviceleistung durch den jeweiligen Hub sowie ebenfalls höheren Aufwänden für die Nutzerinnen und Nutzer einhergeht. Zum Beispiel ist ein Newsletterabo mit weniger Treatment-Intensität und weniger Zeitaufwand für den Nutzenden verbunden als die einmalige Teilnahme an einem sechsmonatigen Acceleration-Programm. Nachfolgende Abbildung beschreibt, nach welchen Kriterien die Einteilung in Intensivnutzer und sporadische Nutzer durchgeführt wurde.

Abbildung 24: Kriterien zur Einteilung der Intensivnutzer und sporadischen Nutzer

|  Intensivnutzer <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mindestens häufige Nutzung von Newsletter <i>und</i> Events <i>und</i> Online-Plattform; ▪ Mindestens häufige Eventmitwirkung <i>oder</i> häufige Nutzung von Beratung/Coaching <i>oder</i> Fab-Lab ▪ Mindestens seltene Nutzung von Inkubation <i>oder</i> Fortbildungsangeboten |  Sporadische Nutzer <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzung einzelner Informationsangebote <i>oder</i> Events ▪ Seltene Eventmitwirkung <i>oder</i> seltene Nutzung Beratung / FabLab |
|---|--|
|---|--|

Quelle: Prognos AG (2021); logische Operatoren kursiv dargestellt.

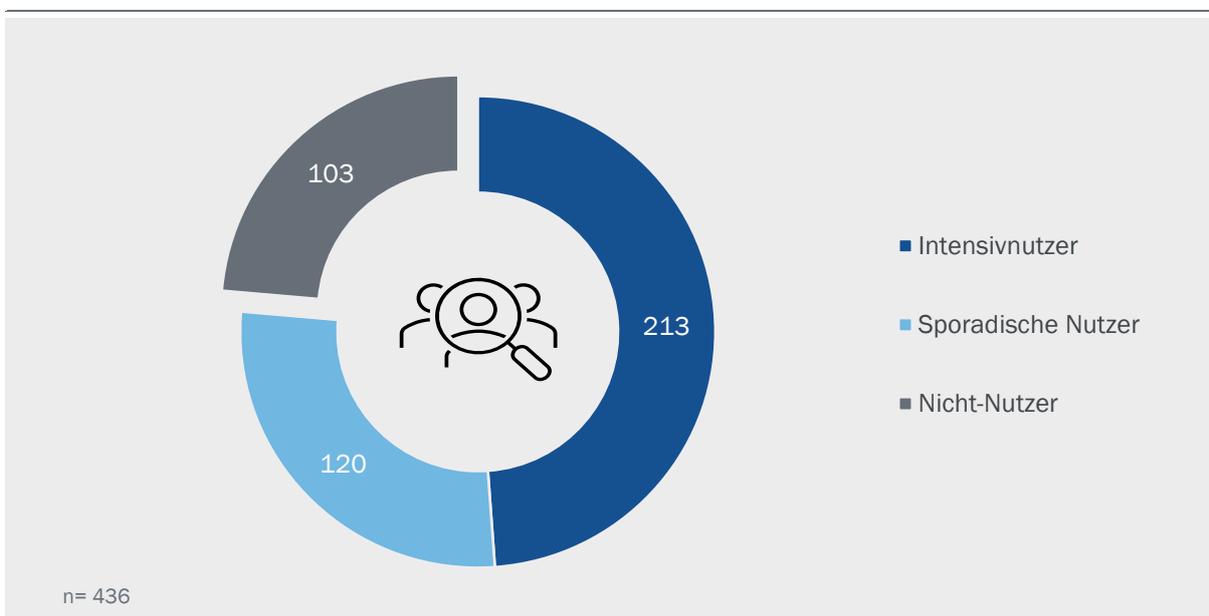
So wurden solche befragten Nutzenden als sporadische Nutzer klassifiziert, die nur Informationsmaterialien und Newsletter genutzt haben sowie an Events teilgenommen haben. Ein weiteres Kriterium für diesen Nutzertypen ist die lediglich seltene Eventmitwirkung oder seltene Nutzung von Beratungsangeboten und Fablabs oder Co-Working. Für die Einteilung eines Befragten als Intensivnutzer wurden drei verschiedene Kriterien angelegt, von denen mindestens eines erfüllt werden muss. Zu diesen Kriterien zählt die mindestens häufige Nutzung von Newsletter / Infomaterialien und Online-Plattformen sowie mindestens häufige Teilnahme an Events. Weiterhin zeichnet sich dieser Nutzertyp dadurch aus, dass er mindestens häufig aktiv an Events mitwirkt oder Beratungs- / Coaching- / Mentoringangebote wahrnimmt oder FabLabs / Co-Working Angebote der Hubs nutzt. Als drittes Kriterium zur Einteilung als Intensivnutzer steht die mindestens seltene Nutzung von Inkubations- / Acceleration-Programmen oder Fortbildungsangeboten / Masterclasses.

Ausgehend von dieser durchgeführten Einteilung der Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Nutzertypen ergibt sich die in Abbildung 25 dargestellte Verteilung. Wie auch bereits in Abbildung 22 gezeigt, sind 103 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung Nicht-Nutzer. Die Nutzerinnen und Nutzer der DWNRW-Hub-Angebote sind demnach zu einem sehr großen Teil (213 Befragte)

als Intensivnutzer eingeteilt. Sporadische Nutzer machen mit 120 Befragten den zweitgrößten Anteil der Nutzertypen aus.

Eine ausdifferenzierte Betrachtung dieser Nutzertypen nach Strukturmerkmalen zeichnet folgendes Bild. Von den 120 sporadischen Nutzern sind rund die Hälfte Start-ups und 25 Prozent als etablierte Unternehmen eingeordnet. Hier machen die potenziellen Gründerinnen und Gründer und sonstigen Hub-Zielgruppen 20 Prozent und Investorinnen und Investoren acht Prozent aus. Unter den Intensivnutzern zeigt sich eine recht ähnliche Struktur. Während auch hier Start-ups etwa 50 Prozent dieses Nutzertyps ausmachen, sind etablierte Unternehmen mit rund 35 Prozent etwas häufiger vertreten. Von den 214 Intensivnutzern sind 14 Prozent potenzielle Gründerinnen und Gründer und sonstige Hub-Zielgruppen und Investorinnen und Investoren machen fünf Prozent aus.

Abbildung 25: Teilnehmende der Online-Befragung nach eingeteilten Nutzertypen



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Bezüglich der Zuordnung der Nutzertypen zu ihren Heimat-Hubs lassen sich laut Befragung große Unterschiede in den Nutzerstrukturen feststellen. So ist insgesamt fast die Hälfte der befragten Intensivnutzer in Aachen verortet. Mit einem Anteil von rund 80 Prozent ist am Aachener DWRW-Hub auch der größte Anteil an Intensivnutzern an allen Nutzertypen zu finden, gefolgt von Münster mit etwa 70 Prozent. Hingegen ist über ein Drittel aller erfragten sporadischen Nutzer am Düsseldorf Hub beheimatet. Der größte Anteil sporadischer Nutzer an allen Nutzertypen ist in der Befragung mit etwa 60 Prozent beim Ruhr:HUB zu finden. Hier sind 16 der 28 Befragungsteilnehmerinnen und Befragungsteilnehmer als sporadische Nutzer klassifiziert. Über alle Nutzertypen hinweg lassen sich keine auffälligen Branchenhäufungen feststellen.

Da die Nicht-Nutzer nicht über einen Heimat-Hub zugeordnet werden können, erfolgt hier eine regionale Zuordnung über den in der Online-Befragung abgefragten Mittelpunkt der beruflich-wirtschaftlichen Aktivitäten. Hier zeigt sich, dass ein Großteil (50 Prozent) der in der Online-Befragung

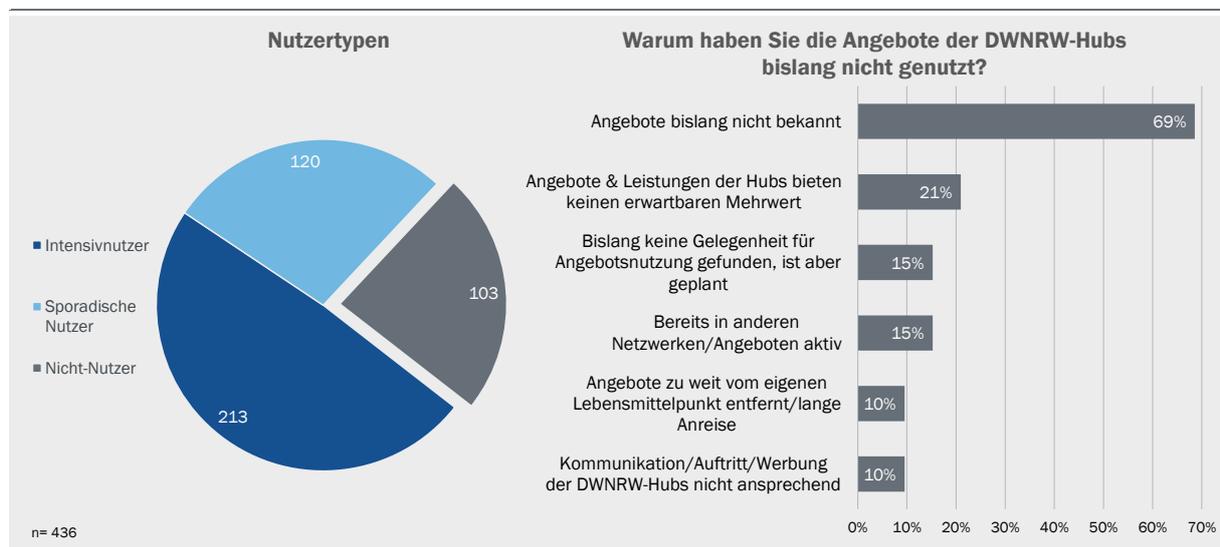
als Nicht-Nutzer eingestufte Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus NRW-Regionen stammen, in denen die DWRW-Hubs beheimatet sind. So kommen nach Köln (24 Prozent der Nicht-Nutzer) jeweils 19 Prozent der Nicht-Nutzer aus der Region Düsseldorf und der Metropole Ruhr. In der Region Aachen sind 13 Prozent der Nicht-Nutzer verortet. Geographisch zu den DWRW-Hub Standorten weiter entfernte Regionen wie Ostwestfalen-Lippe (9 Prozent) oder Südwestfalen (3 Prozent) spielen bei den Nicht-Nutzern in der Online-Befragung eine untergeordnete Rolle.

Nicht-Nutzer: Warum wurden Angebote der DWRW-Hubs nicht in Anspruch genommen?

Die vorangehenden Analysen haben gezeigt, dass knapp ein Viertel der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bislang keine Angebote der DWRW-Hubs genutzt haben. Unter diesen 103 Nicht-Nutzern sind zu einem großen Teil Start-ups (ca. 65 Prozent) und Unternehmen (ca. 20 Prozent) zu finden. Mit elf Prozent potenziellen Gründerinnen und Gründern und sonstigen Hub-Zielgruppen macht diese Gruppe den kleinsten Anteil aus. Im Folgenden werden die zentralen Gründe, warum diese Angebote bislang nicht genutzt wurden, näher beleuchtet.

Mit deutlichem Abstand gaben rund 70 Prozent der Nicht-Nutzer an, dass die Angebote der DWRW-Hubs bislang nicht bekannt sind (Abbildung 26). Unter diesen Nicht-Nutzern, denen die Hub-Angebote bislang nicht bekannt sind, sind überwiegend Start-ups (66 Prozent) und etablierte Unternehmen (23 Prozent) zu identifizieren. Demgegenüber geben rund drei Viertel der befragten Nutzerinnen und Nutzer an, über Kammern, Cluster, Hochschulen oder den Familien- und Freundeskreis auf die Hubs aufmerksam geworden zu sein; Unternehmen und Start-ups, die keine Informationen oder Empfehlungen über diese Netzwerke erhalten, werden also mit geringerer Wahrscheinlichkeit auf die Hubs aufmerksam.

Abbildung 26: Gründe für Nicht-Nutzung der Hub-Angebote



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Für rund 20 Prozent der Nicht-Nutzer bieten die Angebote und Leistungen der Hubs keinen erwartbaren Mehrwert. Diesbezüglich gaben in der Online-Befragung und in geführten Interviews

Teilnehmerinnen und Teilnehmer sehr heterogene Gründe an: Zum einen wurden die Angebote vereinzelt als thematisch zu generisch wahrgenommen. Zum anderen wurde vereinzelt angeführt, die Angebote seien zu stark auf digitale Gründungen fokussiert. Auch wurden in den Interviews z.T. Erwartungen formuliert, welche die Hubs per Zielstellung und Leistungsportfolio per se nicht bedienen.⁴⁹ In diesem Kontext verwiesen einzelne Befragte auf ihre bestehenden Netzwerke und gaben an, diesbezüglich keine weiteren Bedarfe zu haben.

Jeweils 15 Prozent der befragten Nicht-Nutzer gaben an, keine Gelegenheit für eine Nutzung der Angebote gehabt zu haben, diese aber in Planung sei bzw. dass sie bereits in anderen Netzwerken aktiv sind oder andere Angebote nutzen. Bezüglich letzterem verwiesen Befragte auf Angebote wie den Digital.Hub Logistics in Dortmund, Startplatz oder diverse lokale Accelerator-Programme. Wiederum jeweils zehn Prozent der Nicht-Nutzer gaben an, dass die Angebote zu weit vom eigenen Lebensmittelpunkt entfernt seien bzw. dass die Kommunikation und der Auftritt der Hubs nicht ansprechend seien. Hier merkten Befragte vereinzelt an, dass durch den Auftritt nicht hinreichend klar sei, was genau die Inhalte der Angebote seien und welcher konkrete Mehrwert sich dahinter verberge.

Nachfolgende Box illustriert anhand von ausgewählten Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmern beispielhafte Gründe, warum die Angebote der DWNRW-Hubs bislang nicht genutzt wurden.

Box 7: Auszüge aus mit Nicht-Nutzern geführten Interviews.

„Die Angebote machen auf uns einen guten Eindruck, allerdings konzentrieren diese sich aber eher auf Start-ups in einer frühen Phase und sind somit für uns nicht mehr relevant“

Start-up

„Eine bessere Vermarktung ist vonnöten, um überhaupt auf die Hubs aufmerksam zu machen und somit eine gewisse Reichweite zu schaffen“

Start-up

Quelle: Prognos AG (2021), Interviewteilnehmer anonymisiert

4.2 Effekte und Wirkungen der Angebotsnutzung

Bevor im Folgenden die aus der Nutzung der Hub-Angebote resultierenden Effekte und Wirkungen analysiert und diskutiert werden, soll zunächst für eine Einordnung der Begrifflichkeiten der Blick auf das Wirkungsmodell gerichtet werden (siehe Kapitel 3.1). Direkte und intermediäre Effekte bilden dabei die Kategorie ab, die in der kausalen Wirkungskette nach der Angebotsnutzung und

⁴⁹ In einem Einzelfall wurde z. B. vorgetragen, dass konkrete Unterstützung bei der Identifikation von Flächen für Prototypentestung und Produktionsausbau erwartet werde. Die Hubs hingegen wurden lediglich als Erklärer von digitaler Disruption wahrgenommen, sodass hier keine Problemlösungskompetenz gesehen werde. Diese Kritik übersieht dabei aber, dass geeignete Ansprechpartner für diese Bedarfe insbesondere die IHKS und Wirtschaftsförderung wären.

den Outputs steht. Direkte Effekte wurden als Mehrwerte für die Befragten und Interviewten operationalisiert und verständlich gemacht. Mehrwerte und direkte Effekte werden also im folgenden Synonym gebraucht.

Erzielte Mehrwerte durch Angebotsnutzung

Die Auswertung der Online-Befragung zeigt, dass rund 80 Prozent der Befragten unmittelbare Mehrwerte durch die Nutzung der Hub-Angebote erzielen konnte (Abbildung 27). Diese erzielten unmittelbaren Mehrwerte können in zwei zentrale Mehrwert-Dimensionen unterschieden werden:

- **Sichtbarkeit und Vernetzung:** diese Dimension umfasst die Entdeckung neuer oder die Intensivierung bestehender Kontakte ebenso wie die Steigerung der eigenen Sichtbarkeit
- **Informationen und Kompetenzen:** diese Dimension beinhaltet auf der einen Seite den Zugang zu neuen Informationen und andererseits die Gewinnung von neuem Wissen, den Aufbau von Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung

An dieser Stelle ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass diese beiden Dimensionen als komplementär zueinander betrachtet werden können. Im Kontext der Übertragung von Informationen und Wissen stellen sich implizite Informationen oftmals als personengebunden dar und verbreiten sich eher träge über persönliche Netzwerke.⁵⁰ Diesbezüglich kann also eine bessere Vernetzung zu einer Verbesserung des Know-how-Transfers und der Wissensflüsse im Gründungsökosystem beitragen.

Insgesamt haben rund 60 bis 75 Prozent der Befragten große bis sehr große Mehrwerte aus der Nutzung der Hub-Angebote in der Sichtbarkeits- und Vernetzungsdimension erzielen können. Bezüglich der Vernetzung berichteten einige Interviewte, dass die Hubs ein gutes und sehr heterogenes Netzwerk geschaffen haben. In der Informations- und Kompetenzdimension sind die erzielten Mehrwerte leicht geringer. Hier konnten rund 60 bis 70 Prozent der Befragten große bis sehr große Mehrwerte aus der Angebotsnutzung ziehen.

Zwischen den verschiedenen Nutzertypen und Hubzielgruppen lassen sich allerdings Unterschiede bei den erzielten Mehrwerten feststellen. Während Intensivnutzer über alle Dimensionen hinweg höhere Mehrwerte erzielen konnten, ist gegenteiliges bei den sporadischen Nutzern der Fall. Insbesondere in den beiden jeweiligen Dimensionen zugrundeliegenden Elementen Gewinnung von neuem Wissen, Kompetenzaufbau und / oder Persönlichkeitsentwicklung und der Steigerung der eigenen Sichtbarkeit sind die erzielten Mehrwerte besonders gering. Diese Untersuchung untermauert einen wichtigen Effekt der zuvor erläuterten Treatment-Intensität. Es zeigt sich, dass mit steigender Treatment-Intensität auch die erzielten Mehrwerte zunehmen.

