

Deutscher Startup Monitor

Den Blick nach vorne



Inhaltsverzeichnis

Grußwort des Bundesministers für Wirtschaft und Klimaschutz	3	5. Finanzierungskreislauf	34
Vorwort des Startup-Verbands	4	5.1. Startup-Finanzierung	35
Kernergebnisse	5	5.2. Investmentlandschaft	38
		5.3. Der Exit-Markt	40
1. Das Ökosystem im Wandel	7	6. Mindset und Ökosystem	42
		6.1. Gründer*innen-Mindset	43
2. Startups in Deutschland	10	6.2. Ökosystem und Kooperationen	45
2.1. Entwicklung und Standorte	11	6.3. Hochschulen und DeepTech	48
2.2. Branchen und Geschäftsmodelle	13	7. Wirtschaftliches Umfeld und Politik	51
2.3. Startups als Jobfaktor	15	7.1. Geschäfts- und Investitionsklima	52
		7.2. Politische Positionen	55
3. Gründende im Fokus	17	7.3. Ausblick	58
3.1. Gründungsteam und Management	18	Methodik	59
3.2. Diversität im Ökosystem	20	Quellenverzeichnis	61
3.3. Werdegang der Gründer*innen	22	Autor*innen	62
4. Märkte und Technologien	25		
4.1. Kunden und Märkte	26		
4.2. Technologien und Trends	29		
4.3. Strategien und Nachhaltigkeit	32		

Grußwort des Bundesministers für Wirtschaft und Klimaschutz



Dr. Robert Habeck
Bundesminister für Wirtschaft
und Klimaschutz

Liebe Leserinnen und Leser,

Branchenberichte sind viel mehr als Zahlen und Daten – denn sie gewähren, wie der Deutsche Startup Monitor 2024, immer auch einen Einblick ins Innenleben eines Wirtschaftsbereichs. Demnach gehen die Herausforderungen unserer Zeit auch an Start-ups nicht spurlos vorbei. Zugleich gehen Gründerinnen und Gründer aber von einer Verbesserung der Geschäftslage bis Ende 2025 aus. Um diese Erwartung auch Wirklichkeit werden zu lassen, wird die Bundesregierung sie weiter unterstützen. Dass schon über 80 Prozent der Maßnahmen unserer Start-up-Strategie umgesetzt wer-

den konnten, ist dabei ein Erfolg. Und wir wollen mehr. Mit der Initiative für Wachstums- und Innovationskapital für Deutschland (WIN-Initiative) haben wir Mitte September gemeinsam mit der Finanzwirtschaft einen bedeutsamen Schritt hin zu mehr Wagniskapitalinvestitionen eingeleitet.

Der DSM 2024 zeigt auch, dass das B2B-Geschäft in der anhaltenden Krise ein wichtiger Anker ist. Gleichzeitig stockt aber die Kooperation zwischen Start-ups und dem Mittelstand. Von der im September ins Werk gesetzten regionalen und thematischen Erweiterung der Digital Hub Initiative des BMWK erhoffe ich mir deswegen einen

echten Schub. In den Hubs dieses Netzwerks („de:hubs“) erhalten Start-ups die Möglichkeit, passende Partner zu finden – auch aus der etablierten Wirtschaft.

Bemerkenswert finde ich, dass laut DSM sechs von zehn Gründerinnen und Gründern bereits sehr früh, oft im Studium oder in der Ausbildung, eine Start-up-Idee hatten. Hochschulen sind dem DSM zufolge eine immer wichtigere Innovationsquelle. Deshalb wollen wir das wissenschaftsbasierte Innovationsökosystem im kommenden Jahr mit unseren bis zu zehn EXIST-Startup Factories nochmal auf ein neues Level heben.

Wir in der Bundesregierung wollen, dass der Mut all jener, die den Schritt wagen, ein Start-up zu gründen, mit wirtschaftlichem Erfolg belohnt wird. So bleibt das Gründen attraktiv – und Deutschland kommt ein Stück weiter auf dem Weg zur Start-up-Nation!

Ihr

Vorwort des Startup-Verbands



Verena Pausder
Vorstandsvorsitzende
Startup-Verband

Klar, die aktuelle wirtschaftliche Situation ist schwierig. Aber es gibt nichts Schlimmeres, als den Kopf in den Sand zu stecken und zu hoffen, dass alles schon wieder wird. Was wir in Deutschland und weiten Teilen Europas beobachten, ist eine strukturelle Transformation: Um hier Erfolg zu haben, muss unsere Wirtschaft bei Innovationen wieder an die Spitze und Neues ausprobieren – dafür braucht es Startups.

Die gute Nachricht: Wir haben in Deutschland ein starkes Startup-Ökosystem, das den Blick nach vorne richtet. 58 % unserer Gründer*innen gehen davon aus, dass sich die wirtschaftliche Situation in den kommenden

Monaten verbessert und bis Ende 2025 rechnen sogar 80 % mit einer positiven Entwicklung. Dieser Optimismus ist keine Träumerei, sondern hat ein solides Fundament. Startups setzen auf Künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit, Deep-Tech, Digitalisierung in Gesundheit sowie Bildung und damit genau auf die Themen, um die sich in den kommenden Jahren alles dreht.

Die Ergebnisse des Deutschen Startup Monitors 2024 unterstreichen außerdem, dass wir als Land alle Zutaten haben, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Ganz vorne steht dabei unsere starke Forschungslandschaft. Immer mehr Startups kooperieren mit Hoch-

schulen und bringen so grundlegend neue Ideen und Technologien in die Praxis. Zentrale Säule des Standorts Deutschland ist nach wie vor auch die Stärke von Mittelstand und Industrie, die bisher für unseren Wohlstand gesorgt haben. Bei der Zusammenarbeit von Startups und Etablierten, auch das zeigt der Startup Monitor, hakt es allerdings seit einiger Zeit – daher müssen wir hier den nötigen Schwung für mehr Fortschritt aufnehmen.

Mit Blick auf die Zahlen der Studie will ich noch ein letztes Thema aufgreifen: Bei den meisten Gründer*innen entsteht schon in der Schule oder im Studium der Wunsch, ein eigenes Unter-

nehmen aufzubauen. Das bedeutet, wir müssen im Bildungssystem ansetzen, wenn wir in Deutschland den Gründungsgeist in der Breite stärken und Offenheit für Innovation langfristig fördern wollen.

Uns als Startup-Verband dient die Studie auch als Reality-Check: Wo stehen wir, wo wollen wir hin und wie schaffen wir das? Ich freue mich, mit euch darüber zu diskutieren und gemeinsam den Blick nach vorn zu richten.

Kernergebnisse

1 Der Startup-Jobmotor stottert, aber Blick nach vorne ist positiv

Nach dem stetigen Aufwärtstrend der letzten Jahre sinkt die durchschnittliche Mitarbeitendenzahl in diesem Jahr von 18,9 auf 16,7 – gleichzeitig gehen aber 79,8 % von einer Verbesserung der Geschäftslage bis Ende 2025 aus.

2 Profitabilität und B2B stehen im Mittelpunkt

Im Kontext anhaltender Herausforderungen rückt bei Startups Profitabilität (78,8 %) gegenüber schnellem Wachstum (54,0 %) in den strategischen Fokus – außerdem steigt der Anteil am Umsatz mit Geschäftskunden auf 74,7 % (2023: 70,4 %).

3 Nachhaltigkeit bleibt Fokus

Auch im Kontext der wirtschaftlichen Herausforderungen rücken deutsche Startups nicht von ihrem klaren Bekenntnis zur ökologischen Nachhaltigkeit ab und die Selbstzuordnung zur Green Economy steigt leicht von 46,7 % 2023 auf 48,1 %.

4 Der Gründerinnenanteil sinkt

Nach dem langsamen, aber kontinuierlichen Anstieg in den letzten Jahren geht der Anteil der Frauen unter deutschen Startup-Gründer*innen in diesem Jahr von 20,7 % auf 18,8 % zurück.

5 Hochschulen schaffen unternehmerische Innovation

Der Anteil an Startups, die von einer Hochschule unterstützt wurden, steigt von 49,2 % auf 55,1 %. Während vor allem die gute Vernetzung (62,4 %) hervorgehoben wird, bewerten nur 39,5 % die Vorbereitung auf den Startup-Alltag positiv.

6 DeepTech spielt signifikante Rolle

11,4 % der deutschen Startups lassen sich der Kategorie DeepTech zuordnen. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie neuste wissenschaftliche Erkenntnisse und Technologien auf den Markt bringen und ihre Produkte längere Entwicklungszeiten haben.

7 Bei Kooperationen hakt es weiter

Nur 37,5 % bewerten die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit der etablierten Wirtschaft als gut – nochmal weniger als im Vorjahr (40,5 %). So ist der Anteil an Startups mit Unternehmenskooperationen seit dem Höchststand in 2020 kontinuierlich zurückgegangen, hat sich 2024 aber zumindest stabilisiert.

8 Startups stehen für Internationalität

Der Anteil ausländischer Mitarbeitender im deutschen Startup-Ökosystem liegt bei 30,8 % und in 34,9 % der Startups gilt die Arbeitssprache Englisch – in Berlin liegen diese Werte sogar bei 42,3 % und 55,8 %.

9 Wunsch zu Gründen entsteht meist früh

Bei sechs von zehn Gründer*innen kam die Idee, ein eigenes Unternehmen aufzubauen, bereits vor dem Karrierestart auf – entweder erstmalig in der Jugend (29,6 %) oder im Rahmen des Studiums bzw. der Ausbildung (29,9 %).

10 Das sind die Erwartungen an die Politik

Startups erwarten vom Bund vor allem Fortschritte bei der Digitalisierung der Verwaltung (58,5 %) und für größere Scaleups steht daneben die Flexibilisierung des Arbeitsmarkts (59,5 %) im Fokus.

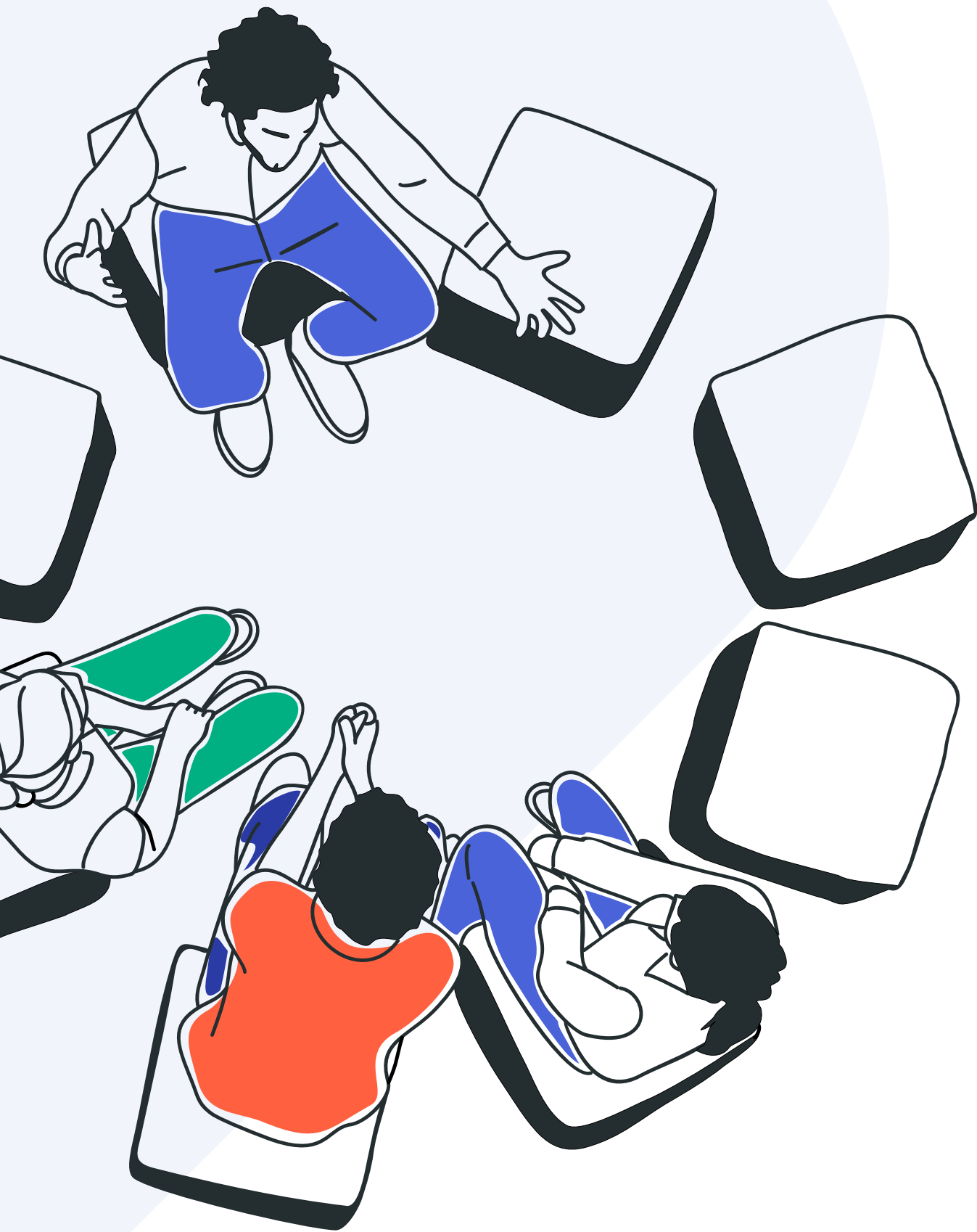


1.

Das Ökosystem im Wandel



1. Das Ökosystem im Wandel



„Nie war mehr möglich“ – unter diese Überschrift hatten wir den Deutschen Startup Monitor 2021 gestellt: Neugründungen und Finanzierungen erreichten damals bis heute bestehende Rekordwerte. Innerhalb eines Jahres wurden 3.200 Startups gegründet und über 17 Milliarden Euro investiert. Seitdem hat sich das wirtschaftliche Umfeld allerdings eingetrübt. Auf Startups wirkt sich neben der Kundenzurückhaltung insbesondere die Zinswende und die damit verbundenen Engpässe im Bereich Venture Capital negativ aus. Einige Geschäftsfelder haben in diesem Kontext deutlich eingebüßt: Das gilt vor allem für die Bereiche FinTech und E-Commerce, die lange die Dynamik im Ökosystem dominierten. Gleichzeitig ist aber auch eine Vielzahl neuer Mög-

lichkeiten für Startups entstanden. Be-
feuert durch den Boom um Generative Künstliche Intelligenz befindet sich der SaaS-Sektor weiterhin in einem Aufwärtstrend und DeepTech-Unternehmen, die wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis bringen, gewinnen vor dem Hintergrund der aktuellen Transformationen an Bedeutung.

Heute wird anders gegründet (und investiert) als in der Zeit neuer Rekorde noch vor wenigen Jahren. Lange wurde alles dem Credo Wachstum untergeordnet, nun sehen wir einen Wandlungsprozess. Profitabilität rückt ins Zentrum: Gründer*innen entwickeln neben Wachstumszielen frühzeitig einen klaren Weg in Richtung Profitabilität. Dabei spielen B2B-Kunden eine

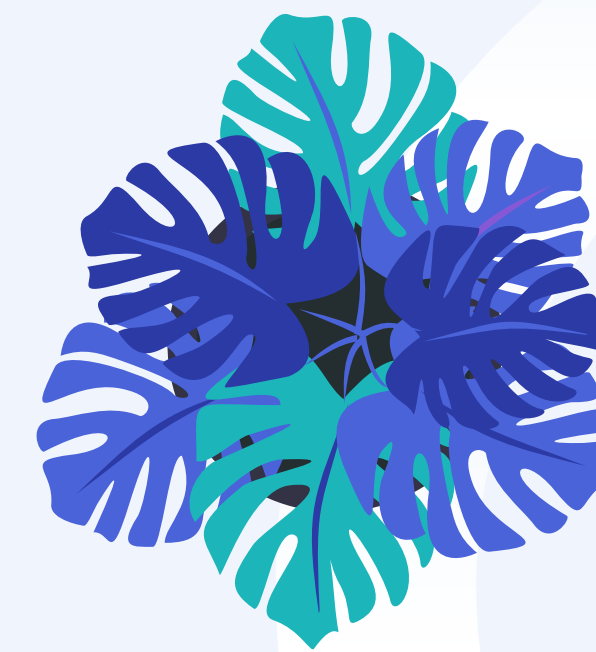
immer größere Rolle: Während B2C-Unternehmen große Finanzierungsrunden und die öffentliche Wahrnehmung lange prägten, rücken nun zunehmend B2B-Startups in den Mittelpunkt – mit Celonis und Personio sind heute zwei der drei wertvollsten deutschen Startups im B2B-SaaS-Sektor aktiv. Große Klammer dieser Veränderung sind Effizienzsteigerung und Ressourcenschonung. Klare wirtschaftliche Mehrwerte zu bieten, indem man Prozesse optimiert und Ressourcen klug einsetzt, ist aus ökonomischer und nicht zuletzt aus ökologischer Sicht wichtiger denn je. Auch der bestmögliche Einsatz von Beschäftigten wird mit Blick auf die sich zuspitzende demografische Entwicklung und dem damit einhergehenden Fachkräftemangel zu einem im-

mer wichtigeren Thema. Der Deutsche Startup Monitor zeigt diesen Wandlungsprozess auf und fragt, welche Aspekte das Ökosystem auszeichnen.

Grundlage des Startup Monitors ist eine klare und möglichst trennscharfe Definition von Startups in Abgrenzung zum weiteren Bereich der Existenzgründungen. Während Existenzgründungen im Allgemeinen jede Form der beruflichen Selbstständigkeit umfassen, werden unter dem Begriff Startup nur Jungunternehmen mit einer innovativen und/oder skalierbaren Geschäftsidee verstanden (Kollmann 2022). Diese beiden Kernkriterien, Innovativität und Skalierbarkeit, treffen lediglich auf einen kleinen Teil der Existenzgründungen zu und schaffen so eine klare Differenzierung (Metzger 2023 & Stern-

berg et al. 2024). Daraus ergibt sich die starke Wachstumsorientierung, die dafür sorgt, dass Startups im Mittel deutlich mehr Mitarbeitende beschäftigen und die Finanzierungsstruktur häufig durch externe Kapitalgeber*innen geprägt ist. Genau diese Eigenschaften unterstreichen die volkswirtschaftliche Bedeutung von Startups, weshalb sich die Analyse des Sektors besonders lohnt.

/ *Abbildung 1: Was ist eigentlich ein Startup?*



... sind jünger als zehn Jahre.



Startups

... sind mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ.

... haben ein signifikantes Mitarbeitenden und/oder Umsatzwachstum (oder streben es an).



2.

Startups in Deutschland





2. Startups in Deutschland

2.1. Entwicklung und Standorte

Der DSM ist die umfassendste Befragung unter Startups

Insgesamt umfasst der Deutsche Startup Monitor 2024 1.828 Fälle und hat somit einen vergleichbar hohen Rücklauf wie in den vorherigen Jahren. Der deutlich überwiegende Teil der befragten Personen sind Gründer*innen (94,1 %). Daneben haben auch Geschäftsführer*innen (2,6 %) und Personen auf C-Level-Ebene (3,3 %) aus Startups an der Befragung teilgenommen. Die dazugehörigen Startups sind überwiegend jung: Knapp ein Viertel (24,8 %) wurde 2024 gegründet bzw. hat noch keine Gewerbeanmeldung

und weitere 31,2 % sind 2022 und 2023 gestartet – auf die Zeiträume 2019 bis 2021 und 2014 bis 2018 entfallen 28,6 % bzw. 15,8 %. Somit ist der Startup Monitor die mit Abstand größte Befragung im deutschen Startup-Ökosystem und ermöglicht nicht nur einen breiten Überblick zur aktuellen Lage innovativer Wachstumsunternehmen, sondern auch Einblicke in die Hintergründe und Motive der Gründer*innen.

Startups zählen: eine Herausforderung

Im Kontext des steigenden Interesses an Startups, vor allem an großen Finanzierungsrunden, hat sich die Datenlage in vielen Bereichen deut-

lich verbessert. Eine schwierige und teilweise nach wie vor offene Frage: Wie viele Startups gibt es eigentlich in Deutschland? Das Problem: Es fehlt nach wie vor eine umfassende Datenbasis, was auch mit der Trennschärfe in der Definition und Identifikation zu tun hat. Mithilfe der Datenplattformen Dealroom und startupdetector lässt sich jedoch eine grobe Approximation herstellen. Auf Grundlage dieser Daten, eigener Analysen und der hier angelegten Definition gehen wir aktuell von 20.000 aktiven Startups aus. Für den Startup Monitor bedeutet dies, dass durch die Fallzahl zwischen 1.800 und 2.000 Unternehmen in den letzten Jahren konstant ca. 10 % der deutschen Startups mobilisiert werden konnten. Die befragten Unternehmen zeichnen

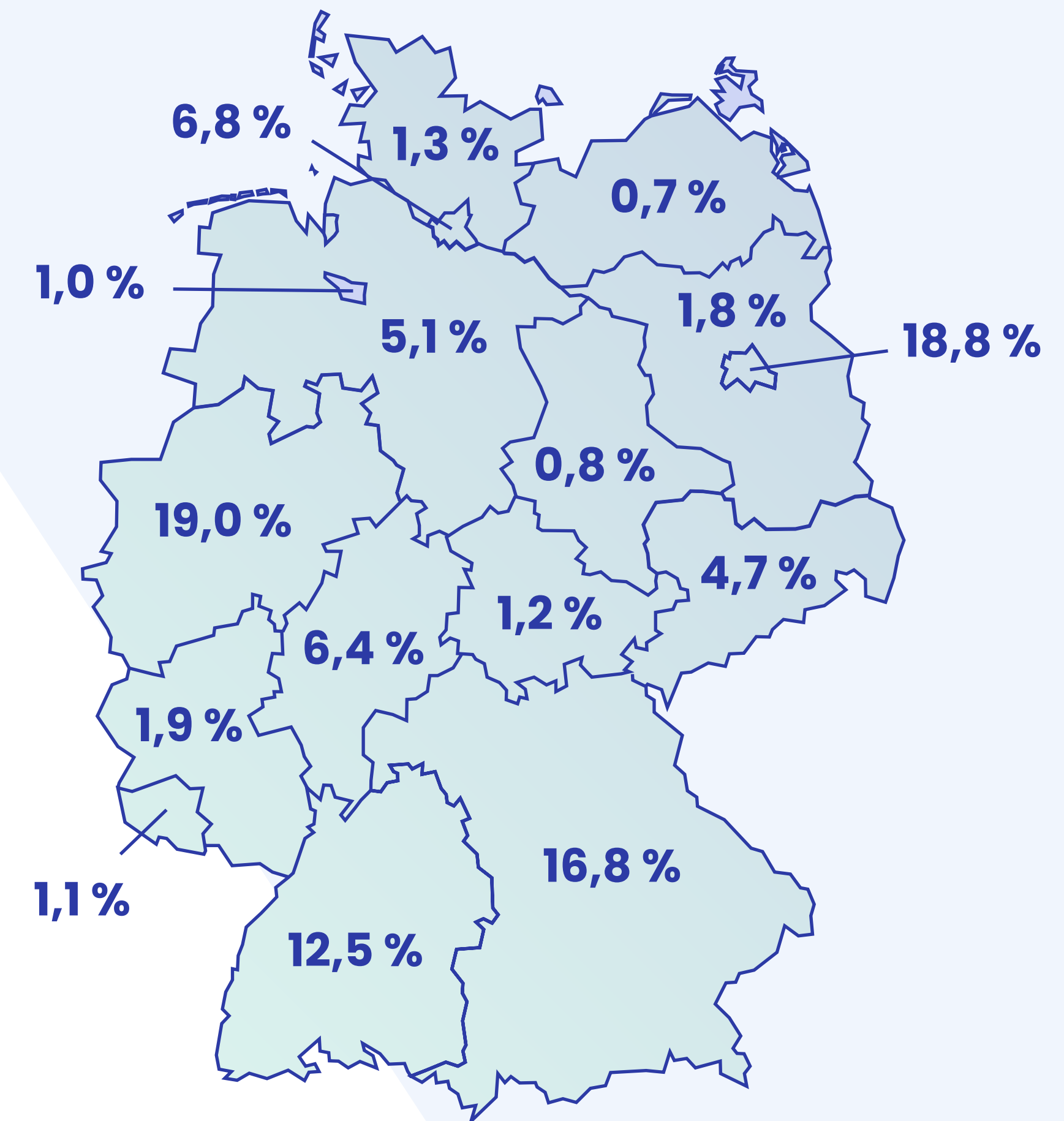
sich dabei durch eine hohe Stabilität und plausible Entwicklung relevanter Datenpunkte aus – etwa Mitarbeitendenzahl, Geschäftsmodelle und demografische Informationen –, was ein hohes Maß an Repräsentativität sicherstellt.

Regionale Vielfalt des Ökosystems wird erfasst

Analog zur Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur insgesamt ist auch das deutsche Startup-Ökosystem durch seine regionale Vielfalt geprägt. Dies spiegelt auch der DSM-Rücklauf wider: Die größte Zahl der an der Befragung teilgenommenen Startups stammt in diesem Jahr aus dem bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen (19,0 %); es folgen Berlin (18,8 %) und Bayern (16,8 %) mit dem Hotspot

München (8,5 %). Vergleicht man diesen Rücklauf mit den Startup-Neugründungen im Jahr 2023, erkennt man in der Tendenz eine ähnliche Verteilung mit kleineren Unterschieden (Gilde et al. 2024). Hier liegt Bayern (19,3 %) knapp vor Berlin (18,8 %) und Nordrhein-Westfalen (16,5 %). Trotz der hohen Stabilität über die Jahre hinweg sind beim regionalen Rücklauf gewisse Schwankungen zu beobachten, weshalb hier nur eine eingeschränkte Repräsentativität vorliegt.

Abbildung 2: Hauptsitz der befragten Startups nach Bundesländern





2.2. Branchen und Geschäftsmodelle

Startups bringen alle Wirtschaftssectoren voran

Startups sind in allen Wirtschaftssectoren aktiv und leisten damit in der Breite einen elementaren Beitrag zu Innovation, Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit. Mit einem Anteil von 28,3 % bilden die Informations- und Kommunikationstechnologie nach wie vor die größte Branche, gefolgt vom Gesundheitssektor, der seit Jahren die zweitgrößte Gruppe stellt und im Vergleich zu 2023 noch einmal zugelegt hat. Daneben unterstreichen auch die vergleichsweise hohen Werte in den Sektoren Bildung, Energie und Mobilität, welche Rolle Startups in Sachen gesellschaftliche und ökologische Transformation spielen können.

/ Abbildung 3: Top-10 Branchen



Digitalisierung ist meist Kern des Geschäftsmodells

Weiterhin verfolgen zwei Drittel der befragten Unternehmen digitale Geschäftsmodelle – mit 34,0 % ist Software-as-a-Service (SaaS) der wichtigste Bereich. Gleichzeitig sticht der Bereich Technologieentwicklung und -produktion mit 23,3 % als zweiter Sektor deutlich heraus. Dieser Bereich schließt an die Stärke Deutschlands im Bereich Industrie und Ingenieurwesen an und bildet neben den reinen Digitalstartups eine weitere wichtige Säule in der Erneuerung der etablierten Wirtschaft. Online-Plattformen und -Handel bilden weiterhin relevante Geschäftsfelder, verlieren aber im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung, während der Wert für Softwareentwicklung leicht ansteigt.



„Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Gründung ist es, den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Einerseits musst du wissen, was deine Kunden umtreibt, welches Problem du für sie lösen kannst, um auf dieser Basis echten Mehrwert zu schaffen. Andererseits musst du ein Team aufbauen, in dem die Kultur stimmt und die gemeinsamen Sache wirklich vor den individuellen Interessen steht.“

Gregor Demmer
Co-Founder & CEO Vereinsticket

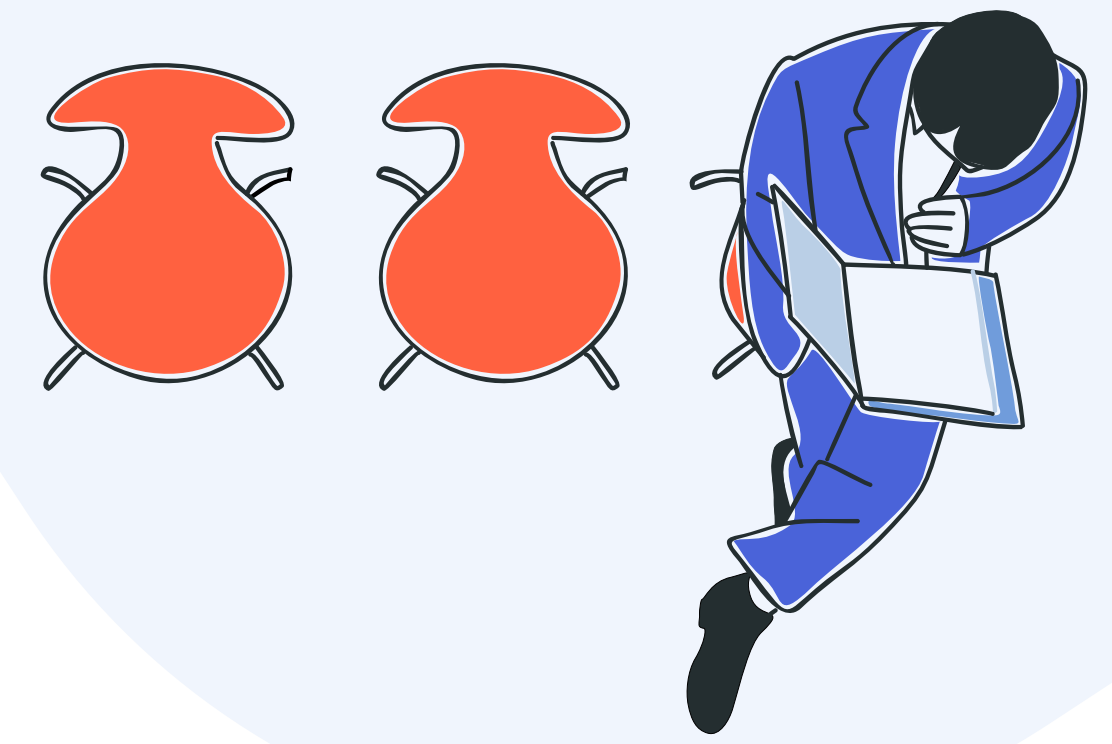
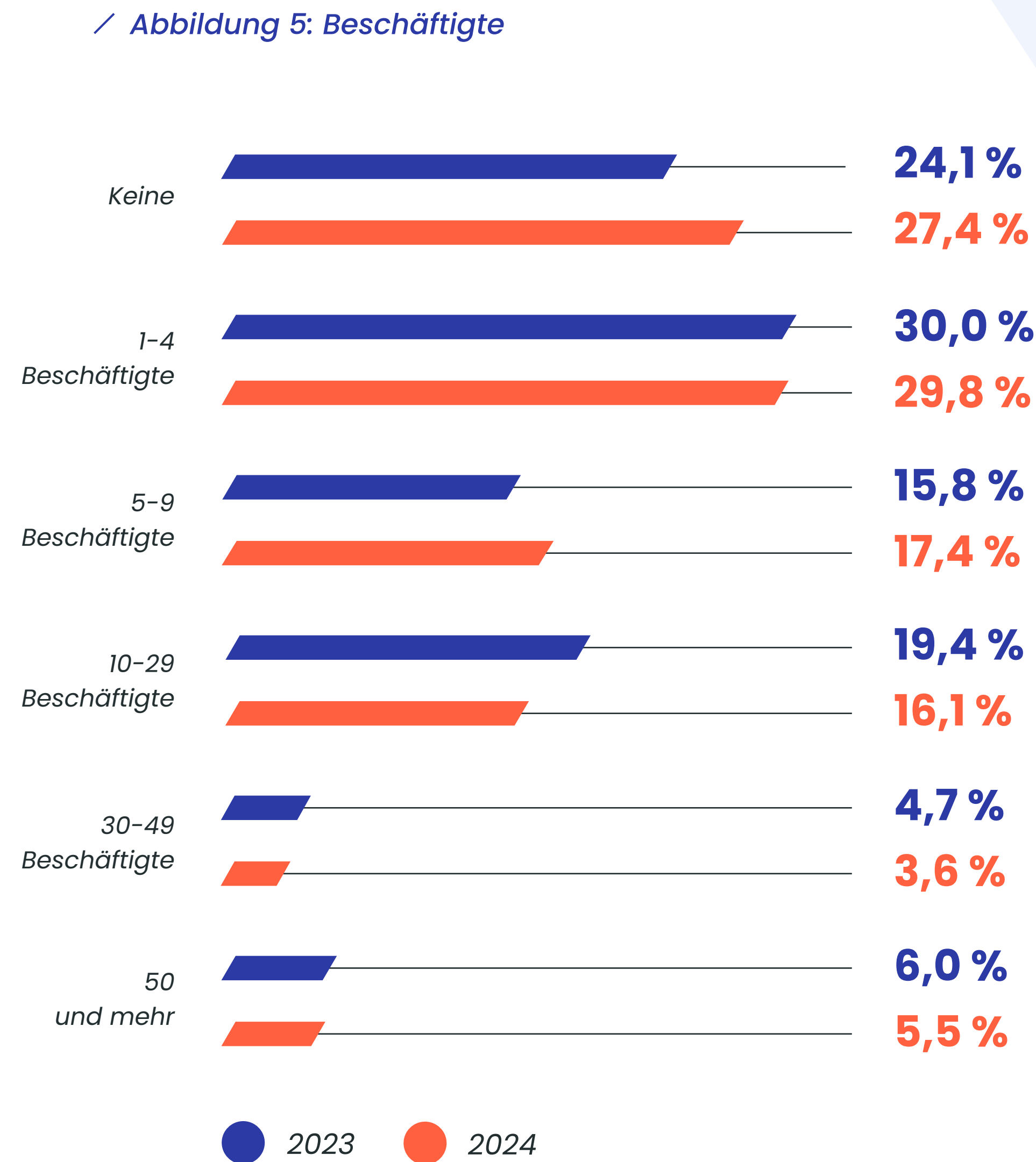
/ Abbildung 4: Geschäftsmodelle



2.3. Startups als Jobfaktor

Durchschnittliche Beschäftigtenzahl sinkt

Während die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im letzten Jahr trotz des angespannten wirtschaftlichen Umfelds stabil geblieben ist, zeigt sich in diesem Jahr ein leichter Rückgang von 18,9 auf 16,7. Einerseits ist bei der Interpretation dieses Indikators Vorsicht geboten, da sich Extremwerte stark auf das Ergebnis auswirken. Andererseits deutet auch die Verteilung bei den Mitarbeitendenzahlen – insbesondere der sinkende Anteil an Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten – darauf hin, dass der Jobmotor Startups aktuell etwas ins Stocken gerät. Diese Entwicklung zeigt sich auch bei den geplanten Neueinstellungen, die von im Schnitt 8,0 im letzten Jahr auf 6,0 in diesem Jahr zurückgehen.



Die Mehrheit stellt weiter ein

Erneut ist der Anteil an Startups, die in den letzten Monaten Beschäftigte entlassen mussten, mit 14,3 % relativ gering. Dem stehen 56,9 % gegenüber, die neue Mitarbeitende eingestellt haben, wobei die Zahl der Neueinstellungen im Mittel von 10,4 2023 auf 7,5 in diesem Jahr zurückgeht. Auch die leicht negative Tendenz dieses Indikators deutet darauf hin, dass der Startup-Jobmotor etwas ins Stottern gerät. Schwierigkeiten bei der Finanzierung und Kun-

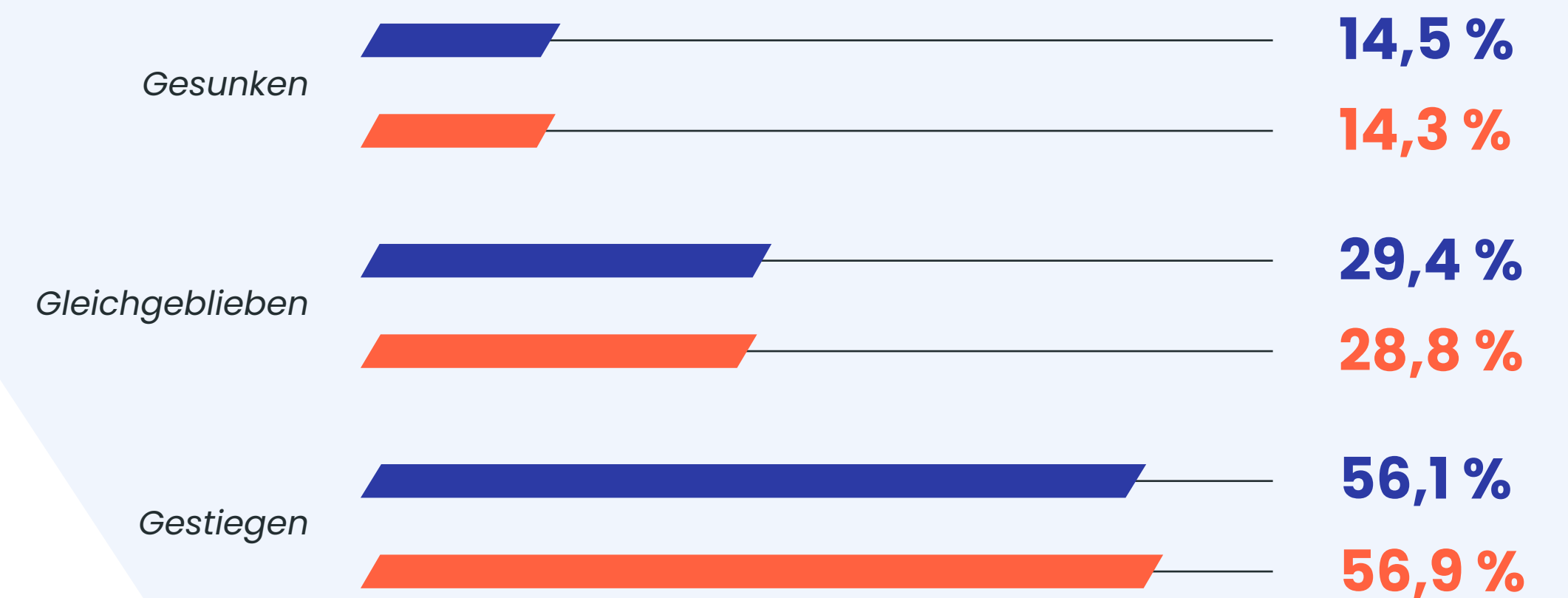
denakquise, die ab 2022 einsetzen, kommen also mit etwas Verzögerung auch hier an. Daneben lässt sich diese Entwicklung vor dem Hintergrund des stärkeren Fokus auf Profitabilität und mit Blick auf neue Automatisierungsmöglichkeiten durch Generative KI-Anwendungen auch als Ergebnis von Effizienzsteigerungen interpretieren. Im Rahmen der anhaltenden Konsolidierung des Kapitalmarkts (Kapitel 5) ist mittelfristig von einer stabilen Entwicklung der Startup-Beschäftigungszahlen auszugehen.

Das Ökosystem wird internationaler

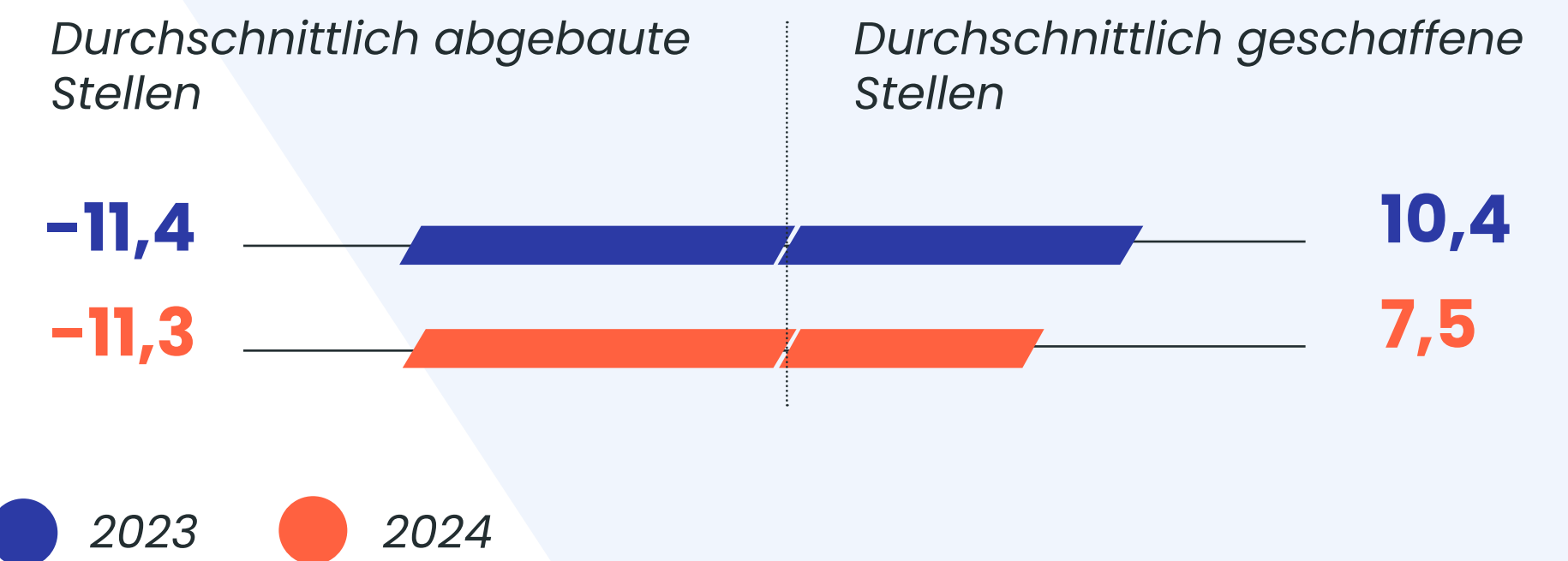
Obwohl sich in diesem Jahr eine leicht negative Tendenz beim Beschäftigungseffekt zeigt, ist mit Blick auf die langfristige Entwicklung das massive

Wachstum des Ökosystems entlang der zentralen Indikatoren – Finanzierung, Neugründungen und Mitarbeitendenzahlen – hervorzuheben. Diese Entwicklung geht mit einem weiteren Prozess einher: dem der Internationalisierung. Der Anteil ausländischer Mitarbeitender liegt in diesem Jahr bei 30,8 % und ist im Vergleich zur letzten Erfassung 2022 (27,5 %) noch einmal angestiegen. Der gleiche Trend ist bei der Arbeitssprache Englisch erkennbar: Hier steigt der Wert von 30,3 % im Jahr 2020 auf 34,9 % 2024. Im Internationalen Startup-Hotspot Berlin liegt der Anteil ausländischer Beschäftigter sogar bei 42,3 % und 55,8 % der Unternehmen nutzen Englisch als Arbeitssprache.

/ Abbildung 6: Entwicklung der Beschäftigtenzahl in den letzten 12 Monaten



Was heißt das konkret?



3.

Gründende im Fokus





3. Gründende im Fokus

3.1. Gründungsteam und Management

Die Teamgründung ist weiterhin das Erfolgsmodell

Gründen ist meist Teamsache: 80,5 % der deutschen Startups werden von mindestens zwei Personen aufgebaut, 19,5 % sind Sologründungen. Zweier-teams sind mit einem Anteil von 36,2 % am häufigsten und die durchschnittliche Größe liegt bei 2,5. Die Vorteile der Teamgründung durch zusätzliche Ressourcen und Expertise wirken sich dabei auch auf andere Aspekte aus. So haben Startups, die im Team entstanden sind, häufiger bereits Mitarbeitende eingestellt als Sologründungen (75 % gegenüber 64 %) und zeichnen sich

durch eine deutlich höhere Zahl an Beschäftigten aus.

Alter liegt klar unter Vergleichswerten

Startup-Gründer*innen in Deutschland sind im Schnitt 37,8 Jahre alt und damit deutlich jünger als die Erwerbstätigen insgesamt (43,9) – im Vergleich zur Gruppe der Selbstständigen (51,7) ist der Unterschied sogar noch größer. 21,1 % der Gründenden sind jünger als 30 und 43,8 % sind zwischen 30 und 39 Jahre alt. 35,2 % sind 40 Jahre oder älter, während dieser Wert unter Erwerbstätigen bei 58,7 % liegt (Destatis 2024a). Die Zahlen zeigen einerseits, dass viele junge Menschen Startups

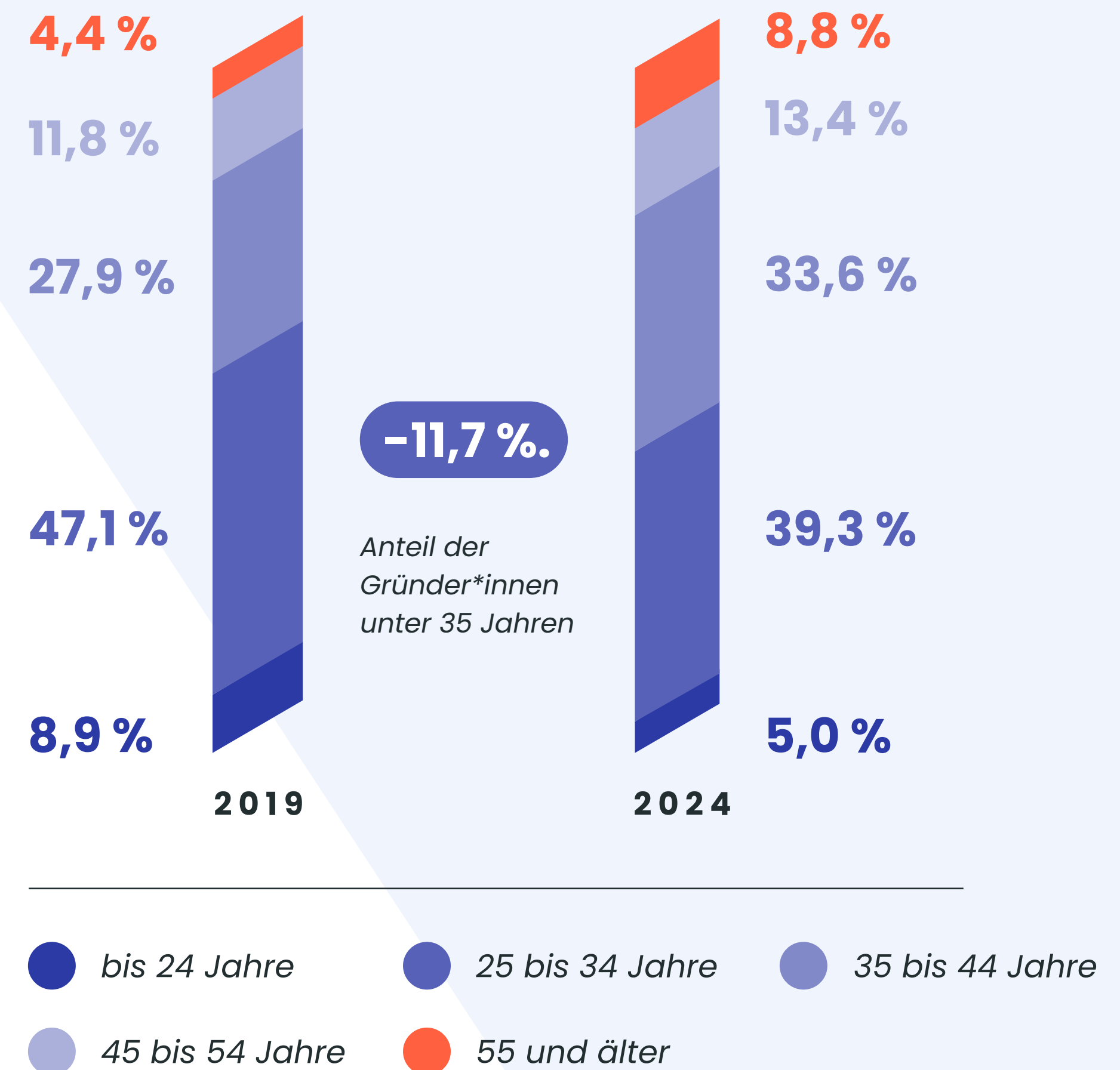
aufbauen. Gleichzeitig wird deutlich, dass die gängige Geschichte vom Studienabbruch und der Gründung im Alter von 20 Jahren eher die Ausnahme als die Regel ist.

Gründer*innen sind etwas älter geworden

Die Entwicklung der letzten fünf Jahre zeigt aber auch, dass deutsche Gründer*innen tendenziell etwas älter werden. So lag der Altersdurchschnitt vor fünf Jahren noch bei 35,1 und ist seitdem um fast drei Jahre angestiegen. Besonders auffällig: Der Anteil der Gründer*innen unter 35 Jahre ist um 12 Prozentpunkte zurückgegangen. Vor dem Hintergrund der stabilen Entwicklung der Geburtenraten seit Mitte der 1980er-Jahre deutet dies einerseits auf eine Professionalisierung der Startup-

Szene hin – berufliche Erfahrung wird wichtiger und Gründer*innen bauen häufiger vor der Gründung umfassende Expertise und Netzwerke auf. Andererseits ist diese Entwicklung gemeinsam mit den in den letzten Jahren tendenziell rückläufigen Gründungszahlen auch ein erstes Warnsignal: Gerade in der aktuell unsicheren wirtschaftlichen Lage ist es wichtig, junge Menschen für Startups und Unternehmertum zu begeistern.

Abbildung 7: Altersverteilung unter Gründer*innen 2019 und 2024



3.2. Diversität im Ökosystem

Der Gründerinnenanteil sinkt

Während der Anteil an Frauen unter deutschen Gründer*innen über die letzten Jahre zwar sehr langsam, aber relativ kontinuierlich gestiegen ist, sinkt der Wert diesmal im Vergleich zum Vorjahr von 20,7 % auf 18,8 %. Nachdem im letzten Jahr bereits eine Stagnation zu beobachten war, droht also im Kontext des weiterhin schwierigeren Gründungsumfelds sogar eine Umkehr des Trends. Mit Blick auf den massiven Gendergap im Startup-Ökosystem, der sich beim Thema Finanzierung noch einmal verschärft, sind diese Zahlen alarmierend (Hirschfeld et al. 2022). Diese Schieflage zeigt sich tendenziell auch unter Startup-Mitarbeitenden, wobei der Anteil von Frauen hier mit 37,5 %

vergleichsweise hoch und gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben ist.



„Der Anteil an Frauen unter Startup-Gründer*innen ist in diesem Jahr seit langem erstmals zurückgegangen. Ich finde das persönlich und mit Blick auf unseren Wirtschaftsstandort alarmierend! Denn am Ende bedeutet das: weniger Talente, weniger Startups, weniger Innovation und weniger Wachstum. Da müssen wir gegensteuern!“

Dr. Kati Ernst

Co-Founder & Co-CEO ooia und Lifestyle of Longevity sowie Vorständin Startup-Verband

/ Abbildung 8: Gründerinnenanteil

15,9 % 17,7 % 20,3 % 20,7 % 18,8 %





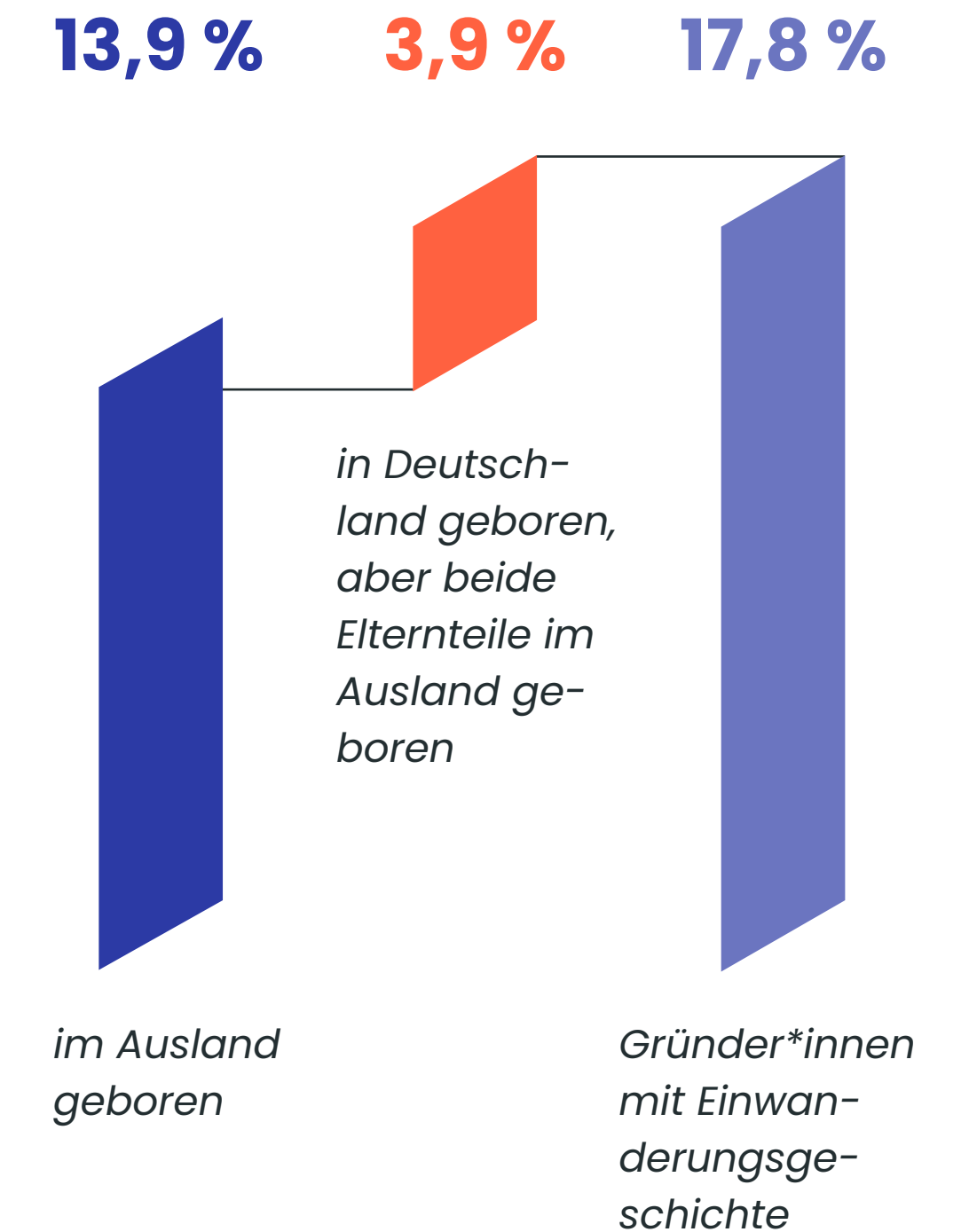
Einwanderungsgeschichte ersetzt Migrationshintergrund

Um die Rolle internationaler Talente für Startups und Innovation zu verstehen, wurde im Rahmen des Deutschen Startup Monitors in der Vergangenheit der Migrationshintergrund der Gründer*innen erfasst. In diesem Jahr wird hier, dem Statistischen Bundesamt folgend, eine neue Konzeption, Definition und Abfrage genutzt. Während sich der Migrationshintergrund auf die Staatsangehörigkeit konzentrierte, rückt die neue Kategorie „Einwanderungsgeschichte“ den Geburtsort der befragten Gründer*innen ins Zentrum. Als Person mit Einwanderungsgeschichte gelten Menschen, die entweder selbst im Ausland geboren sind oder bei denen das auf beide Elternteile zutrifft (Canan & Petschel 2023).

Fast jede*r fünfte Gründende mit Einwanderungsgeschichte

In den DSM-Daten zeigt sich, dass fast jede*r fünfte Gründende (17,8 %) eine Einwanderungsgeschichte hat. 13,9 % der Befragten sind selbst im Ausland geboren und bei 3,9 % gilt das für beide Elternteile. Daneben haben 7,4 % der Gründenden einen Elternteil, der im Ausland geboren ist. Mit 25,9 % ist der Anteil der Menschen mit Einwanderungsgeschichte in der Erwerbsbevölkerung insgesamt höher als im Startup-Ökosystem – unter Selbstständigen liegt der Wert bei 22,1 % (Destatis 2024b). Für das deutsche Startup-Ökosystem sind Migrant Founders enorm wichtig, da sie neben ihrer Expertise ein ausgeprägtes Startup-Mindset mitbringen, häufig groß denken und international erfolgreiche Unternehmen aufbauen (Hirschfeld et al. 2023).

