



3.DSM

DEUTSCHER STARTUP MONITOR



KPMG's team
for successfully
starting start-ups

2015

Initiator

Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS)

Projektumsetzung

Forschungsbereich „BerlinStartupInsights“ der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin)

Autoren

Prof. Dr. Sven Ripsas (HWR Berlin/EMF Institut)

Steffen Tröger (HWR Berlin/HIIG/design akademie berlin)

Förderer und Herausgeber

KPMG in Deutschland

Technische Umsetzung

Mario Müller, Gino Kulej, Steffen Tröger (wirfragen.com/Tatgeist UG)

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich für die Unterstützung von Robin P. G. Tech und Jonas Vossler.

Bild-Sponsoring

GRUSSWORT VON BUNDESWIRTSCHAFTSMINISTER SIGMAR GABRIEL FÜR DEN DEUTSCHEN STARTUP MONITOR

Gründerinnen und Gründer sind voller Ideen und voller Begeisterung. Sie entwickeln aus Problemlösungen Geschäftsmodelle. Gründungen sind Lebenselixier für unsere Wirtschaft und Motor des strukturellen Wandels. Denn kreative Ideen und innovative Geschäftsmodelle modernisieren unsere Wirtschaftsstruktur, erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit und schaffen neue Arbeitsplätze.

Wie vielfältig und bunt die deutsche Startup-Szene ist, zeigt der Deutsche Startup Monitor 2015 (DSM 2015). Einige Zahlen möchte ich hier herausgreifen:

Der Gründungsstandort Deutschland ist international: Knapp 10 % der Gründerinnen und Gründer von Startups und 22 % der Beschäftigten in Startups kommen aus dem Ausland. Ausländische Gründerinnen und Gründer schätzen besonders die guten Rahmenbedingungen in Deutschland. Das ist ein gutes Zeichen für den Standort und unsere Willkommenskultur.

Gleichzeitig bauen Startups ihre Funktion als Jobmotoren aus: Sie schaffen durchschnittlich 17,6 Arbeitsplätze (inkl. Gründer und Gründerinnen) in 2,8 Jahren nach der Unternehmensgründung.

Besonders freut mich, dass der DSM 2015 einen höheren Anteil an Gründerinnen vermelden kann: 13 % der Startups werden von Frauen gegründet, gegenüber 10,7 % im DSM 2014. Natürlich ist da noch viel Luft nach oben. Aber hier ist ein Aufwärtstrend erkennbar, der im kommenden Jahr sicher noch beschleunigt werden kann. Denn jede Gründere-

in ist gleichzeitig Vorbild für junge Frauen und Mädchen, ebenfalls den Schritt in die Selbstständigkeit zu gehen.

Schließlich planen rund 75 % der deutschen Startups eine weitere Internationalisierung ihres Geschäftsmodells. Das ist die Voraussetzung dafür, dass aus Deutschland auch in Zukunft Weltmarktführer für innovative Produkte und Dienste hervorgehen.

Für Wachstum und Internationalisierung brauchen die Startups eine verlässliche Finanzierung. Hier setzt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie mit gut ausgebauten Förderprogrammen an. Gerade auch IKT-Startups profitieren stark von diesen Programmen. Zudem hat sich die Bundesregierung das Ziel gesetzt, Unternehmen in der Wachstumsphase noch besser zu fördern. Wir arbeiten daran, mehr Wachstumsunternehmen an die Börse zu bringen, mehr öffentliche Mittel für Wagniskapitalfinanzierungen bereitzustellen sowie die rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen für Wagniskapital zu verbessern.

Doch Geld allein ist nicht alles: Es geht auch darum, Gründerinnen und Gründern die gesellschaftliche Anerkennung zuteilwerden zu lassen, die ihrer wichtigen volkswirtschaftlichen Rolle entspricht. Dazu gehört auch, Scheitern nicht als Makel, sondern als Chance zu begreifen, es beim nächsten Mal (noch) besser zu machen. Denn eigentlich ist nur das Unternehmen gescheitert, das gar nicht erst gegründet wurde. Eine wichtige Rolle spielt auch die Zusammenarbeit mit der bereits etablierten Wirtschaft:



Foto: Bundesregierung/Bergmann

Ältere Unternehmen können interessante Kunden oder Mentoren für Startups sein. Die Plattform Innovative Digitalisierung im Rahmen des IT-Gipfelprozesses und der Beirat Junge Digitale Wirtschaft leisten einen wichtigen Beitrag zum Dialog zwischen etablierten und jungen Unternehmen.

Der Deutsche Startup Monitor 2015 zeigt die Vielfalt der deutschen Gründerszene. Den Autoren und dem Bundesverband Deutsche Startups danke ich für das Engagement. Und allen potenziellen Gründerinnen und Gründern kann ich nur sagen: Nur Mut!

Sigmar Gabriel

Bundesminister für Wirtschaft und Energie

DER 3. DSM REPRÄSENTIERT:

1. rund 1.000 Startups
2. rund 3.000 Startup-Gründer*
3. rund 16.000 Startup-Mitarbeiter

STARTUPS SIND DURCH 3 MERKMALE DEFINIERT:

3 ZIELE!

- Darstellen der Entwicklung und der Bedeutung von Startups und Aufzeigen von Forschungslücken
- Skizzieren von wirtschaftspolitischen Initiativen zur Stärkung des Gründungsstandorts Deutschland und seiner regionalen Ökosysteme
- Begeisterung für den Entrepreneurship-Gedanken in der Gesellschaft fördern

- Startups sind jünger als 10 Jahre
- Startups sind mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ
- Startups haben (streben) ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum (an)

vgl. Abschnitt 1.3, S. 12

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Text nur die männliche Form verwendet. Gemeint ist stets sowohl die weibliche als auch die männliche Form.

3x3 FAKTEN AUS DEM 3. DSM:

Startups bauen ihre Funktion als Jobmotoren aus:
 Sie schaffen mit **Ø 17,6** Arbeitsplätzen (inkl. Gründer)
 nach **2,8 Jahren**
 noch einmal mehr Arbeitsplätze als im Vorjahr.

Höherer Anteil an Gründerinnen:
 Laut DSM 2015 werden **13 %**
 der Startups von Frauen gegründet (2014: 10 %).

Gute Stimmung: **89,3 %**
 der Startup-Gründer sind mit ihrer Situation
 zufrieden bzw. schätzen sie sogar als „gut“ ein.

Lebenszufriedenheit:
 Startup-Gründer sind deutlich **zufriedener**
 als Arbeitnehmer.

Kultur des Scheiterns: **1/3** der Gründer
 haben ein zuvor begonnenes Startup eingestellt.

Mehr als **80 %**
 aller Startup-Gründer würden auch
 nach der Aufgabe ihrer aktuellen Unternehmung
 weiterhin einer selbstständigen Tätigkeit nachgehen.

Internationalität: **10 %** der Gründer von und
22 % der Arbeitnehmer in Startups
 kommen nicht aus Deutschland.

Business Angels
 sind nach „Family and Friends“
 die **zweitwichtigste**
 externe Finanzierungsquelle.

Die **Schulnoten**
 für die **Gründungspolitik**
 haben sich **verbessert.**

THE 3rd DSM REPRESENTS:

1. *about 1,000 startups*
2. *about 3,000 startup founders**
3. *about 16,000 startup employees*

STARTUPS ARE DEFINED BY 3 CHARACTERISTICS:

3 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 the entrepreneurial concept in society*

- *Startups are younger than 10 years*
- *Startups feature (highly) innovative technologies and/or business models*
- *Startups have (strive for) a significant employee and/or sales growth*

cf. Section 1.3, P. 12

* In the interest of readability, the masculine form is used. In this report, it refers to both genders on equal terms.

3X3 FACTS FROM THE 3rd DSM:

Startups expand their function as job engines:

With **Ø 17.6** jobs (incl. founder)

after **2.8 YEARS,**

they again create more jobs than in the previous year.

Positive atmosphere: **89.3 %**

of the startup founders are satisfied
with their situation or even rate it "good".

The culture of failure: **1/3** of founders
have shut down a previously launched startup.

Internationality: Just under **10 %** of startup founders and
22 % of startup employees
are not from Germany.

The grades
for startup policies
have **improved.**

Higher percentage of female founders:
According to DSM 2015, **13 %**
of startups are founded by women (2014: 10 %).

Life satisfaction:
Startup founders are **significantly**
happier than employees.

More than **80 %**
of all startup founders would also
continue to be self-employed
following their current entrepreneurial activity.

Business Angels are
the **second most important**
external source of funding
after "Family and Friends".

FÜNF GRÜNDER, FÜNF REGIONEN, FÜNF MAL MEHR ALS 100 GESCHAFFENE ARBEITSPLÄTZE



Berlin

Berlin bietet den richtigen Mix aus Inspiration, Kreativität, Abenteuer und Netzwerk. Die Stadt ist ein riesiger Spielplatz. Die dynamische Startup-Szene, genau wie die Kreativszene, lockt Talente aus aller Welt hierher. Das ist fantastisch für Startups wie Outfittery, die von Berlin aus für mehrere Länder gleichzeitig arbeiten und sich immer nach neuen, tollen Mitarbeitern für ihr internationales Team umschauen. Zudem ist die Stadt sehr preisgünstig, gerade im Vergleich mit anderen Startup-Metropolen wie zum Beispiel London. Preise für Miete oder essen gehen sind hier absolut fair!

Julia Bösch

Founder & Managing Director, OUTFITTERY, Berlin



Rhein-Ruhr

Rhein-Ruhr-Rockstars: Die Rhein-Ruhr-Region rockt und bietet perfekte Bedingungen für Startups. Sie besticht als bevölkerungsreichste Metropolregion nicht nur durch den großen potenziellen Absatzmarkt, sondern insbesondere durch das dichte Netz an Hochschulen und den damit verbundenen Talentpool. Durch die herausragende ÖPNV-Infrastruktur (verglichen mit dem Silicon Valley) ist ein Zugriff auf die jungen Akademiker aus fast jeder größeren Stadt in NRW gegeben – egal ob Bochum oder Köln –, genau wie die Nähe zu den gewachsenen Industrieunternehmen der Region.

Benjamin Roos

Founder & Managing Director, STUDITEMPS GmbH, Köln



Hamburg

Hamburg gilt schon immer als Tor für eine globalisierte Wirtschaft. Auch für die Digitalwirtschaft hat sich die Hansestadt zu einem beliebten Standort für nationale und internationale Startups entwickelt. Die hohe Lebensqualität macht es einfach, Talente aus der ganzen Welt zu überzeugen – auch beflügelt durch die vielen technisch und betriebswirtschaftlich geprägten Universitäten. Bürgermeister Olaf Scholz, Hamburg Startups und privat organisierte Events stellen ein Ökosystem, das den Dialog schafft und gleichzeitig den Aufbau eines Unternehmens unterstützt.

Sebastian Diemer

Founder & CEO, Kreditech Holding SSL GmbH, Hamburg



Stuttgart-Karlsruhe

Stuttgart und Karlsruhe sind wunderbare Regionen, um Startups zu gründen. Gute Unis, clevere Leute und die schwäbische Bastler-Mentalität sowie Sparsamkeit sind nur einige der Gründe. Außerdem gibt es noch wenig Konkurrenz bei der Rekrutierung von guten Mitarbeitern. Der Wirtschaft geht es so gut, dass viele Absolventen bisher noch in Konzernen wie Daimler, Bosch oder IBM anfangen. Aber auch hier wächst eine Generation heran, die sich von Großunternehmen nicht mehr beeindruckt lässt und lieber Verantwortung in einem Startup übernehmen will. Also, los geht's: Schaffe, schaffe, Startup baue!

Feliks Eyser

Geschäftsführer, RegioHelden GmbH, Stuttgart



München

Wir sind in der glücklichen Situation, dass eGym sowohl in München (Headquarter) als auch in Berlin vertreten ist. Unser Gründungsstandort ist München, weil wir ständig großen Bedarf an erstklassigen Ingenieuren und Informatikern haben. Da ist unsere Nähe zu den hiesigen Top-Universitäten natürlich sehr hilfreich. Bayern leistet zudem gerade in der Frühphase von Gründungen hervorragende Unterstützung, von der Startup-Beratung bis hin zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten. Unser Berliner Team reflektiert das Wesen der Hauptstadt: jung, sehr international und mit enorm viel Online-Know-how.

Philipp Roesch-Schlenderer

CEO, eGym, München

GLIEDERUNG

	Grußwort des Bundeswirtschaftsministers für den DSM 2015	3		5	Wirtschaftliche Situation der Startups 2015	40
	Executive Summary	4		5.1	Geschäftsklima	41
	Deutsch	4		5.2	Umsatz	42
	Englisch	6		5.3	Finanzierungsquellen	43
	Fünf Gründer-Statements	8		5.4	Kapitalaufnahme	45
	Gliederung	9		5.5	Venture Capital als Kapitalquelle	47
1	Motivation	10		6	Rahmenbedingungen	50
1.1	Gründungsstandort Deutschland	11		6.1	Politik	52
1.2	Besondere Merkmale von Startup-Gründungen	11		6.2	Bildungssystem	54
1.3	Definition des Startup-Begriffs	12		6.3	Kooperation und Infrastruktur	55
1.4	Academic Framework	13		6.4	Wissenstransfer zwischen Forschungsinstituten und Startups	59
2	Startups in Deutschland	14		7	Herausforderungen und Unterstützung	60
2.1	Herkunft und Gründungsregionen	15		7.1	Die aktuellen Herausforderungen von Startups	61
2.2	Startup-Entwicklung	16		7.2	Die Erwartungen von Startups an die Politik	63
2.3	Geschäftsmodelltypen/Branchen	18		8	Konzeption des Deutschen Startup Monitors	66
2.4	Innovationskraft	18		8.1	Entwicklung der Studie (2013–2015)	67
2.5	Internationalisierung	20		8.2	Forschungsdesign	67
2.6	Kunden und Nutzer	21			Endnoten	68
3	Startup-Gründer	22			Literaturverzeichnis	68
3.1	Geschlecht und Alter	23			Abbildungsverzeichnis	69
3.2	Staatsangehörigkeit	24			Autoren	70
3.3	Seriengründer	26			HWR Berlin/Forschungsbereich: BerlinStartupInsights	71
3.4	Teamquote und Teamgröße	28			Initiator: Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS)	72
3.5	Zukunftsszenarien	29			Förderer und Herausgeber: KPMG in Deutschland	72
3.6	Lebenszufriedenheit	30			KPMG-Initiative Smart Start	73
3.7	Wenn Gründer wählen	31			Partner des Deutschen Startup Monitors 2015	74
4	Startups als Beschäftigungsmotor	34				
4.1	Aktuelle Arbeitsplatzsituation	35				
4.2	Herkunft der Mitarbeiter	36				
4.3	Geplante Neueinstellungen	37				
4.4	Mindestlohn, Praktikanten und studentische Mitarbeiter	38				

1 MOTIVATION

MOTIVATION

1.1 GRÜNDUNGSSTANDORT DEUTSCHLAND

Das Gründungsgeschehen spielt für die wirtschaftliche Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland eine große Rolle. Neugründungen bringen Innovationen hervor, schaffen Arbeitsplätze und fördern so den Wettbewerbsgedanken (vgl. METZGER 2015,

S. 2). Obgleich mit dem Aufschwung des Arbeitsmarkts seit 2005/2006 die Zahl der Gründungen tendenziell zurückgegangen ist, hat sich die Zahl der Vollerwerbsgründungen in 2014 – bei anhaltend guter Arbeitsmarktlage – positiv entwickelt und damit die Gründungsquote in Deutschland zum zweiten Mal in Folge ansteigen lassen.

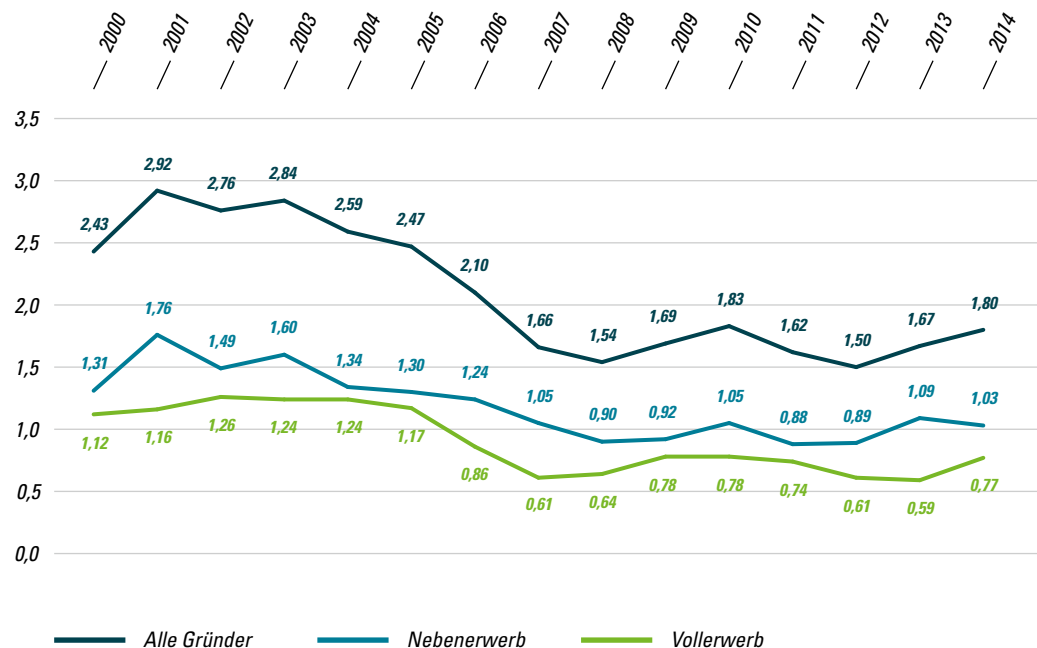
1.2 BESONDERE MERKMALE VON STARTUP-GRÜNDUNGEN

Startups sind eine besondere Form der Unternehmensgründung (vgl. Abschnitt 1.3, S. 12) und unterscheiden sich deutlich vom allgemeinen Gründungsgeschehen (vgl. METZGER 2015, S.2). Der Deutsche Startup Monitor (DSM) zeigte bereits im vergangenen Jahr, dass Startups mehr Arbeitsplätze schaffen, innovativer sind und häufiger in Teams gegründet werden, als es im allgemeinen Gründungsgeschehen in Deutschland der Fall ist (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014).

Die folgende Übersicht fasst die wesentlichen Unterschiede zwischen dem allgemeinen Gründungsgeschehen und den Startups mit den Daten aus dem Jahr 2014 zusammen:

- **Anzahl der Mitarbeiter:** Nach Analysen der KfW beschäftigen alle neu gegründeten Unternehmen, die nicht älter als 1 Jahr sind, durchschnittlich 0,8 Mitarbeiter. Bei Startups ist die Anzahl deutlich höher: Hier sind es im vergleichbaren Zeitraum bereits durchschnittlich 3,5 (ebd., S. 29).
- **Innovation:** Nahezu alle Startup-Gründer (89,6 %) bezeichnen ihre Produkte und Dienstleistungen als „Marktneuheit“. Dagegen liegt dieser Wert im allgemeinen Gründungsgeschehen lediglich bei 23 % (ebd., S. 20 f.).
- **Teamgründung:** Das Verhältnis Team- zu Solo-Gründung ist bei Startups im Vergleich zum allgemeinen Gründungsgeschehen diametral entgegengesetzt. Während 77,0 % der Startup-

Abb. 1: Motivation – Allgemeines Gründungsgeschehen (KfW) – Gründungsquoten in Deutschland (2000–2014)



Quelle: vgl. METZGER 2015, S. 2

Gründungen im Team erfolgen, sind es im allgemeinen Gründungsgeschehen nur 23,6% (ebd., S. 18).

- **Verhältnis weibliche und männliche Gründer:** Startups werden nur zu 10,7% von Frauen gegründet. Im allgemeinen Gründungsgeschehen sind diese mit 43,3% wesentlich stärker vertreten (ebd., S. 23).
- **Ausbildung:** Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt verfügen Startup-Gründer mit 80,9% deutlich häufiger über eine akademische Ausbildung, als dies im allgemeinen Gründungsgeschehen der Fall ist. Hier liegt der Wert lediglich bei 29,0% (ebd., S. 25).
- **Quellen der Startup-Finanzierung:** Auch in Bezug auf die Finanzierungsformen bestehen klare Unterschiede. Etwa ein Drittel der Startup-Gründungen (32,6%) stützt die Finanzierung auf Beteiligungskapital. Bei dem allgemeinen Gründungsgeschehen ist der Anteil dagegen mit 5,6% wesentlich geringer (ebd., S. 41 f.).
- **Höhe der Startup-Finanzierung:** Während in der Vorjahresstudie (2014) über die Hälfte (58,3%) der Startups angeben, mehr als 50 Tsd. EUR als Finanzierung erhalten zu haben, sind es im Bundesdurchschnitt aller Gründungen lediglich 8,6% (ebd., S. 44).

1.3 DEFINITION DES STARTUP-BEGRIFFS

Für den DSM werden Startups wie folgt definiert:

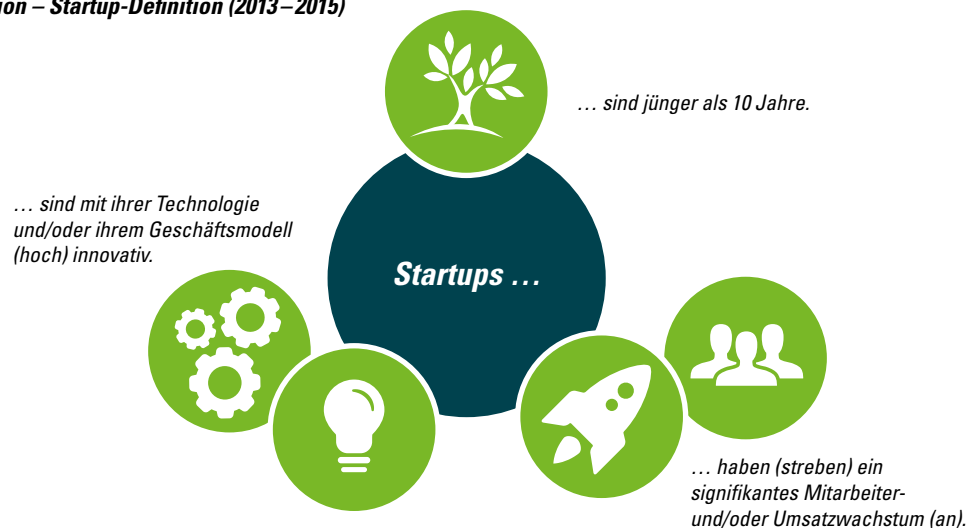
- Startups sind jünger als 10 Jahre.
- Startups sind mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ.
- Startups haben (streben) ein signifikantes Mitarbeiter und/oder Umsatzwachstum (an).

Damit ein junges Unternehmen als Startup im Sinne des DSM betrachtet werden kann, muss die erste oben genannte Voraussetzung erfüllt sein. Zudem muss mindestens eine der beiden weiteren Bedingungen gegeben sein.

Mit dieser Definition grenzt der DSM den Startup-Begriff deutlich von den Bezeichnungen „Existenzgründung“, „klassische Gründung“ oder „KMU“ ab. Viel eher entspricht er dem Begriff der „Gazelle“ (schnell wachsende Jungunternehmen), wie er in der Entrepreneurship-Forschung beispielsweise von SASSMANNSHAUSEN/VOLKMANN (2012) verwendet wird (vgl. auch den Begriff „Chancengründer“/„Opportunity-Entrepreneure“ bei STERNBERG et al. 2014, S. 14; METZGER/ULLRICH 2013, S. 2 ff.).

Bisher wird die Bezeichnung „Startup“ vor allem mit Unternehmensgründungen im Bereich der digitalen Ökonomie in Verbindung gebracht. Diese Gründungen stellen zwar den Großteil der Startups, bilden

Abb. 2: Motivation – Startup-Definition (2013–2015)



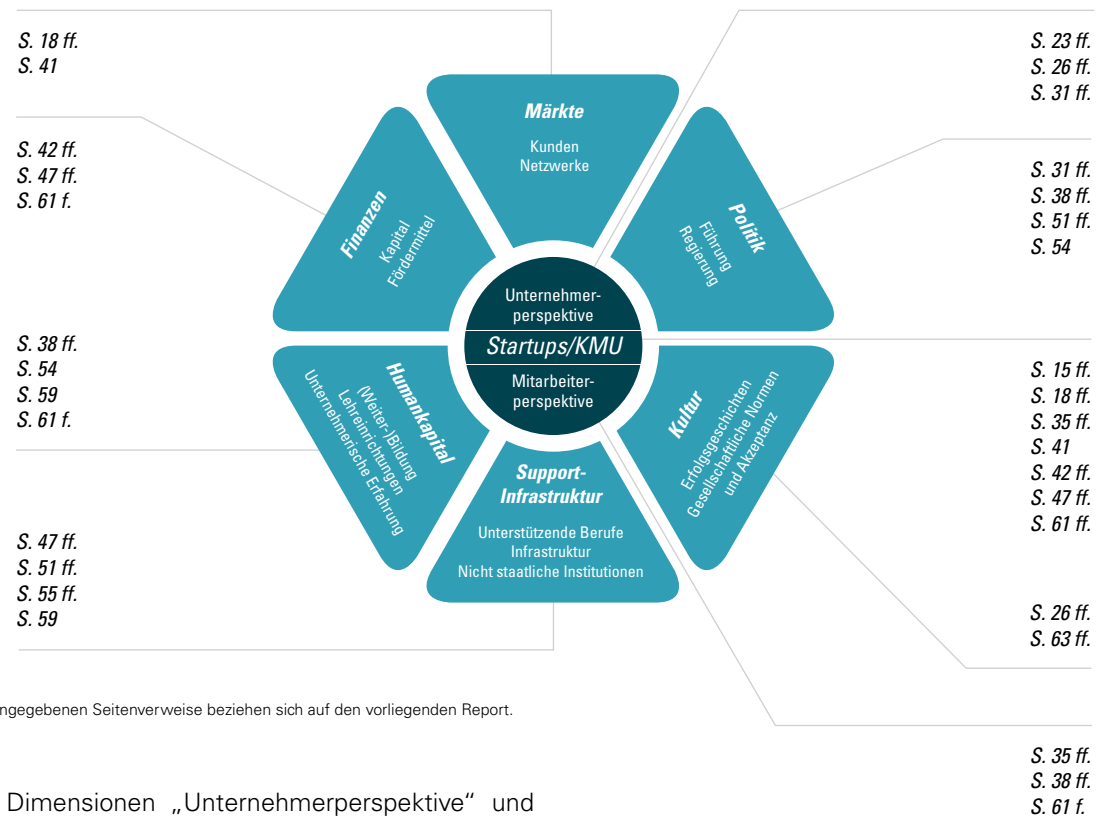
Quelle: DSM 2015

aber dennoch nur einen Ausschnitt aller innovativen Unternehmensgründungen ab. Selbst die fünf Innovationscluster Klima/Energie, Gesundheit/Ernährung, Mobilität, Sicherheit und Kommunikation – wie sie vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Zuge der Hightech-Strategie 2020 definiert wurden (vgl. BMBF 2010, S. 5) – reichen nicht aus, um das Spektrum der Startups vollständig zu beschreiben. Innovative Gründungen finden sich ebenfalls in den Clustern Bio/Med Tech, Urban Tech, im Social Entrepreneurship sowie in Bereichen der Old Economy (beispielsweise Handel, Wohnen, Logistik, Tourismus oder Gesundheitswesen). Sie alle werden gleichberechtigt im Deutschen Startup Monitor (DSM) berücksichtigt.