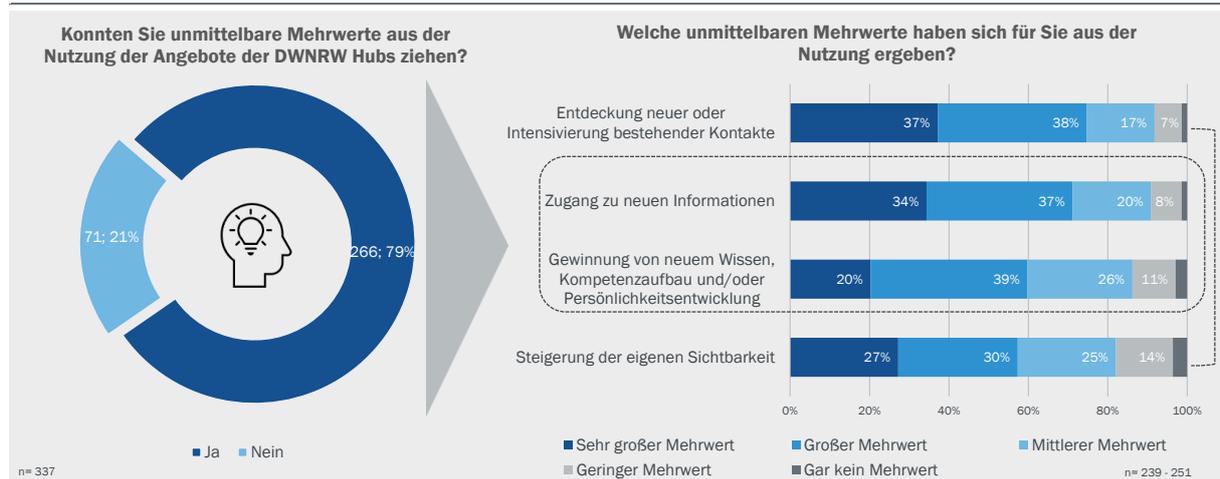
Während es bei Start-ups und Unternehmen nur marginale Abweichungen gibt, erzielen Investorinnen und Investoren überdurchschnittlich hohe Mehrwerte in der Dimension Sichtbarkeit und Vernetzung. Die Interviewergebnisse spiegeln dieses Ergebnis. Hier wurde häufig angegeben, dass die Hubs Gründungen zentralisiert haben und dass unter anderem dadurch der Zugang zu Start-ups vereinfacht wurde.

Weiterhin zeigt sich, dass über alle DWNRW-Hubs hinweg Befragte hohe Mehrwerte durch Nutzung der Hub-Angebote erzielt haben und Unterschiede gering ausfallen. So wird beispielsweise

⁵⁰ Bathelt, Harald / Malmberg, Anders / Maskell, Peter (2004): Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation, in: *Progress in Human Geography*, 28(1), S. 31–56 und Bell, Geoffrey G. / Zaheer, Akbar (2007): *Geography, Networks and Knowledge Flow*, in: *Organization Science*, 18(6), S. 955-972.

in Bonn die Steigerung der eigenen Sichtbarkeit etwas häufiger als im Durchschnitt als Mehrwert genannt, während etwa in Düsseldorf der Zugang zu neuen Informationen häufiger als wichtiger Mehrwert genannt wird.

Abbildung 27: Erzielte Mehrwerte durch Nutzung der Hub-Angebote



Ausgehend von dem in Kapitel 3.1 dargestellten Wirkungsmodell der DWRW-Hubs bilden diese erzielten direkten Mehrwerte eine wichtige Grundlage für weitere Effekte und Wirkungen, die aus der Nutzung der Angebote der DWRW-Hubs resultieren. Zu diesen weiteren Effekten und Wirkungen, die auf den zuvor vorgestellten direkten Mehrwerten basieren, zählen unter anderem neue Kunden- oder Kooperationsbeziehungen sowie Investitionen, etwa in Technologien und Infrastruktur.

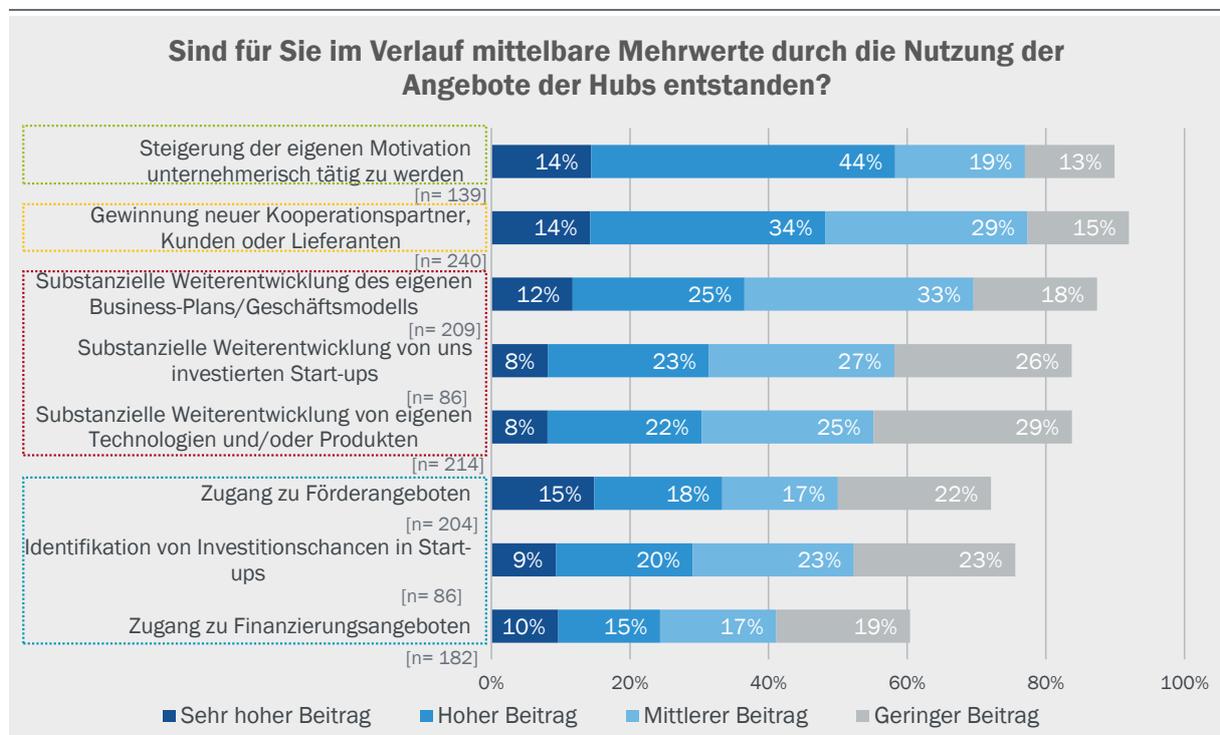
Wie in Abbildung 28 gezeigt, sind für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Online-Befragung eine Vielzahl an verschiedenen mittelbaren Mehrwerten durch die Nutzung der Angebote der Hubs entstanden. Auch hier können diese Mehrwerte in Dimensionen zusammengefasst werden. Diese werden im Folgenden kurz präsentiert:

- 1. Motivation:** diese Dimension beschreibt die Steigerung der eigenen Motivation unternehmerisch tätig zu werden
- 2. Netzwerk:** in dieser Dimension ist die Gewinnung von neuen Kooperationspartnern, neuer Kundschaft oder Lieferfirmen zusammengefasst.
- 3. Weiterentwicklung:** diese Dimension umfasst substanzielle Weiterentwicklungen von eigenen Business-Plänen, Geschäftsmodellen, Technologien und Produkten. Zudem wird hier die Weiterentwicklung von Start-ups, in die selbst investiert wurde, berücksichtigt.
- 4. Finanzierung:** in dieser Dimension sind der Zugang zu Förderangeboten, Finanzierungsangeboten und die Identifikation von Investitionschancen in Start-ups zusammengefasst.

Zudem zeigt eine ausdifferenzierte Analyse der Teilnehmerangaben, dass nicht nur eine Vielzahl verschiedener mittelbarer Mehrwerte erzielt wurden, sondern auch mindestens 60 Prozent der Befragten in mindestens einer Dimension hohe Beiträge der Hubs verzeichnen konnten.

Insgesamt wurden die meisten mittelbaren Mehrwerte in den Dimensionen „Motivation“ und „Netzwerk“ erzielt. Hier gaben rund 60 Prozent bzw. 50 Prozent der Befragten an, dass die Nutzung der Hub-Angebote mindestens hohe Beiträge zu den genannten Dimensionen geliefert haben. In der Weiterentwicklungsdimension gaben rund 30 bis 40 Prozent der Befragten an, hohe oder sehr hohe Beiträge der Hubs verzeichnet zu haben. Etwas schwächer wurden die Beiträge der Hub-Angebote zur Finanzierungsdimension bewertet. Hier stellten rund 25 bis 35 Prozent der Befragten mindestens hohe Beiträge resultierend aus Nutzung der Hub-Angebote fest.

Abbildung 28: Erzielte mittelbare Mehrwerte nach Nutzung der Hub-Angebote



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen

Anmerkung: die Dimension „Motivation“ ist durch grün gestrichelte Linien eingrahmt. Die Netzwerkdimension ist durch gelb gestrichelte Linien gekennzeichnet. Die Dimension „Weiterentwicklung“ ist durch rote und die Finanzierungsdimension durch blau gestrichelte Linien eingrahmt. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Eine weitere Ausdifferenzierung dieser Analyse nach Nutzertypen zeigt, dass auch die mittelbaren Mehrwerte mit steigender Treatment-Intensität zunehmen. Während bei Intensivnutzern in allen Dimensionen überdurchschnittlich hohe Mehrwerte entstanden sind, ist auch hier bei sporadischen Nutzern gegenteiliges der Fall. Insbesondere in der Weiterentwicklungsdimension und der Finanzierungsdimension sind diese Unterschiede besonders stark ausgeprägt. An dieser Stelle muss hervorgehoben werden, dass Befragungsteilnehmende, die an Inkubations- und Accelera-

tion-Programmen der DWRW-Hubs teilgenommen haben, in allen Dimensionen überdurchschnittlich hohe Mehrwerte erzielen konnten. Bei den von Start-ups und etablierten Unternehmen erzielten mittelbaren Mehrwerten besteht ein wesentlicher Unterschied darin, dass die Finanzierungsdimension von Start-ups positiver und von etablierten Unternehmen negativer bewertet wird. Dieser Unterschied kann dadurch erklärt werden, dass sich die Vermittlung von Finanzierungs- und Förderangeboten durch die DWRW-Hubs (siehe auch Kapitel 3.1) vor allem auf Start-ups fokussiert.

Auch bei den durch Nutzung der Hub-Angebote mittelbar entstandenen Mehrwerten berichten Nutzerinnen und Nutzer über alle Hubs hinweg von hohen Mehrwerten. Hier zeigen sich vor allem Unterschiede beim Bonner Hub, bei dem insbesondere in der Finanzierungsdimension und beim mittelbaren Mehrwert der substanziellen Weiterentwicklung von investierten Start-ups besonders hohe Beiträge erzielt wurden. Dies kann in Teilen durch die Struktur des Bonner Hubs, der viele Investoren in seiner Organisation vereint, erklärt werden (siehe auch Kapitel 3.2.3)

Nachfolgende Box illustriert mittels Aussagen von ausgewählten Interviewten beispielhaft die erzielten Mehrwerte für verschiedene Befragungsteilnehmende.

Box 8: Auszüge aus den Interviews zum Thema Mehrwerte

„Andere Angebote haben es nicht geschafft in die echte Start-up Szene vorzudringen, das ist erst mit den DigiHubs gelungen“
Investor

„Die niedrigschwelligen Angebote sind eine gute Sache. Abends nach der Arbeit schaut man noch beim Hub vorbei und genießt mit einem Stück Pizza den informativen Vortrag“
Unternehmen

„Bei der Akquise von Kunden hat unsere Teilnahme am Inkubator-Programm geholfen. Es wurde wie eine Art Gütesiegel wahrgenommen.“
Start-up

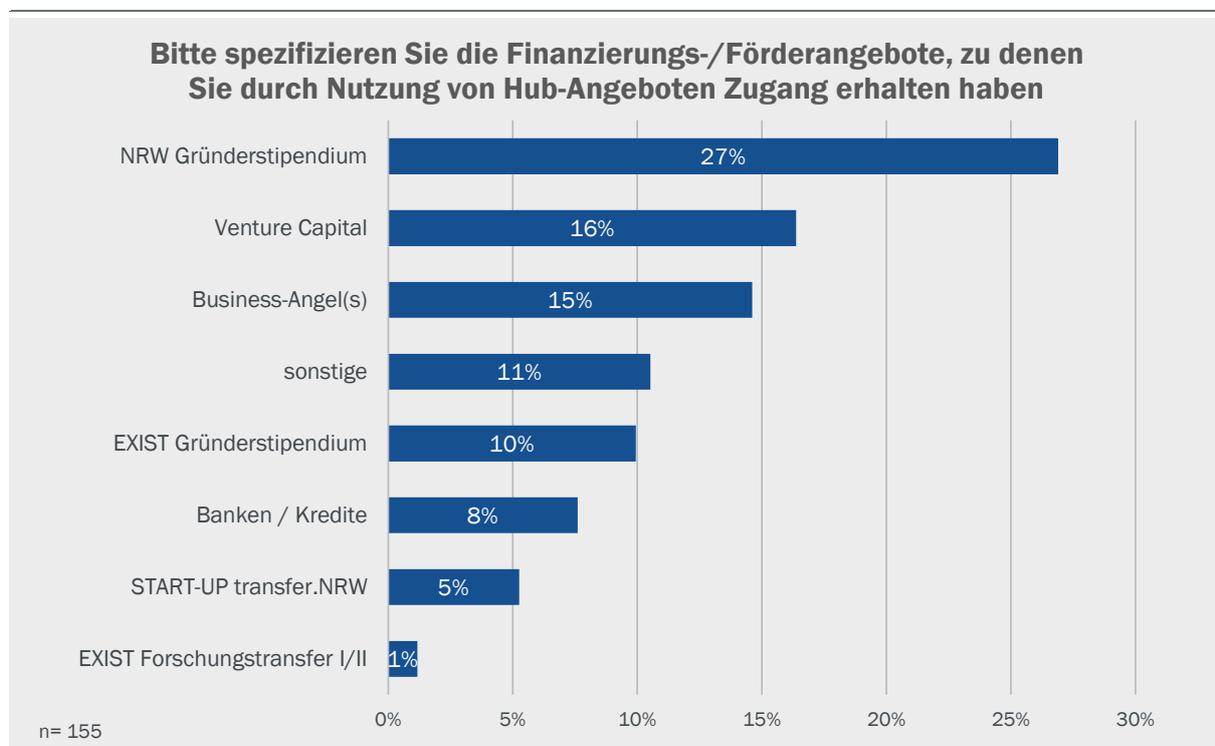
„Weitere Mehrwerte sind, dass man sich im Hub über Trends austauschen kann und somit eine Einschätzung gewinnt, wo in Zukunft VCs investieren.“
Unternehmen

Quelle: Prognos AG (2021), Interviewteilnehmer anonymisiert

Im Folgenden werden die in Abbildung 28 präsentierten mittelbaren Mehrwerte in der Finanzierungsdimension weiter präzisiert. Finanzierungs- und Förderangebote sind ein zentraler Baustein eines Gründungsökosystems, da diese die erfolgreiche Umsetzung eines Gründungsvorhabens entscheidend mitbeeinflussen können. Diese Finanzierungs- und Förderangebote sind insbesondere in der Gründungsphase und den folgenden Start-up und Scale-up Phasen für Gründerinnen und Gründer essenziell. Eine Übersicht und Beschreibung verschiedener staatlicher Fördermittel

und privater Finanzierungsangebote von VC Gesellschaften ist in Kapitel 3.1 zu finden. Insgesamt zeigt sich, dass auf Seiten der Förderangebote insbesondere ein Zugang zum NRW Gründerstipendium durch Nutzung der Hub-Angebote erhalten wurde (Abbildung 29). Hier gaben 27 Prozent der Befragten an, einen Zugang erhalten zu haben. Weiterhin erhielten insgesamt elf Prozent der Befragten einen Zugang zu einem EXIST-Programm (Gründerstipendium oder Forschungstransfer) und fünf Prozent zu START-UP transfer.NRW. Auf Seiten der Finanzierungsangebote gaben 16 Prozent bzw. 15 Prozent der Befragten an, Zugang zu VC bzw. Business Angels erhalten zu haben. Bezüglich des Zugangs zu VC wurde von einigen Befragten die S-UBG AG und der dazugehörige TechVision Fond mit Sitz in Aachen genannt. Insgesamt gaben elf Prozent der Befragten an, Zugang zu sonstigen Förderangeboten erhalten zu haben. Dabei spielten vor allem weitere Förderprogramme auf Landes- und Bundesebene eine Rolle.

Abbildung 29: Finanzierungs- und Förderangebote, zu denen durch Hub-Nutzung Zugang erhalten wurde

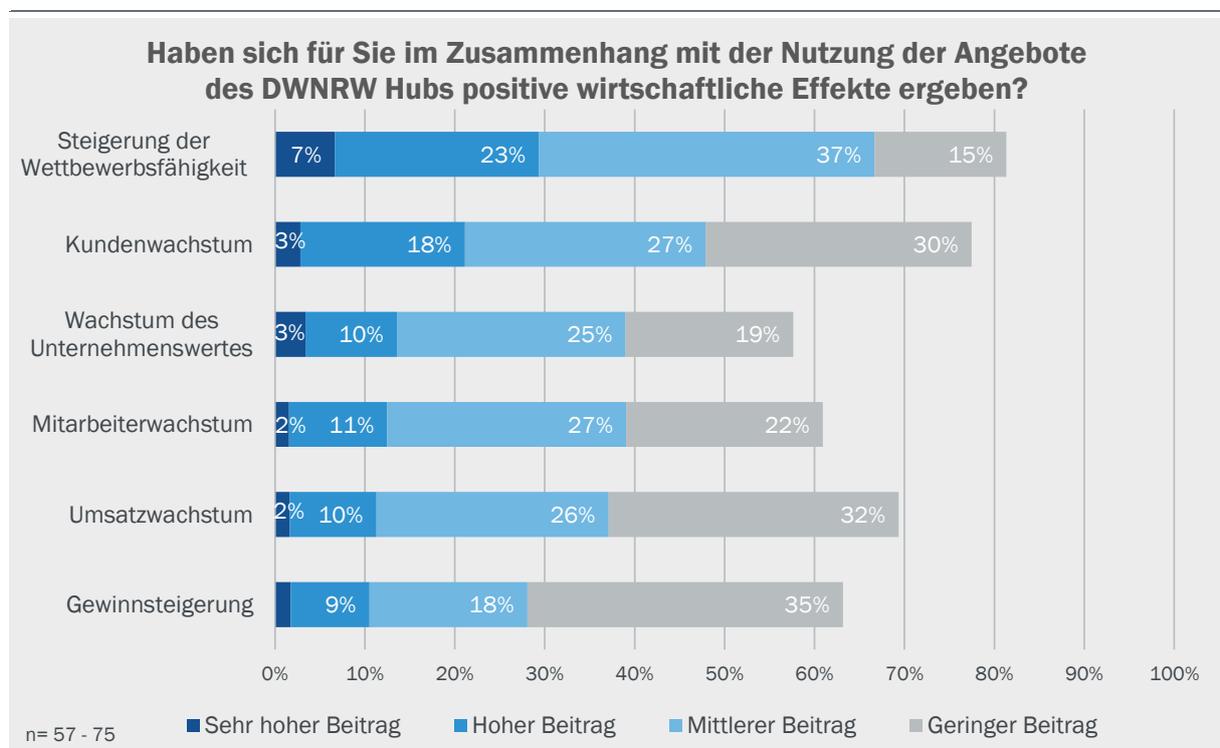


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Zusätzlich zu den mittelbaren Effekten wurden in der Online-Befragung teilnehmende etablierte Unternehmen und Investorinnen und Investoren gefragt, ob sich im Zusammenhang mit der Nutzung der Hub-Angebote positive wirtschaftliche Effekte ergeben haben. In diesem Kontext zeigt sich, dass viele der Befragten eine Reihe unterschiedlicher positiver wirtschaftlicher Effekte durch Nutzung der Hub-Angebote festgestellt haben (Abbildung 30). Rund 65 Prozent der befragten Investorinnen und Investoren sowie Unternehmen haben mindestens einen mittleren Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit durch Nutzung der Angebote eines DWRW-Hubs wahrge-

nommen. Für etwa 50 Prozent der Befragten hat sich eine Zunahme der Kundschaft im Zusammenhang mit der Nutzung der Hub-Angebote ergeben. Insgesamt etwas geringer werden die Beiträge der DWRW-Hubs zu Effekten wie Wachstum des Unternehmenswertes, Umsatz- oder Gewinnsteigerung und Mitarbeiterwachstum bewertet. Aus dieser Analyse kann geschlussfolgert werden, dass die Nutzung der Angebote der DWRW-Hubs zu einer Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in der Region geführt hat. Dies könnte auch auf eine verbesserte Digitalisierung von Unternehmen durch Nutzung der Hub-Angebote zurückzuführen sein, da diese sich im ersten Schritt vor allem durch eine Optimierung von Prozessen auf eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. Der positive Effekt der Hubs auf die Digitalisierung von (mittelständischen) Unternehmen wurde auch von einigen Interviewten hervorgehoben.

