

Deutscher Startup Monitor 2023

Eine neue Zeit



Grußwort des Bundesministers für Wirtschaft und Klimaschutz

Neun von zehn Startup-Gründerinnen und -Gründern würden wieder gründen – und das ganz überwiegend erneut in Deutschland. Diese Botschaft aus dem Deutschen Startup Monitor 2023 stimmt mich zuversichtlich: Der Standort Deutschland genießt auch in schwierigem wirtschaftlichem Fahrwasser das Vertrauen der Startups.

Gleichzeitig aber haben die Inflation und das entsprechend veränderte Zinsumfeld die Stimmung zuletzt getrübt: Mehr als der Hälfte der Startups fällt es angesichts hoher Unsicherheiten schwer, die zukünftige Geschäftsentwicklung einzuschätzen. Verständlich, dass die Erwartungen der Startups an die Regierung in der aktuellen Situation steigen – wie der DSM schlussfolgert.

Diesen Erwartungen wollen wir gerecht werden, indem wir die Startup-Strategie, die wir vor einem Jahr auf den Weg gebracht haben, weiter mit voller Kraft umsetzen. Sie enthält ein ganzes Bündel an Maßnahmen, das jungen innovativen Unternehmen den Rücken stärkt. Davon sind fast die Hälfte bereits umgesetzt, viele weitere sind auf sehr gutem Weg.

Ich bin froh, dass die Strategie viele der im DSM genannten Herausforderungen adressiert. Vor allem in dem zentralen Bereich der Startup-Finanzierung gibt sie mit dem Zukunftsfonds, der bis Ende 2030 Mittel in Höhe von insgesamt 30 Milliarden mobilisieren soll, wichtige Impulse. Auch beim Thema Ausgründungen aus Hochschulen trifft die Strategie einen zentralen Nerv: Laut DSM erhalten aktuell die Hälfte der Startups bei ihrer Gründung Unterstützung durch Hochschulen. Mit den Startup-Factories wird die Bundesregierung die Schnittstelle zwischen Hochschulen und innovativen jungen Unternehmen weiter stärken. Beim Thema Diversität sorgt z. B. das Förderprogramm EXIST Women dafür, dass sich das Ergebnis des DSM – „Frauen holen Frauen in Startups“ – weiter potenzieren kann.

All das ist wichtig, denn Startups sind nicht nur Vorreiter bei der ökologischen und digitalen Transformation. Mit ihrem Mut, Neues zu wagen, bringen sie unser Land und unsere Gesellschaft auch insgesamt voran. Um diese Potenziale noch besser ausschöpfen zu können, brauchen

Startups gute Rahmenbedingungen und ein Ökosystem, das international konkurrenzfähig ist. Dafür setze ich mich in der Bundesregierung ein – auch im zweiten Jahr der Startup-Strategie.

Ihr



© BMWK/Dominik Butzmann

Dr. Robert Habeck
Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz

Vorwort der Initiator:innen

Inflation, Zinswende und Wirtschaftsflaute – dieser Dreiklang bestimmt aktuell die Nachrichtenlage und macht auch vor Startups nicht halt. Das Geschäftsklima sinkt weiter und Investments sind rückläufig. Dennoch sind Startups auch in der Krise zentraler Jobmotor und neun von zehn Gründerinnen und Gründern würden wieder ein Unternehmen aufbauen! Denn Krisenzeiten sind immer auch Gründungszeiten und nur wenn wir entschieden auf Startups setzen, können wir den aktuellen Transformationsprozess meistern.

Daher ist gerade jetzt die Bundesregierung gefragt, die im Rahmen der Startup-Strategie angestoßenen Maßnahmen entschlossen voranzutreiben, das Zukunftsfinanzierungsgesetz zum Erfolg zu führen und Deutschland so zu einem echten Champion für Startups zu machen. Nur wenn wir zum Weltmarktführer für Startups werden, können wir unsere wirtschaftliche Position stärken und so die anstehenden politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen aktiv gestalten.



Christian Miele
Vorstandsvorsitzender des Startup-Verbands



Magdalena Oehl
Stv. Vorstandsvorsitzende des Startup-Verbands

Vorwort des Partners

Egal, ob erneuerbare Energieversorgung, Initiativen zur Kreislaufwirtschaft, neue Formen der Mobilität oder der Kampf gegen Plastik: Für viele Startups steht das Thema Nachhaltigkeit auf der Agenda ganz weit oben. Mit ihren innovativen Ideen und Lösungen liefern sie Antworten im Kampf gegen die Klimakrise und tragen dazu bei, unsere Wirtschaft so zu gestalten, dass sie auch den nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Zukunft sichert.

Wie diese Lösungen in der Praxis aussehen können, habe ich vor einigen Wochen beim „Enkelfähig Summit“ in Duisburg eindrücklich erleben dürfen. Ich habe viele spannende Vorträge von Unternehmen und insbesondere Startups gehört, denen es gelingt, performanceorientiert zu wirtschaften, aber gleichzeitig ökologische und soziale Verantwortung zu übernehmen.

Wie wichtig dieser Aspekt der Enkelfähigkeit für die Startup-Szene ist, lässt sich auch an den Ergebnissen des Deutschen Startup Monitors 2023 ablesen: So ist der Anteil der Startups, die sich zur

Green Economy zählen, in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Mittlerweile zählt sich beinahe jedes zweite Startup dazu. Und viele sind damit enorm erfolgreich: Unter den Unicorns befinden sich immer mehr Climate Techs.

Weniger erfreulich sind die Ergebnisse des DSM 2023 zum Thema Diversity: Der Anteil der Gründerinnen in deutschen Startups stagniert bei rund 20 Prozent. Das ist zu wenig! Wir müssen dringend darüber nachdenken, wie wir auch in schwierigeren Phasen die Parität als Ziel verfolgen können. Denn ich bin fest davon überzeugt: Dieses Engagement lohnt sich. Unsere Studie belegt einmal mehr die positiven Effekte, die sich aus der Förderung von Gründerinnen ergeben.

So liegt der Frauen-Anteil unter der Führung von gemischten Teams wesentlich höher als unter rein männlichen Teams. Mit Blick auf die Führungsebene der Startups wird dieser Effekt noch sichtbarer: Während in Unternehmen mit rein männlichen Gründungsteams nur 14 Prozent der Führungskräfte Frauen sind, liegt dieser Anteil

in gemischten Gründungsteams bei 40 Prozent. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels müssen wir uns dafür einsetzen, das komplette Entwicklungspotenzial unserer Volkswirtschaft freizusetzen, indem wir Gründerinnen noch gezielter fördern.



Florian Nöll
EMEA Startups, Scaleups & Global Venturing
Leader bei PwC Deutschland

Inhaltsverzeichnis

Grußwort des Bundesministers für Wirtschaft und Klimaschutz	2	3 Gründer:innen im Blick	20	7 Wettbewerb und Politik.....	50
Vorwort der Initiator:innen	3	1 Gründungsteam und Management	21	1 Aktuelle Parteipräferenzen	51
Vorwort des Partners.....	4	2 Mehr Gründerinnen. Mehr Diversität.....	22	2 Geschäfts- und Investmentklima	52
Inhaltsverzeichnis.....	5	3 Werdegang der Gründer:innen.....	24	3 Erwartungen der Startups an die Politik	54
Der 11. Deutsche Startup Monitor repräsentiert.....	6	4 Märkte und Technologien	26	8 Konzeption	57
Zehn Fakten aus dem DSM 2023	7	1 Kunden und Märkte.....	27	1 Entwicklung der Studie	58
1 Eine neue Zeit für Startups.....	10	2 Zukunftstechnologien.....	29	2 Forschungsdesign.....	58
2 Startups in Deutschland	13	3 Strategie und Nachhaltigkeit.....	32	Literaturverzeichnis.....	59
1 Entwicklung und Standorte.....	14	5 Finanzierungskreislauf	33	Beteiligte Institutionen und Personen.....	60
2 Branchen und Geschäftsmodelle	16	1 Finanzierung	34	1 Initiator und Herausgeber.....	60
3 Jobmotor Startups	18	2 Von Seed bis Series X.....	36	2 Partner und Mitherausgeber	62
		3 Exits als Kreislaufbeschleuniger	39	3 Akademischer Partner.....	63
		6 Standorte und Ökosysteme.....	41	Netzwerkpartner des DSM 2023.....	64
		1 Standorte.....	42	Ihre Ansprechpartner:innen	73
		2 Hochschulen als Keimzelle	45		
		3 Etablierte Wirtschaft als Partner	47		

Der 11. Deutsche Startup Monitor repräsentiert ...

1.825 Startups

4.559 Gründer:innen

31.925
Mitarbeitende

Drei Ziele

- Bedeutung von deutschen Startups und deren Gründer:innen aufzeigen sowie Entwicklungen herausarbeiten
- Herausforderungen und Verbesserungspotenziale im deutschen Startup-Ökosystem identifizieren
- Gründungsgeist 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:innen-/Umsatzwachstum und/oder
- sind (hoch) innovativ in ihren Produkten/ Dienstleistungen, Geschäftsmodellen und/oder Technologien.



Zehn Fakten aus dem DSM 2023

1. Startups behaupten sich als zentraler Wirtschaftsfaktor:

Die durchschnittliche Mitarbeitendenzahl bleibt trotz aktueller Herausforderungen stabil und liegt bei 19 – geplante Neueinstellungen gehen auf 8 Stellen zurück.



2. Frauen holen Frauen ins Startup:

Mit 44 % beschäftigen gemischte Gründungsteams deutlich mehr Frauen als reine Männerteams (29 %). Der Gründerinnenanteil liegt jedoch nach wie vor bei nur 21 %.



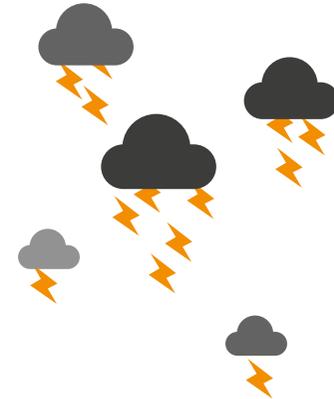
3. Künstliche Intelligenz prägt das Ökosystem:

Für 52 % der deutschen Startups – und damit deutlich mehr als im Vorjahr (45 %) – hat KI eine klare Relevanz für ihr Geschäftsmodell. Zudem nutzen 82 % bereits Tools wie ChatGPT in ihrem Unternehmen.



4. Die Stimmung ist getrübt:

Nach dem Rückgang im Vorjahr sinkt das Geschäftsklima um weitere 4 Punkte und vor allem die positive Ökosystembewertung geht von 68 % im Jahr 2022 auf 58 % 2023 zurück, was auch auf Erwartungen an die Unterstützungslandschaft hindeutet.



5. Liquidität wieder im Fokus:

Unter den zentralen Herausforderungen gewinnen die Themen Kapital (43 % vs. 39 % 2022) und Cashflow (32 % vs. 24 % 2022) an Relevanz – dagegen entspannt sich der Personalmarkt (21 % vs. 34 % 2022).



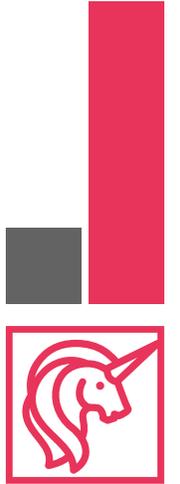
6. Wagniskapital-Sektor kühlt sich ab:

Im Kontext des angespannten Investitionsklimas verliert Venture Capital für viele Gründer:innen an Anziehungskraft. Während 2022 noch 44 % zukünftig Wagniskapital einsammeln wollten, sind es aktuell nur noch 35 %.



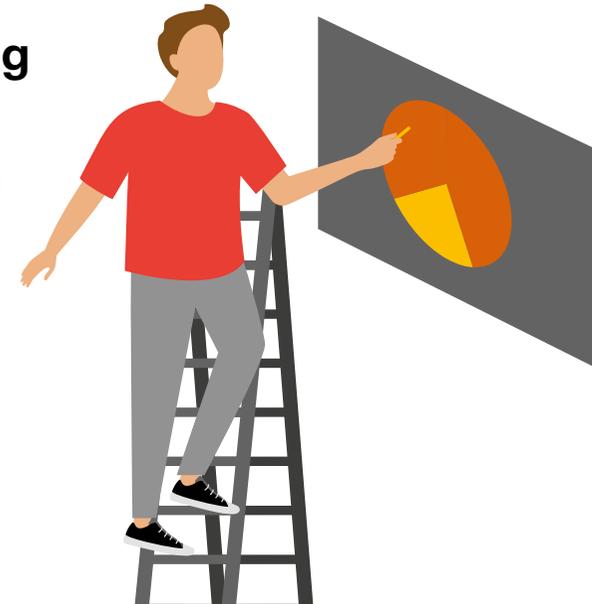
7. Mehr Unicorns:

Die Zahl der mit mindestens einer Milliarde US-Dollar bewerteten Startups hat sich in Deutschland in den letzten fünf Jahren mehr als vervierfacht und liegt bei 33 – im Vergleich zu Top-Standorten wie Israel oder den USA zeigt sich jedoch weiterhin ein deutlicher Rückstand.



8. Gründungsneigung bleibt stark:

9 von 10 der Befragten würden wieder gründen, davon 83 % erneut in Deutschland und 17 % geben an, ihr nächstes Unternehmen im Ausland aufbauen zu wollen.



9. Hochschulen sind Keimzelle:

49 % haben bei ihrer Gründung Unterstützung von Hochschulen erhalten und 74 % bewerten diese als gut oder sogar sehr gut – wichtigster Faktor ist der persönliche Support durch Professor:innen.

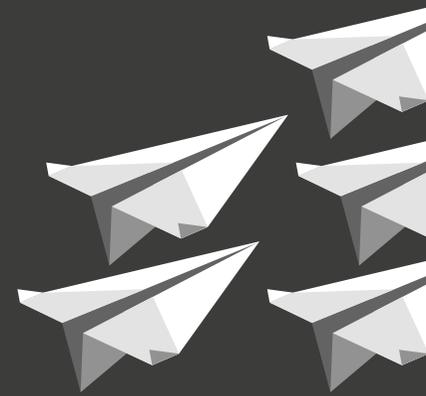


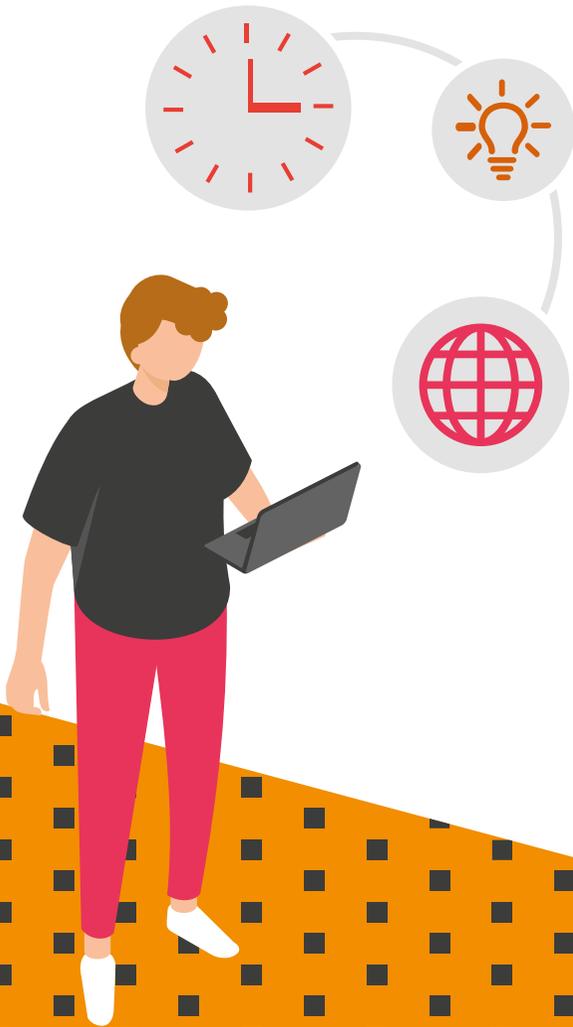
10. Kooperationen schwächeln:

Die Zusammenarbeit zwischen Startups und Unternehmen der etablierten Wirtschaft ist in den letzten drei Jahren um 10 Prozentpunkte zurückgegangen und liegt nun bei 61 %. Auch im Bereich Corporate Venture Capital zeigt sich im Vergleich zum Vorjahr eher Zurückhaltung.



1 | Eine neue Zeit für Startups



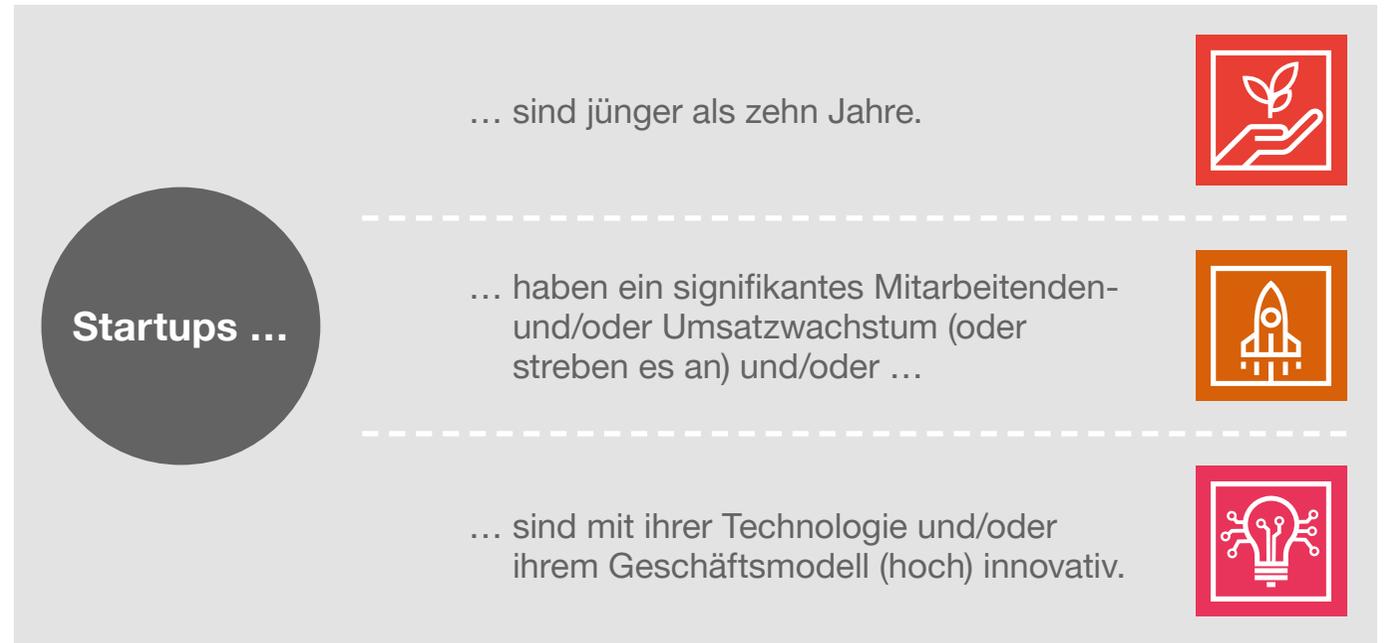


„Startups und Innovation in unsicheren Zeiten“ – mit diesem Titel haben wir im letzten Jahr das erste Kapitel des Deutschen Startup Monitors (DSM) überschrieben. Viele der letztjährigen Herausforderungen bestehen nach wie vor und haben sich teilweise sogar verschärft: schwächelnde Konjunktur, Inflation, Zinswende und damit verbunden eine starke Zurückhaltung im Investmentsektor. Zwar haben sich die Finanzierungen zuletzt stabilisiert, bewegen sich aber auf niedrigerem Niveau als 2022 und deutlich unter dem Rekordjahr 2021. Zugleich befindet sich das Geschäftsklima im Startup-Bereich auf dem bisher niedrigsten Niveau – mit Ausnahme des Covid-Schocks 2020. Aber es gibt auch gute Nachrichten: Nachdem die Zahl der Neugründungen 2022 deutlich zurückging, sind im ersten Halbjahr 2023 wieder mehr neue Startups entstanden (Startup-Verband & startupdetector 2023). Auch die im DSM befragten Gründer:innen zeigen sich von der schwierigen Situation wenig beeindruckt: 9 von 10 geben an, wieder gründen zu wollen und davon 82,8 % hier in Deutschland.

Diese und andere Indikatoren in unserer Studie machen deutlich, wie stark und robust das Startup-Ökosystem hierzulande mittlerweile ist. Gleichzeitig darf das nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein Umfeld wirtschaftlicher Unsicherheiten die Entwicklung des Startup-Sektors in Deutschland gefährden kann. Insgesamt bahnt sich im Startup-Bereich aktuell eine massive Veränderung an: Der gewohnt klare Trend nach oben ist gebrochen. Wachstums- und Renditeerwartungen werden neu verhandelt und viele Geschäftsmodelle stehen auf dem Prüfstand. Eine neue Zeit für Startups bricht an – eine Zeit, in der eine gewisse Ernüchterung mit Blick auf das lange gewünschte Hyperwachstum einsetzt, die aber auch mit einem neuen Level der Professionalisierung einhergeht. Außerdem sehen wir, wie neue Technologien wie generative KI gerade in schwierigen Phasen die gesamte Startup-Szene befeuern. Denn die damit verbundenen Möglichkeiten werden hier besonders schnell erkannt und auf die Straße gebracht – daher ist Krisenzeit eben immer auch Startup-Zeit. An solch einem kritischen Punkt ist es besonders wichtig, genau hinzusehen und die Herausforderungen und Chancen unseres Ökosystems klar zu benennen.

Wichtige Grundlage des DSM ist eine klare Definition von Startups – insbesondere in Abgrenzung zum weiteren Bereich der Existenzgründungen. Während Existenzgründungen im Allgemeinen jede Form der beruflichen Selbstständigkeit umfassen, werden unter dem Begriff Startup nur Jungunternehmen mit einer innovativen und/oder skalierbaren Geschäftsidee verstanden (Kollmann 2022). Diese beiden Kernkriterien, Innovativität und Skalierbarkeit, treffen nur auf einen kleinen Teil der Existenzgründungen zu und schaffen so eine klare Differenzierung (Metzger 2022 & Sternberg et al. 2023). Daraus ergibt sich auch eine klare Wachstumsorientierung, die dafür sorgt, dass Startups im Mittel deutlich mehr Mitarbeitende beschäftigen und die Finanzierungsstruktur stärker durch externe Kapitalgebende geprägt ist. Genau diese Eigenschaften unterstreichen die volkswirtschaftliche Bedeutung von Startups, weshalb sich die genauere Analyse dieses Sektors besonders lohnt.

Abb. 1 Was ist eigentlich ein Startup?



2 | Startups in Deutschland





Das Gründen eines Startups gleicht einem Marathon. Es erfordert nicht nur Ausdauer, sondern auch das Erkennen der speziellen Herausforderungen und Barrieren, die du bewältigen musst. Wer mit der nötigen Entschlossenheit und einer klaren Strategie vorgeht, wird mit einzigartigen Erfahrungen und Erfolgen belohnt.

Philipp Zacher
CEO und Mitgründer Coachwhisperer

1 Entwicklung und Standorte

Der DSM ermöglicht umfassende Einblicke ins Startup-Ökosystem

92,9 % der 1.825 Teilnehmenden der diesjährigen Befragung sind Gründer:innen von Startups mit Hauptsitz in Deutschland. Daneben beinhaltet das Sample 4,1 % Geschäftsführer:innen und 3,0 % Personen auf C-Level-Ebene. Insgesamt beruht der DSM damit auf der größten Erhebung im deutschen Startup-Ökosystem und erfasst neben der aktuellen Lage innovativer Wachstumsunternehmen zentrale Informationen zu ihren Gründer:innen.