1.4 ACADEMIC FRAMEWORK

Das Forschungsdesign des DSM orientiert sich an etablierten Ansätzen zur Erforschung von Entrepreneurship-Ökosystemen und fußt vor allem auf dem Babson Entrepreneurship Ecosystem Project (BEEP) von Daniel Isenberg (vgl. ISENBERG 2010/2011, XAVIER et al. 2013). Entrepreneurship-Ökosysteme werden durch verschiedene Einflussgrößen von Startup-Aktivitäten in einer Region beschrieben. Das BEEP verwendet hauptsächlich externe Kategorien wie zum Beispiel „Märkte“, „Politik“, „Kultur“, „Support-Infrastruktur“, „Humankapital“ und „Finanzen“. Für den DSM wurde das BEEP-Modell um die inter-

Abb. 3: Motivation – Academic Framework (2014–2015)*

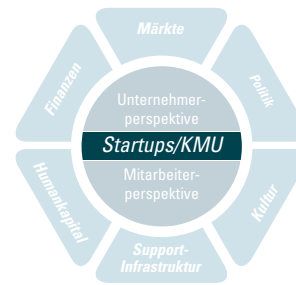


nen Dimensionen „Unternehmerperspektive“ und „Mitarbeiterperspektive“ erweitert (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 10 f.). Abbildung 3 zeigt das Academic Framework für die Konzeption und Datenauswertung im DSM 2015.

Quelle: DSM 2014

gesponsert durch EyeEm

STARTUPS IN DEUTSCHLAND ²



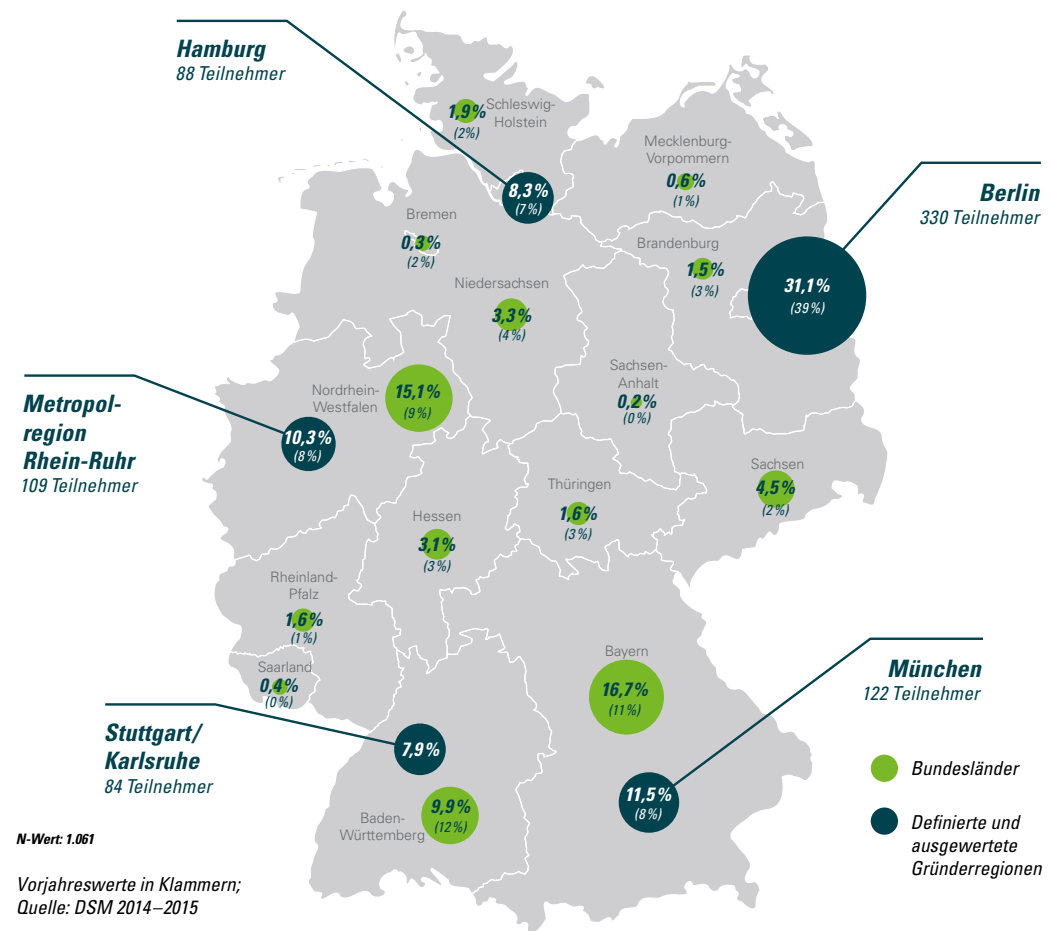
STARTUPS IN DEUTSCHLAND

2.1 HERKUNFT UND GRÜNDUNGSREGIONEN

Verteilung nach Bundesländern: Für den DSM 2015 konnten 1.061 (N)¹ Datensätze (2014: 903; 2013: 454) von Startups ausgewertet werden. Berlin ist weiterhin das größte Entrepreneurship-Ökosystem in Deutschland; allerdings hat die Hauptstadt im Vergleich zum Jahr 2014 ein wenig an Dominanz eingebüßt. Größere Zuwächse gab es in Bayern und Nordrhein-Westfalen, kleinere in Sachsen und Hamburg (s. Abb. 4). Der DSM erscheint im Jahr 2015 zum dritten Mal in Folge. Inwieweit die aufgezeigten Veränderungen auf die zunehmende Genauigkeit der Umfrage oder auf Trends in den Bundesländern zurückzuführen sind, wird erst die zukünftige Entwicklung zeigen.²

Verteilung nach Gründungsregionen: Für den DSM 2015 wurde – zusätzlich zu den vier Gründungsregionen aus dem Jahr 2014 – eine weitere Region hinzugefügt. Neben Berlin (N=330; 2014: 351), Hamburg (N=88; 2014: 66) und München (N=122; 2014: 74) als etablierte, städtische Entrepreneurship-Ökosysteme und der Metropolregion Rhein-Ruhr³ (N=109; 2014: 68) wurde im DSM 2015 auch die Metropolregion Stuttgart und die Stadt Karlsruhe⁴ (nachfolgend Region Stuttgart/Karlsruhe genannt; N=84) als weitere Gründungsregion aufgenommen. Diese fünf Regionen repräsentieren 69,1% aller DSM-Studienteilnehmer (s. Abb. 4).

Abb. 4: Startup – Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Städten (2015)*



* Es kann in Abbildungen vereinzelt zu Rundungsdifferenzen kommen.

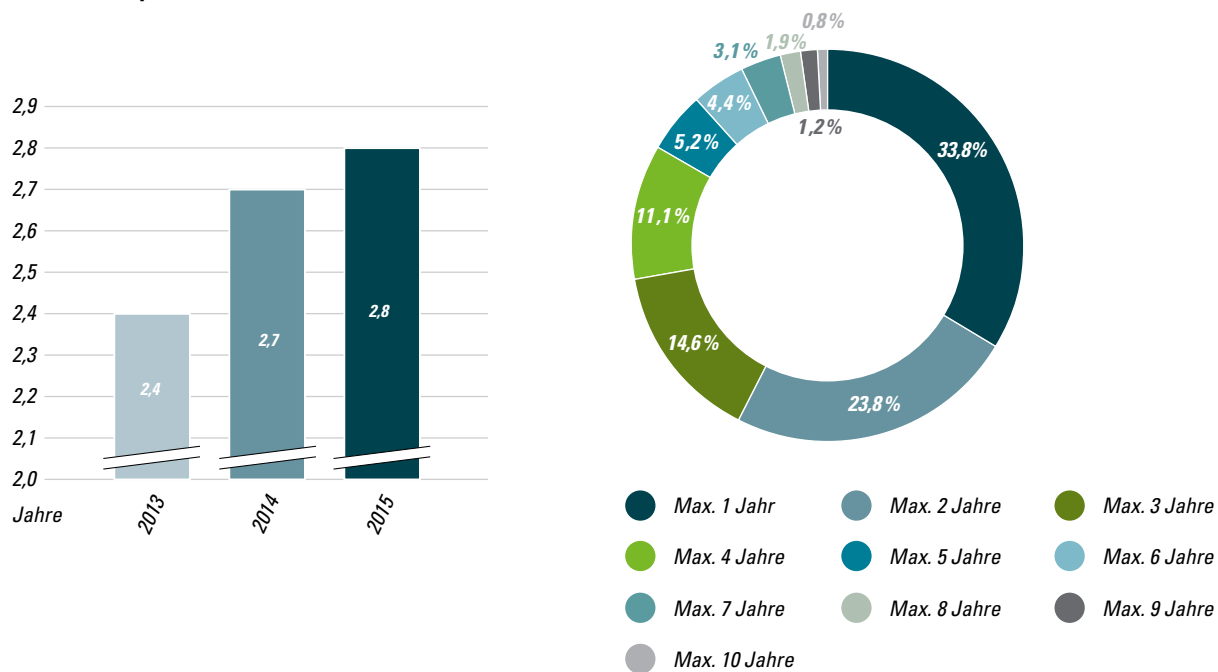
Startups sind
im Durchschnitt
2,8 Jahre alt.

2.2 STARTUP-ENTWICKLUNG

Alter der Unternehmen: Die im DSM 2015 vertretenen Startups sind im Durchschnitt 2,8 Jahre alt (2014: 2,7 Jahre; s. Abb. 5).

In der aktuellen Befragung gaben 359 Studienteilnehmer (33,8 %) an, dass ihr Startup zum Erhebungszeitpunkt nicht älter als ein Jahr war (2014: 35,7 %; 2013: 40 %). Knapp drei Viertel (72,3 %) der Unternehmen waren nicht älter als drei Jahre (2014: 74,3 %; 2013: 64,1 %). Die Mehrheit der Startups (88,6 %) war nicht älter als fünf Jahre (2014: 83,6 %) (s. Abb. 5).

Abb. 5: Startup – Alter (2013–2015)

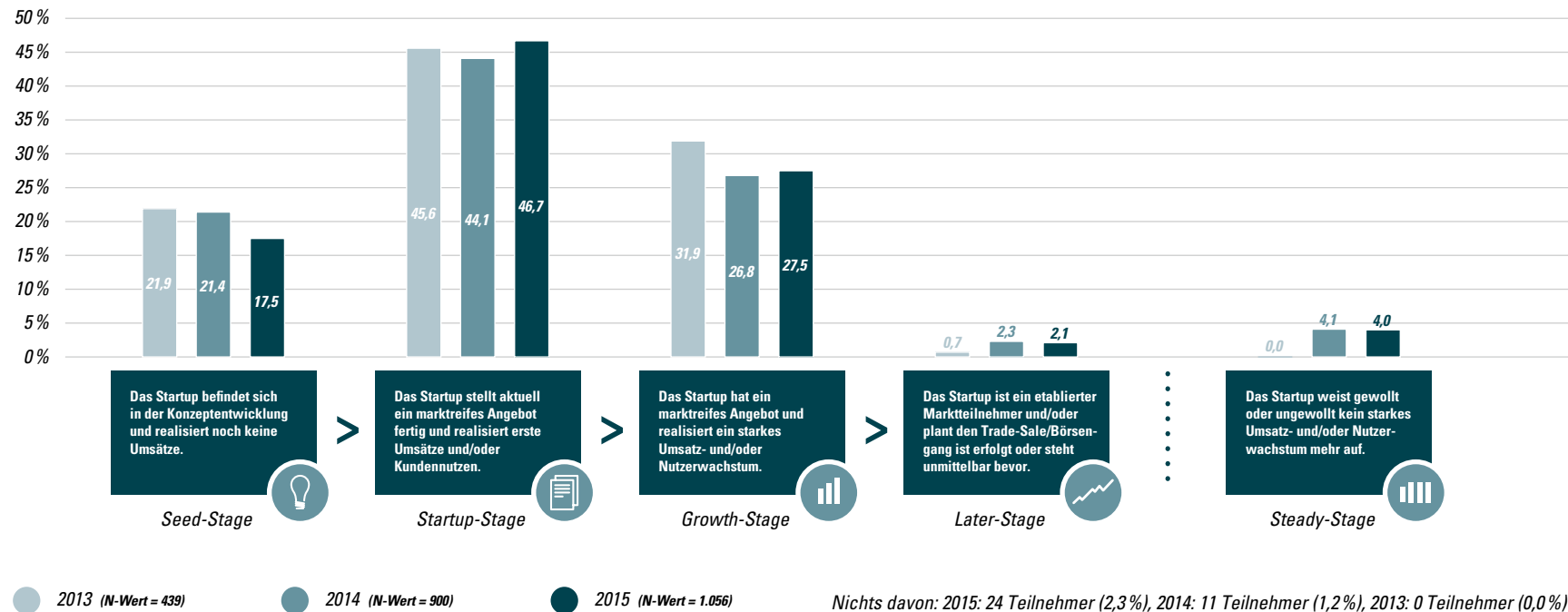


N-Wert: 1.061

Quelle: DSM 2013–2015

Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Abb. 6: Startup – Entwicklungsphasen (2013–2015)



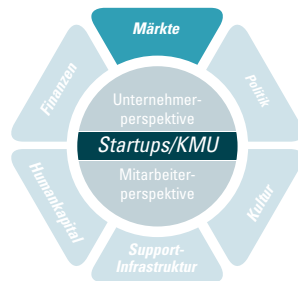
Quelle: DSM 2013–2015

Entwicklungsphasen: Das im DSM verwendete Modell zur Darstellung von Startup-Entwicklungsstufen besteht aus fünf Phasen (DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 14).

Wie Abb. 6 zeigt, befassen sich 17,5 % der Studienteilnehmer noch mit der Konzeptentwicklung und

realisieren bislang keine Umsätze (Seed-Stage). Knapp die Hälfte der Gründer (46,7 %) hat die Konzeptentwicklung abgeschlossen und erzielt bereits erste Umsätze am Markt (Startup-Stage). Über ein marktreifes Angebot sowie ein starkes Umsatz- bzw. Nutzerwachstum verfügen 27,5 % der Startups (Growth-Stage). Lediglich 2,1 % der Studienteilnehmer

gaben an, dass sich ihr Startup mittlerweile zu einem etablierten Marktteilnehmer entwickelt hat und möglicherweise für sein weiteres Wachstum einen Trade-Sale oder Börsengang anstrebt (Later-Stage). 4,0 % der Studienteilnehmer sagten, dass ihr Startup, gewollt oder ungewollt, aktuell kein signifikantes Wachstum realisiert (Steady-Stage).



2.3 GESCHÄFTSMODELLTYPEN/BRANCHEN

Im DSM wurden den Studienteilnehmern 18 mögliche Geschäftsmodellkategorien/Branchen vorgegeben. Die Gründer sollten sich der Kategorie zuordnen, in der sie ihr Geschäftsmodell **am ehesten repräsentiert** sehen. Die meisten Startups kommen aus

dem Bereich SaaS (Software as a Service; 15,3 %), gefolgt von den Segmenten E-Commerce mit 10,1 % und IT/Softwareentwicklung mit 8,6 %. Die Verteilung unterstreicht die Bedeutung, die die IKT Branche mittlerweile für Deutschland hat (vgl. GRAUMANN et al. 2014; RIPSAS et al. 2013).

2.4 INNOVATIONSKRAFT

Ein wesentliches Merkmal von Startups ist ihre Innovationskraft (vgl. Abschnitt 1.3, S. 12). Daher wurden die Studienteilnehmer gefragt, inwieweit die von ihnen angebotenen Produkte und Dienstleistungen eine regionale, deutschland-, europa- oder weltweite Marktneuheit darstellen und ob die Innovation eher auf der Technologie oder dem Geschäftsmodell beruht.

Abb. 7: Startup – Kategorie des Startups (2015)

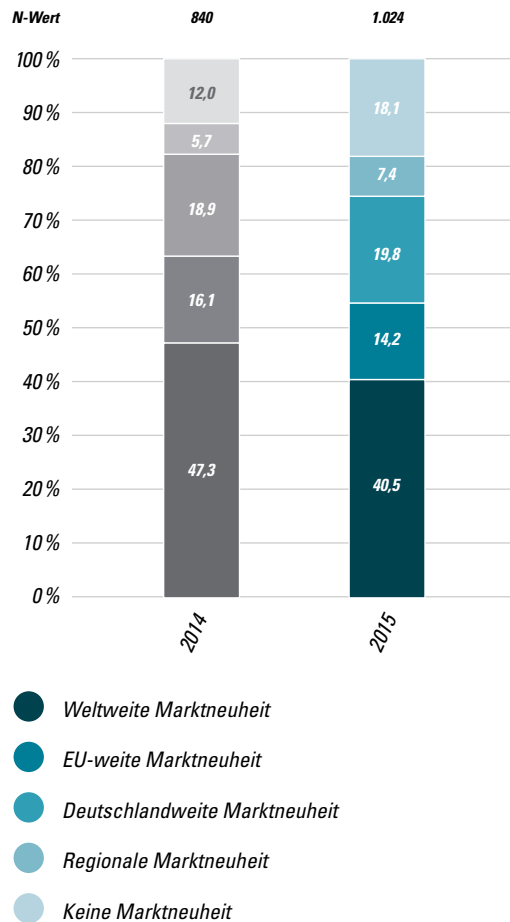


- 15,3 % – Software as a Service
- 10,1 % – E-Commerce
- 8,6 % – IT/Softwareentwicklung
- 7,7 % – Online-Marktplatz
- 6,2 % – Medien- und Kreativwirtschaft
- 6,1 % – Consumer Mobile/Web Application
- 5,5 % – Industrielle Technologie/Produktion/Hardware
- 5,4 % – Beratungsunternehmen, Agentur
- 4,8 % – Online-Service-Portal
- 4,4 % – Grüne Technologie
- 4,3 % – Offline-Dienstleistungen
- 21,7 % – Andere
- 4,2 % – Bio-, Nano- und Medizintechnologie
- 4,1 % – Finanztechnologie (FinTech)
- 3,4 % – Nahrungsmittel
- 2,5 % – Games
- 2,4 % – Bildung
- 1,4 % – Stationärer Groß- und Einzelhandel
- 1,1 % – Online-Dienstleistungen
- 0,9 % – Digital Health
- 0,7 % – Company Builder
- 0,5 % – Internet of Things
- 0,5 % – Sonstige

N-Wert: 1.061

Quelle: DSM 2015

Abb. 8: Startup – Innovationsgrad – Marktneuheit des Angebots nach Regionen (2014–2015)



Quelle: DSM 2014–2015

Etwas weniger als die Hälfte (40,5%) geht davon aus, dass ihr Startup zum Gründungszeitpunkt eine weltweite Marktneuheit (2014: 47,3%) angeboten hat. Weitere 14,2% bzw. 19,8% der jungen Unternehmen sind der Ansicht, eine europaweite (2014: 16,1%) bzw. deutschlandweite (2014: 18,9%) Marktneuheit zu offerieren. Lediglich 18,1% sehen in ihren Produkten und Dienstleistungen keine Marktneuheit (s. Abb. 8).

Abbildung 9 zeigt die Basis der Innovation der im DSM vertretenen Startups. So gaben 14,5% der Gründer an, dass ihre Innovation überwiegend im Geschäftsmodell und weniger in der Technologie begründet ist. Bei einem etwas höheren Anteil der Befragten (16,2%) beruht die Innovation eher auf der Technologie als auf dem Geschäftsmodell. Mehr als die Hälfte der Gründer (63,0%) nannte eine Kombination aus beiden Faktoren (Technologie und

Abb. 9: Startup – Innovationsgrad – Geschäftsmodell und/oder Technologie als Innovationsbasis (2015)

		Geschäftsmodell-innovativ							N-Wert
		Sehr innovativ	Innovativ	Eher innovativ	Eher nicht innovativ	Nicht innovativ	Überhaupt nicht innovativ	Weiß nicht	
Technik-innovativ	Sehr innovativ	53	54	78	44	12	7	4	252
	Innovativ	42	81	91	39	12	12	4	281
	Eher innovativ	55	100	96	20	10	11	0	292
	Eher nicht innovativ	17	34	22	18	3	3	1	98
	Nicht innovativ	9	20	10	4	3	0	0	46
	Überhaupt nicht innovativ	14	9	15	3	2	6	0	49
	Weiß nicht	0	7	1	2	0	1	3	14
N-Wert		190	305	313	130	42	40	12	1.032

- Eher Geschäftsmodell- als Technik-innovativ
- Eher Technik-innovativ als Geschäftsmodell-innovativ
- Jeweils gleiche Ausprägung
- Eher Geschäftsmodell- und eher Technologie-innovativ
- Weder Geschäftsmodell- noch Technik-innovativ

Quelle: DSM 2015

Rund 75% der Startups planen eine weitere **Internationalisierung.**

Geschäftsmodell) als Basis für ihr jeweiliges Geschäftsmodell. Lediglich 4,1% der Befragten waren der Ansicht, dass für ihr spezifisches Geschäftsmodell zum Gründungszeitpunkt weder das eine noch das andere zutrifft.

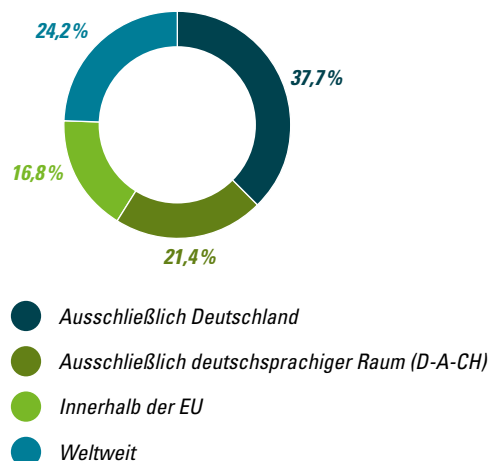
2.5 INTERNATIONALISIERUNG

Aktuelle Märkte: Lediglich 37,7% der Startups sind derzeit ausschließlich auf dem deutschen Markt tätig. Jedes fünfte befragte Startup (21,4%) ist bereits innerhalb der D-A-CH-Region aktiv, auf EU-Märkten agieren 16,8% der Startups und etwa jedes vierte (24,2%) agiert sogar weltweit (s. Abb. 10).

Geplante Internationalisierung: 12,7% der Befragten planen eine (weitere) Expansion innerhalb der D-A-CH-Region. Etwa ein Viertel (25,1%) beabsichtigt, innerhalb der EU zu expandieren und sogar 35,3% planen, ihre Geschäftstätigkeiten weltweit auszudehnen. 26,9% der Startups, die am DSM 2015 teilgenommen haben, erwägen derzeit keine (weitere) Internationalisierung (s. Abb. 11).

62,6% der Startups, die zurzeit ausschließlich in Deutschland aktiv sind, planen eine Internationalisierung. Von den 239 Startups, die bereits in globalen Märkten tätig sind, planen 71,1%, weitere Länder zu erschließen (s. Abb. 12).

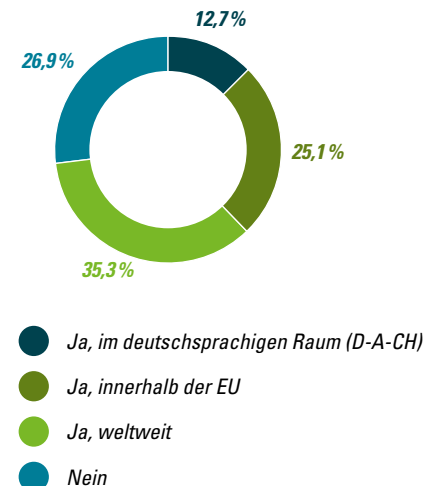
Abb. 10: Markt – Aktuelle Märkte (2015)



N-Wert: 988

Quelle: DSM 2015

Abb. 11: Markt – Geplante Internationalisierung (2015)



N-Wert: 988

Quelle: DSM 2015

Abb. 12: Markt – Aktuelle Marktdurchdringung versus Internationalisierungsstrategie (2015)

In welchen Märkten ist Dein Startup aktuell tätig?	Plant Dein Startup eine (weitere) Internationalisierung in den kommenden 12 Monaten?				N-Wert
	Ja, im deutschsprachigen Raum (D-A-CH)	Ja, innerhalb der EU	Ja, weltweit	Nein	
Ausschließlich Deutschland	99	84	50	139	372
Ausschließlich deutschsprachiger Raum (D-A-CH)	18	90	57	46	211
Innerhalb der EU	6	59	72	29	166
Weltweit	2	15	170	52	239
N-Wert	125	248	349	266	988

Quelle: DSM 2015

Bei rund **37%** der Startups ist der Kunde (mit dem Umsätze realisiert werden) nicht gleich Nutzer des Produkts/der Dienstleistung.

2.6 KUNDEN UND NUTZER

In 2014 wurde der Frage nachgegangen, welche Kunden (Kunden bezahlen für eine Leistung) und Nutzer (Nutzer können eine Leistung auch kostenlos in Anspruch nehmen) ein Startup adressiert. Sowohl die Ergebnisse 2014 als auch nachträgliche Gespräche mit den Befragten haben gezeigt, dass es bezüglich dieser Frage einer Differenzierung bedarf, da bei immer mehr Geschäftsmodellen der Nutzer nicht gleichzeitig auch der zahlende Kunde ist. Für den DSM 2015 wurde die Frage entsprechend gesplittet:

- Welche Nutzer adressiert Dein Startup?
- Durch welche Kunden erzielt Dein Startup seine Umsätze?

Wie Abb. 13 und 14 verdeutlichen, besteht bei mehr als einem Drittel der Startups (36,8%) eine Unterscheidung zwischen dem Nutzer der Produkte bzw. Dienstleistungen und dem Kunden des Unternehmens. Lediglich bei 63,2% handelt es sich um ein und denselben Adressatenkreis.

Abb. 14: Markt – Nutzer und Kunden (2015)

- Ausschließlich B2B
- Überwiegend B2B
- Eher B2B als B2C
- Eher B2C als B2B
- Überwiegend B2C
- Ausschließlich B2C

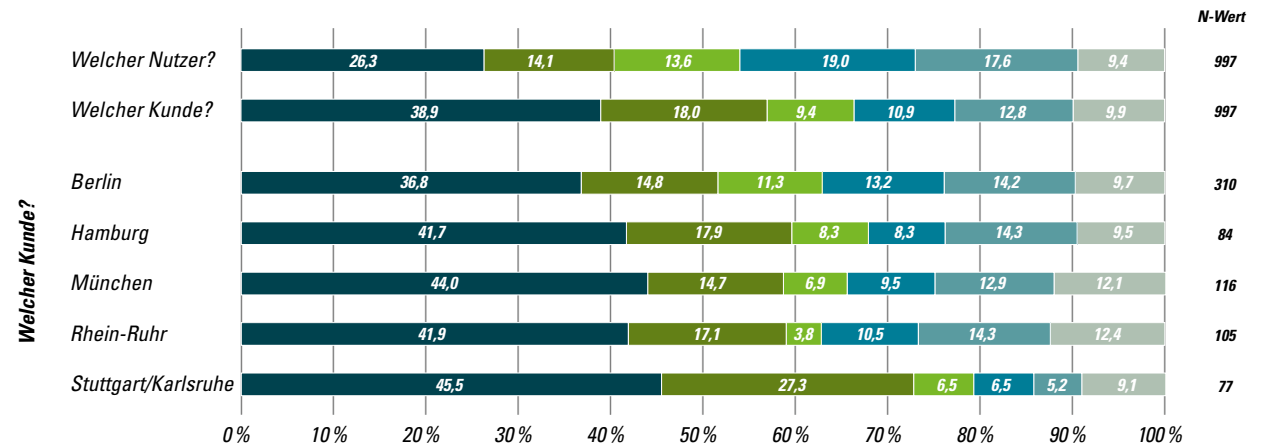
Quelle: DSM 2015

Abb. 13: Markt – Verhältnis Kunden zu Nutzergruppen (2015)

		Durch welche Kunden erzielt Dein Startup seine Umsätze?						N-Wert
		Ausschließlich B2B	Überwiegend B2B	Eher B2B als B2C	Eher B2C als B2B	Überwiegend B2C	Ausschließlich B2C	
Welche Nutzer adressiert Dein Startup?	Ausschließlich B2B	247	9	1	2	1	2	262
	Überwiegend B2B	42	91	6	0	2	0	141
	Eher B2B als B2C	34	41	52	7	2	0	136
	Eher B2C als B2B	24	17	30	85	25	8	189
	Überwiegend B2C	25	16	4	14	91	25	175
	Ausschließlich B2C	16	5	1	1	7	64	94
	N-Wert	388	179	94	109	128	99	997

● Kunde und Nutzer identisch

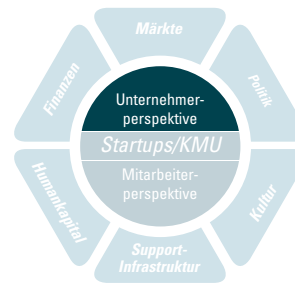
Quelle: DSM 2015



gesponsert durch EyeEm

3

STARTUP-GRÜNDER



STARTUP-GRÜNDER

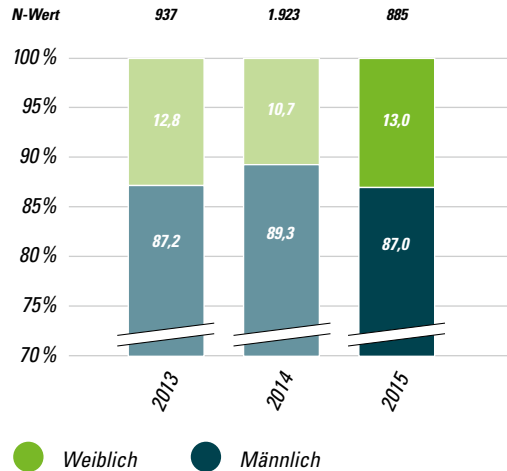
3.1 GESCHLECHT UND ALTER

Geschlecht: Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der weiblichen Gründer von 10,7 % in 2014 auf 13,0 % in 2015 gestiegen. Inwiefern hier ein Trend erkennbar ist, werden jedoch erst die Erhebungen in den folgenden Jahren zeigen (s. Abb. 15).

