

www.pwc.de

Start-up-Unternehmen im Rheinland 2018



Start-up- Unternehmen im Rheinland 2018



Ergebnisse

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung



Rahmenbedingungen und Herausforderungen



Mitarbeiter



Finanzierung



Kooperationen



Entwicklung



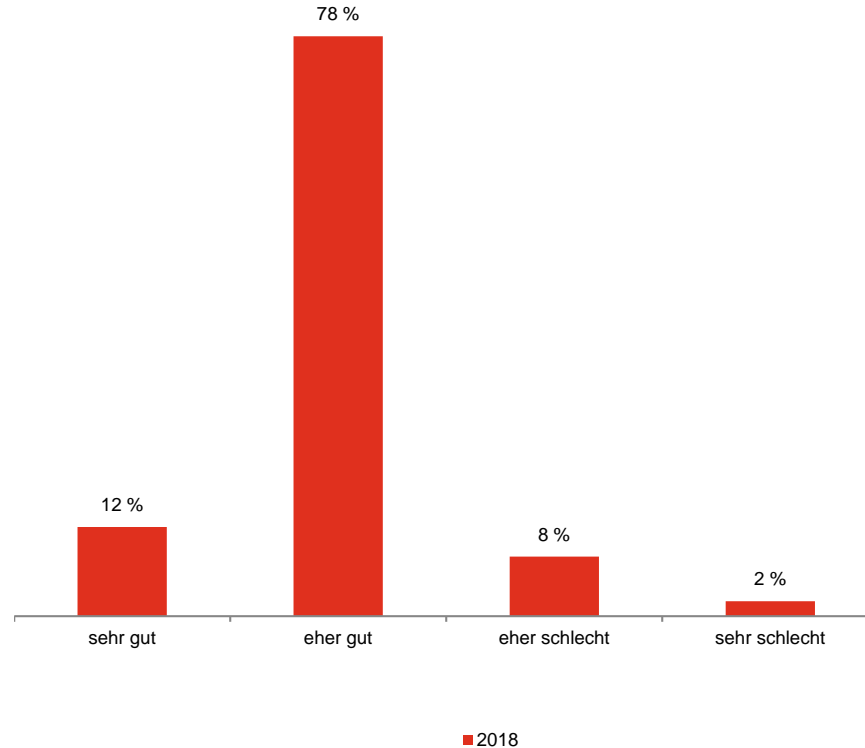
Über die Studie



Wie ist das regionale Start-up-Ökosystem?

Frage 1: Entscheidend für den Erfolg von Start-ups ist ein gut funktionierendes regionales Gründer-Ökosystem und gründerfreundliches Klima. Wie bewerten Sie ganz allgemein dieses Start-up-Ökosystem an Ihrem Standort? Basis: alle Befragten, N = 50 (Einfachnennung)

Neun von zehn Start-ups sind mit dem Gründerklima im Rheinland zufrieden.



**sehr/eher
gut:**
90 %



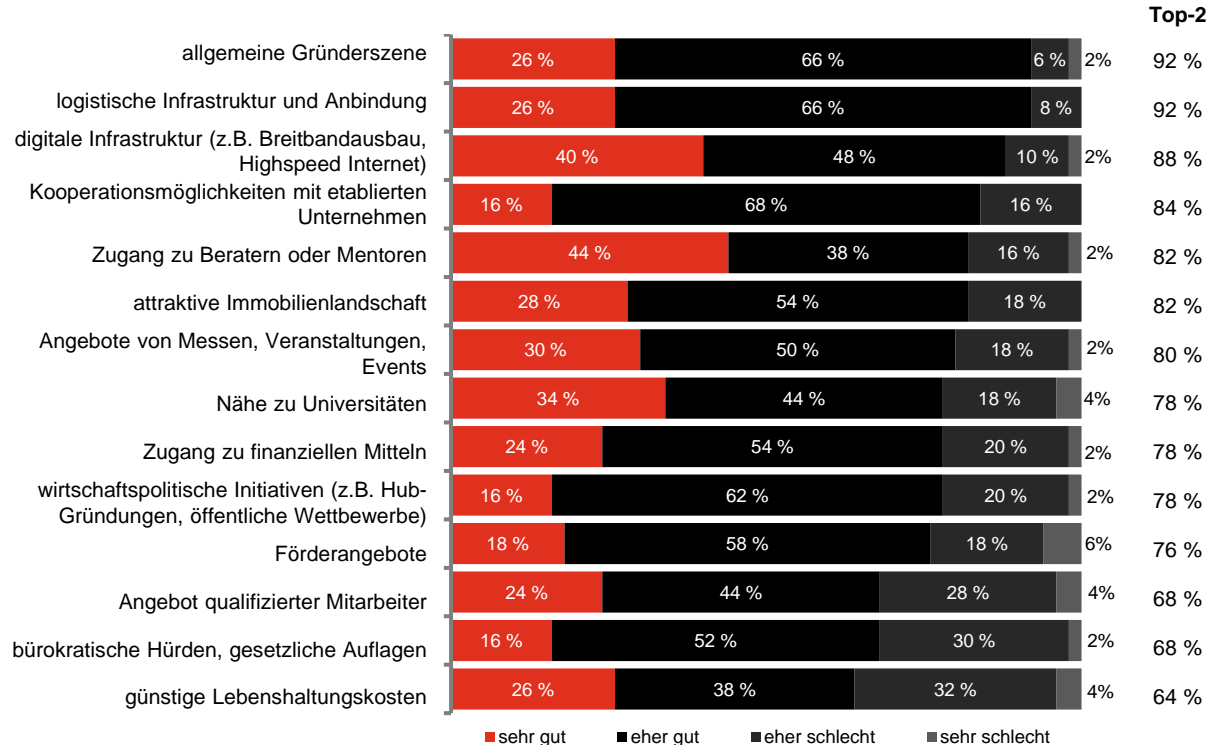
**eher/sehr
schlecht:**
10 %

Wie wird das lokale Start-up-Ökosystem beurteilt?

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

Mehr als ein Drittel der Start-ups beurteilt die Lebenshaltungskosten im Rheinland als schlecht.

