



Nicht zu übersehen: In der Rue du Laboratoire in Luxemburg-Stadt befindet sich das fünfstöckige House of Startups.

Foto: Chris Karaba

Ambitioniert in die Zukunft

Das House of Startups will über die Grenzen hinaus die Gründerszene erweitern

Von Mara Bilo

Luxemburg. Mitten in der Stadt Luxemburg, hinter dem Bahnhof, findet sich das Herz der luxemburgischen Start-up-Szene: Das House of Startups. Dessen Ziel ist klar: Alle innovativen Start-ups hier im Land unter einem Dach zu vereinen und so den Austausch unter ihnen zu fördern. Die von der Handelskammer gegründete Adresse feiert nun ihr erstes Jahr – die Gelegenheit für Carlo Thelen, Direktor der Handelskammer, und Karin Schintgen, CEO des House of Startups, eine Zwischenbilanz zu ziehen.

Und das Fazit fällt positiv aus. Insgesamt sind derzeit vier Inkubatoren – also Plattformen, die darauf abzielen, „andere neu gegründete Unternehmen zu unterstützen und zu betreuen“, so der Duden – im House of Startups vertreten (siehe Kasten). Jeden Monat werden etwa 1 000 Besucher gezählt; auch werden ungefähr 30 Veranstaltungen monatlich organisiert. Von den 150 bis 200 Plätzen, die Start-ups zur Verfügung stehen, sind derzeit schon 100 besetzt.

„Sie repräsentieren 15 verschiedene Länder“, erklärt Carlo Thelen. „19 Prozent der unter unserem Dach beherbergten Start-ups haben auch mindestens einen Gründer, der luxemburgischen Ursprungs ist.“ Eine Zahl, die Karin Schintgen noch ausbauen möchte: „Was mir wirklich am Herzen liegt, ist, dass wir mehr Luxemburger für diesen neuen Weg der Unternehmensgründung interessieren können“, erklärt die CEO des House of Startups. „Viele

Menschen hierzulande haben gute Ideen – wir bieten die Möglichkeit an, sie umzusetzen.“

Die Start-up-Nation

Wichtiger Meilenstein im ersten Jahr des House of Startups war vor allem die Gründung von „EU-Tribe“; das Projekt zielt darauf ab, Innovationsakteure wie Start-ups, aber auch Inkubatoren, Forschungszentren und Großunternehmen aus Luxemburg, Lothringen, Rheinland-Pfalz, dem Saarland und der Wallonie zu vernetzen. „Es geht darum, einen Markt

für Innovationen zwischen den beiden wichtigen Start-up-Szenen Paris und Berlin zu schaffen“, erklärt Carlo Thelen die Strategie. Mit mehr als 1 500 bereits aktiven Start-ups und elf Millionen potenziellen Kunden hofft das House of Startups darauf, nicht nur weitere Kleinunternehmen in die Großregion zu locken, sondern auch neue Investoren.

Damit zeigt sich, dass das Großherzogtum sich weiterhin als Start-up-Nation behaupten möchte. Doch die Hürden sind noch hoch, darauf weisen Carlo Thelen und

Karin Schintgen hin. „Besteuerung, Finanzierungsmöglichkeiten, vereinfachte Verwaltungsverfahren – es gibt Nachholbedarf in Luxemburg.“

Um dieser Situation Rechnung zu tragen, hat die Handelskammer auch den Inkubator-Club, kurz: INCLU, gegründet, um Verbesserungsvorschläge für die luxemburgische Gründerszene auszuarbeiten. „Wir sind im permanenten Kontakt mit den zuständigen Ministerien“, sagt Thelen. Im House of Startups werden unterdessen den Kleinunternehmen verschie-

dene Services angeboten, um ihnen bei den administrativen Schritten in Luxemburg zu helfen – diese reichen von der Unterstützung bei der Suche nach öffentlichen oder privaten Finanzierungsmöglichkeiten bis hin zur Beratung in den Bereichen Marketing, Informatik oder Rechtsfragen.

Zahlen, Daten, Fakten

Das im Jahr 2017 von der Handelskammer Luxemburg gegründete House of Startups verfolgt das Ziel, „das Innovationsökosystem in Luxemburg zusammenzuführen und zu stärken“, wie es der Direktor der Handelskammer, Carlo Thelen, formuliert. Darüber hinaus soll das House of Startups die Kleinunternehmen hierzulande unterstützen sowie ihnen dabei helfen, sich mit bereits etablierten Firmen in Verbindung zu setzen.

Das System: Die vier sogenannten Inkubatoren – das „Luxembourg House of Financial Technology“ (LHoFT), der „Luxembourg-City Incubator“ (LCI), der „International Climate Finance Accelerator (ICFA) und „Hub@Luxembourg“ – sind im House of Startups in der Rue du Laboratoire die Hauptmieter; die Start-ups bei ihnen jeweils Untermieter. Die Kosten für das House of Startups werden von der Handelskammer getragen; so sind insgesamt 500 000 Euro pro Jahr notwendig, um das nicht wirtschaftlich orientierte Projekt laufen zu lassen, wie Thelen erklärt. Am 1. Juni 2018 fand die Einweihung des 6 000 Quadratmeter großen Gebäudes statt. *mbb*

Drei Fragen an

Karin Schintgen ist CEO des House of Startups.

1. Karin Schintgen, neben dem House of Startups hat die Handelskammer auch den Inkubator-Club, kurz: INCLU, gegründet, um Lösungen zur Verbesserung der Situation von Start-ups im Großherzogtum zu finden und umzusetzen. Was ist das Hauptproblem für Start-ups hierzulande?

Es geht um die Steuerabzugsfähigkeit: In vielen Ländern kann man einen Teil des Geldes, das man in ein Start-up investieren möchte, von den Steuern absetzen. Das ist beispielsweise der Fall in England. Sollte das Start-up pleite gehen, ist es dort sogar möglich, die ganze Summe von den Steuern abzusetzen.

2. Ist die luxemburgische Start-up-Szene überhaupt wettbewerbsfähig im Vergleich mit den



Bedingungen, die unsere Nachbarländer anbieten?

Überhaupt nicht! Wir haben zwar Förderungs- und Finanzierungsprogramme – ähnliche Möglichkeiten werden aber auch im Ausland angeboten. Die kritische Phase in der Start-up-Welt ist das sogenannte „death valley“ – also die frühe Entwicklungsphase eines Start-ups, wenn es darum geht, das Produkt auf den Markt zu bringen und sich zu vergrößern. In diesem Moment braucht das junge Unternehmen

noch Investoren – und die hierzulande zu finden, ist nicht einfach. Das ist der Unterschied zwischen einem Start-up und einem traditionelleren Unternehmen – Start-ups sind auf diese Investoren angewiesen.

3. Gibt es auf europäischem Niveau Initiativen, um Start-ups in ganz Europa zu unterstützen und die gleichen Chancen der Entwicklung zu geben?

Ja, der Europäische Investitionsfonds [die auf der Förderung kleinerer Firmen spezialisierte Schwesterorganisation der Europäischen Investitionsbank, *Anm. d. Red.*] hat ein Programm ausgelegt, das sich an Risikokapitalfonds richtet, die in innovative Kleinunternehmen während der Wachstumsphase investieren wollen. Es passiert also schon etwas, nur: Es braucht alles seine Zeit.

Interview: Mara Bilo