



# NRW Startup Report 2023

Ein Stimmungsbild des  
nordrhein-westfälischen  
Startup Ökosystems

# Vorwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

unser Land macht sich auf den Weg zur ersten klimaneutralen Industrieregion Europas, zu einem auch zukünftig wettbewerbsfähigen, modernen und lebenswerten Wirtschaftsstandort. Die doppelte Transformation – der Weg Richtung Klimaneutralität und der Übergang zur digitalen Gesellschaft – bringt enorme Herausforderungen mit sich, sie ist aber auch der Entwicklungshorizont, an dem sich große Chancen abzeichnen. Mit grünen Technologien und digitalen Tools können Märkte erobert und Lebensbedingungen verbessert werden.

Die „Nordrhein-Westfalen-Mischung“ aus starken Unternehmen, einer vielfältigen Zivilgesellschaft und einer traditionellen Veränderungskompetenz ist ein starkes Fundament, auf das wir den Wandel stellen können. Die Kraft zur Veränderung schöpft Nordrhein-Westfalen seit jeher aus seinem Gründungsgeist. In unserem Land leben zahlreiche Innovatorinnen und Innovatoren, die mit ihren Ideen die Welt verändern wollen. Ihre Startups sind entscheidende Treiber im Transformationsprozess. Sie verbinden technologische Innovationen mit unternehmerischem Mut, kommen mit neuen Ideen, frischem Elan und stellen Althergebrachtes in Frage. Damit halten sie unsere Wirtschaft vital und dynamisch.



## Mona Neubaur

Ministerin für Wirtschaft, Industrie,  
Klimaschutz und Energie des Landes  
Nordrhein-Westfalen

Die Transformation beeinflusst unsere gesamte Gesellschaft und schafft Chancen für Menschen aller Hintergründe und mit ganz unterschiedlichen Fähigkeiten. Dabei verbinden sich die Motive: Wirtschaftlicher Erfolg wird in den Zusammenhang mit Nachhaltigkeit gestellt, ökologische und soziale Herausforderungen werden als Ausgangspunkt gewählt oder als „Zugleich-Anliegen“ wahrgenommen. Viele unserer Startups streben nicht nur nach finanziellem Erfolg, sondern auch nach einem positiven Einfluss auf die Umwelt und die Gesellschaft. Dies spiegelt sich im wachsenden Trend von Social Entrepreneurship wider, bei dem soziale Verantwortung und unternehmerischer Erfolg Hand in Hand gehen.

Der vorliegende Report zeigt, wie sich die nordrhein-westfälischen Startups dafür einsetzen, die Transformation trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten zu beschleunigen. Die dynamische Szene stärkt nicht nur unsere Wirtschaft, sondern bringt innovative Lösungen für alle Lebensbereiche hervor. Damit verändert sie nachhaltig die Art und Weise, wie wir arbeiten, leben, kommunizieren.

Um die positive Entwicklung fortzusetzen, sind die Gründerinnen und Gründer auf Unterstützungsmaßnahmen angewiesen. Daher haben wir entscheidende Schritte unternommen, um die Rahmenbedingungen weiter zu verbessern. Die Effekte dieser Maßnahmen sind bereits deutlich sichtbar. Die positive Entwicklung des Ökosystems ist daher auch ein Beleg für das hervorragende Engagement der zahlreichen Initiativen, Netzwerke und Hubs. Das gemeinsame Engagement trägt zum gemeinsamen Ziel bei, ein optimales Gründungsklima zu schaffen, Gründerinnen und Gründer zu unterstützen und unsere starke Startup- und Innovationskultur zum Aushängeschild Nordrhein-Westfalens zu machen.

Allen Gründerinnen und Gründern wünsche ich viel Erfolg auf ihrem Weg und den Leserinnen und Lesern des vorliegenden Startup Reports eine inspirierende Lektüre.

# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

In Frankreich dreht sich alles um Paris, in Großbritannien ist London das unumstrittene Zentrum für Wirtschaft und Finanzen des Landes, in den USA dominieren die Ost- und Westküste die Wirtschaft.

Deutschland war immer anders: ein starker Mittelstand – kein einzelnes wirtschaftliches Zentrum, sondern viele starke Regionen. Und das gilt auch für Startup- und Tech-Unternehmen. Ich selbst habe mein erstes Startup, den Domain-Marktplatz Sedo.com, in Köln gegründet – noch während meiner Studienzeit an der Universität zu Köln. Später habe ich hier Eyeo.com gegründet, und in diverse Startups in NRW investiert. Auch wir als World Fund haben ein Büro hier in Köln, und unser Fund hat in NRW mehr Investoren als in jedem anderen Bundesland - von Tech-Unternehmern der ersten Generation, über Hidden Champions bis hin zu unserem NRW-Ankerinvestor, der NRW.BANK.

Das ehemalige Kohle- und Stahlzentrum NRW hat bereits bewiesen, dass dort, wo vor Jahrzehnten noch Schornsteine rauchten, heute Tech-Gründungen, Kultur und moderne Dienstleistungsunternehmen aufblühen. Städte wie Essen und Dortmund sind europaweit Vorbild für eine erfolgreiche wirtschaftliche Transformation.



**Tim Schumacher**

Entrepreneur und Investor

Jede Transformation braucht aber auch Pioniere – leuchtende Beispiele, die herausragen, vorausgehen und als Vorbild dienen. Solche Leuchttürme sind NRW mutige Startup-Gründerinnen und Gründer. Sie gehen das Risiko ein, Neues zu wagen.

Persönlich freut es mich, zu sehen, wie eine neue Generation von Gründerinnen und Gründern den starken Startup-Standort Nordrhein-Westfalen weiter voranbringt. Einige der vielversprechendsten Startups kommen aus NRW.

Aus der RWTH Aachen beispielsweise, eine der besten und renommiertesten Universitäten für Ingenieurwissenschaften weltweit, entstehen viele echte Deep-Tech-Unternehmen, die uns beim wichtigsten und dringendsten Thema unserer Zeit voranbringen: der Bekämpfung des Klimawandels.

So recycelt die Aachener RWTH-Ausgründung cylib alle Bestandteile eines Akkus mit einem überwiegend auf Wasser basierenden Verfahren fast vollständig. Die Technologie eignet sich für das Batterierecycling im großen Maßstab. cylib hat auch gerade seine erste Pilotfabrik in NRW eröffnet – in einer Rekordzeit von nur 9 Monaten.

Die Kölner RWTH-Ausgründung aedifion hat sich dem wichtigen Thema des Klimaschutzes in Gebäuden verschrieben. Eine Machine-Learning-Software steuert die Technik von Gewerbeimmobilien wie beispielsweise Wärmepumpen mithilfe von Big-Data-Analyse. Das spart Immobilienverwaltungen Strom und Geld. In beide Unternehmen haben wir als World Fund investiert.

In Europa, Deutschland und NRW haben wir beste Voraussetzungen, global führende Deep-Tech-Unternehmen hervorzubringen: exzellente Forschung und Hochschulen, zahlreiche Talente und Startup-Gründungen. Woran es in Deutschland noch am ehesten mangelt, sind die Zutaten Mut und Kapital. Mit dem World Fund wollen wir eben diesen mutigen Gründerinnen und Gründern das notwendige Kapital geben.

# Inhalt

## 1. Top 10 der Kerneergebnisse auf einen Blick

Seite 5-7



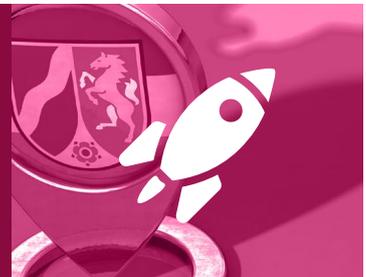
## 2. Methodik

Seite 8-9



## 3. NRW Startup Ökosystem

Seite 10-14



## 4. Marktzugang und Wachstum

Seite 15-19



## 5. Im Blitzlicht: Social Entrepreneurship

Seite 20-26



## 6. Profile der Startups und Teilnehmer:innen

Seite 27-35



A person is standing on a rocky peak, looking out over a vast, hazy landscape. The scene is dominated by shades of blue, from the sky to the distant mountains and the foreground rocks. The person is silhouetted against the bright sky. The overall mood is serene and contemplative.

# 1. Top 10 der Kernergebnisse auf einen Blick



# 1. Top 10 der Kernergebnisse auf einen Blick

## 1. Das NRW Startup Ökosystem ist auf dem richtigen Weg

In den letzten Jahren gab es für die Teilnehmenden eine spürbare Verbesserung des Startup Ökosystems in NRW: mehr Veranstaltungen und viele Fördermöglichkeiten. Über die Hälfte der Befragten bewerten das Ökosystem als „sehr gut“ oder „gut“.

## 2. Staatliche Finanzierungen werden als Finanzierungsquelle bevorzugt

Noch vor Business Angels und Venture Capital werden staatliche Fördermittel, besonders in frühen Entwicklungsphasen der Startups, als Finanzierungsquelle bevorzugt

## 3. Die Bürokratie stellt für viele eine Herausforderung dar

Den staatlichen Finanzierungsquellen gegenüber steht die Herausforderung, die bürokratischen Hürden zu bewältigen bzw. ihnen gerecht zu werden, um die Fördermittel zu erhalten. Die Erstellung der Anträge ist für viele sehr zeitaufwändig und die Voraussetzungen teilweise schwer erfüllbar.

