



NRW

Startup Report

2024

Ein Stimmungsbild des nordrhein-westfälischen
Startup Ökosystems



Vorwort



Mona Neubaur

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

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Nordrhein-Westfalen befindet sich in einem umfassenden und tiefgreifenden Transformationsprozess auf dem Weg in ein nachhaltiges und digitales Zeitalter: Wir wollen die Modernisierung unseres Standortes forcieren, neue Wettbewerbsfähigkeit auf den grünen Märkten der Zukunft sichern und zur Erreichung der Klimaschutzziele die Energiewende und die Umgestaltung der Industrie vorantreiben. Startups spielen dabei als Transformationstreiber eine entscheidende Rolle. Sie verbinden technologische Innovationen mit unternehmerischem Mut und sorgen immer wieder für neue Ideen und frischen Elan, von dem auch die etablierte Industrie profitiert. Auf diesen Pioniergeist und die Umsetzungskraft der Startups setzen wir, um Nordrhein-Westfalen zu einem der innovativsten, nachhaltigsten und wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsstandorte in Europa zu entwickeln.

Mit dem NRW Startup Report 2024 präsentieren wir das aktuelle Stimmungsbild unseres Startup Ökosystems. Ein besonderes Augenmerk legen wir in diesem Jahr auf das Thema Female Entrepreneurship. Frauen in unserer Gründungsszene leisten einen unschätzbaren Beitrag zur Innovationskraft und wirtschaftlichen Vielfalt unseres Landes. Sie machen unseren Wirtschaftsstandort nicht nur dynamischer, sondern setzen auch wichtige Impulse für Gleichberechtigung und Chancengleichheit.

Der vorliegende Report ist ein wichtiges Instrument, um einen tieferen Einblick in die Startup-Szene Nordrhein-Westfalens zu erhalten und Potenziale für die Weiterentwicklung gründungsfreundlicher Rahmenbedingungen zu identifizieren.

Ich möchte daher insbesondere allen Gründer:innen herzlich danken, die ihre Erfahrungen mit uns geteilt haben und damit auch anderen Frauen Mut machen, ihre eigenen Ideen zu verwirklichen. Lassen Sie uns gemeinsam weiter daran arbeiten, das Potenzial von Female Entrepreneurship voll auszuschöpfen und die Gründerinnen von morgen zu unterstützen.

Gründerinnen und Gründer sehen sich nach wie vor mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert – dem Zugang zu Kapital, der Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder dem Aufbau von passenden Netzwerken. Umso wichtiger ist es für uns als Landesregierung, die Gründerinnen und Gründer direkt zu adressieren und ihre Herausforderungen und Bedarfe zu erfragen. Ihre Perspektiven und Erfahrungen sind für uns von großem Wert, um unsere Förderprogramme, Finanzierungsangebote und Netzwerke weiterhin aktiv zu verbessern und gezielt an ihre Bedürfnisse anzupassen. Wir setzen uns für ein optimales Gründungsklima ein, in dem alle Personen die besten Voraussetzungen finden, um ihre Visionen zu verwirklichen und erfolgreiche Unternehmen aufzubauen.

Dank der zahlreichen Unterstützungsmaßnahmen in Nordrhein-Westfalen können wir Gründerinnen und Gründern bereits heute ein stabiles Gründungsumfeld bieten. Die große Mehrheit der Startups bewertet das Ökosystem und die Angebote überdurchschnittlich positiv. Allen Gründerinnen und Gründern, die den Mut und die Entschlossenheit haben, ihre Ideen zu verwirklichen, wünsche ich viel Erfolg. Ihr Engagement und Ihre Innovationskraft sind ein Gewinn für unser Land, eine Inspiration für viele andere und ein motivierendes Beispiel für die Zukunftsfähigkeit Nordrhein-Westfalens.



Key Facts – NRW Startup Report 2024

s. 5



Methodik

s. 8 Konzeption und Schwerpunkte



NRW Startup Ökosystem

- s. 10 **3.1** Bewertung des Ökosystems
- s. 11 **3.2** Nutzung der Unterstützungsangebote
- s. 13 **3.3** Stimmen aus dem Startup Ökosystem NRW
- s. 14 **3.4** Herausforderungen der Startups

04

Marktzugang und Wachstum

- S. 16 **4.1** Marktverteilung
- S. 17 **4.2** Geplante Internationalisierung
- S. 18 **4.3** Geplante Kapitalaufnahme

05

Im Blitzlicht: Female Entrepreneurship

- S. 21 **5.1** Herausforderungen und Wünsche
- S. 22 **5.2** Unterschiede beim Gründungsmotiv
- S. 23 **5.3** Finanzierung
- S. 26 **5.4** Familie und Gründung

06

Hintergrund- informationen zu den Teilnehmenden

S. 29-33

Key Facts – NRW Startup Report 2024

01



NRW Startup Ökosystem

- 1** Das Land Nordrhein-Westfalen (NRW) fördert mit seinen Unterstützungsmaßnahmen erfolgreich Gründer:innen und bietet auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ein stabiles und positiv motiviertes Gründungsumfeld. 61 % der Startups bewerten das Ökosystem mit „sehr gut“ oder „gut“.
- 2** Das Gründungsstipendium.NRW ist besonders gefragt und wird fast uneingeschränkt weiterempfohlen (87 %).

Marktzugang und Wachstum

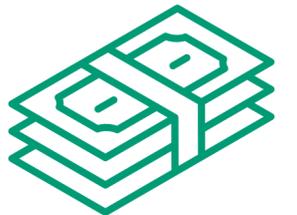


- 5** Geschäftsmodelle im B2B-Bereich sind weiterhin der fokussierte Absatzmarkt.

Insights: NRW-Startups

- 3** Vertrieb und Kundenakquise stellen in allen Gründungsphasen die größten Herausforderungen dar. An zweiter und dritter Stelle liegen Kapitalbeschaffung sowie Cashflow und Liquidität.
- 4** Ideen verwirklichen und selbstbestimmtes Arbeiten sind die am häufigsten genannten Gründungsmotive.

Finanzierung



- 6** In der Frühphase sind staatliche Fördermittel und Business Angels auch im Jahr 2024 die bevorzugten Finanzierungsquellen. In späteren Entwicklungsphasen gewinnt Venture Capital immer mehr an Bedeutung.

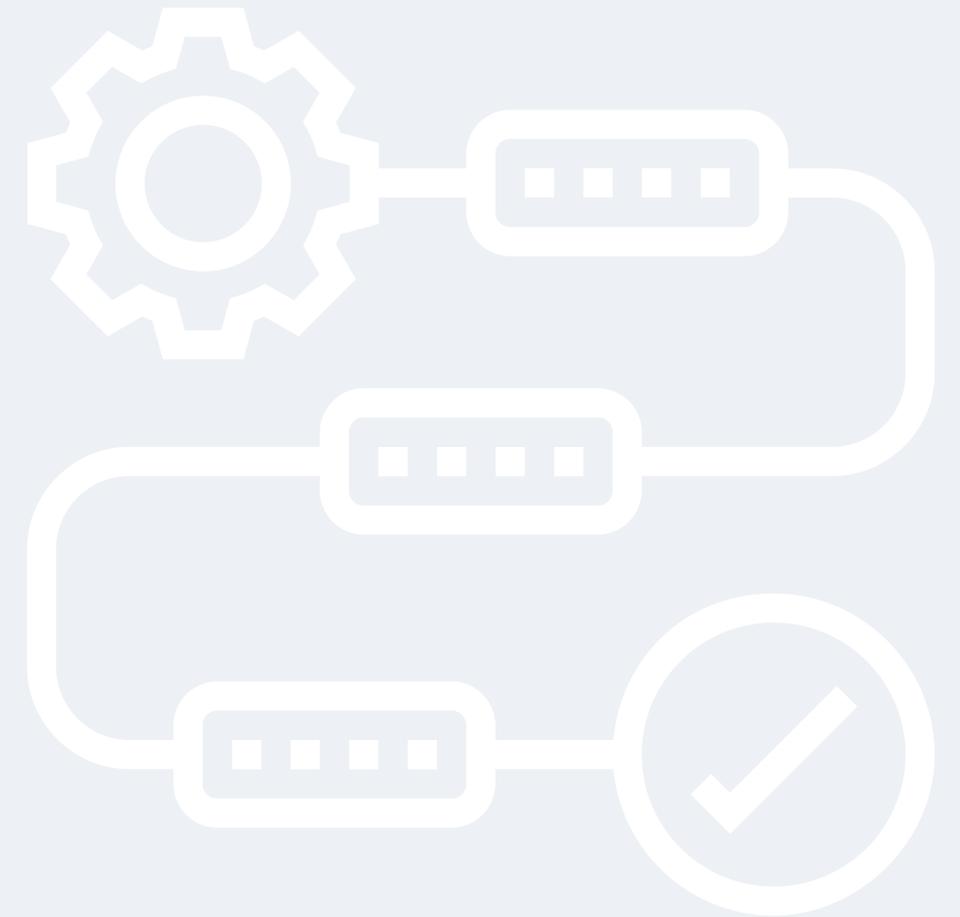
Female Entrepreneurship



- 7** Gründerinnen sehen sich bei der Beschaffung von Finanzierungen im Vergleich zu ihren männlichen Mitstreitern mit größeren Herausforderungen konfrontiert.
- 8** Im Vergleich zu ihren männlichen Mitstreitern haben Gründerinnen bei der Fremdkapitalaufnahme eine höhere Präferenz für Kapitalgeberinnen des eigenen Geschlechts. Als Begründung geben sie an, dass diese ihr Geschäftsmodell besser nachvollziehen können, was zu einer zusätzlichen Investitionsbereitschaft beitragen könnte.
- 9** Gründerinnen sehen die Vereinbarkeit von Familie und Gründung nach wie vor als ihre größte Herausforderung und wünschen sich dafür gezielte Unterstützungsangebote.
- 10** Gründerinnen nennen häufiger als Gründer eine bessere zeitliche Flexibilität und Frust im Angestelltenverhältnis als Gründungsmotiv.

Methodik

02



Der NRW Startup Report ist eine jährlich erscheinende Studie zum Startup Ökosystem in Nordrhein-Westfalen, die erstmals im Jahr 2023 vom Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWIKE) initiiert wurde. Die Erstellung und Durchführung der Studie erfolgt durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Auftrag und in enger Abstimmung mit dem MWIKE und basiert auf einer Befragung.

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

Konzeption und Schwerpunkte

Die Befragung zeigt einen Ausschnitt eines subjektiven Stimmungs- und Meinungsbildes des Startup Ökosystems in Nordrhein-Westfalen. Im April 2024 wurde über einen Zeitraum von knapp vier Wochen eine Online-Befragung durchgeführt, bei der insgesamt 182 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 Hauptsitz in Nordrhein-Westfalen (NRW) haben.

Für den diesjährigen Report wurde das Thema Female Entrepreneurship als Schwerpunktthema ausgewählt. Ziel hierbei war es, die besonderen Herausforderungen bei der Gründung, der Finanzierung, der Vereinbarkeit von Familie und Gründung sowie der Nutzung von Unterstützungsmaßnahmen genauer zu betrachten. Aus diesem Grund werden im Report nicht nur die Ergebnisse aller Startups abgebildet, sondern zusätzlich differenziertere Ergebnisse für männliche und weibliche Gründer:innen. 33 % der Befragten konnten als Female Entrepreneurs identifiziert werden, was über dem durchschnittlichen Anteil von Female Entrepreneurs bei Startup-Neugründungen in NRW liegt (vgl. NRW Startup Report 2024 – Eine datenbasierte Analyse des nordrhein-westfälischen Startup Ökosystems).

Da es sich bei dem diesjährigen Report bereits um die zweite Auflage handelt, wird es zu einigen der in diesem Report abgebildeten Daten und Grafiken ein Benchmarking mit den Ergebnissen des NRW Startup Reports aus dem Vorjahr geben. Die in dieser Studie befragten Personen waren entweder Gründer:innen oder leitende Angestellte von Startups. Um die Darstellung zu vereinfachen, werden in der Studie alle Befragten unter den Oberbegriffen Gründer und Gründerin zusammengefasst.

