

Vorlage		Vorlage-Nr: FB 02/0205/WP18
Federführende Dienststelle: FB 02 - Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa Beteiligte Dienststelle/n:		Status: öffentlich Datum: 12.12.2022 Verfasser/in: FB 02
Start-up City Aachen hier: Bericht zur strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung im Bereich Start-up City		
Ziele:		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
10.01.2023	Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung nimmt den Bericht zur strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung im Bereich Start-up City Aachen zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, dem Ausschuss die Aktivitäten in einer der nächsten Sitzungen zu präsentieren.

Finanzielle Auswirkungen

	JA	NEIN	
		x	

Investive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Gesamt- bedarf (alt)	Gesamt- bedarf (neu)
	Einzahlungen	0	0	0	0	0
Auszahlungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
+ Verbesserung / - Verschlechterung	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

konsumtive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Folge- kosten (alt)	Folge- kosten (neu)
	Ertrag	0	0	0	0	0
Personal-/ Sachaufwand	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
+ Verbesserung / - Verschlechterung	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

Weitere Erläuterungen (bei Bedarf):

Klimarelevanz

Bedeutung der Maßnahme für den Klimaschutz/Bedeutung der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung (in den freien Feldern ankreuzen)

Zur Relevanz der Maßnahme für den Klimaschutz

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>Positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			x

Der Effekt auf die CO₂-Emissionen ist:

<i>gering</i>	<i>Mittel</i>	<i>groß</i>	<i>nicht ermittelbar</i>
			x

Zur Relevanz der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>Positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			X

Größenordnung der Effekte

Wenn quantitative Auswirkungen ermittelbar sind, sind die Felder entsprechend anzukreuzen.

Die **CO₂-Einsparung** durch die Maßnahme ist (bei positiven Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel 80 t bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Die **Erhöhung der CO₂-Emissionen** durch die Maßnahme ist (bei negativen Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel 80 bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Eine Kompensation der zusätzlich entstehenden CO₂-Emissionen erfolgt:

- Vollständig
 überwiegend (50% - 99%)
 teilweise (1% - 49 %)
 Nicht
 nicht bekannt

Start-up City Aachen

hier: Bericht zur strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung im Bereich Start-up City

Im Mai 2022 hat der Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa (FB 02) dem Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung zuletzt einen Sachstand zum Thema Start-up Entwicklung in Aachen gegeben. Die derzeitigen Entwicklungen und initiierten Aktivitäten des Fachbereichs in Zusammenarbeit mit zentralen Netzwerkpartner*innen erlauben eine erneute Bekundung der strategischen Ausrichtung zum Thema.

Die Aachener Gründerszene ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt Aachen. Die zunehmende Zahl an Neugründungen und Start-ups am Standort und die erfolgreiche Platzierung der Aachener Gründer*innen unter den 'Top 50 Start-ups' sind nur zwei Beispiele, die dies belegen. Gleichzeitig stellen wir als städtische Wirtschaftsförderung aber auch fest, dass den jungen Unternehmen die langfristigen – oft auch räumlichen – Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten, die der Standort bietet, nicht bekannt sind. Aus diesem Grund haben wir gemeinsam mit unseren Netzwerkpartner*innen u.a. aus den Inkubatoren und Gründerzentren an strategischen Lösungen gearbeitet, um die lokalen Start-ups dauerhaft am Standort zu halten und Aachens Start-up City als lukrativen und attraktiven Standort für Ansiedlungen zu vermarkten. Dabei ist es ein elementarer Bestandteil der Arbeit der Wirtschaftsförderung, die Jungunternehmer*innen entsprechend ihrer Bedarfe zu unterstützen und die Gründerszene im Stadtbild sichtbar und zugänglich zu machen.

Mit dem Engagement für die Zielgruppe der Start- und Scale-ups verfolgt der Fachbereich mit den dargestellten Aktivitäten die folgenden strategischen Ziele:

1. Sichtbarkeit über die Grenzen Aachens hinweg schaffen

Um Aachen als Start-up City überregional bekannt zu machen, müssen die Start- und Scale-ups im Stadtbild sichtbar werden. Dieses Ziel erreichen wir u.a. durch die folgenden Maßnahmen:

Aachener Start-up Week: Derzeit laufen die Planungen für die im Mai 2023 zum zweiten Mal stattfindende Aachener Start-up Week. Aufbauend auf den Erfolgen aus dem Jahr 2022 sollen auch 2023 innerhalb einer Woche vielseitige Angebote für Start- und Scale-ups gebündelt werden und damit die Sichtbarkeit für die Gründerszene signifikant erhöht werden. Dabei soll die Start-up Week 2023 über Aachens Grenzen hinaus Bekanntheit erlangen. Neben den bestehenden Start-ups werden durch gebündelte Veranstaltungs- und Beratungsangebote im Rahmen dieser Woche auch verstärkt potenzielle Gründer*innen zum Gründen ermutigt. Der Fachbereich ist dabei federführend in verschiedene Eventformate innerhalb dieser Woche eingebunden, darunter ein interaktives 'Willkommensevent' im Rathaus (z.B. im Rahmen eines 'Innovation Slams') sowie eine Abendveranstaltung zum Thema 'Skalierung sozialer Innovationen'.