## 4. Die Unterstützungsangebote des Landes NRW werden gut angenommen

Besonders das Gründungsstipendium.NRW und die Acceleration-Programme der DWNRW-Hubs sind beliebte Angebote unter den Teilnehmer:innen.

## 5. Die Teilnehmenden wünschen sich eine Begleitung über alle Entwicklungsphasen hinweg

Startups wünschen sich nahtlose Finanzierungs- und Anschlussprogramme – etwa im Anschluss an das Gründungsstipendium.NRW – die sie ganzheitlich auf ihrem weiteren Entwicklungs- und Wachstumsweg begleiten und fördern.

## 6. Die größte Herausforderung stellt der Vertrieb und die Kundengewinnung dar

Für 46% der Befragten sind der Vertrieb und die Kundengewinnung die bedeutendste Herausforderung. Auf Platz zwei und drei liegen Kapitalbeschaffung und Produktentwicklung.

## 7. Von den Befragten sind 34% Social Entrepreneurs

Etwa ein Drittel der Befragten definieren sich selbst als Social Entrepreneurs. Ihnen ist die soziale Wirkung ihres Produktes mindestens genauso wichtig wie der wirtschaftliche Erfolg.

## 8. Jedes der Social Startups zahlt durchschnittlich auf 4 der 17 SDGs ein, besonders auf „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“

Weitere wichtige Sustainable Development Goals (SDGs) sind „Industrie, Innovation und Infrastruktur“, „Gesundheit und Wohlergehen“ und „Maßnahmen zum Klimaschutz“.

## 9. Social Startups unterscheiden sich von konventionellen Startups

Durch ihr besonderes Geschäftsmodell sind Social Startups auf eine verbesserte Verankerung und auf Kooperationen im Ökosystem angewiesen. Im Vergleich zu konventionellen Startups haben sie besondere Bedürfnisse bei der Kapitalbeschaffung und Produktentwicklung.

## 10. Diversität ist vor allem in Großstädten vorhanden

Hinsichtlich Nationalitätenvielfalt und Geschlechterverteilung zeigen sich Gründungen in Großstädten deutlich heterogener als in Städten mit weniger als 100.000 Einwohner:innen.



## 2. Methodik



## 2. Methodik

### Zielsetzung

Der NRW Startup Report ist eine jährliche Studie über das nordrhein-westfälische Startup Ökosystem, die erstmalig im Jahr 2023 vom Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWIKE) initiiert wurde. Die Erstellung und Umsetzung des Reports erfolgt durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Auftrag von und in enger Abstimmung mit dem MWIKE und basiert auf einer Befragung.

Ziel der Studie ist es, tiefere Einblicke in die nordrhein-westfälische Startup-Szene zu erhalten und Potenziale zur weiteren Entwicklung gründungsfreundlicher Rahmenbedingungen zu identifizieren. Dafür wurden die Gründer:innen direkt adressiert und zu aktuellen Trends, Chancen sowie Herausforderungen befragt.

### Konzeption und Schwerpunkte

Die Erhebung zeigt einen Ausschnitt eines subjektiven Stimmungs- und Meinungsbildes des nordrhein-westfälischen Startup Ökosystems. Im Juni 2023 wurde in einem Zeitraum von ca. vier Wochen eine Online-Befragung durchgeführt, in der insgesamt 110 Personen explorative Fragen zu relevanten Themen rund um das NRW Ökosystem vollständig beantwortet haben. Zielgruppe der Online-Befragung waren Startups, die:

- nicht älter als 10 Jahre sind

und

- ihren Hauptstandort in Nordrhein-Westfalen (NRW) haben.

Für den diesjährigen Report wurde das Thema Social Entrepreneurship als Schwerpunktbereich ausgewählt. Social Startups verfolgen das primäre Ziel, Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen im sozialen oder ökologischen Bereich zu entwickeln und anzubieten. Diese Unternehmensziele gewinnen bei Gründer:innen zunehmend an Bedeutung und bieten ein großes Potenzial für Wirtschaft und Gesellschaft. In der Studie wurde untersucht, inwiefern sich die Gruppe der Social Startups im Hinblick auf ihren Unternehmenszweck, ihre Wirkungsmessung und besondere Herausforderungen von konventionellen Startups unterscheidet.

Für diesen Vergleich wurden die teilnehmenden Startups in konventionelle und sozial-orientierte (Social) Startups kategorisiert. 34% der Befragten haben die Kriterien für Social Entrepreneurs erfüllt. Für die Definition der Social Startups orientierten sich die Kriterien am Deutschen Social Entrepreneurship Monitor von SEND e.V.

Neben den Einschätzungen der Gründer:innen ist auch eine regelmäßige Datenanalyse für die Entwicklungsmessung des NRW Startup Ökosystems von herausragender Bedeutung. Da Startups eine spezielle Gründungsform darstellen, gibt es bisher jedoch keine amtliche Statistik, die eine Erfassung des Gründungsgeschehens deutscher Startups vornimmt. Das MWIKE veröffentlicht daher jährlich einen zweiten NRW Startup Report mit einem Kennzahlen-Reporting auf Basis einer Handelsregisterauswertung und weiteren statistischen Datenquellen. Der Fokus liegt dabei auf den Bereichen Gründungsintensität, geografische und demografische Verteilung, Finanzierung, Beschäftigungseffekte und globale Vernetzung.





### 3. NRW Startup Ökosystem

# 3. NRW Startup Ökosystem

## 3.1. Bewertung des Ökosystems

### NRW Ökosystem auf dem richtigen Weg mit Entwicklungspotential im Vergleich zu Berlin & Co.

Für den Großteil der Befragten ist NRW der Heimat- bzw. Wohnort und wurde daher als Gründungsstandort für ihr Startup ausgewählt. Das Startup Ökosystem in NRW wird meist als „sehr gut“ oder „gut“ bewertet. Im Vergleich zu anderen Bundesländern wie Berlin gibt es noch Entwicklungspotential, denn dort ist nach Angaben der Teilnehmenden der Zugang zu Kapital leichter und das Gründer:innen-Mindset besser etabliert. Dennoch wird eine positive Entwicklung in den letzten Jahren von den Teilnehmer:innen aus NRW anerkannt.

**„Gute Entwicklung in den letzten Jahren. Aber viele Akteure, die unabhängig voneinander agieren [...]“**

Stimme der Teilnehmenden



### Gründe für den Standort NRW

#### NRW als Heimat, Wohnort oder Studienort

Nähe zu Kund:innen und Netzwerk-Partner:innen/Industrie sowie andere Startups



Nähe zu Unis & Forschung/Spin-offs



Gute Infrastruktur (z.B. Flughafen)



Gute Angebote für Startups



n=101.

Abb. 1: Gründe für den Standort NRW.



**57%**

empfinden das Ökosystem als „sehr gut“ oder „gut“.

**Gründe dafür sind:**

- Besserung spürbar in den letzten Jahren
- viele Events
- bis zur Gründung gute Unterstützung

**31%**

empfinden das Ökosystem als „neutral“.

**Gründe dafür sind:**

- im Vergleich zu Berlin oder Hamburg weniger Investoren, Kapital & Veranstaltungen
- erschwerter Zugang zu Kapital und Fördermitteln, Intransparenz bezüglich der Vergabe

**Bewertung des Ökosystems (im Schnitt 3,6/ 5 Sterne)**



**„Es hat sich schon viel verändert im Hinblick auf Programme und das Ökosystem [...]“**

Stimme der Teilnehmenden

n=106.

Abb. 2: Bewertung des Ökosystems

## 3.2. Nutzung der Unterstützungsangebote

### Gründungsstipendium.NRW und DWRW-Hubs Acceleration-Programme werden gut angenommen

Viel genutzt und oft empfohlen werden das Gründungsstipendium.NRW und die Acceleration-Programme der DWRW-Hubs. 20% der Befragten nutzen keine Unterstützungsangebote, da sie keine passenden Angebote finden, der bürokratische Aufwand zu hoch ist oder sie die Teilnahmebedingungen nicht erfüllen.

### Gründe für keine Partizipation

- unpassende Angebote
- zu hoher Aufwand (Bürokratie, Voraussetzungen) bei teils schlechten Konditionen
- Eigenfinanzierung
- Angebote waren unbekannt
- nebenberufliche Gründung

**„Entweder zu hoher Aufwand oder nicht geeignet für das Programm.“**

Stimme der Teilnehmenden

**„Weil wir uns bisher dahingehend nicht schlau gemacht haben und die Entwicklung unseres Produktes durch zusätzliche Beratungsdienstleistungen finanzieren.“**

Stimme der Teilnehmenden

### Nutzung der Unterstützungsangebote der Landesregierung NRW und des Bundes



n= 109. Bei sonstigen Unterstützungsmaßnahmen wurden zum Beispiel MID-Angebote und Accelerator Wettbewerbe angegeben.