Aktuelles Alter: Wie bereits im DSM 2014, sind auch im diesjährigen Report die Gründer im Durchschnitt 34,9 Jahre alt (vgl. DSM 2014, RIPSAS/TRÖGER, S.24). Männer sind bei der Gründung im Schnitt 34,9 Jahre, Frauen 35,1 Jahre alt. Die größte Altersgruppe ist die der 25- bis 34-jährigen Personen. Knapp 14 % aller Startup-Gründer sind 45 Jahre alt und älter (s. Abb. 16).

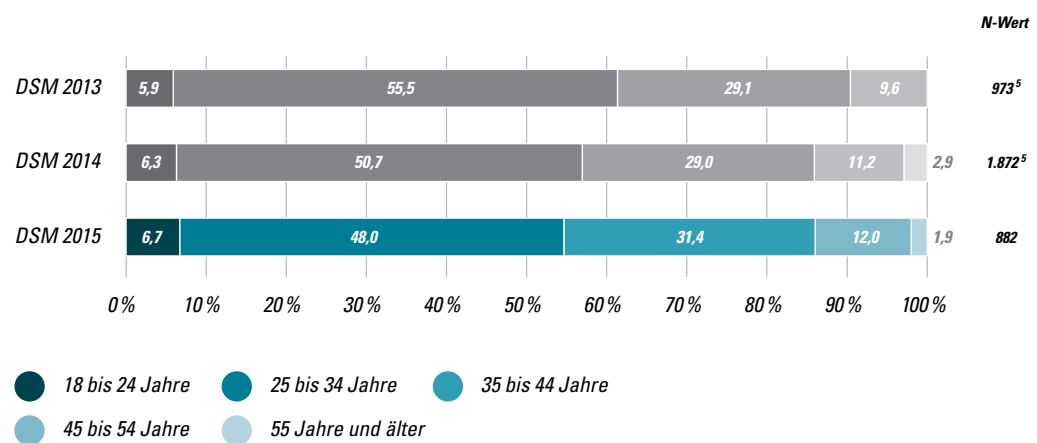
Anteil der **Startup-Gründerinnen** von **10,7%** auf **13,0%** gestiegen.

Abb. 15: Gründer – Geschlecht (2013–2015)



Quelle: DSM 2013–2015
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Abb. 16: Gründer – Altersgruppen (2013–2015)



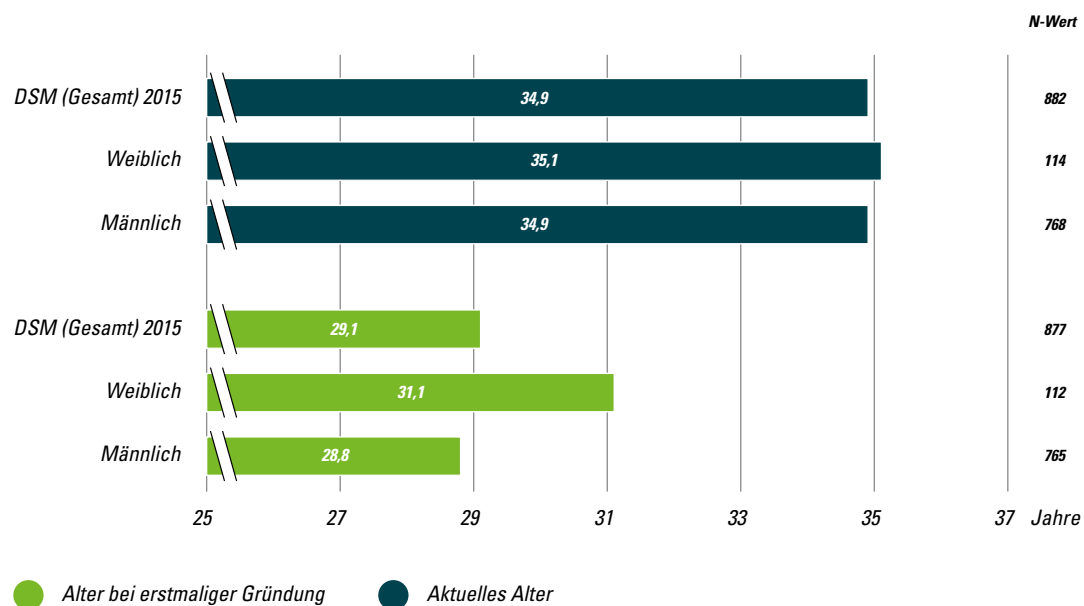
Quelle: DSM 2013–2015

Im Schnitt gründen Startup-Gründer ihr erstes Unternehmen mit **29,1 Jahren.**

Alter bei der erstmaligen Gründung: Nachdem im Jahr 2014 die große Anzahl von Seriengründern überraschte, stellt der aktuelle Report die Frage, in welchem Alter die Entrepreneure in Deutschland erstmals ein Unternehmen gründen. Der DSM 2015 zeigt, dass die Jungunternehmer bei der erstmaligen

Gründung durchschnittlich 29,1 Jahre alt sind. Das Alter der Männer beträgt dabei im Schnitt 28,8 Jahre; Frauen sind durchschnittlich 31,1 Jahre alt. Demnach sind Männer bei der erstmaligen Gründung eines Startups 2,3 Jahre jünger als Frauen (s. Abb. 17).

Abb. 17: Gründer – Alter bei der erstmaligen Gründung und aktuelles Alter (2015)



Quelle: DSM 2015

Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

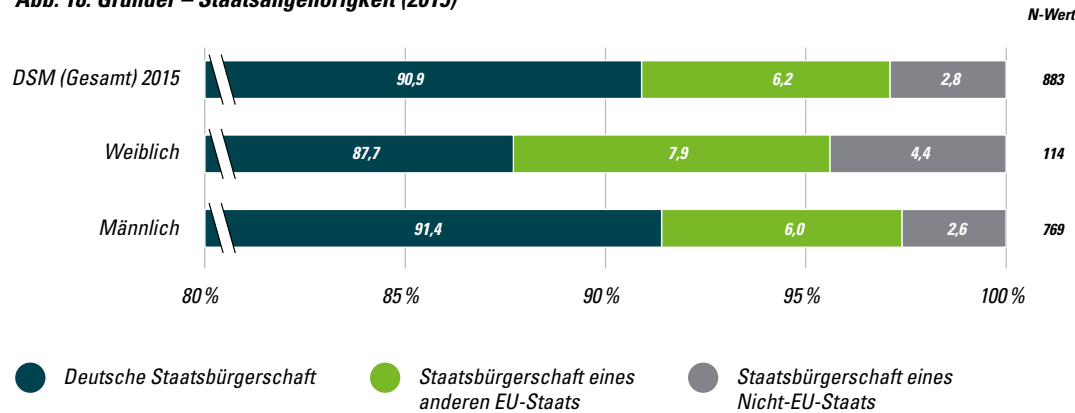
Frauen gründen
durchschnittlich
2,3 Jahre später
als Männer.

3.2 STAATSANGEHÖRIGKEIT

Die Mehrheit der Gründer stammt aus Deutschland: Insgesamt 90,9 % der im Rahmen des DSM 2015 Befragten kommen aus der Bundesrepublik (2014: 90,5 %). Staatsbürger eines anderen EU-Staats sind 6,2 % (2014: 6,1 %) der Gründer, 2,8 % (2014: 3,5 %) stammen aus einem Nicht-EU-Land. Dabei zeigen sich auch Unterschiede zwischen den Geschlechtern: So kommen beispielsweise mehr weibliche Gründer aus dem Ausland, als dies bei den männlichen der Fall ist (s. Abb. 18).

*Gründer ohne deutsche Staatsbürgerschaft
gründen in Deutschland,
weil sie hier schon seit Längerem leben –
und aufgrund der Attraktivität des
Ökosystems.*

Abb. 18: Gründer – Staatsangehörigkeit (2015)

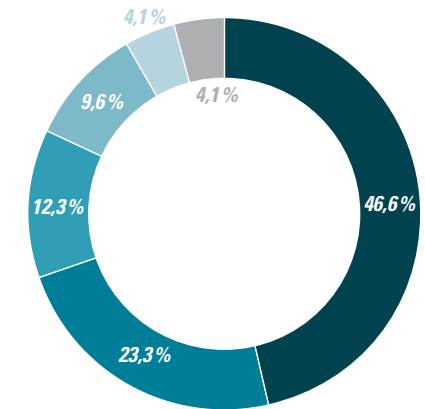


Quelle: DSM 2015
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Ausländische Gründer in Deutschland: Von Interesse war in diesem Zusammenhang die Frage, weshalb junge Unternehmer ohne deutsche Staatsbürgerschaft in Deutschland gründen. Anhand einer offenen Abfrage, die von 73 Studienteilnehmern beantwortet wurde, konnten sechs Kategorien herausgearbeitet werden. Dabei gab etwa die Hälfte (46,6 %) der Gründer ohne deutsche Staatsbürgerschaft an, bereits längere Zeit in der Bundesrepublik zu leben. Etwa ein Viertel (23,3 %) nannte die

bessere Ausgangssituation im Vergleich zu ihrem Heimatland und 12,3 % die Attraktivität des Markts – auch als Sprungbrett für den Eintritt in andere europäische Binnenmärkte – als Motiv für eine Gründung in Deutschland. Für immerhin noch 9,6 % spielte bei der Entscheidung die Liebe zum Standort eine Rolle und 4,1 % der ausländischen Gründer in Deutschland erachteten die bessere Kapitalbeschaffung als hauptsächlichen Beweggrund für eine Startup-Gründung in der Bundesrepublik (s. Abb. 19).

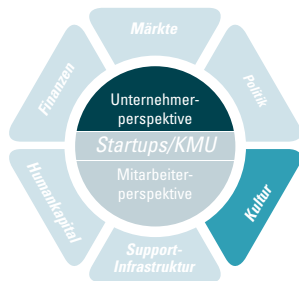
Abb. 19: Gründer – Gründer ohne deutsche Staatsbürgerschaft (2015)



- Seit Längerem wohnhaft am Standort
- Besseres Ökosystem für Startup-Gründer
- Spannender/großer/attraktiver Markt
- Liebe zum Standort
- Bessere Kapitalbeschaffung
- Anderer Grund

N-Wert: 73

Quelle: DSM 2015



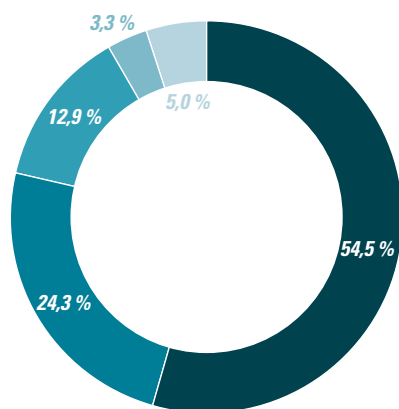
Kultur des Scheiterns: **Ein Drittel** der Gründer hat ein zuvor begonnenes Startup-Projekt **eingestellt**.

3.3 SERIENGRÜNDER

Ungeachtet der Ursachen, weshalb frühere Gründungen nicht weitergeführt bzw. abgebrochen wurden, gaben 45,5 % (2014: 48,6 %) der Teilnehmer des DSM 2015 an, zuvor bereits mindestens ein weiteres Unternehmen gegründet zu haben. Etwa jeder Fünfte (21,2 %) hatte sogar schon zwei oder mehr Unternehmen gegründet (s. Abb. 20).

Grund für die Konzentration auf eine neue Startup-Gründung: Der DSM 2015 geht auch der Frage nach, weshalb die letzte Unternehmung aufgegeben wurde. Die meisten Gründer (36,1 %) geben an, dass das Unternehmen weiterhin besteht und sie neben ihrer aktuellen Tätigkeit weiterhin Gesellschafter der vorangegangenen Gründung sind. Ein etwas geringerer Anteil der Befragten (30,1 %) hat den Geschäftsbetrieb freiwillig eingestellt, gefolgt von 15,0 %, die ihr Unternehmen vollständig verkauft haben. Weitere 14,2 % sind als Gesellschafter ausgestiegen, ohne dass das Unternehmen seinen Geschäftsbetrieb aufgegeben hat. Lediglich bei 3,4 % der Gründer erfolgte die Einstellung des Geschäftsbetriebs aufgrund einer Insolvenz (s. Abb. 21).

Abb. 20: Gründer – Seriengründung – Anzahl der vorangegangenen Gründungen (2015)

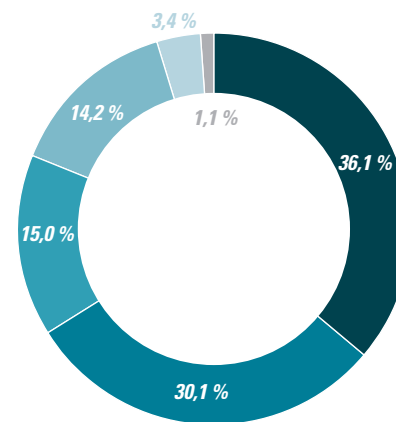


- Nein, zuvor keine Gründung
- Ja, eine Gründung
- Ja, zwei Gründungen
- Ja, drei Gründungen
- Ja, mehr als drei Gründungen

N-Wert: 879

Quelle: DSM 2015

Abb. 21: Gründer – Seriengründung – Verhältnis zur letzten Unternehmung (2015)



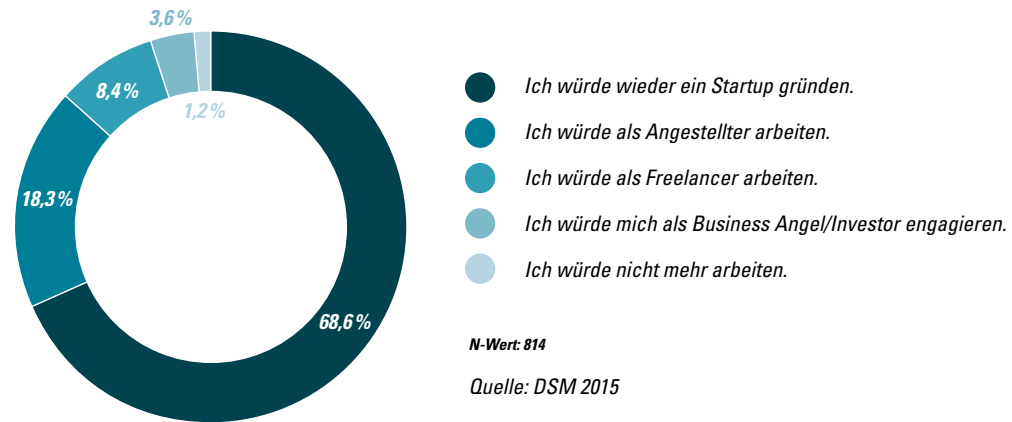
- Ich bin weiterhin Gesellschafter und das Unternehmen besteht weiterhin.
- Der Geschäftsbetrieb wurde freiwillig eingestellt.
- Mein anderes Unternehmen wurde vollständig verkauft.
- Ich bin als Gesellschafter ausgeschieden, das Unternehmen besteht jedoch weiterhin.
- Der Geschäftsbetrieb musste aufgrund einer Insolvenz eingestellt werden.
- Anderer Grund

N-Wert: 379

Quelle: DSM 2015

Was würden Gründer tun, wenn sie ihr aktuelles Unternehmen aufgeben müssten? Ein hoher Anteil der Startup-Gründer (80,5 %) würde weiterhin einer selbstständigen Tätigkeit nachgehen. Etwa zwei Drittel der Befragten (68,6 %) würden wieder ein Startup gründen und 8,4 % könnten sich vorstellen, als Freelancer zu arbeiten. Ein Engagement als Business Angel oder Investor käme für 3,6 % der Gründer in Betracht. Lediglich 18,3 % der Teilnehmer des DSM 2015 gaben an, anschließend als Angestellter arbeiten zu wollen. Nicht mehr beruflich tätig sein wollten 1,2 % der Befragten (s. Abb. 22).

Abb. 22: Gründer – Seriengründung – Neustart (2015)



Mehr als **80 %** aller Startup-Gründer würden auch nach der Aufgabe ihrer aktuellen Unternehmung weiterhin einer **selbstständigen Tätigkeit** nachgehen.

Die meisten **Teamgründungen** gibt es in der Region **Stuttgart/Karlsruhe.**

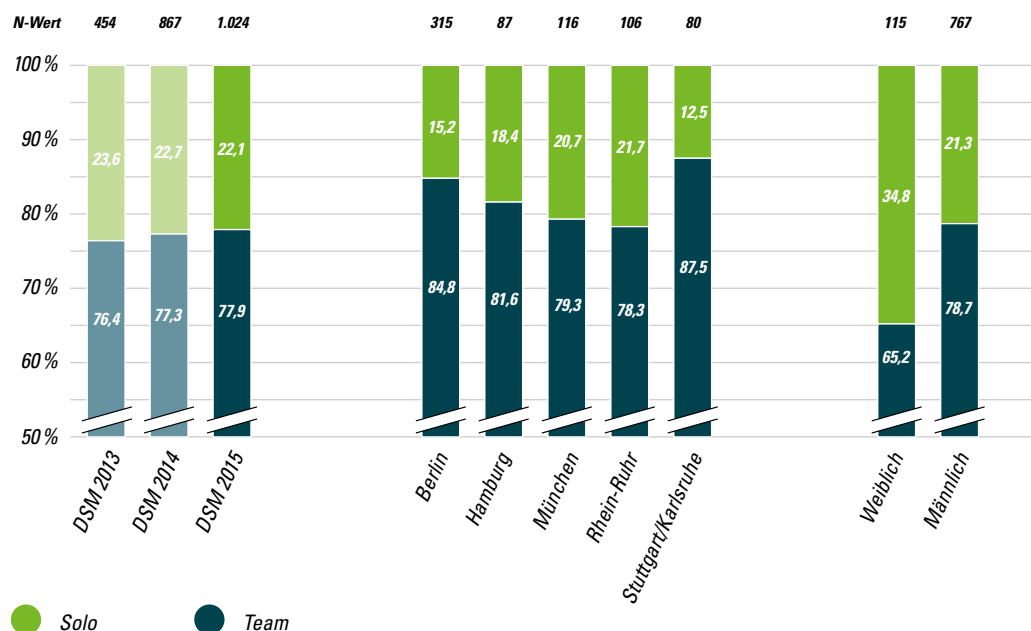
3.4 TEAMQUOTE UND TEAMGRÖSSE

77,9 % der Teilnehmer des diesjährigen Reports gründeten ihr Startup im Team. Lediglich 22,1 % der Befragten haben ihr Startup allein gegründet (2014: 22,7 %, 2013: 23,6 %). Damit sank der Anteil der Sologründer noch einmal und anhand des DSM-Dreijahresvergleichs kann von einem Trend zur Teamgründung gesprochen werden (s. Abb. 23).

Die durchschnittliche Teamgröße bei Startups liegt im DSM 2015 bei 2,4 Personen (2014: 2,3). Damit entspricht der Durchschnitt dem in der Literatur genannten Wert von zwei bis drei Gründern für die optimale Teamgröße (vgl. KLOTZ et al. 2014, SHRIVASTAVA/TAMVADA 2011). 36,7 % der Befragten gründeten in einem Zwei-Personen-Team. 27,0 % der Befragten gaben an, in einem Drei-Personen-Team gegründet zu haben. 14,3 % der Startups wurden von vier oder mehr Personen gegründet (N=1.024).

Die Zahlen des DSM 2015 weisen darauf hin, dass Frauen den Schritt in die Selbstständigkeit häufiger alleine gehen. So gründeten etwa ein Drittel (34,8 %) der teilnehmenden Frauen allein (2014: 36,3 %). Dagegen liegt bei Männern der Anteil der Solo-gründungen nur bei 21,3 % (2014: 21,7 %; vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 23, s. Abb. 23).

Abb. 23: Gründer – Teamgröße (2013–2015)



● Solo ● Team

Quelle: DSM 2013–2015

Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

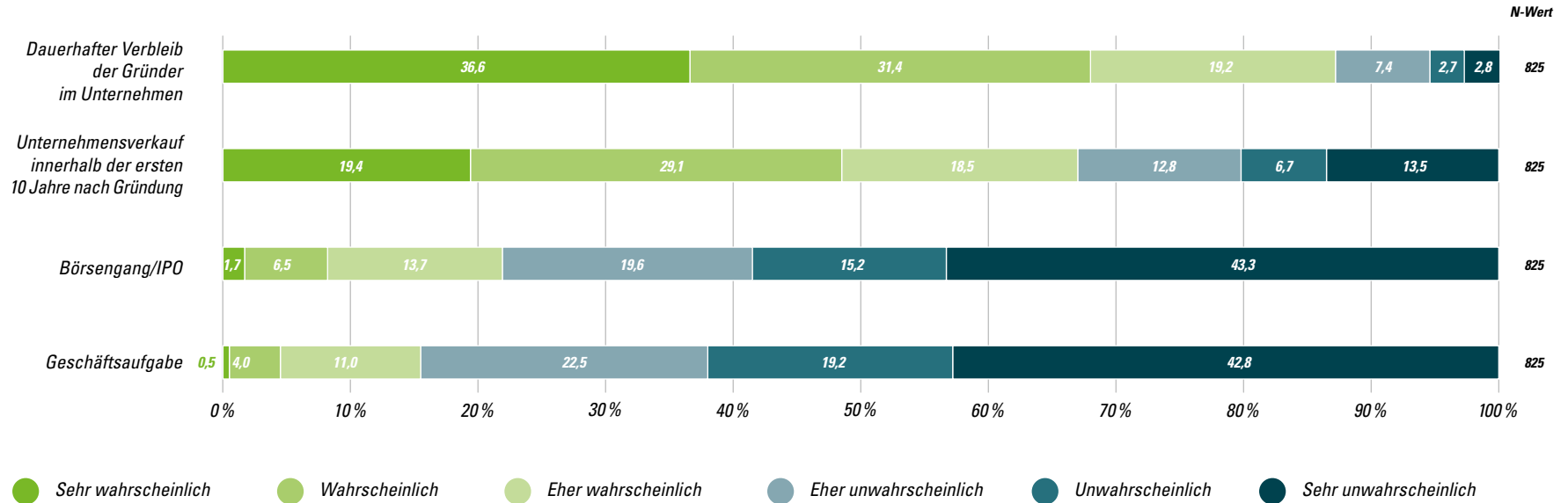
Männer gründen
häufiger in Teams
als Frauen.

3.5 ZUKUNFTSSZENARIEN

Die meisten Gründer (87,2 %) sehen es als (eher/ sehr) wahrscheinlich an, dauerhaft in ihrem Startup zu arbeiten. Etwa zwei Drittel (67,0 %) der Befragten können sich vorstellen, das Startup innerhalb der ersten 10 Jahre nach Gründung teilweise zu verkaufen. 21,9 % halten einen Börsengang/IPO für (eher/sehr) wahrscheinlich (s. Abb. 24).

Gründer suchen keinen schnellen Exit,
87,2 % halten den Verbleib im Unternehmen
 für (eher, sehr) **wahrscheinlich**.

Abb. 24: Gründer – Zukunftsszenarien (2015)



Quelle: DSM 2015

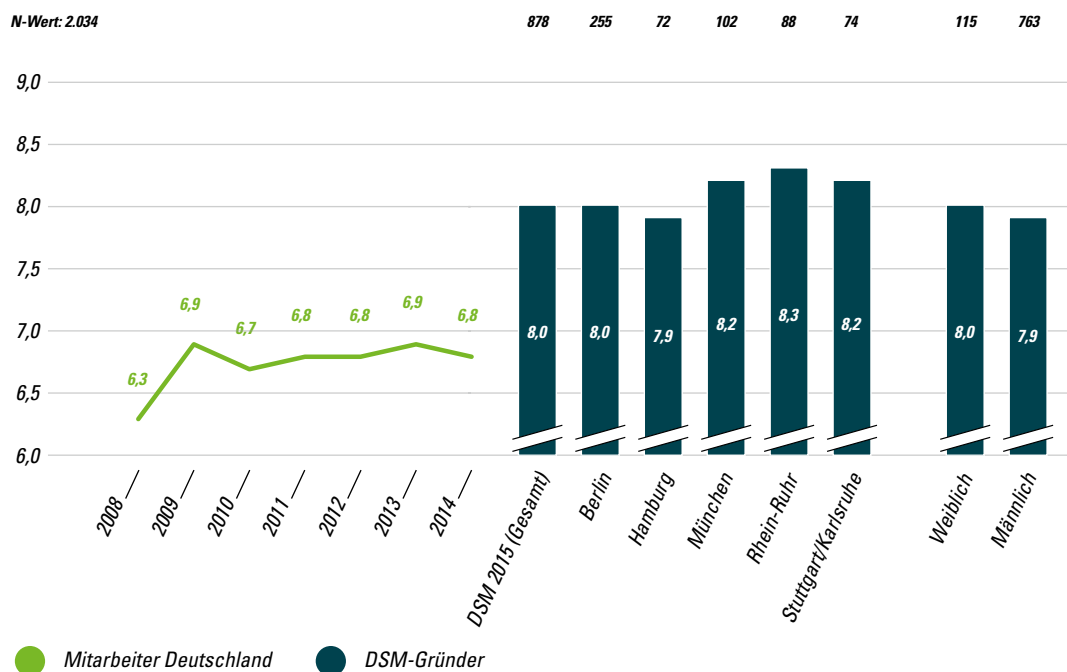
Startup-Gründer sind mit ihrem Leben **zufriedener** als Angestellte!

3.6 LEBENSZUFRIEDENHEIT

Seit 2001 stellt das Meinungsforschungsinstitut Gallup jährlich die Frage nach der allgemeinen Lebenszufriedenheit von deutschen Arbeitnehmern. Grund genug, im Rahmen des DSM 2015 der Frage nachzugehen, inwieweit Gründer von Startups zufriedener oder unzufriedener sind als Angestellte. Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass Startup-Gründer im DSM mit einem Mittelwert von 8,0 weit aus zufriedener sind als Angestellte (6,8; vgl. NINK 2015, S. 4). Dabei zeigen sich Frauen mit einem Wert von 8,0 etwas zufriedener als Männer (7,9) (s. Abb. 25).

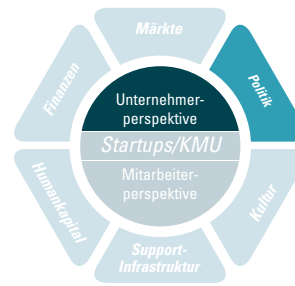
Im Vergleich der Gründungsregionen fällt auf, dass die Befragten in Süd- und Westdeutschland zufriedener sind als Gründer in Nord- und Ostdeutschland. Berlin liegt mit einem Indexwert von 8,0 im Durchschnitt, Hamburg rangiert mit 7,9 knapp dahinter. Am zufriedensten sind die Gründer in der Metropolregion Rhein-Ruhr (8,3), gefolgt von München sowie der Region Stuttgart/Karlsruhe mit einem Indexwert von jeweils 8,2 (s. Abb. 25).