/ Abbildung 9: Startup-Gründer*innen mit Einwanderungsgeschichte

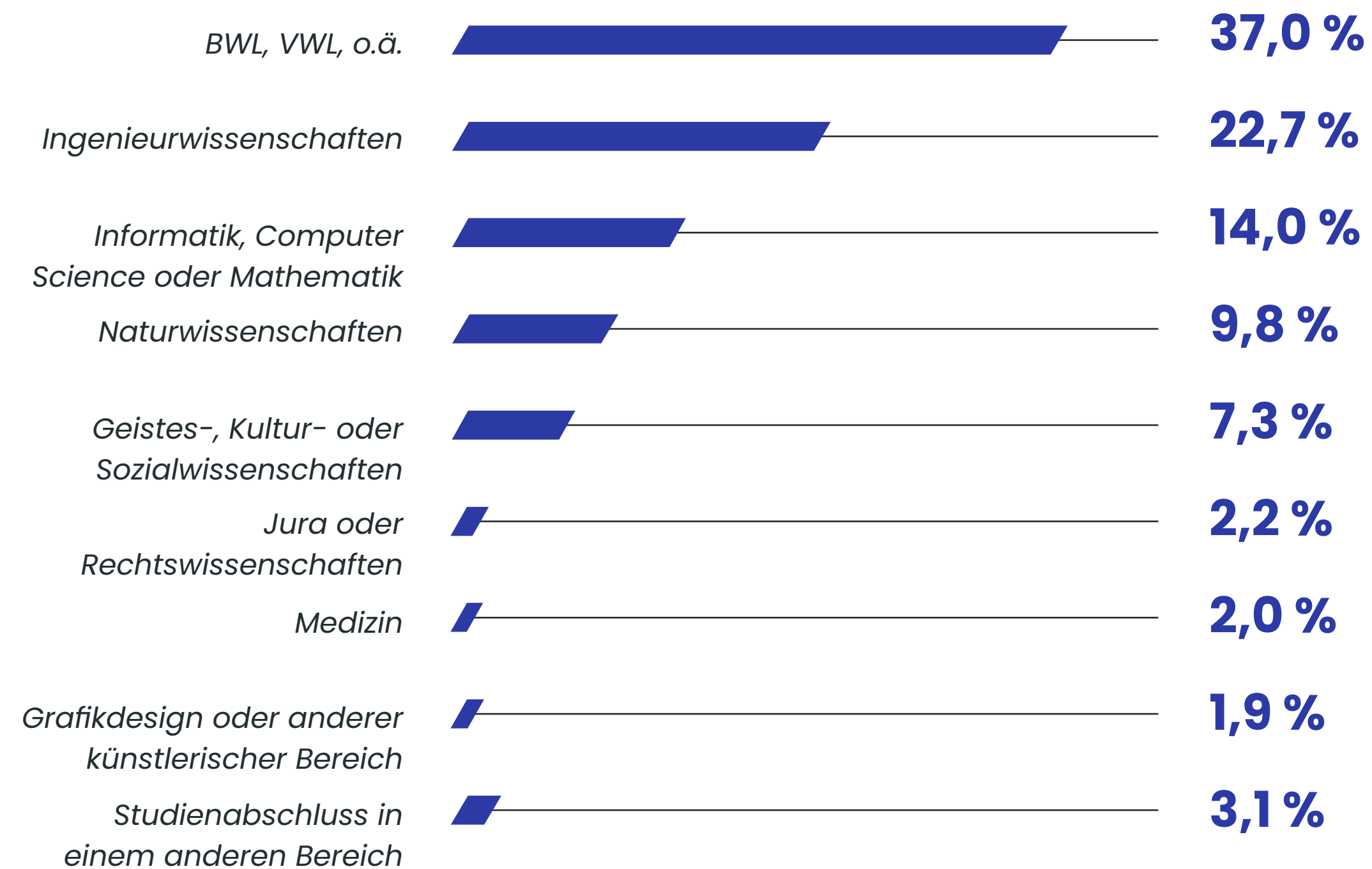


3.3. Werdegang der Gründer*innen

Das Startup-Ökosystem ist stark akademisch geprägt

Neun von zehn Startup-Gründer*innen (87,1 %) haben einen akademischen Abschluss, gut zwei Drittel auf Master-Niveau oder höher. Knapp jede*r zweite Gründende hat einen MINT-Abschluss – daneben sind wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge mit 37,0 % die zweite große Gruppe. Die enorm hohe Quote an Akademiker*innen unterstreicht die Rolle der Hochschulen für das Startup-Ökosystem. Das gilt einerseits mit Blick auf unternehmerische und wissenschaftliche Expertise, andererseits hinsichtlich der Netzwerke und Initiativen im hochschulnahen Umfeld.

Abbildung 10: Studienabschlüsse

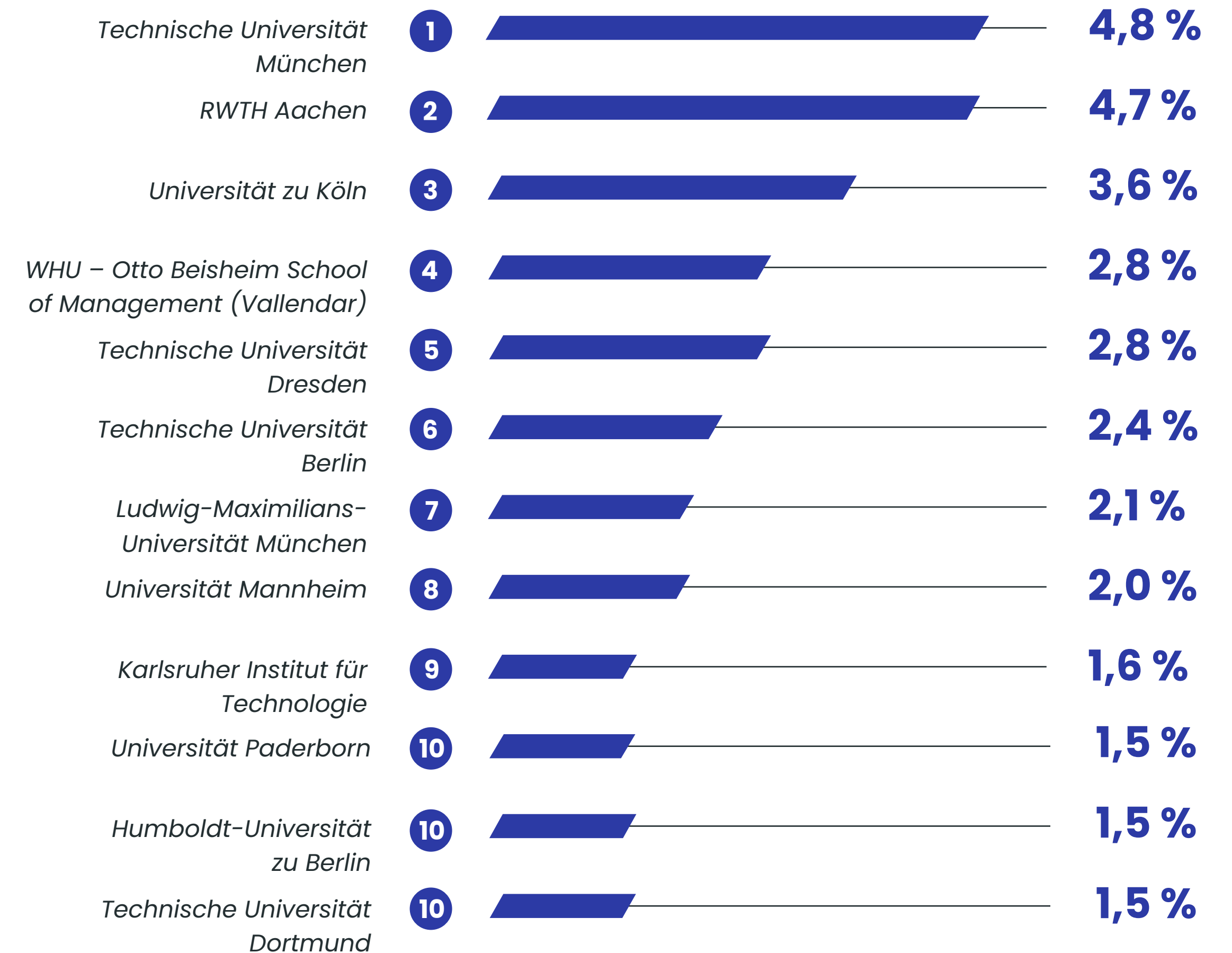




RWTH Aachen, TU München und WHU bringen viele Gründer*innen hervor

Die meisten Startup-Gründer*innen (84,2 %) haben ihren höchsten akademischen Abschluss in Deutschland erworben. Die Verteilung der Hochschulen ist dabei relativ breit, wobei einige Standorte aufgrund des Zusammenspiels ihrer Größe und Nähe zum Thema Entrepreneurship herausstechen: Die TU München und RWTH Aachen führen die Liste der befragten Gründer*innen klar an. Unter den Hochschulen mit dem stärksten Rücklauf sind zudem auch kleinere, besonders gründungsstarke Institutionen wie die WHU in Vallendar vertreten.

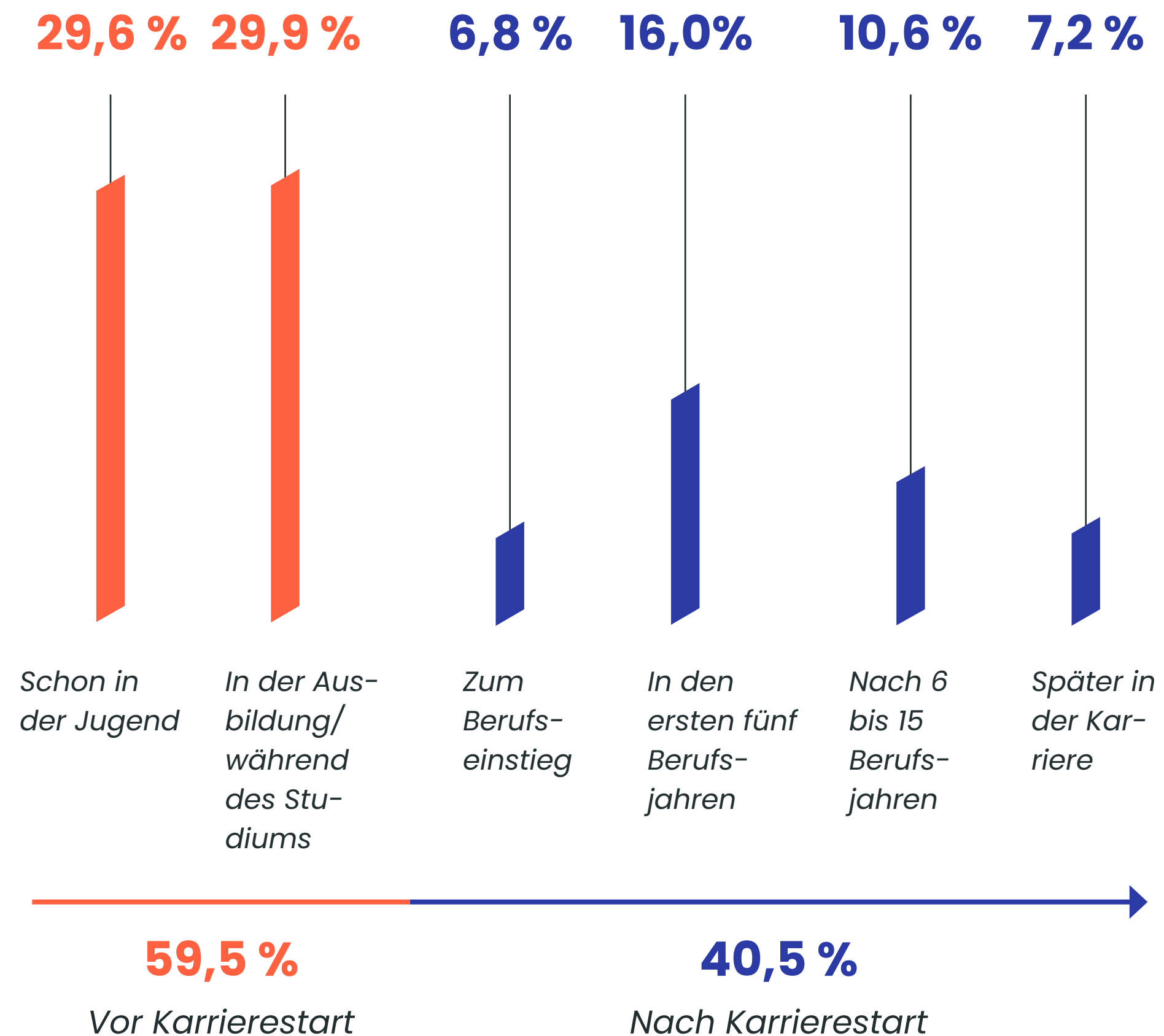
/ Abbildung 11: Gründungshochschulen



Wunsch zu gründen, entsteht oft schon früh

„Wann hast du das erste Mal darüber nachgedacht, ein Unternehmen zu gründen?“ Das wollten wir in diesem Jahr von unseren Befragten wissen. Das Ergebnis: Bei einem Großteil ist bereits in der Jugend oder in der Studienphase der Wunsch entstanden, ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Auch wenn man bei solchen rückblickenden Einordnungen vorsichtig sein muss, unterstreichen diese Zahlen doch, dass die Stärkung von Entrepreneurship im Bildungssystem einen echten Unterschied machen und die Startup-Szene in der Breite langfristig enorm voranbringen kann. Gerade auch um die Karriereoption Gründung noch viel stärker in der Breite der Gesellschaft zu verankern (Hirschfeld et al. 2024b).

Abbildung 12: Der Wunsch, zu gründen



4.



Märkte und Technologien

4. Märkte und Technologien

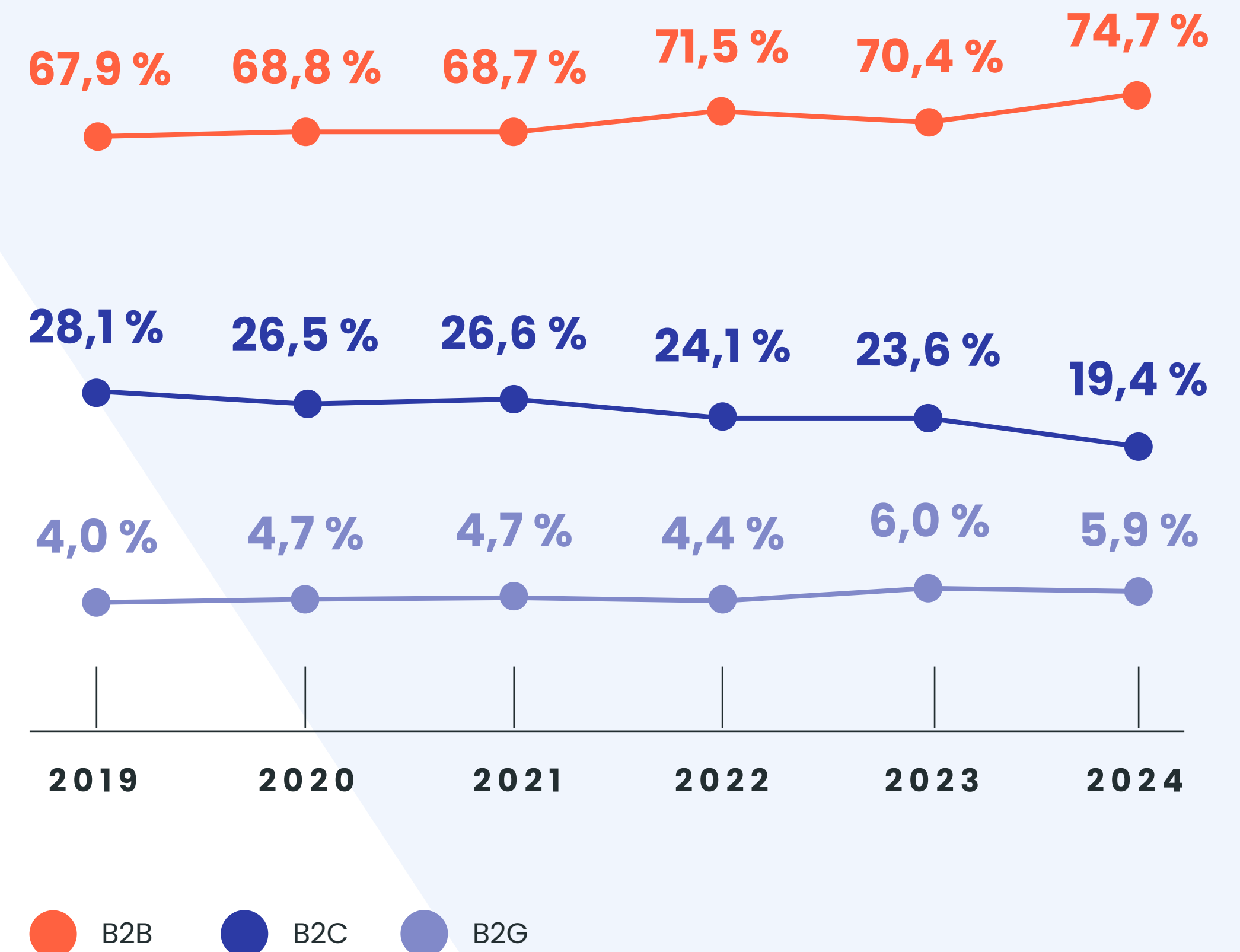
4.1. Kunden und Märkte

B2B-Segment wird noch wichtiger

Seit jeher bestimmen Business-to-Consumer-Startups (B2C) die öffentliche Wahrnehmung – Marken wie Hello Fresh sind uns als Privatkunden ein Begriff. Das verdeckt jedoch, dass der Business-to-Business-Sektor (B2B) für Startups der viel wichtigere Markt ist. In den letzten Jahren haben Geschäftskunden sogar noch einmal an Bedeutung gewonnen und ihr Anteil liegt heute bei 74,7 %, 2019 waren es noch 67,9 %. Blickt man auf die Startups mit klarem B2B-Fokus, dann wird diese Entwicklung noch deutlicher: Während 2019 46,4 % der befragten Unternehmen angaben,

mehr als 90 % ihres Umsatzes mit Geschäftskunden zu generieren, liegt der Anteil heute bei 57,7 %. Dieser Trend in der Breite spiegelt sich auch in der Spitze wider: Während E-Commerce, FinTech und Mobility-Startups mit meist starkem B2C-Fokus lange das Ökosystem dominierten, sind es heute B2B-Unternehmen wie Celonis oder Personio, die den Sektor anführen.

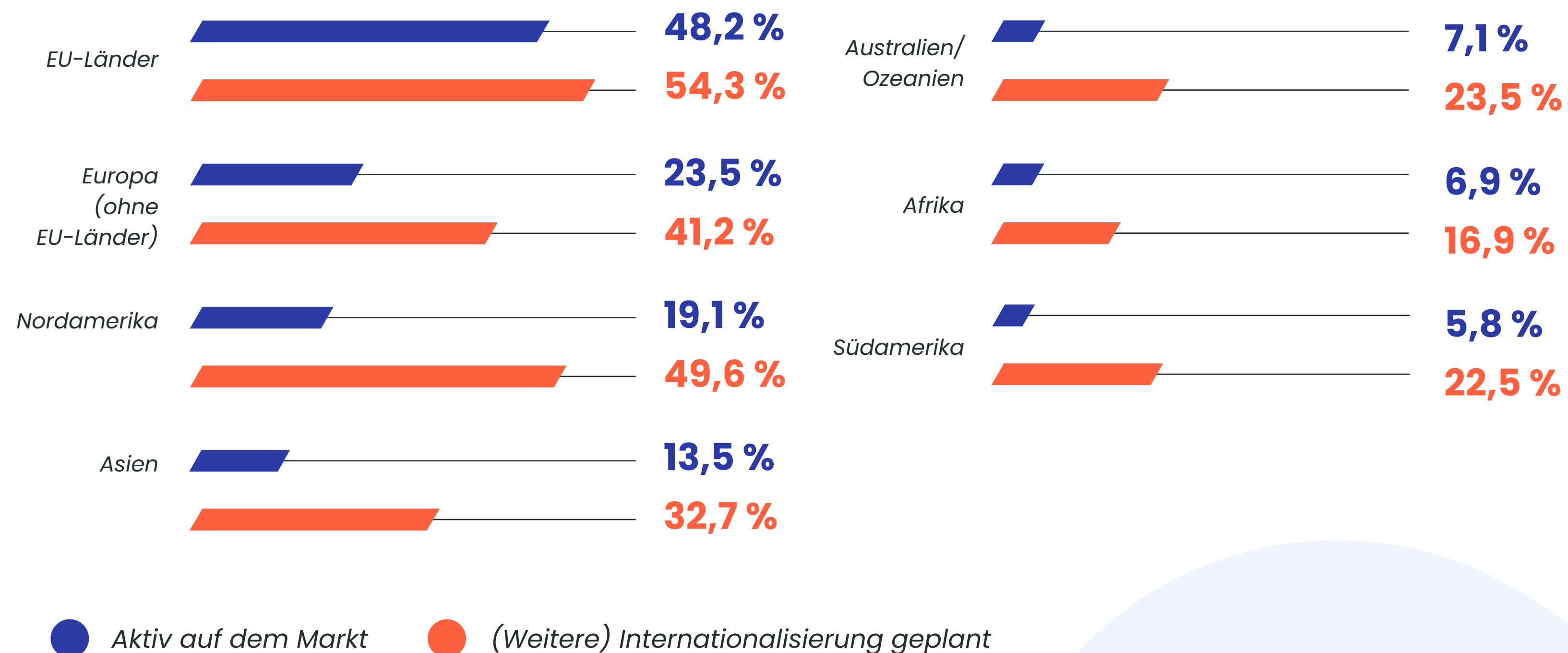
Abbildung 13: Entwicklung der Umsätze nach Kundengruppen



Der EU-Markt steht klar im Fokus

Die Stärke der etablierten Wirtschaft und die damit verbundene breite Kundenbasis sind wichtige Assets des deutschen Startup-Ökosystems. Um als Unternehmen aber den nächsten Schritt zu gehen und mittel- und langfristig erfolgreich zu sein, müssen neue Märkte erschlossen werden. 79,4 % der befragten Startups sind schon heute auf internationalen Märkten präsent oder planen dies zeitnah. Der Fokus liegt bisher auf Europa und nur wenige haben bereits den nordamerikanischen oder asiatischen Markt für sich erschlossen. Bei den geplanten Internationalisierungen sticht Nordamerika heraus – jedes zweite Unternehmen will hier zeitnah aktiv werden.

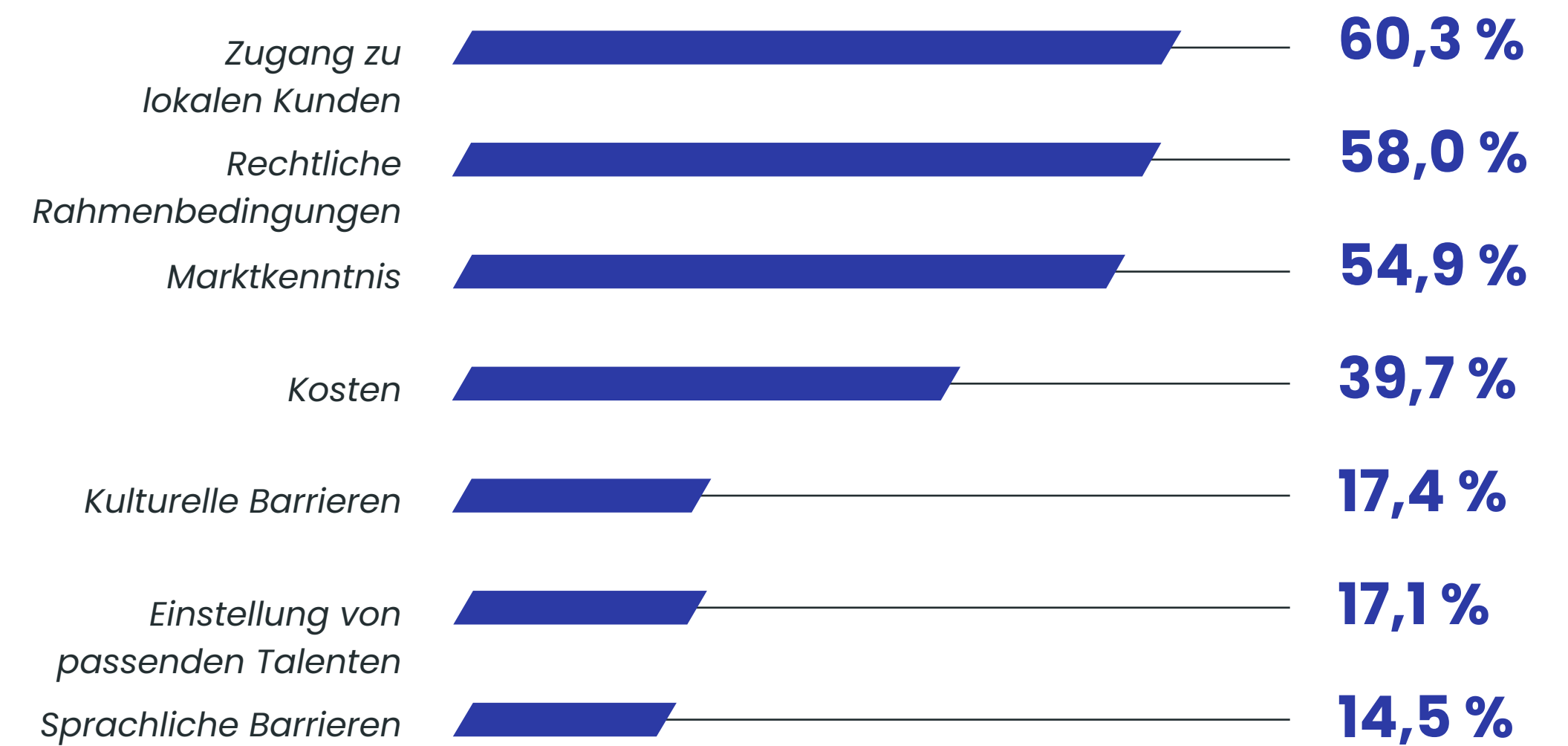
Abbildung 14: Internationalisierung und geplante Internationalisierung



Marktzugang und rechtliche Rahmenbedingungen sind Herausforderungen

Insbesondere mit Blick auf den attraktiven Zielmarkt Nordamerika sind die zentralen Herausforderungen der Startups bei der Internationalisierung interessant. Neben der Kenntnis des Marktes und dem Kundenzugang spielen unterschiedliche rechtliche Rahmenbedingungen eine entscheidende Rolle. Der US-Markt ist einerseits unglaublich attraktiv: Sprachliche und kulturelle Barrieren gibt es kaum und einmal erschlossen sind die Absatzmöglichkeiten enorm. Zwar konkurriert man dort mit den führenden Tech-Konzernen dieser Welt, doch gleichzeitig ist klar, wer sich hier durchsetzt, hat die Chance, zu einem neuen Weltmarktführer zu werden.

