



Deutscher Startup Monitor 2017

Mut und Macher



KPMG's team
for successfully
starting start-ups



Bundesverband
Deutsche
Startups e.V.

netSTART
WE START YOUR E-BUSINESS

Initiator und Projektumsetzung

Bundesverband Deutsche Startups e. V. (BVDS)

Autoren

Prof. Dr. Tobias Kollmann, Dr. Christoph Stöckmann,
Simon Hensellek, Julia Kensbock (Universität
Duisburg-Essen)

Förderer und Herausgeber

KPMG in Deutschland

Technische Umsetzung

Julian Bühler

Design

DUO Werbeagentur, Berlin

Danksagung

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



Vorwort des Initiators

Mit 1.837 Startups, die 4.245 Gründerinnen und Gründer sowie 19.913 Mitarbeiter repräsentieren, haben sich so viele Unternehmen wie noch nie am Deutschen Startup Monitor (DSM) beteiligt. Insbesondere dank unserer 298 Netzwerkpartner in ganz Deutschland kann der DSM so all jene mit validen Informationen versorgen, die in einem wachsenden, sich stets verändernden Startup-Ökosystem nach Orientierung suchen. Gerade in diesen Tagen, wenn in Koalitionsverhandlungen der künftige Kurs unseres Landes bestimmt wird, sind diese Daten wertvoll.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse des DSM 2017 sind uns insbesondere Entwicklungen in den Bereichen Internationalisierung, Herkunft der Gründer und Mitarbeiter sowie Kooperationen zwischen Startups und etablierten Unternehmen ins Auge gefallen. Diese Entwicklungen bringen uns zu drei politischen Kernforderungen als Ableitung aus den Ergebnissen des 5. DSM: Mehr Europa, mehr Vielfalt und mehr Kooperationen.

Mehr Europa: Die große Mehrheit der DSM-Startups plant, weiter zu internationalisieren. Mit 82,7 % liegt dieser Wert so hoch wie nie. Attraktivstes Ziel sind hier mit Abstand die übrigen EU-Staaten. Zur selben Zeit werden jedoch fast 80 % der Umsätze noch auf dem heimischen Markt erzielt. Wir haben nach den Gründen für diese Diskrepanz gefragt. Die größte Herausforderung bei einer Internationalisierung sehen zwei von drei Startups in den Unterschieden in Gesetzgebung und Regulierung. Natürliche Hürden wie kulturelle Unterschiede und die

Sprachbarriere wurden von den Startups am seltensten genannt. Das heißt: Die Kluft zwischen Ist- und Soll-Zustand ist politisch zu lösen. Es bestehen zahlreiche Unterschiede in den einzelnen nationalen Rechtsordnungen, die einer grenzüberschreitenden wirtschaftlichen Betätigung im Wege stehen. Wir müssen es Startups in Europa ermöglichen, schon von Anfang an auf den gesamten europäischen Markt zugreifen zu können. Alle Markteintrittsbarrieren zwischen den europäischen Mitgliedsstaaten müssen abgeschafft werden, bis Sprache und Kultur als letzte Herausforderung verbleiben.

Mehr Vielfalt: Deutschland ist ein attraktiver Standort für Startup-Gründer und -Mitarbeiter. Zwei von drei DSM-Startups stimmen zu, dass das deutsche Startup-Ökosystem durch die Zuwanderung von Menschen aus dem Ausland profitiert. Das deutsche Startup-Ökosystem braucht gut ausgebildete IT-Spezialisten, um weiter zu wachsen und im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Gleichzeitig hat aber jedes dritte Startup Schwierigkeiten bei der Neueinstellung ausländischer Mitarbeiter, insbesondere aufgrund von bürokratischen Hürden. Eine Willkommenskultur, die den Fachkräften den Einstieg in das neue Leben erleichtert, ist für den Standort Deutschland unerlässlich. Gerade in Zeiten von Brexit und Protektionismus müssen wir Talente aus aller Welt willkommen heißen. Dazu benötigen wir ein Einwanderungsgesetz. Ein gutes Einwanderungsgesetz ist mit einer Stellenanzeige vergleichbar: Wir sagen, wen wir suchen, was wir bieten und zu welchen Konditionen wir die „Stelle“ vergeben.

Mehr Kooperation: Deutschland hat einen weltweit einzigartigen Vorteil: den Mittelstand. Eine engere Kooperation zwischen Startups, Mittelstand und Großkonzernen liegt da auf der Hand. Tatsächlich beobachten wir aber eine rückläufige Entwicklung in der Intensität der Kooperationen zwischen Startups und etablierten Unternehmen. Im DSM 2016 gaben noch 70 % der Startups an, mit etablierten Unternehmen zu kooperieren. Dieses Jahr ist es nur noch etwa die Hälfte der Startups. Der Mittelstand läuft Gefahr, den Anschluss bei der Digitalisierung zu verlieren. Damit er aufholt, muss er mit denjenigen zusammenarbeiten, die aus der Digitalisierung heraus entstanden sind: Startups. Eine Kooperation kann enorme Synergien freisetzen. Die einen haben Kapital und ein belastbares Netzwerk aus Partnern, Kunden und Zulieferern, die anderen können Digitalisierung. Wir werden bei Startups, etablierten Unternehmen und Politik dafür werben, dass der Austausch intensiviert wird. Die Messlatte werden die Zahlen im kommenden Jahr sein.

Ich bin mir sicher, dass der 5. DSM Ihnen zu einem klareren Blick auf das deutsche Startup-Ökosystem verhilft und wünsche Ihnen im Namen des Bundesverbandes Deutsche Startups viel Spaß bei der Lektüre.

Florian Nöll
Vorsitzender des Vorstands
Bundesverband Deutsche Startups e.V.

Grußwort der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie

Wir sind am Ende einer ereignisreichen Legislaturperiode angekommen, in der sich auch in der deutschen Gründerszene eine Menge getan hat. Insbesondere bei der Gründungsfinanzierung sind wir mittlerweile in Deutschland gut aufgestellt: Erfolgreiche Förderinstrumente wie der Gründerwettbewerb digitale Innovationen, EXIST, INVEST oder der High-Tech Gründerfonds haben hier wichtige Aufbauarbeit geleistet.

Eine Angebotslücke besteht dagegen noch immer bei der Wachstumsfinanzierung durch Wagniskapital. Um diese Wachstumsbremse zu lösen, strebt die Bundesregierung eine Verdoppelung des Wagniskapitalvolumens in Deutschland in den kommenden Jahren an. Privatwirtschaft, öffentliche Hand, die Kreditanstalt für Wiederaufbau und europäische Finanzpartner müssen hier zusammenwirken. Das ermöglicht erfolgreichen Startups Wachstum und die Sicherung von Arbeitsplätzen – und kann mitunter auch den Weg zum Marktführer eröffnen.

Die erfreuliche Entwicklung in der deutschen Startup-Landschaft in den letzten Jahren bildet auch der Startup Monitor 2017 ab. Das umfassende Monitoring der deutschen Startup-Szene erscheint bereits im fünften

Jahr. Die steigende Zahl der teilnehmenden Startups ist ein Beleg dafür, dass die Startup- und Gründerszene in Deutschland wächst und immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Mehr als 1.800 Startups haben sich am 5. Deutschen Startup Monitor beteiligt. Das sind mehr als 4.000 Gründerinnen und Gründer und knapp 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Startups sind inzwischen ein wichtiger Jobmotor der deutschen Wirtschaft: 2017 beschäftigt ein Startup im Schnitt rund 11 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

In Deutschland gibt es – anders als in den USA mit dem Silicon Valley – nicht den einen Startup-Hotspot. Deutschland zeichnet sich vielmehr durch eine große Vielfalt der Gründungsstandorte aus. Insgesamt bilden sie ein immer stärkeres gesamtdeutsches Startup-Ökosystem, das auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie unter anderem mit der Digital Hub Initiative unterstützt. Wir möchten mit diesem Instrument dazu beitragen, dass sich regionale Startup Communities, etablierte Unternehmen und exzellente Wissenschaft noch besser vernetzen können als bisher.

Startups treiben den strukturellen Wandel voran und sind enorm wichtig für die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands. Das gilt insbesondere im Zeitalter der Digitalisierung: Startups setzen neue, innovative Ideen in die Praxis um und sichern die Grundlage für künftigen Wohlstand und Wachstum in Deutschland und Europa.

Deshalb freut es mich besonders, dass Gründungen in der digitalen Wirtschaft weiterhin dominieren und der Fokus dabei auf Business-to-Business-Geschäftsmodellen liegt. 79 % der befragten Startups gaben an, dass die Digitalisierung einen sehr großen oder großen Einfluss auf ihr Geschäftsmodell habe.

Das verwundert nicht: Die Geschwindigkeit, die Vielfalt und die Kraft der digitalen Transformation für Wirtschaft und Gesellschaft sind beeindruckend. Neue technologische Trends wie Big Data, Cloud Computing, künstliche Intelligenz oder Blockchain sind die Grundlage für neue Gründungsideen. Allein die Wirtschaftsleistung in Deutschland könnte bis zum Jahr 2020 um zusätzliche 82 Milliarden Euro steigen, wenn digitale Technologien und die Fähigkeiten zu ihrer Nutzung konsequent vorangetrieben werden.

Digitalpolitik und die Unterstützung von Gründerinnen und Gründern muss daher auch in der neuen Legislaturperiode gemeinsam gedacht werden. Digitale Bildung, Arbeit 4.0 und die Schaffung eines echten digitalen Binnenmarkts in Europa sind wichtige Themenfelder für Startups und die etablierte Wirtschaft.

Der Deutsche Startup Monitor 2017 gibt einen guten Überblick über die Bedürfnisse der deutschen Gründerszene und kann so auch in der nächsten Legislaturperiode wichtige Impulse für eine gestaltende Politik geben.

Ich danke daher allen Beteiligten für die Erarbeitung und wünsche eine anregende Lektüre!



Brigitte Zypries
Bundesministerin für Wirtschaft und Energie



Der 5. Deutsche Startup Monitor repräsentiert:

1.837 Startups

4.245 Gründerinnen und Gründer¹

19.913 Mitarbeiter¹

DREI ZIELE

- Entwicklung und Bedeutung von Startups darstellen sowie Forschungslücken aufzeigen
- Impulse für wirtschaftspolitische Initiativen zur Stärkung des Gründungsstandorts Deutschland und seiner regionalen Ökosysteme liefern
- Begeisterung für den Entrepreneurship-Gedanken in der Gesellschaft fördern

DREI MERKMALE

- Startups sind jünger als zehn Jahre
- Startups sind mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ
- Startups haben ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum (oder streben es an)

¹ Im Folgenden wird aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit im Text meist nur die männliche Form „Gründer“ beziehungsweise „Mitarbeiter“ verwendet. Gemeint sind stets sowohl weibliche als auch männliche Personen.

Zehn Fakten aus dem DSM 2017

Gründungen in der **Digitalen Wirtschaft** sind weiterhin **attraktiv** und acht von zehn deutschen Startups spüren einen signifikanten **Einfluss** der **Digitalisierung** auf ihr Geschäftsmodell.

Mehr als die Hälfte der befragten Startups, denen Cluster bekannt sind, sind Teil eines **regionalen Clusters** und haben drei klare Erwartungen an Cluster: **Wissenstransfer, Kooperationen** und **Sichtbarkeit**.

Der **Anteil** von **Gründerinnen** in deutschen Startups **steigt** das dritte Jahr in Folge leicht auf nunmehr **14,6 %**.

Die **Technische Universität München** ist die **Top-Gründerhochschule** unter den Gründern des DSM 2017, wenngleich sich die Gründer auf viele verschiedene Hochschulen verteilen.

82,7 % der Startups **planen** eine (weitere) **Internationalisierung**. Die wichtigsten **Internationalisierungsziele** sind dabei Europa, Nordamerika und Asien.

Neun von zehn Gründern beurteilen ihre **Geschäftslage** weiterhin **optimistisch**, werden beim Ausblick jedoch etwas zurückhaltender.

Fast ein Drittel aller Startup-Mitarbeiter kommt aus dem (EU-)Ausland. Außerdem stimmen **63,9 %** der Gründer (voll und ganz) zu, dass die deutsche Startup-Landschaft durch die **Zuwanderung** von Menschen aus dem Ausland **profitiert**.

Im Bundestags-Wahljahr ist die **FDP** unter den DSM-Gründern **mit 39,4 %** der Stimmen **stärkste Partei**. Die Top Drei der **Erwartungen** an die Politik sind für die Startups dabei **weiterhin klar**: Weniger Bürokratie, weniger Steuern sowie mehr Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung.

Die **Startups** im DSM 2017 **schaffen** durchschnittlich **13,2 Arbeitsplätze** (inklusive Gründer) und planen wieder mehr Neueinstellungen. Durchschnittlich **7,5 Mitarbeiter** sollen je Startup im nächsten Jahr **neu eingestellt** werden.

Die DSM-Startups sammelten bis dato knapp **2,1 Milliarden Euro** an **externem Kapital** ein. Ihr weiterer Kapitalbedarf in den kommenden zwölf Monaten beläuft sich auf knapp 1 Milliarde Euro.

The 5th German Startup Monitor represents:

1,837 startups

4,245 founders

19,913 employees

THREE GOALS

- To present the development and significance of startups and identify research gaps
- To outline economic initiatives to strengthen the foundation location Germany and its regional ecosystems
- To cultivate enthusiasm for entrepreneurship

THREE CHARACTERISTICS

- Startups are younger than ten years
- Startups feature (highly) innovative technologies and/or business models
- Startups have (or strive for) a significant employee and/or sales growth

Ten Facts of the DSM 2017

Once again, founding a new business in the **digital economy** is highly **attractive**. Moreover, eight out of ten German startups see a significant **impact of the digitalization** on their business models.

For the third year in a row, the percentage of **female startup founders** has again **increased** to now **14.6 %**.

82.7 % of the startups are **planning (further) internationalization**. Startups are especially planning to expand their businesses within **Europe, North America, and Asia**.

Almost one third of all startup employees come from foreign (EU) countries. Moreover, **63.9 % (fully) agree** that the German startup landscape will **benefit from the immigration** of people from abroad.

On average, DSM **startups** employ **13.2 employees** (including founders) and they are planning to **grow** again in the next year **by 7.5 new employees** per startup on average.

More than half of those startups, that are aware of clusters, are currently part of a **regional cluster**. Startup founders have three key expectations regarding clusters: **Knowledge transfer, co-operations,** and **visibility**.

The Technical University of Munich is the **most important university** among the DSM founders in 2017. Nevertheless, German founders come from many different universities.

Nine out of ten founders evaluate their current **business situation optimistically**. Regarding an outlook for the future, however, founders are more reserved.

In the election year, the **FDP** is the strongest party among startup founders (**39.4 %** of the votes). The **top three expectations** regarding politics are: less bureaucracy, lower taxes, and raising capital.

To date, the DSM startups collected almost **€ 2.1 billion** in **external capital** and additionally plan to raise almost € 1 billion in the next twelve months.

Sechs Gründer aus sechs Regionen



BERLIN

Berlin ist eine großartige Stadt für Gründerinnen und Gründer. Da Berlin historisch bedingt verhältnismäßig kurz als attraktiver Standort für Unternehmen wahrgenommen wird, erlebt man heute einen wahnsinnigen Drive, der auch auf das Stadtbild abfährt.

Startups sind zum wichtigsten Wachstumsfaktor für die Bundeshauptstadt herangewachsen. Die Unternehmenslandschaft ist heute schon breit aufgestellt: Von ersten Projekten, Early-Stage-Startups, bis hin zu erwachsenen, mitunter international tätigen und langfristig erfolgreichen Unternehmen findet man in vielen Branchen spannende Vorbilder. Dies bildet ein wertvolles Ökosystem voller Erfahrungen für alle, die in der Stadt ihrer eigenen Unternehmung nachgehen.

Gegenüber anderen Gründermetropolen, insbesondere in den USA und Europa, ist das Preisniveau in Berlin niedrig. Nicht zuletzt dadurch konnte sich die Stadt auch international einen Ruf als attraktive Stadt erwerben. Wir Gründerinnen und Gründer profitieren hiervon besonders stark im Bereich Recruiting: für Tech-Unternehmen, die auf internationales Know-how angewiesen sind, ein Schlüsselfaktor zum Erfolg.

Janina Mütze
Mitgründerin und COO
Civey GmbH



HAMBURG

Die Dynamik der Hamburger Startup-Szene hat gerade in den letzten Jahren rasant zugenommen. Es gibt immer mehr Netzwerke und private Institutionen und die Stadt positioniert sich zunehmend als Scout und Förderer junger Unternehmen. Vor allem Gründer aus zukunftsweisenden Branchen und der Digitalwirtschaft werden aktiv unterstützt. Daneben entwickeln auch immer mehr Unternehmen attraktive Inkubatoren- und Accelerator-Programme.

Durch die hohe Wirtschaftskraft und vielfältige Struktur aus Medien, IT, Handel und Industrie bietet die Hansestadt optimale Rahmenbedingungen für innovative Geschäftsideen.

Die Metropolregion Hamburg gehört zu den wettbewerbsfähigsten Regionen Europas. Die gute Infrastruktur durch den Hafen, kurze Strecken zum Flughafen sowie umfassende Bahnanbindungen machen es einfach, auch internationale Niederlassungen und Kunden von Hamburg aus zu betreuen. Als eine der schönsten Städte bietet Hamburg außerdem eine hohe Lebensqualität und zieht so kompetente und qualifizierte Mitarbeiter an.

Cécile Wickmann
Mitgründerin und Geschäftsführerin
REBELLE - StyleRemains GmbH



HANNOVER/OLDENBURG

Klein, aber oho: Hannover, die Stadt im Schatten der großen Hansestadt. Doch gerade in der Gründerlandschaft ist die Welt hier im Wandel.

Die Dynamik, die sich hier in den letzten beiden Jahren entwickelt hat, ist bemerkenswert. Der Mix aus traditionsreichen Unternehmen, Weltmarktführern in ihren Nischen, erfolgreichen und erfahrenen Gründern und anderen Institutionen hat einen besonderen Reiz.

Die unterschiedlichen Akteure ergänzen sich bestens und schaffen somit ein schlagkräftiges und kompetentes Netzwerk. Für jede Fragestellung gibt es jemanden, der sie beantworten kann. Insbesondere in der Frühphase der Gründung ist es wichtig, ein funktionierendes Ökosystem um sich zu haben. Gleichzeitig sind die Wege kurz und alles und jeder schnell zu erreichen.

Ebenso freut es zu sehen, dass auch die politischen Entscheidungsträger erkannt haben, wie viel schlummerndes Potenzial sich hier verbirgt. Denn gerade wer oft im Schatten der anderen lebt, muss viel wagen und mit kreativen Lösungen die Dinge voranbringen.

Pierre Munzel
Mitgründer und CFO
PEAT GmbH



METROPOLREGION RHEIN-RUHR

In der Gründerregion Rhein-Ruhr verfügen wir über eine enorm hohe Universitätsdichte, die uns als Startup aus einem breiten Talentpool schöpfen lässt. Damit steht uns hier ein junges und motiviertes Akademiker-Netzwerk zur Verfügung. Dass es dabei nicht so viele Konkurrenz-Startups wie in Berlin, Hamburg oder München gibt, macht es uns zudem einfacher, schlaue Köpfe zu gewinnen.

Die Herausforderung, der wir uns hier noch stellen müssen, liegt in einer besseren Vernetzung der Gründer untereinander. Durch die große Fläche unserer Region kommt man nicht immer so schnell mit anderen Gründern zusammen, wie man sich das wünscht. Wir arbeiten daher daran, näher zusammenzurücken und so einen besseren Austausch vornehmen zu können.

Stefan Peukert
Mitgründer und Geschäftsführer
Masterplan com GmbH



MÜNCHEN

Mix aus traditioneller Wirtschaft und Innovation: Für München als Startup-Standort spricht die hohe Dichte an etablierten Unternehmen und zielorientierten, sehr gut ausgebildeten Mitarbeitern sowie die Lebensqualität der Stadt und definitiv die Nähe zu den Bergen.

Die Münchner Gründerszene ist überschaubar, aber dafür fast familiär. Hier fällt das Netzwerken deutlich leichter. Über viele persönliche Kontakte haben wir uns auch ein loyales und extrem begeisterungsfähiges Team aufgebaut, das unsere Idee mitträgt.

Trotz oder gerade wegen der Bodenständigkeit in München entwickeln sich so unkonventionelle Betrachtungsweisen auf bestehende Märkte. Traditionsbranchen treffen dann auf neue, ehrgeizige Konzepte und Hightech. In unserem Beispiel mussten wir erst sicherheitsorientierte, familiengeführte Busbetriebe von unserem expansiven Ansatz und dem Thema Technologie und E-Commerce überzeugen – so entstand dann ein Mobilitätsunternehmen 2.0. Die Herausforderung und letztendlich auch der Reiz bei der Gründung in München ist es, Werte und Ansichten der traditionellen Wirtschaft mit innovativen Geschäftsideen zu verbinden.

Daniel Krauss
Mitgründer und CIO
FlixMobility GmbH



STUTTGART/KARLSRUHE

Mit ansteigender Relevanz von Themen wie „Industrie 4.0“, „Digitalisierung“ und künstlicher Intelligenz oder auch neuer Energietechnik beziehungsweise der Mobilität von morgen lebt auch das Gründerländle Karlsruhe/Stuttgart richtig auf. Ideen und Grundlagenforschung aus den extrem starken technischen Hochschulen machen sich mit dem für die Region typischen Understatement sowie ausdauernder Geduld auf den Weg, die ganze Welt zu beliefern.

Gerade der Deep-Tech B2B-Bereich passt zur vorherrschenden Mentalität. Alle diejenigen, die daran teilhaben möchten etwas zu bewegen, denen aber manche Startup-Sektoren zu schrill und oberflächlich sind, kommen hier auf ihre Kosten. Ja, es ist eigentlich immer noch der gleiche Pfad wie vor 150 Jahren: vom Startup zum Hidden-Champion-Weltmarktführer.

Anspruchsvolle Kunden direkt vor Ort härten und schleifen das Startup schon von klein auf für einfache spätere Verkäufe in Texas oder Guangdong. Manche mögen bereits den Abgesang auf Deutschlands Industrie anstimmen, aber wenn ich sehe, was hier gerade alles Neues entsteht, bin ich mir sicher: Die Erfolgsgeschichte ist noch lange nicht vorbei!

Sven Schmidt-Rohr
Mitgründer und Geschäftsführer
ArtiMinds Robotics GmbH

Gliederung

| | | | | | |
|--|-----------|---|-----------|---|-----------|
| Vorwort des Initiators | 3 | 1 Motivation | 14 | 5 Prozesse | 40 |
| | 1.1 | Gründungsgeschehen in Deutschland | 15 | 5.1 Unternehmensstrategie | 41 |
| Grußwort der Bundeswirtschaftsministerin | 4 | 1.2 Besondere Merkmale von Startup-Gründungen | 16 | 5.2 Hierarchieebenen | 42 |
| | 1.3 | Definition des Startup-Begriffs | 16 | 5.3 Key Performance Indicators (KPIs) | 42 |
| Der 5. Deutsche Startup Monitor repräsentiert (Executive Summary) | 1.4 | Akademisches Rahmenwerk | 16 | 5.4 Skalierbarkeit und Standardisierung | 44 |
| Deutsch | 6 | 2 Startups in Deutschland | 18 | 5.5 Verantwortlichkeiten und Spezialisierung | 45 |
| Englisch | 8 | 2.1 Standort und Gründungs-Hotspots | 19 | 6 Finanzen | 46 |
| | 2.2 | Standortwechsel | 20 | 6.1 Externe Kapitalaufnahme (bisher) | 47 |
| Sechs Gründer aus sechs Regionen | 10 | 2.3 Startup-Alter | 21 | 6.2 Externe Kapitalaufnahme (geplant) | 49 |
| | 2.4 | Entwicklungsphasen | 22 | 6.3 Finanzierungsquellen | 51 |
| Gliederung | 12 | 2.5 Branchen | 23 | 6.4 Venture Capital als Kapitalquelle | 53 |
| | | | | 6.5 Umsatz | 54 |
| | | | | 6.6 Gewinn | 55 |
| | 3 | Management und Team | 24 | 7 Marktzugang | 56 |
| | 3.1 | Alter | 25 | 7.1 Aktuelle Märkte | 57 |
| | 3.2 | Geschlecht | 26 | 7.2 Internationalisierung | 58 |
| | 3.3 | Seriengründer | 27 | 7.3 Herausforderungen bei der Internationalisierung | 58 |
| | 3.4 | Staatsangehörigkeit der Gründer | 27 | 7.4 Anzahl der Kooperationspartner | 59 |
| | 3.5 | Schul- und Hochschulausbildung | 28 | 7.5 Arten von Kooperationen | 60 |
| | 3.6 | Lebenszufriedenheit der Gründer | 30 | 7.6 Ziele der Kooperationen | 62 |
| | 3.7 | Teamquote und Teamgröße | 31 | 7.7 Herausforderungen von Startups allgemein | 63 |
| | 3.8 | Anzahl Mitarbeiter aktuell | 32 | 8 Politik | 64 |
| | 3.9 | Geplante Neueinstellungen | 33 | 8.1 Beurteilung der Bundes- und Landespolitik | 65 |
| | 3.10 | Herausforderungen bei Neueinstellungen | 33 | 8.2 Erwartungen von Startups an die Politik | 70 |
| | 3.11 | Herkunft der Mitarbeiter | 35 | 8.3 Wenn Gründer wählen | 71 |
| | 4 | Produkt und Service | 36 | 8.4 Auswirkungen des Brexit auf Startups | 73 |
| | 4.1 | Nutzer und Kunden | 37 | | |
| | 4.2 | Innovativität des Angebots | 38 | | |
| | 4.3 | Einfluss der Digitalisierung | 39 | | |

| | | | | |
|-----------|--|-----------|--|------------|
| 9 | Wettbewerb | 74 | Literaturverzeichnis | 89 |
| 9.1 | Geschäftsklima | 75 | Abbildungsverzeichnis | 90 |
| 9.2 | Marktdynamik | 76 | Akademische Partner und Autoren Initiator und Projektmanagement | 92 |
| 10 | Infrastruktur und Netzwerke | 78 | Herausgeber und Förderer | 98 |
| 10.1 | Unterstützung durch Schulsystem, Universitäten und etablierte Unternehmen | 79 | Partner des Deutschen Startup Monitors | |
| 10.2 | Cluster und regionale Wirtschaftsförderung | 80 | Preisgeber des DSM 2017 | 100 |
| 11 | Gesellschaft und Kultur | 82 | Netzwerkpartner des DSM 2017 | 101 |
| 11.1 | Scheitern von Startups | 83 | | |
| 11.2 | Zuwanderung | 84 | | |
| 12 | Konzeption des Deutschen Startup Monitors | 86 | | |
| 12.1 | Entwicklung der Studie | 87 | | |
| 12.2 | Forschungsdesign | 87 | | |

1 Motivation

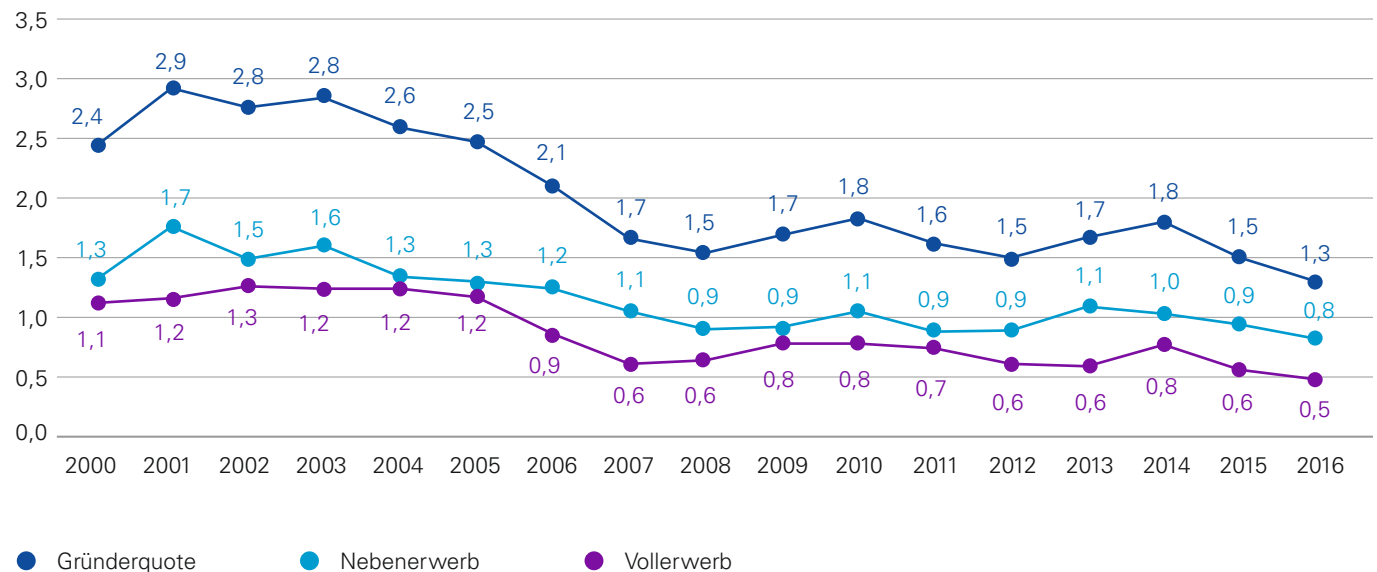


Mut zu mitreißenden Ideen

1.1 GRÜNDUNGSGESCHEHEN IN DEUTSCHLAND

Unternehmensgründungen tragen entscheidend zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung unseres Landes bei. Unternehmensgründer bringen wichtige Innovationen voran, schaffen Arbeitsplätze und tragen zum Bruttoinlandsprodukt bei – damit fördern Neugründungen nicht nur die wirtschaftliche und soziale Entwicklung in Deutschland, sondern auch unsere internationale Wettbewerbsfähigkeit. Die Betrachtung des Gründungsgeschehens in Deutschland (Abbildung 1) zeigt, dass nach hohen Gründungsquoten Anfang der 2000er-Jahre ein Rückgang erfolgte. Seit Anfang der 2010er-Jahre schwanken die Statistiken rund um eine Gründerquote von etwa 1,5 %, wobei die Nebenerwerbsgründungen über den Vollerwerbsgründungen liegen. Der leichte Abwärtstrend in den vergangenen zwei Jahren erklärt sich durch den anhaltenden Beschäftigungsrekord auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt (vgl. Metzger 2017, S. 1). Aus demselben Grund beobachten wir jedoch auch einen höheren Anteil an „Chancengründern“ (die besonders stark zum wirtschaftlichen Erfolg eines Landes beitragen) und einen abnehmenden Anteil von „Notgründern“ (vgl. Metzger 2017, S. 1–3).

Abb. 1: Allgemeines Gründungsgeschehen (KfW) – Gründerquoten in Deutschland (2000–2016)



Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Metzger (2017)

1.2 BESONDERE MERKMALE VON STARTUP-GRÜNDUNGEN

Startups sind als eine besondere Untergruppe von Unternehmensgründungen zu betrachten. Sie stellen originäre Unternehmensgründungen in einem jungen, innovativen, wachstumsorientierten Umfeld dar und unterscheiden sich damit von klassischen (derivativen) Existenzgründungen (vgl. Abschnitt 1.3; vgl. Kollmann 2016b, S. 2). Deutlich werden die Besonderheiten von Startups im Vergleich zu allgemeinen Unternehmensgründungen anhand des KfW-Gründungsmonitors 2017:

Innovativität: Startups sind per Definition (hoch) innovativ. Der Anteil regionaler beziehungsweise überregionaler Marktneuheiten im Bereich Produkt liegt bei Startups bei circa 84 %. Zum Vergleich: Im allgemeinen deutschen Gründungsgeschehen liegt der Anteil der Unternehmen mit (über-)regionalen Marktneuheiten bei 14 % (vgl. Metzger 2017, S. 7).

Teamgründungen: Startups werden sehr häufig im Team gegründet, die Teamquote liegt bei 73 %. Im Vergleich dazu sind im allgemeinen Gründungsgeschehen 80 % Sologründer zu beobachten (vgl. Metzger 2017, S. 5).

Gründerinnen: Frauen machen mit 40 % einen recht großen Anteil aller Selbstständigen aus (vgl. Metzger 2017, S. 3). Im Startup-Umfeld sind Gründerinnen hingegen deutlich seltener vertreten – ihr Anteil steigt jedoch seit dem Jahr 2014 stetig an und liegt mittlerweile bei knapp 15 %.

Arbeitsplätze: Allgemeine Unternehmensgründungen schaffen aufgrund des hohen Anteils an Sologründern nur durchschnittlich 0,4 Arbeitsplätze pro Unternehmen neu (vgl. Metzger 2017, S. 5). Im Vergleich dazu beschäftigen Startups durchschnittlich über 10 Mitarbeiter – plus die Arbeitsplätze der durchschnittlich 2,3 Gründer.

Gründungs-/Wachstumsfinanzierung: Im bundesweiten Durchschnitt greifen 24 % aller Gründer auf externe Finanzmittel zurück (vgl. Metzger 2017, S. 8). Bei Startups hingegen geben 64 % der Gründer an, bereits externes Kapital erhalten zu haben.

1.3 DEFINITION DES STARTUP-BEGRIFFS

Dem Startup-Verständnis des DSM liegt folgende Definition zugrunde:

- Startups sind jünger als zehn Jahre.
- Startups sind mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ.
- Startups weisen ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum auf (oder streben es an).