Abb. 25: Gründer – Lebenszufriedenheit (2015)



Quelle: DSM 2015; vgl. NINK 2015, S. 4
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Gründer in
Süd- und Westdeutschland sind zufriedener
als Gründer
in Nord- und Ostdeutschland.

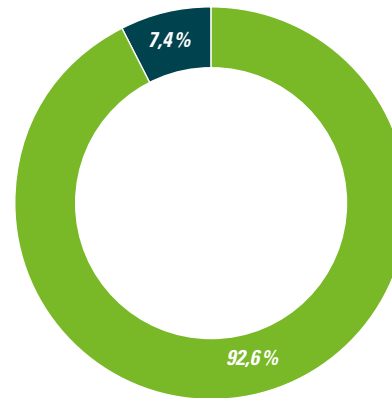


3.7 WENN GRÜNDER WÄHLEN

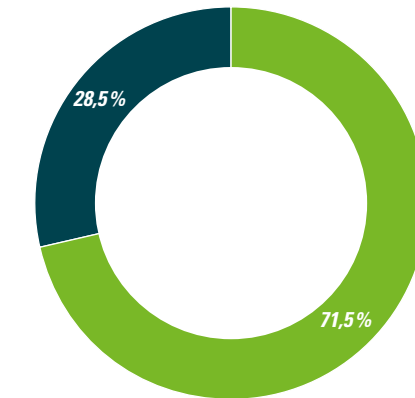
Wahlbeteiligung: Die große Mehrheit der Startup-Gründer beteiligt sich an Wahlen – so das Ergebnis der im DSM 2015 gestellten Frage: **„Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, welche Partei würdest Du wählen?“**. Insgesamt gaben 92,6 % der Teilnehmer des DSM 2015 ihre Stimme ab, lediglich 7,4 % waren Nichtwähler (N=673). Damit würde die Wahlbeteiligung von Gründern um 21,1 Prozentpunkte höher ausfallen als die der Gesamtbevölkerung. Bei der letzten Bundestagswahl lag die Wahlbeteiligung lediglich bei 71,5 % (vgl. EGELER 2013; s. Abb. 26).

Abb. 26: Rahmenbedingungen – Wahlbeteiligung von Startup-Gründern und Gesellschaft (2015)

Wahlbeteiligung
Startup-Gründer



Wahlbeteiligung
Bundestagswahl 2013



● Wähler ● Nichtwähler

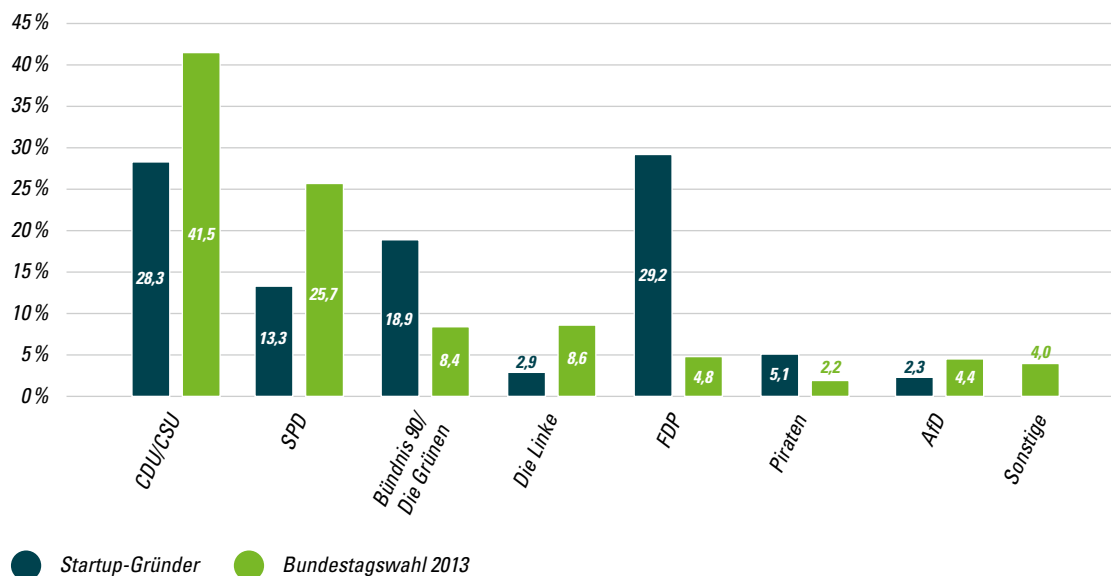
N-Wert: 673

Quelle: DSM 2015, vgl. EGELER 2013

**Gründer sind
politisch engagierter
als der Bundesdurchschnitt.
Die Wahlbeteiligung läge bei
circa 92 %.**

Parteienpräferenz: Besonders interessant ist die Parteienpräferenz von Startup-Gründern. Das Resultat würde sich deutlich vom Ergebnis der Bundestagswahl 2013 unterscheiden. Hätte beispielsweise im Mai 2015 eine Bundestagswahl mit ausschließlich Startup-Gründern stattgefunden, wären die Freien Demokraten (FDP) mit 29,2% stärkste Kraft im Bundestag – gefolgt von CDU/CSU mit 28,3% und Bündnis90/Die Grünen mit 18,9% der Wählerstimmen. Mit 13,3% hätte die SPD deutlich weniger Zuspruch als in der Gesamtbevölkerung. Die Piraten hätten mit 5,1% zumindest die Hürde in den Bundestag geschafft, gefolgt von den Linken mit 2,9% und der AfD mit 2,2% (s. Abb. 27).

Abb. 27: Rahmenbedingungen – Bundestagswahl mit Startup-Gründern (2015)



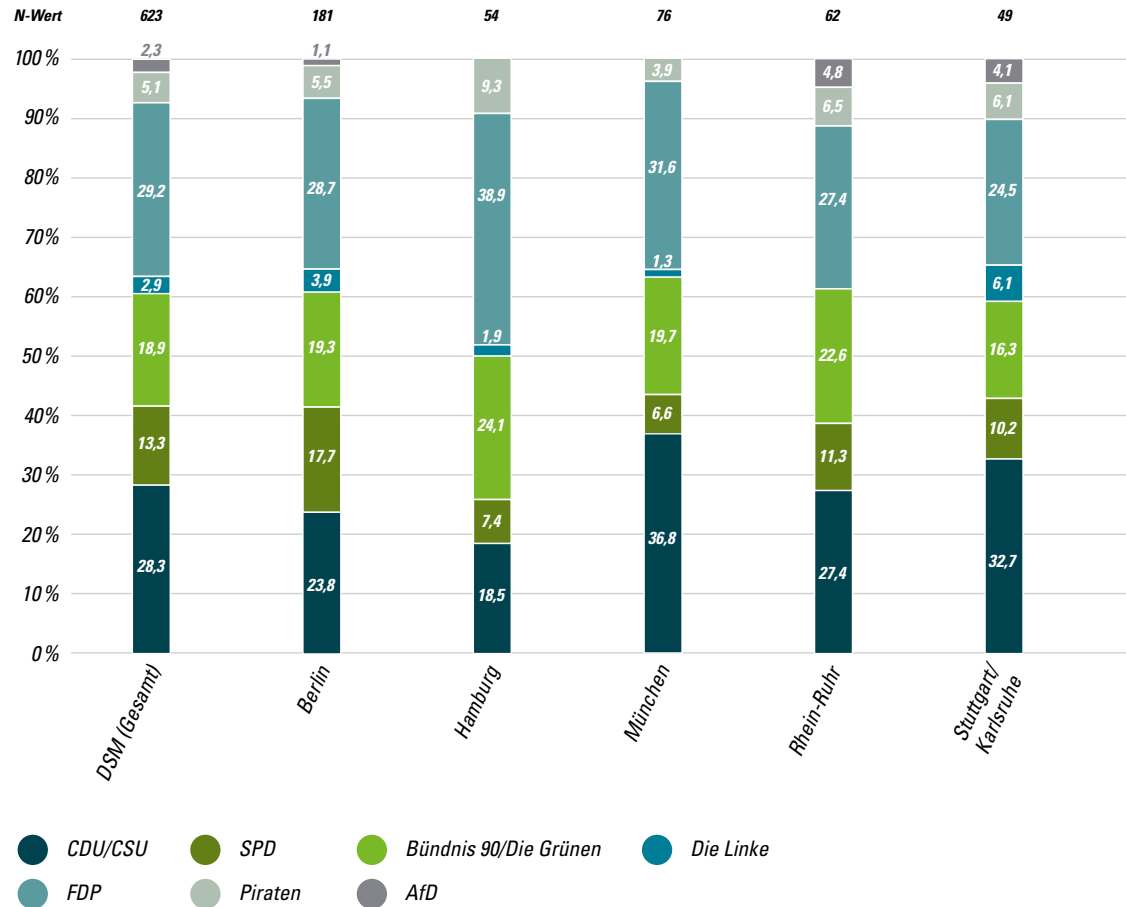
N-Wert: 623

Quelle: DSM 2015, vgl. EGELER 2013

Startup-Wahl: **FDP**
würde als stärkste Kraft den
Bundestag stellen.

Ein Blick in die fünf Gründungsregionen zeigt, dass die FDP in Berlin (28,7 %) und Hamburg (38,9 %) die stärkste Kraft wäre. Hingegen würde die CDU/CSU in München (36,8 %) sowie in der Region Stuttgart/Karlsruhe (32,7 %) das politische Parkett dominieren. In der Metropolregion Rhein-Ruhr teilen sich FDP und CDU/CSU mit jeweils 27,4 % den ersten Platz (s. Abb. 28).

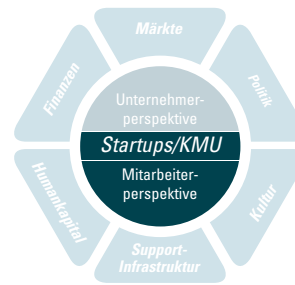
Abb. 28: Rahmenbedingungen – Bundestagswahl mit Startup-Gründern nach Regionen (2015)



FDP liegt im **Norden**,
 CDU/CSU im **Süden**
 vorn.

Quelle: DSM 2015

4 STARTUPS ALS BESCHÄFTIGUNGSMOTOR



STARTUPS ALS BESCHÄFTIGUNGSMOTOR

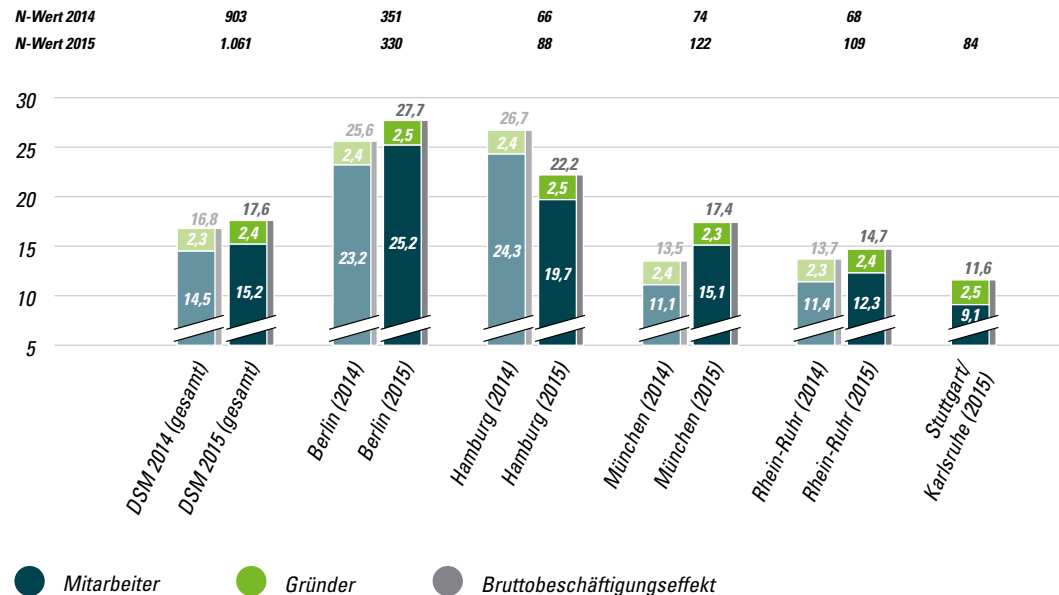
4.1 AKTUELLE ARBEITSPLATZSITUATION

Startups sind Jobmotoren (DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 29). Die im DSM 2015 vertretenen Jungunternehmen beschäftigen durchschnittlich 15,2 Mitarbeiter (ohne Gründer). Dies entspricht einem Anstieg von durchschnittlich 0,7 Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr. Wird zusätzlich die durchschnittliche Anzahl an Gründern hinzu addiert (s. dazu auch Abschnitt 3.4, S. 28), ergibt sich ein Bruttobeschäftigungseffekt⁶ von durchschnittlich 17,6 Arbeitsplätzen je Startup nach 2,8 Jahren (2014: 16,8; 2013: 12,5) s. Abb. 29).

Im Vergleich der regionalen Ökosysteme verzeichnet München mit durchschnittlich 4,0 zusätzlichen Stellen pro Startup den stärksten Zuwachs: von 11,1 in 2014 auf 15,1 Mitarbeiter je Startup in 2015. Allerdings belegt Berlin mit einer durchschnittlichen Mitarbeiteranzahl von 25,2 weiterhin den ersten Platz (2014: 23,2). Hier konnte ein Anstieg von zwei Mitarbeiterstellen verzeichnet werden. Auch die Startups der Metropolregion Rhein-Ruhr weisen

eine durchschnittliche Zunahme von 0,9 Mitarbeiterstellen (12,3; 2014: 11,4) auf. Hamburg liegt mit durchschnittlich 19,7 Mitarbeitern deutlich unter dem Vorjahreswert, der sich auf 24,3 Mitarbeiter belief (-4,6 Stellen), behauptet sich jedoch weiterhin auf dem zweiten Platz. Die Startups der Region Stuttgart/Karlsruhe verfügen durchschnittlich über 9,1 Mitarbeiter (s. Abb. 29).

Abb. 29: Mitarbeiter – Mitarbeiteranzahl nach Regionen (2014–2015)

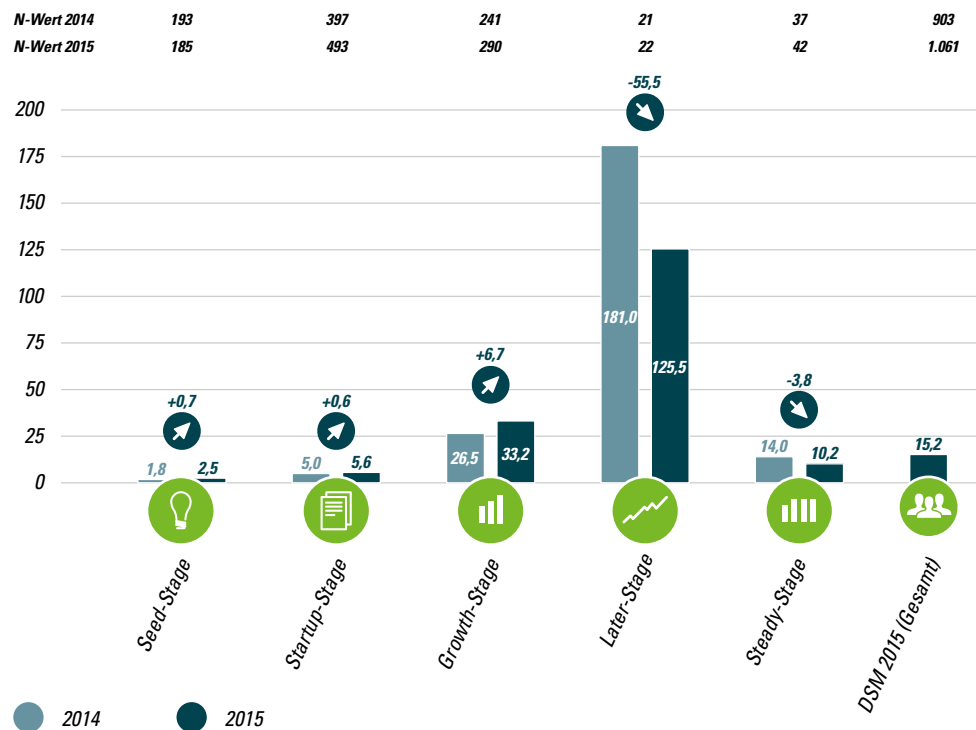


Quelle: DSM 2014–2015

Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Die im DSM 2015 vertretenen Startups beschäftigen über 16.000 Mitarbeiter und erzielen einen Bruttobeschäftigungseffekt von knapp 19.000 Stellen.

Abb. 30: Mitarbeiter – Mitarbeiteranzahl nach Startup-Phasen (2014–2015)



Quelle: DSM 2014–2015

Mit einem Anteil von **33,7%**
ausländischer Mitarbeiter sind Berliner Startups
am **internationalsten**.

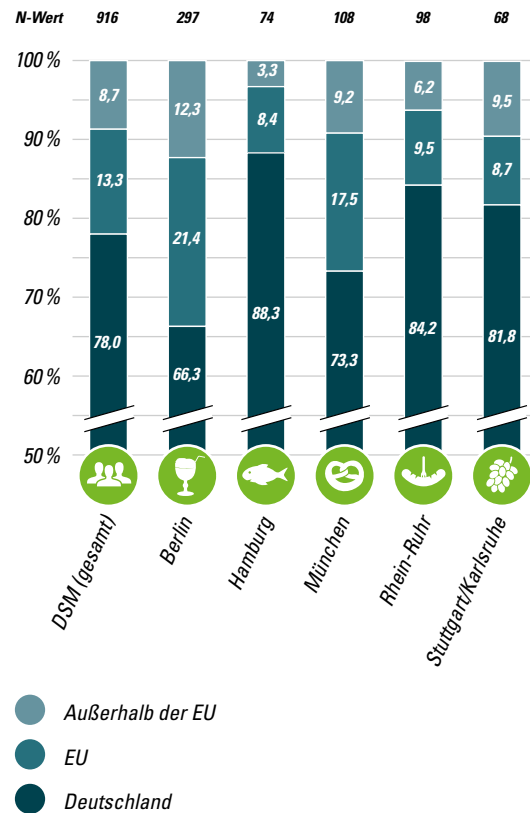
Der Beschäftigungseffekt von Startups (ohne Gründer) wird noch deutlicher, wenn er unter Berücksichtigung der Startup-Phasen (s. dazu auch Abschnitt 2.2, S. 17) analysiert wird. So bieten Startups bereits in der Seed-Stage durchschnittlich 2,5 Arbeitsplätze (+0,7; 2014: 1,8), in der Startup-Stage durchschnittlich 5,6 (+0,6; 2014: 5,0), in der Growth-Stage 33,2 (+6,7; 2014: 26,5) und in der Later-Stage 124,5 (-55,5; 2014: 181) Arbeitsplätze. Selbst in der Steady-Stage sind noch 10,2 Mitarbeiter (-3,8; 2014: 14) in deutschen Startups angestellt (s. Abb. 30).

4.2 HERKUNFT DER MITARBEITER

Anhand einer multinumerischen Abfrage zu 100 wurde im diesjährigen DSM erstmals der Anteil deutscher und ausländischer Mitarbeiter in den Startups evaluiert. Laut den Gründern besitzen 22,0 % der Arbeitnehmer in Startups keine deutsche Staatsbürgerschaft. Die meisten stammen aus der Europäischen Union (13,3 %), während 8,7 % aus Nicht-EU-Ländern sind. Im Vergleich der regionalen Ökosysteme arbeiten in Berliner Startups die meisten internationalen Mitarbeiter (33,7 %). Mit einem Anteil von 11,7 % sind in Hamburger Startups die wenigsten ausländischen Mitarbeiter beschäftigt (s. Abb. 31).

Gründer planen **konservativer.**
 Im Vergleich zum Vorjahr sinkt
 die Zahl geplanter Neueinstellungen von
10 auf 8 Mitarbeiter.

Abb. 31: Mitarbeiter – Herkunft der Mitarbeiter nach Regionen (2015)



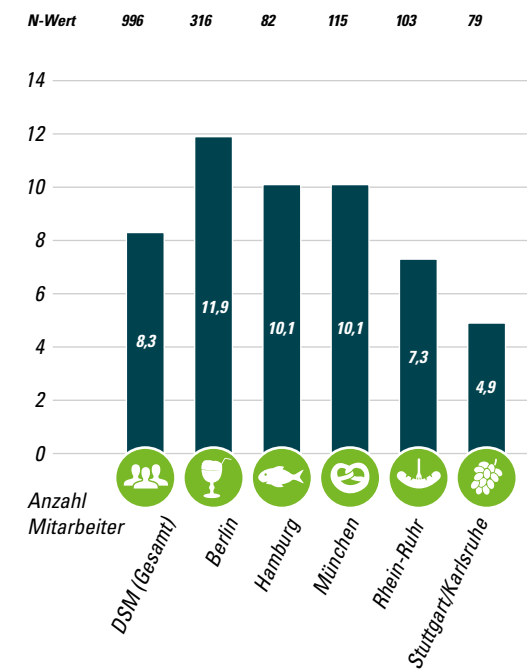
Quelle: DSM 2015 (Mehrfachnennungen möglich)
 Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

4.3 GEPLANTE NEUEINSTELLUNGEN

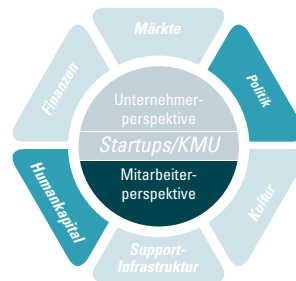
Im DSM 2015 gaben nahezu alle Gründer (93,9 %, N= 1.061) an, in den kommenden 12 Monaten weitere Mitarbeiter einstellen zu wollen (2014: 82,2 %).

Im Durchschnitt erwägen Gründer, die Neueinstellungen planen, ihr Personal in den kommenden 12 Monaten um rund 8,3 neue Mitarbeiter aufzustocken. Berliner Startups beabsichtigen mit durchschnittlich 11,9 Stellen den stärksten Zuwachs, gefolgt von Hamburg und München mit jeweils 10,1 Arbeitsplätzen. Startups aus der Metropolregion Rhein-Ruhr liegen unterhalb des Bundesdurchschnitts, ebenso die Region Stuttgart/Karlsruhe mit rund 4,9 vorgesehenen Stellen (s. Abb. 32).

Abb. 32: Mitarbeiter – Geplante Neueinstellungen nach Regionen (2015)



Quelle: DSM 2015



4.4 MINDESTLOHN, PRAKTIKANTEN UND STUDENTISCHE MITARBEITER

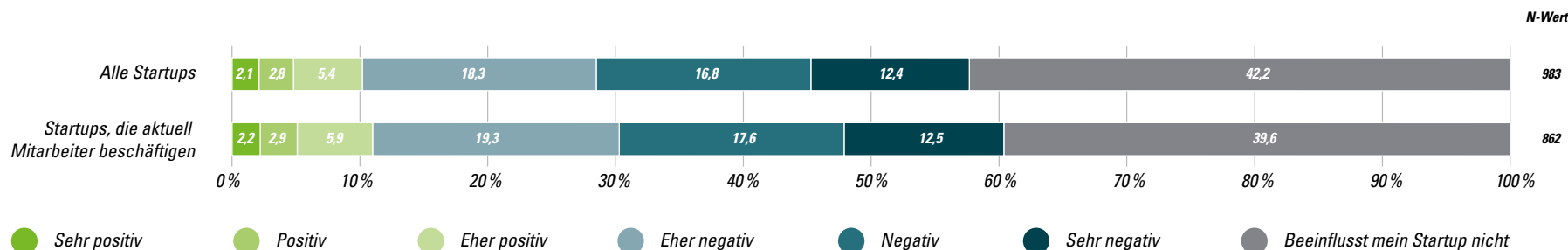
Zum 1. Januar 2015 wurde in Deutschland ein flächendeckender Mindestlohn von 8,50 EUR eingeführt. Von diesem ausgenommen sind lediglich Pflichtpraktika, ein Praktikum von bis zu drei Monaten und Einstiegsqualifikationen (vgl. MILOG 2014).

Aus diesem Grund wurde im DSM 2015 der Frage nachgegangen, inwiefern die Einführung des Mindestlohns Startups beeinflusst. Dabei gaben 42,2 % aller Gründer an, dass die Einführung des Mindestlohns ihr Startup nicht beeinflusst. Weitere 10,3 % gehen von einem (eher/sehr) positiven Effekt aus. Für immerhin 47,5 % der Startups hat das Mindestlohngesetz einen (eher/sehr) negativen Effekt (s. Abb. 33).

Bei Startups, die bereits Mitarbeiter beschäftigen, liegt die Quote derer, die der Mindestlohn nicht beeinflusst, nur bei 39,6 %. Dagegen sehen 11,0 % einen (eher/sehr) positiven Einfluss. Fast die Hälfte der Befragten (49,4 %) geht aber von einem (eher/sehr) negativen Effekt aus (s. Abb. 33).

Rund die Hälfte der Startups geht von einer **negativen Beeinflussung** durch die **Einführung des Mindestlohns** aus.

Abb. 33: Mitarbeiter – Beeinflussung durch den Mindestlohn (2015)



Quelle: DSM 2015

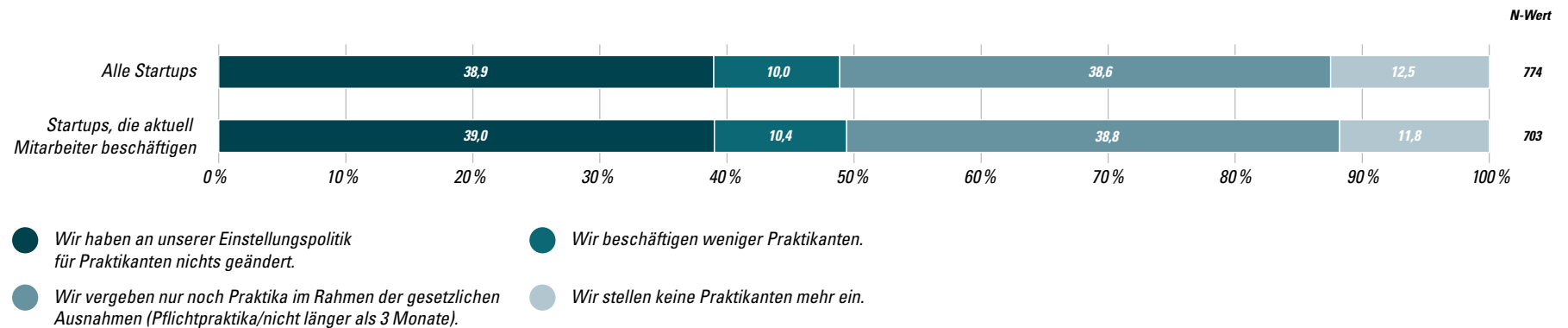
Im Durchschnitt beschäftigen Startups 3,0 studentische Mitarbeiter und Praktikanten. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Anstieg von 0,2 Stellen (2014: 2,8). Tendenziell werden dabei mehr studentische Mitarbeiter (1,7) als Praktikanten (1,3) beschäftigt (N=929).

In Hinblick auf die Einführung des Mindestlohns wurde im Rahmen des DSM 2015 auch untersucht, inwieweit sich die Einstellungspolitik von Startups für Praktikanten geändert hat. Mehr als ein Drittel der Befragten (38,9%) gaben an, diesbezüglich nichts geändert zu haben. Etwa die gleiche Anzahl

der Startups (38,6%) vergibt nur noch Praktika im Rahmen der gesetzlichen Ausnahmen (Pflichtpraktika/nicht länger als 3 Monate), während 10,0% der Befragten weniger Praktikanten beschäftigen. Generell keine Praktikantenstellen mehr vergeben 12,5% der Startups (s. Abb. 34).

61,1% der Startups
 haben ihre **Einstellungspolitik für Praktikanten**
 aufgrund der Einführung des Mindestlohns
geändert.

