DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Periodical Part

Deutscher Startup Monitor / Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS) ; 8 (2019)

Provided in Cooperation with:
Bundesverband Deutsche Startups (BVDS), Berlin

Reference: Deutscher Startup Monitor / Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS) ; 8 (2019) (2020).
https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2020/09/dsm_2020.pdf.

This Version is available at:
http://hdl.handle.net/11159/5004

Kontakt/Contact
ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel (Germany)
E-Mail: *rights[at]zbw.eu*
https://www.zbw.eu/econis-archiv/

Standard-Nutzungsbedingungen:
Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

https://zbw.eu/econis-archiv/termsofuse

Terms of use:
This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

www.pwc.de

Deutscher Startup Monitor 2020

Innovation statt Krise

pwc

Bundesverband Deutsche Startups e.V.

netSTART
WE START YOUR E-BUSINESS

Herausgeber und Projektumsetzung
Bundesverband Deutsche Startups e. V.

Autoren
Prof. Dr. Tobias Kollmann, Philipp Benedikt Jung, Lucas Kleine-Stegemann, Julian Ataee, Katharina de Cruppe (Universität Duisburg-Essen)

Partner und Mitherausgeber
PwC Deutschland

Technische Umsetzung
Dr. Julian Bühler

ISBN
978-3-948895-04-4

Danksagung
Wir bedanken uns herzlich für die Unterstützung bei allen Netzwerkpartnern, Preisgebern und Teilnehmern.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 4

Vorwort des Initiators 6

Vorwort des Partners 8

Grußwort der Bundeskanzlerin 10

Der 8. Deutsche Startup Monitor repräsentiert 12

Zehn Fakten aus dem DSM 2020 13

The 8th German Startup Monitor represents 14

Ten Facts of the DSM 2020 15

1 Motivation 16
1 Gründungsgeschehen in Zeiten der Corona-Krise ... 17
2 Merkmale von Startup-Gründungen 18
3 Akademisches Rahmenwerk 19

2 Startups in Deutschland 20
1 Startup-Alter und Entwicklungsphasen 21
2 Standort und Gründungs-Hotspots 22
3 Branchen und Geschäftsmodelle 23
4 Mitarbeiterzahl und Neueinstellungen 25

3 Corona-Krise im Startup-Ökosystem 26
1 Auswirkungen der Corona-Krise 27
2 Reaktion der Startups auf die Corona-Krise 30
3 Unterstützungsmaßnahmen durch die Politik 31

4 Management 32
1 Alter und Geschlecht 33
2 Werdegang der Gründerinnen und Gründer 33
3 Internationalität der Startup-Teams 37

5 Produkte, Services und Prozesse 39
1 Kunden 40
2 Künstliche Intelligenz, Virtual-/Augmented Reality und Blockchain 40
3 Nachhaltigkeit 41
4 Unternehmensstrategie 42

6 Finanzen 43
1 Umsatz 44
2 Finanzierung 45
3 Venture Capital im Fokus 46
4 Unternehmerische Ambitionen 46

7 Marktzugang 49
1 Geplante Internationalisierung 50
2 Aktuelle Herausforderungen der Startups 50

8 Infrastruktur, Netzwerke und Wettbewerb 51
1 Startup-Ökosystem 52
2 Kontakte 54
3 Kooperationspartner 55
4 Geschäftsklima 56

9 Politik, Gesellschaft und Kultur 57
1 Beurteilung der Bundes- und Landespolitik 58
2 Erwartungen von Startups an die Politik 59
3 Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungssituation 60
4 Wenn Gründerinnen und Gründer wählen 61
5 Sprache 62

10 Konzeption 63
1 Entwicklung der Studie 64
2 Forschungsdesign 64

Literaturverzeichnis 65

Beteiligte Institutionen und Personen 67
1 Akademische Partner und Autoren 67
2 Initiator und Herausgeber 70
3 Partner und Mitherausgeber 71

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Hauptgrund für Existenzgründungen (2012–2019) 18

Abb. 2 Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann ... 19

Abb. 3 Startup-Entwicklungsphasen (2018–2020) 21

Abb. 4 Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Gründungs-Hotspots (2018–2019) 22

Abb. 5 Branchen (2020) 23

Abb. 6 Geschäftsmodelle (2020) 24

Abb. 7 Durchschnittliche Teamgröße in den Gründungs-Hotspots (2020) 25

Abb. 8 Auswirkungen der Corona-Krise nach Branchen (2020) 28

Abb. 9 Auswirkungen der Corona-Krise nach Geschäftsmodellen (2020) 29

Abb. 10 Aspekte für Beeinträchtigungen durch die Corona-Krise (2020) 30

Abb. 11 Reaktionen der DSM-Startups auf die Corona-Krise (2020) 30

Abb. 12 Genutzte Unterstützungsmaßnahmen im Kontext der Corona-Krise (2020) 31

Abb. 13 Gründerinnen und Gründer nach Geschlecht (2016–2020) 33

Abb. 14 Höchster Schul- oder Hochschulabschluss (2020) 34

Abb. 15 Studienfächer (2020) 35

Abb. 16 Top-10-Gründerhochschulen (2020) 36

Abb. 17 Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer (2020) 37

Abb. 18 Mitarbeiterherkunft in den Gründungs-Hotspots (2020) 38

Abb. 19 Anteile der umsatzbringenden Kundengruppen der DSM-Startups (2020) 40

Abb. 20 Einfluss der Digitalisierung/neuer Technologien auf das Geschäftsmodell (2020) 40

Abb. 21 Green Economy und Social Entrepreneurship (2019–2020) 41

Abb. 22 Unternehmensstrategien (2020) 42

Abb. 23 Jahresumsatz – Vergangenes, aktuelles und kommendes Geschäftsjahr (2020) 44

Abb. 24 Externe Kapitalaufnahme (bisher) (2019–2020) 45

Abb. 25 Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen (2020) 45

Abb. 26 Venture-Capital-finanzierte Startups (2019–2020) 46

Abb. 27 Startup-Ziele (2020) 47

Abb. 28 Exit-Werte (2020) 47

Abb. 29 Risikobereitschaft der Gründerinnen und Gründer (2020) 48

Abb. 30 Internationalisierungspläne nach Mitarbeiterzahl (2020)..... 50

Abb. 31 Aktuelle Herausforderungen der Startups (2019–2020) 50

Abb. 32 Allgemeine Bewertung des Startup-Ökosystems (2020)..... 52

Abb. 33 Spezifische Bewertung des Startup-Ökosystems (2020)..... 53

Abb. 34 Qualität des Netzwerks im Startup-Ökosystem (2020)..... 54

Abb. 35 Kooperationspartner (2020) 55

Abb. 36 Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2020)..... 56

Abb. 37 Geschäftsklima-Saldo (2019–2020)..... 56

Abb. 38 Zufriedenheit mit wirtschaftspolitischen Maßnahmen in der Corona-Krise (2020)..... 58

Abb. 39 Erwartungen an die Politik (2020) 59

Abb. 40 Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungssituation von Startups (2020)..... 60

Abb. 41 Bundestagswahl mit Gründerinnen und Gründern (2019–2020)..... 61

Abb. 42 Dominierende Arbeitssprache im Startup (2020)..... 62

Vorwort des Initiators

Mit aller Kraft stellen sich die Startups der Krise entgegen – das zeigt auch der Deutsche Startup Monitor. Gemeinsam mit unseren mehr als 300 Netzwerkpartnern aus dem gesamten Ökosystem konnten wir in diesem Jahr die Rekordzahl von 1.946 Startups erreichen und repräsentieren somit insgesamt 4.745 Gründerinnen und Gründer sowie 25.966 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auf dieser Grundlage werden sowohl die akute Krisensituation beleuchtet als auch die grundlegenden Veränderungen und Herausforderungen, denen sich Startups aktuell gegenübersehen.

Neue Perspektive: Die große Mehrheit der Startups – knapp 75 Prozent – ist durch die Corona-Krise in ihrer Wirtschaftstätigkeit beeinträchtigt. Das kann für Startups schnell zu einer existenziellen Frage werden: Nicht zuletzt der Blick auf das Geschäftsklima belegt jedoch, dass Startups der Krise trotzen und positiver in die Zukunft blicken als die etablierte Wirtschaft. Dieser Optimismus, verbunden mit der Bedeutung von Startups im Kontext des aktuellen Digitalisierungsschubs, unterstreicht ihre Relevanz für die Zukunftsfähigkeit des Standorts Deutschland.

Neue Arbeitsplätze: Startups in Deutschland beschäftigen durchschnittlich gut 14 Mitarbeiter und schaffen damit im Vergleich zum Vorjahr je einen Arbeitsplatz mehr. Dabei ist besonders erfreulich, dass diese positive Entwicklung auch während der Krise anhält. So planen 90 Prozent der Startups sogar Neueinstellungen, während viele etablierte Unternehmen gegenwärtig Arbeitsplätze abbauen. Hier zeigt sich: Startups behalten ihre wirtschaftliche Dynamik auch in schwierigen Phasen bei und sind für unsere Volkswirtschaft auf dem Weg aus der Krise von zentraler Bedeutung. Genau aus diesem Grund war und ist es elementar wichtig, Startups mit zielgerichteten politischen Maßnahmen während der Krise zu unterstützen.

Neue Lösungen: Startups entwickeln Wirtschaft und Gesellschaft auf vielfältige Weise weiter. So hat die Zukunftstechnologie Künstliche Intelligenz für 43 Prozent der Startups einen hohen Einfluss auf ihr Geschäftsmodell. Zudem fühlen sich immer mehr Startups der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Dies spiegelt sich auch in der Unternehmenskultur und der Diversität im Ökosystem wider. So liegt der Anteil der Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund bereits bei mehr als 20 Prozent und damit nahe dem Niveau in der Gesamtbevölkerung. Dagegen gibt es bei der Geschlechterparität noch einiges für uns zu tun: Der Anteil der Startup-Gründerinnen in Deutschland stagniert bei nur 16 Prozent!

Der diesjährige Deutsche Startup Monitor zeigt also, dass wir mit vorsichtigem, aber begründetem Optimismus durch die noch immer anhaltende Krise gehen können. Gleichzeitig dürfen wir aber mit unseren Bemühungen, Gründerinnen zu stärken, mehr Kapital freizusetzen und Mitarbeiterbeteiligungsprogramme zu vereinfachen, gerade jetzt nicht nachlassen.

Herzliche Grüße

Christian Miele
Präsident des Bundesverbands Deutsche Startups e. V.

Vorwort des Partners

Liebe Leserinnen und Leser

Optimismus steckt tief in der DNA unserer Gründerinnen und Gründer. Während die Corona-Krise die deutsche Startup-Landschaft hart trifft, bleiben die Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer zuversichtlich, anstatt den Kopf in den Sand zu stecken.

Die Ergebnisse des achten Deutschen Startup Monitors zeigen, dass die Startup-Entscheider in der Krise eine Haltung einnehmen, die wir von Familienunternehmern kennen:

- **Startups stellen die Menschen in den Mittelpunkt:** In der Krise kommt es mehr denn je auf die Mitarbeitenden an. Personalabbau ist nur für eine Minderheit der Gründerinnen und Gründer eine Option. Neun von zehn Startups wollen weiter einstellen. Damit schaffen sie nicht nur Arbeitsplätze, sondern avancieren auch zum Wachstumsmotor, der die Wirtschaft mit aus der Krise führen kann.
- **Startups sind Problemlöser:** Die Gründerinnen und Gründer begreifen sich immer stärker als Problemlöser für die großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Fast jedes zweite Startup ordnet seine Produkte und Angebote der „Green Economy“ zu. Mit ihrem Business wollen sie also gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz leisten und gesellschaftliche Probleme lösen.
- **Startups setzen auf Vielfalt:** Die Studie beleuchtet in diesem Jahr erstmals den Aspekt der Diversität – und bringt spannende Erkenntnisse: So hat jeder fünfte Startup-Gründer einen Migrationshintergrund. Bei den Mitarbeitenden haben mehr als ein Viertel ihre Wurzeln außerhalb Deutschlands. Diese Vielfalt ist, davon bin ich überzeugt, erfolgskritisch für die deutsche Startup-Landschaft.

Sinn und Zweck des Deutschen Startup Monitors ist aber auch zu zeigen, wo es noch hakt im Startup-Ökosystem, wo die Gründerinnen und Gründer noch mehr Hilfestellung brauchen, um ihren Weg erfolgreich weiter zu gehen. Auch hier liegen mir drei Aspekte besonders am Herzen:

- **Mehr Startup-spezifische Unterstützung:** Um die Krise zu bewältigen, haben viele Startups die allgemeinen staatlichen Unterstützungsangebote wie die Corona-Soforthilfen und das Instrument der Kurzarbeit genutzt. Auffällig ist jedoch: Nur eine Minderheit greift auf die Startup-spezifischen Unterstützungen zurück. Die Maßnahmenpakete können noch besser auf die Bedürfnisse der Startups zugeschnitten werden.
- **Bessere Finanzierungsbedingungen:** Noch immer ist das Startup-Ökosystem durch den Kapitalmarkt unterversorgt. Die Große Koalition ist gefragt, die beschlossenen Instrumente zur Wachstumsfinanzierung wie den Zukunftsfonds schnell umzusetzen. Denn nur so können unsere Startups im internationalen Wettbewerb bestehen.
- **Fokus auf Kooperationen:** Wie wichtig die Zusammenarbeit mit Partnern ist, wissen die jungen Entrepreneure. Fast drei Viertel von ihnen kooperieren mittlerweile mit etablierten Unternehmen. Es besteht aber nach wie vor Handlungsbedarf, um Brücken zwischen Startups und erfahrenen Firmen zu bauen. Mein Appell an die Unternehmenslenker in Mittelstand und Konzernen: Setzen Sie auf die Innovationskraft der jungen Technologieunternehmen!

Selbstverständlich belassen wir es nicht bei einem Appell. Wir verstehen uns als aktiver Mittler zwischen Corporates und Startups. Wer – wie die rund 5.000 im Deutschen Startup Monitor repräsentierten Gründerinnen und Gründer – mit großem Mut und hohem Einsatz Innovationen und Arbeitsplätze schafft, der verdient jede mögliche Unterstützung. Dafür stehen wir bei PwC NextLevel. In der aktuellen Krise ist das wichtiger denn je. Und ich bin optimistisch, dass dies gelingt!

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Herzliche Grüße

Florian Nöll
Head of Digital Ecosystems bei PwC Deutschland

Grußwort der Bundeskanzlerin

Liebe Leserinnen und Leser,

was macht Gründerinnen und Gründer so besonders? Sie haben nicht nur Ideen, sondern scheuen auch keine Risiken, sie umzusetzen. Sie zeigen sich offen für neue Wege und Methoden. So kreativ und kompetent, wie sie in Marktnischen vordringen, verkörpern sie gleichsam die Stärke unseres Landes als Innovationsstandort.

Ohne Zweifel aber ist die erfolgreiche Gestaltung der Gründungsphase selbst bei freundlichem Konjunkturklima sehr herausfordernd. Und so trifft die Coronavirus-Pandemie viele Gründerinnen und Gründer doppelt schwer. Die Bereitschaft, in neue oder junge Betriebe zu investieren, hat deutlich nachgelassen. Deshalb hat die Bundesregierung ein zwei Milliarden Euro schweres Hilfspaket für Startups verabschiedet. Mit diesen Investitionsanreizen hoffen wir, dass die Finanzierungsrunden in Deutschland bald wieder das Niveau von 2019 erreichen werden.

Rückenwind für Startups bedeutet und verlangt aber weit mehr als Krisenpolitik. Die Bundesregierung will besonders den Zugang zu Wagniskapital weiter verbessern. Wir haben hier schon viel auf den Weg gebracht – etwa die Seed-Finanzierung über den „High-Tech Gründerfonds“ und die Beteiligungen des Venture-Capital-Fonds „coparion“, nicht zuletzt auch die Kooperationen mit dem „Europäischen Investitionsfonds“ sowie die Wagniskapitalfinanzierung durch die „KfW Capital“. Allerdings müssen wir die Finanzierung späterer Wachstumsphasen verstärkt in den Blick nehmen – und das tun wir mit dem Zukunftsfonds. Denn uns liegt auch sehr daran, junge Unternehmen, die hierzulande gegründet wurden, in Deutschland und Europa zu halten.

Verbesserungsbedarf zeigt sich besonders am Anteil von Frauen in Startups, der laut Deutschem Startup Monitor 2020 zwar erneut leicht gestiegen, aber mit nicht einmal 16 Prozent noch immer viel zu gering ist. Daher kann ich nur dazu ermuntern, das Engagement für mehr Frauen in Startups fortzusetzen. Auch die Bundesregierung unterstützt verschiedene Maßnahmen wie die Initiative „FRAUEN unternehmen“. Ich finde es großartig, wenn Unternehmerinnen zu Vorbildern werden und in jungen Frauen den Gründergeist wecken können.

Mehr weibliches Unternehmertum würde Deutschland guttun – gerade auch jetzt, da es gilt, mit vereinten Kräften die Folgen der Corona-Pandemie zu bewältigen. Deshalb stellt die Bundesregierung zusätzlich 50 Milliarden Euro zur Verfügung, um die Weiterentwicklung etwa von Künstlicher Intelligenz und Quantencomputing, von Klimaschutz-, Wasserstoff- und anderen Technologien voranzutreiben. Wir wollen den weltweiten technischen Wandel an der Spitze mitgestalten.

Wir haben allen Grund, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken – und zwar auch dank vielversprechender Startups und eines vielfältigen Gründungsgeschehens. Und diese Zuversicht spricht auch aus dem diesjährigen Deutschen Startup Monitor. Ich wünsche eine anregende und damit gewinnbringende Lektüre!

Angela Merkel
Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland

Foto: Bundesregierung/Steffen Kugler.

Der 8. Deutsche Startup Monitor repräsentiert …

drei Ziele:

- Bedeutung von deutschen Startups und deren Gründerinnen und Gründern aufzeigen sowie Entwicklungen herausarbeiten
- Identifikation von Herausforderungen und Verbesserungspotenzialen im deutschen Startup-Ökosystem
- Gründergeist und Unternehmertum weiter in der Gesellschaft fördern, um mehr Menschen zum Gründen zu bewegen

drei Merkmale:

- Startups sind jünger als zehn Jahre,
- haben ein geplantes Mitarbeiter-/ Umsatzwachstum und/oder
- sind (hoch) innovativ in ihren Produkten/ Dienstleistungen, Geschäftsmodellen und/ oder Technologien.

1.946 Startups

4.745 Gründerinnen und Gründer

25.966 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Zehn Fakten aus dem DSM 2020

1. Die **Corona-Krise trifft** das **Startup-Ökosystem hart:** Knapp **drei Viertel (74,2 %)** der befragten Unternehmen sind **negativ** durch die gegenwärtige Lage **beeinträchtigt.** Als besonders resistent gegenüber der Krise zeigen sich Online-Netzwerke, eCommerce und Online-Plattformen.

2. **Der negative Einfluss der Krise macht sich im Geschäftsklima deutlich bemerkbar.** Die **DSM-Startups bleiben jedoch** trotz Krise **optimistisch** und beurteilen die aktuelle und zukünftige Geschäftslage wesentlich positiver als die deutsche Wirtschaft insgesamt.

3. **Startups in Deutschland schaffen immer mehr Arbeitsplätze:** Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl der befragten Unternehmen steigt im Vergleich zum Vorjahr von 13,3 auf 14,3 Personen. Trotz der aktuell schwierigen Lage planen über 90 % der DSM-Startups mit Neueinstellungen.

4. **Reaktion auf die Corona-Krise: Knapp 90 % der DSM-Startups reagieren mit spezifischen Maßnahmen** auf die Krise. Dabei findet vor allem ein Fokus auf die Produktentwicklung statt (56,2 %) und Investitionen werden aufgeschoben (50,0 %) – vom Personalabbau wird jedoch meist noch Abstand genommen (11,4 %).

5. **Nachhaltigkeit nimmt eine immer größere Rolle ein:** Das dritte Jahr in Folge ordnen mehr DSM-Startups ihre Produkte/Dienstleistungen der Green Economy bzw. dem Bereich Social Entrepreneurship zu.

6. Migration ist für den Unternehmergeist im Land und für das Startup-Ökosystem von zentraler Bedeutung: **Über 20 % der befragten Gründerinnen und Gründer haben einen Migrationshintergrund** und der Anteil ausländischer Mitarbeitender liegt bei gut 26 %.

7. **Berlin und München sind besonders international:** Die befragten Startups aus diesen beiden Städten beschäftigen besonders viele ausländische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – in Berlin dominiert Englisch bereits als Arbeitssprache.

8. **Der Anteil von Gründerinnen in den DSM-Startups** ist nunmehr im sechsten Jahr in Folge nur leicht angestiegen und **liegt** mittlerweile **bei 15,9 %.** Damit sind Frauen immer noch stark unterrepräsentiert und es wird nur ein Bruchteil des hier vorhandenen Potenzials ausgeschöpft.

9. Wahlsonntag: Die **CDU/CSU kann** bei den DSM-Gründerinnen und Gründern wieder **deutlich an Boden gewinnen** (+16,4 Prozentpunkte) und **liegt nun bei 28,1 %**. Trotz klarer Verluste haben **Bündnis90/Die Grünen weiterhin die höchste Zustimmung** in der Startup-Szene.

10. **Künstliche Intelligenz (KI) auf dem Vormarsch:** Startups sind Träger digitaler Innovationen, was sich vor allem am großen und wachsenden Einfluss Künstlicher Intelligenz zeigt. Für knapp 43 % der DSM-Startups hat diese Technologie einen klaren Einfluss auf ihr Geschäftsmodell.

The 8th German Startup Monitor represents …

three goals:

- Demonstrate the development and significance of German startups and their founders
- Identify challenges and potential improvements in the German startup ecosystem
- Promote entrepreneurial thinking in German society in order to motivate people to start their own business

three characteristics:

- Startups are younger than 10 years,
- are growth-oriented in terms of their employees/sales and/or
- (highly) innovative in terms of their products/services, business models and/or technologies.

1,946 Startups

4,745 Founders

25,966 Employees

Ten Facts of the DSM 2020

1. **The Corona crisis is hitting the startup ecosystem hard:** Almost **three quarters (74.2 %)** of the companies surveyed are **negatively affected** by the current situation. Online networks, eCommerce and online platforms are more resistant to the crisis.

2. **The crises has a strong negative impact on the business climate.** At the same time, startups remain optimistic and see the current and future business situation in a more positive light than the German economy as a whole.

3. **Startups in Germany are creating more and more jobs:** The average number of employees in the surveyed companies rises from 13.3 to 14.3 persons compared to the previous year. Despite the current difficult situation, over 90 % of DSM startups are planning to hire new staff.

4. **Reaction to Corona crisis: Almost 90 % of the DSM startups respond to the crisis with specific measures.** The main focus is on product development (56.2 %), while investments are being postponed (50.0 %) – however, in most cases, staff reductions are still being avoided.

5. **Sustainability is playing an increasingly important role:** For the third consecutive year, more DSM startups have assigned their products/services to the Green Economy or Social Entrepreneurship.

6. Migration is central for the entrepreneurial spirit in the country and for the startup ecosystem as a whole: **Over 20 % of the surveyed founders have an immigration background** and the proportion of foreign employees is about 26 %.

7. **Berlin and Munich are particularly international:** The surveyed startups in these two cities employ a particularly large number of foreign staff – in Berlin English already dominates as the working language.

8. For the sixth year in a row, **the share of female founders of DSM startups** has increased only slightly and **has reached 15.9 %.** This means that women are still strongly underrepresented and only a fraction of the potential is being tapped into.

9. Election Day: The **CDU/CSU are significantly gaining ground again** (+16.4 percentage points) among DSM founders and now account for **28.1 %.** Despite clear losses, **Bündnis90/Die Grünen still have the highest vote in the startup scene.**

10. **Artificial intelligence (AI) is on the rise:** Startups are providers of digital innovation, which is particularly evident in the large and growing influence of AI. For almost 43 % of DSM startups, this technology has a clear influence on their business model.

1 Motivation

1 Gründungsgeschehen in Zeiten der Corona-Krise

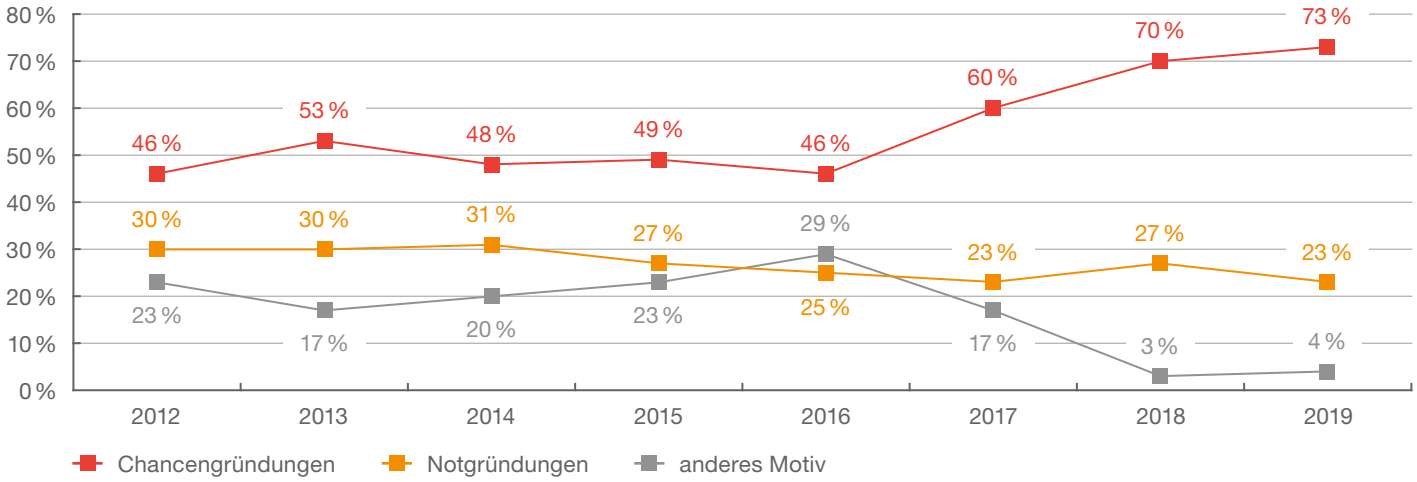
Startups sind für das wirtschaftliche Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes von zentraler Bedeutung. Sie verändern etablierte Branchen oder entwickeln vollkommen neue Geschäftsmodelle. Durch ihre innovativen Produkte, Services und Prozesse schaffen sie sowohl wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt als auch neue Arbeitsplätze (vgl. Kollmann/Schmidt 2016). Als Pulsmesser für die nationale Startup-Szene wird daher der Deutsche Startup Monitor seit 2013 jährlich veröffentlicht und zeigt die Besonderheiten dieser jungen, von Innovation und Wachstum getriebenen, Unternehmen auf.

Insgesamt zeichnet sich in Deutschland in den letzten Jahren eine sehr positive Entwicklung des Startup-Ökosystems ab. Bei allen Schwierigkeiten durch unterschiedliche definitorische Ansätze in Bezug auf den Startup-Begriff, zeigen Daten der KfW, dass der Bestand an Startups in Deutschland zwischen 2016 und 2018 kontinuierlich angewachsen ist (vgl. Metzger 2019). Diese positiven Tendenzen zeigen sich ebenfalls an den deutlich steigenden Venture-Capital-Investitionen in Deutschland, welche sich zwischen den Jahren 2015 und 2019 mehr als verdoppelt haben (vgl. Dealroom 2020a). Neben den positiven Entwicklungen im Bereich der Startup-Gründungen, konnten im Jahr 2019 auch erstmals wieder die Existenzgründungen quantitativ zulegen (vgl. Metzger 2020). Der insgesamt positive Trend spiegelt sich auch im Anstieg an Chancengründungen innerhalb des breiteren Felds der Existenzgründungen wider.

