



# Ein starker Keimling mit Zukunft.

Wie die Social Entrepreneurship  
Allianz Hamburg wahrgenommen wird.

Ob etwas wirklich wächst, zeigt sich, wenn erste Knospen sichtbar werden, Wurzeln greifen und etwas entsteht, das bleibt. Was für das Gärtnern gilt, hat auch sonst seine Gültigkeit: Bei sozialen Initiativen kommt es darauf an, ob ihre Ideen und Absichten es schaffen, im Alltag aufzublühen. Die Social Entrepreneurship Allianz Hamburg (Allianz) wurde im Sommer 2023 als Multi-Stakeholder-Verein gegründet, um das Social-Entrepreneurship-Ökosystem in Hamburg und der Metropolregion zu stärken. Mit Veranstaltungen, Beratungen, Weiterbildungen und Öffentlichkeitsarbeit verfolgt sie dieses Ziel. Als Dachmarke für das Ökosystem hat sie im Februar 2024 die Social Entrepreneurship City Hamburg ins Leben gerufen. Zeit nachzufragen: Wie kommt die Arbeit an? Wie nehmen Social Enterprises und ihr Umfeld die Allianz wahr? Und wie zufrieden sind sie mit den Angeboten?

Um das herauszufinden, wurde eine Kombination aus **qualitativen Interviews (im Januar 2025)** und einer **quantitativen, anonymisierten Online-Umfrage** gewählt. Letztere lief über das Tool Typeform vom 19. Dezember 2024 bis 19. Januar 2025. Die Allianz rief zur Teilnahme über verschiedene Kommunikationskanäle auf.

## Wer hat mitgemacht?

Die qualitativen Interviews führte die Agentur KOMBÜSE mit acht ausgewählten Vertreter:innen des Ökosystems. Mit dabei waren **junge Gründer:innen, etablierte Social Enterprises und Intermediäre** (Organisationen, mit speziellen Unterstützungs- und Beratungsangeboten für Social Enterprises) aus Hamburg und der Metropolregion. 50 weitere Organisationen folgten dem Aufruf zur Online-Umfrage – darunter **43 Social Enterprises und sieben Intermediäre**.

Die befragten Social Enterprises der Online-Umfrage spiegeln eine breite Vielfalt wider – sowohl in ihren Tätigkeitsfeldern als auch in ihrer Entwicklungsphase und finanziellen Lage. Die am häufigsten aus einer Multiple-Choice-Liste ausgewählten Wirkungsbereiche waren „Teilhabe & sozialer Zusammenhalt“ (65 %), „Bildung & Wissenschaft“ (53 %), „Beratung & Kommunikation“ (28 %). Die Mehrheit der Social Enterprises hat bereits gegründet (30 von 43), 17 von ihnen sind sogar in der Skalierungsphase. Neun Social Enterprises stehen noch vor oder mitten im Gründungsprozess. Vier weitere gaben im Kommentarfeld an, bereits länger „etabliert“, in einer „stabilen Phase“ oder aktuell auf der Suche nach neuen Finanzierungsformen zu sein.

Womit wir beim Stichwort Finanzierung wären: die gestaltet sich für mehr als die Hälfte als herausfordernd. Sie beschreiben ihre finanzielle Situation als „unsicher“ oder „prekär“, wohingegen nur drei Organisationen ihre Situation als „gut“ empfinden und über ausreichende Mittel für zukünftige Projekte verfügen. Immerhin elf Organisationen beschreiben ihre Lage als „stabil“: Die laufenden Kosten sind gedeckt und ein gewisser finanzieller Puffer ist vorhanden. Allerdings gibt kein Social Enterprise an, mehr als ausreichende Mittel für strategische Wachstumsziele zu haben.