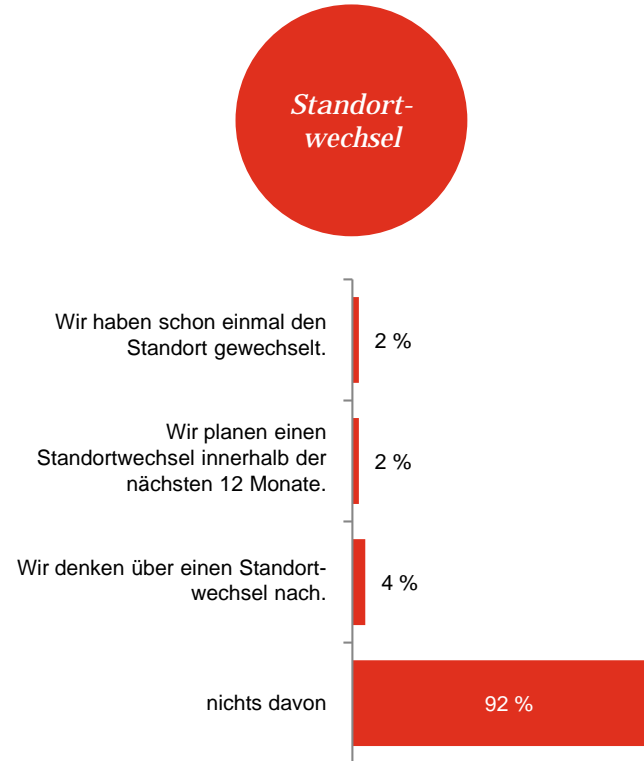
Frage 2: Und wie bewerten Sie das Start-up-Ökosystem für Ihr Unternehmen an Ihrem Standort im Hinblick auf die folgenden Kriterien? Basis: alle Befragten, N = 50 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top2: sehr gut + eher gut)



Ist ein Standortwechsel geplant?

Frage 3: Jetzt ein paar Fragen zur Verlegung des Standorts in eine andere Stadt. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu? Basis: alle Befragten, N = 50 (Mehrfachnennung)

Nur wenige Start-ups erwägen einen Standortwechsel.

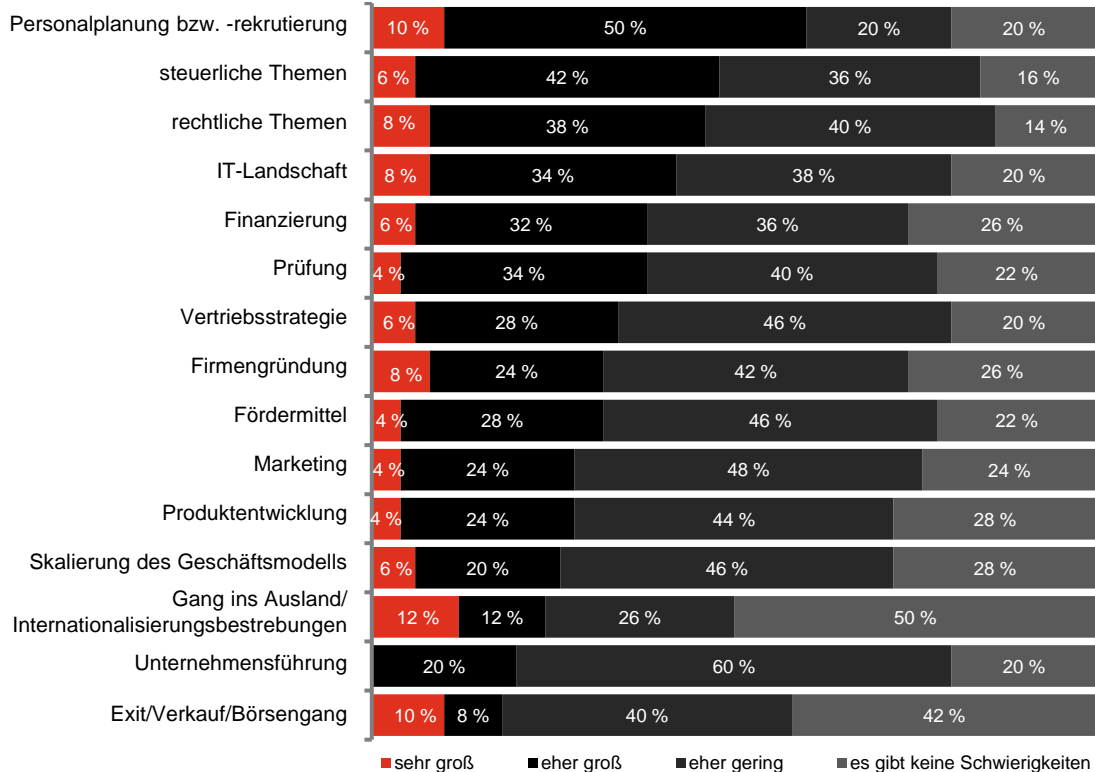


Vor welchen Herausforderungen stehen Start-ups?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Personalplanung und -rekrutierung sind die größte Herausforderung für Start-ups aus dem Rheinland.

Frage 5: Wie groß sind die Herausforderungen, die Sie in den folgenden Unternehmensbereichen bewältigen müssen? Basis: alle Befragten, N = 50 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top2: sehr groß + eher groß)

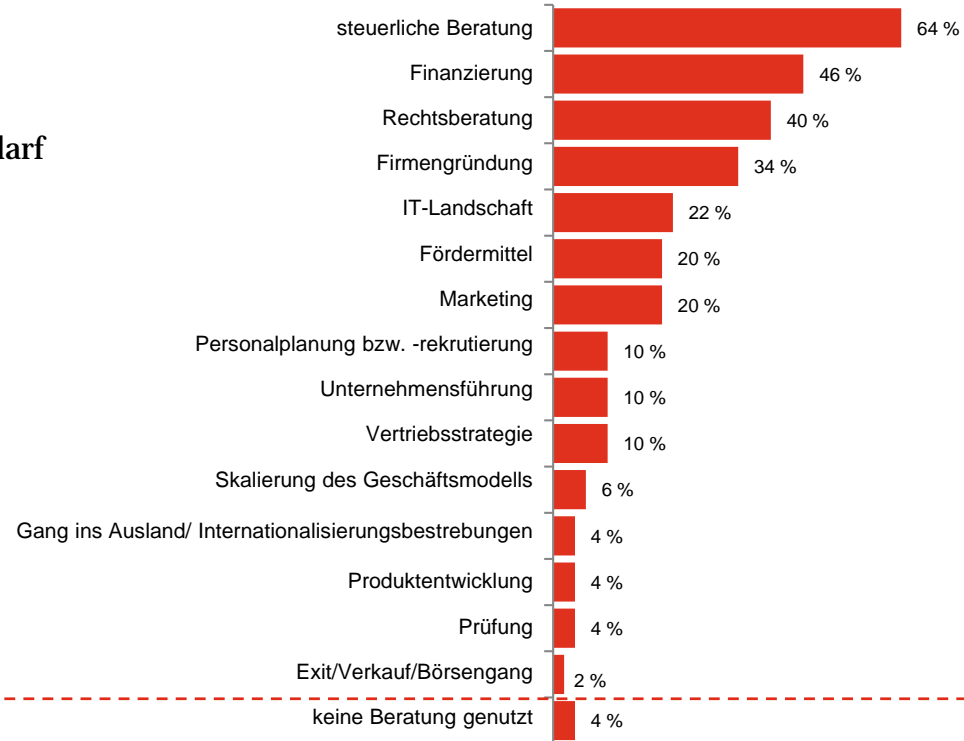


Wofür wurde externe Beratung eingeholt?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Im Bereich Steuern ist der Beratungsbedarf besonders groß.