Die durch die Corona-Pandemie bedingten Entwicklungen seit März dieses Jahres haben jedoch auch im Startup-Ökosystem zu erheblichen Verunsicherungen sowie existenziellen Herausforderungen geführt. So gaben bei einer Befragung Ende März 91,1 % der Startups an, durch die Krise in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt zu sein (vgl. Hirschfeld/Gilde 2020b). Besondere Sorgen bereiten den Unternehmen dabei ausfallende Umsätze sowie der Einbruch der Finanzierungen durch externe Kapitalgeber. So zeigt sich, dass die Wagniskapitalinvestitionen im ersten Halbjahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 20 % zurückgegangen sind (vgl. Dealroom 2020b). Auch die Zahlen der Business Angel-Investitionen weisen auf ähnlich negative Tendenzen hin – knapp die Hälfte der befragten Business Angels werden aufgrund der Corona-Krise die Zahl von Erstinvestments reduzieren (vgl. BAND 2020).

Die Corona-Krise stellt Startups und das gesamte Ökosystem somit vor enorme Herausforderungen und bedroht die Existenz vieler junger Unternehmen. Gleichzeitig ist die aktuelle Phase auch Katalysator bestehender Trends und sorgt für einen Digitalisierungsschub in Wirtschaft und Gesellschaft (vgl. Hirschfeld/Gilde 2020a), wodurch das Startup-Ökosystem weiter an Relevanz gewinnt. Bereits jetzt deuten sich in Bereichen wie eCommerce und New Work Veränderungen an, von denen Unternehmen wie Zalando, HelloFresh oder TeamViewer profitieren. Vor diesem Hintergrund der Krise und der gleichzeitigen wirtschaftlichen Neuausrichtungen ist der vorliegende Deutsche Startup Monitor besonders spannend.

Abb. 1 Hauptgrund für Existenzgründungen (2012–2019)



Quelle: Metzger (2020).

2 Merkmale von Startup-Gründungen

Startups stellen eine besondere Form von Unternehmensgründungen dar und sind von klassischen Existenzgründungen zu unterscheiden. Während allgemeine Existenzgründungen jede Form der beruflichen Selbstständigkeit umfassen, werden unter Startups Jungunternehmen mit einer innovativen und/oder skalierbaren Geschäftsidee verstanden (vgl. Kollmann 2019b). Die folgenden Vergleiche zum allgemeinen Gründungsgeschehen in Deutschland, auf Basis des KfW-Gründungsmonitors 2020, verdeutlichen die wesentlichen Unterschiede.

- **Innovativität und Digitalisierung:** Obwohl der Anteil innovativer (13 %) und vor allem digitaler (28 %) Unternehmensgründungen bei klassischen Existenzgründungen im Jahresvergleich deutlich angestiegen ist (vgl. Metzger 2020), bewerten die befragten DSM-Gründerinnen und -Gründer die Innovativität und Digitalisierung ihres Startups deutlich höher: 66,6 % der DSM-Startups haben ein rein digitales Geschäftsmodell (vgl. Kapitel 2.3).
- **Arbeitsplätze:** Die DSM-Startups werden häufig im Team gegründet und beschäftigen durchschnittlich 14,3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. Kapitel 2.4). Klassische Existenzgründungen hingegen stellen größtenteils Sologründungen dar und schaffen im Schnitt deutlich weniger Arbeitsplätze (vgl. Metzger 2020).
- **Gründungs-/Wachstumsfinanzierung:** Insgesamt 62,9 % der DSM-Startups geben an, auf externe Finanzierungsquellen zurückzugreifen (vgl. Kapitel 6.2). Demgegenüber können nur 15 % (Vorjahr: 23 %) der klassischen Existenzgründungen finanzielle Mittel von externen Kapitalgebern aufnehmen (vgl. Metzger 2019/2020).

Klare Definition

Um eine klare Abgrenzung der Startups im DSM von Existenzgründungen zu gewährleisten, basieren alle Ergebnisse auf folgender Definition des Startup-Begriffs:

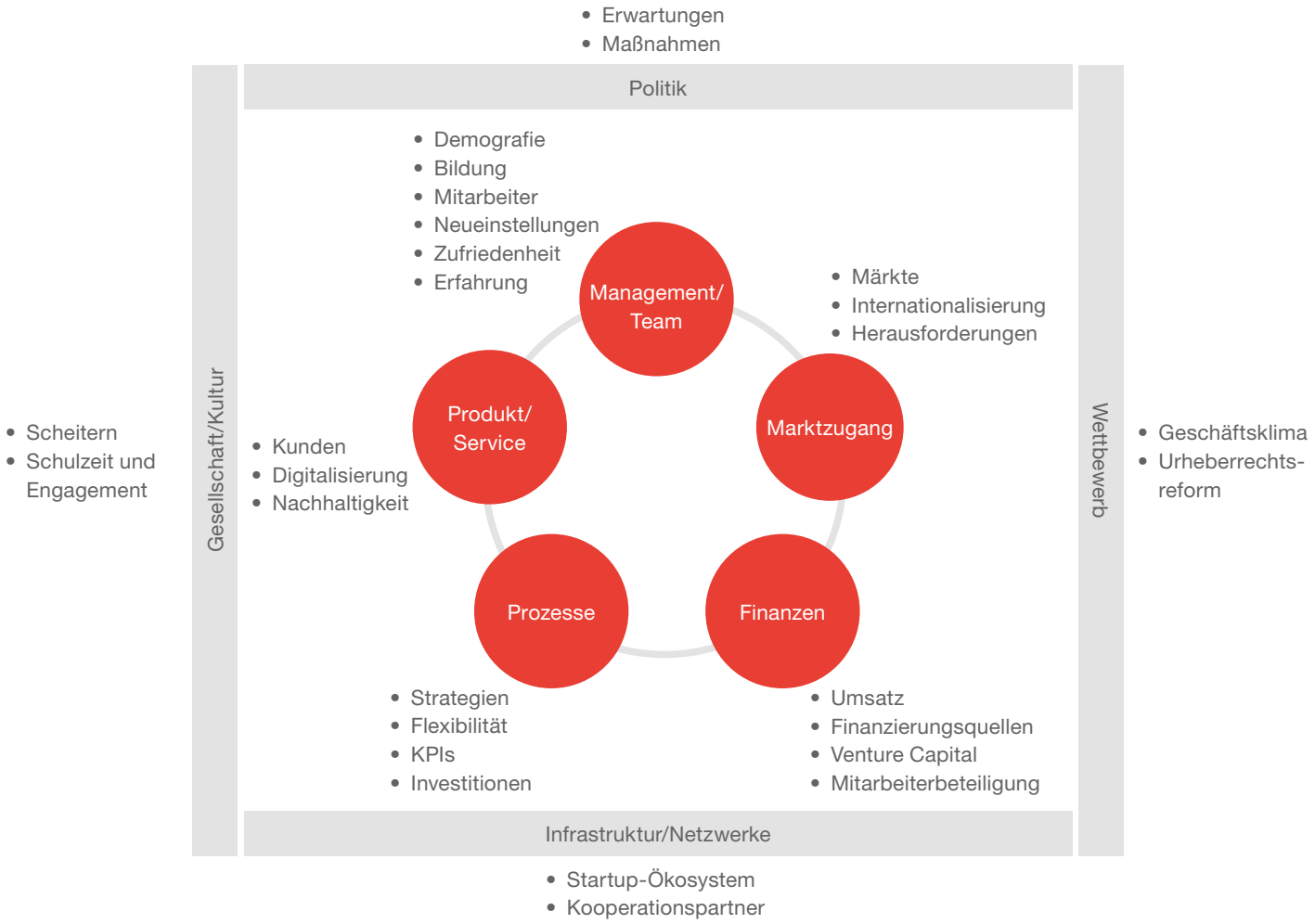
- Startups sind jünger als zehn Jahre,
- haben ein geplantes Mitarbeiter-/Umsatzwachstum und/oder
- sind (hoch) innovativ in ihren Produkten/Dienstleistungen, Geschäftsmodellen und/oder Technologien.

Die DSM-Startups entsprechen dem in der Literatur geprägten Begriff der jungen innovativen Wachstumsunternehmen (vgl. Kollmann 2019b).

3 Akademisches Rahmenwerk

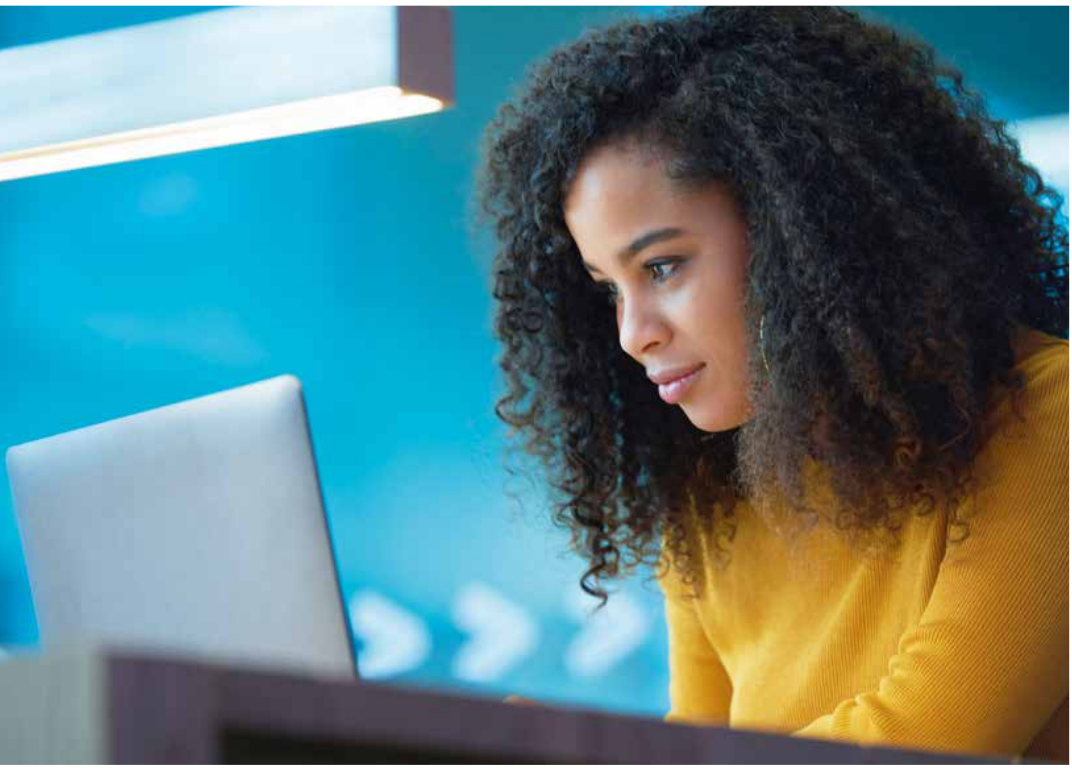
Der Aufbau des DSM basiert auf dem akademischen Rahmenwerk von Kollmann (2019b), das aus insgesamt neun Feldern besteht. Die inneren fünf Punkte (Management/Team, Produkte/Services, Prozesse, Finanzen, Marktzugang) geben dabei Auskunft über die Startups selbst bzw. über die befragten Gründerinnen und Gründer. Die äußeren Rahmenbedingungen, bestehend aus den vier Themenbereichen Politik, Wettbewerb, Infrastruktur/Netzwerke sowie Gesellschaft/Kultur, stellen externe Faktoren dar, die die Startups und ihr Ökosystem beeinflussen. Das akademische Rahmenwerk orientiert sich an bestehenden Theorien aus der Wissenschaft, insbesondere am Babson-Entrepreneurship-Ecosystem-Project-Modell nach Isenberg (2011).

Abb. 2 Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann



Quelle: In Anlehnung an Kollmann (2019b).

2 | Startups in Deutschland



1 Startup-Alter und Entwicklungsphasen

Die im DSM 2020 befragten Startups sind im Durchschnitt 2,5 Jahre alt und befinden sich häufig in einer frühen Entwicklungsphase.

Der diesjährige DSM zeichnet sich durch eine sehr hohe Fallzahl von 1.946 Startups (n-Wert) aus. Die persönlichen und unternehmensspezifischen Angaben stammen von Gründerinnen und Gründern (91,2 %), Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern (3,2 %) sowie Personen mit einer zentralen Rolle im Startup (C-Level: 5,6 %), sodass ein vollumfängliches Bild vom deutschen Startup-Ökosystem vermittelt werden kann.

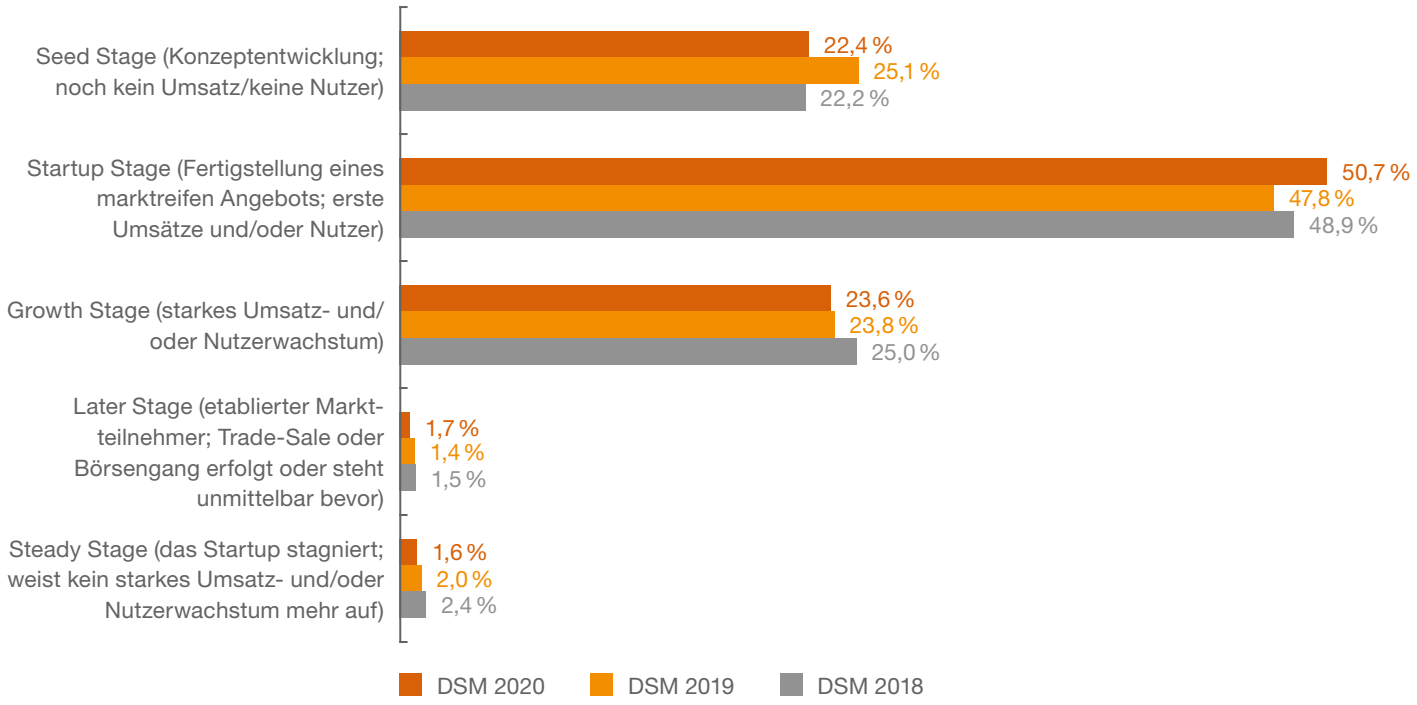
Startup-Alter

Knapp die Hälfte der DSM-Startups sind jünger als zwei Jahre (49,3 %). Über ein Viertel der untersuchten Startups befinden sich im dritten bzw. im vierten Geschäftsjahr (28,7 %) und etwa ein Fünftel ist zwischen vier und zehn Jahren alt (21,9 %). Aufgrund der Vielzahl von jüngeren Startups führt das zu einem Startup-Durchschnittsalter von 2,5 Jahren.

Startup-Entwicklungsphasen

Die hohe Anzahl an jungen Startups spiegelt sich auch in der Verteilung der Startup-Entwicklungsphasen wider, die sich an der Marktreife des Angebots sowie dem Kunden-/Umsatzwachstum orientieren (vgl. Kollmann 2019b). Wie in den Vorjahren befindet sich ein Großteil der befragten Startups in einer frühen Entwicklungsphase (Seed und Startup Stage).

Abb. 3 Startup-Entwicklungsphasen (2018–2020)



n-Wert 2020: 1.832; 2019: 1.836; n-Wert 2018: 1.361[1]

[1] Es kann in dieser und allen folgenden Abbildungen zu Rundungsdifferenzen kommen.

2 Standort und Gründungs-Hotspots

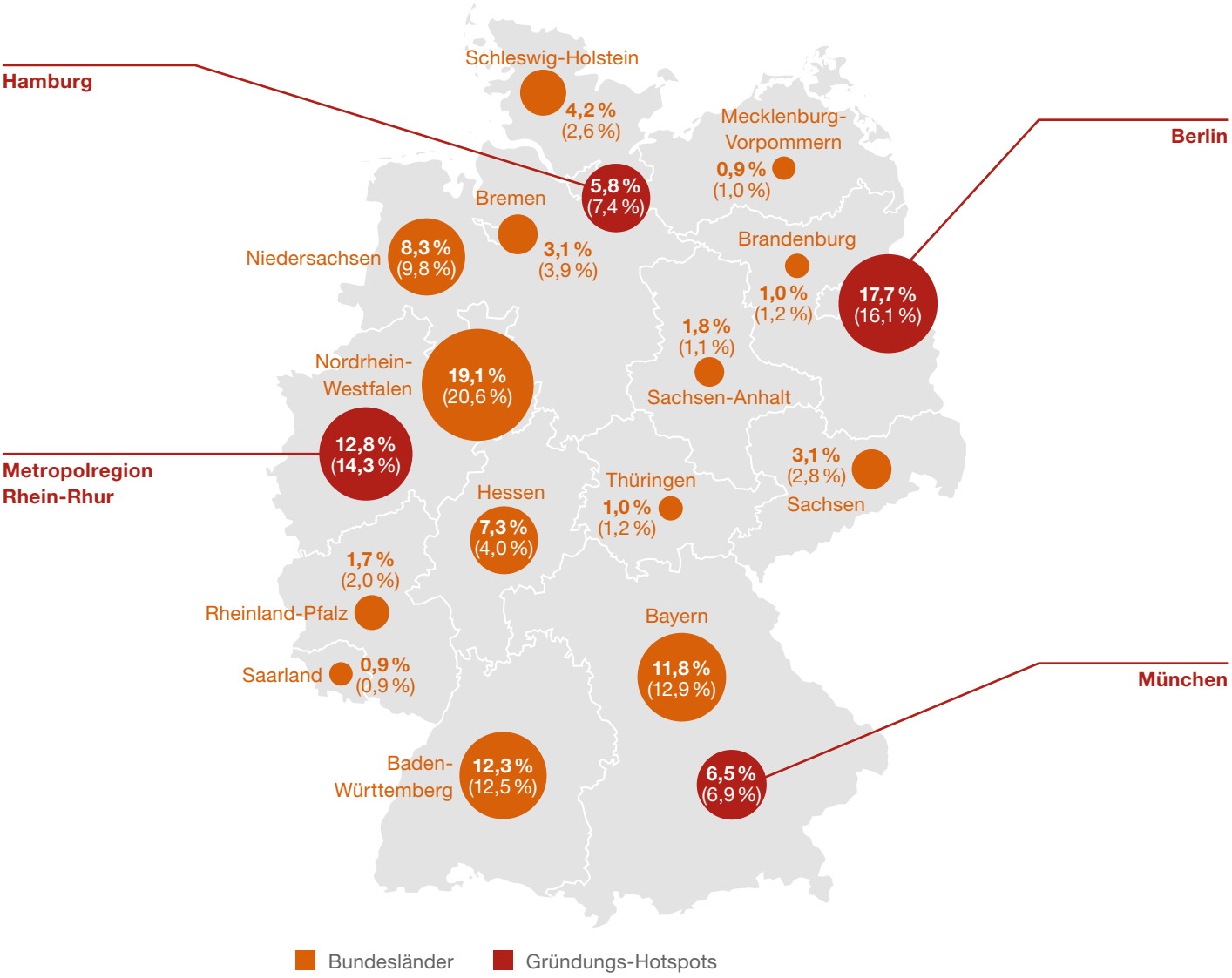
Wie im Vorjahr kommen die meisten DSM-Startups aus NRW und Berlin. Während Hessen deutlich an Gewicht gewinnt, ist Hamburg mit weniger Startups im DSM vertreten.

Hauptsitz der Startups nach Bundesländern

Wie schon in den letzten Jahren verteilen sich die meisten DSM-Startups auf die Bundesländer Nordrhein-Westfalen (19,1 %) und Berlin (17,7 %). Somit machen sie über ein Drittel der untersuchten Startups im DSM 2020 aus.

Den im Jahresvergleich größten relativen Zuwachs verzeichnet Hessen mit einem Plus von 3,3 Prozentpunkten auf nunmehr 7,3 %. Hamburg weist mit einem Rückgang um 1,6 Prozentpunkte den größten relativen Verlust auf und bildet nur noch 5,8 % der befragten Startups ab. Die neuen Bundesländer spielen im deutschen Startup-Ökosystem weiterhin nur eine untergeordnete Rolle und machen insgesamt 7,8 % der DSM-Startups aus. Auch wenn anhand dieser Startup-Verteilungen im DSM kein direkter Rückschluss auf die gesamte Anzahl und geografische Lage von Startups in Deutschland möglich ist, verweisen diese Ergebnisse doch auf gewisse Tendenzen und Entwicklungen im Startup-Ökosystem.

Abb. 4 Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Gründungs-Hotspots (2018–2019)



n-Wert 2020: 1.946; n-Wert 2019: 1.933 (Vorjahreswerte in Klammern)

Hauptsitz der Startups nach Gründungs-Hotspots

Um einen besseren Überblick dafür zu bekommen, wo die DSM-Startups primär angesiedelt sind, wurden einzelne Städte und Regionen auf Basis von Plausibilitätskriterien als Gründungs-Hotspots benannt und in den Analysen immer wieder genauer in den Blick genommen. Dies sind Berlin, die Metropolregion Rhein-Ruhr, München und Hamburg. Von den genannten Hotspots ist im Vergleich zum DSM 2019 nur die Gründungsregion Berlin gewachsen (+1,6 Prozentpunkte).

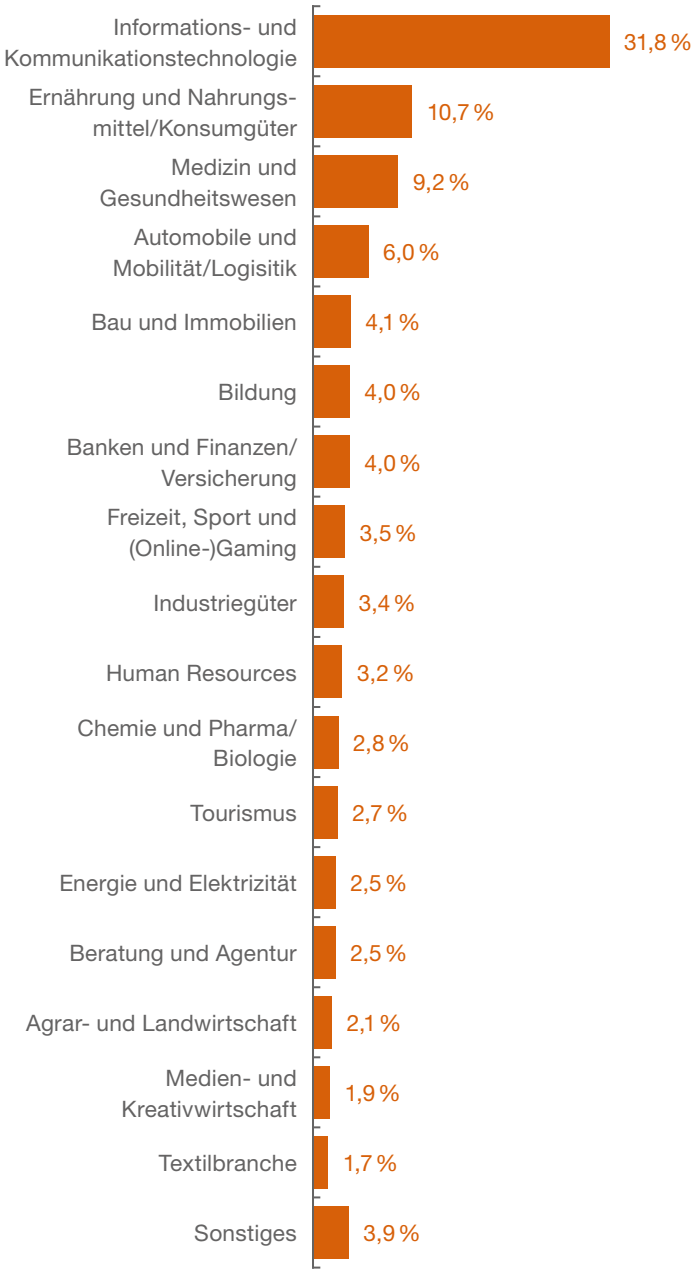
3 Branchen und Geschäftsmodelle

Nach wie vor dominiert die Informations- und Kommunikationsbranche – Startups aus dem Medizin- und Gesundheitssektor legen zu. Der Anteil digitaler Geschäftsmodelle steigt weiterhin stark.

Branchen

Das deutsche Startup-Ökosystem bringt vielfältige Gründungen hervor und schafft branchenübergreifend Innovationen. Das lässt sich vor allem an dem breiten Spektrum verschiedener Branchen erkennen. Wie in den Vorjahren dominiert die Informations- und Kommunikationstechnologie (31,8 %). Erst mit einem Abstand von 21,1 Prozentpunkten folgen andere Branchen. Im Jahresvergleich ist insbesondere der relative Zuwachs im Medizin- und Gesundheitswesen (+0,7 Prozentpunkte) sowie im Bereich Bildung (+1,1 Prozentpunkte) hervorzuheben.