#StartupCityAachen: Neben der Planung und Durchführung von Veranstaltungen ist der Fachbereich schwerpunktmäßig im Bereich Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit im Aachener Gründungsnetzwerk eingebunden. Mit dem Hashtag #StartupCityAachen wurde ein Label geschaffen, unter dem dauerhaft alle Aktivitäten der Aachener Gründerszene kommuniziert und vermarktet werden, sodass eine Wiedererkennung auch für Außenstehende sichergestellt ist. Diese Marke soll

überregionale Bekanntheit erlangen und wird von allen im Gründungsnetzwerk aktiven Institutionen bereits auf Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.) verwendet.

‘Aachener Gesichter‘: Mit der Augmented Reality (AR) gestützten App ‘Aachener Gesichter‘ wird zudem Gründer*innen die Möglichkeit zuteil, ihre persönlichen Motive und ihre Geschichte zur Gründung des Start-ups mit der Öffentlichkeit zu teilen. Dadurch wird die Start-up-Kultur hautnah erlebbar gemacht und Erfolgsgeschichten werden präsender geteilt. Die Gründerszene lebt von Erfolgsgeschichten und den Menschen hinter diesen Gründungen. Je mehr es gelingt, diese Menschen mit Aachen in Verbindung zu bringen, desto mehr steigt die Strahlkraft der Aachener Gründerszene über die Region hinaus. Ziel dieser öffentlichkeitswirksamen Maßnahme ist die Öffnung der Start-up Szene für die interessierte Öffentlichkeit.¹

‘Innovation des Monats‘: Unter dem Titel ‘Innovation des Monats‘ portraitiert der FB02 in seinem monatlich erscheinenden Newsletter Gründer*innen, ihre Geschäftsidee und ggf. Erfindungen, ihre Gründungsmotive und Skalierungspläne. Der Newsletter hat sich zu einem bewährten Medium der Wirtschaftsförderung entwickelt, seine Zielgruppe regelmäßig über Entwicklungen und Ereignisse zu informieren. Mit den Innovationen des Monats zeigt der FB02 die Vielfalt und Innovationskraft, die in der Aachener Gründerszene steckt. Gleichzeitig werden aber auch Geschichten von Gründer*innen vermittelt, die inspirierend und Mut machend wirken können.

2. Ökosystem und Netzwerke stärken – Zusammenarbeit mit starken Partner*innen

‘Start-up Initiative Aachen‘: Der Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa (FB 02) arbeitet gemeinsam mit den Akteur*innen aus Wirtschaft und Wissenschaft u.a. im Rahmen der ‘Start-up Initiative Aachen‘ (SIA) daran, das bestehende Ökosystem weiter auszubauen und langfristig zu stärken.

Der Aufbau eines starken und gut funktionierenden Ökosystems bildet den notwendigen Nährboden, um Start-ups am Standort zu halten. Ein solides Ökosystem zeichnet sich durch starke Netzwerke und passende Unterstützungsangebote, aber auch das notwendige Wachstumskapital aus. So führt ein lückenhaftes Ökosystem dazu, dass Start-ups aufgeben oder in lukrativere Regionen abwandern. Oftmals ist es der Mangel an Finanzierungsmöglichkeiten, der junge Unternehmen hierzu bewegt. Auch in Aachen ist diese Abwanderung in andere Regionen Deutschlands spürbar. Laut TGU-Studie der IHK Aachen (2020) sind alleine zwischen 2015 und 2019 8-mal so viele der zuvor gegründeten Unternehmen zum Vergleichszeitraum 2010 – 2014 aus der Wirtschaftsregion Aachen abgewandert.

¹ Die AR-App ‘Aachener Gesichter‘ ist eine vom Wissenschaftsbüro und der Wirtschaftsförderung des FB02 initiierte App, um Aachener Persönlichkeiten und ihre Geschichten für die Öffentlichkeit sichtbar, nahbar und damit erlebbar zu machen. Wie finden die Bürger*innen die Aachener Gesichter? Die befragten Persönlichkeiten, deren Geschichten über die App abgerufen werden können, erscheinen großformatig in der Aachener Innenstadt in Form wetterfester Galerie-Motive – auf dem Markt, an belebten Plätzen, an Orten, die zum Entdecken einladen. Mit einer Ausstellung auf dem Aachener Markt im April 2023 startend, sind die Bilder in Form von Plakaten, Roll-ups, Postkarten o.ä. anschließend an ausgewählten Orten der Stadt zu finden und laden immer wieder ein, in die Biografien der Persönlichkeiten einzutauchen. Als konstatierte Marketingkampagne – zum Beispiel im Rahmen der Start-up Week – werden Personengruppen (z.B. Gründer*innen) zusätzlich präsent im Stadtbild dargestellt.

Um bisherigen Annahmen über die Gründe der Abwanderung zu verifizieren, begleitet die SIA eine Forschungsarbeit zu den Abwanderungsfaktoren Aachener Start- und Scale-ups. Ziel der Forschung ist herauszufinden, welche Anziehungskräfte anderer Städte auf die Gründer*innen wirken und sie zur Abwanderung bewegen und welche Maßnahmen die Stadt Aachen aktiv unternehmen kann, diesen Entwicklungen entgegenzuwirken. Konsens besteht innerhalb des Netzwerkes SIA darin, dass Aachen auf ein sehr gutes Ökosystem für die Gründungsphase blicken kann, den Jungunternehmen jedoch innerhalb der Stadtgrenzen räumliche und finanzielle Wachstumsmöglichkeiten fehlen.

Inkubatoren und Unternehmensnetzwerke: Bei der Entwicklung des Ökosystems nehmen das Quartier Aachen-Nord und seine Akteure eine wichtige Rolle ein. Dieses hat neben dem digitalHUB mit dem Collective Incubator auf dem At the Park - Gelände ein zweites Start-up-Zentrum (Inkubationszentrum der RWTH) hinzugewonnen. Mit den beiden Inkubatoren und den Entwicklungen rund um die Jahrhunderthalle, hat sich das Quartier als Standort für Start-ups im Aachener Stadtbild bereits fest etabliert. Von Unternehmen gestützte Aktivitäten, wie der Zentis Fruchtcampus oder das ESA Business Incubation Center im Technologiezentrum, runden das Angebot am Standort Aachen-Nord zusätzlich ab. Neben den Akteuren in Aachen Nord zählen aber auch die beiden Gründerzentren an den Aachener Hochschulen zu wichtigen Partner*innen, um das Thema Gründung nach dem Studium als Option fest zu verankern.

3. Ansiedlungen und Bindung stärken

Unterstützung bei der Standortsuche: Der FB 02 hat diese Erkenntnis zum Anlass genommen, ausführliche Informationsmaterialien aufzubereiten, um den Netzwerkpartner*innen und Gründer*innen eine Hilfestellung bei der Suche nach geeigneten Gewerbeflächen zu bieten. Insbesondere bei der **Vermittlung von Flächen für wachstumsstarke Jungunternehmen**, sogenannten Scale-ups, kann der Fachbereich durch seine sehr guten Kontakte in die Aachener Investoren- und Immobilienlandschaft einen Service aus einer Hand bieten, der auch durch weitere Unterstützungsmomente, wie bspw. Förderberatungen, ergänzt wird. Zukünftig wird eine digitale Übersichtskarte über freie Gewerbeflächen für Scale-ups den analogen Informationsflyer ablösen. Mittels persönlicher Beratung werden außerdem Möglichkeiten entwickelt, Start- und Scale-ups ähnlicher Themenfelder räumlich zu bündeln und Synergien zu stärken.

Hier spielen insbesondere die beiden für Aachen prägenden **Standortentwicklungen Rothe Erde und Aachen-Nord** eine herausgehobene Rolle. Konkretere Ideen bietet insbesondere der Standort Rothe Erde mit der Vision ein Launch Center für Kreislaufwirtschaft einzurichten. Gerade die Entwicklungen rund um die Batteriekreislaufwirtschaft bieten hier besondere Potenziale für eine Bündelung von Start- und Scale-ups sowie etablierten Unternehmen an einem Standort. Eine Vielzahl von Aachener Start- und Scale-ups aus dem Bereich Batteriekreislaufwirtschaft, die den Batterie-Lebenszyklus (1st-life bis 3rd-life) abdecken und aktuell stark wachsen, könnten hier einen Standort für ihr Wachstum finden. Dies unterstützt der Fachbereich insbesondere durch die Kontaktherstellung zu Projektentwickler*innen, den Start-ups und Unternehmen untereinander sowie zu Fördermittelgeber*innen.

4. Finanzierung ermöglichen

Der FB02 berät und unterstützt Jungunternehmer*innen durch entsprechende Fördermittelberatung in der Gründung und Entwicklung ihrer Unternehmenskonzepte (z.B. im Rahmen des Gründerstipendiums). Darüber hinaus ist er im Rahmen der SIA aktiv an dem Auf- und Ausbau eines **Business Angel Netzwerks** in und für die Region beteiligt. Hier gilt es Einzelinvestor*innen in einem Netzwerk zu bündeln, den Wissen- und Erfahrungstransfer untereinander zu stärken und die Vernetzung mit Start-ups zu unterstützen.

Über die Ergebnisse und weiteren Aktivitäten wird der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung in regelmäßigen Abständen informiert werden.