Frage 6: Wofür haben Sie bzw. die Unternehmensgründer externe Beratung in Anspruch genommen? Für ... Basis: alle Befragten, N = 50 (Mehrfachnennung)

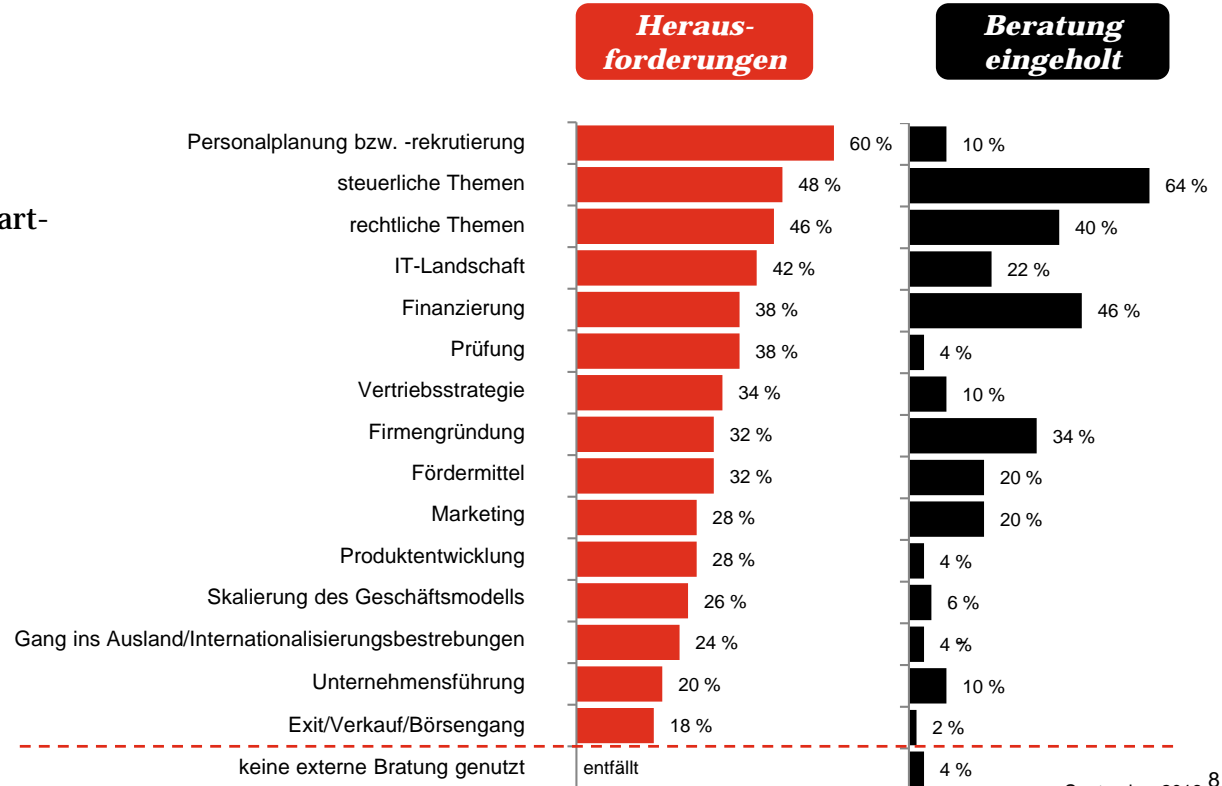


Welche Herausforderungen, welche Beratung?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Zur Bewältigung der größten Herausforderung „Personalplanung und -rekrutierung“ lassen sich nur wenige Start-ups beraten.

Frage 5: Wie groß sind die Herausforderungen, die Sie in den folgenden Unternehmensbereichen bewältigen müssen? Frage 6: Wofür haben Sie bzw. die Unternehmensgründer externe Beratung in Anspruch genommen? Für ... Basis: alle Befragten, N = 50 (Frage 5: skalierte Abfrage, Darstellung und Sortierung Top2: sehr groß + eher groß, Frage 6: Mehrfachnennung)

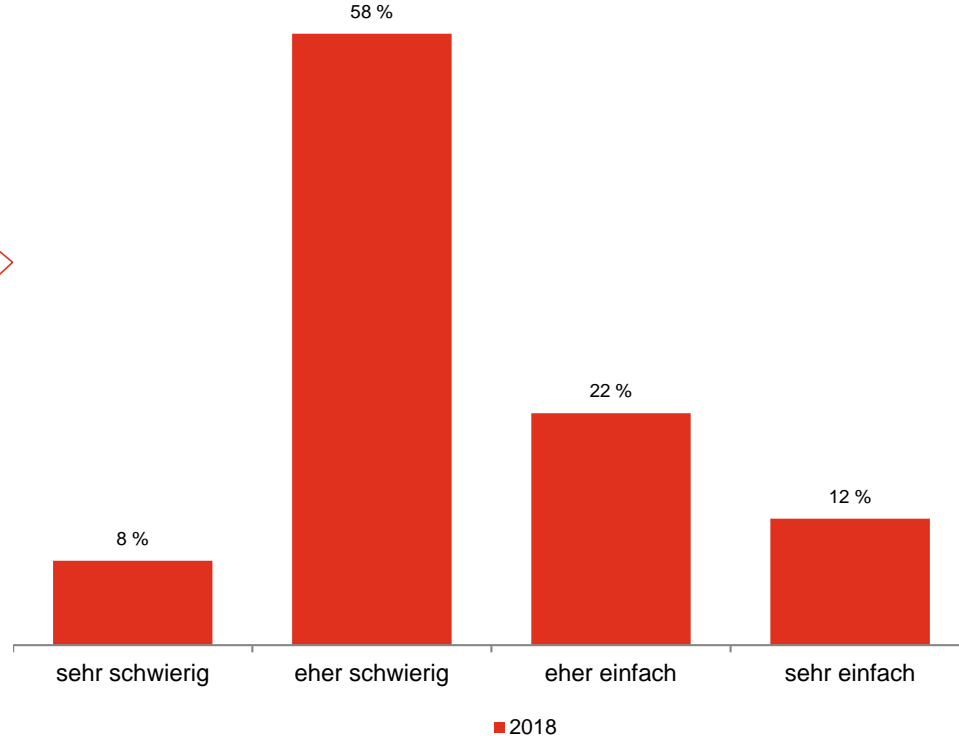


Mitarbeiter

Wie schwierig ist die Mitarbeitersuche?

