

www.pwc.de

Start-up-Unternehmen Deutschland

2016



pwc

Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Kontakt:

Corinna Freudig
PwC-Presseabteilung
Familienunternehmen und Mittelstand
Tel.: (069) 95 85 - 1202
E-Mail: corinna.freudig@de.pwc.com

Inhalt

- 1 Hintergrund und Untersuchungsansatz
- 2 Management Summary
- 3 Ergebnisse

Hintergrund und Untersuchungsansatz

1

Hintergrund und Untersuchungsansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Studie zum Thema „**Start-up-Unternehmen**“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers AG WPG durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: CATI-Befragung
- Zielgruppe: Entscheider der 1. Führungsebene (Geschäftsführung) aus Start-up-Unternehmen der Branchen Industrie, ITK und Life Science, deren Gründung nicht länger als zehn Jahre zurückliegt.
- Erhebungszeitraum: März bis April 2016
- Stichprobengröße: N = 250, bundesweit, Aufstockung N = 50 Berlin, N = 50 Metropolregion München, N = 50 Hessen, insgesamt N = 400.

Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Auftretende Abweichungen in den Endsummen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

Management Summary

2

Management Summary

Wirtschaftsmotor Start-ups

Start-up-Unternehmen schaffen Wettbewerb und Innovationen. Darüber hinaus gelten sie als einer der wichtigsten Beschäftigungsmotoren. **Die Überzeugung von der eigenen Geschäftsidee, der Wunsch, die eigene Idee zu verwirklichen und der Glaube an den Erfolg waren die Hauptmotive der Befragten für den Aufbau ihres Start-up-Unternehmens.** Nur knapp ein Viertel hatte dabei die feste Absicht, es möglichst lukrativ an einen großen Konzern zu verkaufen (S. 11).

Eine gute Idee und der Glaube an den Erfolg allein reichen allerdings nicht: Für eine Unternehmensgründung muss darüber hinaus auch das nötige Kapital beschafft werden. Ein Großteil der Neugründungen (80%) konnte sich zumindest teilweise aus eigenen Mitteln finanzieren. Etwa drei von zehn Start-ups finanzierten sich ausschließlich aus Eigenkapital. **Rund drei Viertel waren auf Fremdkapital angewiesen** (S. 13). Eine Finanzierung über Kredite ist im Vergleich zur Vorjahresbefragung deutlich beliebter (S. 14).

Ein Fünftel der Unternehmer nutzte für die Firmengründung ausschließlich fremde Mittel (S. 15). **Jeder zweite Unternehmensgründer hatte jedoch Schwierigkeiten, Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen** (S. 17). Die Überzeugung von Kapitalgebern wird im Vergleich zur Vorjahresbefragung als schwieriger bewertet (S. 18). Vor allem eine zu kurzfristige Planung (34%) und das fehlende Verständnis für die Geschäftsidee lassen Kapitalgeber zögern (33%, S. 19).

Management Summary

Wirtschaftsmotor Start-ups

Nur knapp ein Fünftel der Start-up-Chefs plant derzeit eine Folgefinanzierung (S. 21). In der Vorjahresbefragung plante dies ein Viertel der Firmenchefs (S. 22). Ein Börsengang steht für 86 Prozent der Start-ups nicht zur Debatte (S. 23).

Die befragten Start-ups spiegeln das Bild des Beschäftigungsmotors wider: **Sieben von zehn Firmenchefs geben an, dass die Anzahl ihrer Mitarbeiter in den nächsten 12 Monaten steigen wird.** Im Durchschnitt nehmen sie sich dabei ein Wachstum von 13 Prozent vor (S. 30). Etwa jeder Zweite plant dementsprechend auch Investitionen in neue Mitarbeiter (S. 40). **Allerdings ist es für drei Viertel der Unternehmen schwierig, die richtigen Mitarbeiter zu finden** (S. 26). Rund die Hälfte rekrutiert Personal über private Kontakte und Empfehlungen. Stellenanzeigen in Tageszeitungen oder in Jobportalen nutzen etwa 40 Prozent (S. 24). Maßnahmen, wie flexible Arbeitszeiten und Incentives für die Mitarbeiter, sollen dabei helfen, die Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern (S. 29).

Dass Start-ups auf Wachstumskurs sind, zeigt auch das große Interesse an Kooperationspartnern. Knapp drei Viertel haben bereits solche Partner. **Die beliebtesten sind etablierte Unternehmen** (51%, S. 36). Wichtigste Gründe für Kooperationen sind die Erschließung neuer Märkte, Vertriebskanäle und Kundengruppen (jeweils 36%, S. 37). **Vor allem Start-ups, die bereits Kooperationspartner haben, wünschen sich weitere Partner** (S. 39).

Management Summary

Wirtschaftsmotor Start-ups

Start-up-Unternehmen sehen ihre Kompetenzen vor allem in den Bereichen Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb. Ihre Kompetenz im Bereich IT bewerten acht von zehn mit (sehr) gut (S. 41). Auch der Bereich IT-Sicherheit schneidet gut ab: Mehr als drei Viertel der Start-up-Chefs bewerten diese mindestens mit der Note gut (S. 33). **Allerdings kommen in den Unternehmen IT-Sicherheitsmaßnahmen überraschend verhalten zum Einsatz.** So setzen z. B. nur 36 Prozent der Start-ups eine bedarfsgerechte Security Awareness und Schulungsmaßnahmen zur Informationssicherheit ein und nur 31 Prozent kümmern sich laufend um eine Modernisierung der IT-Landschaft. In IT-Sicherheitsmaßnahmen will knapp ein Drittel der Firmen-Chefs investieren (S. 34).

Dabei gehört das Thema Digitalisierung für Start-ups bereits zum Geschäftsalltag: **Digitalisierung spielt hauptsächlich in der Kundenkommunikation (56%) und bei internen Abläufen und Prozessen eine sehr große Rolle (53%, S. 31).** Die Bereiche Finanzen, Verkauf und Einkauf sind dabei am stärksten betroffen (S. 32).

Trotz aller Stolpersteine, die es bei der Gründung eines Unternehmens zu überwinden gibt, stehen die Chancen für eine erfolgreiche Entwicklung in Deutschland gut. **Die Start-up-Unternehmer blicken mit Optimismus in dieses Jahr.** 76 Prozent erwarten für 2016 ein Umsatzwachstum (S. 43).

Ergebnisse

3

Hauptmotive zur Gründung eines Start-ups

Überzeugende Geschäftsidee, eigene Ideen verwirklichen und der Glaube an Erfolg und Wachstum.

Motivation zur Unternehmensgründung



Frage 1: Was hat Sie motiviert, das Unternehmen zu gründen bzw. in die Geschäftsführung einzusteigen? Inwieweit treffen die folgenden Gründe auf Sie zu? Trifft das voll und ganz zu (1), eher zu (2), eher nicht zu (3) oder überhaupt nicht zu (4)?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Trifft voll und ganz zu)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Leidenschaft und Begeisterung waren in der Vorjahresbefragung das Hauptmotiv.

Motivation zur Unternehmensgründung

Top: Trifft voll und ganz zu Basis	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
	400	93	307	267
Die Geschäftsidee überzeugt mich	64%	59%	65%	81%
Der Wunsch, meine eigene Geschäftsidee zu verwirklichen	63%	65%	63%	73%
Der Glaube an den Erfolg und das Wachstumspotenzial	63%	60%	64%	75%
Selbst Verantwortung für den Unternehmenserfolg zu haben	61%	59%	62%	67%
Leidenschaft, Begeisterung für die Sache	61%	58%	62%	83%
Möglichkeit, meine eigenen Interessen einzubringen und umzusetzen	60%	58%	61%	68%
Das Gefühl, eigener Chef zu sein	54%	49%	56%	48%
Der Wunsch nach einem Neustart	35%	31%	36%	37%
Die Absicht, es möglichst lukrativ an einen großen Konzern zu verkaufen.	23%	17%	24%	-

* Studie: Start-up-Unternehmen 2015. Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

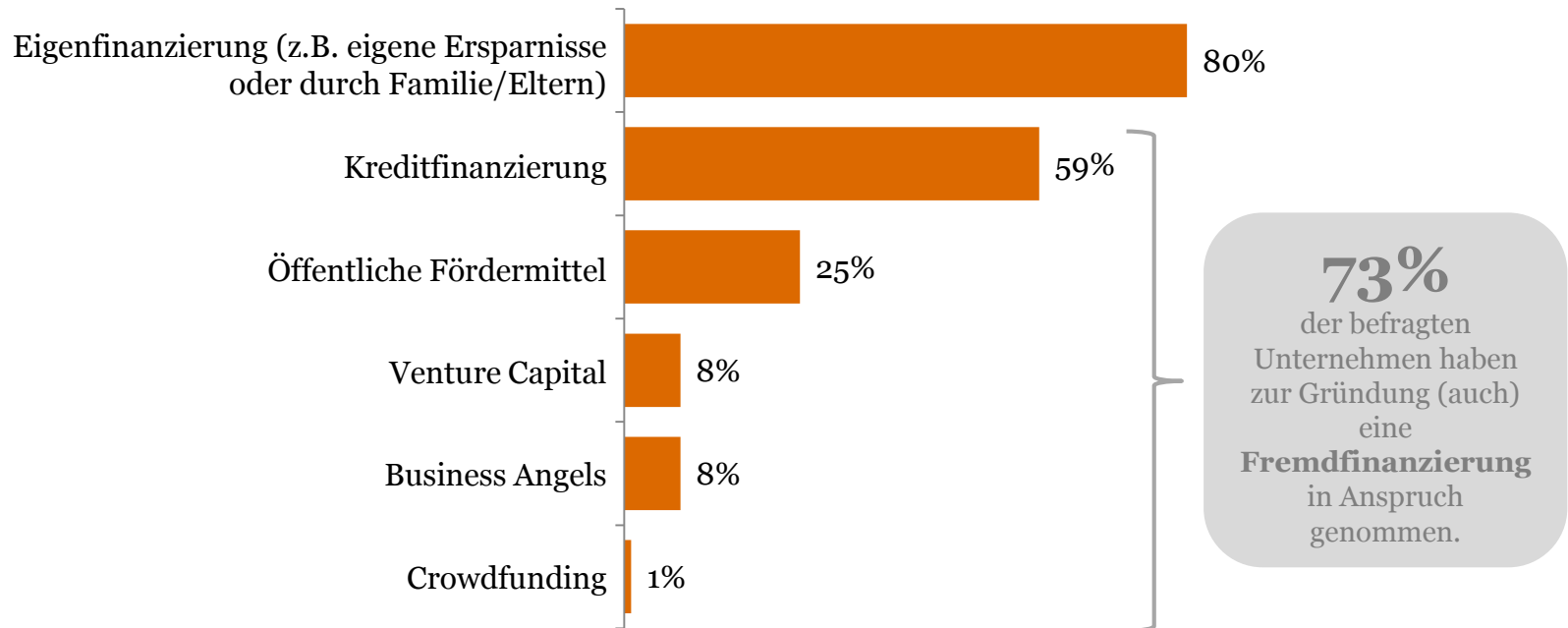
Frage 1: Was hat Sie motiviert, das Unternehmen zu gründen bzw. in die Geschäftsführung einzusteigen? Inwieweit treffen die folgenden Gründe auf Sie zu? Trifft das voll und ganz zu (1), eher zu (2), eher nicht zu (3) oder überhaupt nicht zu (4)?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Skalierte Abfrage, Darstellung: Trifft voll und ganz zu)

Eigenfinanzierung für die Gründung

Die meisten Firmenchefs finanzierten die Gründung auch mit eigenen finanziellen Mitteln.

Finanzierungsmöglichkeiten



Frage 2: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Firmengründung: Eine Finanzierung über Kredite ist im Vergleich zur Vorjahresbefragung deutlich beliebter.