/ Abbildung 15: Zentrale Herausforderungen bei der Internationalisierung

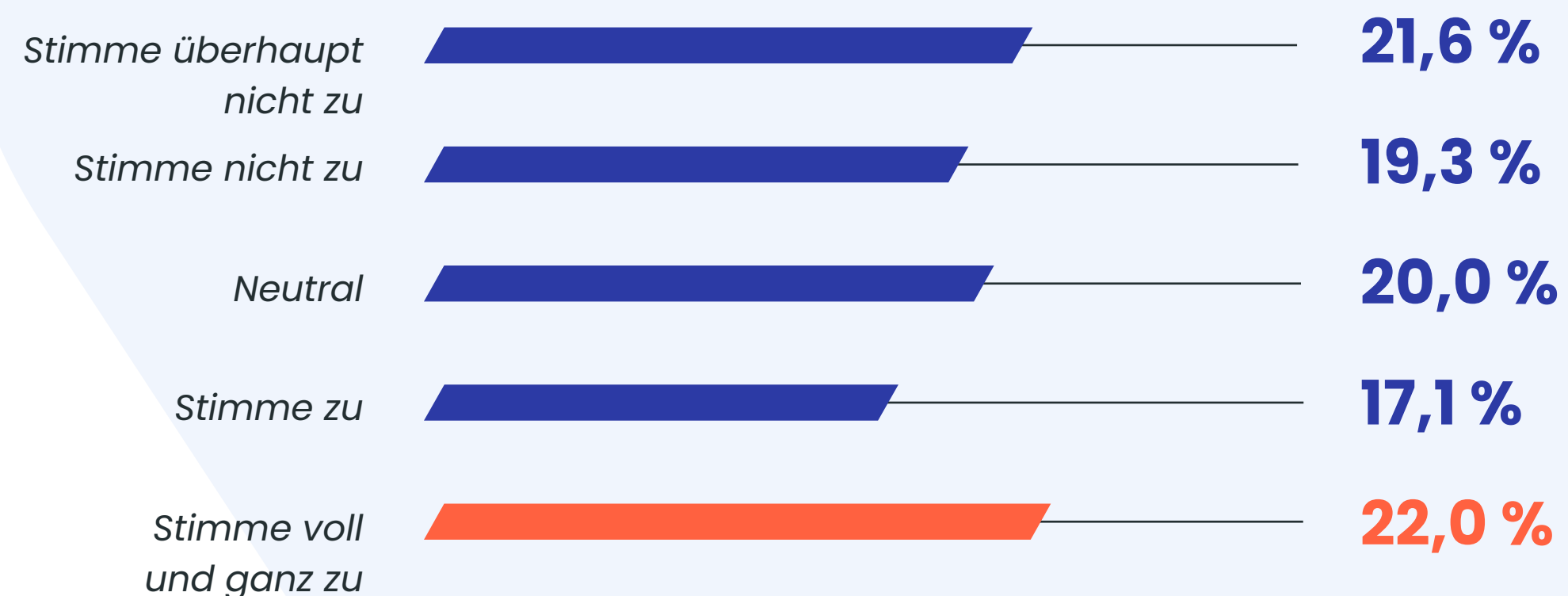


4.2. Technologien und Trends

KI ist zunehmend Kern des Produkts

Seit dem Launch von ChatGPT Ende 2022 ist Künstliche Intelligenz das zentrale Zugpferd der Startup-Szene. Während andere Branchen schwächeln, beobachten wir in diesem Feld in den letzten beiden Jahren Rekordinvestitionen. Auch für deutsche Startups ist KI nicht mehr nur etwas, mit dem man sich am Rande beschäftigt, sondern bildet heute für viele Unternehmen den Kern ihres Produkts. Um für diese Startups ideale Voraussetzungen zu bieten, müssen vor allem beim Kapitalzugang, der technischen Infrastruktur und dem rechtlichen Rahmen bestmögliche Bedingungen geschaffen und die Chancen beim Transfer aus der Forschung genutzt werden (Hirschfeld et al. 2024a).

Abbildung 16: Künstliche Intelligenz als Kern des Produkts



Was zeichnet diese Startups aus?

- 54,4 %** sind 2023 oder später gegründet worden und damit vergleichsweise jung.
- 85,4 %** geben an, dass neue wissenschaftliche Erkenntnisse für ihr Unternehmen wichtig sind.
- 82,7 %** haben in den kommenden 12 Monaten externen Kapitalbedarf.



„Der Gesundheitssektor hat enormes Innovationspotenzial, das viele Startups erkennen

und nutzen. Dabei stehen wir vor der spannenden Herausforderung, neueste wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis zu bringen. Der Spagat zwischen den beiden Welten ist nicht immer einfach, aber wenn wir uns überlegen, was neue Behandlungsmethoden bewegen, extrem lohnend.“

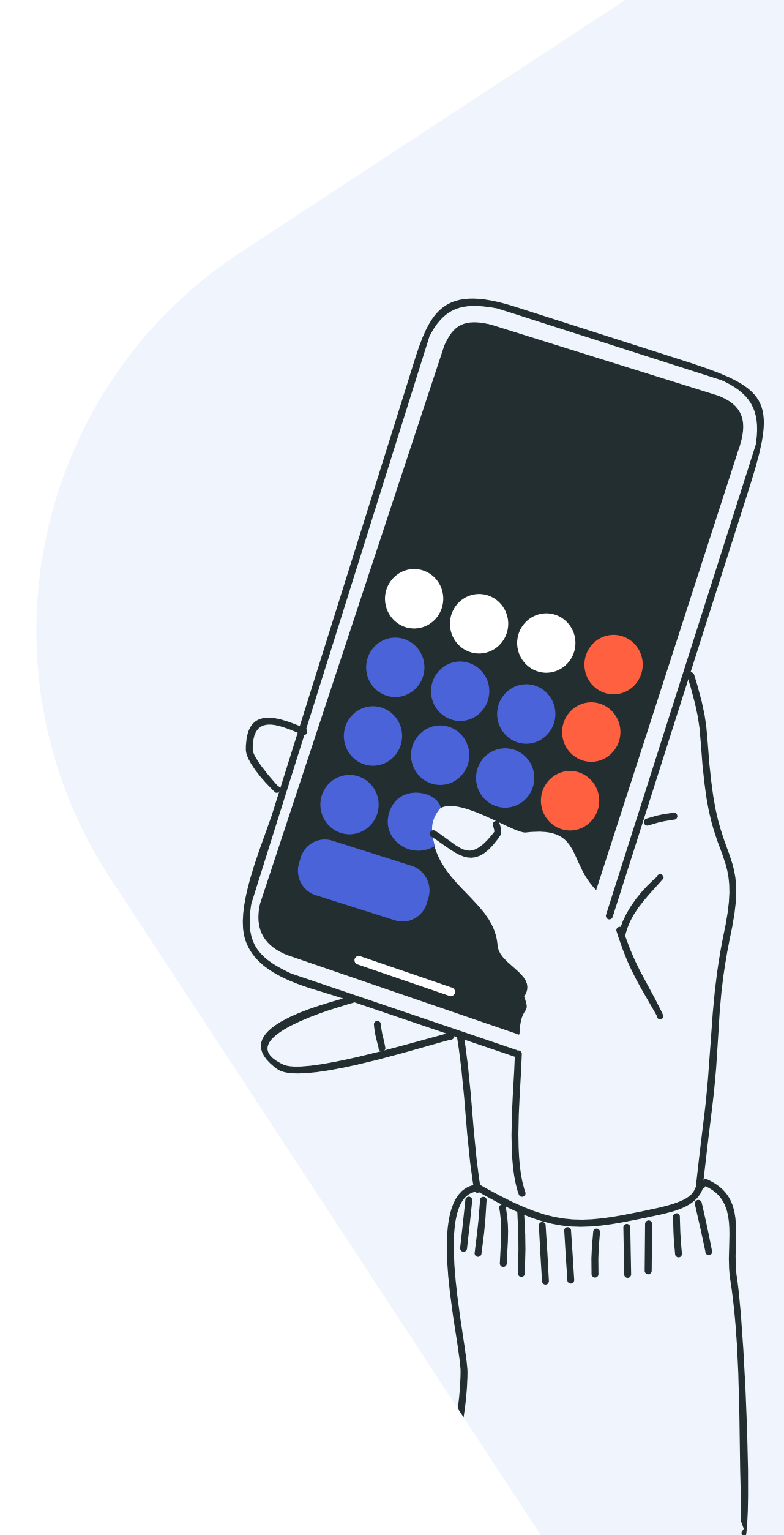
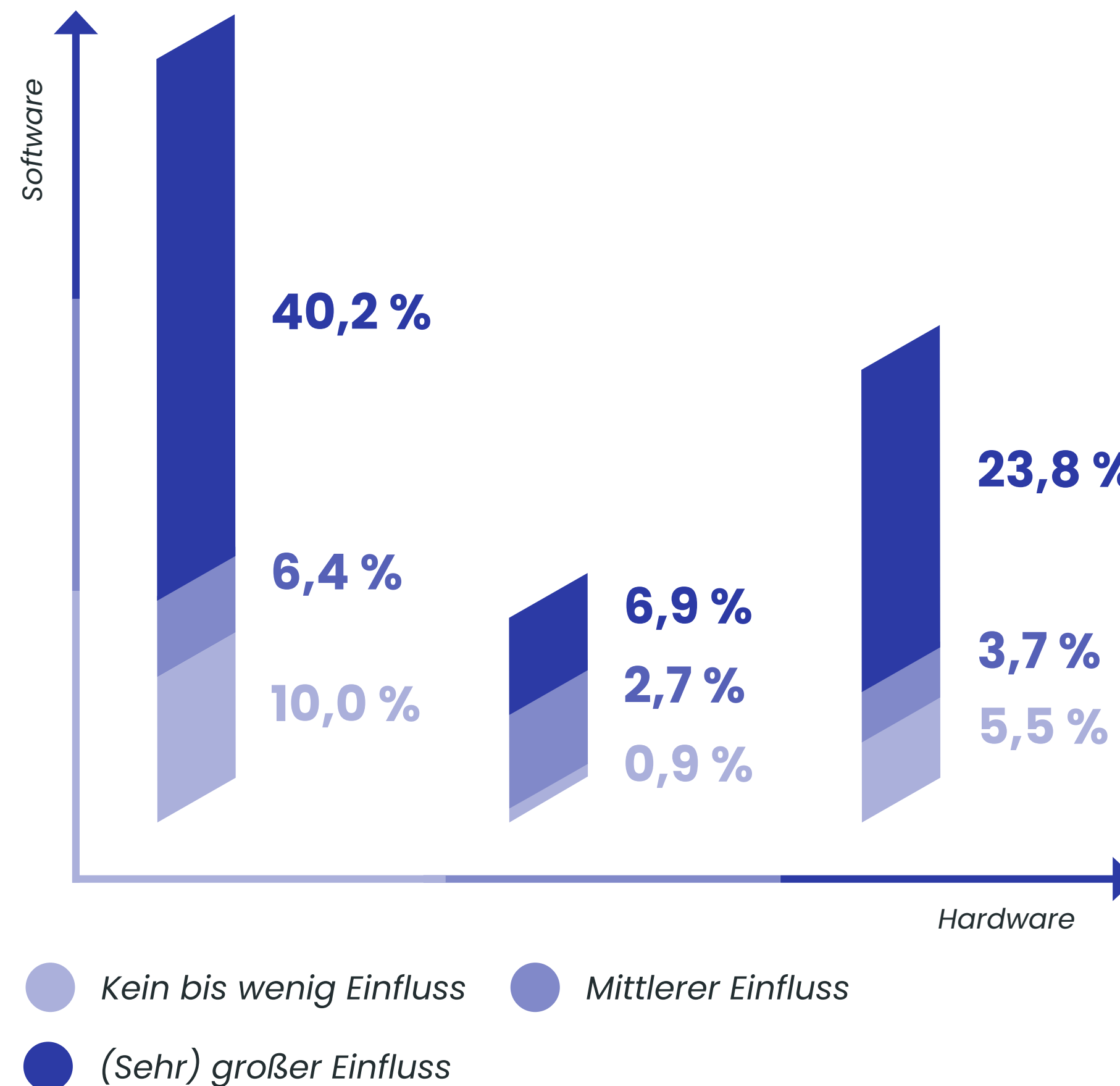
Angela Relógio

Founder & CEO TimeTeller

Hardware geht selten ohne Software

Software und Hardware: Auch wenn das eine starke Vereinfachung ist, kann man vieles, was Startups tun, auf diese beiden Begriffe herunterbrechen. Gefragt nach der Bedeutung dieser beiden Bereiche lässt sich einerseits mit 71 % ein klarer Software-Fokus deutscher Startups identifizieren. Besonders interessant ist außerdem die Verbindung von Hardware und Software. Hier erkennt man einerseits ein reines Software-Cluster (40,2 %) und zweitens eine Gruppe von Unternehmen (23,8 %), für die beide Aspekte gleichermaßen wichtig sind: Hardware geht heute eben selten ohne Software. Das unterstreichen die Entwicklungen im Bereich IoT oder Industrie 4.0, die von Startups maßgeblich vorangebracht werden.

Abbildung 17: Bedeutung von Hardware und Software

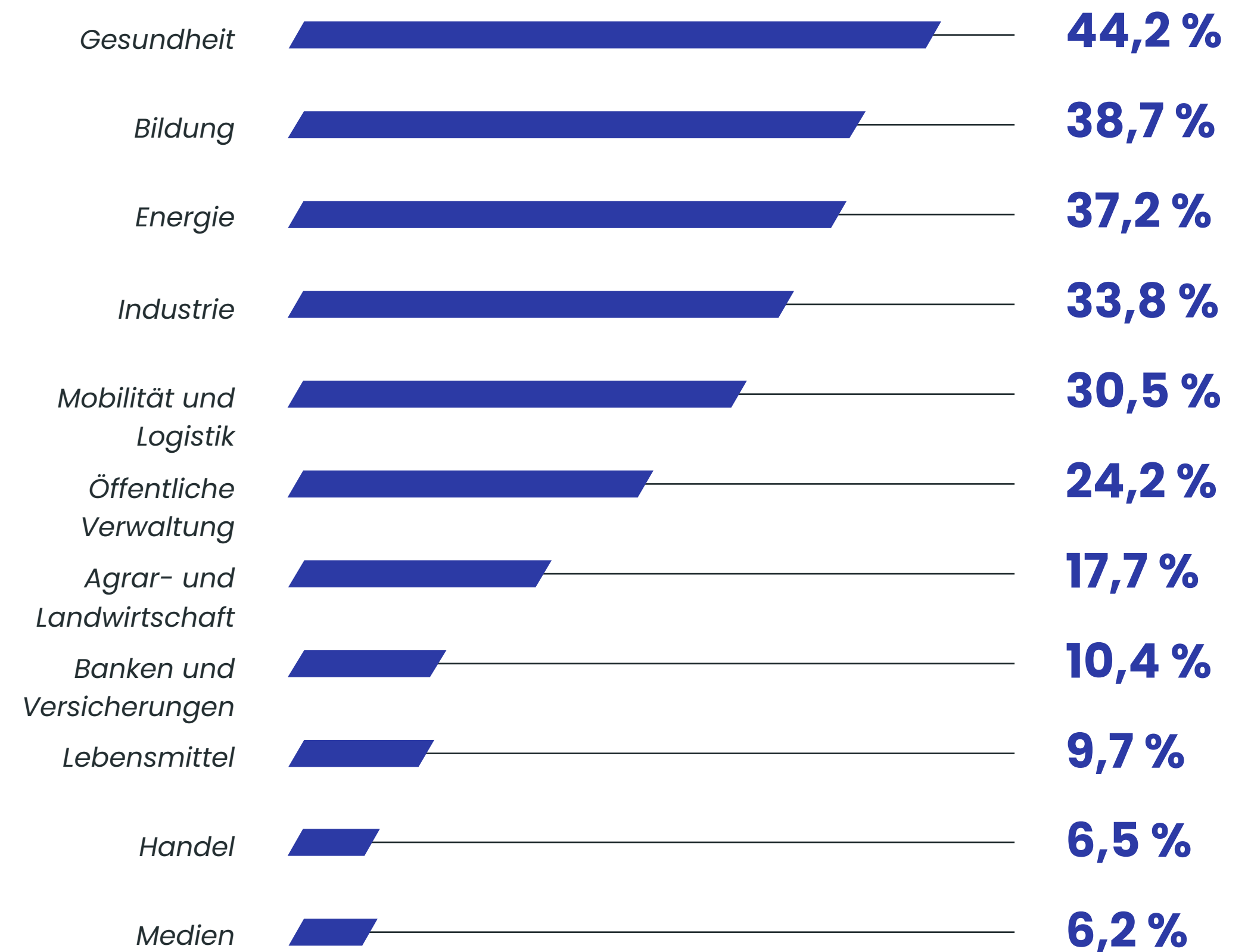




Diesen Branchen gehört die Zukunft

Neben dem Blick auf das eigene Unternehmen haben wir die Befragten in diesem Jahr als Expert*innen einen Schritt zurücktreten lassen und gefragt, in welchen Sektoren sie die größten Innovationspotenziale sehen. Ganz vorne landen die Bereiche Gesundheit, Bildung und Energie gefolgt von Industrie und Mobilität. Die für den Startup-Sektor lange Zeit sehr wichtigen Sektoren Finanzen, Handel und Food sind dagegen relativ abgeschlagen. Gründer*innen rücken also vor allem Branchen mit hohem gesellschaftlichem und ökologischem Impact in den Fokus.

Abbildung 18: Die wichtigsten Zukunftsbranchen aus Sicht der Gründer*innen



4.3. Strategien und Nachhaltigkeit

Profitabilität ergänzt Wachstum

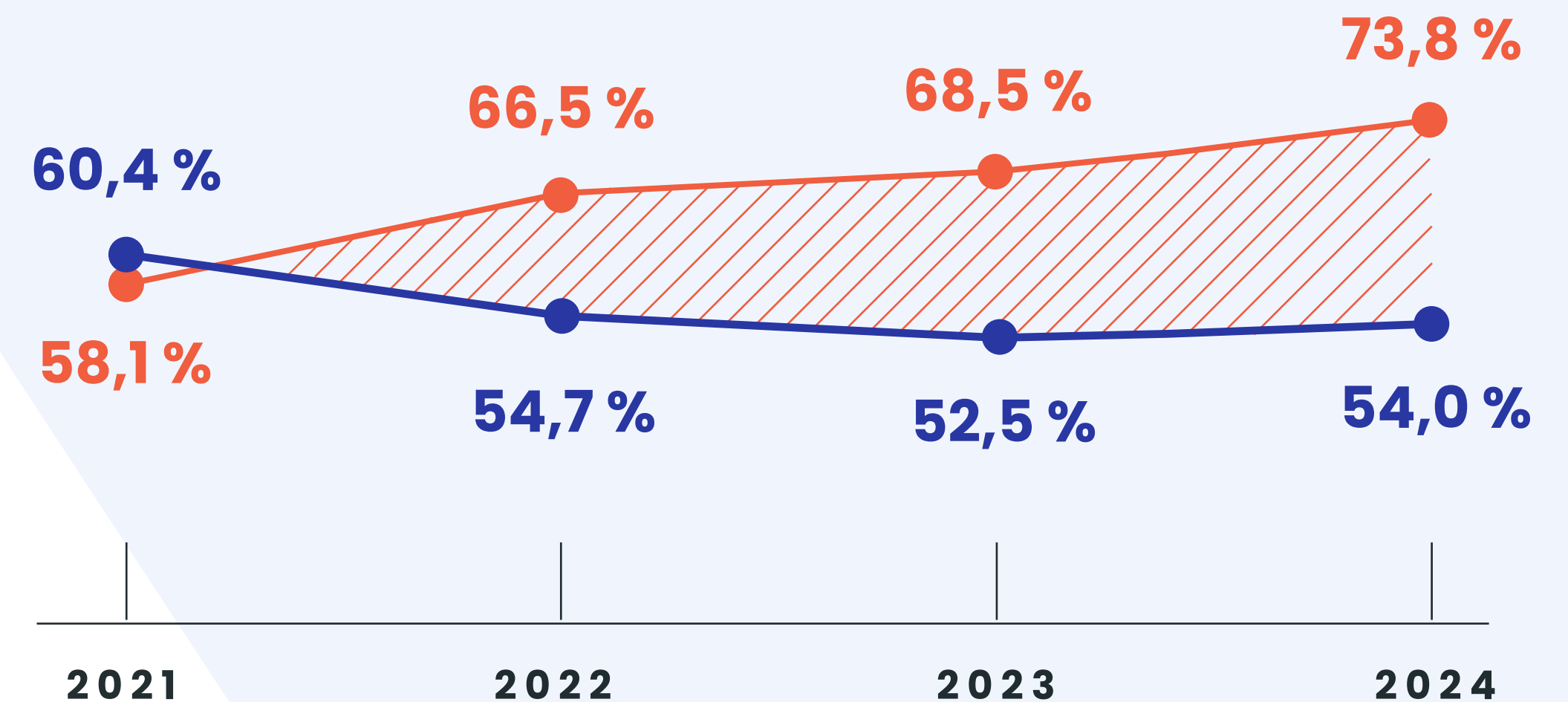
Startups stehen für Innovation und Wachstum. Gleichzeitig müssen Gründer*innen das Thema Umsatz und Profitabilität von Beginn an klar im Blick haben und werden daran nicht zuletzt von Investor*innen gemessen. Bei der Bedeutung dieser beiden Unternehmensstrategien zeigt sich in den letzten Jahren eine interessante Veränderung: Während 2021 60,4 % der Befragten die Wachstumsorientierung als wichtiges oder sehr wichtiges strategisches Ziel einstufen, ist der Wert in den darauffolgenden Jahren leicht gesunken und liegt aktuell bei 54,0 %. Das Ziel der Profitabilität ist dagegen im gleichen Zeitraum von 58,1 % auf

73,8 % deutlich angestiegen. Diese Akzentverschiebung lässt sich als schrittweise Anpassung an das schwierigere wirtschaftliche und finanzielle Umfeld interpretieren, die das Ökosystem an vielen Stellen grundlegend verändert.

Social Entrepreneurship ist für Startups wichtig

Mit der oben dargestellten Nennung von Medizin und Gesundheit als wichtigste Zukunftsbranchen im deutschen Startup-Ökosystem wurde das Thema des gesellschaftlichen Impacts und der sozialen Verantwortung bereits gestreift. Viele Startup-Gründer*innen geben an, sich mit ihren Produkten und Lösungen an gesellschaftlichen Problemstellungen zu orientieren und ordnen sich daher dem Bereich Social Entrepreneurship zu. Mit 45,6 % liegt dieser

Abbildung 19: Entwicklung zentraler strategischer Ziele seit 2021



(Sehr) wichtige Unternehmensstrategien

● Schnelles Wachstum ● Profitabilität

Wert, ähnlich wie im Vorjahr, auf einem sehr hohen Niveau. Neben der generellen Bedeutung des Themas spiegelt sich darin auch die Entwicklung eines dezidierten Social-Entrepreneurship-Sektors im Ökosystem wider (Kiefl et al. 2024).

Auch Green Economy bleibt für das Ökosystem zentral

Neben der sozialen Verantwortung spielt die ökologische Nachhaltigkeit für viele Startups eine elementare Rolle. Ob erneuerbare Energien, Ressourcenschonung oder Kreislaufwirtschaft – überall gehen Startups mit technischen Innovationen und neuen Ideen voran. Unsere Daten zeigen, dass in der aktuell schwierigen wirtschaftlichen Lage die Bedeutung der ökologischen Nachhaltigkeit nicht nur stabil bleibt,

sondern sogar leicht zunimmt. So klettert die Selbstzuordnung zur Green Economy auf 48,1 % und den damit bisher höchsten Wert. Über die letzten fünf Jahre ist dieser Indikator sogar um 31,4 % gestiegen, was die Professionalisierung und den Bedeutungsgewinn des Sektors noch einmal unterstreicht.

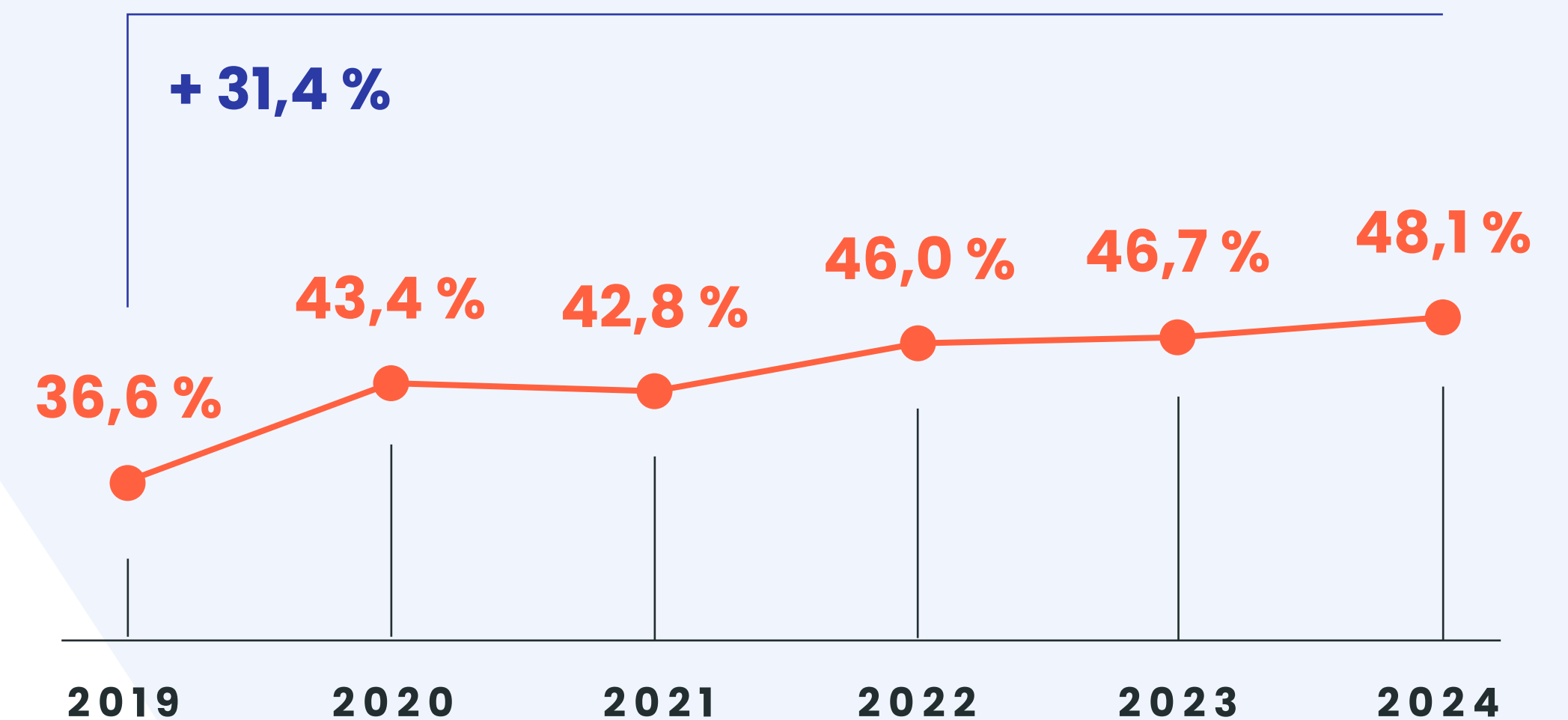


„Wir müssen mit unseren wertvollen Ressourcen nachhaltiger wirtschaften. Dafür sind Startups, die technische Innovationen schnell in die Praxis bringen, zentral und es freut mich, dass so viele Gründer*innen die nachhaltige Transformation aktiv vorantreiben. Um als Hardware-Unternehmen im internationalen Wettbewerb nachhaltig wachsen zu

können, braucht es allerdings auch die Unterstützung der politischen Akteure.“

Dr. Lilian Schwich
Founder & CEO cylib

Abbildung 20: Selbstzuordnung zur Green Economy



5.

Finanzierungs- kreislauf



5. Finanzierungskreislauf

5.1. Startup-Finanzierung

Fokus externe Investments, aber immerhin 19 % wollen bootstrappen

Das Thema Finanzierung ist für Startups aufgrund ihres hohen Investitionsgrads und der ausgeprägten Wachstumsorientierung essenziell. Unter den Befragten geben 40 % an, bereits externes Kapital eingesammelt zu haben und 25 % planen es. Daneben haben 16 % hier noch keine klare Präferenz: Diese Gruppe besteht vor allem aus sehr jungen Startups, die noch ganz am Anfang stehen. 19 % geben an, bootstrappen zu wollen – also ohne externe Investor*innen das Unternehmen aufzubauen. Dies mag ein in der Höhe

durchaus überraschender Anteil sein, hat aber sicher auch etwas mit den aktuellen Herausforderungen im Bereich Finanzierung zu tun.