Abb. 5 Branchen (2020)

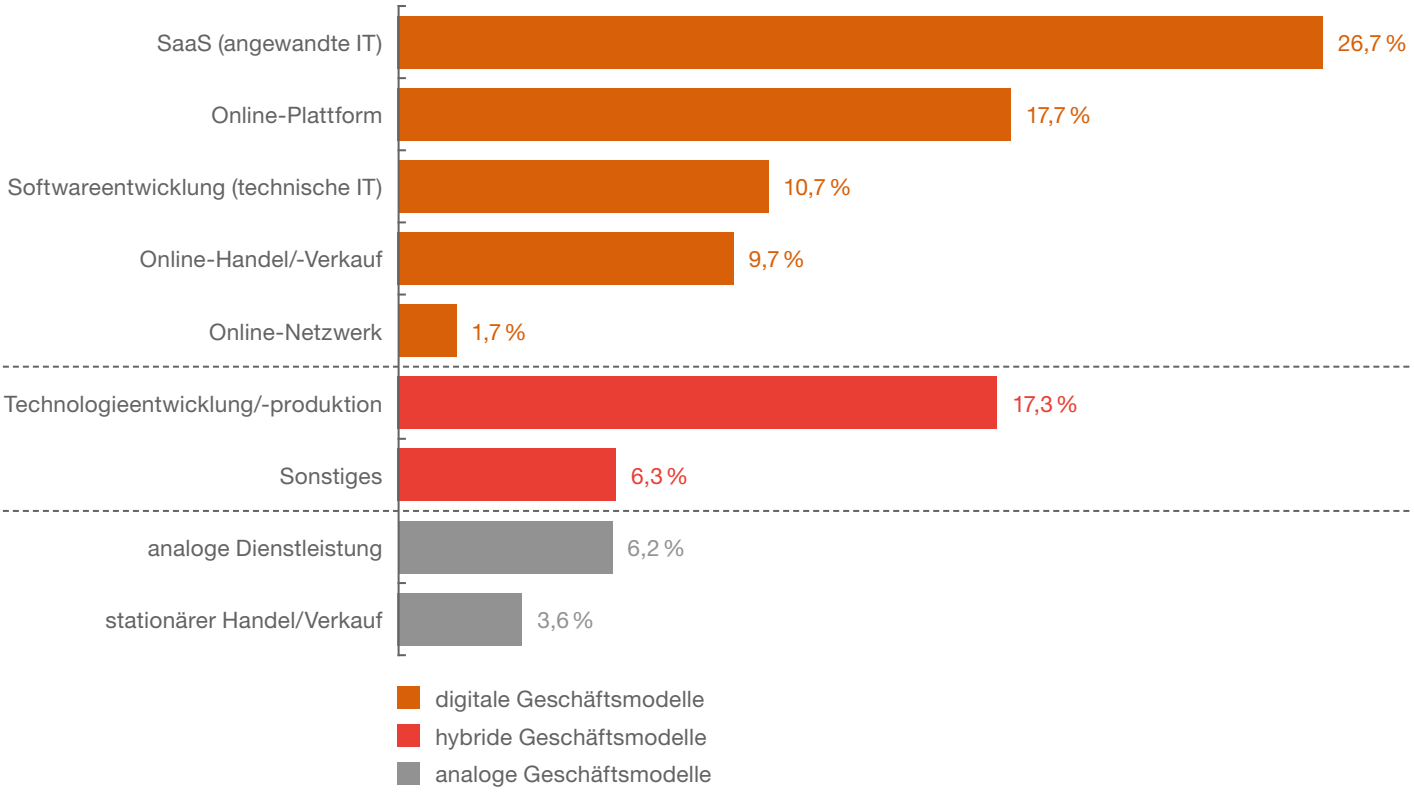


n-Wert 2020: 1.866

Geschäftsmodelle

Startups stehen für die digitale Transformation und das zeigt auch der DSM 2020. Zwei Drittel der untersuchten Startups ordnen sich einem digitalen Geschäftsmodell zu (66,6 %). Mit einem Zuwachs von 3,9 Prozentpunkten im Vorjahresvergleich werden vor allem Software-as-a-Service-Anwendungen (SaaS) als Geschäftsmodell unter DSM-Startups immer beliebter (26,7 %). Deutliche relative Rückgänge sind bei analogen Geschäftsmodellen zu erkennen, die von weniger als 10 % der Startups umgesetzt werden. Bei der Technologieentwicklung/-produktion (17,3 %) handelt es sich erfahrungsgemäß um einen hybriden Bereich, in dem sowohl analoge als auch digitale Geschäftsmodelle zu finden sind.

Abb. 6 Geschäftsmodelle (2020)



n-Wert 2020: 1.853

4 Mitarbeiterzahl und Neueinstellungen

Durchschnittlich bestehen die Startup-Teams aus 2,4 Gründerinnen und Gründern sowie 14,3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Über 90 % der DSM-Startups planen in den kommenden 12 Monaten mit Neueinstellungen.

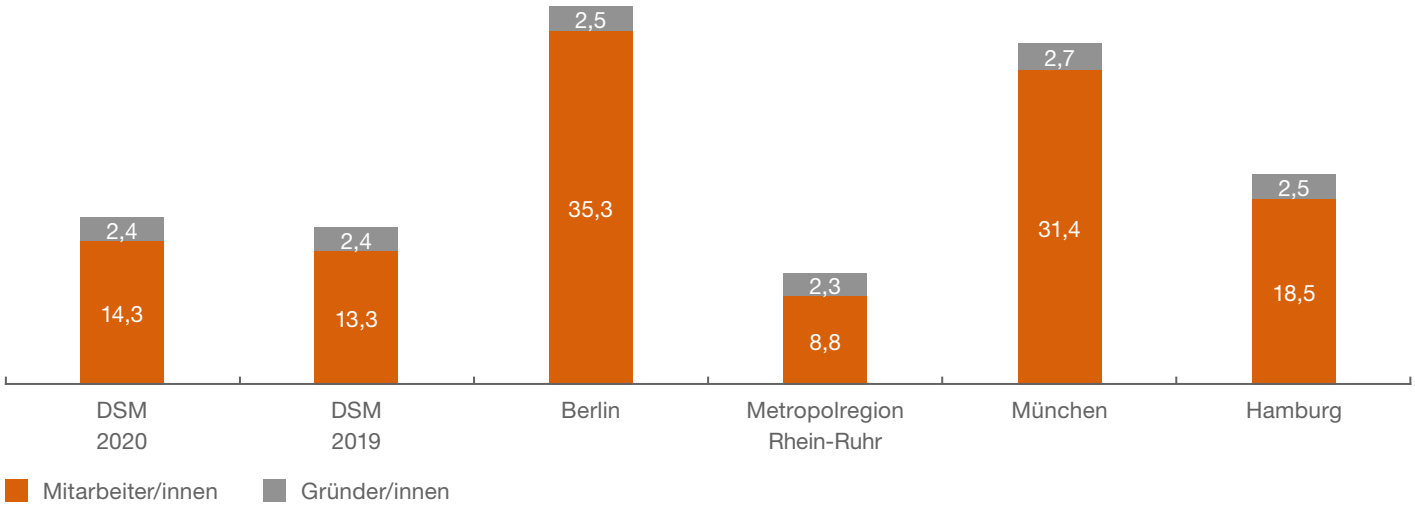
Mitarbeiter- und Gründeranzahl

Startups sind nicht nur eine treibende Kraft für die nationale Innovationsfähigkeit, sondern schaffen auch neue Arbeitsplätze. Insgesamt haben die DSM-Startups in diesem Jahr 25.966 Beschäftigte (DSM 2019: 24.050). Im Bundesdurchschnitt arbeiten somit 14,3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den DSM-Startups und damit mehr als im letzten Jahr (DSM 2019: 13,3). Wie in den Vorjahren zeigt sich, dass besonders häufig im Team (78,6 %), mit einer durchschnittlichen Gründeranzahl von 2,4 Personen, gegründet wird. Hier stehen vor allem Gründungen von zwei (36,8 %) oder drei Personen (26,4 %) im Fokus.

Geplante Neueinstellungen

Die DSM-Startups wollen trotz der Corona-Krise weiterhin wachsen. So planen über 90 % von ihnen in den kommenden 12 Monaten mit Neueinstellungen von durchschnittlich 6,3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Gleichzeitig ist dieser Wert im Jahresvergleich deutlich gesunken (DSM 2019: 7,9), was auf die Auswirkung der pandemiebedingten wirtschaftlichen Rezession auf das Startup-Ökosystem verweist. Im Regionalvergleich zeigt sich, dass insbesondere Berliner (11,5) und Münchener Startups (9,2) viele Neueinstellungen planen und damit eine besondere Stellung im Ökosystem einnehmen. Insgesamt wollen die DSM-Startups in den nächsten 12 Monaten 11.121 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen (DSM 2019: 13.985).

Abb. 7 Durchschnittliche Teamgröße in den Gründungs-Hotspots (2020)



n-Werte 2020: 1.817/1.946; n-Werte 2019: 1.808/1.933; n-Werte Berlin: 319/344; n-Werte Metropolregion Rhein-Ruhr: 235/249; n-Werte München: 122/127; n-Werte Hamburg: 108/113

3 Corona-Krise im Startup-Ökosystem

1 Auswirkungen der Corona-Krise

Der Großteil der DSM-Startups wird durch die Corona-Krise in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt. Am stärksten trifft es die Tourismusbranche sowie die Medien und Kreativwirtschaft.

Auswirkungen der Corona-Krise (allgemein)
In einem Report des Startup-Verbands wurden bereits Ende März dieses Jahres die erheblichen negativen Auswirkungen der Corona-Krise auf das deutsche Startup-Ökosystem deutlich (vgl. Hirschfeld/Gilde 2020b). Die Umfrageergebnisse des DSM 2020 (Umfragezeitraum: 11.05.2020 bis einschließlich 21.06.2020) bestätigen die umfassenden Auswirkungen der Corona-Krise auf die Startup-Szene: Knapp drei Viertel (74,2 %) der befragten Startups gaben an, dass die Corona-Pandemie eine Beeinträchtigung ihrer Geschäftstätigkeit zur Folge hatte. Zudem gaben nur 13,0 % der DSM-Startups an, dass sie keine Auswirkungen verspüren und 12,8 % verzeichnen eine positive Entwicklung der Geschäftstätigkeit.

Auswirkungen der Corona-Krise (nach Branchen): Ein Blick auf die verschiedenen Branchen, in denen die DSM-Startups agieren, zeigt, dass sie branchenübergreifend deutliche Beeinträchtigungen durch die Corona-Krise verspüren. Beeinträchtigungen sind insbesondere in den Branchen Tourismus (91,7 %), Medien und Kreativwirtschaft (85,7 %) sowie Human Resources (85,0 %) zu beobachten. Auch die Textilbranche (83,9 %) sowie der Bereich der Industriegüter (82,8 %) sind stark betroffen. Etwas besser ist die Situation für DSM-Startups aus der Bildungsbranche, dem Bereich Finanzen/Versicherungen, im Medizin- und Gesundheitswesen sowie im Feld Chemie/Pharma und Biologie. In diesen vier Branchen, ebenso wie im Bereich Ernährung und Nahrungsmittel/Konsumgüter, sehen die Gründerinnen und Gründer anteilig häufiger eine positive Entwicklung der Geschäftstätigkeit.

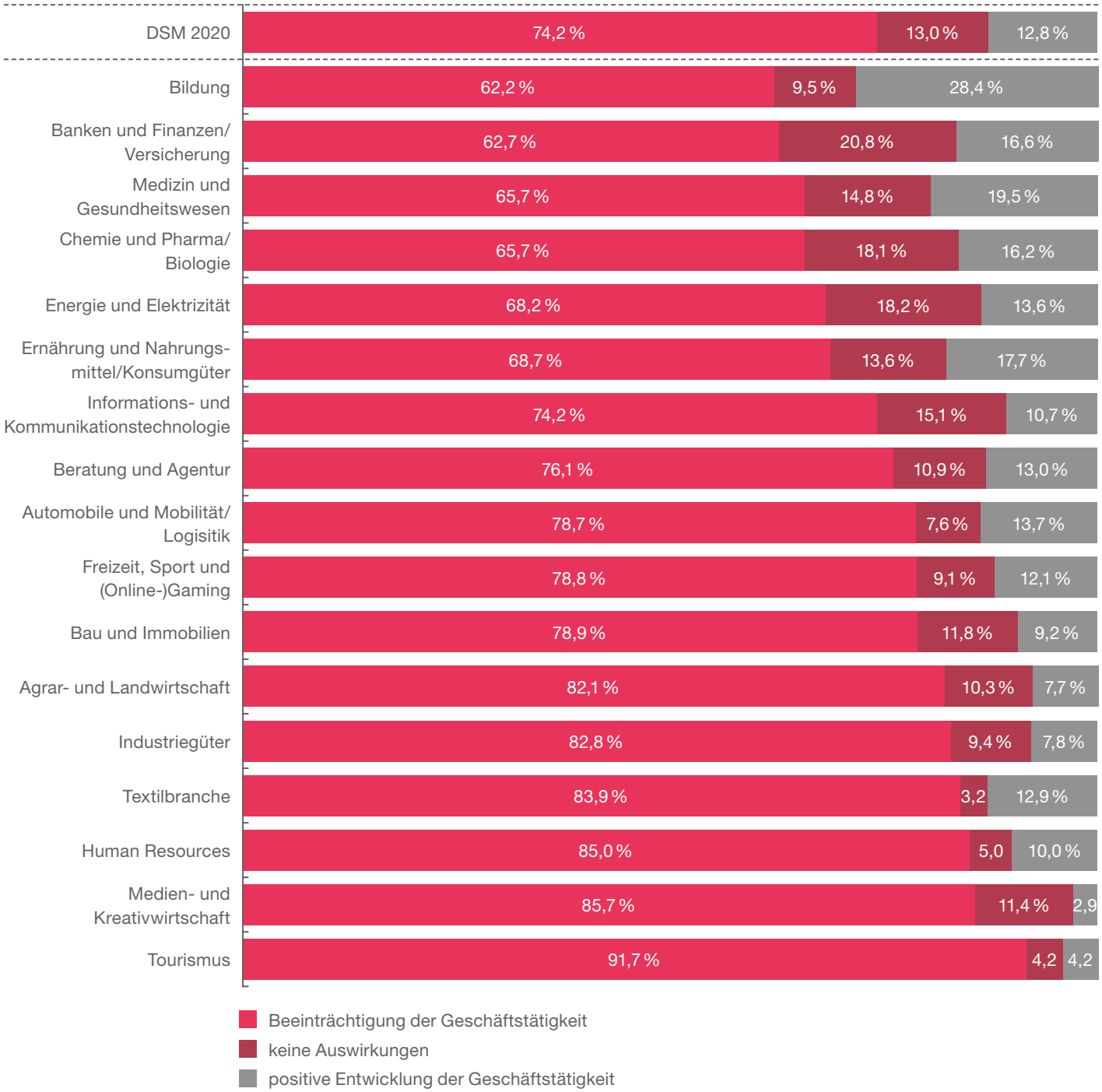
„Die Corona-Krise hat es der Eventbranche sichtlich erschwert, Menschen zusammenzubringen, doch unsere Leidenschaft, zu ‚edutainen' und Leute auf kreative Weise zu vereinen, ist nach wie vor der Kern unseres Schaffens. An dieser Einstellung hat auch die Pandemie nichts geändert. Die positive Einstellung unseres Teams, gepaart mit einem hohen Maß an Flexibilität, ermöglichte uns, lösungsorientiert auf die weltweiten Veränderungen reagieren zu können und aus unseren offline-basierten Produkten tolle Online-Angebote zu machen."

Aimie-Sarah Carstensen, Gründerin und Geschäftsführerin von ArtNight

„Dass unser Unternehmen, welches in der Reise und Mobilitätsbranche tätig ist, von den wirtschaftlichen Folgen der Corona Pandemie besonders betroffen sein würde, war uns bereits Ende Februar klar. In den darauffolgenden vier Wochen verloren wir 72 % unseres Auftragsvolumens sowie 75 % unserer Sales Leads. Die in kürzester Zeit aufgelegten Soforthilfeprogramme von Bund und Ländern haben unser Unternehmen in dieser schwierigen Situation gestützt und ermöglichen uns nun, an einem Plan B zu arbeiten."

Dr. Felix Brüggemann, Co-Founder, jetlite GmbH

Abb. 8 Auswirkungen der Corona-Krise nach Branchen (2020)

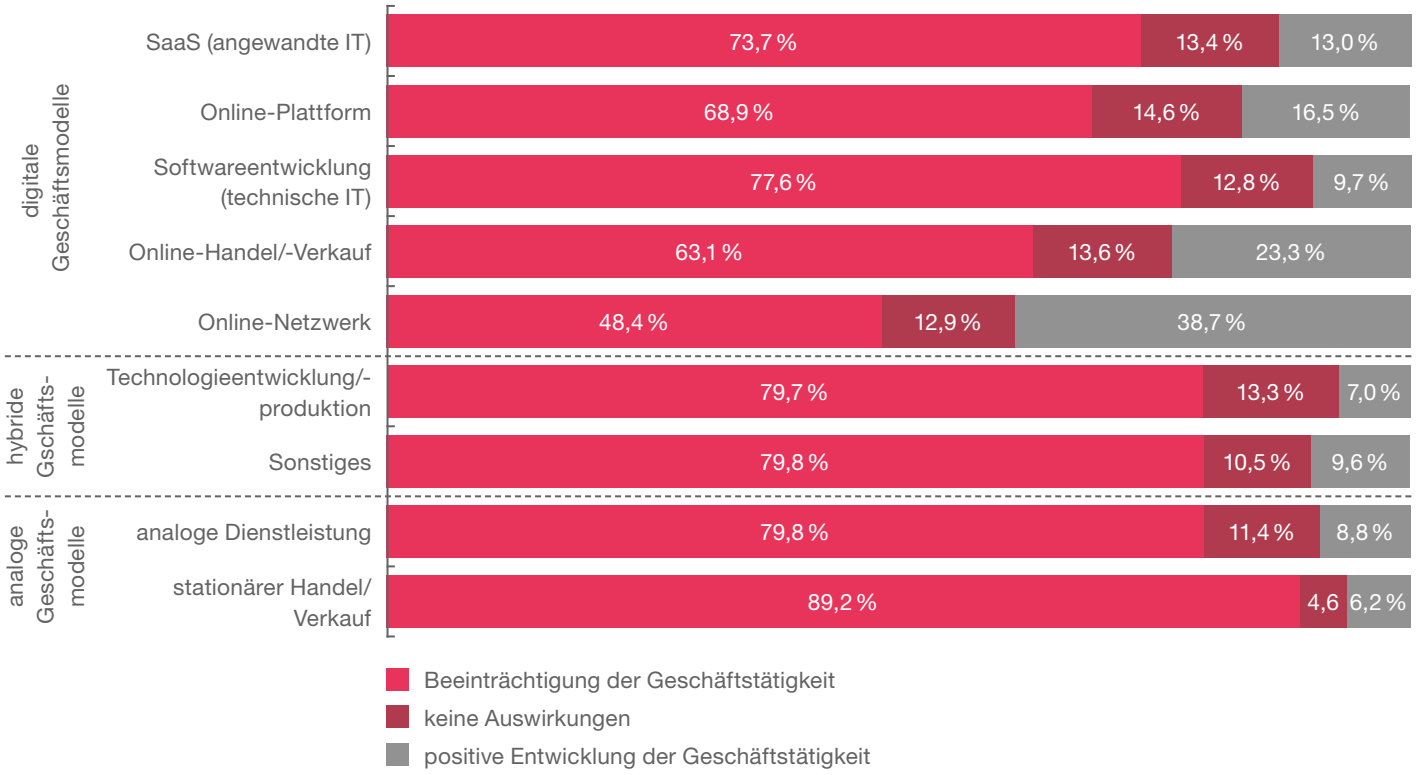


n-Werte 2020: 74/60/169/42/44/103/577/46/70/76/66/76/39/64/31/60/35/48

Auswirkungen der Corona-Krise (nach Geschäftsmodellen)

Eine Differenzierung der Auswirkungen der Corona-Krise entlang verschiedener Geschäftsmodelle zeigt, dass digitale Geschäftsmodelle weniger durch die Auswirkungen der Corona-Krise betroffen sind. Insbesondere Startups aus den Bereichen Online-Handel/-Verkauf sowie Online-Netzwerke sind nicht nur seltener negativ beeinträchtigt, sondern verspüren im relativen Vergleich sogar häufiger positive Entwicklungen in ihrer Geschäftstätigkeit. Diese Ergebnisse decken sich mit anderen Studien, die einen Wachstumsschub für den Online-Handel durch die Corona-Krise identifizierten (vgl. Bevh 2020).

Abb. 9 Auswirkungen der Corona-Krise nach Geschäftsmodellen (2020)



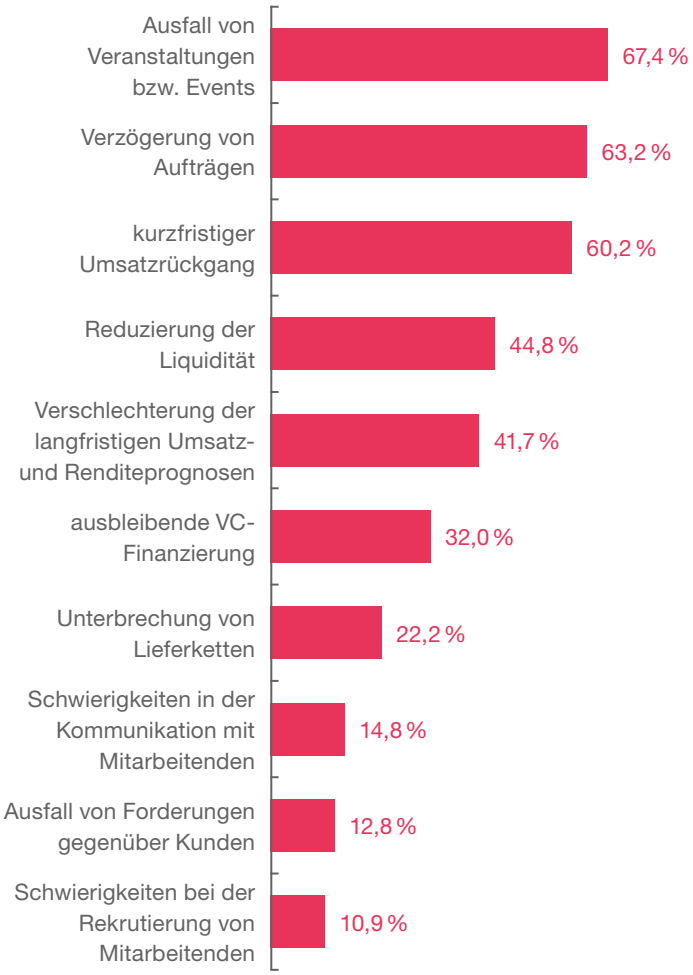
n-Werte 2020: 486/315/196/176/31/315/114/114/65

> *Jede Krise bietet auch Chancen. Und insbesondere in der aktuellen Zeit gilt es, die Chance zur Digitalisierung zu ergreifen. Für Deutschland kann es auch eine Chance sein, den technologischen Rückstand auf China und den USA zu reduzieren. Dazu wollen auch wir bei WorkGenius unseren Teil beitragen.*
>
> **Daniel Barke,** CEO & Co-Founder, WorkGenius GmbH

Gründe für die Beeinträchtigung

Die Beeinträchtigungen durch die Corona-Krise haben unterschiedliche Dimensionen. Besonders häufig geben die DSM-Startups als Grund den Ausfall von Veranstaltungen und Events an (67,4 %), die – gerade für junge Unternehmen – sehr wichtige Kanäle zur Akquise und Vernetzung darstellen. Des Weiteren geben die DSM-Startups fast genauso häufig eine Verzögerung von Aufträgen und einen kurzfristigen Umsatzrückgang als Grund für eine Beeinträchtigung an. Neben Akquise und Umsatz spielt das Thema Kapital im Rahmen der Krise eine wichtige Rolle: Für knapp 45 % bildet die reduzierte Liquidität eine Herausforderung und etwa ein Drittel rechnet mit ausbleibenden VC-Finanzierungen. In diesem Kontext besonders betroffen sind größere Startups ab 50 Mitarbeitenden: Hier sind es 48,6 %, die von einer ausbleibenden VC-Finanzierung betroffen sind.

Abb. 10 Aspekte für Beeinträchtigungen durch die Corona-Krise (2020)



Mehrfachauswahl möglich

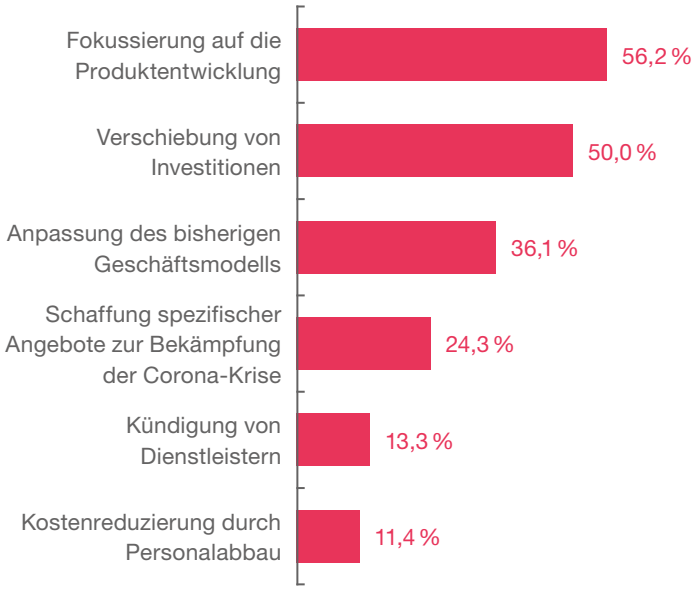
n-Wert 2020: 1.363

2 Reaktion der Startups auf die Corona-Krise

DSM-Startups reagieren aktiv auf die Corona-Krise und fokussieren sich auf die Produktentwicklung – vom Personalabbau wird jedoch meist noch Abstand genommen.

Im Umgang mit der Corona-Krise wird ersichtlich, dass die DSM-Startups versuchen, sich aktiv an die schwierigen Verhältnisse anzupassen: 56,2 % versuchen die Corona-Zeit zu nutzen, um sich auf die Produktentwicklung zu fokussieren. Neben der Arbeit am Produkt reagieren viele Startups mit angepassten und neuen Leistungen auf die Herausforderungen und veränderten Rahmenbedingungen (36,1 %). Der dritte wichtige Aspekt betrifft die Einsparung von Kosten: Hier liegt der Fokus aktuell auf der Verschiebung von Investitionen (50,0 %), während vom Personalabbau noch Abstand genommen wird (11,4 %).

Abb. 11 Reaktionen der DSM-Startups auf die Corona-Krise (2020)



Mehrfachauswahl möglich

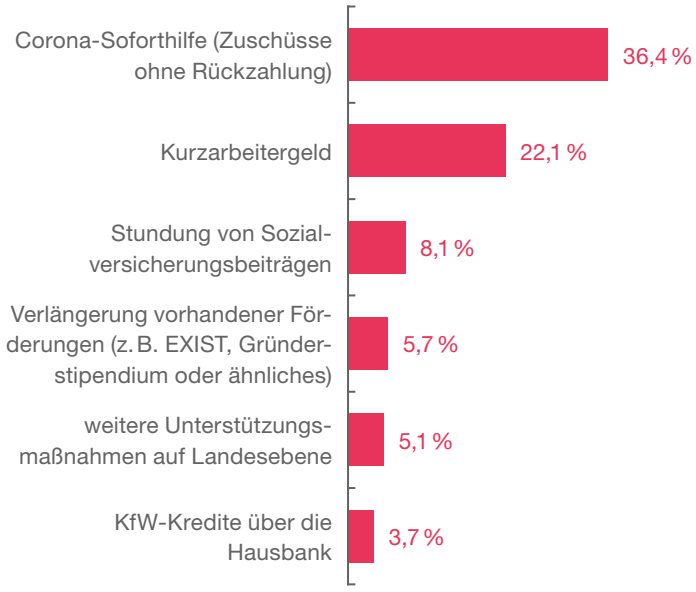
n-Wert 2020: 1.839

3 Unterstützungsmaßnahmen durch die Politik

Etwas mehr als die Hälfte der DSM-Startups hat Unterstützungsmaßnahmen des Staates in Anspruch genommen. Mit einem Anteil von 36,4 % wurde besonders häufig auf die Corona-Soforthilfe zurückgegriffen.

Im Rahmen des DSM 2020 haben die teilnehmenden Startups Angaben dazu gemacht, ob und welche Unterstützungsmaßnahmen sie im Rahmen der Corona-Krise von staatlicher Seite genutzt haben. Insgesamt wurden von gut der Hälfte der DSM-Startups (55,1 %) staatliche Unterstützungsmaßnahmen in Anspruch genommen. Dabei zeigt sich die Wichtigkeit der Corona-Soforthilfen zur Sicherung der wirtschaftlichen Existenz und Überbrückung von akuten Finanzierungsengpässen, die über ein Drittel der DSM-Startups in Anspruch genommen haben (36,4 %). Die Startup-spezifischen Maßnahmen hingegen laufen gerade erst an und wurden zum Umfragezeitpunkt noch wenig genutzt: Mit 5,7 % stellt die Verlängerung vorhandener Förderungen (z. B. EXIST, Gründerstipendium o. ä.) die meist genutzte Startup-spezifische wirtschaftspolitische Unterstützungsleistung dar.

