

# Wirkungsbericht 2024/25

*Wirkt für alle!*





Die Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship widmet sich engagiert der Frage, welchen Unterschied unternehmerisches Handeln für gesellschaftliche Veränderung macht. In diesem Bericht wird der Weg eingeschlagen, künftig datenbasiert solche Zusammenhänge zu betrachten. Die Evaluation soll erste Lernerkenntnisse bieten und zugleich ein Anstoß sein, die ersten Umsetzungsmaßnahmen gemeinschaftlich zu diskutieren, um das Handeln in den Folgejahren strategisch auszurichten. Gute Lektüre – und gutes Gelingen!

Dr. Melanie Leonard,  
Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Innovation

## 🎯 Inhalt

Editorial.....	03	Beratung .....	16-19
Impact-Ziele .....	04-05	Wirkungspartnerschaften.....	20-23
Interview .....	06-10	Kommunikation.....	24-27
Wirkungslogik .....	11	Output.....	28-29
Community .....	12-15	Governance.....	30-31

## **Gemeinsam wirken**

Wenn wir die vergangenen zwei Jahre Revue passieren lassen, tauchen unzählige Gesichter und Geschichten in uns auf. Und erste Erfolge: Wir konnten 163 Citizens in der Social Entrepreneurship City begrüßen, haben 65 Events ausgerichtet, 738 Stunden lang beraten (aber nicht am Stück...) und dabei unterstützt, dass über 2,6 Millionen Euro Fördermittel an 33 Social Enterprises in Hamburg geflossen sind. Zudem haben wir im Hamburger Stadtbild auf der gesamten Kommunikations-Klavatur gespielt und so für mehr Sichtbarkeit des Themas gesorgt, und darüber hinaus erste Wirkungspartnerschaften und Roundtables angestoßen.

Alles für den einen Zweck: Unseren Beitrag dafür zu leisten, dass Hamburg eine lebenswerte Stadt für alle wird und sich das Wirtschaften zunehmend am Gemeinwohl ausrichtet.

Die Realisierung dieser Vision überlassen wir nicht dem Zufall. Im vergangenen Jahr haben wir uns intensiv mit der eigenen Wirkungslogik beschäftigt: Mit welchen Ressourcen und Maßnahmen schaffen wir es, dass unsere verschiedenen Zielgruppen ihr Bewusstsein und Handeln im Sinne der Vision verändern? Eine kleine Frage, die einer ziemlich großen Antwort bedarf – die wir in unserem ersten Wirkungsbericht für die Jahre 2024/25 hier nun zu geben versuchen.

Das eigene Wirken wäre ohne die Unterstützung vieler Menschen und Organisationen nicht möglich gewesen. Unser besonderer Dank gilt dem Vorstand, den wir stets nah an unserer Seite wissen, der Behörde für Wirtschaft, Arbeit und Innovation sowie der IFB für die Förderung der Allianz und vielen weiteren Partnern.

Wir freuen uns auf die nächsten Jahre mit Euch!

*Herzlich,*  
das gesamte Team der Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship



## 🎯 Vier Impact-Ziele im Fokus

Vernetzen, informieren, Gemeinschaft schaffen, Sichtbarkeit erzeugen – die Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship hat 2024/25 bereits viel dazu beigetragen, Hamburg als Social Entrepreneurship City zu etablieren. Eines der Highlights: das Social Entrepreneurship Forum, das Ende Februar 2025 erstmals die Community, Partner und Expert:innen aus Hamburg und der Metropolregion zusammenbrachte – und auf dem man sich von profilierten Social Entrepreneurs wie Dr. Andreas Heinecke von Dialog im Dunkeln inspirieren lassen konnte (siehe Foto).

Parallel zu Aufbau der Geschäftsstelle und vielen Aktivitäten ist es zudem gelungen, sich intensiv mit der eigenen Wirkungslogik auseinanderzusetzen. Referentin Lea Gies hat sich mit Unterstützung von zwei Wissenschaftlerinnen der Uni Hamburg tief in die Materie eingearbeitet und ein erstes Konzept mit Zielen und Indikatoren zur Wirkungsmessung entwickelt, an dem sich die Allianz nun orientieren wird.

Alle Maßnahmen sollen auf vier maßgebliche Impact-Ziele einzahlen:

- Eine nachhaltigere und resilientere Wirtschaft in Hamburg schaffen, die für viele attraktiv ist.
- Ein starkes und resilientes Social-Entrepreneurship-Ökosystem aufbauen, das führend in Deutschland und darüber hinaus ist.
- Soziale Innovationen systemisch verankern und in ihrer Wirkung messbar machen.
- Sensibilisierung und Beteiligung der Stadtgesellschaft erreichen.

Dabei ist der Allianz bewusst: Um gesellschaftliche Herausforderungen in Hamburg innovativ und systemisch zu lösen, bedarf es starker Bündnisse mit Akteur:innen aus allen Sektoren, strategischer Kooperationen und eines hohen Engagements aller.

Ein Anfang ist gemacht.





# Es ist so schön, mit Menschen an ihren Ideen zu schrauben!

Erfolge und Misserfolge, Überraschungen, Vertrauen und immer das Ziel, so viel Wirkung zu erzielen wie möglich: Die Geschäftsführung der Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship, Corinna Bremer und Boris Kozlowski, geben Einblick in die aufregende Arbeit der ersten zweieinhalb Jahre – und ihre Pläne für die Zukunft.

**Zunächst einmal: Herzlichen Glückwunsch, die Förderung der Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship ist vorzeitig und langfristig bis 2030 bewilligt worden. Wie ist es dazu gekommen?**

**Kozlowski:** Wir waren eigentlich von Anfang an guter Dinge, dass es über die erste Förderperiode hinaus weitergehen würde. Wir hatten die Unterlagen frühzeitig für zwei weitere Jahre vorbereitet. Doch in Absprache mit der Behörde, mit der wir sehr gut und eng zusammenarbeiten, haben wir kurz vor Abgabe entschieden, einen Förderantrag bis 2030 zu stellen – und das hat geklappt.

**Beeindruckend.**

**Bremer:** Ja, uns hat es auch beeindruckt – und natürlich Freude ausgelöst. Wir spüren große Zuneigung und Wohlwollen der Entscheider:innen für unsere Arbeit in der Geschäftsstelle.

**Wie wirkt sich die jetzt langfristige Perspektive auf eure Strategie aus?**

**Kozlowski:** In den ersten zwei Jahren waren wir stark mit dem Aufbau der Geschäftsstelle und der Einführung erster Formate aus der Social-Entre-

preneurship-Strategie der Stadt beschäftigt. Erst mit der neuen Förderperiode können wir langfristig nach vorn denken. Klar ist: Wir werden nach und nach weitere Bausteine der Strategie angehen und unsere Angebote noch genauer auf die Bedürfnisse der Social Enterprises zuschneiden, um das Ökosystem in der Tiefe zu unterstützen.

**Bremer:** Als Erstes hat sich aber auch emotional ganz viel verändert, vor allem im Team, das dadurch eine gemeinsame Perspektive hat. Das stabilisiert.

**Ihr habt beide schon unternehmerisch gearbeitet. Ist es für euch angenehmer, mit geringerem unternehmerischem Risiko, dafür aber in Förderabhängigkeit zu arbeiten?**

**Kozlowski:** Es ist tatsächlich ein zweischneidiges Schwert: Auf der einen Seite ist es sehr privilegiert, in dieser Situation zu sein. Wir können aus einer Sicherheit heraus handeln und uns zu hundert Prozent darauf fokussieren, was wir machen möchten. Viele Start-ups dagegen müssen sich permanent mit dem Gedanken auseinandersetzen, dass sie vielleicht nicht überleben. Das verursacht Stress,

## Was ist eigentlich Social Entrepreneurship?

Wir nutzen die Definition vom Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. Sie lautet:

„Das primäre Ziel von Social Entrepreneurship ist die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen im sozialen oder ökologischen Bereich (positive Einwirkung auf mindestens eines der UN Sustainable Development Goals – SDGs). Dies wird durch kontinuierliche Nutzung unternehmerischer Mittel erreicht und resultiert in neuen und innovativen Lösungen. Durch steuernde und kontrollierende Mechanismen

wie Wirkungsanalyse und transparente Unternehmensführung wird sichergestellt, dass die gesellschaftlichen Ziele intern und extern gelebt werden.“

Wir verweisen zudem gerne auf den Kriterienkatalog der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe und nutzen ihn, um zu entscheiden, wer für uns als Social Enterprise gilt und Mitglied in der Social Entrepreneurship City Hamburg wird.



## Corinna Bremer

Corinna Bremer kennt beide Seiten des Systems: die Logik von Fördermitteln, Budgets und Programmen – und die Realität der Social Enterprises, die gesellschaftliche Wirkung unter oft schwierigen Bedingungen möglich machen. Diese doppelte Perspektive prägt ihre Arbeit bei der Allianz bis heute. Beruflich war sie unter anderem als Projektcontrollerin, Finanzadministratorin und Vorstandsreferentin bei der Stiftung Berufliche Bildung tätig, als Controllerin bei der IFB Hamburg sowie

hemmt womöglich und beeinflusst die Arbeit enorm. Also ja, für uns fühlt es sich gut an, allerdings besteht natürlich die Herausforderung, die Förderung immer wieder sicherzustellen oder ein Geschäftsmodell zu entwickeln, um Einnahmen zu generieren, ohne in Konkurrenz zu anderen Social Enterprises im Ökosystem zu treten.

**Bremer:** Dass wir finanziell stabil arbeiten können, ist kein Zufall, sondern Ergebnis guter Rahmenbedingungen – und deshalb sehe ich es als Verpflichtung, diese Position für das Ökosystem zu nutzen.

### Was waren eure absoluten Highlights in den zurückliegenden zwei Jahren?

**Bremer:** Es sind vor allem die Beratungen. Mich beeindruckt immer wieder, mit wie viel Mut, Kreativität und Ausdauer die Gründer:innen ihre Ideen und Geschäftsmodelle weiterentwickeln. Teil dieses Prozesses sein zu dürfen, empfinde ich als großes Privileg. Ich sehe mich dabei klar in der unterstützenden Rolle – die eigentlichen Held:innen sind die Menschen, die diesen Weg gehen. Ich darf beglei-

## Boris Kozlowski

Der Co-Geschäftsführer der Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V. hat eine bewegte berufliche Vita hinter sich: Während des Studiums des Wirtschaftsingenieurwesens arbeitete er bei Airbus, T-Systems, Lufthansa und Robert Bosch, später bei Essity AB als Business Controlling Analyst. Das Social-Entrepreneurship-Ökosystem kennt er seit 2018, als er den Impact Hub Hamburg mitgründete und fast fünf Jahre als Co-Geschäftsführer leitete. Über seine Aufgabe bei der Allianz sagt er selbst: „Ich setze mich dafür ein, Social Entrepreneurship ganzheitlich zu stärken, zu fördern, sichtbar zu machen und in gesellschaftliche Regelsysteme zu überführen.“

als Expertin für Fördermittelmanagement bei der Stiftung Innovation in der Hochschullehre. Heute ist sie Co-Geschäftsführerin und zugleich Referentin für Beratung der Allianz – und damit nah an Strategie, Struktur und Praxis des Ökosystems. Was sie dabei antreibt, fasst sie selbst so zusammen: „Ich will Strukturen wirklich stärken – und Räume schaffen, in denen soziale Innovationen nicht nur gedacht, sondern auch tragfähig umgesetzt werden können.“

ten, spiegeln, sortieren und ermutigen. Und genau daraus ziehe ich unglaublich viel Motivation. Es ist so schön, mit Menschen an ihren Ideen zu schrauben.