Abb. 34: Mitarbeiter – Veränderung der Einstellungspolitik für Praktikanten (2015)

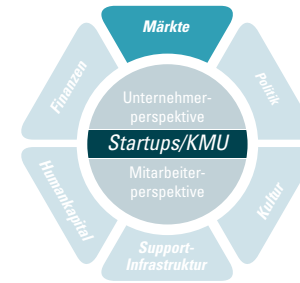


Quelle: DSM 2015

5

WIRTSCHAFTLICHE SITUATION DER STARTUPS 2015

gesponsert durch EyeEm



WIRTSCHAFTLICHE SITUATION DER STARTUPS 2015

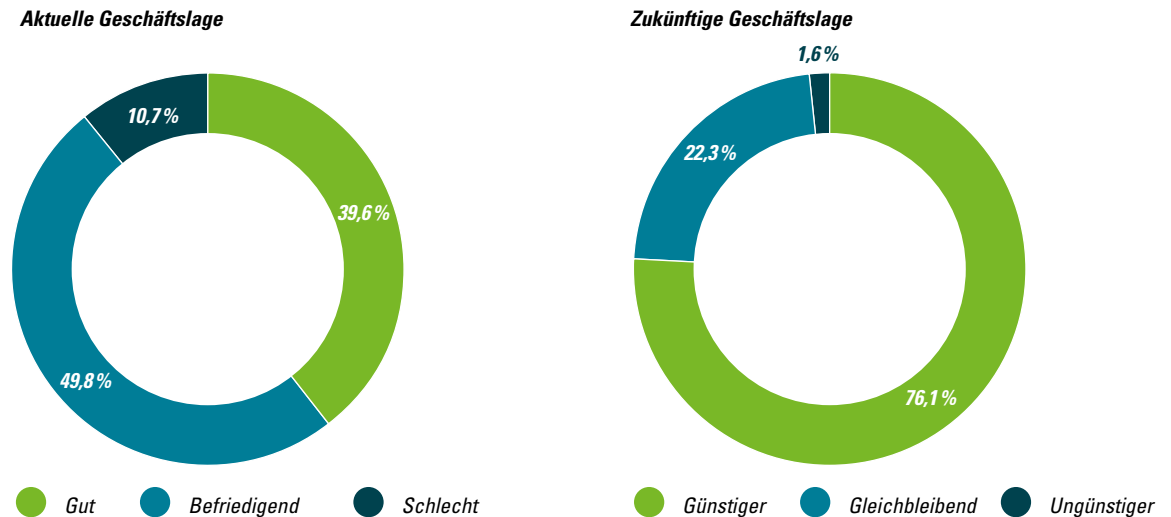
5.1 GESCHÄFTSKLIMA

Mit dem DSM 2015 wurde erstmals die Stimmung der deutschen Startup-Szene eingefangen – analog zum IFO-Geschäftsklimaindex. Die Erhebung 2015 bildet damit den Indexwert für die kommenden Jahre.

Gegenwärtig bezeichnen 39,6% der Gründer die Geschäftslage als gut. Etwa die Hälfte der Befragten (49,8%) sind aktuell zufrieden. Immerhin etwa jeder Zehnte (10,7%) schätzt die derzeitige Lage als schlecht ein. In Bezug auf die Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten gehen 76,1% von einer günstigeren, 22,3% von einer gleichbleibenden und 1,6% von einer ungünstigeren Situation aus (s. Abb. 35).

Sowohl 71,2% der Befragten, die die aktuelle Geschäftslage als gut empfinden, als auch 78,0% derjenigen, die die aktuelle Geschäftslage als schlecht erachten, gehen für die Zukunft von einer günstigeren Entwicklung aus (kommende 6 Monate; s. Abb. 36).

Abb. 35: Geschäftsklima – Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2015)



N-Wert: 852

Quelle: DSM 2015

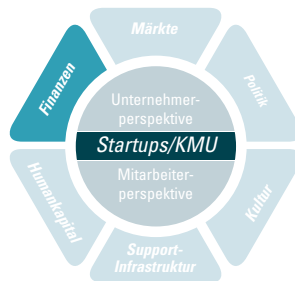
Abb. 36: Geschäftsklima – Entwicklung der Geschäftslage (2015)

Wie beurteilst Du die zukünftige Geschäftslage Deines Startups (nächste 6 Monate)?

Wie beurteilst Du die gegenwärtige Geschäftslage Deines Startups?	Wie beurteilst Du die zukünftige Geschäftslage Deines Startups (nächste 6 Monate)?			N-Wert
	günstiger	gleichbleibend	ungünstiger	
gut	240	91	6	337
befriedigend	337	84	3	424
schlecht	71	15	5	91
N-Wert	648	190	14	852

Quelle: DSM 2015

Startups blicken
optimistisch
auf die **Entwicklung der kommenden 6 Monate.**

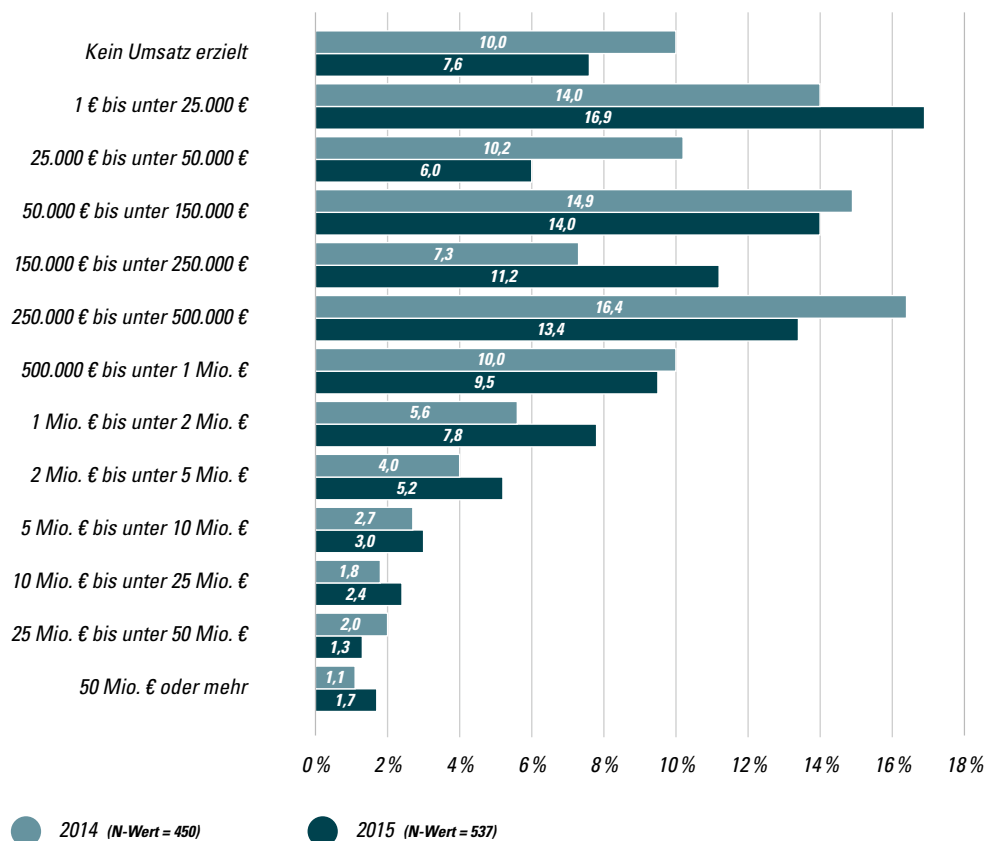


5.2 UMSATZ

44,3 % der Startup-Unternehmen, die bereits ein vollständiges Geschäftsjahr abbilden können – also ihr Startup vor Ende 2013 gegründet haben –, erzielen einen Umsatz von mehr als 250 Tsd. EUR (2014: 43,6 %). Einen Jahresumsatz von über 1 Mio. EUR erwirtschafteten 21,4 % (2014: 17,1 %). 8,4 % erzielten im Jahr 2014 sogar einen Umsatz von mehr als 5 Mio. EUR (2014: 7,6 %). Im Vergleich zum Vorjahr gaben im aktuellen Report 2,4 % weniger Studienteilnehmer an, noch keine Umsätze zu realisieren (s. Abb. 37).

Jedes **5.** Startup erzielt einen Umsatz von mehr als 1 Mio. EUR.

Abb. 37: Umsatz – Umsatz im letzten vollständigen Geschäftsjahr (2013–2014)



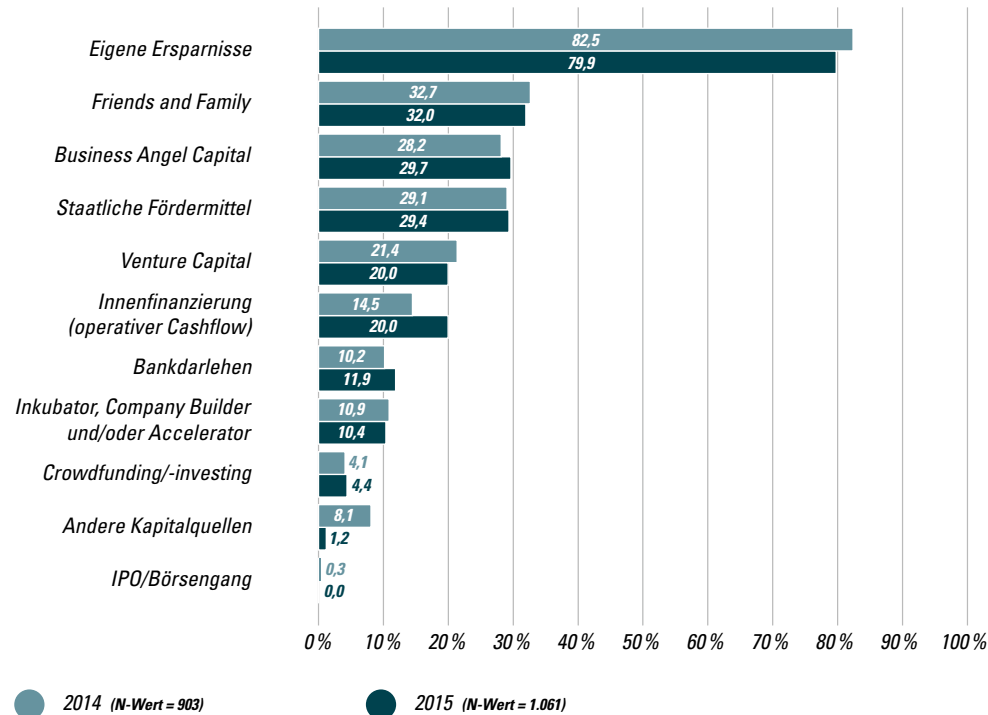
Quelle: DSM 2015

Business Angels und Innenfinanzierung gewinnen an Bedeutung.

5.3 FINANZIERUNGSQUELLEN

Die wichtigsten Kapitalquellen bei der Finanzierung von Startups sind – wie bereits im Vorjahr – die eigenen Ersparnisse der Gründer (79,9%; 2014: 82,5%), gefolgt von der Unterstützung durch Freunde und Familie (32,0%; 2014: 32,7%). Ein Wachstum zeigt sich bei der Finanzierung durch Business Angels, diese liegen mit 29,7% (2014: 28,2%) nun auf Rang drei. Die staatlichen Förderungen haben etwas an Stellenwert verloren und belegen mit 29,4% (2014: 29,1%) nur noch den vierten Platz. Bei Venture Capital ist ein leichter Rückgang von 1,4 Prozentpunkten erkennbar (Platz 5, 20%; 2014: 21,4%). Ein steigender Trend zeigt sich bei der Innenfinanzierung (20%; 2014: 14,5%). Trotz eines leichten Wachstums um 1,7 Prozentpunkte belegen Bankdarlehen weiterhin nur den siebten Platz (s. Abb. 38).

Abb. 38: Kapital – Finanzierungsquellen (2014 – 2015)

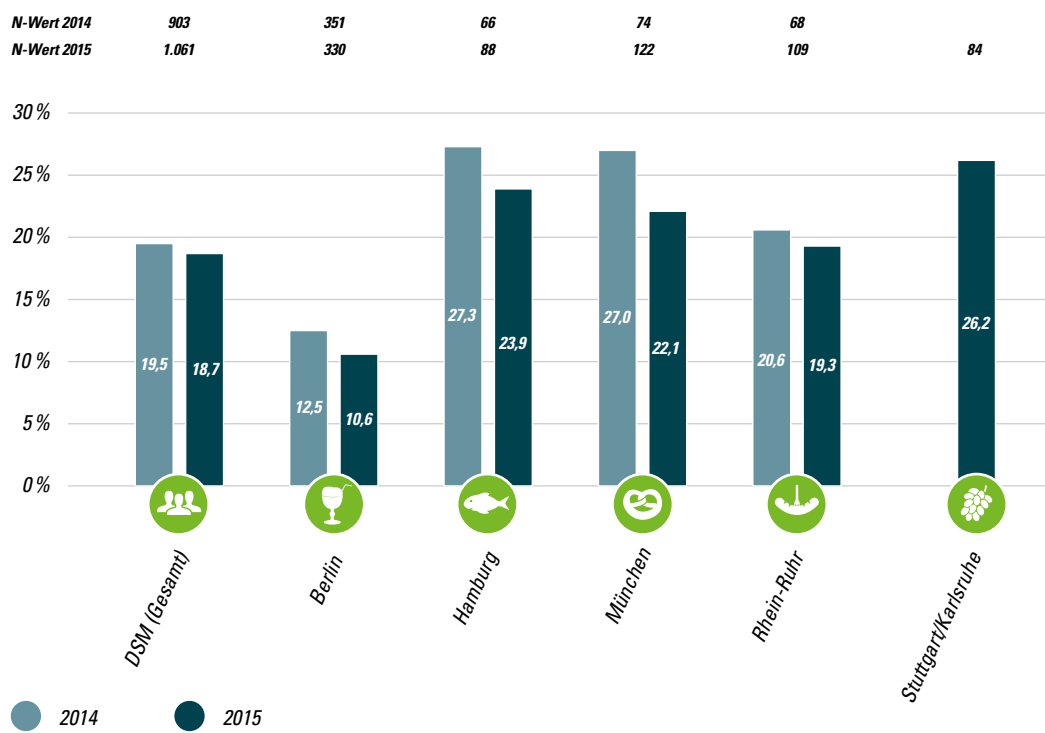


Quelle: DSM 2015 (Mehrfachnennungen möglich)

Startups mit ausschließlicher Finanzierung aus eigenen Ersparnissen:

Insgesamt gaben 18,7 % (2014: 19,5 %) der Teilnehmer an, ihr Startup ausschließlich über eigene Ersparnisse finanziert zu haben. Im regionalen Vergleich finden sich in der Region Stuttgart/Karlsruhe mit 26,2 % die meisten Gründer, die ihr Unternehmen ausschließlich über eigene Ersparnisse finanzieren; gefolgt von Hamburg mit 23,9 % (2014: 27,3 %). In München sind es immerhin noch 22,1 % (2014: 27 %), in der Metropolregion Rhein-Ruhr 19,3 % (2014: 20,6 %) und in Berlin 10,6 % (2014: 12,5 %) (s. Abb. 39).

Abb. 39: Kapital – Finanzierungsquellen – Finanzierung ausschließlich mit Ersparnissen (2014–2015)



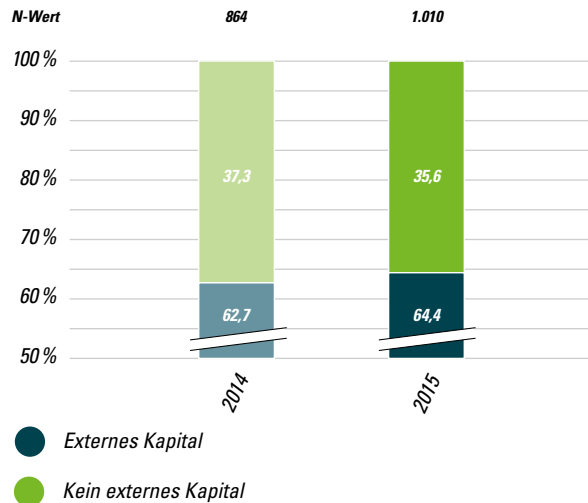
Quelle: DSM 2014–2015

Startups des Deutschen Startup Monitors haben bis heute über 1 Mrd. EUR an externem Kapital eingesammelt.

5.4 KAPITALAUFNAHME

Bis heute aus externen Quellen erhaltenes Kapital: 35,6% der im DSM 2015 befragten Gründer haben bis heute kein externes Kapital aufgenommen (N=1.010). Das entspricht einem Rückgang von 1,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (s. Abb. 40).

Abb. 40: Kapital – Kapitalaufnahme (2014–2015)

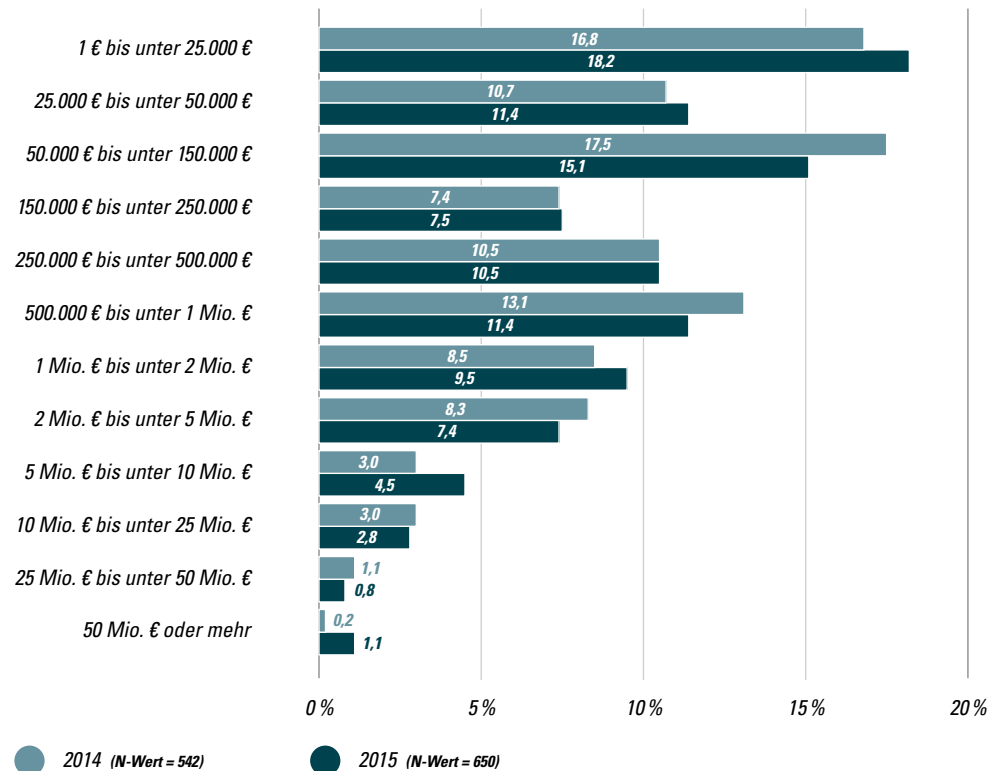


Quelle: DSM 2014–2015
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

26,0% der Gründer (2014: 24,0%), **die externes Kapital benötigten**, finanzierten ihr Startup bis heute mit mehr als 1 Mio. EUR. Bei 4,6% lag der Rahmen höher – sie finanzierten ihr junges Unter-

nehmen mit mehr als 10 Mio. EUR (2014: 4,3%). Etwa drei Viertel der Befragten (74,0%) nahmen bis zu 1 Mio. EUR externe Mittel auf (s. Abb. 41).⁷

Abb. 41: Kapital – Bis heute (extern) erhaltenes Kapital (2014–2015)



Quelle: DSM 2014–2015

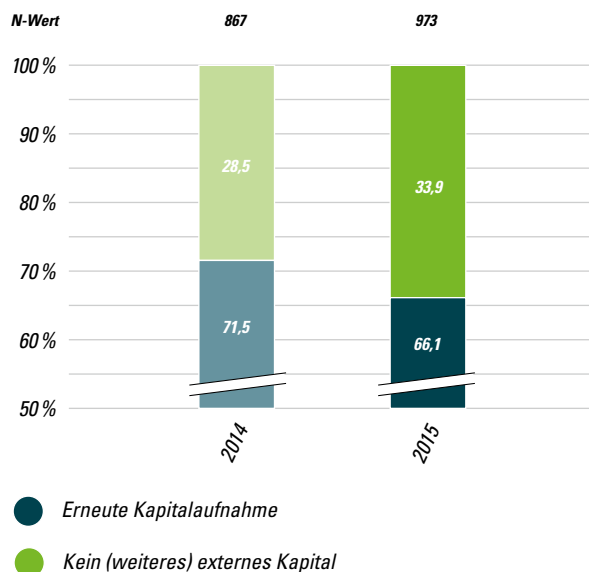
In den kommenden 12 Monaten haben die im DSM vertretenen Startups ein Kapitalbedarf von **mindestens 1,065 Mrd. EUR.**

Externe Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten: Im Rahmen des Wachstumsprozesses des kommenden Jahres planen 33,9% der Befragten (2014: 28,5%) zunächst keine weitere Kapitalaufnahme (s. Abb. 42).

Von den Startups, die eine (erneute) externe Kapitalaufnahme anstreben, gaben 30,9% an, 1 Mio. EUR oder mehr aufnehmen zu wollen (2014: 32,9%). 17,1% benötigen zwischen 500Tsd. EUR und 1 Mio.

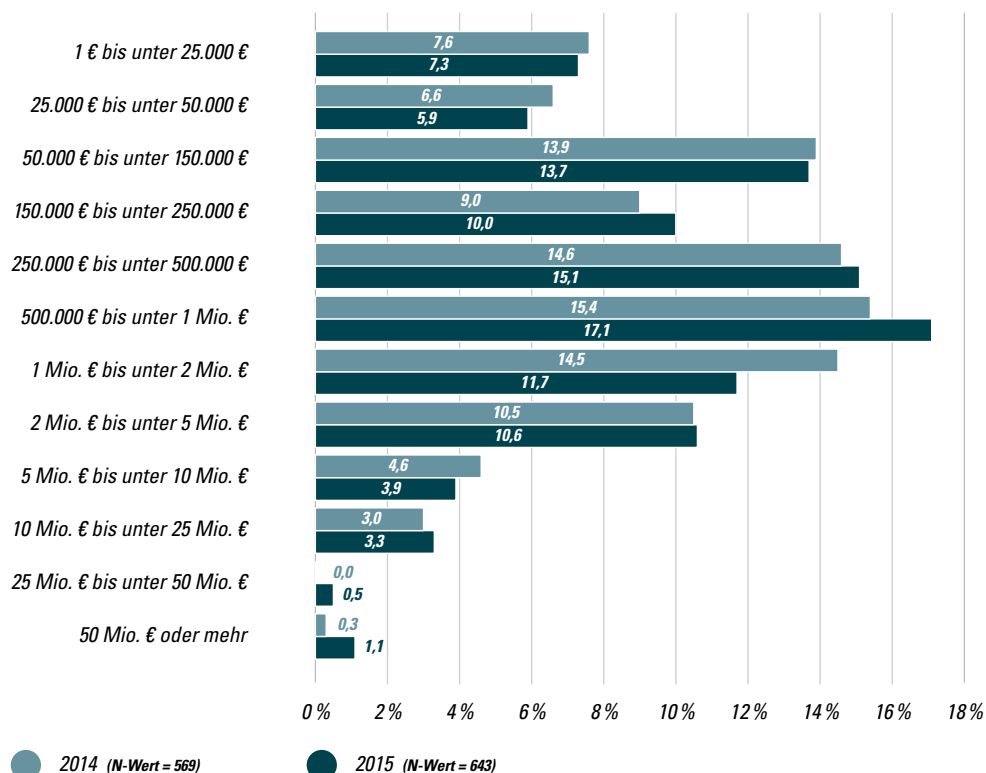
EUR (2014: 15,4%) und etwas mehr als die Hälfte der Befragten (51,9%) geben einen Finanzierungsbedarf bis zu 500 Tsd. EUR an (2014: 51,7%) (s. Abb. 43).

Abb. 42: Kapital: Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2015)

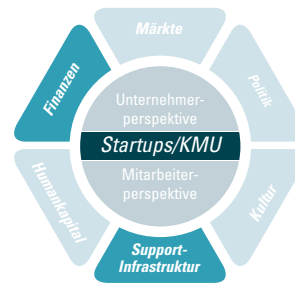


Quelle: DSM 2014–2015

Abb. 43: Kapital – Geplante Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2015)



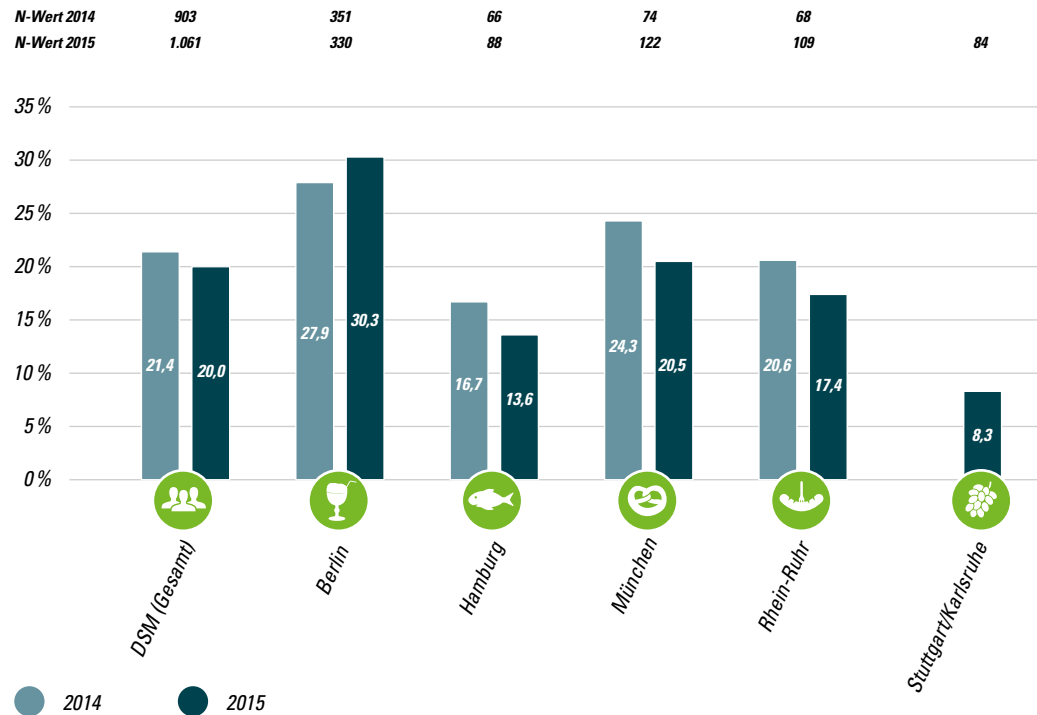
Quelle: DSM 2014–2015



5.5 VENTURE CAPITAL ALS KAPITALQUELLE

Venture Capital-Finanzierung: Von den Befragten gaben 212 Gründer an, ihr Unternehmen unter anderem mit Venture Capital finanziert zu haben (20,0 %; s. Abschnitt 5.3, S. 43; 2014: 21,4 %). Der Anteil der mittels Venture Capitals finanzierten Startups ist mit 30,3 % (2014: 27,9 %) in Berlin am höchsten, gefolgt von München mit 20,5 % (2014: 24,3 %), der Metropolregion Rhein-Ruhr mit 17,4 % (2014: 20,6 %), Hamburg mit 13,6 % (2014: 16,7 %) sowie der Region Stuttgart/Karlsruhe mit 8,3 % (s. Abb. 44).

Abb. 44: Kapital – Venture Capital-finanzierte Startups (2014–2015)



Quelle: DSM 2014–2015

Mit **rund 30%**
ist der Anteil der mittels Venture Capitals finanzierten
Startups in Berlin am höchsten.

Die Bedeutung ausländischer VC-Investoren nimmt stark zu: **+6,8 Prozentpunkte** im Vergleich zum Vorjahr.