Neben den Einschätzungen der Gründer:innen ist auch eine regelmäßige Datenanalyse für die Entwicklungsmessung des NRW-Startup Ökosystems von herausragender Bedeutung. Da es sich bei Startups um eine besondere Form der Unternehmensgründung handelt, gibt es bislang keine amtliche Statistik, die das Gründungsgeschehen in Deutschland erfasst. Das MWIKE veröffentlicht daher jährlich einen weiteren NRW Startup Report unter www.wirtschaft.nrw/nrw-startup-reports. Dieser basiert auf einer quantitativen Erhebung bei der Handelsregisterauswertungen und weitere statistische Datenquellen herangezogen werden. Im Fokus stehen die Bereiche Gründungsintensität, geografische und demografische Verteilung, Finanzierung, Beschäftigungseffekte und globale Vernetzung.



NRW Startup Ökosystem

03



3.1. Bewertung des Ökosystems

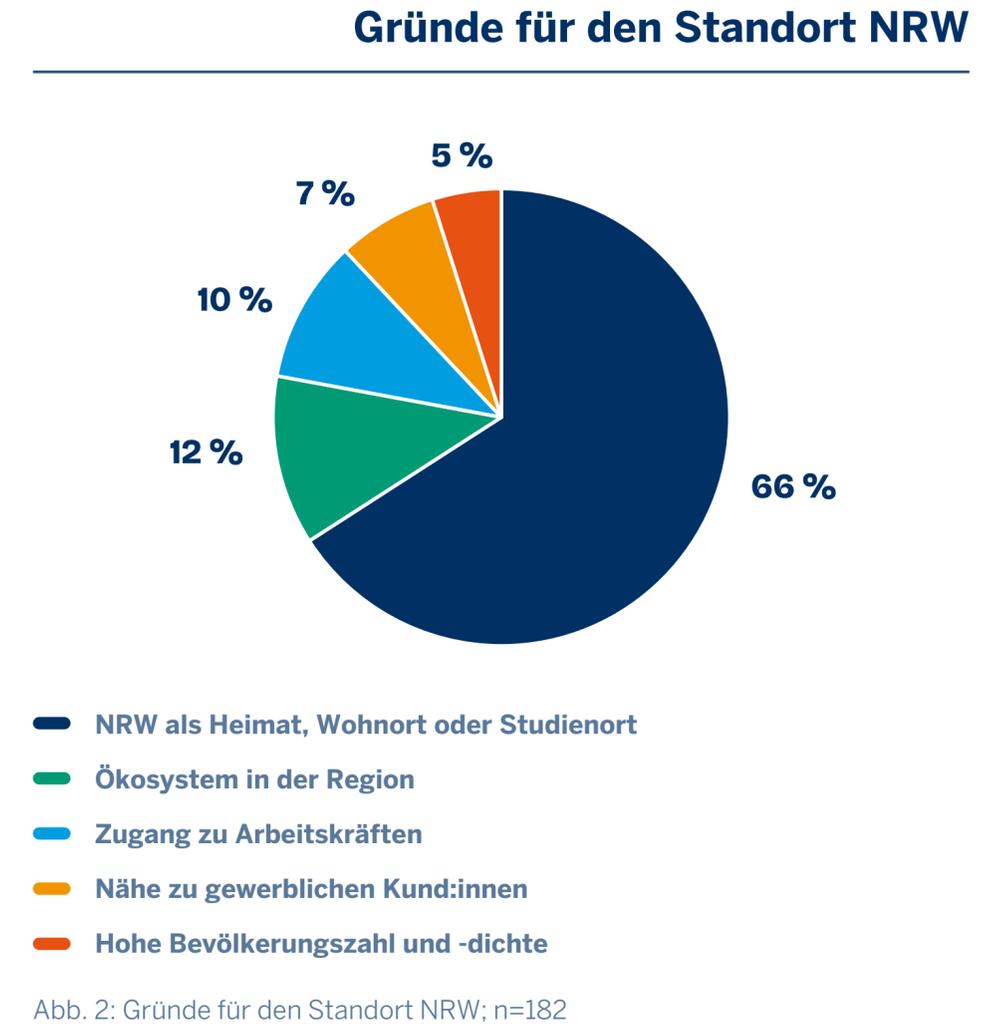
Die Mehrheit der Befragten nimmt das Startup Ökosystem NRW positiv wahr und bewertet es mit „sehr gut“ oder „gut“. Insbesondere die Vielzahl an guten Vernetzungs- und Fördermöglichkeiten wird von den Startups hervorgehoben. Dennoch sehen einige Startups Verbesserungspotenzial beim Abbau bürokratischer Hürden und sehen Städte wie Berlin, München und Paris als Startup-Metropolen weiter vorne, da dort ein leichter Zugang zu Kapital und eine etabliertere Gründungsmentalität vorherrschen würden.

„Es bewegt sich gerade sehr viel in die richtige Richtung.“
(Gründer, 36–40 Jahren)

„Dezentral mit vielen Hubs, gute Vernetzung und Kooperation.“
(Gründerin, 40+ Jahren)



Für die meisten der Befragten ist NRW ihre Heimat, ihr Wohnort oder ihr Studienort, weshalb sie sich für eine Gründung in NRW entschieden haben.



„Familiäre Atmosphäre unter Gründern, gegenseitige Unterstützungsbereitschaft.“
(Gründer, 36–40 Jahren)

3.2. Nutzung der Unterstützungsangebote

Das Land Nordrhein-Westfalen (NRW) fördert mit seinen Unterstützungsmaßnahmen erfolgreich Gründer:innen und bietet auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ein stabiles und positiv motiviertes Gründungsumfeld.

77 % der befragten Startups nutzen Förderangebote der Landes- oder Bundesregierung. Das am häufigsten genutzte Angebot mit 34 % ist das Gründungsstipendium.NRW. Es wird von knapp 90 % der Befragten uneingeschränkt weiterempfohlen. Als Verbesserung fordern die Stipendiat:innen unter anderem eine attraktivere Gestaltung des Förderangebots für Eltern und Mehrfachgründer:innen. Auch die DWRW-Hubs sowie die Inkubationsprogramme der Exzellenz Start-up Center werden von den Startups gerne genutzt und weiterempfohlen.

Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote



Alle in Anspruch genommenen Unterstützungsangebote haben eine sehr hohe Weiterempfehlungsquote von mindestens 80 %.

Abb. 3: Nutzung der Unterstützungsangebote; n=182



Graph: Prozentualer Anteil der von den befragten Startups genutzten Unterstützungsangeboten
Medaille: Uneingeschränkte Weiterempfehlungsrate

Abb. 4: Genutzte Unterstützungsmaßnahmen und Weiterempfehlungsrate; n=144

„Die bestehenden Angebote sind gut. Wichtig wäre, die Notwendigkeit von Innovationen durch junge Unternehmen bei den etablierten Unternehmen noch mehr in den Fokus zu setzen. Accelerator-Programme haben oft einen guten Draht zu Innovations-Bereichen in Corporates, diese Bereiche haben jedoch oft kein Standing in den Corporates. Spätestens im jeweils „zuständigen“ Fachbereich hat man oft keine Zeit für Innovationen und arbeitet weiter so, „wie man das schon immer getan hat.“

(Gründer, 31–35 Jahren)

„Nur mit funktionierendem Zugang zu potenziellen Kunden können Startups wachsen und gleichzeitig Unternehmen von Innovationen profitieren.“

(Gründer, 31–35 Jahren)

Hinsichtlich der Zusammensetzung des Netzwerks zeigt sich, dass die meisten Befragten eine geschlechtergemischte Zusammensetzung bevorzugen oder keine Präferenz haben. Die Befragung hat jedoch gezeigt, dass weibliche Befragte eher ein von Frauen dominiertes Netzwerk bevorzugen als männliche Befragte ein von Männern dominiertes Netzwerk.

Bevorzugte Netzwerkzusammensetzung

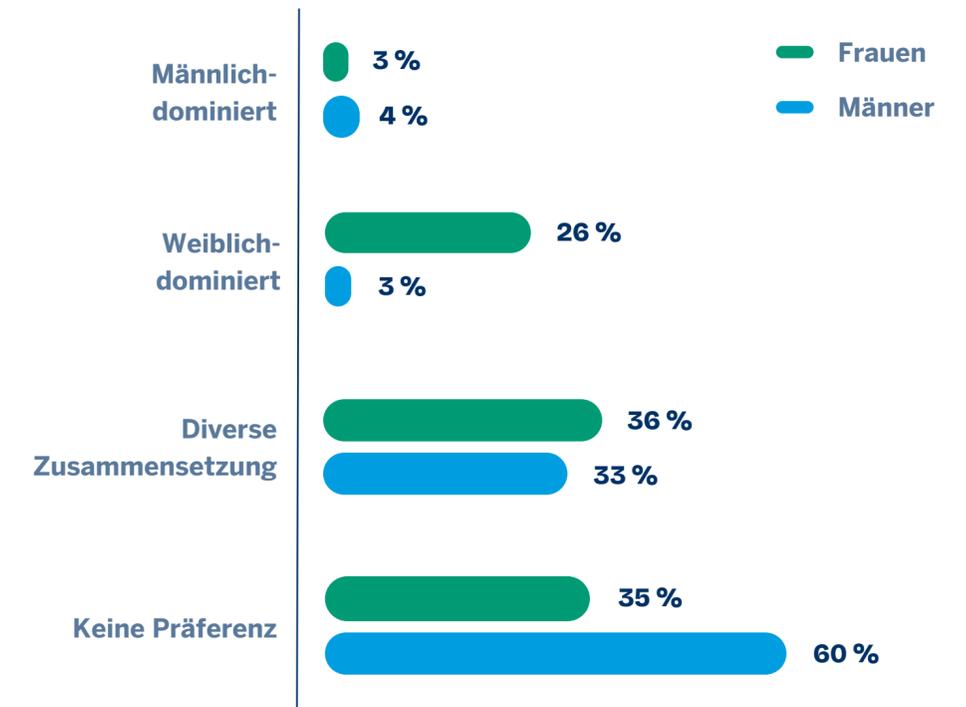


Abb. 5: Bevorzugte Netzwerkzusammensetzung; n=182



3.3. Stimmen aus dem Startup Ökosystem NRW

Den Befragten wurde die Möglichkeit gegeben, ihre Meinungen und Wünsche zu äußern, was im Folgenden als Stimmen aus dem Startup Ökosystem abgebildet wird.

„Viel Netzwerk, gute Anlaufstellen für Beratung, Co-Working.“

(Gründer, 31–35 Jahren)

„Viele Unterstützungsangebote, großartige Events für Gründungsteams, Kooperationen mit Teams.“

(Gründerin, 20–25 Jahren)

„Es gibt viele Accelerator-Programme, viele Meet-Ups, viel Austausch, eine rege Community.“

(Gründerin, 26–30 Jahren)

„Es gibt sehr viel Unterstützung. Das ist klasse! Eine Verbesserungsmöglichkeit wäre mehr Struktur oder größere Player. Als Gründer braucht man viel Zeit, um zu verstehen welche Unterstützung am relevantesten ist. Fühlt sich manchmal an wie ein Dschungel in dem mehr Übersichtlichkeit helfen würde!“

(Gründer, 31–35 Jahren)

„Alles in allem ist das Ökosystem sehr aktiv und es gibt viele Anlaufstellen. Zu “sehr gut” fehlt allerdings, dass es deutlich diverser sein könnte. Es ist immer noch ein sehr geringer Anteil an weiblichen Teams unterwegs bzw. die Sichtbarkeit wird noch zu wenig gefördert. Und es ist definitiv schwierig, an Funding zu kommen.“

(Gründerin, 26–30 Jahren)

„In NRW sind viele Startups, Acceleratoren und Investoren beheimatet. Für ein sehr gutes Ökosystem ist hingegen eine noch bessere Verschmelzung dieser Akteure nötig.“

(Gründer, 26–30 Jahren)

„Familiäre Atmosphäre unter Gründern, gegenseitige Unterstützungsbereitschaft.“

(Gründer, 36–40 Jahren)

3.4. Herausforderungen der Startups

Finding:

Vertrieb und Kundenakquise stellen in allen Gründungsphasen die größten Herausforderungen dar. An zweiter und dritter Stelle liegen Kapitalbeschaffung sowie Cashflow und Liquidität.