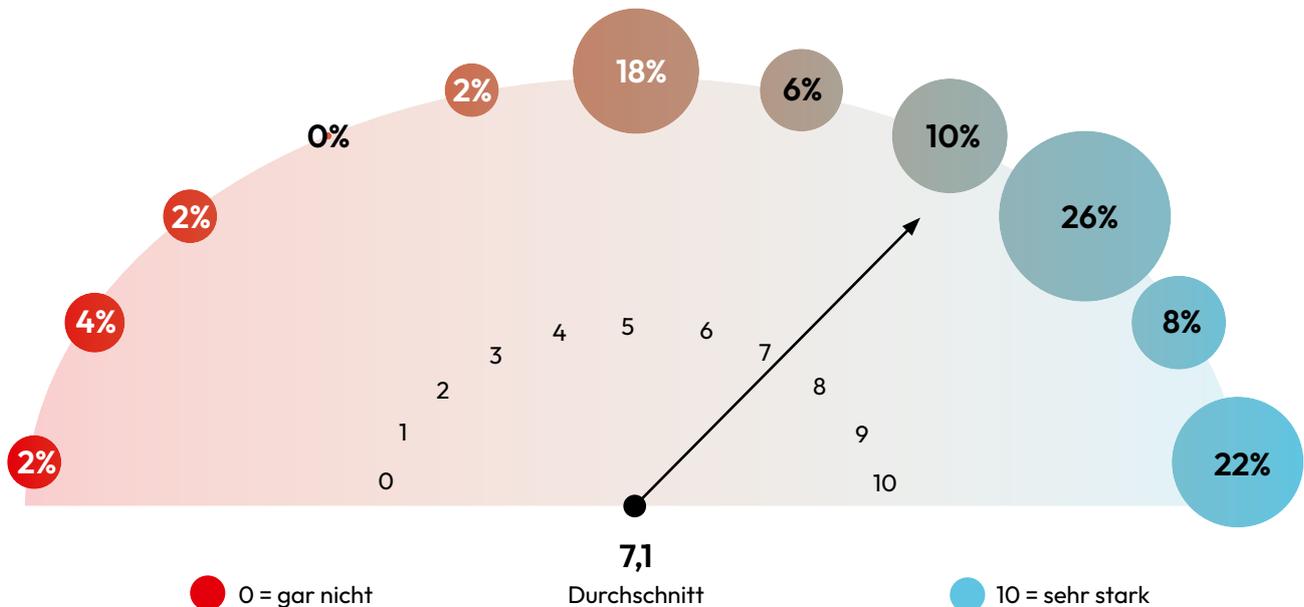
## Wie zufrieden sind die Befragten?

Die Antwort: Zufrieden bis sehr zufrieden! Auf einer Skala von 0 (gar nicht zufrieden) bis 10 (sehr zufrieden) erhält die Allianz im Durchschnitt eine 7,7. Mehr als 75 Prozent der Befragten gaben einen Wert von 8 bis 10 an. Auch die Frage, ob die Arbeit der Allianz Hamburg als Standort für Social Enterprises attraktiver macht, stößt überwiegend auf Zustimmung: 56 Prozent der Teilnehmer:innen bewerteten den Einfluss der Allianz mit 8 bis 10 (siehe Grafik 1). Noch mehr, 88 Prozent, „stimmen zu“ oder „stimmen voll und ganz zu“, dass die Arbeit/die Aktivitäten der Allianz wichtig für den Standort Hamburg ist.

**75%**

der Befragten geben der Allianz auf einer Skala von 0 (gar nicht zufrieden) – 10 (sehr zufrieden) einen Wert von 8 bis 10. Im Durchschnitt erreicht die Allianz hier eine 7,7.

Haben die Aktivitäten der Social Entrepreneurship Allianz Hamburg dazu beigetragen, Hamburg als Standort für Social Enterprises attraktiver zu machen?



Grafik 1

Die qualitativen Interviews bestätigen dieses Bild. Die Allianz wird als wichtige Sparringspartnerin, Brückenbauerin und strukturelle Stütze des Ökosystems wahrgenommen. Besonders hervorgehoben wurden die schnelle Reaktionsfähigkeit, die bedarfsorientierte Unterstützung sowie die Flexibilität und Hands-on-Mentalität des Teams, die als gewinnbringend für die Szene angesehen werden. (siehe Grafik 2)

**„Die sind da, wenn ich sie brauche.  
Und dann sind sie auch schnell da und denken  
vor allen Dingen auch mit.“**

(Aussage einer Teilnehmerin der qualitativen Interviews)

Im Verständnis über die politische Rolle der Allianz gibt es unterschiedliche Auffassungen: Obwohl sie keine politische Lobbyorganisation ist (diese Rolle hat in Hamburg der SEND Hamburg e.V. inne) gingen die Meinungen darüber auseinander, wie weit die politische Einflussnahme der Allianz geht oder gehen sollte.