Finanzierungsmöglichkeiten

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Eigenfinanzierung (z.B. eigene Ersparnisse oder durch Familie/Eltern)	80%	77%	81%	85%
Kreditfinanzierung	59%	60%	58%	30%
Öffentliche Fördermittel	25%	24%	25%	21%
Venture Capital	8%	10%	7%	5%
Business Angels	8%	2%	9%	4%
Crowdfunding	1%	3%	1%	1%
Sonstiges	0%	1%	0%	3%

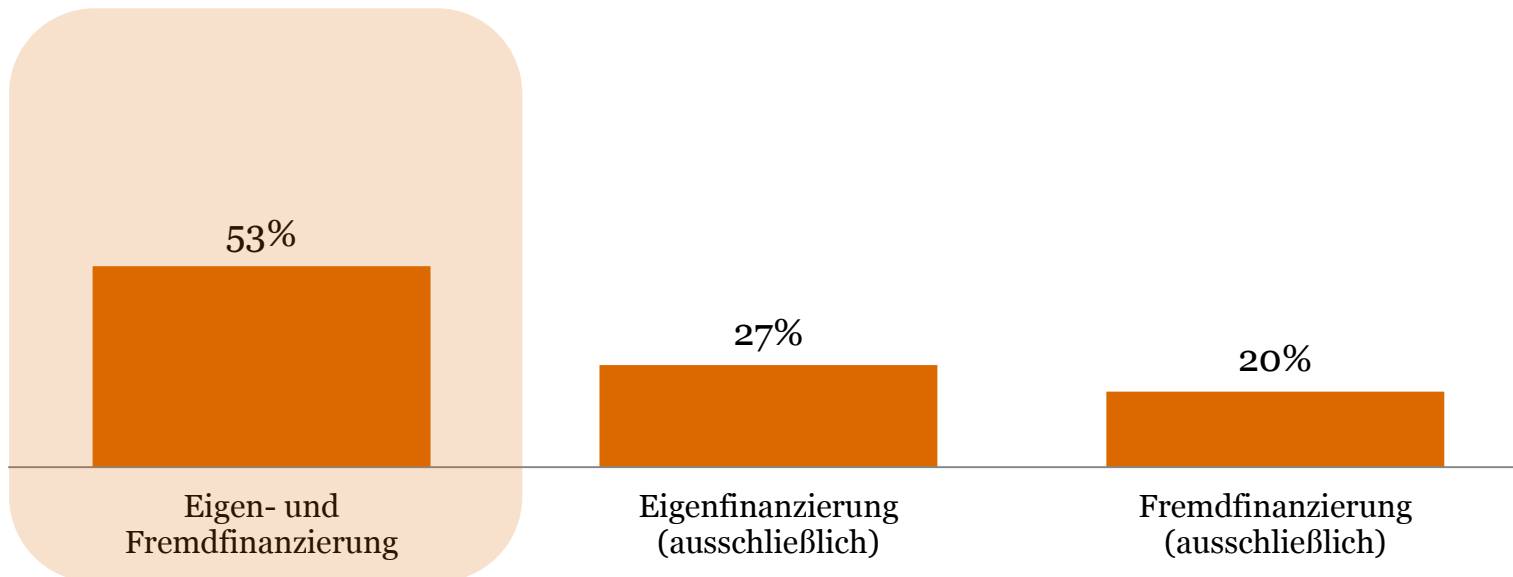
* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 2: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen?
 Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

Teilfinanzierung am beliebtesten

Mehr als die Hälfte der Firmenchefs nutzt für die Gründung sowohl eigenes als auch fremdes Geld.

Finanzierungsmöglichkeiten



Frage 2: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Berechnung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Teilfinanzierung ist im Vergleich zur Vorjahresbefragung deutlich beliebter für die Gründung.

Finanzierungsmöglichkeiten

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Eigen- und Fremdfinanzierung	53%	49%	54%	33%
Eigenfinanzierung (ausschließlich)	27%	28%	27%	52%
Fremdfinanzierung (ausschließlich)	20%	23%	19%	15%

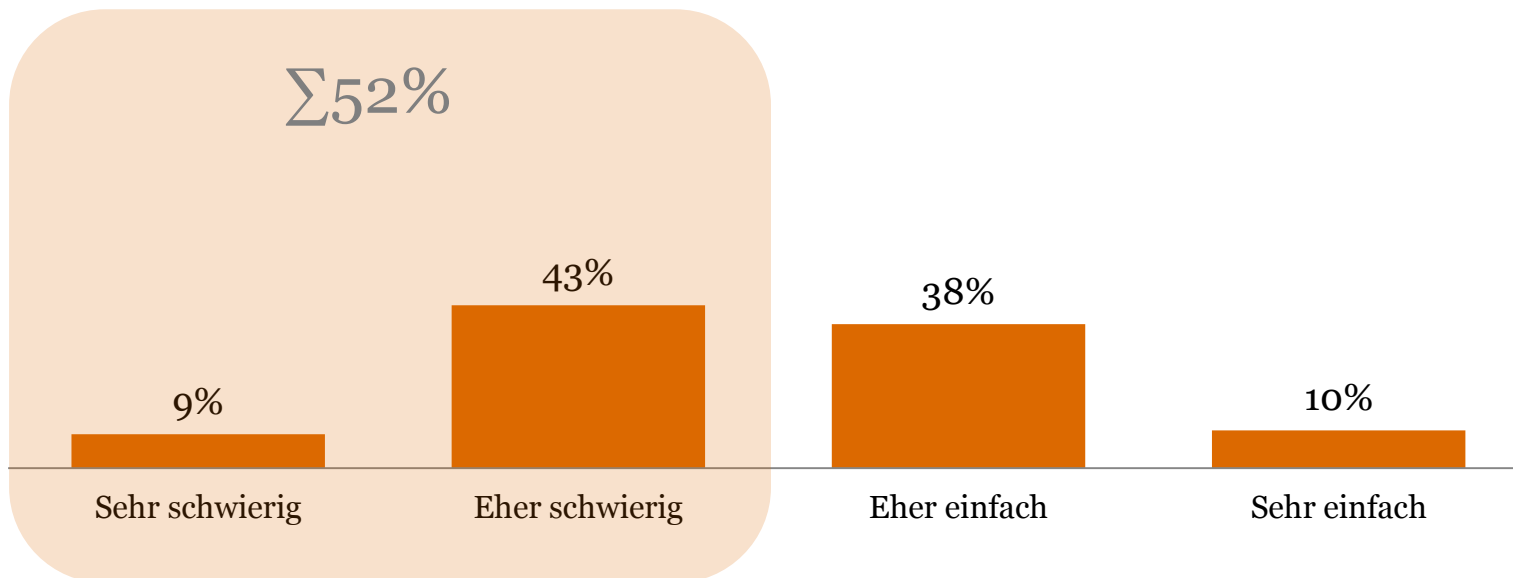
* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 2: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen?
 Basis: Alle Befragten, N = 400 (Berechnung)

Kapitalgeber nicht leicht zu überzeugen

Jeder zweite Unternehmensgründer hatte Schwierigkeiten, Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen.

Überzeugung von Kapitalgebern



Frage 3: Wie schwierig war es, Ihre Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen?
Basis: Alle Befragten mit Fremdfinanzierung, N = 292 (Einfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Die Überzeugung von Kapitalgebern wird im Vergleich zur Vorjahresbefragung als deutlich schwieriger bewertet.

Finanzierungsmöglichkeiten

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	292	67	225	128
Sehr schwierig	9%	10%	9%	5%
Eher schwierig	43%	49%	42%	25%
Eher einfach	38%	33%	39%	49%
Sehr einfach	10%	7%	10%	20%
Sehr schwierig + Eher schwierig	52%	60%	51%	30%

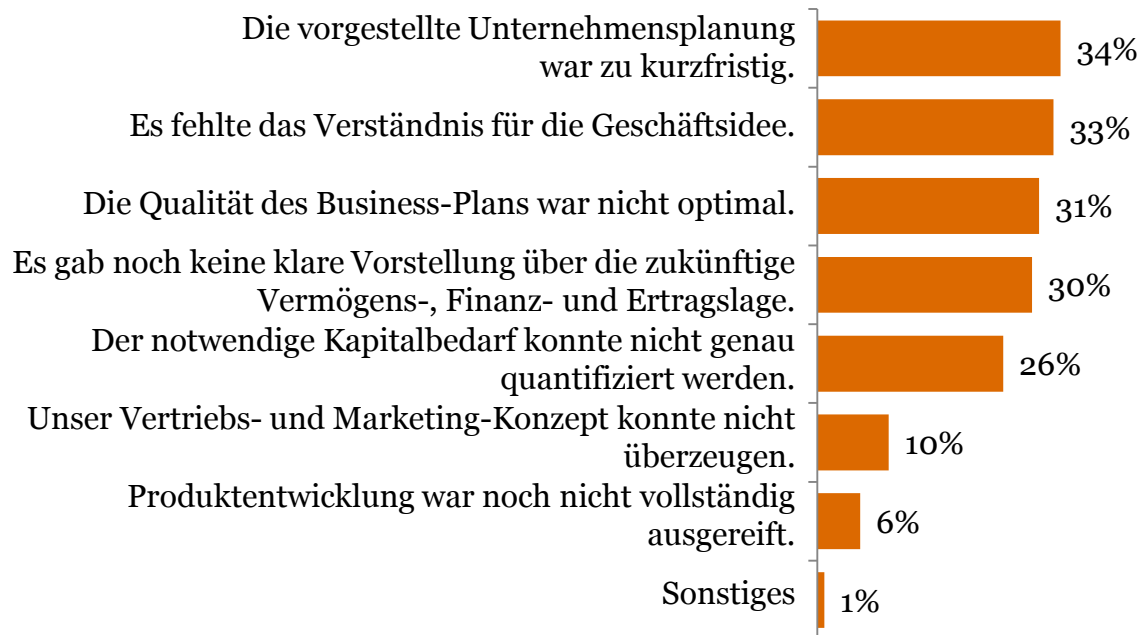
* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 3: Wie schwierig war es, Ihre Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen?
Basis: Alle Befragten mit Fremdfinanzierung, N = 292 (Einfachnennung)

Top-Bremser auf der Suche nach Kapital

Vor allem zu kurzfristige Pläne und fehlendes Verständnis für die Geschäftsidee lassen Kapitalgeber zögern.

Auslöser der Schwierigkeiten



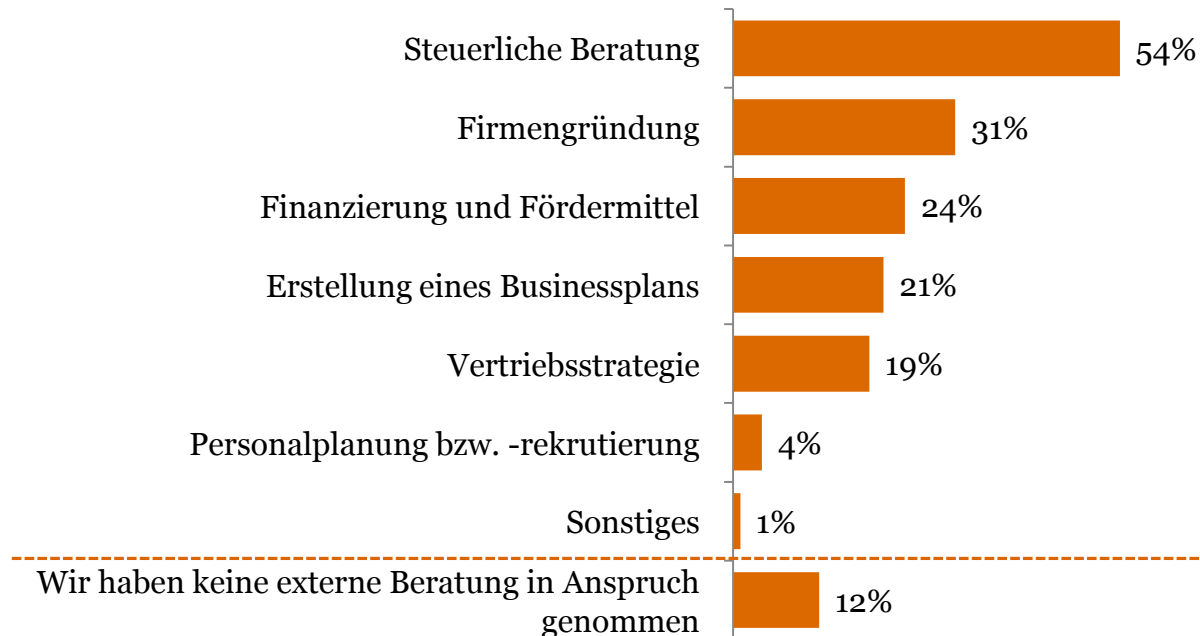
Frage 4: Was hat die Schwierigkeiten ausgelöst?