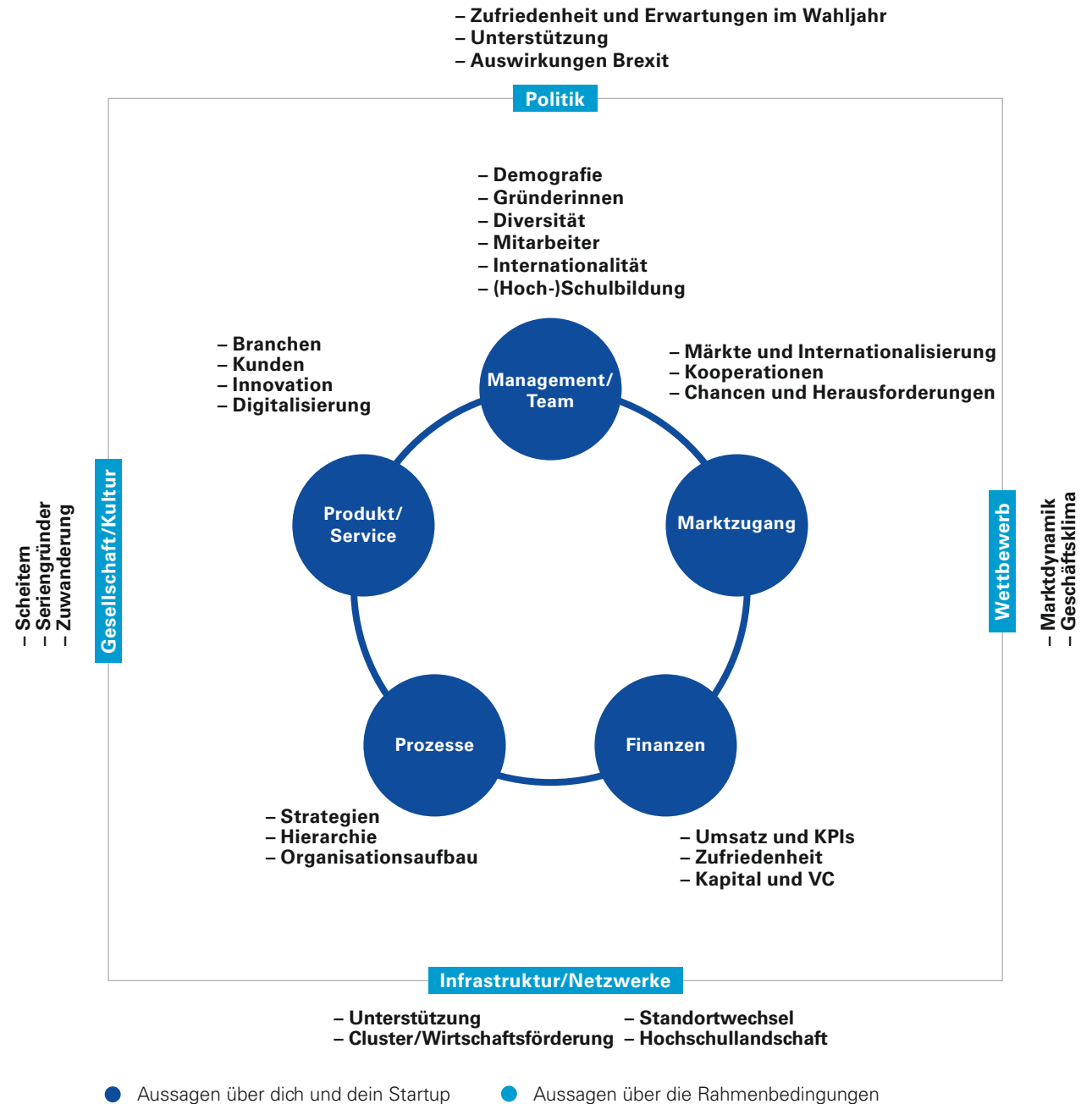
Um als Startup in die DSM-Auswertungen einzugehen, muss die erste Voraussetzung zwingend erfüllt sein. Des Weiteren muss mindestens eine der beiden weiteren Voraussetzungen erfüllt sein. Durch die Anwendung dieser Startup-Kriterien grenzt sich der DSM gegenüber Begriffen wie „Existenzgründung“, „Betriebsgründung“ oder „Einzel-/Kleinunternehmen“ ab. Die Startups des DSM entsprechen den Charakteristika junger, innovativer Wachstumsunternehmen (vgl. Brettel/Faaß/Heinemann, 2007,

S. 1 f.; Kollmann 2016b, S. 1 ff.; Ripsas/Tröger 2015, S. 12 f.). Während der Begriff „Startup“ ursprünglich vor allem auf Unternehmen mit einem Fokus auf digitale Geschäftsmodelle verwies (vgl. Kollmann/Hensellek 2016), bezieht die oben genannte Definition nun ein wesentlich breiteres Spektrum an jungen, innovativen Wachstumsunternehmen aus allen Branchen mit ein. Wie wichtig es ist, Startups in einer größeren Bandbreite abzubilden, spiegelt sich auch in der Erweiterung der fünf Innovationscluster des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) auf 15 Spitzencluster wider (vgl. BMBF 2015).

1.4 AKADEMISCHES RAHMENWERK

Aufbauend auf dem Ziel, eine umfassende Wissensbasis für die Entrepreneurship-Forschung und -Praxis zu etablieren, beruht der DSM auch in diesem Jahr wieder auf dem akademischen Rahmenwerk nach Kollmann (2016a, 2016b). Das Rahmenwerk besteht aus insgesamt neun Feldern und enthält sowohl Aussagen über das Startup und die Gründer selbst (zum Beispiel Management, Team, Finanzen, Prozesse) als auch über die Rahmenbedingungen, denen die Startups und Gründer unterliegen (zum Beispiel Politik, Infrastruktur, Gesellschaft). Dieses anerkannte Rahmenwerk orientiert sich an bestehenden Theorien aus der Wissenschaft, insbesondere am Babson-Entrepreneurship-Ecosystem-Project-Modell nach Isenberg (2011) und an der 3K-Strategie (Köpfe, Kapital und Kooperationen) zur Förderung innovativer Startups nach Kollmann (2015). Darüber hinaus sind das fundierte Wissen der beteiligten Praxispartner sowie die umfassenden Erfahrungen aus bislang vier DSM-Studien in das Design der aktuellen Studie eingeflossen.

Abb. 2: Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann 2016b



2 Startups in Deutschland



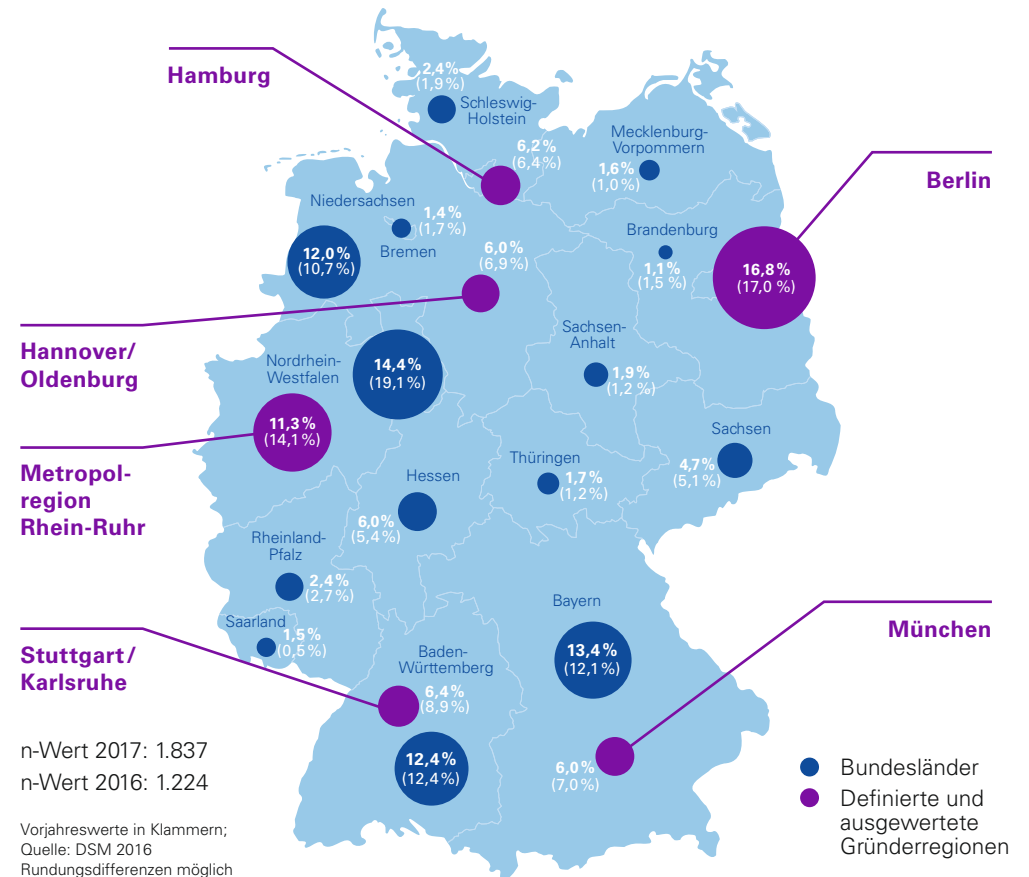
Mut zu neuer Anziehungskraft

2.1 STANDORT UND GRÜNDUNGS-HOTSPOTS

Der DSM 2017 konnte erfreulicherweise seine Datengrundlage abermals auf nunmehr insgesamt 1.837 (n) ausgewertete Startup-Datensätze vergrößern.² Der Trend einer breiter über Deutschland gestreuten Datengrundlage setzte sich ebenfalls fort, wobei die im Vorjahr ermittelten sechs Gründungs-Hotspots weiterhin bestehen.

Verteilung nach Gründer-Hotspots: Wie auch im DSM 2016 stammen über die Hälfte (52,7 %) der DSM-Startups aus einer der sechs Gründerregionen. Den größten Anteil macht noch immer Berlin mit 16,8 % aus, gefolgt von der Metropolregion Rhein-Ruhr mit 11,3 % und damit 2,8 Prozentpunkten weniger als im Vorjahr. In den übrigen vier Regionen sind jeweils circa 6 % der an der Studie teilnehmenden Startups ansässig, sodass im Vergleich zum Vorjahr die Anteile von Stuttgart/Karlsruhe sowie München leicht zurückgegangen sind.

Abb. 3: Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Gründerregionen (2017)*



* Es kann in Abbildungen vereinzelt zu Rundungsdifferenzen kommen. Bei weiteren Aggregationen werden zwecks Nachvollziehbarkeit für den Leser die bereits in den Abbildungen berichteten, gerundeten Werte verwendet.

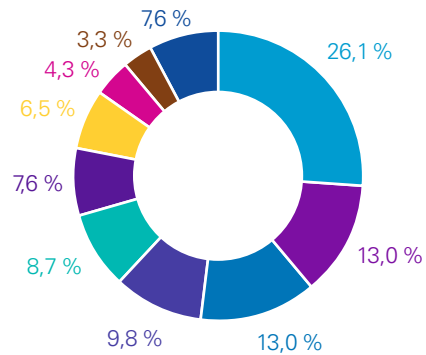
² „n“ beschreibt die Anzahl der jeweiligen Grundgesamtheit einer Frage und kann im Folgenden daher bei spezifischen Fragen auch unter 1.837 liegen.

2.2 STANDORTWECHSEL

Drei Viertel der Standortwechsler unter den DSM-Startups bleiben ihrem Bundesland treu. Unter den überregionalen Standortwechslern ist Berlin als Ziel am beliebtesten.

Insgesamt 14,0 % der DSM-Startups haben während der Zeit ihres Bestehens den Standort gewechselt. Der Großteil dieser Umzüge fand jedoch innerhalb desselben Bundeslands statt (74,4 %). Unter den überregionalen Standortwechslern, die ihr Bundesland verlassen haben, ist der größte Anteil nach Berlin umgezogen (26,1 %). Nur halb so viele Startups verlagerten ihren Standort nach Hamburg oder Niedersachsen (je 13,0 %). Knapp jeder zehnte überregionale Standortwechsel erfolgte nach Bayern (9,8 %) oder Nordrhein-Westfalen (8,7 %).

Abb. 4: Bundesländer mit dem größten Zulauf durch überregionale Standortwechsler (2017)



- Nach Berlin
- Nach Hamburg
- Nach Niedersachsen
- Nach Bayern
- Nach Nordrhein-Westfalen
- Nach Hessen
- Nach Baden-Württemberg
- Nach Sachsen
- Nach Rheinland-Pfalz
- In sonstige Bundesländer

n-Wert für 2017: 258

Rundungsdifferenzen möglich

2.3 STARTUP-ALTER

Das Durchschnittsalter der Startups im DSM 2017 beträgt 2,7 Jahre.

Im diesjährigen DSM beträgt das durchschnittliche Alter der Startups 2,7 Jahre und liegt somit wieder leicht über dem Vorjahreswert von 2,5 Jahren, auf ähnlichem Niveau wie in den Jahren 2014 und 2015.

Ähnlich wie im DSM 2016 sind gut die Hälfte aller DSM-Startups nicht älter als zwei Jahre (50,5%). Mehr als jedes vierte Startup (26,5%) befindet sich im dritten beziehungsweise vierten Jahr nach Gründung und weitere 22,8% sind älter als vier Jahre, wobei der Anteil mit zunehmendem Alter abnimmt.

Abb. 5: Durchschnittliches Startup-Alter (2013–2017)

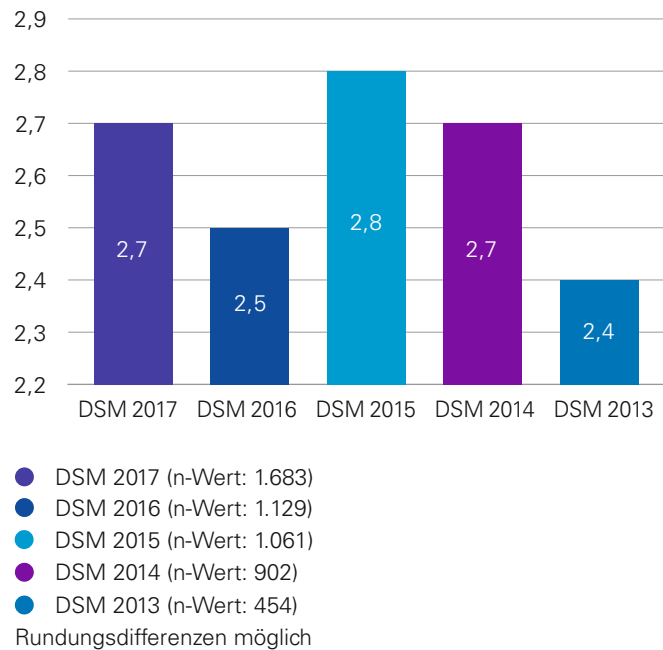
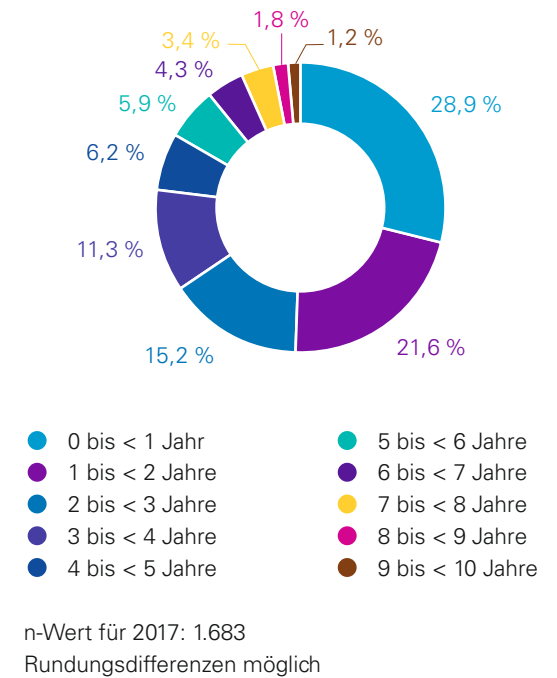


Abb. 6: Startup-Alter (2017)



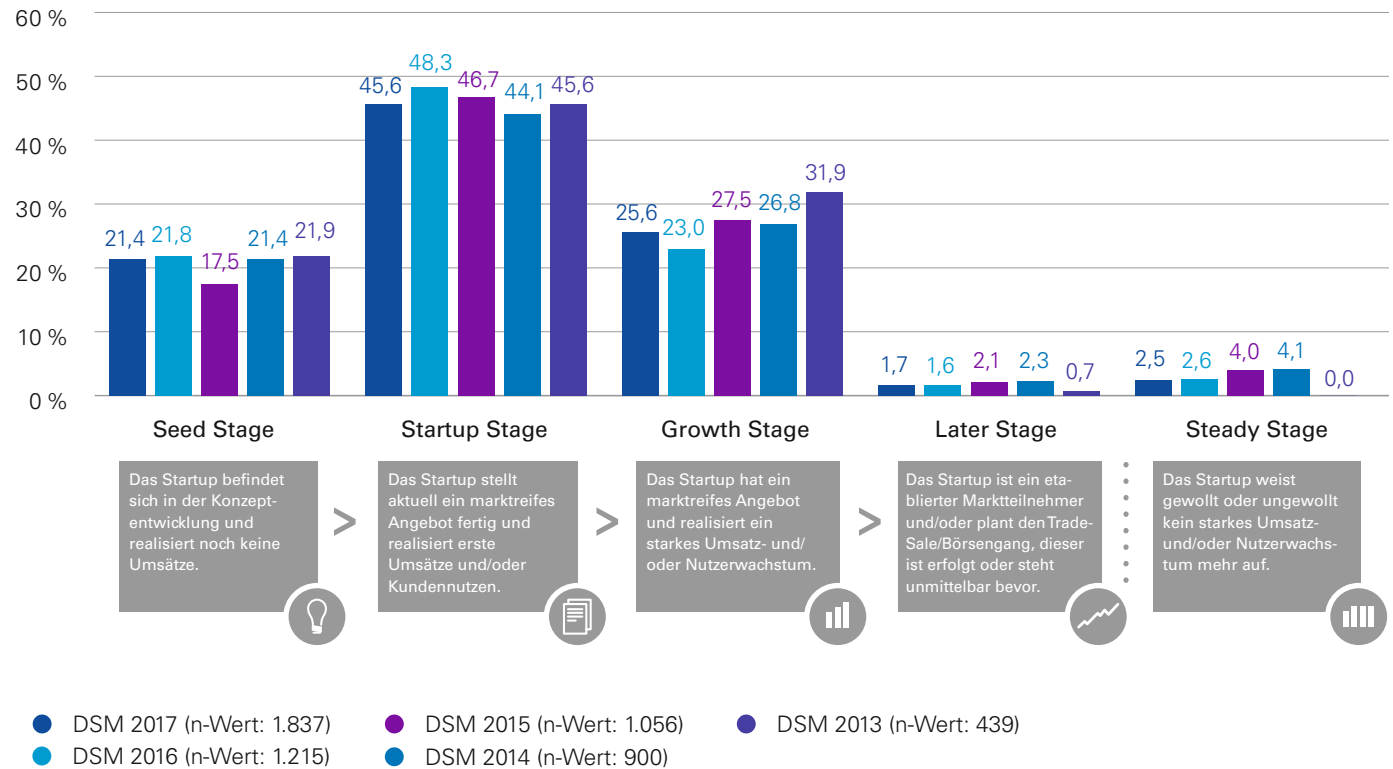
2.4 ENTWICKLUNGSPHASEN

Jedes vierte Startup befindet sich bereits in der Growth Stage.

Die Analyse der Startup-Entwicklungsphasen basiert auf fünf Phasen, die sich an der Marktreife des Angebots sowie dem Kunden-/Umsatzwachstum der Startups orientieren (vgl. Ripsas/Tröger 2015, S. 17).

Diesen Entwicklungsphasen entsprechend befinden sich 21,4 % der Startups im diesjährigen DSM noch in der Seed Stage und somit der Konzept-Entwicklung ohne Umsätze. Mit 45,6 % befindet sich der Großteil in der Startup Stage und stellt aktuell ein marktreifes Angebot fertig beziehungsweise realisiert erste Umsätze und/oder Kundennutzen. Jedes vierte Startup (25,6 %) ist in der Growth Stage mit einem marktreifen Angebot und einem starken Umsatz- und/oder Nutzerwachstum. Bei einem Anteil von 1,7 % der Startups handelt es sich um Unternehmen in der Later Stage, das heißt, sie sind etablierte Marktteilnehmer und/oder planen den Trade-Sale oder Börsengang beziehungsweise dieser ist bereits erfolgt oder steht unmittelbar bevor. Der Steady Stage sind 2,5 % der DSM-Startups zuzuordnen, da sie gewollt oder ungewollt kein starkes Umsatz- und/oder Nutzerwachstum mehr aufweisen.

Abb. 7: Startup-Entwicklungsphasen (2013–2017)



Angabe „nichts davon“: 2017: 3,1 %; 2016: 2,6 %; 2015: 2,3 %; 2014: 1,2 %; 2013: 0,0 %
 Rundungsdifferenzen möglich

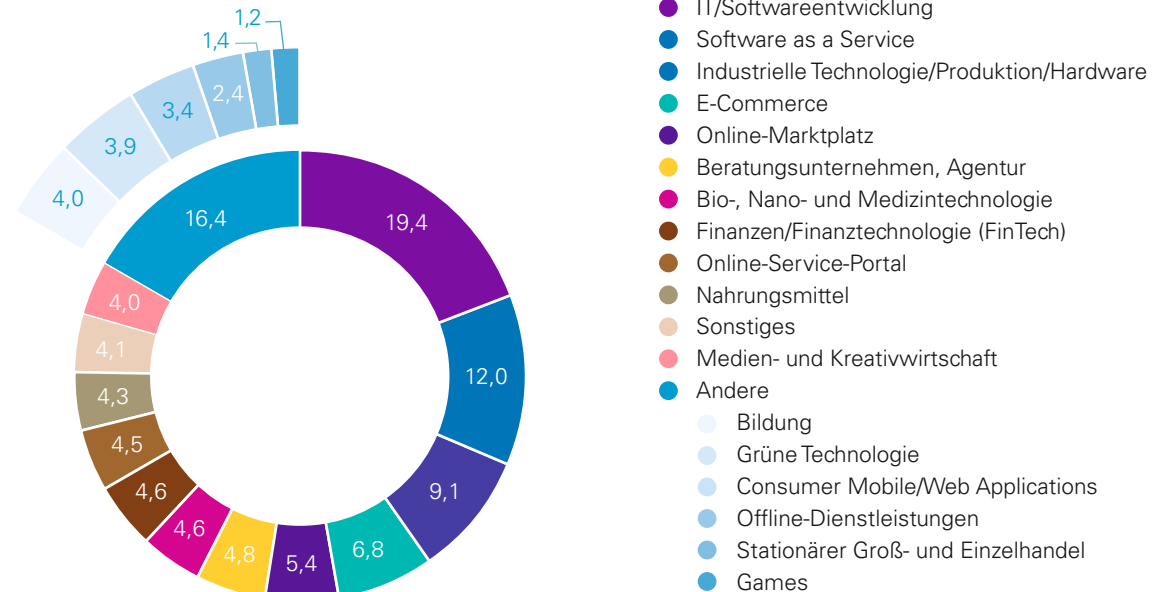
2.5 BRANCHEN

Die Digitale Wirtschaft bleibt das wichtigste Gründungsumfeld für die DSM-Startups.

Um einen Überblick über die Branchen und Geschäftsfelder der DSM-Startups gewinnen zu können, sollten die Teilnehmer ihr Startup einer von insgesamt 18 verschiedenen Kategorien zuordnen. Dabei wird deutlich, dass erneut gut die Hälfte der DSM-Startups in den Bereichen IT/Softwareentwicklung (19,4 %), Software as a Service (12,0 %), Industrielle Technologie/Produktion/Hardware (9,1 %), E-Commerce (6,8 %) sowie Online-Marktplatz (5,4 %) tätig sind. Außerdem vertreten sind mit jeweils 4 bis 5 % die Sparten Beratungsunternehmen und Agentur, FinTechs, Bio-/Nanotechnologie, Online-Service-Portal, Medien-/Kreativwirtschaft sowie Food Startups. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Anteil der Digitalen Wirtschaft im Vergleich zum DSM 2016 noch einmal leicht angestiegen ist, was die Bedeutung dieses Sektors für die deutsche Startup-Szene insgesamt verdeutlicht (vgl. Kollmann 2016b, S. V ff.).

Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass der Anteil von Trend-Branchen wie zum Beispiel Finanzen beziehungsweise Finanztechnologie (FinTech) an der Gesamtheit der DSM-Startups zwar im Vergleich zu 2016 konstant geblieben ist – allerdings erkennt man aufgrund der steigenden Stichprobengröße in den vergangenen Jahren dennoch ein absolutes Wachstum in diesen Branchen.

Abb. 8: Branchen (2017)



n-Wert für 2017: 1.837
 Rundungsdifferenzen möglich
 Werte in Prozent

3 Management und Team



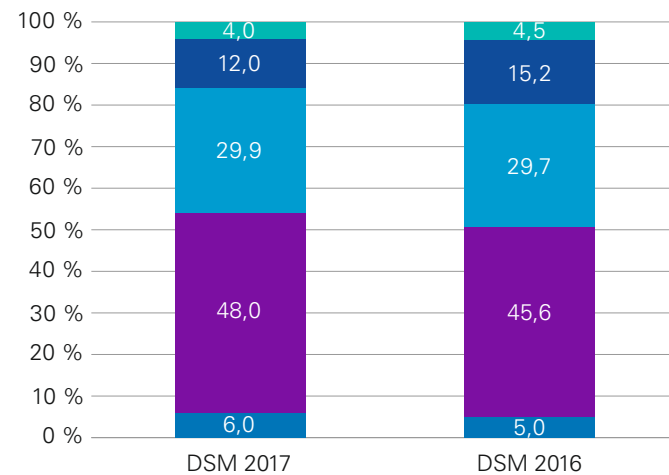
Mut zu gemeinsamer Arbeit

3.1 ALTER

Die Teilnehmer des DSM 2017 sind im Durchschnitt 35,3 Jahre alt.

Die Teilnehmer des DSM 2017 sind im Durchschnitt 35,3 Jahre alt und somit ein Jahr jünger als im Vorjahr (36,3 Jahre). Dies ist auf einen leichten Anstieg des Anteils der jüngeren Gründer in den Altersgruppen von 18 bis 24 Jahren (6,0 %; 2016: 5,0 %) sowie von 25 bis 34 Jahren (48,0 %; 2016: 45,6 %) zurückzuführen.

Abb. 9: Altersgruppen (2016– 2017)



● 18 bis 24 Jahre ● 35 bis 44 Jahre ● 55 und älter
● 25 bis 34 Jahre ● 45 bis 54 Jahre

n-Wert für 2017: 1.785 n-Wert für 2016: 1.224
Rundungsdifferenzen möglich

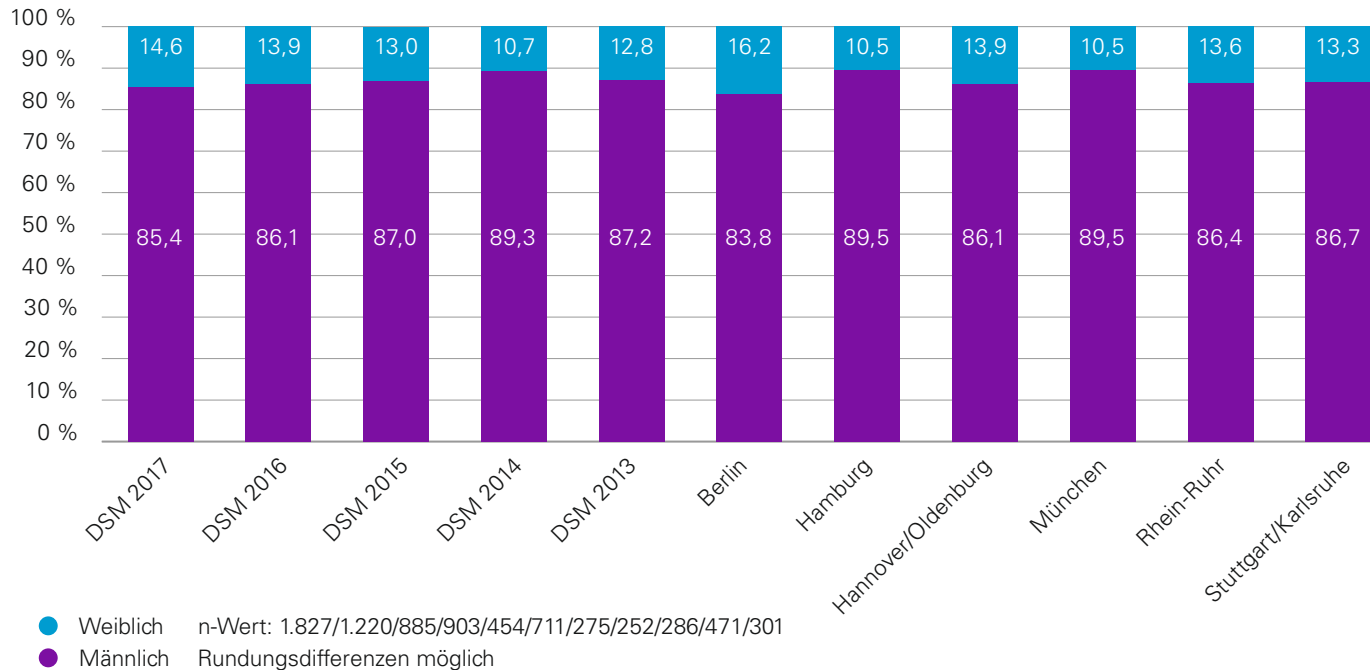
3.2 GESCHLECHT

Der Anteil von Gründerinnen in deutschen Startups steigt das dritte Jahr in Folge leicht auf nunmehr 14,6 %.

Wie in 2016 wurde auch im diesjährigen DSM die Zusammensetzung des gesamten Gründerteams abgefragt, um ein möglichst vollständiges Bild der Gründerlandschaft in Deutschland zu erhalten (von 2013 bis 2015 wurde nur von

der an der Befragung teilnehmenden Person aus dem Gründerteam das Geschlecht erfasst). Die Ergebnisse zeigen, dass der bundesweite Anteil von Frauen in Gründerteams im Vergleich zu den Vorjahren weiter auf inzwischen 14,6 % gestiegen ist. Berliner Startups weisen dabei mit 16,2 % den höchsten und Hamburger sowie Münchner Startups mit je 10,5 % den niedrigsten Frauenanteil unter den Hotspot-Regionen auf.

Abb. 10: Geschlecht der Gründer

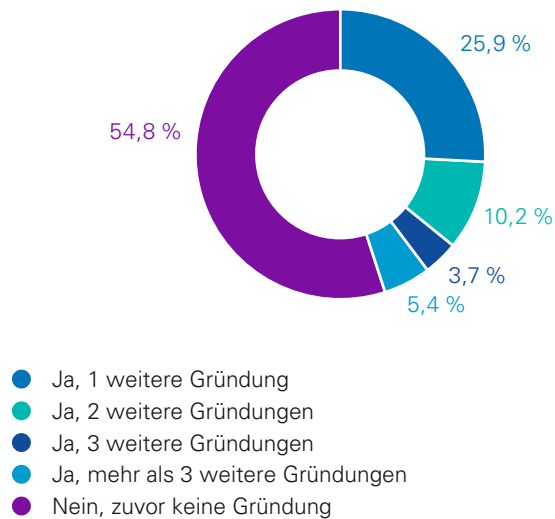


3.3 SERIENGRÜNDER

Der Anteil an Erstgründern im DSM 2017 steigt leicht von 50,8% auf 54,8%.

Der Anteil der Seriengründer im DSM 2017 liegt bei 45,2%. Somit ist der Anteil der Erstgründer im Vergleich zum Vorjahr (2016: 50,8%) leicht auf 54,8% angestiegen. Insgesamt geben 25,9% der Teilnehmer an, vor der aktuellen Gründung bereits ein weiteres Unternehmen gegründet zu haben (2016: 26,8%). Weitere 10,2% haben bereits zwei Unternehmen gegründet (2016: 12,1%) und 9,1% drei oder mehr Unternehmen (2016: 10,2%).

Abb. 11: Seriengründer (2017)



n-Wert für 2017: 1.669

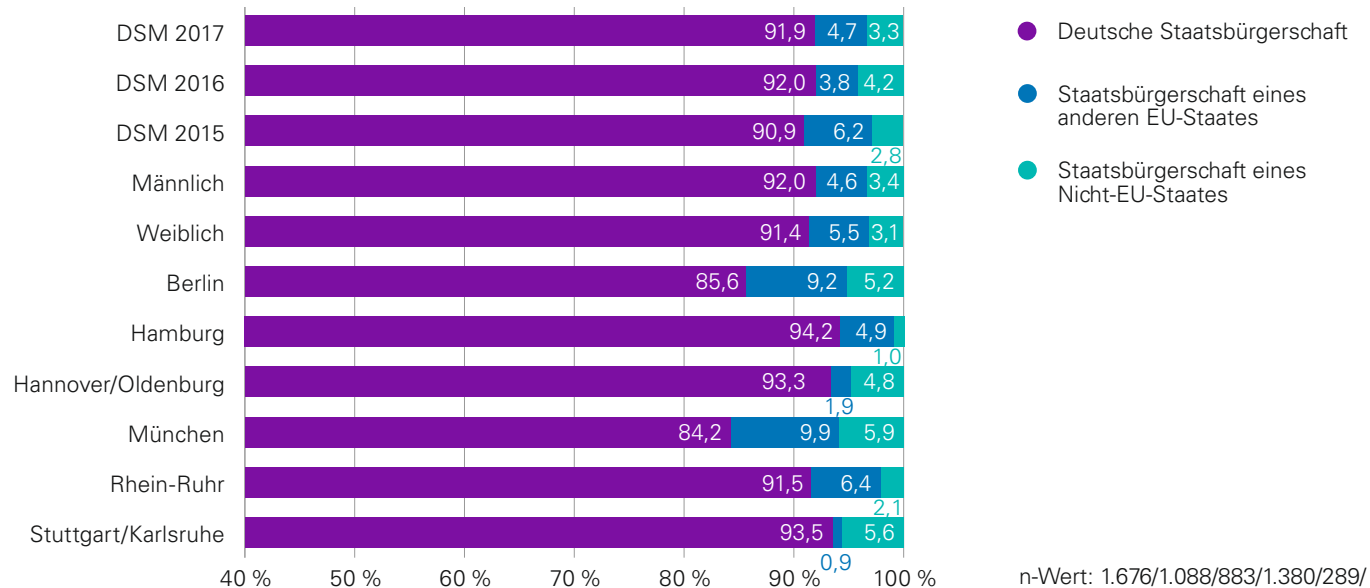
Rundungsdifferenzen möglich

3.4 STAATSANGEHÖRIGKEIT DER GRÜNDER

Erneut kommt fast jeder zehnte Gründer eines DSM-Startups aus dem (EU-)Ausland.

Mit 91,9% besitzt auch in diesem Jahr der Großteil der DSM-Gründer die deutsche Staatsbürgerschaft. Die Staatsbürgerschaft eines anderen EU-Staates geben 4,7% der Teilnehmer an und weitere 3,3% besitzen die Staatsbürgerschaft eines Nicht-EU-Staates. Im Vorjahr stammten 3,8% aus dem EU-Ausland und 4,2% aus dem Nicht-EU-Ausland. Ein bestimmter Trend, der auf den aktuellen Migrationsbewegungen beruhen würde, ist aus den Daten weiterhin nicht erkennbar. Mit insgesamt 8,6% besitzen geringfügig mehr weibliche als männliche Gründer (8,0%) eine ausländische Staatsbürgerschaft.

Abb. 12: Staatsangehörigkeit



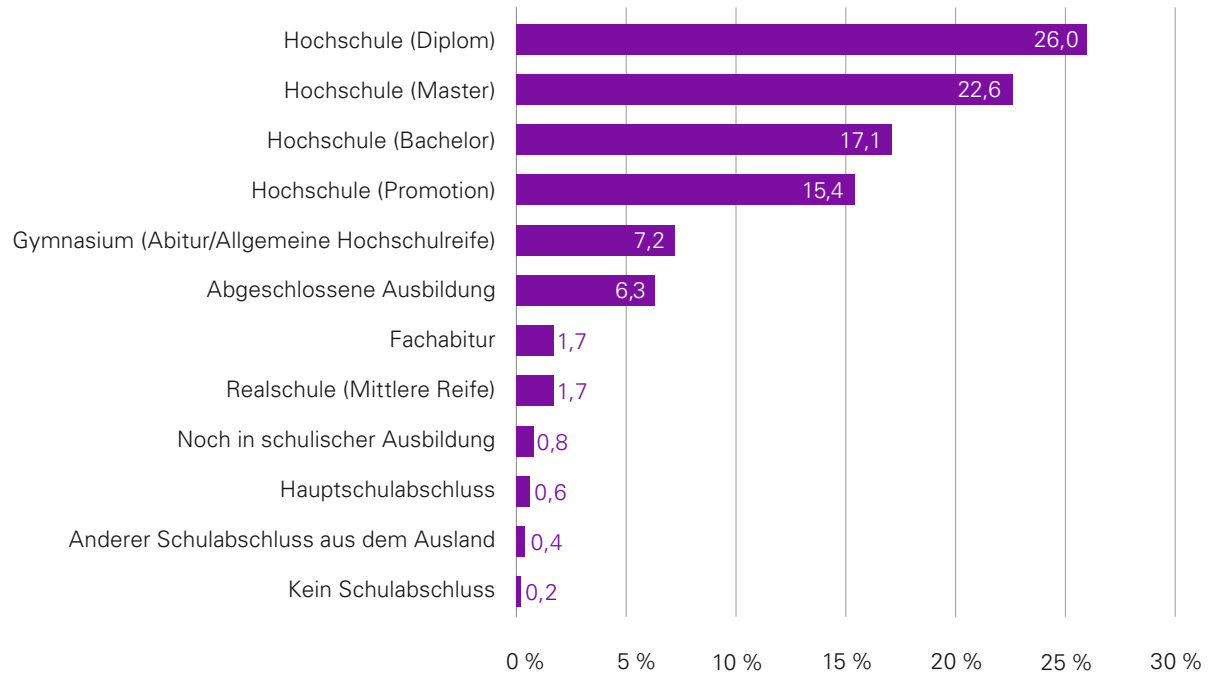
n-Wert: 1.676/1.088/883/1.380/289/
271/103/104/101/188/108
Rundungsdifferenzen möglich

3.5 SCHUL- UND HOCHSCHULAUSBILDUNG

Hochschulen machen Gründer: Vier von fünf Gründern (81,1%) haben einen Hochschulabschluss.