## Wahrgenommene Rolle

(freie Darstellung)



Grafik 2

## Beratung, die ankommt

Ein Grund für die positive Wahrnehmung der Allianz liegt laut der qualitativen Befragung in ihrer professionellen, kompetenten und praxisnahen Beratung. Diese wird als lösungsorientiert, engagiert und individuell passend beschrieben.

**„Die Unterstützung, die ich bekommen habe, war auf so einer professionellen Ebene, dass sie auch wirklich da ansetzt, wo wir es brauchen.“**

(Aussage einer Teilnehmerin der qualitativen Interviews)

Auch die Ergebnisse der Online-Umfrage bestätigen dies: 21 von 43 Social Enterprises haben die Beratung bereits genutzt, 16 von ihnen konnten dadurch neue Kontakte knüpfen. Gleichzeitig zeigt sich ein Verbesserungspotenzial: 11 der 22 Organisationen, die die Beratung noch nicht in Anspruch genommen haben, wussten gar nicht, dass es Beratungsangebote gibt.

# Community, die zusammenwächst

Eine wichtige Aufgabe der Allianz ist der Aufbau einer aktiven Community. Und ob der erfolgreich war, dafür sind die Mitgliedszahlen ein wichtiger Indikator: 113 Mitglieder (Stand Februar 2025) zählt die Social Entrepreneurship City Hamburg seit ihrem Kickoff im Februar 2024. Auch unter den Teilnehmer:innen der Umfrage sind 70 Prozent bereits Mitglieder. Die häufigsten Gründe für die Mitgliedschaft: Vernetzung und Gemeinschaft.

**„Wir sind Mitglied der Social Entrepreneurship City Hamburg geworden, um Teil einer starken und wichtigen Bewegung in der Stadt zu sein.“**

(Kommentar eines Social Enterprises bei der Online-Umfrage)



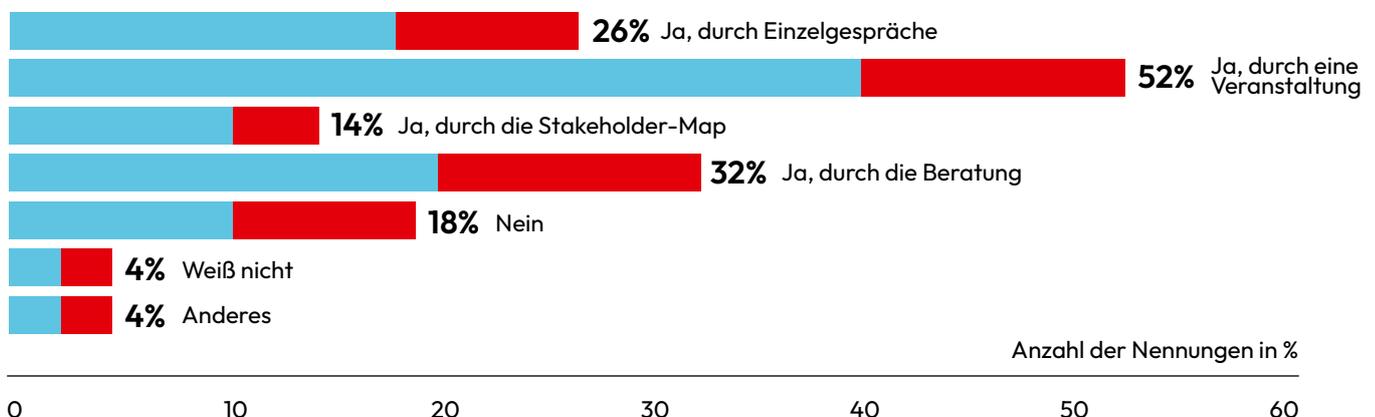
Auch in den Interviews der qualitativen Umfragen werden das Communitybuilding und die Vernetzungsangebote der Allianz durchweg positiv hervorgehoben – unabhängig vom Mitgliedsstatus der Befragten.

