



KfW Research

»»» KfW-Start-up-Report 2018

Zahl der Start-up-Gründer steigt auf 108.000 im Jahr 2017

Impressum

Herausgeber

KfW Bankengruppe

Abteilung Volkswirtschaft

Palmengartenstraße 5-9

60325 Frankfurt am Main

Telefon 069 7431-0, Telefax 069 7431-2944

www.kfw.de

Autor

Dr. Georg Metzger, KfW Bankengruppe

Telefon 069 7431-9717

Copyright Titelbild

Quelle: Getty Images / Fotograf Tom Merton

Frankfurt am Main, November 2018

Zahl der Start-up-Gründer steigt auf 108.000 im Jahr 2017

Zahl der Start-up-Gründer gestiegen

Im Jahr 2017 gab es 108.000 Start-up-Gründer mit 60.000 Start-ups in Deutschland. Das sind mehr als im Jahr davor. Start-up-Gründer sind innovations- oder wachstumsorientiert und deshalb von besonderem volkswirtschaftlichem Interesse. Das in der Öffentlichkeit weit verbreitete Bild von Start-up-Gründern trifft in vielen Punkten zu, wenn auch teilweise verzerrt.

Jung, männlich, Akademiker!?

Start-up-Gründer sind jünger als andere Jungunternehmer – im Schnitt allerdings nur 3–5 Jahre. Auch wenn der Anteil der U30-Jährigen deutlich höher liegt, ist immerhin jeder 6. Start-up-Gründer Ü50. Frauen sind bei Start-up-Gründern noch stärker unterrepräsentiert als bei der Gründungstätigkeit ohnehin bereits. Dies ist auch eine Folge des höheren Akademikeranteils von MINT-Absolventen. Dies bedeutet, wenn mehr Frauen für MINT-Studiengänge (oder allgemein technische Berufsausbildungen) begeistert werden können, wird es mehr Frauen als Start-up-Gründer geben.

Internetbasiert, digital, international

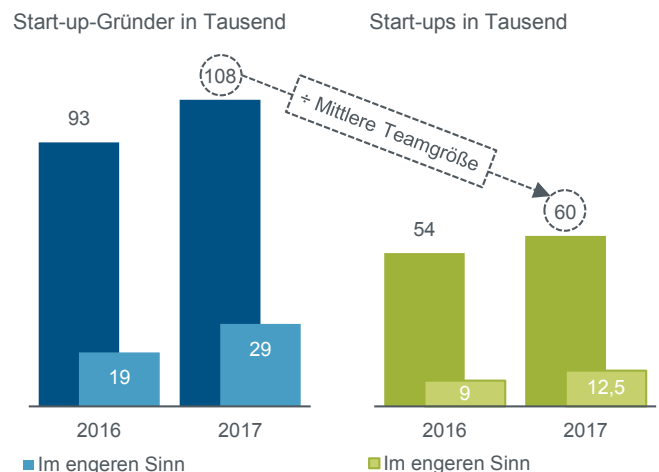
Die Innovations- oder Wachstumsorientierung von Start-up-Gründern äußert sich darin, dass Ihre Projekte häufiger internetbasiert, digital und international sind. Denn diese Eigenschaften stehen für effizientere Vertriebswege, höhere Skalierbarkeit und größere Märkte. Die Folge ist ein höherer Kapitalbedarf. Um diesen zu decken, sind für Start-up-Gründer alternative externe Kapitalgeber von größerer Bedeutung. Sie nehmen deshalb aber auch häufiger Probleme bei der Gründungsfinanzierung wahr. Start-up-Gründer sind darüber hinaus geschäftskundenorientierter als andere Jungunternehmer – sie unterscheiden sich darin von den internationalen Erfolgs-Start-ups. Zukünftig könnte ihr B2B-Fokus aber ein Vorteil sein.