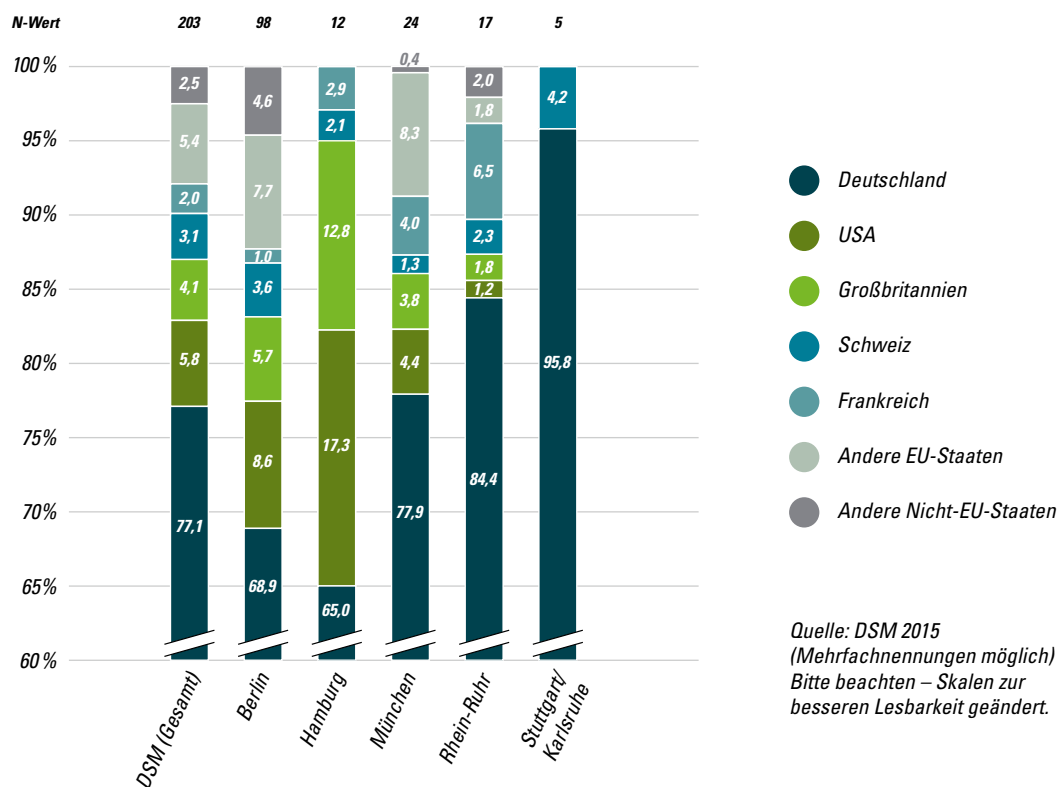
Herkunft und prozentuale Verteilung des Venture Capital-Volumens:

Im Durchschnitt stammen 77,1 % des investierten Venture Capitals von deutschen Kapitalgebern. 14,6 % des Kapitals wurden von Venture Capital-Unternehmen aus einem anderen EU-Land (inklusive Schweiz) bereitgestellt und 8,3 % der Gelder stammen aus einem Nicht-EU-Land (s. Abb. 45).

Mit 5,8% des Gesamtvolumens spielen die USA aktuell die größte Rolle bei ausländischen Kapitalgebern. Im Vergleich der regionalen Gründungsregionen ist der Anteil an deutschem Venture Capital in Hamburg mit 65,0% am niedrigsten – gefolgt von Berlin mit 68,9% und München mit 77,9%. Auffällig ist, dass die einzelnen Regionen bei den Venture Capital-Quellen unterschiedliche regionale Schwerpunkte entwickelt haben. So sind amerikanische und englische Venture Capital-Investoren vor allem in Berlin und Hamburg engagiert (s. Abb. 45).⁸

Sofern ein Startup Kapital aus den USA erhalten hat, so steuern die US-Investoren im Durchschnitt 41,9 % der benötigten Mittel bei (N = 28). Für britische Investitionen liegt der Wert bei 38,1 % (N = 22), für schweizerische bei 26,3 % (N = 24) und für französische bei 24,0 % (N = 17). Kommt das Kapital aus einem anderen EU-Land, liegt der Wert bei 39,0 % (N = 28) und bei einem anderen Nicht-EU-Land bei 36,5 % (N = 14).

Abb. 45: Kapital – Verteilung des Venture Capital-Volumens nach Herkunftsländern (2015)



Quelle: DSM 2015
(Mehrfachnennungen möglich)
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Wird nur die Anzahl der Venture Capital-Finanzierungen betrachtet, gaben 61,1 % der Gründer an, ihr Kapital ausschließlich von deutschen Risikokapitalgebern erhalten zu haben. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 67,9 %. Bei 13,8 % (2014: 12,4 %) der Startups stammen die Mittel unter anderem aus den

USA, gefolgt von der Schweiz mit 11,8 % (2014: 9,3 %), Großbritannien mit 10,8 % (2014: 7,8 %) und Frankreich mit 8,4 % (2014: 1,6 %). Weitere 13,8 % nannten ein anderes EU-Land als Quelle ihrer Venture Capital-Finanzierung (2014: 8,3 %; vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2015, S. 43).

Art der Venture Capital-Unternehmen: Die wichtigste Rolle bei Venture Capital-Finanzierungen spielen weiterhin private Investoren wie zum Beispiel Earlybird, German Startup Group oder Kleiner Perkins Caufield & Byers. 76,5% der Befragten (2014: 68,9%) gaben an, unter anderem über private Venture Capital zu verfügen. Öffentliche Investoren wie der HTGF, die KfW oder die Fördermittelbanken der Bundesländer engagieren sich bei

50,0% (2014: 46,6%) der Startups. Mehr als ein Drittel der Befragten (35,5%; 2014: 26,9%) werden unter anderem von strategischen Investoren (wie etwa Konzerne) unterstützt. Insgesamt gaben 28,5% der Gründer an, sich ausschließlich über private Investoren finanziert zu haben. 12,5% der Befragten hatten sich ausschließlich über öffentliche Investoren finanziert und 8,0% nannten diesbezüglich ausschließlich strategische Investoren (s. Abb. 46).

Auch im Vergleich der Volumina befinden sich die privaten Investoren an der Spitze. Mit 54,2% des bis heute investierten Kapitals liegt diese Gruppe deutlich vorn. Öffentliche Investoren rangieren mit 27,3% auf Platz zwei. Mit 18,5% des Venture-Capital-Volumens kommt das wenigste Kapital derzeit von strategischen Investoren.

Abb. 46: Kapital – Häufigkeit der Inanspruchnahme unterschiedlicher Venture Capital-Geber (2014–2015)

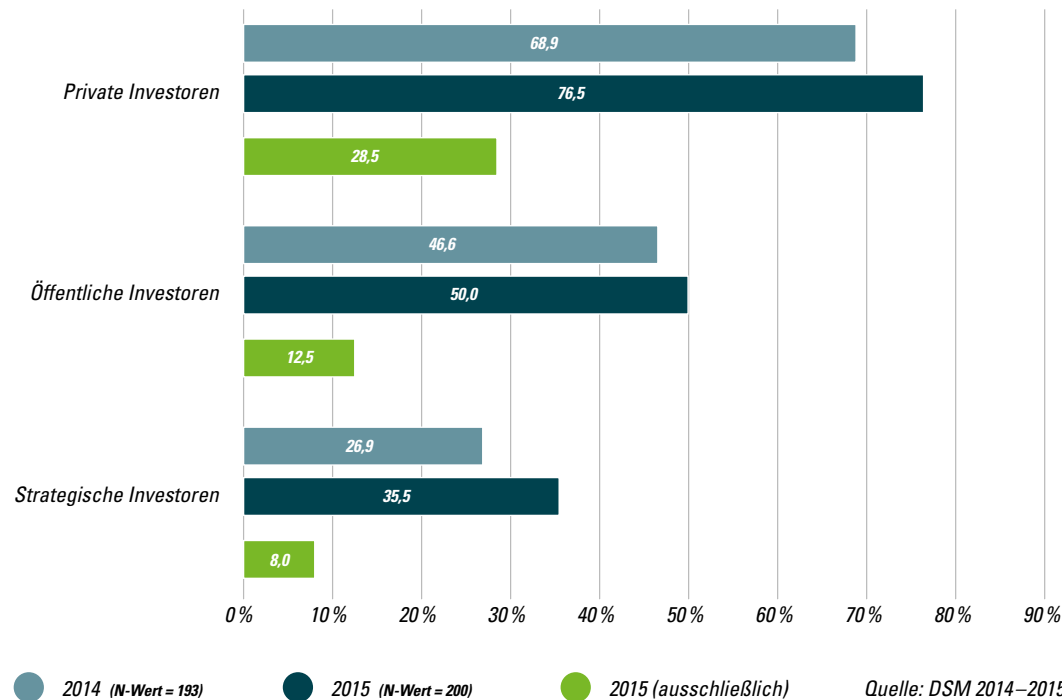
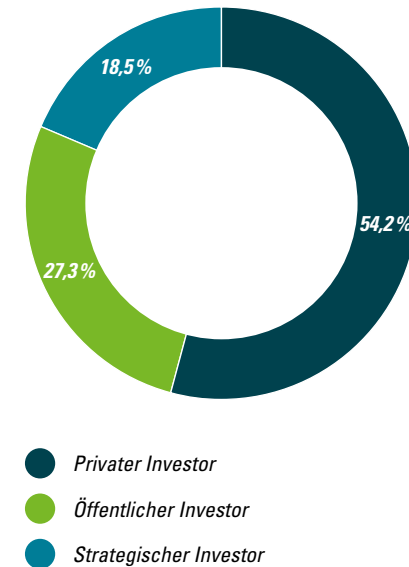


Abb. 47: Kapital – Verteilung des Venture Capital-Volumens nach Investorenarten (2015)



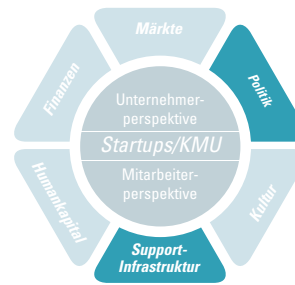
N-Wert: 200

Quelle: DSM 2015 (Mehrfachnennungen möglich)



6

RAHMENBEDINGUNGEN



RAHMENBEDINGUNGEN

Bereits im DSM 2014 wurde die enge Verzahnung der Einflussfaktoren beschrieben, die für die Entwicklung eines Entrepreneurship-Ökosystems maßgeblich sind (DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 11). Dazu zählen auch wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen auf Bundes- und Landesebene, die die Gründung von Startups stärken oder schwächen können (dazu auch STERNBERG et al. 2014, S. 20 ff.; METZGER 2014, S. 2).

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass die Veränderung von Rahmenbedingungen Zeit benötigt und die Evaluierung nach einem Jahr nur als Indikator für deren langfristige Entwicklung angesehen werden kann. Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass die Startup-Gründer im DSM 2015 der Politik bessere Noten gaben als noch im Vorjahr.

*Startup-Gründer
sind mit der
Bundes- und
Landespolitik
zufriedener
als im Vorjahr.*

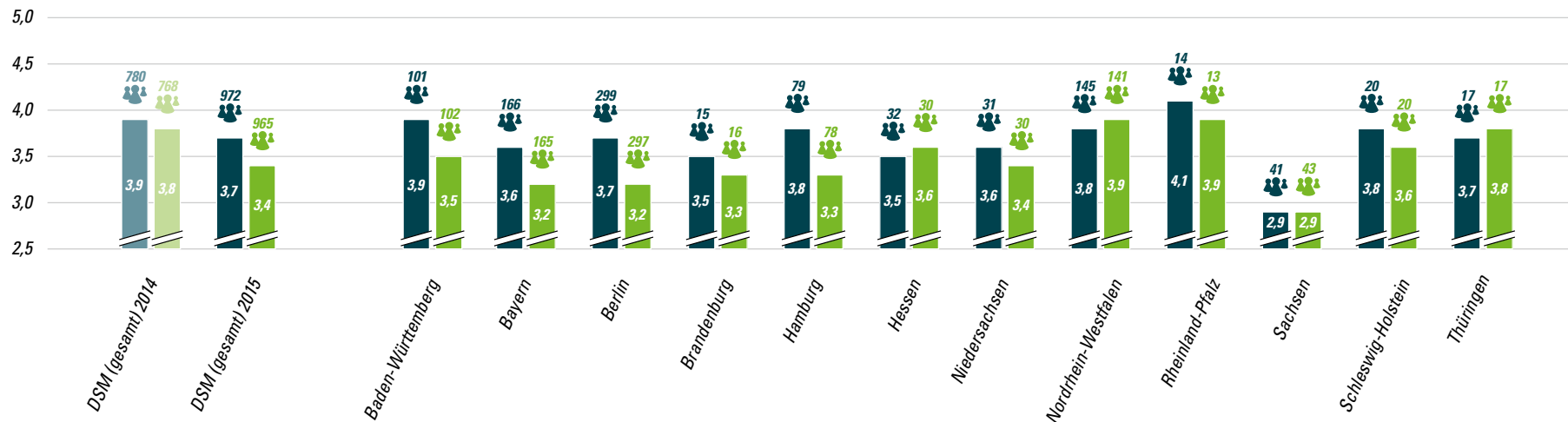
Gründer in **Sachsen** am **zufriedensten** mit der Gründer-Politik.

6.1 POLITIK

Bundesregierung: Obgleich die Bundesregierung im Hinblick auf die Förderung des Gründerstandorts Deutschland weiterhin von den im Rahmen des DSM befragten Gründern nur die Schulnote „ausreichend“ (3,7) erhält, ist im Vergleich zum Vorjahr eine positive Entwicklung zu erkennen (3,9; vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 51; s. Abb. 48).

Landesregierungen: Eine Verbesserung ihrer Bewertung erreichten auch die Landesregierungen bei der Frage nach der Förderung des Gründerstandorts. Sie konnten sich sogar von der Schulnote „ausreichend“ (3,8; vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 51) auf ein „befriedigend“ (3,4) steigern (s. Abb. 48).

Abb. 48: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Förderung des Gründungsstandorts (2015)



Welche Schulnote gibst Du ...

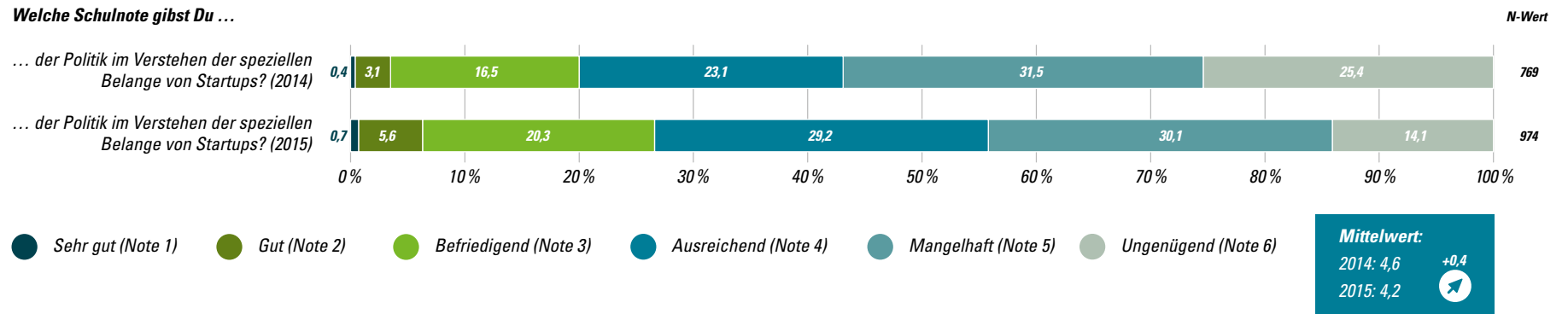
● ... der Bundesregierung im Hinblick auf die Förderung des Gründungsstandorts Deutschland?⁹

● ... der Landesregierung im Hinblick auf die Förderung Deines Bundeslands als Gründungsstandort?⁹

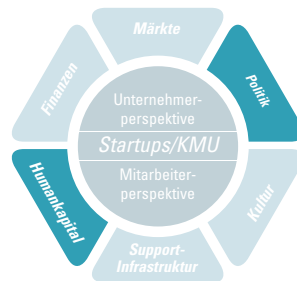
Quelle: DSM 2015
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Startup-Verständnis: Bei der Frage, inwieweit die Politik die speziellen Belange von Startups allgemein versteht, fällt das Ergebnis noch immer eher negativ aus. Immerhin ist aber auch hier eine positive Entwicklung von „mangelhaft“ (4,6; vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 52) hin zu „ausreichend“ (4,2) erkennbar (s. Abb. 49).

Abb. 49: Rahmenbedingungen – Schulnoten für das Startup-Verständnis der Politik (2014–2015)



Quelle: DSM 2014–2015



Startup-Gründer bewerten Hochschulen hinsichtlich der Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln **deutlich positiver** als Schulen.

6.2 BILDUNGSSYSTEM

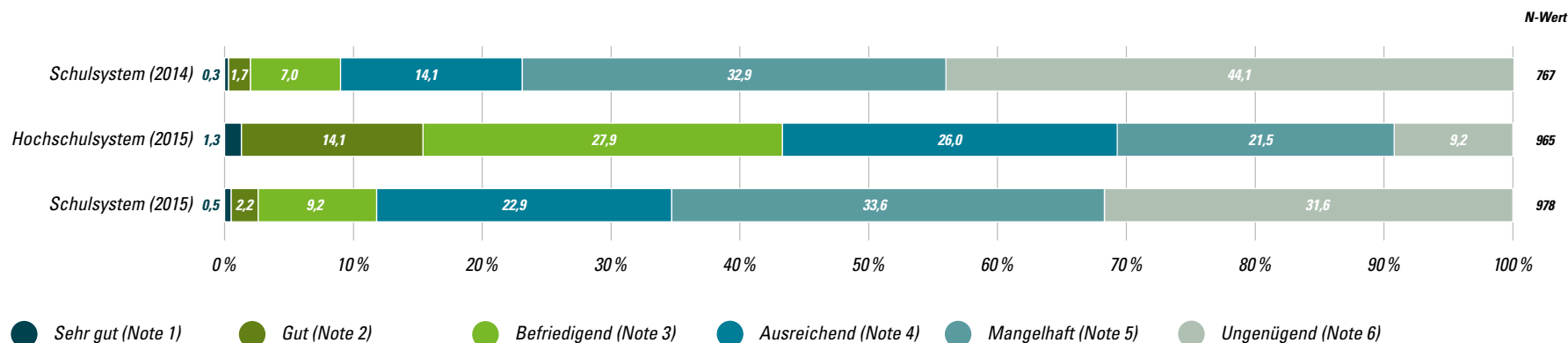
Laut DSM 2014 haben 81,2 % der deutschen Startup-Gründer erfolgreich ein Studium absolviert (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 25). Jedoch weist das deutsche (Hochschul-)Bildungssystem nach Meinung der Gründer zahlreiche Defizite im Hinblick auf die Förderung und Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln auf. Allein 44 % der Teilnehmer bewerteten das Bildungssystem im Jahr

2014 mit „ungenügend“ – also der Note 6. Im Durchschnitt konnte sogar mit einem Wert von 5,1 lediglich ein „mangelhaft“ erreicht werden (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 52; s. Abb. 50).

Um eine detaillierte Kenntnis über die Einschätzung der Gründer hinsichtlich der Einbindung des Themas Entrepreneurship in die unterschiedlichen Stufen des deutschen Bildungssystems zu erlangen, wurde die Frage im DSM 2015 in die Bereiche Schule und

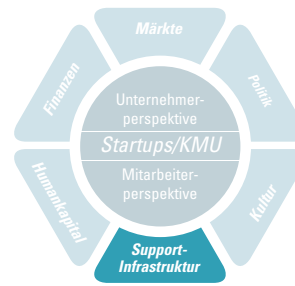
Hochschule unterteilt. Dabei zeigte sich, dass das deutsche Hochschulsystem im Hinblick auf die Förderung und Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln mit einer Note von 3,8 deutlich besser bewertet wurde als das deutsche Schulsystem. Dieses erzielte auch in 2015 ein „mangelhaft“ (Note 4,8). Zwar zeichnet sich damit im Bereich der Hochschulen eine positive Entwicklung ab, von einer zufriedenstellenden Situation kann aber noch lange nicht gesprochen werden (s. Abb. 50).

Abb. 50: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Schul- und Hochschulausbildung (2014–2015)



Mittelwert:
 2014 – Schulsystem: 5,1
 2015 – Hochschulsystem: 3,8
 Schulsystem: 4,8
 } Durchschnitt: 4,3 +0,8

Quelle: DSM 2014–2015



6.3 KOOPERATION UND INFRASTRUKTUR

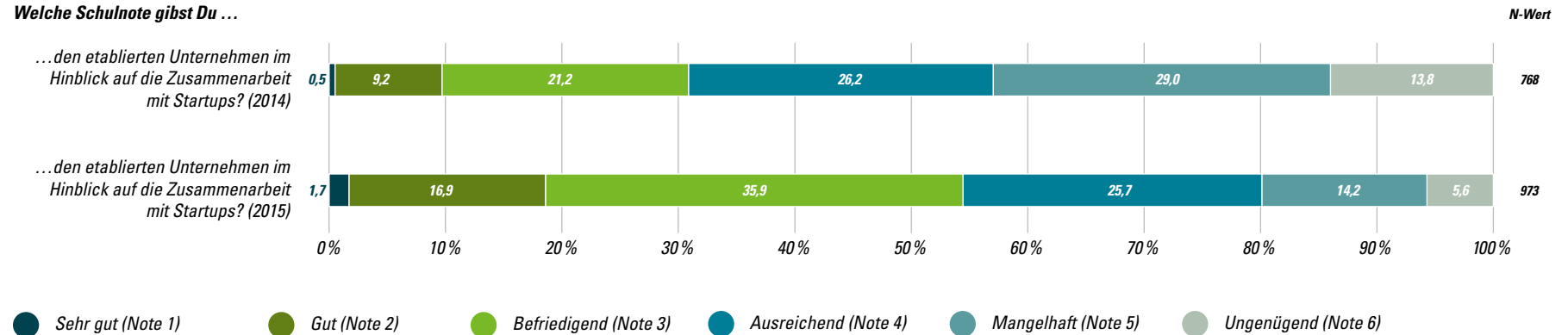
Zusammenarbeit von bestehenden Unternehmen und Startups: Die Zusammenarbeit zwischen etablierten Unternehmen und Startups wird immer wichtiger. Dies zeigt sich auch an der hohen Zahl von Inkubatoren und Corporate-Startup-Initiativen in Deutschland. Nachdem die DSM-Gründer im Jahr 2014 die Zusammenarbeit mit einer Note von 4,2 als lediglich „ausreichend“ bewerteten (vgl. TRÖGER/

RIPSAS 2014, S. 53), schätzen die Befragten diese aktuell mit einer Note von 3,5 durchweg besser ein als noch ein Jahr zuvor (s. Abb. 51).

Startups schätzen die Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen besser ein als im Vorjahr.

Abb. 51: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Kooperation zwischen bestehenden Unternehmen und Startups (2014–2015)

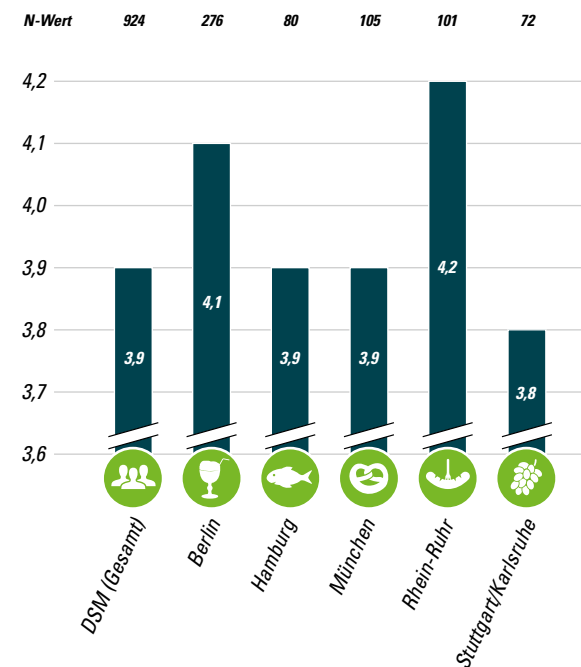
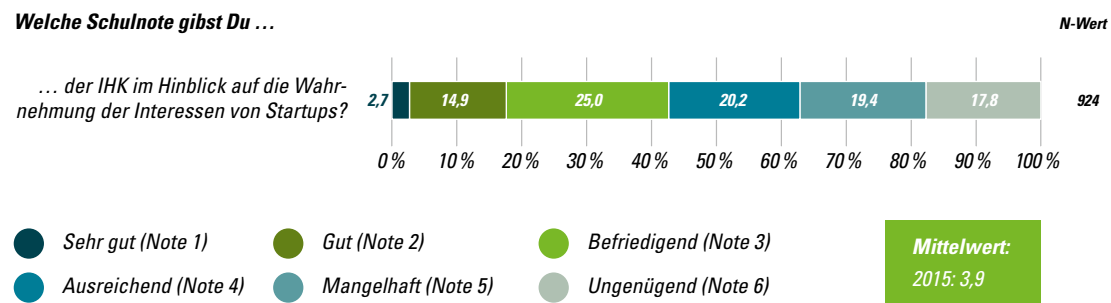
Welche Schulnote gibst Du ...



Mittelwert:
 2014: 4,2
 2015: 3,5

Quelle: DSM 2014–2015

Abb. 52: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Interessenvertretung durch die IHK (2015)



Quelle: DSM 2015
Bitte beachten – Skalen zur besseren Lesbarkeit geändert.

Industrie- und Handelskammern: Laut § 1 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern ist es die Aufgabe der IHKn, „(...) das Gesamtinteresse der ihnen zugehörigen Gewerbetreibenden ihres Bezirks wahrzunehmen, für die Förderung der gewerblichen Wirtschaft zu wirken und dabei die wirtschaftlichen Interessen einzelner Gewerbebezüge oder Betriebe abwägend und ausgleichend zu berücksichtigen; dabei obliegt es ihnen insbesondere, durch Vorschläge, Gutachten und Berichte die Behörden zu unterstützen und zu beraten sowie für Wahrung von Anstand und Sitte des ehrbaren Kaufmanns zu wirken“ (IHKG 1956).

Obwohl die allgemeine Gründungsquote in Deutschland laut dem KfW-Gründungsmonitor positiv ist (vgl. METZGER 2015, S. 2; s. Abschnitt 1.1, S.11), verzeichneten die Industrie- und Handelskammern im dritten Jahr in Folge einen Rückgang bei den Gründungsgesprächen (Einstiegsgespräche und Gründungsberatungen). So sank die Zahl der Gespräche um 3 % (vgl. EVERS 2015, S. 3, 5). Im DSM 2015 wurde daher auch der Frage nachgegangen, inwiefern die Interessen von Startup-Gründern durch die IHKn wahrgenommen werden. Mehr als ein Drittel der Gründer gibt den IHKn die Note 3 oder besser. Allerdings zeigt sich auch Verbesserungspotenzial, denn im Durchschnitt benoten Startup-Gründer die Interessen-

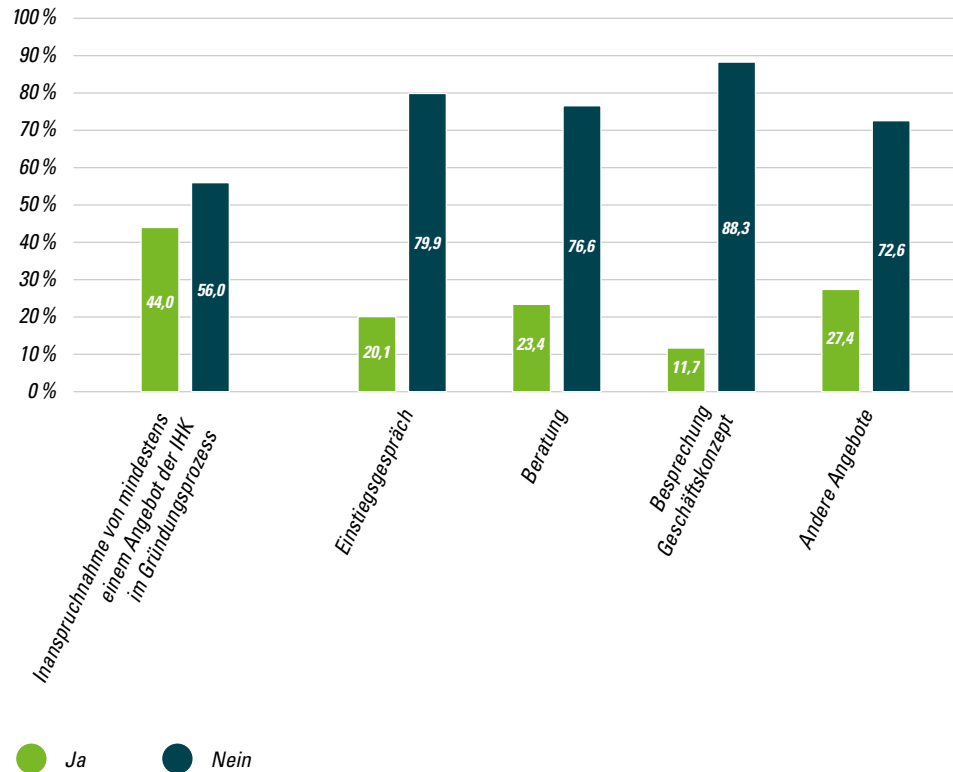
vertretung durch die IHKn lediglich mit der Note 3,9 („ausreichend“). Im Vergleich der regionalen Ökosysteme ist in der Region Stuttgart/Karlsruhe eine knapp überdurchschnittliche Interessenvertretung erkennbar (3,8). Hamburg und München liegen diesbezüglich im Durchschnitt, während in Berlin (4,1) und in der Metropolregion Rhein-Ruhr (4,2) die Benotung unter diesen Wert fällt (s. Abb. 52).