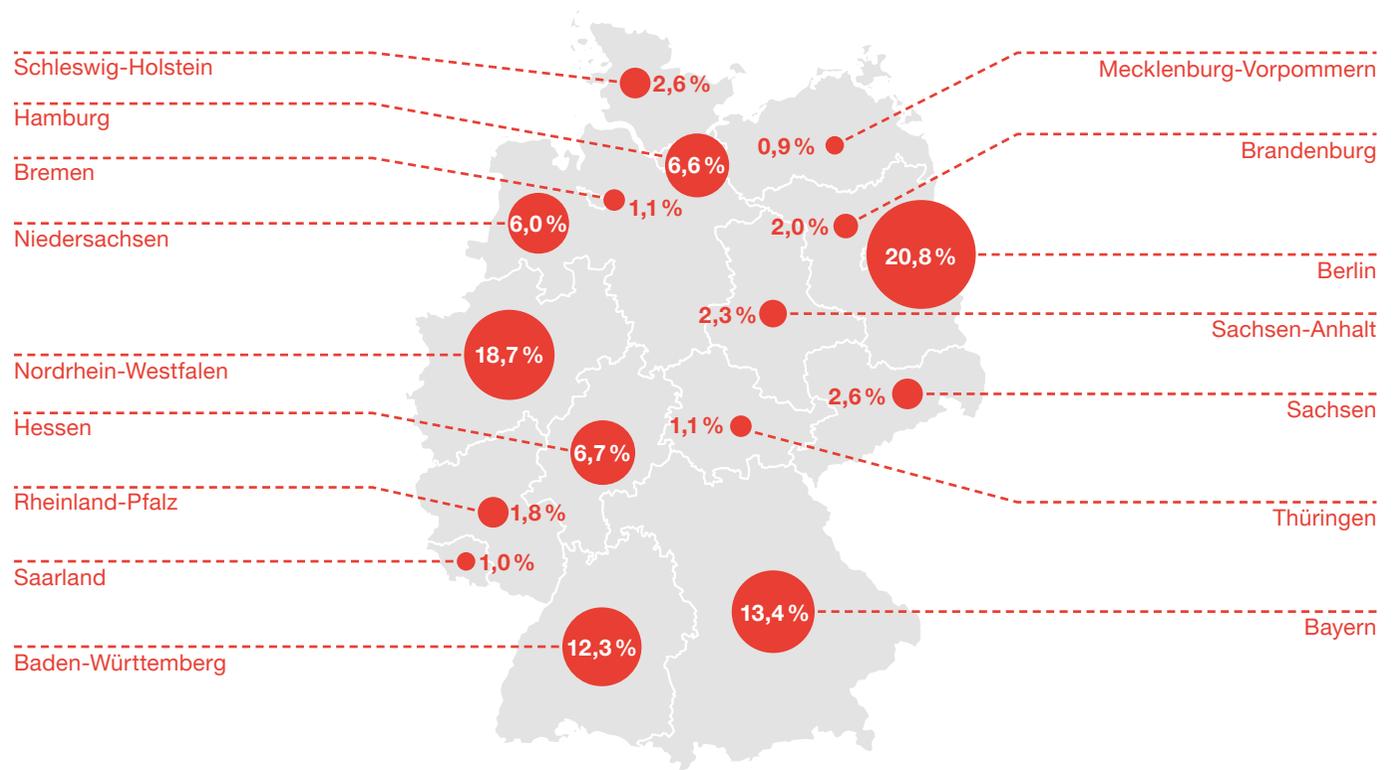
Alle Entwicklungsphasen werden abgebildet

Der DSM ist nah dran am Gründungsgeschehen und deckt alle relevanten Unternehmensphasen ab: 20,9 % der befragten Startups wurden 2023 gegründet oder haben noch keine Gewerbeanmeldung, die Jahre 2021 und 2022 machen zusammen 36,4 % aus. Weitere 29,8 % der Unternehmen sind zwischen 2018 und 2020 entstanden und 12,9 % zwischen 2013 und 2017. Entsprechend befindet sich ein Großteil der befragten Unternehmen in einer frühen Entwicklungsphase: mit 25,6 % in der Seed- und 46,3 % in der Startup-Stage. Auf die Growth-Stage entfallen immerhin 24,5 % und 3,6 % ordnen sich der Later- oder Steady-Stage zu.

Nicht nur Hotspots, sondern die gesamte Startup-Landschaft wird erfasst

Berlin (20,8 %) und München (7,2 %) sind unangefochten die wichtigsten Startup-Hotspots im deutschen Ökosystem und haben auch im DSM sehr hohe Werte. Gleichzeitig ist die Startup-Landschaft hierzulande, analog zur Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur insgesamt, durch viele weitere starke Regionen und hochschulnahe Cluster geprägt. So folgt im DSM Hamburg mit 6,6 % als wichtiger Standort und auch die Länder Nordrhein-Westfalen (18,7 %), Bayern (13,4 %), Baden-Württemberg (12,3 %) und Hessen (6,7 %) machen einen großen Teil der Befragten aus. Insgesamt erfasst der DSM die gesamte Breite der Startup-Aktivitäten in Deutschland und schafft es so, die Stärken und Herausforderungen der Unternehmen auch jenseits der Hotspots zu berücksichtigen.

Abb. 2 Hauptsitz der Startups nach Bundesländern

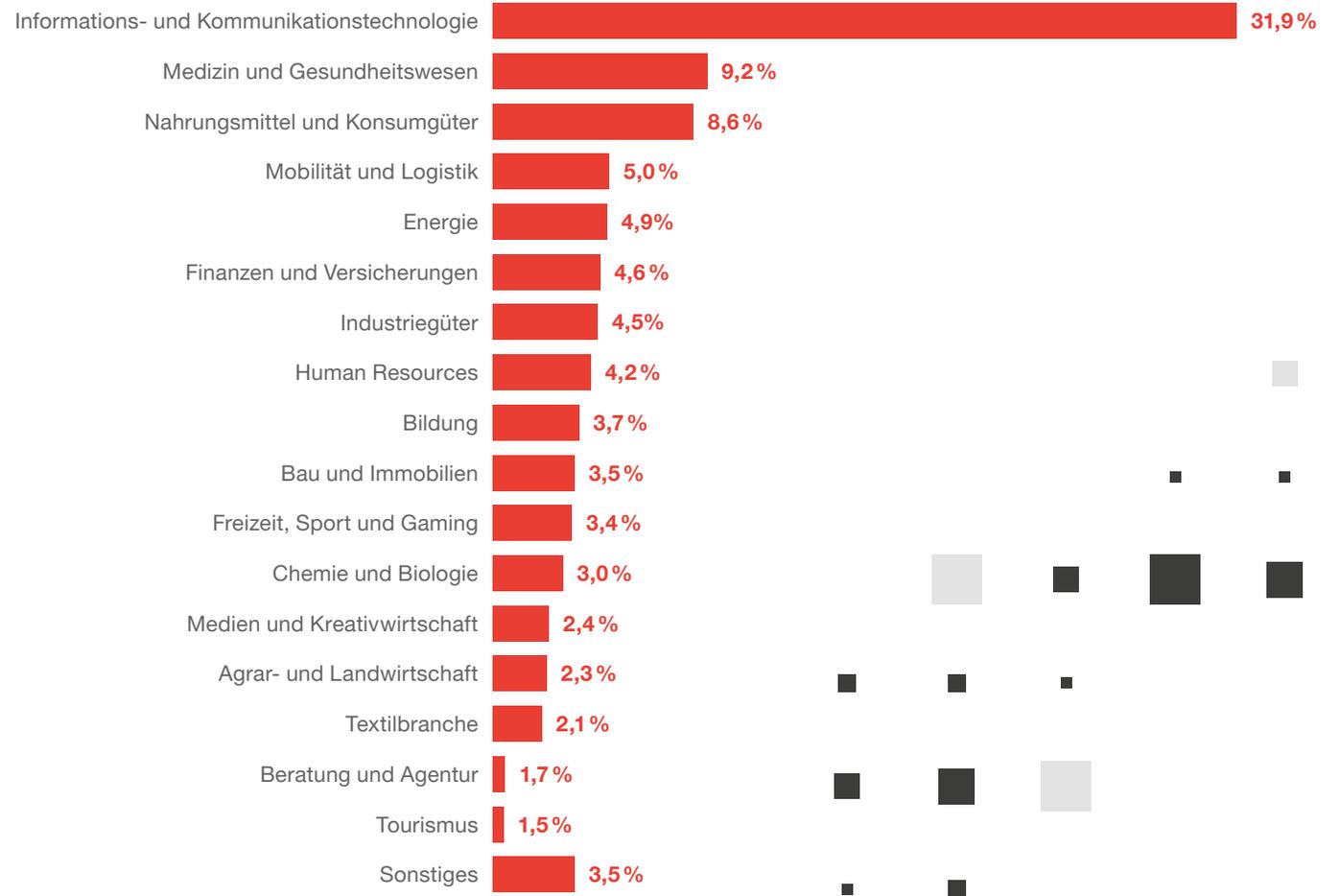


2 Branchen und Geschäftsmodelle

Startups sind in allen Wirtschaftsbereichen präsent

Die Branchenverteilung zeigt, dass Startups in allen Wirtschaftssektoren aktiv sind und damit in der Breite einen elementaren Beitrag zu Innovation, Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit leisten. Mit 31,9 % dominiert klar die Informations- und Kommunikationstechnologie, gefolgt vom Gesundheitssektor, der seit mehreren Jahren im DSM die zweitgrößte Gruppe stellt. Bemerkenswert ist zudem der hohe Anteil an Unternehmen in den Bereichen Mobilität und Logistik (5,0 %) sowie Energie (4,9 %) – Bereiche, in denen ein wichtiger Beitrag zu aktuell grundlegenden Transformationsprozessen geleistet wird.

Abb. 3 Branchen



Digitale Geschäftsmodelle stehen im Fokus

Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen verfolgen digitale Geschäftsmodelle – mit 33,4 % macht Software-as-a-Service (SaaS) dabei den mit Abstand größten Anteil aus. Wichtig für den Industriestandort Deutschland ist außerdem der Bereich Technologieentwicklung und -produktion, in dem mit 21,6 % mehr als jedes fünfte Startup aktiv ist und der eine entscheidende Rolle etwa für den Technologietransfer aus der Wissenschaft in die wirtschaftliche Nutzung spielt. Analoge Geschäftsmodelle wie der stationäre Handel nehmen mit insgesamt 8,1 % eine untergeordnete Rolle ein.

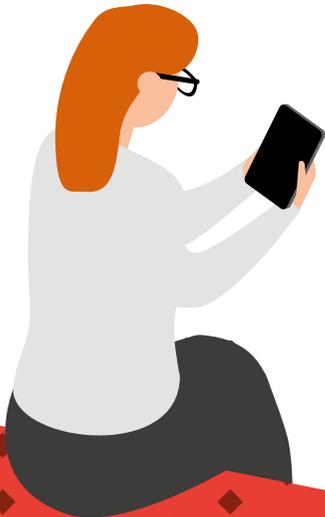
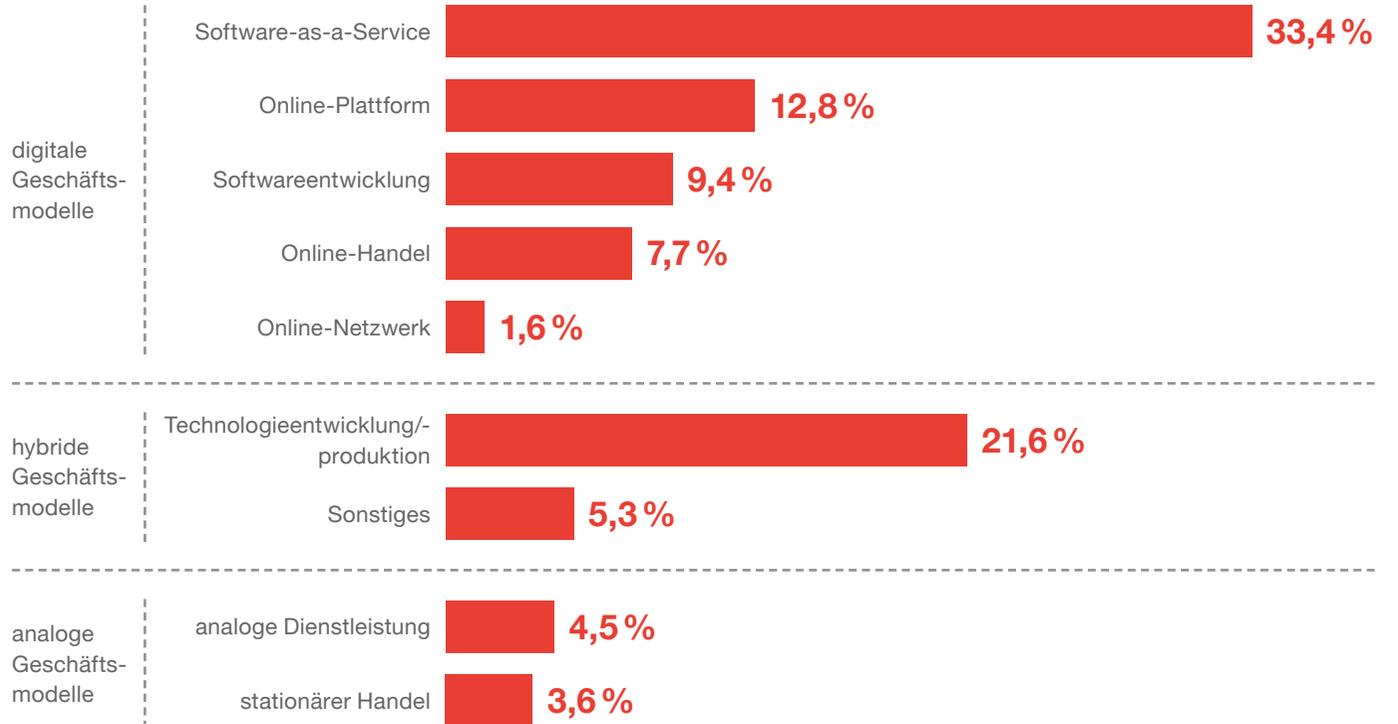


Abb. 4 Geschäftsmodelle

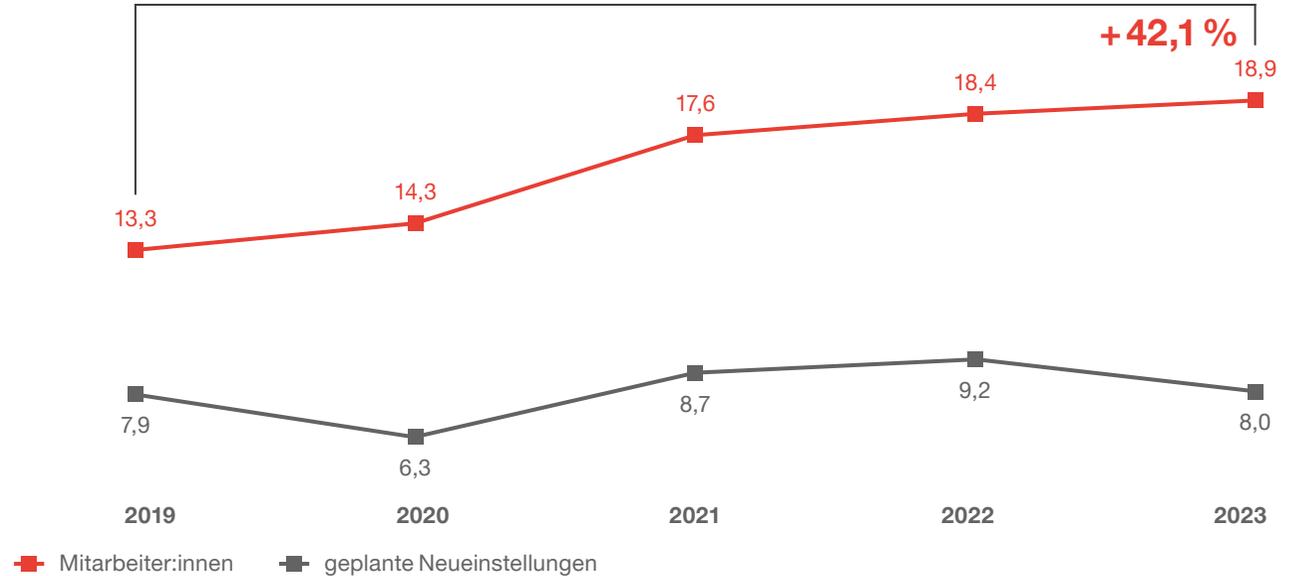


3 Jobmotor Startups

Startups behaupten sich in der aktuellen Wirtschaftslage

Die durchschnittliche Mitarbeitendenzahl der befragten Startups bleibt trotz des angespannten wirtschaftlichen Umfelds und der gesunkenen Investmentdynamik stabil und nimmt leicht auf 18,9 im Bundesschnitt zu. An den Startup-Hotspots, die durch besonders wachstumsstarke Unternehmen geprägt sind, liegen die Mittelwerte nochmal deutlich höher, mit 41,2 Mitarbeitenden in Berlin und 41,3 in München. Dafür wird an diesen Standorten auch ein größerer Dämpfer bei den Neueinstellungen sichtbar – in Berlin sind noch 13,2 Neueinstellungen geplant (2022: 19,8) und in München 12,1 (2022: 15,8). Bundesweit fällt dieser Rückgang bei den geplanten Neueinstellungen moderater aus: 8,0 neue Jobs sollen im Mittel in den kommenden 12 Monaten geschaffen werden (2022: 9,2).

Abb. 5 Durchschnittliche Anzahl Beschäftigter und geplante Neueinstellungen



Die Mehrheit konnte im letzten Jahr weiter einstellen

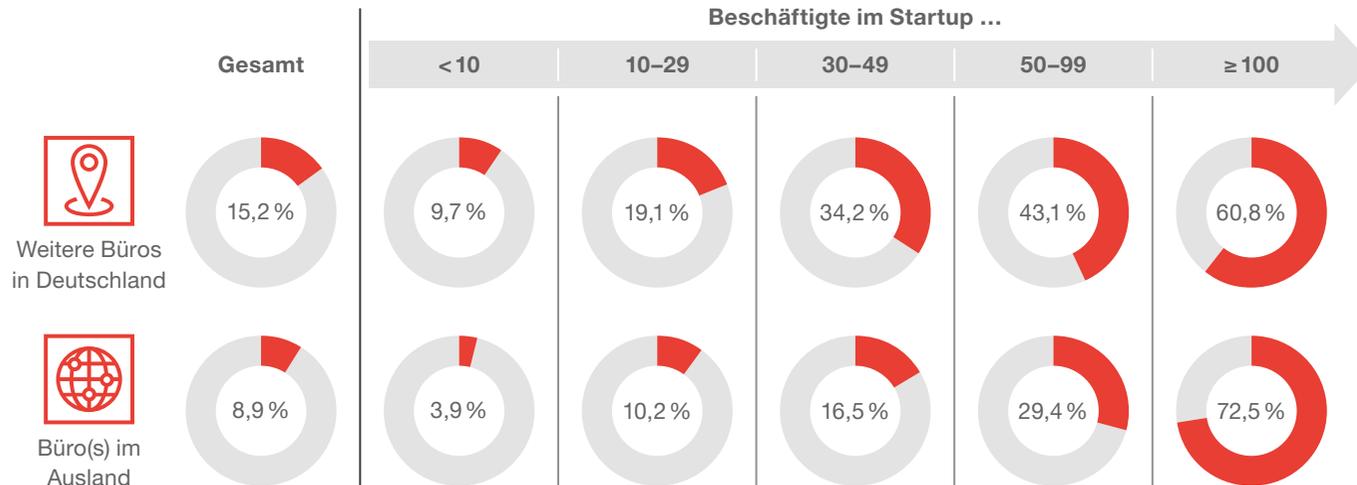
Nur 14,5 % der befragten Startups mussten in den letzten zwölf Monaten Mitarbeitende entlassen, demgegenüber konnten 56,1 % weiter Neueinstellungen vornehmen. Angesichts prominenter Negativmeldungen zum Thema schafft diese Zahl eine wichtige Einordnung und zeigt, dass Startups auch in der aktuell schwierigen wirtschaftlichen Situation einen relevanten Jobfaktor

darstellen. Gleichzeitig ist das investitionsintensive und wachstumsstarke Ökosystem Berlin stärker betroffen: Hier musste im letzten Jahr fast jedes vierte Unternehmen (24,2 %) Jobs abbauen, während im gleichen Zeitraum immerhin 46,8 % neue Stellen schaffen konnten. In München war die Entwicklung positiver: Nur 12,6 % haben Personal entlassen und 60,9 % konnten neu einstellen.

Die meisten sind an nur einem Standort aktiv – mit Größe kommt Internationalisierung

Die große Mehrheit der befragten Startups ist bisher an nur einem Standort aktiv. Die Differenzierung nach der Mitarbeitendenzahl veranschaulicht jedoch, dass mit steigender Unternehmensgröße eine klare Internationalisierungstendenz einhergeht. Im Kontext des Wachstums werden in vielen Fällen zunächst weitere Büros in Deutschland aufgebaut – erfahrungsgemäß stehen dabei häufig die Themen Fachkräfte und Sales im Fokus. Ab einer Größe von 100 Beschäftigten ist dann ein deutlicher Sprung bei den Auslandsbüros erkennbar: Hier findet häufig eine grundlegende strategische Weiterentwicklung statt, die oft mit größeren Investitionen verbunden ist.

Abb. 6 Büros in Deutschland und im Ausland neben dem Hauptsitz



3 | Gründer:innen im Blick



1 Gründungsteam und Management

Erfolgsmodell Teamgründung – weniger als jeder: Fünfte gründet allein

In Startup-Gründungsteams kommen häufig zwei (37,6 %) oder drei (30,6 %) Personen zusammen – Sologründungen sind mit 17,1 % dagegen seltener. Insgesamt ergibt sich aus dieser Verteilung eine durchschnittliche Größe des Gründungsteams von 2,5. Lässt man die Vielzahl weiterer Einflussgrößen zunächst außen vor, fällt auf, dass Teamgründungen mit 21 Beschäftigten im Schnitt auch deutlich mehr Mitarbeitende haben als Sologründungen mit 10 Stellen.

Gründer:innen deutlich jünger als Erwerbstätige insgesamt

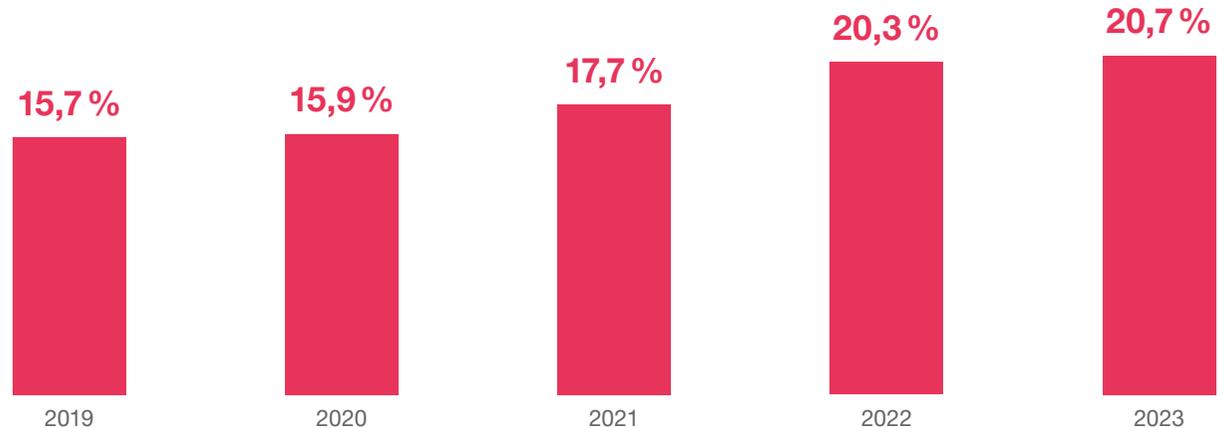
Mit einem Durchschnittsalter von 36,7 Jahren sind Startup-Gründer:innen deutlich jünger als Erwerbstätige in Deutschland insgesamt (43,3) – mit Blick auf den Altersschnitt der Selbstständigen in Deutschland (51,0) ist der Unterschied sogar noch sehr viel größer. Ein Viertel der Gründenden (25,0 %) ist jünger als 30 und 42,3 % sind zwischen 30 und 39 Jahre alt. 32,7 % sind 40 Jahre oder älter, während dieser Wert unter Erwerbstätigen bei 58,8 % liegt (Statistisches Bundesamt 2023). Neben der Sensibilisierung junger Menschen für das Thema Gründung, etwa an Hochschulen, kann also auch die Gewinnung älterer und damit in ihren jeweiligen Berufsfeldern erfahrener Personen ein zusätzliches Potenzial für die Innovationslandschaft darstellen.