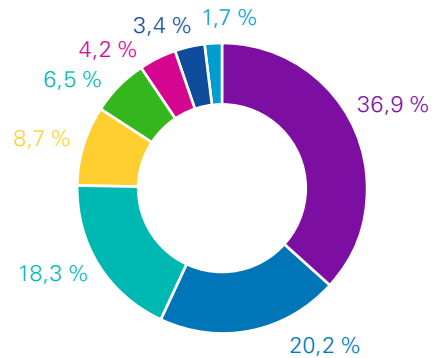
Die Auswertung der höchsten Bildungsabschlüsse der Gründer zeigt, dass mit 81,1 % ein Großteil von ihnen einen Hochschulabschluss hat. Dabei besitzt jeder vierte Gründer (26,0 %) einen Diplomabschluss beziehungsweise jeder fünfte einen Masterabschluss (22,6 %) und 17,1 % verfügen über einen Bachelorabschluss. Weitere 15,4 % der Gründer sind promoviert. Das Abitur geben 7,2 % der Gründer als ihren höchsten Bildungsabschluss an, eine Ausbildung haben 6,3 % abgeschlossen. Nur wenige Gründer geben als höchste Qualifikation das Fachabitur (1,7 %), die mittlere Reife (1,7 %) oder einen Hauptschulabschluss (0,6 %) an. 0,8 % befinden sich noch in der Schulausbildung.

Abb. 13: Höchster Schulabschluss (2017)



n-Wert für 2017: 1.801
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 14: Studienfächer (2017)



- Studienabschluss im Bereich BWL, VWL o. ä.
- Studienabschluss im Bereich Informatik, Computer Science oder Mathematik
- Studienabschluss im Bereich Ingenieurwissenschaften
- Studienabschluss im Bereich Naturwissenschaften
- Studienabschluss im Bereich Geistes-, Kultur- oder Sozialwissenschaften
- Studienabschluss in einem anderen Bereich
- Studienabschluss im Bereich Grafikdesign oder einem anderen künstlerischen Bereich
- Studienabschluss im Bereich Jura oder Rechtswissenschaften

n-Wert für 2017: 1.543

Rundungsdifferenzen möglich

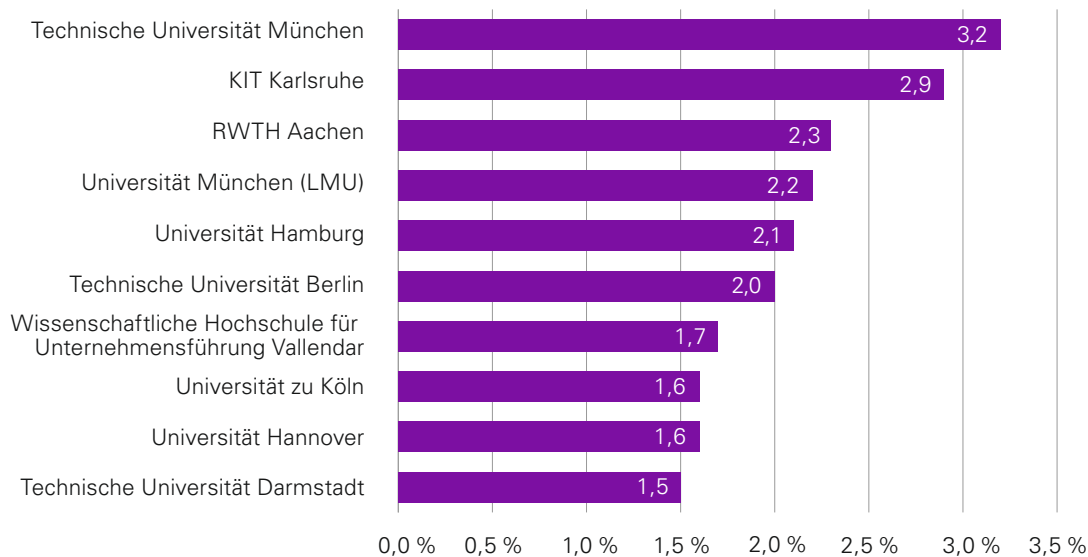
Wirtschaftswissenschaften und MINT-Fächer sind die relevantesten Studiengänge für Gründer.

Studienabschlüsse nach Fächern: Unter Gründern sind wirtschaftswissenschaftliche und MINT-Studiengänge besonders beliebt. Am häufigsten geben die DSM-Gründer mit 36,9 % an, einen Studienabschluss in BWL, VWL oder ähnlich erworben zu haben. Jeder fünfte Gründer erwarb einen Abschluss im Bereich Informatik, Computer Science oder Mathematik (20,2 %) beziehungsweise im Bereich Ingenieurwissenschaften (18,3 %). Knapp jeder Zehnte absolvierte ein Studium im Bereich Naturwissenschaften. Weitere 6,5 % studierten im Bereich Geistes-, Kultur- oder Sozialwissenschaften, 3,4 % im Bereich Grafikdesign oder einem anderen künstlerischen Bereich und Juristen machen schließlich 1,7 % der DSM-Gründer aus.

Die Technische Universität München ist die Top-Gründerhochschule unter den DSM-Gründern 2017.

Nachdem die vorangegangenen Analysen die allgemeine Bedeutung der Hochschulen sowie spezifischer Studiengänge für das Gründungsgeschehen in der deutschen Startup-Landschaft verdeutlicht haben, lohnt sich auch ein Blick auf jene Hochschulen, die besonders viele DSM-Gründer hervorgebracht haben. Die Technische Universität München steht dabei mit einem Anteil von 3,2 % der Gründer im DSM 2017 an der Spitze. Insgesamt betrachtet zeigt sich aber, dass sich die Gesamtheit der Gründer mit Studienabschluss auf eine Vielzahl unterschiedlicher nationaler sowie internationaler Hochschulen verteilt.

Abb. 15: Top-10-Gründerhochschulen (2017)



n-Wert für 2017: 1.545

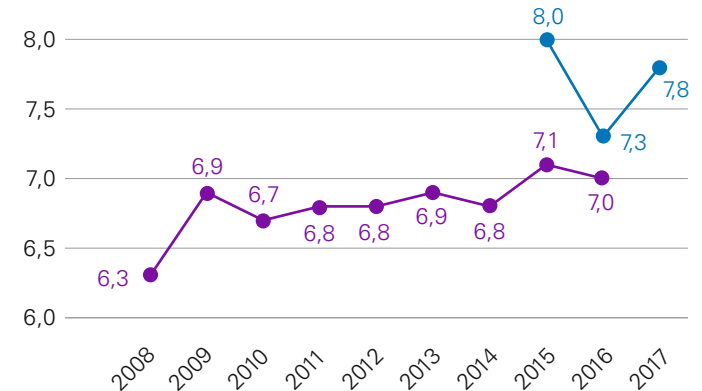
Rundungsdifferenzen möglich

3.6 LEBENSZUFRIEDENHEIT DER GRÜNDER

Die Lebenszufriedenheit der Startup-Gründer liegt weiterhin über der von Arbeitnehmern.

In Anlehnung an die jährlich durchgeführte Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Gallup zur Lebenszufriedenheit deutscher Arbeitnehmer wurden die DSM-Gründer ebenfalls gebeten, ihre derzeitige Lebenszufriedenheit auf einer Skala von 0 bis 10 anzugeben. Die Ergebnisse zeigen, dass Gründer mit einem Wert von 7,8 weiterhin zufriedener mit ihrem Leben sind als Arbeitnehmer (2016: 7,0; vgl. Nink 2017). Den Höchstwert von 10 (voll und ganz zufrieden) vergeben immerhin 14,4 % der DSM-Gründer, wohingegen nur 0,3 % den Wert 0 (überhaupt nicht zufrieden) angeben.

Abb. 16: Lebenszufriedenheit (2008–2017)



● Gründer

n-Wert für 2017: 1.806

● Arbeitnehmer (Gallup)

n-Wert für 2016: 755

Quelle: Nink 2017, S. 4

n-Wert für 2015: 878

Rundungsdifferenzen möglich

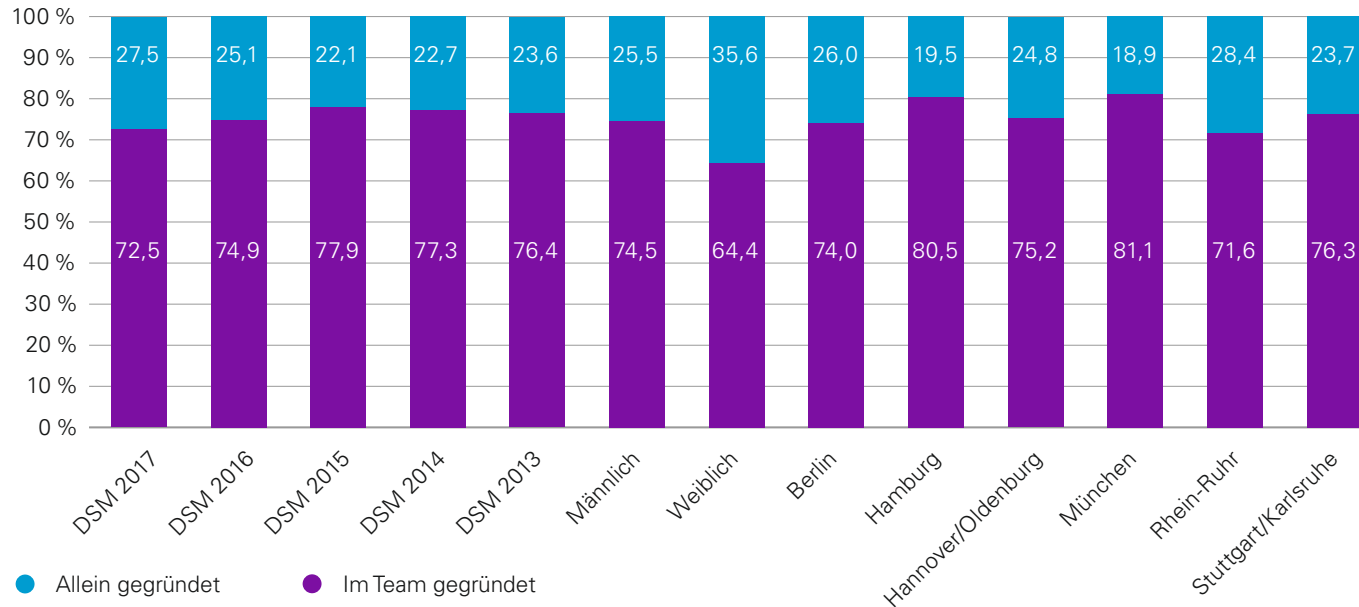
3.7 TEAMQUOTE UND TEAMGRÖSSE

Drei von vier Startups werden im Team gegründet.

Teamquote bundesweit: Der Blick auf die Teamquote zeigt, dass – unverändert seit dem ersten DSM im Jahr 2013 – durchschnittlich circa drei von vier Startups im Team gegründet werden. Der Anteil der Sologründungen liegt im DSM 2017 bei 27,5 % und damit etwas höher als im Vorjahr (25,1 %). Ebenfalls ähnlich wie im Vorjahr gründen Frauen mit gut 10 Prozentpunkten Unterschied seltener im Team (64,4 %) als Männer (74,5 %).

Teamquote nach Regionen: Im Vergleich der Gründungs-Hotspots hat München (81,1 %) Berlin (74,0 %) bei den meisten Teamgründungen abgelöst. Berlin weist damit aktuell weniger Teamgründungen auf als Hamburg (80,5 %), Stuttgart/Karlsruhe (76,3 %) und Hannover/Oldenburg (75,2 %). Insgesamt liegen die Teamquoten in den Gründungs-Hotspots jedoch über dem Bundesdurchschnitt. Lediglich die Metropolregion Rhein-Ruhr liegt im diesjährigen DSM mit 71,6 % unter dem Bundesdurchschnitt.

Abb. 17: Teamquote



n-Wert: 1.823/1.221/1.024/867/454/1.476/348/309/114/110/111/208/118

Rundungsdifferenzen möglich

Über die Hälfte der Startups (57,7%) werden durch zwei oder drei Personen gegründet.

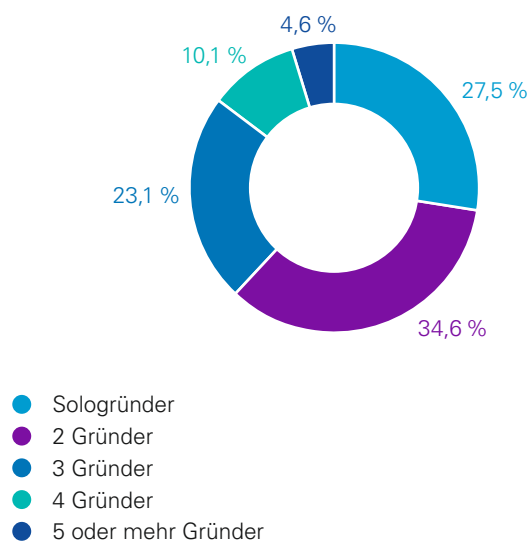
Teamgröße: Die durchschnittliche Teamgröße liegt im DSM 2017 bei 2,3 Gründern (2016: 2,5 Gründer). Dabei erfolgt mehr als jede dritte Gründung durch zwei Personen und knapp jede vierte durch drei Personen. 10,1 % der Startups wurden von vier Personen gegründet und lediglich 4,6 % durch fünf oder mehr Personen.

3.8 ANZAHL MITARBEITER AKTUELL

Die Startups im DSM 2017 beschäftigen insgesamt 19.913 Mitarbeiter.

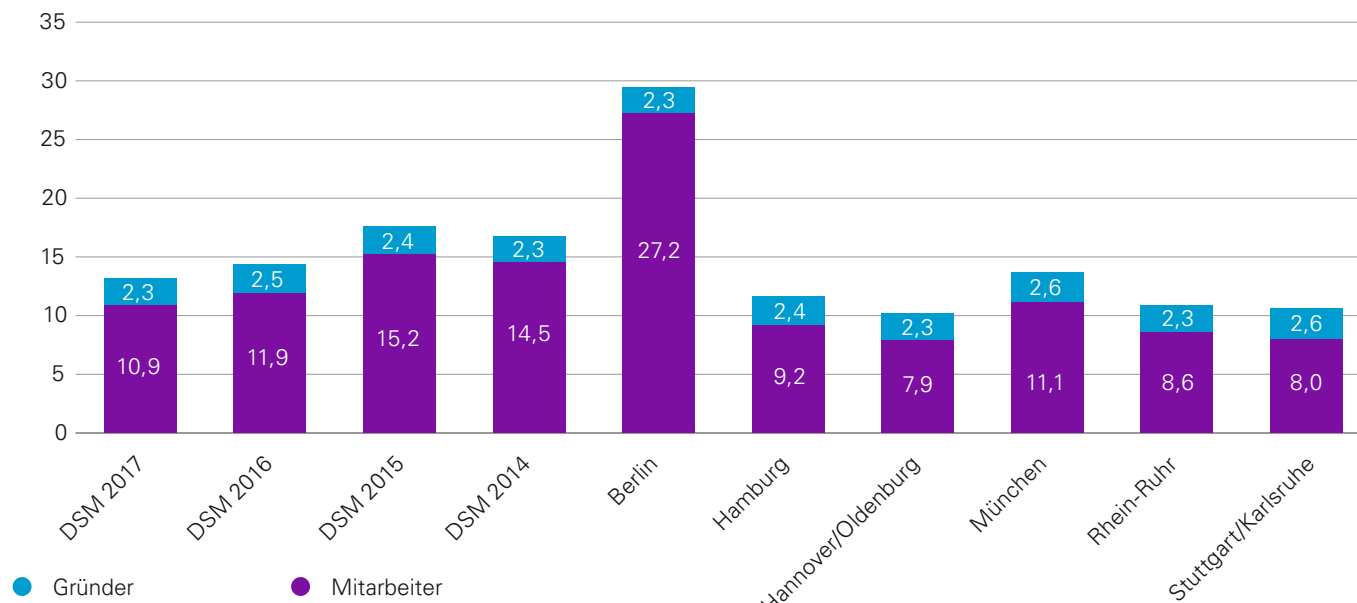
Insgesamt beschäftigen die DSM-Startups nach eigenen Angaben 19.913 Mitarbeiter (in Summe). Der DSM 2017 repräsentiert damit rund 5.000 Mitarbeiter mehr als noch im Vorjahr (14.513 Mitarbeiter). Im Vorjahresvergleich zeigt sich jedoch, dass die befragten Startups durchschnittlich einen Mitarbeiter weniger beschäftigen (10,9 Mitarbeiter; 2016: 11,9 Mitarbeiter).

Abb. 18: Teamgröße (2017)



n-Wert für 2017: 1.823
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 19: Mitarbeiter- und Gründeranzahl nach Regionen



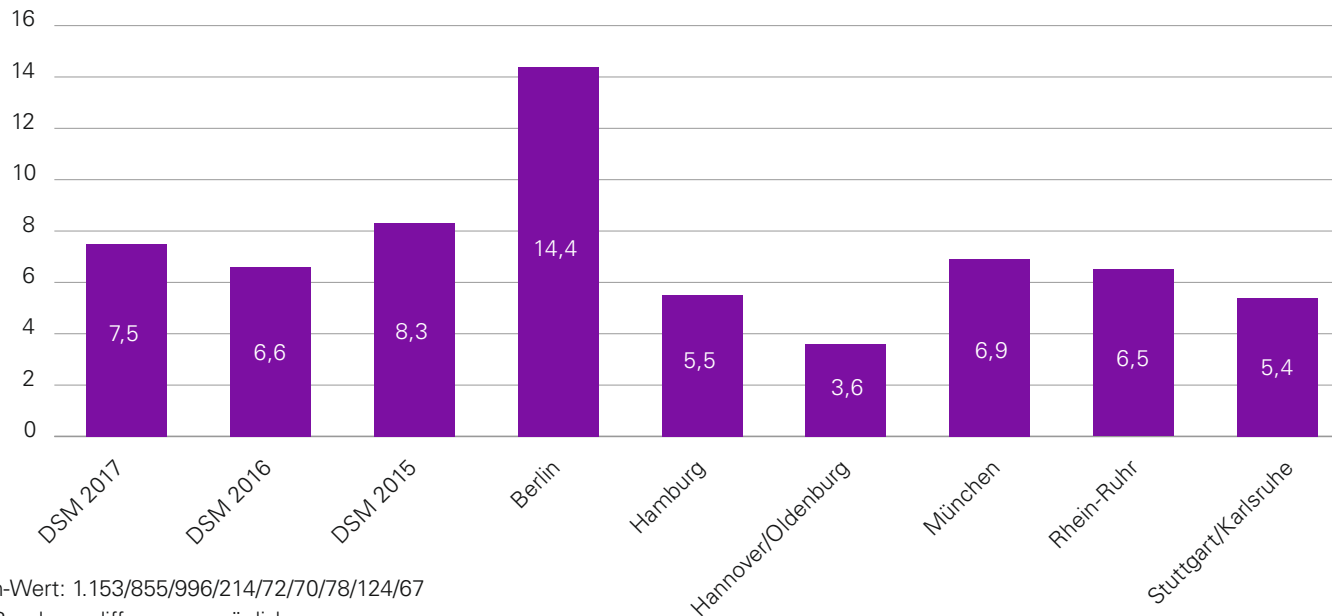
n-Wert: 1.837/1.063/1.061/903/309/114/111/111/208/118
Rundungsdifferenzen möglich

3.9 GEPLANTE NEUEINSTELLUNGEN

DSM-Startups planen wieder mehr Neueinstellungen. Durchschnittlich 7,5 Mitarbeiter sollen je Startup neu eingestellt werden.

Die im DSM 2017 teilnehmenden Startups planen im Laufe der kommenden zwölf Monate insgesamt 8.611 Neueinstellungen. Im Durchschnitt sind dies pro Startup 7,5 Neueinstellungen und somit wieder knapp ein Arbeitsplatz mehr als im DSM 2016. Der regionale Vergleich zeigt, dass Berliner Startups mit 14,4 geplanten Neueinstellungen gut doppelt so viele neue Mitarbeiter einstellen möchten wie die nächstplatzierten Regionen München (6,9 Neueinstellungen) und Rhein-Ruhr (6,5 Neueinstellungen). Die Region Hannover/Oldenburg plant die wenigsten Neueinstellungen für die nächsten zwölf Monate (3,6 Neueinstellungen).

Abb. 20: Geplante Neueinstellungen nach Regionen



n-Wert: 1.153/855/996/214/72/70/78/124/67
Rundungsdifferenzen möglich

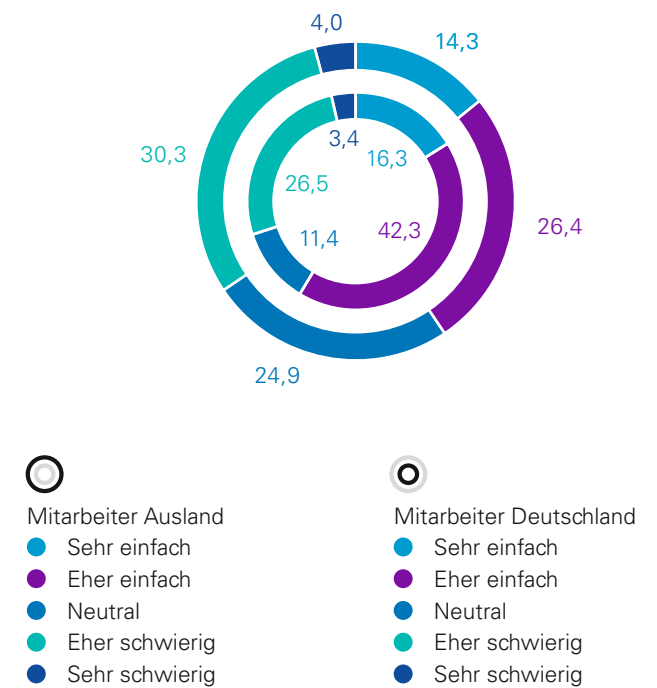
3.10 HERAUSFORDERUNGEN BEI NEUEINSTELLUNGEN

Nur circa jeder dritte Gründer empfindet die Neueinstellung deutscher beziehungsweise ausländischer Arbeitnehmer als (eher oder sehr) schwierig.

Da die vorhergehenden DSM-Studien gezeigt haben, dass Startups regelmäßig neue Arbeitsplätze schaffen und teils erhebliche Neueinstellungen planen, wurden die Teilnehmer in diesem Jahr zusätzlich danach gefragt, ob sie die Einstellung neuer Mitarbeiter aus Deutschland sowie aus dem Ausland als einfach oder schwierig beurteilen.

Als sehr einfach beurteilen dies mit 16,3 % für Mitarbeiter aus Deutschland beziehungsweise 14,3 % für Mitarbeiter aus dem Ausland jeweils ähnlich viele Teilnehmer. Als eher einfach empfindet dies mehr als jeder dritte Gründer

Abb. 21: Schwierigkeiten bei der Neueinstellung von Mitarbeitern aus dem In- und Ausland (2017)

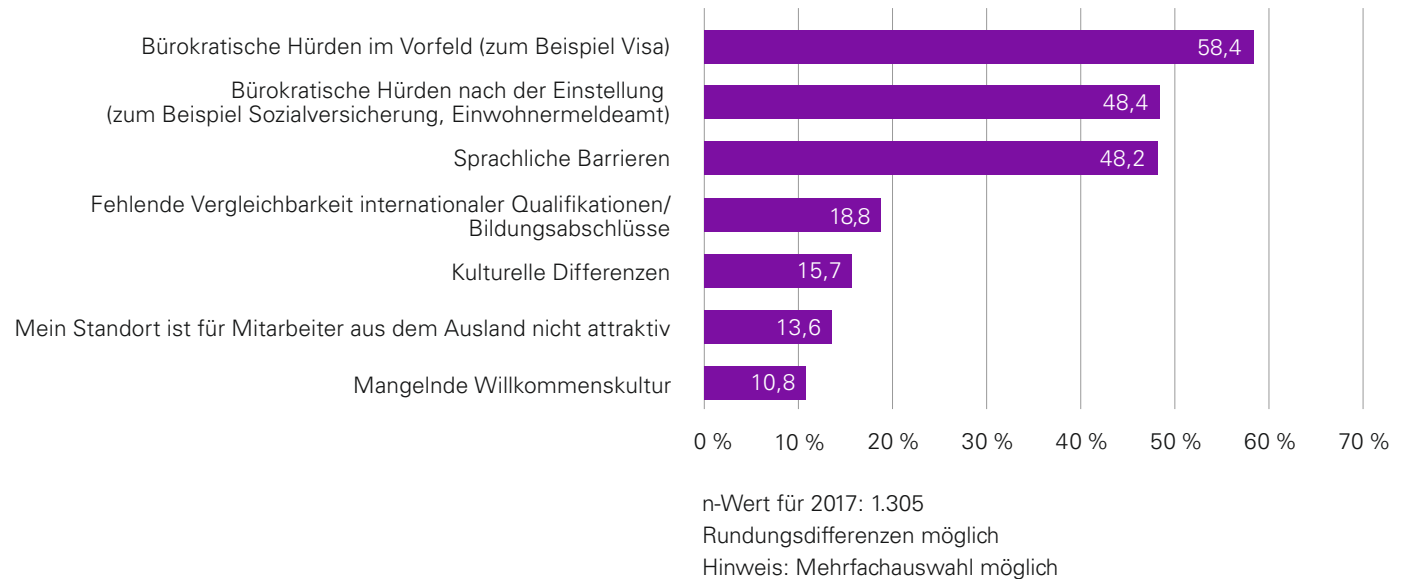


n-Wert für 2017: 1.587
Rundungsdifferenzen möglich
Werte in Prozent

(42,3 %) für deutsche Mitarbeiter, jedoch nur jeder vierte Gründer (26,4 %) für ausländische Mitarbeiter. Als neutral stufen 11,4 % der Befragten die Neueinstellung deutscher Arbeitnehmer und 24,9 % die Neueinstellung ausländischer Arbeitnehmer ein. Als eher schwierig erachtet ein Anteil von 26,5 % die Neueinstellung deutscher beziehungsweise 30,3 % die Neueinstellung ausländischer Arbeitnehmer. Erfreulich ist, dass lediglich 3,4 % beziehungsweise 4,0 % die Neueinstellung von deutschen beziehungsweise ausländischen Arbeitnehmern als sehr schwierig einschätzen.

Die DSM-Gründer wurden auch nach den konkreten Herausforderungen gefragt, die sie bei der Neueinstellung von Mitarbeitern aus dem Ausland erleben. Die Befragten geben hier bürokratische Hürden im Vorfeld (zum Beispiel Visa) als größte Herausforderung mit 58,4 % an, knapp die Hälfte gibt außerdem bürokratische Hürden nach der Einstellung (48,4 %) sowie sprachliche Barrieren (48,2 %) als herausfordernde Aufgabe an. Die fehlende Vergleichbarkeit internationaler Abschlüsse sehen 18,8 % als Schwierigkeit an, 15,7 % tun dies mit Blick auf kulturelle Differenzen. 13,6 % antworten, dass ihr Standort für Mitarbeiter aus dem Ausland nicht attraktiv sei und lediglich 10,8 % geben eine mangelnde Willkommenskultur als Gründe für Schwierigkeiten bei der Einstellung internationaler Mitarbeiter an.

Abb. 22: Herausforderungen bei Neueinstellungen von Mitarbeitern aus dem Ausland (2017)



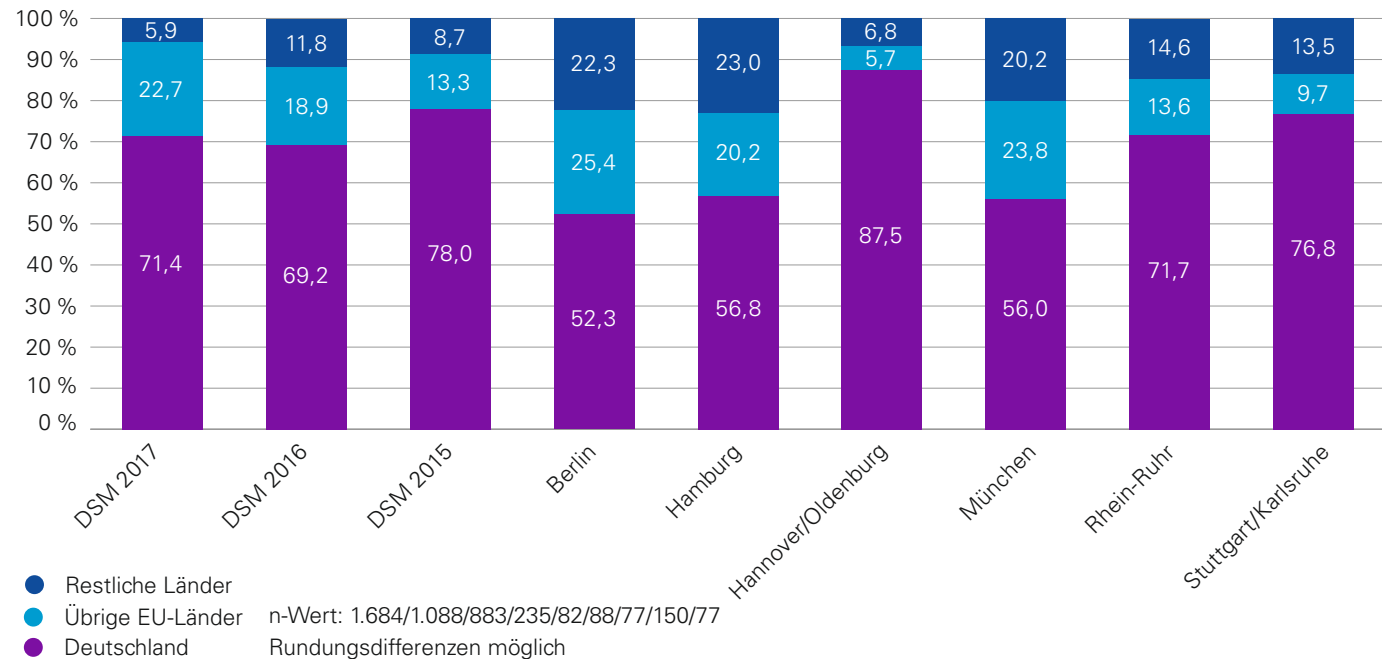
3.11 HERKUNFT DER MITARBEITER

Berliner Startups beschäftigen weiterhin die meisten internationalen Mitarbeiter: Fast jeder zweite Mitarbeiter kommt aus dem (EU-)Ausland.

Ein detailliertes Bild der Mitarbeiterstruktur in den DSM-Startups liefert auch in diesem Jahr die Frage zur Herkunft der Startup-Mitarbeiter. Insgesamt betrachtet ist der Anteil der Mitarbeiter aus dem Ausland leicht auf 28,6 % zurückgegangen. Dieser Rückgang betrifft jedoch nur die Mitarbeiter aus Nicht-EU-Ländern (5,9 %; Vorjahr: 11,8 %), wohingegen der Anteil der Mitarbeiter aus den übrigen EU-Ländern von 18,9 % auf nunmehr 22,7 % gestiegen ist.

Herkunft der Mitarbeiter nach Regionen: Im regionalen Vergleich weisen weiterhin Berliner Startups die internationalste Startup-Belegschaft auf. Fast jeder zweite Mitarbeiter (47,7 %) kommt hier aus dem (EU-)Ausland. Ebenfalls einen hohen Anteil internationaler Mitarbeiter weisen München (44,0 %) und Hamburg (43,2 %) auf. Den geringsten Anteil ausländischer Mitarbeiter weist die Region Hannover/Oldenburg mit 12,5 % auf. Interessanterweise halten sich die Anteile der Mitarbeiter aus dem EU-Ausland sowie dem Nicht-EU-Ausland bei den DSM-Startups in den sechs Gründungs-Hotspots jeweils nahezu die Waage, sodass der insgesamt geringere Anteil an Nicht-EU-Ausländern in der Belegschaft auf die übrigen Gebiete außerhalb der Hotspots zurückzuführen ist.

Abb. 23: Herkunft der Mitarbeiter



4 Produkt und Service

Mut zu neuen Spielräumen

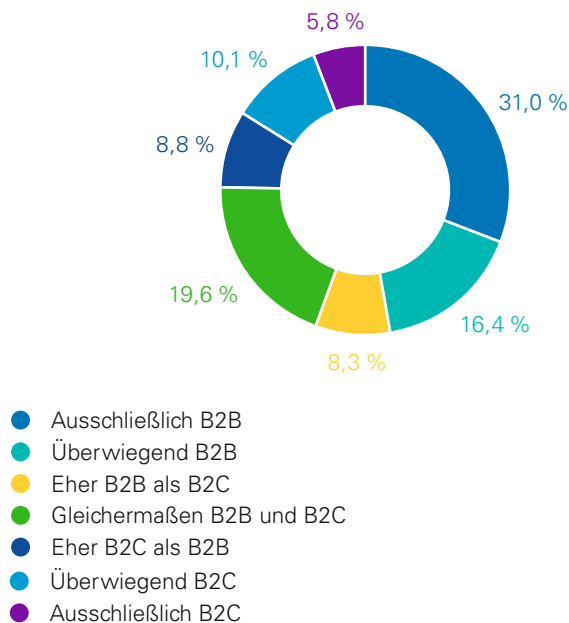
4.1 NUTZER UND KUNDEN

Deutsche Startups adressieren mit ihren Angeboten häufiger den B2B-Bereich.

Seit dem DSM 2015 wird bei den Studienergebnissen zwischen Nutzern eines Angebots (inklusive kostenloser Nutzung) und Kunden (mit denen Umsatz generiert wird) unterschieden. Die befragten Startups sollten entsprechend einordnen, ob sie jeweils eher B2B- oder B2C-Nutzer beziehungsweise -Kunden adressieren.