Basis: Befragte, die Schwierigkeiten hatten, Kapitalgeber zu überzeugen, N = 154 (Mehrfachnennung)

Beratung im Gründungsprozess

Am häufigsten nahmen die Unternehmensgründer eine steuerliche Beratung in Anspruch.

Externe Beratung



88%

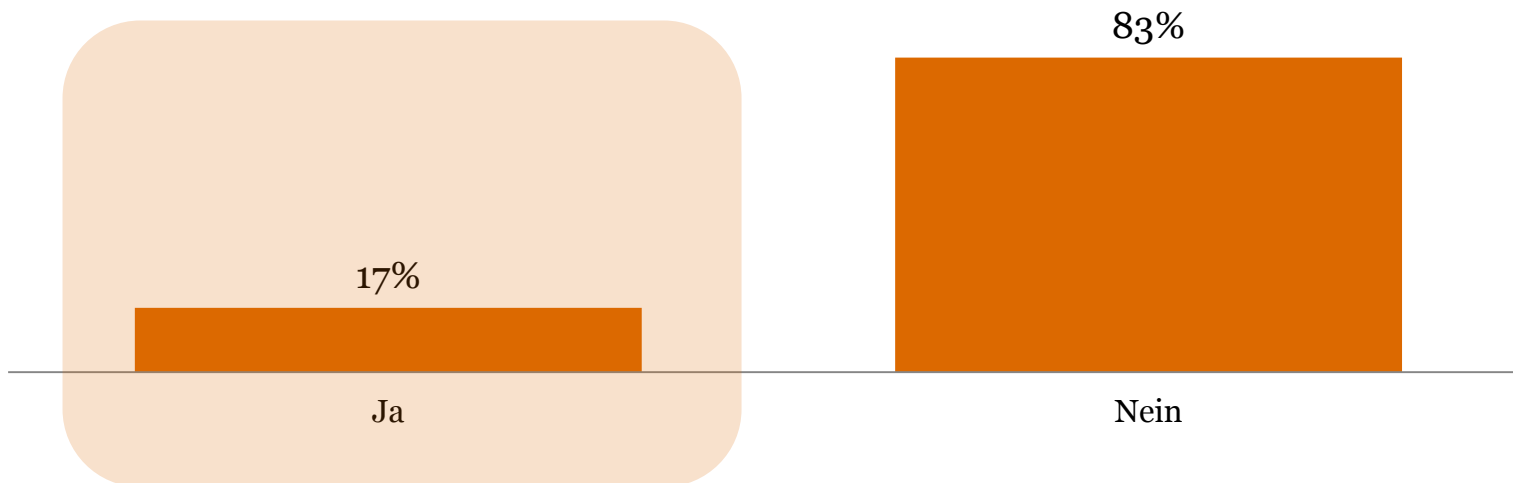
der befragten Unternehmen haben externe Beratung in Anspruch genommen.

Frage 5: Wofür haben Sie bzw. die Unternehmensgründer für den Gründungsprozess externe Beratung in Anspruch genommen? Für die...
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

Wenn das Gründungskapital nicht reicht

Knapp ein Fünftel der Start-up-Chefs plant in den nächsten 12 Monaten eine Folgefinanzierung.

Planung einer Folgefinanzierung



Frage 6: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Folgefinanzierung?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

In Vorjahresbefragung plante ein Viertel der Firmenchefs eine Folgefinanzierung, aktuell ist es nur ein Fünftel.

Planung einer Folgefinanzierung

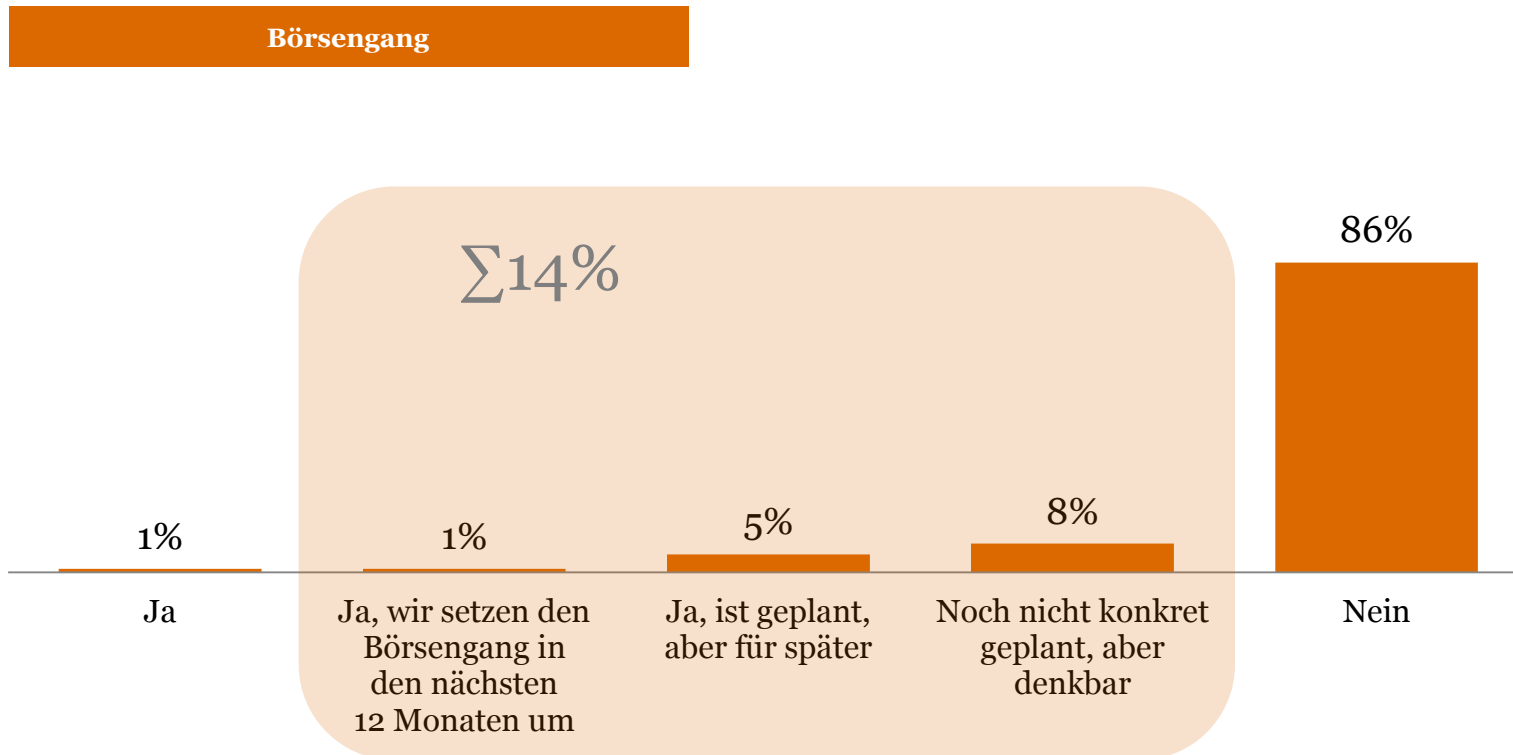
	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Ja	17%	17%	17%	25%
Nein	83%	83%	83%	75%

* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 6: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Folgefinanzierung?
 Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Börsengang für Start-ups eher kein Thema

14 Prozent der Start-up-Unternehmen planen einen Börsengang oder denken darüber nach.

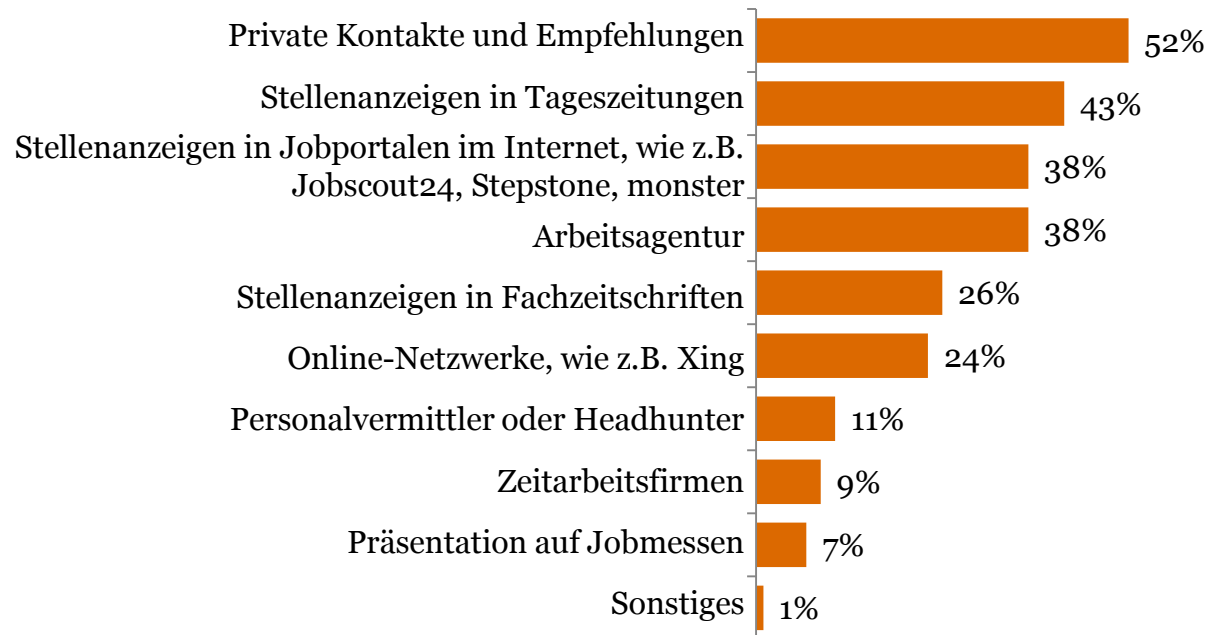


Frage 7: Ist Ihr Unternehmen an der Börse oder plant einen Börsengang?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Top-Maßnahme bei der Mitarbeitersuche

Mehr als die Hälfte der Unternehmensgründer rekrutiert Personal über private Kontakte und Empfehlungen.

Maßnahmen zur Mitarbeiterrekrutierung



Frage 8: Kommen wir nun zum Thema Personal. Welche Maßnahmen nutzen Sie für die Rekrutierung Ihrer Mitarbeiter?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Die Mitarbeitersuche über private Kontakte und Empfehlungen bleibt Top-Maßnahme.