Gründerinnenanteil stagniert auf niedrigem Niveau

Die positive Entwicklung beim Anteil der Gründerinnen der Vorjahre zeigt sich in diesem Jahr nicht und der Wert legt nur marginal auf 20,7 % zu. Während mit dem durchschnittlichen Anstieg der Jahre 2020 bis 2022 die Parität 2030 erreicht wäre, rückt dieses Ziel unter Fortschreibung der aktuellen Entwicklung in weite Ferne.

In diesem Kontext lässt sich vermuten, dass bestehende Netzwerke in schwierigen Phasen stärker greifen, wodurch Frauen, denen relevante Kontakte häufiger fehlen, aktuell noch größere Herausforderungen haben. Jenseits der zeitlichen Entwicklung legen diese Werte einmal mehr dar, wie sehr Frauen im Startup-Sektor unterrepräsentiert sind (Hirschfeld et al. 2022).

Abb. 7 Gründerinnenanteil



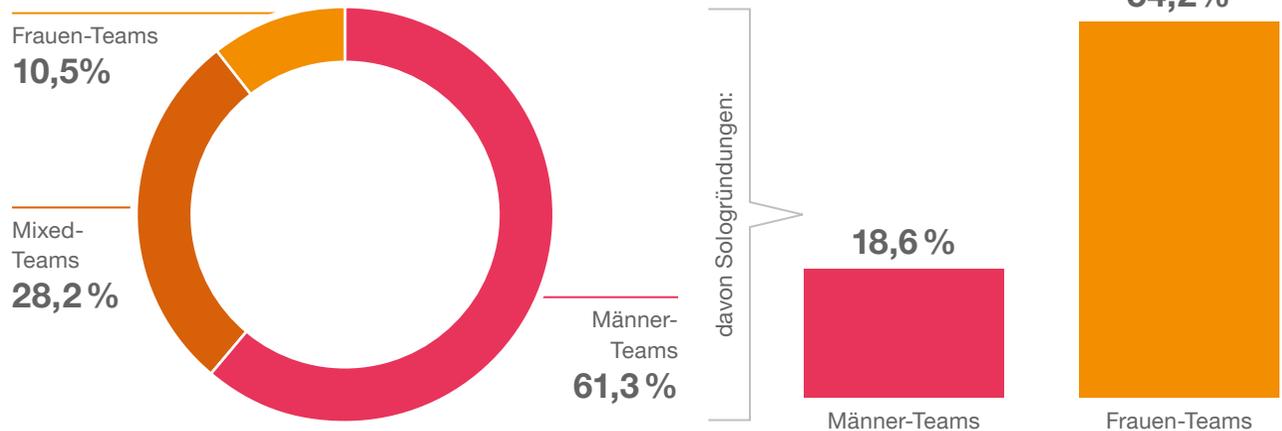
2 Mehr Gründerinnen. Mehr Diversität.

Männerteams sind im Ökosystem klar in der Überzahl

Der Gründerinnenanteil wurde angesprochen – doch wie genau setzen sich die Gründungsteams zusammen? Noch immer wird die große Mehrzahl der Startups von rein männlichen Teams gegründet. Die gerade mit Blick

auf die Stärkung der Diversität im Ökosystem wichtige Gruppe der gemischten Teams macht immer noch weniger als ein Drittel aus (28,2%). Besonders auffällig ist zudem der hohe Anteil an Sologründungen unter Frauen: Von den Frauen-Teams hat mehr als die Hälfte allein gegründet – bei den Männer-Teams gilt das nur für jedes zehnte Startup. Umso wichtiger ist es, Gründerinnen noch stärker mit potenziellen Mitgründerinnen zu vernetzen.

Abb. 8 Teamzusammensetzung





Um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können, müssen wir die smartesten Talente für das Thema Gründung gewinnen. Dazu müssen wir deutlich mehr Frauen in den Startup-Bereich bekommen. Das bedeutet, die Zugänge zu Netzwerken und Finanzierung zu verbessern, aber auch viel grundlegender an unserem Bildungssystem ansetzen.

Kristina Nikolaus

CEO und Mitgründerin OKAPI:Orbits

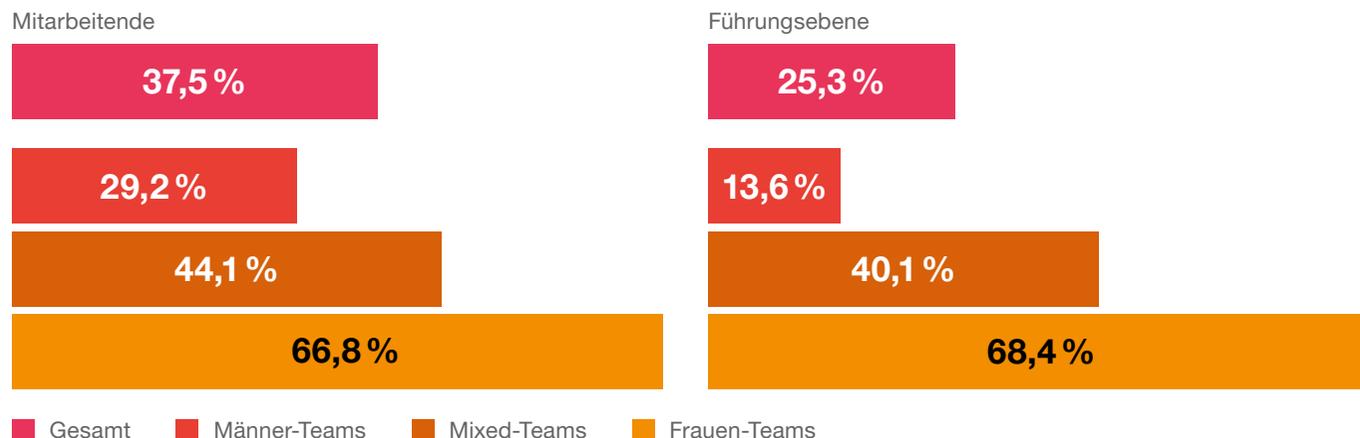
Diversität im Gründungsteam wirkt sich auch aufs Recruiting aus

Unter Startup-Mitarbeitenden liegt der Frauenanteil mit 37,5 % zwar höher als in Gründungsteams, aber auch hier ist man von der Parität noch deutlich weiter entfernt als bei Erwerbstätigen insgesamt (Frauenanteil rund 47 %, Statistisches Bundesamt 2023). Bemerkenswert ist dabei vor allem der positive Zusammenhang zwischen der Geschlechterdiversität im Gründungsteam und bei den Mitarbeitenden: So ist der Anteil der Mitarbeiterinnen unter der Führung von Mixed-Teams wesentlich ausgeglichener – ein klarer Hinweis auf Diversitätseffekte im Recruiting.

Frauen holen Frauen in Führungspositionen

Mit Blick auf die Führungsebene der Startups wird dieser Effekt noch einmal größer: Während in Unternehmen mit rein männlichen Gründungsteams nur 13,6 % der Führungskräfte Frauen sind, liegt dieser Anteil in den gemischten Gründungsteams bei 40,1 %. Auch diese Zahlen unterstreichen, welchen enormen Einfluss geschlechterdiverse Gründungsteams auf die gesamte Unternehmensstruktur haben. Frauen im Tech-Sektor und in Führungsrollen zu stärken, heißt also immer auch bei den Gründungsteams anzusetzen.

Abb. 9 Frauenanteil unter Mitarbeitenden und Führungskräften

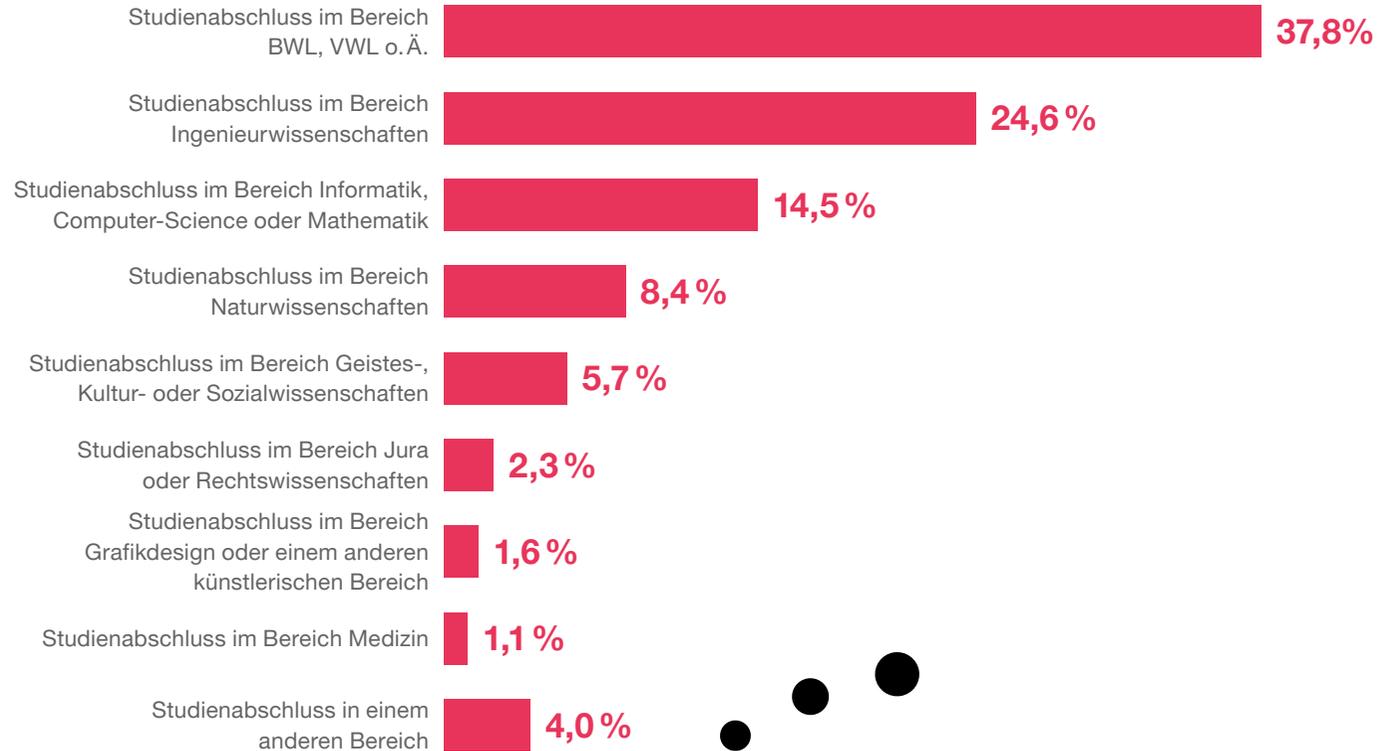


3 Werdegang der Gründer:innen

Das Startup-Ökosystem ist stark akademisch geprägt

84,5 % der Startup-Gründer:innen haben einen akademischen Abschluss und sogar knapp zwei Drittel auf Master-Niveau oder höher. Davon hat jede:r Zweite einen MINT-Abschluss – daneben bilden wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge die zweite zentrale Gruppe. Die hohe Quote an Akademiker:innen und die Verteilung der Abschlüsse spiegeln die zentrale Bedeutung von Hochschulen an der Schnittstelle von Innovation und Unternehmertum wider. Elementar sind dabei auch die Kontakte und Netzwerke, die im universitären und studentischen Umfeld entstehen.

Abb. 10 Studienabschlüsse



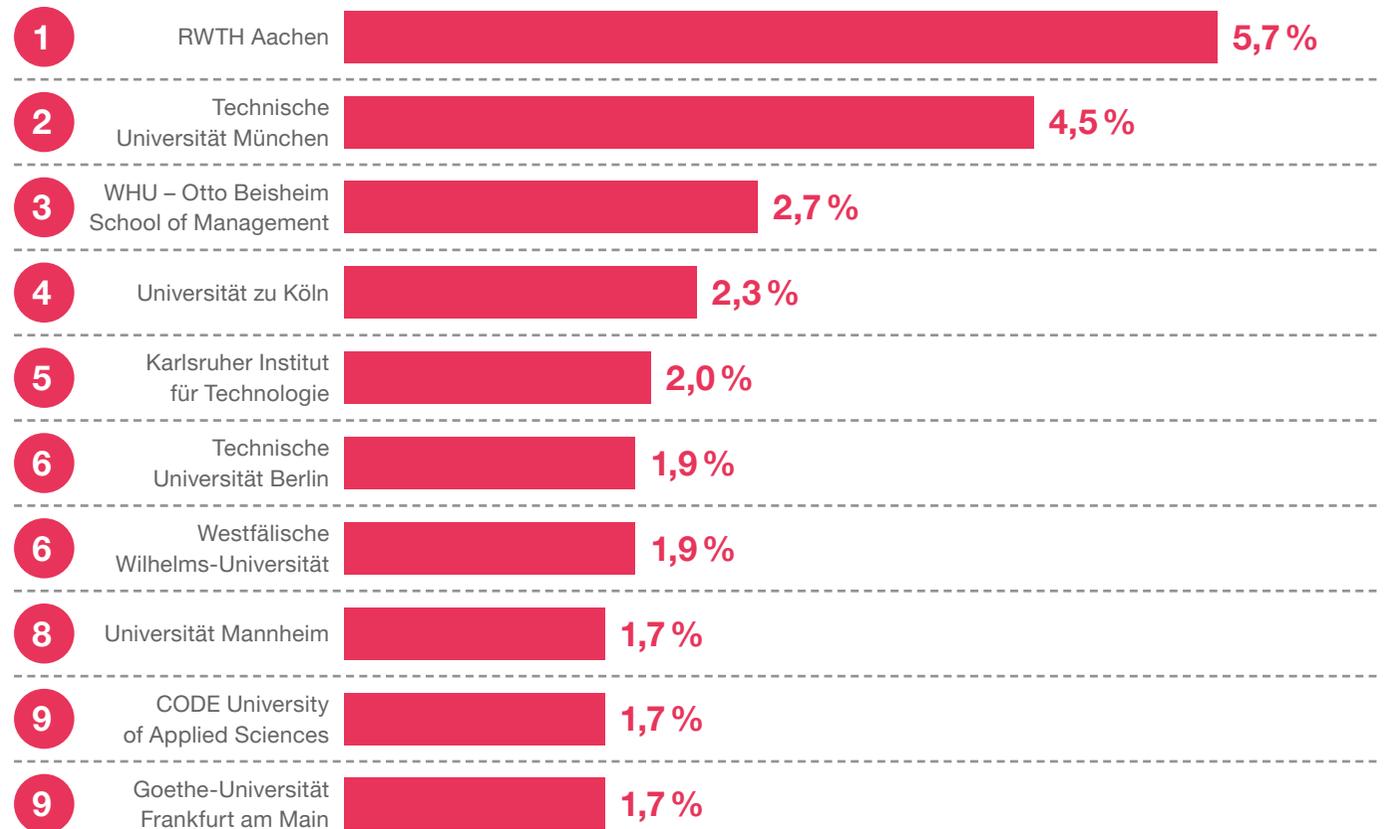
RWTH Aachen, TU München und die WHU bringen besonders viele Gründer:innen hervor

Unter den Startup-Gründer:innen haben mit 87,6 % die meisten ihren höchsten akademischen Abschluss in Deutschland erworben. Insgesamt ist die Verteilung der Hochschulen und Universitäten dabei relativ breit – doch einige Standorte stechen hervor: Die RWTH Aachen und die TU München führen die Liste der befragten Gründer:innen klar an. Unter den Hochschulen mit dem stärksten Rücklauf sind zudem auch kleinere, besonders gründungsstarke Institutionen wie die WHU oder die CODE-University in Berlin.

Das Startup-Ökosystem zieht internationale Top-Talente an

Immerhin 12,4 % der Gründer:innen mit akademischem Abschluss haben diesen im Ausland erworben – die Mehrheit an europäischen Hochschulen. Interessanterweise sind in dieser Gruppe die Wirtschaftsstudiengänge mit 56,5 % nochmal präsenter. Entsprechend sind auch die Top-3 der ausländischen Gründungshochschulen stark wirtschaftlich geprägt: Vorne liegen die LSE in London sowie die Universitäten St. Gallen und Rotterdam. Das Startup-Ökosystem schafft es also auch, internationale Top-Talente nach Deutschland zu locken, wobei der Hotspot Berlin besonders hohe Anziehungskraft hat.

Abb. 11 Gründungshochschulen



4 | Märkte und Technologien



1 Kunden und Märkte

Kunden sind das Fundament jedes Startups

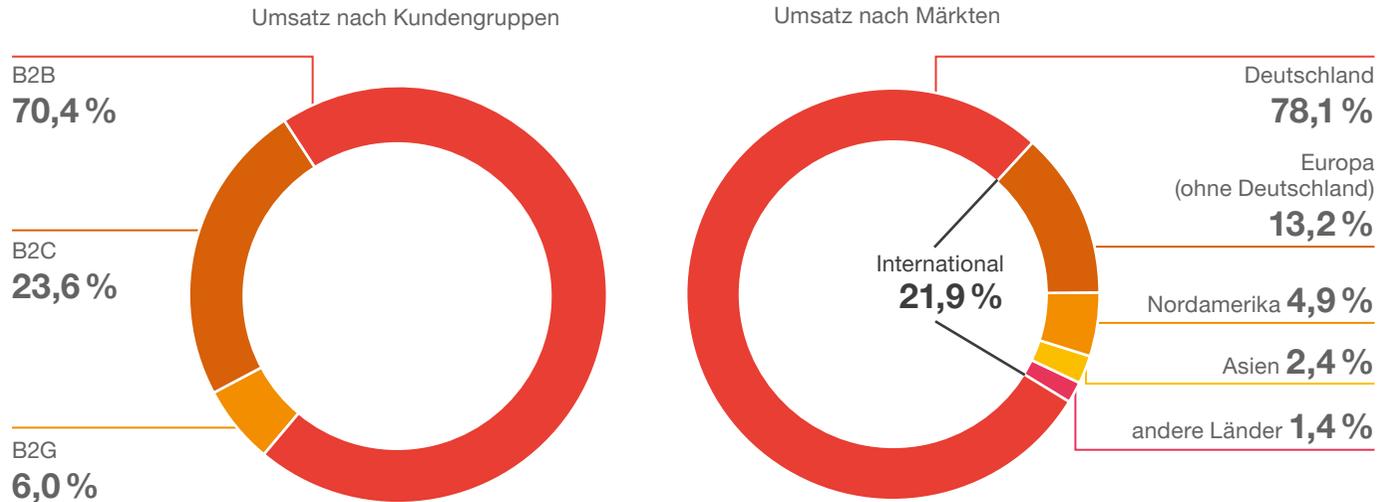
„Kunden sind die beste Finanzierung“ – diesen Satz hört man häufig von Startups, vor allem dann, wenn Investments schwieriger werden. Die Aussage gilt aber auch unabhängig von der Investmentlage: Letztendlich sind Kunden der Erfolgswachweis für jedes Produkt und entscheiden mittel- bis langfristig darüber, ob Unternehmen am Markt bestehen. Wer also sind die typischen Kunden für Startups? Auch wenn Business-to-Consumer-Startups (B2C) in der allgemeinen Öffentlichkeit besonders bekannt sind, liegt der Anteil mit klarem B2C-Fokus (mehr als 90 % B2C-Umsatz) bei nur 9,6% und ist über die Zeit relativ stabil (2022: 11,5%).

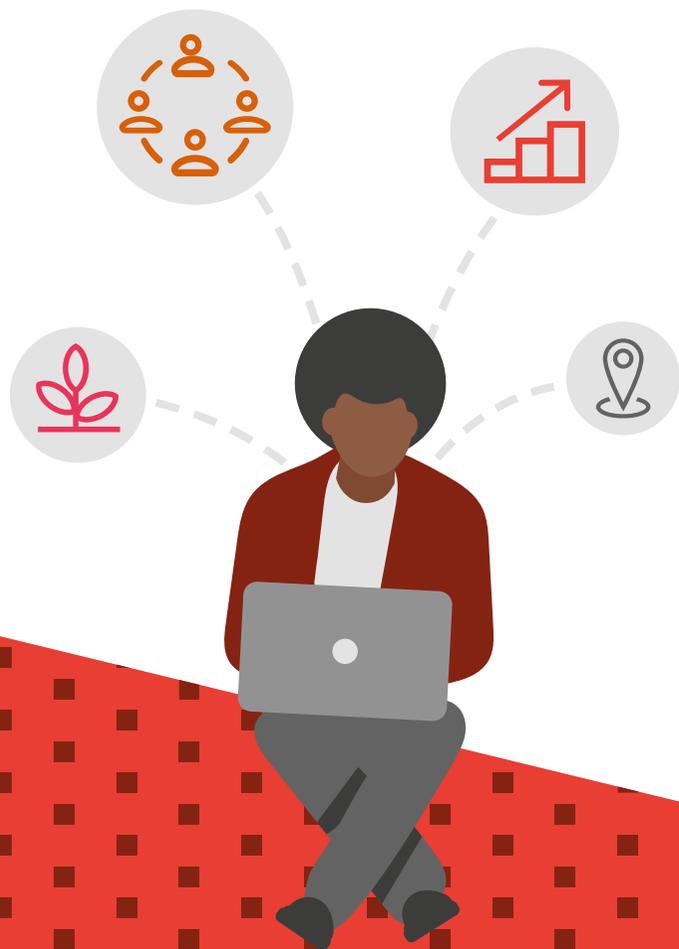
B2B bleibt zentral – Potenzial bei staatlichen Aufträgen

Im Mittelpunkt steht für Startups das Business-to-Business-Geschäft (B2B). Mit einem Anteil von 70,4 % bleibt der Wert auch im Vorjahresvergleich hoch (2022: 71,5 %) und jedes zweite Startup (49,0 %) hat

sogar einen klaren B2B-Fokus (mehr als 90 % B2B-Umsatz). Gerade der wachstumsstarke SaaS-Sektor konzentriert sich besonders stark auf den B2B-Markt: Startups erwirtschaften hier 86,7 % ihrer Umsätze mit Geschäftskunden. Öffentliche Aufträge (B2G) spielen dagegen weiterhin eine untergeordnete Rolle.