Start-ups: Hoffnung für die Volkswirtschaft von morgen

Für innovative oder wachstumsorientierte junge Unternehmen hat sich landläufig der Begriff Start-ups eingebürgert. Start-ups helfen dabei, neue Technologien gesellschaftsfähig zu machen, verkrustete Strukturen aufzubrechen und zukunftsfähige Arbeitsplätze zu schaffen. Google und Facebook sind zwei solcher Start-ups der vergangenen 20 Jahre, denen all das gelungen ist. Sie haben unseren Alltag verändert, insbesondere un-

ser Informations- und Sozialverhalten. In den Jahren 1998 und 2004 gegründet, gehören sie heute mit zusammen über 100.000 Arbeitsplätzen zu den 5 wertvollsten Unternehmen der Welt. Google und Facebook sind nicht die einzigen Erfolgsgeschichten. Es gibt zahlreiche andere Beispiele für Start-ups, die in relativ kurzer Zeit zu Großunternehmen wurden. Weltweit gab es per August 2018 über 260 so genannter Einhörner, das sind (nicht-börsennotierte) Start-ups, die bereits mit über 1 Mrd. USD bewertet werden. Auch ihnen wird Großes zugetraut. Das größte Einhorn aus Deutschland ist aktuell der Plattformanbieter für den Gebrauchtwagenhandel, Auto1 Group.¹ Die Potenziale von Start-ups vor Augen richtet sich das volkswirtschaftliche und politische Interesse verstärkt auf sie.

Grafik 1: 108.000 Start-up-Gründer mit 60.000 Start-ups in Deutschland – Anzahl im Jahresvergleich gestiegen



Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Zahl der Start-up-Gründer legt zu

Obwohl Start-ups vielfach in der öffentlichen Diskussion stehen, gibt es keine einheitliche Abgrenzung für sie. Konsens besteht darüber, dass es sich um junge Unternehmen handelt, die **innovations- oder wachstumsorientiert** sind. Der KfW-Start-up-Report des KfW-Gründungsmonitors zeigt: In Deutschland gab es im Jahr 2017 etwa 108.000 Start-up-Gründer mit 60.000 jungen Unternehmen (Grafik 1). Im Jahr 2016 lag die Zahl noch bei 93.000 Gründern mit 54.000 Start-ups. Deutlich kleiner, aber ebenso gestiegen, ist die Zahl der Jungunternehmer, die beide Kriterien erfüllen, also **sowohl innovations- als auch wachstumsorientiert** sind: Im Jahr 2017 gab es 29.000 solcher Start-up-Gründer im engeren Sinn mit 12.500 jungen Unternehmen. Im Jahr 2016 waren es noch 19.000 Gründer mit 9.000 Start-ups im engeren

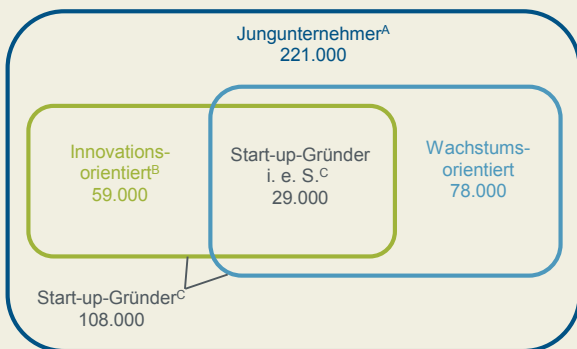
Box: KfW-Start-up-Report des KfW-Gründungsmonitors

Der KfW-Gründungsmonitor basiert auf Angaben von 50.000 zufällig ausgewählten, in Deutschland ansässigen Personen. Sie werden jährlich im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung interviewt. Dabei stehen Existenzgründer im Fokus, die sich in den vorausgegangenen 5 Jahren selbstständig gemacht haben. Gründer werden dabei breit erfasst: Ob im Voll- oder Nebenerwerb, ob Freiberufler oder Gewerbetreibender, ob Neugründung oder Übernahme. Der KfW-Gründungsmonitor liefert damit als einzige Datenquelle in Deutschland ein ganzheitliches Bild der Gründungstätigkeit.

Als Start-up-Gründer kommen alle Existenzgründer im KfW-Gründungsmonitor infrage, die vor höchstens 5 Jahren neu gegründet haben, mit ihrer Gründung noch aktiv sind, gewerbetreibend (also nicht freiberuflich tätig) sind, Co-Gründer oder Angestellte haben und zuletzt im Vollerwerb tätig waren. Basierend auf dieser Grundgesamtheit von Jungunternehmern (Grafik 1) unterscheiden wir

- **Start-up-Gründer**, die innovationsorientiert oder wachstumsorientiert sind und
- **Start-up-Gründer im engeren Sinn**, die sowohl innovationsorientiert als auch wachstumsorientiert sind.