Zu den Allianz-Aktivitäten, über die laut Online-Umfrage neue Kontakte geknüpft wurden, zählen vor allem Veranstaltungen (50 %). Auch die Beratung (32 %), Einzelgespräche (22 %) und die Stakeholder-Map auf der Website (14 %) wurden als Kontaktquellen genannt. 18 Prozent gaben an, bisher keine neuen Kontakte durch die Aktivitäten der Allianz gewonnen zu haben. (siehe Grafik 3)

## Habt ihr durch Aktivitäten der Social Entrepreneurship Allianz Hamburg neue Kontakte knüpfen können?

(Mehrfachnennungen möglich)

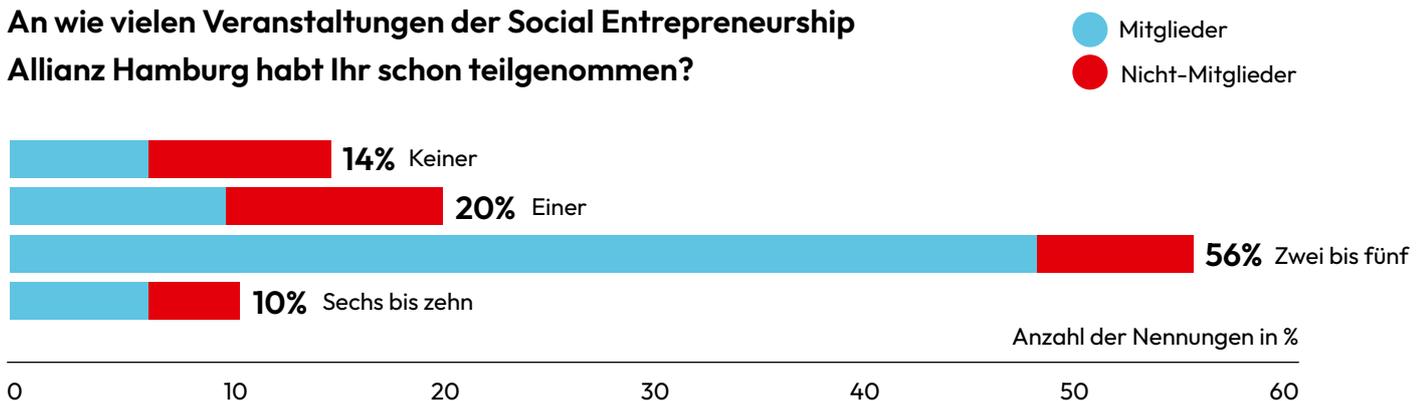
● Mitglieder  
● Nicht-Mitglieder



Grafik 3

Insgesamt werden die Veranstaltungen, die sich zum großen Teil an die Community richten, gut angenommen. 33 von 50 haben an mehr als einer Veranstaltung teilgenommen (siehe Grafik 4). Die Mitglieder sind hier deutlich aktiver als die Nicht-Mitglieder (27 vs. 6). Zwei Drittel fanden die Teilnahme „hilfreich/wertvoll“ oder „sehr hilfreich/sehr wertvoll“, 23 Prozent bewerten den Output der Veranstaltungen als neutral, 5 Prozent als nicht hilfreich/wertvoll, 7 Prozent als gar nicht hilfreich/wertvoll. Unter den regelmäßigen Veranstaltungen der Allianz ist der Impact Lunch (Social Entrepreneurship Edition in Kooperation mit dem Impact Hub Hamburg) die von den Befragten am besten besuchte Veranstaltung, danach folgt der gemeinsam mit der Investitions- und Förderbank Hamburg (IFB) angebotene Workshop zur Wirkungsmessung.