Adressierte Nutzer: Die Auswertung der Antworten zeigt, dass mit 55,7 % mehr als die Hälfte der DSM-Startups (eher/überwiegend/ausschließlich) B2B-Nutzer adressiert. Etwa jedes fünfte Startup adressiert gleichermaßen B2B- und B2C-Nutzer (19,6 %), jedes vierte adressiert (eher/überwiegend/ausschließlich) B2C-Nutzer (24,7 %). Im Vergleich zum Vorjahr werden somit mehr B2B-Nutzer adressiert.

Abb. 24: Welche Nutzer adressiert dein Startup? (2017)



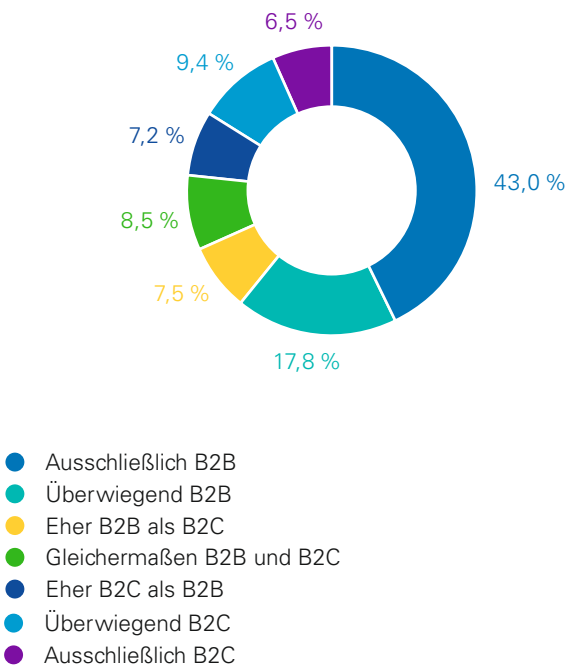
n-Wert für 2017: 1.767

Rundungsdifferenzen möglich

Adressierte Kunden: Hinsichtlich der umsatzbringenden Kunden liegt der Anteil der Startups, die ihre Umsätze (eher/überwiegend/ausschließlich) mit B2B-Kunden erwirtschaften, bei 68,3 %, während lediglich 8,5 % ihre Umsätze gleichermaßen mit B2B- und B2C-Kunden generieren. Knapp jedes vierte Startup (23,1 %) erwirtschaftet seine Umsätze hingegen (eher/überwiegend/ausschließlich) durch B2C-Kunden.

Die Ergebnisse zeigen zum einen abermals die Bedeutung von B2B-Kunden für die Umsatzgenerierung der DSM-Startups und zum anderen, dass der Nutzer- und Kundenkreis von Startups unterschiedlich sein kann, was zum Beispiel oftmals in der Digitalen Wirtschaft zu beobachten ist (vgl. Kollmann 2016a, S. 57 ff.) (siehe Abb. 25).

Abb. 25: Durch welche Kunden erwirtschaftet dein Startup seine Umsätze? (2017)



n-Wert für 2017: 1.657
 Rundungsdifferenzen möglich

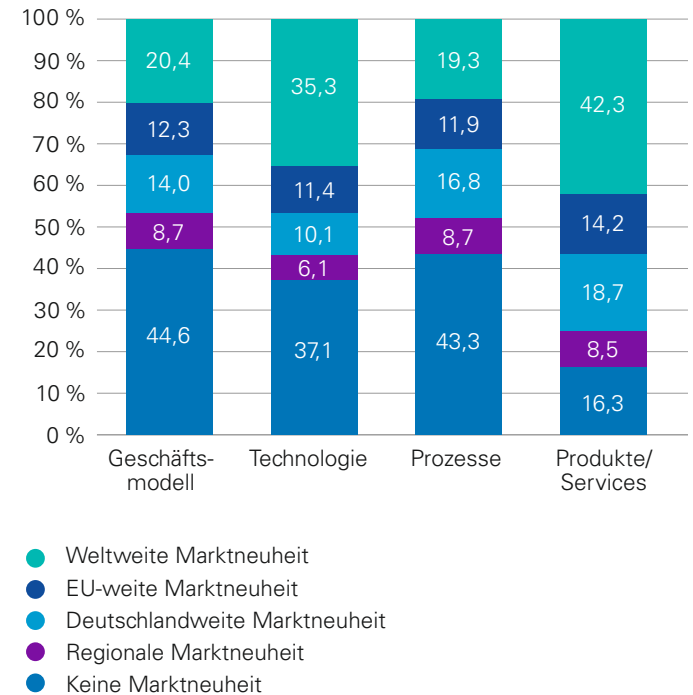
4.2 INNOVATIVITÄT DES ANGEBOTS

Noch Luft nach oben: Weltweit neuartige Geschäftsmodelle und Prozesse bringt weiterhin nur jedes fünfte deutsche Startup hervor.

Obgleich die DSM-Startups per Definition (hoch) innovativ sind, lohnt sich ein genauerer Blick darauf, ob und in welchen Bereichen sie Marktneuheiten hervorbringen. Die befragten Teilnehmer wurden daher gebeten, ihr Geschäftsmodell, ihre Technologie, ihre Prozesse sowie Produkte beziehungsweise Services entsprechend dem jeweiligen Innovationsgrad auf regionaler, deutschlandweiter, EU-weiter und weltweiter Ebene einzuordnen.

Während circa jedes fünfte Startup in seinem Geschäftsmodell und seinen Prozessen eine weltweite Marktneuheit sieht, geben 35,3 % dies für ihre Technologie sowie 42,3 % für ihre Produkte beziehungsweise Services an. Jeweils ungefähr 11 bis 12 % konnten in den drei Bereichen Geschäftsmodell, Technologie und Prozesse und 14,2 % im Bereich Produkte/Services immerhin eine EU-weite Marktneuheit hervorbringen. Deutschlandweite Marktneuheiten sind mit Ausnahme des Bereichs Technologie wiederum etwas häufiger zu beobachten als EU-weite. Jeweils rund 6 bis 9 % brachten lediglich regionale Marktneuheiten hervor. Ungefähr vier von zehn Startups sehen ihr Geschäftsmodell, ihre Technologie oder ihre Prozesse als keine Marktneuheit an. Dieser Anteil ist im Bereich Produkte/Services mit 16,3 % deutlich geringer.

Abb. 26: Innovationsgrad (2017)



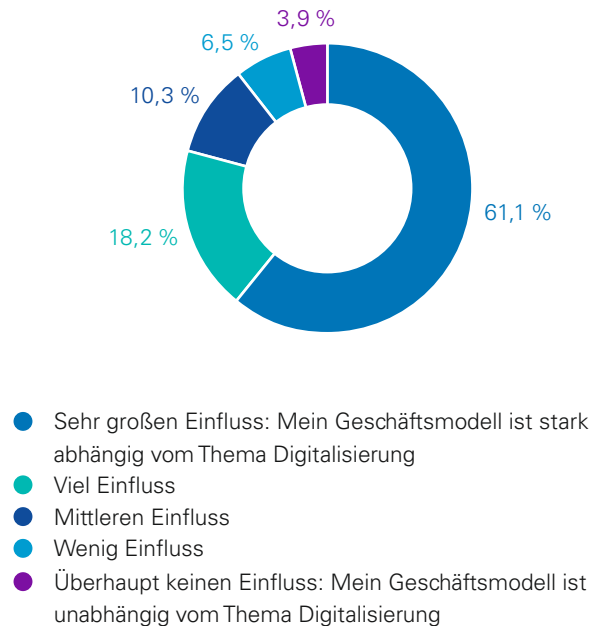
n-Wert für Geschäftsmodell: 1.775
 n-Wert für Technologie: 1.752
 n-Wert für Prozesse: 1.740
 n-Wert für Produkt/Service: 1.769
 Rundungsdifferenzen möglich

4.3 EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG

Acht von zehn deutschen Startups spüren einen signifikanten Einfluss der Digitalisierung auf ihr Geschäftsmodell.

Ausgehend von den Ergebnissen der vorherigen DSM-Studien und der Bedeutung des Themas Digitalisierung für das Geschäftsmodell zahlreicher erfolgreicher Unternehmen wie zum Beispiel Google, Facebook oder Alibaba (vgl. Kollmann/Hensellek 2017a), wurden in diesem Jahr die DSM-Startups erstmals auch direkt nach dem Einfluss der Digitalisierung auf ihr Geschäftsmodell befragt. Dabei geben 61,1 % der Gründer an, dass das Geschäftsmodell ihres Startups stark abhängig vom Thema Digitalisierung ist. Weitere 18,2 % geben an, dass dieses Thema viel Einfluss hat und jedes zehnte Startup (10,3 %) gibt einen mittleren Einfluss an. Nur 6,5 % erkennen wenig Einfluss der Digitalisierung bei ihrem Geschäftsmodell und 3,9 % sind mit ihrem Geschäftsmodell sogar unabhängig vom Thema Digitalisierung.

Abb. 27: Einfluss der Digitalisierung auf das Geschäftsmodell (2017)



n-Wert für 2017: 1.717
Rundungsdifferenzen möglich

5 Prozesse



Mut zu kreativen Wegen

5.1 UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Profitabilität (84,3%) geht für die DSM-Startups noch vor schnellem Wachstum (73,3%).

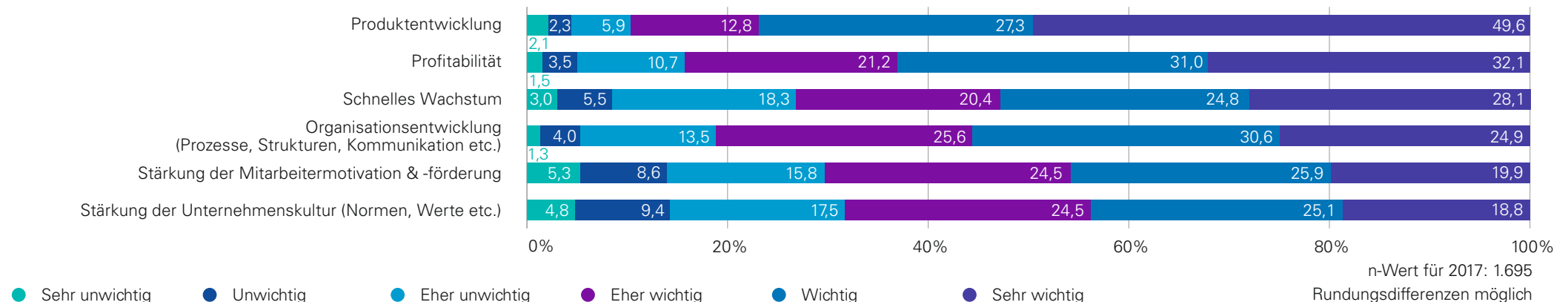
Aufgrund ihres jungen Alters, ihrer geringen Größe und der begrenzten Ressourcen sehen sich Startups oftmals nicht nur den Herausforderungen des Marktes, sondern auch

internen Herausforderungen wie zum Beispiel der Organisationsentwicklung gegenübergestellt. Daher wurde im DSM 2016 erstmals auch die Frage nach den strategischen Zielen der Startups gestellt.

Die Antworten aus dem DSM 2017 zeigen, dass der Hälfte der Startups (49,6%) insbesondere die Produktentwicklung sehr wichtig und weiteren 40,1% (eher) wichtig

ist. Darauf folgt die Profitabilität, die 32,1% sehr wichtig und jedem zweiten Startup (52,2%) (eher) wichtig ist. Schnelles Wachstum ist 28,1% sehr wichtig und 45,2% (eher) wichtig. Die Organisationsentwicklung hingegen ist weniger Startups sehr wichtig (24,9%), jedoch wiederum mehr Startups eher wichtig oder wichtig (56,2%). Die Stärkung der Mitarbeitermotivation sowie der Unternehmenskultur ist schließlich circa 70% der Startups (sehr oder eher) wichtig.

Abb. 28: Aktuelle Unternehmensstrategien (2017)



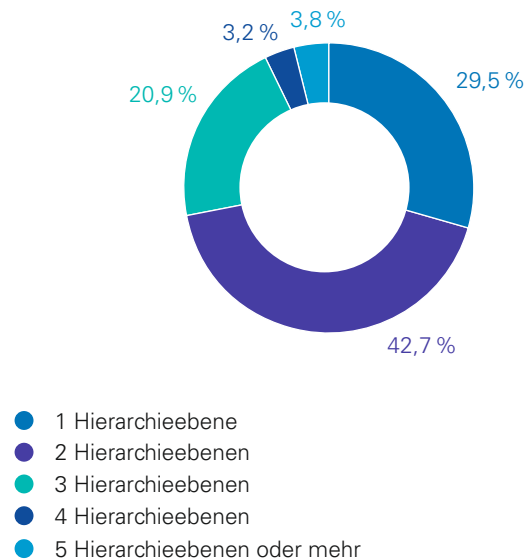
5.2 HIERARCHIEEBENEN

Flache Hierarchien dominieren weiterhin in DSM-Startups. Nur 7,0% haben vier oder mehr Hierarchieebenen.

Im vergangenen Jahr wurden die DSM-Startups erstmals zur Anzahl ihrer Hierarchieebenen befragt, wobei das Überwiegen flacher Hierarchien deutlich zu erkennen war.

Dies ist in diesem Jahr nicht anders: So haben im DSM 2017 nur 7,0 % aller Startups vier oder mehr Hierarchieebenen. Der Anteil der Startups mit nur einer Hierarchieebene ging von 33,9 % auf 29,5 % zurück, wohingegen der Anteil derer mit zwei Hierarchieebenen um 2,1 Prozentpunkte auf 42,7 % anstieg. Jedes fünfte Startup (20,9 %) weist drei Hierarchieebenen auf.

Abb. 29: Anzahl der Hierarchieebenen im Startup* (2017)



n-Wert für 2017: 665
Rundungsdifferenzen möglich

* Es wurden nur Startups mit mindestens fünf Mitarbeitern berücksichtigt.

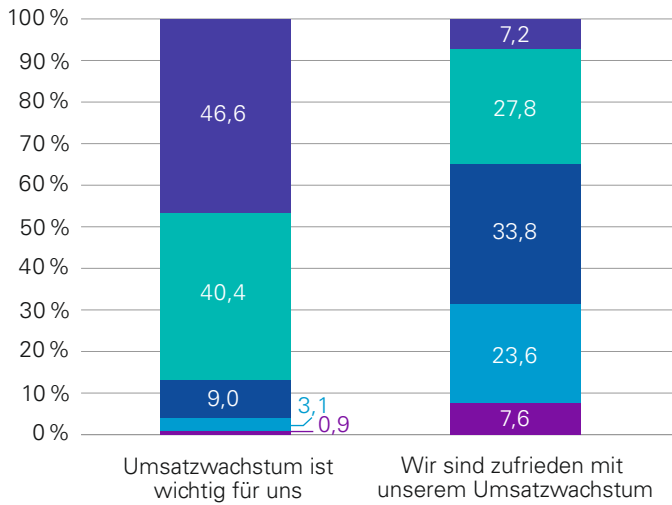
5.3 KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Über die Hälfte (58,3%) der Startups ist mit ihrer Position relativ zum Wettbewerb zufrieden.

Trotz ihres jungen Alters und der noch wachsenden Strukturen sollten Startups so früh wie möglich bereits funktionierende Controlling-Systeme einführen, die ihren besonderen Charakteristika als junge, innovative Wachstumsunternehmen gerecht werden (vgl. Brettel/Faaß/Heinemann 2007; Kollmann 2016b, S. 449 ff.; Kollmann/Hensellek 2017b).

Neben quantitativen KPIs zählen dazu auch qualitative Indikatoren wie zum Beispiel die Position relativ zum Wettbewerb. Hinsichtlich des Umsatzwachstums geben insgesamt 87,0 % der Gründer an, dass ihnen dieses wichtig sei, es sind jedoch bislang nur 35,0 % damit zufrieden. Ein ähnliches Bild zeigt sich für die Profitabilität, die für 81,5 % der DSM-Startups wichtig ist, aber bislang nur für 33,5 % derzeit zufriedenstellend ist. Die Position relativ zum Wettbewerb erachten 76,9 % als wichtig und im direkten Vergleich mit ihren Wettbewerbern sind auch über die Hälfte der Startups (58,3 %) mit ihrer Position zufrieden.

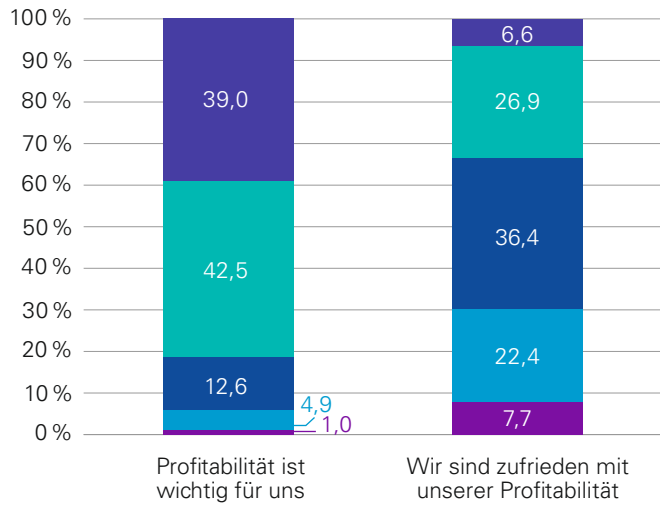
Abb. 30: Umsatzwachstum (2017)



- Stimme voll und ganz zu
- Stimme zu
- Neutral
- Stimme nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

n-Werte für 2017: 1.518/1.348
Rundungsdifferenzen möglich

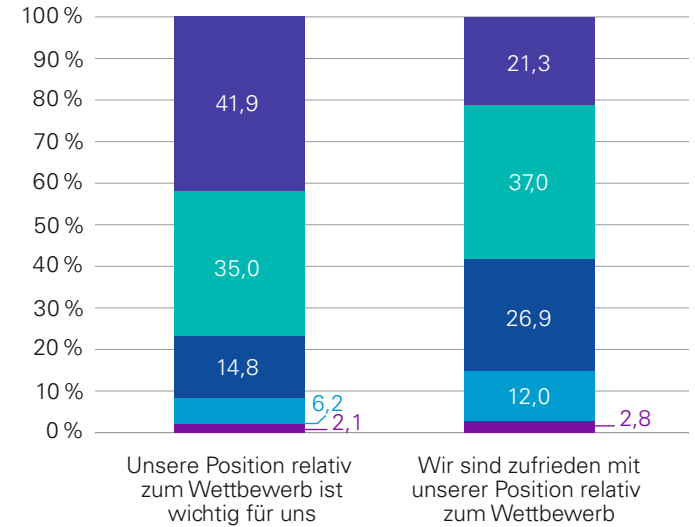
Abb. 31: Profitabilität (2017)



- Stimme voll und ganz zu
- Stimme zu
- Neutral
- Stimme nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

n-Werte für 2017: 1.524/1.355
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 32: Position zum Wettbewerb (2017)



- Stimme voll und ganz zu
- Stimme zu
- Neutral
- Stimme nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

n-Werte für 2017: 1.491/1.383
Rundungsdifferenzen möglich

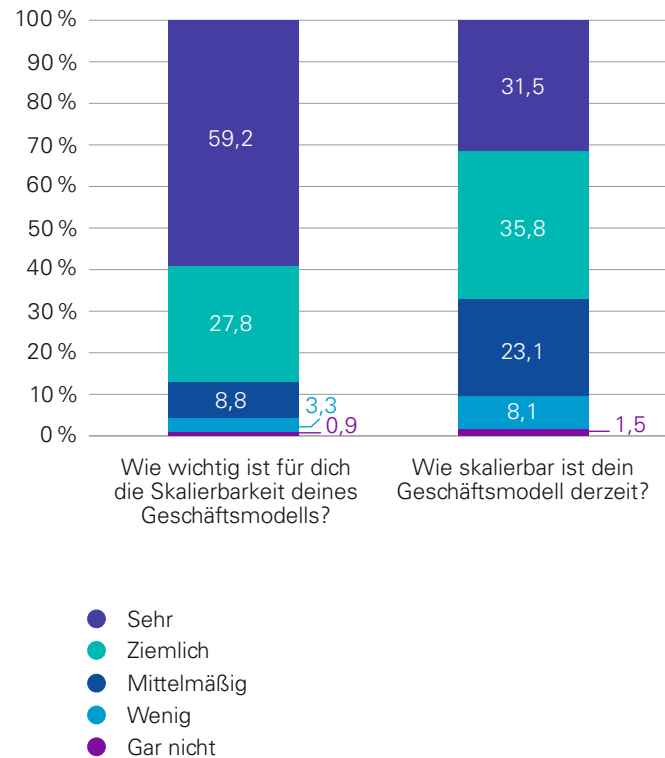
5.4 SKALIERBARKEIT UND STANDARDISIERUNG

Noch viel zu tun: Für 59,2% ist Skalierbarkeit sehr wichtig, aber erst 31,5% besitzen ein sehr skalierbares Geschäftsmodell.

Skalierbarkeit des Geschäftsmodells: Die Skalierbarkeit von Geschäftsmodellen stellt für viele Startups und deren Investoren ein entscheidendes Erfolgskriterium dar (vgl. Kollmann 2016b, S. 259 ff.). Demgemäß geben 87,0% der Gründer an, dass die Skalierbarkeit ihres Geschäftsmodells (sehr oder ziemlich) wichtig sei. Für 8,8% hat dies immerhin noch mittelmäßige Wichtigkeit. Die tatsächliche Skalierbarkeit ist dagegen nur bei 67,3% aktuell bereits (sehr oder ziemlich) gegeben. Weitere 23,1% sagen, dass ihr Geschäftsmodell aktuell nur mittelmäßig skalierbar sei und 9,6% besitzen zurzeit ein wenig oder gar nicht skalierbares Geschäftsmodell.

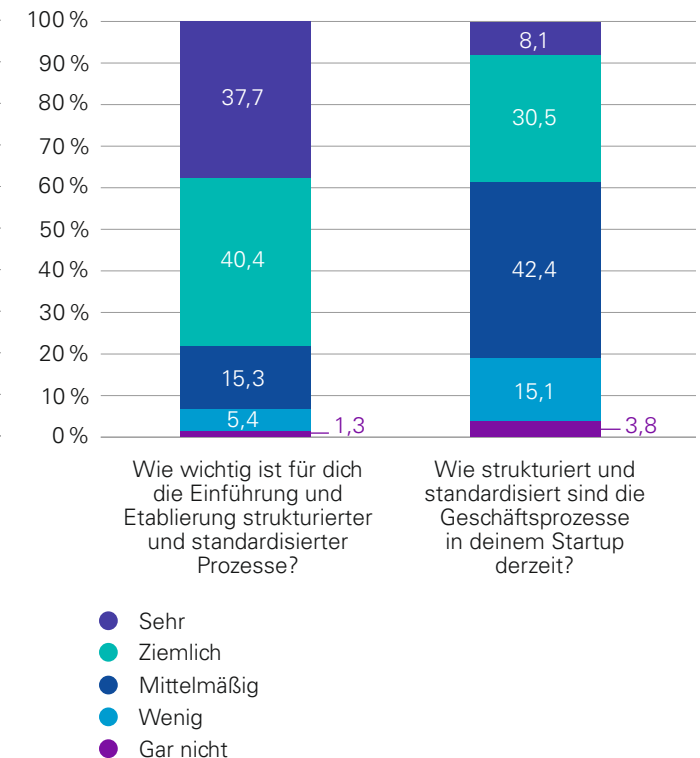
Strukturierung und Standardisierung der Geschäftsprozesse: Bei der Frage nach Strukturierung und Standardisierung der Geschäftsprozesse ihres Startups geben 78,1% an, dass ihnen dies (sehr oder ziemlich) wichtig sei, und 15,3% sagen, dass ihnen dies mittelmäßig wichtig sei. Über sehr strukturierte und standardisierte Geschäftsprozesse verfügen derzeit jedoch nur 8,1% der Startups. Bei 30,5% sind diese bereits ziemlich und bei 42,4% mittelmäßig strukturiert und standardisiert. 15,1% antworten, dass ihre Geschäftsprozesse nur wenig strukturiert und standardisiert seien und bei 3,8% trifft diese Aussage überhaupt nicht zu.

Abb. 33: Skalierbarkeit des Geschäftsmodells (2017)



n-Werte für 2017: 1.491/1.383
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 34: Strukturierung und Standardisierung (2017)



n-Werte für 2017: 1.491/1.383
Rundungsdifferenzen möglich

5.5 VERANTWORTLICHKEITEN UND SPEZIALISIERUNG

Fast neun von zehn Gründern vertrauen auf das Fachwissen ihrer Kollegen. Die Koordination und Effizienz im Team kann jedoch noch verbessert werden.

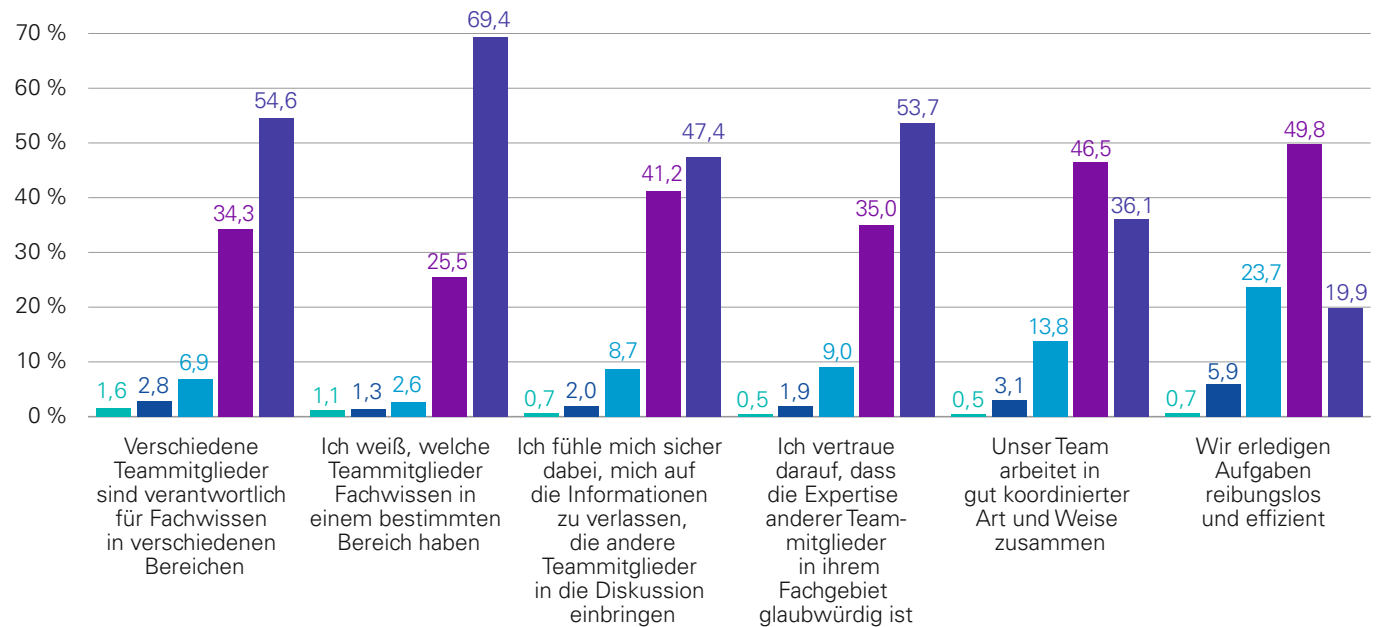
Aus Kapitel 3.7 (Teamquote und Teamgröße) geht hervor, dass ein Großteil der Startups im Team gegründet wird, oftmals aus dem Grund, dass die Gründer verschiedene Bildungshintergründe und Fähigkeiten mitbringen und sich auf diese Weise sinnvoll ergänzen. Die Analyse der Verantwortlichkeiten und Spezialisierungen des Managementteams bestätigt diese These.

Insgesamt 88,9 % der Gründer stimmen (voll und ganz) zu, dass verschiedene Teammitglieder für Fachwissen in verschiedenen Bereichen verantwortlich sind. Außerdem wissen 94,9 %, welches Teammitglied für Fachwissen in einem bestimmten Bereich zuständig ist. Jeweils 88,6 % stimmen (voll und ganz) zu, dass sie sich sowohl auf die Informationen anderer Teammitglieder in Diskussionen verlassen als auch darauf vertrauen können, dass die Expertise ihrer Teammitglieder glaubwürdig ist.

Bei der Beurteilung im Hinblick auf Koordination und Effizienz der eigenen Arbeitsweise sind die Gründer jedoch etwas zurückhaltender: Der Anteil der Befragten, die voll und ganz zustimmen, fällt hier niedriger aus (36,1 % beziehungsweise 19,9 %). Knapp jeder Vierte (23,7 %) schätzt das reibungslose und effiziente Erledigen von Aufgaben als weder gut noch schlecht, sondern nur neutral ein.

Diese Ergebnisse sind insbesondere vor dem Hintergrund interessant, dass Studien einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Spezialisierung, Koordination und Vertrauenswürdigkeit in Managementteams und einer stärkeren entrepreneurialen Orientierung des Unternehmens nahelegen (vgl. Kollmann/Stöckmann/Peschl/Hensellek 2017).

Abb. 35: Verantwortlichkeiten und Spezialisierungen im Managementteam (2017)



- Stimme überhaupt nicht zu
- Stimme nicht zu
- Neutral
- Stimme zu
- Stimme voll und ganz zu

n-Werte für 2017: 1.153/1.151/1.149/1.150/1.147/1.153
Rundungsdifferenzen möglich

6 Finanzen



Mut zu konsequenten Schritten

6.1 EXTERNE KAPITALAUFNAHME (BISHER)

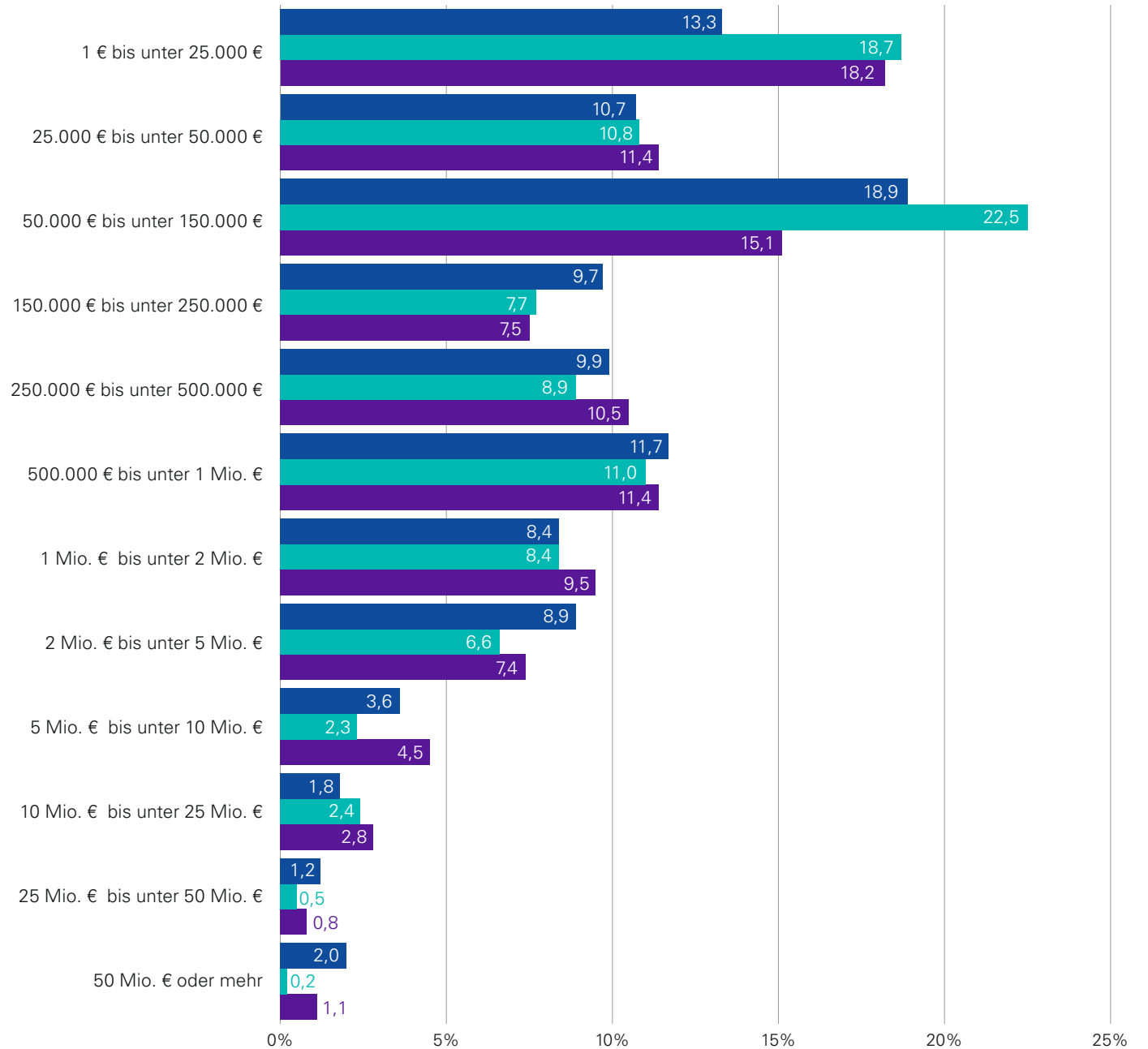
Die DSM-Startups sammelten bis dato knapp 2,1 Milliarden Euro an externem Kapital ein.

Um ein noch genaueres Bild der Finanzierungslage der deutschen Startup-Landschaft zu gewinnen, wurde die kategoriale Abfrage des erhaltenen Kapitals dahingehend angepasst, dass im DSM 2017 erstmals die exakten Finanzierungsbeträge der einzelnen Startups abgefragt wurden.

Die Summe des bislang von den teilnehmenden Startups eingesammelten Kapitals beläuft sich demnach auf knapp 2,1 Milliarden Euro. Jedes vierte DSM-Startup (24,0 %) sammelte dabei Seed-Beträge von bis zu 50.000 Euro ein und jedes fünfte zwischen 50.000 bis unter 150.000 Euro. Ein Fünftel der Teilnehmer erhielt 150.000 bis unter 500.000 Euro und 11,7 % bereits 500.000 Euro bis unter 1 Million Euro.

Mehr als 1 Million Euro erhielt insgesamt ein Viertel (25,9 %) der Befragten, wobei hiervon der Großteil auf Beträge zwischen 1 Million bis unter 2 Millionen Euro (8,4 %) sowie 2 Millionen bis unter 5 Millionen Euro (8,9 %) entfällt. Mehr als 50 Millionen Euro konnten immerhin 2,0 % der DSM-Startups bislang erfolgreich einsammeln.

Abb. 36: Externe Kapitalaufnahme (bisher) (2017)



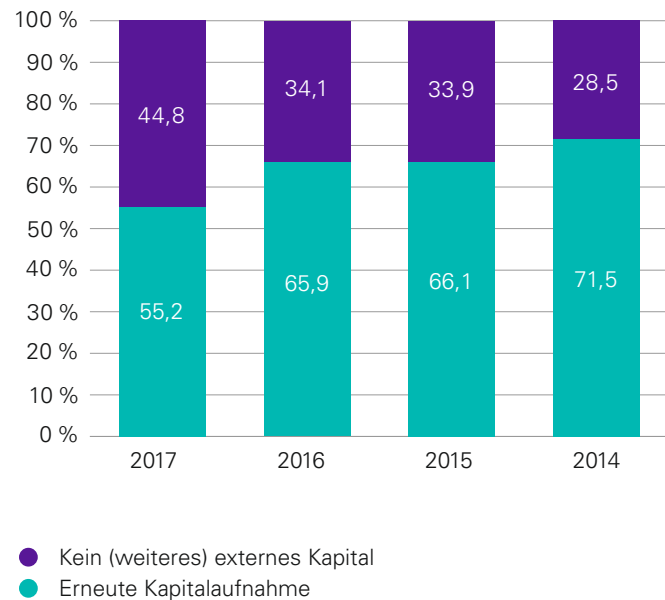
● DSM 2017 (n-Wert: 608)
 ● DSM 2016 (n-Wert: 543)
 ● DSM 2015 (n-Wert: 643)
 Rundungsdifferenzen möglich

6.2 EXTERNE KAPITALAUFNAHME (GEPLANT)

Mehr als die Hälfte (55,2%) der DSM-Startups plant eine (weitere) Kapitalaufnahme in den kommenden zwölf Monaten. Der Kapitalbedarf beläuft sich dabei auf knapp 1 Milliarde Euro.