Über die Hälfte der Startups nutzen die gründungsspezifischen Angebote der IHK nicht.

Aufbauend auf der allgemeinen Interessenvertretung wurde im DSM 2015 der Frage nach der konkreten Unterstützung im Gründungsprozess nachgegangen. Die IHKn bieten hier in einem zweistufigen „Gründungsservice“ Einstiegsgespräche, (Gründungs-)Beratungen, Besprechungen des Geschäftskonzepts und andere Angebote an, zu denen Gründerseminare, Informationsveranstaltungen, Gründertage oder Print- und Web-Informationen zählen (vgl. EVERS 2015, S. 5, 6, 8, 11).

Gründungsprozess: Gemäß den im DSM 2015 befragten Gründern wird die Gründungsunterstützung der IHKn in Anspruch genommen. So nutzen 20,1 % der Startup-Gründer die Möglichkeit des Einstiegsgesprächs und 23,4 % nehmen die Beratungsleistungen in Anspruch. 11,7 % greifen auf die Möglichkeit zurück, ihr Geschäftskonzept zu besprechen und 27,4 % nutzen andere Dienstleistungen der IHKn. Insgesamt gaben aber auch mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer (56,0 %) an, überhaupt keine Dienstleistungen der IHKn im Zuge der Gründung in Anspruch genommen zu haben, die über die gesetzlichen Pflichtkontakte (wie etwa Abfragen und Genehmigungen) hinausgehen (s. Abb. 53).

Abb. 53: Rahmenbedingungen – Inanspruchnahme von Dienstleistungen der IHK im Gründungsprozess (2015)



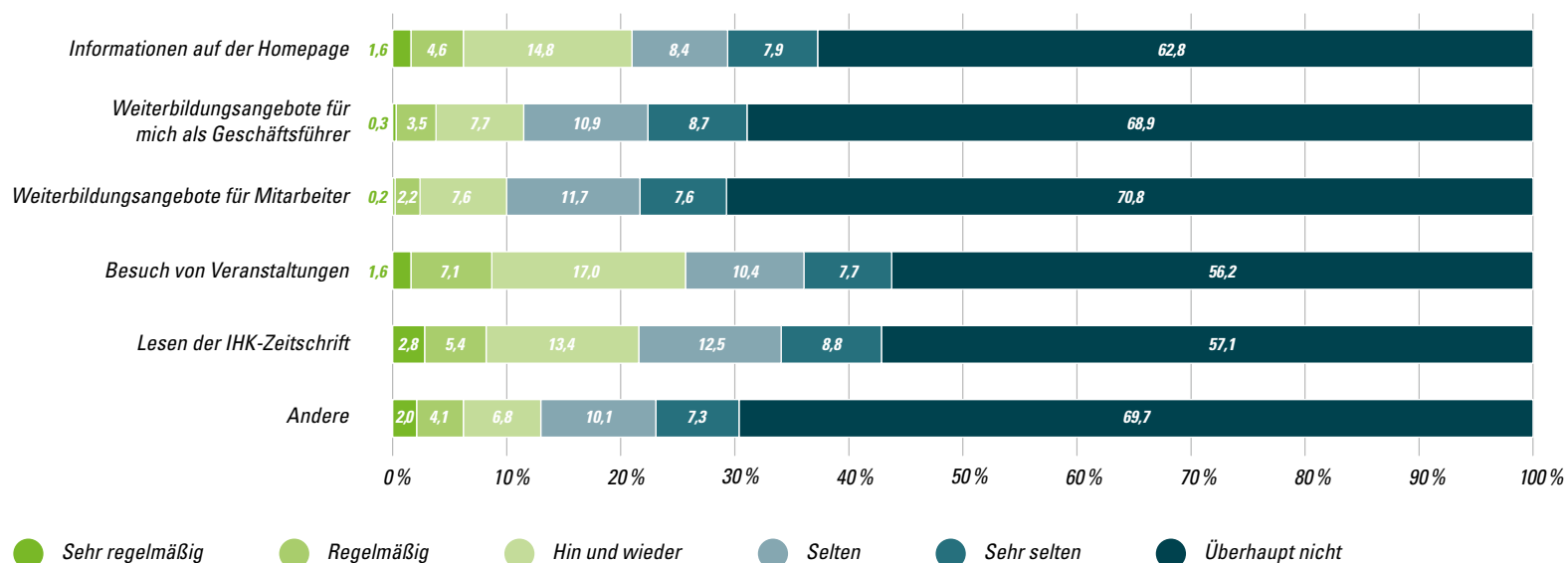
N-Wert: 821

Quelle: DSM 2015

Allgemeine Angebote: Ein Blick auf die Leistungen der IHKn, die allen Pflichtmitgliedern offenstehen, zeigt ein positiveres Bild. Nur 42,7 % der Befragten geben an, überhaupt keine der angebotenen Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen (N=634). Im Vergleich der fünf gründungsspezifischen Rubriken

plus dem allgemeinen Angebot schneiden die Weiterbildungsangebote am schlechtesten ab. Am häufigsten werden Veranstaltungen in Anspruch genommen, gefolgt von dem Lesen der IHK-Zeitschrift (s. Abb. 54).

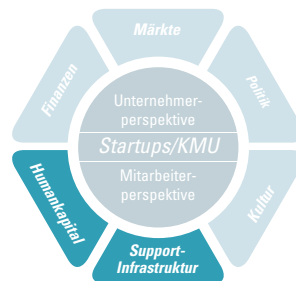
Abb. 54: Rahmenbedingungen – Inanspruchnahme von Dienstleistungen der IHK nach der Gründung (2015)



N-Wert: 634

Quelle: DSM 2015

Mehr als ein **Drittel** der Gründer von Startups arbeiten aktiv mit **Hochschulen** und Forschungseinrichtungen zusammen.



6.4 WISSENSTRANSFER ZWISCHEN FORSCHUNGSINSTITUTEN UND STARTUPS

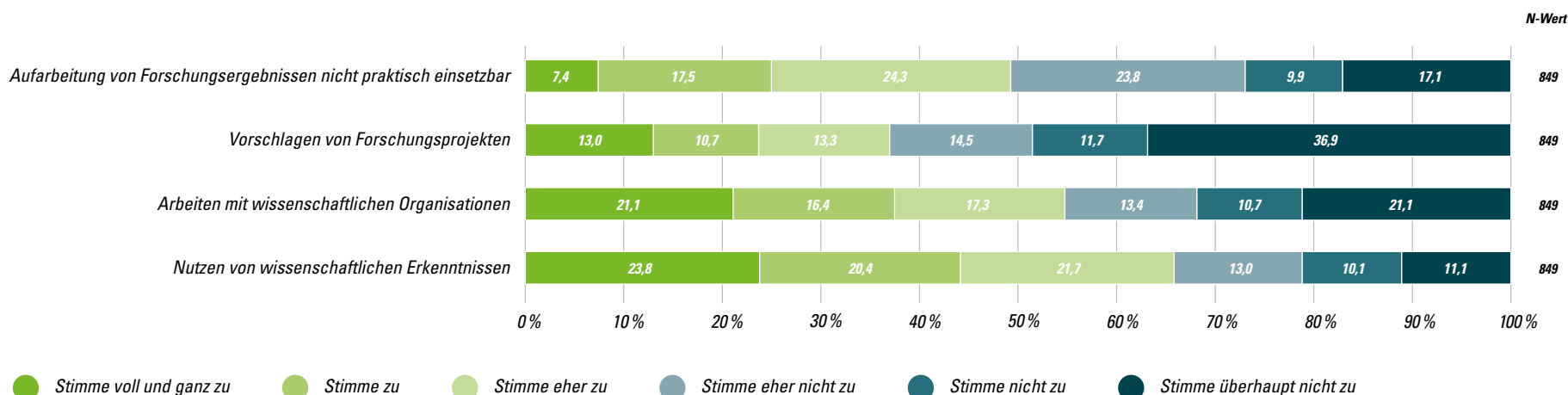
Forschungseinrichtungen tragen mit Innovationen zur Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Volkswirtschaft bei. Befragt nach dem Nutzen von wissenschaftlichen Erkenntnissen (wie etwa Artikeln aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften, Studien oder Forschungsdaten) sahen 44,2% der Gründer einen solchen Nutzen als (voll) gegeben. Lediglich 21,2% greifen nicht auf Forschungsergebnisse zurück. Mehr

als jeder dritte Befragte (37,5%) bejahte die Aussage, mit wissenschaftlichen Organisationen und Akteuren (zum Beispiel Universitäten, Hochschulen, Forschungsinstituten oder Wissenschaftlern) zusammenzuarbeiten. 23,7% der Befragten gaben an, Forschungsprojekte und/oder Studien vorgeschlagen oder in Auftrag gegeben zu haben (s. Abb. 55).

praktischem Nutzen und damit schnell einsetzbar sind. Hierbei zeigte sich, dass 27,0% der Studienteilnehmer eine sofortige Einsetzbarkeit sehen. Ein etwas geringerer Anteil (25,0%) war dagegen der Meinung, dass Forschungsergebnisse oftmals nicht so aufgearbeitet werden, dass sie für die Startups Praxisvorteile eröffnen (s. Abb. 55).

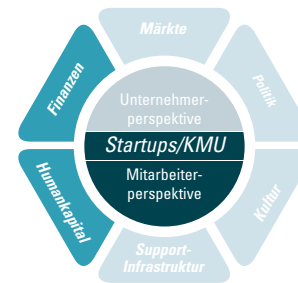
Abschließend wurde zudem untersucht, inwieweit Forschungsergebnisse so operationalisiert und kommuniziert werden, dass sie für Startups von

Abb. 55: Rahmenbedingungen – Wissenstransfer zwischen Forschungsinstituten und Startups (2015)



Quelle: DSM 2015

7 HERAUSFORDERUNGEN UND UNTERSTÜTZUNG



HERAUSFORDERUNGEN UND UNTERSTÜTZUNG

7.1 DIE AKTUELLEN HERAUSFORDERUNGEN VON STARTUPS

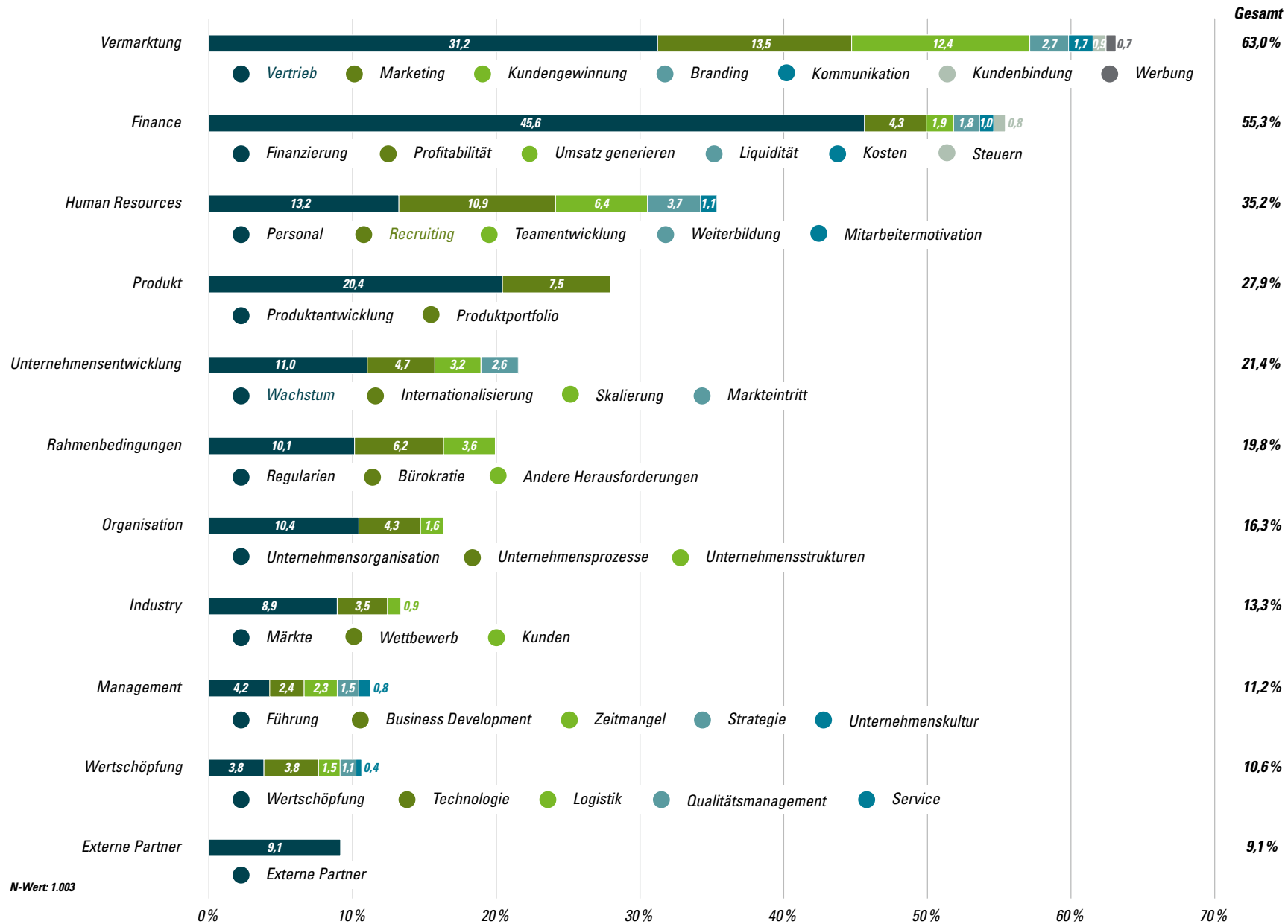
Im DSM 2015 wurde erstmals danach gefragt, in welchen Bereichen die aktuell größten Herausforderungen für die Startup-Gründer bestehen. Die Antwortenden konnten in einer offenen Abfrage die Themen benennen, die sie zurzeit am meisten beschäftigen. Bei der Analyse der Antworten ist also zu bedenken, dass jeder Gründer nur die für ihn größten Herausforderungen genannt hat, die dann zu allgemeinen Clustern zusammengefasst wurden.

Wie Abb. 56 zeigt, haben sich dabei drei externe (Wettbewerbsumfeld, Rahmenbedingungen und externe Partner) sowie acht interne Schwerpunkte (Organisation, Unternehmensführung, Wertschöpfung, Marketing, Produkt, Human Resources, Finance und Unternehmensentwicklung) herauskristallisiert. Die am häufigsten genannten Herausforderungen bezogen sich dabei auf die internen Bereiche Vermarktung (63,0 %), Finance (55,3 %) und Human Resources (35,2 %). Jedoch kommt auch externen Herausforderungen (wie der Bürokratie) mit 19,8 % der Nennungen ein hoher Stellenwert zu (s. dazu auch Abschnitt 7.2, S. 63).

Die **5**
größten Herausforderungen
für Startups

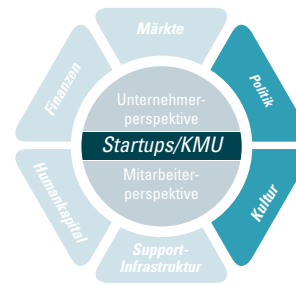
- Vermarktung**
- Finance**
- Human Resources**
- Produkt(entwicklung)**
- Unternehmensentwicklung**

Abb. 56: Startup – Aktuelle Herausforderungen (2015)



N-Wert: 1.003

Quelle: DSM 2015
(Mehrfachnennungen möglich)



7.2 DIE ERWARTUNGEN VON STARTUPS AN DIE POLITIK

Um Anregungen für die Entwicklung gründungsfreundlicher Rahmenbedingungen geben zu können, wurde im DSM 2015 die folgende Frage gestellt: **„Was erwartest Du von der Politik in Bezug auf Deine unternehmerische Tätigkeit?“** Die Antworten auf diese offene Abfrage wurden codiert und anschließend in thematischen Schwerpunkten geclustert.

Mit 57,7% wurde die Verbesserung von Gesetzen und Regularien am häufigsten genannt, gefolgt von dem Wunsch nach einer zielgerichteten Intensivierung der Gründungsförderung (42,5%). 24,8% der Befragten vermissen eine bessere Interessenvertretung und mehr Verständnis für den speziellen Unternehmenstypus „Startup“. 16,9% der Studienteilnehmer erhoffen sich von der Politik explizit Steuererleichterungen sowie eine Reduzierung der Lohnnebenkosten. Mit 15,5% plädiert ein nicht unerheblicher Teil der Befragten für eine bessere Verankerung des Themas Entrepreneurship in der Gesellschaft. Jeder zehnte Gründer (10,0%) wünscht sich von der Politik mehr Unterstützung bei Mitarbeiterthemen (s. Abb. 57).

Die **Top 5**
Erwartungen an die Politik

Gesetze und Regularien:
insbesondere Abbau von Bürokratie und
bessere Rahmenbedingungen

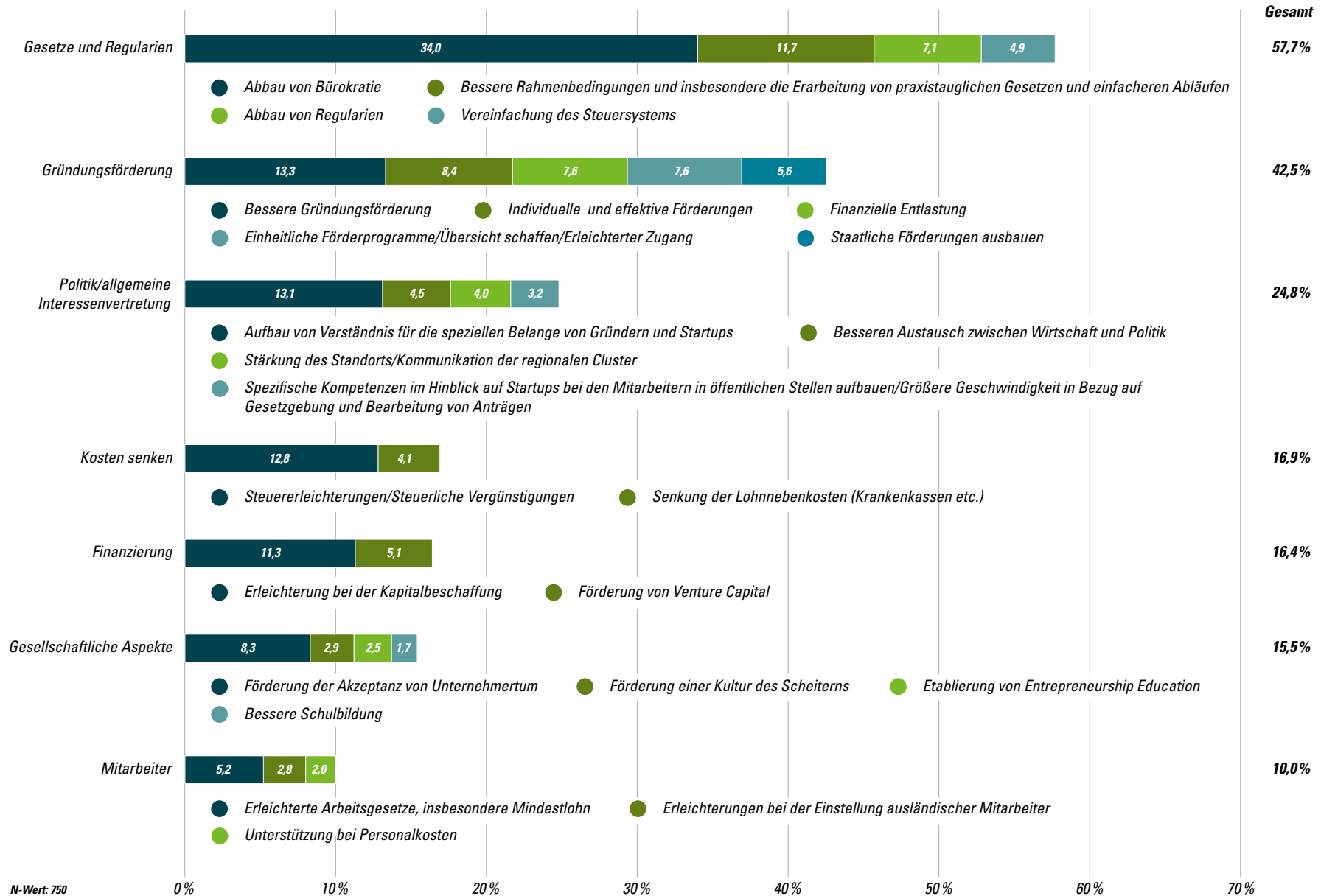
Gründungsförderung:
insbesondere **individuellere**
und **effektivere Förderung**

Politik/Allgemeine
Interessenvertretung:
insbesondere Aufbau von **Verständnis**
für die speziellen Belange von
Gründern und Startups

Kostensenkung:
insbesondere **Steuer-**
erleichterungen

Finanzierung:
insbesondere **Erleichterung**
der **Kapitalbeschaffung** und
Förderung von Venture Capital

Abb. 57: Gründer – Erwartungen an die Politik (2015)



N-Wert: 750

Quelle: DSM 2015

(Mehrfachnennungen möglich)

Wie die Abb. 57 verdeutlicht, ist die Hauptgruppe **„Gesetze und Regularien“** mit einer Häufigkeit von 57,7% Spitzenreiter hinsichtlich der politischen Erwartungen. Maßgeblich wird diese Kategorie durch den Punkt „Abbau von Bürokratie und Regularien“ mit 41,1% beeinflusst, gefolgt von dem Wunsch nach einer Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen bzw. der Erarbeitung von praxistauglichen Gesetzen und einfacheren administrativen Abläufen (11,7%). Immerhin noch 4,9% fordern die Vereinfachung des Steuersystems.

Gründungsförderung: Auf Platz 2 folgt mit insgesamt 42,5% der Nennungen eine bessere Gründungsförderung als wesentliche Erwartung an die Politik. Im Detail erhoffen sich 7,6% der Befragten eine individuellere und effektivere Förderung. Weitere 7,6% wünschen sich, dass die aktuelle Förderstruktur normiert, eine klare Übersicht geschaffen und der Zugang zu Fördermitteln erleichtert wird (s. Abb. 57).

Innerhalb der dritten Hauptgruppe **„Politik/Allgemeine Interessenvertretung“** wird der Aufbau eines besseren Verständnisses von Politikern für die speziellen Belange von Gründern und Startups mit 13,1% am häufigsten genannt. Es folgt mit 4,5% das Thema „besserer Austausch zwischen Wirtschaft und Politik“ sowie mit 4,0% die Forderung nach einer Stärkung des Standorts bzw. der Kommunikation der regionalen Cluster. Immerhin noch 3,2% der Gründer wünschen sich mehr spezifische Kom-

petenz und eine schnellere Bearbeitung seitens der Mitarbeiter von öffentlichen Institutionen (s. Abb. 57).

In der Hauptgruppe **„Gesellschaftliche Aspekte“** wurde die Förderung der Akzeptanz von Unternehmen mit 8,3% am häufigsten genannt (s. Abb. 57). Zwar konnte bereits im DSM 2014 festgestellt werden, dass mehr als die Hälfte der Gründer ihren sozialen Status als (eher) hoch einstufen. Jedoch ging etwa jeder vierte Gründer in 2014 von einem eher niedrigen Status aus (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER 2014, S. 55). 2,9% der im DSM 2015 befragten Gründer wünschen sich eine verbesserte Kultur des Scheiterns und für über 4% der Befragten ist die Etablierung einer Entrepreneurship Education (Hochschulen und Schulen) von Bedeutung.

Die eher geringe Forderung nach einer höheren Fehlertoleranz im DSM 2015 ist insofern überraschend, als dass im DSM 2014 die Gründer die Toleranz der Gesellschaft gegenüber dem Scheitern als (eher) niedrig einstufen und lediglich 17,1% der Befragten angaben, von einer (eher) hohen Toleranz auszugehen (vgl. DSM, RIPSAS/TRÖGER, 2014, S. 55).

Mehr als jeder zehnte Studienteilnehmer (11,3%) erhofft sich von der Politik Maßnahmen für eine erleichterte Kapitalbeschaffung und immerhin noch 5,1% der im Rahmen des DSM 2015 Befragten befürworten die Förderung von Venture Capital (s. Abb. 57).



8 KONZEPTION DES DEUTSCHEN STARTUP MONITORS

KONZEPTION DES DEUTSCHEN STARTUP MONITORS

8.1 ENTWICKLUNG DER STUDIE (2013–2015)

Der DSM ist die jährlich stattfindende Onlinebefragung von Startups in Deutschland. Er wurde 2013 als Pilotprojekt vom Bundesverband Deutsche Startups e. V. (BVDS) und der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin; Forschungsgruppe Berlin-StartupInsights) entwickelt und von Beginn an von KPMG unterstützt. Bei der ersten Befragung 2013 sowie in der Befragungsrunde des Folgejahrs konnten 454 bzw. 903 qualitativ hochwertige Datensätze von Gründern und Führungskräften (Geschäftsführung/C-Level) von Startups erhoben werden. Ein wesentliches Ziel des DSM ist der Aufbau einer Gründungsforschung, die Elemente wie Innovation und Wachstumsorientierung berücksichtigt und so der stetig steigenden Bedeutung des Unternehmenstypus „Startup“ gerecht wird.

Die Auswertung der Datensätze zeigt, dass Startups sich deutlich von klassischen Gründungen unterscheiden. Die Ergebnisse des DSM spiegeln die Situation einer Vielzahl von Startups wider und erlauben wertvolle Einblicke in die komplexen Herausforderungen der jungen Unternehmen. Als einzige Studie definiert der DSM den Startup-Begriff qualitativ. Er unterscheidet sich damit von anderen deutschsprachigen Studien, die zur Quantifizierung der allgemeinen Gründungsaktivität herangezogen werden (zum Beispiel „Global Entrepreneurship Monitor“ (GEM), „KfW-Gründungsmonitor“, „ZEW-Gründungspanel“, „Mannheimer Unternehmenpanel“ oder „Berliner KMU-Report“).

Aufgrund der Schwierigkeiten bei der Objektivierung des Startup-Begriffs ist es nicht möglich, eine vollständige Grundgesamtheit zu definieren und damit wissenschaftliche Repräsentativität zu erreichen. Jedoch kann aufgrund der Vielzahl an qualitativ hochwertigen Datensätzen im DSM davon ausgegangen werden, nahe an diese heranzureichen.

Der DSM zielt darauf ab, aktuelle Entwicklungen und die Bedeutung von Startups für die deutsche Volkswirtschaft darzustellen und Forschungslücken aufzuzeigen. Auf Basis der Ergebnisse können wirtschaftspolitische Initiativen für das junge Entrepreneurship-Ökosystem der Bundesrepublik Deutschland und seine lokalen Gründungsregionen skizziert werden. Zugleich hat der DSM den Anspruch, die Begeisterung für den Entrepreneurship-Gedanken in der Gesellschaft und die Innovationskraft von Startups in der deutschen Wirtschaft zu stärken.

