

www.pwc.de

Start-up-Unternehmen in Deutschland 2018



Start-up- Unternehmen in Deutschland 2018



Zusammenfassung



Ergebnisse

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung



Rahmenbedingungen und Herausforderungen



Mitarbeiter



Finanzierung



Kooperationen



Entwicklung



Über die Studie



Zusammenfassung



Zwei Drittel der Start-ups rechnen mit einem **Umsatzwachstum**, mit durchschnittlich acht Prozent allerdings auf einem etwas konservativeren Niveau als im Vorjahr, in dem 70 Prozent mit einem Durchschnittswachstum von zwölf Prozent gerechnet haben. ▶



Ein Grund für die sinkenden Umsatzerwartungen könnten die **Schwierigkeiten** bei der **Mitarbeitersuche** sein. Für sechs von zehn Start-ups ist diese schwierig. ▶ Hauptproblem ist dabei der **Fachkräftemangel** (47 %). Dabei planen rund 60 Prozent der Befragten **personelle Aufstockungen**. ▶



Immer mehr Start-ups setzen bei ihrer Gründung auf eine **Mischfinanzierung** aus **Eigen- und Fremdkapital**. ▶ **Venture-Capital** wird erst wenig genutzt. ▶ Vier von fünf Start-ups haben nach der Gründung weitere **Finanzierungsrunden** durchlaufen, davon mehr als zwei Drittel mit weniger als einer halben Million Euro. ▶



Fast die Hälfte der Start-ups, die auf Fremdfinanzierung angewiesen waren, hatten bei der **Überzeugung der Kapitalgeber Schwierigkeiten**. ▶ Wie in den Vorjahren lag das vor allem am fehlenden Verständnis für die Geschäftsidee und aus einer zu kurzfristigen Unternehmensplanung. ▶



Unverändert kooperieren Start-ups primär (50 %) mit **etablierten Unternehmen**. Dagegen fallen Kooperationen mit anderen Partnern, z.B. andere Start-ups, Beratern oder wissenschaftlichen Institutionen, deutlich ab. ▶ Von **Kooperationen** erhoffen sich Start-ups vor allem Zugang zu neuen Vertriebskanälen (40 %), Kundengruppen und Märkten (jeweils 36 %) sowie die Ergänzung von fehlendem Know-how (37 %). ▶

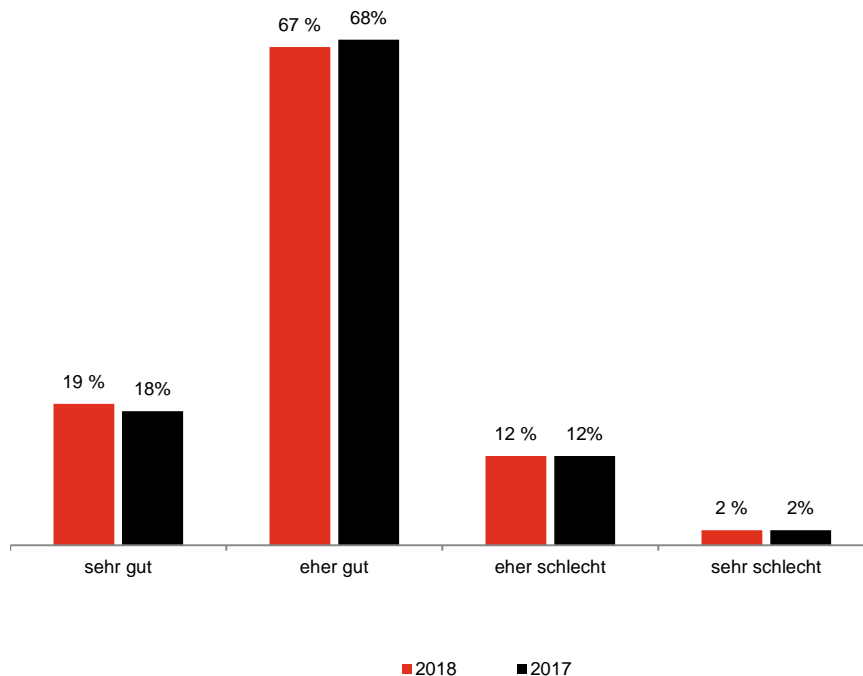


Knapp neun von zehn Start-ups sind mit ihrem jeweiligen regionalen Start-up-Ökosystem zufrieden. ▶ Entsprechend erwägen nur wenige Start-ups einen **Standortwechsel**. ▶ Besonders gut schneiden die digitale und logistische Infrastruktur und der Zugang zu finanziellen Mitteln ab. ▶

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 = 1.000 (2017: N = 450) (Einfachnennung)

Knapp neun von zehn Start-ups sind mit dem Gründerklima am Standort zufrieden.



sehr/eher gut:

86 % (2017: 86 %)



eher/sehr schlecht:

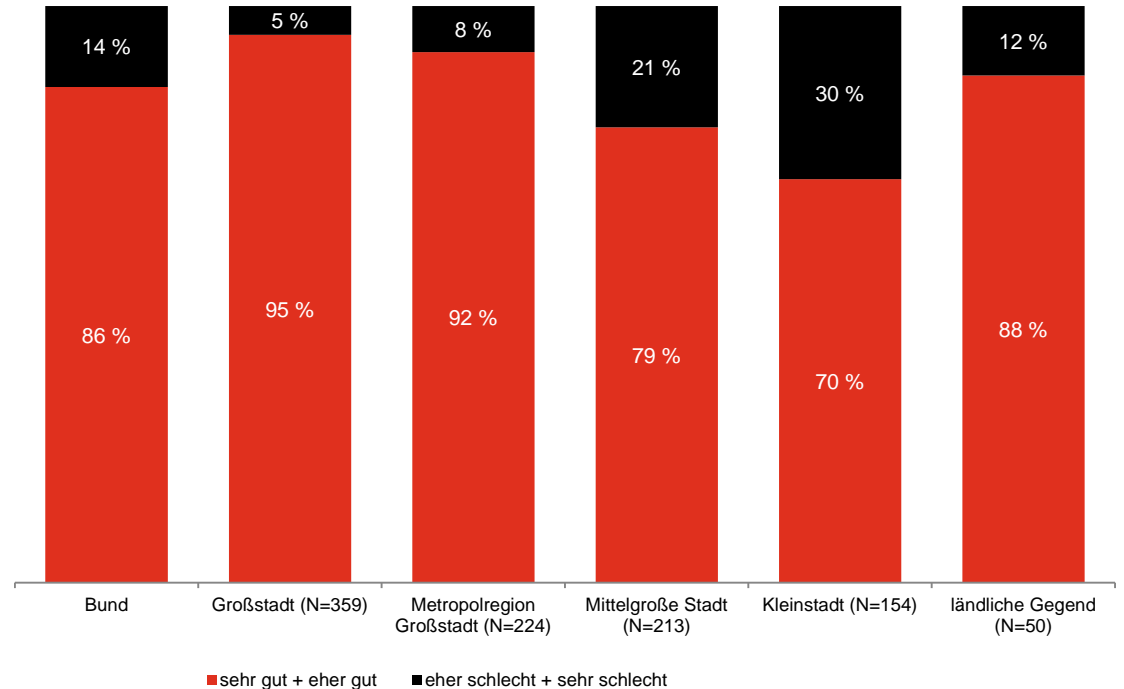
14 % (2017: 14 %)

Im ländlichen Raum ist das Start-up-Ökosystem besser als in kleinen und mittelgroßen Städten.

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

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 = 1.000 (Einfachnennung), Darstellung Top2: sehr gut + eher gut

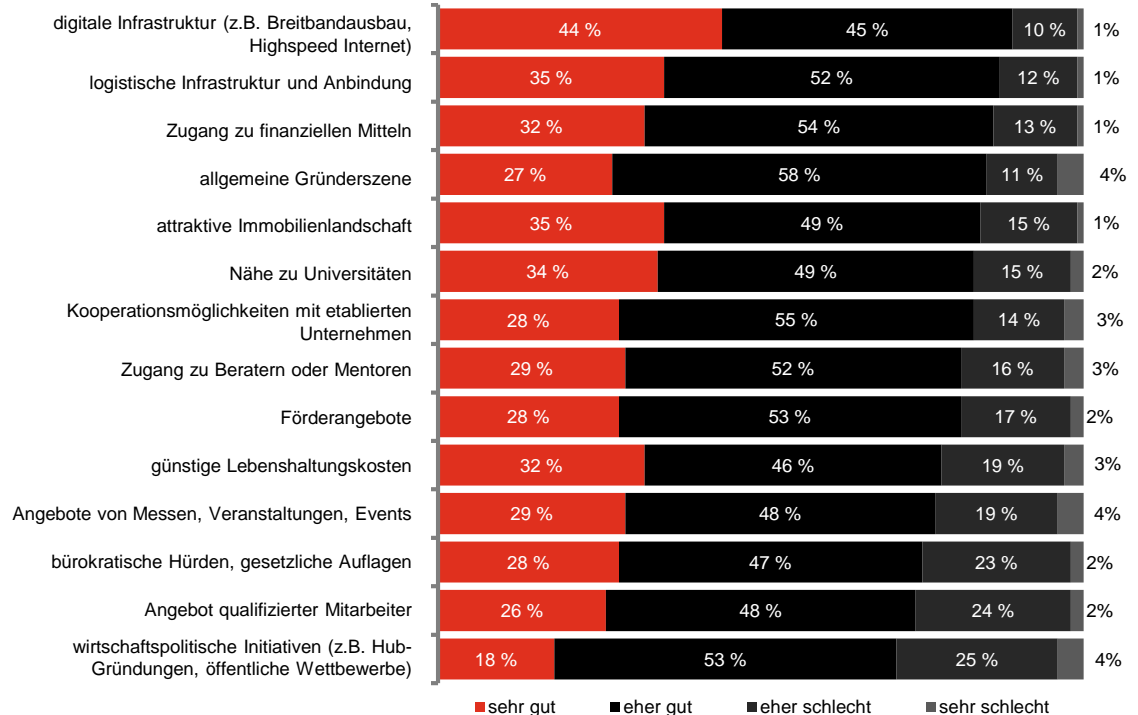


Wie wird das lokale Start-up-Ökosystem beurteilt?