Im diesjährigen DSM planen mit 55,2 % deutlich weniger Startups eine (weitere) Kapitalaufnahme in den kommenden zwölf Monaten als noch im Vorjahr (2016: 65,9 %). Von diesen Startups planen 9,3 % die Aufnahme von bis zu 50.000 Euro. Jedes fünfte Startup (19,5 %) möchte 50.000 bis unter 150.000 Euro aufnehmen und weitere 22,6 % zwischen 150.000 und 500.000 Euro. Ebenfalls jedes fünfte Startup (19,7 %) plant die Aufnahme von einer Summe zwischen 500.000 und 1 Million Euro. Mehr als 1 Million Euro planen 28,8 % der Startups aufzunehmen, wobei in diesem Segment die Nachfrage nach Finanzierungssummen bis zu 5 Millionen Euro am höchsten ist. In Summe beläuft sich der Finanzierungsbedarf in den kommenden zwölf Monaten nach Angaben der befragten DSM-Startups insgesamt auf knapp 1 Milliarde Euro (Hochrechnung 2016: 1,3 Milliarden Euro).

Abb. 37: Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2017)



n-Wert für 2017: 614

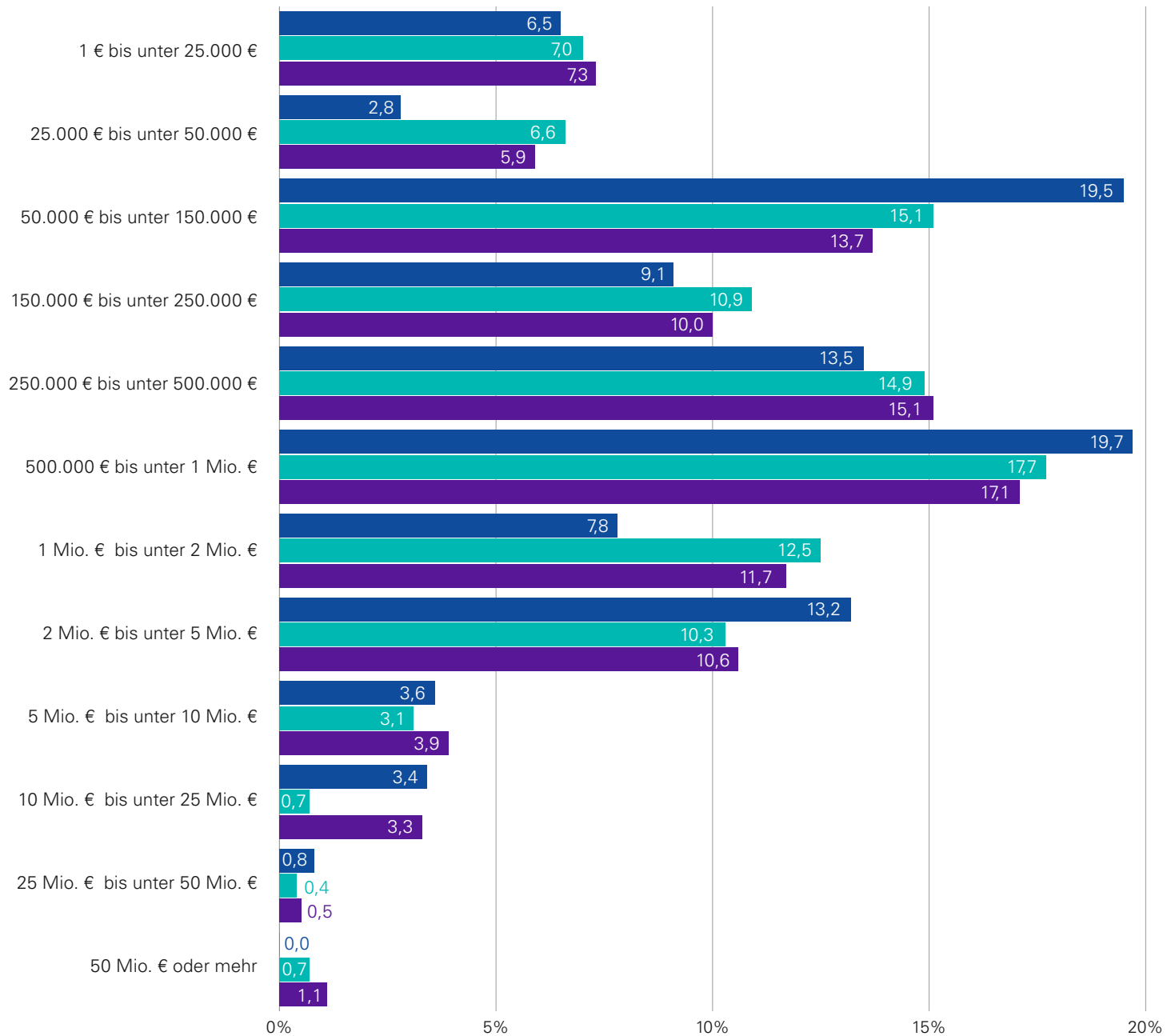
n-Wert für 2016: 573

n-Wert für 2015: 650

n-Wert für 2014: 542

Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 38: Erwartete Kapitalaufnahme (2015–2017)



● DSM 2017 (n-Wert: 614)
 ● DSM 2016 (n-Wert: 543)
 ● DSM 2015 (n-Wert: 643)
 Rundungsdifferenzen möglich

6.3 FINANZIERUNGSQUELLEN

Jedes dritte DSM-Startup (34,7 %) erhielt bislang eine Finanzierung aus staatlichen Fördermitteln.

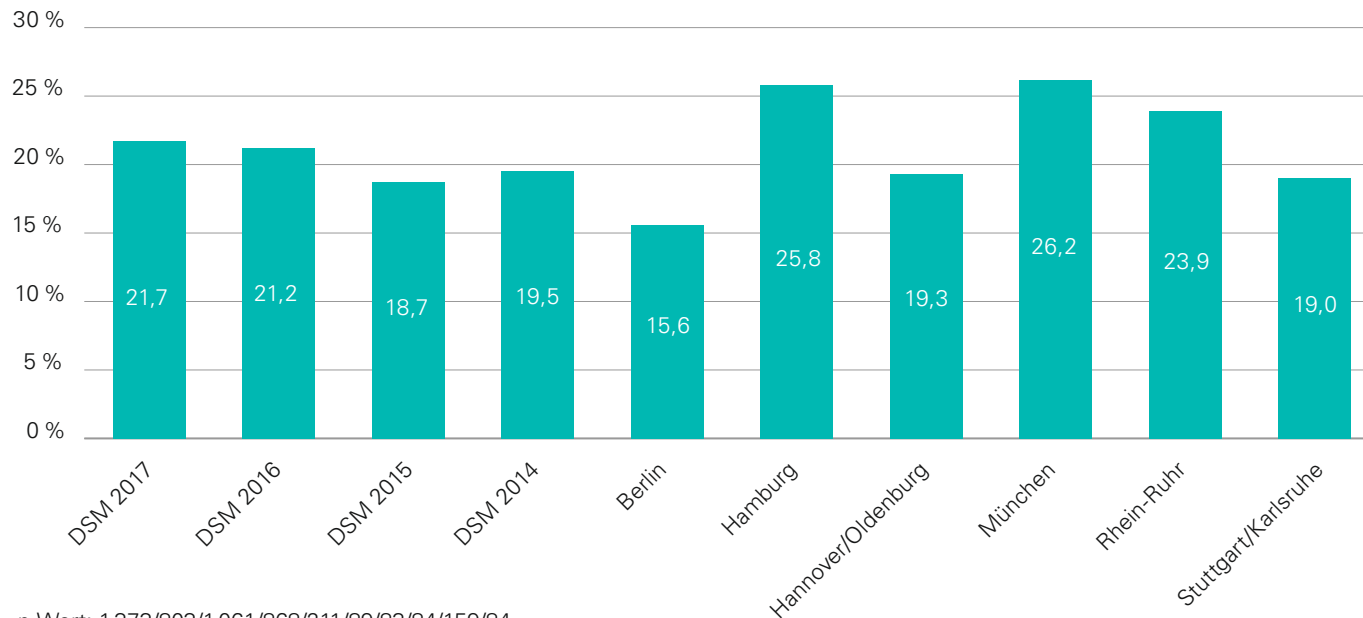
Wichtigste Finanzierungsquelle der DSM-Startups bleiben weiterhin die eigenen Ersparnisse der Gründer (82,4 %; Vorjahr: 84,1 %). Jedes dritte Startup finanzierte sich durch staatliche Fördermittel (34,7 %) beziehungsweise

Kapital von Familie oder Freunden (31,6 %). Jedes fünfte Startup erhielt eine Finanzierung durch Business Angel (21,3 %) und 18,6 % finanzieren sich durch den eigenen operativen Cashflow. Venture Capital erhielten 15,9 % der DSM-Startups und weitere 14,1 % nahmen ein Bankdarlehen auf. Eins von zehn Startups (10,9 %) wurde durch einen Inkubator beziehungsweise Company Builder beziehungsweise Accelerator finanziert. Crowdfunding spielt mit 4,1 % weiterhin nur eine untergeordnete Rolle (siehe Abb. 40).

In Berlin (15,6 %) finanzieren sich Gründer seltener ausschließlich aus den eigenen Ersparnissen als im Bundesdurchschnitt (21,7 %).

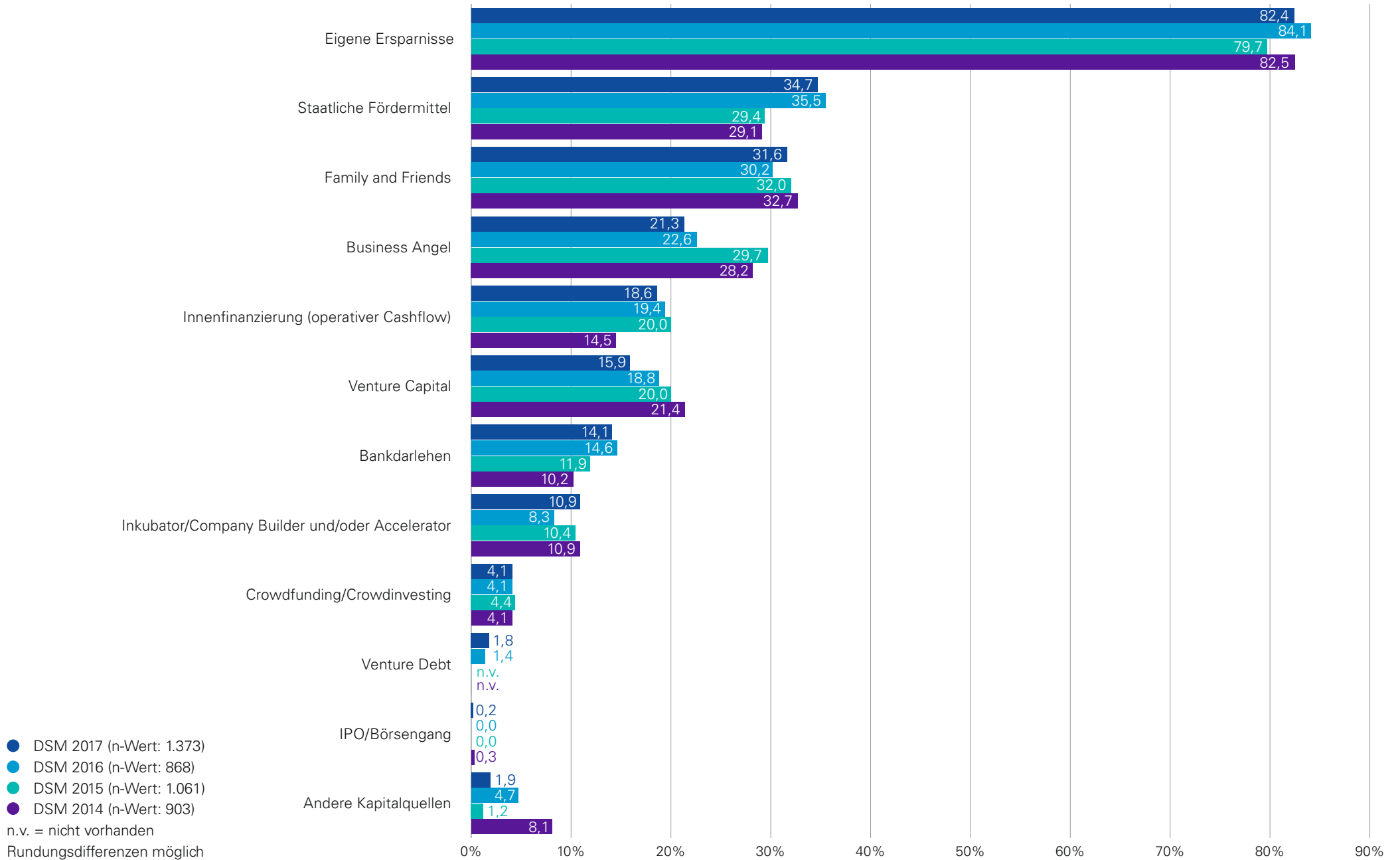
Startups mit ausschließlicher Finanzierung aus eigenen Ersparnissen: Im diesjährigen DSM geben 21,7 % der Startups an, sich bislang ausschließlich aus den eigenen Ersparnissen finanziert zu haben, was zum zweiten Mal in Folge einen leichten Anstieg bedeutet (2016: 21,2 %). Im regionalen Vergleich der Gründungs-Hotspots finanzieren sich in Berlin mit 15,6 % weiterhin die wenigsten Startups aus eigenen Ersparnissen, gefolgt von Stuttgart/Karlsruhe (19,0 %) sowie Hannover/Oldenburg (19,3 %), die beide ungefähr auf Vorjahresniveau liegen. Einen Sprung von 16,7 % auf 26,2 % macht hingegen München, das nun die meisten DSM-Startups mit Eigenfinanzierung aufweist, gefolgt von Hamburg (25,8 %) und Rhein-Ruhr mit 23,9 %.

Abb. 39: Finanzierung ausschließlich aus eigenen Ersparnissen



n-Wert: 1.373/803/1.061/868/211/89/83/84/159/84
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 40: Finanzierungsquellen (2014–2017)



6.4 VENTURE CAPITAL ALS KAPITALQUELLE

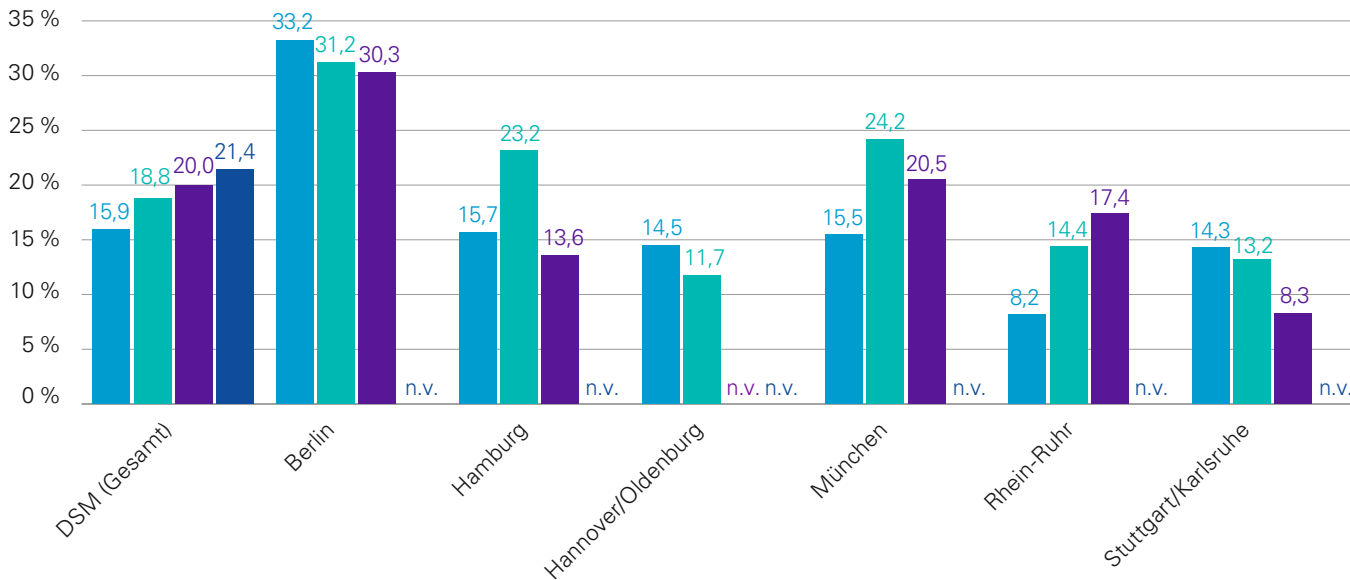
Berlin kann den Anteil der mit Venture Capital finanzierten Startups weiter ausbauen: Jedes dritte Startup (33,2%) erhielt bislang Venture Capital.

Venture Capital nach Regionen: Im Bundesdurchschnitt ging der Anteil von Venture-Capital-finanzierten DSM-Startups im dritten Jahr in Folge zurück auf nunmehr 15,9% (2016: 18,8%). Dabei sind Berlin (33,2%),

Hannover/Oldenburg (14,5%) sowie Stuttgart/Karlsruhe (14,3%) die einzigen Gründungs-Hotspots, die den Anteil entgegen dem bundesweiten Trend im Vorjahresvergleich erhöhen konnten. Die übrigen Regionen verlieren mit 6 bis 9 Prozentpunkten zum Teil deutlich im Vergleich zum Vorjahr.

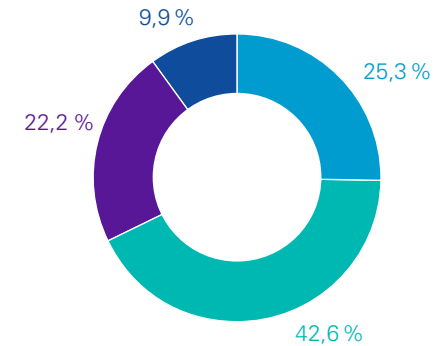
Art der Venture-Capital-Investoren: Hinsichtlich der Art der Venture-Capital-Investoren gibt ein Viertel der DSM-Gründer (25,3%) an, von öffentlichen Investoren wie zum Beispiel dem High-Tech Gründerfonds (HTGF) Venture Capital erhalten zu haben. Mit 42,6% handelt es sich bei dem Großteil der Venture-Capital-Investoren hingegen um private Finanzinvestoren wie zum Beispiel Earlybird. Bei 22,2% kam das Venture Capital von strategischen Investoren wie zum Beispiel Konzernen, die eine strategische Partnerschaft anstreben.

Abb. 41: Venture-Capital-finanzierte Startups (2017)



● DSM 2017 (n-Wert: 1.373) n-Wert für Berlin: 211
 ● DSM 2016 (n-Wert: 868) n-Wert für Hamburg: 89
 ● DSM 2015 (n-Wert: 1.061) n-Wert für Hannover/Oldenburg: 83
 ● DSM 2014 (n-Wert: 903) n-Wert für München: 84
 n.v. = nicht vorhanden n-Wert für Rhein-Ruhr: 159
 Rundungsdifferenzen möglich n-Wert für Stuttgart/Karlsruhe: 84

Abb. 42: Art der Venture-Capital-Investoren (2017)



● Öffentliche Investoren (zum Beispiel HTGF, KfW, Bayern Kapital)
 ● Private Finanzinvestoren (zum Beispiel Earlybird, German Startups Group, Kleiner Perkins)
 ● Strategische Investoren (zum Beispiel Konzerne, die eine strategische Partnerschaft anstreben)
 ● Keine Angabe

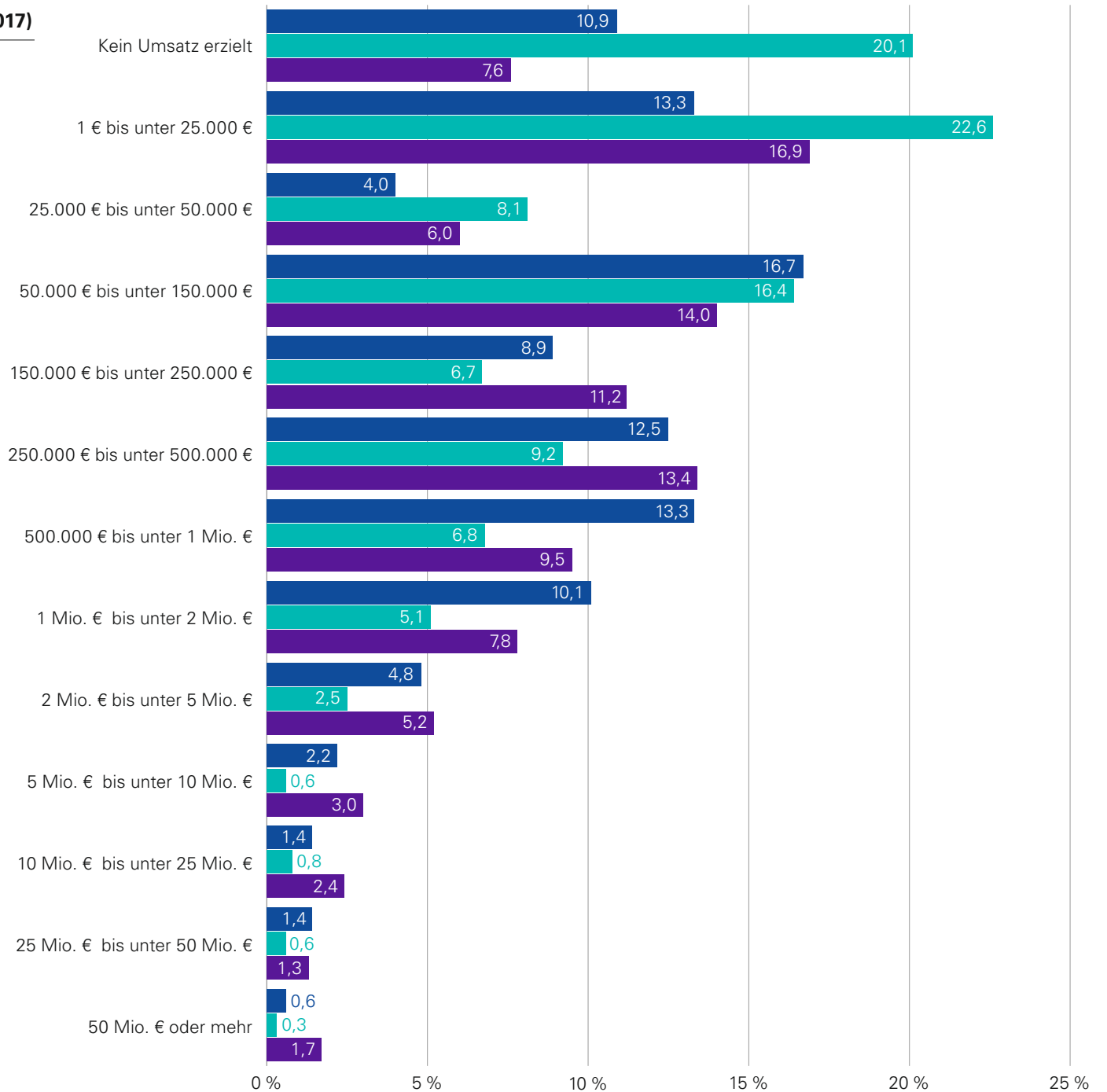
n-Wert: 210
 Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 43: Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr (2015–2017)

6.5 UMSATZ

Jedes zehnte Startup erwirtschaftete bereits über 2 Millionen Euro Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr.

Im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschafteten insgesamt 89,2 % der DSM-Startups bereits Umsätze. Jedes dritte Startup (34,0 %) machte dabei einen Umsatz von 1 bis unter 150.000 Euro und gut jedes fünfte (21,4 %) einen Umsatz von 150.000 bis unter 500.000 Euro. 13,3 % liegen zwischen 500.000 und unter 1 Million Euro und eins von zehn Startups (10,1 %) erwirtschaftete 1 Million bis unter 2 Millionen Euro. Ebenfalls eins von zehn Startups (10,4 %) generierte bereits einen Umsatz von über 2 Millionen Euro.



- DSM 2017 (n-Wert: 504)
 - DSM 2016 (n-Wert: 628)
 - DSM 2015 (n-Wert: 537)
- Rundungsdifferenzen möglich

6.6 GEWINN

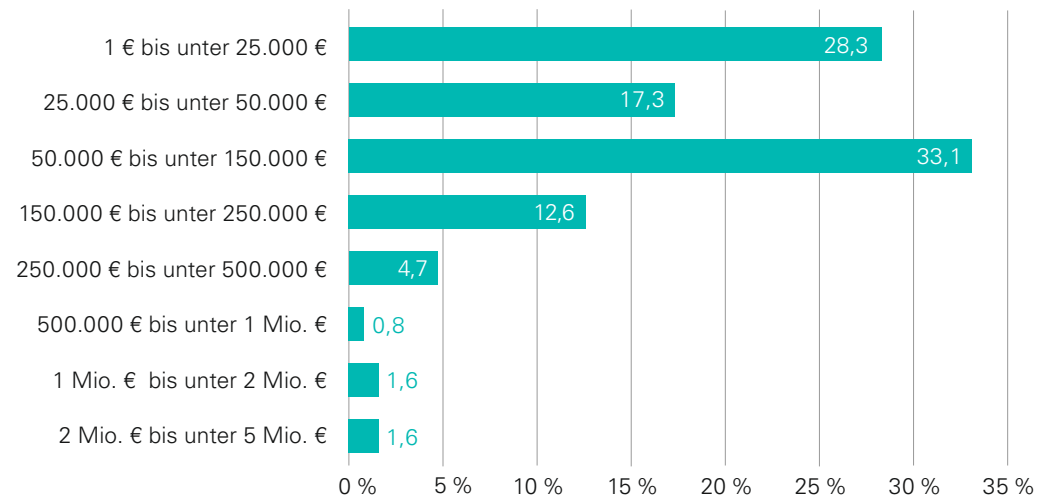
40,5% der DSM-Startups haben im vergangenen Geschäftsjahr bereits Gewinn erwirtschaftet.

Kapitel 5 (Prozesse) zeigt, dass neben Umsatzwachstum insbesondere die Profitabilität für die DSM-Gründer eine wichtige Rolle spielt. Die Teilnehmer wurden in diesem Jahr daher erstmals auch nach dem Gewinn ihres Startups im letzten Geschäftsjahr gefragt.

Dabei geben 40,5 % an, dass ihr Startup einen Gewinn erwirtschaften konnte. Bei 28,3 % der Befragten betrug dieser bis zu 25.000 Euro und bei 17,3 % zwischen 25.000 und 50.000 Euro. Jedes dritte Startup (33,1 %) konnte bereits einen Gewinn von 50.000 Euro bis unter 150.000 Euro generieren. Weitere 12,6 % lagen im Bereich von 150.000 bis unter 250.000 Euro und 4,7 % zwischen 250.000 und 500.000 Euro. Immerhin jeweils 1,6 % konnten zwischen 1 und 2 Millionen Euro oder 2 bis 5 Millionen Euro erwirtschaften.

Darüber hinaus wurden insgesamt 71,0 % des erwirtschafteten Gewinns von den Gründern wieder in das eigene Startup reinvestiert.

Abb. 44: Gewinn im vergangenen Geschäftsjahr (2017)



n-Wert für 2017: 127
Rundungsdifferenzen möglich

7 Marktzugang



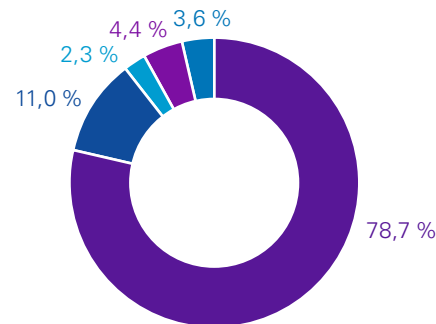
Mut zu schwierigerem Terrain

7.1 AKTUELLE MÄRKTE

Die DSM-Startups generieren 78,7% ihrer Umsätze in Deutschland.

Die Analyse der Umsatzanteile nach Märkten zeigt, dass die DSM-Startups 78,7 % ihrer Umsätze innerhalb Deutschlands generieren, gefolgt von 11,0 % Umsatzanteil in den übrigen EU-Ländern. Andere europäische Länder, die nicht zur EU gehören, machen 2,3 % und Nordamerika macht 4,4 % des erwirtschafteten Umsatzes aus. Auf sonstige Länder entfallen 3,6 % des Umsatzes.

Abb. 45: Umsatzanteil nach Märkten (2017)

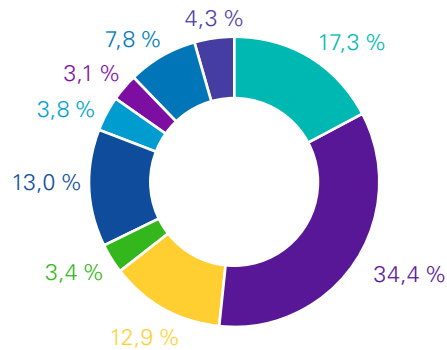


- Deutschland
- Übrige EU
- Andere europäische Länder (nicht EU)
- Nordamerika
- Sonstige Länder

n-Wert für 2017: 1.224

Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 46: Geplante Internationalisierung (2017)



- Keine weitere Internationalisierung
- Übrige EU
- Andere europäische Länder (nicht EU-Mitglieder)
- Mittlerer Osten
- Nordamerika
- Südamerika
- Afrika
- Asien
- Australien/Ozeanien

n-Wert für 2017: 886
Rundungsdifferenzen möglich

7.2 INTERNATIONALISIERUNG

82,7% der Startups planen eine (weitere) Internationalisierung. Die wichtigsten Internationalisierungsziele sind dabei Europa, Nordamerika und Asien.

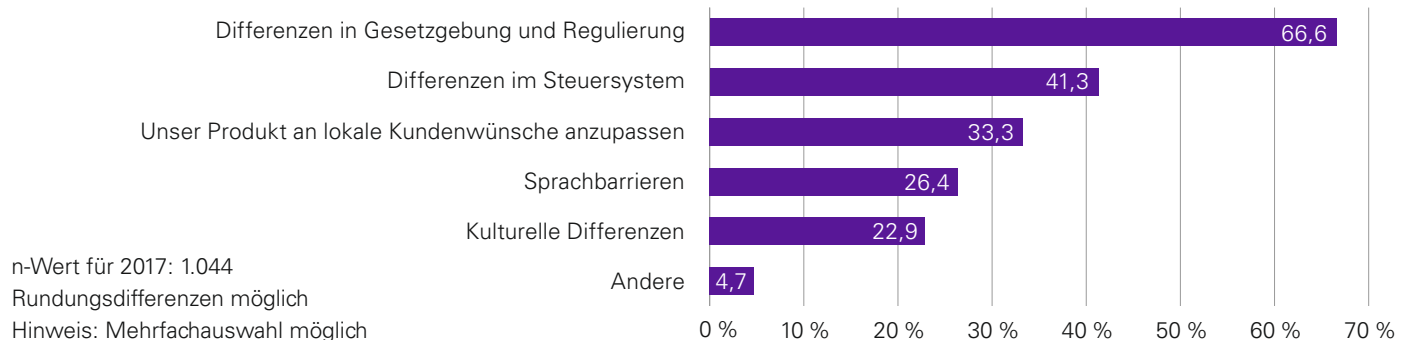
Mit Blick auf die Zukunft wurden die DSM-Startups gebeten, ihre Internationalisierungspläne zu nennen. Jedes dritte Startup (34,4 %) plant demnach eine Internationalisierung innerhalb der EU. Weitere bedeutende Ziele für die Internationalisierungspläne stellen europäische Nicht-EU-Länder (12,9 %) sowie Nordamerika (13,0 %) und Asien (7,8 %) dar. Auf den Mittleren Osten, Südamerika, Afrika und Australien/Ozeanien entfallen jeweils nur circa 3 bis 4 % der Antworten. Auf eine (weitere) Internationalisierung wollen dagegen 17,3 % der DSM-Startups verzichten.

7.3 HERAUSFORDERUNGEN BEI DER INTERNATIONALISIERUNG

Für zwei von drei Startups sind Differenzen in Gesetzgebung und Regulierung eine Herausforderung bei der Internationalisierung.

Ergebnisse anderer Studien (Schwens et al., 2017) zeigen, dass die Internationalisierung von Startups mit großen Herausforderungen verbunden sein kann. Darum wurden die DSM-Gründer gefragt, welche Herausforderungen sie als die größten ansehen. Zwei von drei DSM-Startups (66,6 %) sehen die größten Herausforderungen im Zuge einer Internationalisierung in den Differenzen in Gesetzgebung und Regulierung. Unterschiede im Steuersystem empfinden 41,3 % der Startups als Herausforderung und weitere 33,3 % die Anpassung des eigenen Produkts an lokale Kundenwünsche. Mit Sprachbarrieren haben 26,4 % zu kämpfen und kulturelle Differenzen stellen 22,9 % der Startups vor Herausforderungen.

Abb. 47: Herausforderungen bei der Internationalisierung (2017)



n-Wert für 2017: 1.044
Rundungsdifferenzen möglich
Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

7.4 ANZAHL DER KOOPERATIONSPARTNER

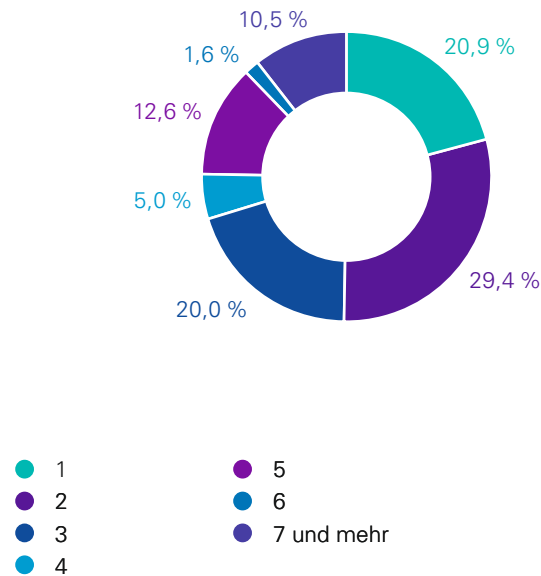
DSM-Startups kooperieren in diesem Jahr stärker mit anderen Startups (67,5%) als mit etablierten Unternehmen (50,4%).

Während im Vorjahr noch 70,0 % der DSM-Startups mit etablierten Unternehmen kooperierten, sind es im diesjährigen DSM nur noch 50,4 %. Demgegenüber ist der Anteil der Startups, die mit anderen Startups kooperieren, von 53,4 % auf 67,5 % leicht angestiegen.