Maßnahmen zur Mitarbeiterrekrutierung

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Private Kontakte und Empfehlungen	52%	52%	51%	74%
Stellenanzeigen in Tageszeitungen	43%	41%	43%	18%
Stellenanzeigen in Jobportalen im Internet*	38%	31%	40%	36%
Arbeitsagentur	38%	42%	36%	33%
Stellenanzeigen in Fachzeitschriften	26%	25%	26%	5%
Online-Netzwerke, wie z.B. Xing	24%	25%	23%	26%
Personalvermittler oder Headhunter	11%	12%	10%	9%
Zeitarbeitsfirmen	9%	11%	8%	9%
Präsentation auf Jobmessen	7%	5%	7%	3%
Sonstiges	1%	0%	1%	5%

* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

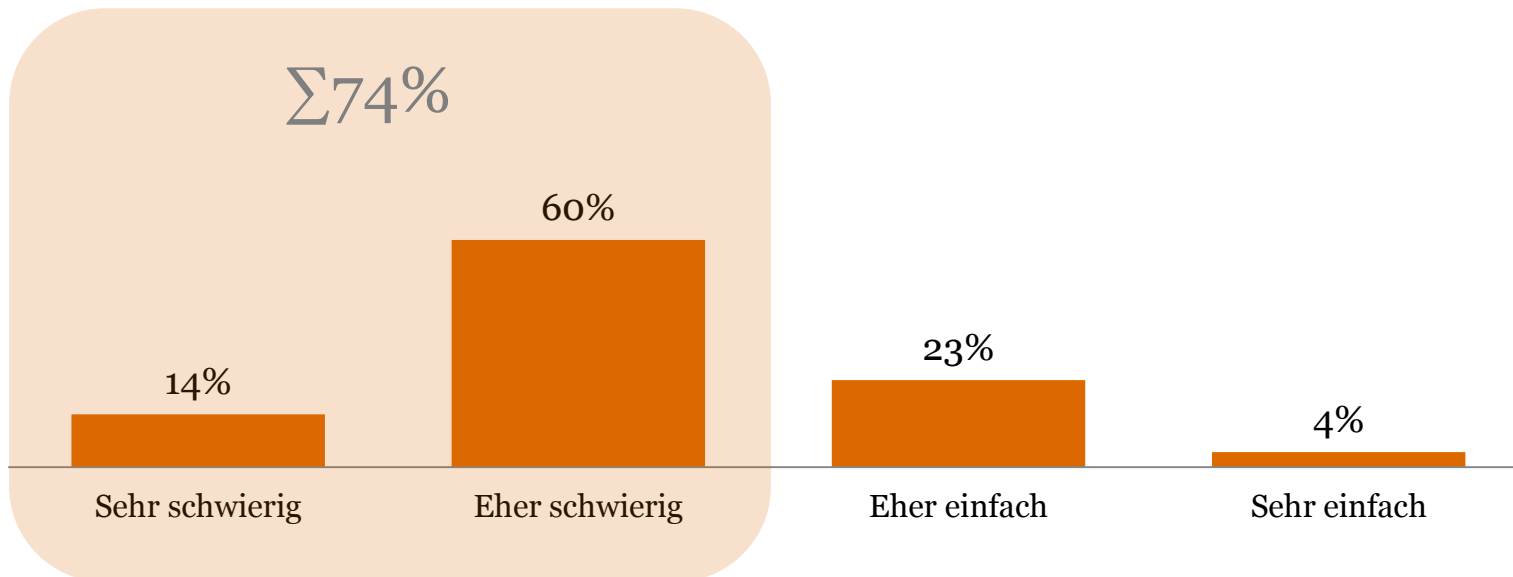
Frage 8: Kommen wir nun zum Thema Personal. Welche Maßnahmen nutzen Sie für die Rekrutierung Ihrer Mitarbeiter?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung) *wie z.B. Jobscout24, Stepstone, monster

Schwierige Mitarbeitersuche

Knapp drei Viertel der Start-up-Chefs bestätigen, dass es schwierig ist, die richtigen Mitarbeiter zu finden.

Finden der richtigen Mitarbeiter



Frage 9: Wie schwierig ist es, für Ihr Unternehmen die richtigen Mitarbeiter zu finden?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Die richtigen Mitarbeiter zu finden, bleibt für Start-up-Unternehmen schwierig.

Finden der richtigen Mitarbeiter

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Sehr schwierig	14%	16%	13%	27%
Eher schwierig	60%	54%	62%	46%
Eher einfach	23%	24%	23%	17%
Sehr einfach	4%	6%	3%	10%
Sehr schwierig + Eher schwierig	74%	70%	75%	73%

* Studie: Start-up-Unternehmen 2015

Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

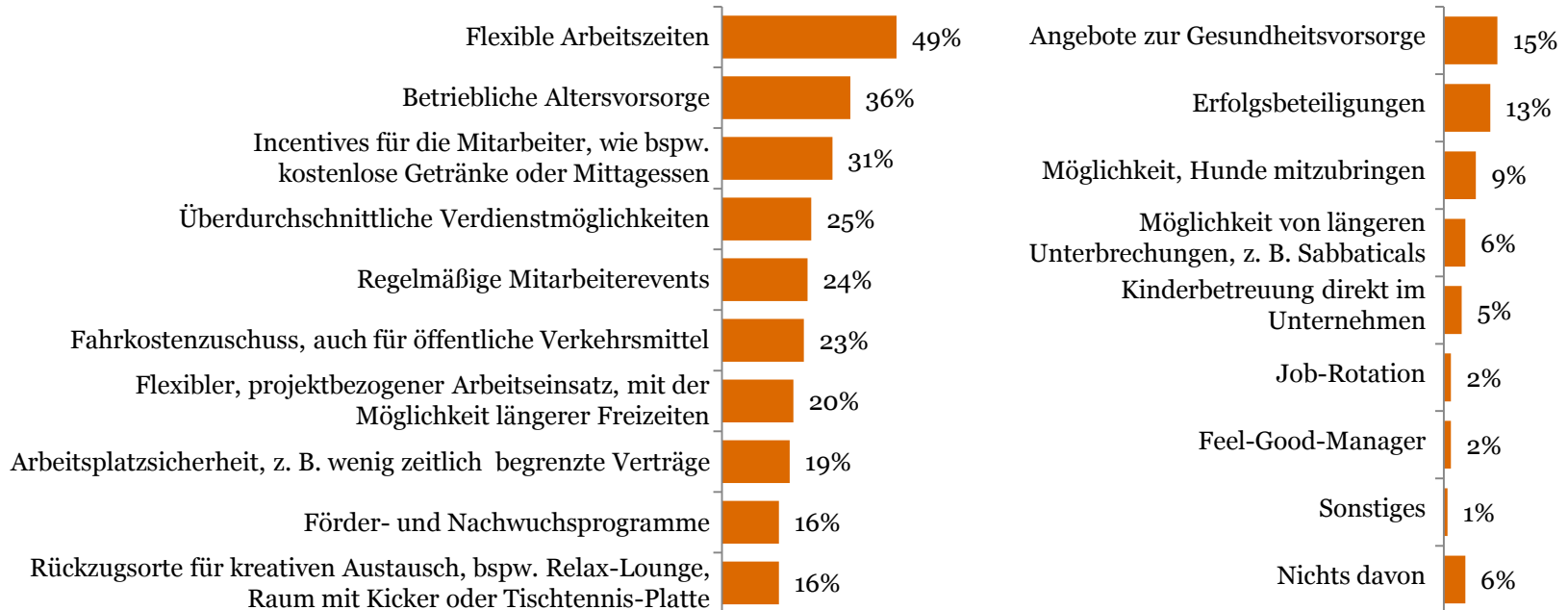
Frage 9: Wie schwierig ist es, für Ihr Unternehmen die richtigen Mitarbeiter zu finden?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Top-3-Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung

Flexible Arbeitszeiten, betriebliche Altersvorsorge und Incentives für die Mitarbeiter.

Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung



Frage 10: Welche Maßnahmen setzen Sie zur Mitarbeiterbindung ein?

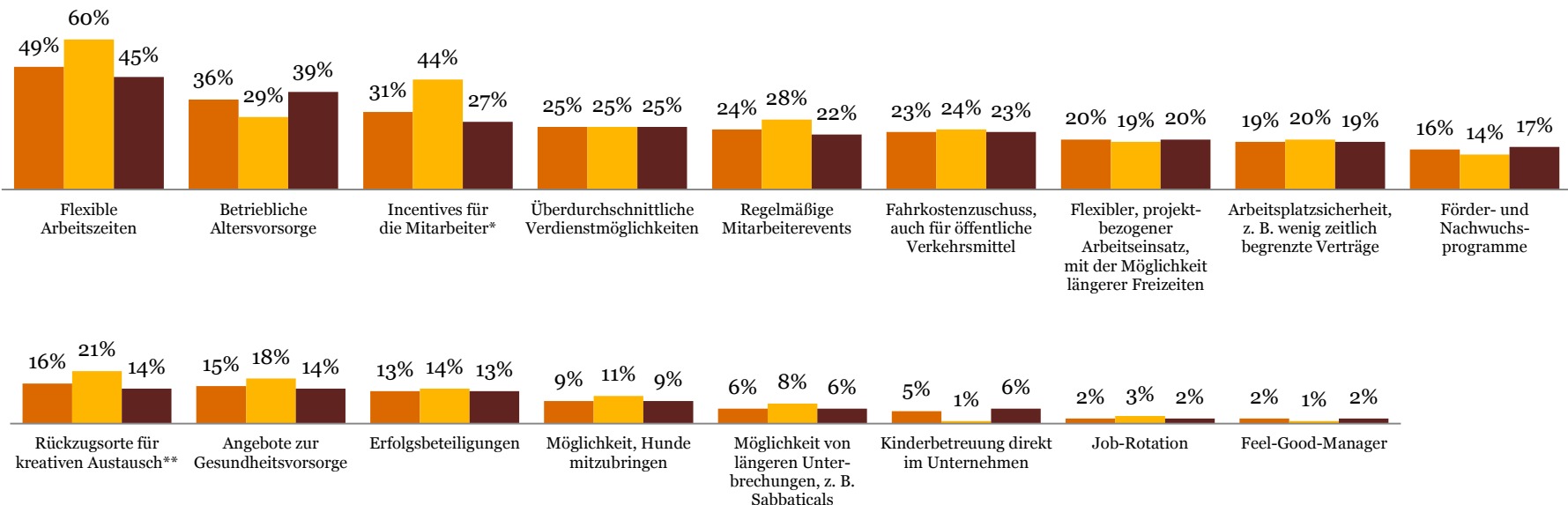
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

Maßnahmen vs. Erfolg bei der Mitarbeitersuche

Vor allem Maßnahmen wie flexible Arbeitszeiten und Incentives für die Mitarbeiter können Start-ups helfen, Mitarbeiter zu finden.

Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung

■ Gesamt, N = 400 ■ Mitarbeiter finden ist einfach, N = 106 ■ Mitarbeiter finden ist schwierig, N = 294



Frage 10: Welche Maßnahmen setzen Sie zur Mitarbeiterbindung ein? / Frage 9: Wie schwierig ist es, für Ihr Unternehmen die richtigen Mitarbeiter zu finden?