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

Rund ein Viertel der Start-ups beurteilen wirtschaftspolitische Initiativen und das Angebot an qualifizierten Mitarbeitern am Standort 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 = 1.000 (2017: N = 450) (skalierte Abfrage)



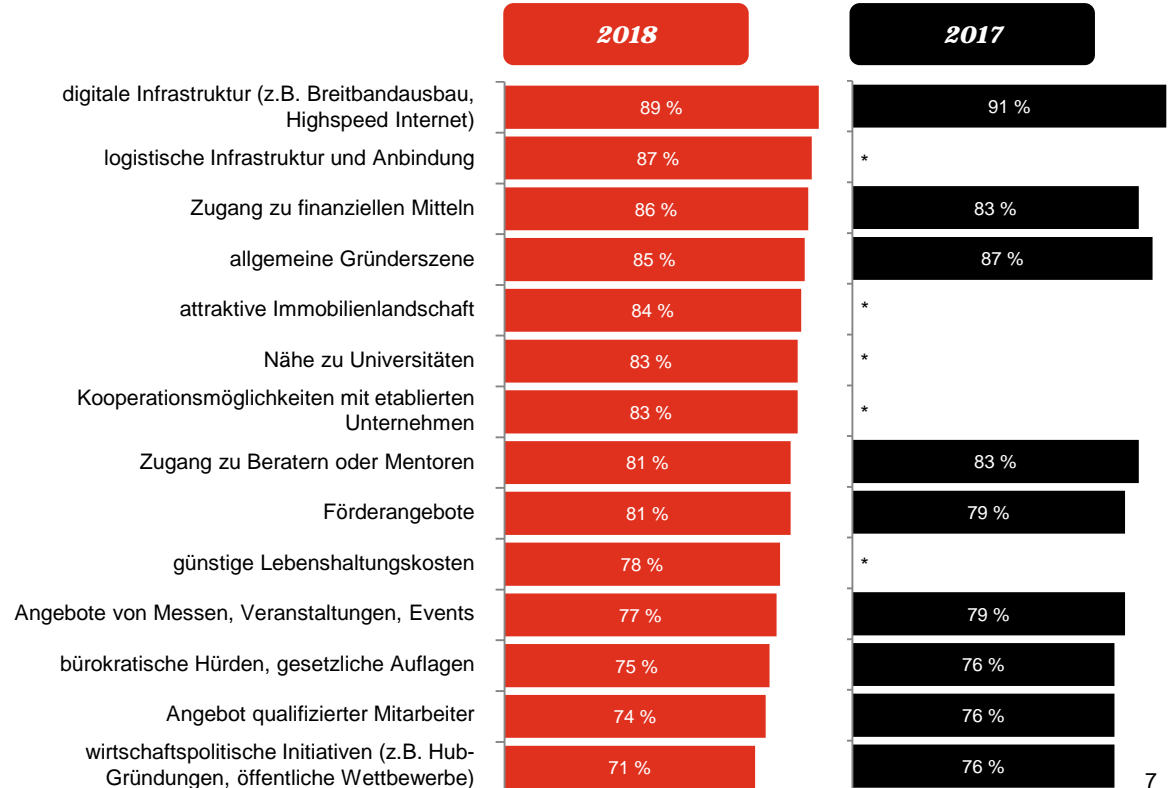
Wie wird das lokale Start-up-Ökosystem beurteilt?

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

Das Angebot an wirtschaftspolitischen Initiativen wird etwas schlechter als im Vorjahr beurteilt.

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 = 1.000 (2017: N = 450) (skalierte Abfrage); Darstellung Top2: sehr gut + eher gut)

* nicht erhoben



Wie wird das lokale Start-up-Ökosystem beurteilt?

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

Außer bei Bürokratie und Förderangeboten gibt es ein Stadt-Land-Gefälle bei der Beurteilung des lokalen Start-up-Ökosystems.

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 = 1.000, (skalierte Abfrage), Darstellung Top2: sehr gut + eher gut

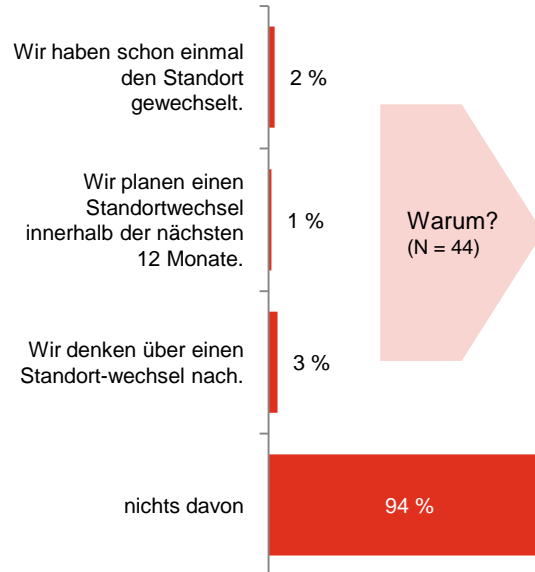
| sehr gut + eher gut | Bund | Standort | | | | |
|---|-------|-----------|------------------------------|-----------------------|------------|---------------------|
| | | Großstadt | Metropol-region Großstadt | Mittel-große Stadt | Kleinstadt | ländliche Gegend |
| Basis | 1.000 | 359 | 224 | 213 | 154 | 50 |
| digitale Infrastruktur | 89 % | 94 % | 91 % | 91 % | 77 % | 66 % |
| logistische Infrastruktur und Anbindung | 87 % | 92 % | 85 % | 88 % | 81 % | 70 % |
| Zugang zu finanziellen Mitteln | 86 % | 88 % | 86 % | 83 % | 84 % | 80 % |
| allgemeine Gründerszene | 85 % | 94 % | 86 % | 82 % | 69 % | 80 % |
| attraktive Immobilienlandschaft | 84 % | 84 % | 86 % | 81 % | 84 % | 78 % |
| Nähe zu Universitäten | 83 % | 93 % | 85 % | 82 % | 66 % | 52 % |
| Kooperationsmöglichkeiten mit etablierten Unternehmen | 83 % | 91 % | 82 % | 79 % | 79 % | 74 % |
| Zugang zu Beratern oder Mentoren | 81 % | 90 % | 82 % | 77 % | 69 % | 68 % |
| Förderangebote | 81 % | 86 % | 81 % | 77 % | 75 % | 78 % |
| günstige Lebenshaltungskosten | 78 % | 64 % | 79 % | 92 % | 89 % | 90 % |
| Angebote von Messen, Veranstaltungen, Events | 77 % | 88 % | 78 % | 73 % | 56 % | 56 % |
| bürokratische Hürden, gesetzliche Auflagen | 75 % | 77 % | 67 % | 79 % | 75 % | 78 % |
| Angebot qualifizierter Mitarbeiter | 74 % | 83 % | 71 % | 74 % | 63 % | 58 % |
| wirtschaftspolitische Initiativen | 71 % | 81 % | 75 % | 63 % | 58 % | 54 % |

Standortwechsel sind selten, wenn es sie gibt, dann wegen des Mitarbeiterangebotes, der Anbindung und der Immobilienpreise.

Gründerfreundlichkeit und Standortbetrachtung

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 = 1.000 (Mehrfachnennung) Frage 4: Warum planen bzw. erwägen Sie einen Standortwechsel? Basis: Befragte, die einen Standortwechsel planen/erwägen, N = 44 (Mehrfachnennung)

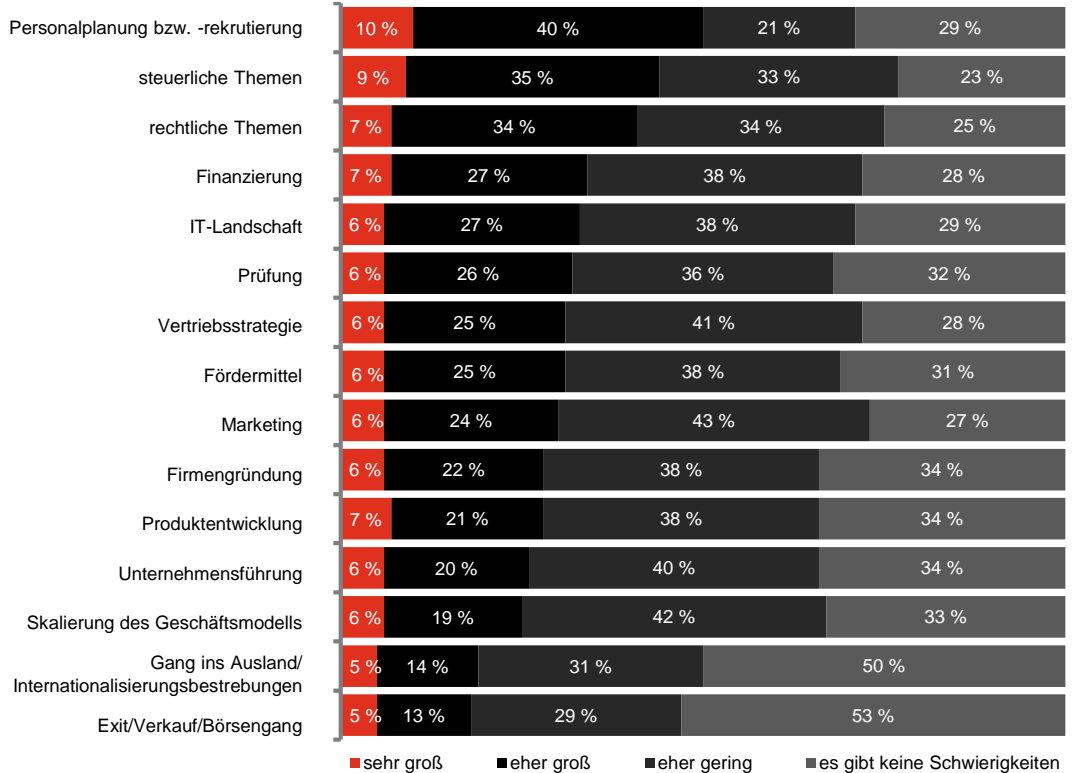


Vor welchen Herausforderungen stehen Start-ups?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Personalplanung und -rekrutierung ist die größte Herausforderung für Start-ups.

Frage 5: Wie groß sind die Herausforderungen, die Sie in den folgenden Unternehmensbereichen bewältigen müssen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage); sortiert nach Top2: sehr groß + eher groß



Vor welchen Herausforderungen stehen Start-ups?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Knapp die Hälfte der größeren Start-ups sieht in der Unternehmensführung eine große Herausforderung.

Frage 5: Wie groß sind die Herausforderungen, die Sie in den folgenden Unternehmensbereichen bewältigen müssen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage), Darstellung Top2: sehr groß + eher groß

| | sehr groß + eher groß | Bund | Anzahl Mitarbeiter | | | | |
|--|-----------------------|-------|--------------------|-----------|-----------|-------------|-----|
| | | | unter 10 | 10 bis 24 | 25 bis 49 | 50 und mehr | |
| | | Basis | 1.000 | 214 | 367 | 224 | 195 |
| Personalplanung bzw. -rekrutierung | 50 % | 36 % | 41 % | 58 % | 73 % | | |
| steuerliche Themen | 44 % | 40 % | 33 % | 54 % | 59 % | | |
| rechtliche Themen | 41 % | 32 % | 29 % | 51 % | 64 % | | |
| Finanzierung | 34 % | 29 % | 24 % | 38 % | 57 % | | |
| IT-Landschaft | 33 % | 14 % | 22 % | 44 % | 63 % | | |
| Prüfung | 32 % | 25 % | 20 % | 42 % | 54 % | | |
| Vertriebsstrategie | 31 % | 19 % | 27 % | 28 % | 55 % | | |
| Fördermittel | 31 % | 32 % | 22 % | 27 % | 50 % | | |
| Marketing | 30 % | 14 % | 25 % | 32 % | 52 % | | |
| Firmengründung | 28 % | 18 % | 17 % | 38 % | 48 % | | |
| Produktentwicklung | 28 % | 12 % | 22 % | 30 % | 53 % | | |
| Unternehmensführung | 26 % | 15 % | 19 % | 29 % | 48 % | | |
| Skalierung des Geschäftsmodells | 25 % | 17 % | 14 % | 25 % | 54 % | | |
| Gang ins Ausland/ Internationalisierungsbestrebungen | 19 % | 7 % | 10 % | 20 % | 50 % | | |
| Exit/Verkauf/Börsengang | 18 % | 9 % | 7 % | 22 % | 45 % | | |

Vor welchen Herausforderungen stehen Start-ups?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Die Personalrekrutierung dominiert die Liste der Herausforderungen im ländlichen Raum.

