Deutscher Startup Monitor 2020
Innovation statt Krise
Herausgeber und Projektumsetzung
Bundesverband Deutsche Startups e.V.

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

Partner und Mitherausgeber
PwC Deutschland

Technische Umsetzung
Dr. Julian Bühler

ISBN
978-3-948895-04-4

Danksagung
Wir bedanken uns herzlich für die Unterstützung bei allen Netzwerkpartnern, Preisgebern und Teilnehmern.
Abbildungsverzeichnis .......................................................... 4
Vorwort des Initiators .......................................................... 6
Vorwort des Partners .......................................................... 8
Grußwort der Bundeskanzlerin .......................................... 10
Der 8. Deutsche Startup Monitor repräsentiert .................. 12
Zehn Fakten aus dem DSM 2020 ....................................... 13
The 8th German Startup Monitor represents .................. 14
Ten Facts of the DSM 2020 .............................................. 15

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10 Konzeption ................................................................. 63
  1 Entwicklung der Studie ......................................... 64
  2 Forschungsdesign ................................................... 64

Literaturverzeichnis ................................................................. 65

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

Abb. 1  Hauptgrund für Existenzgründungen (2012–2019) ............................................. 18
Abb. 2  Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann .................................................. 19
Abb. 3  Startup-Entwicklungsphasen (2018–2020) .......... 21
Abb. 5  Branchen (2020) .................................................. 23
Abb. 6  Geschäftsmodelle (2020) .................................. 24
Abb. 7  Durchschnittliche Teamgröße in den Gründungs-Hotspots (2020) ....................... 25
Abb. 8  Auswirkungen der Corona-Krise nach Branchen (2020) .................................. 28
Abb. 9  Auswirkungen der Corona-Krise nach Geschäftsmodellen (2020) ....................... 29
Abb. 10 Aspekte für Beeinträchtigungen durch die Corona-Krise (2020) ......................... 30
Abb. 11 Reaktionen der DSM-Startups auf die Corona-Krise (2020) ............................ 30
Abb. 12 Genutzte Unterstützungsmaßnahmen im Kontext der Corona-Krise (2020) ............ 31
Abb. 13 Gründerinnen und Gründer nach Geschlecht (2016–2020) .................................. 33
Abb. 14 Höchster Schul- oder Hochschulabschluss (2020) .............................................. 34
Abb. 15 Studienfächer (2020) .................................................. 35
Abb. 16 Top-10-Gründerhochschulen (2020) ........................................ 36
Abb. 17 Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer (2020) ............................ 37
Abb. 18 Mitarbeiterherkunft in den Gründungs-Hotspots (2020) ..................................... 38
Abb. 19 Anteile der umsatzbringenden Kunden- gruppen der DSM-Startups (2020) ............ 40
Abb. 20 Einfluss der Digitalisierung/neuer Technologien auf das Geschäftsmodell (2020) ................................................................. 40
Abb. 21 Green Economy und Social Entrepreneurship (2019–2020) ......................... 41
Abb. 22 Unternehmensstrategien (2020) .................................................. 42
Abb. 23 Jahresumsatz – Vergangenes, aktuelles und kommendes Geschäftsjahr (2020) ........ 44
Abb. 24 Externe Kapitalaufnahme (bisher) (2019–2020) ............................................... 45
Abb. 25 Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen (2020) ......................................... 45
Abb. 26 Venture-Capital-finanzierte Startups (2019–2020) .............................................. 46
Abb. 27 Startup-Ziele (2020) .............................................. 47
Abb. 28 Exit-Werte (2020) ................................................ 47
Abb. 29 Risikobereitschaft der Gründerinnen und Gründer (2020) .................................................. 48

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

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

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

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

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

Abb. 35 Kooperationspartner (2020) ......................... 55

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

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

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

Abb. 39 Erwartungen an die Politik (2020) ..................... 59

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

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

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


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

Herzliche Grüße

Christian Miele
Präsident des Bundesverbands Deutsche Startups e. V.
Vorwort des Partners

Liebe Leserinnen und Leser


Die Ergebnisse des achten Deutschen Startup Monitors zeigen, dass die Startup-Entscheider in der Krise eine Haltung einnehmen, die wir von Familienunternehmern kennen:
• **Startups stellen die Menschen in den Mittelpunkt:** In der Krise kommt es mehr denn je auf die Mitarbeitenden an. Personalabbau ist nur für eine Minderheit der Gründerinnen und Gründer eine Option. Neun von zehn Startups wollen weiter einstellen. Damit schaffen sie nicht nur Arbeitsplätze, sondern avancieren auch zum Wachstumsmotor, der die Wirtschaft mit aus der Krise führen kann.
• **Startups sind Problemlöser:** Die Gründerinnen und Gründer begreifen sich immer stärker als Problemlöser für die großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Fast jedes zweite Startup ordnet seine Produkte und Angebote der „Green Economy“ zu. Mit ihrem Business wollen sie also gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz leisten und gesellschaftliche Probleme lösen.
Sinn und Zweck des Deutschen Startup Monitors ist aber auch zu zeigen, wo es noch hakt im Startup-Ökosystem, wo die Gründerinnen und Gründer noch mehr Hilfestellung brauchen, um ihren Weg erfolgreich weiter zu gehen. Auch hier liegen mir drei Aspekte besonders am Herzen:

- **Mehr Startup-spezifische Unterstützung:** Um die Krise zu bewältigen, haben viele Startups die allgemeinen staatlichen Unterstützungsangebote wie die Corona-Soforthilfen und das Instrument der Kurzarbeit genutzt. Auffällig ist jedoch: Nur eine Minderheit greift auf die Startup-spezifischen Unterstützungen zurück. Die Maßnahmenpakete können noch besser auf die Bedürfnisse der Startups zugeschnitten werden.

- **Bessere Finanzierungsbedingungen:** Noch immer ist das Startup-Ökosystem durch den Kapitalmarkt unterversorgt. Die Große Koalition ist gefragt, die beschlossenen Instrumente zur Wachstumsfinanzierung wie den Zukunftsfonds schnell umzusetzen. Denn nur so können unsere Startups im internationalen Wettbewerb bestehen.

- **Fokus auf Kooperationen:** Wie wichtig die Zusammenarbeit mit Partnern ist, wissen die jungen Entrepreneure. Fast drei Viertel von ihnen kooperieren mittlerweile mit etablierten Unternehmen. Es besteht aber nach wie vor Handlungsbedarf, um Brücken zwischen Startups und erfahrenen Firmen zu bauen. Mein Appell an die Unternehmenslenker in Mittelstand und Konzernen: Setzen Sie auf die Innovationskraft der jungen Technologieunternehmen!


Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Herzliche Grüße

**Florian Nöll**
Head of Digital Ecosystems bei PwC Deutschland
Liebe Leserinnen und Leser,

was macht Gründerinnen und Gründer so besonders? Sie haben nicht nur Ideen, sondern scheuen auch keine Risiken, sie umzusetzen. Sie zeigen sich offen für neue Wege und Methoden. So kreativ und kompetent, wie sie in Markt- und Innovationsstandort.


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

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

Angela Merkel
Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland
Der 8. Deutsche Startup Monitor repräsentiert …

drei Ziele:

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

drei Merkmale:

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

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

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

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

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

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

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


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

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

Künstliche Intelligenz (KI) auf dem Vormarsch: Startups sind Träger digitaler Innovationen, was sich vor allem am großen und wachsenden Einfluss Künstlicher Intelligenz zeigt. Für knapp 43% der DSM-Startups hat diese Technologie einen klaren Einfluss auf ihr Geschäftsmodell.
The 8th German Startup Monitor represents …

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

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

1,946 Startups
4,745 Founders
25,966 Employees
The Corona crisis is hitting the startup ecosystem hard: Almost three quarters (74.2 %) of the companies surveyed are negatively affected by the current situation. Online networks, eCommerce and online platforms are more resistant to the crisis.

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

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

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

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

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

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

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

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

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


- **Innovativität und Digitalisierung:** Obwohl der Anteil innovativer (13 %) und vor allem digitaler (28 %) Unternehmensgründungen bei klassischen Existenzgründungen im Jahresvergleich deutlich angestiegen ist (vgl. Metzger 2020), bewerten die befragten DSM-Gründerinnen und -Gründer die Innovativität und Digitalisierung ihres Startups deutlich höher: 66,6 % der DSM-Startups haben ein rein digitales Geschäftsmodell (vgl. Kapitel 2.3).


**Klare Definition**

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

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

3 Akademisches Rahmenwerk


Abb. 2 Akademisches Rahmenwerk nach Kollmann

Quelle: In Anlehnung an Kollmann (2019b),
**1 Startup-Alter und Entwicklungsphasen**

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

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

**Startup-Alter**

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

**Startup-Entwicklungsphasen**

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

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

Seit 2018 gab es im DSM eine Sub-Kategorie „Later Stage“ (etablierter Markt-Teilnehmer; Trade-Sale oder Börsengang erfolgt oder steht unmittelbar bevor) und eine Sub-Kategorie „Steady Stage“ (das Startup stagniert; weist kein starkes Umsatz- und/oder Nutzerwachstum mehr auf).