Abb. 12 Genutzte Unterstützungsmaßnahmen im Kontext der Corona-Krise (2020)



Mehrfachauswahl möglich

n-Wert 2020: 1.596

4 Management

1 Alter und Geschlecht

Die DSM-Gründerinnen und Gründer sind im Durchschnitt 36,1 Jahre alt. Der Anteil an Gründerinnen steigt weiterhin nur leicht an und liegt aktuell bei knapp 16 %.

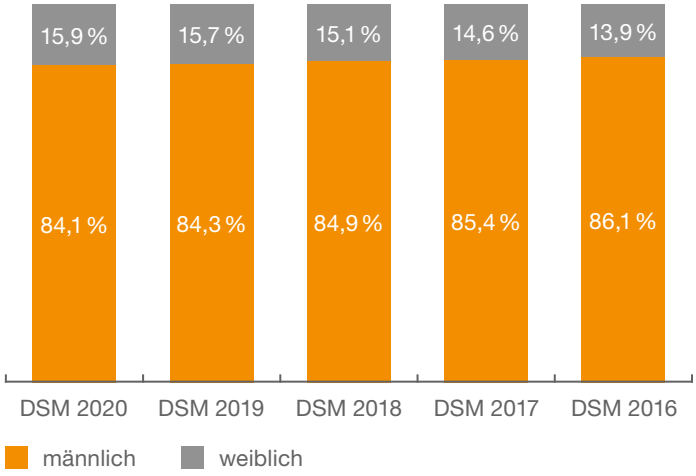
Alter

Das Durchschnittsalter der Startup-Gründerinnen und Gründer liegt bei 36,1 Jahren und ist damit deutlich niedriger als das der allgemeinen Erwerbsbevölkerung (43,6 Jahre; vgl. Destatis 2018). Der Blick auf die Altersverteilung zeigt, dass der Großteil der DSM-Gründerinnen zwischen 25 und 44 Jahre alt ist (75,5 %).

Geschlecht

Während im Bereich der allgemeinen Existenzgründungen der Anteil der Gründerinnen aktuell bei 36 % liegt (vgl. Metzger 2020), ist er im Startup-Ökosystem deutlich geringer, was auf besondere Herausforderungen für Frauen in diesem Bereich verweist (vgl. Hirschfeld/Gilde/Wöss 2020). Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil an Gründerinnen im DSM 2020 erneut leicht angestiegen und liegt bei nur 15,9 %.

Abb. 13 Gründerinnen und Gründer nach Geschlecht (2016–2020)



n-Werte: 1.924/1.926/1.547/1.827/1.220[1]

[1] Bei den Auswertungen DSM 2016/2017/2018/2019/2020 machten die befragten Personen Angaben über 3.043/4.245/3.747/4.670/4.681 Gründer/-innen.

2 Werdegang der Gründerinnen und Gründer

Der größte Teil der DSM Gründerinnen und Gründer hat einen Hochschulabschluss in den Wirtschaftswissenschaften oder MINT-Fächern und fast die Hälfte bringt bereits Gründungserfahrung mit.

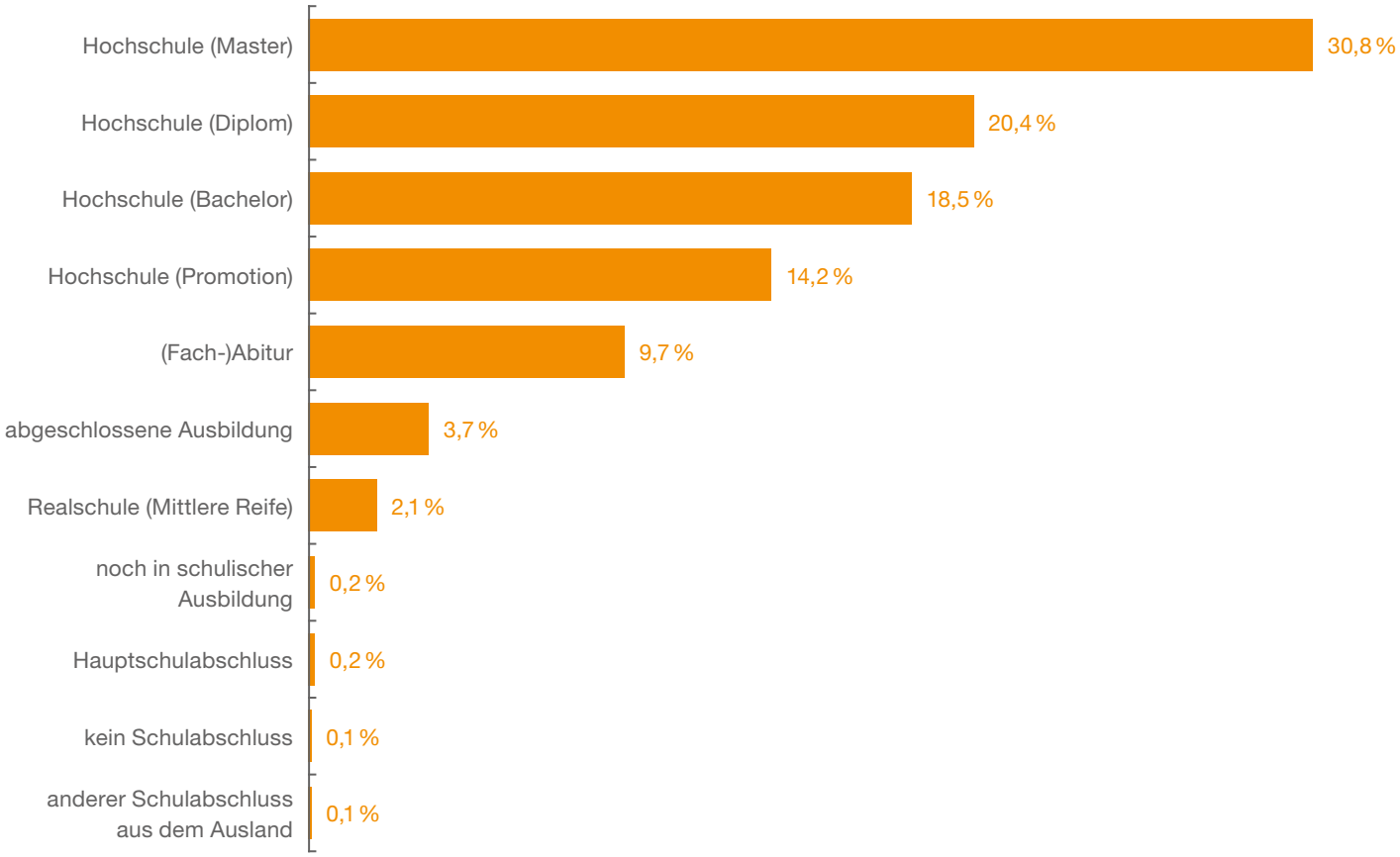
Bildungsabschluss

Wie bereits in den Vorjahren haben gut vier von fünf Gründerinnen und Gründern einen akademischen Abschluss (83,9 %). Neben dieser umfassenden Ausbildung in der Breite verweist der mit 14,2 % sehr hohe Anteil promovierter Gründerinnen und Gründer auch auf das hohe Maß an Expertise in der Spitze. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass Startups aufgrund ihrer Innovations- und Technologieorientierung deutlich stärker akademisch geprägt sind als klassische Existenzgründungen (vgl. Metzger 2019).

„Der Anteil der Startup-Gründerinnen liegt nach wie vor nur bei 16 % – daran müssen wir schleunigst etwas ändern! Das heißt Vorbilder sichtbarer machen, die Vereinbarkeit zwischen Familie und Gründung verbessern und mehr Frauen in den Investmentbereich holen. Vor allem müssen wir schon im Bildungssektor ansetzen, um mehr junge Frauen fürs Gründen zu begeistern."

Dr. Gesa Miczaika, Co-Founder von Auxxo und geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Startup-Verbands

Abb. 14 Höchster Schul- oder Hochschulabschluss (2020)



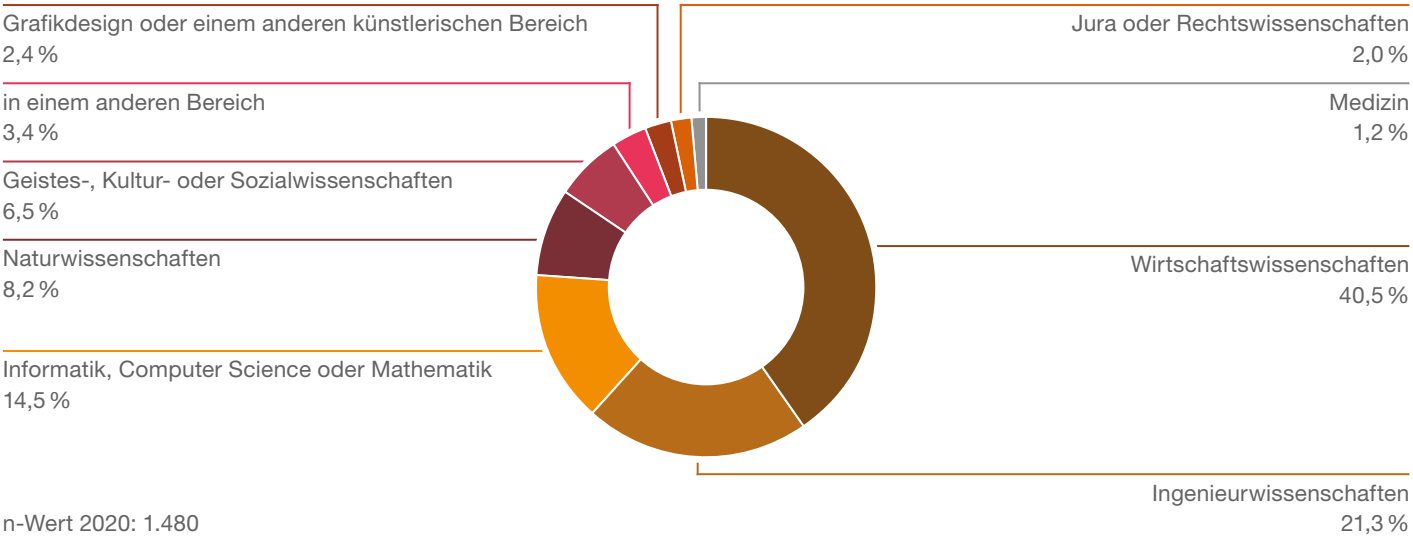
n-Wert 2020: 1.771

Studienfächer

Insgesamt zeigt sich, dass nach wie vor wirtschaftswissenschaftliche (40,5 %) und MINT-Fächer (44,0 %) die relevantesten Studiengänge im Startup-Bereich darstellen. Mit Blick auf die Gründungsbranchen und Geschäftsmodelle sind diese Ergebnisse sehr interessant: Obwohl die Branche der Informations- und Kommunikationstechnologie sowie digitale Geschäftsmodelle im DSM deutlich dominieren (vgl. Kapitel 2.3), ist der Anteil der Studienabschlüsse im Bereich Informatik, Computer Science oder Mathematik nicht angestiegen. Diese Ergebnisse könnten darauf hindeuten, dass insbesondere das Digital Mindset („Die innere Grundhaltung gegenüber neuen digitalen Innovationen“) und die Digital Skills („Das Fach- und Hintergrundwissen rund um die digitale Wirtschaft“) entscheidend sind für eine Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft. Die Digital Execution („Der Umgang mit digitalen Technologien“) erfolgt demzufolge häufig durch externe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche eine entsprechende Ausbildung, bspw. im Programmieren, aufweisen (vgl. Kollmann 2019a/2020).

Abb. 15 Studienfächer (2020)

Studienabschluss im Bereich …

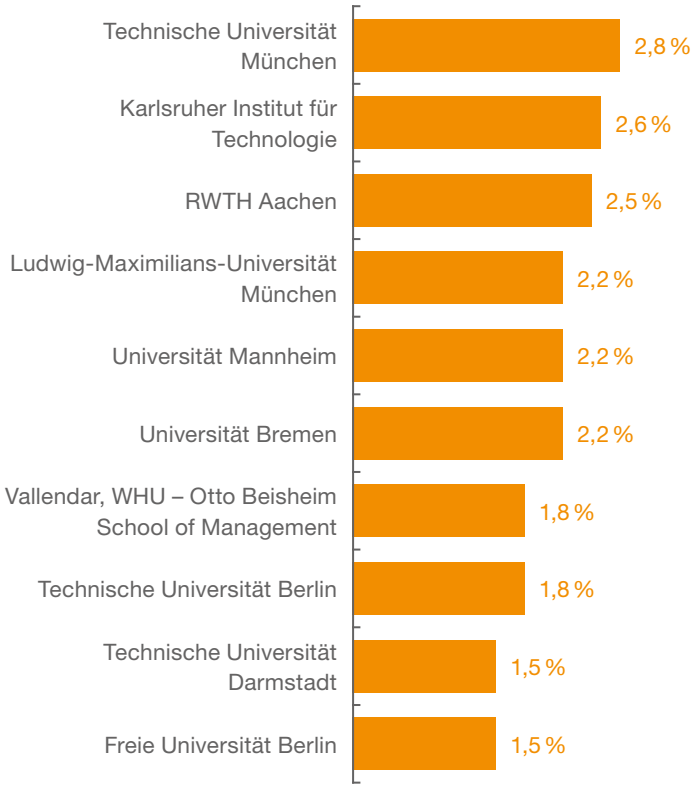


n-Wert 2020: 1.480

Gründerhochschulen

Hochschulen bilden die Startup-Gründerinnen und Gründer aus. Demnach lohnt sich ein Blick auf jene Hochschulen, die besonders viele Gründerinnen und Gründer hervorbringen. Dabei zeigt sich, dass insbesondere die Münchener Universitäten erneut sehr stark vertreten sind (TU München: 2,8 %; LMU München: 2,2 %). Einen starken Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet die RWTH Aachen (+0,8 Prozentpunkte), an der insgesamt 2,5 % der DSM-Gründerinnen und Gründer ihr Studium abschlossen. Ähnlich wie die TU München zeichnet sich die RWTH Aachen durch eine starke Schnittstelle zwischen den Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften aus und unterstützt technologieorientierte Gründungen in einem Entrepreneurship-Gründerzentrum (vgl. RWTH Aachen 2020). Insgesamt bilden die aufgeführten Top-10-Gründungshochschulen jedoch lediglich 21,1 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ab. An diesen relativ geringen kumulierten Prozentangaben lässt sich erkennen, dass die Befragten ihren Studienabschluss an vielen unterschiedlichen Hochschulen erworben haben. Dabei gibt es vor allem auch viele kleinere Universitäten, die ihre Studierenden bei Gründungen unterstützen bzw. durch eine praxisnahe Ausbildung auf diese vorbereiten. Besonders unter den kleineren Hochschulen sind einige hervorzuheben: Die WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar, die es mit knapp 1.700 Studierenden in die TOP-10-Gründerhochschulen schafft. Daneben hat auch die HHL Leipzig Graduate School of Management mit ca. 750 Studierenden eine Vielzahl von Gründerinnen und Gründern sowie einige deutsche Einhörner hervorgebracht. Ferner gibt es neue innovative Hochschulprojekte, wie die 2017 gegründete CODE University in Berlin, die praxisnahe Studiengänge anbieten und so wichtige Ausbildungsorte für Gründerinnen und Gründer von Morgen darstellen.

Abb. 16 Top-10-Gründerhochschulen (2020)



n-Wert 2020: 1.485

Gründungserfahrung

Der Anteil von Seriengründungen an der Gesamtheit aller DSM-Gründungen nimmt im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 7 Prozentpunkte zu, sodass fast die Hälfte der Gründerinnen und Gründer über Gründungserfahrung verfügen (47,1 %). Ungefähr jede/r Vierte hat vorher bereits ein Startup (26,0 %) und jede/r Fünfte bereits zwei oder mehr Startups gegründet (21,1 %). In den Gründungs-Hotspots Berlin (54,3 %), München (52,2 %) und Hamburg (51,6 %) gibt es im Bundesvergleich besonders viele Serien-gründerinnen und -gründer, während der Anteil in der Metropolregion Rhein-Ruhr geringer ist (43,4 %).[1]

[1] n-Wert 2020: 1.770; n-Wert Berlin: 302; n-Wert Metropolregion Rhein-Ruhr: 228; n-Wert München: 113; n-Wert Hamburg: 95.

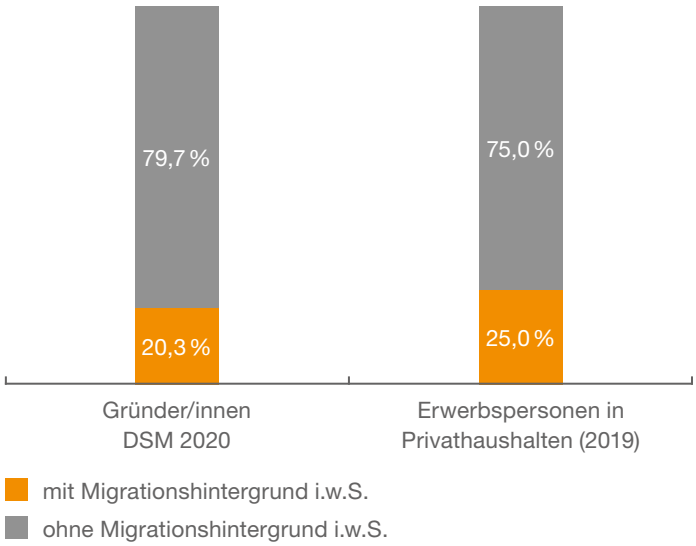
3 Internationalität der Startup-Teams

Knapp 13 % der Gründerinnen und Gründer haben eine ausländische Staatsangehörigkeit und mehr als 20 % einen Migrationshintergrund. Die Internationalität der Belegschaft unterscheidet sich stark nach Gründungs-Hotspot.

Staatsangehörigkeit der Gründerinnen und Gründer

Ein Großteil der DSM-Gründerinnen und Gründer besitzt ausschließlich die deutsche Staatsangehörigkeit (87,1 %). Im DSM 2016 gaben bei einer vergleichbaren Befragung 92,0 % der Gründerinnen und Gründer an, die deutsche Staatsangehörigkeit zu besitzen (vgl. Kollmann et al. 2016). 5,7 % der befragten Personen sind sogenannte Dual Citizens und besitzen neben der deutschen noch eine weitere Staatsangehörigkeit. Insgesamt 7,2 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben ausschließlich eine ausländische Staatsangehörigkeit. In Bezug auf die Gründungs-Hotspots lässt sich feststellen, dass insbesondere in Berlin (20,8 %) und in der Metropolregion Rhein-Ruhr (17,2 %) relativ viele Gründerinnen und Gründer eine ausländische Staatsangehörigkeit besitzen, wohingegen der Anteil in München (11,5 %) und Hamburg (7,1 %) deutlich geringer ist.[2]

Abb. 17 Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer (2020)



n-Wert 2020: 1.746; n-Wert 2019: 43,7 Mio. (vgl. Destatis 2020b)

Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer

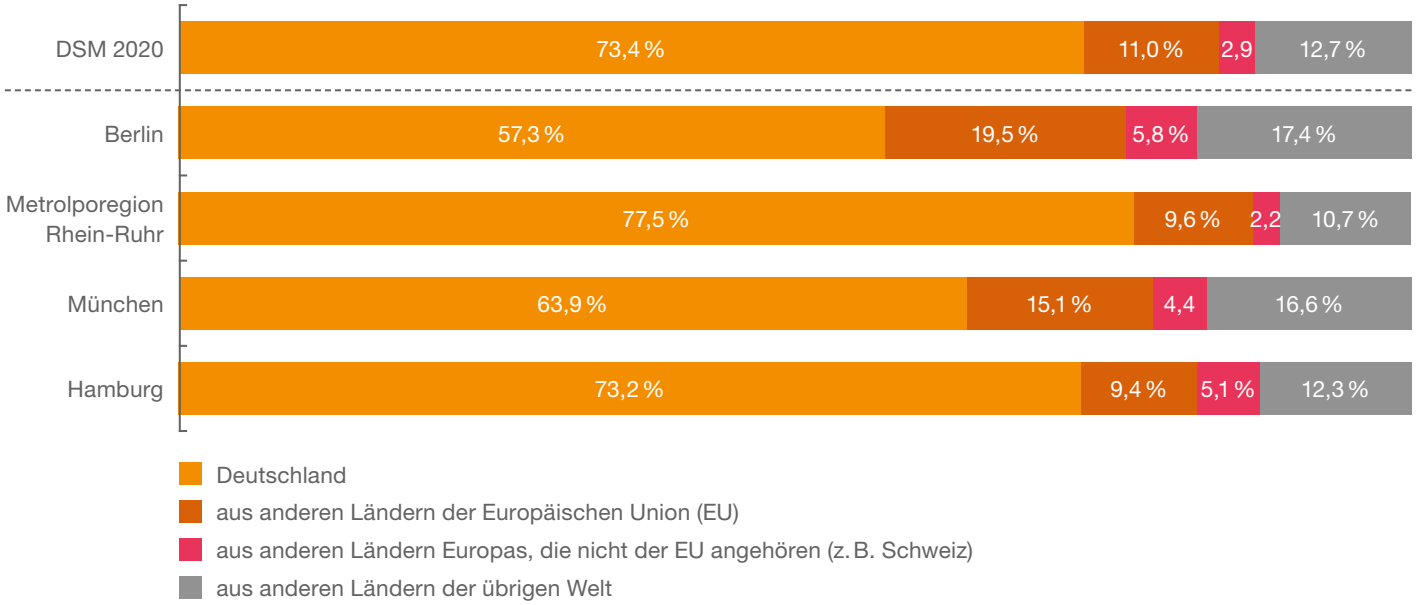
Nach Leifels und Metzger (2019) weisen Migrantinnen und Migranten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung häufiger den Wunsch zur beruflichen Selbstständigkeit auf. Der aktuelle DSM beschäftigt sich daher mit dem Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer, um daraus weitere Potenziale für das Startup-Ökosystem ableiten zu können. Dabei gilt, dass eine Person einen Migrationshintergrund im weiteren Sinne hat, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt (vgl. Destatis 2020a). Insgesamt haben gut 20 % der befragten Gründerinnen und Gründer einen Migrationshintergrund, was auf die zentrale Bedeutung von Migrantinnen und Migranten für das deutsche Startup-Ökosystem verweist. Ihr, im Vergleich zur generellen Erwerbsbevölkerung (25,0 %; vgl. Destatis 2020b), geringerer Anteil im Startup-Sektor verweist jedoch gleichzeitig auf spezifische Hindernisse und noch unausgeschöpfte Potenziale. Bezogen auf die Gründungs-Hotspots ist der relative Anteil der Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund in der Metropolregion Rhein-Ruhr (29,8 %) und in Berlin (25,2 %) besonders hoch. In Hamburg (17,3 %) und München (17,1 %) liegt ihr Anteil – wie bei der Staatsangehörigkeit – unter dem DSM-Durchschnitt.[3]

[2] n-Wert 2020: 1.766; n-Wert 2016: 778; n-Wert Berlin: 303; n-Wert Metropolregion Rhein-Ruhr: 227; n-Wert München: 113; n-Wert Hamburg: 98.
[3] n-Wert DSM 2020: 1.753; n-Wert Berlin: 298; n-Wert Metropolregion Rhein-Ruhr: 225; n-Wert München: 111; n-Wert Hamburg: 98.

Herkunft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Um ein möglichst detailliertes Bild über die Internationalität der DSM-Startups zu erlangen, wurde neben der Herkunft der befragten Gründerinnen und Gründer auch die der Belegschaft erfasst. Während bei den Gründerinnen und Gründern spezifisch die Staatsangehörigkeit und der Migrationshintergrund ermittelt wurde, sollten die Startups in Bezug auf ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeben aus welchen Ländern diese kommen. Dabei zeigt sich, dass im Durchschnitt 26,6 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DSM-Startups nicht aus Deutschland stammen. Unter ihnen sind die Anteile europäischer und nicht-europäischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter relativ ähnlich (EU: 11,0 %; Nicht-EU: 15,6 %). Besonders interessant ist die Metropolregion Rhein-Ruhr: Obwohl die Gründerinnen und Gründer aus diesem Hotspot vergleichsweise häufig selbst eine ausländische Staatsangehörigkeit besitzen oder einen Migrationshintergrund haben, weist ihre Belegschaft im Vergleich zu den anderen Hotspots eine geringere Internationalität auf – durchschnittlich 22,5 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommen aus dem Ausland. München wiederum hat unter den Gründungs-Hotspots einen relativ geringen Anteil an Gründerinnen und Gründern mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder einem Migrationshintergrund, beschäftigt jedoch durchschnittlich relativ internationale Teams (36,1 %).

Abb. 18 Mitarbeiterherkunft in den Gründungs-Hotspots (2020)



n-Wert 2020: 1.348; n-Werte: 281/158/100/92

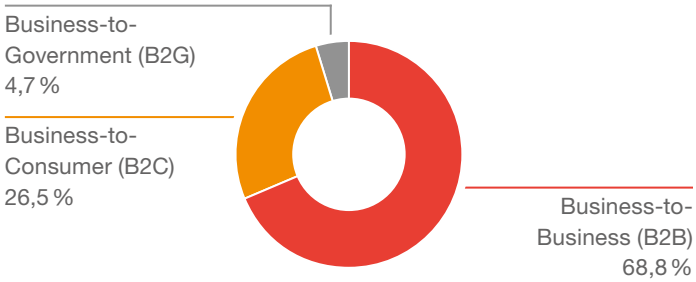
5 Produkte, Services und Prozesse

1 Kunden

Wie in den Vorjahren erzielen oder planen die DSM-Startups mehr als zwei Drittel der Umsätze mit B2B-Kunden. Der B2C-Bereich ist insgesamt weniger stark durch die Corona-Krise beeinträchtigt.

Mit Blick auf die Produkte und Dienstleistungen der DSM-Startups wurde untersucht, mit welchen Kundengruppen die Startups ihre Umsätze generieren. Differenziert wird zwischen Geschäftskunden (B2B), Privatkunden (B2C) sowie dem Staat als Kunden (B2G). Die meisten DSM-Startups erwirtschaften ihre Umsätze mit anderen Unternehmen (68,8 %), was die hohe Bedeutung von Geschäftskunden für Startups verdeutlicht und auch die Chancen durch Kooperationen mit etablierten Unternehmen unterstreicht. Neben dem B2B-Bereich sind Privatpersonen eine wichtige Kundengruppe: Insgesamt 26,5 % der Umsätze stammen aus dem B2C-Geschäft. Nur 4,7 % der Gesamtumsätze werden durch Geschäftsbeziehungen mit der öffentlichen Hand (B2G) erzielt, die bislang nur selten ihre Beschaffungsprozesse offen für Startups gestalten. Mit Blick auf die Auswirkungen der Corona Krise, zeichnet sich ein differenziertes Bild ab: Startups, die negativ durch die Corona Krise beeinträchtigt wurden, erwirtschaften einen größeren Teil ihres Umsatzes im B2B-Bereich (70,6 % vs. DSM-Durchschnitt: 68,8 %). Startups, die eine positive Entwicklung ihrer Geschäftstätigkeit verzeichnen, sind dagegen stärker im B2C-Bereich vertreten (34,7 % vs. DSM-Durchschnitt: 26,5 %).