Abb. 3: Nutzung der Unterstützungsangebote der Landesregierung NRW und des Bundes

### Empfehlung der genutzten Angebote



n=59.

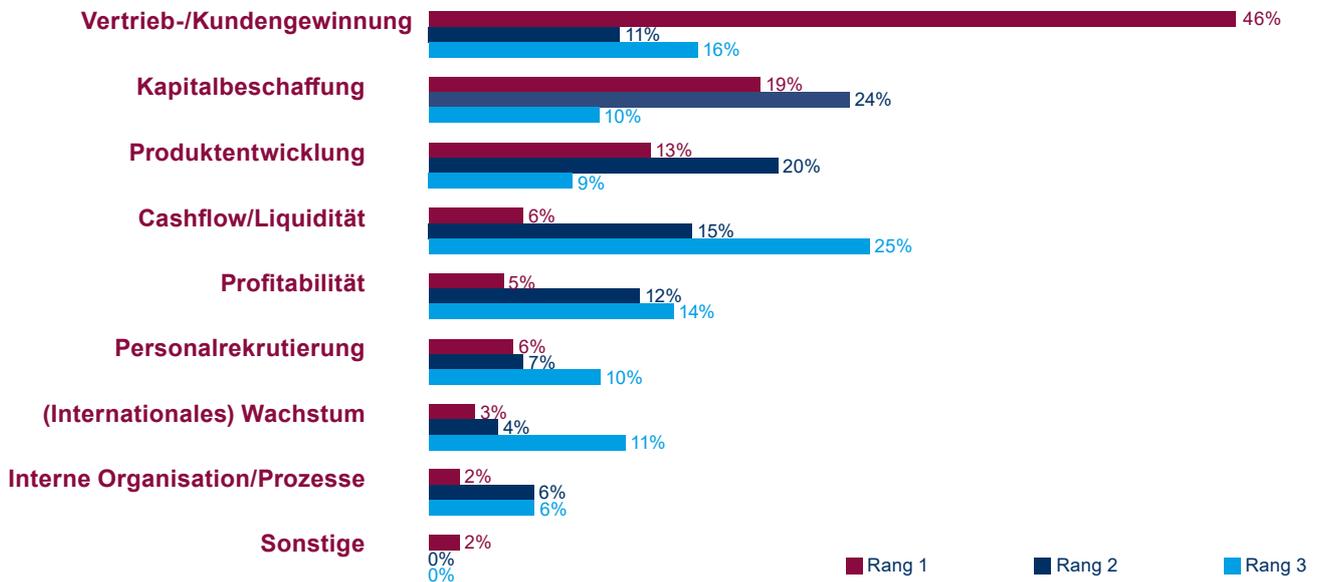
Abb. 4: Empfehlung der genutzten Angebote

### 3.3. Herausforderungen der Startups

#### Vertrieb und Kundengewinnung als größte Herausforderung

Zusätzlich beschäftigt die Startups insbesondere die Kapitalbeschaffung und Produktentwicklung als weitere zu bewältigende Bereiche.

#### Größte Herausforderungen der Startups



n=110. Die Beantwortung der Frage erfolgte durch ein Ranking von Rang 1 (größte Herausforderung) absteigend bis Rang 3.

Abb. 5: Größte Herausforderungen der Startups





## 4. Marktzugang und Wachstum



# 4. Marktzugang und Wachstum

## 4.1. Umsatz und Märkte

### B2B dominiert, ein Großteil expandiert international

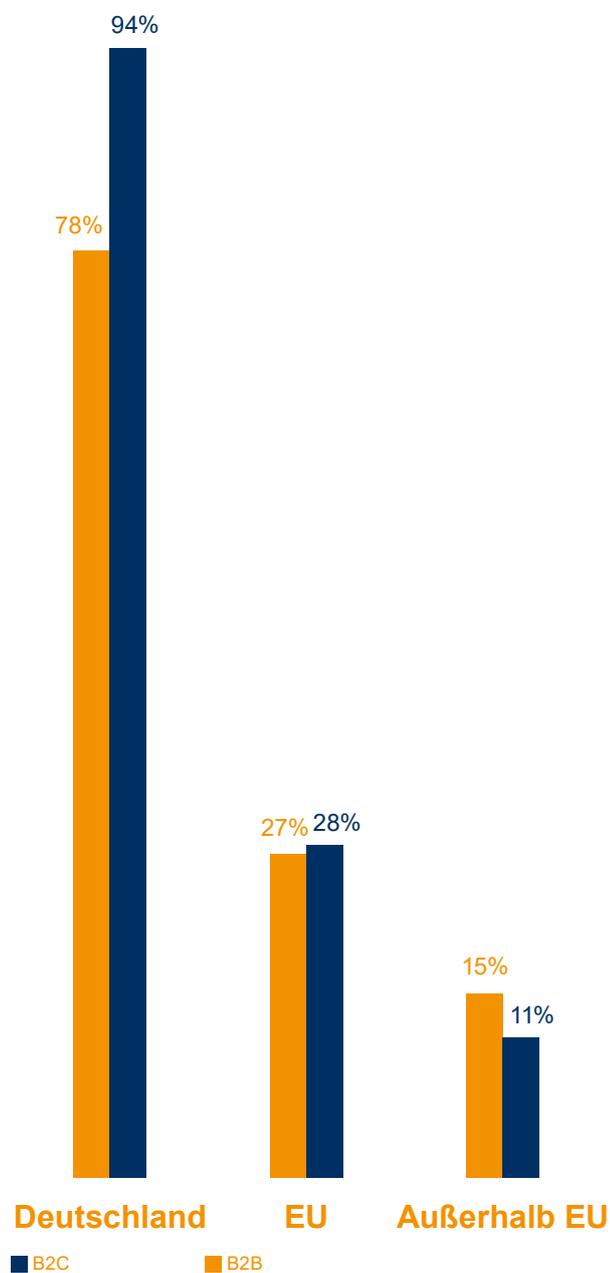
Der größte Umsatz der befragten Startups findet im B2B-Bereich statt. Dabei profitieren sie vom Wirtschaftsstandort NRW, der sich durch einen starken Mittelstand und viele etablierte Unternehmen auszeichnet.

Der Gesamtumsatz wird hauptsächlich in Deutschland und teils in der EU erwirtschaftet. Eine internationale Expansion ist bei 60% der Teilnehmenden geplant, besonders in der EU oder in Nordamerika.

### Internationale Märkte im Vergleich B2B und B2C

Es gibt kaum geographische Unterschiede darin, wo B2B und B2C erwirtschaftet wird: Beide Bereiche sind ähnlich auf Deutschland, EU und Märkte außerhalb der EU verteilt.

### Internationale Märkte im Vergleich B2B und B2C

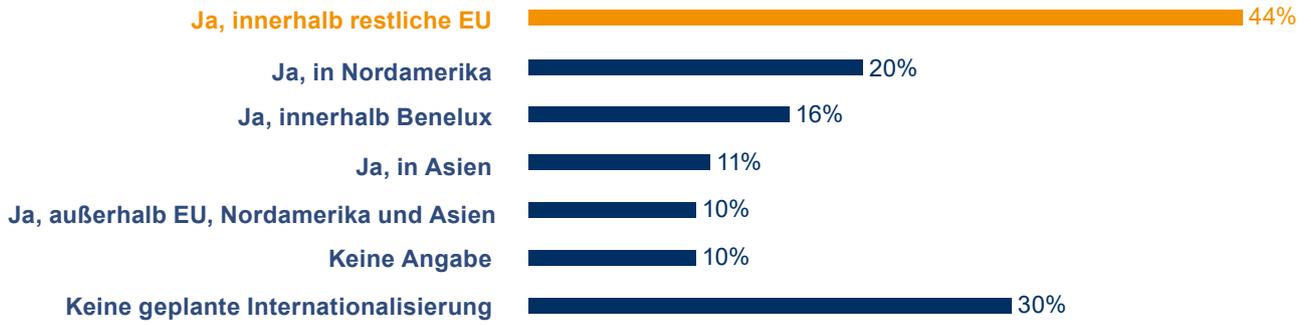


n=85. Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 6: Internationale Märkte im Vergleich B2B und B2C



## Internationalisierung der Startups

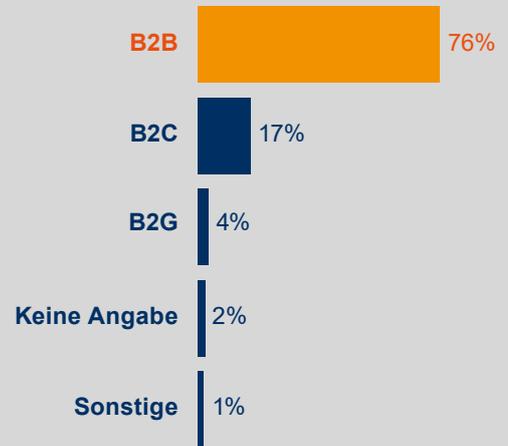


n=108. Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 7: Internationalisierung der Startups



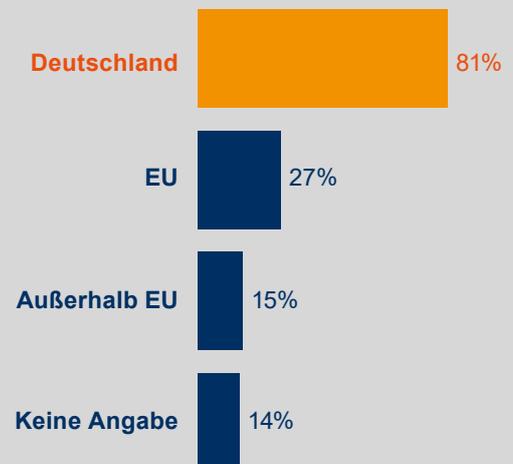
## Bereiche mit dem meisten Umsatz



n=106.