Frage 7: Wie schwierig ist es, für Ihr Unternehmen die richtigen Mitarbeiter zu finden? Basis: alle Befragten, N = 50 (Einfachnennung)

Zwei Drittel der Start-ups aus dem Rheinland halten die Mitarbeitersuche für schwierig.



einfach: 34 %



schwierig: 66 %

Mitarbeiter

Warum ist die Mitarbeitersuche schwierig?

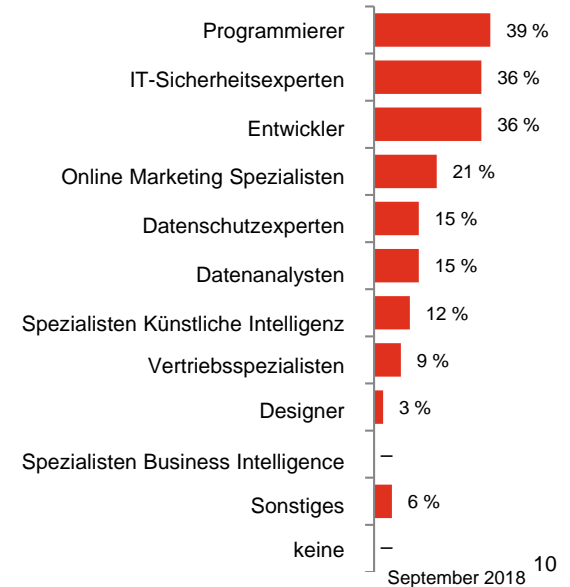
Frage 8: Warum gestaltet sich die Suche so schwierig? Frage 9: Welche Spezialisten bzw. Fähigkeiten brauchen Sie in Ihrem Unternehmen besonders?
Basis: Befragte mit Schwierigkeiten beim Finden von Mitarbeitern, N = 33 (Mehrfachnennung)

Hauptproblem bei der Mitarbeitersuche ist der Fachkräftemangel.
Gesucht werden vor allem Programmierer.

*Warum ist die
Suche schwierig?*



*Welche Fähigkeiten
werden gesucht?*

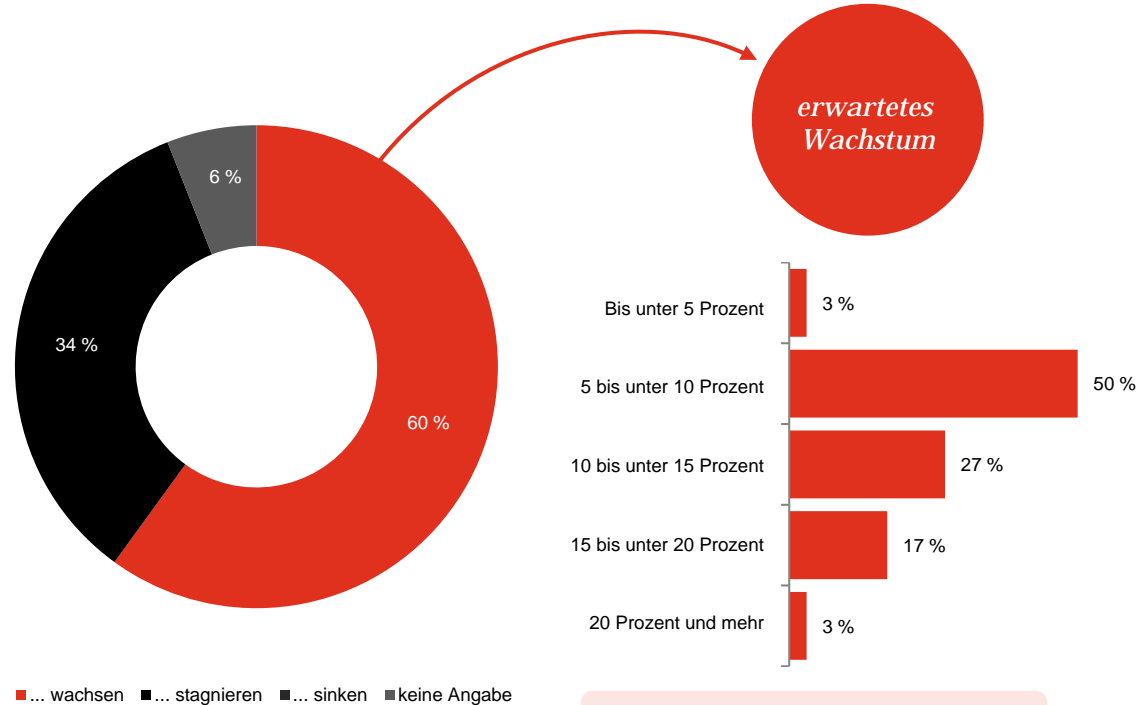


Wie wird sich die Mitarbeiterzahl entwickeln?

Mitarbeiter

Sechs von zehn Start-ups aus dem Rheinland planen personelle Aufstockungen, im Durchschnitt um 8 %.

Frage 10: Wird die Anzahl Ihrer Mitarbeiter in den nächsten 12 Monaten ...?
Basis: alle Befragten, N = 50 (Einfachnennung und offenes Zahlenfeld)



Ø8 % erwartetes Wachstum

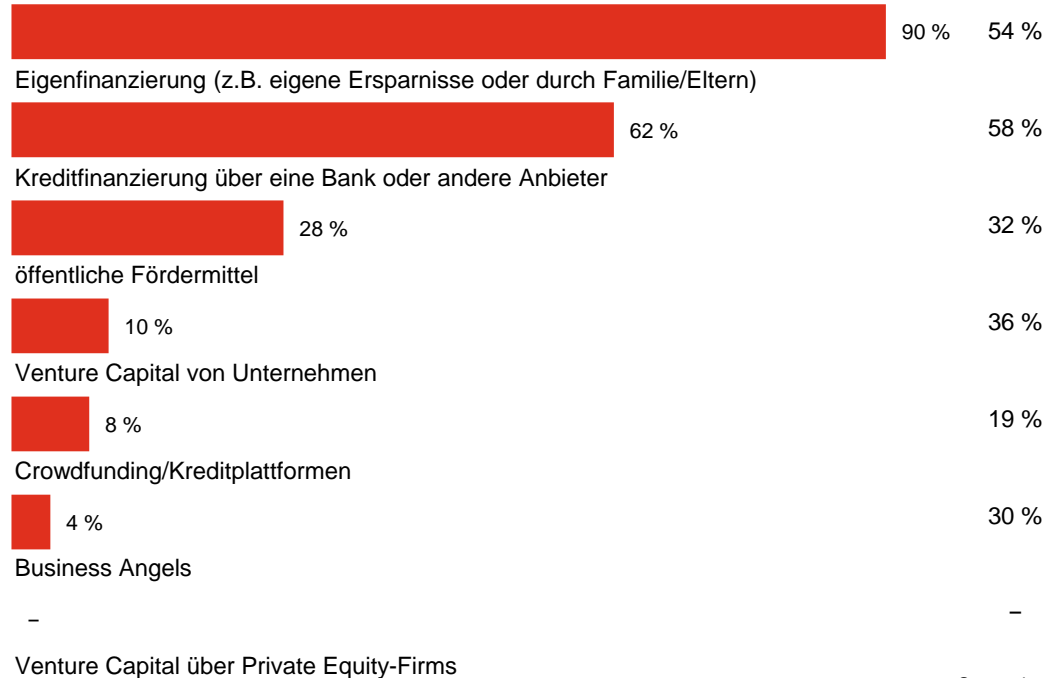
Wie wurde die Gründung finanziert?