Grafik 1: Start-up-Gründer als innovations- oder wachstumsorientierte Teilmenge aller Jungunternehmer



^A Jungunternehmer sind alle Gründer, die vor höchstens 5 Jahren gegründet haben, mit ihrer Gründung noch aktiv sind, ein Gewerbe betreiben (also keine Freiberufler sind, Co-Gründer oder Angestellte haben und zuletzt im Vollerwerb tätig sind).

^B Innovationsorientiert sind alle Gründer, die Forschung und Entwicklung betreiben, um eine technologische Innovation zur Marktreife zu bringen, oder deren Angebot eine mindestens deutschlandweite Marktneuheit ist.

^C Start-up-Gründer sind alle innovations- oder wachstumsorientierten Jungunternehmer. Start-up-Gründer i. e. S. sind innovations- und wachstumsorientiert.

Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Sinn. ²Die im Jahresvergleich relativ großen Unterschiede bei der Anzahl der Start-up-Gründer spiegeln die hohe Gründungs- und Schließungsdynamik wider, die es im Start-up-Bereich gibt.

Wer gründet Start-ups? Ein Mythen-Check

Mit dem Erfolg ihrer Start-ups rückten auch die Unternehmensgründer von Google und Facebook in den Blickpunkt der Öffentlichkeit – und prägten das Bild des „Start-up-Gründers“: jung, männlich, Student oder Studienabbrecher. Wie gut ist diese Skizze? Ist sie Zerr- oder Spiegelbild der Realität? Sowohl als auch! Jüngere, Männer und Akademiker haben eine überdurchschnittliche Gründungsneigung. ³ Im Vergleich zur Bevölkerung sind sie also generell unter Gründern häufiger zu finden. Bei Start-up-Gründern trifft dies tatsächlich noch einmal verstärkt zu:

Start-up-Gründer sind jünger als andere Jungunternehmer, im Durchschnitt 3–5 Jahre (Grafik 3, I). Dennoch liegt ihr Durchschnittsalter bei Mitte/Ende 30. Start-up-Gründer sind also nicht per se in den Zwanzigern, auch wenn deren Anteil bei den Start-up-Gründern wesentlich höher ist als bei anderen Jungunternehmern. Interessant ist, dass dies nur zulasten der 41–50-Jährigen geht – über 50-jährige Gründer sind dagegen bei Start-ups genauso häufig wie bei anderen Jungunternehmen: Immerhin jeder sechste ist 51 Jahre oder älter. Das Gründeralter dürfte branchenabhängig sein. Bei Finanz- oder Versicherungstechnologie-Start-ups (kurz: Fintechs und Insurtechs) ist für Gründer Berufserfahrung vorteilhaft oder sogar aufsichtsrechtlich notwendig. Entsprechend älter dürften die Gründer in diesen Sektoren im Durchschnitt sein.

Start-up-Gründer sind häufiger Männer als andere Jungunternehmer (Grafik 3, II). Der bei Existenzgründern ohnehin bereits kleinere Anteil von Frauen schrumpft bei Start-up-Gründern nochmals deutlich, auf 10–20 %. Dies liegt daran, dass Frauen mit ihren Gründungen häufiger auf Lösung praktischer Alltagsprobleme zielen, dagegen seltener (technologisch) innovativ oder wachstumsorientiert agieren (also weniger oft Forschung und Entwicklung durchführen, neue überregionale Angebote an den Markt bringen oder „so groß wie möglich“ wachsen wollen). ⁴

Start-up-Gründer sind häufiger Akademiker als andere Jungunternehmer (Grafik 3, III). Jeder vierte Jungunternehmer hat einen akademischen Abschluss, bei Start-up-Gründern sind es 35–45 %, viele davon aus dem MINT-Bereich. Die Start-up-Gründer sind zudem deutlich häufiger Jungakademiker, gründeten also direkt nach oder aus dem Studium heraus. Studienabbrecher sind dagegen die Ausnahme – zumindest so-

lange bis der erste Abschluss in der Tasche ist. Hochschulen leisten somit einen sehr wichtigen Beitrag zur Dynamik im Start-up-Bereich, sowohl was die Gründer als auch die Technologien angeht.

Start-up-Gründer sind häufiger Chancengründer als andere Jungunternehmer (Grafik 3, IV). Das „Ausnutzen einer Geschäftsidee“ ist das dominierende Motiv von Start-up-Gründern, während solche Chancengründer nur knapp die Hälfte der anderen Jungunternehmer ausmachen. Eine Innovations- oder Wachstumsorientierung ist also meist ideengetrieben und erwächst weniger aus Motiven wie fehlende Erwerbsalternativen oder Selbstverwirklichung.