**Kozlowski:** Für mich war das Social Entrepreneurship Forum ein großes Highlight, vor allem in Kombination mit der Zufriedenheitsumfrage, die wir dort präsentiert haben. Darüber haben wir letztlich die Bestätigung bekommen, dass nicht nur unser Gefühl positiv war, sondern die Social Enterprises tatsächlich sehr zufrieden mit der Entwicklung der Allianz und unserer Arbeit sind.

**Bremer:** Die Umfrage war auch für mich ein sehr emotionaler Moment. Als die Ergebnisse präsentiert wurden, ist mir bewusst geworden, wie groß die Bedeutung unserer Arbeit für einzelne Menschen ist. Das war sehr berührend und motiviert uns, anspruchsvoll zu bleiben. Wir wissen, dass es immer noch ein bisschen besser geht, insbesondere was die großen Herausforderungen der Social Enterprises in Hamburg angeht.

### Welche sind das?

**Bremer:** Die drängenden Themen sind Finanzierung, Entwicklung von Geschäftsmodellen und der crosssektorale Austausch, also die Vernetzung mit anderen Sektoren. Daraus ergibt sich für uns die Aufgabe, breiter zu wirken und zu erreichen, dass es mehr Unternehmen gibt, die das Ökosystem stärken und unterstützen.

### Wie wirkt sich die allgemein angespannte politische und wirtschaftliche Situation auf die Umsetzung der Social-Entrepreneurship-Strategie aus?

**Kozlowski:** Die aktuelle Situation ist für das Ökosystem herausfordernd, da solide Unterstützungsstrukturen maßgeblich sind. In Hamburg ist die politische Unterstützung zwar stabil, aber bundesweit und auf EU-Ebene sieht es anders aus: Social Entrepreneurship wird in Zeiten multipler Krisen auf einmal weniger Bedeutung beigemessen, die Zukunft der SIGU-Plattform (Soziale Innovationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen, d. Red.) steht in Frage, die nationale Strategie stagniert. Das spüren auch unsere Social Enterprises, die auf Bundes- oder EU-Förderungen angewiesen sind.

**Bremer:** Mein Gefühl ist aber auch, dass das Thema aufgrund der Krisen eine neue Neugier bei manchen weckt, die nach anderen Bewältigungs-

strategien suchen und bei uns gute Anknüpfungspunkte finden. Dahingehend nehme ich großes Interesse wahr und ich kann mir vorstellen, dass Krisen für das Thema Social Entrepreneurship auch eine Chance bieten.

### Welche Themen stehen 2026 im Fokus?

**Bremer:** Impact Financing wird uns sicher beschäftigen. Impact Financing ist für uns eine strategische Initiative, mit der wir gemeinsam mit relevanten Akteur:innen neue wirkungsbasierte Finanzierungsmodelle für Social Enterprises entwickeln. Unser Anspruch ist es, fundierte, praxisnahe Strukturen zu erarbeiten, die Wirkung und Finanzierung systematisch miteinander verbinden. Parallel dazu bleibt Beratung eines unserer zentralen Wirkungsfelder. Die hohe Nachfrage zeigt den großen Bedarf an Orientierung, Struktur und strategischer Begleitung. Entsprechend arbeiten wir daran, unsere Beratungsangebote weiter auszubauen, weiterzuentwickeln und strukturell nachhaltig abzusichern.

**Kozlowski:** Außerdem gibt es das Programm „Nachhaltig wirken“ vom Bund, dessen Ziel es ist, kleine und mittlere gemeinwohlorientierte Unternehmen zu stärken und zu professionalisieren. Das Programm wollen wir stärker nutzen, um die Wirkung auch für unser Ökosystem zu entfalten. Ein weiteres Ziel für 2026 ist sicher auch, die sogenannten „Themen-

## Unsere Vision

Hamburg hat eine Innovationskultur etabliert, die Wirtschaften allumfassend an einer positiven gesellschaftlichen Wirkung ausrichtet und ökologische Ressourcen stärkt. Hand in Hand mit Social Entrepreneurs machen Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Zivilgesellschaft Hamburg so zu einer lebenswerten Stadt für alle.

Wir wollen erreichen, dass Hamburg gesellschaftliche Herausforderungen in neuer Gemeinschaft angeht und sich stolz als Hafen für gesellschaftliche Innovationen bezeichnen kann, in dem die guten Ideen und Konzepte andocken, wo sie wachsen und von wo sie in die Welt hinaussegeln können – und ganz wichtig, in der alle in der Stadtgesellschaft unmittelbar davon profitieren. Hamburg wird ein leuchtendes Beispiel für ein „Regional Ecosystem for Social Innovation and Societal Transformation“ (RESIST) mit einer Anziehungskraft

auf die gesamte Stadtgesellschaft, auf die Metropolregion und darüber hinaus.

Ausgangspunkt dieser Neuausrichtung ist eine Innovationskultur, die sich auf eine positive gesellschaftliche Wirkung hin ausrichtet. Eine Kultur, in der neue Wirkungswege eingeschlagen, sektorenübergreifende Koalitionen geschmiedet werden und in der gesellschaftliche Innovationen mindestens genauso wichtig sind wie technologische. Mehr noch – in der alle Innovationen an ihrem gesellschaftlichen Wert bemessen werden. Diese neue Kultur setzt den Gestaltungsrahmen für ein lebensdienliches Handeln und Wirtschaften, das bei Nachhaltigkeit nicht aufhört, sondern anfängt, das gesellschaftliche und ökologische Ressourcen stärkt, wiederherstellt oder in einen Kreislauf bringt.

# Wir spüren große Zuneigung und Wohlwollen.

tische“ weiter voranzutreiben. Dabei bringen wir Akteurinnen und Akteure aus verschiedenen Sektoren zusammen mit dem Ziel, gemeinsam an gesellschaftlichen Herausforderungen zu arbeiten. Zuletzt ging es zum Beispiel um das Thema „Übergang von Schule in Beruf“. Aus den Thementischen solide, sektorübergreifende Wirkungspartnerschaften entstehen zu lassen, steht auch 2026 fest auf unserer Agenda.

## Mit welcher Erwartung blickt ihr auf das kommende Social Entrepreneurship Forum?

**Kozlowski:** Das wird wieder ein großes Ereignis. Das erste Forum 2025 war nach acht Stunden ausgebucht – das war ein krasses Zeichen. Wir hoffen natürlich, dass die Nachfrage weiter so hoch bleibt und vor allem noch mehr Unternehmen aus anderen Sektoren Interesse zeigen und gemeinsam wirken wollen. Dieses Jahr wird es erstmals auch einen Livestream geben. Das ist praktisch für alle, die nicht persönlich vor Ort sein können.

## Merkt ihr nach solchen Events, wie das Interesse steigt, Teil der Social Entrepreneurship City zu sein?

**Bremer:** Absolut. Wir sind jetzt bei etwa 160 Mitgliedern. Es gibt ein stetiges organisches Wachstum mit kleinen Peaks, dennoch muss man auch sagen, dass wir noch in einem sehr engen, familiären Kreis unterwegs sind. Klar ist: Wenn wir wollen, dass die Qualität so hoch bleibt, kann die Community nicht zu schnell wachsen. Klar ist aber auch: Es gibt noch einige Social Enterprises, die noch nicht Teil der City sind, die wir aber sehr gerne dabei hätten.

## Woran hapert es?

**Bremer:** Wir sprechen von bereits etablierten Social Enterprises, die wir noch nicht davon überzeugen konnten, Teil der Social Entrepreneurship City zu werden. Vielleicht, weil es auf den ersten Blick so wirkt, als sei unser Angebot eher an Social Enterprises in der Frühphase gerichtet und wir nicht deutlich genug gemacht haben, was die Vorteile einer Mitgliedschaft auch für etablierte Social Enterprises sind.

**Kozlowski:** In anderen Sektoren, sei es die Privatwirtschaft, die Wohlfahrt oder Stiftungen, gibt es noch viel Platz für Organisationen, die das Ökosystem unterstützen und davon profitieren wollen. Auch da können wir sicher noch aktiver werden.

## Womit lassen sich solche Organisationen locken?

**Kozlowski:** Unsere Aufgabe besteht darin, sie anzustupsen und ihnen die Vorteile und Möglichkeiten aufzuzeigen, über die City die richtigen Fördermöglichkeiten zu finden und sie in Kontakt mit Social Enterprises zu bringen, um sie beispielsweise in Lieferketten zu integrieren. Zum anderen setzen wir auf die intrinsische Motivation, das Ökosystem zu fördern.

## Wie kann so eine Unterstützung des Ökosystems aussehen?

**Kozlowski:** Wir haben gerade eine spannende Kooperation mit Beiersdorf ausgearbeitet. Das Unternehmen stellt dem Ökosystem über ein von uns durchgeführtes Bewerbungsverfahren einen mittleren fünfstelligen Betrag zur Verfügung, der direkt an die ausgewählten Social Enterprises fließt. Das Beste: Die Kooperation ist langfristig angelegt, nächstes Jahr wird derselbe Betrag wieder für das Ökosystem zur Verfügung stehen.

## Wie geht ihr bei solchen Partnerschaften vor?

**Bremer:** Die konkrete Zusammenarbeit war eine strategische Entscheidung des Vorstands der Allianz und uns. Die Situation im Ökosystem ist angespannt – viele Social Enterprises brauchen finanzielle Unterstützung – und Beiersdorf ist sehr engagiert und aktiv. Man merkt, dass sie Social Entrepreneurship verstanden haben, und das macht die Kooperation sehr wertvoll.

## 📍 Eine kurze Geschichte der Allianz

Die Bürgerschaft hatte 2021 die damalige Behörde für Wirtschaft und Innovation (BWI, heute Behörde für Wirtschaft, Arbeit und Innovation, kurz: BWAI) damit beauftragt, eine Social-Entrepreneurship-Strategie für die Hansestadt zu entwickeln. Denn: Social Enterprises tragen schon seit langem zur Lösungsentwicklung für Herausforderungen der Stadtgesellschaft bei, zuletzt immerhin verbunden durch die Regionalgruppe des SEND e.V. Also entschied der Senat, einen Knotenpunkt für diese besondere Art des Wirtschaftens zu knüpfen, um mehr vom Potenzial der Social Enterprises für Hamburg zu heben.