Abb. 12 Umsätze nach Kunden und Märkten





Noch zu wenig Internationalisierung

Die Vielzahl potenzieller Kunden, gerade in der hierzulande sehr breiten etablierten Wirtschaft, ist sicherlich eine Stärke des deutschen Startup-Ökosystems. Gleichzeitig kann auch ein kleiner nationaler Markt ein Internationalisierungsbeschleuniger sein – israelische Startups beweisen das immer wieder. Entsprechend wichtig ist es für deutsche Startups, sich nicht mit dem heimischen Markt zufriedenzugeben und das Thema Internationalisierung von Anfang an mitzudenken. Wie die DSM-Daten zeigen, passiert das jedoch noch zu selten: Mit einem Anteil von 21,9 %

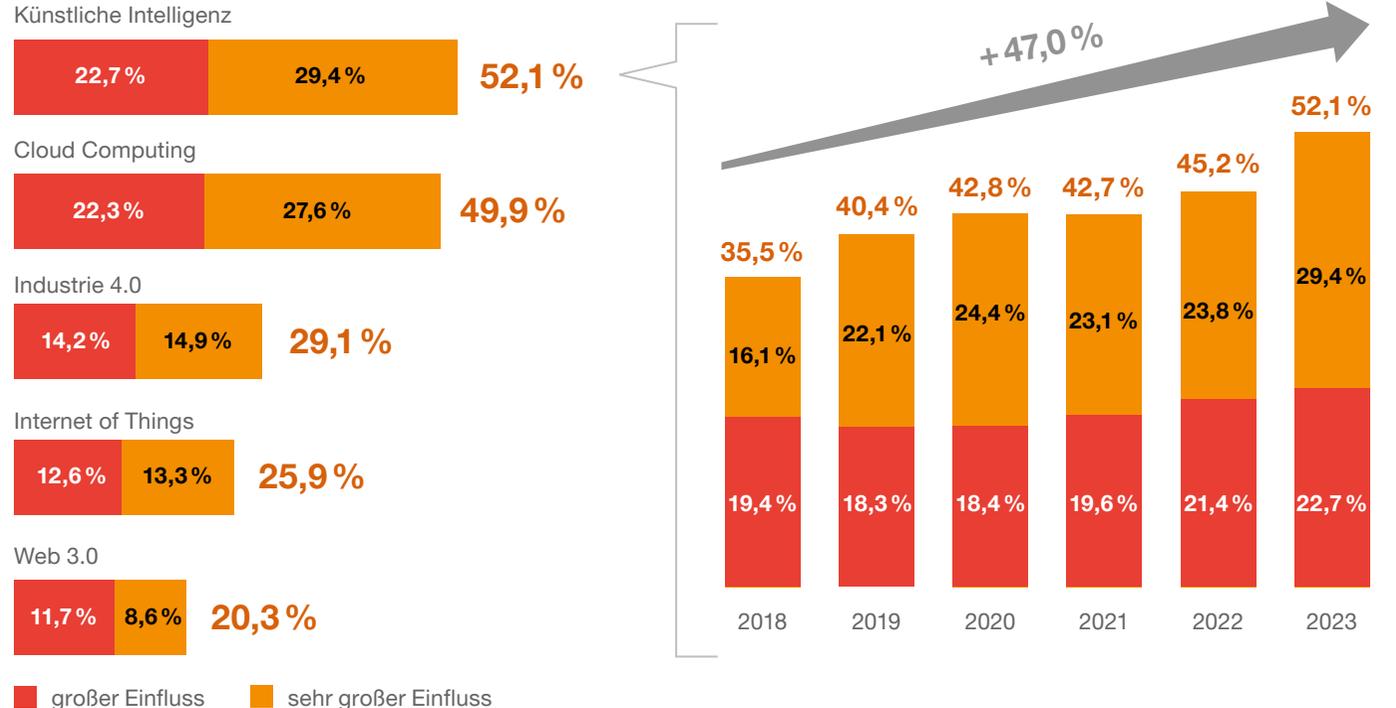
bleibt der Anteil ausländischer Umsätze auf einem niedrigen Niveau und mehr als die Hälfte davon wird in Europa erwirtschaftet. Zwar steigt die Bedeutung des internationalen Geschäfts bei Startups mit mehr als 100 Beschäftigten auf 33,7 %, doch gerade im Vergleich zu amerikanischen Wettbewerbern bleibt man ohne Internationalisierung im Hintertreffen. Entscheidend in diesem Zusammenhang sind dabei neben der strategischen Ausrichtung deutscher Startups auch die Herausforderungen beim Zugang zu Wagniskapital (Kapitel 5).

2 Zukunftstechnologien

Startups treiben Zukunftstechnologie voran

Für die deutsche Volkswirtschaft ist es von zentraler Bedeutung, innovativ zu bleiben. Doch etablierte Unternehmen tun sich häufig schwer, im Unternehmensalltag neue Technologien aufzugreifen und das Risiko zu scheitern, ist groß. Umso wichtiger sind Startups als Innovationstreiber: Von neueren Themen wie Web 3.0 (20,3 %) über langfristige Entwicklungen wie dem Internet of Things (25,9 %) oder Cloud Computing (49,9 %) – für Startups haben diese Technologien einen (sehr) großen Einfluss auf ihre Geschäftsmodelle. Mit Blick auf die deutsche Wirtschafts- und Innovationslandschaft besonders hervorzuheben sind dabei die Bedeutung von Industrie 4.0 (29,1 %) und die rasanten Entwicklungen im Bereich Künstlicher Intelligenz, der für Startups wichtigste Zukunftstechnologie.

Abb. 13 Einfluss von Zukunftstechnologien und KI im Fokus





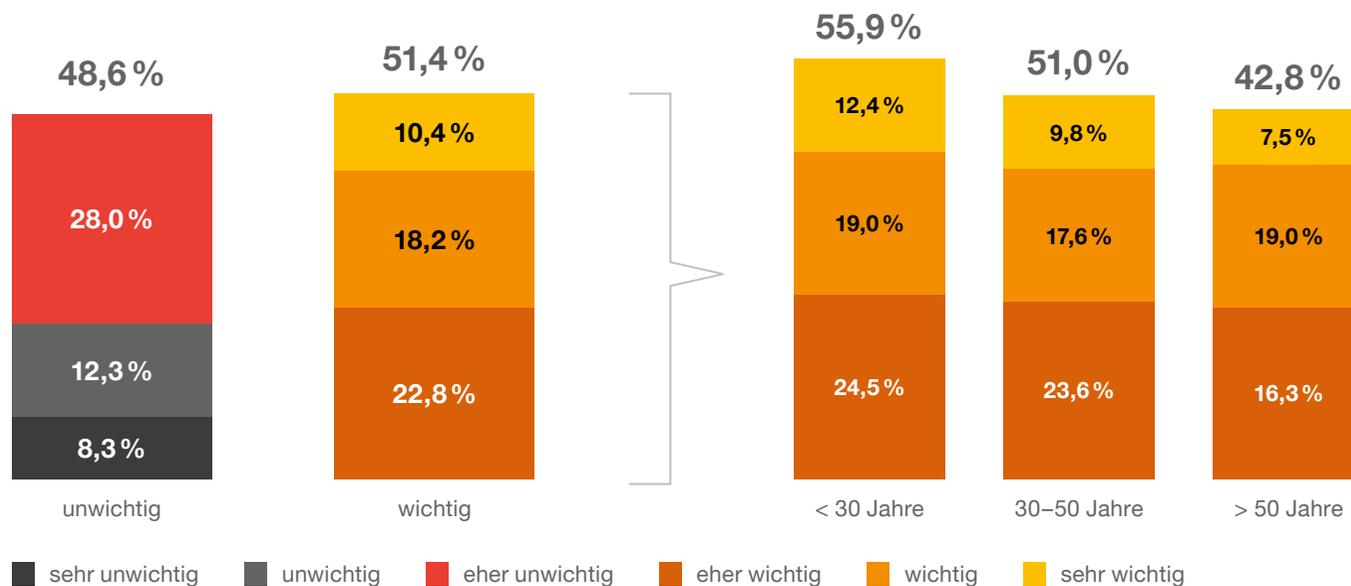
Mit den Entwicklungen im Bereich generative KI hat die Dynamik im Sektor noch einmal deutlich zugenommen – und Startups gehen hier mit ihren Technologien, Tools und Geschäftsmodellen klar voran. Wir müssen in Deutschland und Europa nun endlich die Handbremse lösen und die bestmöglichen Bedingungen schaffen, um bei KI-Innovationen ganz oben mitzuspielen.

Nicole Büttner
CEO und Gründerin Merantix
Momentum

Gründer:innen setzen in ihrer Arbeit auf generative KI
Seit 2018 ist der Anteil an Startups, für die KI einen (sehr) großen Einfluss hat, um 47,0 % auf 52,1 % gestiegen. Natürlich entwickelt nicht jedes dieser Unternehmen eigene KI-Produkte, aber sie nutzen entsprechende Lösungen – zum Beispiel in ihrer Produktentwicklung oder im Kontakt mit Kunden. Wie schnell neue Technologien in der Breite adaptiert werden können, zeigt ChatGPT:

Während Instagram noch 2,5 Jahre und TikTok 9 Monate bis zur 100-Millionen-Nutzer:innen-Grenze brauchte, erreichte ChatGPT diese Grenze innerhalb von 2 Monaten. So sind generative KI-Anwendungen wie ChatGPT schon heute für 51,4 % aller Gründer:innen in ihrem Alltag wichtig und gerade die jüngeren Kohorten setzen noch stärker auf das Tool.

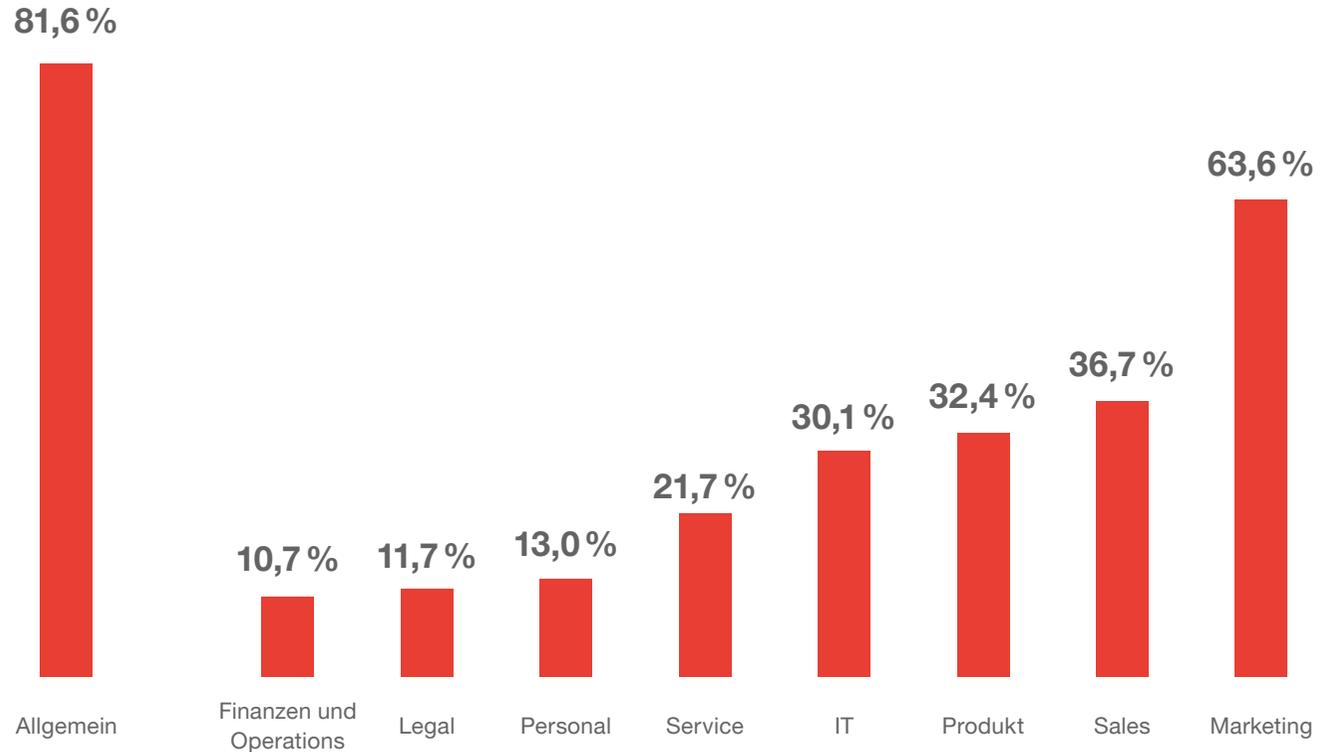
Abb. 14 Bedeutung von ChatGPT & Co im Arbeitsalltag



In kurzer Zeit verändert generative KI Unternehmensprozesse

Doch Tools wie ChatGPT verändern nicht nur das individuelle Arbeiten, sondern werden auch verstärkt in Unternehmensprozesse integriert. Acht von zehn Startups setzen entsprechende Lösungen schon heute gezielt in verschiedenen Unternehmensfunktionen ein. Aktuell dominiert dabei die Nutzung in den Bereichen Marketing (63,6 %) und Sales (36,7 %). Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass die Verbreitung generativer KI-Anwendungen auch in anderen Bereichen zunehmen wird. Startups sind in diesem Zusammenhang wichtige Treiber dieses Innovationsprozesses: Sie zeigen, wie KI-Innovationen schnell in den Arbeitsalltag integriert werden können, schaffen Best Practices und bauen Expertise auf. Daneben entwickeln Startups selbst Lösungen auf Basis generativer KI, auf die die etablierte Wirtschaft im Rahmen von Kooperationen und Kundenbeziehungen zurückgreifen kann.

Abb. 15 Einsatz von ChatGPT & Co im Unternehmen (allgemein und in Bereichen)



3 Strategie und Nachhaltigkeit

Gesellschaftliche Herausforderungen lösen und Geld verdienen

Startups sind aber nicht nur Wirtschaftstreiber, sondern liefern mit ihren Innovationen auch Lösungen für die großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit – etwa mit Blick auf sozialen Zusammenhalt und Teilhabe (Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland 2022). So möchten 44,9 % aller befragten Startups mit ihren Produkten auch gesellschaftliche Problemstellungen lösen. Zugleich zeichnet einen Großteil dieser Unternehmen aber auch aus, dass sie sich nicht auf die gesellschaftliche Zielsetzung beschränken, sondern auch klare wirtschaftliche Ambitionen haben.

Startups als Teil der Antwort auf die Klimakrise

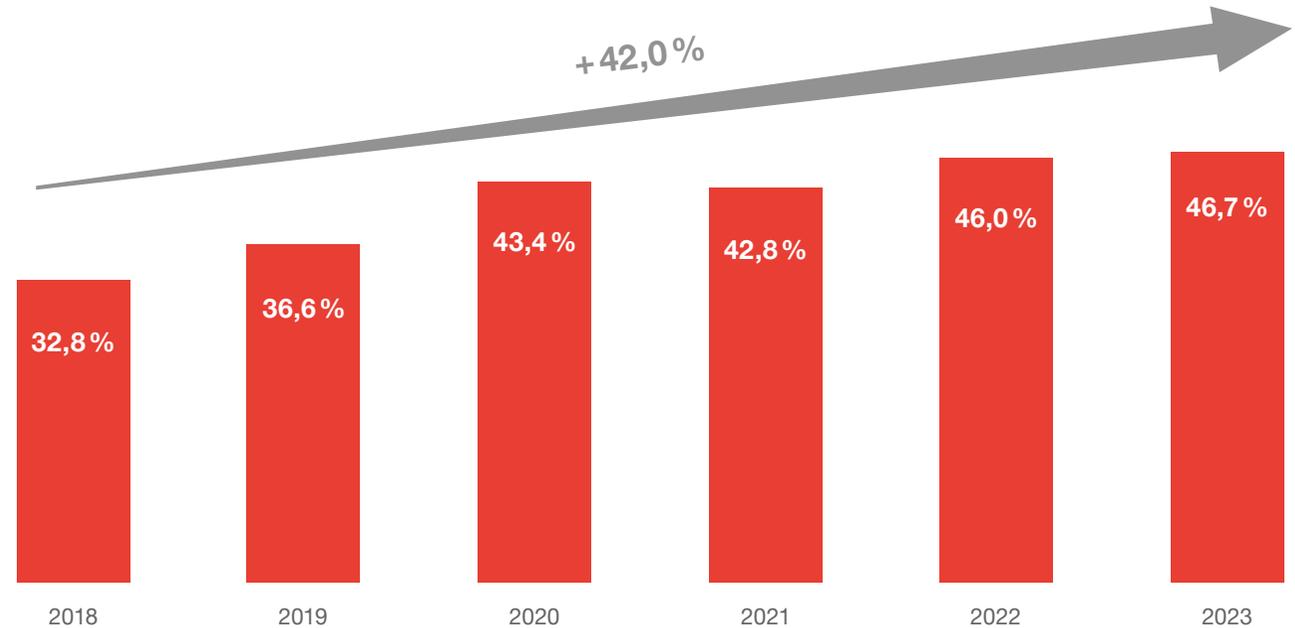
Ob eine erneuerbare Energieversorgung, neue Formen der Mobilität oder der Kampf gegen Plastik – für viele junge Unternehmen steht das Thema Nachhaltigkeit auf der Agenda ganz weit oben. Startups liefern Antworten im Kampf gegen die Klimakrise, aber auch in der Breite des Ökosystems nimmt die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit kontinuierlich zu. Seit 2018 ist der Anteil der Startups, die sich zur Green Economy zählen, um 42 % gestiegen – fast jedes zweite Unternehmen ordnet sich dieser inzwischen zu.

Green Economy braucht Kapital

Um die großen Herausforderungen rund um die Klimakrise zu adressieren, braucht es entsprechend große Lösungen. Ziel muss es daher sein, dass grüne Startups optimale Wachstumsbedingungen vorfinden, also vor allem der Zugang zu Kunden und Kapital gewährleistet ist. BlackRock-CEO Larry Fink sagte bereits 2021 das Zeitalter nachhaltiger Startups voraus und postulierte,

dass die kommenden 1.000 Unicorns aus dem Bereich Climate Tech stammen. Mit Enpal und 1KOMMA5° haben in Deutschland nun immerhin zwei im engeren Sinne nachhaltige Unternehmen den Unicorn-Status erreicht. Die DSM-Daten zeigen außerdem, dass Startups, die sich der Green Economy zuordnen, in den kommenden Jahren häufiger Kapitalbedarf haben, was die Wachstums- und Investitionschancen im Sektor nochmal unterstreicht.

Abb. 16 Zustimmung zur Green Economy



5

Finanzierungskreislauf



1 Finanzierung

Startup-Finanzierung zeigt sich in der Breite beständig

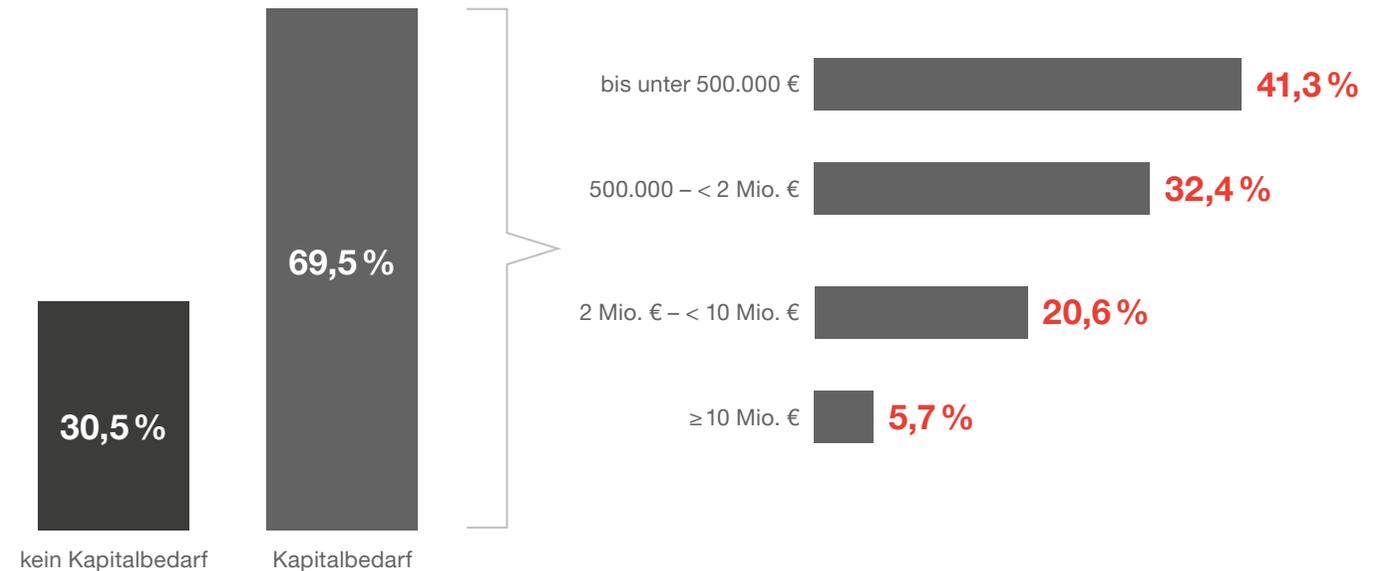
Mit ihrem hohen Innovationsgrad und einer ausgeprägten Wachstumsorientierung ist das Thema Finanzierung für Startups essenziell. Während im Verlauf des letzten Jahres gerade bei größeren Runden ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen war, ist die Startup-Finanzierung in der Breite beständig. Mit 56,3 % hat mehr als die Hälfte der Startups bisher externes Kapital erhalten, davon mit 43,1 % der größte Teil weniger als 500.000 € – der Anteil an Unternehmen, die bisher 10 Mio. € oder mehr einsammeln konnten, liegt dagegen bei nur 8,7 %.

Auch der Kapitalbedarf bleibt stabil

Mehr als zwei Drittel der Startups planen, in den kommenden zwölf Monaten externes Kapital aufzunehmen. Mit 41,3 % rechnet die größte Gruppe darunter mit weniger als 500.000 € – ein Kapitalbedarf von 10 Mio. € und mehr ist mit 5,7 % deutlich seltener. Trotz der aktuell schwierigen

Investmentlage hat sich die Planung der Startups mit Blick auf die Finanzierungssummen gegenüber dem Vorjahr kaum verschoben. Bestehende Wachstumsziele werden also weiterverfolgt und damit stellt sich die Frage, ob und in welchem Umfang das dafür nötige Kapital in den kommenden zwölf Monaten auch zur Verfügung stehen wird.