Abbildung 30: Positive wirtschaftliche Effekte resultierend aus Nutzung der Hub-Angebote



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Eine tiefere Analyse differenziert nach den verschiedenen Nutzertypen zeigt, dass sporadische Nutzer der Hub-Angebote deutlich weniger positive wirtschaftliche Effekte aus der Hub-Nutzung ziehen können. Zwar berichten auch hier Nutzerinnen und Nutzer von einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, allerdings wird bei den anderen wirtschaftlichen Effekten vorwiegend ein geringer oder gar kein Beitrag konstatiert. Eine Betrachtung der einzelnen Zielgruppen der Hubs fördert zu Tage, dass bei Investorinnen und Investoren vor allem der Wachstum des Unternehmenswertes als positiver wirtschaftlicher Effekt nach Hub-Nutzung festgestellt wird.

Nachfolgende Mini-Fallstudie, die auf einem Interview mit einem Unternehmen basiert, das Angebote des DWNRW-Hub Aachens genutzt hat, illustriert abschließend plastisch Effekte und erzielte Wirkungen im Einzelfall.

Box 9: Mini-Fallstudie zur Illustration von durch Nutzung der Hub-Angebote erzielten Wirkungen und Effekten

i

Mini-Fallstudie

Im Folgenden wird das Fallbeispiel eines weltweit agierenden Unternehmens mit Sitz in Aachen, das diverse Angebote des Aachener DWNRW-Hubs in Anspruch genommen hat, entlang der Grundlogik des Wirkungsmodells erläutert. Die Grundlage für diese Mini-Fallstudie bilden die mit Nutzerinnen und Nutzern der Hub-Angebote geführten Interviews.

Angebotsnutzung

- Das Unternehmen bezieht regelmäßig Newsletter, weitere Infomaterialien und Online-Plattform des Hubs. Zudem werden diverse Events des Hubs besucht und teilweise aktiv daran mitgewirkt.
- Die Angebote wurden mit dem Ziel genutzt, Zugang zum Netzwerk des DWNRW-Hubs zu erhalten. Dieses Netzwerk bietet für das Unternehmen komplementäre Kontakte im Vergleich zu den Netzwerken vergleichbarer Initiativen in der Region

Outputs

- Nutzung von Informationsangeboten
- Teilnahme und Unterstützung von Hub-Events und Fokusgruppen
- Vernetzung mit Start-ups

Direkte & intermediäre Effekte

- Durch Zentralisierung des Themas Gründung und Bündelung von Start-ups sowie durch die Vernetzungs- & Matchingangebote wird das Auffinden von potenziellen Kooperationspartnern erleichtert
- Die gestiegene Sichtbarkeit durch Nutzung und Beteiligung an den Angeboten der Hubs verbessert das Recruiting des etablierten Unternehmens und führt zur Gewinnung von Fachkräften

Ziele / Impact

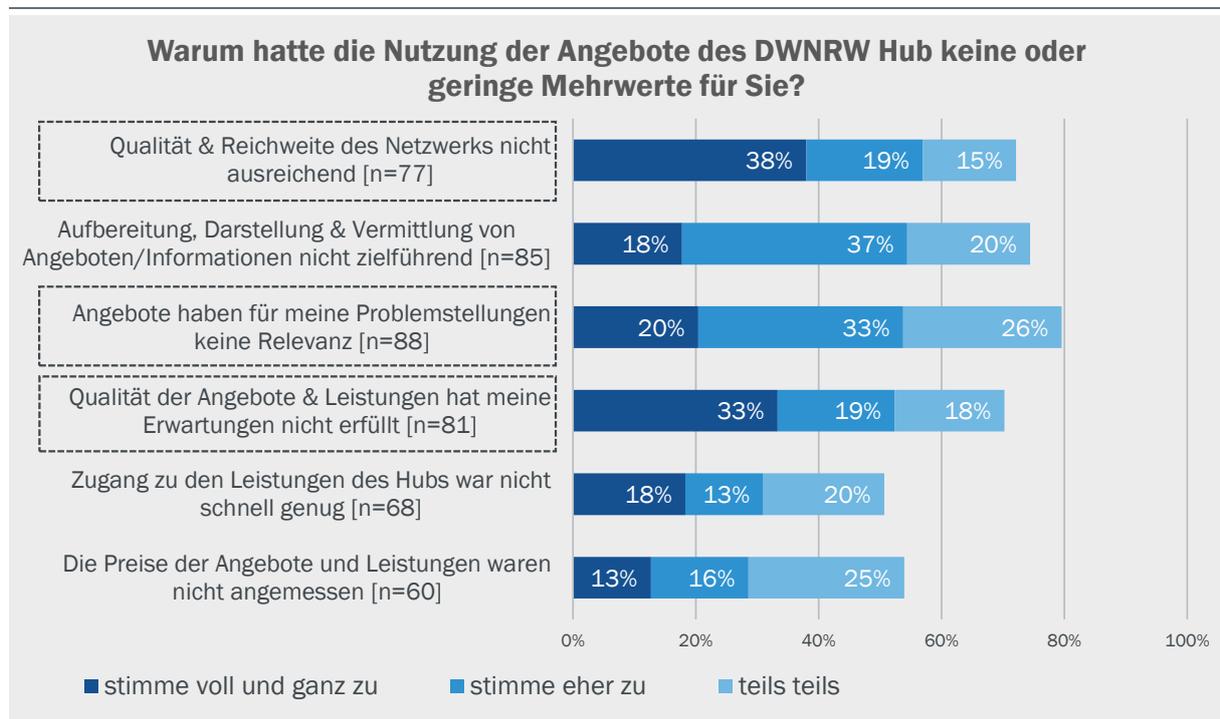
- Durch die verbesserte Vernetzung & den Austausch mit innovativen Start-ups erhöht sich die Innovationsfähigkeit des etablierten Unternehmens.
- Durch das verbesserte Recruiting erhöht sich langfristig die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens

Zufriedenheit mit den DWNRW-Hubs und Bewertung des Pricings

Nach der vorangehenden Betrachtung der durch die Befragten Zielgruppen der Hubs erzielten Effekte und Wirkungen infolge der Nutzung von Angeboten der DWNRW-Hubs werden im Folgenden die Gründe analysiert, warum Nutzerinnen und Nutzer keine Mehrwerte durch die Nutzung der Angebote erzielt haben. Neben einer Bewertung des Pricings der Hubs wird abschließend noch die allgemeine Zufriedenheit der Zielgruppen mit den Hub-Angeboten, gemessen an der Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit, betrachtet.

Für die meisten der Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer sind die Qualität der Angebote und des Netzwerkes zentrale Gründe dafür, dass keine oder geringe Mehrwerte durch die Nutzung der Hub-Angebote erzielt wurden. Insgesamt stimmten diesen Aussagen rund 60 Prozent (Qualität & Reichweite des Netzwerkes nicht ausreichend) bzw. 50 Prozent (Qualität der Angebote und Leistungen hat meine Erwartungen nicht erfüllt) zu. Diese Punkte wurden auch in den geführten Interviews von den Nutzerinnen und Nutzern hervorgehoben. Dabei wurde unter anderem auf die variierende Qualität von Beratungen und Events, eine, im Vergleich zur frühen Gründungsphase, oftmals etwas schwächeren Unterstützung für Start-ups in späteren Gründungsphasen und auf qualitativ ausbaufähige Matching- und Vernetzungsaktivitäten hingewiesen. Ebenso bemängelten rund 50 Prozent der Befragten, die keine oder nur geringe Mehrwerte aus der Angebotsnutzung gezogen haben, dass die Angebote keine Relevanz für die jeweiligen Problemstellungen bieten würden. Diesbezüglich äußerten Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmer vereinzelt, dass Angebote der Hubs als zu allgemein oder zu wenig branchenspezifisch wahrgenommen wurden. Andere Befragte bezeichneten hingegen die Angebote des Hubs als zu spezifisch und fanden sich mit ihrem Themengebiet nicht in den Angeboten der Hubs wieder. Die Aufbereitung, Darstellung und Vermittlung von Angeboten und Informationen wurde von etwa 55 Prozent der Befragten als nicht zielführend bewertet. Allerdings muss an dieser Stelle auf die relativ heterogenen Zielgruppen der DWNRW-Hubs verwiesen und hervorgehoben werden, dass dieser Kritikpunkt teils auf subjektiver Wahrnehmung beruht und unmöglich für alle Zielgruppen und Nutzende adaptiert werden kann. Darüber hinaus zeigt sich, dass ein zu langsamer Zugang zu den Leistungen der Hubs oder das Pricing in eher wenigen Fällen dem Erzielen von (hohen) Mehrwerten im Wege standen.

Abbildung 31: Gründe für nicht erzielte Mehrwerte nach Angebotsnutzung



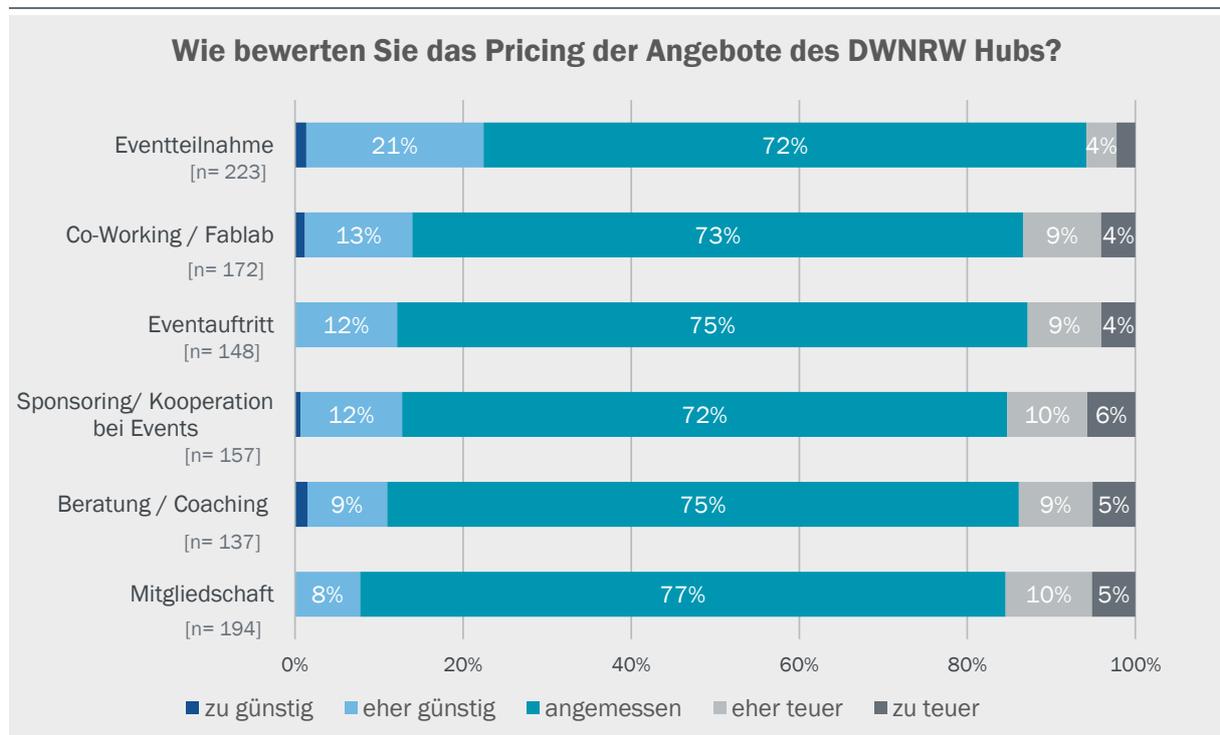
Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.

Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Mit Blick auf die Strukturmerkmale von Befragten, die geringe oder keine Mehrwerte aus der Angebotsnutzung erzielen konnten, zeigt sich, dass diese Befragten sich überwiegend aus Start-ups zusammensetzen. Dies ist allerdings mit hoher Wahrscheinlichkeit durch den Mobilisierungsprozess der Befragung bedingt (siehe auch Kapitel 2.2). Darüber hinaus zeigt die statistische Analyse keine weiteren strukturellen Auffälligkeiten in dieser Gruppe.

Das bereits zuvor bei den Befragten, die geringe oder keine Mehrwerte aus der Angebotsnutzung erzielen konnten, kurz thematisierte Pricing der Hubs wird im Folgenden differenzierter betrachtet (Abbildung 32). Hierbei wird deutlich, dass über alle Angebote und Leistungen hinweg das Pricing von einer deutlichen Mehrheit der Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer (72 Prozent bis 77 Prozent) als angemessen bewertet wird. Diese Ergebnisse spiegeln auch die Meinungen vieler Befragten wider. In den geführten Interviews wurde oftmals darauf hingewiesen, dass die niedrigschwelligen Angebote der Hubs einen sehr wichtigen Beitrag zur Mobilisierung insbesondere von Gründerinnen und Gründern sowie von Gründungsinteressierten liefern. Weiterhin zeigen sich in den Ergebnissen der Online-Befragung zwischen den Angeboten und Leistungen allenfalls geringe Abweichungen in der Bewertung des Pricings. So werden beispielsweise die Eventteilnahme von etwas mehr als 20 Prozent der Befragten als günstig oder zu günstig eingestuft während beispielweise die Hub-Mitgliedschaft von 15 Prozent der Befragten als teuer oder zu teuer eingeschätzt wird. Vereinzelt verwiesen interviewte etablierte Unternehmen darauf hin, dass ein starker Anstieg des Pricings dazu führen könnte, dass Angebote der DWRW-Hubs nicht weiter unterstützt bzw. in Anspruch genommen werden könnten.

Abbildung 32: Bewertung des Pricings der Hub-Angebote

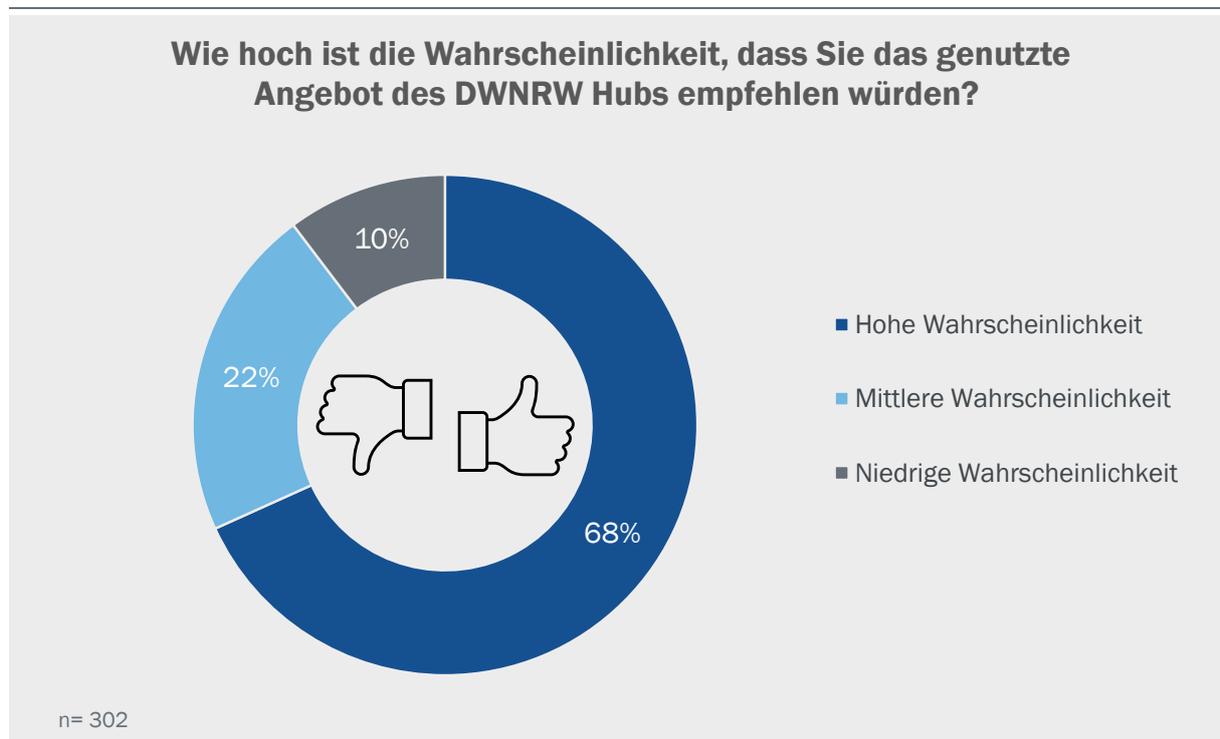


Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen.
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Die Ausdifferenzierung dieser Einschätzungen zum Pricing der Hubs nach Teilnehmertypen zeigt, dass sporadische Nutzer Angebote der Hubs tendenziell häufiger als teuer bewerten als Intensivnutzer. Unternehmen finden die Angebote der DWRW-Hubs tendenziell eher günstig, insbesondere die Nutzung von Co-Working, Fablabs und Events. Bei den Start-ups zeigen sich eher geringfügige Abweichungen. So werden von dieser Zielgruppe die Vereinsmitgliedschaft etwas häufiger als günstig, Co-Working und Fablabs hingegen tendenziell häufiger als teuer bewertet. Zwischen den einzelnen DWRW-Hub zeigen sich leichte Unterschiede in der Bewertung des Pricings. So werden etwa in Düsseldorf Beratungen und Coachings tendenziell etwas häufiger als teuer eingestuft während in Münster die Vereinsmitgliedschaft etwas häufiger als teuer eingestuft wird.