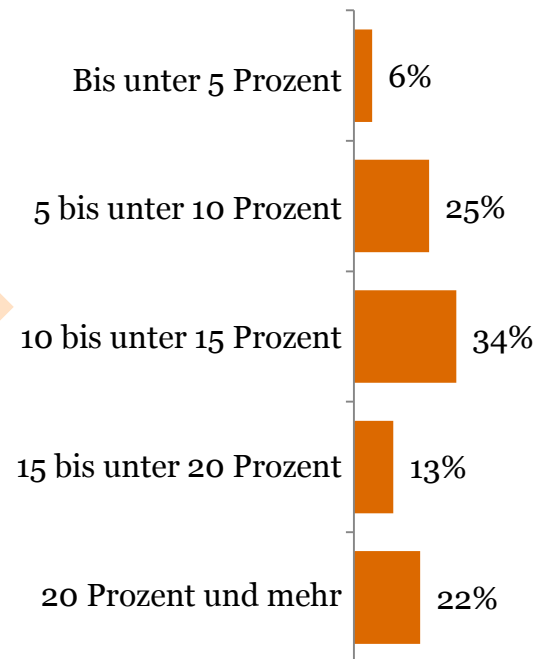
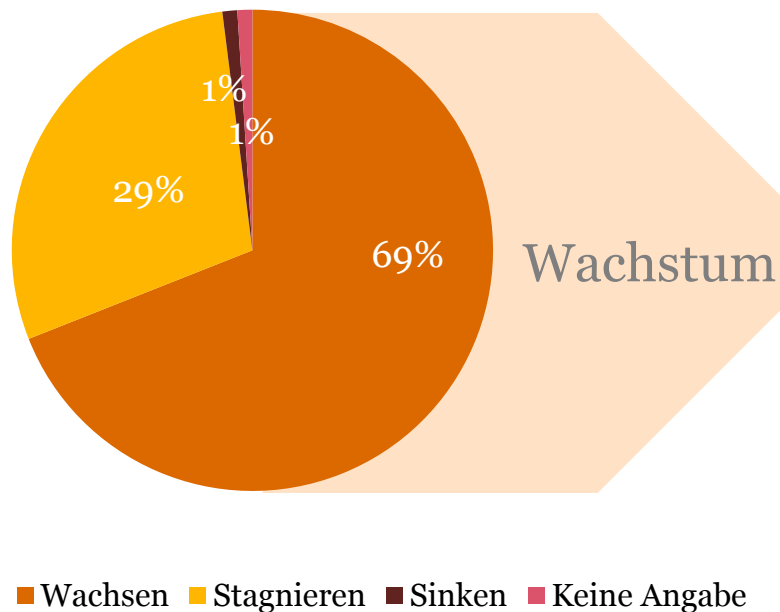
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennung)

*wie bspw. kostenlose Getränke oder Mittagessen, **bspw. Relax-Lounge, Raum mit Kicker oder Tischtennisplatte

Start-ups auf Wachstumskurs

Sieben von zehn Firmenchefs geben an, dass die Anzahl der Mitarbeiter in den nächsten 12 Monaten steigen wird.

Entwicklung Anzahl der Mitarbeiter



Geplantes
Wachstum
Ø13%

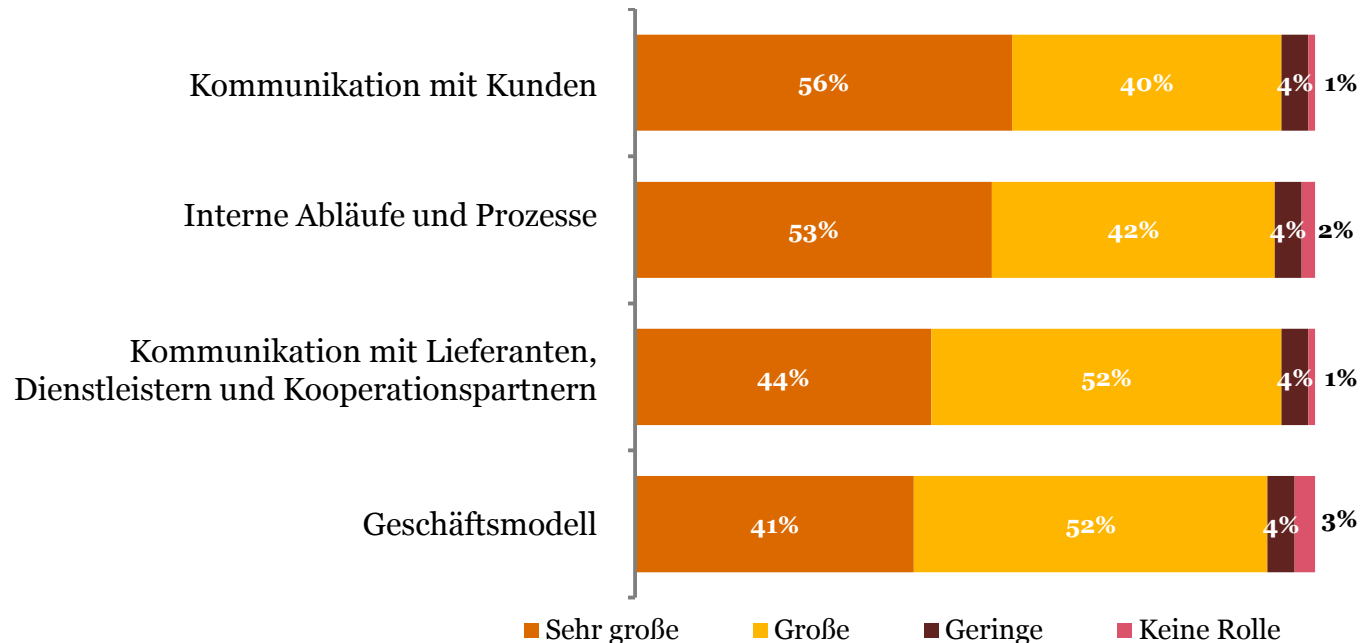
Frage 11: Wird die Anzahl Ihrer Mitarbeiter in den nächsten 12 Monaten...
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Um wie viel Prozent wird die Anzahl steigen? (Offene Nennung)
Basis: Alle Befragten, deren Mitarbeiteranzahl steigen wird, N = 276

Digitalisierung – für Start-ups Alltag

Digitalisierung spielt hauptsächlich in der Kundenkommunikation sowie bei internen Abläufen und Prozessen eine sehr große Rolle.

Rolle der Digitalisierung



Frage 12: Welche Rolle spielt die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen in den folgenden Bereichen?

Spielt Digitalisierung eine sehr große, eine große, eine geringe oder keine Rolle?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Sehr große)

Start-up-Unternehmen 2016 - Deutschland

PwC

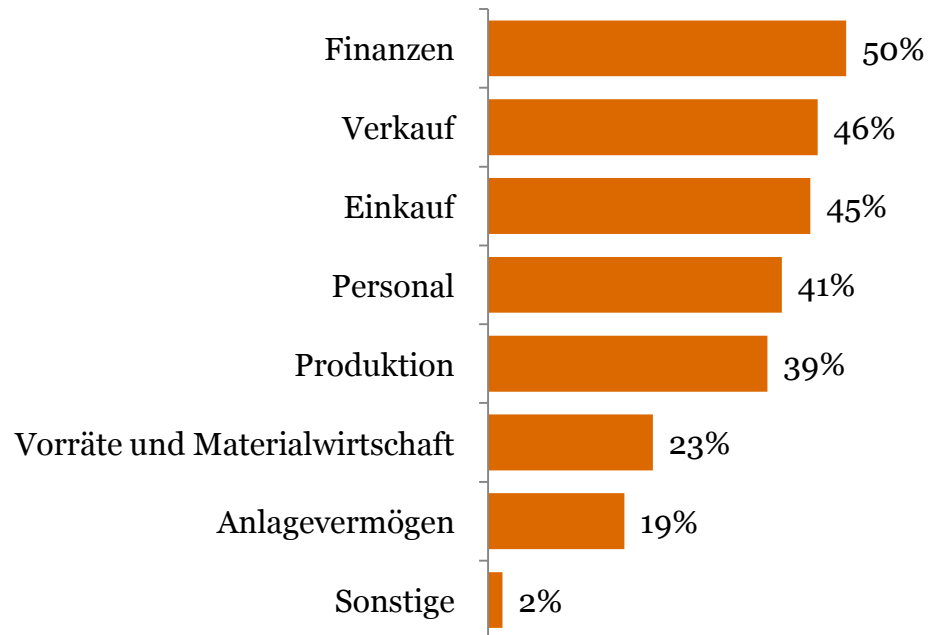
Mai 2016

31

Digitalisierung in Start-up-Unternehmen

Finanzen, Verkauf und Einkauf sind in erster Linie von der Digitalisierung betroffen.

Betroffene Unternehmensbereiche



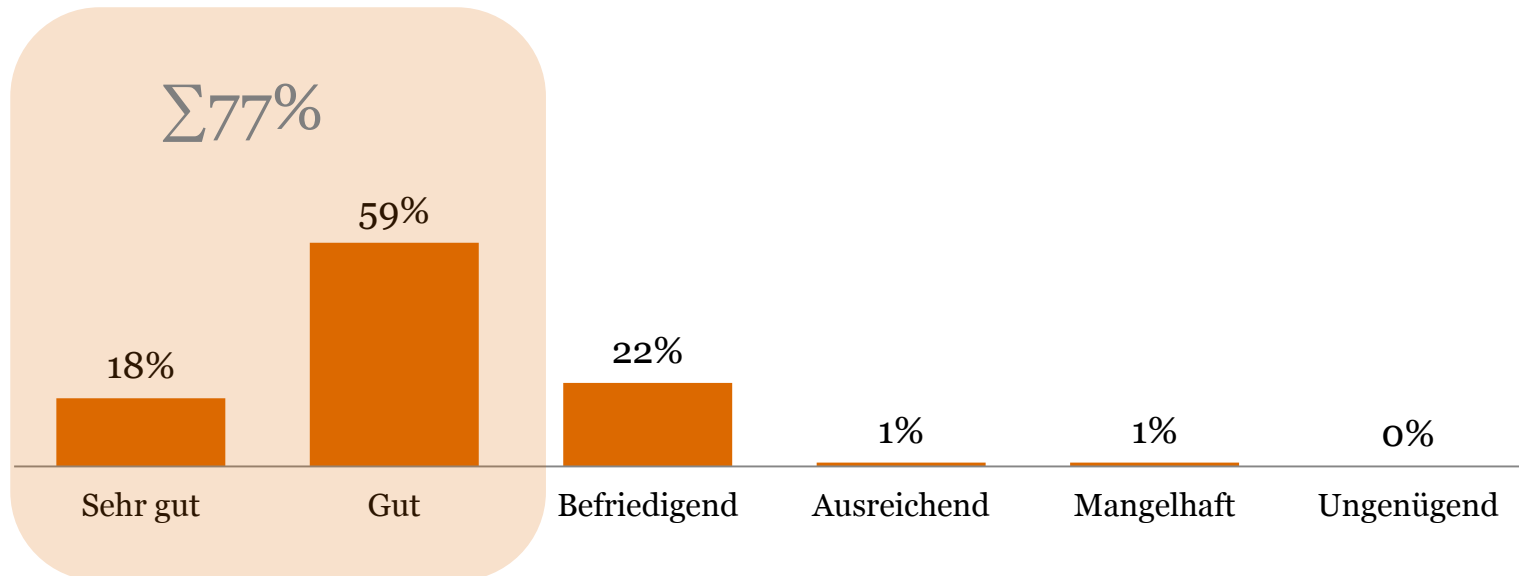
Frage 13: Welche Ihrer Unternehmensbereiche sind hinsichtlich Digitalisierung am stärksten betroffen?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Gute Noten für die IT-Sicherheit in Start-ups

Mehr als drei Viertel der Start-up-Chefs bewerten ihre IT-Sicherheit mindestens mit der Note gut.