Abb. 19 Anteile der umsatzbringenden Kundengruppen der DSM-Startups (2020)



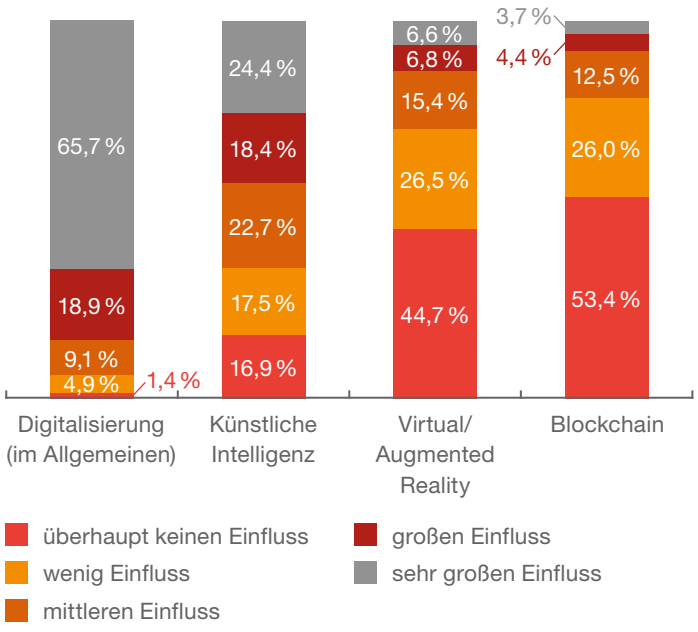
n-Wert 2020: 1.732

2 Künstliche Intelligenz, Virtual-/Augmented Reality und Blockchain

Die Themen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz werden immer wichtiger und beeinflussen zunehmend die Geschäftsmodelle der DSM-Startups.

Die Digitalisierung im Allgemeinen übt einen immer größeren Einfluss auf die Geschäftsmodelle der DSM-Startups aus (Antwortoption „sehr großen Einfluss“: 65,7 %; DSM 2019: 60,6 %). Aber auch konkrete technologische Entwicklungen – insbesondere die Künstliche Intelligenz (KI) – beeinflussen zunehmend die Startups bei der Entwicklung ihrer Geschäftsmodelle (Antwortoption „sehr großen Einfluss“: 24,4 %; DSM 2019: 22,1 %). Die zentrale Bedeutung Künstlicher Intelligenz als wirtschaftliche Zukunftstechnologie wird auch von Seiten der Bundesregierung wahrgenommen und mit der „Strategie Künstliche Intelligenz“ forciert (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2020). Die Relevanz von Virtual- und Augmented Reality (6,6 %) sowie Blockchain-Technologie (3,7 %) bewerten die DSM-Startups wie im Vorjahr deutlich geringer und sehen diese Technologien weiterhin nicht als zentralen Faktoren für ihr Geschäftsmodell.

Abb. 20 Einfluss der Digitalisierung/neuer Technologien auf das Geschäftsmodell (2020)



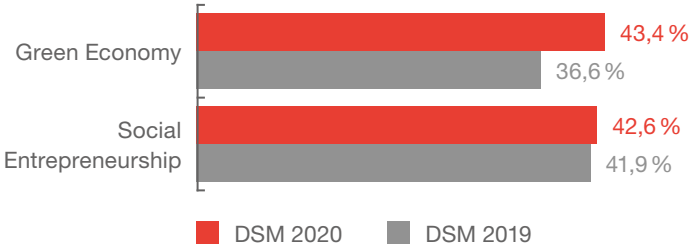
n-Werte 2020: 1.823/1.801/1.782/1.752

3 Nachhaltigkeit

Startups setzen vermehrt auf Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz sowie auf gesellschaftliche Teilhabe.

Startups nehmen eine Schlüsselfunktion ein, wenn es um die Lösung der großen Klima- und Nachhaltigkeitsherausforderungen der heutigen Zeit geht. Aufgrund ihrer Innovationskraft leisten sie häufig Pionierarbeit, wenn es darum geht, Umweltinnovationen am Markt einzuführen (vgl. Fichter/Olteanu 2020). Aus diesem Grund sollten sich die Befragten in Anlehnung an die Triple Bottom Line (vgl. Elkington 1998) zu bestimmten Aussagen hinsichtlich der ökologischen und sozialen Unternehmensausrichtung positionieren. Im Jahresvergleich zeigt sich, dass immer mehr DSM-Startups ihre Produkte und Dienstleistungen der Green Economy (43,4 %; DSM 2019: 36,6 %) bzw. dem Social Entrepreneurship (42,6 %; DSM 2019: 41,9 %) zuordnen. Damit steigt die Anzahl der DSM-Startups, die gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz leisten und beabsichtigen, gesellschaftliche Problemstellungen zu lösen. Neben den ökonomischen Motiven werden also umweltspezifische sowie soziale Ziele im Startup-Ökosystem immer wichtiger.

Abb. 21 Green Economy und Social Entrepreneurship (2019–2020)



n-Werte 2020: 1.838/1.848; n-Werte 2019: 1.862/1.875

„Das weltweite Plastikmüllproblem ist durch Covid-19 aktueller denn je. Viele Unternehmen haben das erkannt und wollen einen Wandel mitgestalten. In Deutschland fehlt es aber oft noch an flexiblen und schnellen Finanzinstrumenten, um gerade Impact-Startups bei ihrer Mission zu unterstützen."

Dr. Tilman Flöhr und Clemens Feigl, Gründer, Pacific Garbage Screening

„Wir sehen, dass die Bedeutung von KI-getriebenen Lösungen im Industrieumfeld stark zunimmt. Besonders im Zusammenhang mit Predictive Maintenance und IoT. Oft fällt es Mittelständlern jedoch schwer in diesem Feld eigene Expertise aufzubauen. Wir bei AiSight verstehen uns als KI-Partner, der Mittelständlern hilft, die eigene Produktion Industrie 4.0 bereit zu machen und somit auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein."

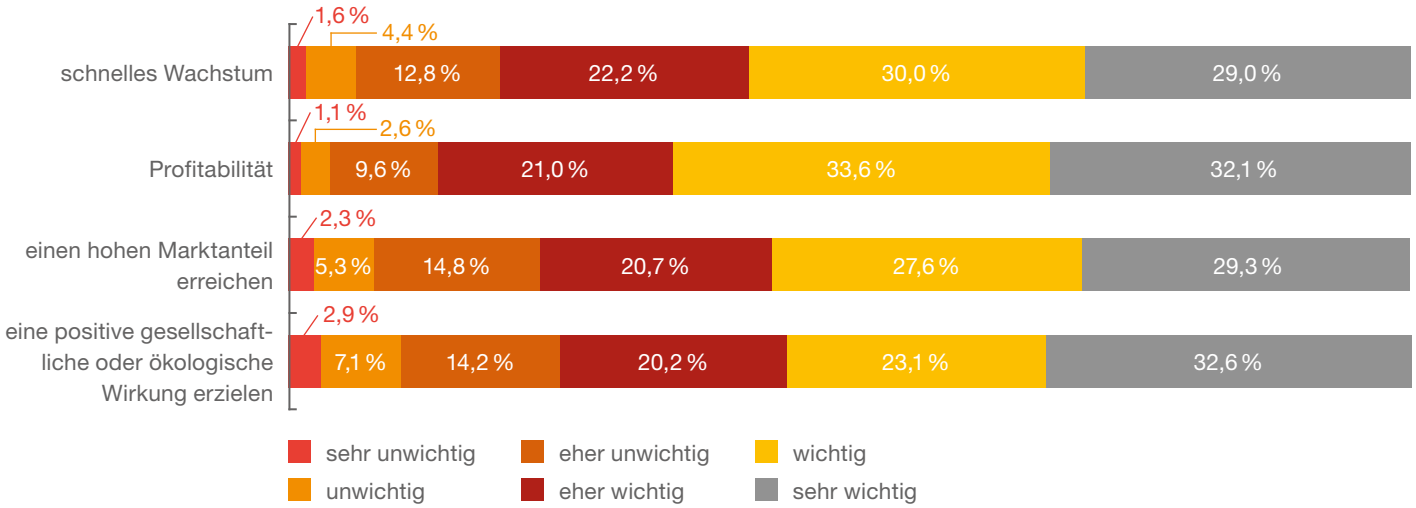
Maximilian von Düring, Gründer und CCO AiSight

4 Unternehmensstrategie

Die Profitabilität ist für fast zwei Drittel der DSM-Startups (sehr) wichtig. Die Relevanz gesellschaftlicher und ökologischer Unternehmensstrategien steigt weiter an.

Hinsichtlich der Unternehmensstrategien zeigt sich, dass die DSM-Startups insbesondere ihre Profitabilität als (sehr) wichtig erachten – im Vergleich zum Vorjahr findet sich hier der größte Anstieg (+5,6 Prozentpunkte). Demgegenüber stagniert der relative Anteil der DSM-Startups, die einen hohen Marktanteil erreichen möchten. Ebenfalls auffällig ist der starke Anstieg der Startups, die eine positive gesellschaftliche oder ökologische Wirkung für (sehr) wichtig halten (+5,3 Prozentpunkte). Diese Ergebnisse unterstreichen die zunehmende Bedeutung der Themenfelder Green Economy und Social Entrepreneurship (vgl. Kapitel 5.3) sowie die Bedeutung stabiler Umsätze in unsicheren Zeiten.

Abb. 22 Unternehmensstrategien (2020)



n-Werte 2020: 1.819/1.818/1.805/1.795

6 Finanzen

1 Umsatz

Im Jahresvergleich generieren die DSM-Startups häufiger Umsätze über 150.000 Euro. Trotz Corona planen sie im folgenden Geschäftsjahr mit klaren Umsatzzuwächsen.

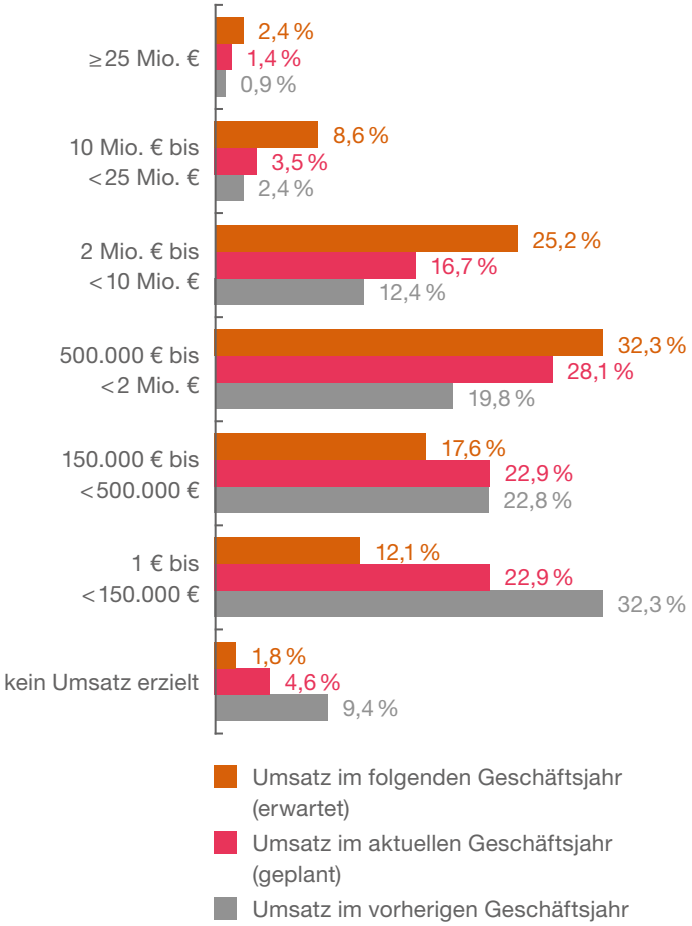
Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr

Im vergangenen Geschäftsjahr erzielten insgesamt 90,6 % der DSM-Startups Umsätze. Wie schon in den beiden vergangenen Jahren, erzielte der größte Teil der DSM-Startups Umsätze unter 150.000 Euro (32,3 %). Besonders auffällig im Jahresvergleich ist aber eine Verlagerung der relativen Anteile in höhere Umsatzbereiche – so ist der Anteil von DSM-Startups, die Umsätze von 150.000 Euro oder mehr erwirtschafteten um knapp 6 Prozentpunkte auf nunmehr 58,3 % im Vergleich zum DSM 2019 angestiegen. Die größte Zunahme ist im Bereich 2 Mio. Euro bis unter 10 Mio. Euro (12,4 %) zu erkennen (DSM 2019: 8,8 %).

Umsätze im Jahresverlauf

Neben den erzielten Umsätzen aus dem vorherigen Geschäftsjahr wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch zu den geplanten Umsätzen des aktuell laufenden sowie kommenden Geschäftsjahres befragt. Trotz der Corona-Krise zeigt sich, dass die Startups im Jahresvergleich häufiger mit Umsätzen von 500.000 Euro oder mehr sowohl für das aktuelle (49,7 %; DSM 2019: 43,8 %) als auch für das folgende Geschäftsjahr (68,4 %; DSM 2019: 63,6 %) rechnen. Diese Erwartungen können als Indikator für Zuversicht im deutschen Startup-Umfeld interpretiert werden, der Corona-Krise zu trotzen.

Abb. 23 Jahresumsatz – Vergangenes, aktuelles und kommendes Geschäftsjahr (2020)



n-Werte 2020: 595/652/671[1]

[1] Es wurden ausschließlich Startups betrachtet, die vor dem Jahr 2019 gegründet wurden.

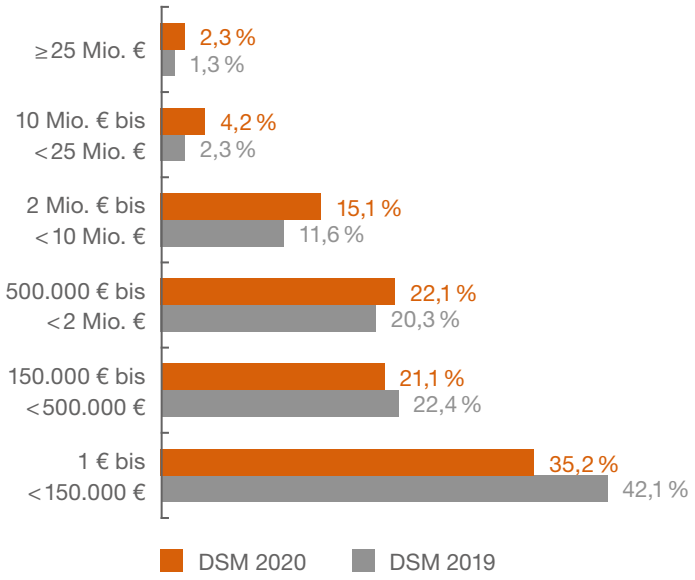
2 Finanzierung

Im Vergleich zum Vorjahr haben mehr Startups externes Kapital aufgenommen. VC- und Business-Angel-Finanzierungen werden wichtiger.

Externe Kapitalaufnahme

Besonders interessant im Kontext der Corona-Krise ist, dass eine große und wachsende Anzahl von DSM-Startups bereits auf externe Mittel zurückgegriffen hat (62,9 %; DSM 2019: 55,3 %). Insgesamt gaben 912 DSM-Startups an, externes Kapital in Höhe der Gesamtsumme von über 3,8 Mrd. Euro eingesammelt zu haben. In absoluten Zahlen ist das im Vergleich zum DSM 2019 eine Zunahme um fast 1,7 Mrd. Euro (DSM 2019: ca. 2,1 Mrd. Euro). Unterteilt in Kategorien zeigt sich, dass der Anteil externer Finanzierungen bis 150.000 Euro deutlich zurückgegangen ist (–6,9 Prozentpunkte), während die externen Kapitalaufnahmen über 2 Mio. Euro besonders gestiegen sind (+6,4 Prozentpunkte). Insgesamt verdeutlichen somit die DSM-Zahlen die positive Entwicklung auf dem Kapitalmarkt der letzten Jahre, sowohl was die Anzahl der Finanzierungsrunden als auch das Gesamtvolumen betrifft (vgl. Dealroom 2020a).

Abb. 24 Externe Kapitalaufnahme (bisher) (2019–2020)

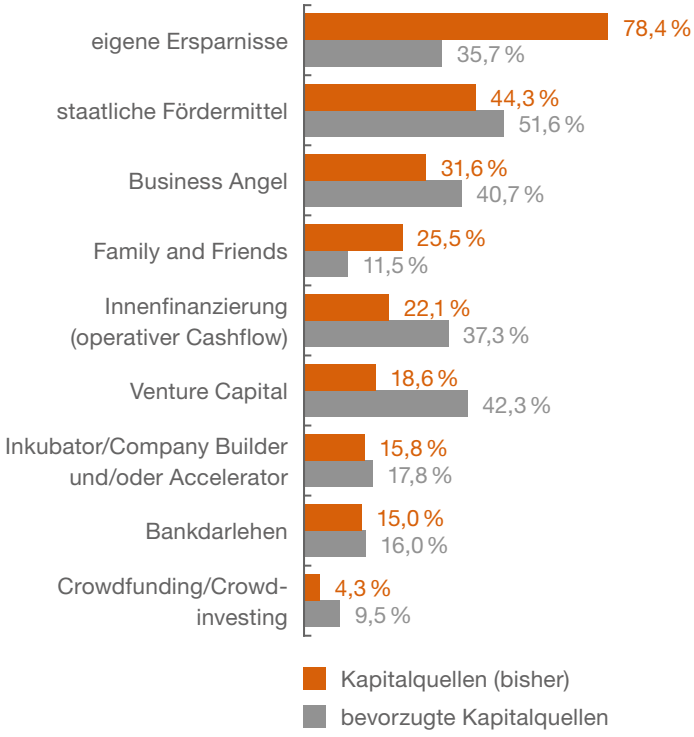


n-Wert 2020: 912; n-Wert 2019: 777

Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen

Um sich ein verbessertes Bild über die Finanzierungssituation deutscher Startups zu machen, wurde untersucht, welche Kapitalquellen die DSM-Startups bisher genutzt haben und welche sie bevorzugen würden. Aufgrund der hohen Abweichung zwischen den bevorzugten und tatsächlich genutzten Kapitalquellen kann weiterhin von einer Unterversorgung des Startup-Ökosystems durch den Kapitalmarkt ausgegangen werden. Obwohl der Anteil der Startups, die sich durch eigene Ersparnisse finanzieren im Jahresvergleich leicht rückläufig ist (78,4 %; DSM 2019: 80,8 %) und in diesem Jahr deutlich mehr DSM-Startups angegeben haben, bereits durch Business Angels (31,6 %; DSM 2019: 23,1 %) und Venture Capital (18,6 %; DSM 2019: 14,6 %) finanziert worden zu sein, herrscht in diesen Bereichen weiterhin die größte Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Obwohl sich etwa vier von zehn DSM-Startups Kapital von Business Angels (40,7 %) oder Venture Capital-Gebern (42,3 %) wünschen, macht nur ungefähr ein Drittel bzw. ein Fünftel der Startups von diesen Finanzierungsquellen Gebrauch. Obwohl sich das Venture-Capital Volumen in Deutschland zwischen 2015 und 2019 mehr als verdoppelt hat (vgl. Dealroom 2020a), bleibt der Zugriff auf externes Kapital eine der größten Herausforderungen im Startup-Ökosystem.

Abb. 25 Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen (2020)



Mehrfachauswahl möglich

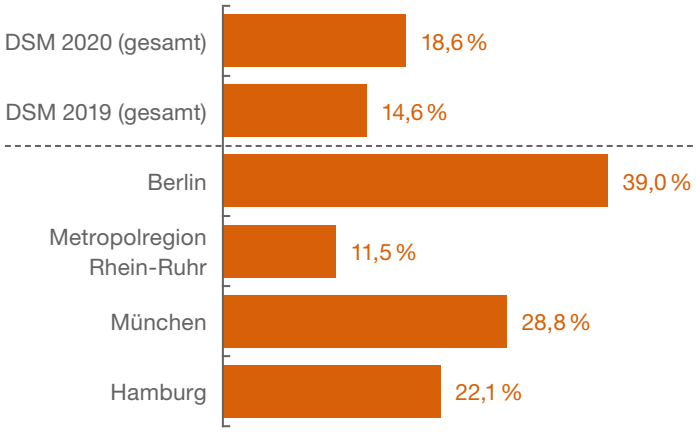
n-Werte 2020: 1.744/1.710

3 Venture Capital im Fokus

Der Anteil VC-finanzierter DSM-Startups steigt um 4 % gegenüber dem Vorjahr – insbesondere Berliner und Münchener Startups verzeichnen deutliche Zuwächse bei VC-Finanzierungen.

Für Startups mit hohen Wachstumsambitionen ist Venture Capital die zentrale Finanzierungsquelle. Im Vorjahresvergleich hat der Anteil VC-finanzierter Startups im DSM um 4 Prozentpunkte auf nunmehr 18,6 % zugenommen. Zugleich gibt es hier erhebliche regionale Unterschiede. Insbesondere die DSM-Startups in den Gründer-Hotspots Berlin (39,0 %; DSM 2019: 29,1 %) und München (28,8 %; DSM 2019: 19,7 %) konnten im Jahresvergleich nochmal deutlich häufiger VC-Gelder einsammeln. Die Startups in der Metropolregion Rhein-Ruhr werden im Vergleich zum Vorjahr zwar etwas häufiger durch Wagniskapital finanziert, sammeln aber sowohl im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als auch im Vergleich zu den anderen Gründungs-Hotspots deutlich seltener VC ein (11,5 %; DSM 2019: 9,7 %).

Abb. 26 Venture-Capital-finanzierte Startups (2019–2020)



n-Werte: 1.744/1.756/310/227/111/95

4 Unternehmerische Ambitionen

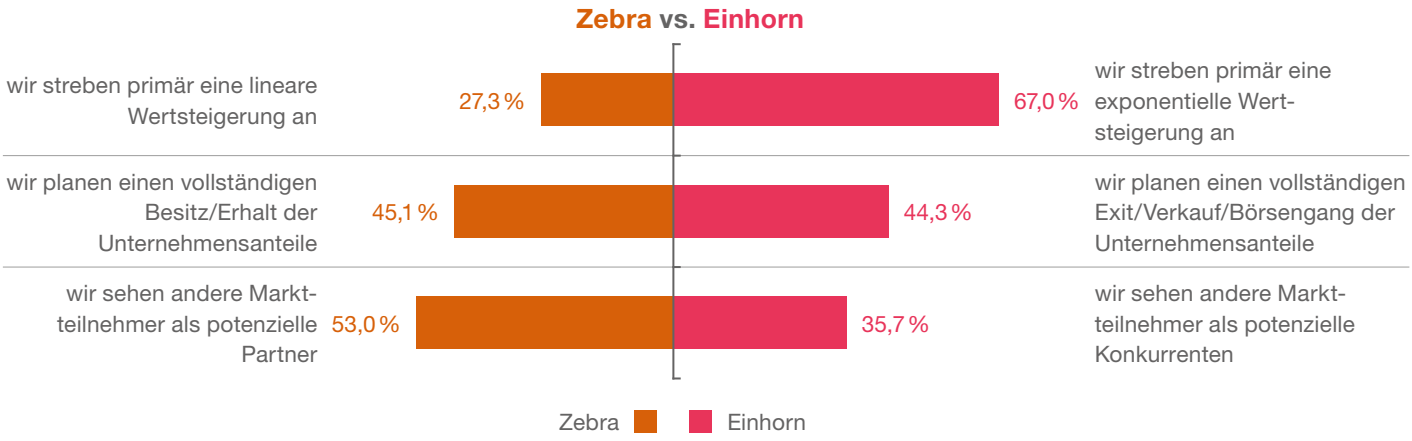
Die DSM-Gründerinnen und -Gründer streben mit ihren Startups primär eine exponentielle Wertsteigerung an.

Startup-Ziele

Klassische Venture-Capital-Geber suchen nach dem nächsten Mega-Deal, d. h. nach Startups, die eine exponentielle Wertsteigerung versprechen und demnach eine hohe Marktbewertung erzielen („Einhörner"). Für die DSM-Gründerinnen und Gründer werden jedoch Profitabilität sowie ein ökologischer und sozialer Beitrag immer wichtiger (vgl. Kapitel 5.3 und 5.4) – Themen, die insbesondere von „Zebras" verfolgt werden. Innerhalb der Zebra-Bewegung, die sich in den letzten Jahren ausgehend von den USA entwickelt hat, streben Unternehmen mehr Unabhängigkeit von Kapitalgebern an, indem sie versuchen sowohl profitabel als auch sozial zu agieren und das eine nicht für das andere zu opfern (vgl. Brandel et al. 2017).

Vor diesem Hintergrund wurden die DSM-Gründerinnen und -Gründer diesjährig zu ihren primären Zielen befragt, die sie mit ihrem Startup verfolgen. Dazu wurden die unternehmerischen Ambitionen jeweils durch zwei Extrempositionen (Einhorn vs. Zebra) ermittelt, wobei eine neutrale Position gewählt werden konnte, wenn keine der beiden Zielausrichtungen zutraf. Die Abbildung zeigt, dass zwar der Großteil der DSM-Startups zu einer exponentiellen Wertsteigerung tendiert (67,0 %), jedoch der vollständige Exit, Verkauf oder Börsengang der Unternehmensanteile (44,3 %) nicht im absoluten Fokus steht. Demgegenüber neigen ungefähr gleich viele Gründerinnen und Gründer zum (vollständigen) Besitz bzw. Erhalt ihrer Unternehmensanteile (45,1 %). Ebenso zeigt sich auch, dass ein Großteil der Unternehmerinnen und Unternehmer den konstruktiven Austausch mit Wettbewerbern wünscht und diese eher als potenzielle Partner statt Konkurrenten sehen (53,0 %).

Abb. 27 Startup-Ziele (2020)

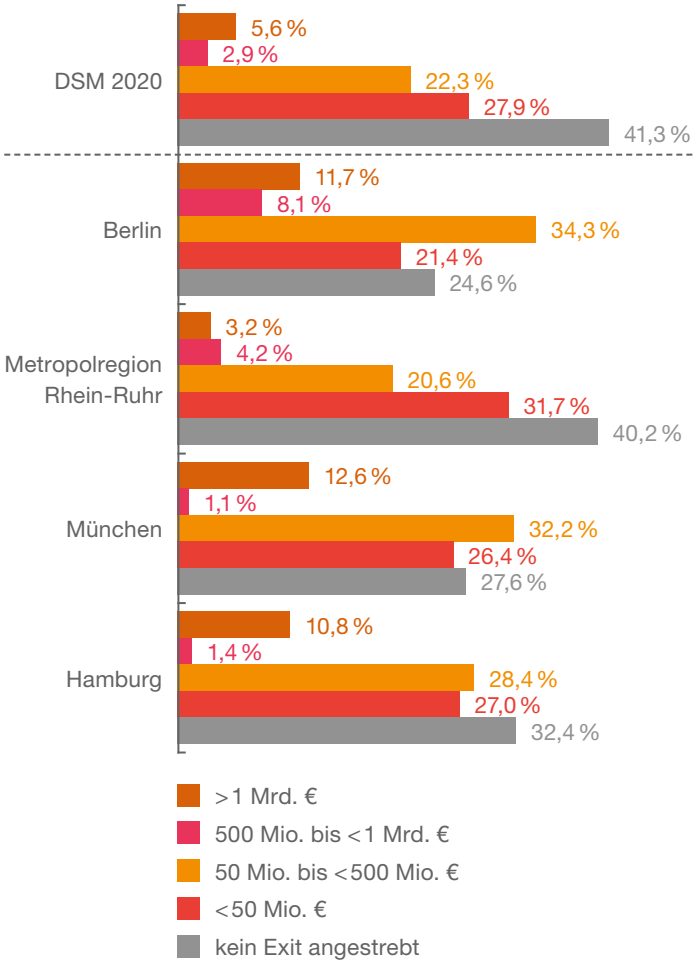


n-Werte 2020: 1.422/1.411/1.448

Exit-Wert

Um einen noch detaillierteren Einblick in die unternehmerischen Ambitionen zu erlangen, wurden die DSM-Startups zu ihren potenziellen Exit-Zielen befragt. Dabei zeigt sich ebenfalls ein relativ ausgeglichenes Bild. So streben 58,7 % der DSM-Startups überhaupt einen Exit an, wobei am häufigsten ein Wert zwischen 10 und 50 Mio. Euro erzielt werden soll (19,6 %). Exit-Bestrebungen von über einer Mrd. Euro (Einhorn) werden nur von 5,6 % verfolgt. Ein deutlich differenziertes Bild zeichnet sich mit Blick auf die Gründungs-Hotspots ab. In Berlin (75,4 %) und München (72,4 %) streben die meisten Gründerinnen und Gründer nach einem Exit und wollen dabei auch gleichzeitig höhere Erlöse erzielen. Demgegenüber planen die Unternehmerinnen und Unternehmer in der Metropolregion Rhein-Ruhr besonders häufig keinen Exit (40,2 %). Diese Ergebnisse zeigen deutliche Parallelen zu den Verteilungen der VC-Finanzierung (vgl. Kapitel 6.3).