Im Folgenden wird als zusammenfassender Indikator der Zufriedenheit mit den Angeboten der DWRW-Hubs die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit herangezogen (Abbildung 33). Dabei zeigt sich, dass insgesamt rund 70 Prozent der Befragten eine hohe Zufriedenheit mit genutzten Angeboten aufweisen. Neben einem Anteil von rund 20 Prozent an Befragten mit mittlerer Zufriedenheit weisen nur 10 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Online-Befragung eine geringe Zufriedenheit mit den genutzten Hub-Angeboten auf.

Abbildung 33: Weiterempfehlungswahrscheinlichkeiten der genutzten Hub-Angebote



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen

Anmerkung: Die ursprüngliche Abfrage umfasste eine zehnstufige Skala, die in drei Kategorien aggregiert wurde. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

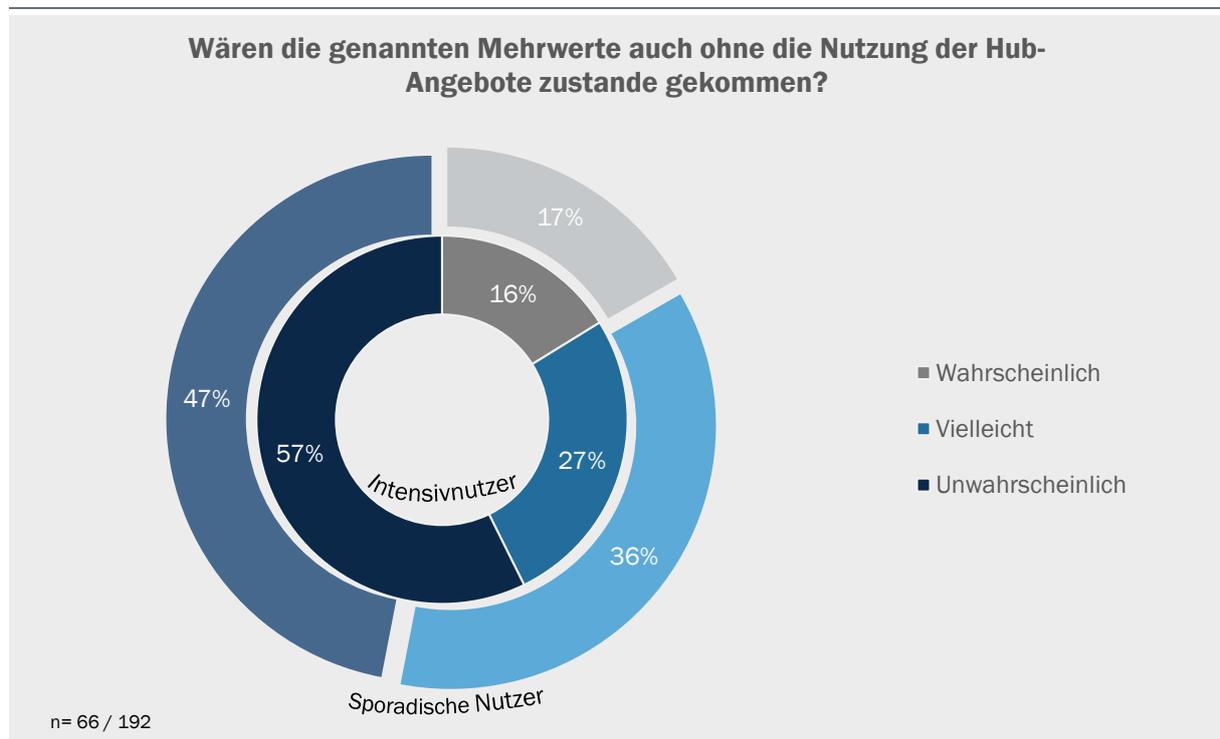
Zwischen den einzelnen Zielgruppen zeigen sich teilweise erhebliche Unterschiede bezüglich der Zufriedenheit mit den genutzten Angeboten. Während Intensivnutzer deutlich häufiger eine hohe Zufriedenheit mit den genutzten Angeboten aufweisen, sind sporadische Nutzer durch eine unterdurchschnittliche Zufriedenheit charakterisiert. Dies untermauert, dass mit einer ansteigenden Treatment-Intensität auch die Zufriedenheit mit den genutzten Angeboten steigt. Während bei Start-ups und etablierten Unternehmen die Zufriedenheit in etwa im Durchschnitt liegt, zeigen Investorinnen und Investoren eine überdurchschnittliche Zufriedenheit auf. Über alle DWRW-Hubs hinweg zeigt sich eine überwiegend hohe Zufriedenheit mit den genutzten Angeboten, wobei die Zufriedenheit am Aachener Hub besonders stark ausgeprägt ist.

Additionalität und Alleinstellungsmerkmal der DWRW-Hubs im Ökosystem

Die nachfolgende Analyse der Additionalität untersucht, ob die zuvor aufgezeigten Mehrwerte auch ohne die Nutzung der Angebote der DWRW-Hub zustande gekommen wäre. Obgleich diese Einschätzung auf hypothetischen Überlegungen beruht, können auf diese Weise dennoch entscheidende Rückschlüsse über die durch die Förderung ausgelösten Impulse gezogen werden.

In der Gesamtschau zeigt sich, dass für knapp über die Hälfte der Befragten die beschriebenen Mehrwerte ohne Nutzung der Hub-Angebote nur sehr unwahrscheinlich zu Tage getreten wären. Rund 30 Prozent gaben an, dass diese Mehrwerte vielleicht auch ohne Angebotsnutzung entstanden wären und 18 Prozent bewerteten dies als wahrscheinlich. Ausdifferenziert nach Nutzertypen ergibt sich das in Abbildung 34 dargestellte Bild.

Abbildung 34: Bewertung der Additionalität der Förderung nach Nutzertypen



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: die ursprüngliche Abfrage umfasste eine zehnstufige Skala, die in drei Kategorien aggregiert wurde. Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Auch hier kann ein mit steigender Treatment-Intensität einhergehender positiver Effekt konstatiert werden, denn Intensivnutzer geben deutlich häufiger als sporadische Nutzer an, dass ohne die Nutzung der Hub-Angebote die genannten Mehrwerte wahrscheinlich nicht zustande gekommen wären. Sporadische Nutzer, also solche Nutzerinnen und Nutzer, die vor allem Informationsmaterialien genutzt oder einzelne Events besucht haben, berichten häufiger, dass die beschriebenen Mehrwerte vielleicht auch ohne Nutzung der Hub-Angebote zustande gekommen wären. Während Start-ups tendenziell häufiger angaben, dass die erzielten Mehrwerte vermutlich auch ohne Hub-Nutzung zustande gekommen wären, zeigt sich bei etablierten Unternehmen und Investorinnen bzw. Investoren ein umgekehrtes Bild. Bei letzter Gruppe gibt es nur einen Teilnehmenden in der Online-Befragung, der die Entstehung der erzielten Mehrwerte ohne Nutzung der Hub-Angebote als eher wahrscheinlich ansah. Zur Veranschaulichung der Additionalität der Förderung der DWNRW-Hubs dienen nachfolgende Auszüge aus den Interviews.

Box 10: Auszüge aus den Interviews zum Thema Additionalität

„Vielleicht wären wir auch ohne die Nutzung des Hubs auf die Start-ups aufmerksam geworden. Durch den Hub wurde ein zentraler Ort im Gründerökosystem geschaffen und der Prozess deutlich vereinfacht. Dadurch wurde die Suche für uns auch deutlich günstiger. Ohne die Hub-Nutzung würden vermutlich vor allem die zufälligen Treffen mit Start-ups verloren gehen.“

Investor

„Der DigiHub war für uns die einzige Möglichkeit, ein Accelerator-Programm bzw. ein Coaching in der Region zu erhalten“

Start-up

„Der Hub hat die Entstehung von Mehrwerten definitiv beschleunigt. Viele Kontakte wären ohne den Hub für uns vermutlich nie zustande gekommen.“

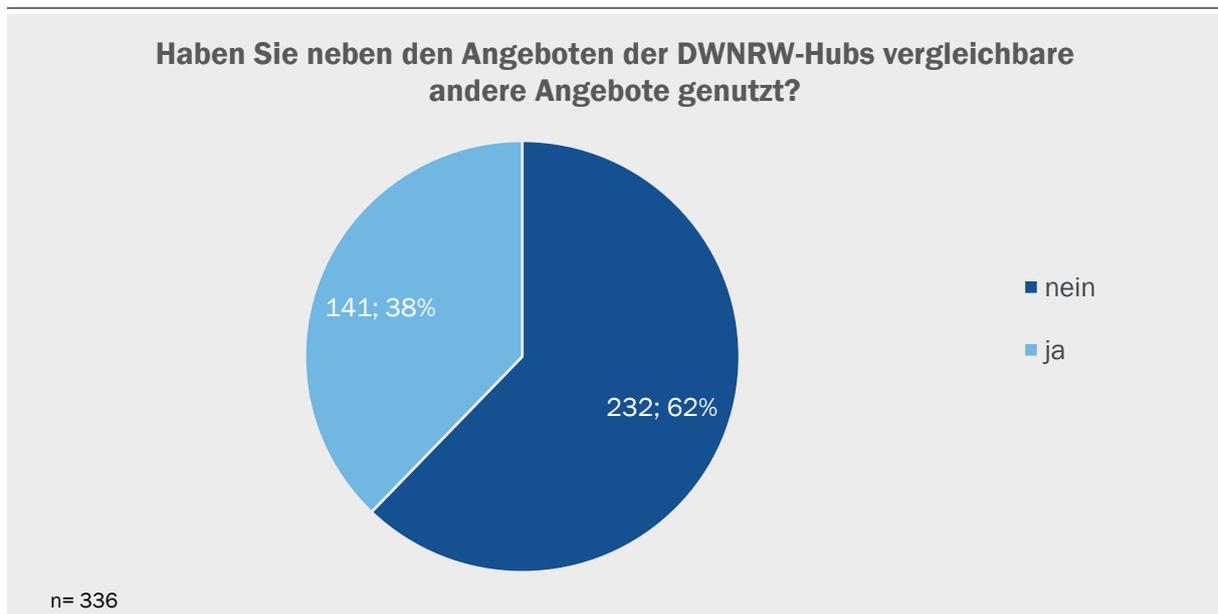
Unternehmen

Quelle: Prognos AG (2021), Interviewteilnehmer anonymisiert

Welche wichtige Rolle die DWRW-Hubs im Ökosystem einnehmen zeigt sich auch daran, dass die überwiegende Mehrheit (rund 60 Prozent) der Befragten neben den Hub-Angeboten keine weiteren vergleichbaren Angebote in Anspruch genommen hat (Abbildung 35). Dies wird mit den Erkenntnissen aus den geführten Interviews komplementiert, in denen die Interviewten die Angebote der Hubs in manchen Regionen als alternativlos einordneten. Andere Befragte empfanden die Angebote der Hubs als gute Ergänzung zu weiteren bestehenden Angeboten anderer Anbieter.

Unter den von rund 40 Prozent der Befragten genutzten weiteren Angeboten stecken eine Vielzahl verschiedener Angebote unterschiedlicher Akteure. So werden von einigen Befragten Multiplikatoren (wie IHKs oder Wirtschaftsförderungen), private Initiativen (beispielsweise Startplatz, StartupDorf in Düsseldorf und UnternehmerTUM in München) oder bundesweite Programme der öffentlichen Hand (wie Digitale Gründerzentren in Bayern oder das Kompetenzzentrum für den Mittelstand) angegeben.

Abbildung 35: Nutzung anderer vergleichbarer Angebote



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

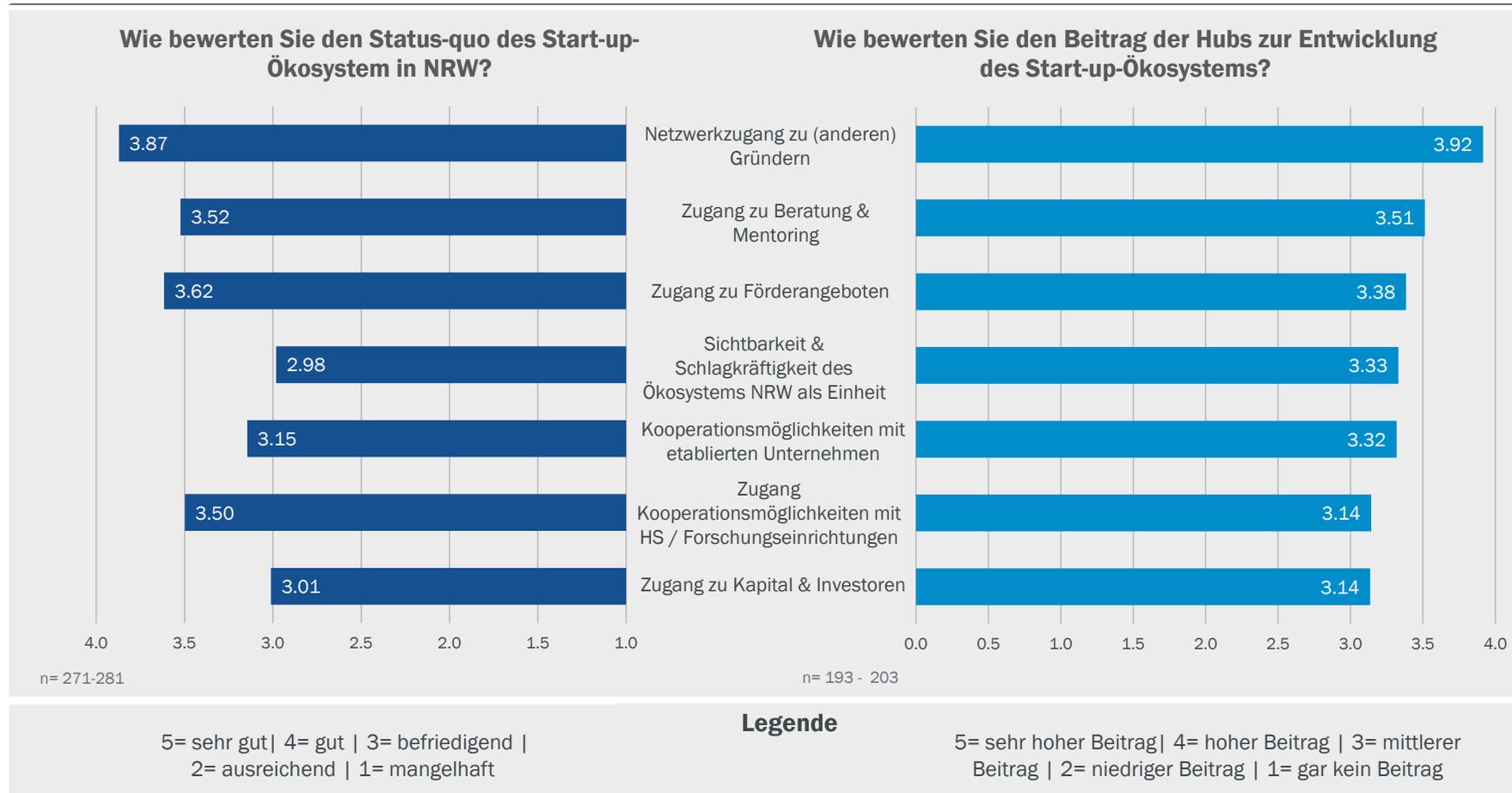
Bezüglich dieser Nutzung konkurrierender Angebote zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede zwischen den verschiedenen Hub-Zielgruppen und Nutzertypen.

4.3 Beitrag der DWRW-Hubs zur Entwicklung des Start-up Ökosystems in NRW und Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung der Hubs

Neben der vorangegangenen Analyse der einzelnen Angebote der Hubs und den aus der Angebotsnutzung resultierenden Mehrwerte ist die Untersuchung des Beitrags der DWRW-Hubs zum Start-up-Ökosystem in NRW und möglicher Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung der Hubs ein wichtiger Bestandteil dieser Evaluation.

Bezüglich der Bewertung des Status-Quo des Start-up Ökosystems ins NRW und der Beiträge der Hubs zur Entwicklung dieses Ökosystems zeigt sich folgendes Bild (Abbildung 36). Grundsätzlich lässt sich konstatieren, dass im Durchschnitt alle Elemente des Start-up-Ökosystems zum Status-Quo mit „befriedigend“ bis „gut“ bewertet werden. In der Gesamtschau wird dabei der Netzwerkzugang zu Gründerinnen und Gründern von den Befragten im Mittel als „gut“ und somit am besten aller Elemente des Ökosystems bewertet. Hingegen bestehen laut den Befragten insbesondere bei der Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Ökosystems NRW als Einheit sowie dem Zugang zu Kapital und Investorinnen und Investoren deutliches Steigerungspotenzial. Auf Seiten der Hub-Beiträge zum Ökosystem zeigen sich im Mittel eher kleinere Abweichungen und im Durchschnitt werden alle Beiträge des Hubs zu den verschiedenen Elementen als mittlere bis hohe Beiträge gewertet.

Abbildung 36: Bewertung des Status-Quo und Beitrag der Hubs zum Start-up-Ökosystem in NRW



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen
 Anmerkung: Kammern, Wirtschaftsförderungen und sonstige Multiplikatoren sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt

Als größter Beitrag der Hubs zur Entwicklung des Start-up-Ökosystem ist laut den Umfrageteilnehmenden der (verbesserte) Netzwerkzugang zu (anderen) Gründerinnen und Gründern, gefolgt von verbesserten Zugängen zu Beratung und Mentoring sowie Förderangeboten. Am vergleichsweise geringsten werden die Beiträge der DWNRW-Hubs zu Kooperationsmöglichkeiten mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie zum Zugang zu Kapital und Investorinnen und Investoren bewertet.