Bewertung IT-Sicherheit



Notendurchschnitt 2,1

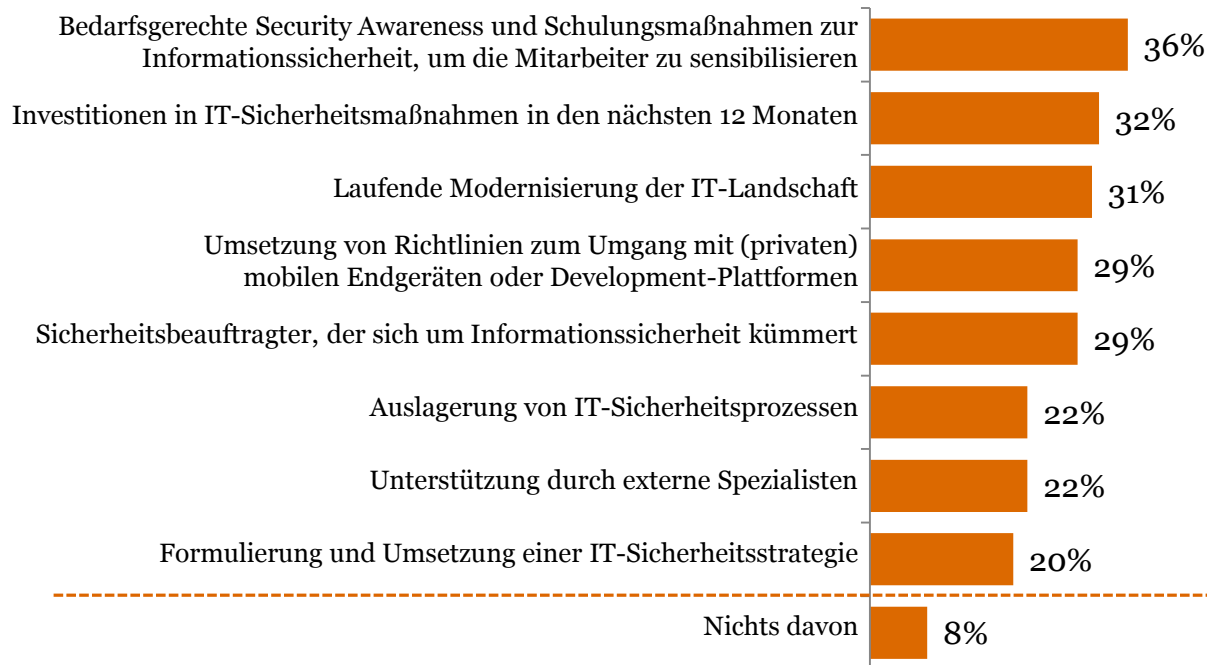
Frage 14: Mit der zunehmenden Digitalisierung steigt auch das Risiko von Cyber Crime. Wie gut ist Ihr Unternehmen alles in allem im Bereich IT-Sicherheit aufgestellt? Bitte geben Sie eine Bewertung nach Schulnoten ab.

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Einsatz von IT-Sicherheits-Maßnahmen verhalten

Top-Maßnahmen: Security Awareness und Schulungsmaßnahmen zur Informationssicherheit.

Maßnahmen für die IT-Sicherheit



92%
der befragten
Start-ups sind
in puncto
IT-Sicherheit aktiv.

Frage 15: Was tut Ihr Unternehmen derzeit für die IT-Sicherheit?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Einsatz Maßnahmen vs. Bewertung IT-Sicherheit

Start-ups, die ihre IT-Sicherheit mit (sehr) gut bewerten, setzen fast alle Maßnahmen etwas häufiger ein.

Maßnahmen für die IT-Sicherheit

	Bewertung der IT-Sicherheit			
	Total	Sehr gut + Gut	Befriedigend + Ausreichend	Mangelhaft + Ungenügend
Basis	400	306	92	2
Bedarfsgerechte Security Awareness und Schulungsmaßnahmen zur Informationssicherheit, um die Mitarbeiter zu sensibilisieren	36%	43%	12%	0%
Investitionen in IT-Sicherheitsmaßnahmen in den nächsten 12 Monaten	32%	36%	17%	0%
Laufende Modernisierung der IT-Landschaft	31%	34%	18%	0%
Umsetzung von Richtlinien zum Umgang mit (privaten) mobilen Endgeräten oder Development-Plattformen	29%	32%	21%	0%
Sicherheitsbeauftragter, der sich um Informationssicherheit kümmert	29%	31%	22%	0%
Auslagerung von IT-Sicherheitsprozessen	22%	18%	34%	0%
Unterstützung durch externe Spezialisten	22%	25%	12%	0%
Formulierung und Umsetzung einer IT-Sicherheitsstrategie	20%	22%	15%	0%
Nichts davon	8%	4%	20%	100%

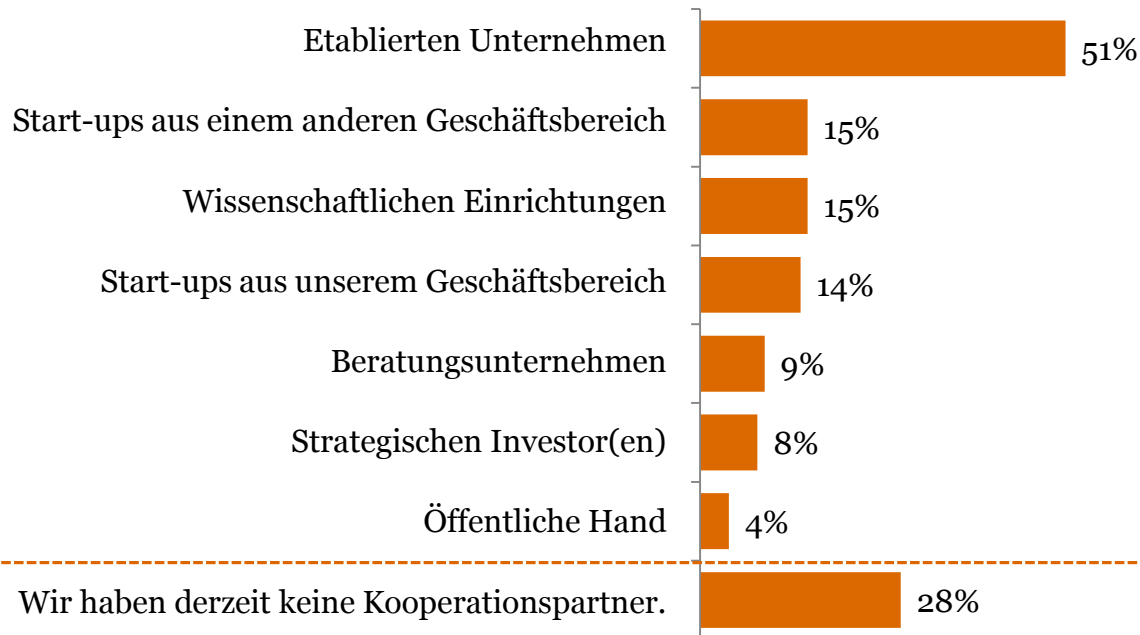
Frage 15: Was tut Ihr Unternehmen derzeit für die IT-Sicherheit?

Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Kooperationspartner gefragt

Beliebteste Kooperationspartner bei Start-ups sind etablierte Unternehmen.

Kooperationspartner



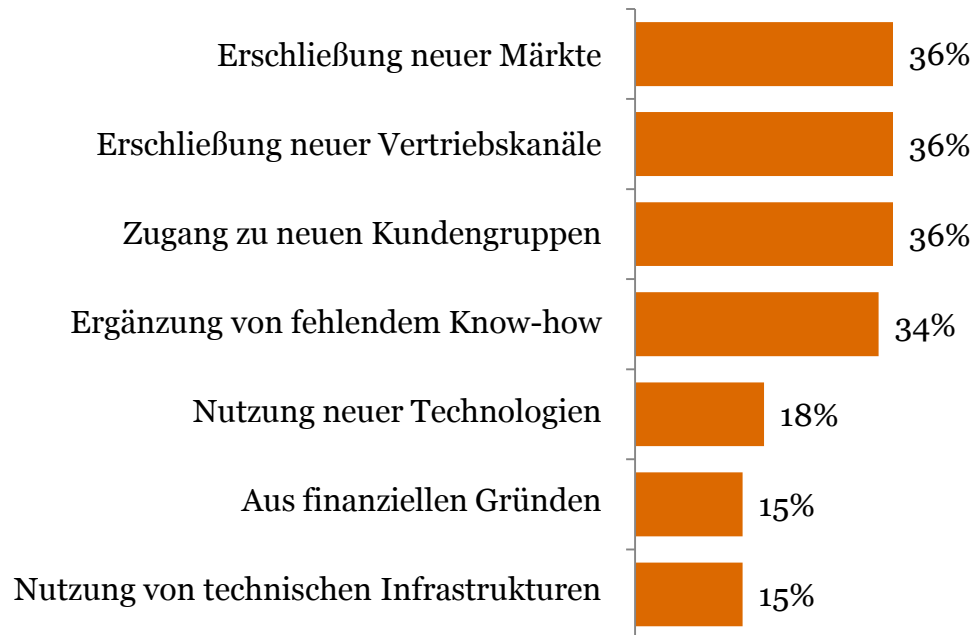
72%
der befragten
Start-ups haben
Kooperationspartner.

Frage 16: Mit welchen Kooperationspartnern arbeitet Ihr Unternehmen derzeit zusammen? Mit einem oder mehreren ...
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Wichtigste Gründe für Kooperationen

Erschließung neuer Märkte und Vertriebskanäle sowie Zugang zu neuen Kundengruppen.

Gründe für Kooperationen

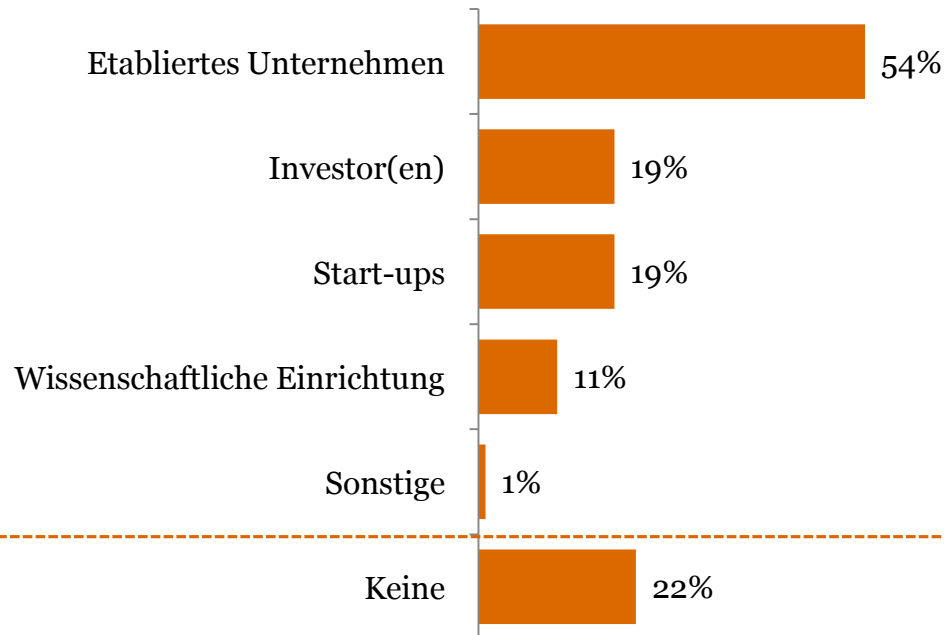


Frage 17: Aus welchen Gründen sind Sie Kooperationen eingegangen?
Basis: Befragte, mit Kooperationspartnern, N = 289 (Mehrfachnennungen)

Zusätzliche Kooperationspartner gewünscht

Etablierte Unternehmen stehen bei Start-up-Chefs oben auf der Wunschliste.

Wunsch-Kooperationspartner



78%
der befragten
Start-ups wünschen
sich (zusätzliche)
Kooperationspartner.