Frage 5: Wie groß sind die Herausforderungen, die Sie in den folgenden Unternehmensbereichen bewältigen müssen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage), Darstellung Top2: sehr groß + eher groß

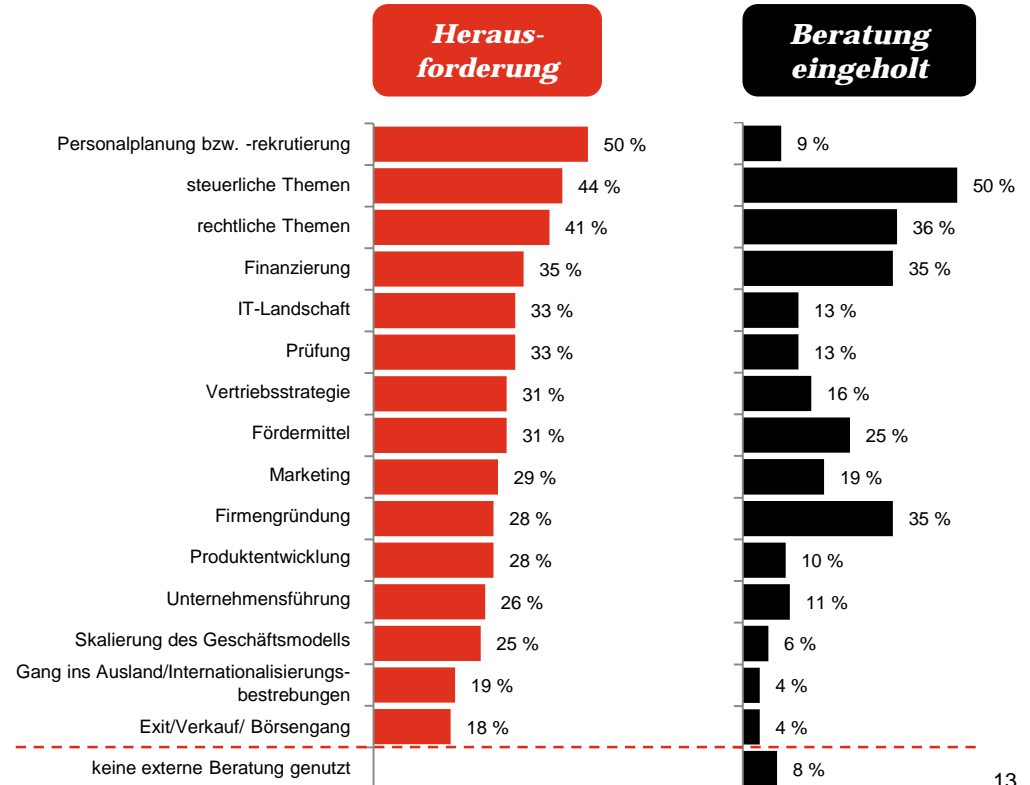
| sehr groß + eher groß | Basis | Standort | | | | | |
|---|-------|----------|-----------|------------------------------|----------------------|------------|---------------------|
| | | Bund | Großstadt | Metropol-region Großstadt | Mittelgroße Stadt | Kleinstadt | Ländliche Gegend |
| | 1.000 | 359 | 224 | 213 | 154 | 50 | |
| Personalplanung/-rekrutierung | 50 % | 49 % | 50 % | 46 % | 53 % | 58 % | |
| steuerliche Themen | 44 % | 45 % | 52 % | 40 % | 42 % | 32 % | |
| rechtliche Themen | 41 % | 40 % | 53 % | 33 % | 40 % | 42 % | |
| Finanzierung | 35 % | 38 % | 38 % | 29 % | 28 % | 40 % | |
| IT-Landschaft | 33 % | 32 % | 38 % | 27 % | 34 % | 42 % | |
| Prüfung | 33 % | 32 % | 39 % | 30 % | 29 % | 32 % | |
| Vertriebsstrategie | 31 % | 31 % | 33 % | 26 % | 36 % | 30 % | |
| Fördermittel | 31 % | 33 % | 33 % | 29 % | 23 % | 36 % | |
| Marketing | 29 % | 29 % | 31 % | 24 % | 32 % | 36 % | |
| Firmengründung | 28 % | 25 % | 35 % | 24 % | 28 % | 38 % | |
| Produktentwicklung | 28 % | 30 % | 29 % | 23 % | 27 % | 26 % | |
| Unternehmensführung | 26 % | 27 % | 28 % | 20 % | 24 % | 36 % | |
| Skalierung des Geschäftsmodells | 25 % | 28 % | 25 % | 21 % | 22 % | 30 % | |
| Gang ins Ausland/ Internationalisierungsbestrebungen | 19 % | 20 % | 23 % | 16 % | 14 % | 26 % | |
| Exit/Verkauf/Börsengang | 18 % | 20 % | 19 % | 14 % | 17 % | 24 % | |

Welche Herausforderungen, welche Beratung?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Die größte Herausforderung sind Personalplanung und -rekrutierung, aber nur jedes zehnte Start-up lässt sich dabei 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 = 1.000 (Frage 5: skalierte Abfrage, Darstellung und Sortierung Top2: sehr groß + eher groß, Frage 6: Mehrfachnennung)



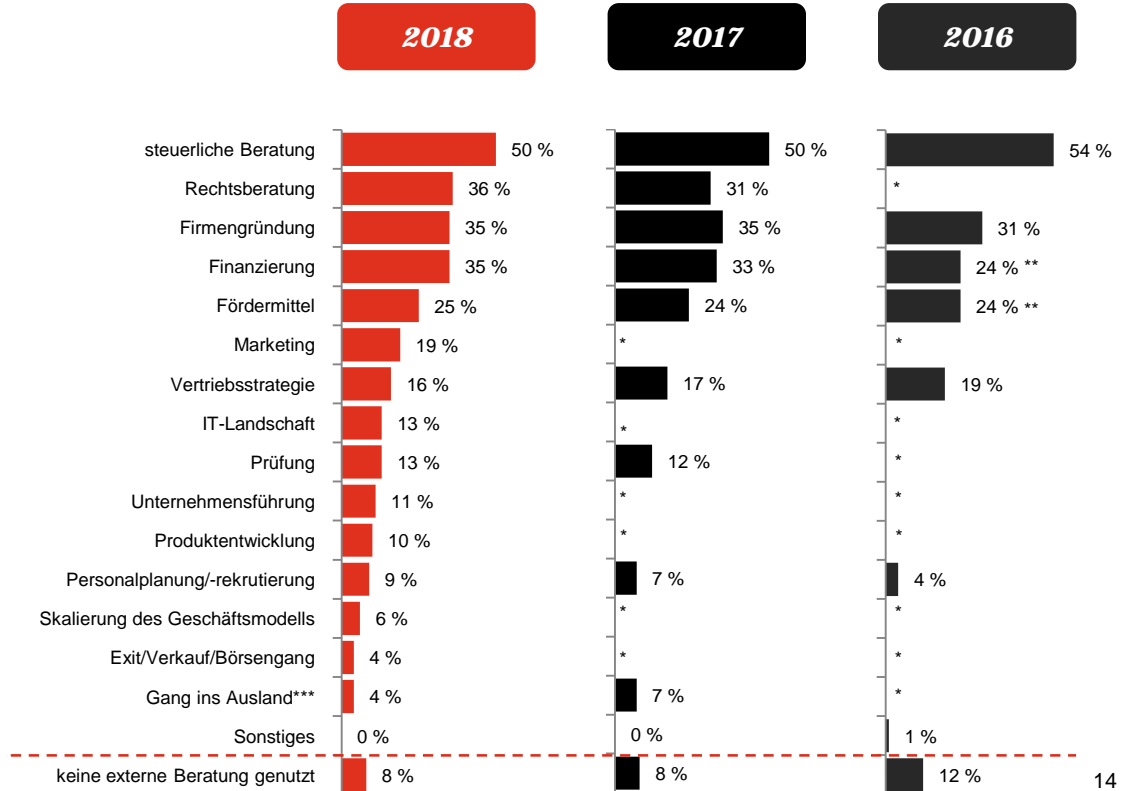
Wofür wurde externe Beratung eingeholt?

Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Jedes zehnte Start-up und damit doppelt so viele wie vor zwei Jahren nimmt für Personalplanung und -rekrutierung externe Beratung in Anspruch.

Frage 6: Wofür haben Sie bzw. die Unternehmensgründer externe Beratung in Anspruch genommen? Für ... Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (Mehrfachnennung)

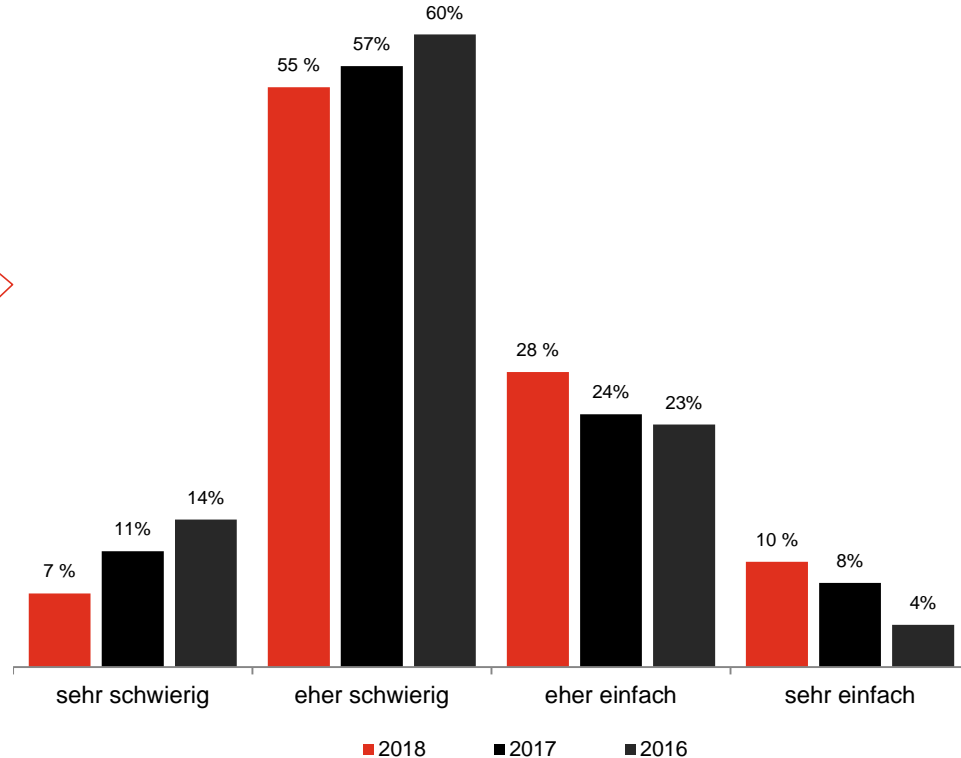
* nicht erhoben ** 2016 gemeinsamer Codepunkt, zusammen 24 %, *** Internationalisierungsbestrebungen



Mitarbeiter

Wie schwierig ist die Mitarbeitersuche?

Frage 7: Wie schwierig ist es, für Ihr Unternehmen die richtigen Mitarbeiter zu finden? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (Einfachnennung)



Sechs von zehn Start-ups halten die Mitarbeitersuche für schwierig. Der Wert bleibt damit auf hohem Niveau.



einfach: 38 %
(2017: 32 %
2016: 27 %)



schwierig: 62 %
(2017: 68 %
2016: 74 %)

Hauptproblem bei der Mitarbeitersuche ist der Fachkräftemangel.

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 = 615 (Mehrfachnennung)

Warum ist die Suche schwierig?



Welche Fähigkeiten werden gesucht?



Warum ist die Mitarbeitersuche schwierig?

Mitarbeiter

Die Mitarbeitergewinnung ist im ländlichen Raum etwas schwerer als in Städten. Hauptgrund dafür ist die fehlende Attraktivität des Standorts.