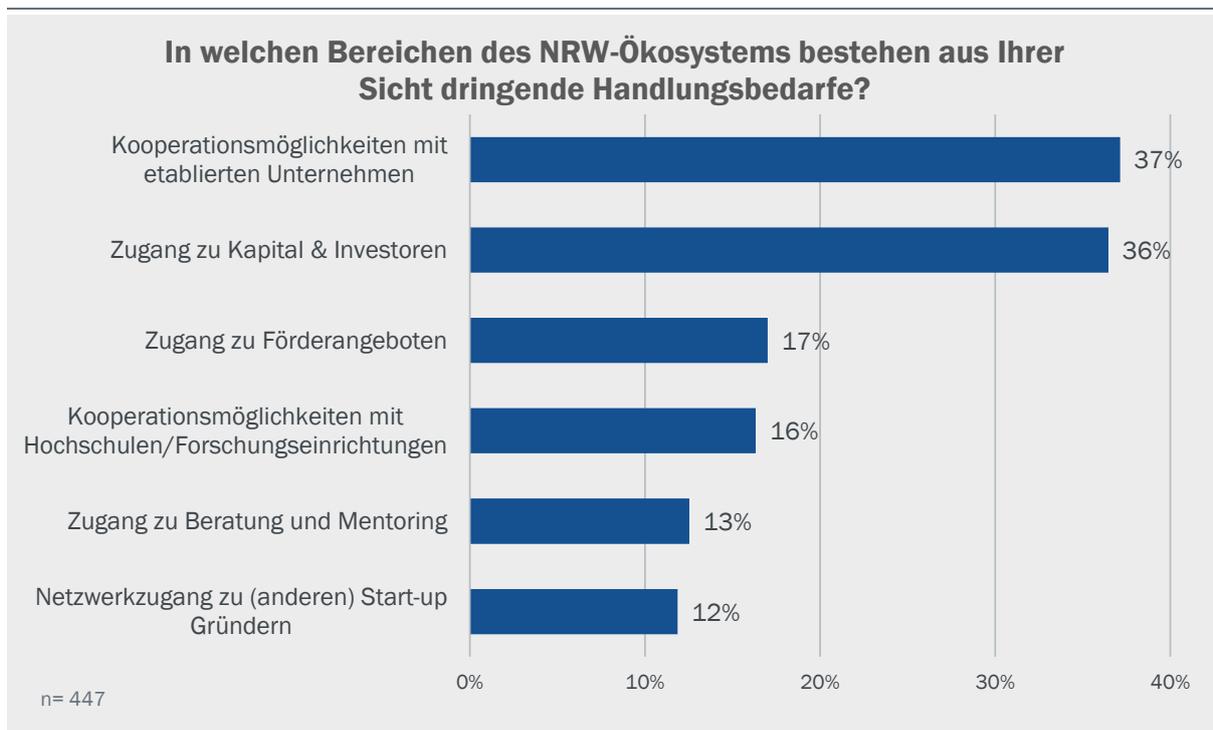
Zwischen den verschiedenen Nutzertypen und Zielgruppen äußern sich merkbare Differenzen in der Bewertung des Status-Quo und der Beiträge der Hubs zum Start-up-Ökosystem in NRW. So bewerten Intensivnutzer den Status-Quo des Ökosystems insgesamt positiver und dabei insbesondere den Netzwerkzugang zu anderen Gründerinnen und Gründern, den Zugang zu Beratung und Mentoring und die Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Ökosystems als Einheit. Dieser Nutzertyp bewertet auch die Beiträge der Hubs zum Ökosystem über alle Dimensionen hinweg besser als der Durchschnitt. Insbesondere die Bewertung der Beiträge im Bereich Zugang zu Kapital und Förderangeboten sowie zu Beratung & Mentoring werden überdurchschnittlich bewertet. Sporadische Nutzer hingegen bewerten den Status-Quo des Start-up-Ökosystems insgesamt unterdurchschnittlich. Ein ähnlich unterdurchschnittliches Bild zeigt sich ebenfalls bei der Bewertung der Hub-Beiträge durch diesen Nutzertypen. Zudem ist auffällig, dass sporadische Nutzer eben jene Beiträge der Hubs besonders unterdurchschnittlich bewerten, die von Intensivnutzern besonders positiv bewertet werden (Zugang zu Kapital, Förder- und Beratungsangeboten). Auch hier zeigt sich wieder der bereits zuvor hervorgehobene Effekt, der mit steigender Treatment-Intensität einhergeht. Je intensiver die Angebote der Hubs genutzt wurden, desto mehr Mehrwerte wurden auch erzielt. Ähnlich verhält es sich auch bei den befragten Nicht-Nutzern. Über alle Dimensionen hinweg bewertet dieser Nutzertyp den Status-Quo des Ökosystems deutlich schlechter als die anderen Nutzertypen und dabei insbesondere Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Ökosystems als Einheit (Note: ausreichend).

Grundsätzlich positiver sind ebenfalls die Bewertungen der befragten Unternehmen. Diese Zielgruppe der Hubs bewertet im Kontext des Status-Quos insbesondere die Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen und Hochschulen / Forschungseinrichtungen sowie die Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Ökosystems als Einheit positiver. Gleiches Bild zeigt sich auch bei der Bewertung der Hub-Beiträge durch diese Zielgruppe, da hier die exakt gleichen Elemente besonders benotet werden. Auf Seiten der Start-ups fällt die Bewertung des Status-Quo sowie der Beiträge der Hubs tendenziell unterdurchschnittlicher aus. In Teilen kann dies nur durch die Struktur der Befragten erklärt werden, da wie zuvor schon beschrieben, der Anteil der Start-ups unter den sporadischen Nutzern überdurchschnittlich ist. Start-ups bewerten auf Seiten des Status-Quos und der Hub-Beiträge insbesondere den Kapitalzugang und Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen negativer. Hingegen empfinden Investorinnen und Investoren den Status-Quo des Ökosystems überwiegend positiver als der Durchschnitt und bewerten dabei insbesondere den Kapitalzugang positiv. Auf Seiten der Hub-Beiträge werden vor allem der Kapitalzugang und Kooperationsmöglichkeiten mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen hervorgehoben. Die Einschätzungen der Nutzerinnen und Nutzer nach Heimat-Hub zeigt insgesamt ein relativ homogenes Bild. Lediglich Nutzerinnen und Nutzer des Aachener Hubs bewerten den Status-Quo des Ökosystems und alle Beiträge der Hubs deutlich positiver als der Durchschnitt.

Die zuvor elaborierten Bewertungen zum Status-Quo des Start-up-Ökosystems spiegeln sich auch in den Handlungsbedarfen wider (Abbildung 37). Wurde zuvor noch der Zugang zu Kapital und die Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen am schwächsten bewertet, führen diese Elemente die Bewertung der dringenden Handlungsbedarfe an. Hier sehen 36 Prozent bzw. 37 Prozent der Befragten dringende Handlungsbedarfe. Bezüglich des Zugangs zu Kapital und Inves-

torinnen und Investoren wurde in der Befragung und in geführten Interviews oftmals auf die geringen Volumina und das geringe Angebot von (hiesigen) Risikokapitalgeberinnen und -geber verwiesen. Diese Kapitalform ist insbesondere für Start-ups in späteren Phasen (wie der Scale-up Phase) essenziell. Bezüglich der Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen sehen einige Befragungsteilnehmende Steigerungspotenziale bei Netzwerk- und Matchingaktivitäten, etwa in Form von einem Ausbau der Netzwerke über Regionen und verschiedene Branchen hinweg. Wiederum andere Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer sehen Ausbaupotenziale in der Bekanntheit der Hubs, da vielen Unternehmen die DWNRW-Hubs nicht bekannt seien. Im Bereich der Zugänge zu Förderangeboten und Kooperationsmöglichkeiten mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen stellen 17 bzw. 16 Prozent der Befragungsteilnehmenden dringende Handlungsbedarfe fest. Die insgesamt geringsten Handlungsbedarfe werden von den Befragten im Bereich der Zugänge zu Beratung und Mentoring sowie zu anderen Start-up Gründerinnen und Gründern gesehen. Bezüglich dieser dringenden Handlungsbedarfe gibt es eher geringere strukturelle Unterschiede zwischen den Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmern.

Abbildung 37: Handlungsbedarfe im NRW-Ökosystem



Quelle: Prognos AG (2021), eigene Darstellung, basierend auf einer Online-Befragung der Hub-Zielgruppen

5 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

Im Rahmen der „Initiative Digitale Wirtschaft NRW“ werden seit 2016 fünf DWNRW-Hubs gefördert, die mittels verschiedener Vernetzungs-, Informations- und Unterstützungsangebote die Sichtbarkeit des Start-up-Ökosystems in Nordrhein-Westfalen erhöhen und als digitale Impulsgeberinnen und -geber für etablierte Unternehmen fungieren sollen. Die durch die DWNRW-Hubs erbrachten Leistungen sind dabei ebenso breit gefächert, wie die regionalen Kontexte, in die die einzelnen Hubs eingebettet sind. Als Zielgruppen der Hubs lassen sich vor allem Start-ups, etablierte Unternehmen und Investorinnen und Investoren identifizieren.

Ein zentrales Ziel dieser Evaluation war es, ein umfassendes Bild über die Arbeit und Wirkung der DWNRW-Hubs zu erarbeiten. Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Evaluation zur Arbeit und Wirkung der DWNRW-Hubs zusammengetragen. Basierend auf diesen Ergebnissen werden im Anschluss strategische Handlungsempfehlungen formuliert und Optionen für eine zukünftige Unterstützung der DWNRW-Hubs skizziert. Abschließend wird das weitere Ziel der Evaluation, die Ermittlung von Optimierungspotenzialen der Fördermaßnahmen in der Zukunft, dargestellt.

5.1 Kernbefunde zur Förderung der DWNRW-Hubs

Die Evaluation der Arbeit und Wirkung der DWNRW-Hubs beruht auf einer breiten empirischen Basis. Neben dem Kennzahlensystem, sekundärstatistischen Daten und den Interviews bildet insbesondere die Online-Umfrage mit dem hohen Rücklauf von rund 480 Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen zentralen Baustein dieser Evaluation.

Abbildung 38 fasst die zentralen Ergebnisse im Überblick zusammen. Rund **vier von fünf befragten Hub-Nutzern erzielen großen Mehrwert** in mindestens einer zentralen Mehrwertdimension. Diese Mehrwertdimensionen umfassen Netzwerk und Sichtbarkeit sowie Wissen und Kompetenz. Weiterhin zeigt sich bezüglich der Mehrwerte ein Treatment-Effekt, das heißt, erzielte Mehrwerte steigen mit steigender Nutzungsintensität der Hub-Angebote an. Zudem kann konstatiert werden, dass die durchgängig hohen Mehrwerte, die aus der Nutzung der Angebote der einzelnen Hubs resultieren, auch mit einer hohen Weiterempfehlungsquote über alle relevanten Zielgruppen einhergehen.

Aus den entstandenen Mehrwerten hinaus leisten die DWNRW-Hubs im weiteren Verlauf der Entrepreneurial Journey signifikante Beiträge in den Dimensionen **Motivation zum Unternehmertum, Netzwerkbildung, Weiterentwicklung von Start-ups sowie Förderung & Finanzierung**. Dabei werden die Unterstützungsleistungen der DWNRW-Hubs insbesondere in den Phasen Pre-Seed bis Start-up von den Nutzerinnen und Nutzern sehr geschätzt. Auch in den Interviews unterstrichen Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Mehrwerte und deren Inwertsetzung in verschiedenen Dimensionen. Eine konkrete Bezifferung des monetären Mehrwerts fiel jedoch vielen Befragten & Gesprächsteilnehmenden schwer.

Abbildung 38: Zentrale Ergebnisse im Überblick



Mehrwerte

- Vier von fünf befragten Hub-Nutzern erzielen großen Mehrwert in mindestens einer zentralen Dimension
- Hohe Weiterempfehlungsquote über alle relevanten Zielgruppen hinweg



Inwertsetzung

- Signifikante Beiträge der Hubs zu Motivation, Netzwerkbildung, Weiterentwicklung von Start-ups sowie Förderung & Finanzierung
- Insbesondere in frühen Gründungsphasen wird Unterstützungsleistung der Hubs geschätzt



Kosten, Nutzen & Additionalität

- Kosten werden überwiegend als angemessen eingeschätzt. Hubs demonstrieren gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis
- Hubs überwiegend als wertvolle Ergänzung des Ökosystems wahrgenommen



Beiträge zum Ökosystem

- Höchste Beiträge beim Netzwerkzugang zu Gründern, Beratung & Förderangeboten. Geringere Beiträge bei Zugang zu Kunden/Unternehmen
- Beiträge zur Sichtbarkeit & Schlagkräftigkeit des Ökosystems, beim Zugang zu Kapital & Investoren Beitrag am geringsten eingeschätzt

Quelle: Prognos AG (2021)

Die Bepreisung der Hub-Angebote wird vom Gros der Zielgruppen und Nutzertypen als angemessen eingeschätzt und demonstrieren so ein **gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis**. Insgesamt werden die DWNRW-Hubs überwiegend als wertvolle Ergänzung des Ökosystems wahrgenommen. Insbesondere in den durchgeführten Stakeholderinterviews mit Unternehmen, Start-ups und Investoren ist deutlich geworden, dass deren Leistungen im Einzelnen und deren Rolle im Ökosystem nicht ohne weiteres durch kommerzielle Anbieter kompensiert werden könnten. In diesem Zusammenhang wird insbesondere das öffentlich-wirtschaftsfördernde Mandat der Hubs als vertrauensbildendes Alleinstellungsmerkmal hervorgehoben, bei dem allgemeine, gesellschaftliche Interessen im Vordergrund und spezielle Interessen im Hintergrund stehen. Dies grenzt die DWNRW-Hubs von kommerziellen oder privaten Anbietern vergleichbarer Angebote ab. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal der Hubs betrifft die Zielgruppendefinition, in der die DWNRW-Hubs verschiedene Akteure wie Start-ups, etablierte Unternehmen und Investoren zusammenbringen. Die positiven Beiträge zur Entwicklung von Start-ups steigern deren Erfolgswahrscheinlichkeit auf ihrer Entrepreneurial Journey. Nicht-Nutzern sind die Angebote der DWNRW-Hubs oftmals schlicht nicht bekannt. Ein geringerer Teil der Nicht-Nutzern erwartet keine Beiträge zur Lösung der eigenen Problemstellungen. Wie zuvor erwähnt, zeigt sich eine hohe Zufriedenheit über alle Zielgruppen und Nutzertypen hinweg. Wenige Start-ups zeigen sich unzufrieden mit der Qualität der genutzten Angebote. Diese Unzufriedenheit zeigt sich vorrangig in Bezug auf spezifische Technologien und Zielmärkte (z. B. Digital Health) oder in späteren Wachstumsphasen.

Insgesamt leisten die DWNRW-Hubs **deutliche Beiträge zur Entwicklung des Start-up-Ökosystems**. Die höchsten Beiträge der Hubs werden in den Bereichen des Netzwerkzugangs zu (anderen) Gründerinnen und Gründern, zu Beratung & Mentoring sowie dem Zugang zu Förderangeboten gesehen. Vergleichsweise geringer werden Beiträge zum Zugang zu Kundschaft und Unternehmen eingeordnet. Außerdem haben die DWNRW-Hubs Beiträge zur Sichtbarkeit & Schlagkräftigkeit des Ökosystems geleistet. Im Bereich des Zugangs zu Kapital und Investoren werden die Beiträge der Hubs allerdings am geringsten eingeschätzt.

In den zahlreichen geführten Gesprächen zeigte sich auch, dass bei der hubübergreifenden Kooperation **Weiterentwicklungspotenziale** bestehen. Ebenso merkten Befragungs- und Interviewteilnehmende an, dass die regionale Bekanntheit der DWNRW-Hubs gesteigert, deren Netzwerke international gestärkt und Formate zielgruppenorientierter angeboten werden können. Mit Blick auf das Start-up-Ökosystem besteht Ausbaupotenzial bezüglich des Zugangs zu Kapital und Investoren.

In der **Gesamtschau** zeigen die Analysen, dass die DWNRW-Hubs für ihre Zielgruppen relevante Mehrwerte erzeugt haben. Mit einem regionalisiertem Förderansatz wurde in zentralen Teilen des NRW-Ökosystems Community-Arbeit erfolgreich aufgebaut. Die öffentliche Förderung hat dabei zum einen erfolgreich Anreize gesetzt regionale Akteure und deren Ressourcen zu mobilisieren. Zum anderen wurden erfolgreich neue Netzwerke und Unterstützungsangebote für Start-ups aufgebaut, die im Sinne öffentlicher Wirtschaftsförderung ohne eigenes kommerzielles Interesse agieren und hierdurch Beiträge zur Adressierung von Marktversagen und zur Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems NRW insgesamt geleistet haben. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen die Förderung grundsätzlich weiterzuführen.

5.2 Strategische Handlungsempfehlungen und Leitprinzipien für eine Förderung ab 09/2022+

Insgesamt zeigen die Kernbefunde der Evaluation einen hohen Mehrwert der DWNRW-Förderung und verdeutlichen wichtige Beiträge zur Entwicklung des Start-up-Ökosystems in NRW. Gleichzeitig ist ersichtlich, dass kein vergleichbares Angebot wie jenes der DWNRW-Hubs in NRW existiert und dass ein Wegfall einer weiteren öffentlichen Unterstützung nicht ohne Weiteres durch die Hubs finanziell kompensiert werden könnte.

Für die strategische und operative Weiterentwicklung der DWNRW-Hubs werden im Folgenden Handlungsempfehlungen formuliert. Darüber hinaus wird auch die Frage betrachtet, wie die Förderung durch das MWIDE über den September 2022 hinaus angelegt werden kann. Neben den Hubs wurden in den vergangenen Jahren ebenfalls erfolgreiche Initiativen aufgebaut, von den Exzellenz Start-up Centern oder der privat finanzierten Founders Foundation in Bielefeld bis hin zum im Aufbau befindlichen Programm Scaleup.NRW. Die strategische Ausrichtung der Hubs und der Förderansatz des MWIDE sollte diesen Entwicklungen Rechnung tragen und auf größtmögliche Synergien für das Start-up-Ökosystem NRW abzielen.

5.2.1 Strategische Handlungsempfehlungen

Im Folgenden werden die strategischen Handlungsempfehlungen für die Förderung der DWNRW-Hubs erläutert. Diese strategischen Handlungsempfehlungen zeigen Optionen für die mittelfristige inhaltliche Weiterentwicklung der Hubs auf und implizieren damit auch neue Förderbestände. Die nachfolgende Abbildung fasst die strategischen Handlungsempfehlungen zusammen.

Abbildung 39: Übersicht der strategischen Handlungsempfehlungen



Quelle: Prognos AG (2021)

Internationalisierung: Partnerschaften auf Augenhöhe & Unterlegung mit Ressourcen

Die Hubs haben in den letzten Jahren eine sehr gute Durchdringung ihrer regionalen Ökosysteme erzielt. Eine verstärkte Internationalisierung, in Form von neuen Austauschbeziehungen, Zugang zu internationalen Investoren und Entrepreneurern sowie zu potenziell neuen Märkten, wird von zahlreichen befragten Akteurinnen und Akteuren als wichtiger nächster Schritt zur Weiterentwicklung der Netzwerke der Hubs und des NRW-Ökosystems hervorgehoben.

Hierfür sollten die DWNRW Hubs künftig ausgewählte internationale Partnerschaften mit Hub-ähnlichen Organisationen schließen. Ferner sollten sich diese Partnerschaften möglichst auf Augenhöhe bewegen, um den Aufbau längerfristiger Beziehungen zu unterstützen. Konkret könnte jeder Hub drei Partnerschaften aufbauen, z.B. zwei innerhalb Europas und eine Partnerschaft außerhalb Europas. Augenhöhe impliziert dabei, dass diese Partnerschaften nicht zwangsläufig mit London, Paris und Tokyo geschlossen werden, sondern eventuell mit Sheffield, Toulouse oder Kobe. Statt überragender internationaler Strahlkraft sollten vielmehr Aspekte wie thematische Passfähigkeit und das Interesse an einer langfristigen strategischen Partnerschaft im Mittelpunkt stehen.