### An wie vielen Veranstaltungen der Social Entrepreneurship Allianz Hamburg habt Ihr schon teilgenommen?



Grafik 4

## Partnerschaften, die wirken

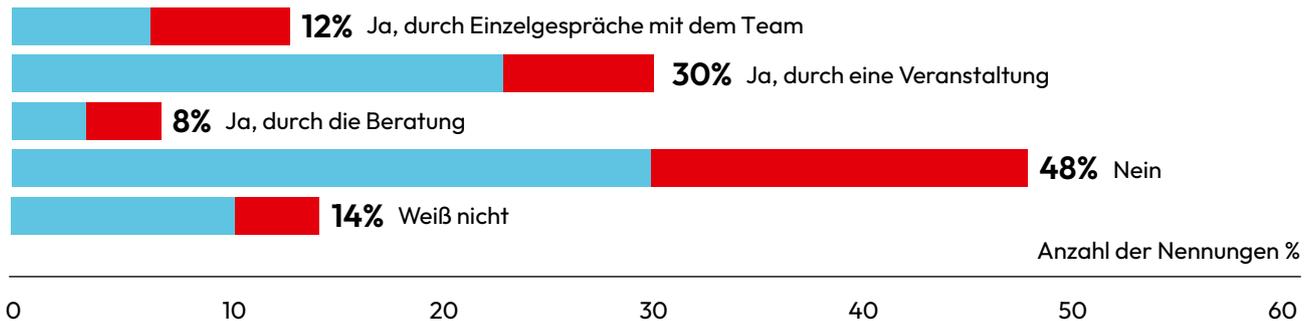
Langfristig möchte die Allianz die Community nicht nur untereinander, sondern auch mit Akteur:innen anderer Sektoren vernetzen, um die Wirkung durch strategische Partnerschaften zu steigern. Erste Erfolge sind erkennbar: 28 Prozent der Befragten gaben an, über Veranstaltungen der Allianz neue sektorübergreifende Kontakte geknüpft zu haben. Gleichzeitig gaben 48 Prozent an, bislang keine neuen sektorübergreifenden Kontakte im Rahmen der Allianz-Aktivitäten aufgebaut zu haben. Auch Einzelgespräche mit dem Team (12 %) oder die Beratungen (8 %) wurden als Quelle für neue Kontakte in andere Sektoren als den eigenen genannt. Mehrfachnennungen waren dabei möglich. (siehe Grafik 5)



## Habt Ihr Akteur:innen anderer Sektoren (z.B. Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft) durch Aktivitäten der Social Entrepreneurship Allianz Hamburg kennengelernt?

(Mehrfachnennungen möglich)

● Mitglieder  
● Nicht-Mitglieder



Grafik 5

Auch in den qualitativen Interviews waren sektorenübergreifende Netzwerke ein Thema: Mehrfach wurde die aktive Rolle der Allianz in der Vernetzungsarbeit hervorgehoben, vor allem bezüglich Kontakte, die sonst nicht angedacht waren, oder zu denen es keinen Zugang gab. Ein interessanter Aspekt zeigte sich in den Gesprächen mit Intermediären: Bestand zu Beginn die Sorge, die Allianz könnte die eigene Arbeit zur Stärkung von Social Entrepreneurship verdrängen, habe sich diese Sorge im Laufe der Zeit – wenn auch nicht vollständig – mehr und mehr aufgelöst. Heute stände vielmehr die positive Zusammenarbeit, der Fokus auf Synergien statt Konkurrenz und das gegenseitige Lernen und Unterstützen im Vordergrund.

**„Brücken bauen – das macht die Allianz genau richtig.“**

(Aussage einer Teilnehmerin der qualitativen Interviews)

Diesen Eindruck bestätigen auch die Antworten der teilnehmenden Intermediäre der Online-Umfrage. Die Zusammenarbeit mit der Allianz bewerten sie auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut) im Durchschnitt mit 4,6. Und 5 von 7 der teilnehmenden Intermediäre beurteilen die Arbeit der Allianz als „sehr hilfreich“ für ihre eigene Arbeit. Im freien Kommentarfeld beschrieb ein Intermediär beispielsweise die positiven Aspekte der Zusammenarbeit mit der Allianz wie folgt: „Offenheit, Sympathie, breites Netzwerk und immer wieder spannende Impulse aus unterschiedlichen Richtungen und wertvollen Perspektiven“.