Ø Anteil
an der
Finanzierung

Finanzierung

Wenn ein Start-up Venture Capital von Unternehmen erhalten hat, hat dieses mit 36 % zur Gründungsfinanzierung beigetragen.

Frage 11: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen? Bitte geben Sie an, wie hoch der Anteil jeweils ungefähr war. Basis: alle Befragten, N = 50 (skalierte Abfrage), Darstellung: in Anspruch genommen

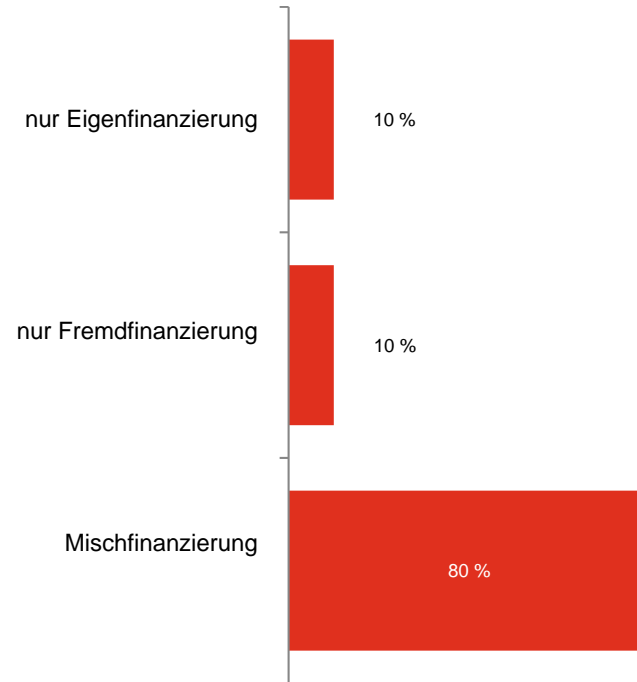


Wie wurde die Gründung finanziert?

Finanzierung

Die meisten Start-ups aus dem Rheinland wurden sowohl mit eigenem, als auch mit Fremdkapital gegründet.

Frage 11: Welche Finanzierungsmöglichkeiten haben Sie für die Gründung des Unternehmens in Anspruch genommen? Basis: alle Befragten, N = 50 (eigene Berechnung)

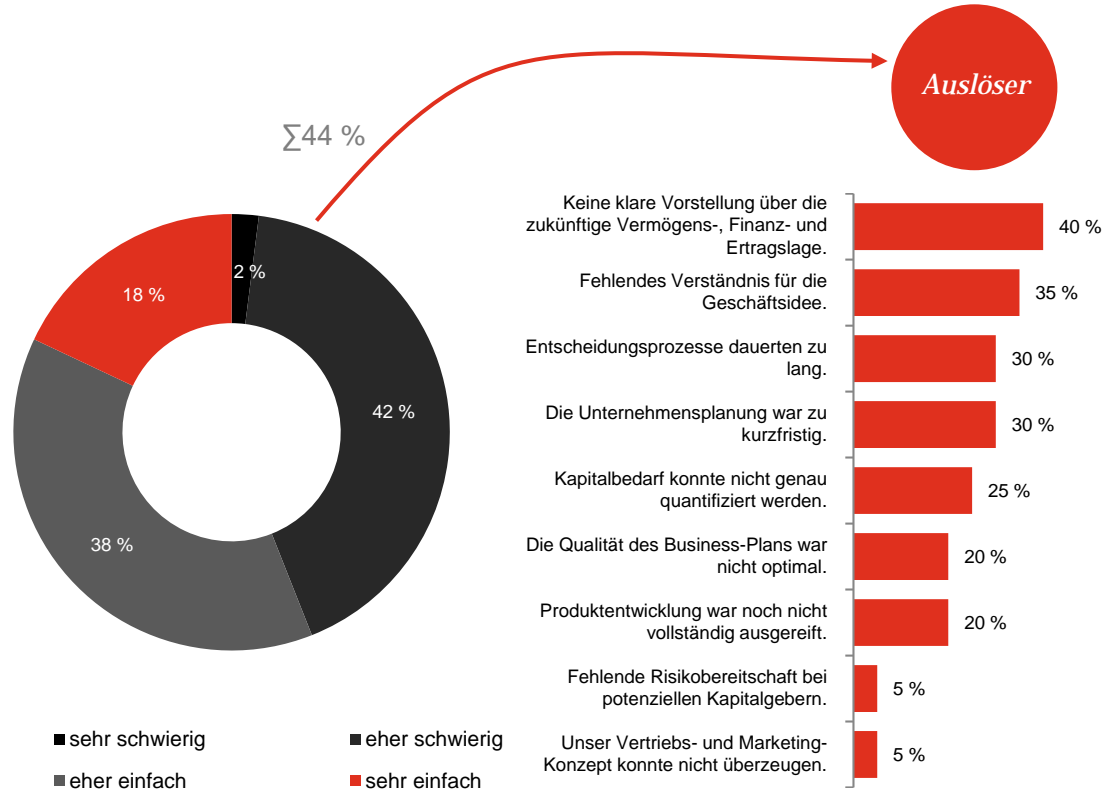


Wie schwierig war die Überzeugung der Kapitalgeber?

Finanzierung

Vor allem unklare Vorstellungen über Finanzielles konnten die Kapitalgeber nicht überzeugen.