Die Hubs sollten künftig Internationalisierung als strategisches Ziel verankern und mit entsprechenden Maßnahmen und Ressourcen unterlegen. Hierzu zählen z.B. die Identifikation, Anbahnung und Schließung von Partnerschaften; die Entwicklung von Austauschformaten und Plattformen, um internationale Kontakte aktiv in das eigene Netzwerk einzubinden. Denkbar sind z.B. spezifische Events und Matchingformate, Delegationsreisen oder die Vergabe von internationalen Accelerationtickets (in- & outgoing). Eine Zusammenarbeit der Hubs mit NRW.Global Business kann Synergien bei der Entwicklung des strategischen Ziels Internationalisierung schaffen.

Kapitalzugang: Aufbau von Angelnetzwerken und/oder eigener Seed-Fonds

Insgesamt besteht im Ökosystem weiterhin Entwicklungspotenzial, um den Zugang von Start-ups zu Wagnis- und Businessangelkapital weiter zu verbessern, wie die durchgeführte Empirie und

auch andere Studien zeigen.⁵¹ Die DWNRW-Hubs sollten hierzu künftig einen noch größeren Beitrag leisten und hierfür künftig gezielte Maßnahmen entwickeln.

Denkbar sind vor allem zwei komplementäre Optionen:

- Erstens können die Hubs eigene bzw. assoziierte Seed-Fonds mit privaten Mitteln aufbauen, oder direkt als Investor tätig werden, sofern es ihre Rechtsform erlaubt. Insgesamt kann hierdurch zum einen die Attraktivität der Hubs für Start-ups weiter gesteigert werden; zum anderen können Beteiligungen durch die Hubs positive Marktsignale für andere Investoren setzen und hierdurch Folgeinvestitionen begünstigen. Der Digitalhub Bonn kann hierfür als Beispiel guter Praxis dienen.⁵²
- Zweitens können die Hubs regionale Business-Angel Netzwerke aufbauen bzw. bestehende Netzwerke verstärkt einbinden. Ziel sollte es sein zum einen das Matching zwischen Start-ups und Business-Angels aktiv voranzutreiben, etwa über Events oder gezielte Intros. Zum anderen sollte auch die Business-Angel-Kultur durch die Hubs weiterentwickelt werden. In diesem Zusammenhang scheint es vielversprechend insbesondere erfolgreiche Hub-Alumni und Serial Entrepreneurs für ein solches Netzwerk zu gewinnen, deren Bedeutung für das Investitionsgeschehen mit fortschreitender Entwicklung und Reife des NRW-Ökosystems weiter zunehmen wird. Diese regionalen Netzwerkaktivitäten durch die Hubs sollten durch einen entsprechenden landesweiten Überbau unterstützt werden (z.B. „DWNRW Angels“), der Netzwerke und Informationen miteinander verknüpft und hierdurch Synergien schafft.

NextLevel Acceleration: Gemeinsamer Ausbau und Bereitstellung finanzieller Ressourcen

Die Analysen in Kapitel 4 haben gezeigt, dass Teilnehmende der Acceleration-Programme der DWNRW-Hubs überdurchschnittlich hohe Mehrwerte in allen Dimensionen aus der Angebotsnutzung ziehen. Hierdurch wird nicht nur eine wichtige Grundlage für später ansetzende Programme wie Scaleup.NRW geschaffen, sondern auch Sichtbarkeit und Alleinstellungsmerkmale für das Ökosystem NRW insgesamt generiert.

In der Vergangenheit haben die DWNRW-Hubs ihre Acceleration-Programme weitestgehend eigenständig etabliert. Gegenwärtig besteht eine gewisse Heterogenität zwischen den Programmen hinsichtlich des Leistungsumfangs. Im Rahmen eines Peer-learning Prozesses sollten die Hubs zunächst gemeinsam Erfolgsfaktoren bei der Durchführung identifizieren und Leitlinien und Ressourcenbedarfe für die Weiterentwicklung ihrer Acceleration-Programme formulieren. Als Orientierungspunkt und Beispiel guter Praxis kann etwa das bisherige Ignition Programm des Düsseldorfer DWNRW-Hubs herangezogen werden. Ebenfalls sollte eine mögliche thematische Fokussierung der Programme gemeinsam diskutiert werden (vgl. nächste Empfehlung, unten).

Insgesamt kann somit ein Beitrag geleistet werden Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Start-up-Ökosystems in NRW weiterzuentwickeln. In diesem Zusammenhang sollte auch geprüft werden, inwiefern in diesem Rahmen die Dachmarke DWNRW weiter gestärkt werden und inwieweit dies auf die Erhöhung von Reichweite und Sichtbarkeit der Hubs einwirken kann (siehe Kap. 5.3)

⁵¹ Startupdetector (2021): NRW Start-up-Report 2020, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.

⁵² Der Digitalhub Bonn ist als Aktiengesellschaft organisiert, sodass direkte Investitionen ohne Konstruktion einer Fondsgesellschaft möglich sind.

Option: Thematische Fokussierung (Verticals) zur Profilschärfung und Arbeitsteilung im Ökosystem

Mit ihrem Fokus auf digitale Geschäftsmodelle adressieren die DWNRW-Hubs ein breites Spektrum von Start-ups und Unternehmen. Die Bündelung und Entwicklung kritischer Masse in den regionalen Start-up-Ökosystemen wurde hierdurch ermöglicht. In den vergangenen Jahren sind zahlreiche neue Unterstützungsangebote in NRW etabliert worden, etwa die Exzellenz Start-up Center NRW an verschiedenen Hochschulen (u.a. RWTH Aachen, WWU Münster, TU Dortmund RU Bochum) oder branchen- und themenfokussierte Angebote, wie etwa der Digital.Hub Logistics in Dortmund oder der H2UB in Neuss mit dem Schwerpunkt Wasserstoff. Zusätzlich befindet sich gegenwärtig das Programm Scaleup.NRW im Aufbau, das komplementär zu den Hubs mit ihren eher in den Phasen Pre-Seed und Seed ansetzenden Unterstützungsangeboten ausgerichtet ist.

Vor dem Hintergrund dieser neuen Angebote und auch der Reifung des NRW-Ökosystems über die letzten Jahre, kann die Entwicklung von Schwerpunktthemen durch die DWNRW-Hubs einen wichtigen Beitrag dazu leisten, deren Kompetenzprofil, USPs und deren Marke weiterzuentwickeln und hierdurch auch die ökosystemweite Arbeitsteilung und Spezialisierung voranzutreiben. Diese Schwerpunktthemen sollten idealerweise einen Bezug zu den sieben Innovationsfeldern der aktuellen Innovationsstrategie NRWs aufweisen und hierdurch regionale mit landesweiten Kompetenzen verknüpfen. Durch das Anknüpfen an diese ressortübergreifend abgestimmte Landesstrategie können innovationspolitische Kohärenz gestärkt und inhaltliche Synergien erzeugt werden. Neben innovationsfeldorientierter vertikaler Fokussierung ist auch das Aufgreifen von Querschnittsthemen eine denkbare Option – beispielsweise aus den Bereichen Female, Social oder Sustainable Entrepreneurship.

Die Implementierung thematischer Schwerpunkte kann über verschiedene Angebote und Maßnahmen der DWNRW-Hubs erfolgen. Exemplarisch zu nennen sind Schwerpunktevents oder ausgewählte, fokussierte Acceleration-Batches. Ebenfalls kann die thematische Fokussierung komplementär mit der oben beschriebenen Internationalisierung der Hub-Netzwerke vorangetrieben werden, indem Partnerschaften auch entlang technologischer oder Branchenkompetenz identifiziert und entwickelt werden. In der Gesamtschau sollte die Fokussierung spezifischer Themen gleichwohl nicht dazu führen, dass die Hubs ihre aktuelle Rolle als digitale Generalisten vollständig aufgeben, da sonst mit hoher Wahrscheinlichkeit neue Lücken im Angebotsspektrum entstünden und Ökosystempotenziale ungenutzt blieben, wenn bestimmte digitale Start-ups fortan faktisch von den Angeboten ausgeschlossen würden.

5.2.2 Leitprinzipien und denkbare Förder- und Umsetzungsansätze für eine künftige Unterstützung der DWNRW-Hubs nach 09/2022

Die vorangegangenen Analysen haben gezeigt, dass es durch die Förderung der DWNRW-Hubs gelungen ist, sehr konkrete Mehrwerte im Start-up-Ökosystem von NRW zu schaffen und zu einer Weiterentwicklung des Ökosystems beizutragen. Vor diesem Hintergrund und des Stellenwertes der DWNRW-Hubs ist aus gutachterlicher Perspektive eine weiterführende Unterstützung dringend zu empfehlen – insbesondere um eine Verstetigung der Effekte sicherzustellen und gleichzeitig Impulse für die nächste Entwicklungsstufe des Start-up-Ökosystems zu setzen. Hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung dieser weiteren Unterstützung ergeben sich jedoch aus unserer Perspektive unterschiedliche Handlungsansätze.

Nachfolgend werden daher **Leitprinzipien für eine Unterstützung der DWNRW-Hubs nach September 2022 aufgezeigt**. Abbildung 40 (links) skizziert zunächst die zentralen Leitprinzipien, die

grundlegend eine weitere Unterstützung der DWNRW-Hubs prägen sollten. Leitprinzip 1 „Stärkung von Marktmechanismen“ und Leitprinzip 2 „Diversifizierung der Erlösquellen der DWNRW-Hubs“ sind dabei eng miteinander verbunden: in der Betrachtung der ursprünglichen Fördertatbestände gilt es zu prüfen, welche Leistungen der DWNRW-Hubs – Stand 2021 – keiner (weiteren) öffentlichen Anschlussfinanzierung bedürfen. Hierunter fallen v.a. sogenannte „Basisinfrastruktur-Leistungen“ (siehe Abbildung rechte Seite), welche grundsätzlich über den Markt finanzierbar sind bzw. wofür eine Zahlungsbereitschaft auf Nachfrageseite besteht und viele vollständig privatwirtschaftliche Anbieter existieren (v.a. Co-Working & Meetingräume, Coaching für KMU, z.T. auch FabLabs). Gleichzeitig gilt es, die Diversifizierung der Erlösquellen der DWNRW-Hubs (Leitprinzip 2) weiter voranzutreiben. Die hierzu auf den Weg gebrachten „Nachhaltigkeitsstrategien“ der einzelnen DWNRW-Hubs mit Überlegungen zu (neuen) Mitgliedschaftsmodellen, Partneringverträgen, spezifischen Venture Programmen für Corporates etc. müssen forciert werden und mittelfristig zu einer (weiteren) Reduzierung am Bedarf öffentlicher Förderung führen. Hierfür sollte das Land bewusst eine Offenheit in der Förderkulisse beibehalten (Leitprinzip 3), sodass sich die DWNRW-Hubs als Institutionen in wettbewerblichen Ausschreibungen des MWIDE oder anderer Ministerien beteiligen können. Leitprinzip 4 „Vereinfachung der Förderung“ gilt übergeordnet für jede denkbare Option einer zukünftigen öffentlichen Förderung der DWNRW-Hubs. Obwohl es im Zeitverlauf der Förderung seit 2016 gelungen ist, die administrativen Aufwände für das Fördermittelmanagement durch eine konsequente Geschäftsprozessoptimierung zu reduzieren, müssen alle möglichen Vereinfachungsansätze geprüft und nach Möglichkeit umgesetzt werden, um Ressourcen der DWNRW-Hubs für die Arbeit am Start-up-Ökosystem freizusetzen.

Abbildung 40: Leitprinzipien für eine öffentliche Unterstützung der DWNRW-Hubs 2022+ & abgeleitete Leistungskategorien



Prognos AG (2021)

Wie mit dem Beispiel der sog. „Basisinfrastruktur-Leistungen“ schon erläutert, leiten sich aus der Betrachtung der Leitprinzipien und einer Überprüfung der bisherigen Fördertatbestände neue Bedarfe hinsichtlich einer zukünftigen öffentlichen Finanzierung ab. Diese reichen von Basis-Leistungen, die eher den Charakter von Leistungen der Wirtschaftsförderung⁵³ haben (öffentliches

⁵³ Hiermit werden häufig öffentliche oder quasi-öffentliche Güter geschaffen, deren Zugang nicht beschränkt ist und die einem öffentlichen Interesse dienen.

Vorhalten von Informationen, kleinteilige Netzwerkarbeit, z.T. auch Basis-Inkubation wie z.B. informatorischer Unterstützung bei der Entwicklung von Business-Plänen) bis hin zu sog. „NextLevel-Leistungen“, deren Unterstützung zur strategischen Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems sehr wichtig und somit auch im öffentlichen Landesinteresse sind (siehe Kapitel 5.2.1 zu den strategischen Handlungsempfehlungen). Auch letztere sind gerade in der Anlaufphase i.d.R. nicht kommerzialisierbar und bedürfen daher einer öffentlichen Anschubfinanzierung. Bei den sog. „Schlüssel-Leistungen“ handelt es sich um eine Mischform: obwohl diese Leistungen grundsätzlich marktfähig sind (d.h. es gibt vergleichbare Angebote privater Anbieter), spielen die bereits durch die Förderung der DWNRW-Hubs unter bestimmten Kontextfaktoren (z.B. Teilnahmekosten für Start-Ups) etablierten Schlüssel-Leistungen eine wichtige Rolle für die Effektivität des Start-up-Ökosystems. Hierunter fallen insbesondere die bestehenden Flagship-Events. Auch hier besteht also ein strategisches Landesinteresse, dass diese Schlüssel-Leistungen (in dieser Form) aufrechterhalten werden können. Nachfolgende Abbildung 41 fasst diese **Leistungsbausteine** und konkrete Beispiele aus dem Leistungsspektrum der DWNRW-Hubs zusammen.

Abbildung 41: Leistungsbausteine als Ausgangspunkt einer Förderarchitektur 2022⁺

| |  |  |  |  |
|---|---|---|---|---|
| Community Building/Basisarbeit: Veranstaltungen, Meetups, Erstberatung, Matchmaking, Basis- Incubation | × | | | |
| DWNRW-Ökosystemleistungen (Marketing & support, startups.nrw, Investorendatenbank, Masterclasses, Internationalisierung, Scale etc.) | × | | | |
| Coworking & Meetingräume | | × | | |
| FabLab | | × | | |
| Fortbildungen (etablierte Unternehmen) | | × | | |
| Flagship Events (RuhrSummit, Digital Demo Day, Summer Slam) | | | × | |
| NextLevel-Acceleration | | | | × |
| Neue/fokussierte Aufgaben: Verstärkte Internationalisierung, Aufbau Angel-Netzwerke, Seed-VC, etc. | | | | × |

Legende der Leistungskategorien

-  **Basis-Leistungen**
-  **Basisinfrastruktur-Leistungen**
-  **Schlüssel-Leistungen**
-  **NextLevel-Leistungen**

Prognos AG (2021).

In Ergänzung zu den strategischen Leitprinzipien und der Betrachtung der Leistungsbausteine, stellt sich abschließend noch die Frage nach denkbaren **Umsetzungsansätzen** für eine weitere öffentliche Unterstützung/Förderung der DWNRW-Hubs nach 09/2022. Auch hier gibt es unterschiedliche Gestaltungsoptionen, die zuweilen auch in Kombination denkbar wären. Abbildung 42 fasst diese Ansätze in Kurzform zusammen und wägt abschließend zentrale Implikationen der jeweiligen Ansätze für die DWNRW-Hubs oder das Land/MWIDE ab. Die konkrete Erläuterung zu einer Umsetzung dieser Vorschläge erfolgt im nachfolgenden Kapitel 5.2.3.

Abbildung 42: Denkbare Förder- und Umsetzungsansätze (z.T. kombinierbar)



Förderung (Status-quo)

- Abrechnung über Förderprojekt wie bisher
- Verlängerung ggf. zu anderen Konditionen (z.B. Ausschluss marktfähiger Leistungen)
- Vereinfachung über Umstellung auf ANBest-P denkbar
- ❖ **Aber:** Vergleichsweise hoher administrativer Aufwand für Hubs



Förderung (Hub-Richtlinie)

- Schaffung einer eigenen Richtlinie zur Vereinfachung der Abrechnung, z.B. über Pauschalen
- Degressive Ausgestaltung denkbar, Beispiel: Richtlinie „Digitale Gründerzentren Bayern“
- ❖ **Aber:** Zeitliches Risiko im Abstimmungsprozess zur Richtlinien-Erstellung



Vergabe als Dienst/Werkvertrag

- Offene Ausschreibung & Vergabe (Wettbewerb): Einzelne Events bis zu Leistungspaketen denkbar
- Ggf. als Art Rahmenvertrag denkbar (definierte Leistungen, die bedarfsspezifisch abgerufen werden)
- ❖ **Aber:** höhere Kosten für den Landeshaushalt (kein Ko-Finanzierungsmodell)



Gutscheine für Nutzer (KMU/Start-ups)

- Definition einer abrechenbaren Pauschale (z.B. Basisinfrastruktur, Acceleration)
- Hubs/Anbieter rechnen Leistungen zu marktähnlichen Preisen ab
- Weiterleitungsmodell über Hubs denkbar („Cascade funding“)
- ❖ **Aber:** Offener Ausgang der Budgetverhandlungen für EFRE 2021-27; ggf. hoher Abrechnungsaufwand

Quelle: Prognos AG (2021)

5.2.3 Konkrete Optionen für eine DWNRW-Förderung 2022+

Aufbauend auf den strategischen Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems mit Bezug zu den DWNRW-Hubs, den Leitprinzipien und Leistungsbausteinen (inkl. ihrer Marktfähigkeit) werden in diesem Kapitel vier konkrete Optionen für eine weitere Unterstützung der DWNRW-Hubs nach 09/2022 formuliert. Neben einer Fortschreibung des Status-Quo (Option 1 und Option 2) und einer Hybrid-Option (Option 5), werden auch zwei Optionen zur Fokussierung der öffentlichen Finanzierung vorgeschlagen (Optionen 2 und 3).

Alle Optionen bergen Vor- und Nachteile in sich und diese sind für den politischen Entscheidungsfindungsprozess bedeutsam. Dementsprechend strukturiert sich die Darstellung der vier Optionen in einer Kurzbeschreibung der Kernidee, gefolgt von einer Beschreibung der jeweiligen Vor- und Nachteile.