Start-up-Gründer haben häufiger Rollenvorbilder als andere Jungunternehmer (Grafik 3, V). Insbesondere Start-up-Gründer im Alter bis 40 Jahre haben überdurchschnittlich oft andere Gründer im Bekannten und Verwandtenkreis. Der Bildungshintergrund spielt dabei keine Rolle, universitäre Gründermilieus sind also nicht ausschlaggebend. Möglicherweise sind es gerade Innovations- oder Wachstumsprojekte, die inspirieren und zur Gründung motivieren.

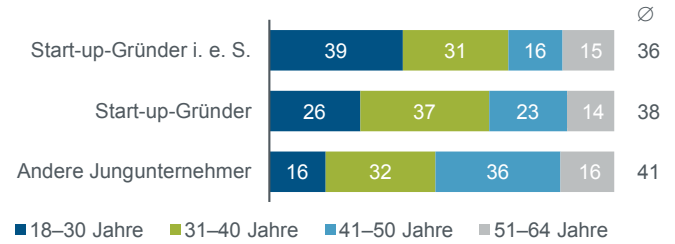
Internetbasiert, digital, international: Klischee oder Start-up-Realität?

Google und Facebook haben auch als Unternehmen die Wahrnehmung von Start-ups geprägt: internetbasiert, digital, international. Was ist dran an dieser Charakterisierung? In welchen Merkmalen kommt eine Innovations- oder Wachstumsorientierung verstärkt zum Ausdruck? Die Ergebnisse sind eindeutig – und stützen das Klischee (Grafik 4):

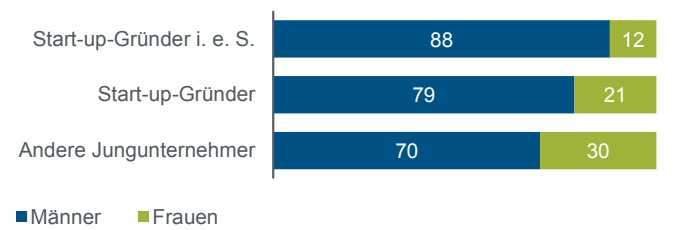
Start-up-Gründer sind internetbasierter als andere Jungunternehmer. Das Internet ist bei Start-up-Gründern also wesentlich häufiger ein Kernelement des Unternehmens. Das ist Ausdruck sowohl ihrer Innovations- als auch ihrer Wachstumsorientierung. Zum einen liegt der Vorteil vieler neuer Geschäftsmodelle gerade in der Nutzung des Internets als Kernelement, wie beispielsweise bei reinen Online-Banken, Online-Händlern oder Streaming-Diensten. Sie hätten ohne das Internet keine Geschäftsgrundlage. Auch neue Plattformlösungen kommen ohne Anbindung an das Internet nicht aus. All das ist idealerweise mobil nutzbar. Zum anderen lassen sich internetbasierte Geschäftsmodelle besser „skalieren“, da potenzielle Nutzer (Kunden) nur einen Klick entfernt sind. So ist schnelleres Wachstum möglich.

Grafik 3: Start-up-Gründer häufiger männlich, jung, akademisch geprägt und mit Rollenvorbildern

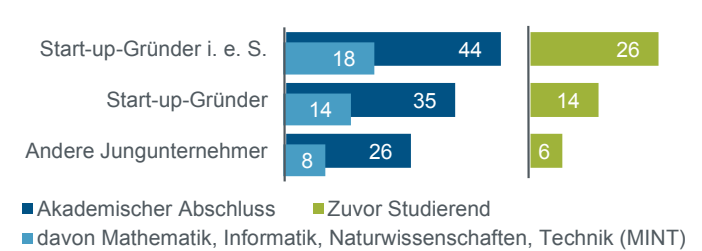
I: Altersklassen in Prozent/Durchschnittsalter in Jahren