1 Es kann in dieser und allen folgenden Abbildungen zu Rundungsdifferenzen kommen.
2 Standort und Gründungs-Hotspots

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

Hauptsitz der Startups nach Bundesländern

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

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


Bundesländer

<table>
<thead>
<tr>
<th>Bundesländer</th>
<th>2018-19 Wert</th>
<th>2017-18 Wert</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NRW</td>
<td>19,1 %</td>
<td>20,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Berlin</td>
<td>17,7 %</td>
<td>16,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Rhein-Rhur</td>
<td>12,8 %</td>
<td>14,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Hessen</td>
<td>7,3 %</td>
<td>12,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Baden-Württemberg</td>
<td>12,3 %</td>
<td>12,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Bayern</td>
<td>11,8 %</td>
<td>12,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Mecklenburg-Vorpommern</td>
<td>0,9 %</td>
<td>1,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Sachsen-Anhalt</td>
<td>3,1 %</td>
<td>2,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Sachsen</td>
<td>3,1 %</td>
<td>4,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Thüringen</td>
<td>1,0 %</td>
<td>1,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Rheinland-Pfalz</td>
<td>0,9 %</td>
<td>1,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Saarland</td>
<td>0,9 %</td>
<td>0,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Mecklenburg</td>
<td>0,9 %</td>
<td>1,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Saarland</td>
<td>0,9 %</td>
<td>0,9 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.946; n-Wert 2019: 1.933 (Vorjahreswerte in Klammern)
Hauptsitz der Startups nach Gründungs-Hotspots

3 Branchen und Geschäftsmodelle


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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Branchen</th>
<th>Anteil</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Informations- und Kommunikationstechnologie</td>
<td>31,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Ernährung und Nahrungs mittel/Konsumgüter</td>
<td>10,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Medizin und Gesundheitswesen</td>
<td>9,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Automobile und Mobilität/Logistik</td>
<td>6,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Bau und Immobilien</td>
<td>4,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Bildung</td>
<td>4,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Banken und Finanzen/Versicherung</td>
<td>4,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Freizeit, Sport und (Online-)Gaming</td>
<td>3,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Industriegüter</td>
<td>3,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Human Resources</td>
<td>3,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Chemie und Pharma/Biologie</td>
<td>2,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Tourismus</td>
<td>2,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Energie und Elektrizität</td>
<td>2,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Beratung und Agentur</td>
<td>2,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Agrar- und Landwirtschaft</td>
<td>2,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Medien- und Kreativwirtschaft</td>
<td>1,9 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Textilbranche</td>
<td>1,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstiges</td>
<td>3,9 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.866
**Geschäftsmodelle**
Startups stehen für die digitale Transformation und das zeigt auch der DSM 2020. Zwei Drittel der untersuchten Startups ordnen sich einem digitalen Geschäftsmodell zu (66,6%). Mit einem Zuwachs von 3,9 Prozentpunkten im Vorjahresvergleich werden vor allem Software-as-a-Service-Anwendungen (SaaS) als Geschäftsmodell unter DSM-Startups immer beliebter (26,7%). Deutliche relative Rückgänge sind bei analogen Geschäftsmodellen zu erkennen, die von weniger als 10% der Startups umgesetzt werden. Bei der Technologieentwicklung/-produktion (17,3%) handelt es sich erfahrungsgemäß um einen hybriden Bereich, in dem sowohl analoge als auch digitale Geschäftsmodelle zu finden sind.

**Abb. 6 Geschäftsmode (2020)**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschäftsmodell</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>SaaS (angewandte IT)</td>
<td>26,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Plattform</td>
<td>17,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Softwareentwicklung (technische IT)</td>
<td>10,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Handel/-Verkauf</td>
<td>9,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Netzwerk</td>
<td>1,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Technologieentwicklung/-produktion</td>
<td>17,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstiges</td>
<td>6,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>analoge Dienstleistung</td>
<td>6,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>stationärer Handel/Verkauf</td>
<td>3,6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.853
4 Mitarbeiterzahl und Neueinstellungen

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

**Mitarbeiter- und Gründeranzahl**

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

---

**Geplante Neueinstellungen**


---

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hotspot</th>
<th>2020</th>
<th>2019</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mitarbeiter/in</td>
<td>14,3</td>
<td>13,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Gründer/in</td>
<td>2,4</td>
<td>2,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Berlin</td>
<td>2,5</td>
<td>35,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Metropolregion Rhein-Ruhr</td>
<td>2,3</td>
<td>8,8</td>
</tr>
<tr>
<td>München</td>
<td>2,7</td>
<td>31,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Hamburg</td>
<td>18,5</td>
<td>2,5</td>
</tr>
</tbody>
</table>


---

Deutscher Startup Monitor 2020 25
Corona-Krise im Startup-Ökosystem
1 Auswirkungen der Corona-Krise