Abbildung 43: Optionen für eine Hub-Förderung 2022+

- 01 Fortschreibung Status-quo (Förderung)**
Fortschreibung des bisherigen Ansatzes mit Definition neuer Aufgaben / NextLevel-Leistungen

- 02 Fortschreibung über eigene Hub-Richtlinie (Förderung)**
Definition neuer Aufgaben / NextLevel-Leistungen; Vereinfachte Förderung über neue Richtlinie

- 03 Fokussierung der öffentlichen Finanzierung auf Basisleistungen (Vergabe/Dienstleistungsvertrag; Förderung)**
Fokussierung der Förderung auf nicht-marktfähige Basisleistungen

- 04 Fokussierung der öffentlichen Finanzierung auf Next-Level Leistungen (Förderung)**
Fokussierung auf neue Aufgaben durch Hubs; Phasing-out bei übrigen Leistungen

- 05 Hybrid-Förderung: Kombination verschiedener Leistungsbausteine und Finanzierungsansätze**
Finanzierung von Basis, Schlüssel- & NextLevel Leistungen über unterschiedliche Ansätze (Förderung, Gutscheine, Vergaben, „Markt“)

Quelle: Prognos AG (2021)

Option 1: Fortschreibung des Status-quo über die etablierte Förderung

Die zentralen Befunde dieser Evaluation sprechen deutlich für eine Fortführung der Förderung unter der Berücksichtigung der oben ausgeführten strategischen Handlungsempfehlungen. Darüber hinaus hat der bisherige Ko-Finanzierungsansatz (i.H.v. 50 Prozent) erfolgreich regionale Stakeholder aktiviert. Eine Fortschreibung der Förderung über die etablierten Förderzugänge ist vor diesem Hintergrund naheliegend. Hierüber wäre eine weitere Förderung der DWNRW-Hubs für weitere zwei bis drei Jahre möglich. Die Hubs würden dazu aufgefordert, neue Anträge auf eine Förderung einzureichen und sollten in diesem Rahmen konzeptionell darstellen, wie sie die Handlungsempfehlungen bzw. NextLevel-Leistungen aufgreifen würden. Eine Umstellung der künftigen Förderung vom Ausgabenerstattungsprinzip hin zur ANBest-P scheint hierbei grundsätzlich möglich und begrüßenswert. Ausgehend von den erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategien der Hubs ist zudem denkbar, marktgängige Leistungen von der Förderung auszuschließen. Grundsätzlich wäre auch eine degressive Ausgestaltung des Fördersatzes denkbar. Diesem Ansatz würde jedoch sehr spürbare Nachteile mit sich bringen.

Vorteile

Durch die Fortschreibung des Status-quo bleiben eingespielte Förder- und Abrechnungsprozesse weitestgehend erhalten. Die Möglichkeit spezifische Kostenarten von der Förderung auszuschließen wäre ein effektiver Ansatzpunkt zur Reduzierung der Fördersumme sowie zur Steigerung von finanziellen Diversifizierungsanreizen für die Hubs. Gegenüber einer bloßen Absenkung des Fördersatzes hätte dies zur Folge, dass die Förderung auf einfach abzurechnende Kostenarten redu-

ziert werden könnte. Im Ergebnis würde auch der administrative Aufwand für den Mittelabruf reduziert und die Effektivität der Förderung gestärkt. Die mögliche Umstellung der Förderung auf ANBest-P bietet weiteren Raum für eine inkrementelle Vereinfachung der Abrechnung. Damit einher würde ferner ein Abschied vom gegenwärtig praktizierten Ausgabenerstattungsprinzip gehen, dass durch verzögerte Erstattungen immer wieder kurzfristige Liquiditätslücken bei den Hubs verursacht. Insgesamt sorgt diese Förderoption für Konstanz im Start-up-Ökosystem und bietet finanzielle Sicherheit für die DWNRW-Hubs und ihre Stakeholder - insbesondere solche, die an der Ko-Finanzierung beteiligt sind.

Nachteile

Die Fortschreibung des Status-quo würde auch mit einigen Nachteilen einhergehen. Auf diese Weise würden die Anreize und Impulse zur Stärkung von Marktmechanismen und der Diversifizierung der Erlösquellen eher niedrig bleiben – sofern weder marktgängige Leistungen ausgeschlossen noch die Fördersumme reduziert würde. Eine bloße degressive Ausgestaltung des Fördersatzes hätte wiederum zur Folge, dass sich das Verhältnis von administrativen Kosten und Förderung deutlich zu Ungunsten der Hubs verschlechtert. Über die Umstellung auf ANBest-P könnte eine inkrementelle administrative Vereinfachung erzielt werden. Sollte diese Vereinfachung nicht eintreten, würde die Effektivität der Förderung signifikant reduziert. Eine einfache Verlängerung der Förderung könnte zudem den Verdacht der institutionellen Förderung erwecken, selbst wenn die gegenwärtige Förderquote mit 50% weit unterhalb derer einer typischen institutionellen Förderung liegt (>90%).

Option 2: Fortschreibung der Förderung über eigene Hub-Richtlinie

In Abgrenzung zur Förderoption 1 besteht die Möglichkeit zur Fortschreibung der Förderung über die Schaffung einer eigenen Hub-Richtlinie. Dies würde einen neuen NRW-weiten Aufruf zur Förderung implizieren. Auch bei dieser Option könnten neue Aufgaben der DWNRW-Hubs definiert werden, wie beispielweise eine Obligation NextLevel-Leistungen zu adressieren. Eine Vereinfachung der Förderung könnte durch die Reduktion der erstattungsfähigen Kostenarten auf einfach bzw. pauschal abrechenbare Leistungen, wie etwa Personal- und Mietkosten erfolgen. Im Umkehrschluss wären damit bestimmte Sachkosten von der Förderung ausgeschlossen.

Vorteile

Ähnlich wie bei der Förderoption 1 können über die Fortschreibung der Förderung über eine eigene Hub-Richtlinie die wesentlichen Leistungsbausteine der DWNRW-Hubs abgedeckt werden. Eine Reduktion der förderfähigen Kostenarten reduziert im Gesamtbild den Fördersatz, wodurch Anreize ausgelöst werden, Erlösquellen zu diversifizieren. Bei unveränderter Grundsumme schafft dies folglich Raum für die Förderung neuer Aufgaben. Eine Reduktion des administrativen Aufwands für den Mittelabruf würde zudem bislang absorbierte Kapazitäten freisetzen.

Nachteile

Die Formulierung einer eigenständigen Richtlinie impliziert auf Seiten des MWIDE in der Konzeptionsphase erheblichen politisch-administrativen Aufwand. Neben der lang dauernden Entwicklung der Richtlinie sind Konsultationen nötig, deren Ergebnisse mit Unsicherheiten behaftet sind.

Option 3: Fokussierung der öffentlichen Finanzierung auf Basis-Leistungen (Vergabe/Dienstleistungsvertrag; Förderung)

Im Mittelpunkt dieser Förderoption stehen die nicht marktfähigen Basis-Leistungen der DWNRW-Hubs. Diese Basisleistungen umschließen die Erstberatung, Community-Arbeit, Matchmaking, Basis-Inkubation und Leistungen innerhalb des DWNRW-Ökosystems (vgl. Abbildung 39). Die Finanzierung erfolgt in dieser Option per Vergabe. Alternativ wäre auch eine Förderung denkbar. Weitere Leistungen der DWNRW-Hubs würden dann über die Einnahmen von Sponsoren, Partnern und Mitgliedsbeiträgen abgedeckt werden. Innerhalb der Ausschreibung müssen die Bieter in einem Konzept darlegen, welche zusätzlichen Leistungen abgedeckt werden können.

Vorteile

Ein zentraler Vorteil dieses Förderansatzes ist, dass Impulse und Anreize zur Diversifizierung der Erlösquellen der DWNRW-Hubs gesetzt werden. Die Finanzierung würde sich vollständig auf nur noch nicht-marktfähige Leistungen konzentrieren. Bei der Vergabe käme es zu einem NRW-weiten Anbieterwettbewerb. Gegenüber der bisherigen Förderung wäre der Aufwand für den Mittelabruf deutlich reduziert.

Im Falle einer Förderung ist zu prüfen, inwiefern ein neuer Förderaufruf nötig wäre. Bei einer 50-prozentigen Förderung würden im Gegensatz zur Vergabe auch die Stakeholder an der Finanzierung von Maßnahmen beteiligt, die ihre Wirkung primär in der Hub-Region entfalten. Der Bedarf Leistungen a priori exakt vorzudefinieren wäre zudem geringer und nachträgliche Steuerungsmöglichkeiten durch das MWIDE größer.

Nachteile

Ein offenes Wettbewerbsverfahren führt zu Risiken, wie etwa Mitnahmeeffekten von anderen bereits bestehenden und anderweitig finanzierten Initiativen. Der Leistungsumfang müsste a priori sehr präzise definiert, im laufenden Auftrag wiederum besteht nur geringfügiger Handlungsspielraum für eine Weiterentwicklung von Leistungen. Die wettbewerbliche Vergabe der Basis-Leistungen würde auch zu einer erhöhten Inanspruchnahme öffentlicher Mittel führen, da hier keine Ko-Finanzierung vorgesehen ist. In der Konsequenz würden regionale Stakeholder nicht an der Finanzierung dieser Leistungen beteiligt, was erwartungsgemäß deren Commitment senken würde. Weitere Nachteile liegen in der reduzierten Steuerungsmöglichkeit durch das MWIDE außerhalb der finanzierten Hub-Leistungen. Diese umfassen in dieser Option keine Schlüssel- und Next-Level-Leistungen, obschon diese von erheblicher Relevanz für die Effektivität und die Weiterentwicklung des NRW-Ökosystems sind. Zudem könnte sich der Kostenaufwand möglicherweise in einer ähnlichen Größenordnung wie das aktuelle Fördermodell bewegen.

Bei einer Förderung wäre der administrative Aufwand des Mittelabrufs für die Hubs höher im Vergleich zu einer Vergabe.

Option 4: Fokussierung der Förderung auf NextLevel-Leistungen (Ausgabenerstattung)

Im Gegensatz zur Förderoption 2 steht hier die Fokussierung der Förderung auf neue Aufgaben und NextLevel-Leistungen im Mittelpunkt, wie beispielsweise die Internationalisierung, Finanzierung und NextLevel Acceleration. Im Zuge dieser Option wird ein Phasing-out der Förderung für Basisleistungen implementiert. So könnte die bisherige Förderung im Zeitverlauf schrittweise reduziert werden. In ihren Förderanträgen müssen die DWNRW-Hubs darlegen, wie und mit welchen Ressourcen diese Basis-Leistungen perspektivisch weitergeführt werden sollen.

Vorteile

Durch das Phasing-out wird ein abruptes Förderende der Basis-Leistungen vermieden. Zudem werden so Anreize und Impulse für die Diversifizierung der Erlösquellen gesetzt. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal dieser Option ist der Fokus auf die Förderung der inhaltlichen Weiterentwicklung der DWNRW-Hubs. Dies ist besonders relevant, da die neuen Aufgaben einer erneuten Anlaufförderung bedürfen.

Nachteile

Als Nachteil dieser Förderoption ist die aufwändige Abrechnung der Ausgabenerstattung innerhalb dieser zu nennen (siehe auch Option 1). Bei sinkendem Fördersatz steigt dementsprechend der Anteil administrativer Kosten am Fördervolumen. Es besteht zudem das Risiko, dass durch die Fokussierung auf die NextLevel-Leistungen die für die regionalen Ökosysteme essentielle Basisarbeit und damit die grundsätzliche Funktionsfähigkeit der Hubs gefährdet wird. Diese Leistungen sind grundsätzlich nicht marktfähig und bedürfen einer anteiligen öffentlichen Finanzierung, um hierdurch die Grundlagen für aufbauende Hub-Leistungen und die Ökosystementwicklung insgesamt zu legen. Darüber hinaus könnten spezielle Interessen der Sponsoren in den nicht explizit geförderten Leistungsbereichen mit hoher Wahrscheinlichkeit an Relevanz gewinnen. Demgegenüber stehen reduzierte Steuerungsmöglichkeit des MWIDE außerhalb der finanzierten Leistungen.

Option 5: Hybrid-Förderung - Kombination verschiedener Leistungsbausteine und Finanzierungsansätze

Diese Option sieht die Abdeckung von Basis- & Next-Level-Leistungen über die Förderung der DWNRW-Hubs vor. Dabei steht die Förderung von nicht-marktfähigen Leistungen und neuen Aufgaben im Fokus. Gutscheine für KMU & Start-ups für NextLevel Acceleration Leistungen stellen eine weitere Finanzierungsquelle dar. Zusätzlich kann über den Ausschluss von Leistungsarten die Fördersumme gesenkt werden und so Anreize für eine Diversifizierung der Erlösquellen gesetzt werden. Flagship Events sind losgelöst per Vergabe oder als integrativer Bestandteil der Förderung denkbar.

Vorteile

Durch diese Hybrid-Förderung wird der erreichte Netzwerkaufbau abgesichert und gleichzeitig Ressourcen für neue Aufgaben bereitgestellt. Ein weiterer Vorteil ist die Stärkung von Marktmechanismen und Qualitätswettbewerb über Gutscheine und ggf. auch über Vergaben. Dabei erfolgt die Anbietersauswahl durch Nutzerinnen und Nutzer mit Gutscheinen bzw. die Anbietersauswahl bei Flagship Events durch das MWIDE. Insgesamt könnte der reduzierte Fördersatz durch die ergänzenden Finanzierungsquellen bei dieser Förderoption für die DWNRW-Hubs besser tragbar sein. Eine potenzielle Förderung über den EFRE NRW kann die Finanzierung des Gutscheinmodells längerfristig sichern.

Nachteile

Der potenziell hohe administrative und zeitliche Aufwand für das MWIDE und die DWNRW-Hubs durch die Kombination von drei Finanzierungsbausteinen (Förderung, Gutschein und Vergabe von Flagship Events) ist als Nachteil zu sehen. Bei einer Vergabe der Flagship-Events kommt hinzu, dass die finanzielle Belastung für den öffentlichen Haushalt aufgrund fehlender Ko-Finanzierung

deutlich höher ist. Ein weiteres Risiko ist in der aktuell noch nicht abgeschlossenen EFRE-Programmierung des Operationellen Programmes für die Förderperiode 2021 bis 2027 zu finden. Die Abwicklung von Gutscheinen ist noch klärungsbedürftig, obgleich grundsätzlich machbar.

Gutachterliche Abwägung der Optionen

Aus gutachterlicher Sicht empfiehlt sich unter Abwägung der formulierten Leitprinzipien ein zweistufiger Förderansatz. In einer ersten Stufe sollte der um Anreize zur Diversifizierung von Erlösquellen gestärkte Status-Quo der Hubs sichergestellt werden, ergänzt um prioritär zu fördernde NextLevel Leistungen. In einem zweiten Schritt könnten dann weitere NextLevel Leistungen sowie mögliche thematische Fokussierungen im politischen Raum diskutiert und abgewogen werden, um sie dann im Rahmen eines Förderaufrufs mit Konzepten zu unterlegen. In diesem Zusammenhang kann in Erwägung gezogen werden, den Aufruf für neue Akteure zu öffnen. Insgesamt hat sich die Förderung der DWNRW-Hubs über einen regionalspezifischen Ansatz in seiner Wirkung bewährt und könnte künftig auch dazu dienen, die Ökosysteme anderer NRW-Regionen zu stärken – unter der Maßgabe der kritischen Masse und der engen Einbindung regionaler Stakeholder.

5.3 Handlungsempfehlungen für die Optimierung des Tagesgeschäfts der DWNRW-Hubs

Im Folgenden werden in Ergänzung zu den operativen Handlungsempfehlungen für die Förderung der DWNRW-Hubs skizziert. Während die strategischen Handlungsempfehlungen konkrete Optionen für die mittelfristige inhaltliche Weiterentwicklung der Hubs aufzeigen und damit verbunden auch neue Förderbestände implizieren („NextLevel“ Leistungen), setzen die operativen Handlungsempfehlungen am Alltagsgeschäft der Hubs an. Nachfolgende Abbildung zeigt eine zusammenfassende Übersicht.

Abbildung 44: Übersicht der operativen Handlungsempfehlungen



Quelle: Prognos AG (2021)

Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs impactorientiert weiterentwickeln

Wie bereits in Kapitel 2.2 beschrieben, enthält das Kennzahlensystem der DWNRW-Hub ein breites, feingliedrig ausdifferenziertes Indikatorenset zur Erfassung von Bestandsgrößen der angebotenen Infrastruktur, Outputs der laufenden Aktivitäten (z. B. Anzahl organisierter Events) sowie einzelne Wirkungsindikatoren (z. B. zur Finanzierung von Start-ups). Dieses System wurde unter Einbeziehung der DWNRW-Hubs seit seiner Etablierung weiterentwickelt und verbessert. Gleichwohl ist das bestehende Kennzahlensystem mit seinen neun übergeordneten Indikatorenbereichen und zugehörigen 93 Sub-Indikatoren mit einem erheblichen Maß an administrativem Aufwand verbunden. Darüber hinaus haben die Gespräche mit den Hubs und mit dem MWIDE gezeigt, dass bezüglich der Interpretation einzelner Kennzahlen eine Heterogenität herrscht, wovon die Aussagefähigkeit einzelner Indikatoren nicht unberührt bleibt. Grundsätzlich ist zu konstatieren, dass alle Systeme der Aktivitäts- und Leistungsmessung gewisse Verhaltensanreize für die Akteure setzen, möglichst gut abzuschneiden. Gleichwohl induzieren höhere Outputs nicht zwangsläufig höhere Wirkungen bzw. höhere Mehrwerte für die zentralen Zielgruppen. Zusätzlich sind Angebotsqualität und Zielgruppenspezifität entscheidend, wie auch das entwickelte Wirkungsmodell der Hub-Förderung verdeutlicht (vgl. Kapitel 3.1).

Eine Reduzierung der bestehenden Kennzahlen kann dazu beitragen, Interpretationsprobleme aufzulösen und den administrativen Aufwand der Hubs zu senken. Als indikative Zielgröße sollten 10 bis 15 Kernindikatoren aus dem bestehenden System definiert werden. Insbesondere solche Indikatoren sollten gestrichen werden, die entweder unklar oder komplex definiert sind oder deren analytischer Mehrwert eingeschränkt ist.

Gleichzeitig sollte das Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs impactorientiert weiterentwickelt werden. Servicequalität und Nutzerzufriedenheit sollten Berücksichtigung finden und die bisherigen überwiegend Output-orientierten Arbeitsnachweise des Kennzahlensystems ergänzen bzw. ersetzen. Zu diesem Zweck sollte zunächst ein wirkungsorientierter Indikator ergänzt werden. Ideal geeignet hierfür ist die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit. Hierbei handelt es sich um eine Standardmetrik in der Dienstleistungsanalyse. Diese ist auch im Rahmen dieser Evaluation zum Einsatz gekommen und korreliert stark signifikant mit erzielten Mehrwerten (siehe Kapitel 4.2). Eine entsprechende Abfrage könnte den Nutzerinnen und Nutzern im zeitlichen Versatz automatisiert zugesandt werden und als Mittelwert oder als „Net Promoter Score“⁵⁴ mit in das Kennzahlensystem einfließen.⁵⁵ Darüber hinaus könnten im Falle von Unzufriedenheit weitere Feedbackschleifen eingebaut werden.

Die technische Umsetzung der Kennzahlenerfassung sollte künftig integriert erfolgen. Hierdurch würde insbesondere für das MWIDE neue Analysemöglichkeiten geschaffen, welche die Programmsteuerung unterstützen können.