Über 70 % der Befragten haben Vertrieb und Kundengewinnung als Top-Herausforderungen angegeben. Weitere Herausforderungen sind Kapitalbeschaffung, Produktentwicklung sowie Cashflow und Liquidität. Knapp 20 % der Startups sind zudem auf Talentsuche und wünschen sich bessere Direktkontakte zur etablierten Industrie sowie einen stärkeren Fokus auf die Bereitstellung von Ressourcen zur Talentakquise.

„Vernetzung mit Kunden, anstatt Investoren.“

(Gründer, 26–30 Jahren)

Eine genauere Betrachtung der verschiedenen Entwicklungsphasen hat gezeigt, dass in der (Pre-)Seed Phase neben dem Vertrieb und der Kundenakquise auch die Produktentwicklung sowie die Kapitalbeschaffung große Herausforderungen darstellen. In der Startup Stage stellen die Kapitalbeschaffung sowie der Cashflow neben Vertrieb/Kundengewinnung die größten Herausforderungen dar. In der Growth Stage zeigt sich neben Vertrieb und Kundengewinnung, ein diverseres Bild bei den Herausforderungen, wobei die Kapitalbeschaffung, der Cashflow und das (internationale) Wachstum herausstechen.

Größte Herausforderungen der Startups

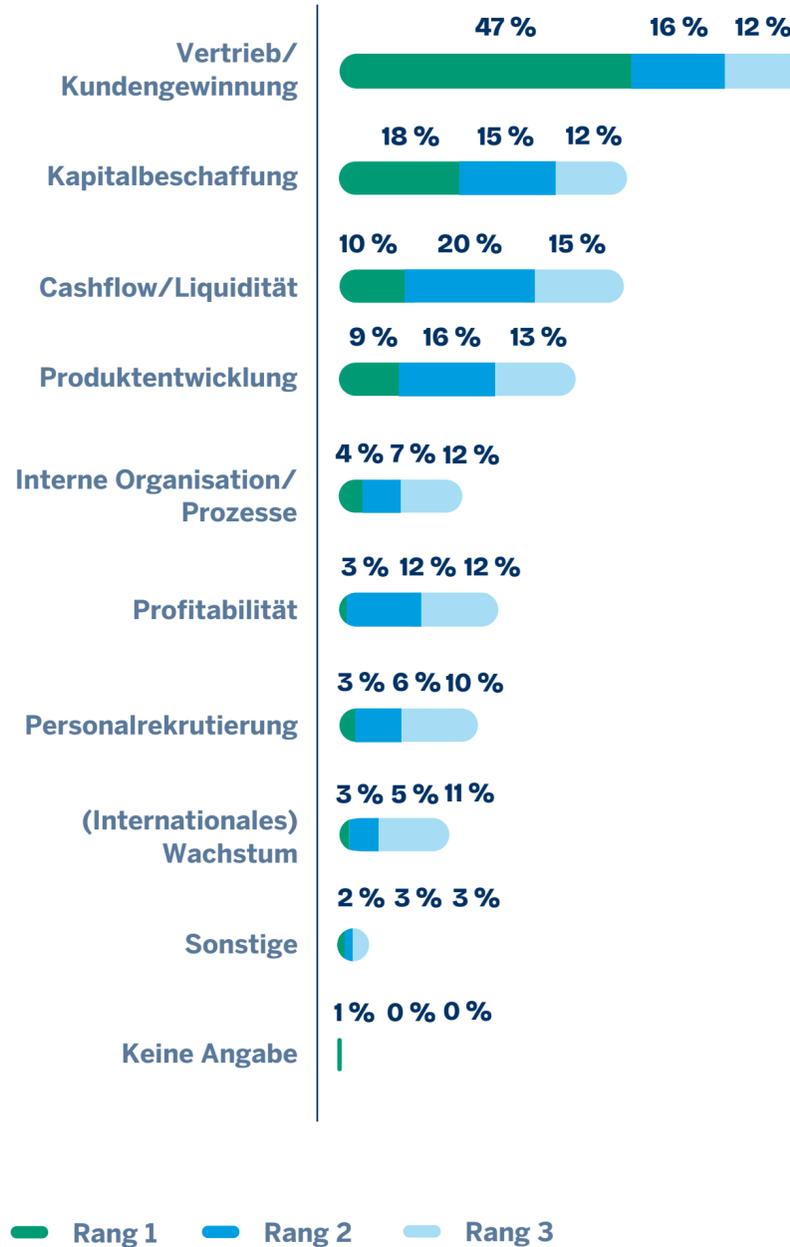


Abb. 6: Größte Herausforderungen der Startups; n=182



Marktzugang und Wachstum

04



Den größten Teil der Umsätze erzielen die befragten Startups im B2B-Bereich. Dies ist auf den Wirtschaftsstandort NRW zurückzuführen, der sich durch einen starken Mittelstand und viele etablierte Industrieunternehmen auszeichnet.

Absatzmärkte

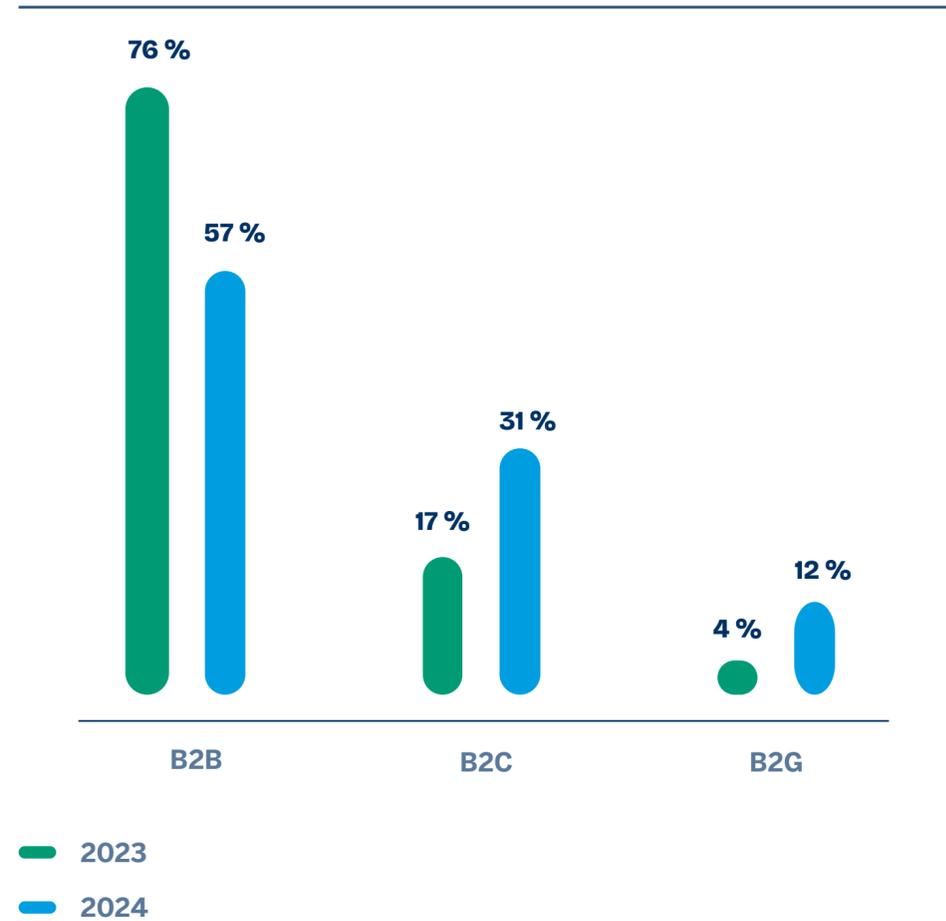


Abb. 7: Absatzmärkte; n=182

Aufgrund möglicher Mehrfachnennung und Nicht-Abbildung der Kategorien 'Sonstige' und 'Keine Angabe' ergeben die Werte nicht 100 %.

Finding:

Geschäftsmodelle im B2B-Bereich sind für die befragten Startups weiterhin der fokussierte Absatzmarkt.

4.1. Marktverteilung

Für die befragten Startups ist der deutsche Absatzmarkt der wichtigste und größte. In absteigender Reihenfolge folgen die Märkte, in denen die befragten Startups aus NRW den meisten Umsatz erwirtschaften: Nordamerika, Asien, Südamerika, Afrika, Australien und Ozeanien.

Umsatzmärkte weltweit

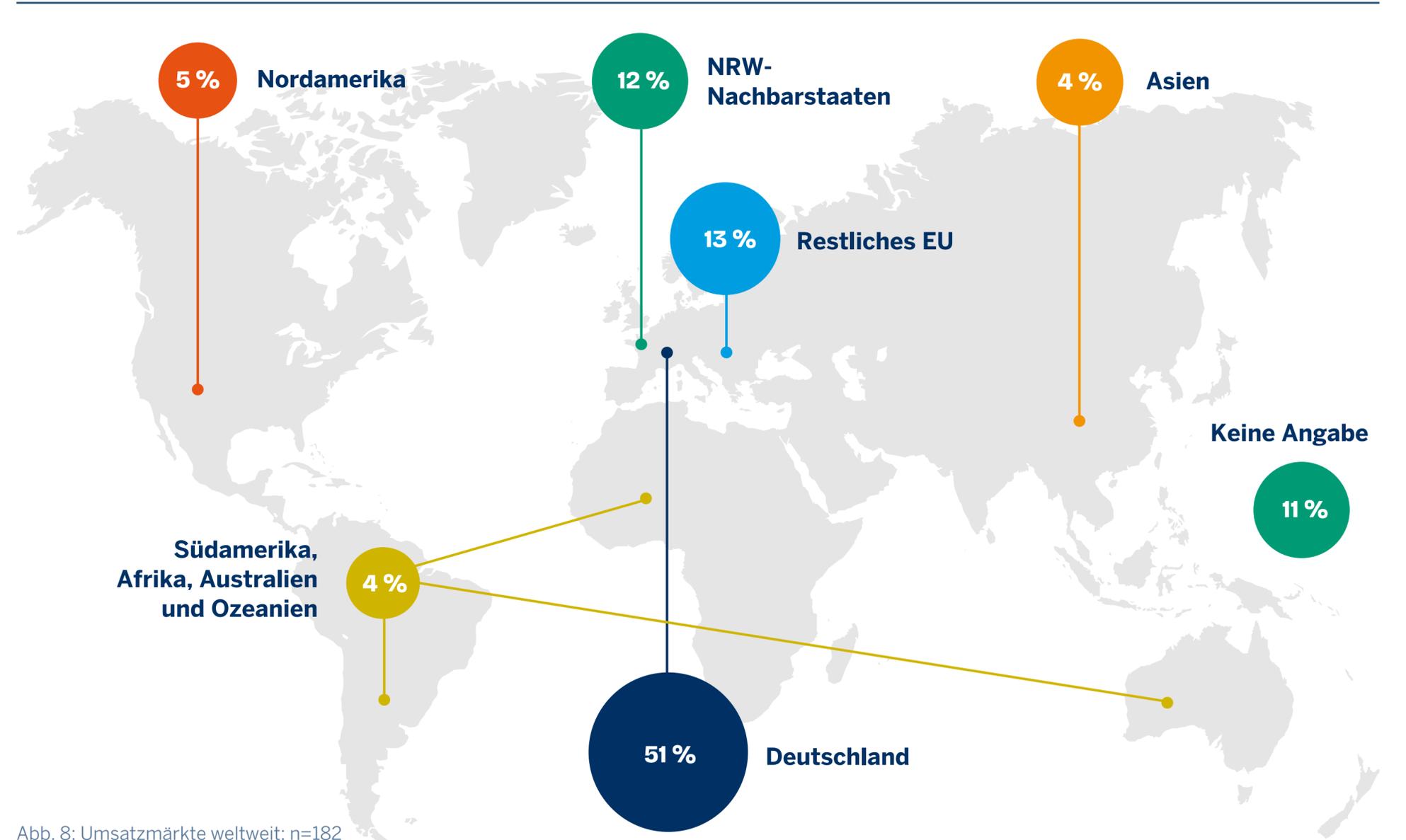


Abb. 8: Umsatzmärkte weltweit; n=182

4.2. Geplante Internationalisierung

Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich, dass die Internationalisierungstendenzen der befragten Startups leicht abgenommen haben. Nur noch knapp 70 % planen eine (weitere) Internationalisierung in den kommenden 12 Monaten (2023: 80 %).