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

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

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

Aimie-Sarah Carstensen, Gründerin und Geschäftsführerin von ArtNight


Dr. Felix Brüggemann, Co-Founder, jetlite GmbH

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

Deutscher Startup Monitor 2020 27
Abb. 8  Auswirkungen der Corona-Krise nach Branchen (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Branchen</th>
<th>DSM 2020</th>
<th>Beeinträchtigung der Geschäftstätigkeit</th>
<th>keine Auswirkungen</th>
<th>positive Entwicklung der Geschäftstätigkeit</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bildung</td>
<td>62,2 %</td>
<td>9,5 %</td>
<td>28,4 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Banken und Finanzen/Versicherung</td>
<td>62,7 %</td>
<td>20,8 %</td>
<td>16,6 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Medizin und Gesundheitswesen</td>
<td>65,7 %</td>
<td>14,8 %</td>
<td>19,5 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Chemie und Pharma/Biologie</td>
<td>65,7 %</td>
<td>18,1 %</td>
<td>16,2 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Energie und Elektrizität</td>
<td>68,2 %</td>
<td>18,2 %</td>
<td>13,6 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ernährung und Nahrungs-mittel/Konsumgüter</td>
<td>68,7 %</td>
<td>13,6 %</td>
<td>17,7 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Informations- und Kommunikationstechnologie</td>
<td>74,2 %</td>
<td>15,1 %</td>
<td>10,7 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Beratung und Agentur</td>
<td>76,1 %</td>
<td>10,9 %</td>
<td>13,0 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Automobile und Mobilität/Logistik</td>
<td>78,7 %</td>
<td>7,6 %</td>
<td>13,7 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Freizeit, Sport und (Online-)Gaming</td>
<td>78,8 %</td>
<td>9,1 %</td>
<td>12,1 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bau und Immobilien</td>
<td>78,9 %</td>
<td>11,8 %</td>
<td>9,2 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Agrar- und Landwirtschaft</td>
<td>82,1 %</td>
<td>10,3 %</td>
<td>7,7 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Industriegüter</td>
<td>82,8 %</td>
<td>9,4 %</td>
<td>7,8 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Textilbranche</td>
<td>83,9 %</td>
<td>3,2 %</td>
<td>12,9 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Human Resources</td>
<td>85,0 %</td>
<td>5,0 %</td>
<td>10,0 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Medien- und Kreativwirtschaft</td>
<td>85,7 %</td>
<td>11,4 %</td>
<td>2,9 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tourismus</td>
<td>91,7 %</td>
<td>4,2 %</td>
<td>4,2 %</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Werte 2020: 74/60/169/42/44/103/577/46/70/76/66/76/39/64/31/60/35/48
Auswirkungen der Corona-Krise (nach Geschäftsmodellen)


Daniel Barke, CEO & Co-Founder, WorkGenius GmbH

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschäftsmodelle</th>
<th>positive Entwicklung</th>
<th>keine Auswirkungen</th>
<th>Beeinträchtigung der Geschäftstätigkeit</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>digitale Geschäftsmodelle</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>SaaS (angewandte IT)</td>
<td>73,7 %</td>
<td>13,4 %</td>
<td>13,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Plattform</td>
<td>68,9 %</td>
<td>14,6 %</td>
<td>16,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Softwareentwicklung</td>
<td>77,6 %</td>
<td>12,8 %</td>
<td>9,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>(technische IT)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Handel/-Verkauf</td>
<td>63,1 %</td>
<td>13,6 %</td>
<td>23,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Online-Netzwerk</td>
<td>48,4 %</td>
<td>12,9 %</td>
<td>38,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>hybride Geschäftsmodelle</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Technologieentwicklung/-</td>
<td>79,7 %</td>
<td>13,3 %</td>
<td>7,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>produktion</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstiges</td>
<td>79,8 %</td>
<td>10,5 %</td>
<td>9,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>analoge Geschäftsmodelle</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>analoge Dienstleistung</td>
<td>79,8 %</td>
<td>11,4 %</td>
<td>8,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>stationärer Handel/</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Verkauf</td>
<td>89,2 %</td>
<td>4,6 %</td>
<td>6,2 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Werte 2020: 486/315/196/176/31/315/114/114/65
Gründe für die Beeinträchtigung

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Aspekt</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ausfall von Veranstaltungen bzw. Events</td>
<td>67,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Verzögerung von Aufträgen</td>
<td>63,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>kurzfristiger Umsatzrückgang</td>
<td>60,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Reduzierung der Liquidität</td>
<td>44,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Verschlechterung der langfristigen Umsatz- und Renditeprognosen</td>
<td>41,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>ausbleibende VC-Finanzierung</td>
<td>32,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Unterbrechung von Lieferketten</td>
<td>22,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Schwierigkeiten in der Kommunikation mit Mitarbeitenden</td>
<td>14,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ausfall von Forderungen gegenüber Kunden</td>
<td>12,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Mitarbeitenden</td>
<td>10,9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Mehrfachauswahl möglich
n-Wert 2020: 1.363