Nach zwei Jahren Arbeit und einem partizipativen Prozess mit vielen Stakeholdern lag die Strategie Anfang 2023 schließlich auf dem Tisch. Um sie zum Leben zu erwecken, konstituierte sich zunächst der Verein „Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V.“ mit Vertreter:innen aus fast allen maßgeblichen Sektoren,

also Stiftung, Wohlfahrt, Wissenschaft, Verwaltung und dem Social-Entrepreneurship-Sektor. Der Verein baute die Geschäftsstelle auf, die im September 2023 ihre Arbeit aufnahm und aus einem hauptamtlichen, sechsköpfigen Team besteht. Der gemeinsame Purpose: Das Gemeinwohl durch soziale Innovationen und wirksame Partnerschaften dorthin zu rücken, wo es hingehört – ins Zentrum des Handelns und Wirtschaftens in Hamburg.

Finanziert wird der Verein durch Gelder der Stadt Hamburg. Noch vor Ende der ersten, zweijährigen Förderperiode wurde die Förderung auf fünf Jahre bis Ende 2030 verlängert. BWAI-Senatorin Dr. Melanie Leonhard: „Mit der Förderung bieten wir Sozialunternehmen und anderen innovativen Organisationen die Möglichkeit, neue Lösungen für ein nachhaltigeres, gerechteres und inklusiveres Hamburg zu entwickeln und zu erproben. Solch gute Ansätze kann man als Stadt nie genug haben!“

### Wenn ihr nach vorn blickt – was ist euer größter Wunsch für die kommenden Jahre bis 2030?

**Kozlowski:** Dass wir so weiterarbeiten dürfen wie bisher – mit diesem Team, dieser Energie, dieser Stabilität. Und dass wir die Mittel bekommen, um mehr direkte Unterstützung ins Ökosystem zu geben. Das Ökosystem soll wachsen, aber nicht nur quantitativ, sondern qualitativ. Wir wollen nicht nur diejenigen erreichen, die ohnehin in unserer Blase hängen, sondern eine breitere, diversere Landschaft.

# 75%

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

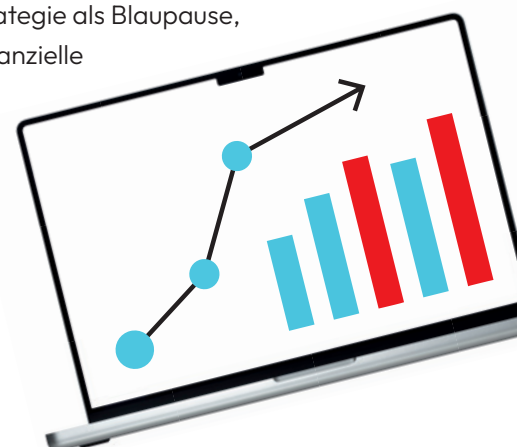
### Und aus Deiner Sicht, Corinna?

**Bremer:** Ich wünsche mir, dass die Social Entrepreneurship City Hamburg bis 2030 ein stabiles, gewachsenes und überregional sichtbares Modell ist – fachlich stark, strukturell gut aufgestellt und wirtschaftlich handlungsfähig. Dazu gehört für mich auch ein Geschäftsmodell, das auf mehreren Säulen steht: durch Kooperationen, neue Formate,

Angebote für andere Akteur:innen – und perspektivisch auch durch ausgewählte Angebote, die Social Enterprises freiwillig mittragen, weil sie echten Mehrwert darin sehen. Die Community bleibt dabei das Herz der City. Genau das wäre für mich ein sehr schönes Zeichen von Entwicklung.

### Wie könnte so ein Geschäftsmodell aussehen?

**Kozlowski:** Klar ist, dass wir weder mit einem Geschäftsmodell noch mit den Förderanträgen in Konkurrenz zum Ökosystem treten, das wäre nicht im Sinne unseres Vereinszwecks. Wir wollen aber unbedingt erfolgreich sein mit der Social Entrepreneurship City. Denn viele der anderen Bundesländer orientieren sich ein Stück weit daran, was gerade in Hamburg passiert, nehmen die Social-Entrepreneurship-Strategie als Blaupause, wissen um die gute finanzielle Ausstattung. Deshalb arbeiten wir jeden Tag daran, dass das hier funktioniert und Wirkung entfaltet.



# Bitte einmal die Treppe rauf!

Als bundesweit erste Intermediärin ihrer Art hat sich die Allianz ihrem eigenen Impact gewidmet. Gemeinsam mit zwei Expertinnen der Uni Hamburg wurde 2025 eine erste Wirkungslogik entwickelt, die nun beständig datenbasiert weiterentwickelt werden soll.

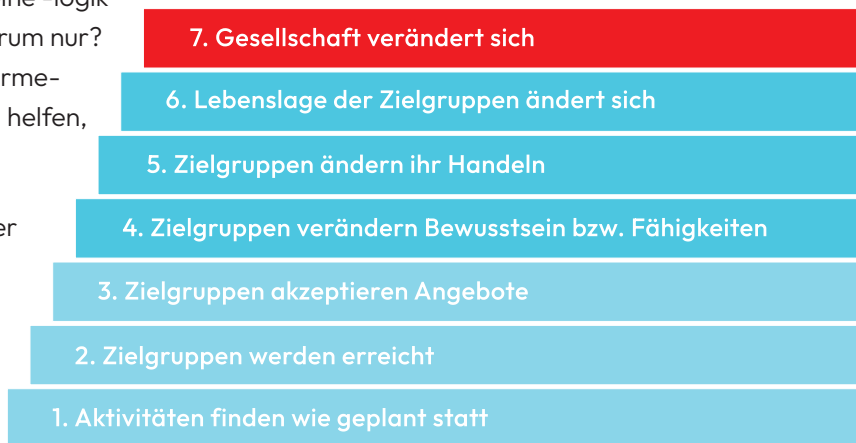
Normal ist das nicht. In keinem der anderen 15 Bundesländer gibt es von vergleichbaren Institutionen wie der Allianz einen Wirkungsbericht, eine -logik oder -messung. Außer in Hamburg. Warum nur? Schließlich gehört die Allianz zu den Intermediären, also zu jenen, die anderen dabei helfen, ihre Wirkung zu entfalten.

„Stimmt!“, sagt Dr. Christina Kannegießer von der Universität Hamburg. „Das ist nicht der Standard.“ Die Postdoktorandin beschäftigt sich gemeinsam mit Felizia von Schweinitz, Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin, im Rahmen der Professur für BWL (insbesondere nachhaltiges Wirtschaften), genau mit diesen Fragen – Dr. Christina Kannegießer umfassender im Bereich des Organisierens für Nachhaltigkeit, Felizia von Schweinitz gezielt im Bereich Impact Entrepreneurship. Warum also? „Das größte Handlungsfeld der Allianz ist Wirkung“, erläutert Dr. Christina Kannegießer weiter. „Sie berät andere dabei, wirkungsorientiert zu arbeiten – und allein aus diesem Grund macht es Sinn, das einmal für die eigene Organisation zu durchdenken.“

Für Felizia von Schweinitz ist die Legitimation des Handelns der Citizens ein wichtiger Grund für die Wirkungsmessung. Aber nicht nur: „Die Messung bildet ab, welche Wirkung für den und mit dem Sektor schon erzielt wurde – und motiviert zum Weitermachen.“ Und, ganz wichtig, und sogar in ihrer Arbeit empirisch belegbar: „Viele Social Enterprises wollen, dass jene, die Wirkung fordern, sich selbst um Wirkung kümmern. Das hat etwas mit Authentizität zu tun.“ Das sah die Allianz frühzeitig ebenso. Also ist Lea Gies, Referentin Wirkungspartnerschaften, gemeinsam mit den beiden Wissenschaftlerinnen tief in die Materie eingetaucht und konnte Ende 2025 einen ersten Wurf präsentieren.

Wie viele Impact-Unternehmungen richtet sich auch die Allianz an der IOOI-Logik aus. Dabei steht IOOI

für Input, Output, Outcome und Impact, aus der sich eine Wirkungstreppe ergibt:



Die Stufen 1-3 gehören in den Bereich Output, 4-6 Outcome – und auf der höchsten Stufe 7 steht der Impact, die gesellschaftliche Veränderung.

Was da so leicht als Treppe daherkommt, ist harte Arbeit. Kann man die Bereiche Input (eingesetzte Ressourcen wie Personal, Zeit, Geld) und Output (konkrete Maßnahmen, Erreichen der Zielgruppe, Akzeptanz der Angebote) noch relativ einfach bestimmen und mit Daten unterfüttern, beginnt es bei den Outcome-Zielen einigermaßen schwierig zu werden. Bei der Allianz lassen sich Input und Output den vier Bereichen Community, Beratung, Wirkungspartnerschaften und Kommunikation zuordnen (siehe Folgeseiten), beim Outcome ist es kniffliger: Weil alle Handlungsfelder auf diesen Bereich einzahlen, hat die Allianz ihn nach Zielgruppen sortiert und mit Mess-Indikatoren versehen (mehr dazu auf Seite 28).

Oder anders gesagt: Über den Outcome der Allianz lässt sich bisher nicht viel sagen, was für eine noch so junge Organisation nichts Ungewöhnliches ist. Ungewöhnlich ist vielmehr, dass die Allianz das Thema bereits angegangen hat. „Es war richtig, die Wirkungslogik so früh zu durchdenken“, sagt Dr. Christina Kannegießer, „damit wir künftig viel gezielter schauen können, von wem wir welche Informationen brauchen. Wirkungslogik ist ein lebendes Instrument, das man ständig weiterentwickeln kann.“

# Community

Der Bereich Community ist eine klassische Querschnittsaufgabe. Die großen Themen: Mitglieder gewinnen, mit dem Ökosystem verbinden, ihnen auf Veranstaltungen eine Bühne bieten – wie etwa auf dem Social Entrepreneurship Forum Hamburg, das wichtigste Treffen des Sektors.

## Was sagt die Strategie?

„Die Social-Entrepreneurship-Community kann eine Welle auslösen, die die ganze Stadtgesellschaft positiv beeinflusst – wie wir wirtschaften, wofür wir Innovationen entwickeln, wie wir Erfolge messen –, im Sinne einer lebenswerten Stadt für alle. Diese Welle aktiviert Menschen und Organisationen, die Verantwortung übernehmen und gestalten wollen, um Antworten auf lokale und globale Herausforderungen zu finden und die Resilienz für Krisenzeiten zu stärken.“

## Input Community

### Eine gute Basis für mehr Wirkung

Ein wichtiges Element zur Steigerung des Impacts ist der Zusammenschluss, das Verbinden und das gemeinsame Agieren der Akteur:innen. Doch das passiert nicht von selbst. Als Hauptverantwortliche ist Johanna Eisenhardt für den Aufbau und die Pflege der Social-Entrepreneurship-Community in Hamburg zuständig: Sie koordiniert Vernetzungsformate, Veranstaltungen und ist zentrale Anlaufstelle für Informationsaustausch innerhalb der Social-Entrepreneurship-Community.