Dies zeigt sich auch im Anteil der befragten Startups, die angegeben haben, keine Internationalisierung zu planen. Auffällig ist dabei, dass 37 % der Gründerinnen keine Internationalisierung planen, während es bei den Gründern nur 27 % sind.

Geplante Internationalisierung

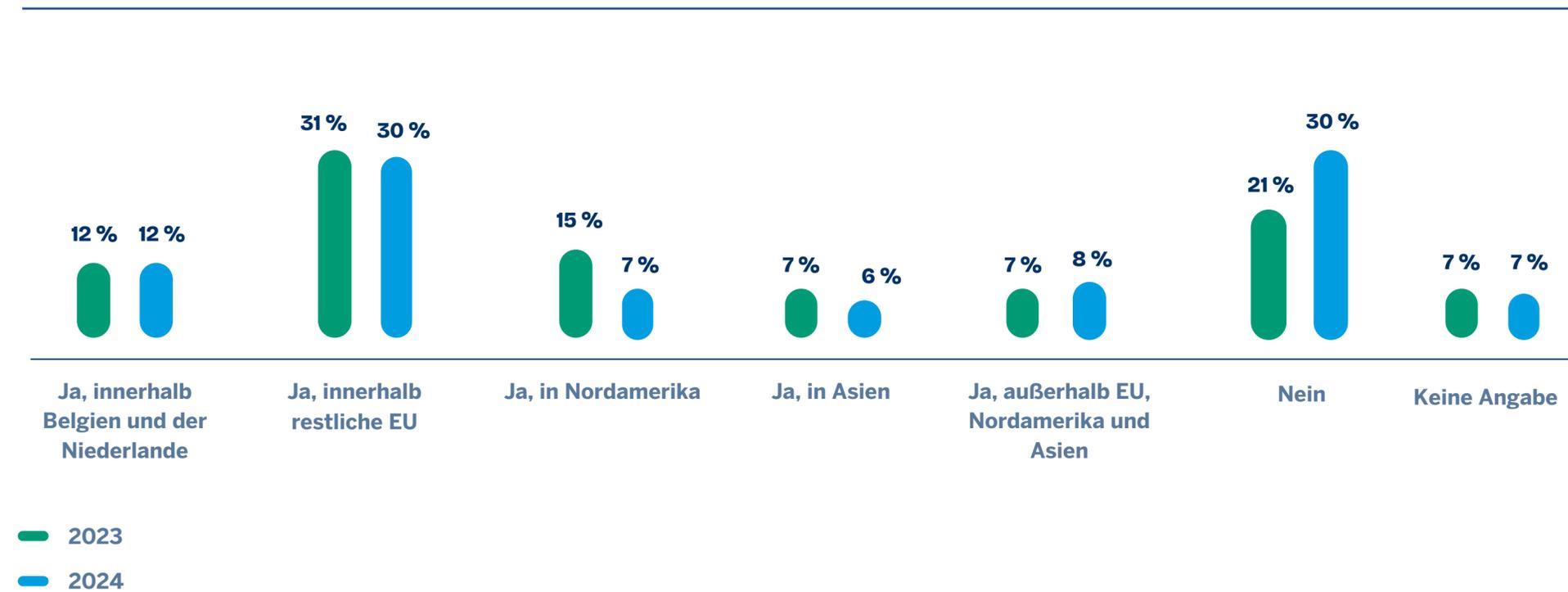
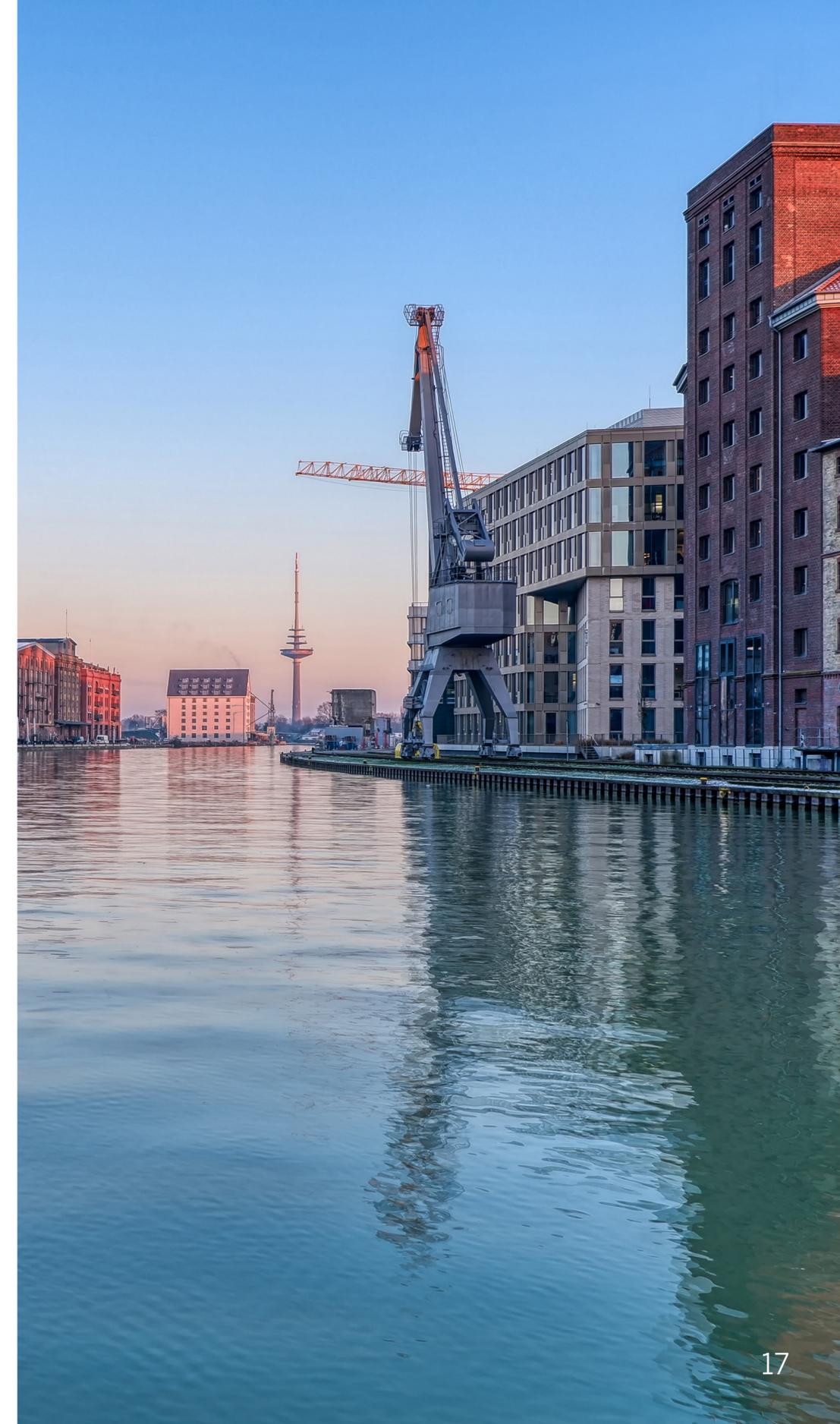


Abb. 9: Geplante Internationalisierung; n=182



4.3. Geplante Kapitalaufnahme

Die Mehrheit der befragten Startups plant, in den nächsten 12 Monaten entweder weniger als 500.000 € Kapital aufzunehmen oder möchte keine finanziellen Mittel aufnehmen. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich ein deutlicher Rückgang bei der geplanten Kapitalaufnahme im Bereich 500.000 € bis 2.000.000 € und ein Anstieg um knapp 10 % in der Kategorie 'keine geplante Kapitalaufnahme'.

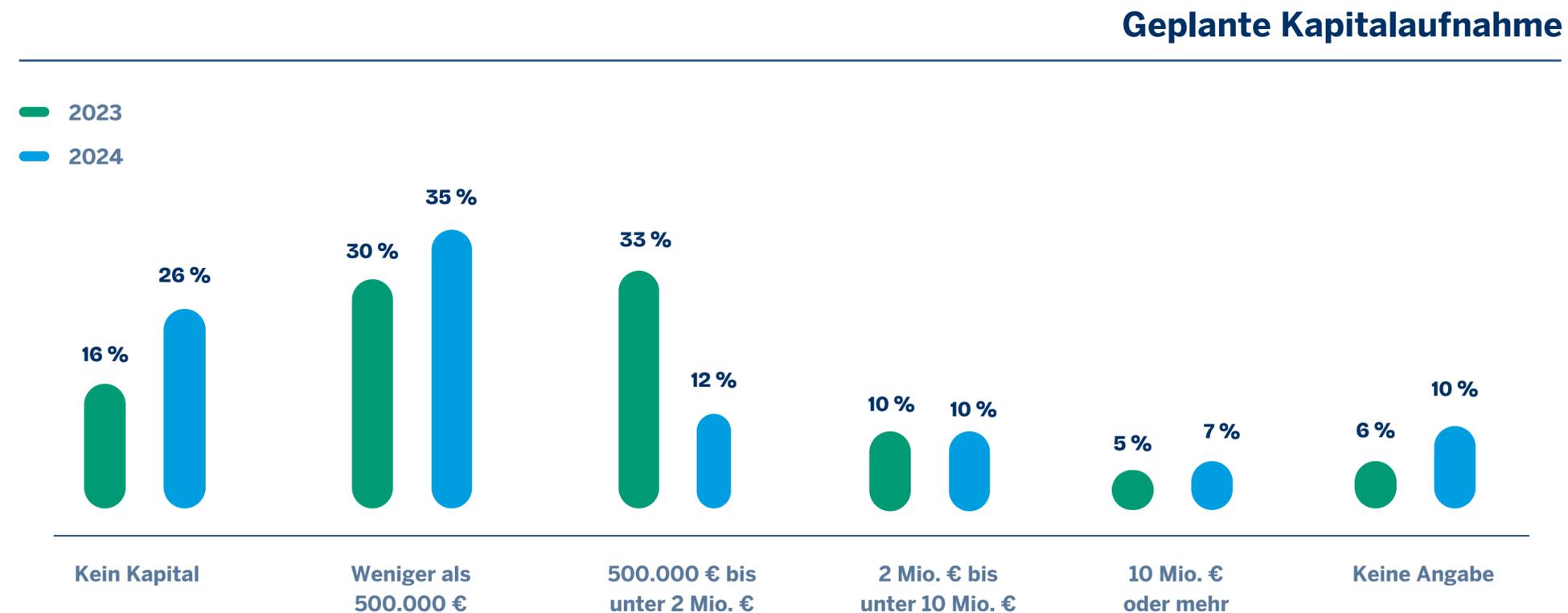


Abb. 10: Geplante Kapitalaufnahme; n=182

Finding:

Staatliche Fördermittel sind auch im Jahr 2024 die bevorzugte Finanzierungsquelle.

Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Gründungsphase

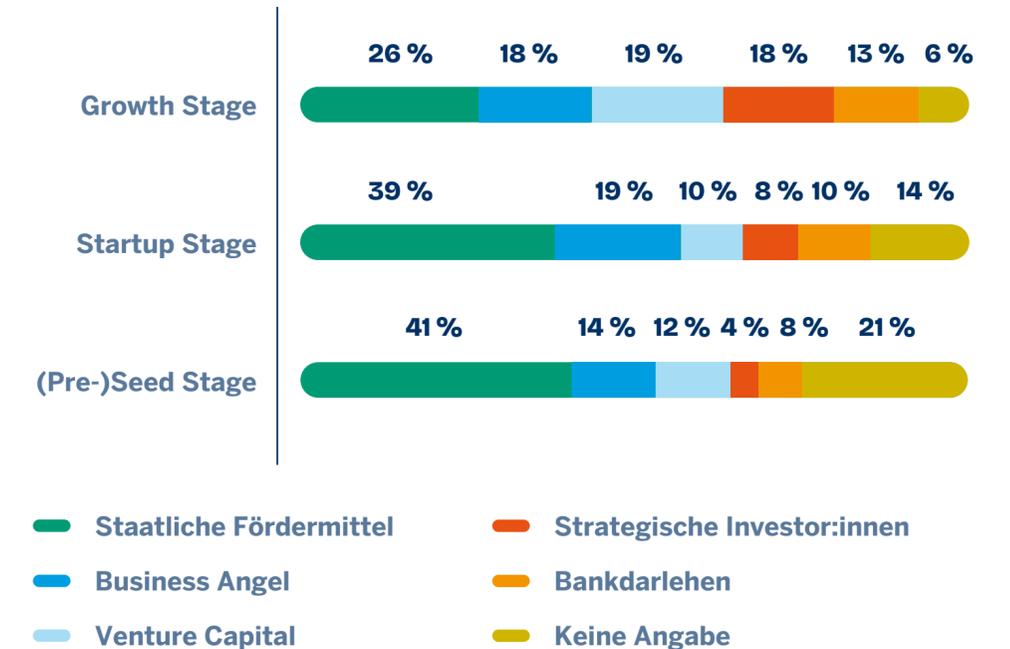


Abb. 11: Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Gründungsphase; Die Steady Stage und Later Stage werden aufgrund von kleinen Fallzahlen nicht dargestellt.; n=169

In der Frühphase bevorzugen Startups staatliche Fördermittel und Business Angels als Finanzierungsquellen. In späteren Phasen gewinnen Venture Capital und strategische Investor:innen immer mehr an Bedeutung.

Grußwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Nordrhein-Westfalen ist ein dynamisches Zentrum für Innovation und Unternehmertum. Unser Land steht an der Schwelle zu einer grünen industriellen Transformation. Während dieser Weg zur Klimaneutralität zahlreiche Chancen eröffnet, bringt er auch erhebliche Herausforderungen mit sich. Als historischer Industriestandort Deutschlands liegt es an uns, die Resilienz der deutschen Industrie zu stärken und durch gegenseitige Unterstützung sowie visionäre Lösungsansätze ein nachhaltiges gesellschaftliches und wirtschaftliches Wachstum zu sichern.

Nordrhein-Westfalen bietet hervorragende Voraussetzungen für technologische Fortschritte. Unsere exzellente Forschungsinfrastruktur, mit 70 Hochschulen und zahlreichen renommierten Forschungseinrichtungen, bietet die ideale Grundlage, um eine grüne industrielle Transformation durch Technologie voranzutreiben. Dennoch schaffen nur wenige F&E-Innovationen den Sprung in die Industrie. Doch genau diese Schnittstelle ist entscheidend.

Ein Beispiel für den erfolgreichen Übergang von Forschung zur Industrie ist die cylib GmbH, ein Batterierecycling-Unternehmen, das mein Team und ich vor zwei Jahren erfolgreich aus der Hochschule heraus gegründet haben. Unsere Forschung bildet hier das Rückgrat unserer Firmenidentität. Mit dem Ziel, eine zirkuläre Kreislaufwirtschaft durch nachhaltiges Batterierecycling aufzubauen, begann ich meine Forschung an der RWTH Aachen University und entwickelte das cylib-Batterierecycling-Verfahren über mehrere Jahre hinweg. Dank maßgeblicher Unterstützung von Investoren, der Industrie und des Landes – einschließlich des NRW-Innovationspreises – konnten wir frühzeitig Kapital einwerben und eine Pilotlinie in Aachen für nachhaltiges Batterierecycling aufbauen. Unsere jüngste Finanzierungsrunde im Jahr 2024 ist die größte, die es bisher im europäischen Batterierecycling gab. Sie ermöglicht es uns, unsere Technologie rasch in die Industrie zu bringen und starke industrielle Partner zu gewinnen.

Auf dem Weg zur industriellen Produktion stehen wir jedoch vor erheblichen Herausforderungen: Deep-Tech-Startups benötigen nicht nur maßgebliche finanzielle Ressourcen, starke kommerzielle Partnerschaften und politische Unterstützung, sondern auch die notwendige Infrastruktur. Dazu gehören der Zugang zu Fachkräften, die Beschleunigung von Planungs- und Genehmigungsverfahren und die Agilität bei der Umsetzung.

Besonders geehrt bin ich, im diesjährigen NRW Startup Report einen Beitrag leisten zu dürfen, der in diesem Jahr einen besonderen Fokus auf Female Entrepreneurship legt. Ich bin überzeugt davon, dass die Deep-Tech-Branche, aber auch die Industrie im Allgemeinen, mehr weibliche Stimmen braucht. Es ist unsere gesellschaftliche Verpflichtung, dafür zu kämpfen, dass mehr Frauen ihren Weg in die Werkstofftechnik, die Chemie, den Maschinenbau, aber auch in Venture Capital oder institutionelle Kapitalmärkte finden. Nordrhein-Westfalen lebt von seiner Diversität, und es ist von entscheidender Bedeutung, neue, agile Konzepte und innovative Lösungsansätze durch Chancengleichheit zu fördern. Wir müssen junge Unternehmerinnen, insbesondere im technischen Bereich, unterstützen, ihnen Raum für kreative Ideen geben und Vertrauen schenken. Nur so können wir unser Potenzial ausschöpfen und neue Wertschöpfungsketten entwickeln.

Nordrhein-Westfalen hat alle Voraussetzungen, um global führende Deep-Tech-Unternehmen hervorzubringen. Mit zunehmendem Mut zur Vision und der notwendigen politischen sowie finanziellen Unterstützung werden wir eine grüne industrielle Transformation durch Unternehmertum verwirklichen. Ich lade Sie ein, durch den diesjährigen NRW Startup Report neue Ideen und Lösungsansätze für eine nachhaltige Energiewende und die Stärkung unserer Industrie zu entwickeln. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, NRW als führenden Standort für Deep-Tech-Innovation zu etablieren.



Dr. -Ing. Lilian Schwich

Mitgründerin und Geschäftsführerin cylib GmbH

Im Blitzlicht: Female Entrepreneurship

05



Bei 33,5 % der befragten Personen handelte es sich um Gründerinnen. Ziel des Themenschwerpunkts ist es herauszufinden, mit welchen besonderen Herausforderungen sich Gründerinnen konfrontiert sehen. In der Befragung werden sie zu den Themen Kapitalbeschaffung, Fördermaßnahmen und Vereinbarkeit von Familie und Unternehmer:inntentum befragt. Darüber hinaus konnten sie weitere Bedürfnisse und Erwartungen übermitteln.

5.1. Herausforderungen und Wünsche

Der Vertrieb und die Kundenakquise stellen unabhängig vom Geschlecht die größte Herausforderung dar, gefolgt vom Hindernis der Kapitalbeschaffung.

Trotz ähnlicher Ergebnisse im Themenfeld Produktentwicklung scheinen finanzielle Themen wie Profitabilität, Cashflow und Liquidität für die befragten Gründerinnen häufiger eine Herausforderung darzustellen. Andere Themenbereiche, wie z. B. Personalrekrutierung und interne Organisation und Prozesse, werden jedoch als weniger herausfordernd angesehen. Dabei gilt es, die Unterschiede in den aus der Umfrage hervorgehenden unterschiedlich ausgeprägten Startup Phasen bei einer Deutung der Herausforderungen zu berücksichtigen. So sind die befragten Gründerinnen häufiger in der Startup und seltener in der Growth Stage als die befragten Gründer aktiv.

Dieses Ergebnis deckt sich auch mit den Ergebnissen aus anderen Studien (vgl. BMWK 2021, [Female Entrepreneurship: Herausforderungen und Chancen für Gründerinnen](#)), dass Gründerinnen vor größeren Herausforderungen bei der Kapitalbeschaffung stehen. Es lassen sich auch Unterschiede in der Wahl des Geschäftsmodells zwischen Gründerinnen und Gründern feststellen. Die befragten Männer verfolgen häufiger technologiebasierte Geschäftsmodelle wie beispielsweise Software as a Service (SaaS), während die Gründerinnen häufiger im Online-Handel und Verkauf und im Bereich der analogen Dienstleistungen gründen.