## Kommunikation, die sichtbar macht

Die Kommunikation der Allianz wird überwiegend positiv bewertet. 88 Prozent der Befragten fühlen sich gut bis sehr gut informiert. Unter den Mitgliedern – die zusätzliche Mailings beispielsweise über exklusive Benefits wie Freikarten zu Partner-Events erhalten – sind es sogar 93 Prozent. Gleichzeitig geben vier von 15 Nicht-Mitgliedern an, gar nicht gewusst zu haben, dass sie Mitglied werden könnten.

Insgesamt werden die Kommunikationsaktivitäten der Social Entrepreneurship Allianz aber in der Szene wahrgenommen: 76 Prozent der Befragten haben den Newsletter abonniert, 86 Prozent folgen der Allianz bereits auf LinkedIn. Auch die Übersicht der Angebote für Social Enterprises in Hamburg empfindet die Hälfte seit dem Bestehen der Allianz als verbessert. Doch nicht nur die Information zwischen der Allianz und dem Ökosystem scheint gut zu klappen, 68 Prozent der Befragten stimmen der Aussage, dass Social Enterprises durch die Kommunikation der Allianz mehr Sichtbarkeit bekommen, „größtenteils“ oder „voll und ganz“ zu. 8 Prozent stimmen dieser Aussage überhaupt nicht zu.

Auch hier bestätigen die qualitativen Interviews dieses Bild: Die Kommunikation wird als professionell und präsent wahrgenommen. Tonalität und Frequenz der Kommunikation werden gelobt. Auch die unkomplizierte Erreichbarkeit wird mehrfach hervorgehoben. Allerdings äußern mehrere Interviewpartner:innen Bedenken, ob die Sichtbarkeit für das Thema auch schon außerhalb der Szene Wirkung entfaltet.

## Blick in die Zukunft

Gefragt nach ihren Wünschen und Erwartungen für die zukünftige Entwicklung der Allianz, nannten die Befragten mehrere zentrale Themenfelder. Ein besonders häufig geäußertes Aspekt ist eine **verstärkte sektorübergreifende Zusammenarbeit mit der Wirtschaft**. Dies wurde sowohl in den qualitativen Interviews als auch in der Online-Umfrage betont. Viele Social Enterprises wünschen sich eine stärkere Vernetzung mit klassischen Wirtschaftsakteur:innen oder spezifischen Dienstleistern wie Steuerberatungen, um praktische Unterstützung jenseits der Gründungsphase zu erhalten. Dieser Wunsch nach einer besseren Anbindung an etablierte Unternehmen zeigt sich auch in dem geäußerten Wunsch nach engeren Kooperationen mit dem Start-up-Sektor und gemeinsamen Austauschformaten mit Wirtschaftsunternehmen sowie nach **mehr themenspezifischen Workshops** und Vorträgen mit Expert:innen zu Themen wie Sales, Produktskalierung und Verwaltungsprozesse. Eine Interviewteilnehmerin fasst es so zusammen:

## „Ich hoffe, dass die Allianz weiter wächst und noch stärker mit klassischen Unternehmen kooperiert.“

(Aussage einer Teilnehmerin der qualitativen Interviews)

Eng damit verbunden ist der geäußerte Bedarf an besserem **Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten**. In der Umfrage nannten viele Social Enterprises die Unterstützung bei der Beschaffung von Fördermitteln und Kapital für Skalierung als eine der wichtigsten Aufgaben für die Zukunft der Allianz. Während einige Social Enterprises berichten, dass sich ihre Situation durch die Arbeit der Allianz bereits verbessert hat, sehen andere hier noch deutlichen Ausbaubedarf.