Frage 8: Warum gestaltet sich die Suche so schwierig? Basis: Befragte mit Schwierigkeiten beim Finden von Mitarbeitern, N = 615 (Mehrfachnennung)

| | Bund | Standort | | | | |
|---|-------|------------|------------------------------|-----------------------|------------|------------------|
| | | Groß-stadt | Metropol-region Großstadt | Mittel-große Stadt | Kleinstadt | Ländl. Gegend |
| Basis | 1.000 | 359 | 224 | 213 | 154 | 50 |
| Suche ist sehr/eher schwierig; Gründe: | 62 % | 61 % | 62 % | 62 % | 61 % | 66 % |
| Neue Basis | 615 | 218 | 138 | 132 | 94 | 33 |
| keine Fachkräfte verfügbar | 47 % | 37 % | 51 % | 56 % | 53 % | 36 % |
| zu hohe Gehaltsforderungen der Bewerber | 35 % | 39 % | 37 % | 36 % | 28 % | 24 % |
| unattraktiver Standort | 26 % | 16 % | 21 % | 31 % | 45 % | 45 % |
| Bewerber entscheiden sich eher für große/bekannte Unternehmen | 26 % | 31 % | 28 % | 24 % | 20 % | 15 % |
| unattraktive Work-Life-Balance | 15 % | 17 % | 13 % | 17 % | 9 % | 21 % |
| zu hohe Ansprüche an Sozialleistungen | 14 % | 17 % | 16 % | 11 % | 10 % | 12 % |
| fehlende soziale Kompetenzen der Bewerber | 12 % | 14 % | 10 % | 10 % | 10 % | 21 % |
| Sonstiges | 0 % | 0 % | - | 1 % | - | - |

Warum ist die Mitarbeitersuche schwierig?

Mitarbeiter

Größere Start-ups halten die Mitarbeitersuche häufiger für schwierig als kleinere.

Frage 8: Warum gestaltet sich die Suche so schwierig? Basis: Befragte mit Schwierigkeiten beim Finden von Mitarbeitern, N = 615 (Mehrfachnennung)

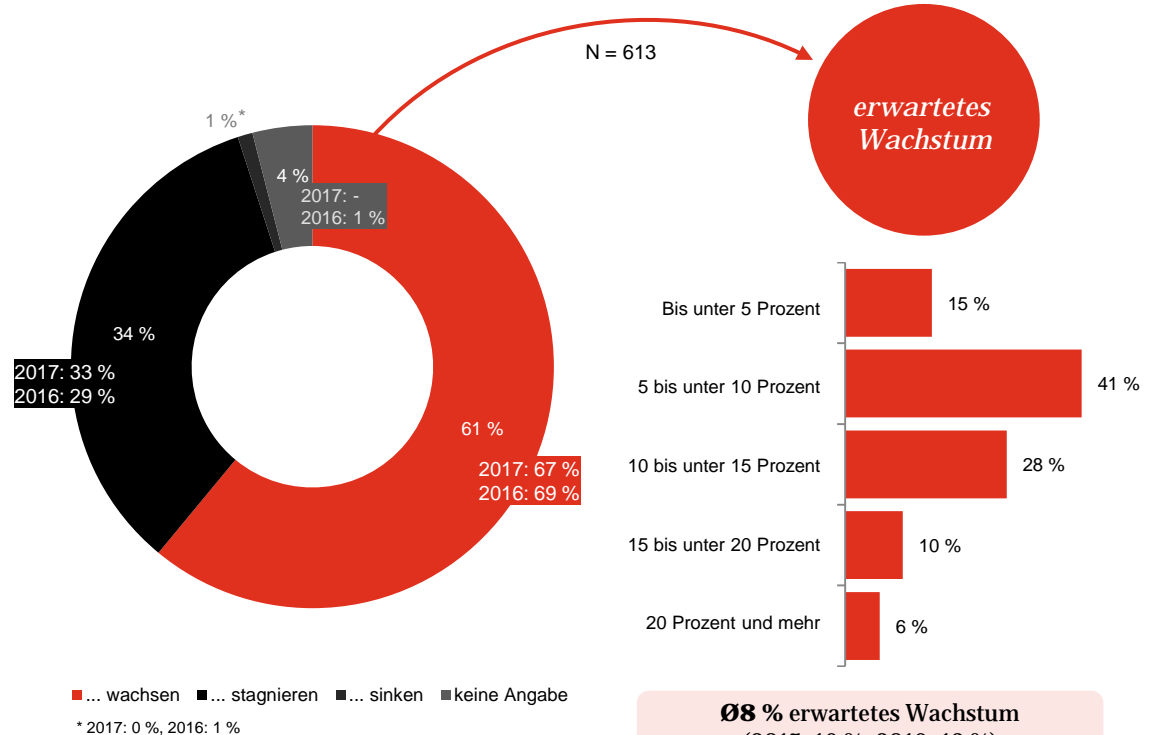
| | Bund | Anzahl Mitarbeiter | | | |
|---|-------|--------------------|-------|-------|-------------|
| | | unter 10 | 10-24 | 25-49 | 50 und mehr |
| Basis | 1.000 | 214 | 367 | 224 | 195 |
| Suche ist sehr/eher schwierig; Gründe: | 62 % | 54 % | 54 % | 67 % | 77 % |
| Neue Basis | 615 | 116 | 198 | 151 | 150 |
| keine Fachkräfte verfügbar | 47 % | 40 % | 43 % | 55 % | 49 % |
| zu hohe Gehaltsforderungen der Bewerber | 35 % | 36 % | 37 % | 34 % | 33 % |
| unattraktiver Standort | 26 % | 30 % | 33 % | 18 % | 23 % |
| Bewerber entscheiden sich eher für große/bekannte Unternehmen | 26 % | 35 % | 23 % | 26 % | 23 % |
| unattraktive Work-Life-Balance | 15 % | 16 % | 13 % | 15 % | 17 % |
| zu hohe Ansprüche an Sozialleistungen | 14 % | 19 % | 11 % | 11 % | 17 % |
| fehlende soziale Kompetenzen der Bewerber | 12 % | 9 % | 11 % | 11 % | 16 % |
| Sonstiges | 0 % | - | 1 % | - | - |

Wie wird sich die Mitarbeiterzahl entwickeln?

Mitarbeiter

Gedämpftes Wachstum: Sechs von zehn Start-ups planen personelle Aufstockungen, im Durchschnitt aber nur noch um 8 %.

Frage 10: Wird die Anzahl Ihrer Mitarbeiter in den nächsten 12 Monaten ...?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400)
(Einfachnennung und offenes Zahlenfeld)



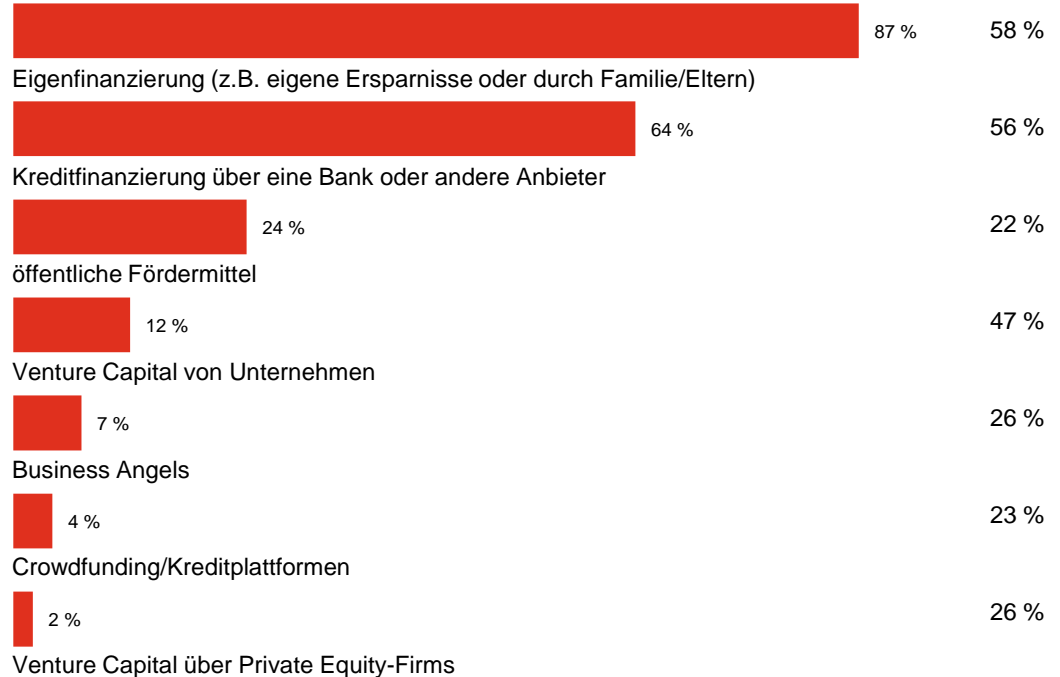
Wie wurde die Gründung finanziert?

Ø Anteil
an der
Finanzierung

Finanzierung

Wenn ein Start-up Venture Capital von Unternehmen erhalten hat, hat dieses fast zur Hälfte 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 = 1.000 (skalierte Abfrage), Darstellung: in Anspruch genommen

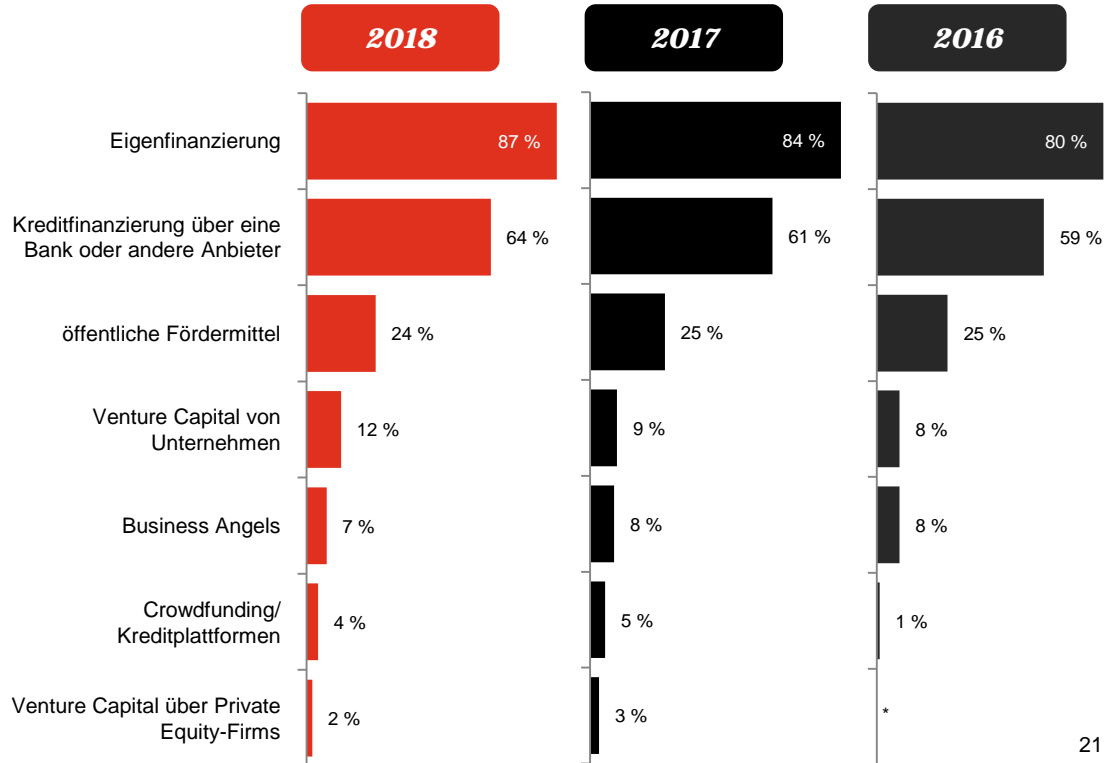


Wie wurde die Gründung finanziert?

Finanzierung

Kredite sind weiterhin die Hauptquelle bei der Fremdfinanzierung.