Bündelung von Informationen zur Steigerung der Effektivität

Die in Kapitel 4.3 aufgeführten Analysen haben gezeigt, dass bei der Sichtbarkeit und Schlagkräftigkeit des Start-ups-Ökosystems sowie beim Zugang zu Kooperationspartnern (wie beispielsweise etablierten Unternehmen) und Kapital Steigerungspotenzial besteht. Durch eine verstärkte

⁵⁴ siehe z. B. Hamilton, D. F. et al. (2014): Assessing treatment outcomes using a single question the Net Promoter Score, in: The Bone & Joint Journal, (96)5, S. 622-628.

⁵⁵ Dieser Wert könnte sogar Leistungsspezifisch erhoben werden, d.h. für Events, Beratung, Matching, Acceleration und alle weiteren Leistungsbausteine der Hubs.

Vernetzung und Zusammenarbeit der DWNRW-Hubs untereinander könnten hier weitere Synergien erzielt werden. Zudem kann über die Bündelung und den Austausch von Informationen dem Entstehen von Datensilos entgegengewirkt und ein landesweiter Austausch ermöglicht werden.

Die Befragung von Nutzern und Nutzerinnen hat gezeigt, dass beispielweise Vernetzungsangebote vor allem Akteure in einem nahen regionalen Umfeld umfassen. Die Wahrscheinlichkeit für ein erfolgreiches Matching von Anbietern digitaler Lösungen mit Problemstellung steigt jedoch mit der Anzahl an Akteuren, die zum Matching bereitstehen. Durch den Aufbau und Nutzung einer internen Datenbank der DWNRW-Hubs, die beispielsweise Netzwerkinfos zu etablierten Unternehmen enthält, kann so insgesamt der (zielgerichtete) Zugang zu Unternehmen erhöht werden. Gleichermaßen kann über eine solche Datenbank, die auch Netzwerkinformationen zu Investorinnen und Investoren enthält, der Zugang zu Kapital verbessert werden. In diesem Zusammenhang sollte der Aufbau einer gemeinsamen Datenbank geprüft werden, die z.B. an das Back-end von startups.nrw angedockt werden könnte. Hierüber könnten Anfragen erfasst werden, mit welchen Nutzern und Nutzerinnen die DWNRW-Hubs zu welchen Themen in Kontakt stehen. Ein weiterer Vorteil wäre eine mögliche Integration der generierten Daten in das Kennzahlensystem. Gleichermaßen kann ein solches System genutzt werden, um die zuvor beschriebenen wirkungsorientierten Indikatoren, etwa zur Abfrage der Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit nach Angebotsnutzung, weitestgehend automatisiert zu erheben (siehe vorherigen Abschnitt „Kennzahlensystem der DWNRW-Hubs impactorientiert weiterentwickeln“).

Reichweite & Sichtbarkeit der Hubs steigern & Formate zielgruppenspezifisch differenzieren

Die enge Einbindung regionaler Akteure bei der Etablierung der Hubs – von Wirtschaftsförderungen und Kammern über Hochschulen bis hin zu KMU und Großunternehmen – hat zu einer zügigen Durchdringung der regionalen Netzwerke und zur Gewinnung von Sichtbarkeit und Bekanntheit maßgeblich beigetragen. Die Befragung von Nutzerinnen und Nutzern, die grundsätzlich zur Zielgruppe der Hubs gehören, deren Angebote jedoch bislang nicht genutzt haben, zeigt jedoch, dass die Potenziale zur Aktivierung von Nutzerinnen und Nutzern für die Hubs im Ökosystem noch nicht vollständig ausgeschöpft sind. Dies gilt insbesondere mit Blick auf Start-ups und potenzielle Gründerinnen und Gründer.

Vor diesem Hintergrund kann eine zielgruppenspezifisch zugeschnittene Kommunikations- und Werbekampagne dazu beitragen, die Sichtbarkeit und die Reichweite der Hubs weiter auszubauen. Hierbei sollten folgende Aspekte beachtet werden: Die Kommunikation sollte auf der einen Seite die DWNRW-Dachmarke der Hubs stärken und deren Gemeinsamkeiten zeigen, auf der anderen Seite spezifisch die Hubs als Ansprechpartner und Lösungsanbieter in der jeweiligen Region der Zielgruppen hervorheben. Eine digitale Implementierung böte die Möglichkeit, die Kommunikation zielgenau auf spezifische regionale und soziodemographische Merkmale auszurichten.

Darüber hinaus sollte durch die Hubs auch geprüft werden, bestimmte Formate zielgruppenspezifisch weiterzuentwickeln. Die DWNRW-Hubs haben Networking- und Meetup-Formate etabliert, die einen guten Zulauf verzeichnen und für ein wichtiges ‚Grundrauschen‘ in den Regionen sorgen. Aus der Empirie gibt es Hinweise darauf, dass sich bestimmte Nutzerinnen und Nutzer nicht von den Angeboten angesprochen fühlen. Obschon hieraus in keinem Fall der Anspruch abgeleitet werden sollte es ‚allen Recht zu machen‘, sollte geprüft werden, ob Networkingformate z.B. stärker auf die Präferenzen von weiblichen Gründerinnen ausgerichtet werden könnten, da vereinzelt die Fokussierung von Angeboten auf klassisch männliche Präferenzen kritisiert wurde („Bier, Currywurst und Kicker“).

Anhang

Weiterführende Angaben zu Datenquellen

Tabelle 7: Genutzte Datenquellen und deren Erhebungsmethodik

| Indikator | Kurzbeschreibung des Indikators + Datengrundlage |
|--|--|
| Anteil Hochqualifizierter | Dieser Indikator beschreibt den Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter mit Meister/Techniker oder akademischem Berufsabschluss an allen Beschäftigten in Prozent. Ausgangspunkt dieses Indikators bieten Daten der Bundesagentur für Arbeit. |
| Anteil der Beschäftigten in Zukunftsfeldern 2019 | Dieser Indikator beschreibt den Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in Zukunftsfeldern. Die Zukunftsbranchen stammen aus dem Prognos Zukunftsatlas ⁵⁶ und haben hinsichtlich Exportfunktion, Wirtschafts- und Innovationskraft sowie Beschäftigungswachstum eine herausgehobene Bedeutung für die deutsche Wirtschaft. Zu den Zukunftsbranchen zählen nach dieser Abgrenzung unter anderem Kunststoffindustrie, Fahrzeug- und Maschinenbau, Logistik, hochwertige Unternehmens- und Forschungsdienstleistungen (Rechts- und Steuerberatung, Forschung und Entwicklung, Werbung und Marktforschung), Informations- und Kommunikationstechnologien sowie Gesundheitswirtschaft. Grundlage dieses Indikators bilden Daten der Bundesagentur für Arbeit |
| Anteil digitaler Impulsgeber 2020 | Der Indikator informiert über den Anteil ausgewählter Berufsgruppen - sogenannter digitaler Impulsgeber - an allen Beschäftigten. Der Gruppe der digitalen Impulsgeber werden 89 Berufsgruppen angerechnet, die durch ihre berufliche Qualifikation Digitalisierung in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen vorantreiben und umsetzen. Integrierte Berufsgruppen umfassen beispielsweise Informatiker, Produkt-Designer, Gestalter für visuelles Marketing oder Ingenieure der Automatisierungstechnik. Die regionale Abgrenzung erfolgt |

⁵⁶ Siehe auch [Prognos Zukunftsatlas 2019](#)

nach dem Arbeitsort. Datengrundlage bieten Informationen der Bundesagentur für Arbeit

Anteil der FuE-Beschäftigten 2017

Dieser Indikator misst den Anteil des Personals im Bereich Forschung und Entwicklung an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Grundlage für diesen Indikator bildet die Wissenschaftsstatistik des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft e.V.

Patentintensität 2016

Dieser Indikator zeigt die Anzahl der Patentanmeldungen je 100.000 Erwerbsfähigen. Zentrale Grundlage für die Berechnung dieses Indikators bilden Daten des Deutschen Patent- und Markenamtes. Die Patentanmeldungen sind dabei nach Sitz bzw. Wohnort der Erfinderin bzw. des Erfinders berechnet (und nicht dem Sitz bzw. Hauptsitz des Anmeldenden).

Anteil digitaler Patente 2012-2016

Es wird die Anzahl der Patente gezählt, auf die die folgenden Bedingungen zutreffen: 1. Angemeldet beim europäischen Patentamt; 2. Erfinder wohnt in einer deutschen Stadt oder in einem deutschen Landkreis (Beispiele: Ein Patent hat zwei Erfinder, einer wohnt in Stadt A, einer in Stadt B --> Stadt A = 1, Stadt B = 1; Ein Patent hat zwei Erfinder, beide wohnen in Stadt A --> Stadt A = 2). Die ermittelte Anzahl wird in Relation zu den SVB (am Wohnort) im Juni 2016 gesetzt. Digitale Patente umfassen dabei Technologien/Patente entsprechend der IPC (Internationale Patentklassifikation) wie etwa Computertechnologie (wie Digitalrechner, Elektrische digitale Datenverarbeitung, etc.) oder IT-Methoden für Managementaufgaben

Förderintensität Gründungsprojekte an Hochschulen 2016-2020

Der Indikator zur Förderintensität von Gründungsprojekten an Hochschulen zwischen 2016 und 2020 wird nachfolgend kurz erläutert. Für diesen Indikator wurde für die Jahre 2016 bis 2020 die jahresdurchschnittliche Anzahl der Förderprojekte aus den drei Förderprogrammen EXIST Gründerstipendium, EXIST Forschungstransfer und Start-up transfer.NRW nach Hochschulen berechnet. Zusätzlich wurde diese jahresdurchschnittliche Anzahl an Gründungsprojekten an den Hochschulen um die Anzahl an Studentinnen und Studenten bereinigt und dadurch die Intensität an Gründungsprojekten als jahresdurchschnittliche Anzahl an Förderprojekten zwischen 2016 und 2020 je 10.000 Studentinnen und Studenten berechnet. Für eine Beschreibung dieser Förderprogramme siehe auch Kapitel 3.1

Gründungsintensität im High-Tech-Sektor 2015-2018

Mannheimer Unternehmenspanel des ZEW
Das Mannheimer Unternehmenspanel ist ein seit 1992 existierender Datensatz des ZEW. Das Mannheimer Unternehmenspanel enthält Daten zu über acht Millionen Unternehmen und basiert unter anderem auf Daten einer Kreditauskunftei. Ziel des Mannheimer Unternehmenspanel ist die kontinuierli-

che Observation von Unternehmensgründungen. Neu gegründete Unternehmen werden durch Recherchen von offiziellen Registern (wie etwa dem Handelsregister), Medienanalysen (Print, Internet, etc.) und sonstigen Recherchen erfasst. Unternehmen im Mannheimer Unternehmenspanel werden über einen Zeitraum von mehreren Jahren per Interviews regelmäßig befragt. Laut eigenen Angaben sind einige Unternehmen, wie etwa Unternehmen im Agrarsektor oder Nebenerwerbsunternehmen, im Unternehmenspanel unterrepräsentiert.

Übersicht der DWRW-Hubs und ihrer Wirkungsradien

Tabelle 8: Übersicht der Wirkungsradien der DWRW-Hubs

| DWRW-Hubs | Hubstandort | Engerer Wirkungsradius | Erweiterter Wirkungsradius |
|-----------------------------------|-----------------------------|--|---|
| digitalHUB Aachen e.V. | Stadt Aachen | Stadt Aachen, Städteregion Aachen, Kreis Düren, Kreis Heinsberg, Kreis Euskirchen | Provinz Limburg (BE), Provinz Limburg (NL) |
| Digitaler Hub Region Bonn AG | kreisfreie Stadt Bonn | kreisfreie Stadt Bonn, Rhein-Sieg-Kreis | kreisfreie Stadt Köln, Kreis Euskirchen, Rhein-Erft-Kreis, kreisfr. Stadt Leverkusen, Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis |
| digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH | kreisfreie Stadt Düsseldorf | kreisfreie Stadt Düsseldorf, Kreis Mettmann, Rhein-Kreis Neuss, kreisfreie Stadt Mönchengladbach | Kreis Kleve, Kreis Wesel, kreisfr. Stadt Duisburg, kreisfr. Stadt Remscheid, kreisfr. Stadt Wuppertal, kreisfr. Stadt Solingen, Kreis Viersen, kreisfr. Stadt Krefeld |
| Digital Hub münsterLAND | kreisfreie Stadt Münster | kreisfr. Stadt Münster, Kreis Borken, Kreis Steinfurt, Kreis Coesfeld, Kreis Warendorf | Kreis Recklinghausen |
| Ruhr:HUB GmbH | kreisfreie Stadt Essen | kreisfr. Städte Essen, Bochum, Dortmund, Duisburg, Gelsenkirchen, Mülheim a. d. Ruhr | Bottrop, Hagen, Hamm, Herne, Oberhausen, Kreis Wesel, Ennepe-Ruhr-Kreis, Kreis Unna, Kreis Recklinghausen, Düsseldorf, Köln, Aachen |

Interviewpartnerinnen und -partner

Tabelle 9: Übersicht der Interviewpartnerinnen und -partner

Interviewpartnerinnen und -partner

DWNRW-Hubs

- digitalHUB Aachen e.V.
- Digitaler Hub Region Bonn AG
- digihub Düsseldorf/Rheinland GmbH
- Digital Hub münsterLAND
- Ruhr:HUB GmbH

Investoren

- Tech-Vision-Fonds Aachen
- Sparkasse Köln/Bonn
- Neoteq ventures
- Hoff und Partner
- Seed Capital Dortmund / Sparkasse Dortmund
- Business Angels Netzwerk Deutschland e.V.
- HTGF (2 Interviewpartner)

Unternehmen

- Ericsson GmbH
- Axxessio GmbH
- Deutsche Telekom
- Bonn.digital
- Messe Düsseldorf
- Commerzbank
- Schmiede.ONE GmbH & Co. KG
- Thyssenkrupp
- AOK
- Westfalen AG
- WestLotto
- CGI Deutschland B.V. & Co. KG
- ATC - Aldenhoven Testing Center of RWTH Aachen University GmbH
- Gira Giersiepen GmbH & Co. KG
- Berief Food GmbH

Start-ups

- Cynteract GmbH
- Not Just A Jewel GmbH
- e.Mobility.Hub GmbH
- DroidDrive GmbH
- PolarFoxx.com GmbH
- trackle GmbH
- SCALUE GmbH
- ScrapBees GmbH
- d.med works GmbH
- orderspot GmbH
- Raidboxes GmbH
- HealthX Future GmbH
- Contentpepper GmbH
- TicketHash Technology UG
- Alphazoo AG
- MotionMiners GmbH
- Point 8 GmbH

Quelle: Prognos AG (2021).

Quellenverzeichnis

Bathelt, Harald / Malmberg, Anders / Maskell, Peter (2004): Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation, in: *Progress in Human Geography*, 28(1), S. 31–56.

Bell, Geoffrey G. / Zaheer, Akbar (2007): Geography, Networks and Knowledge Flow, in: *Organization Science*, 18(6), S. 955-972.

Bundesverband Deutsche Startups e.V. et al. (2020): Deutscher Startup Monitor 2020. Online verfügbar unter: https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2020/09/dsm_2020.pdf

Hamilton, D. F. / Lane, J. V. / Gaston, P. / Patton, J. T. / MacDonald, D. J. / Simpson, A. H. R. W. / Howie, C. R. (2014): Assessing treatment outcomes using a single question the Net Promoter Score, in: *The Bone & Joint Journal*, (96)5, S. 622-628.

Hottenrott, Hanna / Richstein, Robert (2019): Start-up Subsidies: Does the Policy Instrument Matter? SPRU Working Paper Series SWPS 2019-23 (November).

Isenberg, Daniel J. (2010): How to Start an Entrepreneurial Revolution, in: *Harvard Business Review*, June 2010.

Leeuw, F. L. (2012): Linking theory-based evaluation and contribution analysis: Three problems and a few solutions, in: *Evaluation*, 18(3), S. 348–363.

Mayne, John (2011): Contribution analysis: addressing cause and effect, in: Robert Schwartz, Kim Forss, Mita Marra (Hrsg.): *Evaluating the Complex*. New Brunswick, S. 53–96.

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2021): Digitale Wirtschaft. Online verfügbar unter: <https://www.wirtschaft.nrw/digitale-wirtschaft>

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen: DWNRW-Hubs – Regionale Plattformen für die Digitale Wirtschaft in NRW. Online verfügbar unter: https://www.ptj.de/lw_resource/datapool/systemfiles/cbox/2926/live/lw_bek-doc/web_nrwbrochure_hubs.pdf

NRW.Bank (2020): Wirtschaftsregionen im Vergleich 2020. Online verfügbar unter: https://www.nrwbank.de/export/.galleries/downloads/Regionalwirtschaftliche-Profile/NRW.BANK_Wirtschaftsregionen_im_Vergleich_2020.pdf

Prognos (2019): Beitrag der Innovationsförderung zur Entwicklung der NRW-Leitmärkte. Evaluation des OP EFRE NRW 2014-2020. Online verfügbar unter: https://www.efre.nrw.de/fileadmin/user_upload/EFRE-Programm/EFRE_NRW_Evaluierung_1.1_Bericht_Final_05.03.20.pdf

Prognos (2020): Beitrag der Gründungsförderung zur Gründungsentwicklung in NRW. Evaluation des OP EFRE NRW 2014-2020. Online verfügbar unter: https://www.efre.nrw.de/fileadmin/dummydata/files/pdf/EFRE_NRW_Gruendung_1.2_Endbericht.pdf

RWI et al. (2020): Innovationsbericht Nordrhein-Westfalen. Online verfügbar unter: <https://www.innovationsbericht.nrw/>

Startupdetector (2021): NRW Start-up-Report 2020, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.

Ansprechpartner bei der Prognos AG



Dr. Jan-Philipp Kramer

Projektleiter

Telefon: +49 173 29 25 335

E-Mail: jan.kramer@prognos.com



Moritz Glettenberg

Stellv. Projektleiter

Telefon: +49 170 843 2022

E-Mail: moritz.glettenberg@prognos.com

Impressum

Evaluation der DWRW-Hubs 01/2017-12/2020

Herausgeber

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen
Tel.: + 49 (0) 211/61772-0
Fax: + 49 (0) 211/61772-777

Diese Evaluation wurde unabhängig von der
Prognos AG im Auftrag des Ministeriums für
Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen erstellt.

Internet: www.wirtschaft.nrw

Bildnachweise: ©bluedesign - stock.adobe.com

Referat V B 2 „Digitale Wirtschaft (DWRW),
Digitale Geschäftsmodelle“

Die Publikation ist auf der Homepage des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen unter www.wirtschaft.nrw/broschuerenservice als PDF-Dokument abrufbar.

Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt auch für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Prognos AG (2021): Evaluation der DWRW-Hubs 01/2017-12/2020, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW.

© MWIDE 21-017

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

Berger Allee 25,
40213 Düsseldorf
www.wirtschaft.nrw