Anzahl der Kooperationen mit etablierten Unternehmen: Von den DSM-Startups, die mit etablierten Unternehmen Kooperationen eingegangen sind, hat jedes fünfte Startup (20,9 %) nur einen und fast ein Drittel der Startups (29,4 %) zwei Kooperationspartner. Weitere 20,0 % haben drei Kooperationspartner und mehr als sieben Partnerunternehmen hat jedes zehnte Startup (10,5 %).

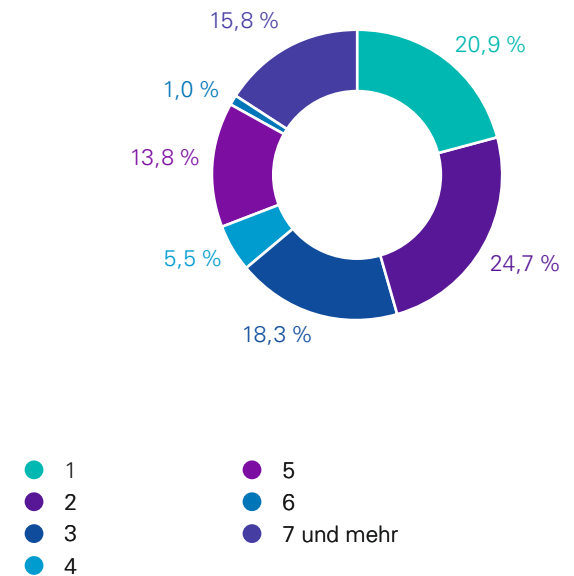
Anzahl der Kooperationen mit anderen Startups: Die DSM-Startups, die mit anderen Startups Kooperationen eingegangen sind, tun dies zu 20,9 % mit nur einem Partner-Startup und zu 24,7 % mit zwei Startups. Weitere 18,3 % haben insgesamt drei Kooperationspartner aus der Startup-Szene. Mehr als sieben Kooperationen sind 15,8 % der DSM-Startups eingegangen.

Abb. 48: Anzahl der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017)



n-Wert für 2017: 579
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 49: Anzahl der Kooperationen mit anderen Startups (2017)



n-Wert für 2017: 785
Rundungsdifferenzen möglich

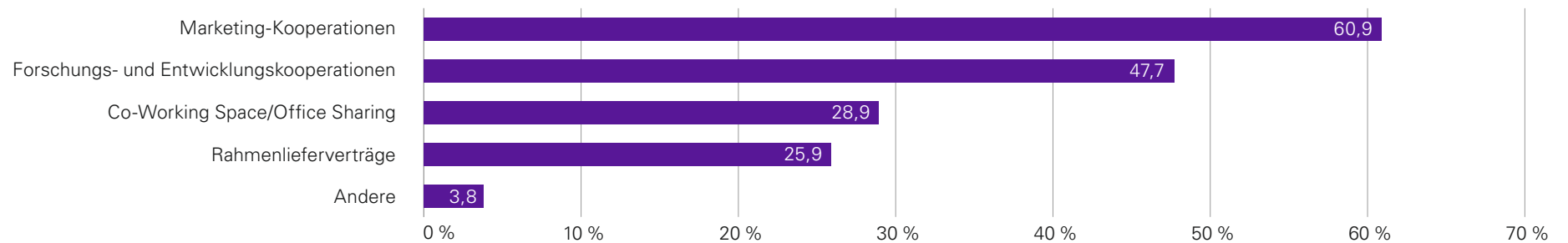
7.5 ARTEN VON KOOPERATIONEN

Startups kooperieren am häufigsten in den Bereichen Marketing sowie Forschung und Entwicklung mit anderen Unternehmen.

Arten der Kooperationen mit anderen Startups: Bei den verschiedenen Arten von Kooperationen zwischen Startups dominieren weiterhin die Marketing-Kooperationen mit 60,9 % (2016: 66,0 %). Auf 47,7 % und damit im Vergleich

zum DSM 2016 um circa 8 Prozentpunkte gestiegen ist der Anteil der Forschungs- und Entwicklungskooperationen unter Startups. Ähnlich wie im Vorjahr baut etwa ein Viertel der Befragten auf Co-Working Spaces beziehungsweise Office Sharing (28,9 %) sowie Rahmenlieferverträge (25,9 %) mit anderen Startups.

Abb. 50: Art der Kooperationen mit Startups (2017)



n-Wert für 2017: 560

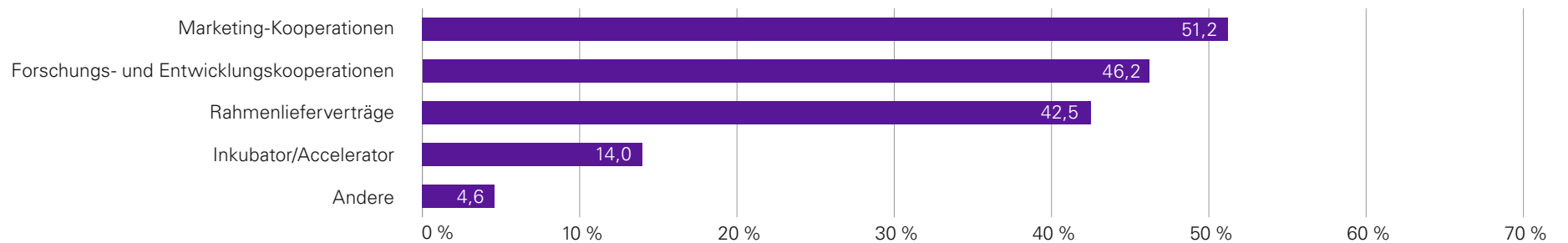
Rundungsdifferenzen möglich

Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

Arten der Kooperationen mit etablierten Unternehmen

Was die Art der Kooperationen zwischen den DSM-Startups und etablierten Unternehmen betrifft, sind trotz Rückgangs um 8,2 Prozentpunkte weiterhin die Marketing-Kooperationen am häufigsten (51,2 %; 2016: 59,4 %). Sowohl Forschungs- und Entwicklungskooperationen (46,2 %) als auch Rahmenlieferverträge (42,5 %) und Inkubatoren beziehungsweise Acceleratoren (14,0 %) bewegen sich hingegen ungefähr auf Vorjahresniveau.

Abb. 51: Art der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017)



n-Wert für 2017: 756

Rundungsdifferenzen möglich

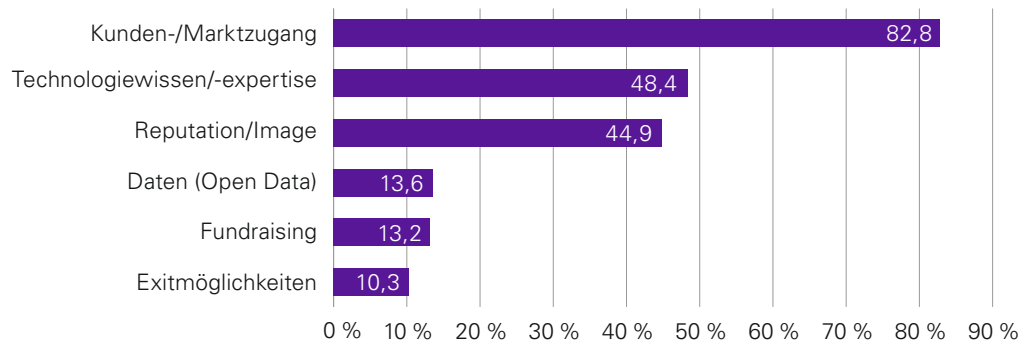
Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

7.6 ZIELE DER KOOPERATIONEN

82,8% der Startups versprechen sich Kunden-/Marktzugang von einer Kooperation mit etablierten Unternehmen, knapp die Hälfte möchte von deren Image oder Wissen profitieren.

Neben Anzahl und Art der eingegangenen Kooperationen sind auch die Ziele interessant, die die DSM-Startups damit verfolgen. 82,8% der Gründer geben an, durch Kooperation mit etablierten Unternehmen einen besseren Kunden-/Marktzugang erlangen zu wollen. Jeweils knapp die Hälfte der Startups möchte außerdem von Technologiewissen beziehungsweise -expertise (48,4%) oder von der Reputation beziehungsweise dem Image (44,9%) des Kooperationspartners profitieren. Gut jedes zehnte DSM-Startup verspricht sich außerdem durch Daten wie Open Data (13,6%), durch Fundraising (13,2%) oder durch Exitmöglichkeiten (10,3%) einen Vorteil aus der eingegangenen Kooperation. Diese Ergebnisse bestätigen im Wesentlichen die Erkenntnisse aus dem DSM 2016.

Abb. 52: Verfolgte Ziele der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017)



n-Wert für 2017: 750

Rundungsdifferenzen möglich

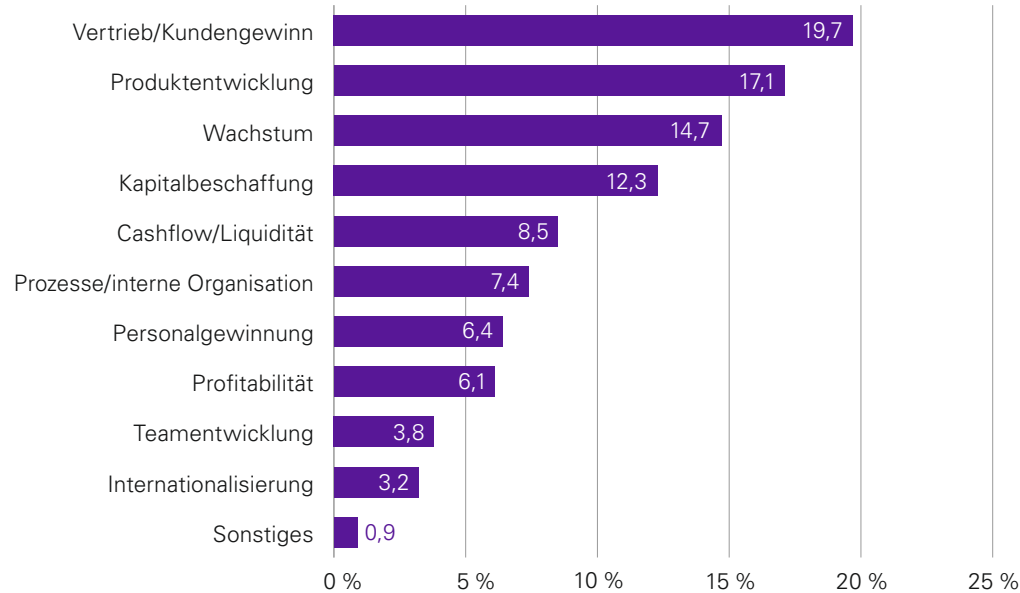
Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

7.7 HERAUSFORDERUNGEN VON STARTUPS ALLGEMEIN

Die vier größten Herausforderungen sind Vertrieb beziehungsweise Kundengewinnung, Produktentwicklung, Wachstum und Kapitalbeschaffung.

Um die aktuelle Situation und spezifischen Belange von Gründern und Startups besser verstehen zu können, wurden die Teilnehmer wieder nach den drei größten Herausforderungen gefragt, denen sie sich aktuell gegenübersehen. Wie auch im Vorjahr liegen auf den ersten vier Plätzen erneut Vertrieb beziehungsweise Kundengewinnung (19,7 %), Produktentwicklung (17,1 %), Wachstum (14,7 %) und Kapitalbeschaffung (12,3 %). Während Profitabilität (6,1 %) im DSM 2016 noch auf Rang fünf stand, ist dort nun die Liquidität (8,5 %) zu finden, gefolgt von Prozessen beziehungsweise interne Organisation (7,4 %) sowie Personalgewinnung (6,4 %). Als weitere, wenngleich weniger große Herausforderungen werden die Teamentwicklung (3,8 %) und Internationalisierung (3,2 %) angesehen.

Abb. 53: Aktuelle Herausforderungen (2017)



n-Wert für 2017: 1.318
Rundungsdifferenzen möglich

8 Politik



Mut zu klaren Ansagen

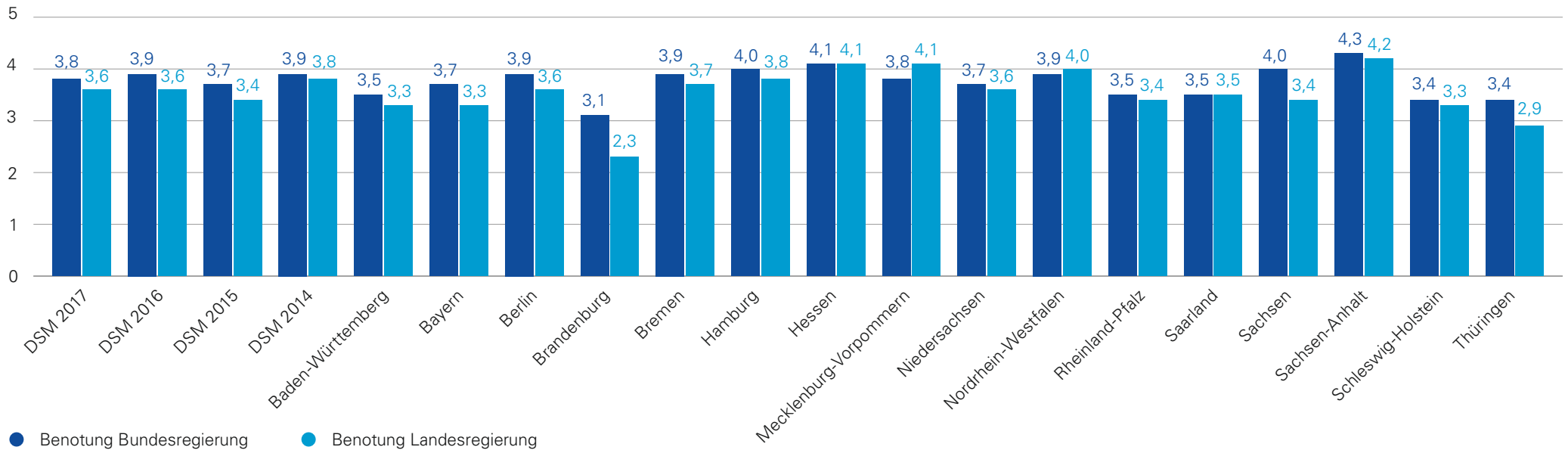
8.1 BEURTEILUNG DER BUNDES- UND LANDESPOLITIK

Die Landespolitik zur Förderung des Gründungsstandorts wird weiterhin etwas besser bewertet als die Bundespolitik.

Bundes- und Landesregierung im Vergleich: Die Schulnote der Gründer für die Förderung des Gründungsstandorts hat sich für die Bundesregierung um 0,1 Notenpunkte auf 3,8 verbessert und ist für die Landesregierungen im Durchschnitt konstant bei 3,6 geblieben. Mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern und Nordrhein-Westfalen beurteilen die Gründer (ungeachtet des jeweiligen Notenniveaus) die Landesregierung (leicht) besser als die Bundesregierung. Am besten beurteilen Brandenburger Startups sowohl die Bundesregierung

(3,1) als auch ihre Landesregierung (2,3), die damit als einzige noch mit „Gut“ abschneidet. Die schlechtesten Noten vergeben Startups aus Sachsen-Anhalt mit einer 4,3 für die Bundesregierung und einer 4,2 für ihre Landesregierung (siehe Abb. 54).

Abb. 54: Schulnoten für die Förderung des Gründungsstandorts durch Bundes- und Landesregierung



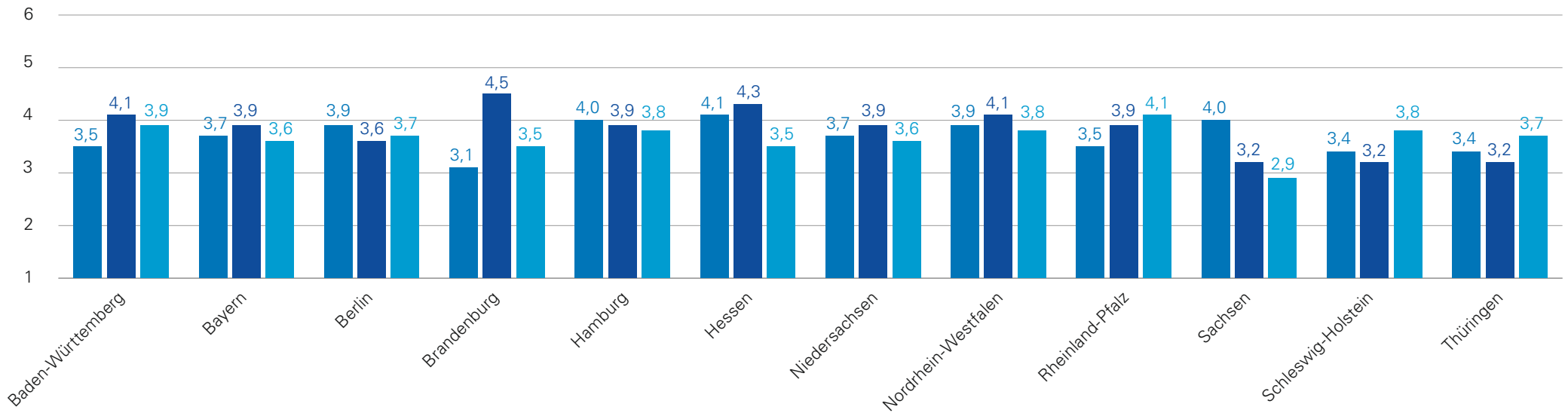
n-Wert für 2017: 1.342, n-Wert für 2016: 804, n-Wert für 2015: 965, n-Wert für 2014: 768, n-Wert für Baden-Württemberg: 228, n-Wert für Bayern: 246, n-Wert für Berlin: 309, n-Wert für Brandenburg: 21, n-Wert für Bremen: 25, n-Wert für Hamburg: 114, n-Wert für Hessen: 111, n-Wert für Mecklenburg-Vorpommern: 30, n-Wert für Niedersachsen: 221, n-Wert für Nordrhein-Westfalen: 265, n-Wert für Rheinland-Pfalz: 44, n-Wert für das Saarland: 28, n-Wert für Sachsen: 86, n-Wert für Sachsen-Anhalt: 34, n-Wert für Schleswig-Holstein: 44, n-Wert für Thüringen: 31

Rundungsdifferenzen möglich

Benotung der Bundesregierung: Die Auswertung der Schulnoten für die Bundesregierung nach Bundesländern zeigt, dass sich insgesamt seit 2014 die Benotung verbessert hat. Im direkten Vorjahresvergleich konnte die Bundesregierung ihre Note in einigen Bundesländern nochmals (leicht) verbessern, und zwar in Baden-Württemberg (von 4,1 auf 3,5), Bayern (von 3,9 auf 3,7), Brandenburg (von 4,5 auf 3,1), Hessen (von 4,3 auf 4,1), Nordrhein-Westfalen (von 4,1 auf 3,9) und Rheinland-Pfalz (von 3,9 auf 3,5). Eine deutliche Verschlechterung der Note gab es nur in Sachsen (von 3,2 auf 4,0).

4,5 auf 3,1), Hessen (von 4,3 auf 4,1), Nordrhein-Westfalen (von 4,1 auf 3,9) und Rheinland-Pfalz (von 3,9 auf 3,5). Eine deutliche Verschlechterung der Note gab es nur in Sachsen (von 3,2 auf 4,0).

Abb. 55: Benotung der Bundesregierung im Jahresvergleich (2015–2017) *



- DSM 2017 (n-Werte für 2017: 228/246/309/21/114/111/221/265/44/86/44/31)
- DSM 2016 (n-Werte für 2016: 105/101/130/12/54/43/82/162/18/45/13/9)
- DSM 2015 (n-Werte für 2015: 101/166/299/15/79/32/31/145/14/41/20/17)

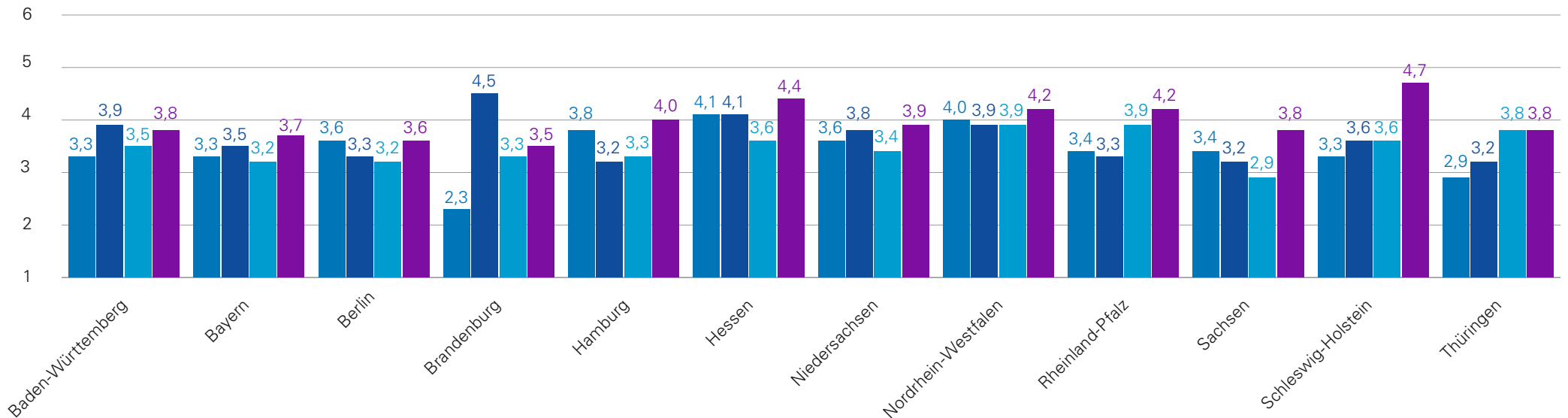
Rundungsdifferenzen möglich

* Da für Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt keine Vorjahresvergleichswerte vorliegen, sind diese Bundesländer im Jahresvergleich nicht enthalten.

Benotung der Landesregierung: In der Beurteilung der jeweiligen Landesregierung durch die DSM-Gründer zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Benotung der Bundesregierung. Die deutlichste positive Entwicklung ist hier für Brandenburg erkennbar, dessen Landesregierung einen Sprung um mehr als zwei Notenpunkte von 4,5 auf 2,3 macht. Nennenswert verbessern konnten sich außerdem

Baden-Württemberg (von 3,9 auf 3,3), Schleswig-Holstein (von 3,6 auf 3,3) sowie Thüringen (von 3,2 auf 2,9), nennenswert verschlechtert haben sich hingegen die Noten für die Landesregierungen in Berlin (3,3 auf 3,6) und Hamburg (von 3,2 auf 3,8).

Abb. 56: Benotung der Landesregierungen im Jahresvergleich (2014–2017)*



● DSM 2017 (n-Werte für 2017: 228/246/309/21/114/111/221/265/44/86/44/31)

● DSM 2016 (n-Werte für 2016: 105/99/125/13/55/42/82/156/18/45/14/10)

● DSM 2015 (n-Werte für 2015: 102/165/297/16/78/30/30/141/13/43/20/17)

● DSM 2014 (n-Werte für 2014: 96/85/295/25/56/20/30/71/12/18/13/18)

Rundungsdifferenzen möglich

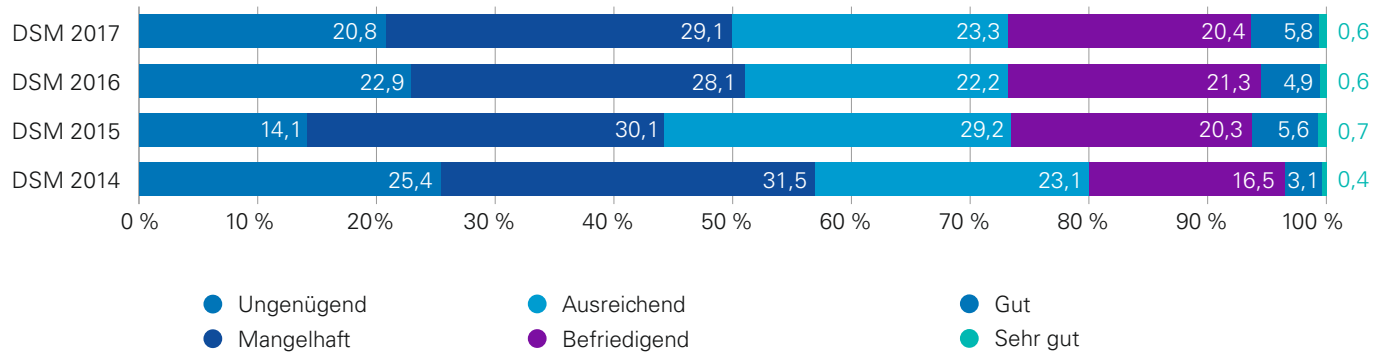
* Da für Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt keine Vorjahresvergleichswerte vorliegen, sind diese Bundesländer im Jahresvergleich nicht enthalten.

Noch immer fällt das Startup-Verständnis der Politik im Allgemeinen bei der Hälfte aller Gründer mit „Mangelhaft“ oder „Ungenügend“ durch.

Startup-Verständnis der Politik im Allgemeinen:

Die DSM-Gründer wurden zusätzlich zur Benotung der Bundes- und Landesregierungen auch darum gebeten, das Startup-Verständnis der deutschen Politik im Allgemeinen zu benoten. Hier setzt sich der Trend aus dem Vorjahr fort: Die durchschnittlich vergebene Note verschlechtert sich erneut auf nunmehr 4,6 (2016: 4,4). Die Notenverteilung ist dabei ähnlich wie die des Vorjahres. So vergibt noch immer knapp die Hälfte aller Gründer die Noten „Mangelhaft“ (29,1 %) und „Ungenügend“ (20,8 %).

Abb. 57: Schulnoten für das Startup-Verständnis der Politik (2014–2017)



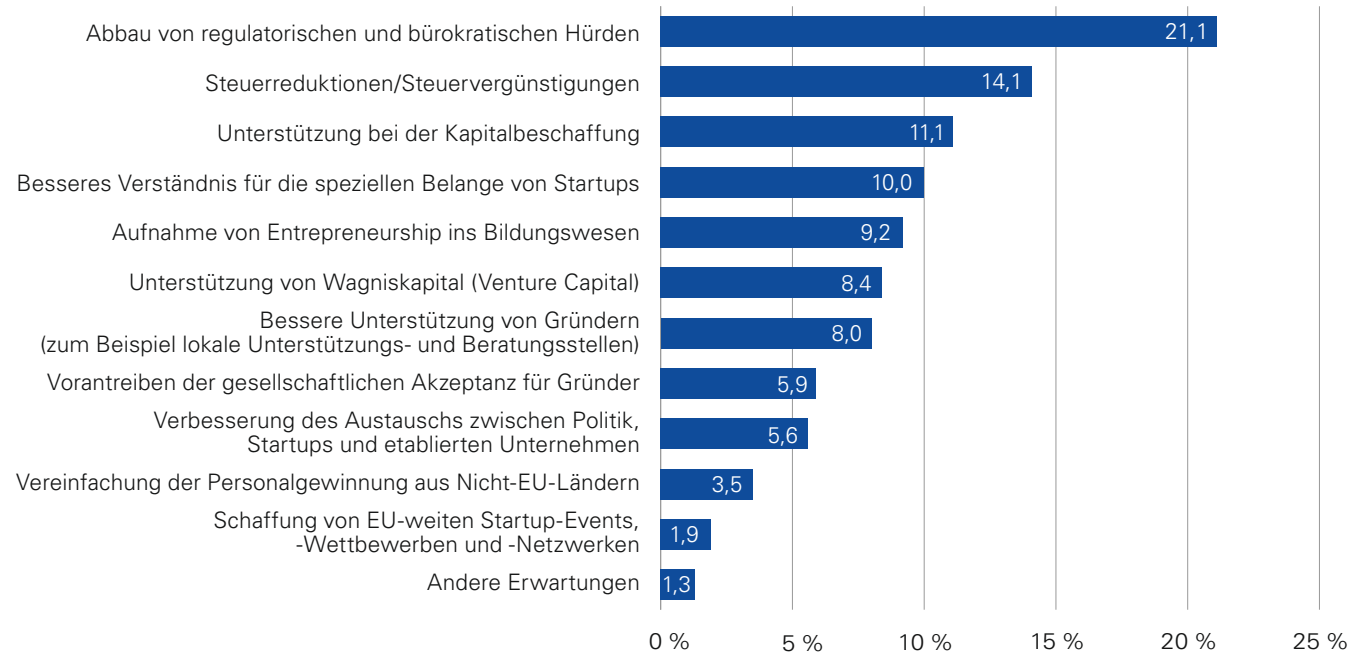
n-Wert für 2017: 1.257
n-Wert für 2016: 809
n-Wert für 2015: 974
n-Wert für 2014: 769
Rundungsdifferenzen möglich

8.2 ERWARTUNGEN VON STARTUPS AN DIE POLITIK

Die Top Drei der Erwartungen an die Politik bleiben für die Startups gleich: Weniger Bürokratie, weniger Steuern sowie mehr Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung.

Neben der umfassenden Abbildung des Status quo der deutschen Startup-Landschaft möchte der DSM auch konstruktive Impulse für die Zukunft geben. Die Gründer wurden daher auch in diesem Jahr gebeten, ihre drei wichtigsten Erwartungen an die Politik zu benennen. Dabei wird deutlich, dass die drei Spitzenthemen des DSM 2017 mit denen des vergangenen Jahres identisch sind, nämlich der Abbau regulatorischer und bürokratischer Hürden (21,1 %), Steuerreduktionen/-vergünstigungen (14,1 %) und die Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung (11,1 %). Auch der Wunsch nach einem besseren Verständnis für die speziellen Belange von Startups (10,0 %) sowie die Aufnahme von Entrepreneurship in das Bildungswesen (9,2 %) sind weiterhin relevante Themen aus Sicht der DSM-Gründer.

Abb. 58: Erwartungen an die Politik (2017)



n-Wert für 2017: 1.291
Rundungsdifferenzen möglich

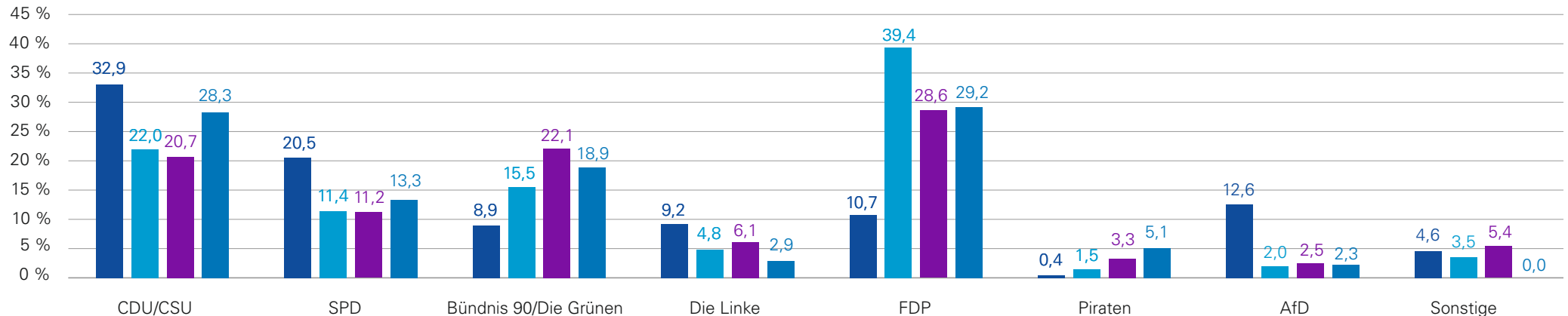
8.3 WENN GRÜNDER WÄHLEN

Die FDP konnte ihre Beliebtheit unter Gründern um 10,8 Prozentpunkte auf 39,4% der Stimmen ausbauen.

Wahlbeteiligung: Die Wahlbeteiligung bei der Befragung zum DSM 2017 lag deutlich höher als bei der letzten Bundestagswahl 2017*: So gaben 96,2 % der Gründer ihre Stimme ab, während bei der Bundestagswahl 2017 die allgemeine Wahlbeteiligung nur bei 76,2 % lag.

Parteienpräferenzen: Die Stimmauswertung ergibt einen deutlichen Sieg für die FDP mit 39,4 % der Stimmen vor der CDU/CSU, die auf 22,0 % kommt. Bündnis 90/Die Grünen belegen mit 15,5 % noch vor der SPD (11,4 %) den dritten Platz. Die Linke (4,8 %) sowie die AfD (2,0 %) schafften im DSM 2017 die 5-Prozent-Hürde nicht. Im Vergleich zum Vorjahr hat die FDP somit noch einmal deutlich an Beliebtheit unter den DSM-Gründern gewonnen (ein Plus von 10,8 Prozentpunkten).

Abb. 59: Bundestagswahl mit Startup-Gründern *



- Bundestagswahl 2017
 - DSM 2017 (n-Wert: 923)
 - DSM 2016 (n-Wert: 612)
 - DSM 2015 (n-Wert: 623)
- Rundungsdifferenzen möglich

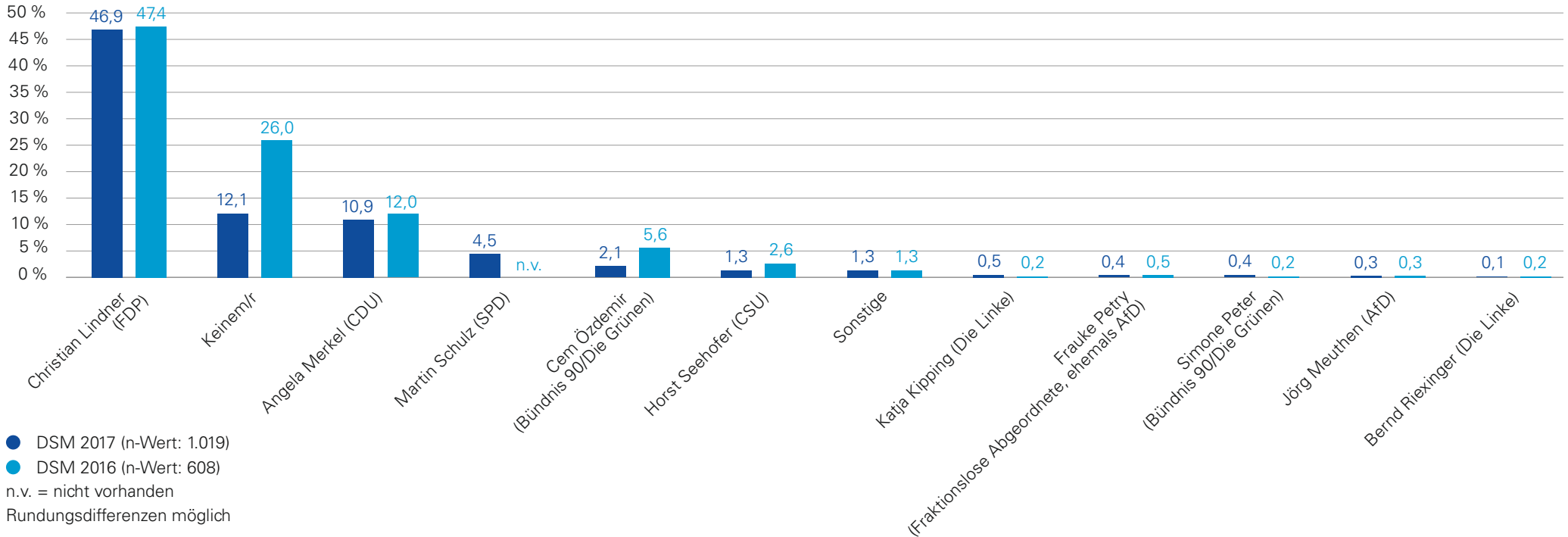
* Alle Werte zu der Bundestagswahl 2017 sind vorläufige Wahlergebnisse und beziehen sich auf die Pressemitteilung Nr. 32/17 vom 25. September 2017 des Büros des Bundeswahlleiters. Quelle: Der Bundeswahlleiter (2017): Wahl zum 19. Deutschen Bundestag am 24. September 2017 – Heft 2: Vorläufige Ergebnisse nach Wahlkreisen, https://www.bundeswahlleiter.de/dam/jcr/12d53093-cd70-4645-824a-228961412aa5/btw17_heft2.pdf, Abruf: 27.09.2017.