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 = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (2018: skalierte Abfrage), Darstellung: in Anspruch genommen
* nicht erhoben

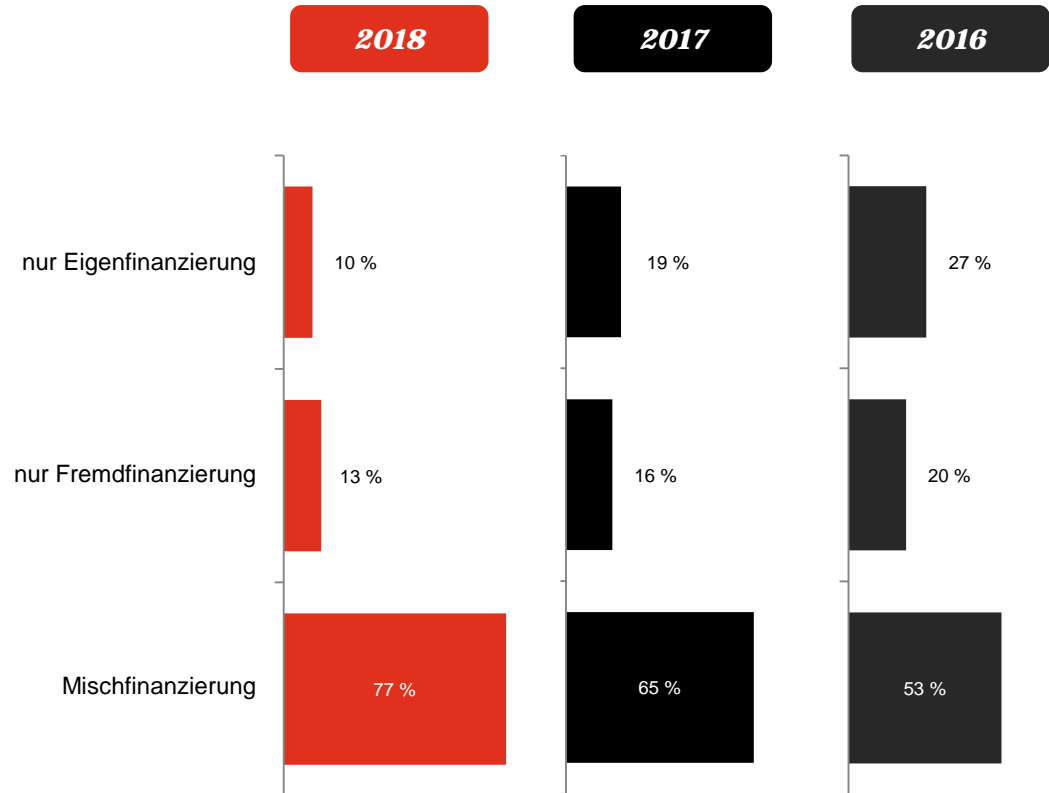


Wie wurde die Gründung finanziert?

Finanzierung

Der Anteil an Mischfinanzierungen nimmt von Jahr zu Jahr zu.

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 = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (eigene Berechnung)



Wie wurde die Gründung finanziert?

Finanzierung

Die Möglichkeit der Mischfinanzierung wird häufiger von kleinen oder großen Start-ups genutzt.

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 = 1.000 (eigene Berechnung)

| | | Anzahl Mitarbeiter | | | | |
|-----------------------|-------|--------------------|-----------|-----------|-------------|-----|
| | | unter 10 | 10 bis 24 | 25 bis 49 | 50 und mehr | |
| | Basis | 1.000 | 214 | 367 | 224 | 195 |
| nur Eigenfinanzierung | 10 % | 10 % | 16 % | 9 % | 10 % | |
| nur Fremdfinanzierung | 13 % | 10 % | 11 % | 23 % | 10 % | |
| Mischfinanzierung | 77 % | 80 % | 73 % | 68 % | 80 % | |

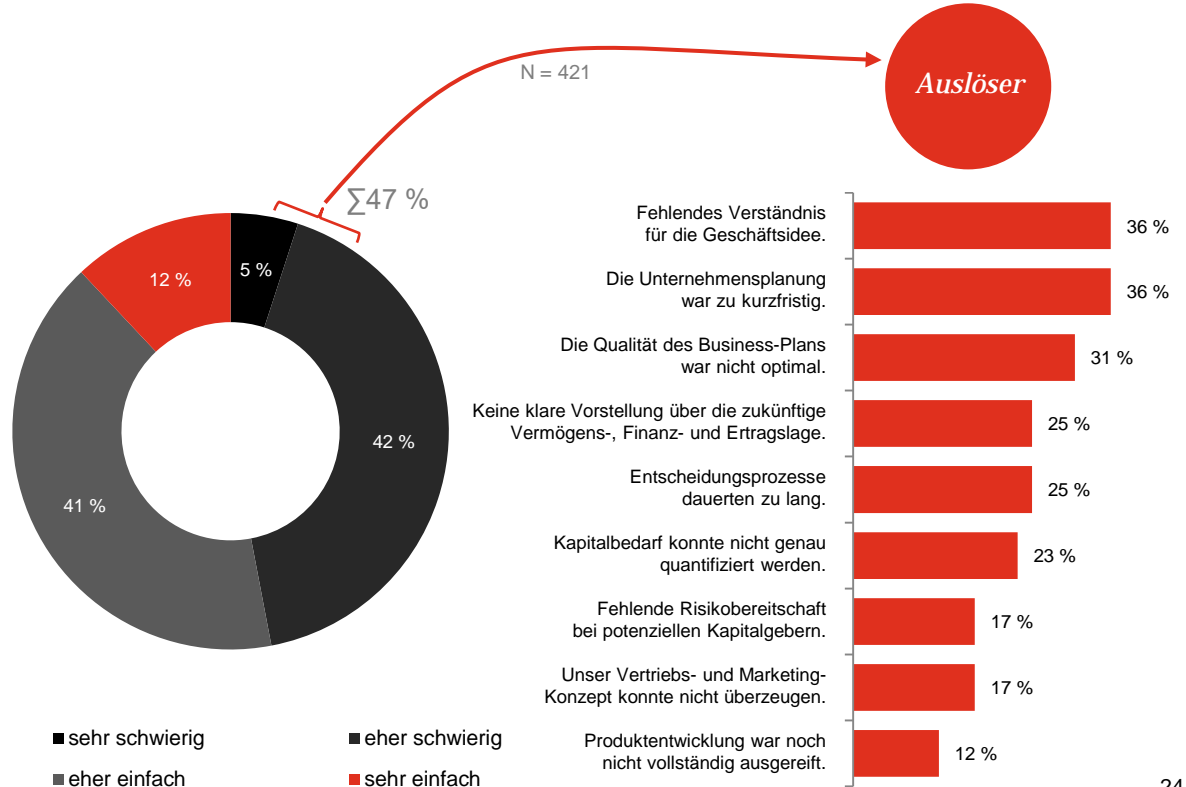
Wie schwierig war die Überzeugung der Kapitalgeber?

Mitarbeiter

Vor allem fehlendes Verständnis der Kapitalgeber und Planungsmängel führten zu Schwierigkeiten bei der Überzeugung der Kapitalgeber.

Frage 12: Wie schwierig war es, Ihre Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen? Basis: Fremdkapitalnutzer, N = 896 (Einfachnennung)

Frage 13: Was hat die Schwierigkeiten ausgelöst? Basis: Fremdkapitalnutzer mit Schwierigkeiten bei der Überzeugung der Kapitalgeber, N = 421 (Mehrfachnennung)

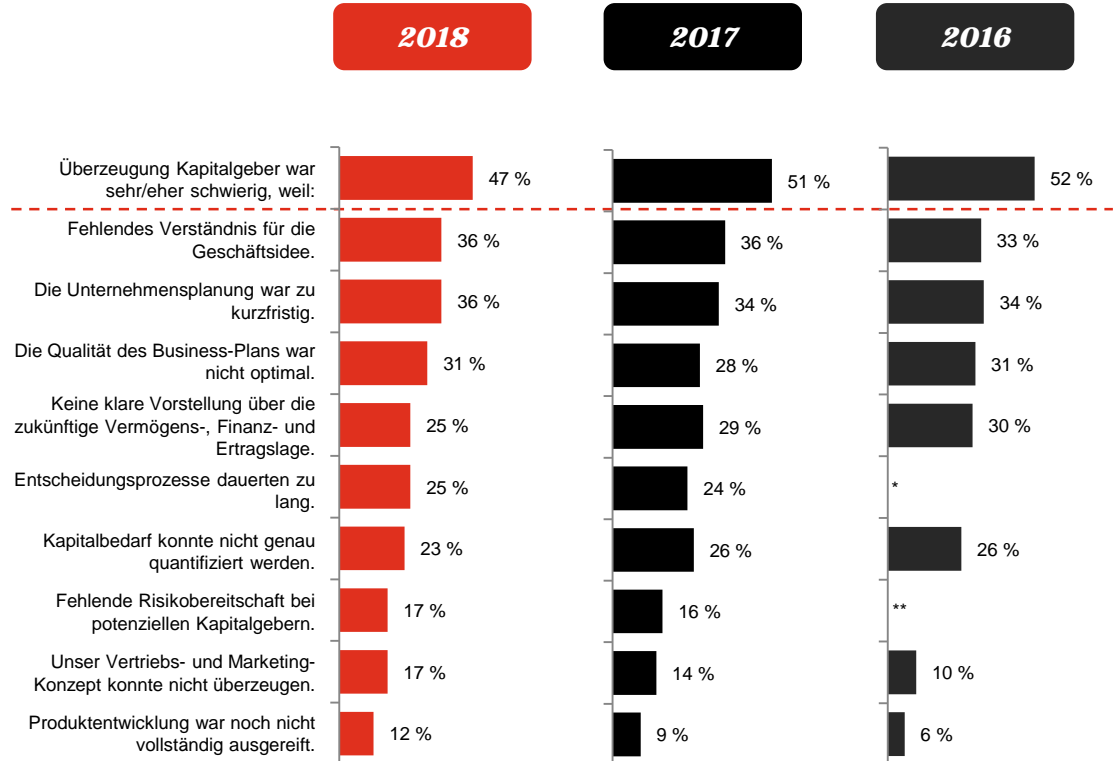


Was hat die Schwierigkeiten ausgelöst?

Finanzierung

Fehlendes Verständnis für die Geschäftsidee und eine zu kurzfristige Unternehmensplanung machen es schwierig, Kapitalgeber zu überzeugen.

Frage 12: Wie schwierig war es, Ihre Kapitalgeber von der Geschäftsidee zu überzeugen? Basis: Fremdkapitalnutzer, N = 896 (2017: N = 364, 2016: N = 292) (Einfachnennung) Frage 13: Was hat die Schwierigkeiten ausgelöst? Basis: Fremdkapitalnutzer mit Schwierigkeiten bei der Überzeugung der Kapitalgeber, N = 421 (2017: N = 184, 2016: N = 154) (Mehrfachnennung)
* nicht erhoben ** unter Sonstiges



Was hat Schwierigkeiten ausgelöst?