„Klar. Aktuell scheint es nicht ganz einfach, ein Unternehmen aufzubauen und Funding zu bekommen. Aber Krisenzeiten sind immer auch Gründerzeiten. In den Zukunftsfeldern wie KI oder DeepTech entstehen aktuell so viele neue Möglichkeiten. Gerade jetzt können wir als Startup-Szene vorangehen und beweisen, dass wir auch in schwierigen Phasen etwas bewegen.“

kommen. Aber Krisenzeiten sind immer auch Gründerzeiten. In den Zukunftsfeldern wie KI oder DeepTech entstehen aktuell so viele neue Möglichkeiten. Gerade jetzt können wir als Startup-Szene vorangehen und beweisen, dass wir auch in schwierigen Phasen etwas bewegen.“

Sebastian Pollok

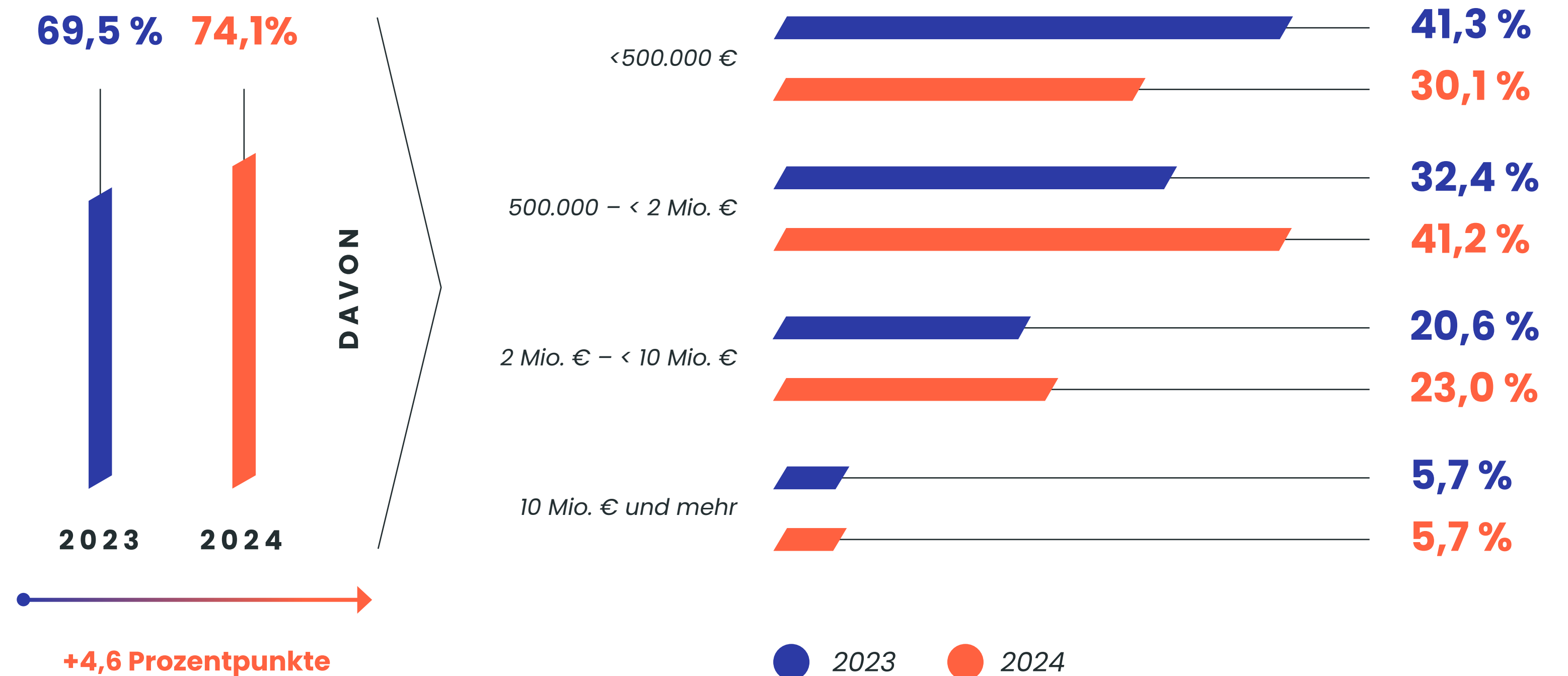
Founding Partner Visionaries Club

Vorstand Startup-Verband

Der Kapitalbedarf steigt wieder

Mit 74,1 % planen in diesem Jahr noch einmal deutlich mehr Startups als im Vorjahr, in den kommenden 12 Monaten externes Kapital aufzunehmen. Auch der Kapitalbedarf steigt deutlich: Im Vergleich zum Vorjahr plant die größte Gruppe nicht mehr bis maximal 500.000 €, sondern in der höheren Kategorie zwischen 500.000 und 2 Millionen € (41,2 %). Auch die höheren Summen sind in diesem Jahr etwas stärker vertreten. Bestehende Wachstumsziele werden also weiterverfolgt und der steigende Kapitalbedarf ist außerdem Hinweis darauf, dass der vorhandene finanzielle Spielraum geringer wird.

Abbildung 21: Startups mit Kapitalbedarf in den kommenden 12 Monaten

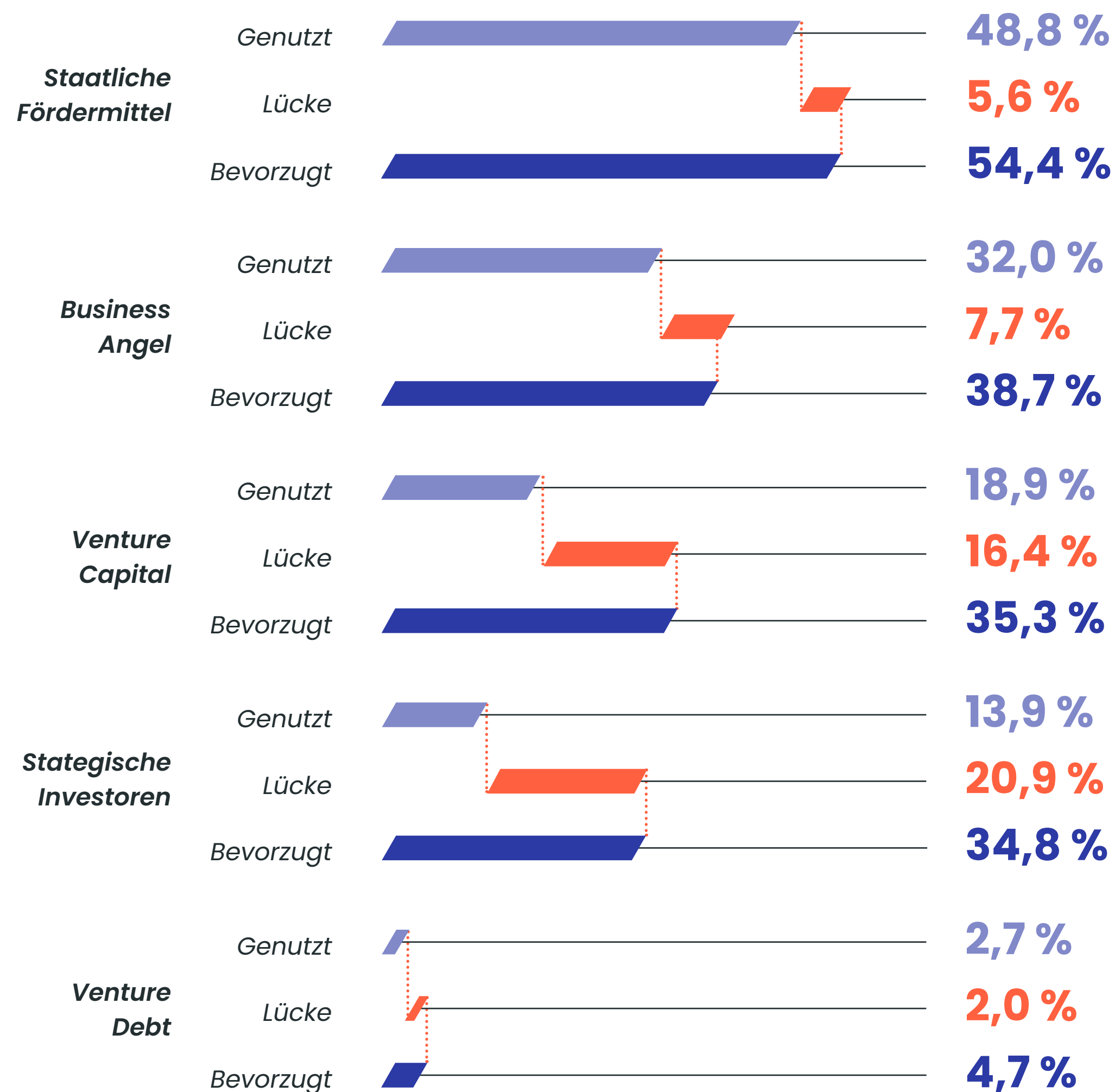


Staatliche Fördermittel sind weiterhin sehr wichtig

Vor dem Hintergrund des hohen Kapitalbedarfs sind die Finanzierungsquellen – sowohl was die Erwartungen als auch die bisher abgeschlossenen Runden angeht – besonders interessant. Wichtigste Finanzierungsquelle, gerade für die große Gruppe der sehr jungen Startups, sind weiterhin staatliche Fördermittel. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Werte sogar leicht

angestiegen und die weiterhin geringe Finanzierungslücke zeugt von einer guten Versorgung des Ökosystems in der Frühphase. Im Bereich der Wachstumsfinanzierung durch Venture Capital und strategische Investoren zeigen sich größere Finanzierungslücken – gerade bei großen Runden und in der Later Stage (Kollmann et al. 2023). Diese Kapitalquellen braucht es aber, um langfristige Entwicklungsziele im Ökosystem zu realisieren und den Scaleup-Sektor zu stärken.

Abbildung 22: Bevorzugte und genutzte Kapitalquellen



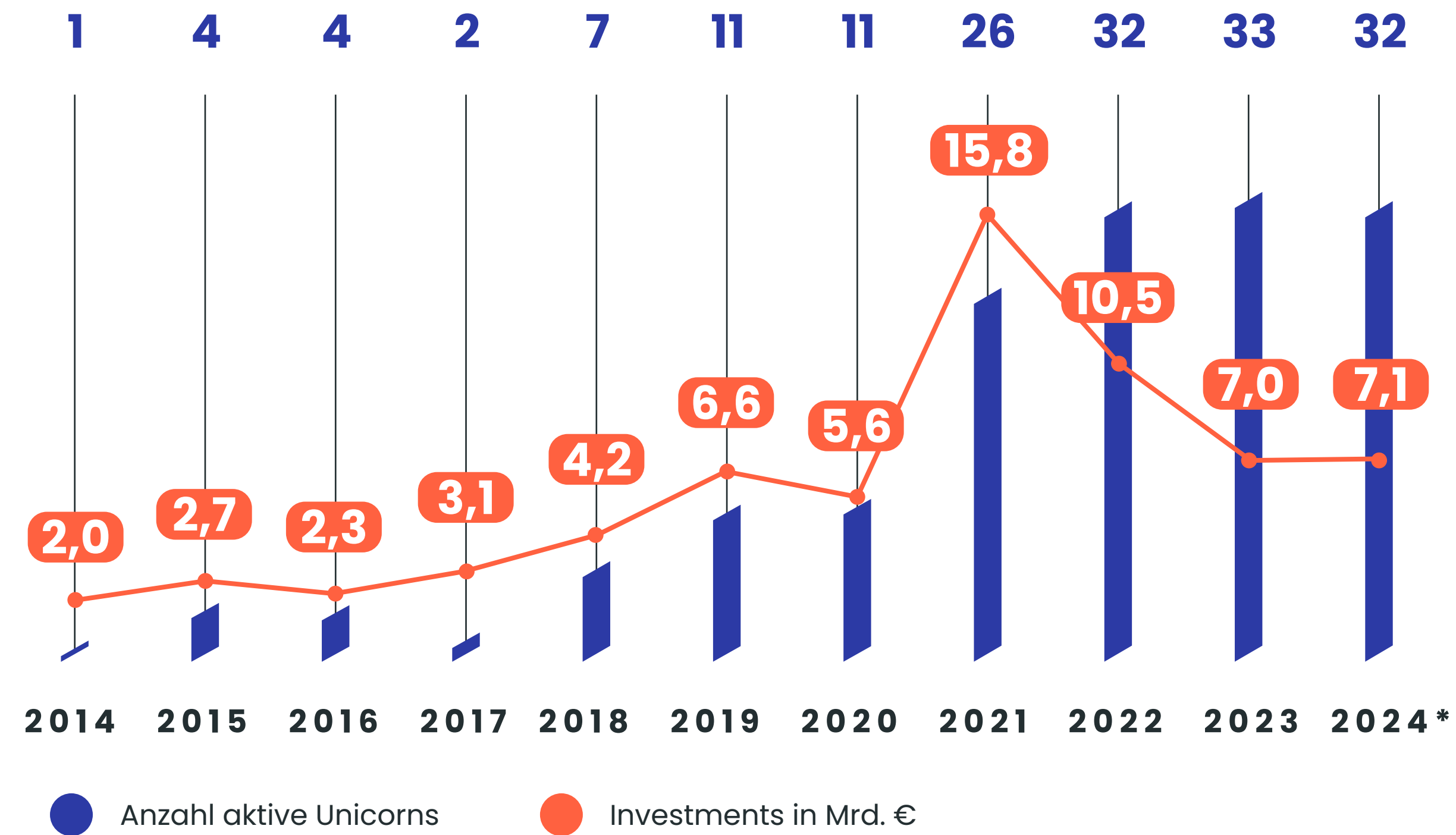
5.2. Investmentlandschaft

Das Investmentvolumen stabilisiert sich

Die gute Verfügbarkeit von Frühphasenfinanzierungen – insbesondere in Form von staatlichen Mitteln oder Business Angels – ist eine gute Nachricht für das Ökosystem. Entscheidend für den wirtschaftlichen Impact von Startups sind die daran anschließenden größeren Investmenttickets. In der langfristigen Entwicklung zeigt sich ab dem Jahr 2016 mit damals 2,3 Milliarden € ein klarer Trend nach oben, jedoch mit deutlichen Schwankungen. Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie kam es 2020 erstmals zu einem größeren Rückgang von 6,6 auf 5,6 Milliarden €. Im Rekordjahr 2021 sorgten Nachholeffekte sowie ein zusätzlicher Digitalisierungsschub für massiven Aufwind – danach führte die

Abbildung 23: Entwicklung Startup-Finanzierung und Anzahl Unicorns ab 2014

Quelle: Eigene Analyse von Daten der Plattform Dealroom



Hinweise: 1) Bei den Startup-Investments wurden jeweils nur Startups mit einem maximalen Alter von 15 Jahren berücksichtigt. Ausgründungen oder Joint-Ventures aus etablierten Unternehmen (u.a. IONITY) werden nicht mit aufgeführt, sodass es zu Abweichungen bei anderen Publikationen kommen kann. 2) Für 2024 wurde der aktuelle Stand (25. September 2024) bis zum Jahresende hochgerechnet. 3) Die Anzahl der Unicorns bezieht sich immer auf den 31.12 des Jahres bzw. 25. September 2024.

Zinswende zu einer deutlichen Abkühlung und schließlich zu einer Stabilisierung bei etwa 7 Milliarden €.

Unicorns entstehen auch jenseits von Berlin und München

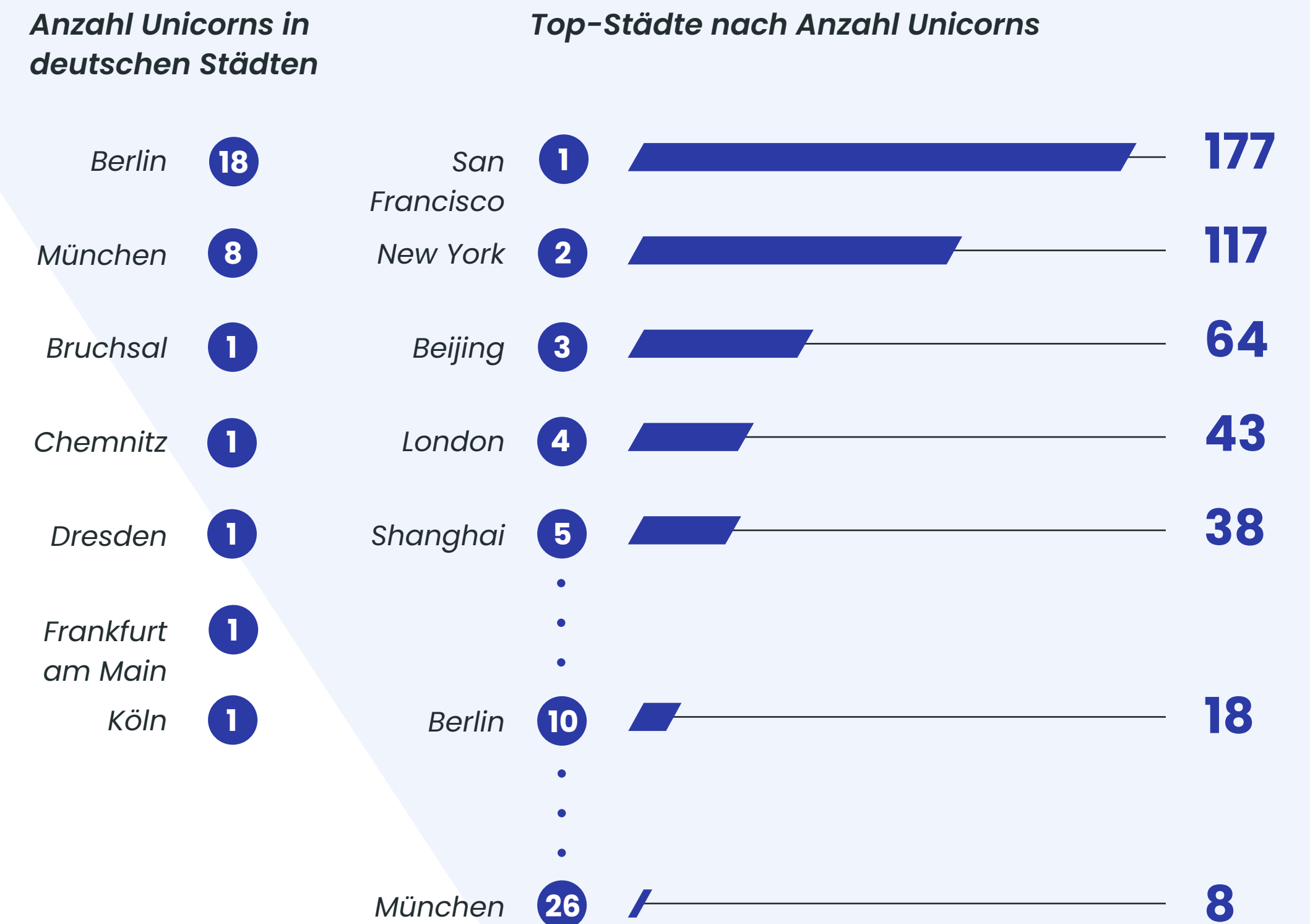
Das langfristige Wachstum des Ökosystems trotz aktueller Herausforderungen ist auch an der Entwicklung der Unicorns abzulesen. In diesem Jahr ist erstmals seit 2017 ein leichter Rückgang von 33 auf aktuell 32 zu verzeichnen. Die Robustheit dieser Unternehmen in den kommenden Jahren ist ein wichtiger Indikator für die Stabilität des Ökosystems. Eine sehr erfreuliche Nachricht: Immer mehr Unicorns entstehen auch jenseits der Startup-Hotspots Berlin und München – aktuell finden sich in Deutschland fünf weitere Standorte, an denen Startups mit einer

Unternehmensbewertung von mindestens einer Milliarde US-Dollar zu finden sind (siehe Abbildung 24).

Berlin landet bei Unicorns unter den Top 10

Im internationalen Vergleich wird beim Blick auf die Unicorns direkt erkennbar, wie stark die USA den Sektor dominieren: Mit 177 hat San Francisco fast zehnmal so viele Einhörner wie Berlin. Dennoch landet die deutsche Hauptstadt mit ihren 18 Unicorns im weltweiten Vergleich auf Platz 10 und ist damit in Schlagdistanz zu vielen anderen Top-Standorten. München hat bei größeren Finanzierungen in den letzten Jahren einen deutlichen Sprung nach vorne gemacht und liegt mit seinen 8 Einhörnern aktuell auf Platz 26.

Abbildung 24: Unicorns in Deutschland und internationaler Vergleich



5.3. Der Exit-Markt

Exits sind für den Finanzierungskreislauf essenziell

Exits sind zentraler Bestandteil des Finanzierungskreislaufs im Startup-Ökosystem. Sie ermöglichen es, neben den Investor*innen auch Gründer*innen und Mitarbeitenden, die über Anteile incentiviert wurden, am Erfolg des Unternehmens teilzuhaben. Die Exit-Wege sind dabei unterschiedlich: Möglichkeiten sind der Börsengang sowie der Verkauf an andere Unternehmen oder Investor*innen wie Private-Equity-Fonds. Die Rolle von Exits für das Startup-Ökosystem ist dabei nicht zu unterschätzen: Business Angels und VC-Fonds sind auf erfolgreiche Verkäufe von Unternehmensanteilen angewiesen, um gewinnbringend wirtschaften zu können. Nur so entstehen

neue Möglichkeiten und Anreize für weitere Startup-Investments. (Startup-Verband 2021).

Grundlage für neue Startups

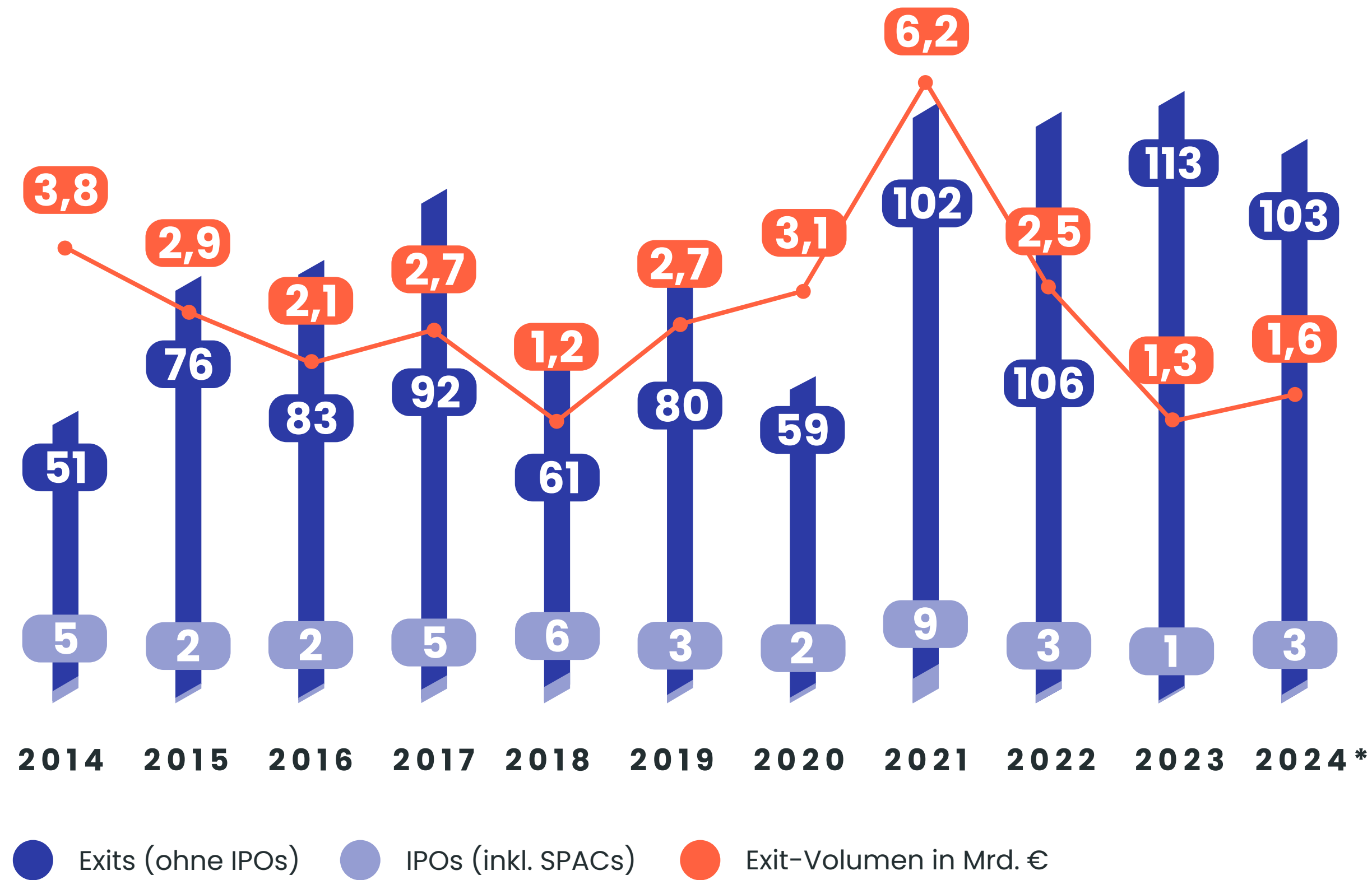
Die Entwicklung des deutschen Exit-Marktes folgt im Gegensatz zum allgemeinen VC-Markt keinem klaren Trend nach oben, sondern ist gerade mit Blick auf das Exit-Volumen durch einen Wechsel stärkerer und schwächerer Phasen gekennzeichnet – abhängig von der Stimmung an den weltweiten Börsenmärkten. Positiv ist aber, dass mit wachsender Breite des Ökosystems die Zahl der Exits zugenommen hat. Ein Blick auf die Genese des heutigen deutschen Ökosystems seit Anfang der 2000er-Jahre, gerade in Berlin, macht die zentrale Rolle einiger erfolgreicher Exits deutlich: Die Verkäufe von Unter-

nehmen wie Alando, Jamba oder StudivZ legten die Basis für einen funktionierenden Finanzierungskreislauf und weitere erfolgreiche Gründungen wie Rocket Internet oder Zalando. Wichtige weitere Meilensteine im deutschen Exit-Markt waren die Börsengänge von DeliveryHero und HelloFresh 2017, die Übernahme von Flaschenpost durch Dr. Oetker 2020 sowie die beiden SAP-Übernahmen von Signavio 2021 und LeanIX 2023. Daneben gab es einige größere Exits im BioTech-Sektor, der allerdings eigenen Regeln folgt – am bekanntesten ist hier sicherlich der IPO von BioNTech oder auch zuletzt die Übernahme von Cardior Pharmaceuticals durch Novo Nordisk.

Die deutsche Wirtschaft braucht mehr Exits

Die in den letzten Jahren stark gestiegenen Venture Capital-Investments legen den Grundstein – gleichzeitig braucht es entsprechende Exits, damit die Fonds erfolgreich sind und auch langfristig mehr Wagniskapital fließt. Genau hier zeigt sich in den letzten Jahren ein Problem: Die Erlöse 2022, 2023 und voraussichtlich auch 2024 lagen nicht nur deutlich unter denen des Rekordjahres 2021, sondern bewegen sich auch mit Blick auf den längeren zeitlichen Verlauf auf einem niedrigen Niveau. Zudem fallen Exits in Deutschland meist kleiner aus als in den USA: Die Übernahme von WhatsApp für 22 Milliarden US-Dollar durch Meta 2014 oder auch der IPO von Rivian mit Erlösen von mehr als 10 Milliarden US-Dollar 2021, sind hier nur zwei Beispiele für

Abbildung 25: Exit-Anzahl und -Volumen deutscher Startups



Hinweise: 1) Bei den Exits wurden jeweils nur Startups mit einem maximalen Alter von 15 Jahren berücksichtigt. Ausgründungen oder Joint-Ventures aus etablierten Unternehmen werden nicht mit aufgeführt, sodass es zu Abweichungen bei anderen Publikationen kommen kann. 2) Für 2024 wurde der aktuelle Stand (6. September 2024) bis zum Jahresende hochgerechnet. 3) Bei IPOs wurde nur der realisierte Anteil des IPOs für die Berechnung berücksichtigt.

die Stärke des dortigen Finanzierungs-kreislaufes. Umso wichtiger ist es, den richtigen Rahmen zu setzen: Sei es durch die Vertiefung und Umsetzung der europäischen Kapitalmarktunion oder auch bessere Anreize für Unternehmensverkäufe (Startup-Verband 2024).