Abb. 8: Bereiche mit dem meisten Umsatz

## Märkte, auf denen die Startups aktiv sind



n=106. Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

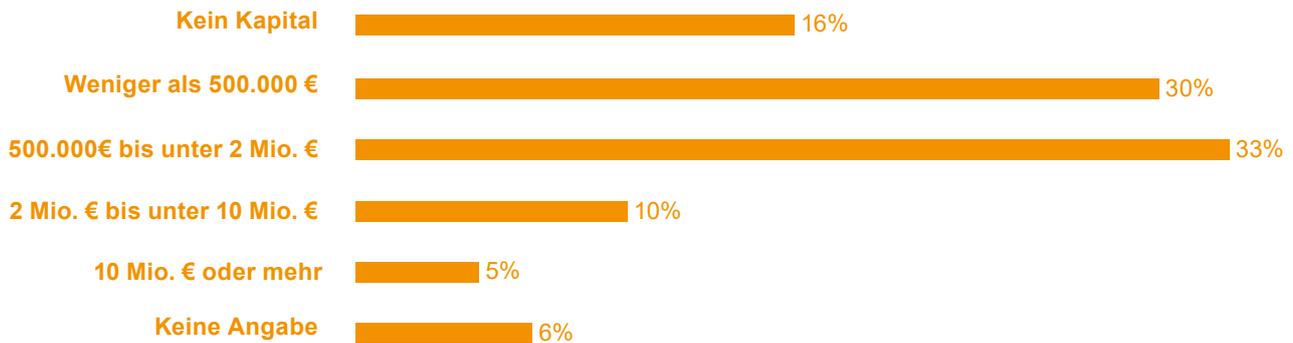
Abb. 9: Märkte, auf denen die Startups aktiv sind

## 4.2. Finanzierung

### Kapitalaufnahme von bis zu 2 Mio. € geplant

Die meisten Teilnehmer:innen planen in den nächsten 12 Monaten bis zu 2 Mio. € neues Kapital aufzunehmen. Diese befinden sich vorrangig in der Startup Phase und arbeiten an der Fertigstellung eines marktreifen Angebots oder generieren erste Umsätze. Ein Teil der Startups plant wegen erfolgreicher Eigenfinanzierung, kein Kapital aufzunehmen. Die Wahrscheinlichkeit der Anschlussfinanzierung von einem Kapitalgeber aus NRW hält über ein Viertel der Befragten bis zu einer Höhe von 2 Mio. € für hoch. Die Art der Anschlussfinanzierung hat keine Auswirkung auf die Einschätzung der möglichen Finanzierung in NRW. Tendenziell sehen Teilnehmende, die Venture Capital oder Business Angels nutzen wollen, gleiche Chancen der Anschlussfinanzierung.

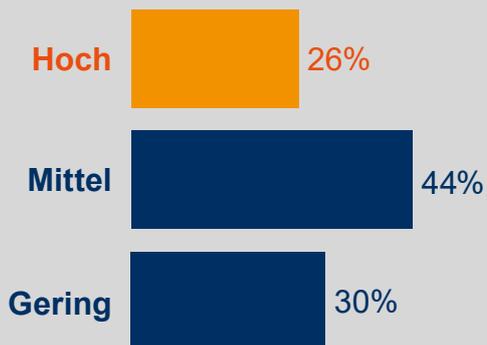
### Kapital, das in den nächsten 12 Monaten aufgenommen werden soll



n=110.

Abb. 10: Kapital, das in den nächsten 12 Monaten aufgenommen werden soll

### Wahrscheinlichkeit der Anschlussfinanzierung von einem Kapitalgeber aus NRW

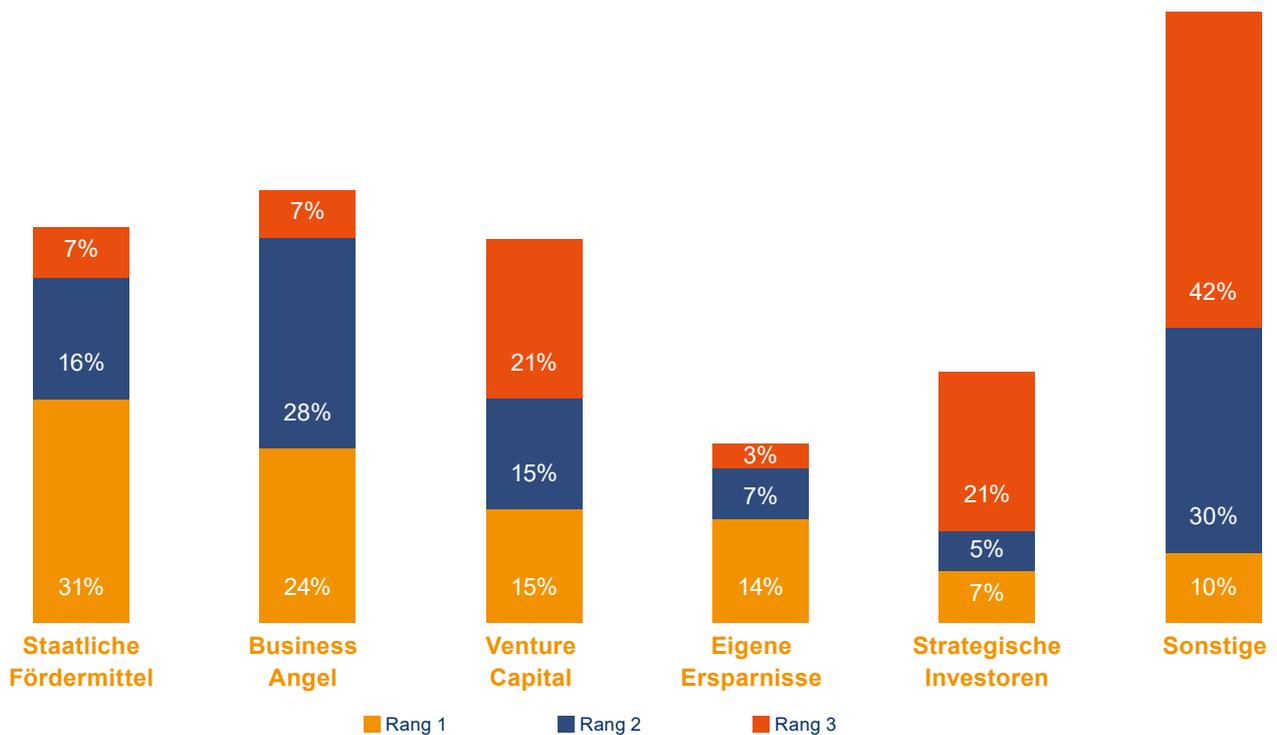


n=31.

Abb. 11: Wahrscheinlichkeit der Anschlussfinanzierung von einem Kapitalgeber aus NRW



## Top 3 bevorzugte zukünftige Finanzierungsquellen



n=85. Unter Sonstige gehören v.a. Innenfinanzierung, Bankdarlehen, Accelerator, Crowdfunding und -investing.

Abb. 12: Top 3 bevorzugte zukünftige Finanzierungsquellen



### Staatliche Fördermittel und Business Angels bevorzugt

Eindeutig bevorzugte zukünftige Finanzierungsquellen sind staatliche Fördermittel und Business Angels.

Staatliche Fördermittel und Business Angels werden besonders in den frühen Entwicklungsphasen genutzt, in späteren Stages wird Venture Capital wichtiger.

In Bezug auf die geplante Kapitalaufnahme zeigt sich ein ähnliches Bild: Bei kleineren Summen bis 2 Mio. € werden Business Angels und staatliche Fördermittel genutzt. Je größer die Summe, desto wichtiger wird Venture Capital.

**„Es gibt eine Prototypen und Impact Lücke bei Angels, Venture und staatlichen Programmen. Bedarf zwischen 100.000 und 500.000 €, den man in der Regel nicht privat „bootstrappen“ oder selbst investieren kann, wird nicht abgedeckt (...).“**

Stimme der Teilnehmenden

A hand reaching out towards a textured surface, overlaid with a green tint and a large green leaf graphic.