In ihrer Arbeit setzte die Referentin, die Anfang 2024 von der Körber-Stiftung zur Allianz wechselte, auf ein bereits großes Ökosystem mit engagierten Akteur:innen auf: Dazu zählten außer den Social Enterprises selbst etwa der hanseatische Abnehmer des Interessenvereins Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND), der Impact Hub und der Körber Start-Hub – mit „sehr engagierten Leuten“, so Johanna Eisenhardt, die schnell verstanden, dass die Allianz keine Konkurrenz zu bereits existierenden Akteur:innen ist, sondern eine sinnvolle Ergänzung des Etablierten.



## Output Community

### Von Community-Couch bis Den Haag

Seit Beginn der Allianz steigt die Zahl der Mitglieder, die sogenannten Citizens der Social Entrepreneurship City Hamburg, stetig an. Stand Ende 2025 zählte die Allianz **176 Mitglieder**, davon **81 Social Enterprises** von „Breeze Technologies GmbH“ bis „Wir bauen Zukunft eG“ und **95 Unternehmungen** aus dem Ökosystem, also aus den Bereichen Wissenschaft, Stiftungen, Verwaltung und Wirtschaft, Support & Beratung für Social Enterprises und Wohlfahrt.

Viele der ersten Social Enterprises waren in den Stakeholderprozess zum Aufbau der Strategie involviert und von Anfang an Mitglieder in der City. Doch es ist noch Luft nach oben: Denn es gibt Social Enterprises, die sich gar nicht als solche verstehen und deswegen noch nicht an Bord sind; und wiederum Unternehmungen, die sich in ihrem Selbstverständnis als Social Enterprises definieren, aber nicht nach nicht nach dem Verständnis der Allianz. Interessant: Ende 2024 kamen vermehrt Unternehmen aus der Privatwirtschaft und Dienstleister des Ökosystems mit Anfragen auf die Allianz zu.



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

Ein:e Befragte:r aus der Zufriedenheitsumfrage

Man ahnt es: Das Mitgliedschafts-Management ist einer der Schwerpunkte in Johanna Eisenhardts Tätigkeit. Sie erarbeitete etwa auf Grundlage eines Katalogs der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe die Kriterien, wer als Social Enterprise gilt und wer nicht – ein Prozess, der andauert, so die Fachfrau. „Wir schärfen unser Verständnis immer mehr, damit es zu keiner Verwässerung des Begriffs ‚Social Enterprise‘ kommt.“ Zudem erstellte sie das Konzept für den Onboarding-Prozess von Mitgliederansprache bis hin zur -aufnahme.

Wer als Citizen aufgenommen ist, wird auf der Stakeholder-Map auf der Webseite der City abgebildet – ein zentraler Baustein des Mitgliedschafts-Managements. Auf ihr finden sich alle Mitglieder mit weiteren Informationen, Logo, Sitz und Link zur Webseite, um sich leichter vernetzen zu können. Immerhin: 14 % gaben in einer Umfrage Ende 2025 an, die Map als Kontaktquelle zu nutzen.

Wer an so entscheidender Stelle agiert, braucht viel Vertrauen aus der Community. Deswegen sind zwei Aspekte für Johanna Eisenhardt in ihrer Arbeit besonders essenziell: reden und zuhören. Kein Wunder also, dass aus den 15-minütigen Mitgliedschafts-Calls am Anfang ihrer Tätigkeit bald einstündige Meetings wurden – und das nicht nur via Telefon oder Videocall, sondern auch im Café des betahaus‘ auf der „Community-Couch“, wie eine Bekannte das Möbel einmal angesichts der Frequenz der Meetings von Johanna Eisenhardt taufte.

### **Highlight Social Entrepreneurship Forum Hamburg**

Was aber nicht bedeutet, dass man die Community-Expertin stets auf dem Sofa findet. Im Gegenteil. Sie und alle anderen aus dem Team waren seit 2024 in Hamburg und darüber hinaus viel unterwegs, anfangs um die Allianz bekannt zu machen, später um das Netzwerk zu erweitern und Kooperationen auszuloten. In den vergangenen zwei Jahren haben sie an **59 Events** teilgenommen, auf denen sie eine aktive Rolle hatten, also jemand aus dem Team eine Keynote, einen Vortrag oder Impuls einbrachte – auch im Ausland, etwa beim EEN Matchmaking Event der EU-Kommission in Brüssel oder beim zweitägigen Impact-City-Network-Event in Den Haag, wo über 1.500 Menschen aus ganz Europa inklusive Vertreter:innen der EU-Kommission zugegen waren und die Allianz einen Workshop gegeben hat.

Vor allem aber gab es **65 Events**. Das Highlight, ohne Frage: das Social Entrepreneurship Forum Hamburg, das erstmals im Februar 2025 in den Räumen der Körber-Stiftung im Hafen stattfinden konnte – das Großevent für den Sektor in der Hansestadt. Rund 200 Teilnehmer:innen konnten sich einen Tag lang in Panel-Diskussionen, Workshops und Keynotes darüber informieren, wo die „City“ steht, wie es weitergeht, welche Finanzierungswege es gibt, was dieses Verantwortungseigentum eigentlich ist und mit welchen Wirkungsmodellen gearbeitet werden kann. Neben vielen Social Entrepreneurs waren Ökosystem-Partner:innen aus Verwaltung, Politik und Wohlfahrt dabei, aber auch weitere Engagierte und Interessierte aus der Stadt und der Metropolregion.

Ein voller Erfolg: In einer Zufriedenheitsumfrage gaben fast 63 Prozent („Trifft voll zu“) und gut 37 Prozent („Trifft zu“) an, dass ihnen die Konferenz „sehr gut gefallen hat“. Im Feedback wurde zudem positiv erwähnt, dass man neue Menschen jenseits des engsten Zirkels kennenlernen konnte – ein guter Beweis dafür, dass die Allianz es offenbar geschafft hat, das Ökosystem sinnvoll zu erweitern.

Auf dem Hamburg Innovation Summit (HHIS), das größte Innovationsevent in Hamburg und der Metropolregion, war die Allianz 2024 und 2025 mit Panels und Masterclasses vertreten. Eine große Bühne, immerhin kamen im vergangenen Jahr 2.000 Teilnehmer:innen zu der Veranstaltung, auf der sie sich über die Arbeit der Allianz und das Ökosystem informieren konnten.

Auch weitere, deutlich kleinere Austauschformate wie zum Beispiel im Rahmen des Impact Lunchs, bei dem einmal im Quartal in Kooperation mit dem Impact Hub Hamburg Vertreter:innen von Social Enterprises zum zwanglosen Essen und Austauschen zusammenkommen, sind bereits feste Größen. Zudem gab es im Frühjahr 2025 ein Community-Event anlässlich des Beginns der zweiten Förderperiode, die Teilnahme am Forum für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen (SIGU) der



**Liebe Social Entrepreneurship City Hamburg, mit Euch immer wieder eine Plattform zu haben, die verbindet, die sichtbar macht, die unterstützt, ist großartig.**

Svenja Weber, Dialoghaus Hamburg

Bundesregierung und viele Kooperations-Events etwa mit dem Körper Start-Hub oder dem Impact Hub Hamburg – immer mit der Frage verknüpft: „Was ergibt strategisch Sinn? Was funktioniert?“, so Johanna Eisenhardt.

Und, ganz wichtig: Natürlich will man Möglichkeiten schaffen, bei denen sich die Social Enterprises präsentieren können, sichtbar werden und untereinander verbinden. Laut Umfrage von Ende 2024 gaben 50 % der Befragten an, über die Veranstaltungen neue Kontakte geknüpft zu haben, zwei Drittel fanden die Teilnahme „hilfreich/wertvoll“ oder sogar „sehr hilfreich/sehr wertvoll“. Da ist es kein Wunder, dass 33 von 50 Befragten angaben, bei mehr als einem der Events teilgenommen zu haben



### **Und wie geht es weiter, Johanna?**

„Nachdem wir in den vergangenen zwei Jahren mit Mitgliedschaftsprozess und Veranstaltungen eine Community aufgebaut haben, geht es nun verstärkt darum, sie zu pflegen, relevante und neue Themen zu identifizieren sowie zu verstehen, was die Community noch braucht. Angesichts der Mitgliederstruktur werden wir zudem die Strategie der Mitgliedergewinnung etwas verändern, um noch mehr Social Enterprises zu gewinnen.“

Bei den Veranstaltungen haben wir bereits viele Formate und Themen getestet und mit diversen Akteur:innen kooperiert. Jetzt geht es darum, die möglicherweise neuen Bedarfe der Community in Veranstaltungen zu übersetzen, Lücken zu schließen und mögliche Ergänzungen anzubieten. Unser Highlight, das Forum, wollen wir weiter professionalisieren. 2026 haben wir zum Beispiel zum ersten Mal einen Livestream, um noch mehr Menschen zu erreichen, aber da geht sicher noch mehr. Bei allem geht es darum, der Community noch mehr als bisher ein Gesicht zu geben und noch mehr Verbundenheit herzustellen.“

# Beratung

Finanzierung, Geschäftsmodelle, Vernetzung – die Themen im Rahmen der Beratung bei der Social Entrepreneurship City sind vielfältig und anspruchsvoll. Die Bilanz nach den ersten zwei Jahren fällt bereits positiv aus.