Frage 12: Wie schwierig war es, Ihre Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen? Frage 13: Was hat die Schwierigkeiten ausgelöst? Basis Frage 12: Fremdkapitalnutzer, N = 45 (Einfachnennung), Basis Frage 13: Fremdkapitalnutzer mit Schwierigkeiten bei der Überzeugung der Kapitalgeber, N = 20 (Mehrfachnennung)

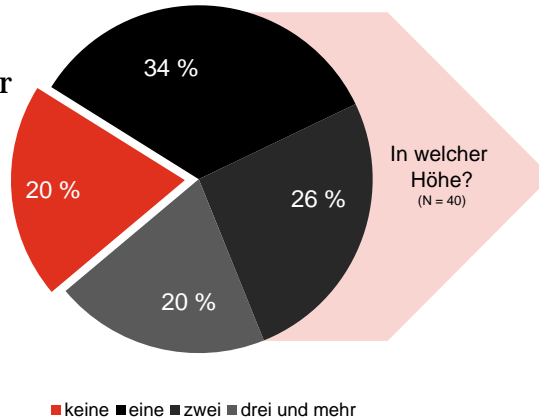


Wie viele Finanzierungsrunden gab es?

Finanzierung

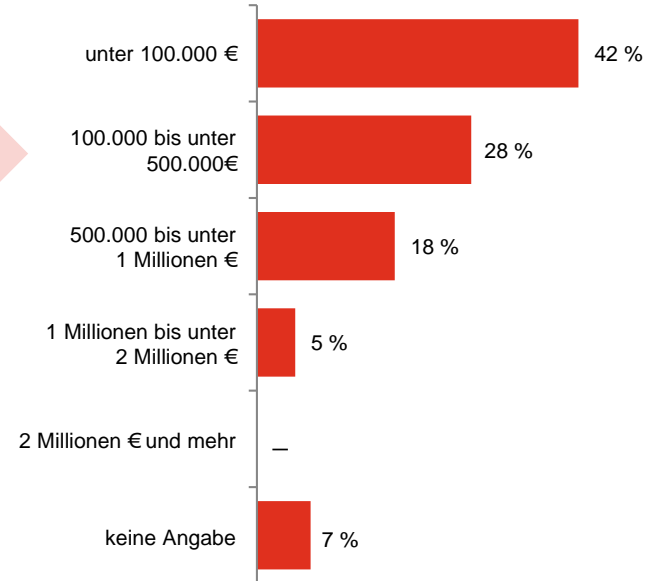
Acht von zehn Start-ups haben nach der Gründung weitere Finanzierungsrunden durchlaufen, meist mit Beträgen unter einer halben Millionen Euro.

Frage 14: Wie viele Finanzierungsrunden hat Ihr Unternehmen nach der Anfangsfinanzierung schon durchlaufen? Frage 15: Würden Sie uns die Größenordnung Ihrer letzten Finanzierungsrunde verraten? Basis Frage 14: alle Befragten, N = 50 (offenes Zahlenfeld), Basis Frage 15: mind. eine Finanzierungsrunde durchlaufen, N = 40 (Einfachnennung)



Ø 1,5 durchlaufene Finanzierungsrunden

Höhe der letzten Finanzierungsrunde

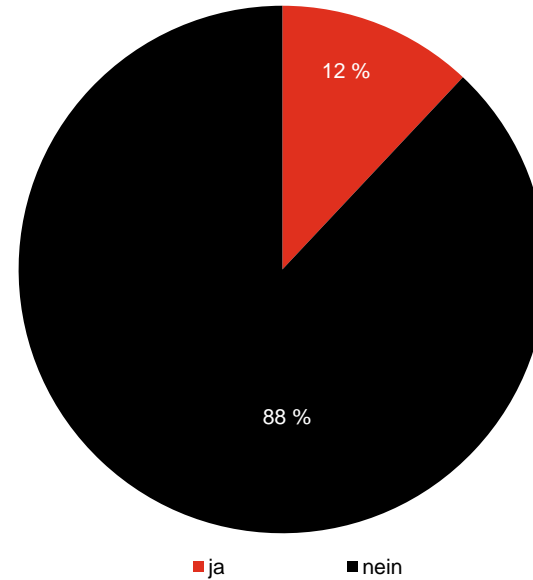


Ist eine Folgefinanzierung geplant?

Finanzierung

Etwa jedes achte Start-up aus dem Rheinland plant eine Folgefinanzierung.

Frage 16: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Folgefinanzierung?
Basis: alle Befragten, N = 50 (Einfachnennung)

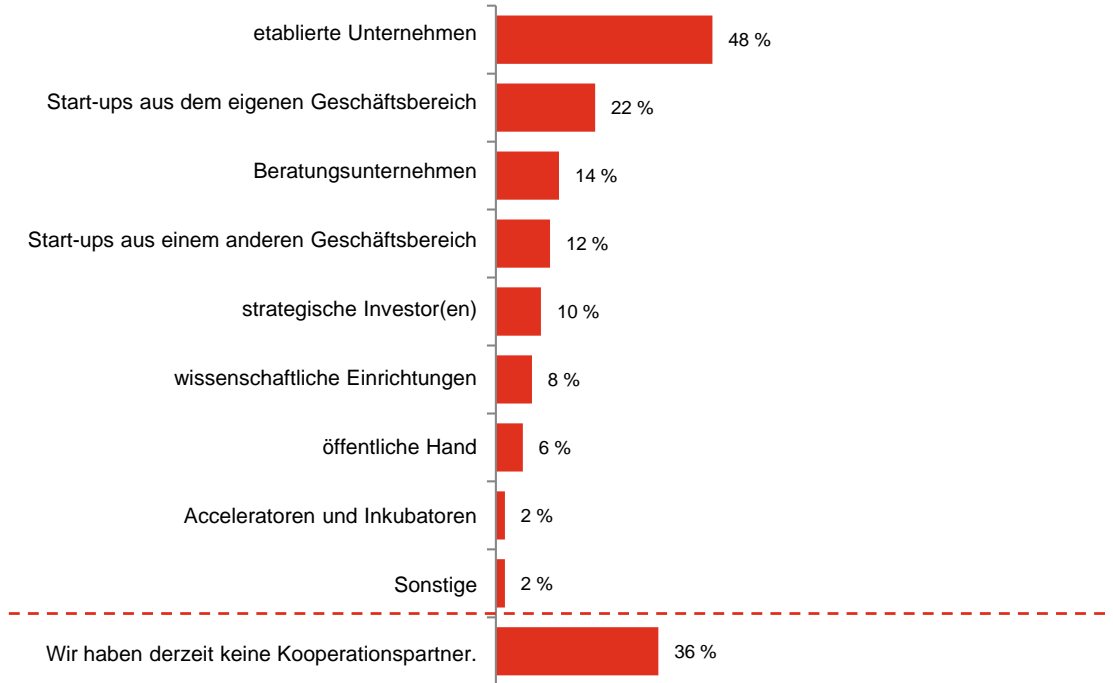


Mit wem arbeiten Start-ups zusammen?

Kooperationen

Start-ups kooperieren vor allem mit etablierten Unternehmen. Mehr als ein Drittel verzichtet auf Kooperationspartner.