6.



Mindset und Ökosystem

6. Mindset und Ökosystem

6.1. Gründer*innen-Mindset

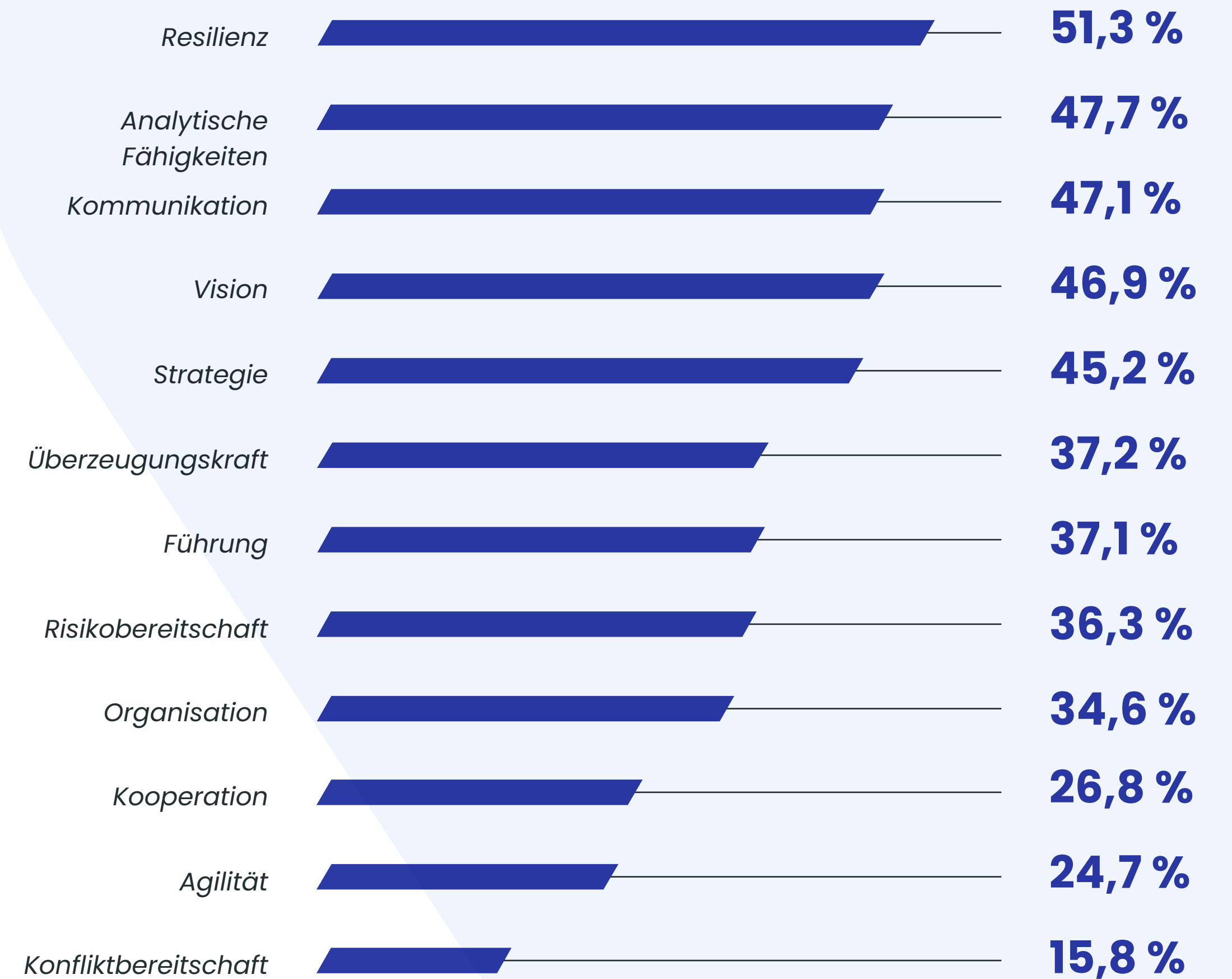
Das zeichnet unsere Gründer*innen aus

Im Zusammenhang mit Startups ist häufig vom „Mindset“ die Rede: Groß denken, visionär sein, ins Risiko gehen – solche und ähnlich Attribute werden Gründer*innen häufig zugeschrieben. Wir wollten daher von Gründer*innen selbst erfahren, wo sie ihre besonderen Fähigkeiten und Stärken sehen. Die Antworten verraten einerseits etwas darüber, was es generell braucht, um ein Unternehmen aufzubauen. Andererseits sind sie ein Stück weit auch Spiegel der aktuellen Situation und wirtschaftlichen Lage.

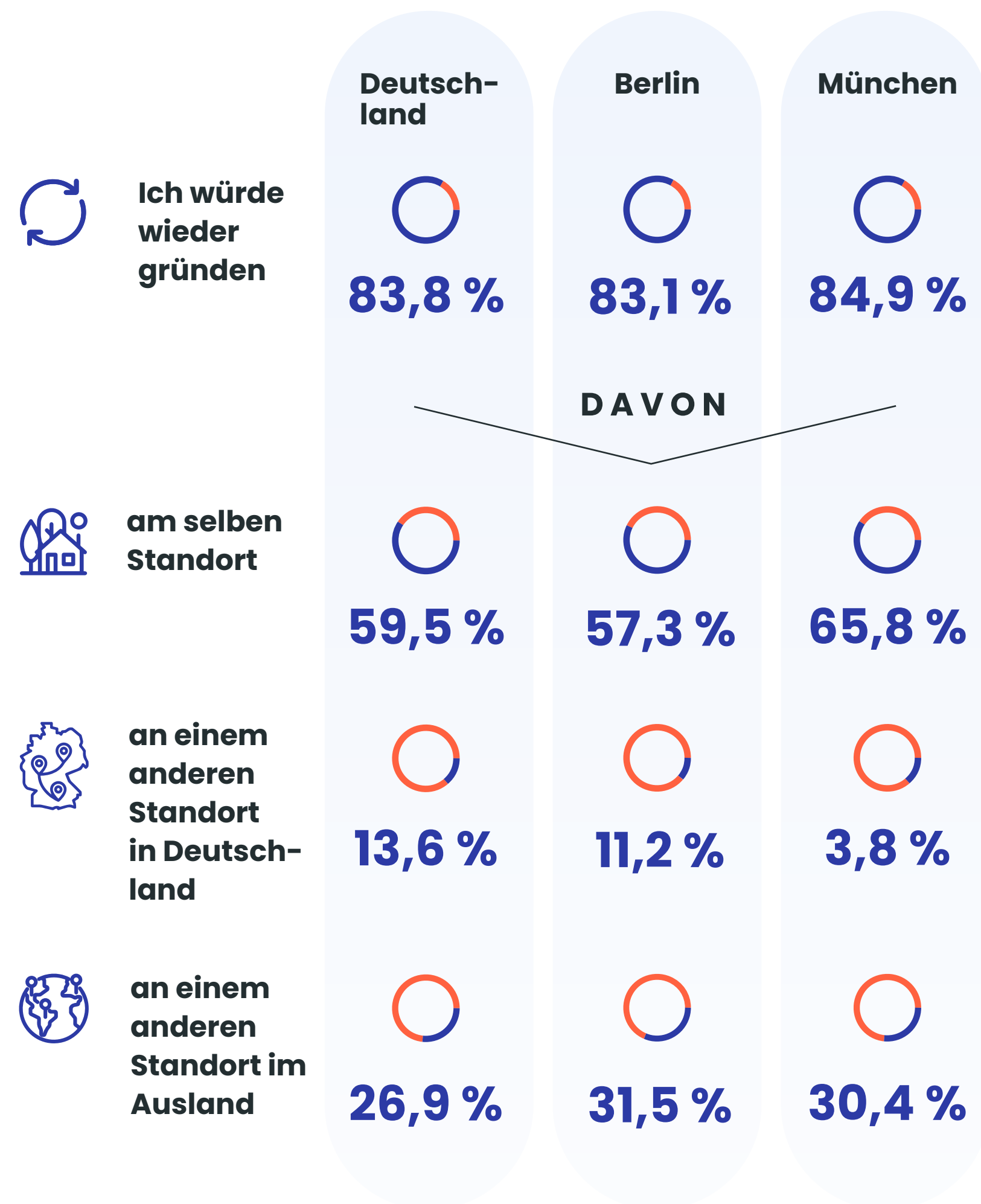
Resilienz ist das A und O

Das interessante und überraschende Ergebnis: Resilienz belegt mit 51,3 % den Spitzenplatz. Das unterstreicht vor allem eins: Ein Unternehmen aufzubauen ist viel und vor allem harte Arbeit – da heißt es, dranbleiben, gut mit Rückschlägen umgehen und sich vor allem nicht entmutigen lassen. Das geht an die Substanz und daher ist es verständlich, wenn Gründer*innen die Bedeutung der Resilienz nach vorne stellen. Darüber hinaus darf man nicht vernachlässigen, dass die letzten drei wirtschaftlich schwierigen Jahre Gründer*innen in Sachen Durchhaltevermögen zusätzlich viel abverlangt haben.

Abbildung 26: Selbsteinschätzung besondere Fähigkeiten und Stärken



/ Abbildung 27: Neugründungsplanung



Der Großteil würde wieder gründen

Gründen ist also nicht immer nur ein Zuckerschlecken. Dennoch ist die große Mehrheit der Befragten überzeugt von dem, was sie tut und 83,8 % würden nach der aktuellen Gründung wieder ein Startup aufbauen wollen. Das zeigt, wie das Gründen die Menschen packt und begeistert. Dieser Effekt ist enorm wichtig: Denn Seriengründer*innen sind mit ihrem breiten Erfahrungsschatz sowie ihren Netzwerken und Ressourcen ein zentraler Erfolgsfaktor für jedes Ökosystem. Zwei Wermutstropfen: Der Anteil ist etwas zurückgegangen und lag im letzten Jahr sogar bei 89,6 %. Außerdem geben im Vergleich zum Vorjahr (17,2 %) mit 26,9 % deutlich mehr Befragte an, ihr nächstes Unternehmen eher im Ausland als in Deutschland aufbauen zu wollen.



„Um als Standort noch attraktiver zu werden, müssen wir endlich konsequent unsere Stärken aus-

spielen. Im Bereich Forschung sind wir international spitze und um unsere Industrie und den breiten Mittelstand beneidet uns die ganze Welt. Wenn wir es schaffen, diese Kraft in Richtung Startups und Innovation zu bündeln, dann sind wir nicht aufzuhalten.“

Helmut Schönenberger

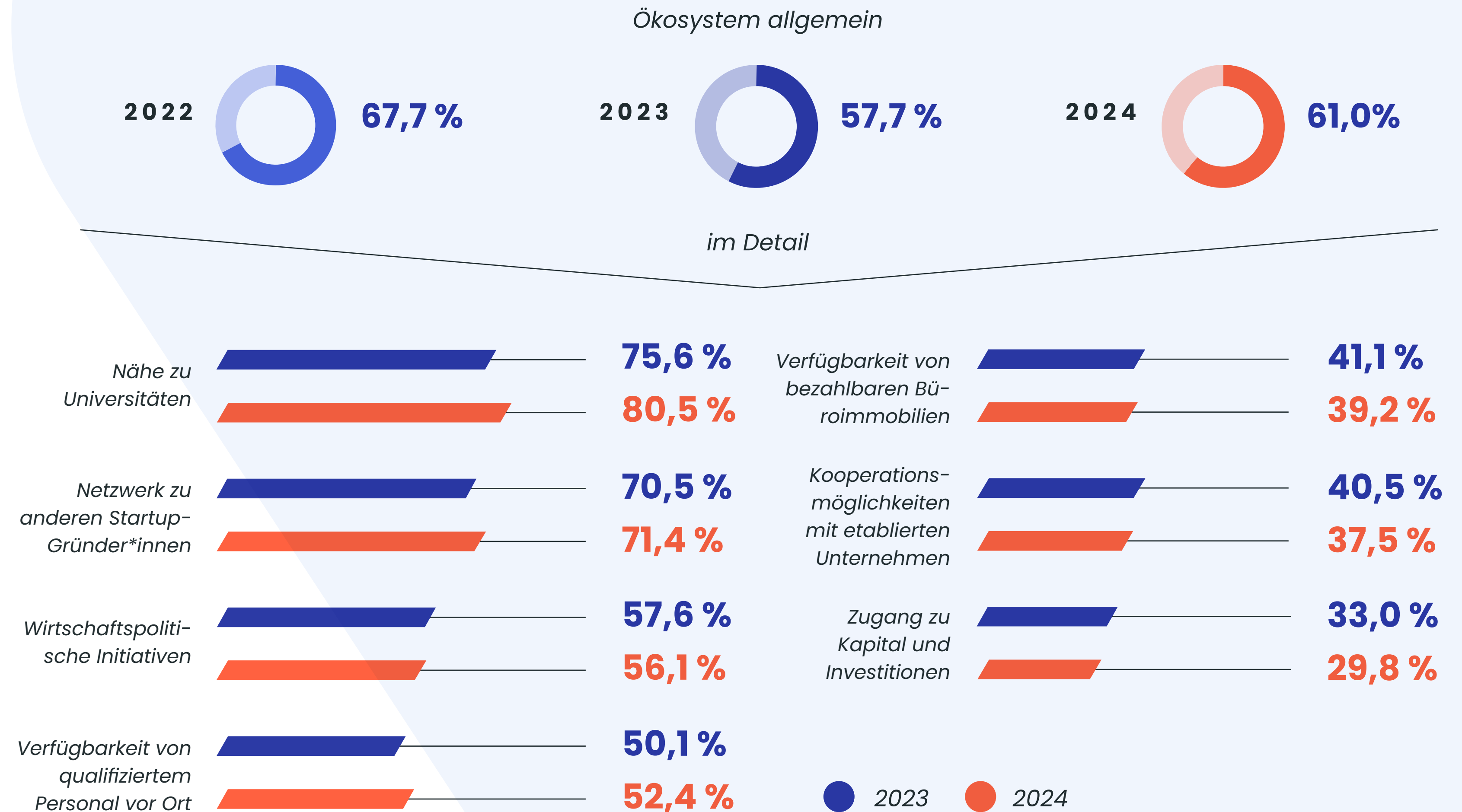
Co-Founder & CEO UnternehmerTUM
und Vorstand Startup-Verband

6.2. Ökosystem und Kooperationen

Die Bewertung des Ökosystems steigt wieder

Mit der Ökosystembewertung erfasst der Startup Monitor die Einschätzung der Gründer*innen mit Blick auf die Qualität ihres Ökosystems. Dabei werden neben der generellen Bewertung auch eine Reihe spezifischer Aspekte berücksichtigt. So ergibt sich ein umfassendes Bild der Stärken und Schwächen des Startup-Standorts Deutschland aus Sicht der Gründer*innen. Nachdem der globale positive Score im letzten Jahr erstmals deutlich zurückgegangen ist, steigt der Wert in diesem Jahr von 57,7 % auf 61,0 %. Als USP des Startup-Standorts Deutschland gilt weiterhin die Nähe zu Universitäten (80,5 %) – dagegen schätzen

Abbildung 28: Bewertung des Startup-Ökosystems (Anteil positive Bewertung)



nur 29,8 % den Zugang zu Kapital als gut oder sehr gut ein. Wie im letzten Jahr überrascht der niedrige Wert bei den Kooperationsmöglichkeiten zur etablierten Wirtschaft, der sogar noch einmal zurückgeht und nun bei 37,5 % liegt. Hier wird eine der Stärken des Wirtschaftsstandorts Deutschland nicht ausgespielt.

Zu wenig internationale Netzwerke

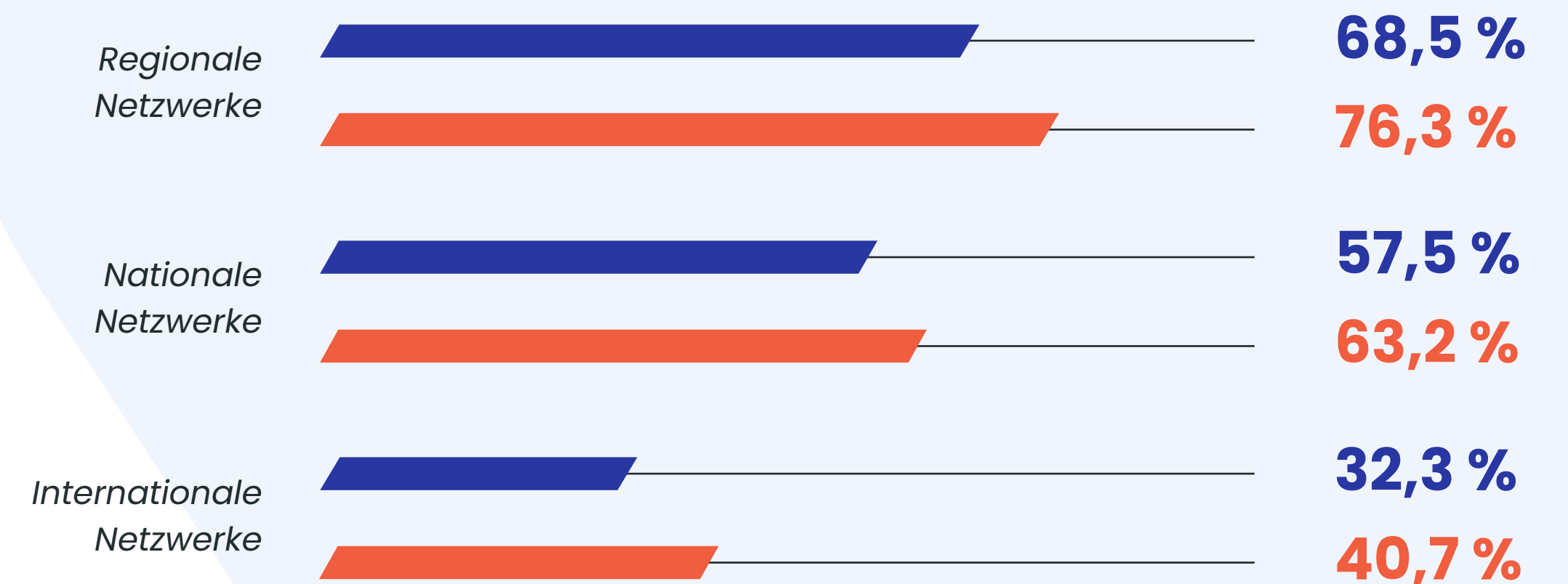
Ein Thema, dem unter den Rahmenbedingungen eine besondere Bedeutung zukommt, ist das der Netzwerke. Dabei ist es entscheidend, hinsichtlich der Reichweite zu differenzieren: Ist man in Sachen Kontakte auf die eigene Region beschränkt oder verfügt man über ein breites internationales Netzwerk? Die Ergebnisse zeigen, dass deutsche

Gründer*innen häufig noch zu regional aufgestellt sind. Für neue Ideen aber insbesondere mit Blick auf Kapital und Talente ist jedoch ein internationales Netzwerk unabdingbar. Selbst im Startup-Hotspot Berlin geben nur 40,7 % an, über ein starkes internationales Netzwerk zu verfügen. Der hohe Anteil englischsprachiger Events zeigt dort aber, dass die Angebote und Möglichkeiten diesbezüglich groß sind.

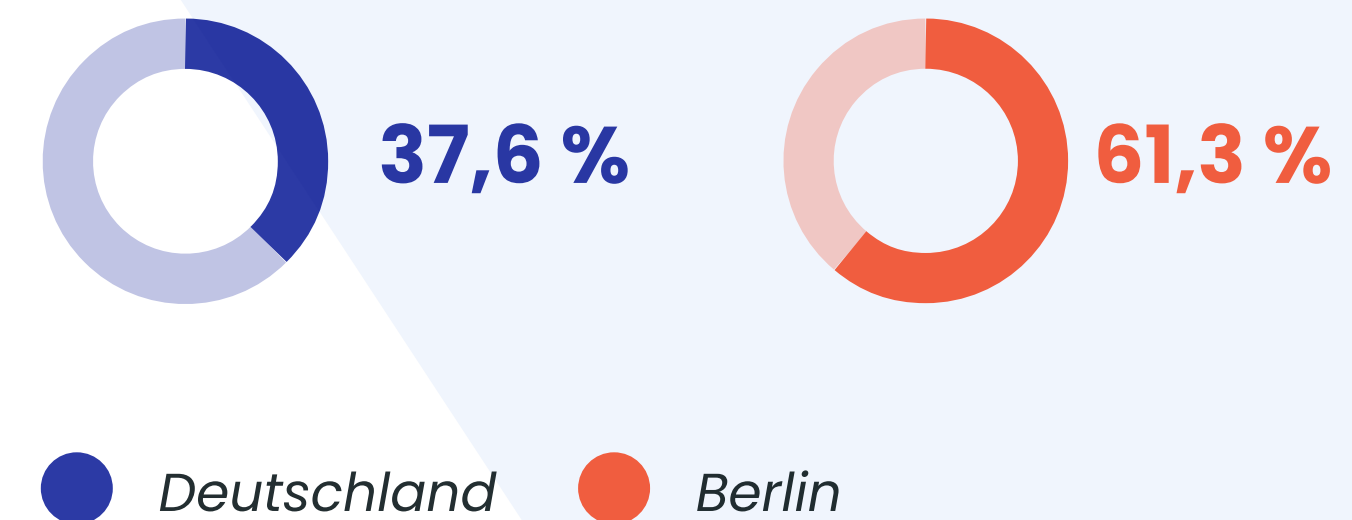
Kooperation mit Etablierten hat viel Luft nach oben

Im Rahmen der Ökosystembewertung wurde bereits darauf hingewiesen, wie kritisch Kooperationsmöglichkeiten mit der etablierten Wirtschaft bewertet werden. In den letzten Jahren war zudem ein kontinuierlicher Rückgang der

Abbildung 29: Netzwerke und internationale Events



Anteil besuchter englischsprachiger Events in der eigenen Region



Startups in solchen Kooperationsbeziehungen zu beobachten. In diesem Jahr hat sich der Wert zumindest stabilisiert, liegt aber mit 61,9 % noch klar unter dem Höchstwert aus 2020 (71,8 %). Während sich dieser Abwärtstrend 2021 und 2022 mit den pandemiebedingten Einschränkungen in Verbindung bringen lässt, deuten die Entwicklungen der letzten beiden Jahre auf eine Zurückhaltung der etablierten Wirtschaft hin – in schwierigen Zeiten wird gespart und Innovationen fallen häufig dem kurzfristigen Kerngeschäft zum Opfer. Gerade mit Blick auf die hohe Fokussierung auf das B2B-Geschäft bestehen hier mittelfristig Risiken für Startups.

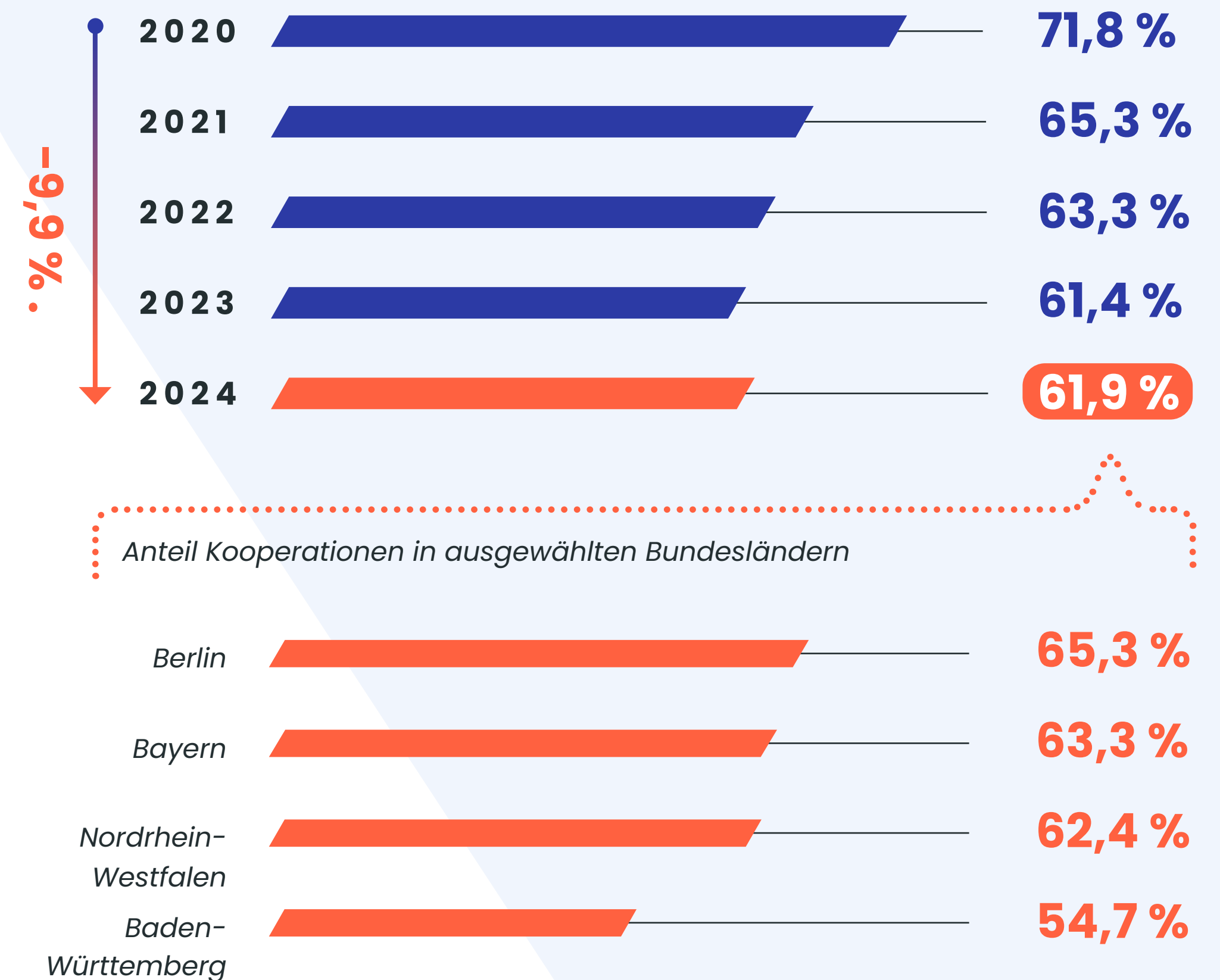


„In vielen Unternehmen schlummert ungenutztes Potenzial. Wir können es uns schlichtweg nicht

mehr leisten, das liegen zu lassen. Der steigende Effizienz- und Exzellenzdruck, der Fachkräftemangel und die wachsenden Anforderungen fordern neue, deutlich effektivere Wege. Daher sind der Austausch und Kooperation zwischen Startups und der etablierten Wirtschaft so wichtig – denn nur wer sich kennt und versteht, kann gemeinsam etwas bewegen.“

Charlotte Rothert
Co-Founder & CEO doinstruct

Abbildung 30: Kooperationen mit etablierten Unternehmen



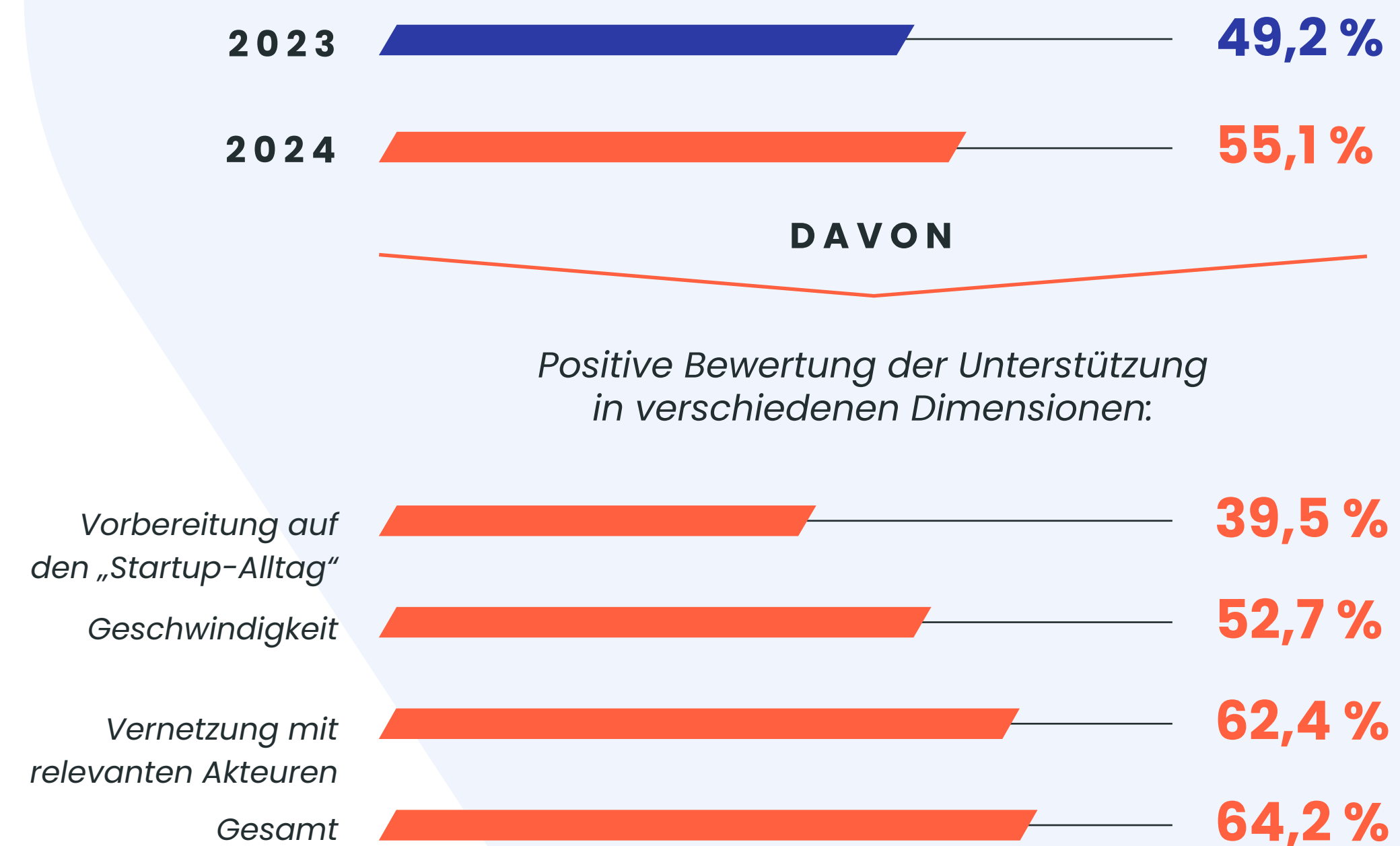
6.3. Hochschulen und DeepTech

Hochschulen und Forschung werden noch wichtiger

Wie deutlich wurde, ist die Nähe zur Forschung ein wichtiges Asset des Standorts Deutschland. Hochschulen und Forschungseinrichtungen bilden häufig die Grundlage unternehmerischer Innovation. Mittlerweile geben mehr als die Hälfte der Befragten an, im Rahmen ihrer Gründung dort Unterstützung erhalten zu haben. Als besonders positiv wird dabei die gute Vernetzung hervorgehoben (62,4 %), während die Vorbereitung auf den „Startup-Alltag“ kritischer bewertet wird (39,5 %). Das unterstreicht, dass wissenschaftliche Einrichtungen immer noch vor der Herausforderung stehen, Forschung und Lehre mit unternehmer-

rischen Initiativen und Programmen zu verbinden.