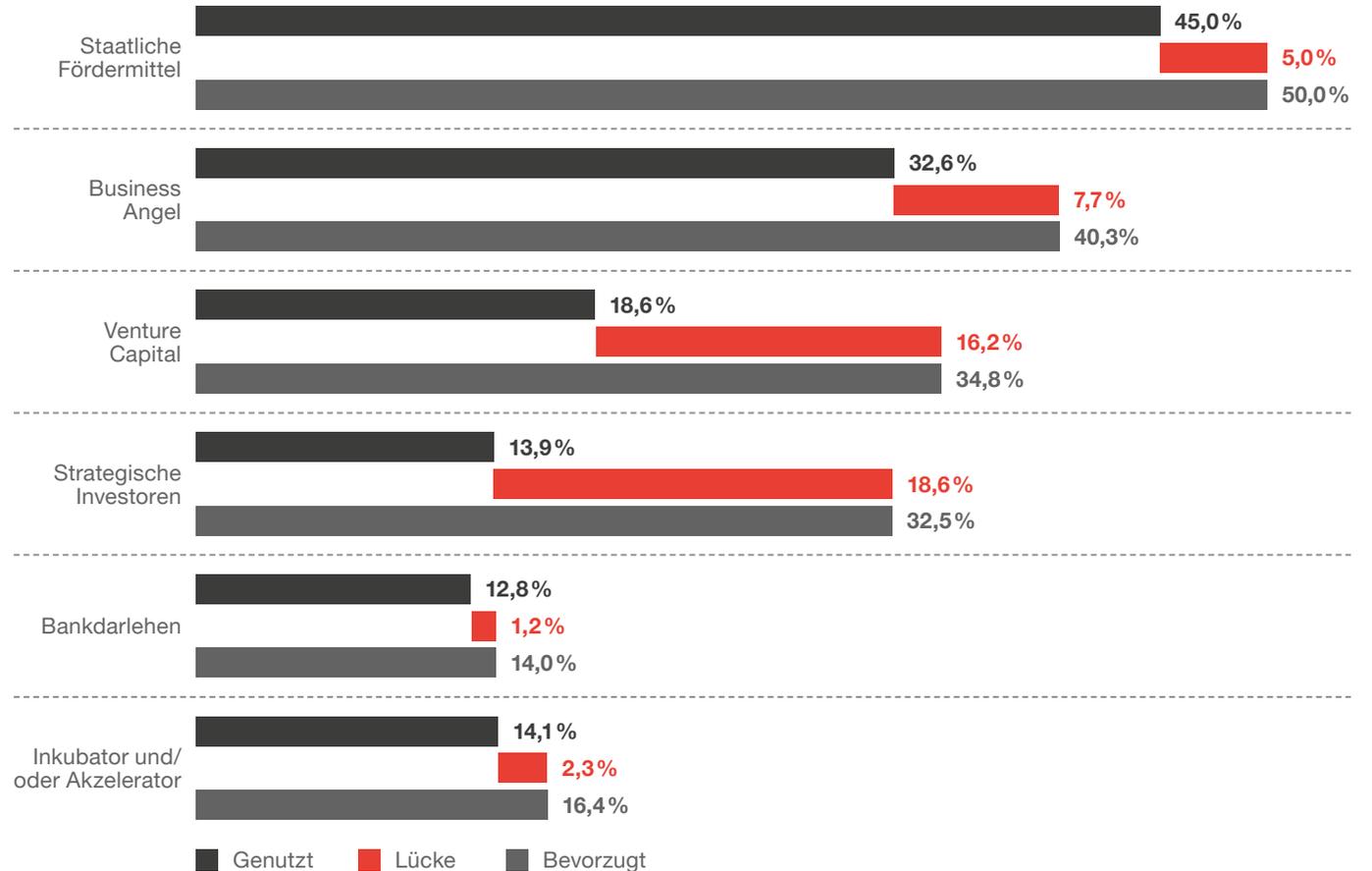
Abb. 17 Kapitalbedarf in den kommenden zwölf Monaten



Gründer:innen passen Erwartungen bei Wagniskapital an

Mit Blick auf die Finanzierungsquellen stellen staatliche Fördermittel weiterhin, gerade in der Frühphase, eine zentrale Säule dar und fast jedes zweite Startup nutzt diesen Finanzierungsweg. Für die darauffolgenden Schritte in Richtung Unternehmenswachstum sind Business Angels und Venture Capital entscheidend. Im Vergleich zum Vorjahr ist dabei eine Veränderung hervorzuheben: Während 2022 noch 44,4 % der Startups eine VC-Finanzierung in ihrer Planung bevorzugten, geht der Wert in diesem Jahr auf 34,8 % zurück. Die Ursachen für diese Präferenzverschiebung sind sicher vielschichtig: So könnten beispielsweise die größere Zurückhaltung auf VC-Seite und höhere Anforderungen an Startups die Attraktivität solcher Investments unter Gründer:innen kurzfristig gedämpft haben.

Abb. 18 Bevorzugte und genutzte Kapitalquellen

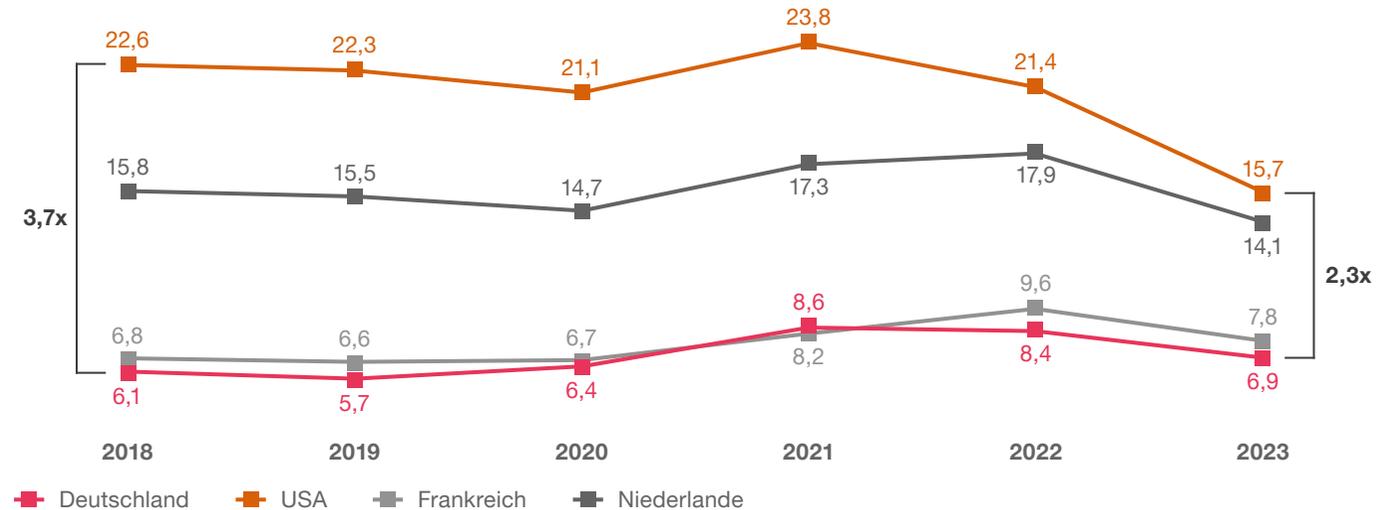


2 Von Seed bis Series X

Die Grundlage schaffen: Seed-Investments

Die hohe Verbreitung von Frühphasen-Finanzierungen – egal ob staatliche Mittel oder Business Angels – ist erst einmal eine gute Nachricht für das Ökosystem. Denn dieses Kapital schafft die Grundlage für den Aufbau von Unternehmen, gerade dann, wenn Zeit bis zum Markteintritt benötigt wird. Doch wo steht Deutschland hier im internationalen Vergleich? Fazit: auf einem ähnlichen Niveau wie Frankreich, aber deutlich hinter Staaten wie den USA oder den Niederlanden. Zumindest ist aber die Lücke etwas kleiner geworden – noch 2018 gab es in den USA pro Kopf fast viermal so viele Seed-Finanzierungen wie in Deutschland, zuletzt nur etwa zwei- bis dreimal so viele. Gleichzeitig sind die Seed-Runden weltweit größer geworden: Dabei sind sie in den USA im Schnitt etwa 30% größer als in Deutschland, was den dortigen Startups bereits in frühen Phasen einen Vorteil verschafft.

Abb. 19 Anzahl Seed-Finanzierungsrunden pro Million Einwohner:innen

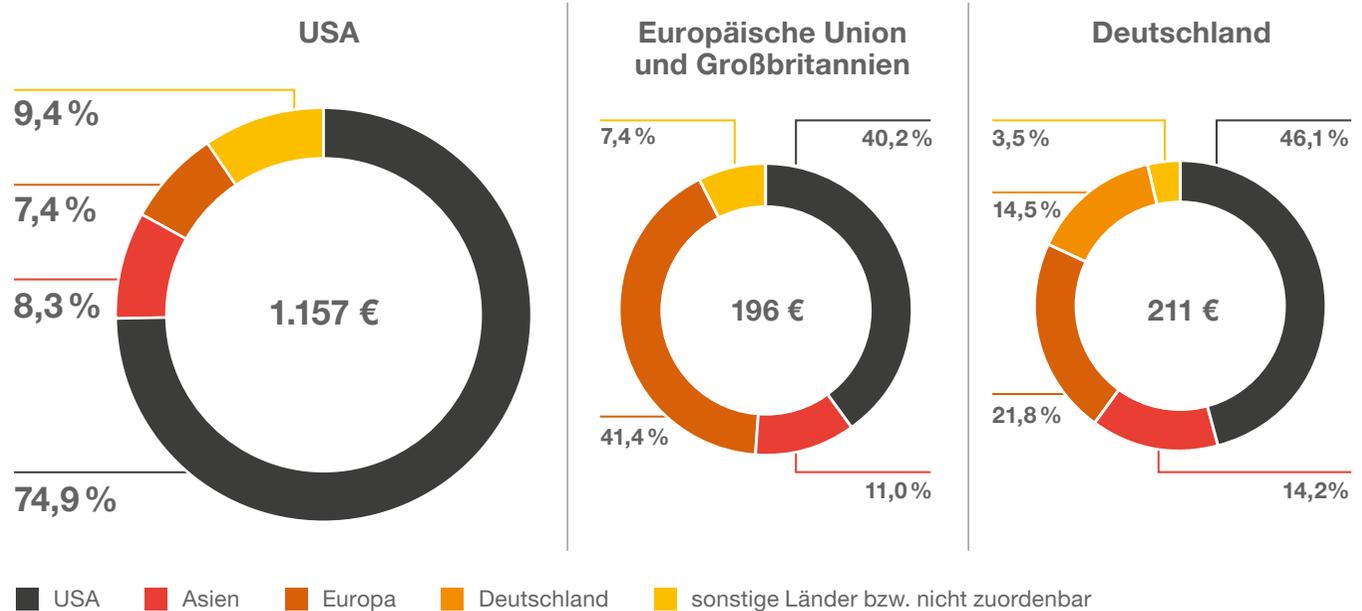


Quelle: Eigene Analyse von Daten der Plattform Dealroom (Für 2023 wurde das erste Halbjahr hochgerechnet).

Erheblicher Rückstand bei Growth-Investments

Deutlich größer ist die Lücke im Bereich der Wachstumsfinanzierung. So wurden pro Kopf von Anfang 2020 bis Ende Juni 2023 in den USA 1.157 Euro im Rahmen von Finanzierungsrunden mit mindestens 100 Millionen Euro investiert – fast das Sechsfache des deutschen Wertes. Dazu kommt die hohe Abhängigkeit von amerikanischen Investor:innen: So kommen in Deutschland mit 46,1 % fast die Hälfte dieser Finanzierungsrunden von US-Geldgebern – dort werden dagegen etwa drei Viertel dieser Investments (74,9 %) durch einheimische Akteure getragen. Hier gilt es, das deutsche Wachstumsfinanzierungsumfeld durch eine umfassende Einbindung großer institutioneller Investor:innen weiter zu stärken.

Abb. 20 Growth-Runden (≥ 100 Mio. €) pro Kopf von 2020 bis H1 2023 und Herkunft des Kapitals



Quelle: Eigene Analyse von Daten der Plattform Dealroom.

Mehr Unicorns – aber im Vergleich noch Potenzial

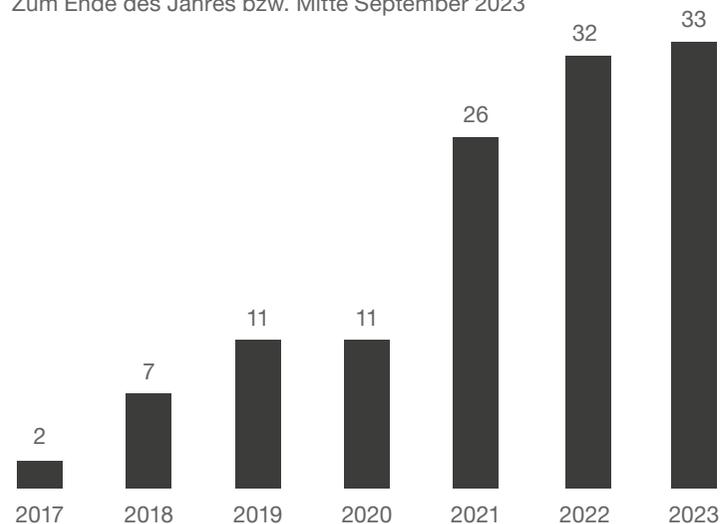
Der sogenannte Unicorn-Status, also eine Unternehmensbewertung von mindestens einer Milliarde US-Dollar, ist schwer zu erreichen und gilt dennoch als das ganz große Ziel relativ vieler Gründer:innen im Startup-Lebenszyklus. Keine Frage: Nicht jedes Startup muss dieses Ziel verfolgen, aber die Zahl der Unicorns ist ein wichtiger Indikator mit Blick auf die Wachstumsfähigkeit eines Ökosystems. Unternehmen wie Zalando, DeliveryHero oder HelloFresh waren Teil

der ersten erfolgreichen Welle deutscher Unicorns und seit 2018 hat sich ihre Zahl mehr als vervierfacht. Pro Kopf liegen wir aber dennoch deutlich hinter der Spitzengruppe, in der sich neben den USA auch kleinere Staaten wie Israel und Singapur finden. Unter den Top-10 bewerteten Unicorns weltweit hat mit Revolut nur eines seinen Hauptsitz in Europa. Neben der geringeren Anzahl an Growth-Investor:innen spielt dabei auch der kleinere Exit-Markt in Europa eine Rolle.

Abb. 21 Entwicklung Unicorns in Deutschland und internationaler Vergleich

Anzahl Unicorns in Deutschland im Zeitverlauf

Zum Ende des Jahres bzw. Mitte September 2023



Anzahl Unicorns pro zehn Millionen Einwohner:innen

Länder mit mehr als 5 Millionen Einwohner:innen

1	Singapur	27,5
2	Israel	25,6
3	USA	19,9
...		
12	Deutschland	3,9
13	Frankreich	3,7

Quellen: Unicorns in Deutschland eigene Aufstellung Startup-Verband; internationaler Vergleich auf Basis von CB Insights

”

Krisen sind immer auch Zeiten für Innovationen und damit für Startups. Darum gilt es jetzt, neue Ideen und Geschäftsmodelle voranzubringen. Mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen im Bereich Finanzierung sind wir im Ökosystem und Investmentbereich daher besonders gefragt, mit Kontakten und Expertise zu supporten und positive Signale zu setzen.

Dr. Gesa Miczaika
General Partner Auxxo

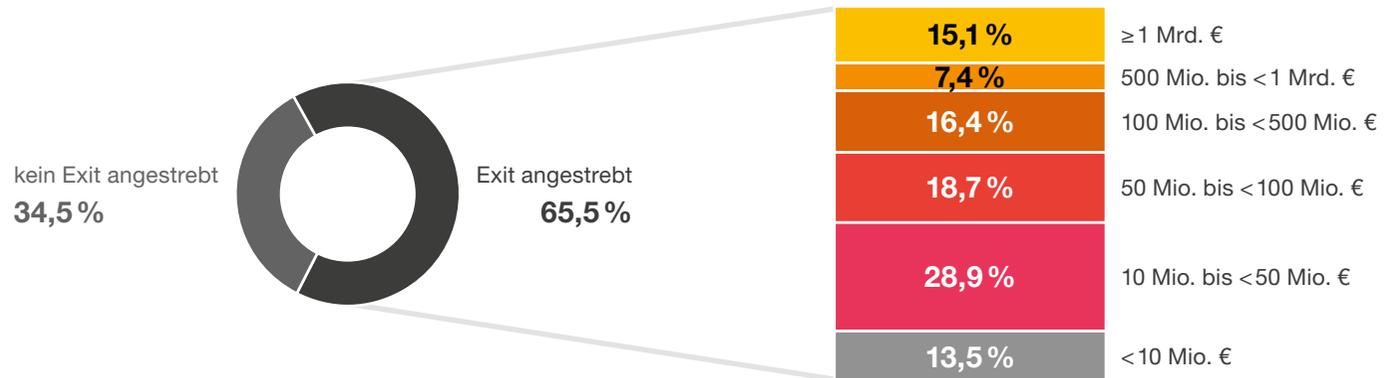
3 Exits als Kreislaufbeschleuniger

Exits sind essenzieller Teil des Startup-Finanzierungskreislaufs

Risikokapital ist ein wichtiger Bestandteil des Startup-Ökosystems und folgt einer spezifischen Logik, denn Investor:innen sind darauf angewiesen, Anteile am Unternehmen an irgendeinem Punkt zu verkaufen. Solche Exits sind zentraler Bestandteil des Finanzierungskreislaufs im Startup-Ökosystem. Sie ermöglichen es, neben den Investor:innen auch Gründer:innen oder am Startup beteiligte Mitarbeitende

am Erfolg des Unternehmens partizipieren zu lassen. Exit-Wege reichen vom Börsengang über den Verkauf an andere Unternehmen oder Investor:innen bis zum zwischenzeitlich gerade in den USA beliebten Zusammenschluss mit einem SPAC (Special Purpose Acquisition Company). Die Rolle von Exits ist nicht zu unterschätzen: Business Angels und VC-Fonds sind auf erfolgreiche Verkäufe von Unternehmensanteilen angewiesen, um gewinnbringend wirtschaften zu können. Nur so entstehen neue Möglichkeiten sowie Anreize für weitere Startup-Investments und die Anlageklasse gewinnt an Attraktivität (Startup-Verband 2021).

Abb. 22 Exit-Ambitionen und ihre Größe

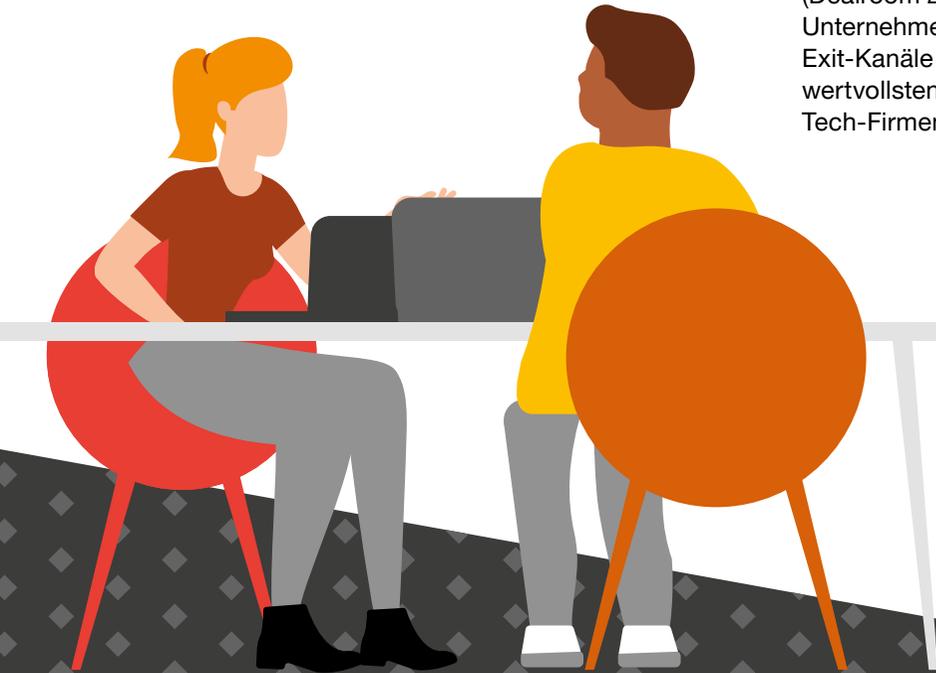


Fast zwei Drittel der deutschen Startups planen einen Exit

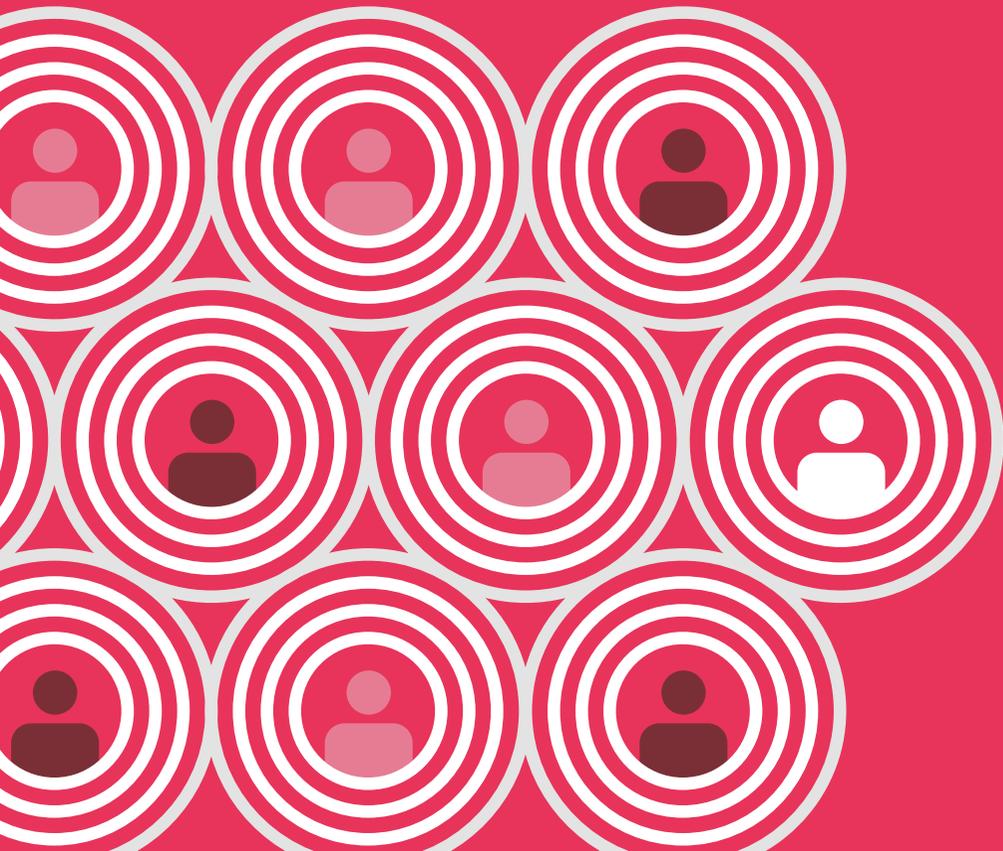
Mit 65,5 % zieht die große Mehrheit der Startups einen Exit in Betracht – und unter ihnen sind viele, die sich mit einer Bewertung im dreistelligen Millionenbereich oder sogar darüber hinaus besonders ambitionierte Wachstumsziele setzen. Doch wie viele der finanzierten Startups erreichen ein Exit-Event? Schätzungen des Unternehmens Dealroom gehen davon aus, dass von allen VC-finanzierten Unternehmen etwa 5 % einen für alle Beteiligten erfolgreichen Exit und etwa 25 % kleinere und/oder häufig nichtöffentliche Exits durchführen (Dealroom 2023). Gerade mit Blick auf die wertvollsten Unternehmen zeigt sich, wie wichtig funktionierende Exit-Kanäle sind: So sind sieben der zehn weltweit wertvollsten börsennotierten Unternehmen VC-finanzierte Tech-Firmen.

Exits in Deutschland: Selten und relativ klein

In Deutschland waren zeitweise mit Zalando, DeliveryHero und HelloFresh zumindest drei junge Firmen Teil des DAX. Daneben setzten die Übernahmen von Flaschenpost und Signavio durch etablierte deutsche Unternehmen ein wichtiges Zeichen für die Potenziale von Trade Sales. Doch insgesamt gibt es noch immer zu wenige und zu kleine Exits – denn erfolgreiche Exits sind ein maßgeblicher Pull-Faktor für Investments. Es ist also nicht verwunderlich, dass nicht nur in den USA, sondern auch in den beiden führenden Unicorn-Ländern Singapur und Israel aufsehenerregende Exits Teil des Ökosystems sind. Seien es die Multimilliarden-Übernahmen von Mobileye durch Intel oder Mellanox durch NVIDIA in Israel oder die IPOs von der Shopee-Mutterfirma Sea Limited oder Grab in Singapur. Es sind genau diese Ereignisse, die den Finanzierungskreislauf in diesen Ökosystemen befeuern. Umso wichtiger ist es, Bedingungen in Deutschland zu schaffen, die Börsengänge attraktiver machen und auch etablierte Unternehmen vom Potenzial einer Startup-Übernahme überzeugen.