Größte Herausforderungen der Startups

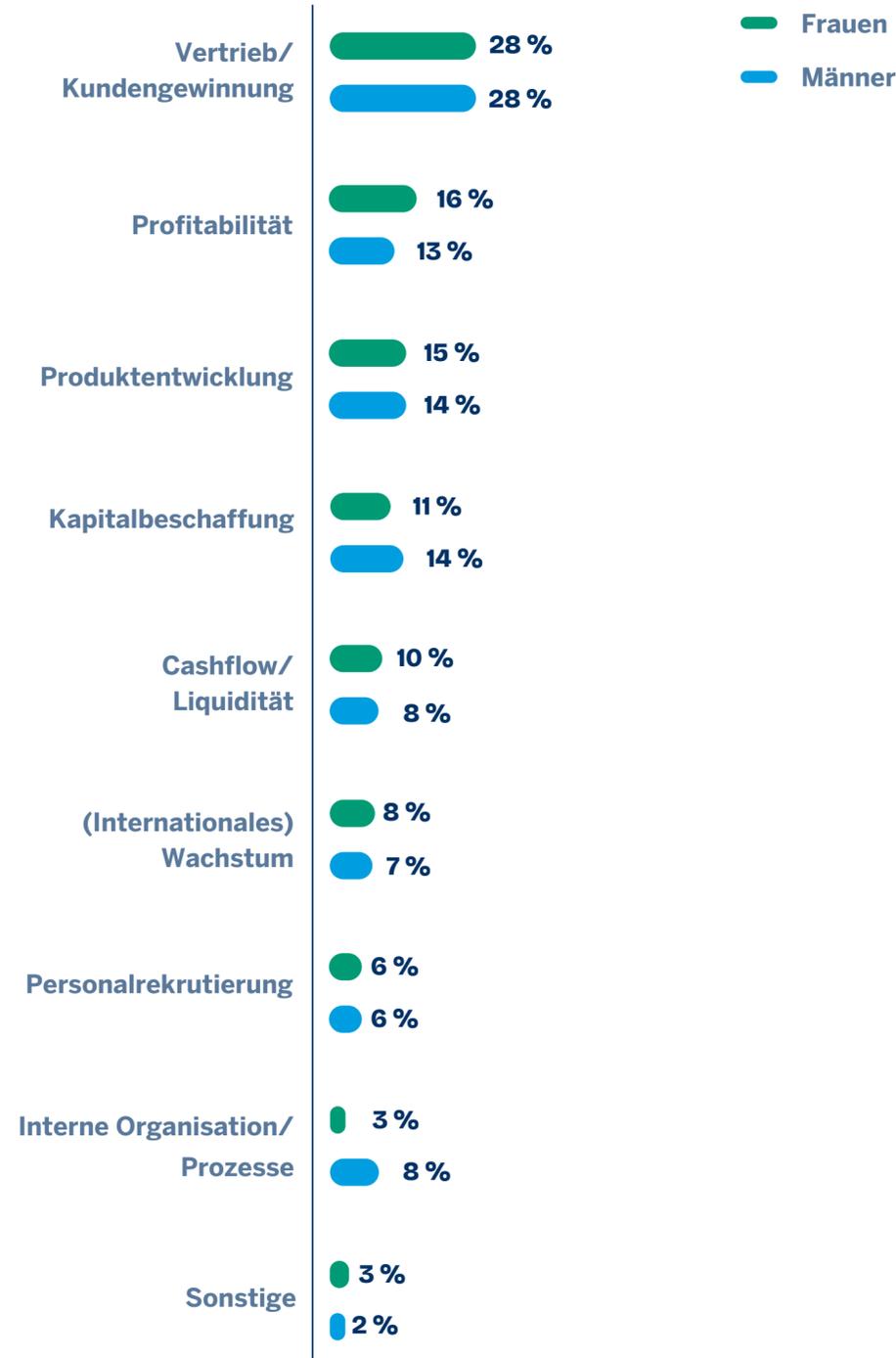


Abb. 12: Größte Herausforderungen der Startups; n=182

Geschäftsmodell

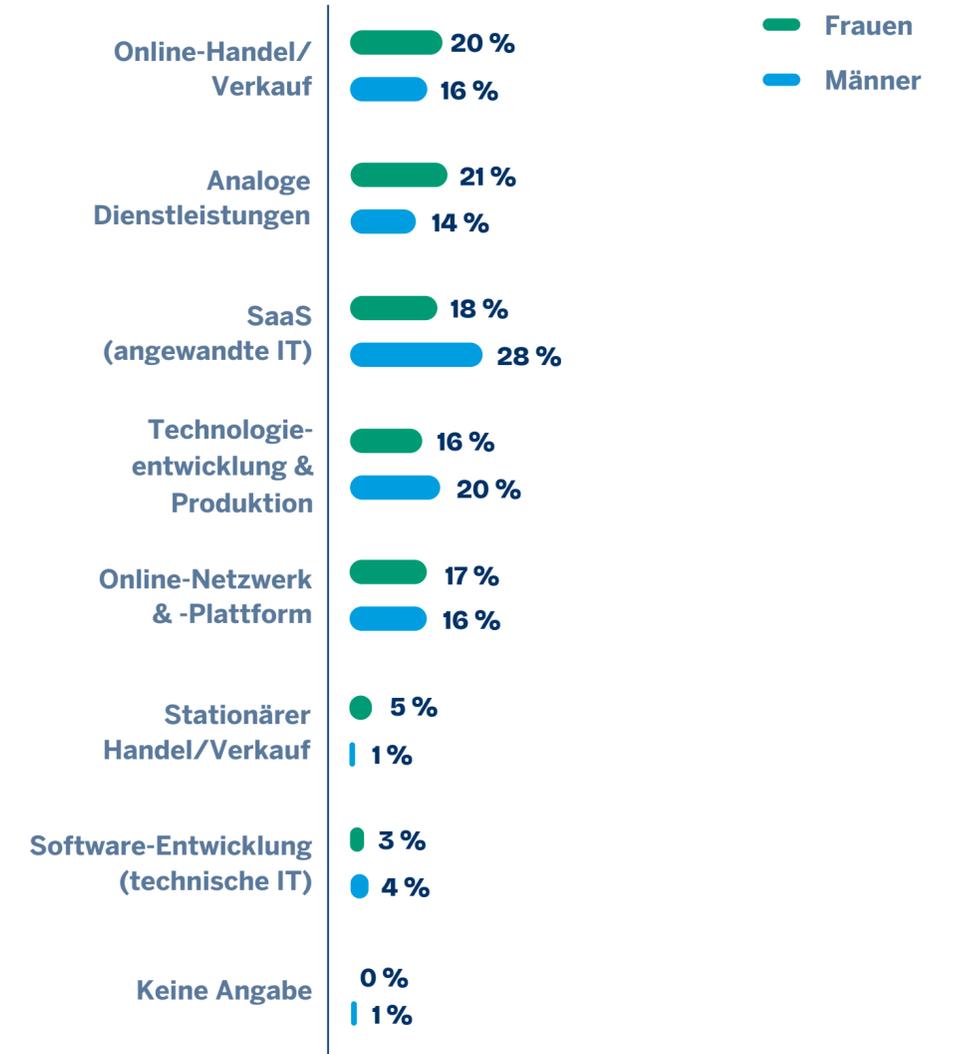


Abb. 13: Geschäftsmodell; n=182



Ein weiteres Ergebnis des NRW Startup Reports 2024 ist, dass die befragten Gründerinnen deutlich seltener Unterstützungsangebote in Anspruch genommen haben. Als Gründe hierfür geben sie an, dass entweder kein Bedarf besteht oder dass die Voraussetzungen zu zeitintensiv sind.

Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote

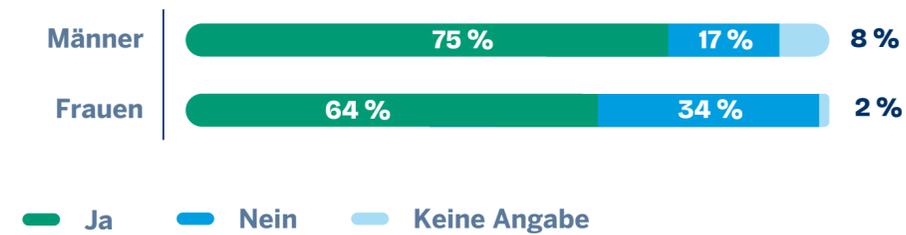


Abb. 14: Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote; n=182

5.2. Unterschiede beim Gründungsmotiv

Finding:

Gründerinnen nennen häufiger als Gründer eine bessere zeitliche Flexibilität und Frust im Angestelltenverhältnis als Gründungsmotiv.

Bei der Frage nach dem Gründungsmotiv geben die weiblichen Befragten an, dass sie ihre Ideen verwirklichen, selbstbestimmt, selbstverwirklichend und unabhängig arbeiten wollen sowie Frustration im Angestelltenverhältnis erlebt haben. Es lässt sich feststellen, dass die Gründungsmotive für Männer und Frauen sehr ähnlich gelagert sind.

Gründungsmotiv

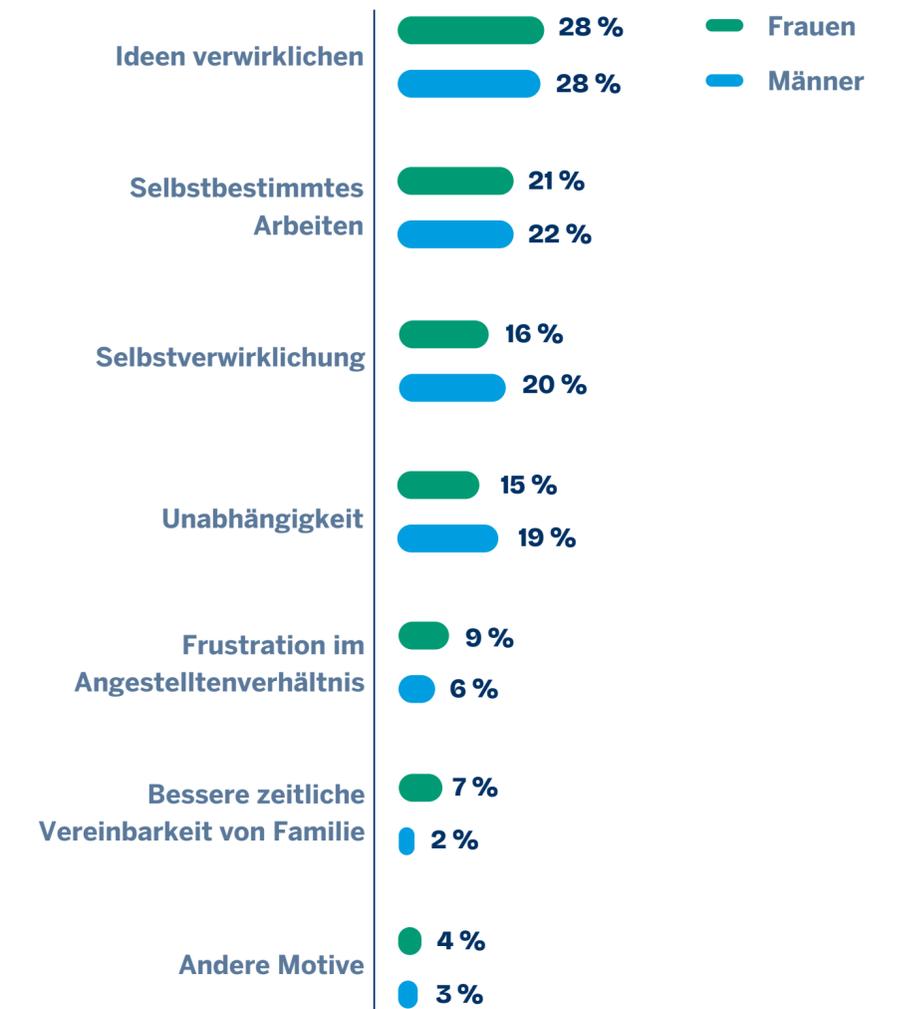


Abb. 15: Gründungsmotiv; n=176

„Es ist schwierig, ein passendes Produkt für uns zu finden beziehungsweise sich durch den Dschungel an Förderungen durchzuarbeiten.“

(Gründerin, 40+ Jahren)

Wichtigkeit der Gründungskompetenzen nach Geschlecht



- Gründer:innen, die sich für die Wichtigkeit dieser Gründungskompetenz ausgesprochen haben.
- Gründerinnen, die sich für die Wichtigkeit dieser Gründungskompetenz ausgesprochen haben.
- Gründer, die sich für die Wichtigkeit dieser Gründungskompetenz ausgesprochen haben.

Abb. 16: Wichtigkeit der Gründungskompetenzen nach Geschlecht; n=178
Mehrfachnennungen möglich.

Als wichtigste Gründungskompetenzen nennen die befragten Startups Kreativität (14 %), Selbstbewusstsein (10 %), eine zielorientierte Arbeitsweise (9 %) und Unabhängigkeit (6 %). Bei der Nennung der wichtigsten Gründungskompetenzen lassen sich jedoch Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern feststellen. So sehen Gründerinnen Fachkompetenz (12 %), Sozialkompetenz (11 %) und Kontaktfreudigkeit (10 %) als wichtige Gründungskompetenzen an, während Gründer sich mehr für Risikobereitschaft (10 %), Kooperation (8 %) und Unnachgiebigkeit (5 %) ausgesprochen haben.

5.3. Finanzierung

Bei den Fragen zum Kapital wurde zwischen Fremd- und Eigenkapital unterschieden. Die Mehrheit der teilnehmenden Startups haben im Zusammenhang mit Fremdkapital keine geschlechtsspezifische Benachteiligung erlebt. Nichtsdestotrotz muss als Ergebnis herausgestellt werden, dass 20 % der Gründerinnen angaben, dass sie bereits geschlechtsspezifische Benachteiligung bei der Fremdkapitalbeschaffung erlebten, während es bei den Männern lediglich 5 % waren.

Zudem gaben mehr Gründerinnen an, dass ihnen bei der potenziellen Fremdkapitalaufnahme Fragen zu Diversitätsaspekten gestellt wurden. Ein ähnliches Bild zeichnet sich zu dem Thema Eigenkapitalbeschaffung ab. Die Mehrheit der befragten Startups gibt an, keine negativen Erfahrungen aufgrund ihres Geschlechts gemacht zu haben. Dennoch geben knapp 25 % der befragten Startups an, dass ihnen bei der Kapitalbeschaffung bereits Fragen zu Diversitätsaspekten gestellt wurden.

Frage nach Diversitätsaspekten

Fremdkapital

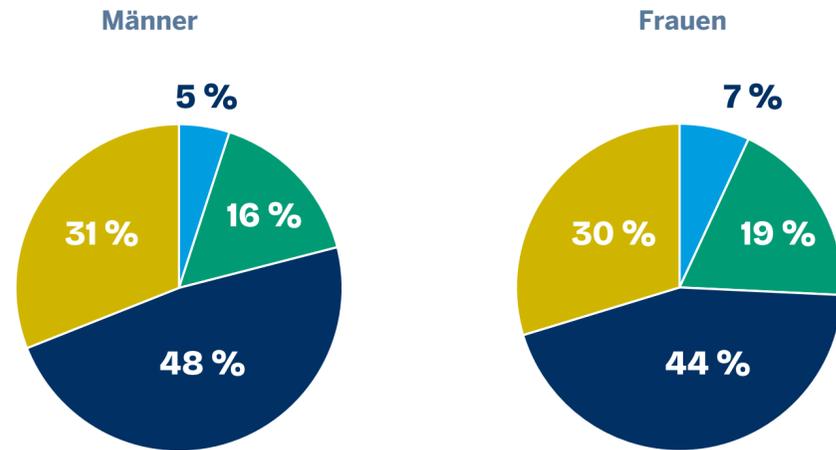
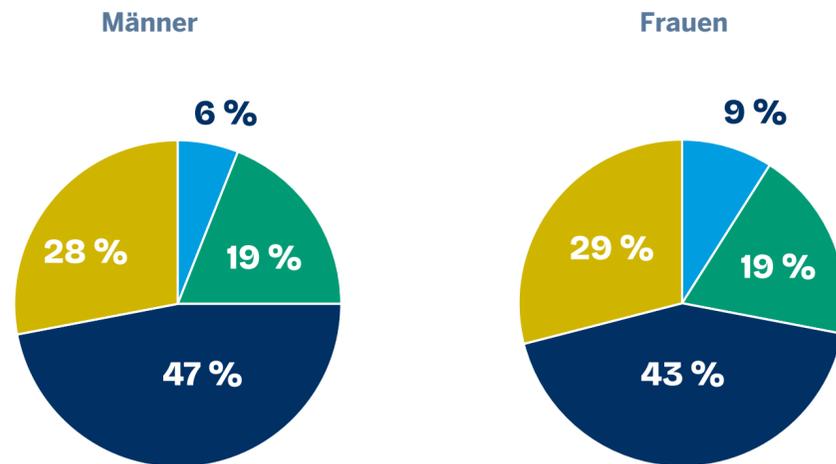


Abb. 17 (1): Frage nach Diversitätsaspekten; n=179

Eigenkapital



- Keine Angabe
- Nein
- Ja, nach verschiedenen Diversitätsaspekten im Startup
- Ja, ausschließlich nach der Geschlechterverteilung bei den Schlüsselpositionen im Startup

Abb. 17 (2): Frage nach Diversitätsaspekten; n=175

Es zeigt sich, dass Gründerinnen bei der Fremdkapitalaufnahme eine Investorin bevorzugen.

Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Fremdkapital

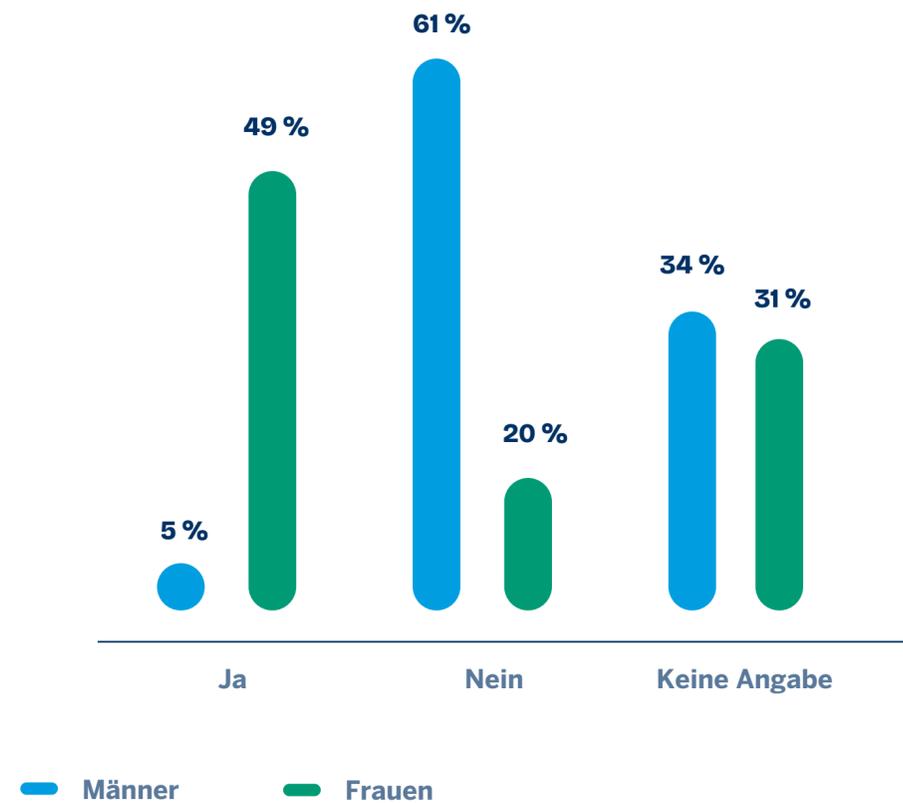


Abb. 18: Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Fremdkapital; n=182

60 % der befragten Gründer geben an, dass ihnen das Geschlecht des Investors/der Investorin nicht wichtig sei. Dennoch geben 49 % der Gründerinnen an, dass sie eine Kapitalgeberin präferieren würden.

Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Eigenkapital

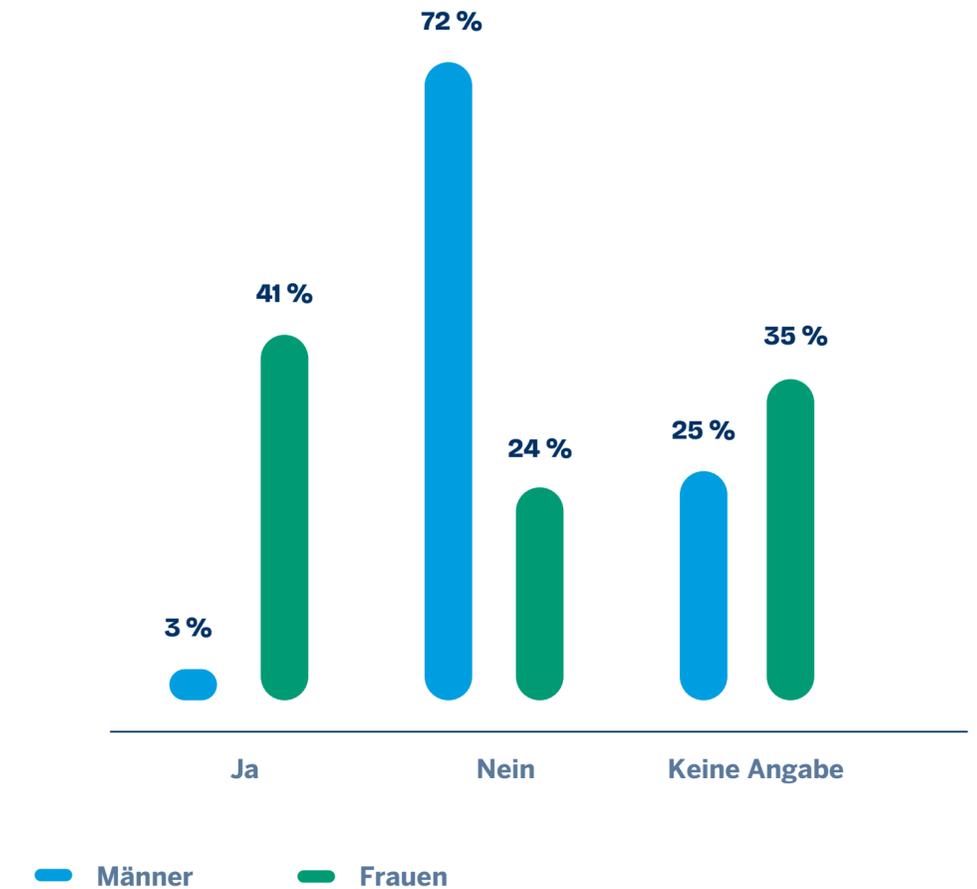


Abb. 19: Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Eigenkapital; n=182

Ähnlich wie bei der Beschaffung von Fremdkapital bevorzugen Gründerinnen auch bei der Beschaffung von Eigenkapital Investorinnen. Nichtsdestotrotz ist nicht nur die deutsche VC-Szene sehr stark männlich geprägt. Laut der Analyse von der [KfW Bankengruppe \(2022\)](#) beträgt der Frauenanteil auf der Entscheidungsebene in den deutschen VC-Firmen weniger als 10 %.

Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Fremdkapital

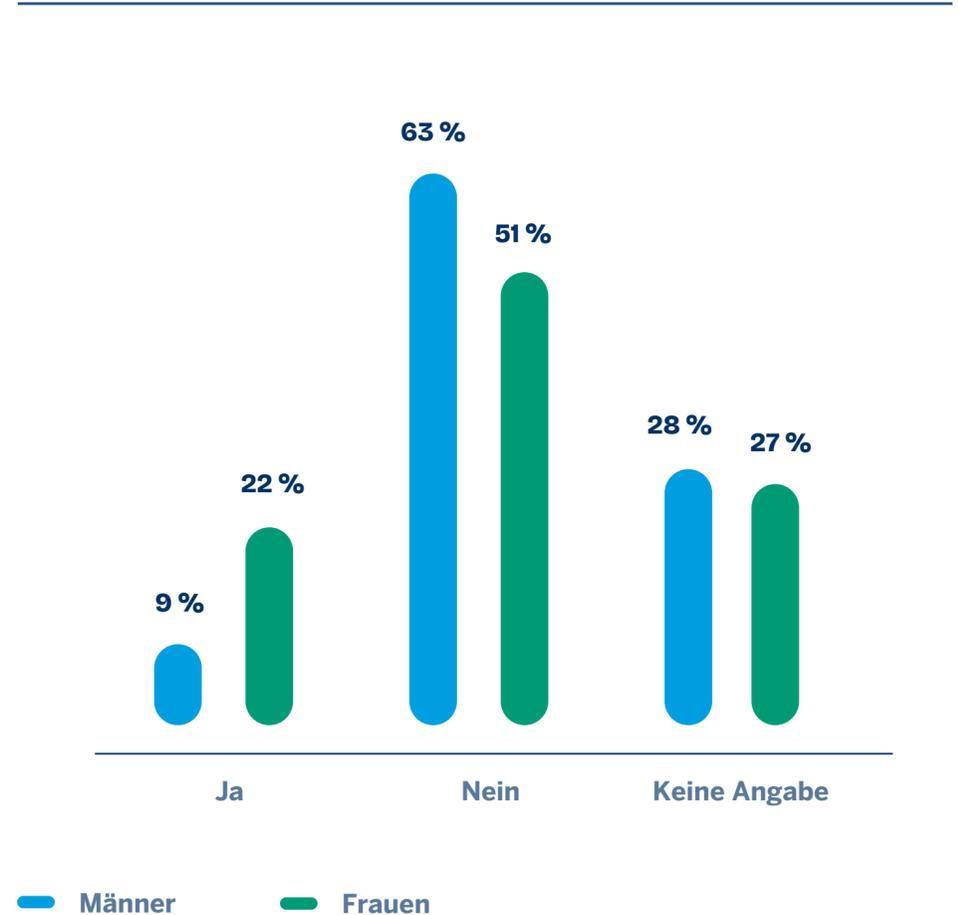


Abb. 20: Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Fremdkapital; n=178

Finding:

Im Vergleich zu ihren männlichen Mitstreitern haben Female Entrepreneurs bei der Fremdkapitalaufnahme eine höhere Präferenz für Kapitalgeberinnen. Als Begründung geben sie an, dass diese ihr Geschäftsmodell besser nachvollziehen können, was zu einer zusätzlichen Investitionsbereitschaft beitragen könnte.

Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Eigenkapital

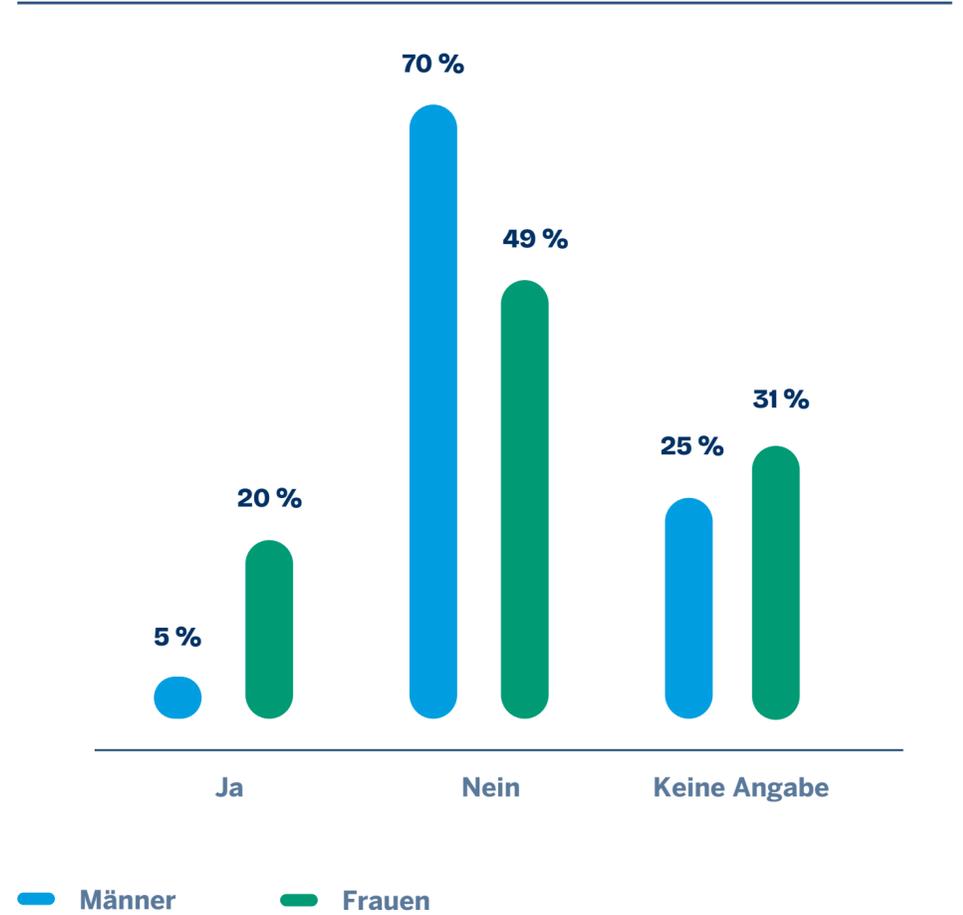


Abb. 21: Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Eigenkapital; n=182

Besseres Verständnis des Geschäftsmodells durch Investor:innen des eigenen Geschlechts