Wieder spricht knapp jeder zweite DSM-Gründer Christian Lindner die größte Gründerkompetenz zu.

Gründerkompetenz der Parteichefs: Wie auch im DSM 2016 spricht knapp die Hälfte (46,9 %) der DSM-Gründer Christian Lindner von der FDP die größte Gründerkompetenz zu. Den zweiten Platz im Kompetenz-Ranking belegt

die Antwortmöglichkeit "Keinem/r", was einen deutlichen Nachholbedarf signalisiert, auch wenn der Wert im Vergleich zum Vorjahr um 13,9 Prozentpunkte auf 12,1 % gefallen ist. Nur jeder Zehnte (10,9 %) findet, dass die amtierende Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) über die größte Gründerkompetenz verfügt. Weitere 4,5 % entfallen auf Martin Schulz von der SPD.

Abb. 60: Welchem/r Parteichef/in traust du die größte Gründerkompetenz zu? (2016–2017)

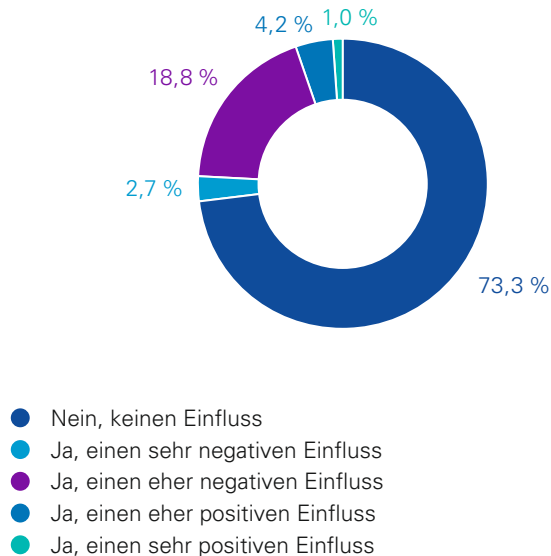


8.4 AUSWIRKUNGEN DES BREXIT AUF STARTUPS

Der Brexit hat keine Auswirkungen auf über 70% der DSM-Startups. Bei den davon betroffenen Startups ist der Einfluss jedoch überwiegend negativ.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen rund um den Brexit, dessen genaue Ausgestaltung im Moment noch von der EU und Großbritannien verhandelt wird, wurden die DSM-Gründer um eine Einschätzung gebeten, inwieweit der Brexit ihre eigenen Geschäftsaktivitäten beeinflusst. Einen eher negativen Einfluss spüren dabei 18,8% der befragten Startups, wobei weitere 2,7% einen sehr negativen Einfluss beobachten. Einen eher beziehungsweise sehr positiven Effekt bemerken jeweils 4,2% beziehungsweise 1,0% der DSM-Startups. Über 70% der Befragten (73,3%) geben jedoch an, dass der Brexit auf ihr Startup derzeit überhaupt keinen Einfluss hat.

Abb. 61: Einfluss des Brexit auf Geschäftsaktivitäten (2017)



n-Wert für 2017: 1.171
Rundungsdifferenzen möglich

9 Wettbewerb



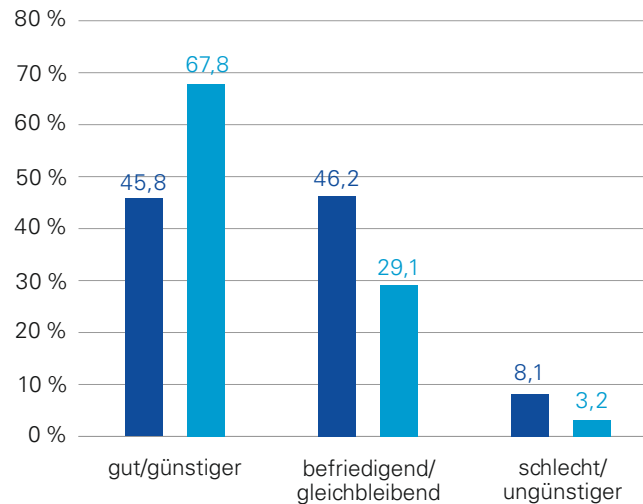
Mut zu steigenden Erwartungen

9.1 GESCHÄFTSKLIMA

Neun von zehn Gründern beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage weiterhin optimistisch, werden beim Ausblick jedoch etwas zurückhaltender.

In Anlehnung an den bekannten ifo-Geschäftsklimaindex wurden die DSM-Startups nach ihrer Einschätzung zur aktuellen und zukünftigen (nächste sechs Monate) Geschäftslage in der Startup-Szene gefragt. Die gegenwärtige Geschäftslage beurteilen 45,8 % mit gut, was einer Veränderung von plus 3,1 Prozentpunkten zum Vorjahres-DSM entspricht. Als befriedigend werten 46,2 % die aktuelle Geschäftslage und 8,1 % schätzen diese als schlecht ein. Hinsichtlich der zukünftigen Geschäftslage innerhalb der kommenden sechs Monate geben 67,8 % (Vorjahr: 72,9 %) an, dass diese günstiger werden wird. 29,1 % rechnen damit, dass diese gleich bleibt, und lediglich 3,2 % rechnen mit einer ungünstigeren Geschäftslage.

Abb. 62: Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2017)



- Aktuelle Beurteilung
- Zukünftige Beurteilung

n-Werte für 2017: 1.226/1.266
Rundungsdifferenzen möglich

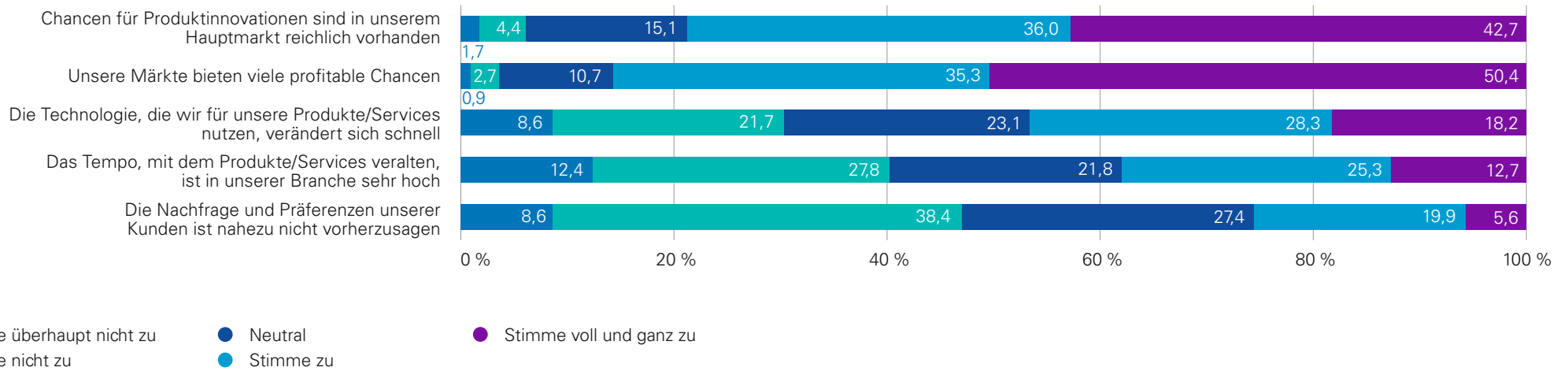
9.2 MARKTDYNAMIK

Optimistisch und innovativ: Ein Großteil der Gründer sieht gute Chancen für Produktinnovationen (78,7%) und Profite (85,7%) im Markt.

Anknüpfend an die Erkenntnisse der bisherigen DSM-Studien, dass die DSM-Startups in dynamischen Märkten tätig sind, wurden die Gründer nach ihrer Einschätzung zur derzeit herrschenden Marktdynamik sowie damit verbundener Chancen und Risiken gefragt. Insgesamt betrachtet sind die Gründer offenbar weiterhin positiv gestimmt, da 78,7% der

Befragten reichlich Chancen für Produktinnovationen in ihrem Hauptmarkt sehen und 85,7% zudem angeben, dass ihnen die Märkte profitable Chancen bieten. Eine hohe Marktdynamik spiegelt sich auch in der Zustimmung von 46,5% der Gründer wider, dass die von ihnen genutzte Technologie sich schnell verändert, wohingegen lediglich 30,3% der Befragten dem nicht zustimmen. Hinsichtlich des Tempos, mit dem Produkte und Services veralten, stimmen insgesamt 38,0% zu, dass dieses in ihrer Branche sehr hoch ist, während 40,2% dem nicht zustimmen. Probleme damit, die Nachfrage und Präferenzen ihrer Kunden vorherzusagen, haben lediglich 25,5% der Startups.

Abb. 63: Empfundene Marktdynamik (2017)



n-Wert für 2017: 1.280/1.287/1.283/1.275/1.275
 Rundungsdifferenzen möglich

10 Infrastruktur und Netzwerke



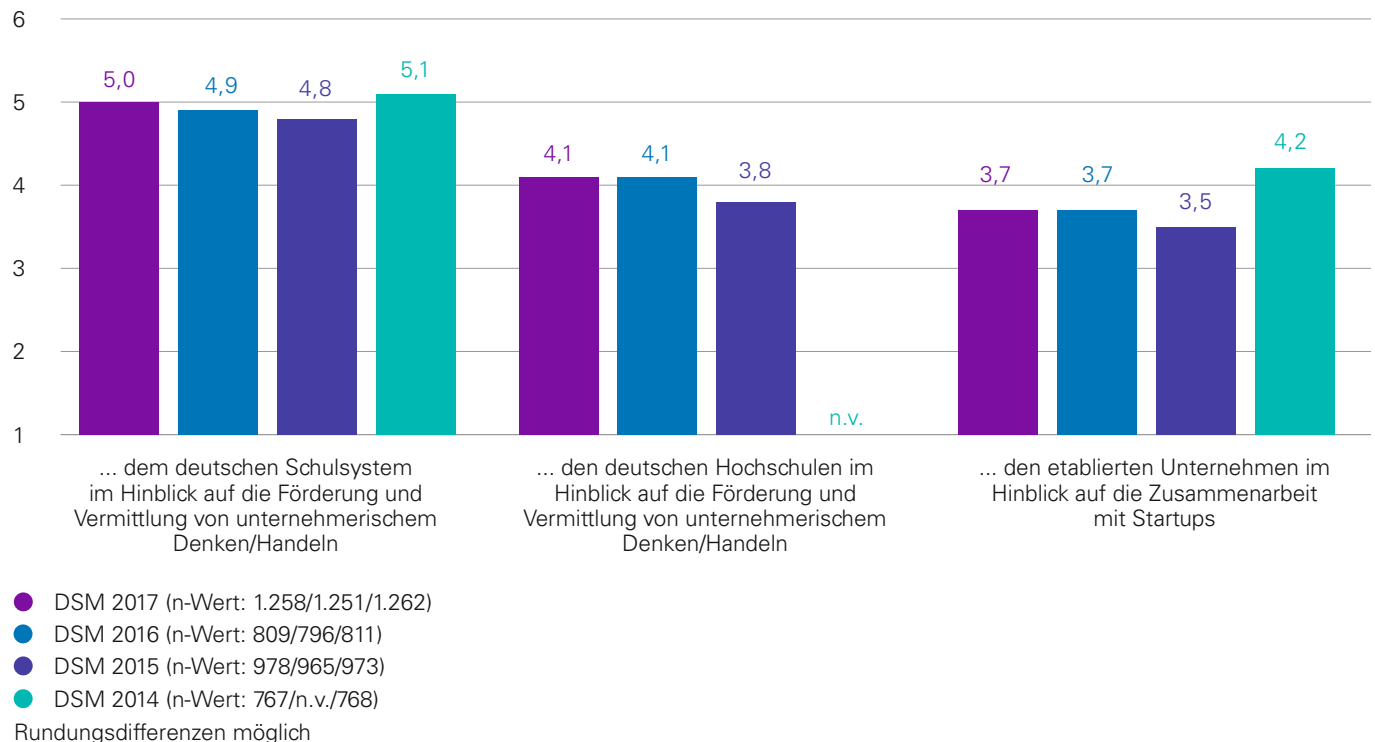
Mut zu verzahnter Arbeit

10.1 UNTERSTÜTZUNG DURCH SCHULSYSTEM, UNIVERSITÄTEN UND ETABLIERTE UNTERNEHMEN

Das deutsche Schulsystem macht keine Fortschritte hinsichtlich Förderung und Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln: Startups vergeben die Note „Mangelhaft“.

Ausgehend von den Ergebnissen der bisherigen DSM-Studien zu den Anforderungen an ein funktionierendes Startup-Ökosystem (vgl. Kollmann/Stöckmann/Hensellek/Kensbock 2016), legt der DSM 2017 einen besonderen Fokus auf (regionale) Infrastruktur beziehungsweise Netzwerke und deren Beitrag zur Unterstützung der ortsansässigen Startups. Die Teilnehmer des DSM wurden daher um eine Beurteilung des deutschen (Hoch-)Schulsystems sowie zur Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen gebeten. Im Vergleich mit den vorangegangenen DSM-Studien zeigt sich, dass aus Sicht der Gründer das deutsche Schulsystem im Hinblick auf die Förderung und Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln im Verlauf der letzten vier Jahre kaum Fortschritte gemacht hat (Note 5,0). Ähnlich verhält es sich mit dem deutschen Hochschulsystem, das jedoch mit der Note 4,1 immerhin fast eine ganze Notenstufe besser abschneidet als das Schulsystem. Die Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen wird wie auch im Vorjahr mit 3,7 bewertet.

Abb. 64: Welche Schulnoten gibst du ...? (2014–2017)



10.2 CLUSTER UND REGIONALE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Mehr Öffentlichkeitsarbeit notwendig: Mehr als ein Viertel (27,9%) der Startups wissen nicht, ob ein regionales Netzwerk beziehungsweise Cluster besteht.

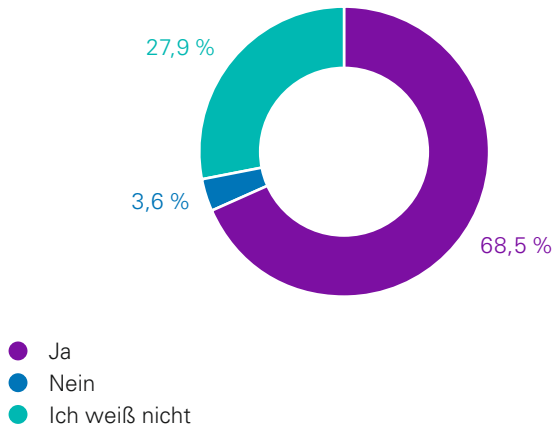
Regionale Netzwerke und Cluster: Zwei von drei Startups (68,5%) geben an, dass in ihrer Region Netzwerke beziehungsweise Cluster bestehen. Lediglich 3,6%

geben an, dass diese in ihrer Region nicht existieren. Dass ein hoher Anteil von 27,9% nicht weiß, ob Netzwerke oder Cluster in der Region bestehen, deutet darauf hin, dass hier mehr Öffentlichkeitsarbeit notwendig ist, um eventuell vorhandene Netzwerke beziehungsweise Cluster unter Startups bekannter zu machen. Von den Startups, denen ein regionales Netzwerk oder Cluster bekannt ist, geben 52,8% an, auch Teil eines solchen zu sein.

Über die Hälfte der DSM-Startups sind bereits Teil eines Clusters und bewerten den Mehrwert als eher oder sehr hoch.

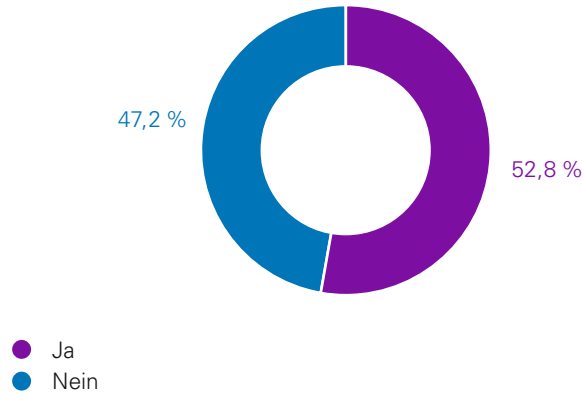
Mehrwert des Clusters: Sind DSM-Startups Teil eines Clusters, dann beurteilt mehr als die Hälfte der Befragten (55,9%) den Mehrwert des jeweiligen Clusters als eher oder sehr hoch. Weitere 22,7% sehen dies neutral und 15,5% beurteilen den Mehrwert des Clusters als eher gering. Einen sehr geringen Mehrwert sehen jedoch nur 2,6% der Startups und 3,2% geben an, dies nicht beurteilen zu können.

Abb. 65: Existieren in der Region regionale Netzwerke/Cluster? (2017)



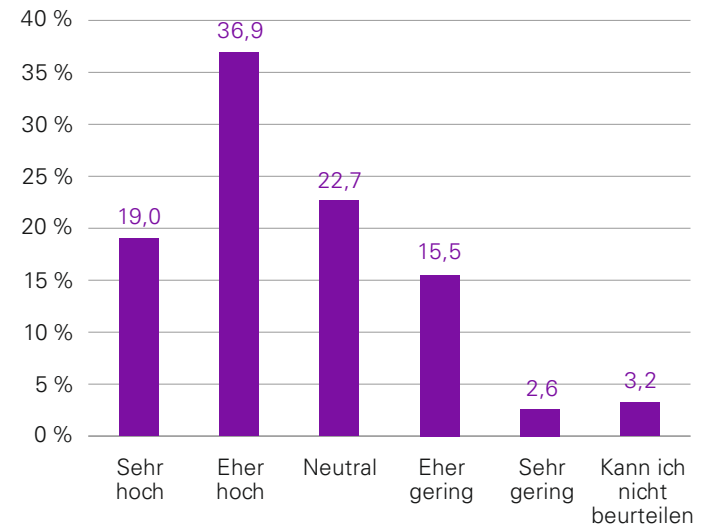
n-Wert für 2017: 1.254
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 66: Ist dein Startup Teil eines Clusters? (2017)



n-Wert für 2017: 820
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 67: Bewertung des Mehrwerts des Clusters (2017)



n-Wert für 2017: 431
Rundungsdifferenzen möglich

Startups haben drei klare Erwartungen an regionale Cluster: Wissenstransfer, Kooperationen und Sichtbarkeit.

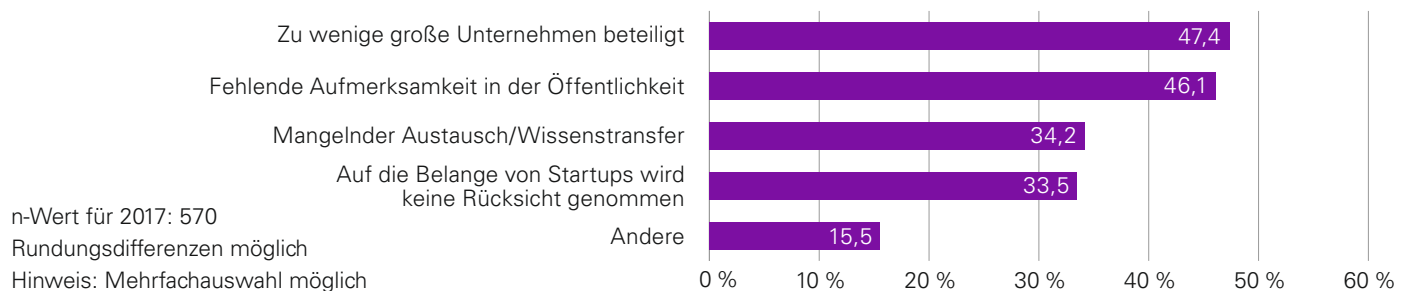
Erwartungen an regionale Cluster: Hinsichtlich der Erwartungen an regionale Cluster sind drei klare Anforderungen seitens der Startups erkennbar. Zum einen erwarten drei Viertel (74,4 %) einen Wissenstransfer sowie Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen. Weitere 65,0 % wünschen sich Kooperationen, zum Beispiel in der Produkt- und Technologieentwicklung. Zum anderen erwarten Gründer auch eine Öffentlichkeitsarbeit des Clusters, die die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung von außen erhöht (63,2 %). Jeweils jedes fünfte Startup möchte außerdem Kooperationen in der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern (19,4 %) sowie Möglichkeiten zum Outsourcing (18,8 %).

Probleme mit regionalen Clustern: Um ein realistisches Bild der regionalen Cluster zu gewinnen und Verbesserungen für die Zukunft anstoßen zu können, müssen auch eventuell bestehende Probleme zwischen Startups und Clustern berücksichtigt werden. Jeweils knapp die Hälfte der DSM-Gründer sieht es demnach als problematisch an, dass zu wenig große Unternehmen an Clustern beteiligt sind (47,4 %) und dass öffentliche Aufmerksamkeit für Cluster fehlt (46,1 %). Jeweils ein Drittel der Befragten moniert außerdem einen mangelnden Wissenstransfer beziehungsweise Austausch (34,2 %) sowie mangelnde Rücksichtnahme auf die Belange von Startups (33,5 %).

Abb. 68: Erwartungen an regionale Cluster (2017)



Abb. 69: Probleme mit regionalen Clustern in deiner Region (2017)



11 Gesellschaft und Kultur



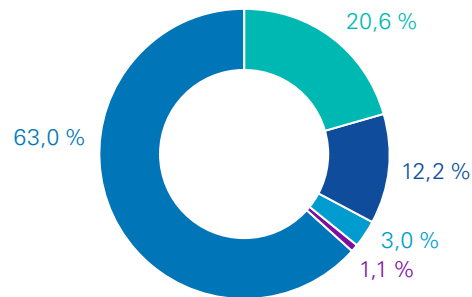
Mut zu neuen Anfängen

11.1 SCHEITERN VON STARTUPS

Zwei von drei Gründern würden trotz Scheiterns wieder ein Startup gründen.

Scheitern ist ein zentrales Thema im Entrepreneurship und damit auch Teil des DSM. Die Gründer wurden danach gefragt, was sie tun würden, wenn sie mit ihrem aktuellen Startup scheitern würden. Fast zwei von drei Gründern (63,0 %) antworten, dass sie dies nicht davon abhalten würde, wieder ein Startup zu gründen. Lediglich 20,6 % würden zurück in ein Angestelltenverhältnis gehen. Mehr als jeder Zehnte (12,2 %) würde als Freelancer arbeiten, als Business Angel oder Investor würden sich 3,0 % engagieren und 1,1 % würden gar nicht mehr arbeiten.

Abb. 70: Was würdest du tun, wenn du mit deinem aktuellen Startup scheitern würdest? (2017)



- Ich würde als Angestellte/r arbeiten
- Ich würde als Freelancer arbeiten
- Ich würde mich als Business Angel/Investor engagieren
- Ich würde nicht mehr arbeiten
- Ich würde wieder ein Startup gründen

n-Wert für 2017: 1.085

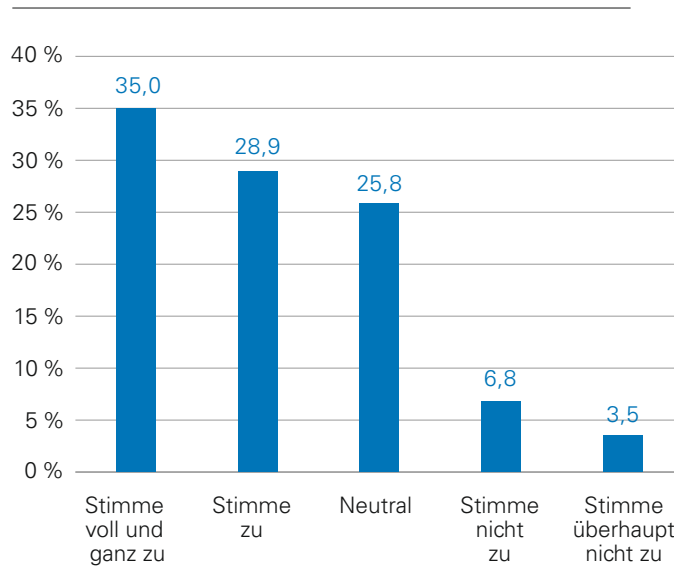
Rundungsdifferenzen möglich

11.2 ZUWANDERUNG

63,9% der Gründer stimmen (voll und ganz) zu, dass die deutsche Startup-Landschaft durch die Zuwanderung von Menschen aus dem Ausland profitiert.

Da das Thema Migration im Moment ein hohes Diskussionspotenzial in der Öffentlichkeit entfaltet, wurden die DSM-Gründer um eine Einschätzung gebeten, inwieweit die deutsche Startup-Landschaft durch die Zuwanderung von Menschen aus dem Ausland profitiert. Dabei stimmt die Mehrheit der Befragten (63,9 %) der Aussage (voll und ganz) zu, dass die deutsche Startup-Landschaft davon profitiert. Ein Viertel steht dieser Aussage neutral gegenüber (25,8 %), während 10,3 % (überhaupt) nicht zustimmen.

Abb. 71: Die deutsche Startup-Landschaft profitiert durch die Zuwanderung von Menschen aus dem Ausland (2017)

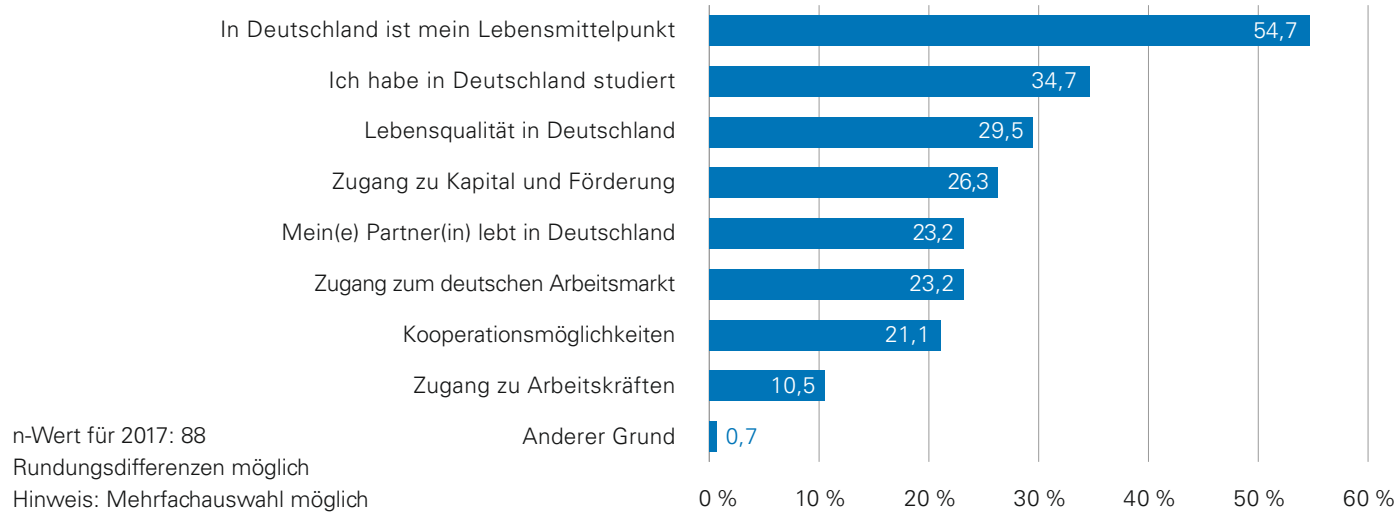


n-Wert für 2017: 1.126
Rundungsdifferenzen möglich

Für gut die Hälfte der Gründer mit ausländischer Staatsbürgerschaft war die Motivation für die Gründung in Deutschland, dass ihr Lebensmittelpunkt in Deutschland liegt.

Neben der Sicht aller DSM-Gründer auf die deutsche Startup-Landschaft lohnt sich auch ein Blick speziell auf die Sichtweise von zugewanderten DSM-Gründern. Diese wurden nach ihrer Motivation zur Startup-Gründung in Deutschland gefragt. Dabei gibt mehr als die Hälfte (54,7 %) an, dass Deutschland ihr Lebensmittelpunkt sei. Jeder Dritte hat in Deutschland (34,7 %) studiert oder schätzt die Lebensqualität in Deutschland (29,5 %). Jeweils 23,2 % der DSM-Gründer ohne deutsche Staatsbürgerschaft gründeten in Deutschland aufgrund des Wohnorts ihres Partners oder des Zugangs zum deutschen Absatzmarkt. Weitere 21,1 % nennen Kooperationsmöglichkeiten und jeder Zehnte den Zugang zu Arbeitskräften (10,5 %) als Grund.

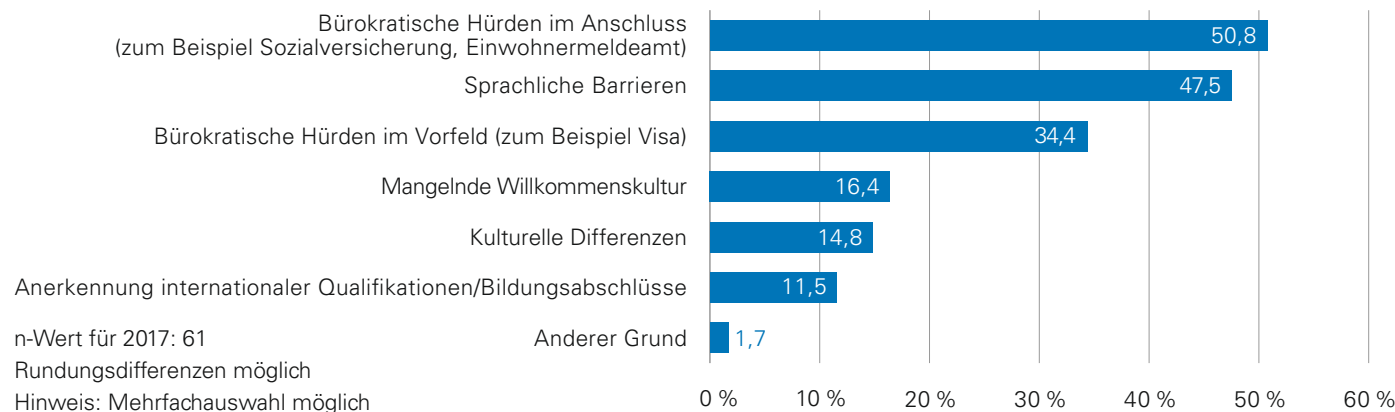
Abb. 72: Motivation für Gründer mit ausländischer Staatsbürgerschaft, in Deutschland zu gründen (2017)



Bürokratische Hürden und sprachliche Barrieren waren die größten Herausforderungen für ausländische Gründer.

Über ihre Motivation, in Deutschland zu gründen hinaus wurden die zugewanderten DSM-Gründer auch nach den Herausforderungen gefragt, denen sie bei der Unternehmensgründung hierzulande begegnet sind. Jeweils die Hälfte der Befragten nennt bürokratische Hürden im Anschluss an die Gründung (50,8 %) sowie sprachliche Barrieren (47,5 %) als Herausforderung. Ein Drittel empfindet die bürokratischen Hürden im Vorfeld als problematisch (34,4 %). Eine mangelnde Willkommenskultur (16,4 %) beziehungsweise kulturelle Differenzen (14,8 %) gibt nur jeder Sechste an. Die Anerkennung internationaler Abschlüsse stellte sich für jeden zehnten Gründer aus dem Ausland (11,5 %) als Herausforderung heraus.

Abb. 73: Erlebte Herausforderungen bei der Unternehmensgründung aus Sicht ausländischer Gründer (2017)



12 Konzeption des Deutschen Startup Monitors



Mut zu tiefgehenden Fragen

12.1 ENTWICKLUNG DER STUDIE

Der Deutsche Startup Monitor (DSM) erscheint nun bereits im fünften Jahrgang. Seit 2013 entsteht der Monitor aus einer jährlich durchgeführten Onlinebefragung von Startups aus ganz Deutschland. Initiiert vom Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS), wurde der DSM in den Jahren 2013 bis 2015 unter der wissenschaftlichen Leitung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin; Forschungsgruppe Berlin-Startup Insights) durchgeführt. Seit 2016 ist der Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen (Prof. Dr. Tobias Kollmann, netCAMPUS) federführend für die wissenschaftliche Begleitung der Studie verantwortlich. Unterstützt wird der DSM weiterhin durch den Praxispartner KPMG in Deutschland.

Der DSM verfolgt das Ziel, eine umfassende Daten- sowie Wissensbasis über das deutsche Startup-Ökosystem aufzubauen und damit die deutsche Gründungsforschung und -praxis zu unterstützen. Die Datengrundlage des DSM wird seit Jahren kontinuierlich umfangreicher. Auch in diesem Jahr konnte die Zahl der Teilnehmer noch einmal deutlich erhöht werden, was es uns ermöglicht, ein noch umfassenderes Bild der deutschen Startup-Landschaft zu zeichnen. Die Gesamtzahl der qualitativ hochwertigen

(und damit auswertbaren) Datensätze wächst seit 2013 (n = 454) über 2014 (n = 903), 2015 (n = 1.061) und 2016 (n = 1.224) an und liegt in diesem Jahr bei n = 1.837. Die teilnehmenden DSM-Startups zeichnen sich hierbei insbesondere durch ihr junges Alter sowie ihre Orientierung auf Innovation und Wachstum aus – damit unterscheidet sich der DSM von Studien zum allgemeinen Gründungsgeschehen (vgl. Kapitel 1.1 bis 1.3).

Trotz eines an wissenschaftlichen Standards orientierten Forschungsdesigns (siehe Kapitel 12.2) sowie qualitativ hochwertiger Datensätze beansprucht der DSM keine vollständige Repräsentativität für sich. Dennoch stellt der DSM aufgrund seiner hohen Anzahl an qualitativ hochwertigen Antworten von Gründern und Geschäftsführern beziehungsweise C-Level-Führungskräften eine wichtige Momentaufnahme sowohl der Startup-Landschaft in Deutschland als auch der aktuellen Einschätzungen deutscher Gründer dar.

12.2 FORSCHUNGSDESIGN

Um eine hohe Qualität der Datensätze sicherzustellen, folgt die Datenerhebung für den DSM einem systematischen Prozess: Die Gründer und Geschäftsführer von Startups in Deutschland erhalten hierfür einen speziellen

Befragungslink per E-Mail zugeschickt. Die Verteilung des Links erfolgt ausschließlich über ausgewählte Multiplikatoren. In diesem Jahr waren es 298 ausgewählte Multiplikatoren (2016: 105; 2015: 83; 2014: 64; 2013: 10), darunter Venture-Capital-Investoren, Business Angels, Technologiezentren, Acceleratoren, Inkubatoren, Businessplanwettbewerbe, Co-Working Spaces, nationale und regionale Entrepreneurship-Vereinigungen sowie persönliche Netzwerke der beteiligten DSM-Partner. Des Weiteren wurde der Link auch über Social Media durch die Netzwerkpartner gestreut.