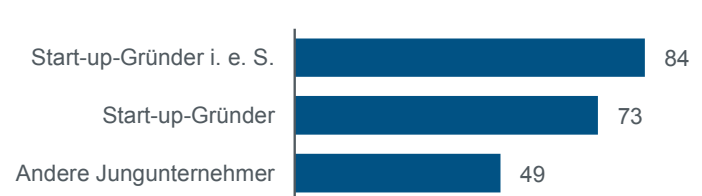
II: Anteile der Geschlechter in Prozent



III: Akademische Prägung in Prozent



IV: Chancengründer in Prozent



V: Häufigkeit von Rollenvorbildern in Prozent



Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

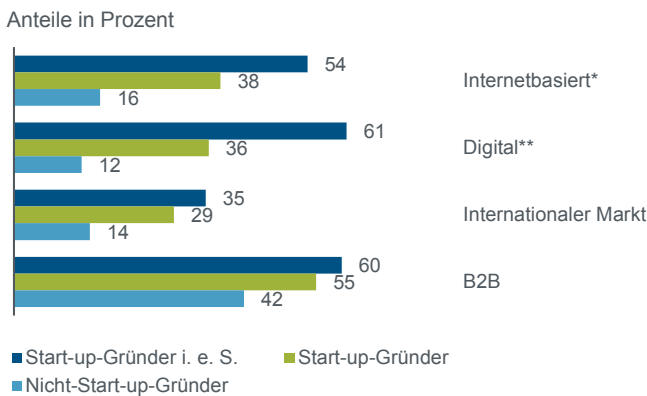
Start-up-Gründer sind digitaler als andere Jungunternehmer. Darin äußert sich ihre Innovationsorientierung. Denn in fast jedem Lebensbereich wird nach vereinfachenden digitalen Lösungen gesucht. Start-up-Gründer sind Schrittmacher dieser Suche, indem sie

versuchen mit ihren digitalen Lösungen kommerziellen Erfolg zu haben. Digitale Gründer haben dabei nicht notwendigerweise internetbasierte Geschäftsmodelle. Auch die Entwicklung von Spezialsoftware gehört dazu, beispielsweise auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz.

Start-up-Gründer sind internationaler als andere Jungunternehmer. Start-up-Gründer sprechen also deutlich häufiger auch Kunden außerhalb des deutschsprachigen Raums an. Darin äußert sich die Wachstumsorientierung der Start-up-Gründer. Auf einem größeren Markt kann man schneller wachsen. Mit einer regionalen Beschränkung des Markts würden sich die Start-up-Gründer selbst Fesseln anlegen.

Start-up-Gründer sind geschäftskundenorientierter als andere Jungunternehmer: Start-up-Gründer zielen mit ihren Angeboten häufiger auf Geschäftskunden (B2B), während anderer Jungunternehmer mehrheitlich auf Konsumenten fokussieren (B2C). In diesem Punkt unterscheiden sich die deutschen Start-up-Gründer von ihren berühmten US-Vorbildern, die auf private Internetnutzer ausgerichtet sind. Aufgrund ihres B2B-Fokus ist es für deutsche Start-ups auch besonders wichtig, mit etablierten Unternehmen zu kooperieren und diese möglicherweise als Pilotkunden gewinnen zu können.

Grafik 4: Projekte von Start-up-Gründern häufiger digital, internetbasiert, international, geschäftskundenorientiert



* Das Internet ist ein Kernelement des Unternehmens. ** Kunden müssen digitale Technologien einsetzen, um Angebot nutzen zu können.

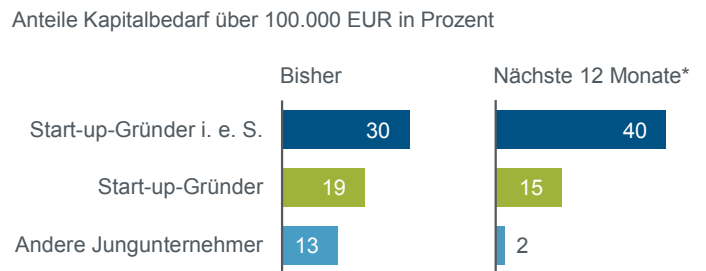
Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Start-up-Gründer mit höherem Kapitalbedarf

Junge Unternehmen sind in der Regel auf Finanzmittel der Gründer oder von externen Kapitalgebern angewiesen. Der Großteil der jungen Unternehmen kommt dabei mit einem Mitteleinsatz von bis zu 100.000 EUR aus, die Mehrheit so-gar mit 25.000 EUR oder weniger. Bei Start-ups sind die Relationen hin zu größeren Fi-

nanzierungsbedarfen verschoben (Grafik 5). Zudem gehen deutlich mehr der Start-up-Gründer davon aus, in den nächsten 12 Monaten mehr als 100.000 EUR von externen Kapitalgebern zu benötigen. Bei den wenigsten der anderen Jungunternehmer ist ein solcher Bedarf vorhanden. Hohe Ausgaben für Forschung und Entwicklung im Rahmen der Innovationstätigkeit oder steigende Arbeitskosten des Wachstumskurses sind Gründe für den größeren Kapitalbedarf von Start-ups.