## **5. Im Blitzlicht: Social Entrepreneurship**

# 5. Im Blitzlicht: Social Entrepreneurship

34% der Befragten haben die Definitionskriterien als Social Entrepreneurs erfüllt und haben tiefere Fragen zu ihrem Startup beantwortet. Die restlichen 66% werden für Vergleichszwecke im Folgenden als konventionelle Startups bezeichnet.<sup>1</sup>

## 5.1. Beiträge zu den Sustainable Development Goals (SDGs)

### Einzahlung auf SDGs besonders im Hinblick auf Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion

Jedes Social Startup in dieser Befragung zählt im Schnitt auf 4 Sustainable Development Goals (SDGs) ein. Ihre Beiträge zu den Zielen bestehen meist aus Ressourceneinsparungen, beispielweise von Material und Energie, sowie der Schutz von Tieren und der Umwelt.

Die Top 4 SDGs sind:



**„Wir sorgen dafür, dass Nutztiere gesund und mit hohem Tierwohl gehalten werden können, ohne zusätzlichen Medikamenteneinsatz.“**

**„Mit unserer Technologie ist es möglich, Kunststoffverpackungen vollständig zu recyceln und wieder einen geschlossenen Produktstrom zu etablieren.“**

Stimme der Teilnehmenden

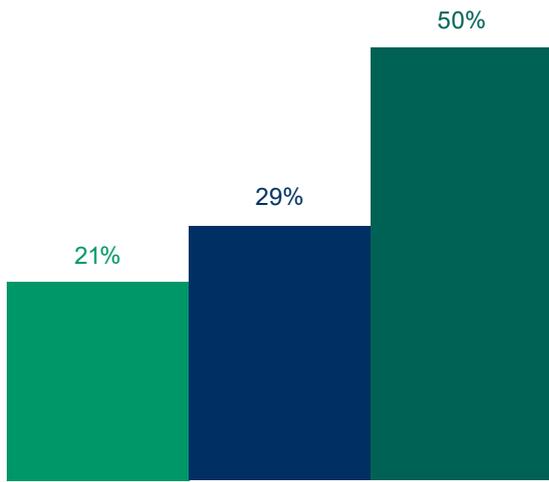
### Wirkungsmessung mit KPIs etabliert, teils Impactanalysen durchgeführt

Key Performance Indicators (KPIs) zur Messung der sozialen Wirkung sind bisher bei der Hälfte der Teilnehmenden implementiert. Bei ca. 29% werden diese KPIs auch an relevante Stakeholder/Interessengruppen berichtet. Ca. 27% der befragten Social Entrepreneurs führen eine Impactanalyse durch. Unter Impactanalyse wird eine umfassendere Analyse verstanden, die weit über die Messung mit KPIs hinausgeht. Bei dieser werden zusätzliche, qualitative Analysen und Informationen, wie zum Beispiel die Art der erzielten Veränderung und Nachhaltigkeit der Wirkung, der sogenannten Wirkungsanalyse, erhoben und berichtet.

<sup>1</sup> Details der Startup Profile siehe Kapitel 4. Profile der Startups und Teilnehmer:innen



### KPIs zur Messung der sozialen Wirkung

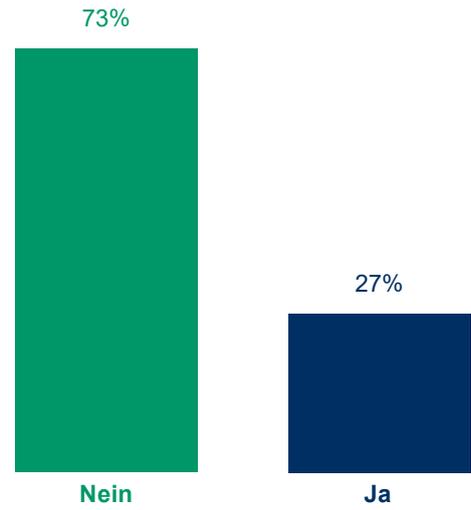


- Die Wirkung wird mit einem/r externen Partner:in gemessen
- Es wurden KPIs implementiert und diese werden berichtet
- Es wurden KPIs in der Gesamtstrategie implementiert

n=15.

Abb. 13: KPIs zur Messung der sozialen Wirkung

### Durchführung einer Impactanalyse



n=15.

Abb. 14: Durchführung einer Impactanalyse



## 5.2. Profil der Social Startups

### Kleinere Teams, frühere Entwicklungsphase, mehr Frauen

Die Teams der befragten Social Entrepreneurs befinden sich im Schnitt in einer früheren Entwicklungsphase im Vergleich zu den befragten konventionellen Startups. Die durchschnittliche Teamgröße ist jedoch bei beiden Gruppen über die verschiedenen Entwicklungsphasen hinweg deckungsgleich. Der Frauenanteil bei Social Startups ist höher als bei den konventionellen Startups. Die Social Startups setzen vermehrt auf staatliche Fördermittel. Darüber hinaus nutzen sie eher eigene Ersparnisse und setzen weniger auf Venture Capital.

### Kooperationen als wichtige Grundlage für Social Entrepreneurs stärken

Kooperationen und Partnerschaften sind für Social Entrepreneurs eine wichtigere Komponente für die Skalierungsfähigkeit im Vergleich zu den konventionellen Startups (OECD, 2016<sup>2</sup>). Bei den Social Startups stehen grundsätzlich die Erweiterung des sozialen Geschäftsmodells und der Aufbau von Partnerschaften im Vordergrund, während sich konventionelle Startups eher auch auf Wachstum und die Erschließung neuer Märkte konzentrieren. In der Befragung bestehen bei den Social Entrepreneurs meist Kooperationen zu anderen Startups und wissenschaftlichen Einrichtungen – allerdings haben auch ca. 27% bisher keine Kooperationen oder Partnerschaften abgeschlossen.

<sup>2</sup> Galitopoulou, S., Noya, A., Zandonai, F., Galera, G., Calò, F., Aisenberg, L. (2016): Kurzdossier zur Skalierung der Wirkung von Sozialunternehmen; Strategien für soziales Unternehmertum: Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD): Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2016.