Finanzierung

Kleine Start-ups hatten am häufigsten Schwierigkeiten, ihre Kapitalgeber von ihrer Geschäftsidee zu 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 = 896 (Einfachnennung), Frage 13: Fremdkapitalnutzer mit Schwierigkeiten bei der Überzeugung der Kapitalgeber, N = 421 (Mehrfachnennung)

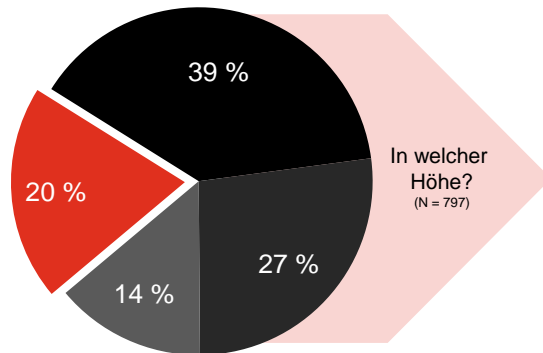
| | Bund | Anzahl Mitarbeiter | | | |
|--|------|--------------------|-----------|-----------|-------------|
| | | unter 10 | 10 bis 24 | 25 bis 49 | 50 und mehr |
| Basis | 896 | 185 | 334 | 206 | 171 |
| Überzeugung Kapitalgeber war sehr/eher schwierig, weil: | 47 % | 57 % | 43 % | 46 % | 44 % |
| Neue Basis | 421 | 105 | 145 | 95 | 76 % |
| Fehlendes Verständnis für die Geschäftsidee. | 36 % | 48 % | 39 % | 31 % | 24 % |
| Die Unternehmensplanung war zu kurzfristig. | 36 % | 31 % | 33 % | 40 % | 41 % |
| Die Qualität des Business-Plans war nicht optimal. | 31 % | 30 % | 28 % | 33 % | 37 % |
| Keine klare Vorstellung über die zukünftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. | 25 % | 31 % | 24 % | 18 % | 29 % |
| Entscheidungsprozesse dauerten zu lang. | 25 % | 27 % | 22 % | 27 % | 24 % |
| Kapitalbedarf konnte nicht genau quantifiziert werden. | 23 % | 34 % | 17 % | 22 % | 21 % |
| Fehlende Risikobereitschaft bei potenziellen Kapitalgebern. | 17 % | 31 % | 12 % | 17 % | 7 % |
| Unser Vertriebs- und Marketing-Konzept konnte nicht überzeugen. | 17 % | 24 % | 10 % | 20 % | 16 % |
| Produktentwicklung war noch nicht vollständig ausgereift. | 12 % | 10 % | 12 % | 14 % | 13 % |

Wie viele Finanzierungsrunden gab es?

Finanzierung

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

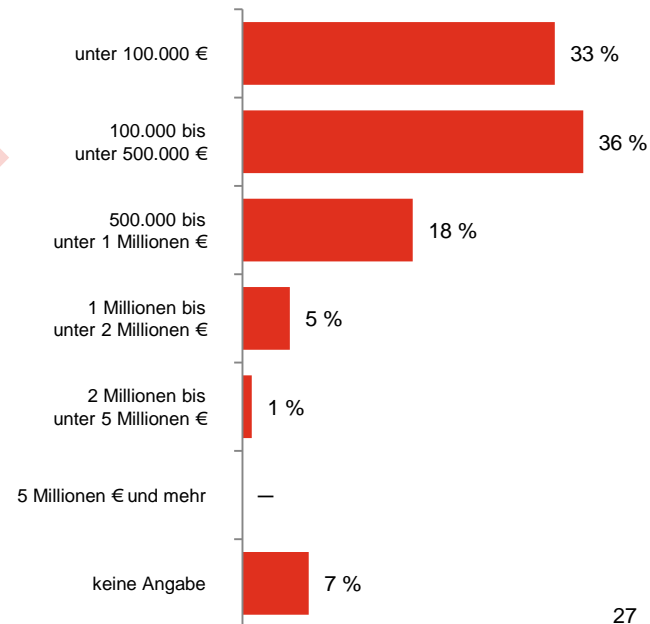
Frage 14: Wie viele Finanzierungsrunden hat Ihr Unternehmen nach der Anfangsfinanzierung schon durchlaufen? Frage 15: Würden Sie uns die Größenordnung Ihrer letzten Finanzierungsrunde verraten?
Basis Frage 14: alle Befragten, N = 1.000 (offenes Zahlenfeld), Basis Frage 15: Mind. eine Finanzierungsrunde durchlaufen, N = 797 (Einfachnennung)



keine ■ eine ■ zwei ■ drei und mehr

Ø 1,4 durchlaufene Finanzierungsrunden

Höhe der letzten Finanzierungsrunde

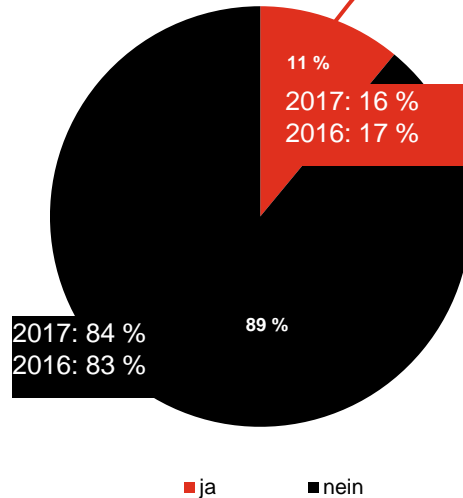


Ist eine Folgefinanzierung geplant?

Finanzierung

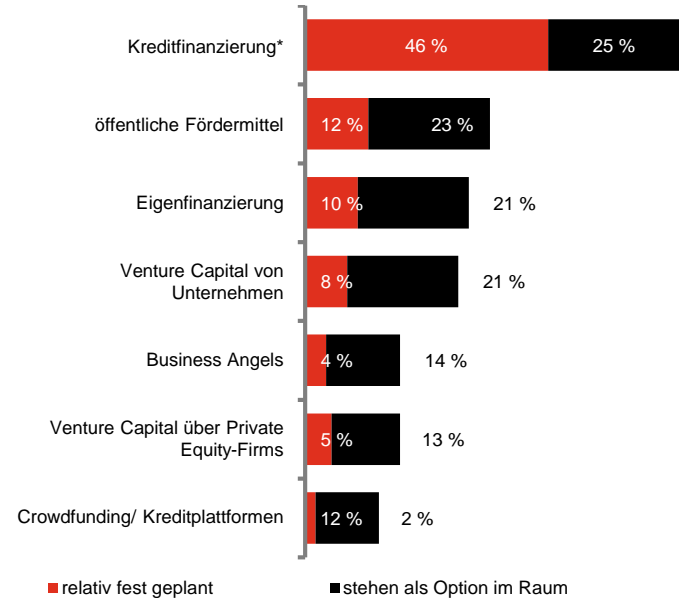
Start-ups planen seltener als in den Vorjahren eine Folgefinanzierung.

Frage 16: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Folgefinanzierung?
Frage 17: Inwieweit sind die folgenden Finanzierungsformen für die Folgefinanzierung vorgesehen? Basis Frage 16: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung), Frage 17: Planung einer Folgefinanzierung, N = 110 (skalierte Abfrage), Darstellung Top2: relativ fest geplant + stehen als Option im Raum



N = 110

Welche Formen?



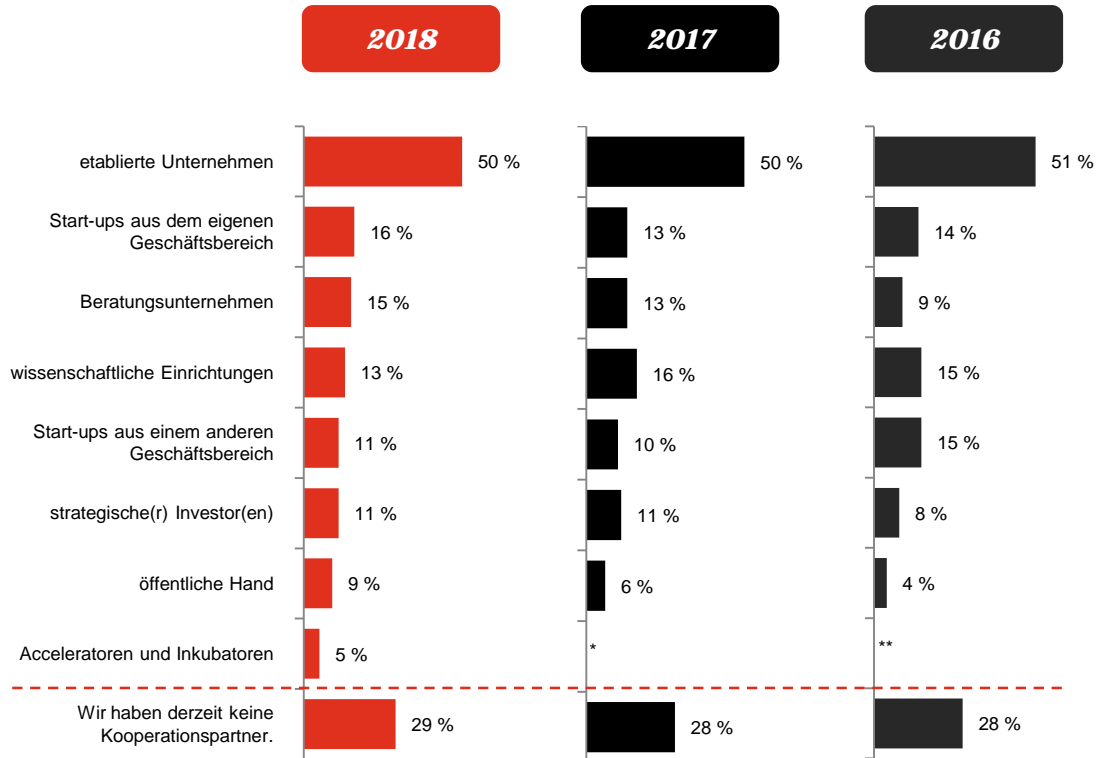
Mit wem arbeiten Start-ups zusammen?

Kooperationen

Kooperationen mit Beratungsunternehmen und der öffentlichen Hand haben in den letzten zwei Jahren kontinuierlich zugenommen.

Frage 18: Mit welchen Kooperationspartnern arbeitet Ihr Unternehmen derzeit zusammen? Mit einem oder mehreren ... Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (Mehrfachnennung)

* 2017: Anbieter Accelerator-Programme 6 %, Inkubatoren 4 %, ** nicht erhoben

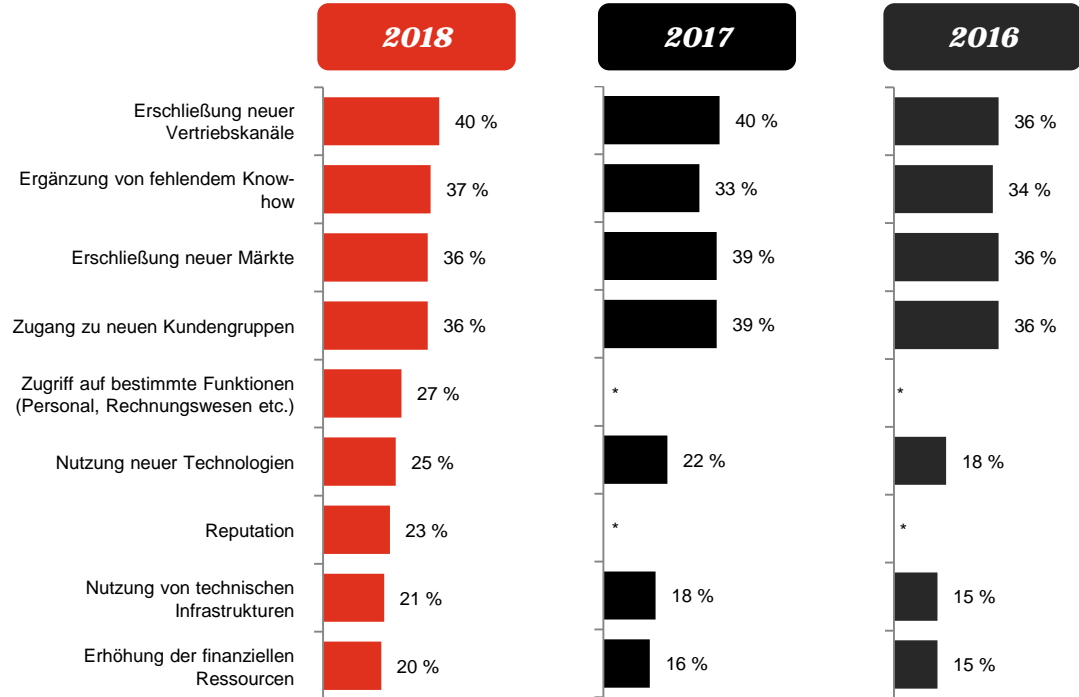


Warum gehen Start-ups Kooperationen ein?