Frage 18: Mit welchen Kooperationspartnern arbeitet Ihr Unternehmen derzeit zusammen? Mit einem oder mehreren ... Basis: alle Befragten, N = 50 (Mehrfachnennung)

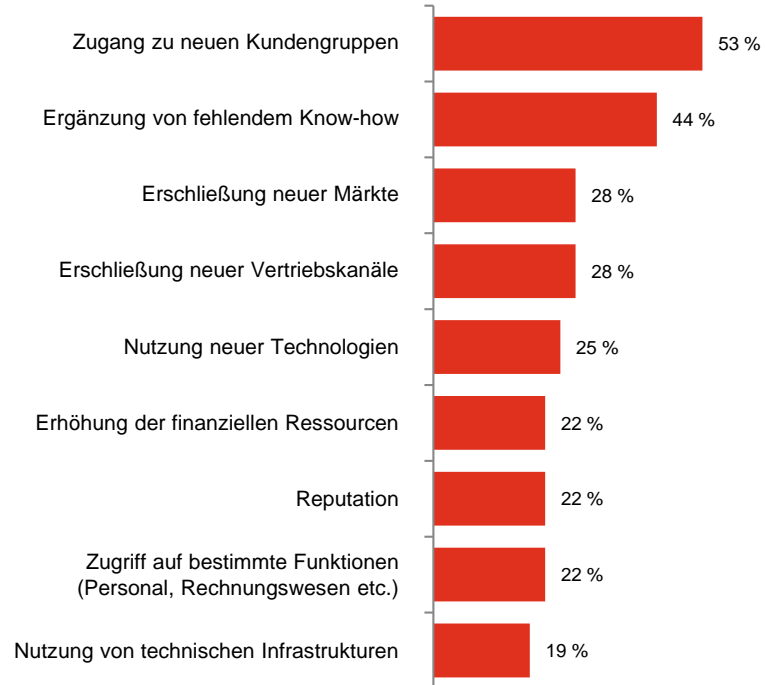


Warum Kooperationen?

Kooperationen

Kooperationen dienen insbesondere dazu, neue Kundengruppen zu erschließen und fehlendes Know-how zu ergänzen.

Frage 19: Aus welchen Gründen sind Sie Kooperationen eingegangen?
Basis: Unternehmen mit Kooperationspartnern, N = 32 (Mehrfachnennung)

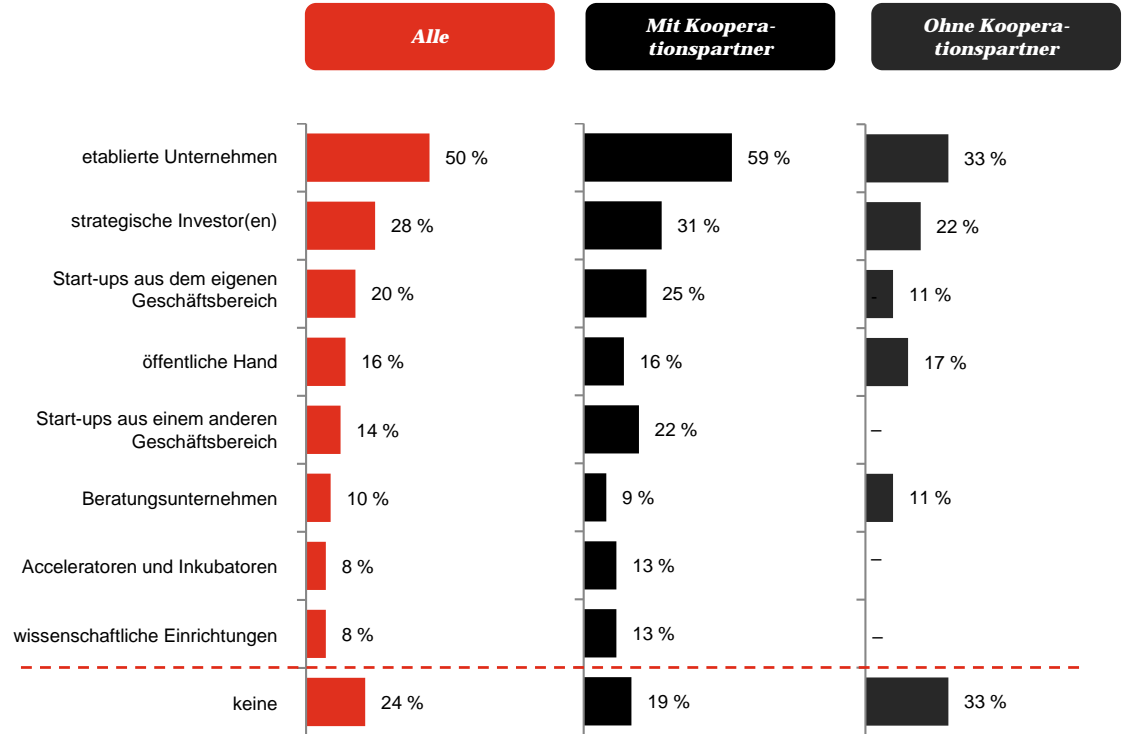


Mit wem wollen Start-ups kooperieren?

Kooperationen

Ein Drittel der Start-ups ohne Kooperationspartner möchte auch in Zukunft nicht mit anderen zusammenarbeiten.

Frage 20: Und welche (zusätzlichen) Kooperationspartner wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen? Basis: alle Befragten, N = 50 (mit Partner: N = 32, ohne Partner: N = 18) (Mehrfachnennung)



Welche Investitionen planen Start-ups?

Entwicklung

Start-ups aus dem Rheinland planen in den nächsten 12 Monaten Investitionen vor allen in Marketing und Werbung sowie Personal.

Frage 21: In welchen Bereichen planen Sie, in den nächsten 12 Monaten zu investieren? Basis: alle Befragten, N = 50 (Mehrfachnennung)

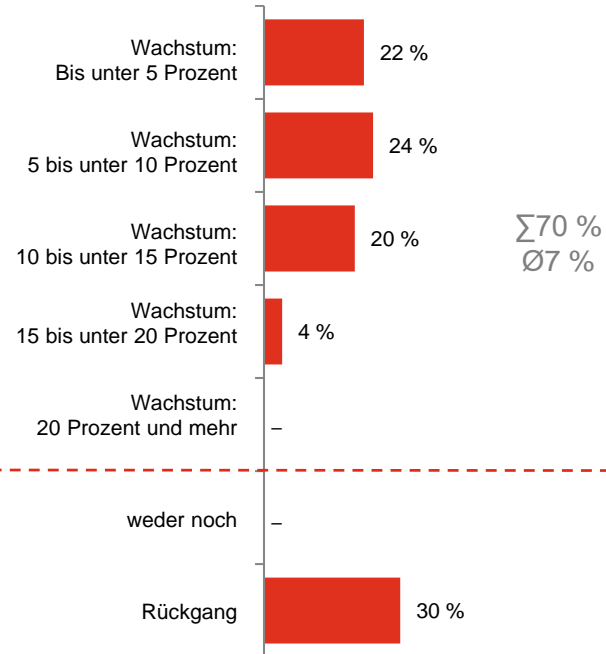


Welches Umsatzwachstum erwarten Start-ups?