Grafik 5: Start-up-Gründer mit höherem Kapitalbedarf

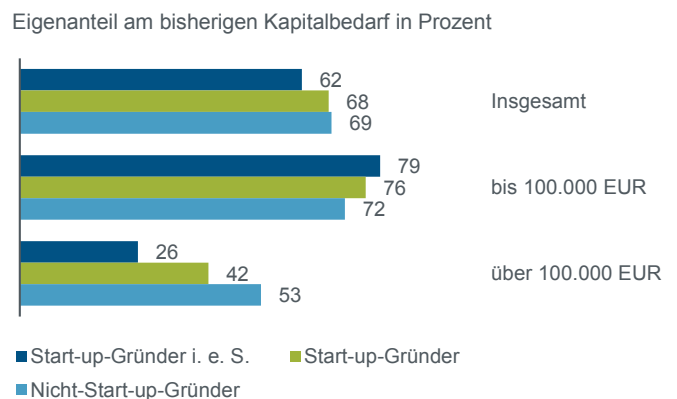


* Von externen Kapitalgebern im Jahr 2018.

Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Über alle Start-ups hinweg ist der Eigenanteil der Gründer am Kapitalbedarf nur etwas geringer als bei anderen Jungunternehmen. Bei Kapitalbedarfen über 100.000 EUR zeigt sich dann aber ein deutlich kleinerer Eigenanteil von Start-up-Gründern (Grafik 6). Dies liegt zum einen daran, dass sich der Kapitalbedarf über der 100.000-EUR-Schwelle insbesondere bei Start-ups noch weiter nach oben ausdifferenziert und sich hierdurch bei gleichem absolutem Eigenbeitrag ein geringerer Eigenanteil der Gründer ergibt. Zum anderen spielt aber auch die Soziodemografie der Gründer eine Rolle: Jüngere haben weniger eigenes Kapital, das sie beitragen können. Aufgrund des höheren Kapitalbedarfs ist es für Start-up-Gründer also wichtiger, externe Kapitalgeber für sich zu gewinnen.

Grafik 6: Eigenanteil von Start-up-Gründer sinkt bei Kapitalbedarfen über 100.000 EUR



Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Alternative externe Kapitalgeber haben für Start-up-Gründer größere Bedeutung

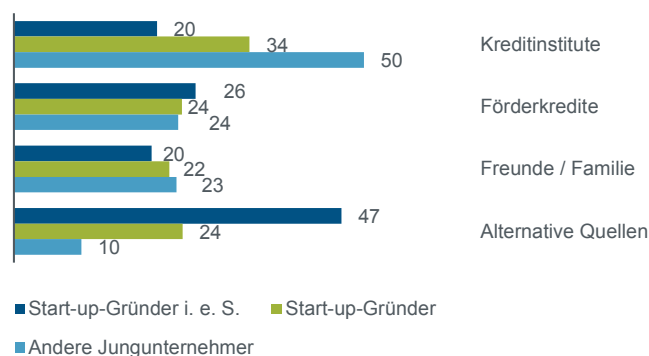
Die von Existenzgründern für die externe Finanzierung am häufigsten in Anspruch genommenen Kapitalgeber sind Kreditinstitute, Familie und Freunde und Förderinstitute.⁵ Auch bei Jungunternehmern sind klassische Darlehen von Kreditinstituten die erste Wahl. Die Hälfte aller Jungunternehmer nutzte klassische Darlehen von Kreditinstituten, um ihren externen Kapitalbedarf zu decken (Grafik 7). Nicht so bei Start-ups. Kreditinstitute sind nur bei jedem fünften Start-up-Gründer Finanzierungspartner.

Start-up-Gründer nutzen stattdessen verstärkt alternative Kapitalquellen. Finanzierungsalternativen sind beispielsweise Beteiligungskapital (von Business Angels, anderen Privatinvestoren oder Venture Capital-Gesellschaften) oder verschiedene Arten des Crowdfundings. Ein Viertel bis die Hälfte der Start-up-Gründer nutzt solche Alternativen, aber nur jeder zehnte der anderen Jungunternehmer. Förderkredite oder Kapital von Freunden und Familie nutzen Start-up-Gründer und andere Jungunternehmer dagegen etwa gleich häufig.