Kooperationen

Kooperationen dienen zunehmend auch dazu, die finanziellen Ressourcen und vorhandene Infrastrukturen zu nutzen.

Frage 19: Aus welchen Gründen sind Sie Kooperationen eingegangen?
 Basis: Unternehmen mit Kooperationspartnern, N = 712 (2017: N = 322, 2016: N = 289) (Mehrfachnennung),
 * nicht erhoben



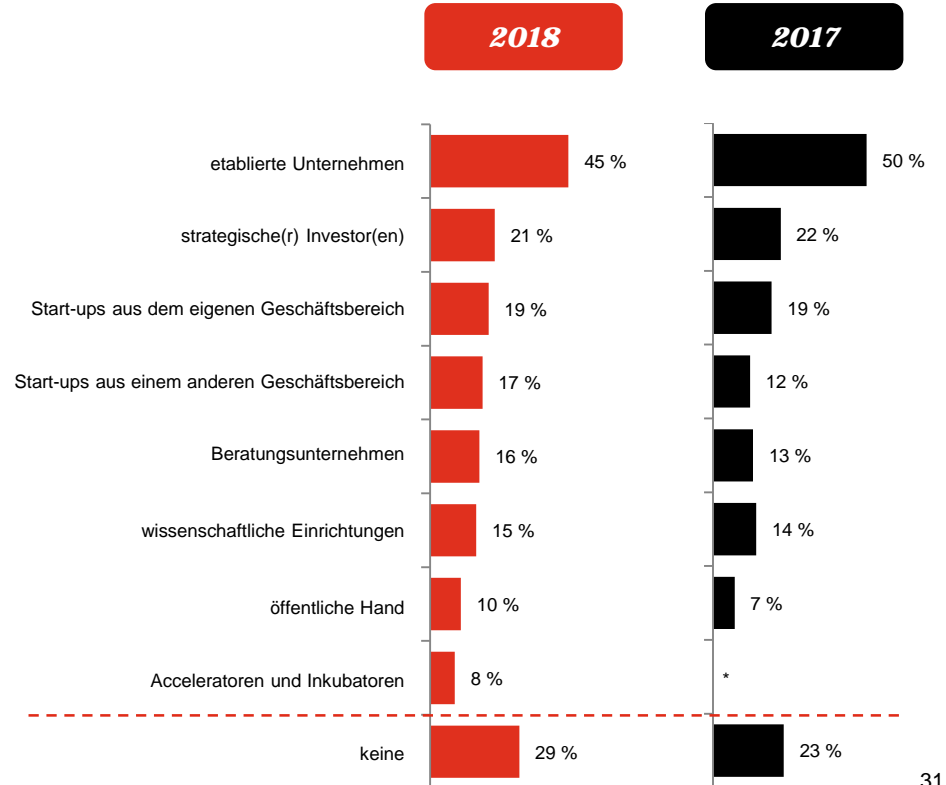
Mit wem wollen Start-ups kooperieren?

Kooperationen

Wunschkooperationspartner Nummer eins sind unverändert etablierte Unternehmen.

Frage 20: Und welche (zusätzlichen) Kooperationspartner wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450) (Mehrfachnennung)

* Anbieter Accelerator-Programme 10 %, Inkubatoren 6 %



Mit wem wollen Start-ups kooperieren?

Kooperationen

Zweitliebster Kooperationspartner bei Start-ups im ländlichen Raum: Start-ups aus einem anderen Geschäftsbereich.

Frage 20: Und welche (zusätzlichen) Kooperationspartner wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

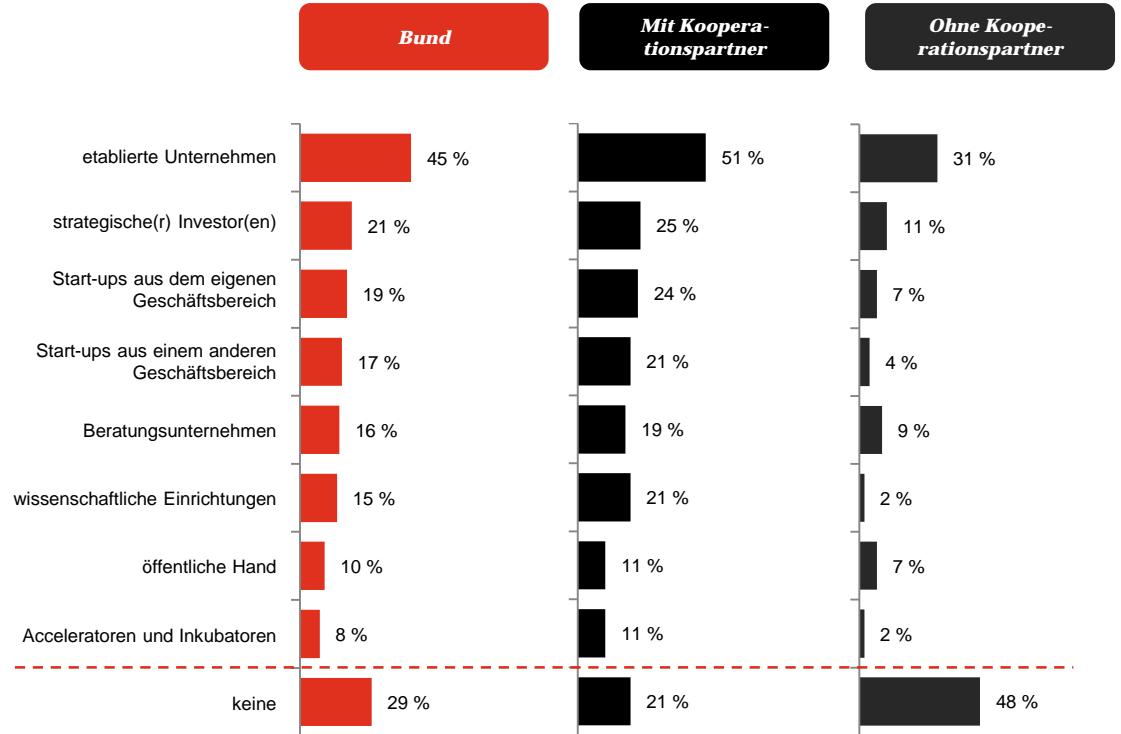
| | Bund | Standort | | | | |
|--|-------|-----------|-----------------------------|----------------------|------------|---------------------|
| | | Großstadt | Metropolregion Großstadt | Mittelgroße Stadt | Kleinstadt | Ländliche Gegend |
| Basis | 1.000 | 359 | 224 | 213 | 154 | 50 |
| etablierte Unternehmen | 45 % | 46 % | 42 % | 48 % | 44 % | 46 % |
| strategische Investor(en) | 21 % | 23 % | 22 % | 16 % | 19 % | 26 % |
| Start-ups aus dem eigenen Geschäftsbereich | 19 % | 20 % | 23 % | 16 % | 16 % | 18 % |
| Start-ups aus einem anderen Geschäftsbereich | 17 % | 17 % | 18 % | 15 % | 11 % | 28 % |
| Beratungsunternehmen | 16 % | 17 % | 13 % | 20 % | 14 % | 12 % |
| wissenschaftliche Einrichtungen | 15 % | 15 % | 17 % | 15 % | 12 % | 20 % |
| öffentliche Hand | 10 % | 11 % | 11 % | 10 % | 6 % | 8 % |
| Acceleratoren und Inkubatoren | 8 % | 7 % | 11 % | 7 % | 10 % | 2 % |
| keine | 29 % | 29 % | 25 % | 32 % | 30 % | 24 % |

Mit wem wollen Start-ups kooperieren?

Kooperationen

Knapp die Hälfte 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 = 1.000 (mit Partner: N = 712, ohne Partner: N = 288) (Mehrfachnennung)

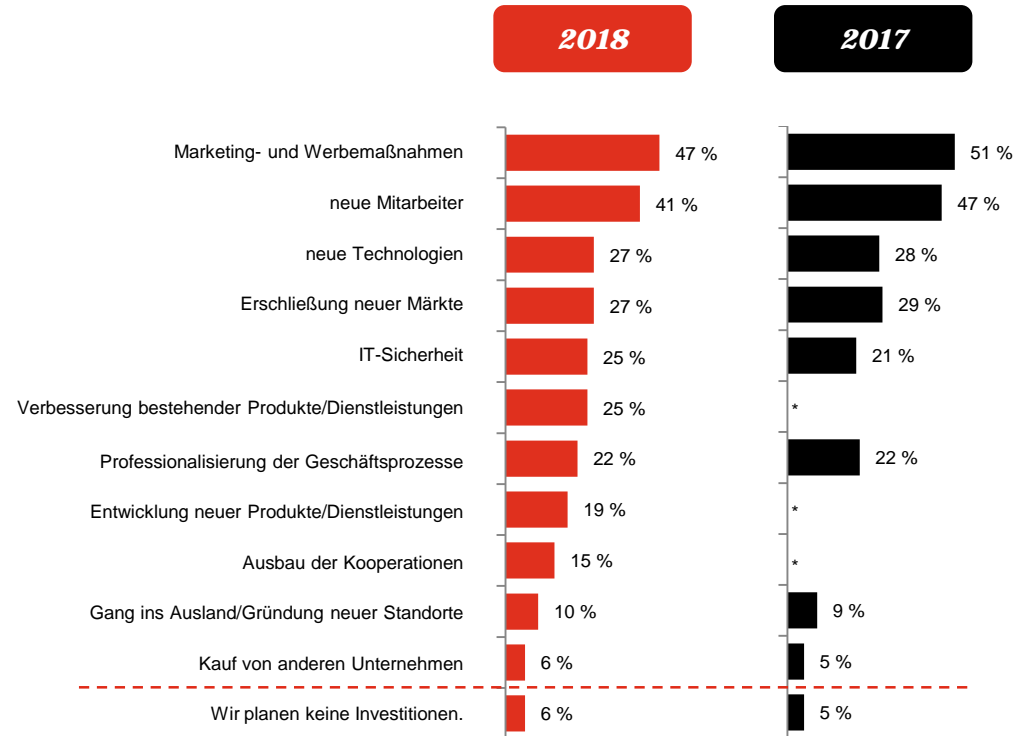


Welche Investitionen planen Start-ups?

Entwicklung

Wie im Vorjahr planen Start-ups in den nächsten 12 Monaten Investitionen vor allen in die Bereiche Marketing und Werbung sowie Personal.

Frage 21: In welchen Bereichen planen Sie, in den nächsten 12 Monaten zu investieren? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450) (Mehrfachnennung)
* nicht erhoben

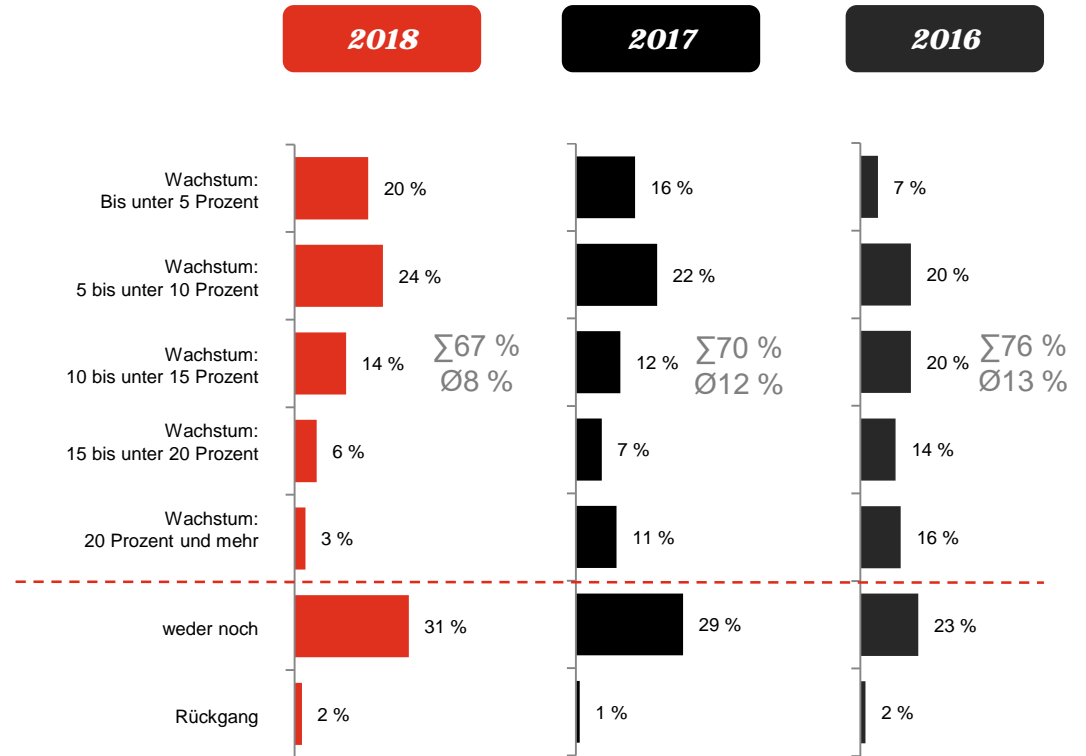


Welches Umsatzwachstum erwarten Start-ups?