Frage 18: Und welche (zusätzlichen) Kooperationspartner wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Bisherige vs. Wunsch-Kooperationspartner

Vor allem Start-ups, die schon mit Kooperationspartnern arbeiten, wünschen sich zusätzlich etablierte Unternehmen.

Wunsch-Kooperationspartner

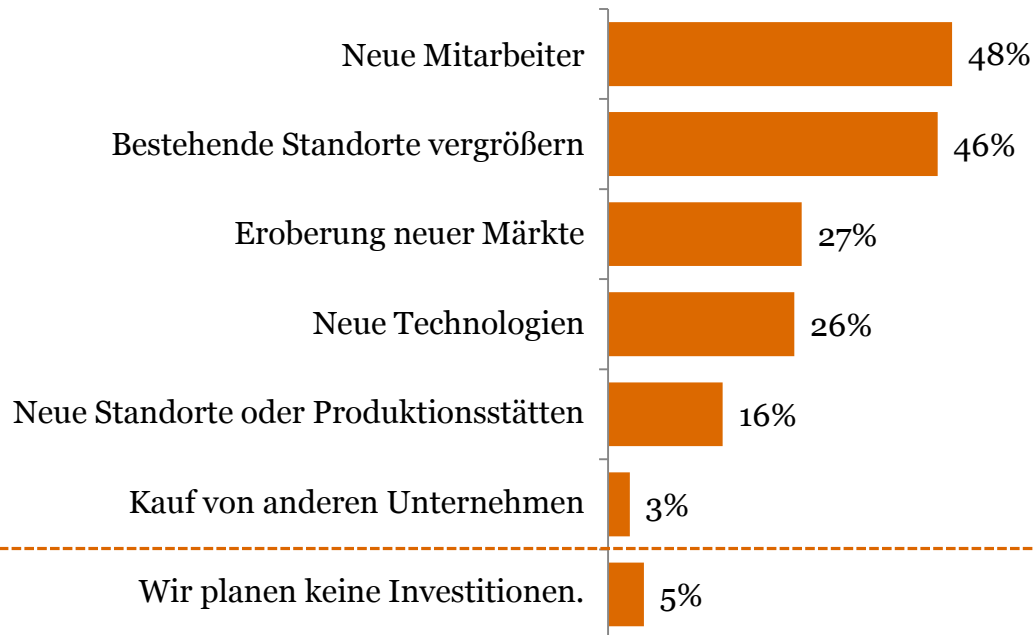
	Kooperationspartner		
	Total	Vorhanden	Keine
Basis	400	289	111
Etabliertes Unternehmen	54%	64%	28%
Investor(en)	19%	16%	26%
Start-ups	19%	22%	8%
Wissenschaftliche Einrichtung	11%	12%	8%
Sonstige	1%	0%	2%
Keine	22%	15%	41%

Frage 18: Und welche (zusätzlichen) Kooperationspartner wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Fast alle Start-ups planen Investitionen

Rund die Hälfte der Firmenchefs plant Investitionen in neue Mitarbeiter und in die Vergrößerung bestehender Standorte.

Geplante Investitionen



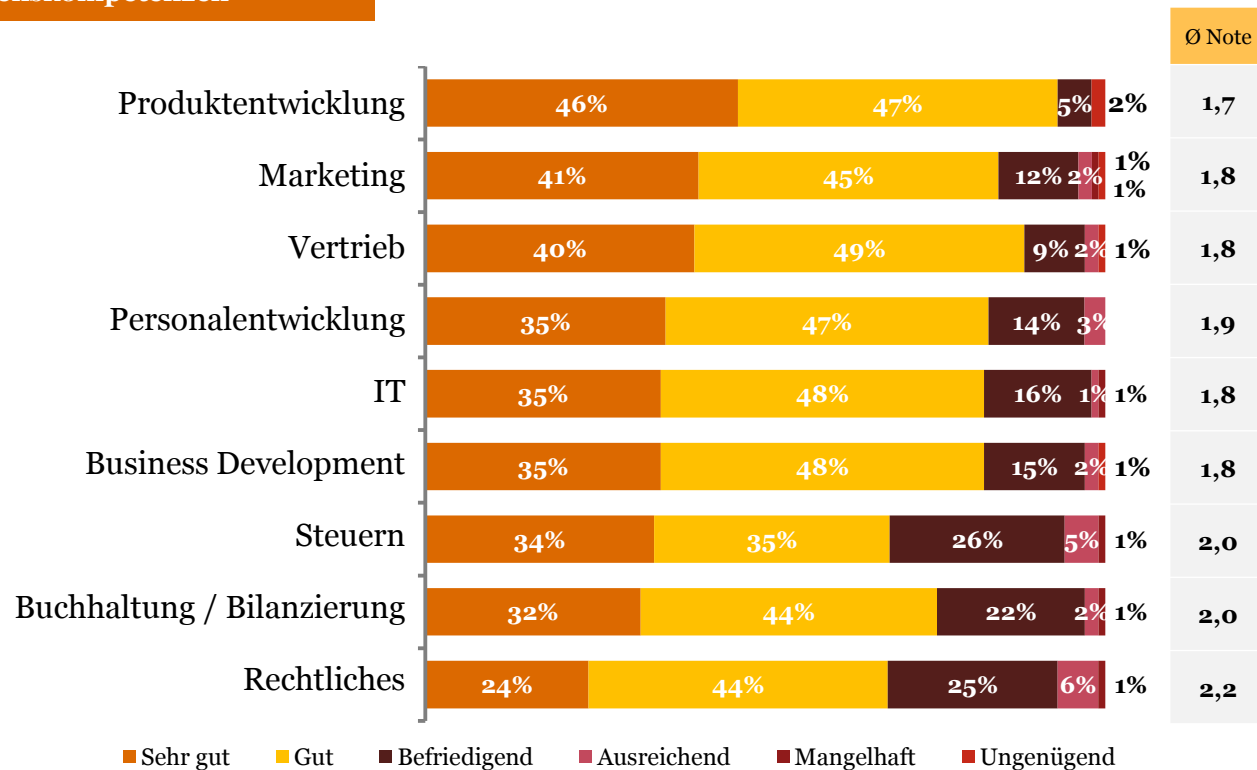
95%
der befragten
Start-ups planen
Investitionen in den
nächsten
12 Monaten.

Frage 19: In welchen Bereichen planen Sie, in den nächsten 12 Monaten zu investieren?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Mehrfachnennungen)

Unternehmenskompetenzen mit guter Bewertung

Die befragten Start-up-Unternehmen sehen ihre Kompetenzen vor allem in den Bereichen Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb.

Unternehmenskompetenzen



Frage 20: Bitte bewerten Sie die Kompetenzen in Ihrem Unternehmen für die folgenden Bereiche anhand einer Schulnote von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Sehr gut)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Kompetenzen im Bereich Personalentwicklung deutlich besser bewertet als in der Vorjahresbefragung.

Unternehmenskompetenzen

Notendurchschnitt	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Produktentwicklung	1,7	1,7	1,7	2,0
Business Development	1,8	1,9	1,8	2,2
IT	1,8	2,1	1,8	2,0
Marketing	1,8	1,8	1,8	2,3
Vertrieb	1,8	1,8	1,7	2,2
Personalentwicklung	1,9	2,1	1,8	2,5
Steuern	2,0	2,2	2,0	2,4
Buchhaltung / Bilanzierung	2,2	2,0	1,9	2,1
Rechtliches	2,2	2,4	2,1	2,6

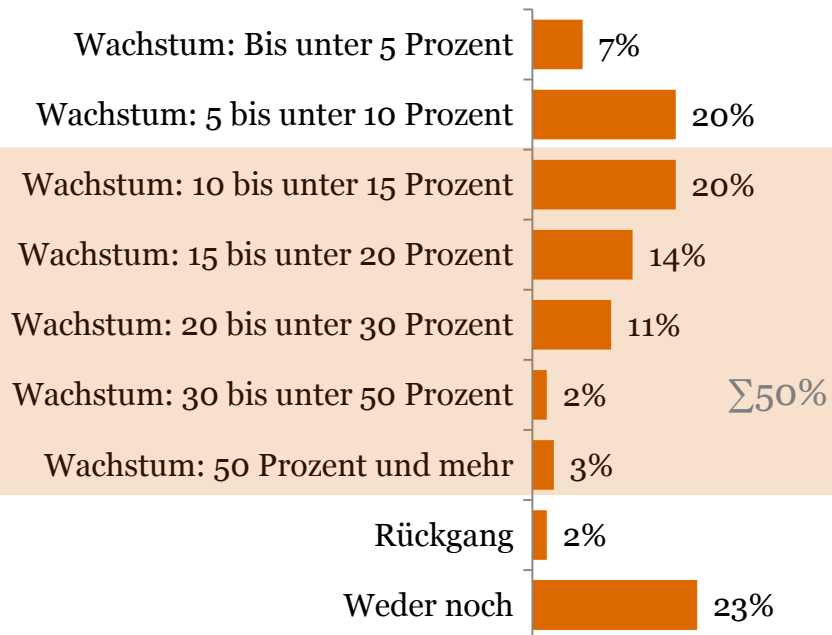
* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 20: Bitte bewerten Sie die Kompetenzen in Ihrem Unternehmen für die folgenden Bereiche anhand einer Schulnote von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.
 Basis: Alle Befragten, N = 400 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Sehr gut)

Umsatzwachstum erwartet

Jeder zweite Firmenchef geht von einem Umsatzwachstum von mindestens zehn Prozent aus.

Umsatzerwartung



76%
der befragten
Unternehmen erwarten
für 2016 ein
Umsatzwachstum.

Frage 21: Erwarten Sie für 2016 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? / Frage 22: Und wieviel Prozent Wachstum erwarten Sie für 2016?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

In der Vorjahresbefragung erwarteten deutlich mehr Firmenchefs ein Umsatzwachstum von 50 Prozent und mehr.

Umsatzerwartung

	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Wachstum: Bis unter 5 Prozent	7%	6%	7%	6%
Wachstum: 5 bis unter 10 Prozent	20%	23%	19%	10%
Wachstum: 10 bis unter 15 Prozent	20%	20%	19%	14%
Wachstum: 15 bis unter 20 Prozent	14%	10%	15%	8%
Wachstum: 20 bis unter 30 Prozent	11%	6%	12%	11%
Wachstum: 30 bis unter 50 Prozent	2%	2%	2%	8%
Wachstum: 50 Prozent und mehr	3%	1%	3%	19%
Rückgang	2%	4%	1%	3%
Weder noch	23%	27%	22%	21%