## Was sagt die Strategie?

„Strukturen schaffen & Kompetenzen vermitteln: Mit der Social-Entrepreneurship-Strategie tragen wir dazu bei, passende und zugängliche nicht-monetäre Unterstützungsstrukturen entlang des gesamten sozialunternehmerischen Lebenszyklus für Social Enterprises sowie vor-unternehmerische Bildungsangebote bereitzustellen... Wege zur Finanzierung öffnen: Mit der Social-Entrepreneurship-Strategie arbeiten wir darauf hin, dass in Hamburg passende und zugängliche Finanzierungsstrukturen für alle Geschäftsmodelle und Entwicklungsstufen der Social Enterprises bereitstehen.“

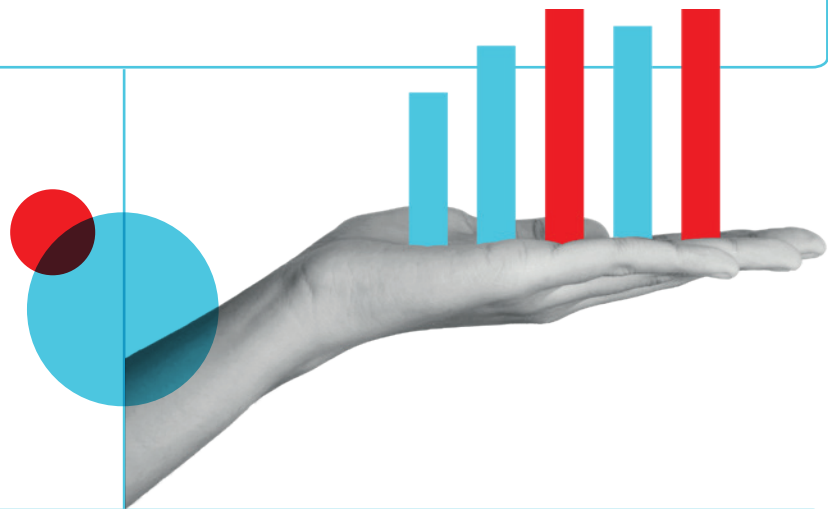
## Input Beratung

### Vernetzung als Herzstück

Mit Corinna Bremer hat die Allianz für den Bereich Beratung eine ausgewiesene Expertin an Bord – seit über 20 Jahren ist die Co-Geschäftsführerin tief in der Fördermittel-, Projekt- und Beratungsszene Hamburgs verankert. Kein Wunder also, dass die Beratungsgespräche bei ihr begehrt sind. Ein großer Mehrwert: Im Nachgang der Gespräche verbindet sie die Verantwortlichen der Social Enterprises passgenau mit Akteur:innen aus dem Ökosystem, die weiterhelfen können – schließlich kennt Corinna Bremer aufgrund ihrer Berufserfahrung die maßgeblichen Akteur:innen, verknüpft sie auf Events und per Mail, lotst Gründer:innen durch den Dschungel der Angebote von Pro-bono-Rechtsberatung bis zur „hei. Hamburger Existenzgründungsinitiative“. Insgesamt finden sich rund **40 weiterführende Kontaktstellen** in ihrer Liste, mit deren Verantwortlichen sie sich über ein Jahr lang einzeln getroffen hat und spätestens nun sehr genau weiß, wer in welchem Bedarfsfall geeignet ist. Um eine wirksame Kooperation zu ermöglichen, sei die Weitergabe von Kontakten allerdings oftmals nicht ausreichend, weshalb in vielen Fällen eine persönliche Vernetzung durch sie erfolgt. Die Citizens sind sehr zufrieden, denn **62,5 % der Beratenen** kommen zurück.



Zudem gaben **80 % in einer Befragung Ende 2025** an, dass ihre Erwartungen an die Beratung „auf jeden Fall“ erfüllt wurden und **96,7 % die Beratung weiterempfehlen** würden. Gleichwohl würden sich **80 % über eine Intensivberatung** freuen.



### Output Beratung

#### **Viel bewegt: Fördermittel, Knowhow – und eine neue Initiative**

Bei der Beratungsleistung der Allianz geht es neben Finanzierungsfragen auch um Aspekte wie Rechtsform und Geschäftsmodellentwicklung. Dabei ist es wichtig zu beachten, so Corinna Bremer: „Klassische Fördermittel- und Rechtsberatungen sehen noch einmal anders aus.“ Was den Wert nicht schmälert. Im Gegenteil.

Insgesamt hat die Allianz in den vergangenen zwei Jahren **157 Organisationen** in **738 Stunden** zumeist digital beraten.

Ein KI-gestütztes Workflow-System begleitet die Beratungen durchgängig im Hintergrund. Bereits bei der Terminbuchung fließen alle relevanten Informationen automatisch in das CRM ein, in dem Termine, Kontakte, Gesprächsinhalte und To-dos zentral gebündelt werden. Ein zusammenfassendes Beratungsprotokoll wird auf dieser Basis unter Wahrung des Datenschutzes bereits automatisiert durch KI und das CRM-System vorbereitet und von Corinna Bremer final geprüft, geschärft und ergänzt. So entsteht eine verlässliche, strukturierte Arbeitsgrundlage, mit der die Teams direkt weiterarbeiten können.

#### **Gut begleitet an die Geldquellen**

Bei der Vielfalt von Anschub-, Innovations- und Wachstumsfinanzierungsinstrumenten für Social Enterprises auf lokaler, Bundes- und EU-Ebene, den Ausschreibungen und Wettbewerben geht es darum, den Überblick zu behalten und passgenau zu beraten. Zudem hat die Allianz bereits wichtige Meilensteine geschafft: Über das Programm Inno-Impact der IFB Innovationsstarter GmbH (eine Tochter der Hamburgischen Investitions- und Förderbank) können Social Enterprises in der Vorgründungs- und Gründungsphase gefördert werden. Die Social Entrepreneurship City gibt Orientierung beim Antrag und bei der Erstellung eines Pitchdecks.

Die Bilanz: Man konnte durch Beratung (keine Fördermittelberatung!), Begleitung, Anbahnung und Vernetzung dazu beitragen, dass elf Social Enterprises **825.000 Euro Fördermittel** aus diesem Programm erhalten. Wer einen positiven Bewilligungsbescheid erhält, wird nicht allein gelassen. „Wir bleiben auch danach im engen Kontakt und Austausch“, so Corinna Bremer. Ziel ist es, die Social Enterprises durch die Förderphase und darüber hinaus bei der Stabilisierung und Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle zu begleiten: Gemeinsam mit der IFB Hamburg und der Innovationsstarter GmbH werden dafür verschiedene Beratungs- und Austauschformate umgesetzt, in denen die Teams begleitet, vernetzt und strategisch gestärkt werden – auch mit Blick auf Wirkung, Wirkungslogik und die gezielte Weiterentwicklung ihrer Impact-Ziele.

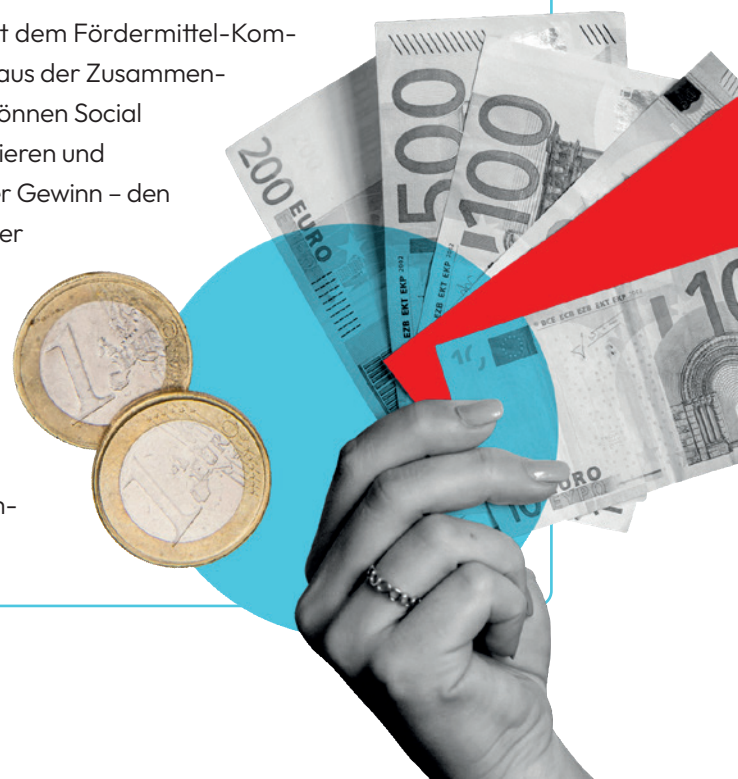
Insgesamt sei das Thema Wirkung aber keines der Hauptthemen in den Beratungen – was erstaunlich ist, weil immer mehr Finanzierer das Wirken ihres Invests dokumentiert sehen wollen. „Das Thema Wirkungsmanagement nimmt auf Seiten der Geldgeber:innen wirklich Fahrt auf“, hat Corinna Bremer festgestellt.

Das zweite wichtige Programm: PROFI Impuls (#UpdateHamburg), ebenfalls von der IFB, wurde im Rahmen der Social-Entrepreneurship-Strategie als fester Bestandteil der Innovationsförderung verstetigt und 2025 bereits zum vierten Mal umgesetzt. 2024/25 erhielten 17 sozial-innovative Projekt insgesamt 2,6 Mio. Euro Fördermittel, davon wurden **380.645 Euro** auch durch die Begleitung durch Corinna Bremer möglich, beim Bundesprogramm „Nachhaltig wirken“ waren es 2024 sogar 1,2 Mio. Euro. Insgesamt flossen mit Allianz-Unterstützung in dem Zeitraum **2.670.654 Euro Fördermittel** an **33 Social Enterprises**.

Ein noch neuer Anstoß der Allianz ist die Initiative Impact Financing, angeschoben durch Corinna Bremer. Eine Runde mit Vertreter:innen aus Banken, Stiftungen, Verwaltung, Unternehmen und Social Enterprises hat bisher zweimal getagt und arbeitet in kleinen Unterarbeitsgruppen daran, eine weitere wirkungsbasierte Finanzierung für die Hansestadt auf die Beine zu stellen. Corinna Bremer: „Wir starten bewusst ohne fertige Lösungen, aber mit einem klaren Anspruch: gemeinsam tragfähige, wirkungsorientierte Finanzierungsansätze zu entwickeln.“

Eine konkrete Lösung hingegen gibt es bereits mit dem Fördermittel-Kompass (Arbeitstitel: „Trüffelschwein“), ein Ergebnis aus der Zusammenarbeit mit der Reflecta gGmbH: Mithilfe einer KI können Social Enterprises passende Förderprogramme identifizieren und Anträge direkt vorbereiten. Für die Szene ein echter Gewinn – den auch die Allianz mit ermöglicht hat: Corinna Bremer hat die Entwicklung in der Aufbauphase durch Vernetzung relevanter Akteur:innen, fachliche Begleitung und als Testerin unterstützt.

Seit Juni 2025 wird das kostenpflichtige Tool den Mitgliedern der City bereits zu vergünstigten Konditionen angeboten. „Damit haben wir in Ham-



burg früh einen wichtigen Impuls für eine bessere Fördermittelrecherche gesetzt“, freut sie sich. Im kommenden Jahr soll das Tool gemeinsam mit Reflecta weiterentwickelt und noch stärker an die Bedarfe der Social-Entrepreneurship-Praxis angepasst werden.

### **Beratung auch für die Start-ups**

Viele Gründer:innen wenden sich bereits in der Ideen-Findungsphase an die Allianz – und stoßen bei Corinna Bremer immer auf wertschätzende, offene Ohren, und zugleich auch auf eine Menge Expertise. Dann passiert es nicht selten, dass sich die Gründer:innen noch einmal mit ein paar schweren Gedanken im Gepäck zurückziehen „und nach einem halben Jahr wieder anklopfen oder in einem empfohlenen Inkubator weiter an ihrer Idee arbeiten.“

Wichtig ist ihr dabei vor allem, dass Social Enterprises Geschäftsmodelle entwickeln, die nicht nur gesellschaftlich sinnvoll, sondern auch tragfähig sind – und dass zugleich anerkannt wird, wie anspruchsvoll es ist, gesellschaftlich notwendige Arbeit in funktionierende wirtschaftliche Strukturen zu übersetzen.