2 Reaktion der Startups auf die Corona-Krise

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

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

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Reaktion</th>
<th>%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Fokussierung auf die Produktentwicklung</td>
<td>56,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Verschiebung von Investitionen</td>
<td>50,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Anpassung des bisherigen Geschäftsmodells</td>
<td>36,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>Schaffung spezifischer Angebote zur Bekämpfung der Corona-Krise</td>
<td>24,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kündigung von Dienstleistern</td>
<td>13,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kostenreduzierung durch Personalabbau</td>
<td>11,4%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Mehrfachauswahl möglich
n-Wert 2020: 1.839
3 Unterstützungsmaßnahmen durch die Politik

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

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

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Maßnahme</th>
<th>Nutzung (in %)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Corona-Soforthilfe (Zuschüsse ohne Rückzahlung)</td>
<td>36,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Kurzarbeitergeld</td>
<td>22,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Stundung von Sozialversicherungsbeiträgen</td>
<td>8,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Verlängerung vorhandener Förderungen (z. B. EXIST, Gründerstipendium o. ä.)</td>
<td>5,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>weitere Unterstützungsmaßnahmen auf Landesebene</td>
<td>5,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>KfW-Kredite über die Hausbank</td>
<td>3,7 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Mehrfachauswahl möglich

n-Wert 2020: 1.596
Management
1 Alter und Geschlecht

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

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

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


2 Werdegang der Gründerinnen und Gründer

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

Bildungsabschluss

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

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


1 Werte der Gründer/-innen nach Geschlecht (2016–2020)
Abb. 14 Höchster Schul- oder Hochschulabschluss (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Abschluss</th>
<th>Prozentsatz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hochschule (Master)</td>
<td>30,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Hochschule (Diplom)</td>
<td>20,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Hochschule (Bachelor)</td>
<td>18,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Hochschule (Promotion)</td>
<td>14,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>(Fach-)Abitur</td>
<td>9,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>abgeschlossene Ausbildung</td>
<td>3,7 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Realschule (Mittlere Reife)</td>
<td>2,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>noch in schulischer Ausbildung</td>
<td>0,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Hauptschulabschluss</td>
<td>0,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>kein Schulabschluss</td>
<td>0,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>anderer Schulabschluss aus dem Ausland</td>
<td>0,1 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1,771
**Studienfächer**


---

*Abb. 15* Studienfächer (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Studienabschluss im Bereich ...</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Grafikdesign oder einem anderen künstlerischen Bereich</td>
<td>2,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>in einem anderen Bereich</td>
<td>3,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Geistes-, Kultur- oder Sozialwissenschaften</td>
<td>6,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Naturwissenschaften</td>
<td>8,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Informatik, Computer Science oder Mathematik</td>
<td>14,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Wirtschaftswissenschaften</td>
<td>40,5 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Ingenieurwissenschaften</td>
<td>21,3 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.480
Gründerhochschulen

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

---

3 Internationalität der Startup-Teams

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

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

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

Abb. 17 Migrationshintergrund der Gründerinnen und Gründer (2020)


Deutscher Startup Monitor 2020 37
**Herkunft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**

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

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hotspot</th>
<th>Mitarbeiter aus Deutschland</th>
<th>aus anderen Ländern der Europäischen Union (EU)</th>
<th>aus anderen Ländern Europas, die nicht der EU angehören (z.B. Schweiz)</th>
<th>aus anderen Ländern der übrigen Welt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>DSM 2020</td>
<td>73,4%</td>
<td>11,0%</td>
<td>2,9%</td>
<td>12,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Berlin</td>
<td>57,3%</td>
<td>19,5%</td>
<td>5,8%</td>
<td>17,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Metropolregion</td>
<td>77,5%</td>
<td>9,6%</td>
<td>2,2%</td>
<td>10,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Rhein-Ruhr</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>München</td>
<td>63,9%</td>
<td>15,1%</td>
<td>4,4%</td>
<td>16,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hamburg</td>
<td>73,2%</td>
<td>9,4%</td>
<td>5,1%</td>
<td>12,3%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.348; n-Werte: 281/158/100/92
5 Produkte, Services und Prozesse
1 Kunden


Mit Blick auf die Auswirkungen der Corona Krise, zeichnet sich ein differenziertes Bild ab: Startups, die negativ durch die Corona Krise beeinträchtigt wurden, erwirtschaften einen größeren Teil ihres Umsatzes im B2B-Bereich (70,6% vs. DSM-Durchschnitt: 68,8%). Startups, die eine positive Entwicklung ihrer Geschäftstätigkeit verzeichnen, sind dagegen stärker im B2C-Bereich vertreten (34,7% vs. DSM-Durchschnitt: 26,5%).