8.2 FORSCHUNGSDESIGN

Um eine hohe Qualität der Datensätze zu gewährleisten, erhielten die Gründer und Geschäftsführer von Startups in Deutschland einen speziellen Befragungslink per E-Mail. Dieser wurde ausschließlich über 83 ausgewählte Multiplikatoren (2014: 64 Netzwerke; 2013: 10 Netzwerke) versandt. Zu den Multiplikatoren zählten Venture Capital-Investoren, Business Angels, Technologiezentren, Acceleratoren, Inkubatoren, Businessplanwettbewerbe, Cowor-

king Spaces, nationale und regionale Entrepreneurship-Vereinigungen sowie persönliche Netzwerke der beteiligten DSM-Partner (s. S. 74).

Der DSM teilt sich in einen Basisfragebogen und Sonderthemen. Die Beantwortung des Fragebogens 2015 dauerte zwischen zehn und 14 Minuten. Im Rahmen des DSM 2015 haben 2.036 Personen (2014: 1.785; 2013: 454) an der Onlineerhebung teilgenommen. Die Befragung wurde anonym durchgeführt, sodass keine Rückschlüsse auf die Aktivitäten einzelner Startups möglich sind.^{10 11} Die Umfrage war vom 9. April 2015 bis 12. Mai 2015 online verfügbar. Nach Abschluss der Datensatzbereinigung liegen dem DSM 2015 **1.061 Datensätze** von Gründern und leitenden Angestellten (Geschäftsführung/C-Level) zugrunde (2014: 903 Datensätze). Nicht berücksichtigt wurden inkonsistente Datensätze (700; 2014: 691), Datensätze von Teilnehmern, die noch nicht formal gegründet haben (105; 2014: 70), sowie Datensätze von Teilnehmern, deren Unternehmen nicht der Startup-Definition entspricht (170; 2014: 121; s. Abschnitt 1.3, S. 12).

ENDNOTEN

- 1 „N“ beschreibt die Anzahl der jeweiligen Grundgesamtheit einer Frage.
- 2 Trotz größter Bemühungen sind die Bundesländer Bremen, Saarland und Sachsen-Anhalt mit nahe 0 Prozent; Mecklenburg-Vorpommern mit 1 % sowie Brandenburg, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein und Thüringen mit jeweils 2 % nur gering vertreten. Obgleich die Gründungsquoten in diesen Bundesländern ohnehin gering sind als im Bundesdurchschnitt (vgl. METZGER 2014, S. 4), scheint eine vertiefte Einbindung regionaler Netzwerke zur Erhöhung der Fallzahl sinnvoll.
- 3 Dazu gehören die kreisfreien Städte: Bochum, Bonn, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Düsseldorf, Essen, Gelsenkirchen, Hagen, Hamm, Herne, Köln, Krefeld, Leverkusen, Mönchengladbach, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen, Remscheid, Solingen und Wuppertal sowie die Landkreise Mettmann, Unna, Ennepe-Ruhr, Märkischer Kreis, Recklinghausen, Rhein-Erft-Kreis, Rhein-Kreis Neuss, Rhein-Sieg-Kreis, Rhein-Bergischer Kreis, Viersen und Wesel (vgl. SPIEKERMANN 2005; KNAPP/SCHMITT 2002).
- 4 Dazu gehören die Stadt- und Landkreise: Main-Tauber-Kreis, Hohenlohe, Schwäbisch Hall, Heilbronn, Ludwigsburg, Rems-Murr, Esslingen, Göppingen, Böblingen, Stuttgart, Reutlingen, Tübingen, Zollernalbkreis, Enzkreis, Pforzheim, Calw, Freudenstadt, Heidenheim und der Ostalbkreis (vgl. EPPLER 2010, S. 12; EMR STUTTGART 2008, S. 14).
- 5 Die hohen N-Werte der Jahre 2013 und 2014 ergeben sich daraus, dass die Studienteilnehmer auch Angaben zu ihren Mitgründern tätigen konnten. Ausgewertet wurden die Angaben zu den Gründern 1 bis 4. Da es bei der hohen Teilnehmerzahl des DSM keinen Unterschied im Ergebnis macht, ob nur Gründer 1 (Studienteilnehmer) oder Gründer 1 bis 4 ausgewertet wurden, wurde in 2015 die Abfrage auf den Studienteilnehmer beschränkt.
- 6 „Die Gesamtzahl der Arbeitsplätze, die Gründer neuer Unternehmen eines bestimmten Jahres zum Gründungszeitpunkt schaffen, wird als direkter Bruttobeschäftigungseffekt von Neugründungen bezeichnet.“ (METZGER/ULLRICH 2013, S. 4).
- 7 Hinsichtlich der Beantwortung der Fragen nach den Kapitalquellen („Eigene Ersparnisse“) und der Höhe des erhaltenen Kapitals („Kein externes Kapital erhalten“) fällt auf, dass die Vielzahl der vorhandenen Finanzierungs- und Beteiligungsvarianten zu gewissen Inkonsistenzen bei der statistischen Auswertung führt. So gaben 18,7 % Teilnehmer an (N = 1.061), ihr Unternehmen ausschließlich über eigene Ersparnisse finanziert zu haben. Hingegen antworteten bei der Frage nach der Kapitalhöhe 35,6 % Personen (N = 1.010), sie hätten „kein externes Kapital erhalten“.
- 8 In der Metropolregion Rhein-Ruhr sowie der Region Stuttgart/Karlsruhe muss aufgrund der geringen Fallzahl von einer Quantifizierung des Datenwerks abgesehen werden.
- 9 Aufgrund der geringen Fallzahlen in Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, dem Saarland und in Sachsen-Anhalt ist von einer Quantifizierung der Noten in den entsprechenden Bundesländern abzusehen.
- 10 Im Zuge der diesjährigen Preisverleihung wurden Teilnehmerdaten gesammelt, um die Gewinner kontaktieren zu können. Diese Datensätze wurden jedoch losgelöst von der eigentlichen DSM-Datenerhebung generiert. Eine Verschmelzung beider Datensätze ist weder möglich noch gewollt.
- 11 KPMG in Deutschland agiert ausschließlich als Förderer des DSM. Die wissenschaftliche Verwaltung der Datensätze liegt bei der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin – Rohdatensätze werden nicht an Dritte weitergegeben.

LITERATURVERZEICHNIS

- BMBF (2010):** Ideen. Innovation. Wachstum – Hightech-Strategie 2020 für Deutschland. Abrufbar unter: http://www.bmbf.de/pub/hts_2020.pdf, zuletzt abgerufen am: 5. September 2013.
- EGELER, R. (2013):** Bundestagswahl 2013: Endgültiges amtliches Ergebnis der Bundestagswahl 2013. Der Bundeswahlleiter (Hrsg.), Berlin.
- EMR STUTTGART (2008):** Regionalentwicklungskonzept für die Europäische Metropolregion Stuttgart. Teil 1: Grundlagen und Ziele, 12. September 2008, Stuttgart.
- EPPLER, S. (2008):** Von der Vision zur konkreten Projektarbeit. Das MORP-Projekt „Metropolregion Stuttgart“, ARGE der Regionalverbände der Europäischen Metropolregion Stuttgart, Stuttgart.
- EVERS, M. (2015):** DIHK-Gründerreport 2014: Pioniergründer bringen frische Brise. Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (Hrsg.), Berlin.
- GRAUSMANN, S. / BERTSCHEK, I. / WEBER, T. (2014):** Monitor-Report Digitale Wirtschaft 2014 – Innovationstreiber IKT, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.), Berlin.
- IHKG (1956):** Gesetz zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern (IHKG).
- ISENBURG, D. J. (2010):** How to start an Entrepreneurial Revolution Harvard Business Review (Juni 2010). Abrufbar unter: <http://innomagazine.fundacionbankinter.org/akademia/books/pdfs/HovtostartanEntrepreneurialRevolution.pdf>, zuletzt abgerufen am: 15. Januar 2014.
- ISENBURG, D. J. (2011):** The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Abrufbar unter: http://www.wheda.com/root/uploadedFiles/Website/About_Vheda/Babson%20Entrepreneurship%20Ecosystem%20Project.pdf, zuletzt abgerufen am: 15. Januar 2014.
- KNAPP, W. / SCHMITT, P. (2002):** RheinRuhr: Vom Ballungsraum zur Metropolregion, Diskussionsforum zur Weiterentwicklung der Landesplanung in NRW. Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Dortmund.
- KLOTZ, A. / HMIELESKI, K. / BRADLEY, B. / BUSENITZ, L. (2014):** New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. In: Journal of Management, Vol. 40 No. 1, January 2014, S. 226–255.
- METZGER, G. (2015):** KfW-Gründungsmonitor 2015, Gründungstätigkeit nimmt zu – Freiberufliche Tätigkeitsfelder dominieren. KfW Bankengruppe (Hrsg.), Frankfurt am Main.
- METZGER, G. (2014):** KfW-Gründungsmonitor 2014, Gründungstätigkeit wiederbelebt – Impuls aus dem Nebenwerb. KfW Bankengruppe (Hrsg.), Frankfurt am Main.
- METZGER, G. / ULLRICH K. (2013):** KfW-Gründermonitor 2013, Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht: KfW Bankengruppe (Hrsg.), Frankfurt am Main.
- MILOG (2014):** Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (Mindestlohngesetz – MiLoG).
- NINK, M. (2015):** Engagement Index Deutschland 2014, Gallup. Abrufbar unter: <http://www.gallup.com/de-de/181871/engagement-index-deutschland.aspx>, zuletzt abgerufen am: 1. Mai 2015.
- RIPSAS, S. / TRÖGER S. (2014):** Deutscher Startup Monitor 2014, KPMG in Deutschland, Berlin.
- RIPSAS, S. / VOSSLER, J. / TEGGE, C. (2013):** Unchaining Investments Barriers to US Venture Capital Investments in German Internet and Digital Businesses, HWR Berlin.
- SHRIVASTAVA, M. / TAMVADA, J. (2011):** Entrepreneurial Teams, Optimal Team Size, and Founder Exits. Paper Academy of Management Conference. Abrufbar unter: http://www.iza.org/conference_files/EntreRes2011/tamvada_j3400.pdf, zuletzt abgerufen am: 13. Juli 2015.
- SPIEKERMANN, K. (2005):** Erreichbarkeitszenarien für die Metropolregion Rhein-Ruhr (Abschlussbericht). Spiekermann & Wegener Stadt- und Regionalforschung, Dortmund.
- STERNBERG, R. / VORDERWÜLBECKE, A. / BRIXY, U. (2014):** Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Länderbericht 2013. Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie Leibniz Universität Hannover / Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (Hrsg.), Hannover/Nürnberg.
- SASSMANNSHAUSEN, S. P. / VOLKMANN, C. (2012):** „Gazellen“ – schnell wachsende Jungunternehmen: Definitionen, Forschungsrichtungen und Implikationen. ZfKE 60. Jahrgang, Heft 2 (2012), S. 163-177, Duncker & Humholt, Berlin.
- XAVIER, S. R. / KELLY, D. / KEW, J. / HERRINGTON, M. / VORDERWÜLBECKE, A. (2013):** Global Entrepreneurship Monitor 2012 – Global Report, Global Entrepreneurship Research Association (GERA), Kuala Lumpur.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Motivation – Allgemeines Gründungsgeschehen (KfW) - Gründungsquoten in Deutschland (2000–2014)	11	Abb. 31: Mitarbeiter – Herkunft der Mitarbeiter nach Regionen (2015)	37
Abb. 2: Motivation – Startup-Definition (2013 – 2015)	12	Abb. 32: Mitarbeiter – Geplante Neueinstellungen nach Regionen (2015)	37
Abb. 3: Motivation – Academic Framework (2014–2015)	13	Abb. 33: Mitarbeiter – Beeinflussung durch den Mindestlohn (2015)	38
Abb. 4: Startup – Hauptsitz der Startups nach Bundesländern und Städten (2015)	15	Abb. 34: Mitarbeiter – Veränderung der Einstellungspolitik für Praktikanten (2015)	39
Abb. 5: Startup – Alter (2013–2015)	16	Abb. 35: Geschäftsklima – Aktuelle und zukünftige Geschäftslage (2015)	41
Abb. 6: Startup – Entwicklungsphasen (2013–2015)	17	Abb. 36: Geschäftsklima – Entwicklung der Geschäftslage (2015)	41
Abb. 7: Startup – Kategorie des Startups (2015)	18	Abb. 37: Umsatz – Umsatz im letzten vollständigen Geschäftsjahr (2013–2014)	42
Abb. 8: Startup – Innovationsgrad – Marktneuheit des Angebots nach Regionen (2014–2015)	19	Abb. 38: Kapital – Finanzierungsquellen (2014–2015)	43
Abb. 9: Startup – Innovationsgrad – Geschäftsmodell und/oder Technologie als Innovationsbasis (2015)	19	Abb. 39: Kapital – Finanzierungsquellen – Finanzierung ausschließlich mit Ersparnissen (2014–2015)	44
Abb. 10: Markt – Aktuelle Märkte (2015)	20	Abb. 40: Kapital – Kapitalaufnahme (2014–2015)	45
Abb. 11: Markt – Geplante Internationalisierung (2015)	20	Abb. 41: Kapital – Bis heute (extern) erhaltenes Kapital (2014–2015)	45
Abb. 12: Markt – aktuelle Marktdurchdringung versus Internationalisierungsstrategie (2015)	20	Abb. 42: Kapital – Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2015)	46
Abb. 13: Markt – Verhältnis Kunden zu Nutzergruppen (2015)	21	Abb. 43: Kapital – Geplante Kapitalaufnahme in den kommenden 12 Monaten (2014–2015)	46
Abb. 14: Markt – Nutzer und Kunden (2015)	21	Abb. 44: Kapital – Venture Capital-finanzierte Startups (2014–2015)	47
Abb. 15: Gründer – Geschlecht (2013–2015)	23	Abb. 45: Kapital – Verteilung des Venture Capital-Volumens nach Herkunftsländern (2015)	48
Abb. 16: Gründer – Altersgruppen (2013–2015)	23	Abb. 46: Kapital – Häufigkeit der Inanspruchnahme unterschiedlicher Venture Capital-Geber (2014–2015)	49
Abb. 17: Gründer – Alter bei der erstmaligen Gründung und aktuelles Alter (2015)	24	Abb. 47: Kapital – Verteilung des Venture Capital-Volumens nach Investorenarten (2015)	49
Abb. 18: Gründer – Staatsangehörigkeit (2015)	25	Abb. 48: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Förderung des Gründungsstandorts (2015)	52
Abb. 19: Gründer – Gründer ohne deutsche Staatsbürgerschaft (2015)	25	Abb. 49: Rahmenbedingungen – Schulnoten für das Startup-Verständnis der Politik (2014–2015)	53
Abb. 20: Gründer – Seriengründung – Anzahl der vorangegangenen Gründungen (2015)	26	Abb. 50: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Schul- und Hochschulausbildung (2014–2015)	54
Abb. 21: Gründer – Seriengründung – Verhältnis zur letzten Unternehmung (2015)	26	Abb. 51: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Kooperation zwischen bestehenden Unternehmen und Startups (2014–2015)	55
Abb. 22: Gründer – Seriengründung – Neustart (2015)	27	Abb. 52: Rahmenbedingungen – Schulnoten für die Interessenvertretung durch die IHK (2015)	56
Abb. 23: Gründer – Teamgröße (2013–2015)	28	Abb. 53: Rahmenbedingungen – Inanspruchnahme von Dienstleistungen der IHK im Gründungsprozess (2015)	57
Abb. 24: Gründer – Zukunftsszenarien (2015)	29	Abb. 54: Rahmenbedingungen – Inanspruchnahme von Dienstleistungen der IHK nach der Gründung (2015)	58
Abb. 25: Gründer – Lebenszufriedenheit (2015)	30	Abb. 55: Rahmenbedingungen – Wissenstransfer zwischen Forschungsinstituten und Startups (2015)	59
Abb. 26: Rahmenbedingungen – Wahlbeteiligung von Startup-Gründern und Gesellschaft (2015)	31	Abb. 56: Startup – Aktuelle Herausforderungen (2015)	62
Abb. 27: Rahmenbedingungen – Bundestagswahl mit Startup-Gründern (2015)	32	Abb. 57: Gründer – Erwartungen an die Politik (2015)	64
Abb. 28: Rahmenbedingungen – Bundestagswahl mit Startup-Gründern nach Regionen (2015)	33		
Abb. 29: Mitarbeiter – Mitarbeiteranzahl nach Regionen (2014–2015)	35		
Abb. 30: Mitarbeiter – Mitarbeiteranzahl nach Startup-Phasen (2014–2015)	36		

AUTOREN



SVEN RIPSAS

Sven Ripsas ist Professor für Entrepreneurship an der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin. Seine Forschungsschwerpunkte sind Geschäftsmodellentwicklung, Lean Startup, Entrepreneurial Ecosystems und Entrepreneurship Education. Seit Sommer 2012 leitet er die Forschungsgruppe „BerlinStartupInsights“ (BSI). Forschungspartner von BSI sind unter anderem der Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS),

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Microsoft, Deutsche Bahn, Google Inc. (USA), Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer (Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft – HIIG, D), Prof. Dr. Günther Faltn (Teekampagne, Freie Universität Berlin, D) und NESTA (London, GB).

Bereits 1995 gründete Sven Ripsas das Existenzgründer-Institut Berlin und startete den ersten deutschen Businessplanwettbewerb, wofür ihn das Babson College (Boston, MA) später mit dem Appel-Prize „for bringing entrepreneurial vitality to academia“ auszeichnete. 2007 startete er sein eigenes Beratungs- und Beteiligungsunternehmen („Daring Spirit UG“). Neben seiner Forschung und Lehre an

der HWR Berlin engagiert sich Sven Ripsas als Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats von NFTE (Network for Teaching Entrepreneurship, NFTE Deutschland) und fungiert als Beauftragter des Bundesverbands Deutsche Startups für den Bereich Entrepreneurship Education.

Sven Ripsas hält Vorträge und Workshops zu seinen Forschungsthemen und berät Unternehmen bei der Entwicklung des Geschäftsmodells. Darüber hinaus ist er aktiver Triathlet und Yogalehrer.

E-Mail: sven.ripsas@hwr-berlin.de



STEFFEN TRÖGER

Steffen Tröger ist Projektleiter und Autor des Deutschen Startup Monitors. 2012 entwickelte er zusammen mit Sven Ripsas den anwendungsorientierten Forschungsbereich BerlinStartupInsights an der HWR Berlin. 2013 gründete er sein zweites Unternehmen „Tatgeist“.

Neben diesen Tätigkeiten ist Steffen Tröger Projektleiter am Institut für Ludologie an der design akademie berlin – SRH Hochschule für Kommunikation und Design, assoziierter Wissenschaftler am Institut für Entrepreneurship, Mittelstand und Familienunternehmen (EMF) der HWR Berlin und assoziierter Doktorand am Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG). Unter der Betreuung von Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer und Prof. Dr. Sven Ripsas analysiert er Unternehmen der Net Economy hinsichtlich der sich ständig wandelnden Organisationsstrukturen unter Berücksichtigung einer agilen Geschäftsmodellentwicklung.

Steffen Tröger studierte zunächst an der FHW Berlin (heute HWR Berlin) BWL mit den Schwerpunkten Management und Marketing. Anschließend absolvierte er ein Masterstudium im Bereich Management und Consulting (M.A.). Darüber hinaus ist er Fachberater Sanierung KMU.

Von 2009 bis 2012 arbeitete Steffen Tröger unter anderem als Senior Consultant für Mittelstandsmanagement und spezialisierte sich dabei auf den Bereich Entrepreneurship, Management und Marketing. Von 2005 bis 2009 verantwortete er Marketing- und Organisationsprojekte in der Immobilienwirtschaft.

E-Mail: steffen.troeger@hwr-berlin.de

HWR BERLIN/FORSCHUNGSBEREICH: BERLINSTARTUPINSIGHTS

Die Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin) zählt mit ihren circa 9.000 Studierenden zu den großen Fachhochschulen in Berlin. Das Portfolio der HWR Berlin umfasst eine große fachliche Bandbreite. Dazu zählen unter anderem privates und öffentliches Wirtschafts-, Verwaltungs-, Rechts- und Sicherheitsmanagement sowie ingenieurwissenschaftliche Studiengänge. Nahezu alle der über 50 Studiengänge sind auf Bachelor und Master umgestellt, qualitätsgeprüft und tragen das Siegel einer deutschen Akkreditierungsagentur. Rund 190 Professoren und knapp 240 Mitarbeitende in Wissenschaft und Verwaltung sowie etwa 700 Lehrbeauftragte aus der Praxis engagieren sich für das leistungsstarke Angebot der Hochschule. Die HWR Berlin zeichnet sich durch intensive und vielfältige Forschung aus. An fünf Fachbereichen, drei Zentralinstituten und fünf Forschungsinstituten wird zu den Themen Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie Verwaltungs-, Ingenieur- und Rechtswissenschaften anwendungsorientiert geforscht.

BerlinStartupInsights (BSI) ist ein anwendungsorientierter Forschungsbereich für Startups und KMU des Instituts für Entrepreneurship, Mittelstand und Familienunternehmen (EMF-Institut). Dies gilt sowohl für Unternehmen der Innovationscluster Digital-, Bio/Med- und Urban Tech als auch für die Unternehmen der Old Economy, in der ebenfalls zahlreiche innovative Geschäftsmodelle zu finden sind.

Ziele BSI:

- 1) Förderung der Gründer- und Unternehmerkultur
- 2) Steigerung der Erfolgswahrscheinlichkeit von Startups und KMU
- 3) Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft
- 4) Weiterbildung von Studenten, Entrepreneuren und Unternehmern

Anfang 2012 von Prof. Dr. Sven Ripsas und Steffen Träger entwickelt und „gegründet“, hat sich BSI zu einem anerkannten Forschungsbereich entwickelt.

Durch seine wirtschaftswissenschaftliche Ausrichtung unterstützt BSI Gründer dabei, innovative Produkte auf den Markt zu bringen, und hilft zugleich etablierten Unternehmern, ihr bestehendes Geschäftsmodell weiterzuentwickeln, um nachhaltig am Markt agieren zu können.

Forschungsschwerpunkte:

- 1) Weiterentwicklung der Geschäftsmodellansätze
- 2) Unternehmens- und Organisationsentwicklung
- 3) Informationssysteme, KPIs und kennzahlenorientiertes Unternehmensmanagement
- 4) Entrepreneurship/Startup-Ökosysteme

www.emf-institut.org

www.berlinstartupinsights.de

INITIATOR: BUNDESVERBAND DEUTSCHE STARTUPS E.V. (BVDS)

Der Bundesverband Deutsche Startups e.V. ist der Repräsentant und die Stimme der Startups in Deutschland. Im September 2012 in Berlin von Startup-Gründern gegründet, erläutert und vertritt der BVDS die Interessen, Standpunkte und Belange von Startup-Unternehmen gegenüber Gesetzgebung, Verwaltung und Öffentlichkeit. Er wirbt für innovatives Unternehmertum und trägt die Startup-Mentalität in die Gesellschaft.

Der Verband, der sich als das Netzwerk der Startups in Deutschland versteht, wird in elf Bundesländern durch engagierte Gründer auch regional repräsentiert. Die Veranstaltungen des BVDS spannen den thematischen Bogen von der Gründungsmotivation von Schülern und Studenten und den ersten unternehmerischen Schritten junger Gründer bis hin zum Unternehmensverkauf oder Börsengang.

Mit der Organisation von Delegationsreisen, wie der German Valley Week, fördert der Startup-Verband aktiv die Internationalisierung der deutschen Gründerszene. Aktuell gehören dem BVDS mehr als 500 Mitglieder an.

www.deutschestartups.org

FÖRDERER UND HERAUSGEBER: KPMG IN DEUTSCHLAND

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit mehr als 162.000 Mitarbeitern in 155 Ländern. Auch in Deutschland gehört die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen.

Unser Ziel: eine komplexe Welt für Unternehmen verständlicher machen. Unser Anspruch: den weltweit besten Service zu bieten. Unser Handwerkszeug: Qualität, Innovation und Leidenschaft.

Unser fundiertes Fach- und Branchenwissen gibt unseren Kunden Sicherheit. Sicherheit, die sie brauchen, um ihre Ziele zu verwirklichen. Unsere Experten zeigen Unternehmen geschäftliche Chancen auf und helfen ihnen, Entwicklungen mitzubestimmen und ihre Wachstumsziele zu erreichen.

Die Startup-Initiative „Smart Start“ wurde vor dreieinhalb 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. KPMG's Smart Start Team 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 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 Rechtsanwalts-gesellschaft mbH erbracht.

KPMG-INITIATIVE SMART START



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 studierte 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.

PARTNER DES DEUTSCHEN STARTUP MONITORS 2015

Forschung braucht Zeit, Forschung braucht Kooperationen. So auch der DSM, der im Jahr 2015 zum dritten Mal erscheint. Zentral zum Gelingen dieser Studie beigetragen haben neben den mehr als 2.000 Teilnehmern vor allem die zahlreichen Preisgeber und Netzwerkpartner, die durch ihre wertvolle Unterstützung die Umsetzung des Forschungsdesigns erst möglich gemacht haben. Wir möchten uns für ihre Mühe, Einsatzbereitschaft und Zeit herzlich bedanken.

Preisgeber des DSM 2015

Wir bedanken uns herzlich für die Bereitstellung der zahlreichen Incentives für unsere Studienteilnehmer. Über 100 Preise mit einem Gesamtwert von mehr als 40 Tsd. EUR konnten durch diese Unterstützung verlost werden.



Netzwerkpartner des DSM 2015

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen Netzwerkpartnern für ihre wertvolle Unterstützung herzlich bedanken. Um den DSM im kommenden Jahr ausbauen zu können, freuen wir uns schon jetzt über die Unterstützung durch weitere Partner.



 www.climate-kic.org	 www.rocket-internet.com	 www.startupdorf.de	 www.ludologie.de	 www.startupnight.de	 www.startupcamp.co	 www.bitsandpretzels.com	 www.pauaventures.com
 www.startupska.de	 www.kas.de	 www.metrogroup.de	 www.smartbusiness-it.de	 www.companisto.com	 www.tatgeist.de	 www.entrepreneure-rostock.de	 www.die-gruendertrainerin.de
 www.german-startups.com	 www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung	 www.baystartup.de	 www.foerderbar.de	 www.gtec.berlin	 www.netstart.de	 www.kpmg.de/smartstart	 www.innovationsstarter.com
 www.kit.edu	 www.pointninecap.com	 www.westtechventures.de	 www.ibt-bet.de	 www.bm-t.de	 www.towerventure.com	 www.tgfs.de	 www.fraunhoferventure.de
 www.etventure.de	 www.spinlab.co	 www.high-tech-gruenderfonds.de	 www.holtzbrinck-ventures.com	 www.nextmedia-hamburg.de	 www.kizoo.com	 www.garagebilk.de	 www.kit-gruenderschmiede.de
 www.berlinstartupinsights.de	 www.hiig.de	 www.uni-wh.de	 www.sft.uni-jena.de	 www.gruendungsbuero.info	 www.efnw.de	 www.jackstaedt-flensburg.de	 www.digitalewirtschaft.nrw.de
 www.heidelberg-startup-partners.de	 www.neudeli.net	 www.saxeed.net	 www.unternehmertum.de	 www.stift-thueringen.de	 www.tzl.de	 www.insight-m.de	 www.fuer-gruender.de
 www.1stmover.org	 www.startplatz.de	 www.gruenderregion.de					

Kontakt

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Badensche Straße 52, 10825 Berlin

Prof. Dr. Sven Ripsas

Professor für Entrepreneurship

T +49 30 30877-1230

svен.ripsas@hwr-berlin.de

Steffen Tröger

Projektleitung

T +49 162 26 30 358

steffen.troeger@hwr-berlin.de

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klingelhöferstraße 18, 10785 Berlin

Tim Dümichen

Partner

T +49 30 2068-2939

tduemichen@kpmg.com

Marius Sternberg

Partner

T +49 30 2068-4707

msternberg@kpmg.com

Bundesverband Deutsche Startups e.V.

Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin

Florian Nöll

Vorsitzender des Vorstands

T +49 30 60989591-0

florian.noell@deutschestartups.org

ISBN 978-3-00-050319-1