6 | Standorte und Ökosysteme

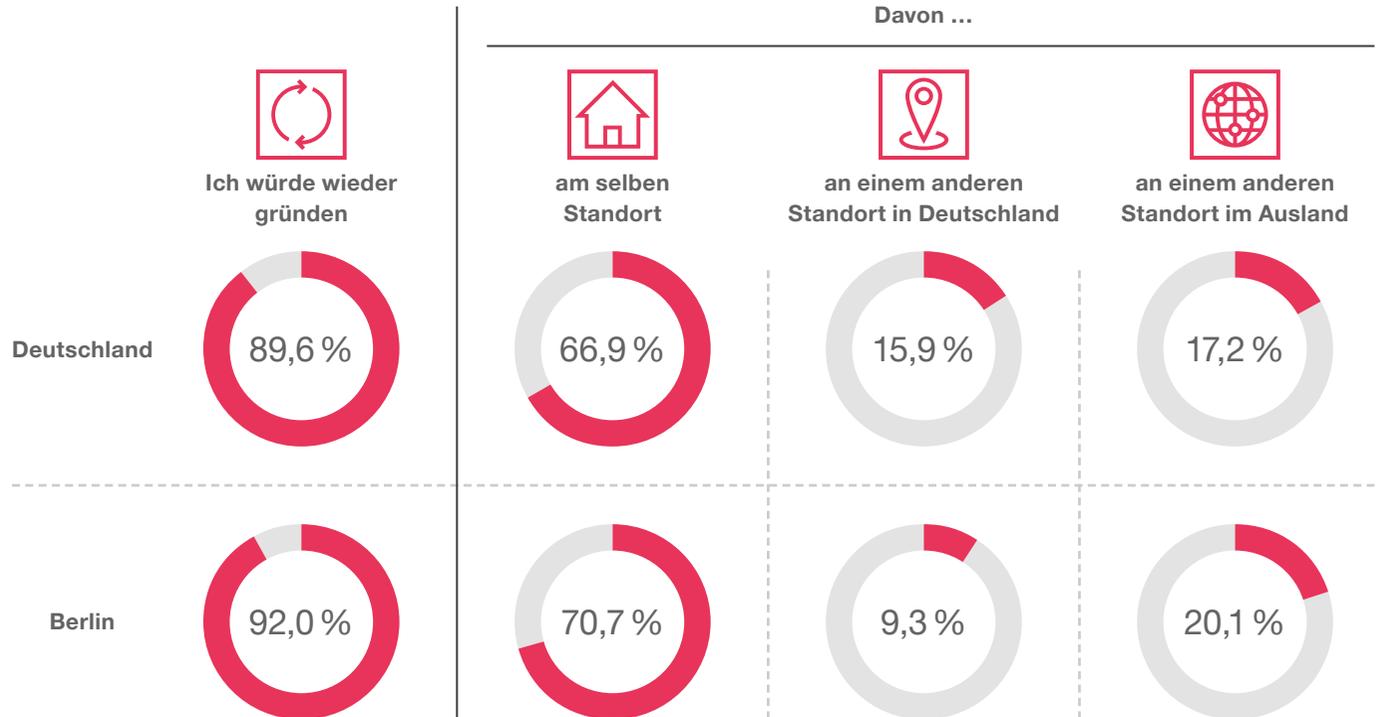


1 Standorte

Gründer:innen würden wieder gründen

Seriengründer:innen gelten als besonders erfolgreich – gerade wegen ihres breiten Erfahrungsschatzes. Umso wichtiger sind Rahmenbedingungen, in denen Startup-Gründer:innen gerne wieder ein Unternehmen aufbauen. Die gute Nachricht: Neun von zehn Befragten geben an, auch in Zukunft wieder gründen zu wollen. Zugleich plant ein Drittel, dies an einem anderen Standort als dem jetzigen zu tun. Etwa die Hälfte dieser Gruppe würde das nächste Mal an einem anderen Ort in Deutschland gründen – hoch im Kurs stehen hier Berlin und München. Der Rest kann sich gut vorstellen, das nächste Unternehmen im Ausland aufzubauen: bevorzugt in den USA oder Israel.

Abb. 23 Neugründungsplanung

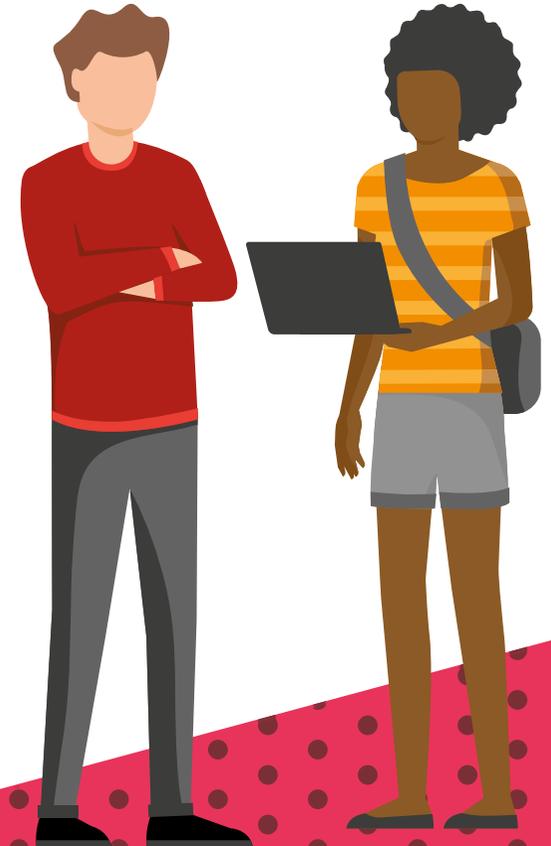
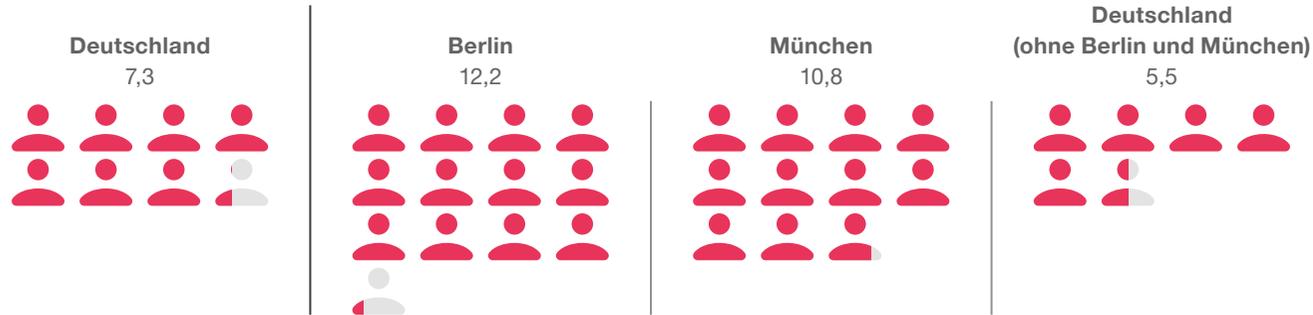


Gründer:innen kennen Gründer:innen – besonders in Berlin

Bei der Suche nach den entscheidenden Faktoren erfolgreicher Ökosysteme spielen neben den schon angesprochenen Seriengründer:innen und erfahrenen Business Angels funktionierende Netzwerke eine zentrale Rolle. Gründer:innen, die regelmäßig auf andere Gründer:innen treffen, sind erfolgreicher –

gerade wenn ein vertrauensvoller Austausch möglich ist. In den Hotspots Berlin (12,2) und München (10,8) haben Gründer:innen durchschnittlich besonders viele andere Gründer:innen in ihren Freundeskreisen. Neben regionalen Effekten gibt es auch Unterschiede zwischen Gründer:innen und Gründern – so haben Männer mit im Schnitt 7,5 Gründer:innen im Freundeskreis hier ein etwas stärkeres Netzwerk als Frauen (6,4).

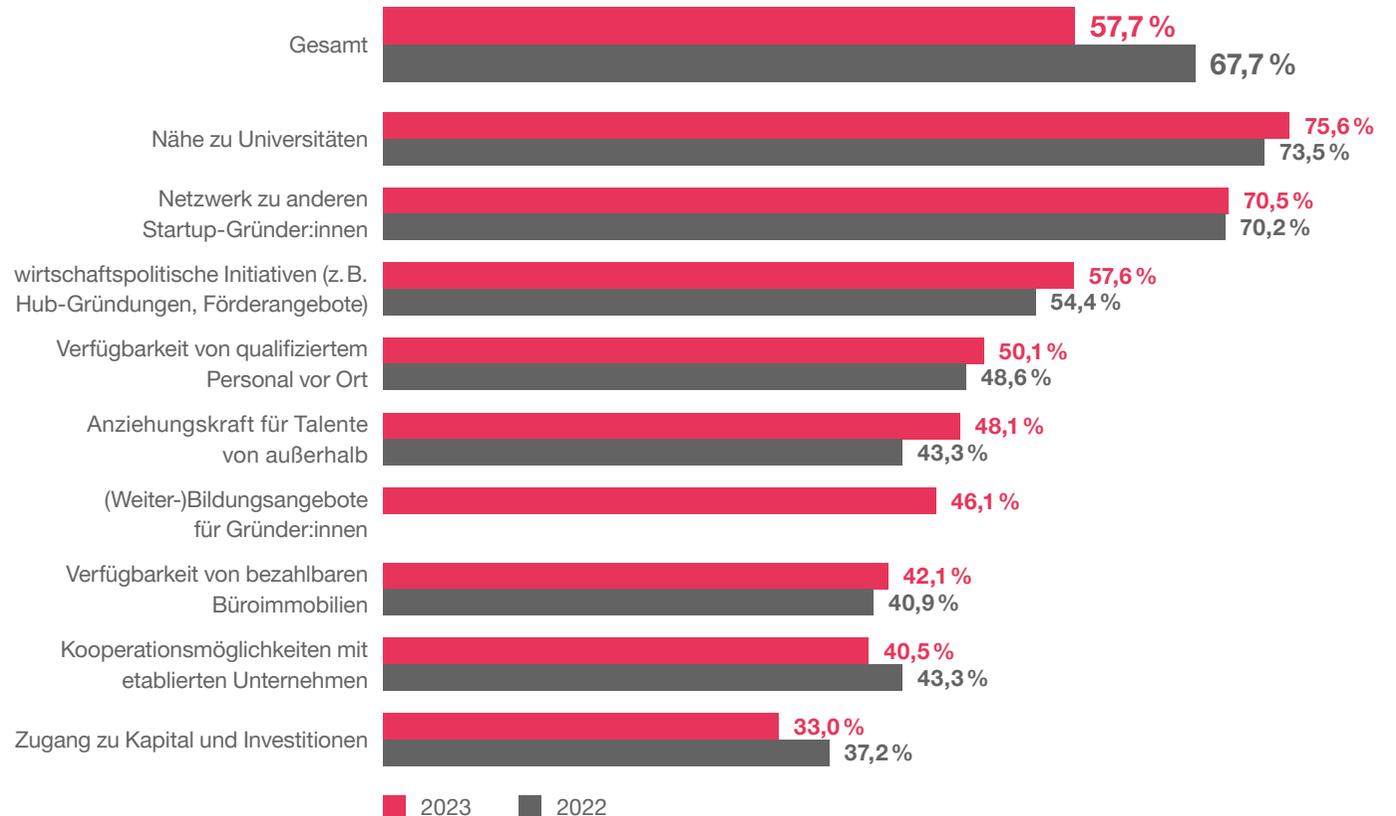
Abb. 24 Durchschnittliche Zahl von Startup-Gründer:innen im eigenen Freundeskreis



Ökosystem wird deutlich negativer bewertet

Neben der Erfahrung der Gründer:innen und den vorhandenen Netzwerken wirken sich eine Reihe weiterer Faktoren auf die Erfolgchancen von Startups aus. Mit der allgemeinen Ökosystembewertung misst der DSM dabei die generelle Einschätzung der Startups mit Blick auf die Qualität ihres Ökosystems. Dieser Indikator ist seit seiner Einführung 2019 das erste Mal zurückgegangen – im Vergleich zum Vorjahr um deutliche 10 Prozentpunkte. Auch wenn der Großteil der Gründer:innen nach wie vor eine positive Bewertung abgibt, ist davon auszugehen, dass sich in dieser Entwicklung Effekte der allgemein angespannten Wirtschaftslage widerspiegeln. Gleichzeitig zeigen sich in den spezifischen Einschätzungen auch positive Tendenzen: So bewerten mit 48,1 % nun fünf Prozentpunkte mehr die Anziehungskraft für Talente als gut – ein Thema, bei dem durch das kürzlich verabschiedete Fachkräftezuwanderungsgesetz wichtige Weichen gestellt wurden.

Abb. 25 Bewertung des Startup-Ökosystems (Anteil positive Bewertung)



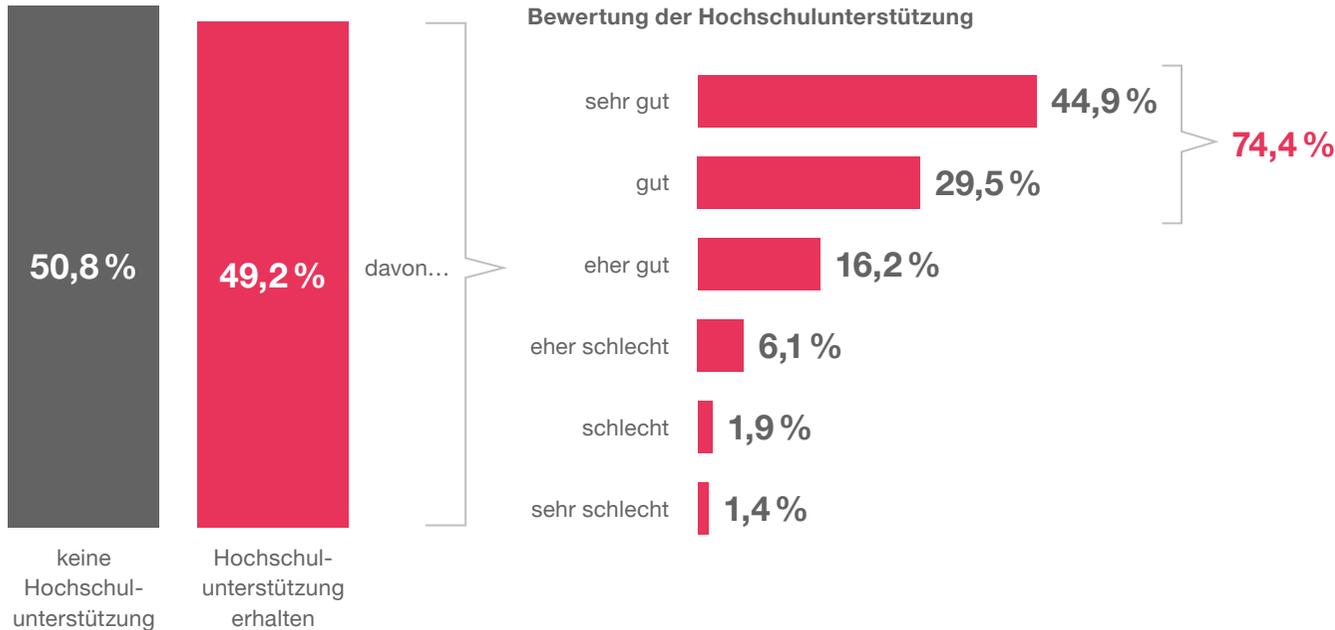
2 Hochschulen als Keimzelle

Hochschulen sind elementarer Ausgangspunkt für innovative Gründungen

Hochschulen und Forschungseinrichtungen sind nicht nur bei der Ausbildung der Gründer:innen zentral: Hier entstehen innovative Ideen, Teams kommen zusammen und immer häufiger findet auch eine Förderung durch spezifische Institutionen oder assoziierte

Programme statt. Fast jedes zweite Startup hat in der Vergangenheit Unterstützung durch eine Hochschule oder Forschungseinrichtung erhalten – insgesamt bewerten 90,6 % diese positiv, 44,9 % sogar mit „sehr gut“. Damit wird einmal mehr deutlich, dass der Transfer zwischen Wissenschaft und unternehmerischer Praxis einer der relevantesten Hebel zur Förderung innovativen Unternehmertums ist und viele Standorte hier auf einem guten Weg sind.

Abb. 26 Hochschulunterstützung



Deutschland ist in so vielen Bereichen wissenschaftlich führend, aber die Durchbrüche werden noch immer viel zu gering kommerzialisiert. Was junge Gründer:innen brauchen ist finanzielle und unbürokratische Unterstützung in der Skalierung risikoreicher Innovationen und ein gutes Netzwerk zu Investoren und anderen Gründern! Mit Isar Aerospace konnten wir im kleinen Ökosystem der Technischen Universität München vormachen, wie das gehen kann, aber wir brauchen mehr davon!

Daniel Metzler
CEO und Co-Founder Isar Aerospace

Experten und Kontakte sind die wichtigsten Aspekte der Förderung

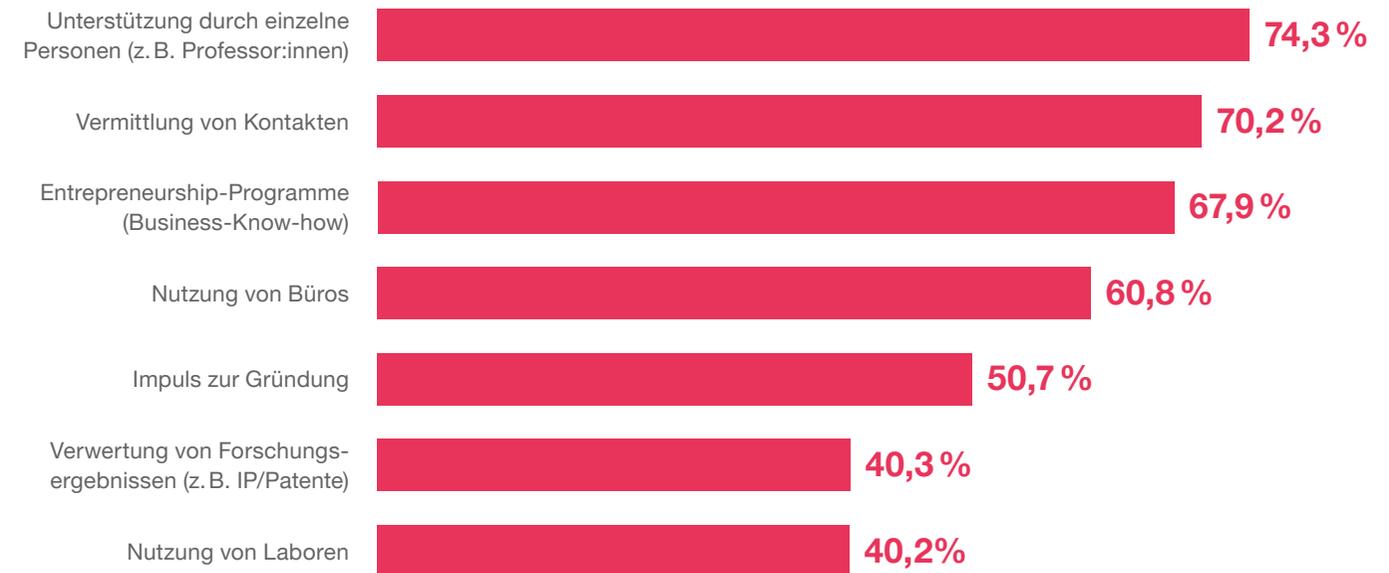
Hochschulen und Forschungseinrichtungen spielen also bei der Entwicklung vieler Startups eine entscheidende Rolle. Doch wo und wie macht sich das bemerkbar? Am häufigsten wird die Unterstützung durch einzelne Personen – etwa Professor:innen im jeweiligen Entwicklungsfeld oder mit Fokus auf das Thema Gründung – genannt. Darauf folgt die Vermittlung von Kontakten, die in dieser frühen Phase ebenfalls häufig im Kontext der Produktentwicklung oder des Unternehmensaufbaus relevant ist. Auf Platz drei stehen Entrepreneurship-Programme, die mit Business-Know-how für viele Gründer:innen betriebswirtschaftliche Grundlagen schaffen. Gleichzeitig muss hier berücksichtigt werden, dass der Unterstützungsbedarf stark vom Unternehmenstyp abhängt: So sind für Startups im Bereich Technologieentwicklung Labore (74,9 %) und auch die Verwertung von Forschungsergebnissen (56,7 %) deutlich wichtiger.

Zusammenarbeit zwischen Startups und Hochschulen weiter stärken

Mit der Einrichtung von Gründungszentren an vielen Hochschulen und breit angelegten Förderprogrammen wie dem EXIST-Stipendium hat die universitäts- und forschungsnahe Gründungsförderung in den letzten Jahren in der Breite Akzente gesetzt. Nichtsdestotrotz besteht beim Thema Transfer in Deutschland Entwicklungsbedarf und der Anteil der Startups, die auch

über Förderprogramme hinaus mit wissenschaftlichen Einrichtungen kooperieren, ist im Vorjahresvergleich von 50,4 % auf 41,9 % deutlich zurückgegangen. Welches Potenzial an vielen Stellen noch besteht, zeigt der Vergleich mit Top-Standorten wie Stanford oder „Oxbridge“, wo Förderung auch bedeutet, enger mit der etablierten Wirtschaft sowie dem Finanzierungsökosystem zusammenzuarbeiten und so neben der Frühphase auch beim Unternehmenswachstum stärker zu unterstützen.

Abb. 27 Wichtige Unterstützungsdimensionen an Hochschulen und Universitäten

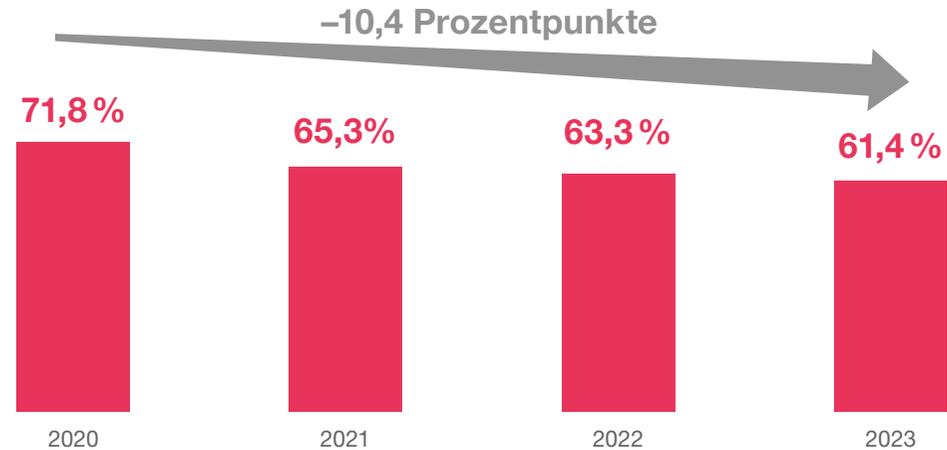


3 Etablierte Wirtschaft als Partner

Kooperationen mit der etablierten Wirtschaft gehen weiter zurück

Im ersten Corona-Jahr 2020 war noch ein Höchstwert beim Anteil der Startups in Kooperationsprojekten mit etablierten Unternehmen zu verzeichnen. Im darauffolgenden Jahr und damit wahrscheinlich in Zusammenhang mit den pandemiebedingten Einschränkungen hat jedoch ein Negativtrend eingesetzt, der sich auch in den letzten beiden Jahren fortsetzt. Da die Zusammenarbeit häufig nicht nur die Nutzung von Vertriebs- oder Logistikstrukturen beinhaltet, sondern Startups auch als Innovatoren die Wettbewerbsfähigkeit der etablierten Wirtschaft stärken, etwa bei Zukunftstechnologien wie KI oder neuen Mobilitätskonzepten, ist diese Entwicklung besonders bedauerlich.