Abb. 28 Exit-Werte (2020)

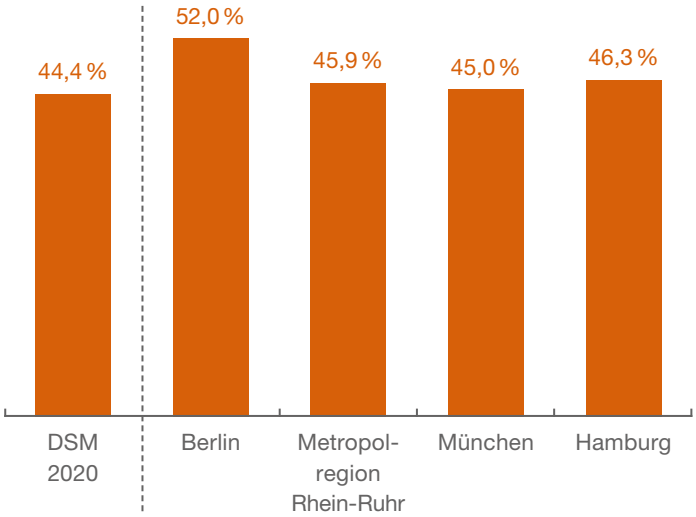


n-Werte 2020: 1.437/248/189/87/74

Risikobereitschaft

Ein wichtiger Bestandteil des Unternehmertums besteht darin, dass Gründerinnen und Gründer bei ihrem stetigen Bestreben nach Innovationen und Wachstum, Verantwortung und Risiko übernehmen. Deshalb sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in diesem Jahr ihre eigene Risikobereitschaft im Vergleich zu anderen Startup-Gründerinnen und -Gründern einschätzen. Besonders spannend ist dabei der direkte Blick auf die Gründungs-Hotspots. Hier zeigt sich, dass sich besonders häufig die Berliner-Gründerinnen und -Gründer (viel) risikobereiter im Vergleich zu anderen Startup-Gründerinnen und -Gründern einschätzen und auch im Vergleich zu den anderen Hotspots klar hervorstechen.

Abb. 29 Risikobereitschaft der Gründerinnen und Gründer (2020)



n-Werte 2020: 1.589/271/82/100/207;
Dargestellte Antwortoptionen „(Viel) höhere unternehmerische Risikobereitschaft im Vergleich zu anderen Startup-Gründerinnen und Gründern“.

„Deutschland ist in der Breite innovativer Startups sehr gut aufgestellt. Um als Ökosystem und Innovationsstandort den nächsten Schritt zu machen, müssen wir vor allem in den Bereichen Kapital und Köpfe nachlegen. Als Verband arbeiten wir daher mit Nachdruck daran, den Zukunftsfond und das Thema Mitarbeiterbeteidigung voranzubringen.“

Franziska Teubert, Geschäftsführerin des Bundesverbands Deutsche Startups

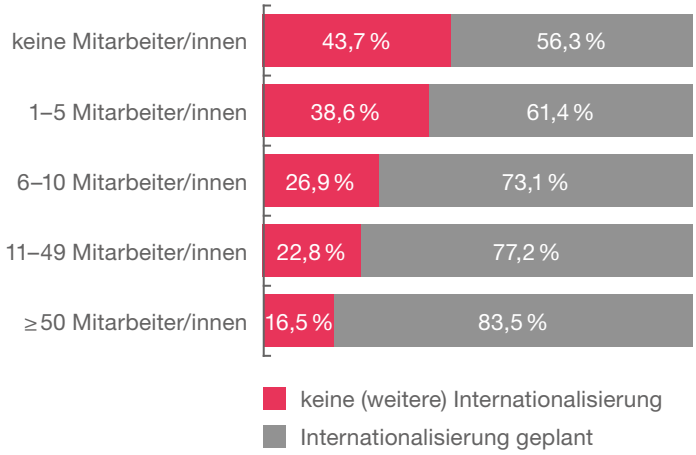
7 Marktzugang

1 Geplante Internationalisierung

Gründerinnen und Gründer planen trotz der Corona-Krise zu internationalisieren. Die Märkte der Europäischen Union bleiben mit Abstand das wichtigste Ziel.

Mit Blick auf die kommenden 12 Monate wurden die DSM-Startups zu ihren Internationalisierungsplänen befragt. Mit einem Wert von über zwei Dritteln der Startups, die eine (weitere) Internationalisierung planen, ist dieser Anteil im Jahresvergleich nahezu konstant geblieben (66,1 %; DSM 2019: 66,2 %).[4] Diese Ergebnisse sind vor allem im Kontext der Corona-Krise spannend: Trotz erschwerter Rahmenbedingungen für Startups ist der Wunsch nach Internationalisierung ungebrochen. Wenn die Startups (weiter) internationalisieren zeigt sich, dass die Europäische Union mit Abstand das beliebteste Expansionsziel bleibt (90,1 %; DSM 2019: 88,9 %).[5] Eine Betrachtung der Internationalisierungspläne nach Mitarbeiterzahl zeigt, dass größere Startups deutlich häufiger in Richtung globaler Märkte streben.

Abb. 30 Internationalisierungspläne nach Mitarbeiterzahl (2020)



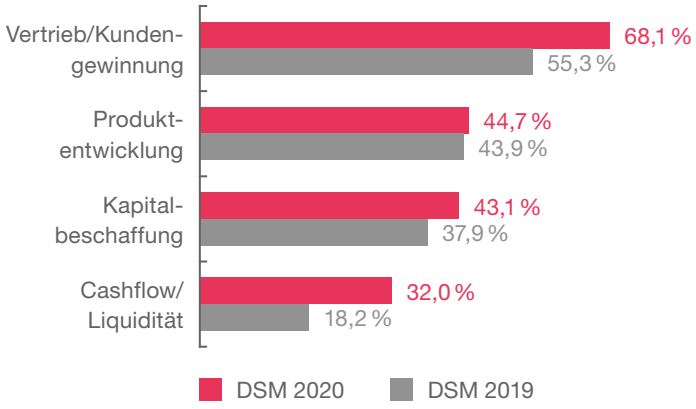
n-Werte 2020: 366/562/223/272/91

2 Aktuelle Herausforderungen der Startups

Im Jahresvergleich bewerten die DSM-Startups verstärkt die Kundengewinnung sowie den Cashflow und die Liquidität als Schwierigkeit.

Um ein besseres Verständnis für die Probleme im deutschen Startup-Ökosystem zu entwickeln, wurden die DSM-Startups nach ihren drei aktuell größten Herausforderungen befragt. Wie schon im letzten Jahr liegen die drei wesentlichen Schwierigkeiten in den Bereichen Vertrieb/Kundengewinnung, Produktentwicklung und Kapitalbeschaffung. Mit einem Zuwachs um 12,8 Prozentpunkte sehen Startups vor allem im Vertrieb und in der Kundengewinnung deutlich höhere Herausforderungen als im Vorjahr. Damit deuten die Ergebnisse auch auf erschwerte finanzielle Rahmenbedingungen hin: Die Bereiche Cashflow/Liquidität sowie Kapitalbeschaffung steigen um 13,8 bzw. 5,2 Prozentpunkte. Diese Ergebnisse sind insbesondere in der aktuellen Corona-Krise ein Alarmsignal: Umsatzeinbrüche und der Absprung bzw. das Abwarten einiger Investoren aufgrund der aktuellen Unsicherheiten bergen insbesondere für Startups eine Gefahr, da sie selten auf finanzielle Rücklagen zurückgreifen können (vgl. Hirschfeld/Gilde 2020b). Aus diesem Grund sind politische Maßnahmen zum Schutz des Startup-Ökosystems dringend notwendig, insbesondere zur Liquiditätssicherung.

Abb. 31 Aktuelle Herausforderungen der Startups (2019–2020)

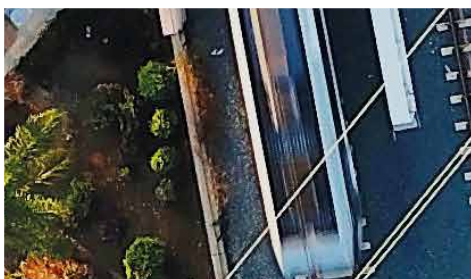


Mehrfachauswahl möglich

n-Wert 2020: 1.715; n-Wert 2019: 1.682

[4] n-Wert 2020: 1.612; n-Wert 2019: 1.577.
[5] n-Wert 2020: 1.065; n-Wert 2019: 1.044.

8 Infrastruktur, Netzwerke und Wettbewerb



1 Startup-Ökosystem

Über 60 % der Gründerinnen und Gründer bewerten das Startup-Ökosystem an ihrem Standort mit (sehr) gut. Im Jahresvergleich werden Berlin und München noch positiver wahrgenommen, während Hamburg deutlich schlechter bewertet wird.

Allgemeine Bewertung des Startup-Ökosystems

Ein funktionierendes regionales Ökosystem und ein gründerfreundliches Klima tragen entscheidend zum Erfolg von Startups bei (vgl. Berger/Kuckertz 2016). Deshalb sollten die DSM-Gründerinnen und Gründer das Startup-Ökosystem an ihrem Standort bewerten. In der Auswertung wurden zur Vereinfachung die Antwortoptionen „gut" und „sehr gut" sowie „schlecht" und „sehr schlecht" zusammengefasst. Insgesamt zeigt sich, dass die Mehrheit der Gründerinnen und Gründer ihr regionales Ökosystem als (sehr) gut bewerten und dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr nochmal leicht angestiegen ist (61,4 %; DSM 2019: 58,4 %).

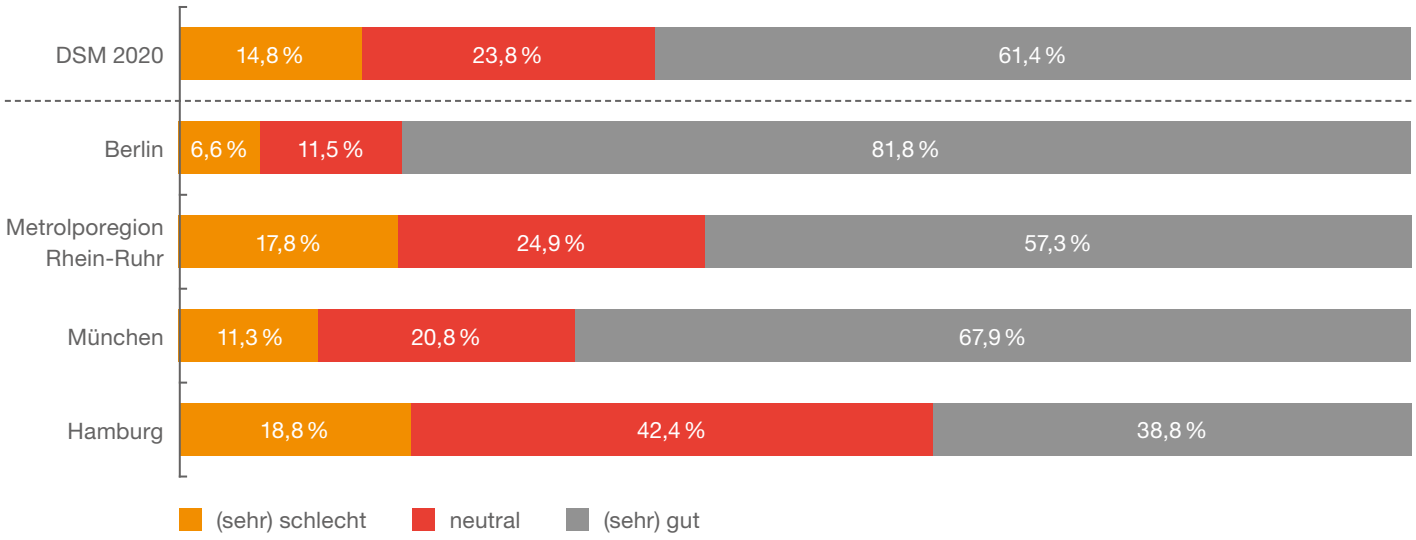
Ebenso zeigt sich, dass insbesondere die Ökosysteme Berlin (81,8 %; DSM 2019: 74,5 %) und München (67,9 %; DSM 2019: 63,0 %) noch positiver wahrgenommen werden. Demgegenüber wird Hamburg im Jahresvergleich schlechter bewertet. Mit 38,8 % der DSM-Startups, die das Ökosystem der Hansestadt als (sehr) gut einschätzen, liegt der Wert 14,7 Prozentpunkte unter seinem Vorjahreswert und 22,6 Prozentpunkte unter dem diesjährigen DSM-Durchschnitt.

Spezifische Bewertung des Startup-Ökosystems

Damit aus den allgemeinen Bewertungen zum Startup-Ökosystem auch konkrete Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet werden können, sollten spezifische Aspekte der jeweiligen Ökosysteme bewertet werden. Besonders häufig werden die Nähe zu Universitäten (79,9 %; DSM 2019: 82,1 %) und das Netzwerk zu anderen Startup-Gründerinnen und -Gründern (68,1 %; DSM 2019: 67,1 %) als (sehr) gut bewertet. Die größte Differenz zum Vorjahr zeigt sich bei der Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal – so ist es erfreulich, dass über die Hälfte der befragten DSM-Startups (+14,5 Prozentpunkte) diesen Aspekt als (sehr) gut bewerten. Hingegen halten fast ein Drittel der DSM-Startups die Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen für (sehr) schlecht (30,4 %; DSM 2019: 27,5 %).

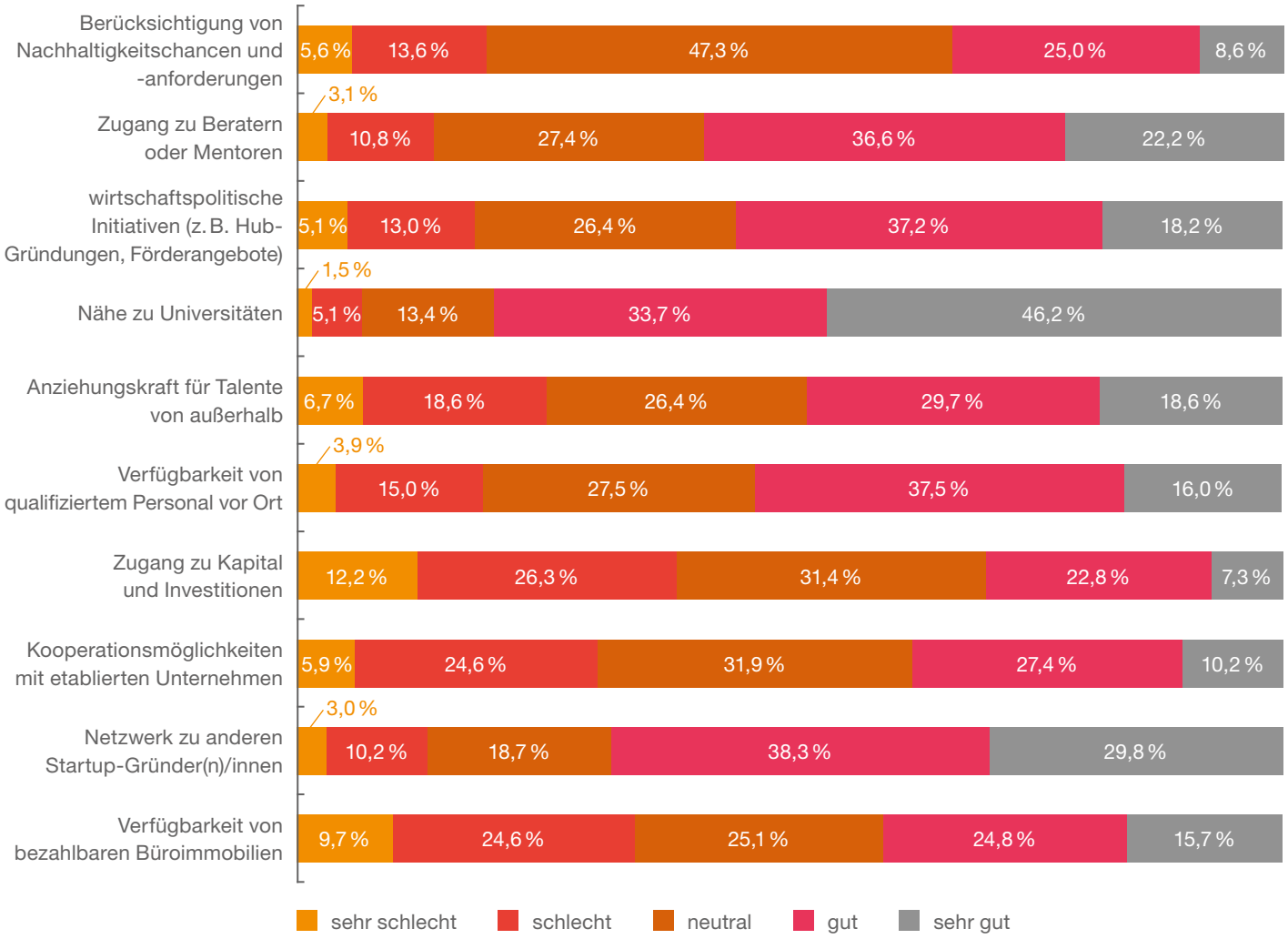
Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Gründerinnen und Gründer zwar innerhalb der Startup-Szene gut vernetzt sind, es aber notwendig ist, den Dialog zwischen ihnen und etablierten Akteuren weiter voranzutreiben. Der Zugang zu Kapital und Investitionen (38,5 %; DSM 2019: 36,9 %) und die Verfügbarkeit von bezahlbaren Büroimmobilien (34,3 %; DSM 2019: 38,7 %) werden von DSM-Startups am häufigsten als (sehr) schlecht bewertet. Allerdings erwartet das Institut der Deutschen Wirtschaft aufgrund der Corona-Krise – und den damit verbundenen Veränderungen in der Arbeitswelt (bspw. Home-Office-Regelungen) – fallende Preise auf dem gewerblichen Immobilienmarkt (vgl. Voigtländer 2020).

Abb. 32 Allgemeine Bewertung des Startup-Ökosystems (2020)



n-Werte 2020: 1.649/286/213/106/85

Abb. 33 Spezifische Bewertung des Startup-Ökosystems (2020)



n-Werte 2020: 1.365/1.572/1.574/1.616/1.573/1.590/1.565/1.603/1.648/1.592

2 Kontakte

Gründerinnen und Gründer verfügen häufig über ein gutes Netzwerk – insbesondere in Berlin und München wird das regionale und internationale Netzwerk im Startup-Ökosystem (sehr) gut bewertet.

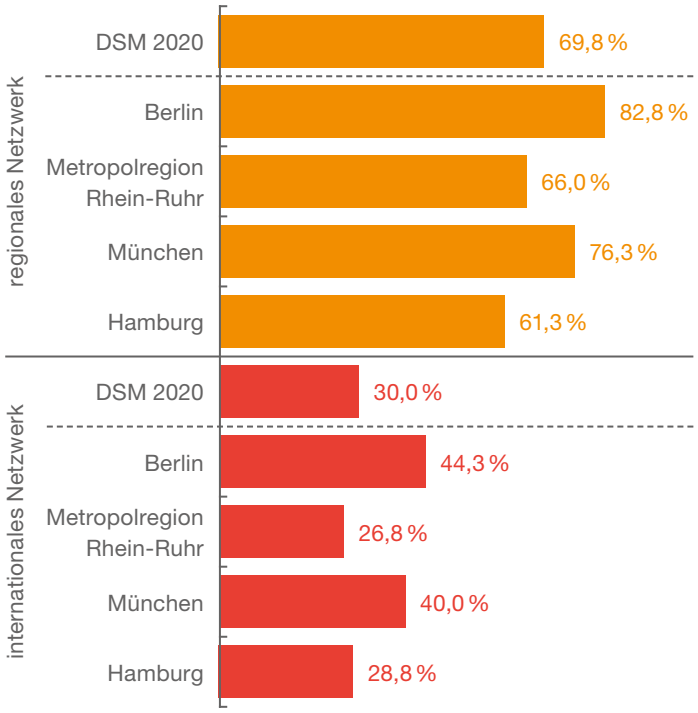
LinkedIn/XING-Kontakte

LinkedIn und XING gelten in Deutschland als die bekanntesten und am häufigsten genutzten Social-Media-Plattformen im Bereich der beruflichen Vernetzung. Im diesjährigen DSM wurden die Gründerinnen und Gründer nach der Anzahl ihrer Kontakte gefragt, um eine Einschätzung über die Größe ihres beruflichen Netzwerks abgeben zu können. Die Ergebnisse zeigen, dass 93,3 % aller Gründerinnen und Gründer ein Profil bei einer dieser Plattformen haben und durchschnittlich über 1.314 Kontakte verfügen.[6]

Qualität des Netzwerks im Ökosystem

Um neben den quantitativen Aspekten von Startup-Kontakten auch Einblicke in ihre wahrgenommene Qualität zu erhalten, wurden Gründerinnen und Gründer darum gebeten, ihr eigenes Startup-Ökosystem in Bezug auf das regionale und internationale Netzwerk zu bewerten. Vor allem in Berlin (82,8 % bzw. 44,3 %) und München (76,3 % bzw. 40,0 %) wird das Netzwerk hinsichtlich beider Aspekte im Startup-Ökosystem von einem sehr hohen Anteil für (sehr) gut befunden. Hamburger Gründerinnen und Gründer bewerten ihr regionales und internationales Netzwerk seltener als (sehr) gut (61,3 % bzw. 28,8 %): Diese Ergebnisse decken sich mit den Bewertungen der Startup-Ökosysteme (vgl. Kapitel 8.1).

Abb. 34 Qualität des Netzwerks im Startup-Ökosystem (2020)



n-Werte 2020: 1.494/250/75/97/197; 1.432/246/73/95/190; Dargestellte Antwortoptionen „gut“ bis „sehr gut“.

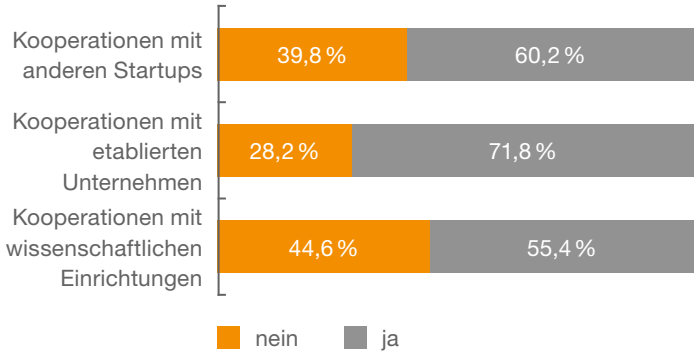
[6] n-Werte 2020: LinkedIn-/XING-Anmeldungen: 1.314; Anzahl der Kontakte: 1.226.

3 Kooperationspartner

Im Vergleich zum Vorjahr kooperieren die DSM-Startups sowohl häufiger mit anderen Startups als auch mit etablierten Unternehmen.

Startups kooperieren häufig mit anderen Startups, mit etablierten Unternehmen oder auch mit wissenschaftlichen Einrichtungen, um bspw. effizienter zu werden (Co-Working, Rahmenlieferverträge, Marketing), etwas Neues zu kreieren (Forschungs- und Entwicklungskooperationen) oder bessere Marktzugänge zu bekommen (vgl. Kollmann et al. 2020). Im Jahresvergleich zeigt sich, dass die DSM-Startups diesjährig deutlich häufiger sowohl mit etablierten Unternehmen (71,8 %; DSM 2019: 67,1 %) als auch mit anderen Startups (60,2 %; DSM 2019: 56,6 %) kooperieren. Der Anteil bei den Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen bleibt fast unverändert (55,4 %; DSM 2019: 54,6 %). Diese Ergebnisse sind vor allem mit Blick auf die Bewertung der Startup-Ökosysteme interessant. Obwohl die DSM-Startups im Jahresvergleich häufiger kooperieren, wird die Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen schlechter bewertet (vgl. Kapitel 8.1). Dieses Ergebnis zeigt, dass nach wie vor Handlungsbedarf herrscht, Brücken zwischen Startups und etablierten Unternehmen zu bauen.

Abb. 35 Kooperationspartner (2020)



n-Werte 2020: 1.399/1.402/1.338

Events wie die Bits & Pretzels erfüllen eine wichtige Funktion für die Startup-Szene. Sie sind die beste Möglichkeit zum effektiven Netzwerken und vereinfachen den Austausch untereinander. Sie geben der Szene aber auch eine starke Stimme. Wir haben erstklassige Gründerinnen und Gründer in Deutschland und Europa. Diese Botschaft müssen wir unbedingt mehr in die Welt tragen.

Felix Haas, Co-Host Bits & Pretzels, Investor & Co-Founder IDnow

4 Geschäftsklima

Die Corona-Krise macht sich deutlich beim Geschäftsklima im Startup-Ökosystem bemerkbar. Dennoch blicken Gründerinnen und Gründer vergleichsweise positiv in die Zukunft.

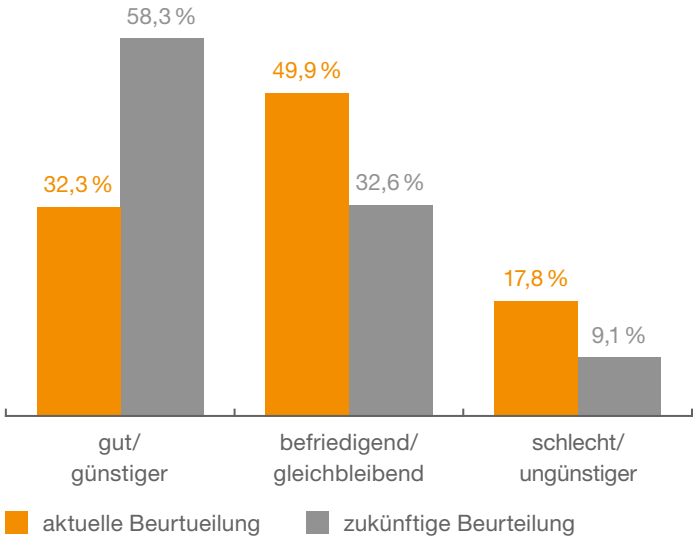
Aktuelle Geschäftslage

Die Corona-Krise hinterlässt bei den Gründerinnen und Gründern deutlich Spuren. So bewerten insgesamt 17,8 % der Gründerinnen und Gründer die aktuelle Geschäftslage negativ (DSM 2019: 7,8 %). Dennoch bleiben viele Unternehmerinnen und Unternehmer trotz der aktuellen Situation positiv. Ein Drittel der Befragten bewertet die aktuelle Geschäftslage mit „gut“ (32,3 %) und die Hälfte mit „befriedigend“ (49,9 %).