Entwicklung

Die Erwartungen an das durchschnittliche Umsatzwachstum sind in den letzten zwei Jahren gesunken.

Frage 22: Jetzt etwas anderes: Erwarten Sie für 2018 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (2017: N = 450, 2016: N = 400) (Einfachnennung plus offenes Zahlenfeld)
 * Wachstum nicht abschätzbar = 2 % nicht ausgewiesen



Welches Umsatzwachstum erwarten Start-ups?

Entwicklung

Mit einem Umsatzwachstum rechnen vor allem große Start-ups.

Frage 22: Jetzt etwas anderes: Erwarten Sie für 2018 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung plus offenes Zahlenfeld)

| | Bund | Anzahl Mitarbeiter | | | |
|-----------------------------------|-------|--------------------|-----------|-----------|-------------|
| | | unter 10 | 10 bis 24 | 25 bis 49 | 50 und mehr |
| Basis | 1.000 | 214 | 367 | 224 | 195 |
| Wachstum: Bis unter 5 Prozent | 20 % | 23 % | 20 % | 13 % | 23 % |
| Wachstum: 5 bis unter 10 Prozent | 24 % | 22 % | 24 % | 17 % | 36 % |
| Wachstum: 10 bis unter 15 Prozent | 14 % | 9 % | 16 % | 18 % | 13 % |
| Wachstum: 15 bis unter 20 Prozent | 6 % | 4 % | 8 % | 4 % | 6 % |
| Wachstum: 20 Prozent und mehr | 3 % | 5 % | 2 % | 2 % | 3 % |
| Wachstumserwartung gesamt | 67 % | 63 % | 70 % | 54 % | 81 % |
| im Durchschnitt um | 8 % | 8 % | 8 % | 8 % | 7 % |
| weder noch | 31 % | 36 % | 29 % | 43 % | 18 % |
| Rückgang | 2 % | 1 % | 1 % | 3 % | 1 % |

Welches Umsatzwachstum erwarten Start-ups?

Entwicklung

Die Wachstumserwartungen fallen in Kleinstädten und auf dem Land geringer aus.

Frage 22: Jetzt etwas anderes: Erwarten Sie für 2018 eher ein Umsatzwachstum oder einen Umsatzrückgang? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung plus offenes Zahlenfeld)

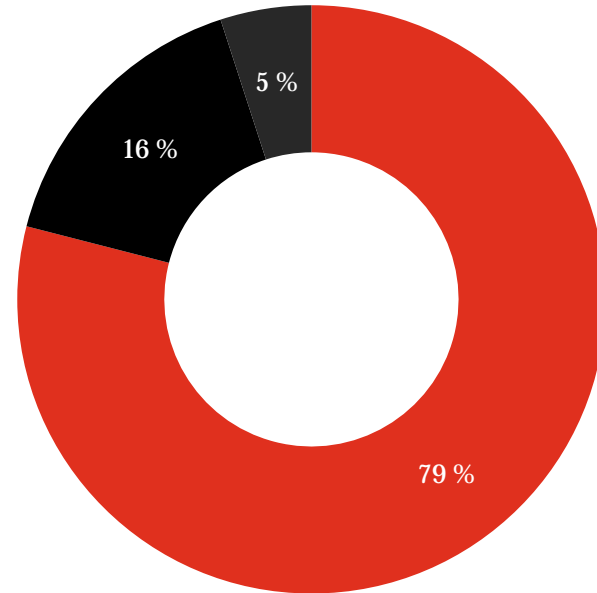
| | Basis | Standort | | | | | |
|-----------------------------------|-------|----------|-----------|------------------------------|----------------------|------------|---------------------|
| | | Bund | Großstadt | Metropol-region Großstadt | Mittelgroße Stadt | Kleinstadt | Ländliche Gegend |
| | 1.000 | 359 | 224 | 213 | 154 | 50 | |
| Wachstum: Bis unter 5 Prozent | 20 % | 16 % | 21 % | 22 % | 20 % | 24 % | |
| Wachstum: 5 bis unter 10 Prozent | 24 % | 25 % | 25 % | 22 % | 27 % | 20 % | |
| Wachstum: 10 bis unter 15 Prozent | 14 % | 15 % | 14 % | 19 % | 7 % | 14 % | |
| Wachstum: 15 bis unter 20 Prozent | 6 % | 7 % | 5 % | 7 % | 5 % | 2 % | |
| Wachstum: 20 Prozent und mehr | 3 % | 4 % | 2 % | 3 % | 3 % | - | |
| Wachstumserwartung gesamt | 67 % | 67 % | 67 % | 73 % | 62 % | 60 % | |
| im Durchschnitt um | 8 % | 9 % | 7 % | 8 % | 7 % | 6 % | |
| weder noch | 31 % | 31 % | 33 % | 26 % | 34 % | 40 % | |
| Rückgang | 2 % | 2 % | 0% | 1 % | 4 % | - | |

Wurden im letzten Jahr Gewinne erwirtschaftet?

Entwicklung

Fast 80 % der Start-ups haben im letzten Jahr Gewinne erwirtschaftet.

Frage 23: Haben Sie im vergangenen Jahr Gewinne erwirtschaftet?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)



■ ja ■ nein ■ keine Angabe

Über diese Studie

Hintergrund und Untersuchungsansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Studie zum Thema **„Start-up-Unternehmen in Deutschland 2018“** dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH durchgeführt wurde.

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 = 1.000
- Erhebungszeitraum: April und Mai 2018
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.
- Veränderungen zu den Vorjahren: teils andere Branchenauswahl, andere Schwerpunktregionen.

Über diese Studie

Statistik

| Branche | Total |
|--|-------|
| digitaltechnologiegetriebene Industrieunternehmen | 16 % |
| Informations-/ Kommunikationstechnik (ITK) | 53 % |
| Life-Science | 6 % |
| E-Commerce | 22 % |
| Financial Services/Fintech | 3 % |

| Anzahl Mitarbeiter | Total |
|-----------------------------------|-------|
| weniger als 10 Mitarbeiter | 21 % |
| 10 bis unter 25 Mitarbeiter | 37 % |
| 25 bis unter 50 Mitarbeiter | 22 % |
| 50 bis unter 100 Mitarbeiter | 12 % |
| 100 bis unter 500 Mitarbeiter | 8 % |
| 500 bis unter 1.000 Mitarbeiter | 0 % |
| 1.000 bis unter 5.000 Mitarbeiter | 0 % |
| 5.000 und mehr Mitarbeiter | - |

| Jahresumsatz | Total |
|------------------------------------|-------|
| unter 50.000 Euro | 5 % |
| 50.000 bis unter 150.000 Euro | 7 % |
| 150.000 bis unter 250.000 Euro | 7 % |
| 250.000 bis unter 500.000 Euro | 9 % |
| 500.000 bis unter 1 Millionen Euro | 15 % |
| 1 bis unter 5 Millionen Euro | 23 % |
| 5 bis unter 10 Millionen Euro | 10 % |
| 10 bis unter 50 Millionen Euro | 10 % |
| 50 Millionen Euro und mehr | 0 % |
| weiß nicht/keine Angabe | 14 % |

| Hauptgeschäftsmodell | Total |
|--|-------|
| B2B (Business to Business) | 75 % |
| B2C (Business to Consumer) | 13 % |
| B2B2C (Business to Business to Consumer/Business to Everyone) | 10 % |
| C2C (Consumer to Consumer, z.B. als Anbieter von Plattformen) | 2 % |

Über diese Studie

Statistik

| Branche der Hauptkunden | Total |
|--|--------|
| Privatkunden/B2C allgemein | 18 % |
| Industrie/produzierendes Gewerbe/Maschinenbau | 17 % |
| Unternehmen/B2B allgemein | 11 % |
| Dienstleistungen | 10 % |
| Handel | 8 % |
| Gesundheit/Pharma/Medizintechnik/Biotechnologie | 5 % |
| IT-/TK-Dienstleistungen | 4 % |
| Automobile, Finanzen/Banken/Versicherungen, E-Commerce, Bau | je 3 % |
| öffentlicher Dienst, Handwerk, Immobilien/Wohnungsbau | je 2 % |
| Agrar/Landwirtschaft, Energie, Chemie, Transport/Logistik, Lebensmittel, Medien, Technologie, Mode/Textil, Kommunikation | je 1 % |
| Sonstige | 4 % |
| verschiedene/alle | 12 % |
| weiß nicht/keine Angabe/nicht zu verallgemeinern | 1 % |

| Unternehmensgründung | Total |
|----------------------|-------|
| Neugründung | 95 % |
| Umfirmierung | 5 % |

| Gründungsjahr | Unternehmen | Vorgänger (N=49)* |
|---------------|-------------|-------------------|
| 2018 | 2 % | - |
| 2017 | 4 % | - |
| 2016 | 12 % | 4 % |
| 2015 | 15 % | 6 % |
| 2014 | 16 % | 8 % |
| 2013 | 12 % | 8 % |
| 2012 | 11 % | 35 % |
| 2011 | 9 % | 35 % |
| 2010 | 9 % | 35 % |
| 2009 | 5 % | 49 % |
| 2008 | 5 % | 49 % |

* Mehrfachnennung

Über diese Studie

Statistik

| Standort des Unternehmens | Total |
|---|-------|
| in einer deutschen Großstadt | 36 % |
| im Umland bzw. der Metropolregion einer deutschen Großstadt | 23 % |
| in einer mittelgroßen deutschen Stadt | 21 % |
| in einer deutschen Kleinstadt | 15 % |
| in einer ländlichen Gegend in Deutschland/auf dem Land | 5 % |

| Position des Befragten | Total |
|-----------------------------------|-------|
| Vorstand/Geschäftsführung | 21 % |
| Inhaber/Gründer | 54 % |
| Geschäftsführender Gesellschafter | 25 % |

| Bundesland | Total |
|------------------------|-------|
| Schleswig-Holstein | 7 % |
| Hamburg | 6 % |
| Niedersachsen | 8 % |
| Bremen | 1 % |
| Nordrhein-Westfalen | 19 % |
| Hessen | 8 % |
| Rheinland-Pfalz | 4 % |
| Baden-Württemberg | 14 % |
| Bayern | 16 % |
| Saarland | 1 % |
| Berlin | 6 % |
| Brandenburg | 1 % |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1 % |
| Sachsen | 4 % |
| Sachsen-Anhalt | 2 % |
| Thüringen | 2 % |

Über diese Studie

Ihre Ansprechpartner

© 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.

Start-up-Unternehmen in Deutschland



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