Abb. 28 Kooperationen mit etablierten Unternehmen



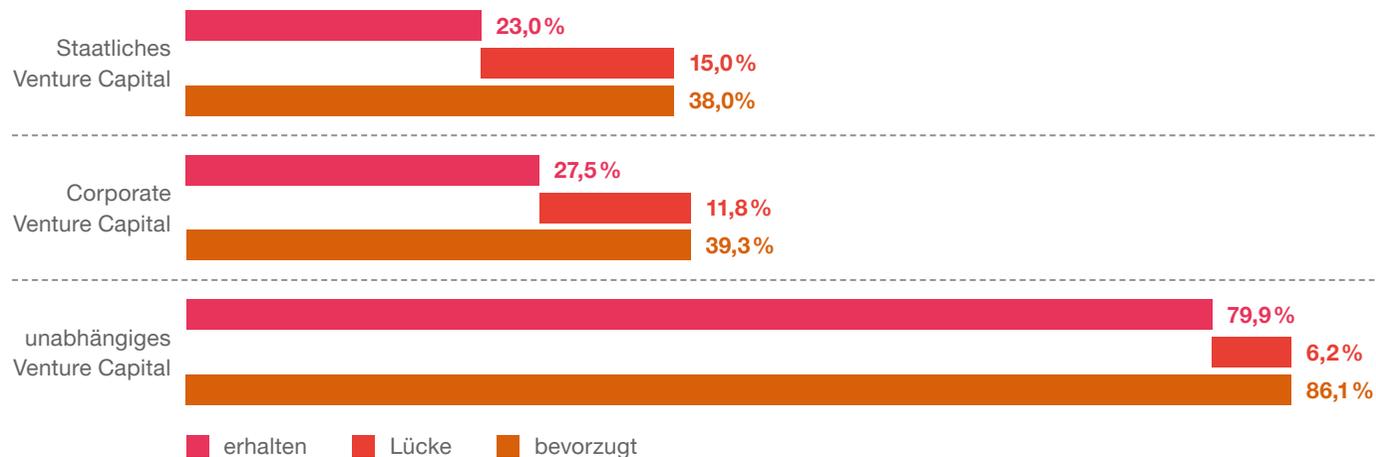


Auch bei Corporate Venture Capital passen Gründer:innen Erwartungen an

Unter den Wagniskapitalgebern liegen die unabhängigen VCs weiter klar vorn – der Großteil der durch Venture Capital finanzierten Startups hat auf diesem Weg Kapital erhalten. Mit Blick auf Corporate Venture Capital zeigt sich, dass der Anteil der finanzierten

Startups zwar stabil bleibt, die Gründer:innen diesen Finanzierungsweg gegenüber dem Vorjahr (49,2 %) aber seltener bevorzugen. Im Kontext der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage scheinen Gründer:innen also gerade in diesem Feld ihre Finanzierungserwartungen angepasst zu haben.

Abb. 29 Genutzte und bevorzugte VC-Kapitalquellen

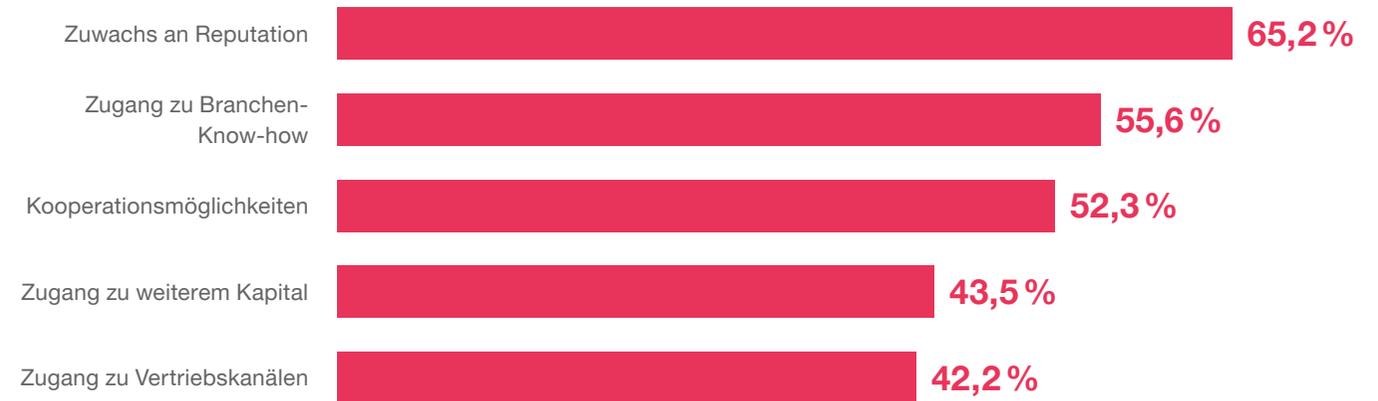


Corporate Venture Capital ist über Finanzierung hinaus wichtig

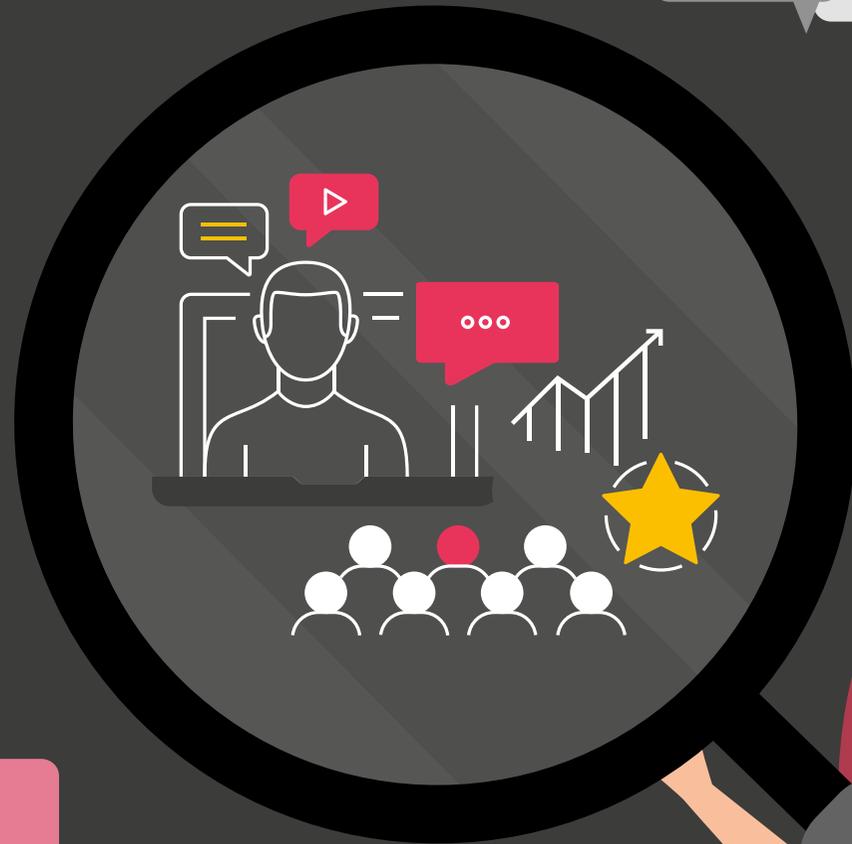
Corporate Venture Capital kann für Gründer:innen neben der Finanzierung auch branchenspezifische Zugänge und andere Vorzüge mit sich bringen (Kuckertz 2017). An erster Stelle steht der Zuwachs an Reputation, der mit einem CVC-Investment einhergeht – der Corporate-

Partner hat also eine große symbolische Bedeutung, schafft Vertrauen und hilft so jungen Unternehmen bei der Positionierung am Markt. Daneben spielen der Zugang zu Branchen-Know-how und neue Kooperationsmöglichkeiten eine zentrale Rolle, was den Mehrwert der konkreten Zusammenarbeit unterstreicht.

Abb. 30 Zufriedenheit mit CVC-Investments



7 | Wettbewerb und Politik

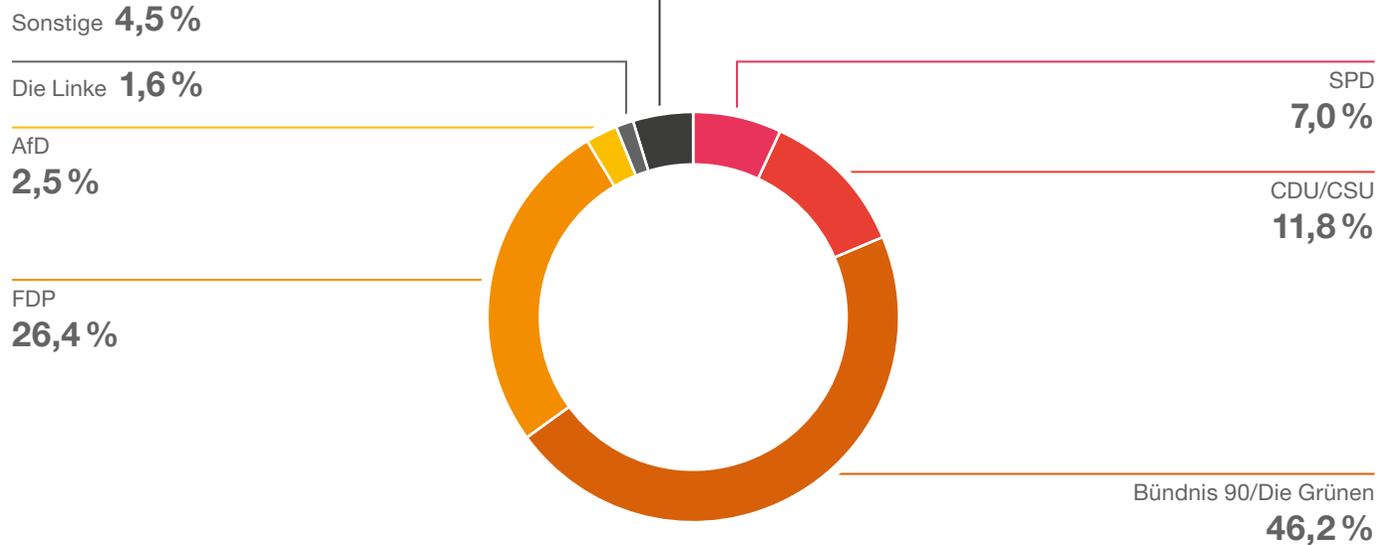


1 Aktuelle Parteipräferenzen

Bündnis 90/Die Grünen liegen weiter klar vorn, FDP auf Platz zwei

Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, würden Bündnis 90/Die Grünen unter Gründer:innen mit großem Abstand vorne liegen. Gegenüber dem Vorjahr, in dem die Partei ihr bisher stärkstes Ergebnis in der befragten Gruppe erreichen konnte, sinkt die Zustimmung allerdings leicht. Auf Platz zwei liegt weiterhin die FDP. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich insgesamt, dass das Wahlverhalten der Gründer:innen eine relativ hohe Stabilität aufweist.

Abb. 31 Politische Sonntagsfrage unter Gründer:innen



Befragungszeitraum Mitte Mai bis Mitte Juli 2023.

2 Geschäfts- und Investmentklima

Startup-Geschäftsklima trübt sich weiter ein – Unsicherheit ist hoch

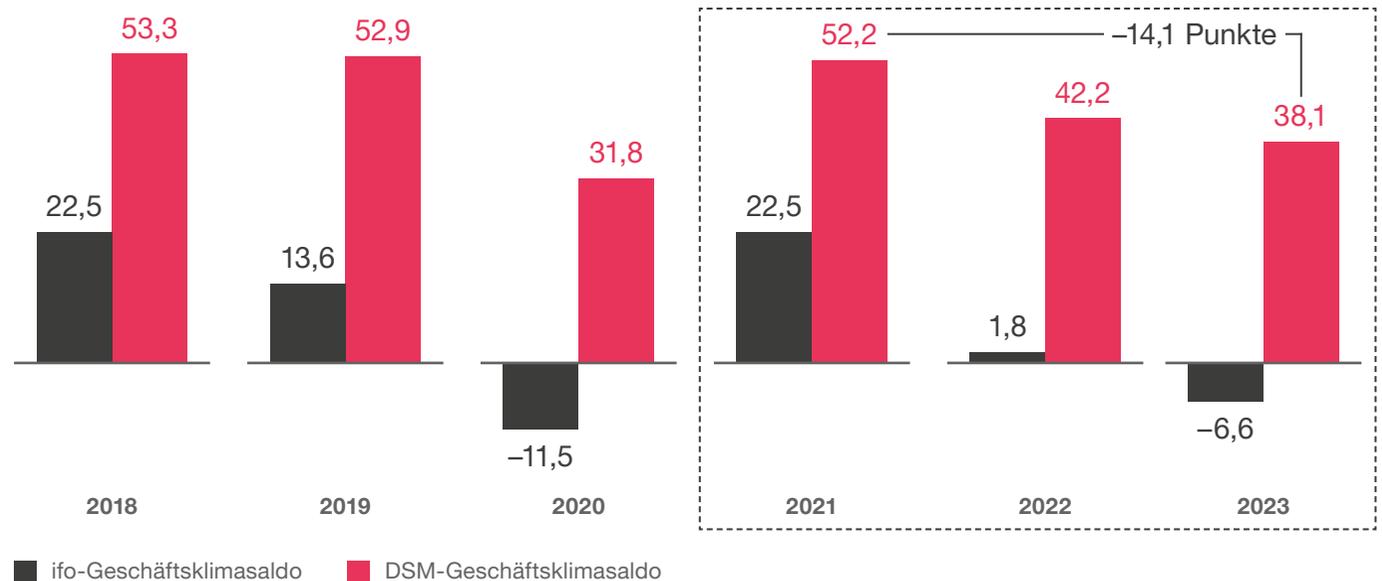
Nach dem Corona-Schock 2020 konnte sich das Startup-Geschäftsklima rasch erholen und schon 2021 auf die hohen Vorjahresniveaus zurückspringen. Seitdem hat sich allerdings, bedingt durch das herausfordernde gesamtwirtschaftliche Umfeld sowie die angespanntere Finanzierungslage, ein Negativtrend eingestellt, der sich in diesem Jahr weiter fortsetzt. Mit 38,1 Punkten hat das Startup-Geschäftsklima in den letzten beiden Jahren 14,1 Punkte verloren und liegt nur knapp über dem Wert von 2020 – gleichzeitig wird aber auch ersichtlich, dass dieser Trend schwächer ausfällt als in der Gesamtwirtschaft. Gründer:innen sind optimistischer und bleiben das auch: Obwohl es 65,4 % derzeit schwerfällt, die Entwicklung ihres Geschäfts vorherzusagen, geht mit 56,8 % die Mehrheit von einer positiven Entwicklung der Geschäftslage aus und nur 7,1 % erwarten eine Verschlechterung.

Investmentklima spiegelt angespannte Lage im Sektor

Erstmalig wurden im diesjährigen DSM die Einschätzungen der Gründer:innen zur Investmentbereitschaft im Bereich Wagniskapital erhoben. Dieses Stimmungsbild fällt aktuell klar negativ aus. Nur 15,4 % bewerten die derzeitige Investmentbereitschaft von Business Angels und VCs in ihr Unternehmen positiv, demgegenüber sagen 45,9 %,

dass sie gegenwärtig schlecht ist. Immerhin gehen 38,1 % davon aus, dass sich die Lage in den kommenden sechs Monaten bessern wird, während 20,6 % mit einer weiteren Verschlechterung rechnen. Insgesamt ergibt sich daraus ein Investmentklima-Saldo von -6,5 Punkten. Die Einschätzung der Gründer:innen korrespondiert mit der Wahrnehmung von VC-Investor:innen für ihren eigenen Sektor (Metzger 2023).

Abb. 32 Geschäftsklima-Saldo



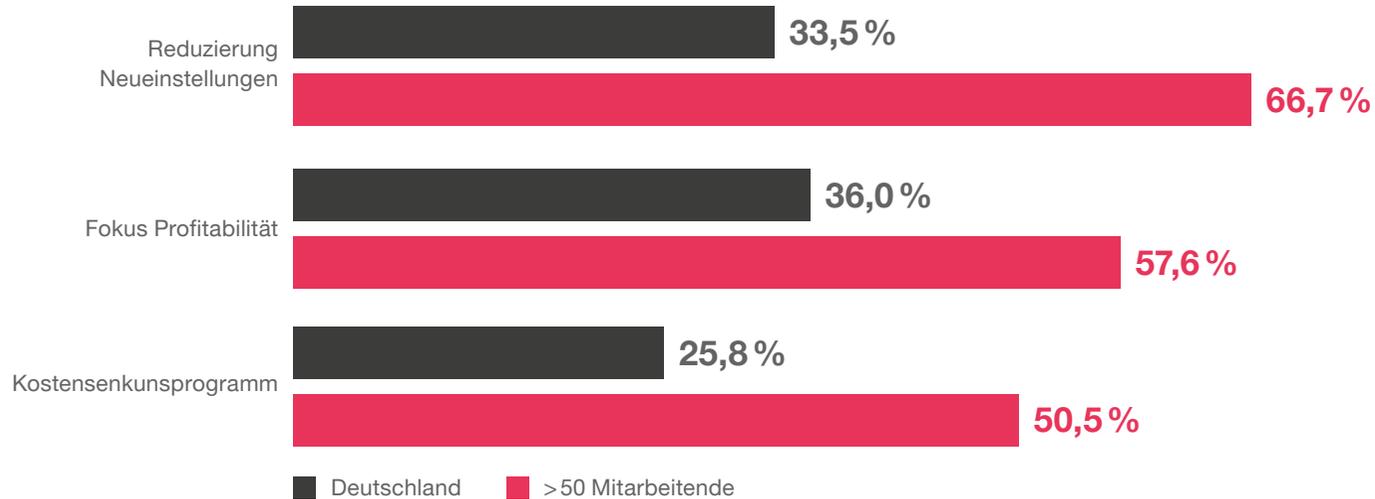
Quelle: Für den ifo-Geschäftsklimasaldo wurde jeweils auf den Juni des jeweiligen Jahres als Vergleichswert zurückgegriffen (ifo 2023).

Startups reagieren auf veränderte Rahmenbedingungen

Als Reaktion auf das veränderte wirtschaftliche Umfeld haben viele Startups ihren Fokus vom Wachstum stärker auf die Profitabilität verlegt und Anpassungen auf der Kostenseite vorgenommen. So hat ein Drittel die Zahl der Neueinstellungen zurückgefahren und jedes vierte Unternehmen Kostensenkungsprogramme umgesetzt.

Bemerkenswert ist außerdem, dass vor allem unter größeren Startups mit mehr als 50 Mitarbeitenden solche Maßnahmen schon realisiert wurden. Aktuell ist also besonders das Startup-Wachstum gehemmt – so hat jedes fünfte Unternehmen eine Finanzierungsrunde verschoben. Der Startup-Hotspot Berlin ist besonders betroffen: Hier mussten 34,2% eine Finanzierungsrunde verschieben und ihr Wachstum nach unten korrigieren.

Abb. 33 Reaktion auf die veränderten Rahmenbedingungen

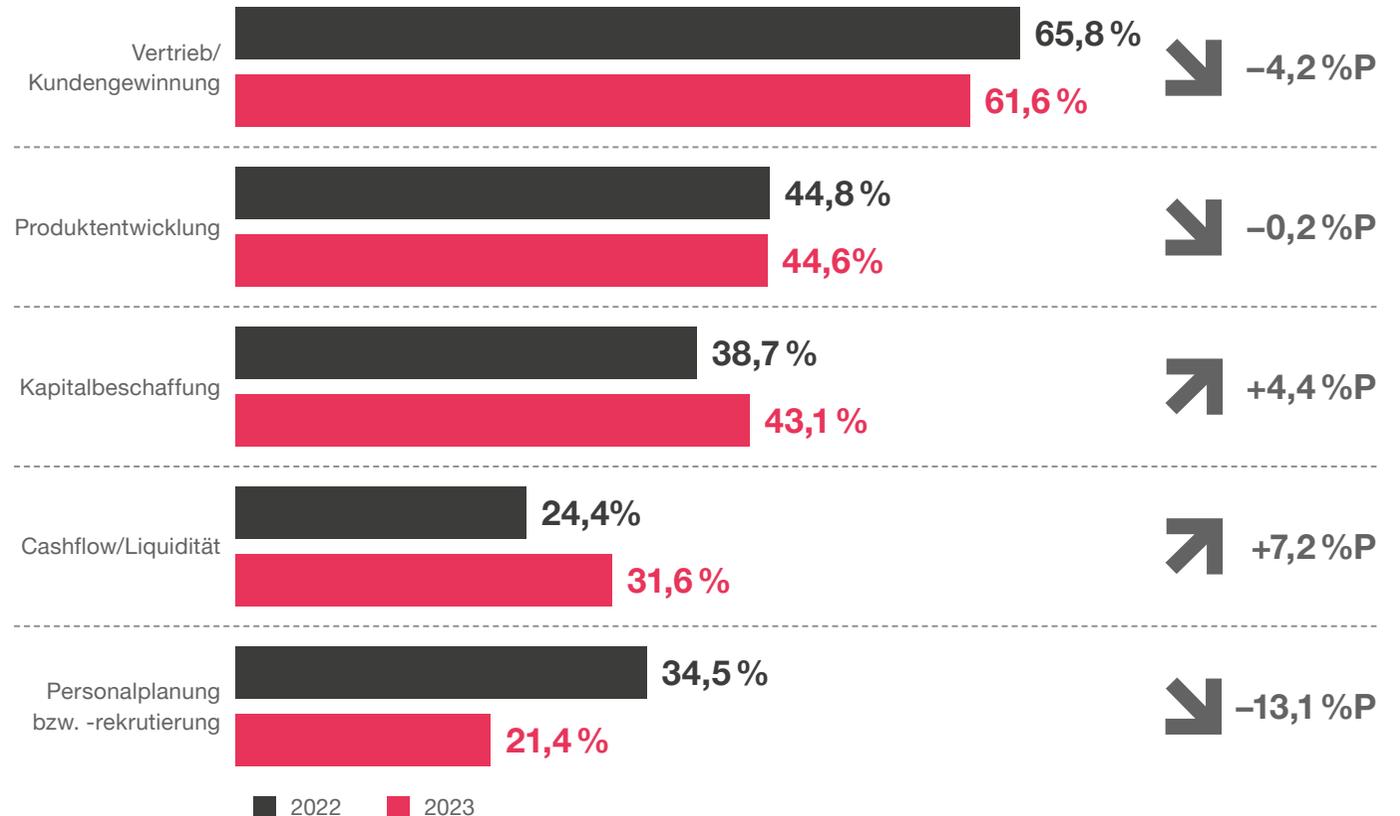


3 Erwartungen der Startups an die Politik

Kapitalbeschaffung und Cashflow rücken gegenüber Personal in den Fokus

Während Kundengewinnung, Produktentwicklung und Kapitalbeschaffung die Top-3-Herausforderungen der Startups bleiben, sind auch bei diesem Indikator im Vorjahresvergleich einige relevante Veränderungen zu erkennen. So werden die Kapitalbeschaffung und eng damit verbunden auch das Thema Cashflow und Liquidität als zentrale Hürden wichtiger. Im Bereich Personalplanung und -rekrutierung entspannt sich die Lage dagegen wieder, nach einem Höchststand im letzten Jahr. Bei Startups mit mehr als 50 Beschäftigten stellt sich die Situation allerdings anders dar: Hier werden die Personalplanung insgesamt (37,2%) und auch die Gewinnung von Fachkräften aus dem Ausland (21,8%) als Hürden wichtiger.