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kundengruppe</th>
<th>Anteil (2020)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Business-to-Government (B2G)</td>
<td>4,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Business-to-Consumer (B2C)</td>
<td>26,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Business-to-Business (B2B)</td>
<td>68,8%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Wert 2020: 1.732

2 Künstliche Intelligenz, Virtual-/Augmented Reality und Blockchain

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


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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Technologie</th>
<th>Überhaupt keinen Einfluss</th>
<th>Wenig Einfluss</th>
<th>Mittleren Einfluss</th>
<th>Großen Einfluss</th>
<th>Sehr großen Einfluss</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Digitalisierung (im Allgemeinen)</td>
<td>4,9%</td>
<td>16,9%</td>
<td>44,7%</td>
<td>26,5%</td>
<td>6,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Künstliche Intelligenz</td>
<td>1,4%</td>
<td>17,5%</td>
<td>22,7%</td>
<td>18,4%</td>
<td>15,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Virtual/ Augmented Reality</td>
<td>1,4%</td>
<td>17,5%</td>
<td>22,7%</td>
<td>18,4%</td>
<td>15,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Blockchain</td>
<td>4,9%</td>
<td>16,9%</td>
<td>44,7%</td>
<td>26,5%</td>
<td>6,6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

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


<table>
<thead>
<tr>
<th>Abb. 21</th>
<th>Green Economy und Social Entrepreneurship (2019–2020)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Green Economy</td>
<td>DSM 2020: 43,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Social Entrepreneurship</td>
<td>DSM 2020: 42,6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


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


Maximilian von Düring, Gründer und CCO AiSight
4 Unternehmensstrategie

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

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

Abb. 22 Unternehmensstrategien (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Strategie</th>
<th>stark unwichtig</th>
<th>eher unwichtig</th>
<th>eher wichtig</th>
<th>wichtig</th>
<th>sehr wichtig</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>schnelles Wachstum</td>
<td>1,6 %</td>
<td>4,4 %</td>
<td>22,2 %</td>
<td>30,0 %</td>
<td>29,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Profitabilität</td>
<td>9,6 %</td>
<td>21,0 %</td>
<td>33,6 %</td>
<td>32,1 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>einen hohen Marktanteil erreichen</td>
<td>2,3 %</td>
<td>14,8 %</td>
<td>27,6 %</td>
<td>29,3 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>eine positive gesellschaftliche oder ökologische Wirkung erzielen</td>
<td>7,1 %</td>
<td>14,2 %</td>
<td>23,1 %</td>
<td>32,6 %</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

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

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

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

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Umsatzbereich</th>
<th>DSM 2020 %</th>
<th>DSM 2019 %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>&lt;1 € bis &lt;150.000 €</td>
<td>1,8%</td>
<td>4,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>1 € bis &lt;500.000 €</td>
<td>12,1%</td>
<td>22,9%</td>
</tr>
<tr>
<td>150.000 € bis &lt;1 Million €</td>
<td>17,6%</td>
<td>22,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>500.000 € bis &lt;2 Million €</td>
<td>19,8%</td>
<td>28,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>2 Million € bis &lt;25 Million €</td>
<td>16,7%</td>
<td>32,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>≥25 Million €</td>
<td>2,4%</td>
<td>4,6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Es wurden ausschließlich Startups betrachtet, die vor dem Jahr 2019 gegründet wurden.
Finanzierung

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

Externe Kapitalaufnahme


Unterteilt in Kategorien zeigt sich, dass der Anteil externer Finanzierungen bis 150.000 Euro deutlich zurückgegangen ist (–6,9 Prozentpunkte), während die externen Kapitalaufnahmen über 2 Mio. Euro besonders gestiegen sind (+6,4 Prozentpunkte). Insgesamt verdeutlichen somit die DSM-Zahlen die positive Entwicklung auf dem Kapitalmarkt der letzten Jahre, sowohl was die Anzahl der Finanzierungsrenden als auch das Gesamtvolumen betrifft (vgl. Dealroom 2020a).

Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen


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

Abb. 25 Genutzte vs. bevorzugte Finanzierungsquellen (2020)
3 Venture Capital im Fokus

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

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

4 Unternehmerische Ambitionen

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

Start-up-Ziele

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

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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2020 (gesamt)</th>
<th>2019 (gesamt)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>DSM 2020</td>
<td>18,6 %</td>
<td>14,6 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Berlin</td>
<td>39,0 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Metropolregion</td>
<td>11,5 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rhein-Ruhr</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>München</td>
<td>28,8 %</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Hamburg</td>
<td>22,1 %</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Werte: 1.744/1.756/310/227/111/95
Exit-Wert
Um einen noch detaillierteren Einblick in die unternehmerischen Ambitionen zu erlangen, wurden die DSM-Startups zu ihren potenziellen Exit-Zielen befragt. Dabei zeigt sich ebenfalls ein relativ ausgeglichenes Bild. So streben 58,7% der DSM-Startups überhaupt einen Exit an, wobei am häufigsten ein Wert zwischen 10 und 50 Mio. Euro erzielt werden soll (19,6%). Exit-Bestrebungen von über einer Mrd. Euro (Einhorn) werden nur von 5,6% verfolgt. Ein deutlich differenziertes Bild zeichnet sich mit Blick auf die Gründungs-Hotspots ab. In Berlin (75,4%) und München (72,4%) streben die meisten Gründerinnen und Gründer nach einem Exit und wollen dabei auch gleichzeitig höhere Erlöse erzielen. Demgegenüber planen die Unternehmerinnen und Unternehmer in der Metropolregion Rhein-Ruhr besonders häufig keinen Exit (40,2%). Diese Ergebnisse zeigen deutliche Parallelen zu den Verteilungen der VC-Finanzierung (vgl. Kapitel 6.3).
**Risikobereitschaft**


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

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


Franziska Teubert, Geschäftsführerin des Bundesverbands Deutsche Startups
Marktzugang
1 Geplante Internationalisierung


Abb. 30 Internationalisierungspläne nach Mitarbeiterzahl (2020)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Mitarbeiterzahl</th>
<th>keine (weitere) Internationalisierung</th>
<th>Internationalisierung geplant</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>keine Mitarbeiter/innen</td>
<td>43,7 %</td>
<td>56,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>1–5 Mitarbeiter/innen</td>
<td>38,6 %</td>
<td>61,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>6–10 Mitarbeiter/innen</td>
<td>26,9 %</td>
<td>73,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>11–49 Mitarbeiter/innen</td>
<td>22,8 %</td>
<td>77,2 %</td>
</tr>
<tr>
<td>≥50 Mitarbeiter/innen</td>
<td>16,5 %</td>
<td>83,5 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

2 Aktuelle Herausforderungen der Startups

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


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

- Vertrieb/Kundengewinnung: 68,1 %
- Produktentwicklung: 44,7 %
- Kapitalbeschaffung: 43,1 %
- Cashflow/Liquidität: 32,0 %

Mehrfachauswahl möglich

n-Werte: DSM 2020: 1.715; DSM 2019: 1.682

---

5 n-Wert 2020: 1.065; n-Wert 2019: 1.044.
Infrastruktur, Netzwerke und Wettbewerb
1 Startup-Ökosystem

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

Allgemeine Bewertung des Startup-Ökosystems


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

Spezifische Bewertung des Startup-Ökosystems

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


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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>DSM 2020</th>
<th>Berlin</th>
<th>Metropoleregion Rhein-Ruhr</th>
<th>München</th>
<th>Hamburg</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>(sehr) schlecht</td>
<td>14,8%</td>
<td>6,6%</td>
<td>17,8%</td>
<td>11,3%</td>
<td>18,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>neutral</td>
<td>23,8%</td>
<td>11,5%</td>
<td>24,9%</td>
<td>20,8%</td>
<td>42,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>(sehr) gut</td>
<td>61,4%</td>
<td>81,8%</td>
<td>57,3%</td>
<td>67,9%</td>
<td>38,8%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Bereitstellung</th>
<th>sehr schlecht</th>
<th>schlecht</th>
<th>neutral</th>
<th>gut</th>
<th>sehr gut</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Berücksichtigung von Nachhaltigkeitschancen und -anforderungen</td>
<td>5,6%</td>
<td>13,6%</td>
<td>47,3%</td>
<td>25,0%</td>
<td>8,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Zugang zu Beratern oder Mentoren</td>
<td>10,8%</td>
<td>27,4%</td>
<td>36,6%</td>
<td>22,2%</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>wirtschaftspolitische Initiativen (z. B. Hub-Gründungen, Förderangebote)</td>
<td>5,1%</td>
<td>13,0%</td>
<td>26,4%</td>
<td>37,2%</td>
<td>18,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nähe zu Universitäten</td>
<td>5,1%</td>
<td>13,4%</td>
<td>33,7%</td>
<td>46,2%</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Anziehungskraft für Talente von außerhalb</td>
<td>6,7%</td>
<td>18,6%</td>
<td>26,4%</td>
<td>29,7%</td>
<td>18,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal vor Ort</td>
<td>15,0%</td>
<td>27,5%</td>
<td>37,5%</td>
<td>16,0%</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Zugang zu Kapital und Investitionen</td>
<td>12,2%</td>
<td>26,3%</td>
<td>31,4%</td>
<td>22,8%</td>
<td>7,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen</td>
<td>5,9%</td>
<td>24,6%</td>
<td>31,9%</td>
<td>27,4%</td>
<td>10,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Netzwerk zu anderen Startup-Gründer(n)/innen</td>
<td>10,2%</td>
<td>18,7%</td>
<td>38,3%</td>
<td>29,8%</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Verfügbarkeit von bezahlbaren Büroimmobilien</td>
<td>9,7%</td>
<td>24,6%</td>
<td>25,1%</td>
<td>24,8%</td>
<td>15,7%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