Zukünftige Geschäftslage

Mit Blick in die Zukunft zeigen sich die Gründerinnen und Gründer verhalten optimistisch. Aktuell schätzen immer noch 58,3 % der Gründerinnen und Gründer die zukünftige Geschäftslage günstiger ein, im Vergleich zum Vorjahreswert von 66,6 % ist hier jedoch ein klarer Rückgang erkennbar.

Abb. 36 Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2020)

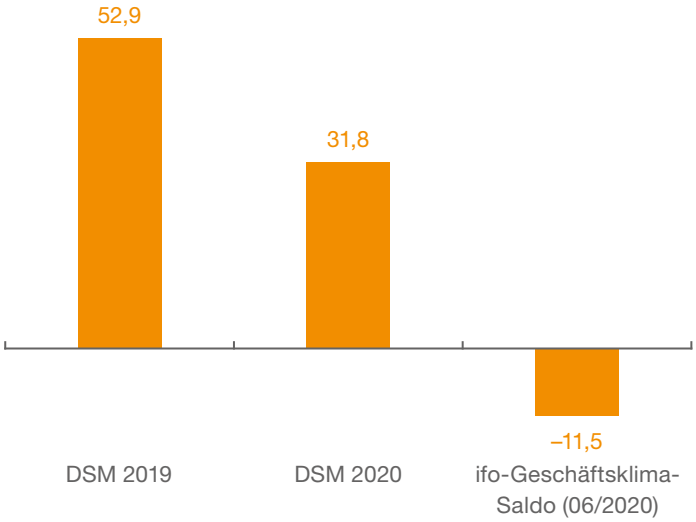


n-Werte 2020: 1.636/1.658

Geschäftsklima-Saldo

Analog zur bekannten ifo-Geschäftsklima Umfrage (vgl. ifo 2020) kann auf Basis dieser Angaben ein Indikator zur Einschätzung des Geschäftsklimas für den DSM berechnet werden. Während der Geschäftsklima-Saldo der deutschen Wirtschaft bei –11,5 Punkten liegt (Stand 06/20), bewerten die Gründerinnen und Gründer das Geschäftsklima mit 31,8 Punkten deutlich positiver. Im Vergleich zum Vorjahr (DSM 2019: 52,9 Punkte) zeigt sich jedoch auch hier noch einmal klar der Corona-Effekt.

Abb. 37 Geschäftsklima-Saldo (2019–2020)



n-Wert 2020: 1.658; n-Wert 2019: 1.633; ifo-Geschäftsklimaindex: 9.000

9 Politik, Gesellschaft und Kultur

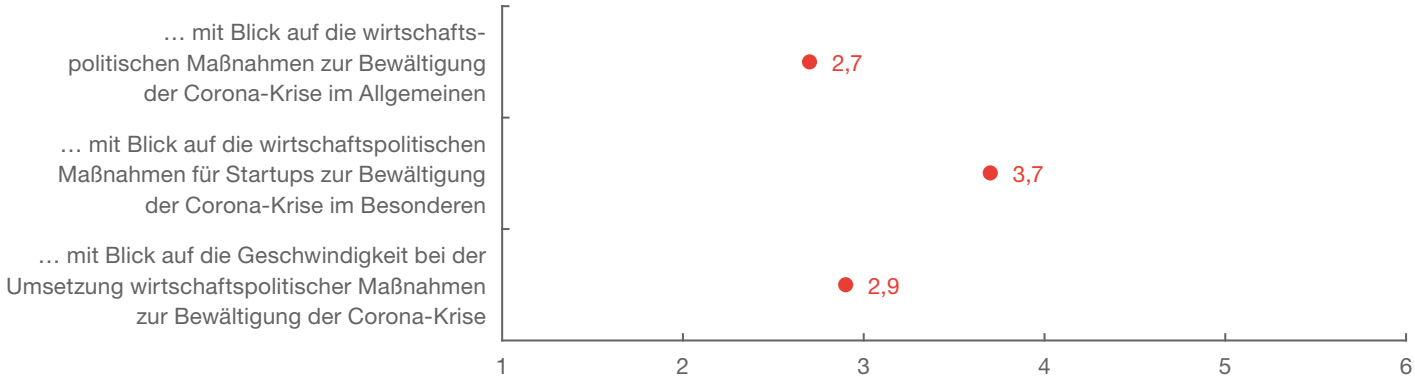
1 Beurteilung der Bundes- und Landespolitik

Die DSM-Startups bewerten die wirtschaftspolitischen Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise differenziert.

Die Corona-Krise erfordert sowohl für die Stabilisierung der Wirtschaft im Allgemeinen als auch für das Startup-Ökosystem im Besonderen wirtschaftspolitische Maßnahmen. Deshalb sollten die Gründerinnen und Gründer im diesjährigen DSM ihre Zufriedenheit mit politischen Entscheidungen mit besonderem Bezug zur Corona-Krise anhand eines Schulnotensystems bewerten (1 = „sehr gut“ bis 6 = „ungenügend“). Die Ergebnisse zeigen, dass die allgemeinen wirtschaftspolitischen Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise mit der Note 2,7 bewertet wurden. Im Vergleich dazu wurden die konkreten Maßnahmen für Startups zur Bewältigung der Corona-Krise durchschnittlich nur mit der Note 3,7 bewertet. Hier ist es wichtig zu berücksichtigen, dass viele auf Startups zugeschnittene Programme erst nach den allgemeinen wirtschaftspolitischen Maßnahmen griffen und zum Befragungszeitraum häufig noch nicht zur Verfügung standen.

Abb. 38 Zufriedenheit mit wirtschaftspolitischen Maßnahmen in der Corona-Krise (2020)

Welche Schulnoten gibst Du der Politik … ?



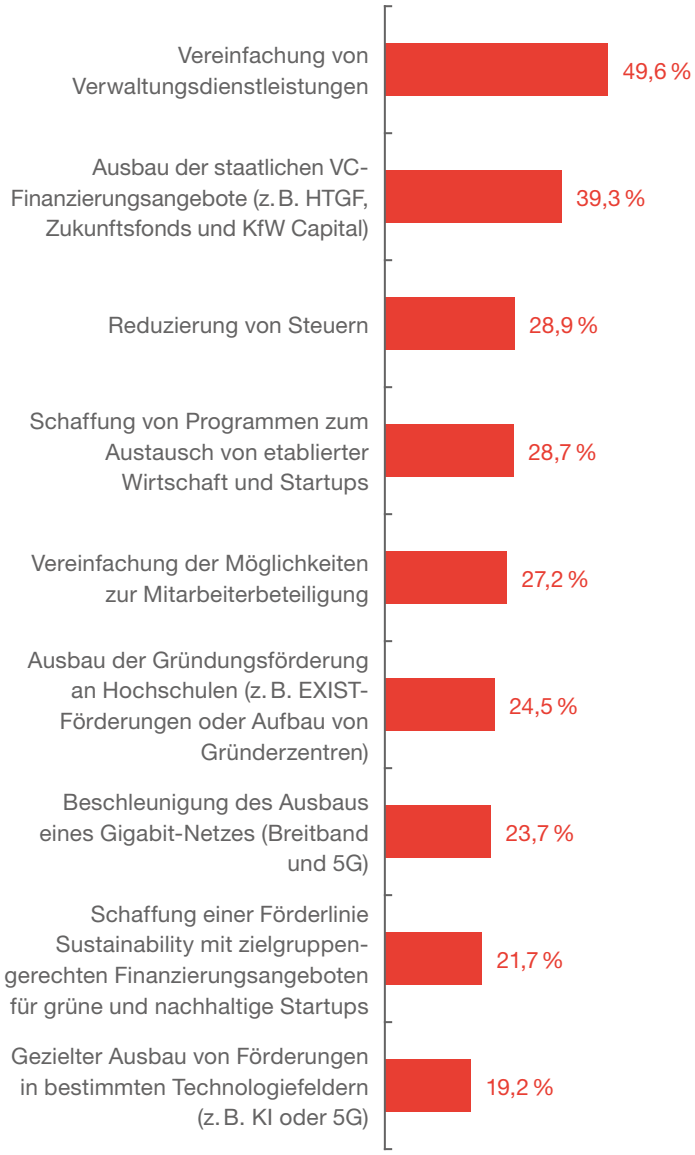
n-Werte 2020: 1.639/1.578/1.701

2 Erwartungen von Startups an die Politik

Die DSM-Startups erwarten von der Politik insbesondere eine Vereinfachung der Verwaltungsdienstleistungen und den Ausbau von staatlichen VC-Finanzierungsangeboten.

Der DSM soll als wichtiger Impulsgeber für die Politik fungieren. Auch in diesem Jahr konnten DSM-Gründerinnen und Gründer ihre drei wichtigsten Erwartungen an die Politik herausstellen. Wie bereits im Jahr 2019 zeigt sich, dass die Startups den größten politischen Handlungsbedarf in der Vereinfachung von Verwaltungsdienstleistungen sehen (49,6 %). Auf Platz zwei sehen die DSM-Gründerinnen und Gründer weiterhin die Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung – konkret den Ausbau von staatlichen VC-Finanzierungsangeboten (39,3 %). Das Thema Steuersenkungen schafft es auf den dritten Platz. Darüber hinaus erwarten DSM-Gründerinnen und Gründer die Schaffung von (zusätzlichen) Programmen zum Austausch von etablierter Wirtschaft und Startups (28,7 %). Obwohl im Jahresvergleich mehr Kooperationen zwischen Startups und etablierten Unternehmen stattfinden (vgl. Kapitel 8.3), scheint es hier noch deutliches Verbesserungspotenzial zu geben (vgl. Kapitel 8.1). Ebenso sehen 27,2 % der Befragten die Vereinfachung der Möglichkeiten zur Mitarbeiterbeteiligung – ein essenzieller Bestandteil eines starken Startup-Ökosystems (vgl. ESOPasap 2020) – als besonders wichtig an.

Abb. 39 Erwartungen an die Politik (2020)



Mehrfachauswahl möglich

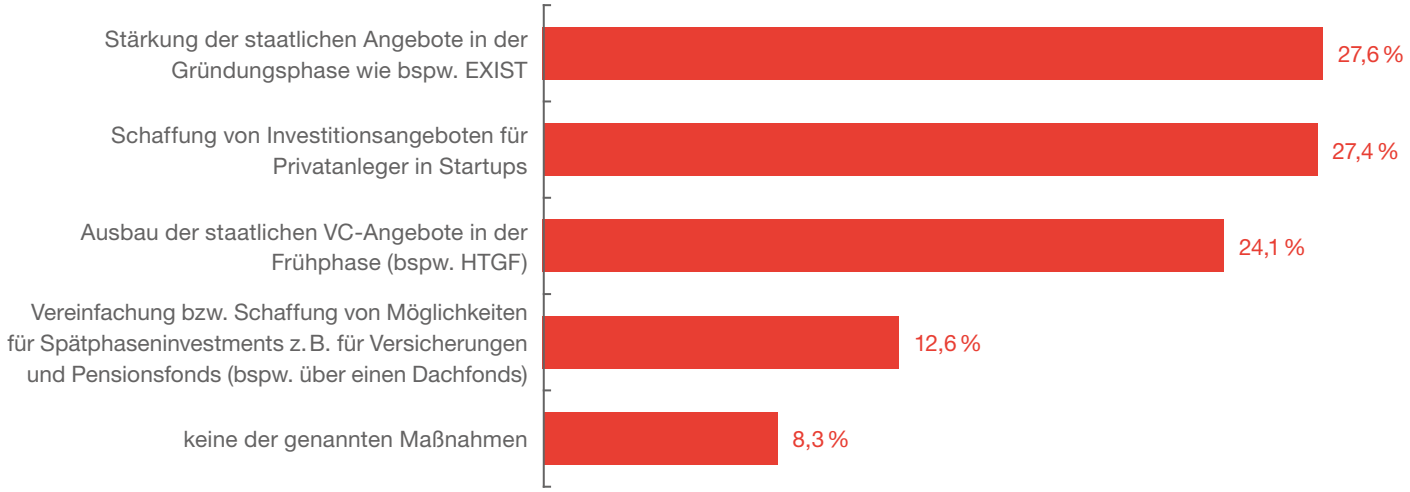
n-Wert 2020: 1.652

3 Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungssituation

Die DSM-Startups erachten die Stärkung der staatlichen Angebote in der Gründungsphase sowie die Schaffung von Investitionsangeboten für Privatanleger für besonders wichtig.

Auch in diesem Jahr wurden die DSM-Gründerinnen und Gründer dazu befragt, welche Maßnahmen ihrer Meinung nach am wichtigsten für die Verbesserung der Finanzierungssituation von Startups sind. Hierbei wird deutlich, dass die Stärkung der staatlichen Angebote in der Gründungsphase (z. B. das EXIST-Förderprogramm; 27,6 %) sowie die Schaffung von Investitionsangeboten für Privatanleger in Startups (27,4 %) am wichtigsten eingestuft werden. Als drittwichtigste Maßnahme benennen die DSM-Startups den Ausbau von staatlichen VC-Angeboten in der Frühphase (bspw. High-Tech Gründerfonds). Daneben halten 12,6 % der befragten Gründerinnen und Gründer eine Vereinfachung bzw. Schaffung von Möglichkeiten für Spätphaseninvestments (z. B. für Versicherungen und Pensionsfonds) für besonders wichtig. Der hohe Anteil von Gründerinnen und Gründern, die eine Stärkung der Finanzierungsangebote in der Gründungs- und Frühphase als wichtig erachten, hängt auch mit den eigenen Erfahrungen der Befragten zusammen, die sich meist in frühen Phasen befinden (vgl. Kapitel 2.1). Gerade für Scaleups ist der Ausbau von Spätphaseninvestments bedeutsam. Das zeigen auch die Daten: Über die Hälfte der Startups mit mindestens 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (51,7 %) sieht hier die wichtigste Stellschraube zur Verbesserung der Finanzierungssituation.

Abb. 40 Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungssituation von Startups (2020)



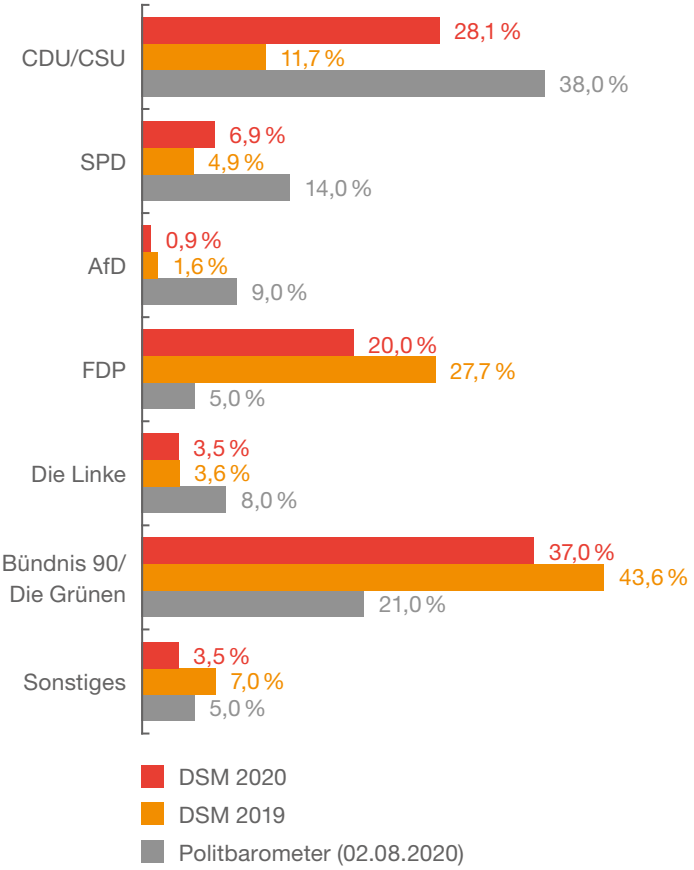
n-Wert 2020: 1.563

4 Wenn Gründerinnen und Gründer wählen

Die CDU/CSU gewinnt deutlich unter den DSM-Gründerinnen und Gründern. Trotz klarer Verluste haben Bündnis90/Die Grünen die höchste Zustimmung in der Startup-Szene.

Wie auch in der Gesamtbevölkerung (vgl. Politbarometer 2020), erhalten die Parteien der Großen Koalition in Zeiten der Corona-Krise verstärkt Zustimmung. Den größten prozentualen Zuwachs verzeichnen CDU/CSU mit einem Anstieg von 16,4 Prozentpunkten auf 28,1 %. Auch die SPD gewinnt um 2,0 Prozentpunkte und steigt von 4,9 % auf 6,9 %. Am häufigsten wählen die Gründerinnen und Gründer, wie bereits im Vorjahr, Bündnis90/Die Grünen (37,0 %; DSM 2019: 43,6 %). Die ehemalige Gründerpartei FDP verliert weiterhin an Zustimmung und sinkt mit 20,0 % (DSM 2019: 27,7 %) auf den niedrigsten Wert seit Erhebung der DSM-Daten. Weiterhin wählen Unternehmerinnen und Unternehmer nur vereinzelt Die Linke (3,5 %), die AFD (0,9 %) ist so gut wie nicht vertreten.

Abb. 41 Bundestagswahl mit Gründerinnen und Gründern (2019–2020)



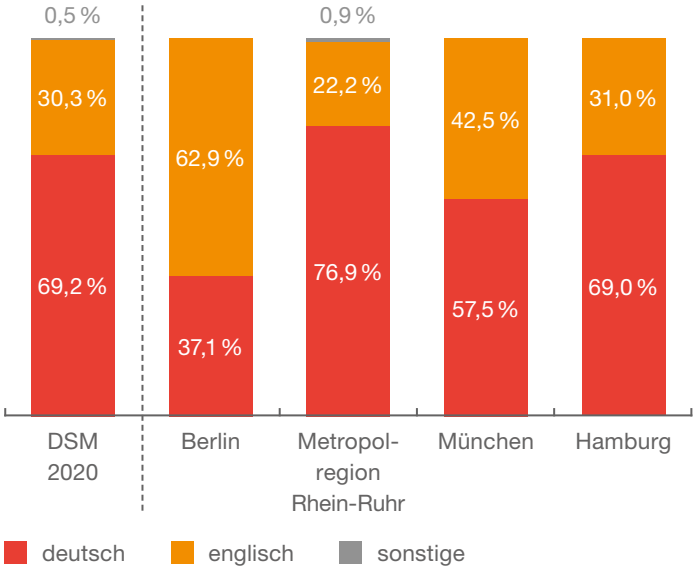
n-Wert 2020: 1.252; Angabe „Ich wähle nicht“ 5,4 % (nicht in der Abbildung berücksichtigt);
n-Wert 2019: 1.381; Angabe „Ich wähle nicht“ 3,4 % (nicht in der Abbildung berücksichtigt)

5 Sprache

In nahezu jedem dritten deutschen Startup dominiert die englische Sprache bei der täglichen Arbeit – Insbesondere in Berliner Startups wird häufig Englisch gesprochen.

Die diesjährigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer des DSM wurden gefragt, welche Arbeitssprache in ihrem Startup dominiert. Hierbei zeigt sich, dass bereits in 30,3 % der DSM-Startups die englische Sprache im Arbeitsalltag dominiert. Vor allem die Berliner und Münchener Startups sind sehr international. Diese Ergebnisse decken sich mit den hohen relativen Anteilen der ausländischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. Kapitel 4.3). Mit 22,2 % bzw. 31,0 % wird in den DSM-Startups aus der Metropolregion Rhein-Ruhr und Hamburg im Vergleich zu den anderen Hotspots seltener Englisch gesprochen. Dieses Ergebnis ist bemerkenswert, weil in der Metropolregion Rhein-Ruhr die meisten Gründerinnen und Gründer eine ausländische Staatsangehörigkeit oder einen Migrationshintergrund haben (vgl. Kapitel 4.3). Gleichzeitig korrespondieren diese Ergebnisse zur Herkunft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, da sowohl in der Metropolregion Rhein-Ruhr als auch in Hamburg der Großteil der Belegschaft aus Deutschland stammt (vgl. Kapitel 4.3).

Abb. 42 Dominierende Arbeitssprache im Startup (2020)



n-Werte 2020: 1.642/278/216/106/87

10 Konzeption

1 Entwicklung der Studie

Der Deutsche Startup Monitor 2020 ist die inzwischen achte Studie, die aus der seit 2013 jährlich durchgeführten Onlinebefragung von Startups in ganz Deutschland resultiert. Dieses Projekt wurde vom Bundesverband Deutsche Startups e. V. initiiert und zwischen 2013 und 2015 unter der wissenschaftlichen Leitung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin; Forschungsgruppe Berlin-Startup Insights) durchgeführt. Seit 2016 wird der DSM durch den Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen (Prof. Dr. Tobias Kollmann) wissenschaftlich begleitet und durchgeführt. Unterstützt wird die achte Studie durch den Praxispartner PricewaterhouseCoopers GmbH WPG (PwC).

Ziel des DSM ist der Aufbau einer umfassenden Daten- und Wissensbasis über das deutsche Startup-Ökosystem, um damit die deutsche Gründungsforschung und -praxis zu unterstützen. Diese Daten- und Wissensbasis dient unter anderem dazu, Gründungsaktivitäten sowie Herausforderungen im Gründungsprozess besser nachvollziehen und Implikationen für die Praxis und Politik ableiten zu können. Die DSM-Datensätze erfassen junge, innovative und wachstumsorientierte Startups, wodurch sich der DSM von allgemeinen Gründungsstudien, wie z. B. dem KfW-Gründungsmonitor, unterscheidet.

Trotz eines an wissenschaftlichen Standards orientierten Forschungsdesigns und daraus resultierender hochwertiger Datensätze, kann der DSM nur eine Momentaufnahme des Startup-Geschehens in Deutschland sein. Das jährliche Erscheinen der Studien kann dennoch gewisse Tendenzen des deutschen Startup-Ökosystems abbilden und für diese sensibilisieren. Aufgrund der Vielzahl an qualitativ hochwertigen Antworten von Gründerinnen und Gründern, Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern sowie C-Level-Führungskräften bildet der DSM eine große Menge an Startups in Deutschland sowie deren Einschätzungen des Startup-Ökosystems ab, auch wenn es sich nicht um eine Vollerhebung handelt.

2 Forschungsdesign

Um eine hohe Qualität der Datensätze zu gewährleisten, erhielten die Gründerinnen und Gründer sowie Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer von Startups in Deutschland einen speziellen Befragungslink per E-Mail. Dieser wurde über ausgewählte Multiplikatoren (Venture Capital-Investoren, Business Angels, Technologiezentren, Acceleratoren, Inkubatoren, Businessplanwettbewerbe, Co-Working Spaces, nationale und regionale Entrepreneurship-Vereinigungen sowie persönliche Netzwerke der beteiligten DSM-Partner) versandt. Die Befragung wurde anonym durchgeführt, sodass keine Rückschlüsse auf die Aktivitäten einzelner Startups möglich sind. Die Umfrage war vom 11.05.2020 bis zum 21.06.2020 online verfügbar. Die Beantwortung des DSM-Fragebogens 2020 dauerte durchschnittlich knapp 18 Minuten. Insgesamt haben 4.572 Personen die Online-Befragung aufgerufen, wovon schließlich 1.946 Datensätze für die finale Studie berücksichtigt werden konnten.

Die Datenauswertung erfolgte in direkter Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutsche Startups e. V. Dies umfasste auch die Festlegung der Kriterien für die Datensatzbereinigung. Der Startup-Begriff umfasst daher folgende Inklusions- und Exklusionskriterien: Startups müssen jünger als zehn Jahre sein und müssen entweder ein geplantes Mitarbeiter-/Umsatzwachstum anstreben und/oder hinsichtlich ihrer Produkte/Dienstleistungen, Geschäftsmodelle und/oder Technologien (hoch)innovativ sein. Eine formale Gewerbeanmeldung ist keine notwendige Voraussetzung dafür, um als „Startup“ zu gelten, was zusätzliche Einblicke in die frühe Phase des Startup-Prozesses erlaubt. Existenzgründungen, bspw. Beratungstätigkeiten oder freiberufliche Aktivitäten, fallen nicht unter den Startup-Begriff. Um eine Verzerrung der Studienergebnisse durch ihre fälschliche Aufnahme zu verhindern, wurden daher in den Branchen, in denen ein vermehrtes Auftreten dieser selbständigen Tätigkeiten bekannt ist, eine zusätzliche Bedingung hinsichtlich der Mitarbeiterzahl eingeführt (mindestens zwei bei „Medien und Kreativwirtschaft“, jeweils drei bei „Beratung und Agentur“ sowie „Sonstiges“).

Die wissenschaftliche Auswertung wurde nach Abschluss der Datensatzbereinigung durchgeführt. Dem DSM 2020 liegen 1.946 Datensätze von Gründerinnen und Gründern sowie leitenden Angestellten (Geschäftsführung bzw. C-Level) zugrunde. Somit enthält der DSM keine Vollerhebung aller deutschen Startups und kann angesichts der unbekannten Grundgesamtheit der Startups in Deutschland keine Repräsentativität für sich beanspruchen.

Literaturverzeichnis

Berger, E./Kuckertz, A. (2016)
Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide. In: Journal of Business Research, 69 (11), S. 5163–5168.

Bevh (2020)
E-Commerce-Plus von 9,2 Prozent im 1. Halbjahr 2020 – dauerhaft mehr E-Commerce beim „Täglichen Bedarf". URL: https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/e-commerce-plus-von-92-prozent-im-1-halbjahr-2020-dauerhaft-mehr-e-commerce-beim-taeglichen-beda.html, Abruf: 20.08.2020.

Brandel, J./Zepeda, M./Scholz, A./Williams, A. (2017)
Zebras Fix What Unicorns Break. Magical thinking drives the startup economy — but we need a strong dose of reality. URL: https://medium.com/zebras-unite/zebrasfix-c467e55f9d96, Abruf: 20.08.2020.

Business Angels Netzwerk Deutschland e. V. (BAND) (2020)
Business Angels Panel 71: Virus schockt Business Angels. URL: https://www.business-angels.de/business-angels-panel-71-virus-schockt-business-angels/, Abruf: 01.08.2020.

Dealroom (2020a)
Shortage of later stage venture capital in Germany: more acute due to Corona crisis. URL: https://dealroom.co/uploaded/2020/06/Berlin-Capital-FINAL.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Dealroom (2020b)
Q2 shows risk appetite in European tech is back. But not everywhere. URL: https://blog.dealroom.co/whats-happening-in-european-venture-capital-q2-2020, Abruf: 01.08.2020.

Destatis (2020a)
Migration und Integration. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html, Abruf: 01.08.2020.

Destatis (2020b)
Migration und Integration: Bevölkerung in Privathaushalten nach Migrationshintergrund und Beteiligung am Erwerbsleben. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Tabellen/migrationshintergrund-beteiligung-erwerbsleben.html, Abruf: 01.08.2020.

Destatis (2018)
Erwerbstätige im Durchschnitt 44 Jahre alt. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2018/11/PD18_448_122.html, Abruf: 01.08.2020.

Elkington, J. (1998)
Accounting for the triple bottom line. In: Measuring Business Excellence, 2 (3), S. 18–22.

ESOPasap (2020)
Faire Mitarbeiterbeteiligung in Startups – mit Unternehmergeist Innovation und Wachstum beschleunigen. URL: https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2020/06/ESOPasap_Studie.pdf, Abruf: 07.08.2020

Fichter, K./Olteanu, Y. (2020)
Green Startup Monitor 2020. URL: https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2020/04/Green-Startup-Monitor-2020.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Hirschfeld, A./Gilde, J. (2020a)
Innovation & die Corona Krise: Potenziale durch Startups für das Ruhrgebiet. URL https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2020/04/Studie_Innovation-und-die-Corona-Krise.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Hirschfeld, A./Gilde, J. (2020b)
Auswirkung der Corona-Krise auf das Startup-Ökosystem. URL https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2020/03/Report_Startups-in-der-Corona-Krise.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Hirschfeld, A./Gilde, J./Wöss, N. (2020)
Female Founders Monitor 2020. URL https://femalefoundersmonitor.de/wp-content/uploads/FemaleFoundersMonitor2020.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Ifo (2020)
ifo Geschäftsklima Deutschland; Ergebnisse der ifo Konjunkturumfragen im Juni 2020. URL: https://www.ifo.de/sites/default/files/secure/umfragen-gsk/ku-202006/ku-2020-06-pm-geschaeftsklima-DT.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Isenberg, D. (2011)
The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. URL: http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf, Abruf: 15.08.2019.