### Top 3 Finanzierungsquellen

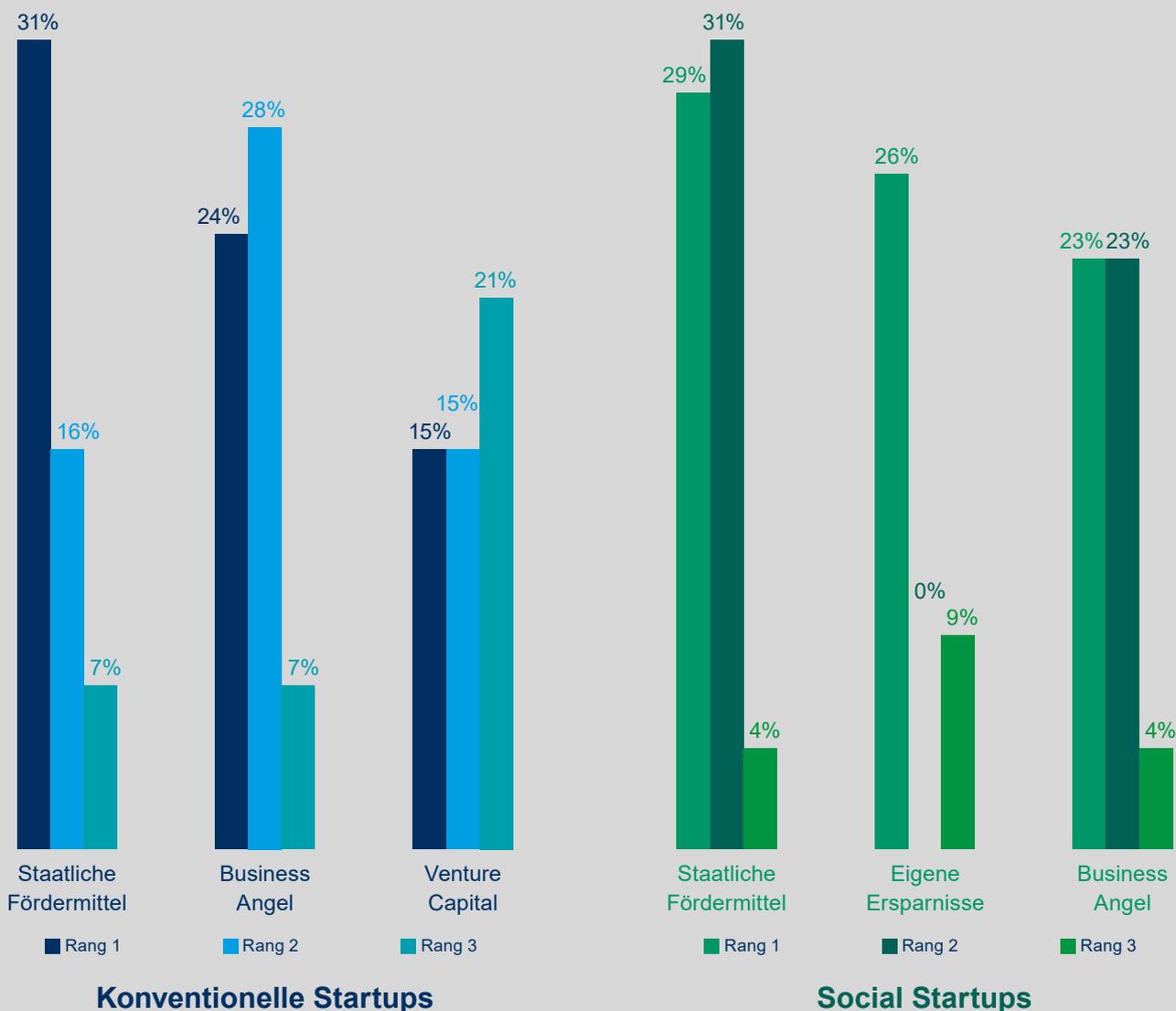
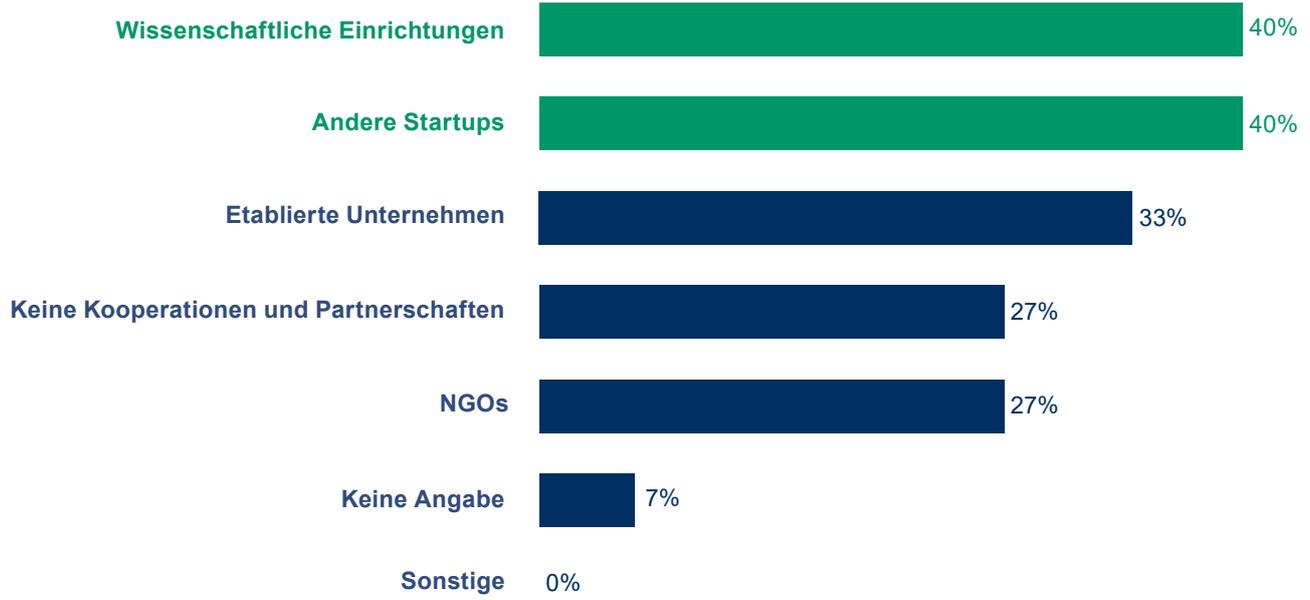


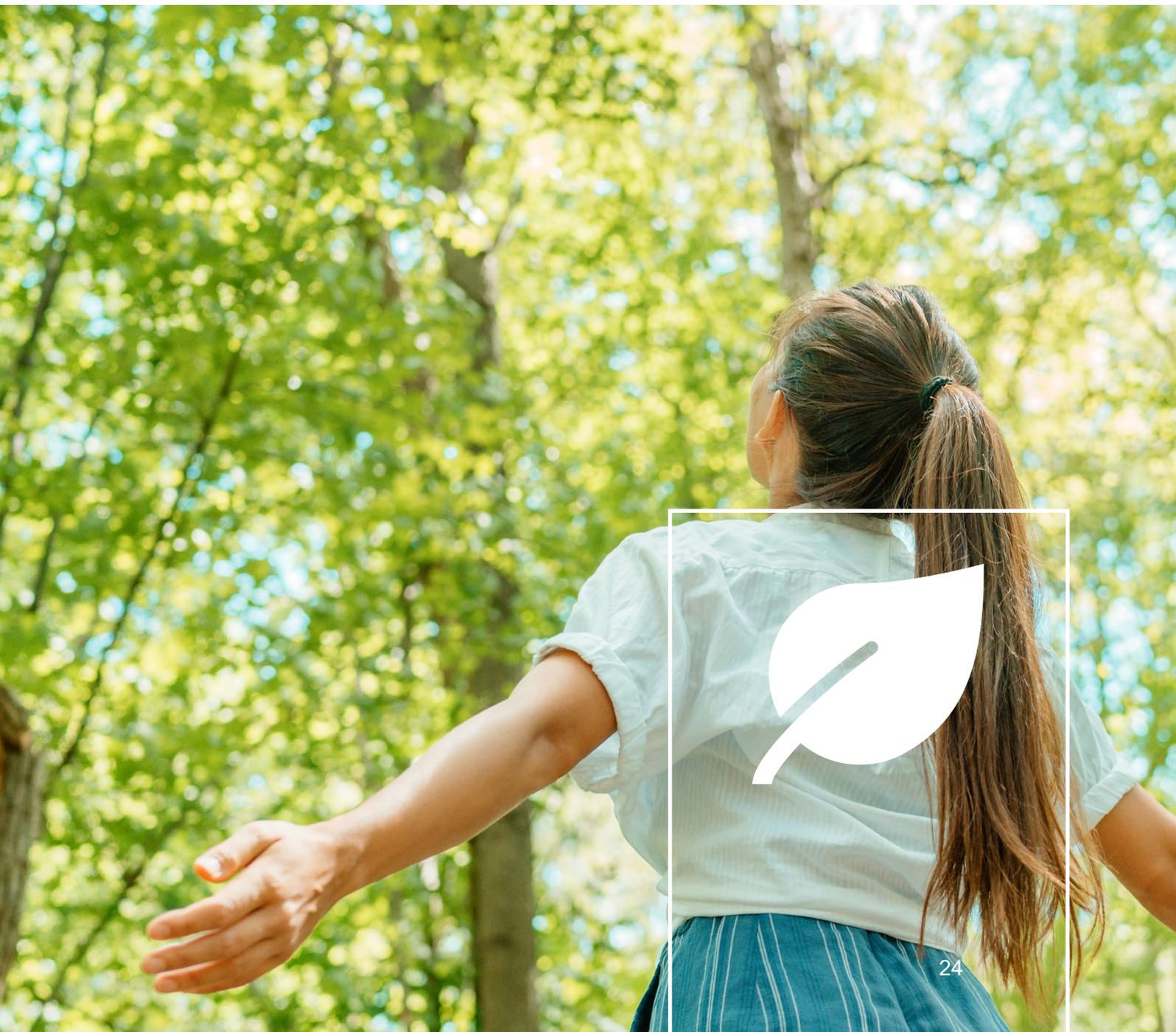
Abb. 15: Top 3 Finanzierungsquellen

## Kooperationen und Partnerschaften



n=15.

Abb. 16: Kooperationen und Partnerschaften



## 5.3. Besondere Herausforderungen und Unterstützungswünsche der Social Startups

### Unterstützung bei Vertrieb/Kundengewinnung, Produktentwicklung und Kapitalbeschaffung

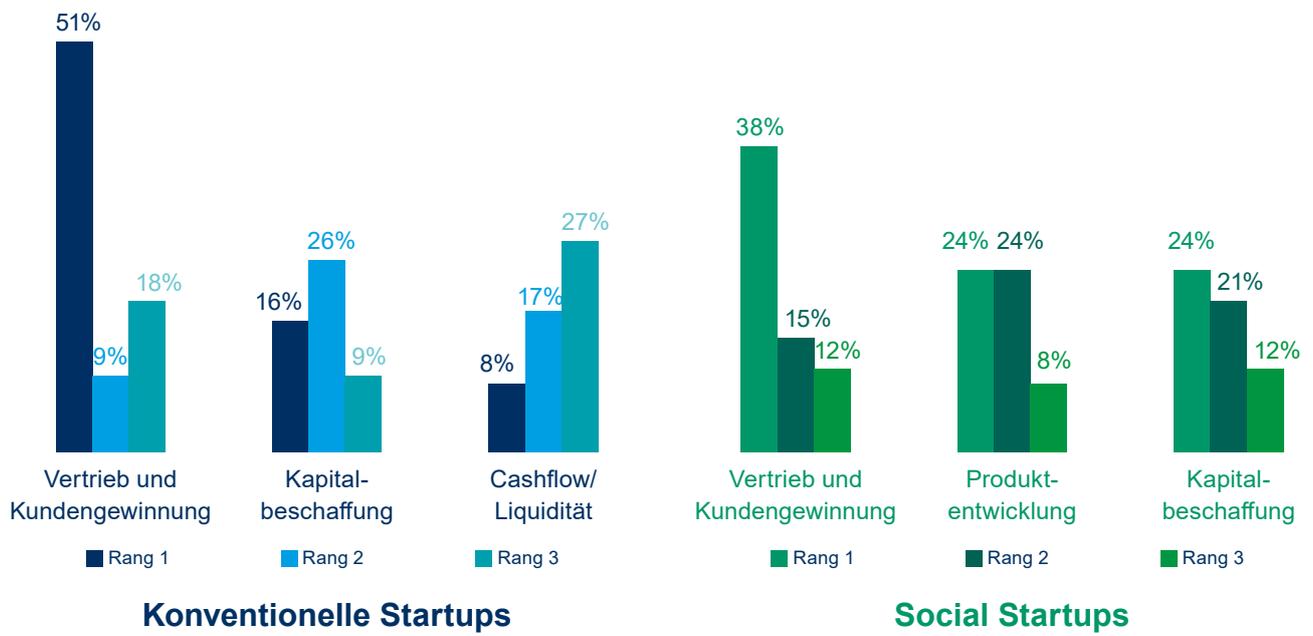
Für die Social Startups sind die Produktentwicklung und Kapitalbeschaffung noch größere Herausforderungen als für die konventionellen Startups und sie wünschen sich Unterstützung in diesen Bereichen. Der Vertrieb und die Kundengewinnung stellen sowohl für Social Startups als auch für konventionelle Startups die größte Herausforderung dar. Obwohl festzuhalten ist, dass konventionelle Startups hier noch größere Schwierigkeiten sehen als Social Startups. Im Ranking folgen anschließend Cashflow und Liquidität.