Abbildung 31: Anteil Startups mit Hochschulunterstützung und Bewertung



„Wir haben tolle Wissenschaftler und Entrepreneurre in Deutschland. Damit unsere Deep-

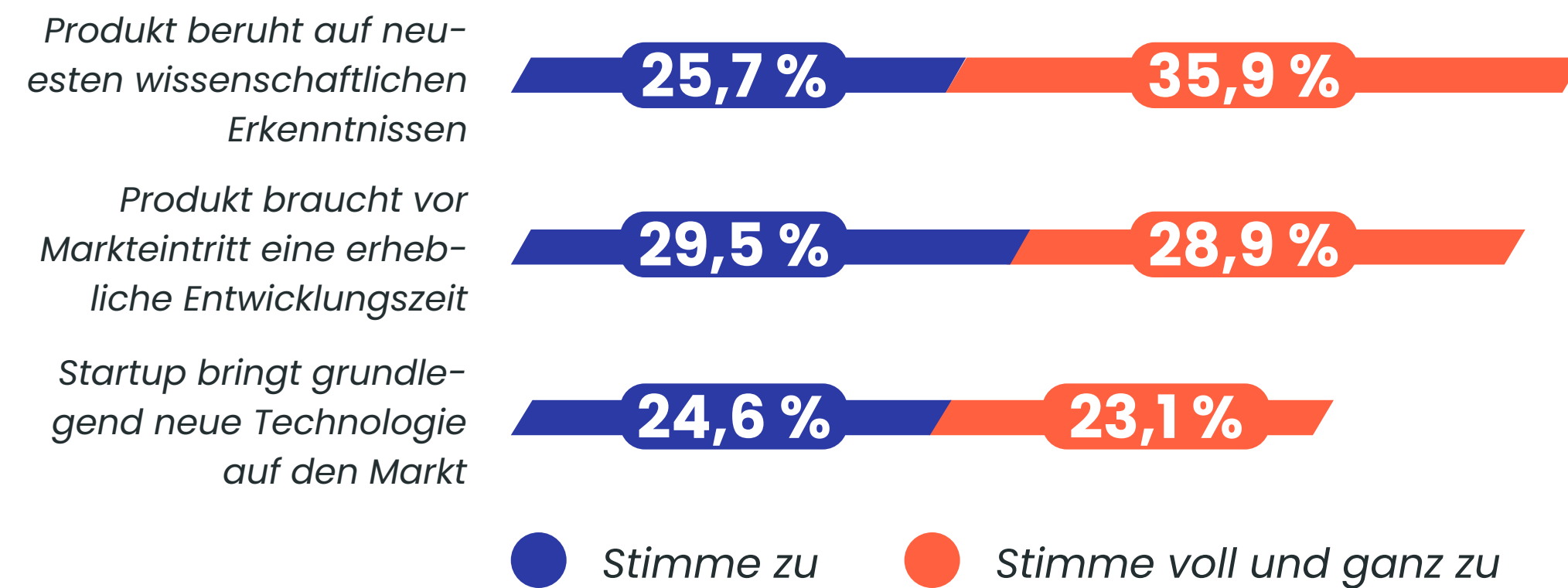
Tech-Champions auch international wettbewerbsfähig werden können, brauchen wir Mut und die richtigen Rahmenbedingungen: schlanke sowie funktionierende Prozesse bei rechtlichen Themen, ausreichend Wachstumskapital, Investoren mit Tech-Mindset und starke Partnerschaften zwischen Staat, Wissenschaft und etablierter Wirtschaft.“

Heike Freund

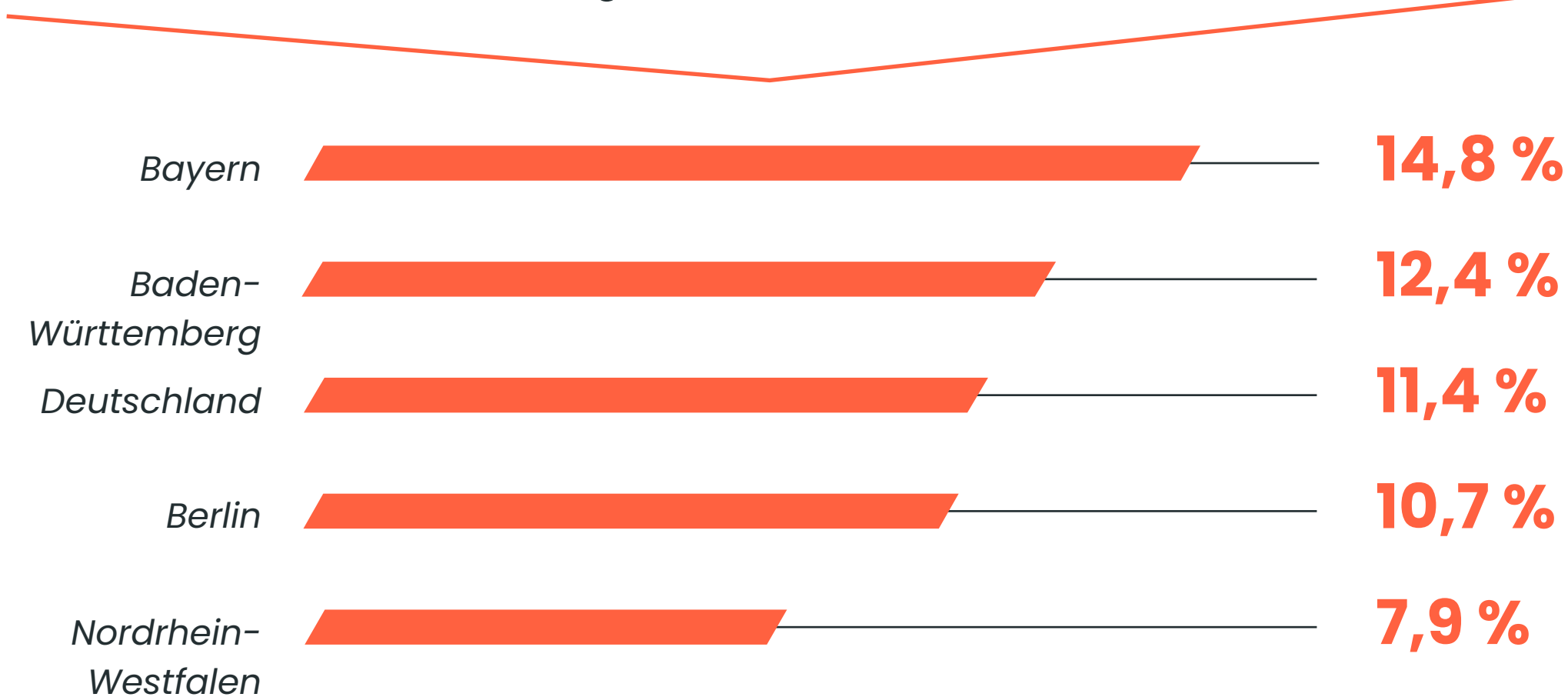
COO Marvel Fusion und erweiterter Vorstand Startup-Verband

Abbildung 32: DeepTech-Startups

Hinweis: Als DeepTech-Startups werden solche bezeichnet, die in allen drei dargestellten Kategorien voll und ganz zustimmen.

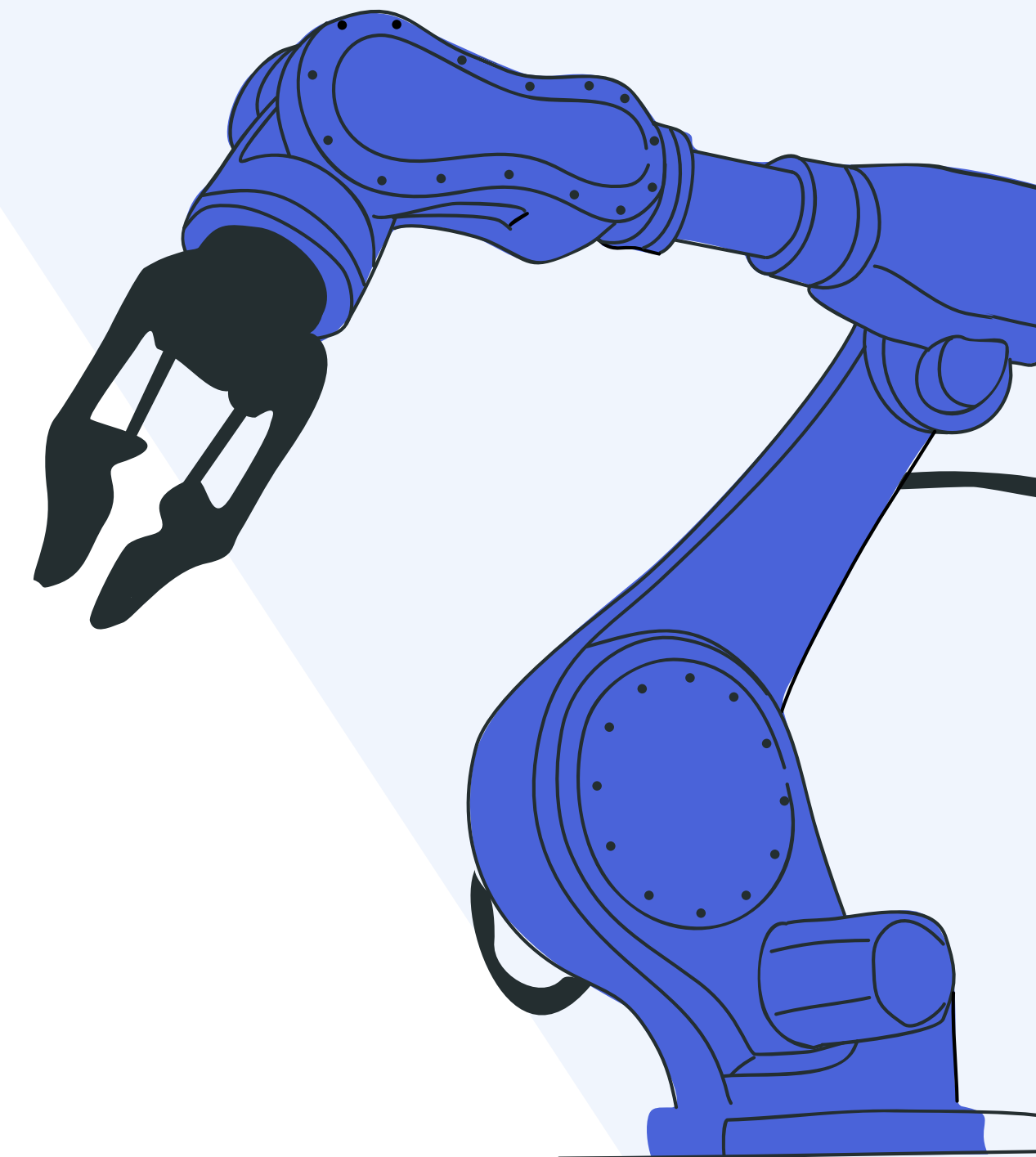


Anteil DeepTech-Startups in Deutschland und ausgewählten Bundesländern



DeepTech ist relevanter Faktor im Ökosystem

Mit der steigenden Relevanz forschungsnaher Startup-Standorte hat in den letzten Jahren auch der Bereich DeepTech an Relevanz und Aufmerksamkeit gewonnen. Zur Identifikation des Anteils an DeepTech-Unternehmen im deutschen Startup-Ökosystem wurden drei Aspekte erfasst: der Einsatz neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse und Technologien sowie die Entwicklungszeit vor Markteintritt. Auf Basis dieser Dimensionen lassen sich 11,4 % der befragten Startups als DeepTech-Unternehmen klassifizieren. Beim Blick auf die regionale Verteilung sticht dabei Bayern mit dem starken Tech-Standort im Umfeld der TU München mit 14,8 % heraus.

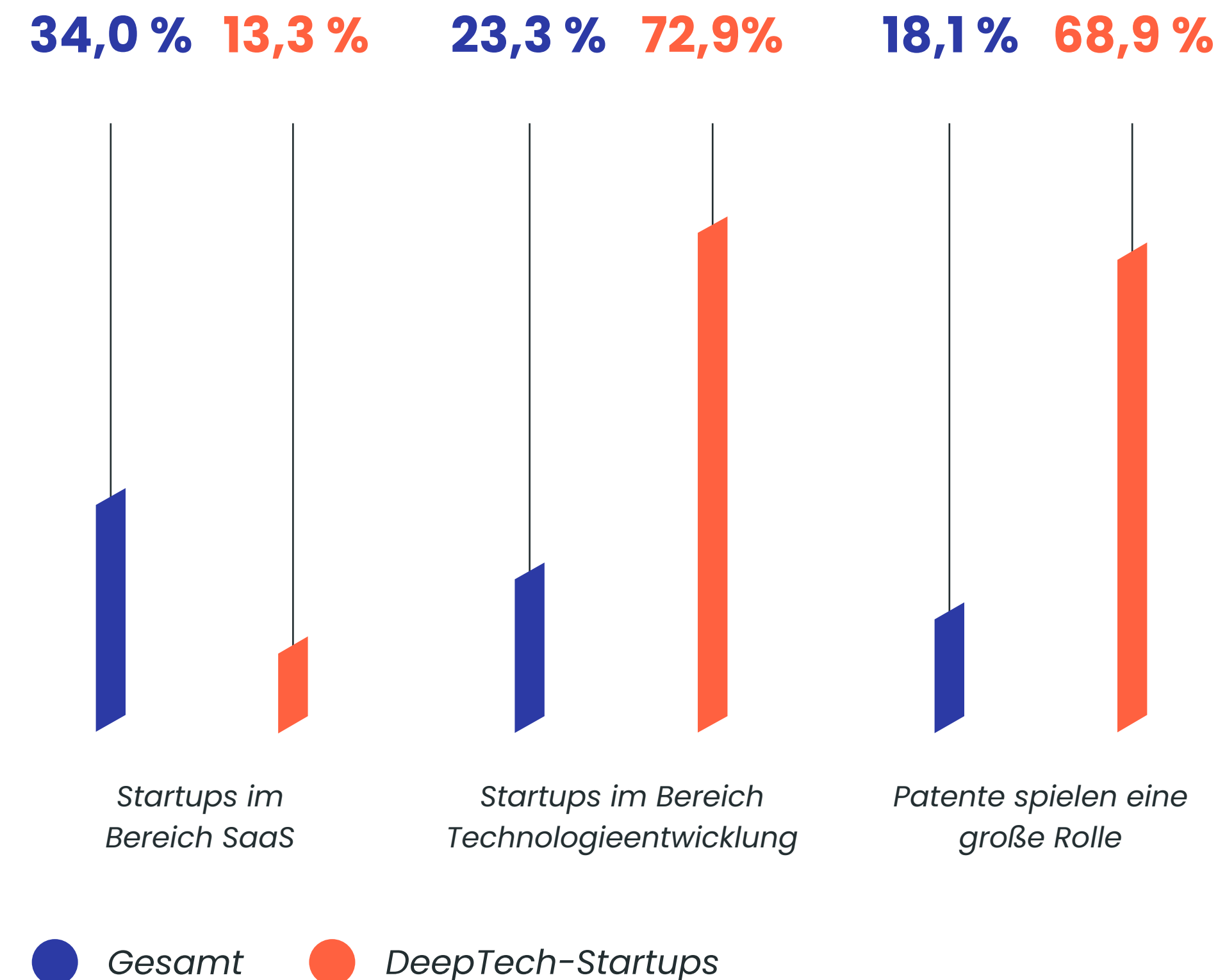




Im Bereich DeepTech geht es häufig um Patente

DeepTech-Startups zeichnen sich durch eine Reihe von Besonderheiten aus. Auffällig und relativ selbsterklärend ist die klare Überschneidung mit dem Geschäftsmodell Technologieentwicklung: Hier entsteht Neues – meist im Bereich Hardware. Der Großteil der übrigen DeepTech-Unternehmen ordnet sich dem SaaS-Sektor zu, was mit Blick auf aktuelle Innovationen im Bereich Generative Künstliche Intelligenz nachvollziehbar ist. Da somit wissenschaftliche und technische Innovationen im Bereich DeepTech häufig das Fundament des Unternehmens darstellen, spielen Patente eine entscheidende Rolle.

Abbildung 33: DeepTech-Startups, Geschäftsmodelle und Patente



7.



Wirtschaftliches Umfeld und Politik

7. Wirtschaftliches Umfeld und Politik

7.1. Geschäfts- und Investitionsklima

Startup-Geschäftsklima bleibt stabil

Startups sind junge Unternehmen, die im Kontext der gegenwärtigen Marktbedingungen entstanden sind und explizit aktuelle Herausforderungen adressieren. Dabei kommen neueste Technologien, wie etwa Generative Künstliche Intelligenz, zum Einsatz. Vor diesem Hintergrund wird verständlich, weshalb das Startup-Geschäftsklima über die Jahre hinweg deutlich über der Stimmung in der etablierten Wirt-

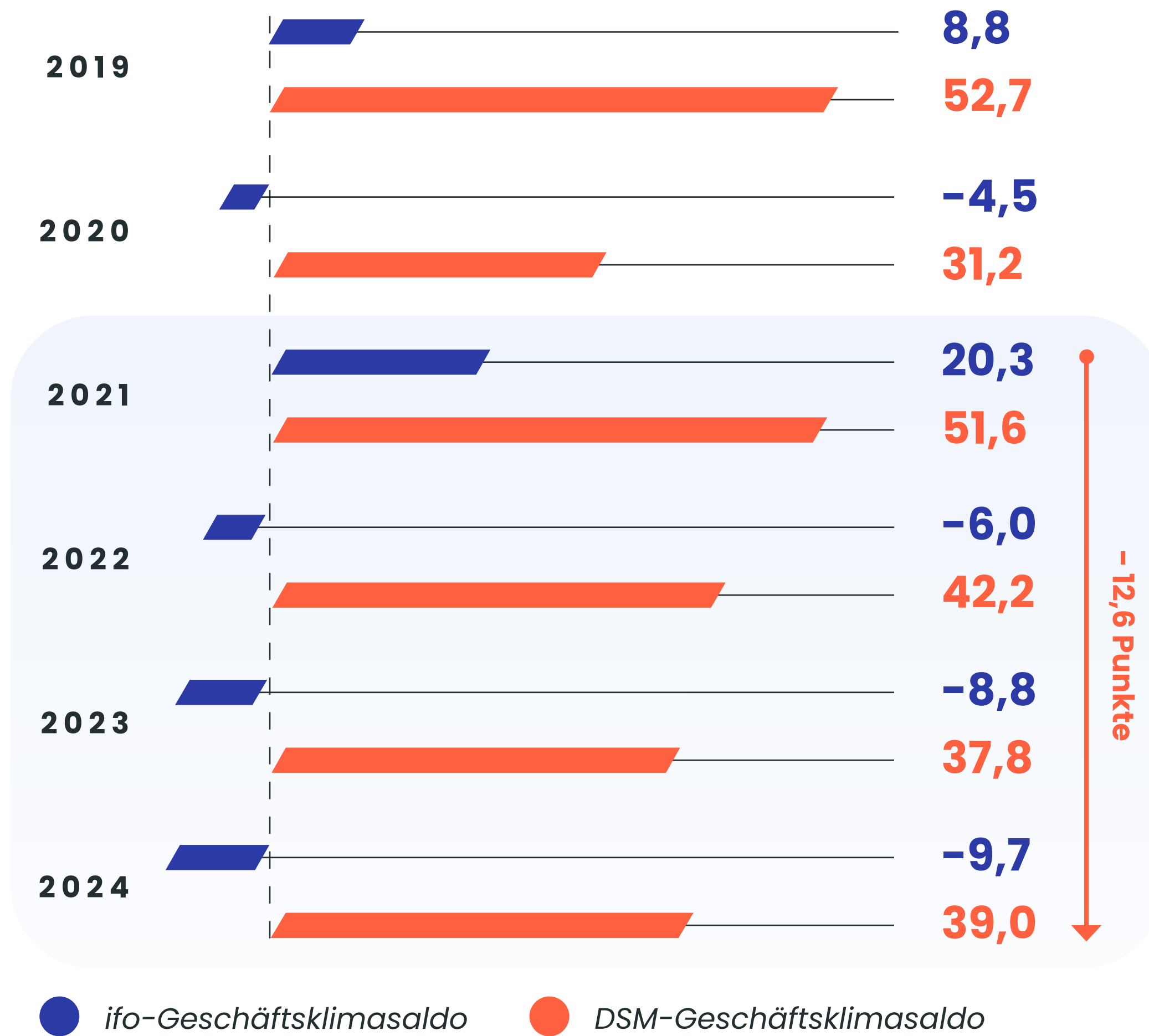
schaft liegt. Gleichzeitig zeigt sich im Zeitverlauf, dass auch im Startup-Sektor die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle spielen. Der Corona-Schock 2020 hat die Stimmung massiv gedämpft; der Digitalisierungsschub und die Rekordfinanzierungen im Jahr 2021 sorgten dann schnell wieder für einen Anstieg auf das vorherige Niveau. Konjunktur und Zinswende trüben seitdem die Stimmung – 2024 hat sich das Geschäftsklima jedoch im Vergleich zum Vorjahr zumindest stabilisiert.





Abbildung 34: Geschäftsklima-Saldo Startups und Gesamtwirtschaft

Quelle: Für den ifo-Geschäftsklimasaldo wurde auf den Juni des jeweiligen Jahres als Vergleichswert zurückgegriffen (ifo 2024).



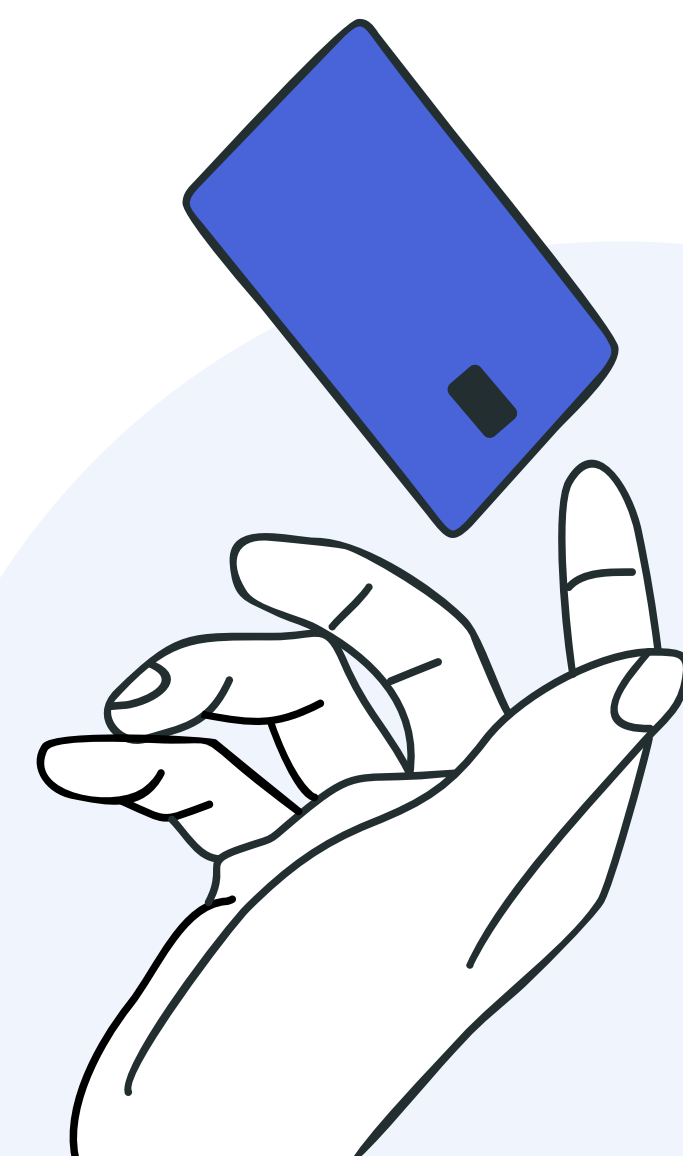
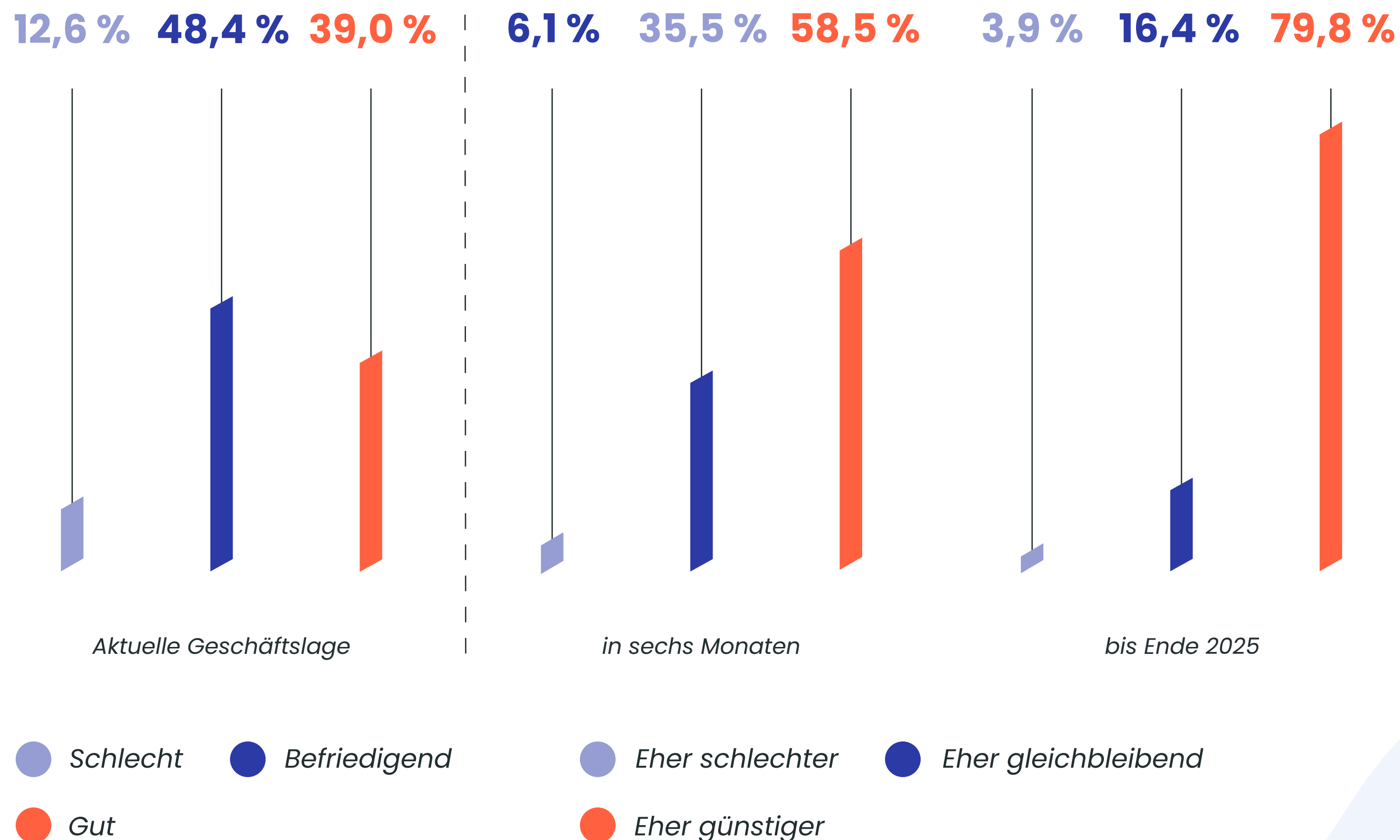
Startups blicken sehr optimistisch in die Zukunft

Wie dargestellt wirken sich die Spezifika von Startups – insbesondere ihre „Jugend“ und Innovationsorientierung – klar positiv auf das Geschäftsklima aus. Das zeigt sich insbesondere beim Blick in die Zukunft. Während nur 39,0 % der Befragten die aktuelle Geschäftslage als gut einschätzen, steigt dieser Wert für die Geschäftserwartung in den kommenden sechs Monaten auf 58,5 % und beim längerfristigen Blick bis Ende 2025 sogar auf 79,8 %. Trotz aktueller Herausforderungen blicken deutsche Gründer*innen also sehr optimistisch in die Zukunft, denken positiv und rücken die Chancen in den Fokus.