Wie der höhere Kapitalbedarf ist auch die wesentlich seltenere Nutzung von klassischen Darlehen durch Start-up-Gründer Ausdruck ihrer Innovations- oder Wachstumsorientierung. Innovation und Wachstum bieten zwar große Chancen, sind aber typischerweise risikoreich. Kredite passen häufig nicht zu einem solchen Rendite-Risiko-Profil. Denn für das hohe Ausfallrisiko können Kreditgeber normalerweise nicht einen risikoadäquaten Kreditzins verlangen – dieser wäre schlicht zu hoch.

Grafik 7: Kreditfinanzierung bei Start-up-Gründern wesentlich seltener – alternative Quellen dominieren

Häufigkeit Quellennutzung in Prozent



Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Auch die wenig flexiblen Tilgungspläne von Krediten passen nicht zu den oft unsteten Cashflows, die Innovations- und Wachstumsprojekte produzieren. Solche

werden besser über Beteiligungskapital finanziert. Am hohen Risiko ändert sich dabei zwar nichts, Beteiligungsinvestoren haben aber die Chance auf eine risikoadäquate Rendite. Denn erfolgreiche Innovations- und Wachstumsprojekte erhöhen den Unternehmenswert. Je erfolgreicher Start-ups also sind, desto höher ist die bei einem Anteilsverkauf aus der Unternehmensbeteiligung resultierende Rendite für den Investor. Beteiligungskapital ist für Start-ups daher eine passende Finanzierungsform.

Kundengewinnung, finanzielles Risiko und Infrastruktur für Start-up-Gründer deutlich häufiger problematisch

Weil sich Start-up-Gründer häufiger um alternative Kapitalquellen kümmern müssen, ist für sie die Mittelbeschaffung aufwändiger. Entsprechend nehmen sie häufiger Probleme bei der Gründungsfinanzierung wahr (Tabelle). Start-up-Gründer sehen sich allgemein häufiger mit Problemen konfrontiert. 12 von 17 Gründungshemmnissen werden von ihnen häufiger genannt als von anderen Jungunternehmern.

Dabei sind 5 der 7 von Start-up-Gründern meist genannten Gründungshemmnisse bei ihnen deutlich verbreiteter. Das betrifft die Kundengewinnung, das finanzielle Risiko, die Mitarbeitergewinnung, die Finanzierung sowie die Infrastruktur. Auch Bürokratie und Belastung für die Familie werden von vielen Start-up-Gründern als Hemmnisse angesehen. Bürokratie nehmen andere Jungunternehmer allerdings ähnlich häufig als Problem wahr, die Selbstständigkeit ist für sie sogar häufiger eine Belastung für die Familie. Letzteres ist mit der Altersstruktur erklärbar. Viele der eher jüngeren Start-up-Unternehmer haben vermutlich noch keine eigene Familie gegründet. Auch die unter Start-up-Gründern deutlich weniger verbreitete Angst vor einem sozialen Abstieg im Fall eines Scheiterns ist durch den größeren Anteil Jüngerer zu erklären.

Start-ups: Zukünftige Herausforderungen

Start-ups sind junge, innovations- oder wachstumsorientierte Unternehmen. Sie sollen dabei helfen, neue Technologien zu verbreiten, verkrustete Strukturen aufzubrechen und zukunftsfähige Arbeitsplätze zu schaffen. Großes zu erreichen, ist für Start-ups keine Utopie. Google und Facebook sind zwei Erfolgsbeispiele für Start-ups der letzten 20 Jahre. In Deutschland gab es einen Zuwachs an Start-ups auf zuletzt rund 60.000 im Jahr 2017. Das von den US-Vorbildern geprägte Bild von Start-ups und Start-up-Gründern trifft oft zu.