**„Uns würden finanzielle Förderungen extrem weiterhelfen, die wir nur in die Produktweiterentwicklung stecken können, da wir zwar Umsatz generieren, allerdings davon keine gut qualifizierten Entwickler:innen finanzieren können.“**

Stimme der Teilnehmenden



## Top 3 Herausforderungen Konventionelle Startups vs. Social Startups



n=110.

Abb. 17: Top 3 Herausforderungen Konventionelle Startups vs. Social Startups





## 6. Profile der Startups und Teilnehmer:innen

# 6. Profile der Startups und Teilnehmer:innen

## 6.1. Hintergrundinformationen zu den Teilnehmenden der Studie

### Tech-Startups vorwiegend aus Köln

Die Teilnehmenden sind meist im Tech-Bereich tätig, kommen überwiegend aus Köln und befinden sich vorwiegend in der frühen Entwicklungsphase der sogenannten Startup Stage (Fertigstellung eines marktreifen Angebots; erste Umsätze und/oder Nutzer:innen).



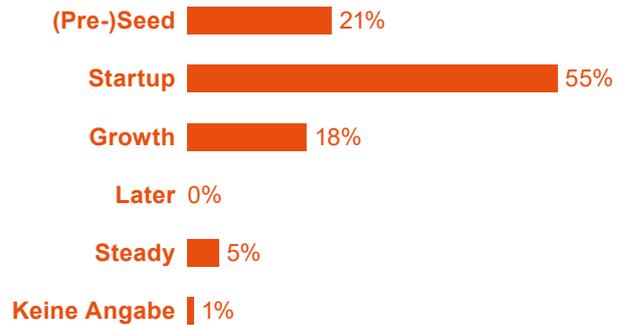
## Standort der Startups



n=110. Unter Sonstige sind Standorte zusammengefasst, die von weniger als 3,6% der Befragten genannt wurden.

Abb. 18: Standort der Startups

## Entwicklungsphase<sup>3</sup> der Startups



n=107. Abb. 19: Entwicklungsphase der Startups

<sup>3</sup> Pre-Seed/Seed = Konzeptentwicklung; noch kein Umsatz/keine Nutzer:innen

Startup = Fertigstellung eines marktreifen Angebots; erste Umsätze und/oder Nutzer:innen

Growth = starkes Umsatz- und/oder Nutzendenwachstum

Later = etablierte Marktteilnehmer:innen; Trade-Sale oder Börsengang erfolgt oder steht unmittelbar bevor

Steady Stage = das Startup stagniert; weist kein starkes Umsatz- und/oder Nutzerwachstum (mehr) auf

## Branchen, in denen die Startups tätig sind

**Information- und Kommunikationstechnologie** 32%

**Sonstige** 13%

**Freizeit, Sport und (Online)-Gaming** 10%

**Medizin und Gesundheitswesen** 6%

**Automobile und Mobilität/Logistik** 6%

**Energie und Elektrizität** 5%

**Chemie und Pharma/Biologie** 5%

**Medien und Kreativwirtschaft** 4%

**Banken und Finanzen/Versicherungen** 3%

**Industriegüter** 3%

**Bau und Immobilien** 3%

**Bildung** 3%

**Ernährung und Nahrungsmittel/Konsumgüter** 3%

**Agrar- und Landwirtschaft** 2%

**Beratung und Agentur** 1%

**Tourismus** 1%

**Human Resources** 0%

**Textilbranche** 0%

n=94. Unter Sonstiges wurden unter anderem eCommerce, Luft- und Raumfahrt und Aquaristik genannt.

Abb. 20: Branchen, in denen die Startups tätig sind



## 6.2. Startup-Profil

### Teams sind in der Regel männlich und aus NRW, Diversität besteht vor allem in Großstädten

Die befragten Startup-Teams kommen meist aus NRW oder aus dem restlichen Deutschland, zudem kommen 78% aller Befragten aus Großstädten. Bei 34% der Teilnehmenden besteht ein Teil des Teams aus ausländischen Mitgliedern. In den Teams wird überwiegend Deutsch gesprochen, zu 40% zusätzlich oder nur Englisch – das kommt besonders bei den Startups in den Großstädten vor. Die Teilnehmenden haben überwiegend eine/n Mitgründer:in, der mit deutlichem Abstand meist männlich ist. Startup-Teams in Großstädten sind in den Dimensionen Staatsangehörigkeit und Geschlecht eher heterogen aufgestellt als in kleineren Städten.

### Herkunft des Startup-Teams

#### NRW



#### Restliches Deutschland



#### NRW-Nachbarländer (Benelux)



#### Restliche EU



#### Außerhalb EU



#### Keine Angabe

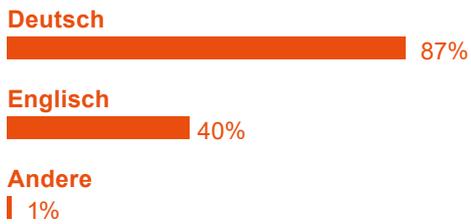


n=108. Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 21: Herkunft des Startup-Teams



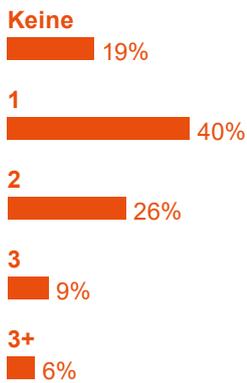
## Unternehmenssprache in den Startups



n=110. Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 22: Unternehmenssprache in den Startups

## Anzahl der Mitgründer:innen



n=108.

Abb. 24: Anzahl der Mitgründer:innen

## Unternehmenssprache nach Stadtgröße

### Anzahl von Startups, die Englisch oder Deutsch & Englisch sprechen



### Anzahl von Startups, die nur Englisch sprechen



■ kleine und mittelgroße Städte (<100.000 Einwohner:innen)

■ große Städte (>100.000 Einwohner:innen)

n=44.

Abb. 23: Unternehmenssprache nach Stadtgröße

## Geschlecht der Mitgründer:innen



n=108. Das Geschlecht wurde offen abgefragt, die Nennungen wurden anschließend addiert. Mehrfachnennungen bei mehr als eine/m Mitgründer:in möglich.

Abb. 25: Geschlecht der Mitgründer:innen



## Meist männliche, durchschnittlich 33-jährige Erstgründer

Die Teilnehmenden selbst sind auch überwiegend männlich, im Schnitt 33,4 Jahre<sup>4</sup> alt und überwiegend Erstgründer:innen. Der Frauenanteil liegt bei 29%. Etwa ein Drittel haben bereits mehrfach, meist zwei Mal zuvor ein Startup gegründet.

### Geschlecht der Teilnehmenden

#### Mann



#### Frau



#### Divers



#### Keine Angabe



n=109. Das Geschlecht wurde offen abgefragt, die Nennungen wurden anschließend addiert.

Abb. 26: Geschlecht der Teilnehmenden

Das Alter der Erstgründung liegt durchschnittlich bei 27,9 Jahre<sup>5</sup>. Ca. 27% haben einen Migrationshintergrund<sup>6</sup>, fast alle haben eine deutsche Staatsbürgerschaft.

<sup>4</sup> Durchschnitt berechnet mit 40+ = 40

<sup>5</sup> Durchschnitt berechnet mit unter 20 = 19 und 40+ = 40.

<sup>6</sup> Anteil der Eltern mit anderer Staatsangehörigkeit (gegebenenfalls zusätzlich zur Deutschen).