Abb. 34 Top-5-Herausforderungen



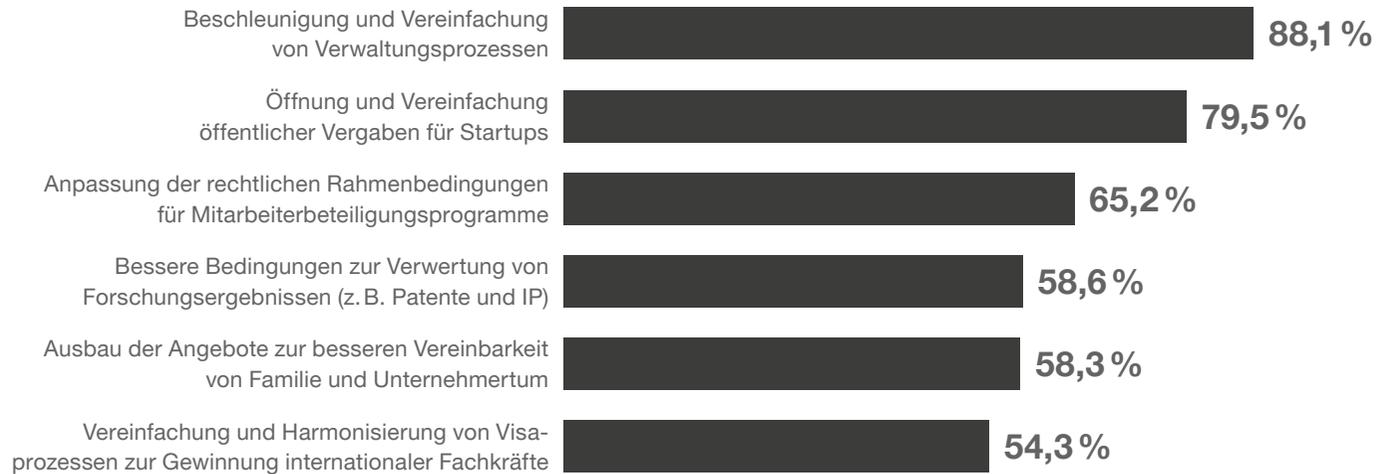


Der Staat muss digitaler, schneller und Kunde werden

Unter den Forderungen der Gründer:innen an die Politik liegen die Themen Bürokratie (88,1 %) und Vergabe (79,5 %) klar vorn. Als digitalen Innovator:innen sticht Gründer:innen also der enorme Rückstand bei der Modernisierung von Verwaltungsprozessen besonders ins Auge. Gleichzeitig sehen sie sich auch selbst in der Lage, bei der Digitalisierung der Verwaltung einen Beitrag

zu leisten – im Vergabeprozess öffentlicher Aufträge sind Startups allerdings bisher häufig im Nachteil, weswegen viele auch hier Verbesserungen fordern. Bei den weiteren Hebeln lohnt ein differenzierterer Blick: So ist das Thema Patente und IP besonders für hochschulnahe Gründungen und damit für den Forschungstransfer relevant. Für Gründer:innen steht das Thema Vereinbarkeit deutlich weiter oben auf der Prioritätenliste.

Abb. 35 Wichtige politische Hebel für das Startup-Ökosystem



”

Ziel der Politik muss es weiterhin sein, bürokratische Hürden abzubauen und nachhaltige Innovationen sowie Zukunftstechnologien zu unterstützen. Nur so entstehen Rahmenbedingungen, in denen sich Startups ganz auf ihre Arbeit fokussieren und die dringend nötigen Veränderungen anschieben können.

Dr. Wolfgang Gründinger
Chief Evangelist Enpal

Mitarbeiterbeteiligung und Visaprozesse sind für wachstumsstarke Startups prioritär

Die Unterteilung nach der Unternehmensgröße und damit der Entwicklungsphase zeigt auf, dass für mitarbeiterstärkere Startups in der Wachstumsphase einige Themen erheblich an Relevanz gewinnen. Zum einen sind die Regelungen zur Beteiligung von Mitarbeitenden am Unternehmen hierzulande im internationalen Vergleich bisher kaum wettbewerbsfähig.

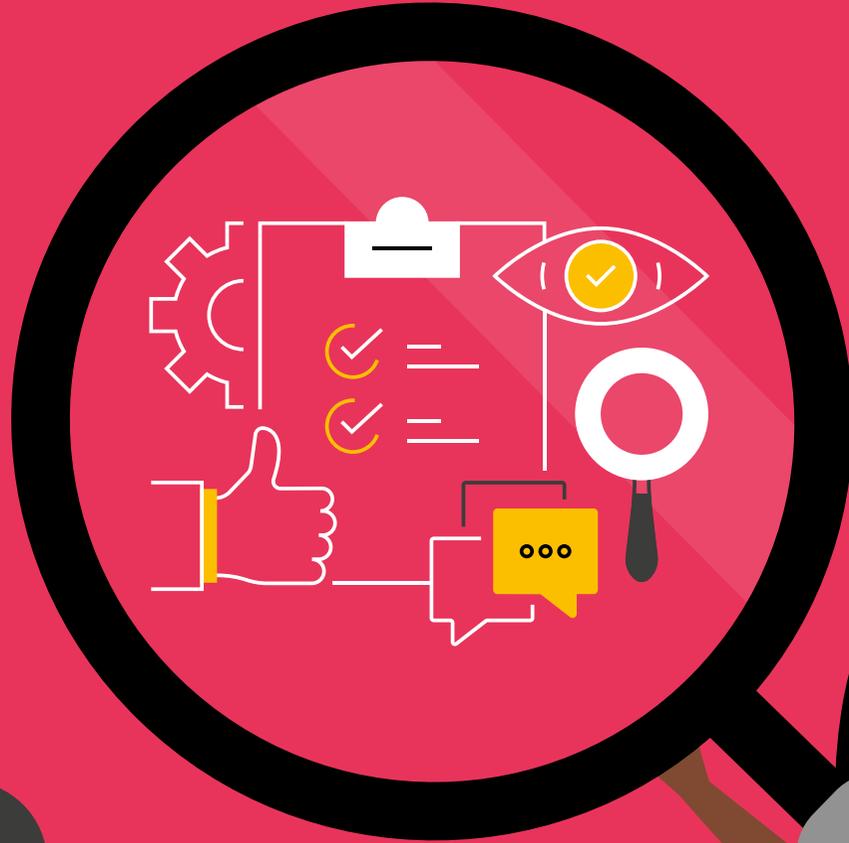
So gewinnt dieses Thema für Unternehmen mit mehr als 25 Beschäftigten stark an Bedeutung. Das vom Kabinett beschlossene Zukunftsfinanzierungsgesetz schafft hier die Grundlage für zukünftige Verbesserungen. Ein ähnliches Bild ist beim Thema Fachkräftevisa erkennbar. Hier muss sich zeigen, ob die jüngst beschlossenen Änderungen im Einwanderungsrecht auch in der Praxis zu einfacheren und schnelleren Verfahren führen.

Abb. 36 Top-3 politische Hebel für Startups mit mehr als 25 Beschäftigten



8

Konzeption



1 Entwicklung der Studie

Der DSM ist die umfassendste Studie zu Startups in Deutschland und wird seit 2013 jährlich auf Basis einer bundesweiten Befragung unter Gründer:innen realisiert. Das Projekt wird seitdem vom Startup-Verband durchgeführt: zwischen 2013 und 2015 unter der wissenschaftlichen Leitung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin; Forschungsgruppe Berlin-Startup Insights). Seit 2016 wird der DSM durch Prof. Dr. Tobias Kollmann und seiner netSTART GmbH in Kooperation mit seinem Lehrstuhl für Digital Business und Digital Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen wissenschaftlich begleitet. Unterstützt wird die Studie seit 2019 durch die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland.

Ziel des DSM ist der Aufbau und die kontinuierliche Aktualisierung der Wissensbasis über das deutsche Startup-Ökosystem, um damit die 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 dabei erhobenen Daten erfassen junge, innovative und wachstumsorientierte Startups, wodurch sich der DSM von allgemeinen Gründungsstudien wie dem KfW-Gründungsmonitor unterscheidet.

Aufgrund des hohen Rücklaufs gibt der DSM einen umfassenden Einblick ins deutsche Startup-Ökosystem und bildet die Einschätzungen der Gründer:innen in der Breite ab. Der DSM stellt dabei eine wichtige Momentaufnahme des Startup-Ökosystems dar, geht

aber auch darüber hinaus und bettet die Ergebnisse in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext ein. Durch das jährliche Erscheinen lassen sich zudem zentrale Entwicklungen im Ökosystem abbilden.

2 Forschungsdesign

Die Konzeption des DSM orientiert sich an theoretischen Modellen, die die Bedeutung unterschiedlicher wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen für die Entwicklung innovativer Unternehmen hervorheben. Im Zentrum steht dabei das Konzept eines unternehmerischen Ökosystems (Isenberg 2011), in dem unterschiedliche Rahmenbedingungen und Themen definiert werden und das Erfolgsfaktoren-Modell für Startups von Kollmann (2022), das die wesentlichen Hebel für eine positive Entwicklung junger Unternehmen beschreibt. Dieser theoretische Hintergrund informiert die Fragebogenkonstruktion und dient der Analyse sowie Interpretation als Heuristik.

Um eine hohe Qualität der Datensätze zu gewährleisten, erhielten die Gründer:innen sowie Geschäftsführenden von Startups in Deutschland einen speziellen Befragungslink per E-Mail. Dieser wurde über ausgewählte Multiplikatoren (VC-Investierende, Business Angels, Technologiezentren, Akzeleratoren, Inkubatoren, Businessplanwettbewerbe, Co-Working Spaces, nationale und regionale Entrepreneurship-Vereinigungen sowie persönliche Netzwerke der beteiligten DSM-Partner) versandt. Die Befragung wurde anonym durchgeführt und war vom 17.05.2023 bis einschließlich zum 20.07.2023 online verfügbar. Die Beantwortung des DSM-Fragebogens 2023 dauerte

durchschnittlich knapp 20 Minuten. Insgesamt haben 3.959 Personen die Online-Befragung aufgerufen, wovon schließlich 1.825 Datensätze für die finale Studie berücksichtigt werden konnten. Mit Blick auf die Erhebungsmethode, die auf die Aktivität von Multiplikatoren setzt und keine einheitliche Ansprache aller Startups gewährleistet, kann der DSM keine Repräsentativität für sich beanspruchen. Vor dem Hintergrund der kleinen Grundgesamtheit an Startups in Deutschland stellt dieses Vorgehen aber einen sehr gangbaren Weg dar, um eine hohe Fallzahl und damit große Aussagekraft zu gewährleisten.

Im Sinne der Startup-Definition werden im Kontext der Datenbereinigung zusätzlich bestimmte Aspekte geprüft. Dabei greifen folgende Inklusions- und Exklusionskriterien: Startups müssen jünger als zehn Jahre sein und entweder ein geplantes Mitarbeitenden-/Umsatzwachstum anstreben und/ oder hinsichtlich ihrer Produkte/ Dienstleistungen, Geschäftsmodelle und/oder Technologien (hoch) innovativ sein. Eine formale Gewerbeanmeldung ist keine notwendige Voraussetzung, 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, wurde daher in den Branchen, in denen ein vermehrtes Auftreten dieser selbstständigen Tätigkeiten bekannt ist, eine zusätzliche Bedingung hinsichtlich der Mitarbeitendenzahl eingeführt (mindestens zwei bei „Medien und Kreativwirtschaft“, jeweils drei bei „Beratung und Agentur“ sowie „Sonstiges“).

Literaturverzeichnis

Dealroom (2023)

Startup Demographics. <https://dealroom.co/uploaded/2023/08/Dealroom-Startup-Demographics.pdf?x92057>

Hirschfeld, A.; Gilde, J. & Walk, V. (2022)

Female Founders Monitor 2022. https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/forschung/studien/ffm/Female_Founders_Monitor_2022.pdf

ifo (2023)

ifo Geschäftsklimaindex sinkt (Juni 2023). <https://www.ifo.de/fakten/2023-06-26/ifo-geschaeftsklimaindex-sinkt-juni-2023>

Isenberg, D. (2011)

The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurships. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>

Kollmann, T. (2022)

Digital Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft (8. Aufl.). Springer Gabler.

Kuckertz, A. (2017)

Management: Corporate Entrepreneurship. Springer Gabler.

Metzger, G. (2022)

KfW Startup Report 2022. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Start-up-Report/KfW-Start-up-Report-2022.pdf>

Metzger, G. (2023)

German Venture Capital Barometer 2. Quartal 2023. https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Research/Economic-Research/Wirtschaftsindikatoren/German-Private-Equity-Barometer/PDF-Dateien/GVCB_Q2-2023.pdf

Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (2022)

Deutscher Social Entrepreneurship Monitor. https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2022/04/4_DSEM_web.pdf

Startup-Verband (2021)

Die Bedeutung von Exits: Wie der Finanzierungskreislauf geschlossen und das Startup-Ökosystem gestärkt werden kann. https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/202109-Exitstudie.pdf

Startup-Verband & startupdetector (2023)

Next Generation: Startup-Neugründungen in Deutschland Januar – Juni 2023. https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/Next_Generation_Report/20230507_NextGenerationH12023.pdf

Statistisches Bundesamt (2023)

Mikrozensus – Arbeitsmarkt 2022 (Erstergebnis). <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Erwerbstaetigkeit/Publikationen/Downloads-Erwerbstaetigkeit/statistischer-bericht-mikrozensus-arbeitsmarkt-2010410227005-erstergebnisse.html>

Sternberg, R.; Gorynia-Pfeffer, N.; Täube, F.; Wallisch, M.; Baharian, A.; Stolz, L. & Schauer, J. (2023)

Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich Länderbericht Deutschland 2022/23. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Produkte/2023/Studie/20230630-Studie-GEM-2023.pdf>

Beteiligte Institutionen und Personen

1 Initiator und Herausgeber

Bundesverband Deutsche Startups e. V.

Der Bundesverband Deutsche Startups e. V. (Startup-Verband) ist die Stimme der Startups in Deutschland. Seit seiner Gründung 2012 vertritt der Verband die Startup-Interessen gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. In seinem Netzwerk mit über 1.200 Mitgliedern schafft der Verband darüber hinaus einen Austausch zwischen Startups untereinander, aber auch zwischen Startups und etablierter Wirtschaft. Ziel des Startup-Verbandes ist es, Deutschland und Europa zu einem gründungsfreundlichen Standort zu machen, der Risikobereitschaft honoriert und den Pionier:innen unserer Zeit die besten Voraussetzungen bietet, um mit Innovationskraft erfolgreich zu sein.

www.startupverband.de



Dr. Alexander Hirschfeld leitet den Forschungsbereich im Startup-Verband, ist für die Umsetzung des Deutschen Startup Monitors zuständig und verfasst Studien zu unterschiedlichen Themen rund um das Ökosystem, wie den Female Founders Monitor. 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@startupverband.de



Jannis Gilde verantwortet als Projektleiter im Forschungsbereich des Startup-Verbands verschiedene Studienprojekte sowie das Partner-Netzwerk des Deutschen Startup Monitors. Sein Fokus liegt auf der Analyse regionaler Innovationsökosysteme sowie zentraler Trends bei Neugründungen und Investments. Zuvor studierte er Politik- und Verwaltungswissenschaft an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen sowie der Freien Universität Berlin und sammelte Erfahrung in der politischen Kommunikation in Berlin und Brüssel sowie bei einer Strategieberatung mit Fokus Public Sector.

E-Mail: jannis.gilde@startupverband.de



Vanusch Walk ist als Referent im Forschungsbereich des Startup-Verbandes für datenbasierte Analysen zuständig und an der Ausarbeitung des Deutschen Startup Monitors sowie der weiteren regionalen und technologiebezogenen Studien des Verbandes als Mitautor beteiligt. Er hat Volkswirtschaftslehre und Public Economics in Frankfurt (Oder), Warschau, Brüssel und Berlin studiert. Währenddessen konnte er praktische Erfahrungen in der Wirtschaftsforschung sowie der Verbandsarbeit sammeln.

E-Mail: vanusch.walk@startupverband.de



2 Partner und Mitherausgeber

Über PwC

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen unseren Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expert:innennetzwerks in 152 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC Deutschland. Mehr als 13.000 engagierte Menschen an 21 Standorten. Knapp 2,61 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

www.pwc.de/nextlevel



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 Next Level-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



Jutta Jakobi engagiert sich ebenfalls seit vielen Jahren in unterschiedlichen Rollen an der Schnittstelle zwischen etablierten Unternehmen und Startups. Sie konzipierte und realisierte zahlreiche Interaktionsplattformen, um Innovationskraft und -notwendigkeit in diesem Ökosystem für beide Seiten gewinnbringend zu nutzen. Dabei greift sie auf umfassende Erfahrungen in den Themenfeldern Business Development, Marketing & Kommunikation zurück.

E-Mail: jutta.jakobi@pwc.com



3 Akademischer Partner

Der akademische Partner des DSM ist Prof. Dr. Tobias Kollmann von der Universität Duisburg-Essen. Sein Angebot „netCAMPUS“ steht für den dortigen Lehrstuhl für BWL und Wirtschaftsinformatik, insbesondere Digital Business und Digital Entrepreneurship. Der Lehrstuhl verfolgt über die besondere Verankerung zwischen einem ökonomischen und einem technischen Lehrbereich eine besondere Kombination von Ausbildung und Existenzförderung im Bereich der Digitalisierung. So vermittelt Prof. Kollmann seinen Studierenden das Grund- und Gründungswissen für die Digitale Wirtschaft. Sein Angebot „netSTART“ bündelt seine Vorträge, Keynotes, Seminare und Workshops sowie ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm, bei dem Arbeitnehmer das Wissen und die Kompetenz für das Digitale Zeitalter berufsbegleitend erwerben können.

www.netcampus.de

netCAMPUS
WE START YOUR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

www.netstart.de

netSTART
WE START YOUR DIGITAL BUSINESS



Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Digital Business und Digital Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen sowie Geschäftsführer der netSTART GmbH. Als Mitgründer von AutoScout24 gehörte er mit zu den Pionieren der deutschen Internet-Gründerszene und der digitalen Marktplätze. 2012 wurde er zum „Business Angel des Jahres“ gewählt und im gleichen Jahr war er auch Gründungsmitglied vom Bundesverband Deutsche Startups e. V. Von 2013 bis 2020 war er der Vorsitzende des Beirats „Junge Digitale Wirtschaft“ im BMWI. Laut der FAZ gehörte er 2018, 2019 und 2021 zu den 100 einflussreichsten Ökonomen in Deutschland mit „Gewicht in Medien, Forschung und Politik“.

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

Anna Pröpper ist Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Digital Business und Digital Entrepreneurship. Sie studierte Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Entrepreneurship, Marketing, Technologiemanagement, Human Resource Management und Wirtschaftsrecht an der Technischen Universität Dortmund. Zeitgleich arbeitete sie mehrere Jahre zunächst als studentische und später als wissenschaftliche Hilfskraft an der TU Dortmund.

E-Mail: anna.proepper@icb.uni-due.de



Netzwerkpartner des DSM 2023

Wir bedanken uns herzlich bei den Netzwerkpartnern des DSM 2023. Durch ihre Reichweite konnte eine breite Datenbasis in der Studie sichergestellt werden.









Gründerimpuls



GRÜNDER MOTOR



GRÜNDERVIRUS

GRÜNDERWERK #Sparkasse Siegen



gründungsnetzwerk BRAUNSCHWEIG



Gründerland Bayern



HESSEN IDEEN



HIGHEST Innovations- & Gründungszentrum Technische Universität Darmstadt





Industrie- und Handelskammer Aachen





LEXROCKET



NETROCKS



PIONIERGEIST



SEEDMATCH









Ihre Ansprechpartner:innen

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

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

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

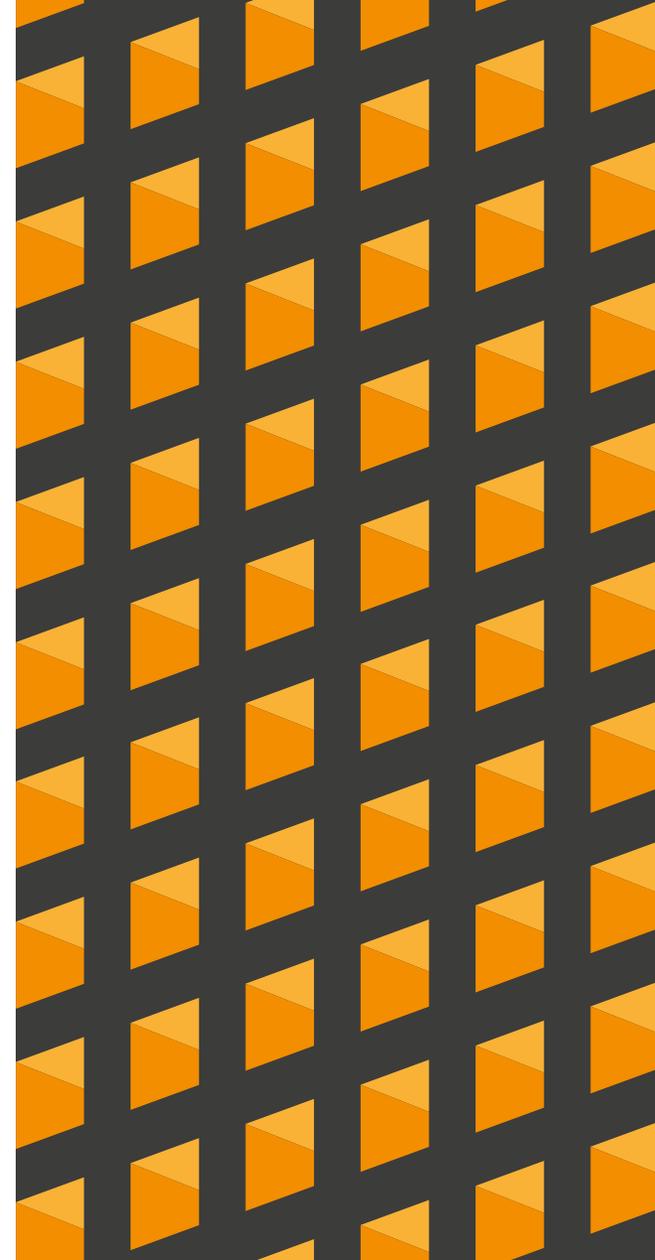
Florian Nöll
EMEA Startups, Scaleups &
Global Venturing Leader bei PwC
Deutschland
florian.noell@pwc.com

Jutta Jakobi
Corporate Development &
Innovation/Head of Business,
Content & Community Development
jutta.jakobi@pwc.com

Bundesverband Deutsche
Startups e. V.
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Dr. Alexander Hirschfeld
Leiter Research
alexander.hirschfeld@startupverband.de

Niclas Vogt
Leiter Kommunikation
niclas.vogt@startupverband.de



Herausgeber

Bundesverband Deutsche Startups e. V.

Autor:innen

Prof. Dr. Tobias Kollmann, Dr. Alexander Hirschfeld,
Jannis Gilde, Vanusch Walk, Anna Pröpper

Partner und Mitherausgeber

PwC Deutschland

Technische Umsetzung

Dr. Julian Bühler

ISBN

978-3-948895-14-3

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich für die Unterstützung bei
allen Netzwerkpartner:innen und Teilnehmer:innen.

© September 2023 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.

www.pwc.de