Das Investmentklima bleibt angespannt

In Ergänzung zum Geschäftsklima wird im DSM auch die Einschätzung der Gründer*innen hinsichtlich der Investmentbereitschaft von Wagniskapitalgeber*innen erfasst. Wie im Vorjahr bewertet mit 16,4 % nur ein sehr geringer Anteil die derzeitige Investmentbereitschaft von Business Angels und VCs in ihr Unternehmen positiv. Dagegen nehmen die Hälfte (50,7 %) die aktuelle Lage hier als schlecht wahr. Ähnlich wie beim Geschäftsklima ist der Blick in die Zukunft jedoch deutlich positiver: 41,5 % gehen davon aus, dass sich die Situation in den kommenden 6 Monaten verbessert, nur 16,5 % rechnen mit einer weiteren Verschlechterung.

Abbildung 35: Aktuelle und zukünftige Startup-Geschäftslage

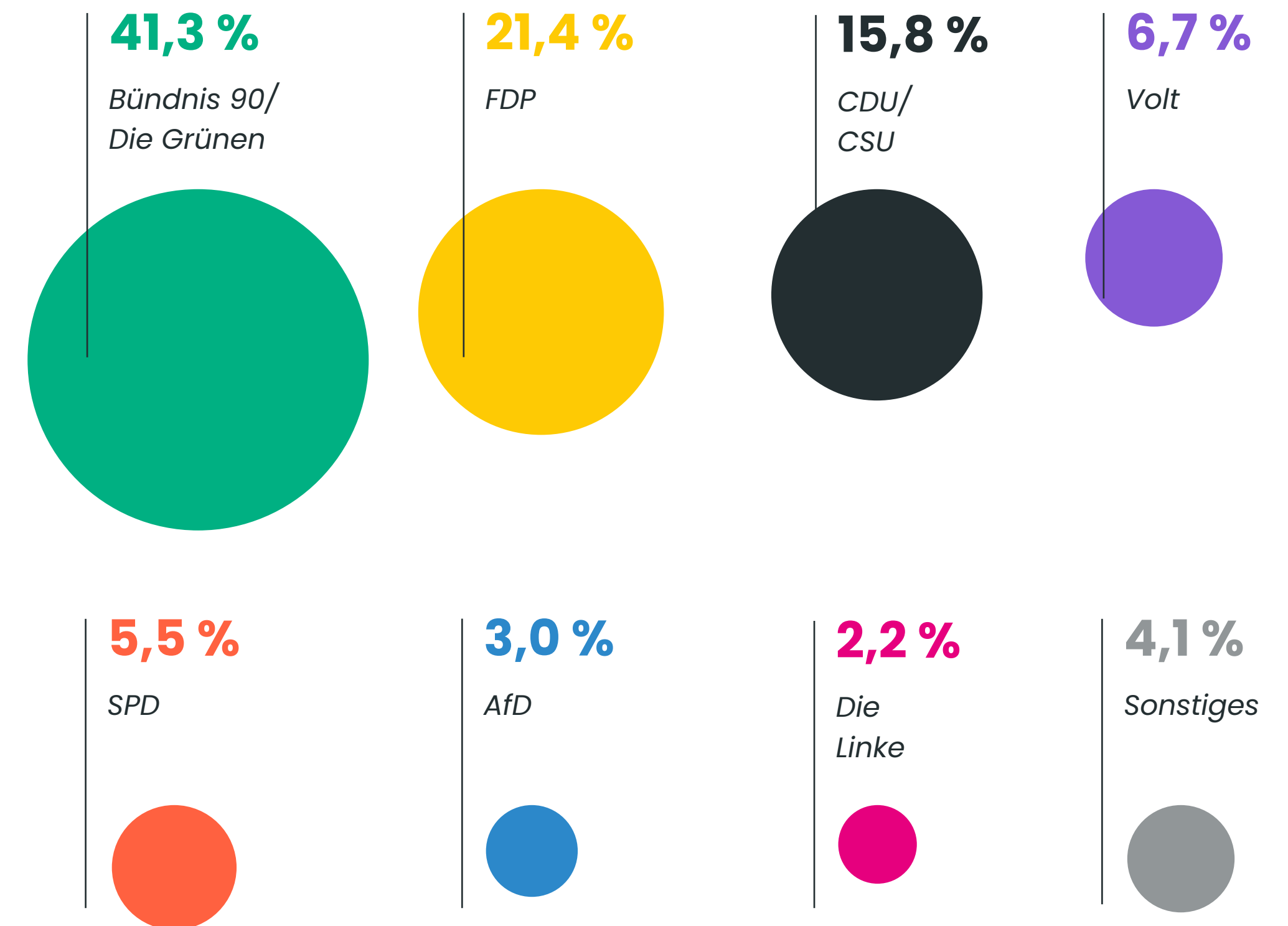


7.2. Politische Positionen

Bündnis 90 / Die Grünen liegen weiter klar vorn, FDP auf Platz zwei

Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, würde Bündnis 90/Die Grünen erneut unter Gründer*innen mit großem Abstand vorne liegen. In den letzten beiden Jahren ist diese Zustimmung allerdings zurückgegangen: Von 50,8 % 2022, auf 46,2 % 2023 und 41,3 % in diesem Jahr. Auf Platz zwei liegt weiterhin die FDP, die im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls verloren hat und nun auf 21,4 % kommt. Signifikante Zugewinne verzeichnen die Union (2023 11,8 %, 2024 15,8 %) und vor allem Volt (2023 1,2 %, 2024 6,7 %) – unter den Parteien über 5 % liegt die SPD nur auf Platz 5 und verliert gegenüber dem Vorjahr leicht.

Abbildung 36: Politische Sonntagsfrage unter Gründer*innen



Gründer*innen fordern Digitalisierung und Flexibilisierung

„Die aktuelle Legislaturperiode läuft noch etwa ein Jahr. Welche drei Maßnahmen für das Startup-Ökosystem soll die Bundesregierung in dieser Zeit forcieren?“ Das wollten wir in diesem Jahr wissen und haben den Gründer*innen insgesamt neun Themen angeboten. Der Blick auf die Top 5 zeigt, dass mit der Digitalisierung der Verwaltung ein relativ allgemeines Thema ganz oben steht, das aber Gründer*innen und Unternehmer*innen in hohem Maße tangiert. Auch unter größeren Scaleups mit über 50 Mitarbeitenden rangiert diese Forderung auf Platz 2. Auf Platz 1 landet hier die Flexibilisierung von Arbeits- und Beschäftigungsregeln, was sicher auch mit dem erhöhten unternehmerischen Anpassungsbedarf in der gegenwärtigen

/ Abbildung 37: Zentrale Forderungen an die Bundespolitik



gen Phase der wirtschaftlichen Transformation zu tun hat.

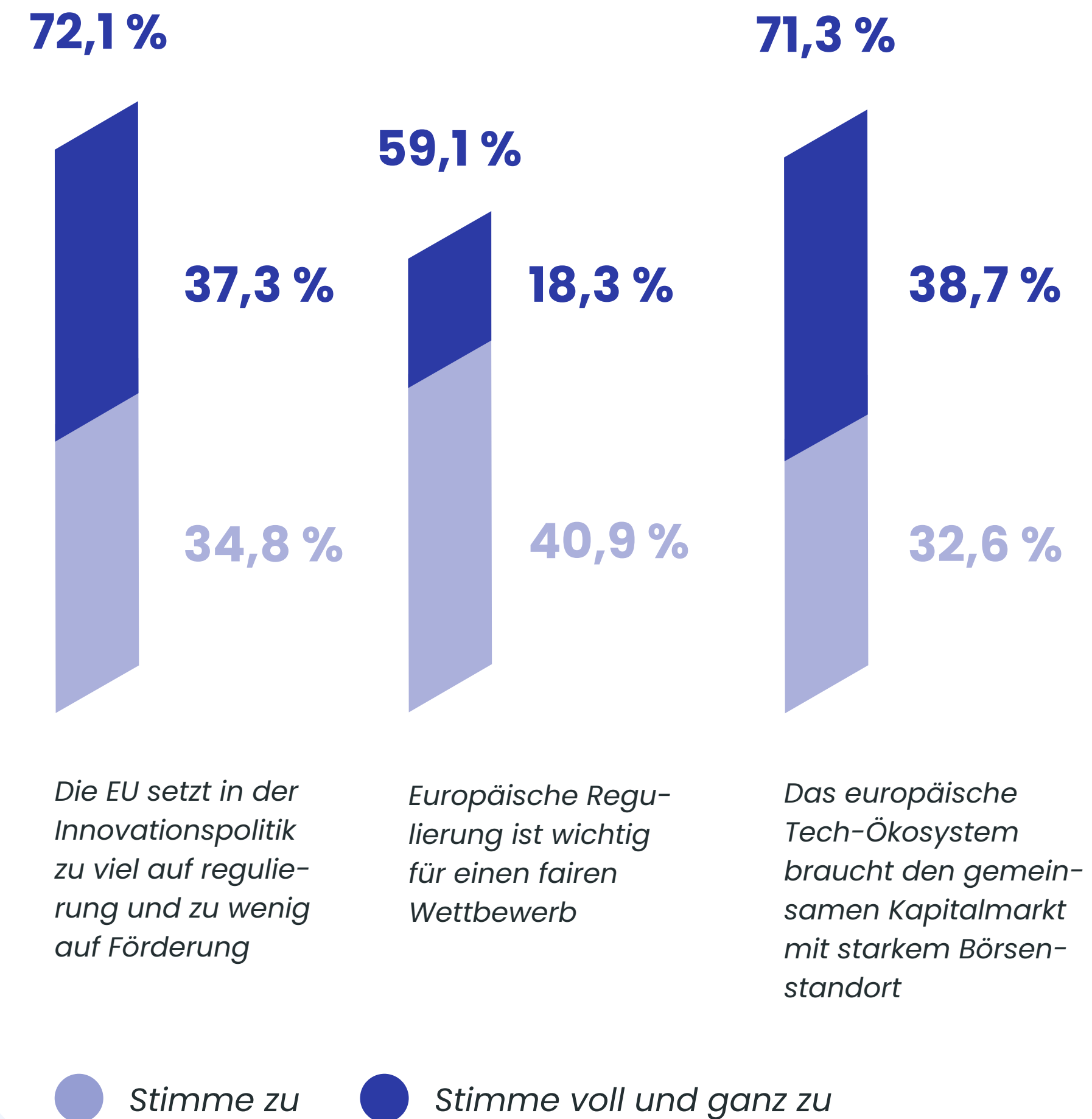
Auf EU-Ebene stehen Kapitalmarktunion und Regulierung im Fokus

Neben der Bundespolitik wollten wir von den Gründer*innen auch erfahren, wie sie sich hinsichtlich zweier für Startups zentraler EU-Themen positionieren. Bei der Frage nach der Relevanz eines gemeinsamen Kapitalmarkts und Börsenstandorts zeigt sich ein klares Bild: Deutsche Gründer*innen sehen die Schwäche der eigenen Börse kritisch und wünschen sich eine Stärkung Europas – insbesondere gegenüber den USA. Beim zweiten Thema ist die Lage komplexer: Einerseits stimmen 59,1 % der Aussage zu, dass Regulierung auf europäischer Ebene wichtig

ist, um einen fairen Wettbewerb sicherzustellen. Gleichzeitig kritisieren 72,1 % die EU dafür, im Rahmen ihrer Innovationspolitik zu stark auf Regulierung zu setzen. Ein Beispiel, das hier sicher viele im Hinterkopf hatten, ist der AI-Act.



Abbildung 38: Forderungen an die EU



7.3. Ausblick

Im Startup-Ökosystem kannte man lange nur eine Richtung – die nach oben: mehr Startups, mehr Geld, mehr Jobs. Ab 2022 setzte eine gewisse Ernüchterung ein, die teilweise bis heute anhält. Die gesamtwirtschaftliche Lage ist weiterhin herausfordernd und insbesondere die Entwicklungen im Investmentsektor machen Startups zu schaffen. In dieser Situation läuft man Gefahr, zurückzuschauen und zu hoffen, dass alles wieder so wird, wie es früher einmal war. Doch nur weil die Zukunft unsicherer scheint, heißt es nicht, dass die Chancen für Startups und deren Relevanz für die Wirtschaft von morgen abgenommen haben.

Die Zahlen des Deutschen Startup Monitors machen deutlich: Gründer*innen ticken anders und blicken positiv

in die Zukunft – und sie tun dies nicht in der naiven Hoffnung, dass die Dinge irgendwie und irgendwann wieder besser werden, sondern indem sie sich anpassen und die Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft aktiv mitgestalten. Die Devise lautet heute mehr denn je: echte Probleme lösen und Produktivität steigern. Das haben deutsche Startups verinnerlicht und den Schalter umgelegt: Geschäftskunden, Profitabilität, Wachstum, Ökologie, Ausgründungen und DeepTech – diese Schwerpunkte prägen und verändern das Startup-Ökosystem.

Nun geht es darum, politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die diese Dynamik entfesseln und auf die gesamte Wirtschaft übertragen. Dazu haben wir im Rahmen unserer „Innovationsagenda 2030“ Impulse gesetzt und eine Reihe

von Vorschlägen gemacht (Startup-Verband 2024). Zwei Risiken bedrohen dies aber – ein zu starker Fokus auf wenig zukunftssträchtige Branchen und weniger Innovationsprojekte in etablierten Unternehmen. So deutet einiges darauf hin, dass sich die etablierte Wirtschaft konjunkturbedingt aus dem Startup-Ökosystem tendenziell zurückzieht – und das gerade in einem Moment, in dem Innovation am nötigsten ist. Dem muss man entgegenwirken, Akteure zusammenbringen und Überzeugungsarbeit leisten. Positiv hervorzuheben ist die wachsende Schnittstelle zwischen Forschung und Unternehmertum, mit der auf einer der Stärken des Standorts Deutschland gebaut wird und deren enormes Potenzial wir noch mehr nutzen müssen. Nur so können wir den gegenwärtigen Innovations- und Transformationsbedarf erfolgreich meistern und nutzen.



„Deutschland und Europa sind enorm attraktiv für Startups: ein riesiger Markt, eine hohe

Lebensqualität und ein starker Mittelstand. Um unser Potenzial voll auszuschöpfen, müssen wir aber unsere Hausaufgaben machen und ideale Rahmenbedingungen für Innovation schaffen. Das bedeutet vor allem, die Chancen der Digitalisierung konsequent zu nutzen, in Fachkräfte zu investieren und unsere Anziehungskraft für internationale Talente weiter zu steigern.“

Hanno Renner

Mitgründer & CEO Personio



Methodik

1. Entwicklung der Studie

Der Deutsche Startup Monitor ist die umfassendste Studie zu Startups in Deutschland und wird seit 2013 jährlich auf Basis einer bundesweiten Befragung unter Startup-Gründer*innen erstellt. Das Projekt wird seitdem vom Startup-Verband durchgeführt: zwischen 2013 und 2015 unter der wissenschaftlichen Leitung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin; Forschungsgruppe Berlin-Startup Insights). Seit 2016 wird der Startup Monitor durch Prof. Dr. Tobias Kollmann und seiner netSTART GmbH in Kooperation mit seinem Lehrstuhl für Digital Business und Digital Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen wissenschaftlich begleitet.

Ziel des Deutschen Startup Monitors ist der Aufbau und die kontinuierliche Aktualisierung der Wissensbasis über das deutsche Startup-Ökosystem, um damit die Gründungsforschung und -praxis zu unterstützen. Diese Daten- und Wissensbasis dient unter anderem dazu, Gründungsaktivitäten sowie Herausforderungen im Gründungsprozess besser nachvollziehen und Implikationen für die Praxis und Politik ableiten zu können. Die dabei erhobenen Daten erfassen junge, innovative und wachstumsorientierte Startups, wodurch sich der DSM von allgemeinen Gründungsstudien wie dem KfW-Gründungsmonitor oder dem Global Entrepreneurship Monitor unterscheidet.

Aufgrund des hohen Rücklaufs gibt der Startup Monitor einen umfassenden Einblick ins deutsche Startup-Ökosystem und bildet die Einschätzungen der Gründer*innen in der Breite ab. Die Studie stellt dabei eine wichtige Momentaufnahme des Startup-Ökosystems dar, geht aber auch darüber hinaus und bettet die Ergebnisse in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext ein. Durch das jährliche Erscheinen lassen sich zudem zentrale Entwicklungen im Ökosystem abbilden.

2. Forschungsdesign

Die Konzeption des Startup Monitors orientiert sich an theoretischen Modellen, die die Bedeutung unterschiedlicher wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen für die Entwicklung innovativer Unternehmen hervorheben. Im Zentrum steht dabei das Konzept eines unternehmerischen Ökosystems (Isenberg 2011), in dem unterschiedliche Rahmenbedingungen und Themen definiert werden, die für den Erfolg von Startups entscheidend sind (Kollmann 2022). Dieser theoretische Hintergrund informiert die Fragebogenkonstruktion und dient der Analyse sowie Interpretation als Heuristik.

Um eine hohe Qualität der Datensätze zu gewährleisten, erhielten die Gründer*innen sowie Geschäftsführenden von Startups in Deutschland

einen speziellen Befragungslink per E-Mail. Dieser wurde über ausgewählte Multiplikatoren (VC-Investierende, Business Angels, Technologiezentren, Akzeleratoren, Inkubatoren, Businessplanwettbewerbe, Co-Working Spaces, nationale und regionale Entrepreneurship Vereinigungen sowie persönliche Netzwerke der beteiligten DSM-Partner) versandt. Die Befragung wurde anonym durchgeführt und war vom 06.06.2024 bis einschließlich zum 12.08.2023 online verfügbar. Die Beantwortung des DSM-Fragebogens 2024 dauerte durchschnittlich 15 Minuten. Insgesamt haben 3.967 Personen die Online-Befragung aufgerufen, wovon schließlich 1.828 Datensätze für die finale Studie berücksichtigt werden konnten. Mit Blick auf die Erhebungsmethode, die auf die Aktivität von Multiplikatoren setzt und keine einheitliche Ansprache aller Startups gewährleistet,

kann der DSM keine Repräsentativität im klassischen Sinne für sich beanspruchen. Die hohe Stabilität relevanter Indikatoren, Plausibilität zentraler Entwicklungen und Vergleichbarkeit mit anderen Daten und Quellen deutet aber auf ein hohes Maß an Repräsentativität in vielen erfassten Dimensionen. Einschränkungen bei der Repräsentativität ergeben sich vor allem bei der regionalen Verteilung, aufgrund der schwankenden Aktivität der Multiplikatoren.

Im Sinne der Startup-Definition werden im Kontext der Datenbereinigung zusätzlich bestimmte Aspekte geprüft. Dabei greifen folgende Inklusions- und Exklusionskriterien: Startups müssen jünger als zehn Jahre sein und entweder ein geplantes Mitarbeitenden-/Umsatzwachstum anstreben und/oder hinsichtlich ihrer Produkte/Dienstleis-

tungen, Geschäftsmodelle und/oder Technologien (hoch) innovativ sein. Eine formale Gewerbeanmeldung ist keine notwendige Voraussetzung, um als „Startup“ zu gelten, was zusätzliche Einblicke in die frühe Phase des Startup-Prozesses erlaubt. Existenzgründungen, bspw. Beratungstätigkeiten oder freiberufliche Aktivitäten, fallen nicht unter den Startup-Begriff. Um eine Verzerrung der Studienergebnisse durch ihre fälschliche Aufnahme zu verhindern, wurde daher in den Branchen, in denen ein vermehrtes Auftreten dieser selbstständigen Tätigkeiten bekannt ist, eine zusätzliche Bedingung hinsichtlich der Mitarbeitendenzahl eingeführt (mindestens zwei bei „Medien und Kreativwirtschaft“, jeweils drei bei „Beratung und Agentur“ sowie „Sonstiges“).

Quellenverzeichnis

Canan, C & Petschel, A. (2023): **Die Umsetzung des Konzepts „Einwanderungsgeschichte“ im Mikrozensus 2022.**

CB Insights (2024): **The Complete List Of Unicorn Companies (Stand Juli 2024).**

Dealroom (2024): **Global Data Platform.**

Destatis – Statistisches Bundesamt (2024a): **Mikrozensus – Arbeitsmarkt – Erstergebnisse 2023.**

Destatis – Statistisches Bundesamt (2024b): **Bevölkerung in Privathaushalten nach Einwanderungsgeschichte und Beteiligung am Erwerbsleben.**

Gilde, J.; Hirschfeld, A.; Walk, V.; Bräutigam, A. & Engelmann, F. (2024): **Next Generation: Startup-Neugründungen in Deutschland (Januar – Dezember 2023).**

Hirschfeld, A.; Gilde, J. & Walk, V. (2022): **Female Founders Monitor 2022.**

Hirschfeld, A.; Gilde, J.; Walk, V. & Ansorge, M. (2023): **Migrant Founders Monitor 2023.**

Hirschfeld, A.; Gilde, J.; Walk, V. & Ansorge, M. (2024a): **Startups und Generative KI – Ein neues Zeitalter beginnt.**

Hirschfeld, A.; Gilde, J.; Walk, V. & Ansorge, M. (2024b): **Start-ups und soziale Herkunft – Was Gründer:innen prägt und antreibt. Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.**

ifo (2024): **ifo Geschäftsklimaindex gefallen (Juli 2024).**

Isenberg, D. (2011): **The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurships. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.**

Kiefl, S., Scharpe, K.; Ajiri, A.; Davis, J.; Heinrich, L & Marik, M. (2024): **Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2024.**

Kollmann, T. (2022): **Digital Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft (8. Aufl.). Springer Gabler.**

Kollmann, T.; Hirschfeld, A.; Gilde, J.; Walk, V.; Pröpfer, A. (2023): **Deutscher Startup Monitor 2023.**

Metzger, G. (2023): **KfW-Gründungsmonitor 2023.**

Startup-Verband (2021): **Die Bedeutung von Exits. Wie der Finanzierungskreislauf geschlossen und das Startup-Ökosystem gestärkt werden kann.**

Startup-Verband (2024): **Innovationsagenda 2030 – Weltklasse made in Germany.**

Sternberg, R.; Gorynia-Pfeffer, N.; Täube, F.; Wendt, N.; Baharian, A. & Wallisch, M. (2024): **Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich Länderbericht Deutschland 2023/24.**

Autor*innen



Dr. Alexander Hirschfeld leitet den Forschungsbereich beim Startup-Verband und ist für alle Publikationen rund um das Startup-Ökosystem verantwortlich. Er hat im Fach

Soziologie zum Wandel der Arbeitswelt promoviert und an unterschiedlichen Universitäten im In- und Ausland zum Verhältnis zwischen Wirtschaft und Technik gelehrt und geforscht.



Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Digital Business und Digital Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen. Seit 1996 befasst er sich mit wissen-

schaftlichen Fragestellungen rund um die Themen Internet, Digital Business und Digital Commerce. Als Mitgründer von AutoScout24 gehörte er mit zu den Pionieren der deutschen Internet-Gründerszene und

der digitalen Marktplätze. In 2018, 2019 und 2021 gehörte er laut der FAZ zu den 100 einflussreichsten Ökonomen in Deutschland und hat „Gewicht in Medien, Forschung und Politik“.



Jannis Gilde verantwortet beim Startup-Verband verschiedene Studienprojekte sowie das Partner-Netzwerk des Deutschen Startup Monitors. Sein Fokus liegt auf der

Analyse regionaler Innovationsökosysteme sowie zentraler Trends bei Neugründungen und Investments. Zuvor studierte er Politik- und Verwaltungswissenschaft an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen sowie der Freien Universität Berlin.



Vanusch Walk ist im Forschungsbereich des Startup-Verbands für datenbasierte Analysen zuständig und an der Ausarbeitung der Studien des Verbands als Mitau-

tor beteiligt. Er hat Volkswirtschaftslehre und Public Economics in Frankfurt (Oder), Warschau, Brüssel und Berlin studiert und praktische Erfahrungen in der Wirtschaftsforschung sowie der Verbandsarbeit gesammelt.



Mia Ansoerge ist Teil des Forschungsbereichs des Startup-Verbands und unter anderem Co-Autorin von Publikationen wie dem Migrant Founders Monitor. Mia hat

BWL mit Fokus auf Entrepreneurship und digitale Geschäftsmodelle in Berlin und Sydney studiert. Ihre Startup-Reise begann bereits vor ihrer Verbandstätigkeit mit Stationen in verschiedenen Startups.

Startup-Verband

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 gründungsfreundliches Deutschland und vertritt derzeit mehr als 1200 Mitglieder. In seinem Netzwerk schafft der Startup-Verband einen gleichberechtigten Austausch zwischen Startups, etablierter Wirtschaft und Politik.



Herausgeber

Bundesverband Deutsche Startups e.V.

Autor*innen

Dr. Alexander Hirschfeld, Prof. Dr. Tobias Kollmann, Jannis Gilde, Vanusch Walk, Mia Ansorge

Technische Umsetzung

Dr. Julian Bühler

Design

Dina Wagasowa

ISBN

978-3-948895-17-4

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich für die Unterstützung bei allen Netzwerkpartner*innen und Teilnehmer*innen.