### Mehrfachgründungen

#### Ja



#### Nein



#### Keine Angabe



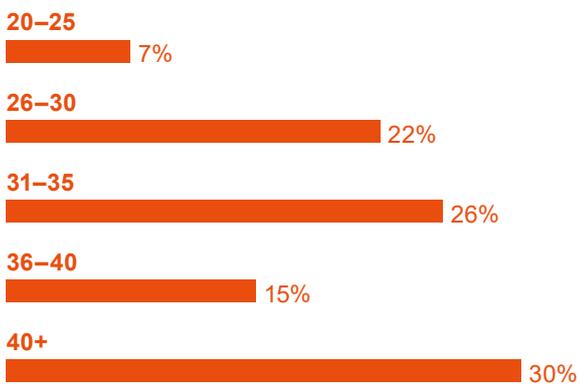
n=109.

Abb. 27: Mehrfachgründungen



	Befragten	davon aus kleinen und mittelgroßen Städten (<100.000 Einwohner:innen)	davon aus großen Städten (>100.000 Einwohner:innen)
Geschlecht	Weiblich (n=55)	7%	93%
	Divers (n=3)	33%	67%
Staatsangehörigkeit	Die Befragten haben selbst eine andere Staatsangehörigkeit als Deutsch oder Doppelstaatsbürgerschaften (n=14)	7%	93%
	Die Eltern der Befragten haben eine andere Staatsangehörigkeit als Deutsch (n=29)	14%	86%

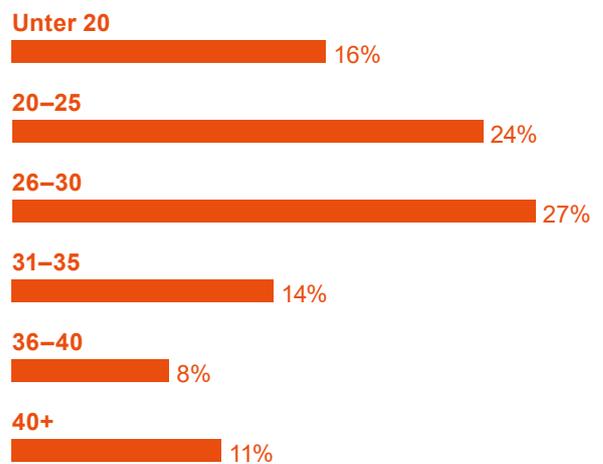
### Alter zum Zeitpunkt der Befragung



n=109.

Abb. 28: Alter zum Zeitpunkt der Befragung

### Alter bei Erstgründung



n=37.

Abb. 29: Alter bei Erstgründung



## Akademiker:innen aus Wirtschaft und Ingenieurwesen gründen am häufigsten

Über 82% der Teilnehmenden verfügen über einen Hochschulabschluss, knapp die Hälfte hat einen Master- oder einen vergleichbaren Abschluss, über ein Viertel zumindest einen Bachelorabschluss. Wirtschaftswissenschaften und Ingenieurwesen gehören zu den Top-Studienrichtungen. 11% haben dagegen keinen Studien- oder Ausbildungsabschluss.

### Deutsche Staatsbürgerschaft der Befragten

**Ja**  
94%

**Nein**  
4%

**Doppelte Staatsangehörigkeit**  
9%

n=109. Bei doppelten Staatsbürgerschaften wurden Russisch (3), Polnisch (3), Niederländisch (1), Kanadisch (1), Rumänisch (1) und Türkisch (1) genannt.

Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 30: Deutsche Staatsbürgerschaft der Befragten

### Staatsbürgerschaft der Eltern

**Deutsche Staatsangehörigkeit**  
82%

**Andere Staatsangehörigkeit**  
27%

**Keine Angabe**  
1%

n=109. Bei anderen Staatsbürgerschaften wurden meist Länder aus der EU genannt.

Mehrfachnennungen möglich, daher können die Prozentsätze über 100% liegen.

Abb. 31: Staatsbürgerschaft der Eltern

## Studienrichtungen der Gründer:innen

**Wirtschaftswissenschaften**  
27

**MINT**  
24

**Maschinenbau/Ingenieurwissenschaften**  
22

**Sozialwissenschaften**  
8

**Rechtswissenschaften**  
7

**Kreativindustrie**  
4

**Sport**  
1

n=84. Die Studienrichtung wurde offen abgefragt und die Nennungen in Kategorien zusammengefasst. Mehrfachnennungen möglich (z.B. unterschiedliche Studienrichtungen für Bachelor- und Masterstudium).

Abb. 32: Studienrichtungen der Gründer:innen



## Höchster Bildungsabschluss der Gründer:innen

Master/Diplom/Magister/2.Staatsexamen

50%

Bachelor/1.Staatsexamen

27%

Gymnasium (Abitur/Fachhochschulreife)

10%

Promotion

6%

Abgeschlossene Ausbildung

6%

Realschule (Mittlere Reife)

1%

n=109.

Abb. 33: Höchster Bildungsabschluss der Gründer:innen



# Abbildungsverzeichnis

Abbildungs- nummer	Titel	Seite
1	Gründe für den Standort NRW	11
2	Bewertung des Ökosystems	12
3	Nutzung der Unterstützungsangebote der Landesregierung NRW und des Bundes	13
4	Empfehlung der genutzten Angebote	13
5	Größte Herausforderungen der Startups	14
6	Internationale Märkte im Vergleich B2B und B2C	16
7	Internationalisierung der Startups	17
8	Bereiche mit dem meisten Umsatz	17
9	Märkte, auf denen die Startups aktiv sind	17
10	Kapital, das in den nächsten 12 Monaten aufgenommen werden soll	18
11	Wahrscheinlichkeit der Anschlussfinanzierung von einem Kapitalgeber aus NRW	18
12	Top 3 bevorzugte zukünftige Finanzierungsquellen	19
13	KPIs zur Messung der sozialen Wirkung	22
14	Durchführung einer Impactanalyse	22
15	Top 3 Finanzierungsquellen	23
16	Kooperationen und Partnerschaften	24
17	Top 3 Herausforderungen Konventionelle Startups vs. Social Startups	26
18	Standort der Startups	29
19	Entwicklungsphase der Startups	29
20	Branchen, in denen die Startups tätig sind	29
21	Herkunft des Startup-Teams	30
22	Unternehmenssprache in den Startups	31
23	Unternehmenssprache nach Stadtgröße	31
24	Anzahl der Mitgründer:innen	31
25	Geschlecht der Mitgründer:innen	31
26	Geschlecht der Teilnehmenden	32
27	Mehrfachgründungen	32
28	Alter zum Zeitpunkt der Befragung	33
29	Alter bei Erstgründung	33
30	Deutsche Staatsbürgerschaft der Teilnehmenden	34
31	Staatsbürgerschaft der Eltern	34
32	Studienrichtungen der Gründer:innen	34
33	Höchster Bildungsabschluss der Gründer:innen	35

# Impressum

## Herausgeber:

Ministerium für Wirtschaft  
Industrie, Klimaschutz und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Berger Allee 25  
40213 Düsseldorf  
Tel.: +49(0) 211/61772-0  
Fax: +49(0) 211/61772-777

Internet: [www.wirtschaft.nrw](http://www.wirtschaft.nrw)  
E-Mail: [poststelle@mwike.nrw.de](mailto:poststelle@mwike.nrw.de)

NRW Startup Report 2023

## Auftragnehmer:

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klingelhöferstraße 18  
10785 Berlin  
Tel.: +49 30 2068-0  
Fax: +49 30 2068-2000

Internet: [www.kpmg.de/ventureservices](http://www.kpmg.de/ventureservices)  
E-Mail: [information@kpmg.de](mailto:information@kpmg.de)

## Bildnachweis:

© Adobe Stock starush, © Adobe Stock Unshu, © Adobe Stock Oleksandr Kozak, © Adobe Stock Kalyakan, © Adobe Stock Kalyakan, © Adobe Stock Nilima, © Adobe Stock FS-Stock, © Adobe Stock SFIO CRACHO © Adobe Stock Oleksandr Kozak, © Adobe Stock Oleksandr Kozak, © Adobe Stock Kalyakan, © Adobe Stock Kalyakan, © Adobe Stock Thares2020, © Adobe Stock nblxer, © Adobe Stock panya99, © Adobe Stock gstockstudio © Adobe Stock gstockstudio, © Adobe Stock gstockstudio, © Adobe Stock gstockstudio, © Mona Neubaur: MWIKE NRW/Nils Leon Brauer, © MWIKE NRW/Csaba Mester - Foto Berger Allee

Die Publikation ist auf der Homepage des Ministeriums für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen unter [www.wirtschaft.nrw/broschuereenservice](http://www.wirtschaft.nrw/broschuereenservice) als PDF-Dokument abrufbar.

## Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt auch für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2023 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Germany. Der Name KPMG und das Logo sind Marken, die die unabhängigen Mitgliedsfirmen der globalen KPMG-Organisation unter Lizenz verwenden.

**Ministerium für Wirtschaft,  
Industrie, Klimaschutz und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen**  
Berger Allee 25, 40213 Düsseldorf  
[www.wirtschaft.nrw](http://www.wirtschaft.nrw)