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

LinkedIn/XING-Kontakte

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

Qualität des Netzwerks im Ökosystem

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

---

3 Kooperationspartner

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


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

---

**Abb. 35 Kooperationspartner (2020)**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kooperationen mit anderen Startups</th>
<th>39,8 %</th>
<th>60,2 %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kooperationen mit etablierten Unternehmen</td>
<td>28,2 %</td>
<td>71,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen</td>
<td>44,6 %</td>
<td>55,4 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

n-Werte 2020: 1.399/1.402/1.338

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

---
4 Geschäftsklima


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

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

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

Abb. 37 Geschäftsklima-Saldo (2019–2020)
9 Politik, Gesellschaft und Kultur
1 Beurteilung der Bundes- und Landespolitik

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

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

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

Welche Schulnoten gibst Du der Politik …?

… mit Blick auf die wirtschaftspolitischen Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise im Allgemeinen
… mit Blick auf die wirtschaftspolitischen Maßnahmen für Startups zur Bewältigung der Corona-Krise im Besonderen
… mit Blick auf die Geschwindigkeit bei der Umsetzung wirtschaftspolitischer Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise

n-Werte 2020: 1.639/1.578/1.701
2 Erwartungen von Startups an die Politik


Abb. 39 Erwartungen an die Politik (2020)

Mehrfachauswahl möglich

n-Wert 2020: 1.652
3 Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungssituation

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


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

- Stärkung der staatlichen Angebote in der Gründungsphase wie bspw. EXIST: 27,6 %
- Schaffung von Investitionangeboten für Privatanleger in Startups: 27,4 %
- Ausbau der staatlichen VC-Angebote in der Frühphase (bspw. HTGF): 24,1 %
- Vereinfachung bzw. Schaffung von Möglichkeiten für Spätphaseninvestments z. B. für Versicherungen und Pensionsfonds (bspw. über einen Dachfonds): 12,6 %
- keine der genannten Maßnahmen: 8,3 %

n-Wert 2020: 1.563
4 Wenn Gründerinnen und Gründer wählen


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

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

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

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

10 Konzeption
1 Entwicklung der Studie


2 Forschungsdesign


Berger, E./Kuckertz, A. (2016)

Bevh (2020)


Business Angels Netzwerk Deutschland e. V. (BAND) (2020)

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

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

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

Destatis (2020b)

Destatis (2018)


ESOPasap (2020)

Fichter, K./Olteanu, Y. (2020)

Hirschfeld, A./Gilde, J. (2020a)

Hirschfeld, A./Gilde, J. (2020b)

Ifo (2020)

Isenberg, D. (2011)

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

Kollmann, T. (2019a)

Kollmann, T. (2019b)

Deutschland 4.0. Wie die digitale Transformation gelingt, Wiesbaden.


Leifels, A./Metzger, G. (2019)

Metzger, G. (2020)

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

Politbarometer (2020)

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2020)

RWTH Aachen (2020)

Voigtländer, Michael (2020)
1 Akademische Partner und Autoren


netSTART und netSTART Academy

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

www.netstart.de
www.netstart-academy.de

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

www.netstart-academy.de


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


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

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


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


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


E-Mail: alexander.hirschfeld@deutschestartups.org


E-Mail: jannis.gilde@deutschestartups.org

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

E-Mail: olaf.acker@pwc.com

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

E-Mail: vanusch.walk@deutschestartups.org

3 Partner und Mitherausgeber

Über PwC

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

www.pwc.de

E-Mail: florian.noell@pwc.com


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

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

E-Mail: stephan.hofnagel@pwc.com

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

[Logo-Links zu verschiedenen Partnern]
Ihre Ansprechpartner

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

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

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

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

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

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

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

Bundesverband Deutsche Startups e. V.
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

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