Entwicklung

Sieben von zehn Start-ups rechnen mit einem Umsatzwachstum für 2018 und zwar im Durchschnitt um 7 %.

Frage 22: Jetzt etwas anderes: Erwarten Sie für 2018 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? Basis: alle Befragten, N = 50 (Mehrfachnennung)

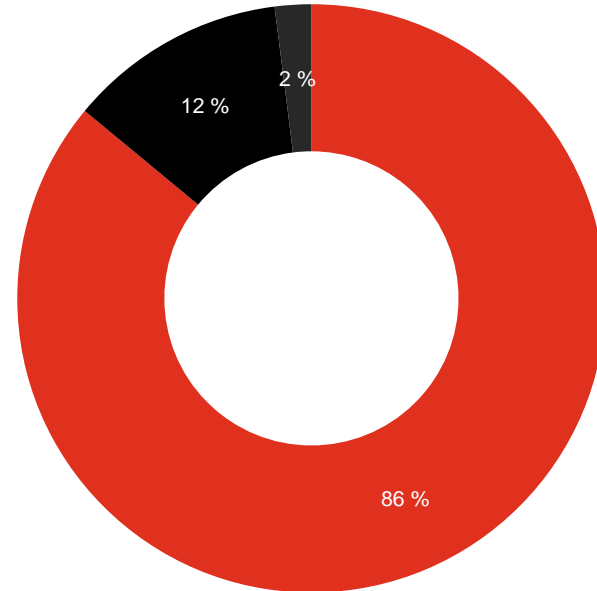


Wurden im letzten Jahr Gewinne erwirtschaftet?

Entwicklung

Mehr als acht von zehn Start-ups im Rheinland haben im letzten Jahr Gewinne erwirtschaftet.

Frage 23: Haben Sie im vergangenen Jahr Gewinne erwirtschaftet? Basis: alle Befragten, N = 50 (Einfachnennung)



■ ja ■ nein ■ keine Angabe

Über diese Studie

Hintergrund und Untersuchungsansatz

Hintergrund

Der Berichtsband enthält die Ergebnisse für den Raum Rheinland und ist eine Auskopplung der Studie **„Start-up-Unternehmen in Deutschland“** für die insgesamt 1.000 Start-ups im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft befragt wurden.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: CATI-Befragung
- Zielgruppe: Entscheider der 1. Führungsebene (Geschäftsführung) aus Start-up-Unternehmen der Branchen digitaltechnologiegetriebene Industrie, ITK, Life-Science, E-Commerce und Financial Services, deren Gründung nicht länger als zehn Jahre zurückliegt.
- Stichprobengröße: N = 50
- Erhebungszeitraum: April und Mai 2018
- Region: Rheinland
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Über diese Studie

Statistik

Branche	Total
Informations-/ Kommunikationstechnik (ITK)	56 %
E-Commerce	20 %
digitaltechnologiegetriebene Industrieunternehmen	16 %
Life-Science	6 %
Financial Services, Fintech	2 %

Anzahl Mitarbeiter	Total
weniger als 10 Mitarbeiter	8 %
10 bis unter 25 Mitarbeiter	38 %
25 bis unter 50 Mitarbeiter	30 %
50 bis unter 100 Mitarbeiter	10 %
100 bis unter 500 Mitarbeiter	14 %
500 und mehr Mitarbeiter	-

Jahresumsatz	Total
unter 50.000 Euro	4 %
50.000 bis unter 150.000 Euro	6 %
150.000 bis unter 250.000 Euro	6 %
250.000 bis unter 500.000 Euro	6 %
500.000 bis unter 1 Millionen Euro	18 %
1 bis unter 5 Millionen Euro	32 %
5 bis unter 10 Millionen Euro	8 %
10 bis unter 50 Millionen Euro	12 %
50 Millionen Euro und mehr	-
weiß nicht/keine Angabe	8 %

Über diese Studie

Statistik

Hauptgeschäftsmodell	Total
B2B (Business to Business)	74 %
B2C (Business to Consumer)	8 %
B2B2C (Business to Business to Consumer/Business to Everyone)	18 %
C2C (Consumer to Consumer, z.B. als Anbieter von Plattformen)	-

Branche der Hauptkunden	Total
Industrie/produzierendes Gewerbe/Maschinenbau	16 %
Gesundheit/Pharma/Medizintechnik/Biotechnologie	14 %
Privatkunden/B2C allgemein	12 %
Automobile	8 %
IT-/TK-Dienstleistungen	6 %
B2B allgemein/Unternehmen	6 %
Handel	6 %
Dienstleistungen	6 %
Handwerk	4 %
Chemie, Lebensmittel, Medien, Transport/Logistik, E-Commerce, Mode/Textil	je 2 %
Sonstige	4 %
verschiedene/alle	12 %
weiß nicht/keine Angabe/nicht zu verallgemeinern	2 %

Über diese Studie

Statistik

Gründungsjahr	Unternehmen	Vorgänger (N=2)
2018	-	-
2017	8 %	-
2016	12 %	N = 1
2015	26 %	N = 1
2014	12 %	N = 1
2013	10 %	-
2012	4 %	-
2011	12 %	-
2010	6 %	-
2009	4 %	-
2008	6 %	N = 3

Unternehmensgründung	Total
Neugründung	92 %
Umfirmierung	8 %

Standort des Unternehmens	Total
in einer deutschen Großstadt	38 %
im Umland bzw. der Metropolregion einer deutschen Großstadt	10 %
in einer mittelgroßen deutschen Stadt	26 %
in einer deutschen Kleinstadt	20 %
in einer ländlichen Gegend in Deutschland/auf dem Land	6 %

Position des Befragten	Total
Vorstand/Geschäftsführung	18 %
Inhaber/Gründer	58 %
Geschäftsführender Gesellschafter	24 %

Über diese Studie

Ihre Ansprechpartner



Corinna Freudig
PwC Communications

Moskauer Straße 19
40227 Düsseldorf
Telefon: +49 211-9811123
Mobil: +49 160-90861204
E-Mail: corinna.freudig@pwc.com

Patrick Torka
PwC Communications

Moskauer Straße 19
40227 Düsseldorf
Telefon: +49 211-9814313
Mobil: +49 170-2790588
E-Mail: patrick.torka@pwc.com

© September 2018 PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten. „PwC“
bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der
PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der
Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige
Gesellschaft.