**Vielen lieben Dank für die tolle Beratung und das wunderbare Recap! Ich fand unseren Termin wirklich klasse und freue mich, einige neue Einblicke gewonnen zu haben! Die vielseitigen Optionen werden wir uns nun im Detail anschauen!**

Ein:e Beratungsteilnehmer:in im Feedbackbogen zur Beratung

### **Und wie geht es weiter, Corinna?**

„Mein Anliegen ist es, die Beratungsressourcen weiter auszubauen, weil Beratung das Ökosystem spürbar stärkt. Gleichzeitig ist mir Qualitätsmanagement sehr wichtig: Wir verschicken nach jedem Gespräch einen Feedbackbogen – mit einer Rücklaufquote von 78 Prozent. Die Antworten liefern uns sehr wertvolle Einblicke.“

Die Rückmeldungen zeigen klar, welche Formate besonders hilfreich sind, wo Themen offengeblieben sind und wo zusätzlicher Bedarf besteht. Besonders deutlich wird dies beim Thema Finanzierung: Es gehört zu den am häufigsten besprochenen Beratungsthemen – und bleibt für viele auch nach der Beratung weiterhin offen. Das macht sichtbar, wie komplex und langfristig relevant dieses Feld für Social Enterprises ist. Für uns heißt das: Beratung nicht nur zu sichern, sondern mit vielfältigen Formaten gezielt weiterzuentwickeln, um den unterschiedlichen Bedarfen noch besser gerecht zu werden.“

# Wirkungspartnerschaften

Um mehr gesellschaftliche Wirkung zu ermöglichen, trommelt die Allianz die Akteur:innen aus vielen Sektoren zusammen. Das Ziel: Gesellschaftliche Herausforderungen der Stadt Hamburg angehen. Das Motto: Gemeinsam geht mehr!

## Was sagt die Strategie?

„Mit der Social-Entrepreneurship-Strategie regen wir mehr Wirkungspartnerschaften zwischen Social Enterprises und Akteur:innen aller Sektoren an.“

## Input Wirkungspartnerschaften

### Eine starke Stimme

Wer unterschiedliche Akteur:innen an einen Tisch bringen will, braucht eine starke Stimme und eine für alle verständliche Sprache. Jemanden wie Lea Gies. Schließlich hat sie vor ihrem Studium zu Pflege- und Gesundheitsmanagement im ersten Berufsleben als Logopädin gearbeitet, ehe sie in der Quartiersentwicklung von Q8 der Evangelischen Stiftung Alsterdorf tätig war. „Von dieser Erfahrung in einer intermediären Rolle

profitiere ich jetzt sehr“, sagt Lea Gies, die seit August 2024 bei der Allianz die Koordination und Entwicklung von Wirkungspartnerschaften als Referentin verantwortet.

Für die Allianz begleitet sie Themen, die einen gesellschaftlichen Mehrwert für Hamburg haben und den Akteur:innen aus dem Social-Enterprise-Sektor, Verwaltung, Stiftungen, Wirtschaft und Wohlfahrt wichtig sind – und organisiert für sie Austausch- und Vernetzungsformate. „Es geht immer um Lösungen für die drängenden gesellschaftlichen Herausforderungen in unserer Stadt“, so Lea Gies, „und darum, nachhaltige Wirkung für vulnerable Zielgruppen in Hamburg zu erzielen.“ Ist ein Thema identifiziert, holt sie alle an einen Tisch – inklusive der Social Enterprises in der City, die bereits in einem bestimmten Themenfeld aktiv sind.



## Output Wirkungspartnerschaften

### Zusammenbringen, reden, handeln

Schon klar: Es gibt eine Menge Probleme in einer Stadt wie Hamburg. Welche also gezielt angehen? Eine entsprechende Umfrage in der Verwaltung im Kontext von #Update Hamburg diente für eine erste Orientierung, die Ergebnisse wurden gematcht mit eigenen Erfahrungen und einem Blick ins Ökosystem.

Und dann begann und beginnt grundsätzlich die Arbeit. Sobald ein Thema gesetzt wird, identifiziert Lea Gies die zentralen Akteur:innen, führt Gespräche mit ihnen, um sie und die Problemlage besser zu verstehen und lädt schließlich zu einem ersten, dreistündigen Workshop ein – für viele bereits „ein hohes Zeitinvest“. Immer mit am Tisch dabei: die Social Enterprises. Schließlich geht es „um gemeinsame systemische Veränderungen“, so Lea Gies.

### Thementisch 1: Einstieg ins Berufsleben

Als erstes wurde ein Thema identifiziert, das der Stadt seit geraumer Zeit auf den Nägeln brennt: der Übergang von der Schule in den Beruf. Das Problem: Eigentlich gibt es viele offene Ausbildungsstellen und genügend Schulabgänger:innen – doch sie finden nicht zusammen.

Also brachte Lea Gies im März 2025 die Verantwortlichen von Joblinge, MUT Academy und weiteren Social Enterprises mit jenen von Handwerkskammer, Sozialbehörde und Bildungsträgern zusammen, insgesamt 20 Akteur:innen. Eine echte Herausforderung – doch eine Mühe, die lohnt. Denn die gebildeten Arbeitsgruppen arbeiten seither daran, wirkungsvolle Angebote so zu bündeln, dass kein junger Mensch mehr auf der Strecke bleibt. Der Fokus gilt zunächst der Schule, in der gezielt Unterstützungsangebote für die Berufsorientierung gemacht werden sollen. Auf dem weiteren Weg der jungen Menschen sollen Angebote so ineinandergreifen, dass alle die Angebote bekommen, die sie benötigen.

*Wirkt für alle!*



## **Thementisch 2: Arbeitsmarktintegration (formal) gering qualifizierter Frauen**

Als zweites Thema erwies sich die Arbeitsmarktintegration von sogenannten formal gering qualifizierten Frauen, also geflüchtete oder migrierte Frauen, deren Berufserfahrung nicht anerkannt wird oder die de facto keine Berufserfahrung haben. Die Society gGmbH aus Hamburg hatte ein EU-Projekt durchgeführt, bei dem es um Resilienz und die Frage ging, wie man Integration in Deutschland besser gestalten kann – und das im April 2025 auslief.

„Zusammen mit den Verantwortlichen haben wir entschieden, das Projekt unter unserer Flagge weiterzuführen“, erzählt Lea Gies, „und es entstand eine wirklich gute Gruppe aus rund 20 Personen“, vor allem aus Vertreter:innen aus Social Enterprises, Bildungsträgern und der Wissenschaft. Eine AG kümmert sich seither um die Frage, wie man Unternehmen für diese Zielgruppe besser sensibilisieren kann. Es sollen Informationsveranstaltungen umgesetzt werden, bei denen Best-Practice-Beispiele und Fördermöglichkeiten aufgezeigt werden. Die zweite AG überlegt sich, wie die Angebote zur Arbeitsmarktintegration von Frauen und anderen verwandten Zielgruppen noch besser ineinandergreifen und zentral verortet werden können. „Beide AGs sind total motiviert bei der Sache“.

### **Wirkungslogik für die Thementische – und für die Allianz**

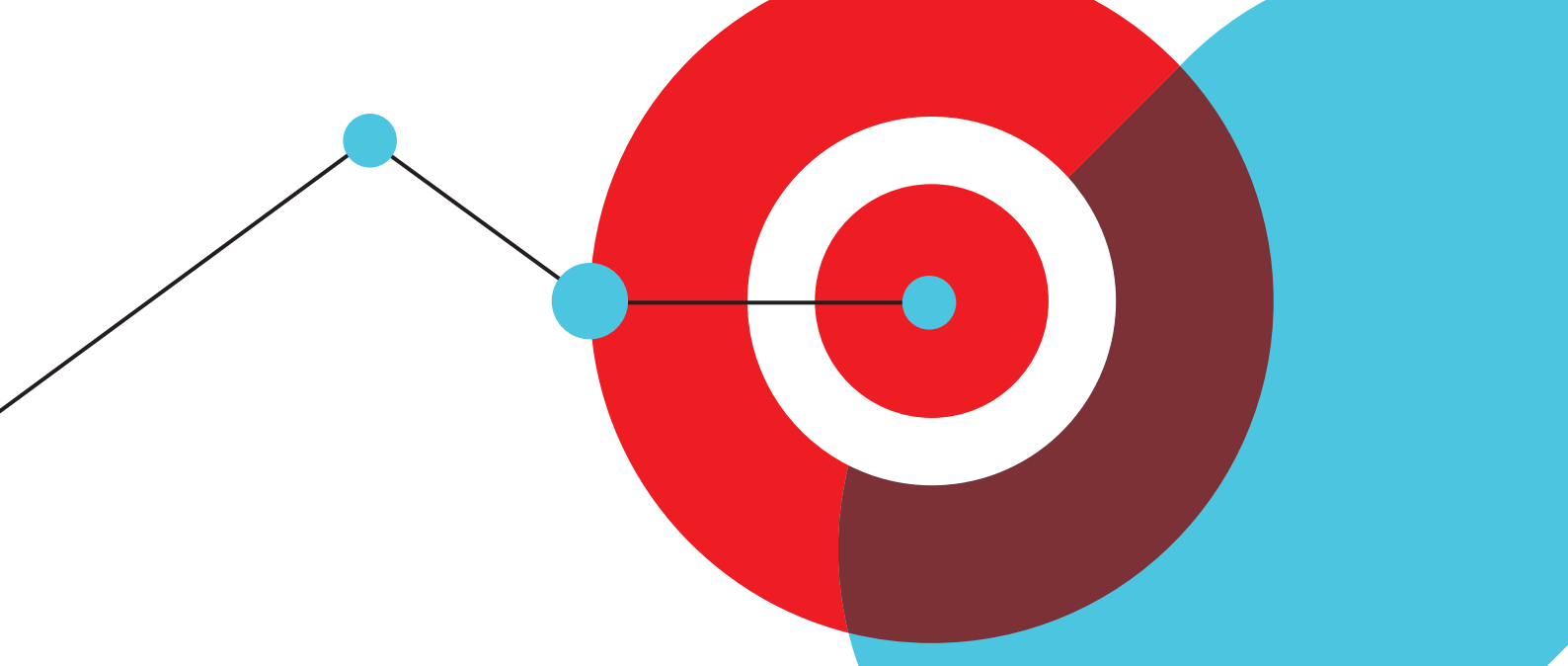
Lea Gies' bisherige Erfahrung: Oftmals kennen sich die Akteur:innen am Thementisch bereits, man kenne die Herausforderungen und wisse, „was nicht gut läuft“, bei Netzwerktreffen komme man über „man müsste, man sollte“ selten hinaus. So weit, so ungut. „Bisher gab es keinen crosssektoralen Knotenpunkt, an dem sie strukturiert zusammenkommen und gemeinsam darüber nachdenken, wie sie die Themen gemeinsam lösen können.“ Dass es sich bei den Thementischen nur um ein weiteres Netzwerktreffen handle, habe sie mittlerweile ausräumen können. Es geht um konkrete Ergebnisse. Und um ganz viel „anfangen und ausprobieren, was gut funktioniert und was nicht“.