Tabelle: 12 von 17 Gründungshemmnissen unter Start-up-Gründern weiter verbreitet

Häufigkeit der Hemmnisse in Prozent

	Start-up-Gründer i.e.S.	Start-up-Gründer	Andere Jungunternehmer
Kundengewinnung	53	30	19
Finanzielles Risiko	52	43	31
Mitarbeitergewinnung	49	46	37
Bürokratie	47	45	42
Finanzierung	41	30	23
Belastung für Familie	35	44	48
Infrastruktur	33	28	14
Opportunitätskosten	26	16	14
Fachliche Qualifikation	25	17	15
Fehlende Lieferanten	24	14	7
Fehlende Mitgründer	20	16	8
Unausgereifte Geschäftsidee	20	16	10
Abstiegsangst bei Scheitern	20	25	36
Konjunktur	17	14	16
Kaufmännische Kenntnisse	12	14	20
Zugang zu Fördermitteln	12	12	22
Zu hohes Alter	4	3	9

Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

Jüngere, Männer und Akademiker – insbesondere MINT-Absolventen – sind häufiger unter Start-up-Gründern zu finden. Bemerkenswert ist jedoch, dass jeder sechste Start-up-Gründer Ü50 ist. Die Gründungsprojekte von Frauen zählen seltener als Start-ups, weil sie weniger an schnellem Wachstum interessiert sind. Studien zeigten zudem, dass Frauen häufiger

ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und fachliche Qualifikation anzweifeln.⁶ Dies kann ein Grund für die geringere Wachstumsorientierung sein. Eindeutig ist aber, dass Frauen seltener MINT-Studiengänge absolvieren – und damit seltener in Start-up affinen Bereichen. Die Gleichung lautet also: Mehr Frauen in MINT=mehr Frauen in Start-ups!

Start-ups sind häufig internetbasiert, digital, international. Sie helfen also tatsächlich dabei, neue Technologien in die Gesellschaft zu tragen. Für ihre Innovations- und Wachstumsstrategien benötigen Start-ups mehr Kapital als andere junge Unternehmen. Für sie kommen allerdings traditionelle Kredite seltener in Betracht, alternative Quellen sind gefragt. Diese zu erschließen ist aufwändiger, weshalb die Finanzierung für Start-ups oft schwieriger ist. Insbesondere Beteiligungskapital ist für die Start-up-Finanzierung eine geeignete Finanzierungsform. Das Angebot an Beteiligungskapital ausreichend zu sichern, ist deshalb eine zentrale Herausforderung für den Aufbau eines nachhaltigen Start-up-Ökosystems.

Ein Unterschied deutscher Start-ups zu den US-Vorbildern ist ihr stärkerer Fokus auf Geschäftskunden. Auch wenn man sich die Liste der „Einhörner“ ansieht, das sind Start-ups, die von ihren Investoren mit über 1 Mrd. USD bewertet werden, dominieren dort B2C-Unternehmen, die also Konsumenten im Blick haben. Ist der B2B-Fokus deutscher Start-ups also ein Wachstumshemmnis? Vielleicht. Er kann aber auch eine Chance für die Zukunft sein. Denn die Digitalisierung der Wirtschaft kommt gerade erst ins Rollen. Wenn diese Fahrt aufgenommen hat, könnten Start-ups mit Geschäftskundenfokus als digitale Partner die großen Profiteure sein. ■

¹ Der US-Datenanbieter CB Insights stellt unter www.cbinsights.com/research-unicorn-companies regelmäßig eine weltweite Liste von Einhörnern zur Verfügung, zuletzt abgerufen am 10.10.2018.

² Start-up-Gründer hatten 2017 (2016) im Durchschnitt 0,8 (0,7) Teampartner, ein mittleres Team bestand also aus 1,8 (1,7) Gründern. Start-up-Gründer i. e. S. hatten durchschnittlich 1,4 (1,1) Teampartner, womit ein mittleres Team aus 2,4 (2,1) Gründern bestand.

³ Zu den Bestimmungsfaktoren der persönlichen Gründungsentscheidung siehe Metzger, G. (2018), **KfW-Gründungsmonitor 2018, Tabellen- und Methodenband**, KfW Research, Seite 7.

⁴ Metzger, G. (2017), **Gründen mit Kindern: Mompreneurs bringen Familie und Beruf unter einen Hut**, Fokus Volkswirtschaft Nr. 181, KfW Research.

⁵ Zur Finanzierungsstruktur von Gründungen siehe Metzger, G. (2018), **KfW-Gründungsmonitor 2018, Tabellen- und Methodenband**, KfW Research, Seite 19.

⁶ Beispielsweise Abel-Koch, J. (2014), **Gründerinnen holen auf – Selbstständigkeit als Weg in die Erwerbstätigkeit**, Fokus Volkswirtschaft Nr. 71, KfW Research.