Zudem wird von mehreren Seiten eine stärkere **Differenzierung der Angebote** je nach Unternehmensphase gewünscht. Während viele Programme vor allem auf die Gründungsphase ausgerichtet seien, wünschen sich einige Befragte mehr Unterstützung nach der Gründung, insbesondere in der Stabilisierungsphase. Diese Lücke zeigt sich auch mit einem Blick auf die Intermediäre, die an der Online-Umfrage teilnahmen: Nur zwei von sieben unterstützen explizit vor der Gründung oder in allen Phasen und keiner hat sich auf die Stabilisierungsphase spezialisiert. Einzelne Kommentare weisen zudem auf Verbesserungsbedarf bei der Sichtbarkeit kleinerer und junger Social Enterprises sowie unterrepräsentierter Gruppen wie Frauen und Migrant:innen hin. Ein Kommentar verwies zudem auf die nicht durchgängig gegebene Barrierefreiheit bei Veranstaltungen – ein Hinweis auf weiteres Potenzial im Sinne eines inklusiveren Angebots.

Ein weiteres genanntes Thema ist die **personelle Ausstattung der Allianz**. Mehrere Befragte der qualitativen Interviews sehen die aktuellen Kapazitäten als Herausforderung, insbesondere im Beratungsbereich. Hier wünschen sie der Allianz Verstärkung des – wie in mehreren Interviews hervorgehobenen – sehr gut zusammengesetzten Teams, um den steigenden Bedarf an individueller Unterstützung noch besser abzudecken.

Neben diesen strukturellen Themen sehen viele großes **Potenzial in der Digitalisierung** von Beratungs- und Vernetzungsangeboten. Besonders in den qualitativen Interviews wurde betont, dass digitale Formate den Wissenstransfer und Zugang auch für nicht in Hamburg ansässige Organisationen oder für remote arbeitende Personen erleichtern würden. Auch in der Online-Umfrage wurde sich für hybride Angebote ausgesprochen, um eine flexiblere Teilnahme zu ermöglichen.

## Fazit: Erste Knospen sind sichtbar

Nach eineinhalb Jahren zeigt sich: Die Allianz bereitet den Boden für ein starkes und vor allem vernetztes Ökosystem in Hamburg. Viele ihrer Angebote stoßen auf hohe Zufriedenheit, die Community wächst, neue Kontakte entstehen. Gleichzeitig zeigen sich auch Leerstellen – etwa in der Bekanntheit einzelner Angebote oder in der sektorübergreifenden Vernetzung.



### Wichtigste Erkenntnisse auf einen Blick:

- **Hohe Zufriedenheit:** 75 Prozent der Befragten bewerten die Allianz mit 8 bis 10 Punkten.
- **Breite Unterstützung:** 88 Prozent halten die Arbeit der Allianz für wichtig für den Standort Hamburg.
- **Sichtbare Wirkung:** Beratung und Veranstaltungen führen zu neuen Kontakten, insbesondere für Mitglieder.
- **Verbesserungspotenzial:** Beratungsangebote und Mitgliedschaft sind noch nicht bei allen bekannt. Angebote können inklusiver und diverser gestaltet sein.
- **Zukunftsthemen:** Sektorübergreifende Kooperationen und gezieltere Formate und Inhalte nach Unternehmensphase.

Ein besonders erfreuliches Ergebnis: Die Allianz schafft es offenbar, verschiedenste Social Enterprises anzusprechen – unabhängig von ihrer Entwicklungsphase oder finanziellen Situation. Weder diese noch andere strukturelle Faktoren hatten einen signifikanten Einfluss auf das Antwortverhalten. Damit bestätigt sich, dass die Allianz bereits eine breite Community zusammenbringt. Jetzt heißt es: den bereiteten Boden weiter zu pflegen, gezielt zu gießen – und gemeinsam wachsen zu lassen, was begonnen wurde.

# Impressum:

## **Konzeption, Durchführung und Redaktion der Umfrage:**

KOMBÜSE GmbH, [www.kombuese.org](http://www.kombuese.org)

## **Im Auftrag von:**

Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V.

[www.socialentrepreneurship.hamburg](http://www.socialentrepreneurship.hamburg)

## **Grafik:**

Dominik Straka (frei im Auftrag von KOMBÜSE)

## **Ansprechperson:**

Lea Gies, Referentin für Wirkungspartnerschaften,

Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V.

[lea@socent.hamburg](mailto:lea@socent.hamburg)

Gefördert von:

**IFB**  
**HAMBURG** | Hamburgische  
Investitions- und  
Förderbank