Was auch neu ist: Man hat gemeinsam am Thementisch als Grundlage der Arbeit an einer Wirkungslogik gearbeitet. Da kommt es allen zugute, dass Lea Gies tief ins Meer des Wirkungsmanagements eingetaucht ist – ihr zweiter Zuständigkeitsbereich. Gemeinsam mit Vertreter:innen der Uni Hamburg (siehe Seiten 11 und 28) hat sie für die Allianz eine erste Wirkungslogik nach dem sogenannten IOOI-Modell entwickelt, die nun in den kommenden Jahren als Grundlage der Arbeit und für ihre Evaluation dienen soll. Für die Thementische gilt, dass es einen Riesenunterschied mache, wenn man weiß, wohin die Wirkungs-Reise gehen und aus dem Ziel abgeleitet einen roten Faden spinnen kann.



**Dank des Thementisches können wir Erfahrungen, Expertisen und Netzwerke bündeln. So entsteht genau die Wirkung, die wir alle erreichen wollen.**

Linda Rau, Joblinge



### **Sektoreigene Roundtables zur Vernetzung untereinander**

Weitere Orte der Vernetzung als zweites, von den Wirkungspartnerschaften unabhängiges Format, sind die sektorbezogenen Roundtables, die in der Verantwortung des Vorstands der Allianz liegen und bei denen Lea Gies unterstützend wirkt. Die Idee: Vertreter:innen von zum Beispiel Stiftungen jeweils untereinander in Verbindung bringen, um sie dafür zu sensibilisieren, wie sie Social Enterprises unterstützen können. 2026 soll es zudem einen Roundtable für Akteur:innen aus Universitäten und Hochschulen geben, die eine entsprechende sektorbezogene Expertise mitbringen und auf dem Gebiet von Social Entrepreneurship lehren und forschen.

Im Jahr 2025 gab es bereits einen guten Auftakt mit Hamburger Stiftungen in den Räumen der Körber-Stiftung, bei dem es gelungen ist, die 30 Vertreter:innen für den Bereich Social Entrepreneurship zu sensibilisieren und anzuregen, unternehmerisches Handeln auch im sozialen Sektor mitzudenken.

### **Und wie geht es weiter, Lea?**

„Für mich ist vor allem wichtig, dass wir die Arbeit in den AGs gut fortführen und wir in der Umsetzung der Ideen vorankommen. Nur so können gute und nachhaltige Wirkungspartnerschaften entstehen. Zudem werde ich mich weiter in das komplexe Feld des Wirkungsmanagements einarbeiten, auch eine weitere Umfrage zur Zufriedenheit mit der Allianz steht an. Und es wäre großartig, wenn wir mit der Initiative Impact Financing von Corinna ein Instrument erarbeiten könnten, dass wir für die Finanzierung von Ideen bei den Thementischen nutzen könnten.“

# Kommunikation

Um die Sichtbarkeit der Social Enterprises in Hamburg zu steigern, spielt die Allianz auf der gesamten Klaviatur der Kommunikation: Website, Social Media, Kampagnen, Geschichten. Nach den ersten Erfolgen soll nun die Reichweite erhöht werden.

## Was sagt die Strategie?

„Das Ziel des Handlungsfelds Erklären und Sichtbarkeit erzeugen: Mit der Social-Entrepreneurship-Strategie tragen wir dazu bei, eine breite Kenntnis über Social Enterprises als Treiber gesellschaftlicher Innovation zu erreichen.“

## Input Kommunikation

### In besten Händen

Seit November 2023 verantwortet Vivien Nikolic bei der Allianz die Kommunikation – und ist dort bestens aufgehoben, schließlich bringt sie Erfahrung in unterschiedlichen, relevanten Bereichen mit: Unternehmenskommunikation, Nachhaltigkeitsberichte und freie Redakteurin für Purpose-Themen.



## Output Kommunikation

### Starker Auftritt in Netz und Stadt

Wer gesehen werden will, muss sich zeigen. Dabei helfen ein Plan, ein eigenes Profil, ein starker Auftritt und überzeugende, profunde Inhalte. Und das ist gar nicht so einfach. Immerhin: Mit einer wie von der Strategie vorgesehen ambitionierten Dachmarke („Social Entrepreneurship City Hamburg“) und einem eigenen Corporate Design war Anfang 2024 zwar schon viel gewonnen, doch was bringen all die schönen Worte, Icons und Fotos, wenn man keinen Plan hat, wie man sie wirkungsvoll einsetzt?



Also entwickelte die Allianz ein Kommunikationskonzept mit unterschiedlichen Maßnahmen, die miteinander verzahnt sind und alle auf das strategische Ziel ausgerichtet sind: mehr Sichtbarkeit für Hamburgs Social Enterprises erzeugen.

## Tach auch! Unsere Website



Ganz oben auf der To-do-Liste: Eine Website als zentraler Knotenpunkt für Community, Interessierte und Wirkung-Fans – mit allen wichtigen Inhalten wie den vier zentralen Themenbereichen Beratung, Vernetzung, Wissen und Förderung, aktuellen News, mit Infos zur Mitgliedschaft und einer sogenannten

Stakeholder-Map, auf der sich nun sämtliche Citizens und die Partner im Wirkungs-Ökosystem finden lassen.

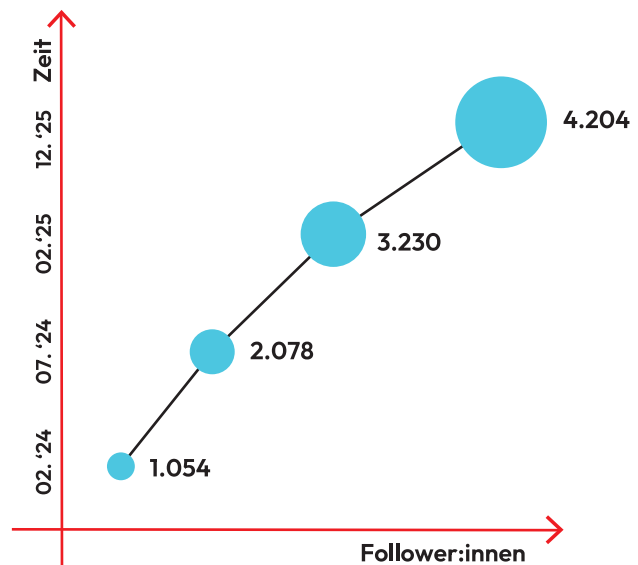
In einem zweiten Schritt durchlief die Website einen externen Auditprozess hinsichtlich Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit, an dessen Ende vieles besser war. So wurden mehr als **15 Barrieren** abgebaut und der Ausstoß von CO<sub>2</sub> um **98,5 %** verringert, wenn man die Seite aufruft.

## LinkedIn-Rallye

Neben der digitalen Heimat setzt die Allianz vor allem auf regelmäßige Posts auf LinkedIn, um über sich, aber auch über andere im Ökosystem zu berichten. Und das mit Erfolg: Ende 2025 knackte die Allianz nach zwei Jahren die Schwelle von 4.000 Follower:innen.

Ein stetiger Anstieg. Die Anzahl der Newsletter-Abonnent:innen ist natürlich bei weitem nicht ganz so stark, wächst aber Schritt für Schritt weiter:

**12/2025: 313**



## Wir erzählen Geschichten des Gelingens

Ganz klar: Die Geschichten unserer Social Enterprises sind so vielschichtig, so interessant, so profund, manchmal so anrührend, dass man sie erzählen muss. Nichts erklärt das Mindset und die Arbeitsweise im Sektor besser als Geschichten über die Tätigkeit der gemeinwohlorientierten Unternehmen und Organisationen. Deshalb veröffentlicht die Allianz etwa alle zwei Monate eine sogenannte Wirkungsstory (ein ausführliches Porträt eines City-Mitglieds) und versendet regelmäßig Pressemitteilungen zu aus-

gewählten Citizens an knapp hundert Medienvertreter:innen. Zuletzt wurde ein neues Format auf LinkedIn gestartet: Gesichter der City. Damit richtet die Allianz einmal monatlich das Scheinwerferlicht auf eine Organisation aus der City und stellt sie den LinkedIn-Follower:innen vor.

## Kampagnen, die überzeugen

Um auf das erste Forum hinzuweisen, hat die Allianz im Februar 2025 erstmals eine Kampagne gestartet. Von 320 Plakaten im öffentlichen Raum schauten drei profilierte Hamburger Social Entrepreneurs: Sidonie Fernau (Mamalies), Christian Sigmund (Wildplastic) und Dr. Constanze Klotz (Bridge & Tunnel) – mit starken Botschaften, die offenbar zogen.

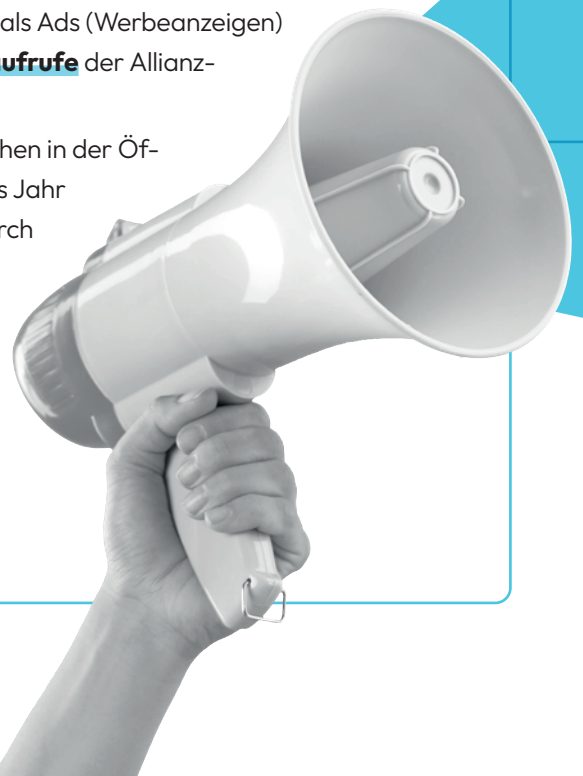


## Wir nehmen uns ein Beispiel an Euch!

Susanna Krueger, SEND

**140.000 Impressions** haben die Kampagnenmotive als Ads (Werbeanzeigen) bei LinkedIn erzielt, zudem gab es **58 % mehr Seitenaufrufe** der Allianz-Website im Vergleich zum Vormonat.

Ende November 2025 folgte das nächste Ausrufezeichen in der Öffentlichkeit: Rund um den Social Enterprise Day (jedes Jahr am 20. November) war die City mit Unterstützung durch den Werbevermarkter Ströer neun Tage lang auf **4.000 Bildschirmen** in S- und U-Bahnen Hamburgs zu sehen und auf **140 digitalen Werbetafeln** am Rand stark befahrener Straßen, um auf ihr Thema aufmerksam zu machen. Denn auch darum geht es: Hinaus aus der Bubble, hinein in die Mitte der Stadtgesellschaft.