Kollmann, T. (2020)
Digital Leadership: Grundlagen der Unternehmensführung in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden.

Kollmann, T. (2019a)
E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden.

Kollmann, T. (2019b)
E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden.

Kollmann, T./Schmidt, H. (2016)
Deutschland 4.0. Wie die digitale Transformation gelingt, Wiesbaden.

Kollmann, T./ Stöckmann, C./Hensellek, S./ Kensbock, J. (2016)
Deutscher Startup Monitor (DSM) 2016, Berlin.

Kollmann, T./Stöckmann, C./Jung, P.B./Kleine-Stegemann, L./Michaelis, A. (2020)
Does Culture Eat Strategy? The Antecedents of Cooperation Capability in Young ICT Firms. In Academy of Management Proceedings 2020.

Leifels, A./Metzger, G. (2019)
Gründungen durch Migranten: größerer Wunsch nach Selbstständigkeit. URL: https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-2019/Fokus-Nr.-240-Januar-2019-Gruendungen-durch-Migranten.pdf, Abruf: 01.08.2020

Metzger, G. (2020)
KfW-Gründungsmonitor 2020: Gründungstätigkeit in Deutschland 2019: erster Anstieg seit 5 Jahren – 2020 im Schatten der Corona-Pandemie, Frankfurt am Main.

Metzger, G. (2019)
KfW-Start-up-Report 2019: Zahl der Start-ups in Deutschland steigt weiter, Frankfurt am Main.

Politbarometer (2020)
Welche Partei würden Sie wählen, wenn am nächsten Sonntag (02. August 2020) wirklich Bundestagswahl wäre? URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1185/umfrage/sonntagsfrage-zur-bundestagswahl-zdf-politbarometer/, Abruf: 07.08.2020

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2020)
Strategie Künstliche Intelligenz (KI). URL: https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/digital-made-in-de/strategie-kuenstliche-intelligenz-ki--1546648, Abruf: 01.08.2020.

RWTH Aachen (2020)
Gründerzentrum. URL: https://www.time.rwth-aachen.de/cms/TIME/Wirtschaft/~euro/Gruenderzentrum/, Abruf: 01.08.2020.

Voigtländer, Michael (2020)
IW-Report 28/2020: A Perfect Storm for European Office Markets? – Potential Price Effects of the Covid-19 Pandemic. URL: https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Report/PDF/2020/IW-Report_2020_European_Office_Markets.pdf, Abruf: 01.08.2020.

Beteiligte Institutionen und Personen

1 Akademische Partner und Autoren

Die Universität Duisburg-Essen (UDE) gehört mit rund 43.000 Studierenden zu den zehn größten in der Bundesrepublik. netCAMPUS steht für den Lehrstuhl für BWL und Wirtschaftsinformatik, insbesondere E-Business und E-Entrepreneurship, von Prof. Dr. Tobias Kollmann an der Universität Duisburg-Essen. Der Lehrstuhl verfolgt über die besondere Verankerung zwischen einem ökonomischen und einem technischen Lehrbereich eine besondere Kombination von Ausbildung und Existenzförderung in der Digitalen Wirtschaft. So ist es zum einen das Ziel, mit den angebotenen Lehrveranstaltungen zur Intensivierung der Nutzung von digitalen Geschäftsprozessen beizutragen (E-Business). Auf der anderen Seite steht aber auch die Intensivierung der Existenzgründung in der Digitalen Wirtschaft im Mittelpunkt (E-Entrepreneurship). Der Lehrstuhl verfolgt im Rahmen seiner Forschungsaktivitäten das Ziel, qualitative Problemlösungen für theoretische Fragestellungen im Bereich der Digitalen Wirtschaft zu entwickeln. Hierbei werden sowohl singuläre Themen rund um elektronische Geschäftsprozesse adressiert als auch eine interdisziplinäre Forschung auf den klassischen Gebieten der BWL und Wirtschaftsinformatik verfolgt.

www.netcampus.de

netCAMPUS
WE START YOUR E-ENTREPRENEURSHIP

www.uni-due.de

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN
Offen im Denken

netSTART und netSTART Academy

netSTART bietet Vorträge, Keynotes, Seminare und Workshops von Prof. Dr. Tobias Kollmann zu den Themen Digitale Wirtschaft und Digitale Transformation an.

www.netstart.de

netSTART
WE START YOUR E-BUSINESS

Zudem wird im Rahmen der netSTART-Academy ein umfangreiches Aus- und Weiterbil-dungsprogramm angeboten, bei dem Arbeitnehmer das Wissen und die Kompetenz für das Digitale Zeitalter erwerben können.

www.netstart-academy.de

netSTART
YOUR E-BUSINESS-ACADEMY

Autoren

Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Seit 1996 befasst er sich mit wissenschaftlichen Fragestellungen rund um die Themen Internet, E-Business und E-Commerce. Als Mitgründer von AutoScout24 gehörte er mit zu den Pionieren der deutschen Internet-Gründerszene und der elektronischen Marktplätze. 2004 hat er lange vor Apple zusammen mit Motorola und der Telekom die erste mobile UMTS-App in Deutschland konzipiert und in einem Feldversuch getestet. Seit 2013 ist er der Vorsitzende des Beirats „Junge Digitale Wirtschaft“ im BMWi. Von 2014 bis 2017 war er zudem der Landesbeauftragte für die Digitale Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen. 2012 wurde er zum „Business Angel des Jahres“ gewählt und laut dem Magazin Business Punk (Ausgabe 02/2014) gehört er zu den 50 wichtigsten Köpfen der Startup-Szene in Deutschland. Die Redaktion von politik & kommunikation (Ausgabe 117/2016) zählt ihn zu den bedeutendsten Akteuren der Digitalisierung im politischen Berlin. Brandwatch zählt „Prof_Kollmann“ im November 2017 zu den TOP-10 der einflussreichsten Twitter-Autoren rund um das Thema „Digitale Transformation“ und „Digital Leadership“. Seit 2018 gehört er laut der FAZ zu den 100 einflussreichsten Ökonomen in Deutschland und hat „Gewicht in Medien, Forschung und Politik“.

E-Mail: tobias.kollmann@icb.uni-due.de

Philipp Benedikt Jung, Master of Science, ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Er studierte Unternehmensführung mit den Schwerpunkten Informationsmanagement und Strategisches Management an der Georg-August-Universität Göttingen. Zuvor absolvierte Herr Jung den Bachelor of Science in Betriebswirtschaftslehre an der Philipps-Universität Marburg. Im Rahmen seines Studiums verbachte er Auslandssemester an Universitäten in Istanbul, Türkei, sowie als Stipendiat des Erasmus Mundus Projektes der Europäischen Kommission „International Science Promoting Innovation and Entrepreneurship“ in Kapstadt, Südafrika. Während seines Studiums sammelte Herr Jung praktische Erfahrung bei der LEG Immobilien AG, der TÜV Rheinland AG und der Nufarm Deutschland GmbH. Seine Forschungsschwerpunkte liegen insbesondere im Bereich Entrepreneurship sowie Innovations- und Kooperations-management. Die Ergebnisse seiner Forschung präsentiert Herr Jung auf führenden internationalen Konferenzen (bspw. AOM, EURAM). Im Jahr 2020 zeichnete ihn die EURAM/SIMA mit dem Best Paper Award 2020 aus. Gemeinsam mit Prof. Dr. Kollmann bietet Herr Jung darüber hinaus zertifizierte Weiterbildungen zu den Themenbereichen digitale Transformation und digitale Geschäftsmodelle an.

E-Mail: philipp.jung@icb.uni-due.de

Lucas Kleine-Stegemann, Master of Science, ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Er studierte Management and Economics an der Ruhr-Universität Bochum mit der Vertiefung Management, Information und Decision Making. In seinem Masterstudium an der Schumpeter School of Business and Economics an der Bergischen-Universität Wuppertal sowie dem Auslandssemester an der Essex Business School in Colchester (England), spezialisierte er sich auf die Themenbereiche Management, Entrepreneurship und Innovationsmanagement. Bereits während seines Studiums, sammelte Herr Kleine-Stegemann praktische Erfahrungen in Unternehmensberatungen, im Business Development und in einer Werbeagentur. In der Forschung befasst er sich insbesondere mit unternehmerischen Verhaltensweisen und deren Auswirkungen auf organisatorischer und individueller Ebene. Seine Forschungsergebnisse werden regelmäßig auf renommierten nationalen und internationalen Konferenzen wie der AOM, ACERE, EURAM oder dem G-Forum vorgestellt. In der Lehre betreut er die Veranstaltung E-Business Grundlagen und bietet Seminare sowie zertifizierte Weiterbildungen zu Themen der Digitalen Wirtschaft an.

E-Mail: lucas.kleine-stegemann@icb.uni-due.de

Julian Ataee, Master of Science, ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Mercator School of Management (Universität Duisburg-Essen) und an der HKBU (Hongkong) mit Vertiefungen in Business Intelligence, Finanzmathematik und Geldökonomie. Als ehemaliger Berater bei Deloitte Consulting hat Herr Ataee in Projektarbeiten seinen Fokus auf die digitale Transformation und die Optimierung von Prozessabläufen von Finanzinstituten gelegt. Weiterhin hat Herr Ataee in IT-Assurance-Projekten als Teil eines Teams die Einhaltung der IT-Compliance sowie des Identity- and Access-Managements von Mandanten geprüft. Seine Forschungs- und Kompetenzgebiete liegen u. a. im Bereich von Innovationsmanagement, Platform Economy und Cloud Banking.

E-Mail: julian.ataee@icb.uni-due.de

Katharina de Cruppe, Master of Arts, studierte Medienkultur und Medienwirtschaft in Dortmund, Pittsburgh (USA) und Bayreuth. Praktische Erfahrungen sammelte Frau de Cruppe während des Traineeprogramms der ProSiebenSat.1 Gruppe sowie ihrer anschließenden Tätigkeit als Analystin im Media Investment Team der ProSiebenSat.1 Tochtergesellschaft SevenVentures in München. Seit November 2017 ist Frau de Cruppe wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik, insbesondere E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen. Ihre Forschungsinteressen liegen im Bereich Entrepreneurship und Innovation. Ihre Forschungsarbeiten wurden bereits in renommierten Fachjournalen (wie zum Beispiel dem Journal of Business Research und Electronic Markets) veröffentlicht und auf renommierten internationalen Konferenzen präsentiert.

E-Mail: katharina.de-Cruppe@icb.uni-due.de

2 Initiator und Herausgeber

Bundesverband Deutsche Startups e. V.
Startups sind die treibende Wirtschaftskraft unserer Zukunft. Visionäre Gründerinnen und Gründer setzen mit Mut große Ideen in die Tat um. Als Repräsentant und Stimme der Startups in Deutschland engagiert sich der Bundesverband Deutsche Startups e. V. seit seiner Gründung im Jahr 2012 für ein gründerfreundliches Deutschland und vertritt derzeit mehr als 1.100 Mitglieder.

In seinem Netzwerk schafft der Startup-Verband einen gleichberechtigten Austausch zwischen Startups, etablierter Wirtschaft und Politik. Wissen und Erfahrung werden von Generation zu Generation weitergegeben und die Startup-Kultur in Mittelstand und Konzerne getragen. Wir wollen Deutschland und Europa zu einem gründungsfreundlichen Standort machen, der Risikobereitschaft honoriert und den Pionieren unserer Zeit die besten Voraussetzungen bietet, um mit Innovationskraft erfolgreich zu sein. Dabei leitet uns die Vision einer offenen, gleichberechtigten und fortschrittsorientierten Gesellschaft.

www.deutschestartups.org

Bundesverband Deutsche Startups e.V.

Dr. Alexander Hirschfeld leitet den Forschungsbereich im Startup-Verband, ist für das Projektmanagement des Deutschen Startup Monitors zuständig und verfasst Studien zu unterschiedlichen Themen rund um das Ökosystem, wie den Female Founders Monitor und die hier vorliegende Studie. Er hat im Fach Soziologie zum Wandel der Arbeitswelt promoviert und an unterschiedlichen Universitäten im In- und Ausland zum Verhältnis von Wirtschaft und Technik gelehrt und geforscht – unter anderem ein Jahr lang als Visiting Researcher an der Columbia University in New York.

E-Mail: alexander.hirschfeld@deutschestartups.org

Jannis Gilde verantwortet im Forschungsbereich beim Startup-Verband den Aufbau und die Pflege des Partnernetzwerkes des Deutschen Startup Monitors sowie die Datenauswertung bei weiteren Studien zum Startup-Ökosystem, an deren Erstellung er auch als Autor beteiligt ist. Er studierte Politik- und Verwaltungswissenschaft an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen sowie der Freien Universität Berlin. Neben dem Studium sammelte er praktische Erfahrung in Berlin sowie Brüssel im Bereich der politischen Kommunikation und bei einer führenden Strategieberatung.

E-Mail: jannis.gilde@deutschestartups.org

Vanusch Walk ist im Startup-Verband als Referent in den Bereichen Forschung und Politik für inhaltliche und analytische Fragestellungen zuständig, die vom Deutschen Startup Monitor bis zum politischen Tagesgeschäft reichen. Er hat Volkswirtschaftslehre und Public Economics in Frankfurt (Oder), Warschau, Brüssel und Berlin studiert und konnte gleichzeitig Erfahrungen in der Wirtschaftsforschung und Verbandsarbeit sammeln.

E-Mail: vanusch.walk@deutschestartups.org

3 Partner und Mitherausgeber

Über PwC

Unternehmen stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen entwickeln. Das gilt für Konzerne, Familienunternehmen, kommunale Träger und Startups. Sie alle unterstützen wir mit unserer Erfahrung, Branchenkenntnis und Innovationskraft, unserem Fachwissen und Qualitätsanspruch – und mit mehr als 11.000 engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an 21 Standorten in Deutschland. An allen größeren Standorten sind wir mit unserer PwC-Startup-Initiative NextLevel vertreten und im lokalen und deutschen Startup-Ökosystem vernetzt. Die Kreativität, der Mut und die Umsetzungskraft der Gründerszene motiviert uns, sie bei den Aufgaben zu unterstützen, die wir als Beratungs- und Prüfungsgesellschaft gut können. Denn wir wollen, dass sich Startups und Scaleups auf die Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle und ihrer Produkte konzentrieren können, um das nächste Level auf dem Weg zum Erfolg zu erreichen.

www.pwc.de

Olaf Acker ist Partner bei PwC/Strategy& in Deutschland und leitet PwC's Global Digital Platform. Er verfügt über mehr als 20 Jahre Strategie- und Branchenerfahrung und arbeitete für Kunden in Europa, Nordamerika und dem Mittleren Osten. Bevor er zu PwC/Strategy& kam, war er in der interaktiven Medien- und Finanzdienstleistungsbranche tätig.

Olaf Acker ist regelmäßiger Referent auf Konferenzen (z. B. Slush, The Next Web) und Autor namhafter Publikationen

E-Mail: olaf.acker@pwc.com

Florian Nöll fokussiert sich nach seinem Engagement im von ihm mitgegründeten Bundesverband Deutsche Startups e. V. auf den Aufbau von Ökosystemen zwischen Startups, Mittelstand und Konzernen. Gemeinsam mit dem Team der NextLevel-Initiative von PwC ist er erster Ansprechpartner für Startups und Scaleups. Darüber hinaus bringt er seine langjährige Expertise in digitalen Geschäftsmodellen im Rahmen der digitalen Transformation von PwC ein.

E-Mail: florian.noell@pwc.com

Nina Beike ist verantwortlich für die Kommunikation des NextLevel Teams bei PwC im Innovationsökosystem und vernetzt so Startups und die etablierte Wirtschaft. Zudem ist sie Expertin für Corporate Innovation und Corporate Venture Capital Themen. Durch ihre umfassende Erfahrung in Innovationsprojekten und Startup Teams treibt sie mit einem nachhaltigen Mindset und viel Begeisterung Technologie- & Innovationsprojekte nach vorne.

E-Mail: nina.b.beike@pwc.com

Stephan Hofnagel konzentriert sich bei PwC auf das Thema Startup Scouting, um diese mit etablierten Unternehmen und Investoren zu verbinden, um Innovation zu fördern. Er verantwortet darüber hinaus Forschungsprojekte zum Thema Startups und begleitet die Gründung von Corporate Innovation Teams, den Aufbau und die Implementierung von Acceleratoren sowie Digitalisierungsprojekte.

E-Mail: stephan.hofnagel@pwc.com

Preisgeber und Netzwerkpartner

Neben den Teilnehmern der Studie sind vor allem die zahlreichen Preisgeber und Netzwerkpartner des DSM für den Erfolg der Studie ausschlaggebend. Wir möchten uns an dieser Stelle herzlich für ihre Zeit und ihren Einsatz bedanken.

Preisgeber des DSM 2020

Wir bedanken uns herzlich bei den Preisgebern des DSM 2020 für die Bereitstellung zahlreicher Preise für die Teilnehmer der Studie.

www.aws.amazon.com

www.audi-denkwerkstatt.de

www.deutschestartups.org

www.postcode-lotterie.de

www.netstart.de

www.pwc.de

Netzwerkpartner des DSM 2020

Wir bedanken uns herzlich bei den Netzwerkpartnern des DSM 2020. Durch ihre Reichweite konnte eine breite Datenbasis in der Studie sichergestellt werden.

www.1stmover.org

www.aitiraum.de

www.aws.amazon.com

www.astutia.de

www.atomleap.com

www.audi-denkwerkstatt.de

www.tu-ilmenau.de

www.badencampus.de

www.bw.ihk.de

www.banson.de

www.basislager.co

www.beehive.work

www.berlin-innovation-agency.com

www.berlin-partner.de

www.benhu.de

www.betafabrik.de

https://hamburg.betahaus.de

www.bio-m.org

www.bio-pro.de

www.biosaxony.com

www.bm-t.de

www.bmp.com

www.bochum-wirtschaft.de

www.borderstep.de

www.braunschweig.de/wirtschaft_wissenschaft/wirtschaftsfoerderung

www.bremen-digitalmedia.de

www.bremen-startups.de

www.bridge-online.de

www.innovationszentren.de

www.bvkap.de

www.bitmi.de

www.existenzgruenderinnen.de

www.business-angels.de

www.banew.de

www.business-angels-saarland.de

www.business-angels-region-stuttgart.de

www.business.ruhr

www.bic-kl.de

www.capnamic.com

www.cavalry.vc

www.cdtm.de

www.cedus.hhu.de

www.cet.tu-dortmund.de

www.chemcologne.de

www.chemiecluster-bayern.de

www.cherry.vc

www.contentshift.de

www.cowork-lab.co

www.cowork.rocks

www.coworkit.de

www.cps-hub-nrw.de

www.creative.nrw.de

www.creditshelf.com

www.cyberforum.de

www.dbmindbox.com

www.deutsche-boerse.com

www.postcode-lotterie.de

www.digihub.de

www.digitalhubcologne.de

www.digitalhublogistics.hamburg

www.digitalhub.ms

www.digitalhub.de

www.digitalmediawomen.de

www.digitale-oberpfalz.de

www.digitalhub.de

www.schwaben.digital

www.aachen.digital

www.wirtschaft.nrw/digitale-wirtschaft

www.innoenergy.com

www.env.vc

www.een-deutschland.de

www.ezw.de

www.ewg.de

www.exist.de

https://hamburg.betahaus.de/finhaven

www.firma.de

www.firstmomentum.vc

www.forschung-fuer-das-saarland.de

www.axel.energy

www.forschungsverbund.com

www.forum-ng.org

www.forum-startup-chemie.de

www.hs-anhalt.de/hochschule-anhalt/einrichtungen/gruenderservice.html

www.foundersfoundation.de

www.frankfurt-holm.de

www.fraunhoferventure.de

www.fuer-gruender.de

www.futureconcepts.myportfolio.com

www.futuresax.de

www.garagestartups.de

www.garage33.de

www.gategarching.com

www.gateway.uni-koeln.de

www.uni-goettingen.de

www.germanaccelerator.com

www.german-entrepreneurship.de

www.gruenden-oldenburg.de

www.startup.google.com

www.grace-accelerator.de

www.green-venture.net

www.gruender-mv.de

www.hs-esslingen.de/forschung/transfer/gruendes

www.gruenden.rlp.de

www.gruenden.uni-freiburg.de

www.gruenderallianz.ruhr

www.gruenden-in-potsdam.de

www.gruenderimpuls.de

www.gruendermagnet.de

www.wiesbaden.de/wirtschaft/existenzgruendung

www.s-level-up.de

www.de.digital/DIGITAL/Navigation/DE/Gruenderwettbewerb/gruenderwettbewerb.html

www.uol.de/giz

www.gruendungsbuero.info

www.gruenden-trier.de

www.gruendungsbuero-mainz.de

www.uni-koblenz-landau.de/de/gruendungsbuero

www.gruendungsnetz.brandenburg.de

www.europa-uni.de/gruenden

www.hnee.de/de/Service/Grndungszentrum/Grndungszentrum-K2171.htm?RID=4651

www.gwg-online.de

www.hafven.de

www.hamburg-invest.com

www.digitalcluster.hamburg

www.hei-hamburg.de

www.handelskammer-bremen.de

www.wirtschaftsfoerderung-hannover.de/hannoverimpuls

www.haw-hamburg.de

www.hq-cologne.de

www.healthinnovationport.de

www.heartbeatlabs.com/de/

www.heidelberg-startup-partners.de

www.her-career.com

www.htai.de

www.hessischer-gruenderpreis.de

www.hhl.de

www.htgf.de

www.hightech-startbahn.de

www.highest.tu-darmstadt.de

www.hs-anhalt.de

www.hnee.de

https://entrepreneurship.htw-berlin.de/

www.hs-geisenheim.de

www.hs-koblenz.de

www.reutlingen-university.de

www.hs-wismar.de

www.hvventures.com

www.hightech-venture-days.com

www.hub31.de

www.humboldt-innovation.de

www.ib-sh.de

www.innovationsstarter.com

www.igzbamberg.de

www.igz-cham.de

www.ihk-n.de

www.innovationscentrum-osnabrueck.de

www.ihk-nrw.de

www.wuerzburg.ihk.de

www.ruhr.impacthub.net

www.frankfurt-main.ihk.de

www.ostwestfalen.ihk.de

www.innovationslaborowl.de

www.innovationsnetzwerk-niedersachsen.de

www.investforum.de

www.ilb.de

www.ib-sachsen-anhalt.de

www.ib-sh.de

www.investorennetzwerk-wiesbaden.de

www.ioniq.com/

www.de-hub.de/die-hubs/berlin/

www.it-inkubator.de

www.junge-gruender.de

www.junge-innovatoren.de

www.ki-verband.de

www.kiwi-kiel.de

www.kilometer1.de

www.kleecenter.de

www.koeln.business

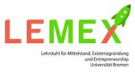
www.komponentenportal.de

www.kwt-uni-saarland.de

www.kraftwerk-accelerator.com

www.lagarde1.de

www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Arbeit-und-Wirtschaft.html



www.uni-bremen.de/lemex

www.gruenderverbund.info

www.mafinex.de

www.main-incubator.com

www.mcei.de

www.mbg-sh.de

www.mediengruenderzentrum.de/start

www.mitl-netzwerk.eu

www.medien.nrw.de

www.startupschool-tuebingen.com

www.mmz-halle.de

www.munich-startup.de

www.nextbigthing.ag

www.netrocks.info

www.nexster.de

www.nma.vc

www.nrwalley.nrw

www.ihk-oldenburg.de

www.opencampus.sh

www.oth-regensburg.de/
studium/service-und-beratung/
start-up-center.html

www.ze-pfh.de

www.zu.de/pioneerport

www.pioniergarage.de

www.pioniergeist.xyz

www.fu-berlin.de/profund

www.proptech1.ventures

www.tz-lu.de

www.roggio.de

www.ruhrhub.de

www.sciencepark-kassel.de

www.seedandspeed.com

www.seedmatch.de

www.berlin.de/sen/wirtschaft/

www.sevenventures.de

www.she-works.de

www.sherpa-dresden.de

www.shub-mannheim.de

www.siegerlandfonds.com

www.silicon-saxony.de

www.smartinfrastructurehub.com

www.smile.uni-leipzig.de

www.snic.de/accelerator

www.seakademie.org

www.socialimpact.eu

www.spectaris.de

www.spinlab.co

www.stadt-koeln.de

www.start-green.net

www.startbase.de

www.startblock-wiesbaden.de

www.starthaus-bremen.de

www.starting-business.de

www.starting-up.de

www.startnext.com

www.startplatz.de

www.startport.net

www.startpunkt57.de

www.startupbw.de

www.startup-digital.nuernberg.de

www.startup-incubator.berlin

www.startup-innolab.de

www.startup-mannheim.de

www.startup.nds.de

www.startup-region-stuttgart.de

www.startup-region-ulm.de

www.startup-weekend-mittelhessen.de

www.tecup.de/startup-weekend

www.startupdorf.de

www.medianet-bb.de/de/startup-net-berlinbrandenburg

www.station-frankfurt.de

www.steyg.io

www.stifterverband.org

www.entrepreneurship.de

www.stift-thueringen.de

www.sce.de

www.t3n.de

www.team-neusta.de

www.techbase.de

www.tzl.de

www.th-brandenburg.de

www.th-koeln.de

www.th-nuernberg.de

www.tum.de

www.tiw-wf.de

www.fidt.de

www.tip-jena.de

www.technologiestiftung-berlin.de

www.tzdresden.de

www.tz-konstanz.de

www.w-tec.de

www.techquartier.com

www.tecup.de

www.tfu.de

www.thehackathoncompany.com

www.thex.de

www4.tu-ilmenau.de/hsgn

www.tugz.ovgu.de

www.rwth-innovation.de

www.thex.de/innovativ/trip/

www.unhide-the-champions.eu

www.univations.de

www.entrepreneurship.uni-bayreuth.de

www.unibw.de/entrepreneurship

www.uni-greifswald.de

www.uni-mannheim.de

www.uni-tuebingen.de

www.unternehmertum.de

www.venturevilla.de

www.venturewaerft.com

www.vito.vc

www.weiberwirtschaft.de

www.werk1.com

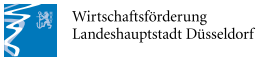
www.werk-x.ruhr

www.weserwork.de

www.westtechventures.com

www.wfbb.de

www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de



www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung.html

www.hi-reg.de

www.vorpommern-sonnendeck.de

www.wissensportal-frankfurtrheinmain.de

www.worldfactory.de

www.zfe.uni-kiel.de

www.zu.de

www.zollhof.de

Ihre Ansprechpartner

Universität Duisburg-Essen
Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship
Universitätsstraße 9
45141 Essen

Prof. Dr. Tobias Kollmann
Inhaber des Lehrstuhls für
E-Business und E-Entrepreneurship
tobias.kollmann@icb.uni-due.de

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Friedrich-Ebert-Anlage 35-37
60327 Frankfurt am Main

Florian Nöll
Head of Digital Ecosystems
florian.noell@pwc.com

Nina Beike
Communication Lead NextLevel
nina.b.beike@pwc.com

Bundesverband Deutsche
Startups e. V.
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Dr. Alexander Hirschfeld
Teamleiter Research
alexander.hirschfeld@deutschestartups.org

Paul Wolter
Teamleiter Politik und Kommunikation
paul.wolter@deutschestartups.org

© September 2020 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.
„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.