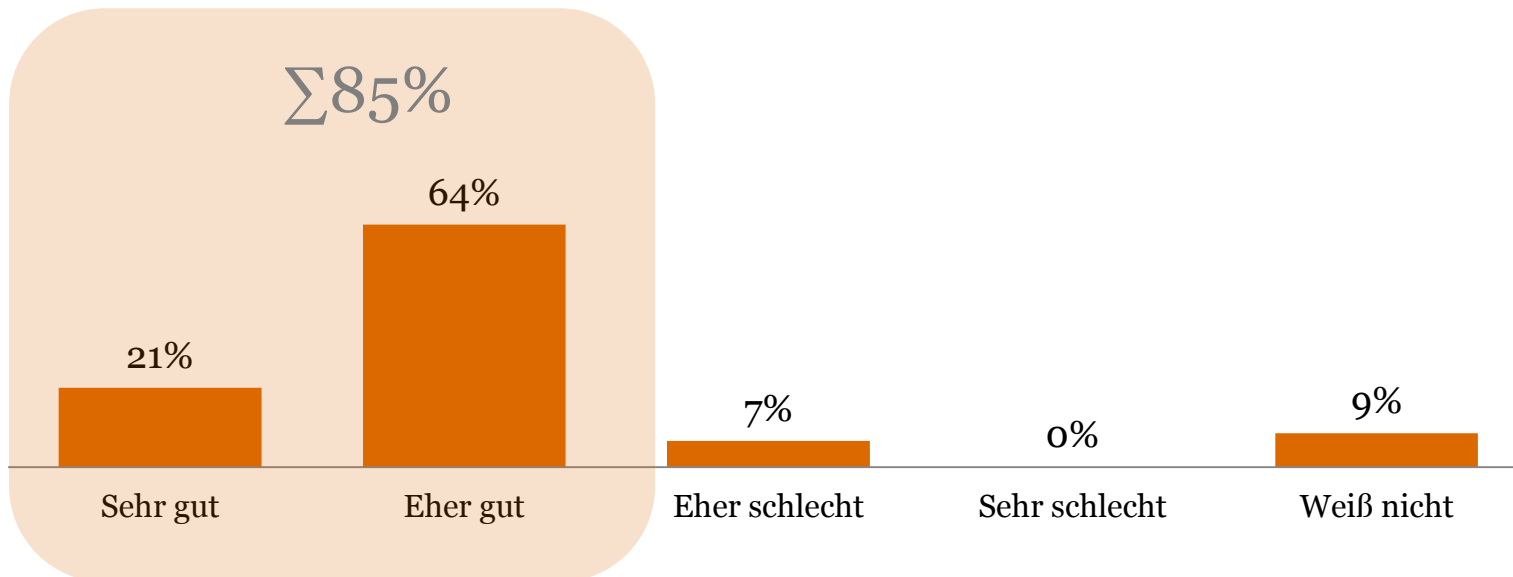
* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 21: Erwarten Sie für 2016 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? / Frage 22: Und wieviel Prozent Wachstum erwarten Sie für 2016?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Gründer zufrieden mit ihrem Standort

85 Prozent der Firmenchefs bewerten ihren Standort im Hinblick auf die Gründerfreundlichkeit mit sehr gut oder gut.

Standortbewertung



Frage 23: Wie bewerten Sie den Standort im Hinblick auf die Gründerfreundlichkeit für Ihr Unternehmen im Vergleich zu anderen Bundesländern?
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Start-up-Unternehmen 2015 vs. 2016

Firmenchefs bewerten die Gründerfreundlichkeit ihres Standortes deutlich besser als in der Vorjahresbefragung.

Standortbewertung

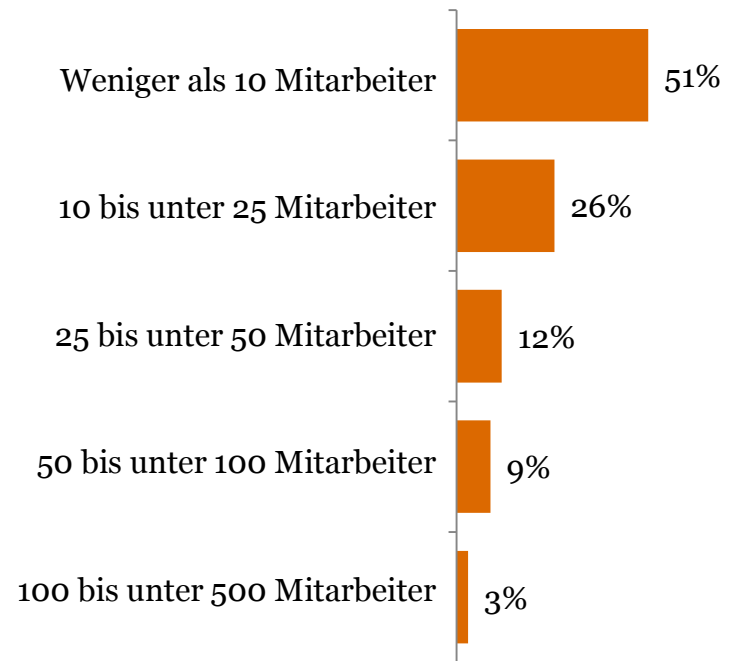
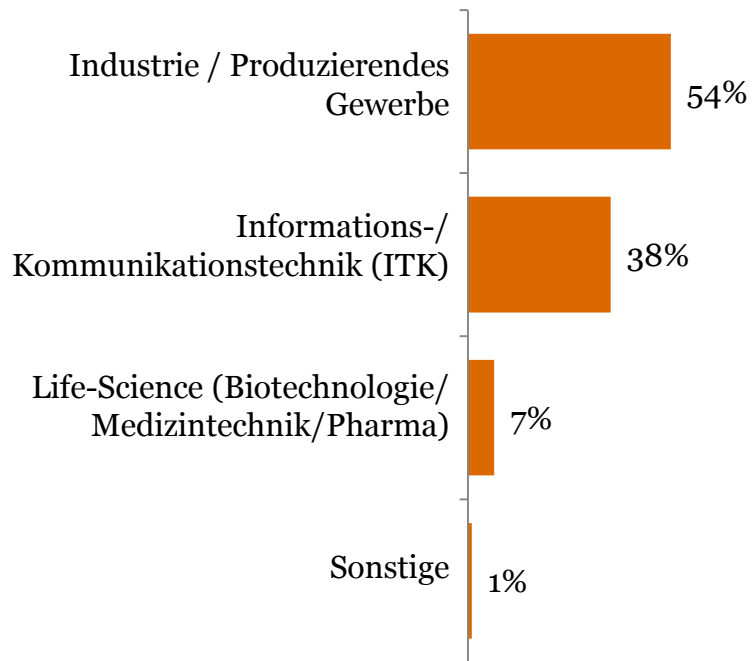
	Total	Unternehmensgründung		Zeitvergleich 2015*
		2006-2010	2011 oder später	Start-up-Unternehmen
Basis	400	93	307	267
Sehr gut + Eher gut	85%	82%	85%	58%
Eher schlecht + Sehr schlecht	7%	5%	7%	42%

* Studie: Start-up-Unternehmen 2015
 Dazu wurden im Februar bis April 2015, 267 Geschäftsführer aus Start-up-Unternehmen befragt, deren Unternehmensgründung nicht länger als fünf Jahre zurück lag.

Frage 23: Wie bewerten Sie den Standort im Hinblick auf die Gründerfreundlichkeit für Ihr Unternehmen im Vergleich zu anderen Bundesländern?
 Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Statistik

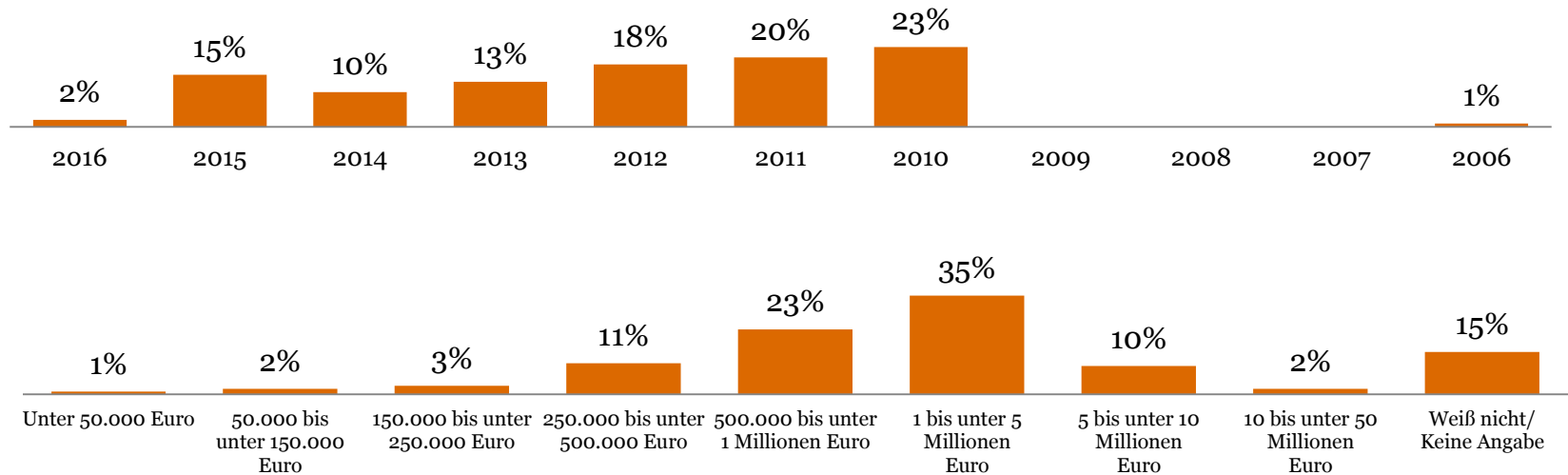
Branche / Unternehmensgröße



Statistik Branche / Unternehmensgröße
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Statistik

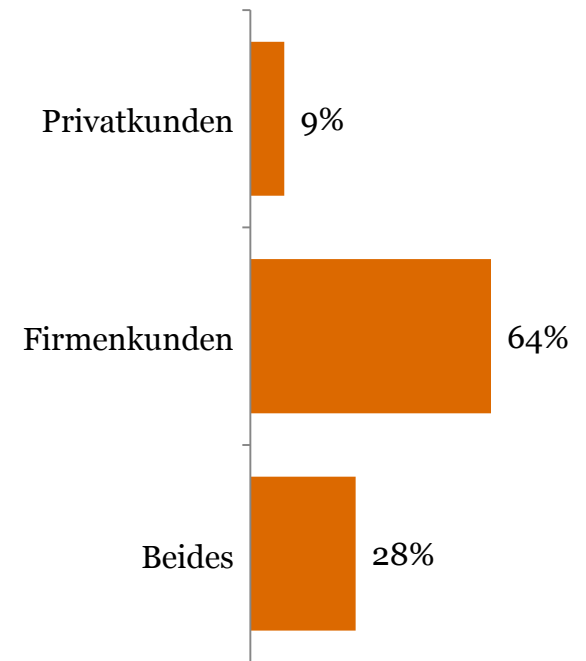
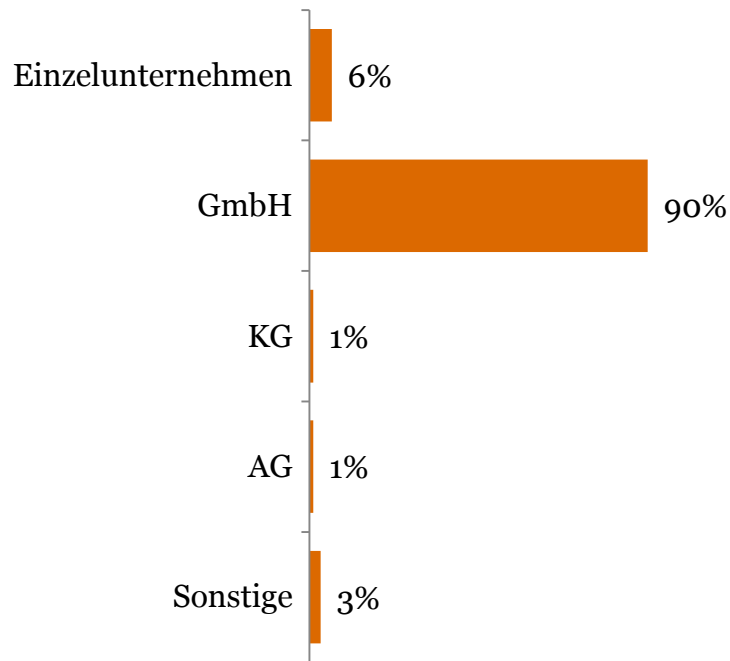
Gründungsjahr / Jahresumsatz



Statistik Gründungsjahr / Jahresumsatz
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Statistik

Rechtsform / Kunden



Statistik Rechtsform / Kunden
Basis: Alle Befragten, N = 400 (Einfachnennung)

Vielen Dank.