Die Beantwortung des DSM-Fragebogens 2017 dauerte durchschnittlich 20 Minuten. Insgesamt haben 5.347 Personen in diesem Jahr an der Online-Befragung teilgenommen (2016: 3.046; 2015: 2.036; 2014: 1.785; 2013: 454). Die Befragung erfolgte anonym, Rückschlüsse auf die Aktivitäten einzelner Startups sind nicht möglich. Die Umfrage war vom 02.05.2017 bis zum 17.06.2017 online verfügbar.

Die Datenauswertung erfolgte in Kooperation mit dem Bundesverband Deutsche Startups e.V. Insbesondere umfasste dies auch die Festlegung der Kriterien für die Bereinigung des Rohdatensatzes. Die Datenbereinigung erfolgte nach denselben Kriterien wie im Vorjahr (DSM 2016): Nur Startups mit einem (geplanten) Wachstum

oder (hoch) innovativen Produkten beziehungsweise Dienstleistungen, Geschäftsmodellen oder Technologien gingen in die Auswertung ein. Hingegen war eine formale Gewerbeanmeldung keine notwendige Voraussetzung für die Aufnahme – dadurch ermöglicht der DSM auch Einblicke in frühe Phasen der Startup-Entwicklung. Nicht unter den Startup-Begriff fallen nach unserer Definition Existenzgründungen, beispielsweise als Berater, und Freelancer-Aktivitäten. Um zu vermeiden, dass die Studienergebnisse durch die irrtümliche Aufnahme solcher Fälle verfälscht werden, wurde in den Branchen, in denen die Praxis ein vermehrtes Auftreten dieser Tätigkeiten zeigt, eine zusätzliche Einschränkung hinsichtlich der Mitarbeiterzahl vorgenommen (zwei bei Kreativwirtschaft, jeweils drei bei Beratung und Sonstige).

Nach Abschluss der Datensatzbereinigung wurde die wissenschaftliche Auswertung durchgeführt. Dem DSM 2017 liegen 1.837 Datensätze von Gründern und leitenden Angestellten (Geschäftsführung beziehungsweise C-Level) zugrunde. Somit enthält der DSM 2017 keine Vollerhebung aller deutschen Startups und kann angesichts der unbekannteren Grundgesamtheit der Startups in Deutschland auch keine Repräsentativität für sich beanspruchen. Ziel des DSM ist daher vor allem, einen ersten Eindruck über die Startup-Landschaft in Deutschland zu vermitteln.

Literaturverzeichnis

Brettel, M./Faaß, K./Heinemann, F. (2007): Controlling für innovative junge Unternehmen, in: Zeitschrift für Controlling & Management (ZfCM), 51. Jg. (2007), H. 3, S. 52–66.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2015): Berufsbildungsbericht 2015, Bonn.

Der Bundeswahlleiter (2017): Wahl zum 19. Deutschen Bundestag am 24. September 2017 – Heft 2: Vorläufige Ergebnisse nach Wahlkreisen, https://www.bundeswahlleiter.de/dam/jcr/12d53093-cd70-4645-824a-228961412aa5/btw17_heft2.pdf, Abruf: 27.09.2017.

Isenberg, D. (2011): The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/>, Abruf: 21.08.2017.

Kollmann, T. (2016a): E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 6. Aufl., Wiesbaden.

Kollmann, T. (2016b): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, 6. Aufl., Wiesbaden.

Kollmann, T. (2015): Digitale Wirtschaft NRW – Köpfe, Kapital und Kooperation von und für Startups, Mittelstand sowie Industrie für digitale Geschäftsprozesse und -modelle in Nordrhein-Westfalen, http://dwnrw.socialtrademarks.de/wp-content/uploads/sites/269/DWNRW_STRATEGIE.pdf, Abruf: 21.08.2017.

Kollmann, T./Hensellek, S. (2017a): Die Basisarchitektur digitaler Geschäftsmodelle, in: Leukert, B./Gläß, R. (Hrsg.), Handel 4.0: Die Digitalisierung des Handels. Strategien, Technologien, Transformation, Heidelberg: Springer Wissenschaftsverlag.

Kollmann, T./Hensellek, S. (2017b): KPI-Steuerung von Start-ups der Digitalen Wirtschaft – Das 4K-Modell als prozessorientiertes Steuerungsinstrument, in: CONTROLLING – Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung, 29. Jg., H. 2, S. 47–54.

Kollmann, T./Stöckmann, C./Peschl, A./Hensellek, S. (2017): How Management Teams Foster the Transactive Memory System-Entrepreneurial Orientation Link, in: Academy of Management Proceedings, Jg. 2016, H. 1.

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

Metzger, G. (2017): KfW-Gründungsmonitor 2017, Frankfurt am Main.

Nink, M. (2017): Engagement Index Deutschland 2016, <http://www.wirtschaftsfoerderung-ak.de/images/downloads/Studie.pdf>, Abruf: 21.08.2017.

Porter, M. E. (1980): Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors, New York: Free Press.

Ripsas, S./Tröger, S. (2015): Deutscher Startup Monitor (DSM) 2015, Berlin.

Ripsas, S./Tröger, S. (2014): Deutscher Startup Monitor (DSM) 2014, Berlin.

Ripsas, S./Schaper, B./Nöll, F. (2013): Deutscher Startup Monitor (DSM) 2013, Berlin.

Schwens C./Zapkau, F. B./Bierwerth, M./Isidor,

R./Knight, G./Kabst, R. (2017): International Entrepreneurship: A Meta-Analysis on the Internationalization and Performance Relationship, in: Entrepreneurship Theory and Practice, 2017, Texas

Abbildungsverzeichnis

| | | | | | |
|--|-----------|--|-----------|---|-----------|
| Abb. 1: Allgemeines Gründungsgeschehen (KfW) – Gründerquoten in Deutschland (2000–2016) | 15 | Abb. 21: Schwierigkeiten bei der Neueinstellung von Mitarbeitern aus dem In- und Ausland (2017) | 33 | Abb. 40: Finanzierungsquellen (2014–2017) | 52 |
| Abb. 2: Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann 2016b | 17 | Abb. 22: Herausforderungen bei Neueinstellungen von Mitarbeitern aus dem Ausland (2017) | 34 | Abb. 41: Venture-Capital-finanzierte Startups (2017) | 53 |
| Abb. 3: Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Gründerregionen (2017)* | 19 | Abb. 23: Herkunft der Mitarbeiter | 35 | Abb. 42: Art der Venture-Capital-Investoren (2017) | 53 |
| Abb. 4: Bundesländer mit dem größten Zulauf durch überregionale Standortwechsler (2017) | 20 | Abb. 24: Welche Nutzer adressiert dein Startup? (2017) | 37 | Abb. 43: Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr (2015–2017) | 54 |
| Abb. 5: Durchschnittliches Startup-Alter (2013–2017) | 21 | Abb. 25: Durch welche Kunden erwirtschaftet dein Startup seine Umsätze? (2017) | 38 | Abb. 44: Gewinn im vergangenen Geschäftsjahr (2017) | 55 |
| Abb. 6: Startup-Alter (2017) | 21 | Abb. 26: Innovationsgrad (2017) | 38 | Abb. 45: Umsatzanteil nach Märkten (2017) | 57 |
| Abb. 7: Startup-Entwicklungsphasen (2013–2017) | 22 | Abb. 27: Einfluss der Digitalisierung auf das Geschäftsmodell (2017) | 39 | Abb. 46: Geplante Internationalisierung (2017) | 58 |
| Abb. 8: Branchen (2017) | 23 | Abb. 28: Aktuelle Unternehmensstrategien (2017) | 41 | Abb. 47: Herausforderungen bei der Internationalisierung (2017) | 58 |
| Abb. 9: Altersgruppen (2016–2017) | 25 | Abb. 29: Anzahl der Hierarchieebenen im Startup (2017) | 42 | Abb. 48: Anzahl der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017) | 59 |
| Abb. 10: Geschlecht der Gründer | 26 | Abb. 30: Umsatzwachstum (2017) | 43 | Abb. 49: Anzahl der Kooperationen mit anderen Startups (2017) | 59 |
| Abb. 11: Seriengründer (2017) | 27 | Abb. 31: Profitabilität (2017) | 43 | Abb. 50: Art der Kooperationen mit Startups (2017) | 60 |
| Abb. 12: Staatsangehörigkeit | 27 | Abb. 32: Position zum Wettbewerb (2017) | 43 | Abb. 51: Art der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017) | 61 |
| Abb. 13: Höchster Schulabschluss (2017) | 28 | Abb. 33: Skalierbarkeit des Geschäftsmodells (2017) | 44 | Abb. 52: Verfolgte Ziele der Kooperationen mit etablierten Unternehmen (2017) | 62 |
| Abb. 14: Studienfächer (2017) | 29 | Abb. 34: Strukturierung und Standardisierung (2017) | 44 | Abb. 53: Aktuelle Herausforderungen (2017) | 63 |
| Abb. 15: Top-10-Gründerhochschulen (2017) | 30 | Abb. 35: Verantwortlichkeiten und Spezialisierungen im Managementteam (2017) | 45 | Abb. 54: Schulnoten für die Förderung des Gründungsstandorts durch Bundes- und Landesregierung | 66 |
| Abb. 16: Lebenszufriedenheit (2008–2017) | 30 | Abb. 36: Externe Kapitalaufnahme (bisher) (2017) | 48 | Abb. 55: Benotung der Bundesregierung im Jahresvergleich (2015–2017) | 67 |
| Abb. 17: Teamquote | 31 | Abb. 37: Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2017) | 49 | | |
| Abb. 18: Teamgröße (2017) | 32 | Abb. 38: Erwartete Kapitalaufnahme (2015–2017) | 50 | | |
| Abb. 19: Mitarbeiter- und Gründeranzahl nach Regionen | 32 | Abb. 39: Finanzierung ausschließlich aus eigenen Ersparnissen | 51 | | |
| Abb. 20: Geplante Neueinstellungen nach Regionen | 33 | | | | |

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| Abb. 56: Benotung der Landesregierungen im Jahresvergleich (2014–2017) | 68 | Abb. 72: Motivation für Gründer mit ausländischer Staatsbürgerschaft, in Deutschland zu gründen (2017) | 85 |
| Abb. 57: Schulnoten für das Startup-Verständnis der Politik (2014–2017) | 69 | Abb. 73: Erlebte Herausforderungen bei der Unternehmensgründung aus Sicht ausländischer Gründer (2017) | 85 |
| Abb. 58: Erwartungen an die Politik (2017) | 70 | | |
| Abb. 59: Bundestagswahl mit Startup-Gründern | 71 | | |
| Abb. 60: Welchem/r Parteichef/in traust du die größte Gründerkompetenz zu? (2016–2017) | 72 | | |
| Abb. 61: Einfluss des Brexit auf Geschäftsaktivitäten (2017) | 73 | | |
| Abb. 62: Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2017) | 75 | | |
| Abb. 63: Empfundene Marktdynamik (2017) | 77 | | |
| Abb. 64: Welche Schulnoten gibst du ...? (2014–2017) | 79 | | |
| Abb. 65: Existieren in der Region regionale Netzwerke/Cluster? (2017) | 80 | | |
| Abb. 66: Ist dein Startup Teil eines Clusters? (2017) | 80 | | |
| Abb. 67: Bewertung des Mehrwerts des Clusters (2017) | 80 | | |
| Abb. 68: Erwartungen an regionale Cluster (2017) | 81 | | |
| Abb. 69: Probleme mit regionalen Clustern in deiner Region (2017) | 81 | | |
| Abb. 70: Was würdest du tun, wenn du mit deinem aktuellen Startup scheitern würdest? (2017) | 83 | | |
| Abb. 71: Die deutsche Startup-Landschaft profitiert durch die Zuwanderung von Menschen aus dem Ausland (2017) | 84 | | |

Akademische Partner und Autoren

Akademische Partner

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

netCAMPUS
WE START YOUR E-ENTREPRENEURSHIP

Universität Duisburg-Essen und netCAMPUS

Die Universität Duisburg-Essen (UDE) gehört als jüngste deutsche Universität mit rund 41.900 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. Die Forschungsarbeiten des Lehrstuhls werden regelmäßig auf renommierten nationalen und internationalen Konferenzen präsentiert und in einschlägigen Fachjournals publiziert.

www.netcampus.de

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

Zudem wird im Rahmen der netSTART-Academy ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm angeboten, bei dem Arbeitnehmer das Wissen und die Kompetenz für das Digitale Zeitalter erwerben können. Vom Vortrag als Impuls, über Basis- und Aufbaukurse zum Einstieg bis hin zum kompletten Fernstudium mit Universitäts-Zertifikat: Die netSTART-Academy ist Ihr Startpunkt für die Digitale Wirtschaft. Den Teilnehmern stehen dabei neben reinen Online-Kursen auch 1-Tages-Seminare und Workshops sowie Semesterkurse im Blended Learning zur Verfügung.

www.netstart-academy.de



Prof. Dr. Tobias Kollmann

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 zu den Pionieren der deutschen Internet-Gründerszene und der elektronischen Marktplätze. Er ist Autor zahlreicher Bücher, Fach- und Praxisbeiträge in den Bereichen „E-Entrepreneurship“, „E-Business“ und „Akzeptanz/Marketing bei neuen Medien“. Für sein besonderes Lehr- und Förderkonzept in diesem Bereich erhielt er beim UNESCO Entrepreneurship Award „Entrepreneurial Thinking and Acting“ einen Sonderpreis. Als Business Angel finanzierte er im Verlauf der letzten

15 Jahre zahlreiche Startups in der Digitalen Wirtschaft, wofür er 2012 vom Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. zum „Business Angel des Jahres“ gewählt wurde. Seit 2013 ist er Vorsitzender des Beirats „Junge Digitale Wirtschaft“ im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Von 2014 bis 2017 war er zudem der Landesbeauftragte für die Digitale Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Er ist vor diesem Hintergrund ein gefragter Speaker für die Themen „Digitale Wirtschaft“, „Digitale Transformation“ und „Digitaler Wandel“. Laut dem Magazin Business Punk (Ausgabe 02/2014) gehört er zu den 50 wichtigsten Köpfen der Startup-Szene in Deutschland.

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



Dr. Christoph Stöckmann

Dr. Christoph Stöckmann ist akademischer Oberrat a. Z. und Habilitand am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen. Nach einem Studium der Wirtschaftsinformatik wurde er 2009 an der Universität Duisburg-Essen mit einer Arbeit über entrepreneuriales Management in Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologiebranche promoviert. In der Forschung und Lehre befasst er sich mit strategischen und organisatorischen Aspekten der Unternehmensgründung und -entwicklung sowie dem Einfluss der Digitalisierung auf neue und etablierte Unternehmen und deren Geschäftsmodelle. In diesen Bereichen ist er ebenfalls als Coach und Berater aktiv. Seine Forschungsarbeiten zu verschiedensten Themen in den Feldern (Corporate) Entrepreneurship, Innovation und Digitale Wirtschaft wurden

in führenden wissenschaftlichen und praxisrelevanten Zeitschriften wie Journal of Business Venturing (JBV) und Entrepreneurship Theory and Practice (ETP) publiziert.

E-Mail: christoph.stoeckmann@icb.uni-due.de



Simon Hensellek, M. Sc.

Simon Hensellek, Master of Science, ist Doktorand am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Er studierte Management and Economics an der Ruhr-Universität Bochum mit den Schwerpunkten Accounting, Finance und Controlling. Während seines Studiums absolvierte er eine Summer School zum interkulturellen Management an der Tongji-Universität in Shanghai sowie im Masterstudium ein Auslandssemester an der Utrecht University School of Economics in den Niederlanden mit den Schwerpunkten Strategie, Corporate Entrepreneurship und Innovationsmanagement. Bereits während des Studiums sammelte er praktische Erfahrungen unter anderem im Strategic Group Controlling der Deutsche Telekom AG, im Bereich Assurance bei der PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie

durch die Gründung eines E-Commerce-Unternehmens. Er präsentiert aktuelle Forschungsarbeiten regelmäßig auf renommierten nationalen und internationalen Konferenzen wie der BCERC oder AOM (Best Paper Proceedings 2016) und publiziert in praxisrelevanten Fachjournals wie der „Controlling“. Gemeinsam mit Prof. Dr. Kollmann entwickelte er außerdem den E-Business-Model-Generator (www.e-business-generator.de) und bietet Workshops sowie zertifizierte Weiterbildungen rund um die Themen E-Business, Digitale Transformation und elektronische Geschäftsmodelle an (www.e-business-manager.de).

E-Mail: simon.hensellek@icb.uni-due.de



Julia Kensbock, M. Sc.

Julia Kensbock ist Doktorandin am Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Ihr fachlicher Hintergrund liegt in den Bereichen Arbeits- und Organisationspsychologie (Master of Science, Universitäten Mannheim und Konstanz) sowie Betriebswirtschaftslehre/Personalmanagement (Bachelor of Arts, Duale Hochschule Baden-Württemberg Karlsruhe). Praktische Erfahrungen sammelte sie während ihres Studiums bei der Deutschen Post AG sowie bei der Hochtief AG. Durch wissenschaftliche Tätigkeiten an den Universitäten St. Gallen und Mannheim sammelte sie Erfahrung mit Forschungsprojekten. Ihre Forschungsinteressen liegen in der Schnittstelle zwischen Psychologie und Management, vor allem in den Bereichen Führung, Teamprozesse beziehungsweise Diversität sowie Personal- und

Organisationsmanagement. Ihre Forschungsarbeiten wurden in führenden internationalen Fachjournals (zum Beispiel Journal of Business Venturing) publiziert und auf renommierten internationalen Konferenzen präsentiert.

E-Mail: julia.kensbock@icb.uni-due.de

Initiator und Projektmanagement

Bundesverband Deutsche Startups e.V.



Der Bundesverband Deutsche Startups e.V. ist der Repräsentant und die Stimme der Startups in Deutschland. Im September 2012 in Berlin von Startup-Gründern ins Leben gerufen, erläutert und vertritt der Startup-Verband die Interessen und Standpunkte von Startups gegenüber Gesetzgebung, Verwaltung und Öffentlichkeit.

Als Bundesverband vertritt der Startup-Verband das gesamte deutsche Startup-Ökosystem und wird in

14 Bundesländern durch engagierte Gründer aus den Regionen vor Ort repräsentiert. Des Weiteren deckt er mit zahlreichen Plattformen und Netzwerken eine große Bandbreite an Branchen, Berufen und Themen ab. Mit der Organisation von Delegationsreisen fördert der Startup-Verband aktiv die Internationalisierung der deutschen Gründerszene. Aktuell gehören dem Startup-Verband mehr als 750 Mitglieder an.

www.deutschestartups.org



Lukas Gabriel Wiese, MPP

Lukas Gabriel Wiese ist seit Februar 2016 beim Startup-Verband beschäftigt und leitet seit März 2017 den Forschungsbereich. In dieser Position verantwortet er unter anderem das Projektmanagement für den Deutschen Startup Monitor und stellt die Ergebnisse der Studie auf nationalen und internationalen Fachveranstaltungen vor. Darüber hinaus verantwortet er als Projektleiter das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) geförderte German-Israeli-Startup-Exchange-Program (GISEP). Mit dem GISEP unterstützt der Startup-Verband die Internationalisierung von Startups, bewirbt das deutsche Startup-Ökosystem als Expansionsziel in Israel und fördert die Vernetzung zwischen der etablierten Wirtschaft in Deutschland und Startups aus Israel.

Lukas Gabriel Wiese studierte International Relations (BA) in den Niederlanden und in Mexiko. Nach praktischen Erfahrungen im Europäischen Parlament in Brüssel sowie im Bereich der politischen Kommunikation bei verschiedenen Global-Fortune-500-Unternehmen absolvierte er den Master of Public Policy (MPP) an der Hertie School of Governance in Berlin und der Wirtschaftsuniversität Luigi Bocconi in Mailand.

E-Mail: lukas.wiese@deutschestartups.org



Daniel Salgado, MPP

Daniel Salgado ist seit September 2016 beim Startup-Verband beschäftigt und fördert in seiner Rolle als Partner-Manager seit März 2017 den Aufbau von Netzwerken innerhalb des Verbandes sowie den Austausch von Geschäfts- und Innovationsideen zwischen den Verbandsmitgliedern. In dieser Rolle betreut er die Fördermitglieder des Startup-Verbands und die Netzwerkpartner des Deutschen Startup Monitors.

Er studierte Politikwissenschaften und Internationale Beziehungen in Mexiko sowie Public Policy an der Hertie School of Governance in Berlin. Durch seine

wissenschaftlichen Tätigkeiten am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) verfügt er über ein breites Wissen im Bereich der empirischen Sozialforschung. Neben seiner Tätigkeit in der Wissenschaft war Daniel Salgado einer der Mitbegründer des Online-Blogs The Governance Post in Berlin.

E-Mail: daniel.salgado@deustchestartups.org



Malte Fritsche

Malte Fritsche betreut seit Mai 2017 beim Startup-Verband das Netzwerk hinter dem Deutschen Startup Monitor und begleitet in diesem Rahmen die Datenerhebung der Umfrage. Neben Pflege und Ausbau des Preisgeber- und Partnernetzwerks zählt die Unterstützung des Projektmanagements der Studie zu seinen Verantwortlichkeiten.

Malte Fritsche studierte Politik- und Wirtschaftswissenschaften an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster und absolviert derzeit einen Master in Economics an der Universität zu Köln und der Sabanci University in Istanbul. Neben dem Studium sammelte er praktische Erfahrungen in der politischen Kommunikation bei einer

international tätigen Beratungsagentur und im Berliner Hauptstadtbüro eines Großkonzerns.

E-Mail: malte.fritsche@deustchestartups.org

Herausgeber und Förderer

HERAUSGEBER



KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit mehr als 189.000 Mitarbeitern in 152 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen.

Unser Anspruch: Seite an Seite mit unseren Kunden neue und innovative Wege gehen. Unser Ziel: Schon heute wertvolle Lösungen für morgen liefern. Unser Handwerkszeug: Qualität, Leidenschaft und voller Einsatz.

Das fundierte Fach- und Branchenwissen unserer Experten gibt unseren Kunden Sicherheit und Orientierung. Und es ermutigt sie, notwendige Dinge entschlossen anzupacken. Denn wir zeigen Unternehmen nicht nur geschäftliche Chancen auf. Wir unterstützen sie auch dabei, Entwicklungen mitzubestimmen und ihre Wachstumsziele zu erreichen.

Die Startup-Initiative „Smart Start“ wurde vor fünfeinhalb Jahren ins Leben gerufen. Warum? Schnelles Wachstum stellt gerade junge Unternehmen vor zahlreiche neue Herausforderungen. Ohne internationale und interdisziplinäre Unterstützung kommen viele Startups schnell an ihre Grenzen. Das Smart-Start-Team von KPMG kennt die typischen Phasen, die sich im Lebenszyklus eines Startups ergeben, bestens. In unseren Client-Service-Teams bündeln wir die steuerrechtliche, rechtliche* und betriebswirtschaftliche Expertise von KPMG und beraten Startups ganzheitlich und zukunftsorientiert. Wir bieten intelligente, pragmatische und wegweisende Lösungen – und schlagen Brücken zwischen den Herausforderungen unserer Kunden und den Möglichkeiten der Märkte.

KPMG unterstützt innovative, junge Unternehmen mit den Dienstleistungen, die sie brauchen, und begleitet sie auf ihrem Weg zum Erfolg – zu fairen Konditionen.

www.kpmg.de/smartstart

* Die Rechtsdienstleistungen werden durch die KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH erbracht.



Tim Dümichen

Tim Dümichen ist Partner im Bereich Corporate Tax bei der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und leitet in der Region Ost den Wachstumsbereich Kreativwirtschaft/High Tech Companies. Tim Dümichen verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in der Beratung von Unternehmen im nationalen und internationalen Steuerrecht. Sein Schwerpunkt liegt auf der Beratung von Startups und den Branchen Informationstechnologie und Telekommunikation, Software & Games und Biotechnologie. Zusammen mit Marius Sternberg koordiniert er die Smart-Start-Initiative von KPMG. Mit einem deutschlandweiten Team unterstützt er Startups in jeder Phase ihres Gründungs- und Geschäftszyklus. Zunächst stu-

dierte Tim Dümichen Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Berlin, bevor er bei KPMG als Associate einstieg. Anschließend arbeitete er einige Jahre bei einer international tätigen Anwaltskanzlei als Partner im Bereich Tax, bis er erneut zu KPMG wechselte.



Marius Sternberg

Marius Sternberg ist Partner im Bereich Audit bei der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und Mitglied des Segments Familienunternehmen. Zudem ist er Co-Leader des Startup-Teams von KPMG, das er zusammen mit Tim Dümichen vor einigen Jahren in Berlin gründete. Er prüft bekannte Online- und E-Commerce-Startups und berät sie in allen Phasen ihrer Entwicklung von der Gründung über das Wachstum und die Internationalisierung bis hin zum Exit. Marius Sternberg ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer und seit 2001 bei KPMG tätig. Zuvor arbeitete er vier Jahre bei einem international tätigen Wirtschaftsprüfungsunternehmen. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre absolvierte er an der Technischen Universität Berlin.

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 2017

Wir bedanken uns herzlich bei den Preisgebern des DSM 2017 für die Bereitstellung zahlreicher Preise für die Teilnehmer der Studie.



www.deutschestartups.org



www.kpmg.de/smartstart



www.netstart.de



www.deutsche-startups.de



www.outfittery.com



www.brandeins.de



www.monsum.com



www.i-potentials.de



www.coffeecircle.com



www.alba.info

Netzwerkpartner des DSM 2017

Wir bedanken uns herzlich bei den Netzwerkpartnern des DSM 2017. Durch ihre Reichweite konnte die Datenbasis der Studie ausgebaut und neue Regionen identifiziert werden.



www.garagestartups.de



www.accelerate-stuttgart.de



www.eon-agile.com



www.ahoyberlin.com



www.airbus-bizlab.com



www.aitiraum.de



www.gruender-mv.de



www.astutia.de



www.bw.ihk.de



www.basislager.co



www.bbb-berlin.de



www.bioeconomy.de



www.begin24.de



www.bmp.com



www.bergisches-dreieck.de



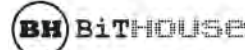
hamburg.betahaus.de



www.opencampus.sh



www.bio-m.org



www.thebithouse.org



www.bitsandpretzels.com



www.bm-t.de



www.borderstep.de



www.braunschweig.de/wirtschaftsfoerderung



www.bremen-digitalmedia.de



www.bremen-startups.de



www.bridge-online.de



www.bdi.eu



www.innovationszentren.de



www.bvkap.de



www.bvdw.org



www.bitmi.de



www.business-angels.de

BusinessAngels
Netzwerk Saarland

www.business-angels-saarland.de



www.business-village.de



www.bwcon.de



www.c-hub.de



www.capnomic.com



www.cdtm.de



www.cherry.vc



www.climate-kic.de



www.cooperativa.vc



www.coparion.vc



www.coworkit.de



www.cps-hub-nrw.de



www.creative.nrw.de



www.cyberforum.de



www.cyberlago.net



www.dbmindbox.com



www.denfabrik-gruenderhochschulen.de



www.deutsche-bank.de/startups



www.venture-network.com



www.dfki.de



www.deutsche-startups.de



www.dlr.de



www.die-gruendertrainerin.de



www.diezukunftsmanufaktur.de



www.aachen.digital



www.digitalhubcologne.de



www.digitalhub.de



www.digihub.de



www.digitale-oberpfalz.de



www.jackstaedt-flensburg.de



www.wirtschaft.nrw



www.earlybird.com



www.editionf.com



www.eitdigital.eu



www.endeit.com



www.engage-ventures.com



www.enjoyventure.vc



www.entrepreneure-rostock.de



www.entrepreneurship-center.de



www.etventure-startup-hub.com



www.exist.de



www.potsdam.de/lotsendienst



www.factoryberlin.com



www.fh-luebeck.de



www.firma.de



www.forschung-fuer-das-saarland.de



www.flyinghealth.com



www.foerderbar.de



www.forschung-sachsen-anhalt.de



www.foundersfight.club



www.foundersfoundation.de



www.foundersunscripted.com



www.fraunhoferventure.de



www.fundernation.eu



www.fundersclub.de



www.für-gründer.de



www.futuresax.de



www.gamearea-frm.de



www.gamesnet-bb.de



www.gateway.uni-koeln.de



www.uni-goettingen.de



www.german-startups.com



www.gtec.berlin



www.code-n.org



www.uni-oldenburg.de/giz



www.go-ahead.de



www.goetheunibator.de



www.greenbusiness-development.de



www.deutschland-startet.de



www.hs-karlsruhe.de/gruender-labor



www.gruenden.uni-freiburg.de



www.gruendercube.de



www.gruenderimpuls.de



www.gruenderkueche.de



www.gruendermagnet.de



www.wiesbaden.de/existenzgruendung



www.gruenderstadt-offenbach.de



www.gruenderszene.de



www.gruendertage-hessen.de



www.gruendervilla.de



www.gruendungsbuero.info



www.gruenden-in-potsdam.de



www.existenzgruendung-braunschweig.de



www.starting-business.de



www.gruenhof.org



www.haspa.de



www.hannoverimpuls.de



www.hanseventures.com



www.hei-hamburg.de



www.heidelberg-startup-partners.de



www.hhl.de



www.high-tech-gruenderfonds.de



www.netzwerk.hightech-startbahn.de



www.hiig.de



www.htwg-konstanz.de



www.innovationscentrum-osnabrueck.de



www.idealab.io



www.innovationsstarter.com



www.ignition-mainz.de



www.igzbamberg.de/Digitales-Gruenderzentrum-Bamberg



www.inc.cologne



www.ihk-campus-startup.de



www.ihk-berlin.de



www.iz-nds.de



www.innowerft.com



www.iit-berlin.de



www.isb.rlp.de



www.ilb.de



www.ib-sachsen-anhalt.de



www.ib-sh.de



www.isso.de



www.itinkubator.de



www.itbuendnis.de



www.itstadt-koblenz.de



www.piratesummit.com



www.junge-gruender.de



www.sft.uni-jena.de/existenzgruendungen



www.kit.edu



www.kizoo.com



www.kas.de



www.kwt-uni-saarland.de



www.kraftwerk-accelerator.com



www.businessbriefing.de



www.l-bank.de



www.leapartners.de



www.letstalkaboutstartups.de



www.mach-deins-in-mainz.de



www.gruenderverbund.info



www.mafinex.de



www.main-incubator.com



www.mak3it.de



www.mbg-sh.de



www.medialab-bayern.de



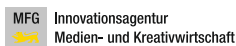
www.medien.nrw.de



accelerator.merckgroup.com



www.metroaccelerator.com



www.innovation.mfg.de



www.mindspace.me



motuventures.com



www.gruenden-in-muenchen.de



www.munich-startup.de



www.muensterland.digital



www.mucom-mannheim.de/



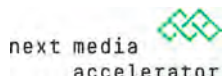
www.musikpark-mannheim.de



www.netrocks.info



www.nexster.de



www.nma.vc



www.ngin-food.com



www.ngin-mobility.com



www.nkf.media



www.berlinvalley.com



www.the-hundert.com



www.venturedaily.com



www.neuesunternehmertum.de



berlin.numa.co



www.oakshire-capital.com



www.pauaventures.com



www.healthinnovationport.de



www.pioniergarage.de



www.pioniergeist.xyz



www.pointninecap.com



www.private-equity-forum.de



www.fu-berlin.de/profund



www.project-a.com



www.rhein-main-startups.com



www.rkw-sachsen.de



www.hub.ruhr



www.ruhrgruender.de



www.existenzgruendung-sachsen.de



www.sciencepark-kassel.de



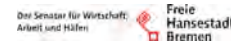
www.science4life.de



www.seedmatch.de



www.selbststaendigkeit.de



www.wirtschaft.bremen.de



www.berlin.de/sen/web



www.sevenventures.de



www.she-works.de



www.sherpa-dresden.de



www.smartdataforum.de



www.smile.uni-leipzig.de



www.seakademie.de



www.socialimpact.eu



www.hamburg.socialimpactlab.eu



www.spectaris.de



www.speedinvest.com



www.spinlab.co



www.stadt-koeln.de



www.startblock.biz



www.starting-up.de



www.startnext.com

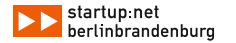
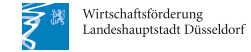


www.startplatz.de



www.startupdock.de

STARTUP MANNHEIM



www.startup-mannheim.de

www.startup-netzwerk-bodensee.com

www.startup-stuttgart.de

www.startup-weekend-mittelhessen.de

communities.techstars.com/germany/paderborn

www.startup-westpfalz.de

www.startup-city.de

www.startupnet-bb.de



www.startups-bielefeld.de

www.startups-allgaeu.de

www.startwerk-a.de

www.stellwerk18.de

www.steuerbord-rostock.de

www.entrepreneurship.de

www.stift-thueringen.de

www.sce.de



www.sts-ventures.de

www.t3n.de

www.targetglobal.vc

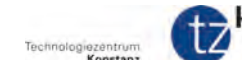
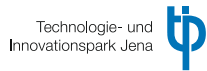
www.team-neusta.de

www.tzl.de

www.tiw-wf.de

www.technologieallianz.de

www.tgzchemie.de



www.tip-jena.de

www.technologiefabrik-ka.de

www.tgfs.de

www.technologiestiftung-berlin.de

www.tzdresden.de

www.tzk.de

www.tz-konstanz.de

www.tzmz.de



www.techquartier.com

www.techstars.com

www.tfu.de

www.hochschul-gruendernetzwerk.de

www.tugz.ovgu.de

www.gruenderzentrum.rwth-aachen.de

www.tu-ilmenau.de

www.tutech.de



www.uni-kassel.de/unikat

www.univations.de

www.lemex.uni-bremen.de

www.uni-hohenheim.de

www.uni-tuebingen.de

www.uni-luebeck.de

www.unternehmertum.de

www.vc-bw.de



www.venturevilla.de



www.venturezphere.com



www.verschwoerhaus.de



www.vito.vc



www.vogelventures.de



www.weiberwirtschaft.de



www.wesperwork.de



www.westtechventures.de



www.whu.edu/incubator



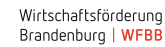
www.invest-in-vorpommern.de



www.startup-region-stuttgart.de



www.trier.de/wirtschaft-arbeit/



www.wfbb.de



www.gruenden.jena.de



www.wfg-koblenz.de



www.wjd.de



www.adlershof.de



www.women-in-digital.de



www.fempreneur.de



www.xpreneurs.io



www.zammwerk.de



www.entrepreneurship.pfh.de



www.zfe.uni-kiel.de



www.saxeed.net



www.zollhof.de

Kontakt

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

Dr. Christoph Stöckmann
Akademischer Oberrat a. Z. am Lehrstuhl für
E-Business und E-Entrepreneurship
christoph.stoeckmann@icb.uni-due.de

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klingelhöferstraße 18
10785 Berlin

Tim Dümichen
Partner
tduemichen@kpmg.com

Marius Sternberg
Partner
msternberg@kpmg.com

Bundesverband Deutsche Startups e. V.

Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Lukas Gabriel Wiese
Leiter Forschung
lukas.wiese@deutschestartups.org

Paul Wolter
Referent Kommunikation und PR
paul.wolter@deutschestartups.org

www.kpmg.de

www.kpmg.de/socialmedia



Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2017 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, ein Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Germany. Der Name KPMG und das Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.