## Oder anders gesagt: Bäm!

All diese Maßnahmen dienen einem Ziel: Die Sichtbarkeit von Social Entrepreneurship in Hamburg zu verbessern. Ob das erreicht wurde, ist nicht einfach zu messen. Immerhin wurde die Zielgruppen danach befragt – und deren Antwort ist doch einigermaßen deutlich: **68%** stimmen der Aussage „größtenteils“ oder „voll und ganz“ zu, dass Social Enterprises durch die Kommunikation der Allianz mehr Sichtbarkeit bekommen. Die qualitativen Interviews bestätigten das gute Ergebnis: Die Kommunikation wird als professionell und präsent wahrgenommen, Tonalität und Frequenz werden gelobt, ebenso die unkomplizierte Erreichbarkeit. Einziges Bedenken: Entfaltet die Sichtbarkeit auch schon außerhalb der Bubble Wirkung? Dem geht die Allianz in Zukunft nach.



**Hallo ihr Lieben. Ich bekomme diverse Newsletter, aber euer ist etwas ganz Besonderes! Wirklich tolle Arbeit! Danke.**

Markus Roll, Santa Black Sheep

## Und wie geht es weiter, Vivien?

„Wir sind gut aus den Startlöchern gekommen, haben den Citizens eine Bühne gegeben und schon einiges umgesetzt, aber es geht ja bekanntlich immer mehr. Ich würde unsere Reichweite in Zukunft gerne noch weiter steigern, zum Beispiel indem wir uns auch kommunikativ noch stärker mit anderen Intermediären im Social-Entrepreneurship-Ökosystem zusammentun. Zudem bleibt ein Ziel, über unsere Kernzielgruppe hinauszukommen, also raus aus der Bubble, und etwa auch die klassische Wirtschaft noch mehr zu erreichen.“

# Next Level Outcome – oder: Erfolg ist planbar

Die Allianz hat das vergangene Jahr dafür genutzt, sich tief in ihre Wirkungslogik einzuarbeiten. Mit einem komplexen Ziel- und Indikatoren-Katalog sollen die Wirkungen nun ab 2026 gemessen und analysiert werden – um passgenau nachzusteuern.

Wer wissen will, ob Input und Output auch Früchte tragen, muss auf der IOOI-Treppe (siehe Seite 11) ein Stück weiter nach oben klettern – Schritt für Schritt. Das erste Outcome-Ziel, was es im Rahmen der Wirkungslogik auf Stufe 4 zu überprüfen gilt: Verändern die Zielgruppen ihr Bewusstsein bzw. ihre Fähigkeiten. Stufe 5: Ändern sie ihr Handeln? Stufe 6: Verändert sich die Lebenslage der Zielgruppen?

Allianz-Referentin Lea Gies hat im vergangenen Jahr gemeinsam mit Unterstützung von zwei Wissenschaftlerinnen der Uni Hamburg intensiv an diesen Fragen gearbeitet. Für vier Zielgruppen (Social Enterprises, Wirtschaft/Verwaltung/Politik, Zivilgesellschaft und Überregionale Akteur:innen) wurden auf jeder Outcome-Stufe Ziele, Indikatoren und Zuständigkeiten definiert. Am Ende stand ein komplexes Tableau mit 58 Zielen und 116 dahinter liegenden Indikatoren, also möglichen Messzahlen und Analysen.



Um das besser zu verstehen, finden sich in der Grafik exemplarisch die intendierten und konsolidierten Outcome-Ziele der primären Zielgruppe der Social Entrepreneurs – und wie sie auf den diversen Stufen zusammenhängen.

**Ein Beispiel:** Die diversen Maßnahmen (Output) der Allianz sollen im ersten Schritt etwa bewirken, dass die „Social Entrepreneurs **wissen, wie sie sich gewinnbringend vernetzen können** und erleben ein starkes Netzwerk, Gemeinschaft, Zusammenhalt und Verbundenheit in der Social Entrepreneurship-Community“. Zudem sollen sie „wissen, wie sie sich (auch) **mit Akteur:innen anderer Sektoren vernetzen können**“ (Stufe 4). Beides soll dazu führen, dass die Social Entrepreneurs „die **Community aktiv nutzen**“, sich also wirklich vernetzen, in den Austausch gehen, voneinander lernen, kooperieren und Veranstaltungen besuchen (Stufe 5) – was schließ-

lich darin münden soll, dass es „**mehr zufriedene und erfolgreiche Social Entrepreneurs**“ gibt (Stufe 6).

Noch ist all das Theorie, aber Rom wurde bekanntlich ja auch nicht an einem Tag erbaut. Lea Gies und das Team werden in den kommenden zwei Jahren entsprechende Maßnahmen ergreifen, damit die Outcome-Ziele messbar werden – und weiter an der Wirkungslogik feilen. Denn: Wenn einmal die ersten Zahlen da sind, muss sie mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder angepasst werden.

Fortsetzung folgt...



Bestehende Social Enterprises sichern ihre Finanzierung langfristig ab und sind stabil.

Die Lösungen von Social Enterprises sind in gesellschaftliche Regelsysteme integriert.

Mehr Social Enterprises skalieren (Wirkung, Orte, Geschäftsfelder).

Social Entrepreneurs professionalisieren ihre Strukturen (tragfähige Finanzierungsideen und Geschäftsmodelle, Wirkungsmanagement, Organisationsstruktur).

Social Entrepreneurs treten selbstbewusst(er) öffentlich auf (z.B. Wirkungskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media).

Social Entrepreneurs fühlen sich gut informiert. Sie haben einen besseren Überblick über Angebote, Informationen und Themen im Ökosystem.

Social Entrepreneurs entwickeln neue Kompetenzen (z. B. Geschäftsmodellentwicklung, Wirkungsmanagement, Finanzierungsmodelle, Wissen über Finanzierungsinstrumente ...).

Social Entrepreneurs fühlen sich mit ihrem Unternehmen stärker in der Öffentlichkeit gesehen.

# Governance

## 🎯 Unsere Struktur

Hinter der Social Entrepreneurship City Hamburg steht der Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V. Er wurde Mitte 2023 gegründet, um der zuvor im Auftrag der Behörde für Wirtschaft, Arbeit und Innovation entwickelten Social-Entrepreneurship-Strategie der Stadt Hamburg Leben einzuhauchen. Den Vorstand des Vereins bilden Vertreter:innen aus verschiedenen Bereichen der Stadt: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland, Arbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege Hamburg, Behörde für Wirtschaft, Arbeit und Innovation, Holistic Foundation und Universität Hamburg.

Der Vorstand ist weitgehend beratend für die Geschäftsstelle tätig, übernimmt aber auch etwa mit

Planung und Durchführung der Roundtables (s.S. 23) operative Aufgaben.

Neben den beiden Geschäftsführer:innen Corinna Bremer und Boris Kozlowski und den vier Themen-Referentinnen (Corinna Bremer in Personalunion, Johanna Eisenhardt, Lea Gies, Vivien Nikolic) sorgt zudem Lena Bruce (Foto) als Referentin Projektadministration für Struktur in der Geschäftsstelle und gestaltet die Events der City und die Kommunikation maßgeblich mit.



## 🎯 Umwelt- und Sozialprofil

Auch innerhalb der eigenen Organisation übernimmt die Allianz soziale und ökologische Verantwortung. Im Bereich der sozialen Verantwortung legt sie großen Wert auf Diversität, sowohl im Team als auch in der bewusst paritätisch besetzten Geschäftsführung, und beschäftigt Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen. Eine faire und transparente Vergütung in Anlehnung an den TV-L (Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst der Länder) ist für die Allianz selbstverständlich, wodurch es keinen Gender Pay Gap gibt.

Ergänzt wird dies durch attraktive Benefits wie 30 Tage Jahresurlaub, ein jährliches Weiterbildungsbudget, eine Jahressonderzahlung, Zuschüsse zum Deutschlandticket oder andere steuerfreie Sachbezüge sowie regelmäßige Team-Events. Flexible Arbeitsmodelle, Teilzeit-

möglichkeiten, Eltern- und Pflegezeit sowie Homeoffice tragen zur guten Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei. Die Arbeitszeiten werden transparent erfasst, Überstunden können flexibel ausgeglichen werden.

Auch ökologische Verantwortung ist ein zentrales Anliegen. Die Allianz achtet bei der Beschaffung von Büro- und Kommunikationsmaterialien sowie anderen Verbrauchsgütern auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit. Die Büroräume befinden sich im betahaus, wo sich die Allianz eine gemeinschaftliche Infrastruktur mit anderen Organisationen teilt und so Ressourcen schont. Dienstreisen werden möglichst klimafreundlich organisiert, überwiegend öffentliche Verkehrsmittel genutzt, Flüge vermieden und Unterkünfte gewählt, die ebenfalls ökologische Verantwortung übernehmen.

## 🎯 Finanzierung

Die Arbeit der Allianz für Social Entrepreneurship wird finanziert durch die Behörde für Wirtschaft, Arbeit und Innovation, deren Mittel über die IFB als zentrale Förderinstitution der Stadt Hamburg freigegeben werden. Die erste zweijährige Förderperiode lief im Mai 2025 aus, die Anschlussförderung ist auf fünf Jahre bis 2030 zugesagt.

Die Höhe der Förderung in der zweiten Periode beträgt 3.969.024,55 Euro, davon sind 86 % Personalkosten, 8 % Fremdleistungen (allg. Vergabekosten und externe Dienstleister:innen) und 6 % Sondereinzelkosten etwa für Reisen, Transporte und Veranstaltungen. Auf der Einnahmeseite standen in den vergangenen zwei Jahren 45.000 Euro aus Sponsoring für das Social Entrepreneurship Forum Hamburg und diesen Wirkungsbericht sowie 1.121,14 Euro aus Honoraren für Vorträge und Moderationen.

## Unsere Partner

Ohne das gemeinsame Handeln vieler Akteur:innen wäre die Arbeit der Allianz kaum denkbar. In den vergangenen zwei Jahren haben sich viele Organisationen und Unternehmen in Kooperationen engagiert und dadurch vieles erst ermöglicht. Ein großes **DANKE** an alle – und bis bald für noch mehr gemeinsames Wirken!



Hamburger Allianz für Social Entrepreneurship e.V.  
Geschäftsführung – Corinna Bremer, Boris Kozlowski

c/o betahaus | Schanze  
Eifflerstraße 43  
22769 Hamburg  
www.socialentrepreneurship.hamburg  
hallo@socent.hamburg



Konzept, Redaktion, Layout:  
KOMBÜSE GmbH

Fotocredits:  
Jasper Ehrich (Eventfotos)  
Claudia Höhne (Interview Bremer, Kozlowski)

Dieser Wirkungsbericht  
wird gefördert von:



Druckproduktion und  
Konfektionierung:

