

Hamburgs Wirtschaft digitalisiert

Die „digitale Transformation“ der Wirtschaft tritt in die entscheidende Phase. Am Handels- und Logistikstandort Hamburg sind die Veränderungen besonders deutlich zu spüren. Der Umbau ist in vollem Gange.

Downloads verdrängen CDs, WhatsApp die SMS, weitere Umbrüche sind absehbar. Experten sprechen von der „digitalen Zerstörung“ traditioneller Geschäftsmodelle. Ganz oben auf der Liste: Unternehmen, deren Produkte und Märkte bereits einen hohen Digitalisierungsgrad aufweisen, Telekommunikation, Finanzen, aber auch der Handel. „Gerade in Hamburg, mit seiner hohen Handelspräsenz, ist viel in Bewegung“, so Andreas Mansfeld, Generalbevollmächtigter und Leiter Unternehmenskunden der Hamburger Sparkasse. „Dass der E-Commerce dem stationären Handel zu schaffen macht, ist seit Jahren offensichtlich. Nun aber kommen wir in eine neue Phase. Die direkte Vernetzung von Produzenten, Konsumenten und Produkten stellt ganze Handelsstufen auf den Prüfstand.“

Einzelhandel kann profitieren

Das Hamburgische Weltwirtschaftsinstitut (HWWI) hat die Effekte berechnet. In der von der Haspa in Auftrag gegebenen Studie „Handel 4.0“ prognostizieren die Forscher, dass 76.000 Arbeitsplätze im Handel wegfallen könnten, wenn das Tätigkeitsprofil nicht grundsätzlich angepasst wird. Dies trifft vor allem den Großhandel. Im Vergleich zum Einzelhandel ist hier der Anteil des E-Commerce mit 3,5 Prozent noch sehr gering. „Der Kampf um Marktanteile im Internet hat im Groß- und Zwischenhandel erst begonnen“, so HWWI-Direktor Christian Growitsch. Globale Player wie Ebay und Amazon seien auf dem Sprung, auch den deutschen B2B-Markt aufzumischen. Wie im Online-Einzelhandel werde es dabei schnell zu Marktkonzentrationen kommen.

Für den Hamburger Einzelhandel sehen die Autoren gute Chancen, sich auch auf den digitalen Märkten zu behaupten. Ihm kommt zugute, dass sich der stationäre Einzelhandel zunehmend in den Innenstadtlagen der Großstädte konzentriert. Auch zukünftig werde sich die Entwicklung in Hamburg positiv vom Bundestrend abheben.

„Hamburg hat eine vergleichsweise hohe Kaufkraft und einen intensiven Einkaufstourismus. Eine gute Ausgangsposition für Digitalisierungsprojekte“, so Mansfeld. „Voraussetzung ist eine intelligente Verzahnung der Vertriebskanäle sowie neue Beratungs-, Service und Mehrwertleistungen in Abgrenzung zu reinen Online-Händlern. Spezialisierte und regional verankerte Multikanal-Anbieter haben gute Chancen, sich auch international gegen die reine Online-Konkurrenz zu behaupten.“

KMU starten die Aufholjagd

Ein zentraler Faktor für die Zukunftsfähigkeit des Handels sind innovative Logistikleistungen. Der zunehmende Online-Handel erfordert deutliche Kapazitätserweiterungen und Optimierungen. Seit dem Jahr 2000 wächst der Bereich der Paket-, Kurier- und Expressdienste doppelt so schnell wie die Gesamtwirtschaft. Die Forscher des HWWI fordern, dass Handel und Logistik künftig noch stärker kooperieren, um die Anforderungen des Multikanalhandels und der Endverbraucher zu erfüllen. Wenn das Problem der „letzten Meile“ nicht schnell gelöst werde, drohen gravierende Verkehrsgpässe.



Illustration: Anton Hallmann/Sepia

Viele Hamburger Handelsunternehmen haben längst mit dem Umbau begonnen. Die Treiber sind nicht die vielen kleinen Online-StartUps, sondern die großen Player der Branche. Hamburger Unternehmen wie Otto oder Tchibo haben ihre Geschäftsmodelle bereits umfassend erneuert. Nun folgt der Mittelstand. „In unserem Kompetenz-Cen-

ter Handel spüren wir eine deutliche Zunahme der Innovationsprojekte“, berichtet Mansfeld.

Ein wichtiger Faktor für die Finanzierbarkeit ist die optimale Nutzung von Fördermitteln. Mansfeld: „Wir haben Spezialisten im Einsatz, die die Möglichkeiten voll ausschöpfen.“

Auch für IT-Investitionen hält die Haspa Experten bereit. Sie setzen

häufig Leasing-Konstruktionen ein, da dem hohen Innovationsdruck kaum noch im Rahmen von klassischen Abschreibungszyklen begegnet werden kann.

Mit Leasing können die Austauschintervalle verkürzt werden. Optional läßt sich zudem der Beratungs-, Wartungs- und Schulungsaufwand auf das Leasingunternehmen aus-

lagern, damit sich die eigenen Mitarbeiter voll auf den Aufbau neuer digitaler Infrastrukturen konzentrieren können.

Die Studie „Handel 4.0 in Hamburg“ steht im Internet als Download zur Verfügung unter: www.haspa.de/firmenkunden-studien

Mehr als 10.000 StartUps in 30 Jahren

Haspa StartUp-Center feiert Jubiläum mit Gründern aus drei Jahrzehnten.

Mehr als 10.000 Unternehmensgründungen hat das Haspa-StartUp-Center schon auf den Weg gebracht. Vor genau 30 Jahren richtete die Haspa als erste Bank in Hamburg dieses Spezialistenteam für Gründer ein. 1,5 Milliarden Euro wurden seither für Gründungsfinanzierungen vergeben. Jedes Jahr werden über 1.000 Gründungskonzepte analysiert.

Am Donnerstag feierte die Haspa mit Gründern aus drei Jahrzehnten die Selbstständigkeit so einfach wie möglich zu machen. Mit offenen Beratertagen und „New-comer-Treffen“ wie die Becker Marine Systems.

„Unsere Stärke ist die Erfahrung im Gründungsgeschäft“, unterstreicht Stefanie Huppmann, die das Center seit über 15 Jahren leitet. „Außerdem bringen wir unsere Gründer mit Leuten zusammen, die ihr Vorhaben voranbringen. Unter unseren 60.000 Firmenkunden sind immer ein paar dabei, die als Lieferant, Kunde oder Partner infrage kommen.“

Zum Empfang in Tim Mälzers und Partick Rührers Brauhaus „Altes Mädchen“ im Schanzenviertel, selbst ein Haspa-StartUp, kam auch Innensenator Michael Neumann. Er berichtete über den Stand der Olympia-Bewerbung. Diese sei selbst ein großes StartUp, mit Investitionseffekten, die durchaus mit den StartUps der Haspa mithalten könnten, so Haspa-Vorstand Bettina Poullain.

Das 30-köpfige StartUp-Team der Haspa ist heute ein zentraler Player in der Hamburger Gründerszene. Alle Berater haben sich mit einem Zertifikat für die Arbeit mit Gründungsvorhaben qualifiziert. Sie arbeiten eng vernetzt mit allen Förder- und Beratungseinrichtungen der Stadt. Für die Bürgerschaftsgemeinschaft (BG) und die Hamburger Investitions- und Förderbank (IFB) ist die Haspa der reichweitenstärkste Bankpartner in diesem Feld.

Daneben engagiert sich das StartUp-Center seit jeher für einen vitalen Gründungsstandort. Unter seiner Regie wurde der Hamburger Gründerpreis ins Leben gerufen, der seit vielen Jahren herausragenden Gründermüt auszeichnet. Auf dem Reeperbahn-Festival fördern die Gründungsspezialisten die Entwicklung und Vermittlung von Geschäftsideen. Die Haspa unterstützt den StartUp-Slam „12minutes me“ und ist seit kurzem auch Partner des „Next Media Accelerators“, einer Entwicklungsplattform für medien-nahe Geschäftsmodelle. Mit dem Online-Tool „SmartBusinessPlan“ bietet sie Gründern ein Werkzeug für die unkomplizierte Entwicklung von Geschäftsplänen.

„Hinsichtlich Kapital, Sicherheiten, Fördermitteln und Beratung haben wir heute in Hamburg schon

ein sehr gutes Niveau“, erläutert Huppmann. „Was noch intensiviert werden sollte, ist die Vernetzung der Gründer untereinander und ihre Kontakte zu den Hamburger Unternehmen.“ Aus diesem Grund will die Haspa künftig „Business Hack Weekends“ ausrichten, die etablierte Unternehmen systematisch mit dem Kreativnachwuchs zusammengeführt.

Ein wichtiges Ziel ist es, gründungswilligen Hamburgern den Einstieg in die Selbstständigkeit so einfach wie möglich zu machen. Mit offenen Beratertagen und „New-comer-Treffen“ richtet sich das StartUp-Center daher seit Jahren an diese Zielgruppe.

„Jeder, der eine Geschäftsidee in sich trägt und sich fragt, ob sie realistisch ist, kann sich mit uns austauschen, bevor die eigentliche Business-Planung beginnt“, sagt Huppmann. Die Beratungsangebote reichen bis in die Berufsschulen. Beispielsweise beim regelmäßigen Austausch mit angehenden Friseurinnen. „Eine wunderbare Win-win-Situation“, so Huppmann. „Die angehenden Meister bekommen von uns einen Einblick in die Welt der Finan-

zen, und wir im Gegenzug ein neues Styling.“

Ob ein Unternehmen auf Kurs ist, zeigt sich oft auch im Wettbewerbsvergleich. Die Sparkassenorganisation führt daher ihre Erfahrungen im Gründungsgeschäft bundesweit in Branchenprofilen zusammen. Hieraus ergeben sich wertvolle Benchmarks, an denen sich Berater und Gründer bei den Planungen orientieren können.

Die jungen Unternehmen werden bei der Haspa nach der Gründung noch einige Jahre im StartUp-Center betreut. „In den ersten Jahren ist ein besonders enger Kontakt zwischen Bankberater und Unternehmer sinnvoll, denn in dieser Phase fallen auch bei Finanzfragen überdurchschnittlich viele Entscheidungen an“, erklärt Huppmann.

„Wenn man sieht, wie viele Arbeitsplätze, Steuereinnahmen, innovative Produkte und Dienstleistungen in all den Jahren mit uns angeschoben wurden, dann wird klar, welche Bedeutung eine lebendige Gründungskultur für Hamburg hat.“

> www.haspa.de/startup



Haspa-Vorstand Bettina Poullain und Innensenator Michael Neumann feierten mit Gründern des Haspa StartUp-Centers

Wirtschaft 4.0 in Hamburg

Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche „digitale Revolution“ in Hamburg sind gut. 400 Unternehmen zogen Ende Juni auf dem Haspa BranchenTreff ein Zwischenfazit und die Zuversicht ist groß.

In fast allen Unternehmen der Metropolregion liegen bereits heute viele Daten vor und auch die Vernetzung stimmt. Die Herausforderung ist nun, diese Ressourcen zielführend zu nutzen. Bis 2020 werden über vier von fünf Unternehmen ihre Wertschöpfungskette digitalisiert haben, ergab eine Umfrage von PriceWaterhouseCoopers. Es werde also jetzt alles sehr schnell gehen, meinte Keynote-Sprecher und PWC-Manager Gerd Lanfermann.

Claus Emmelmann, Leiter des Laser-Zentrum Nord und Pionier der digitalen Produktion in Hamburg, ist bereits soweit. Seine 3D-Druckaktivitäten sind weltweit führend.

Christian Growitsch, Direktor des HWWI, forscht aktuell intensiv über 4.0-Projekte in der Hansestadt Hamburg. Seine These: „Das Potenzial der Industrie 4.0 ist offensichtlich.“

Andreas Mansfeld, Generalbevollmächtigter der Hamburger Sparkasse, freute sich über intensive Diskussionen: „Wir werden mit unseren Kunden in der nächsten Zeit über viele Digitalisierungsprojekte sprechen. Ein gemeinsames Verständnis ist dafür sehr wichtig.“



Kompetente Referenten (v.l.): Dr. Christian Growitsch (HWWI), Andreas Mansfeld (Haspa), Prof. Claus Emmelmann (Laser-Zentrum Nord) und Dr. Gerd Lanfermann (PriceWaterhouseCoopers)



Jan Dierks (ABZ Aggregate-Bau) und Vincent F. Schlüter (Schlüter & Maack)



Michael Wülken (Gayens & Berns Homann) und Jan-Peter Radtke (Andresen & Jochimsen)



Jinjing Zhao (Nordfleisch), Verena Fritzsche (Nothern Institute of Technology Management), Yuan Cao



Horst Dörner (Otto Dörner) und Hans-Theodor Kutsch (ivh)