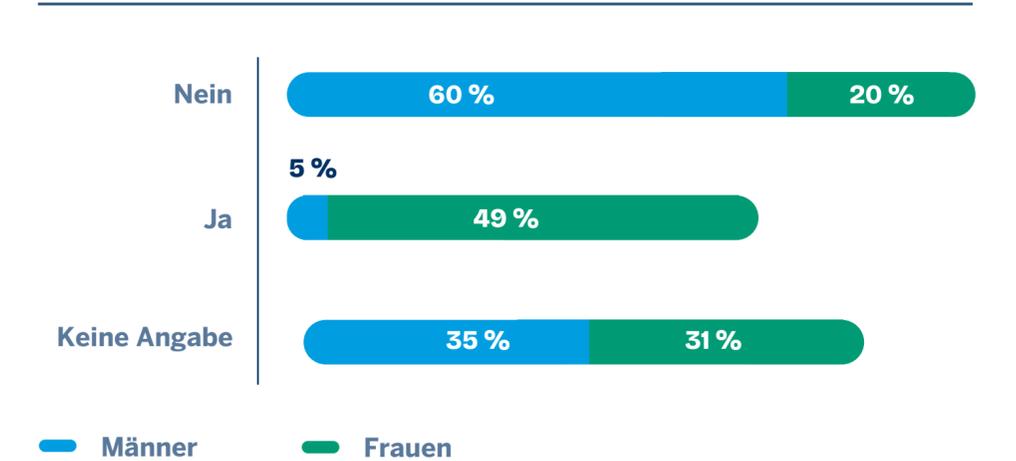


Abb. 22: Besseres Verständnis des Geschäftsmodells durch Investoren des eigenen Geschlechts; n= 176

Finding:

Gründerinnen sehen sich bei der Beschaffung von Finanzierungen im Vergleich zu ihren männlichen Mitstreitern mit größeren Herausforderungen konfrontiert.

„Alles in allem ist das Ökosystem sehr aktiv und es gibt viele Anlaufstellen. Zu „sehr gut“ fehlt allerdings, dass es deutlich diverser sein könnte. Es ist immer noch ein sehr geringer Anteil an weiblichen Teams unterwegs bzw. die Sichtbarkeit wird noch zu wenig gefördert. Und es ist definitiv schwierig an Funding zu kommen.“

(Gründerin, 26–30 Jahren)

Bei den bevorzugten Finanzierungsquellen zeigt sich, dass sowohl Männer als auch Frauen am liebsten staatliche Fördermittel nutzen. Gründerinnen bevorzugen diese sogar etwas stärker, während männliche Gründer ihre Finanzierung eher über Venture Capital beziehen möchten.

Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Geschlecht

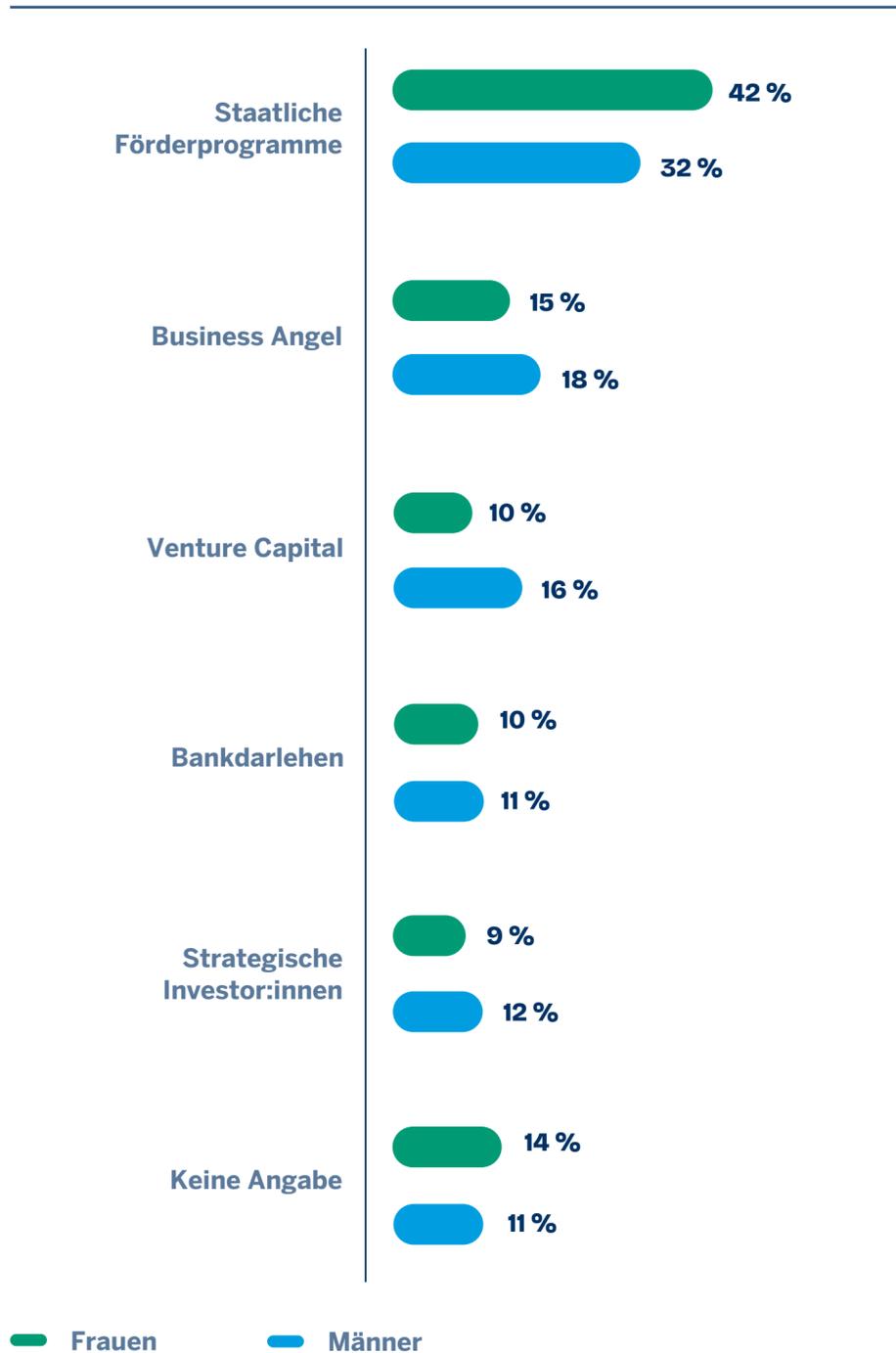


Abb. 23: Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Geschlecht; n=182

5.4. Familie und Gründung

Finding:

Frauen sehen die Vereinbarkeit von Familie und Gründung immer noch als eine ihrer größten Herausforderungen und wünschen sich dafür gezielte Unterstützungsangebote.

Die Antwortverteilung auf die Frage, ob die befragten Gründer:innen Kinder haben, ist relativ ausgeglichen – etwa ein Drittel hat Kinder.

Haben die Befragten bereits Kinder?

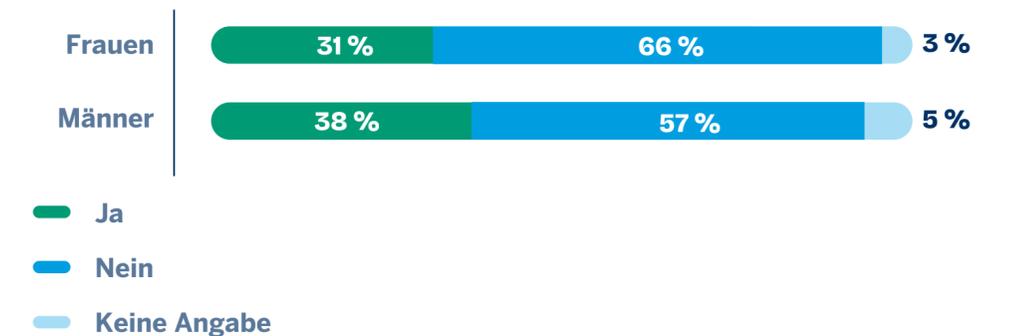


Abb. 24: Haben die Befragten bereits Kinder?; n=182

Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei der Familienplanung: Während etwa die Hälfte der Befragten plant, später eine Familie zu gründen, sind es bei den Gründerinnen etwas weniger.

Planen die Befragten, eine Familie zu gründen?

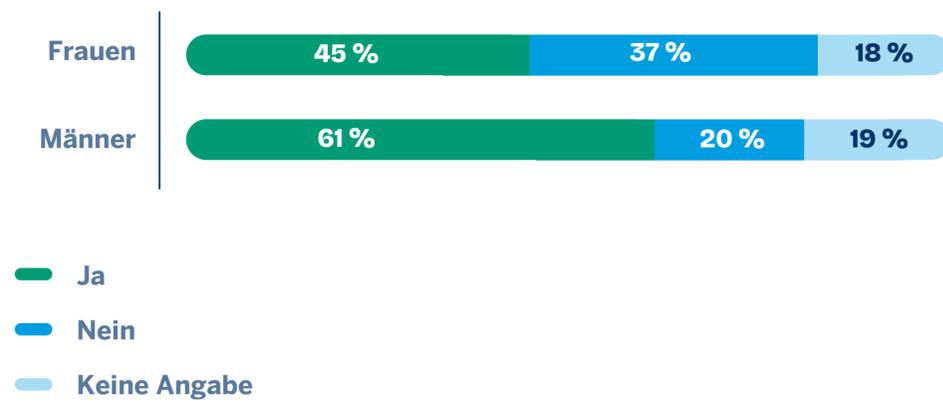


Abb. 25: Planen die Befragten, eine Familie zu gründen?; n=108

Auf die Frage, ob sich Unternehmer:innentum und Familie besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf, lehnen mehr Gründerinnen diese Aussage entschieden ab. Insgesamt stimmen zwei Drittel der Männer der Aussage „überhaupt nicht zu“ oder „nicht zu“.

Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf

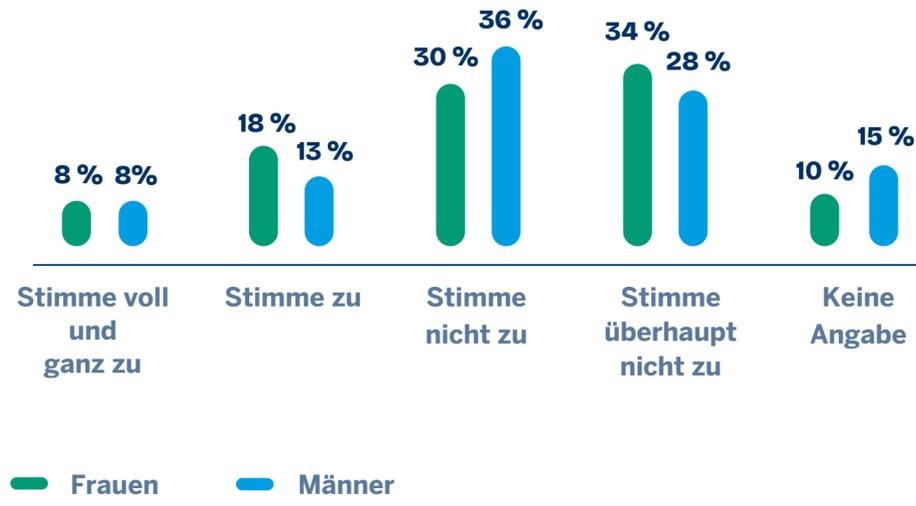


Abb. 26: Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf; n=182

Bei einer Filterung der Antwortgebenden auf Mütter und Väter wird diese Aussage tendenziell auch bestätigt. Allerdings ist hierbei auffällig, dass die Mütter der Aussage tendenziell eher zustimmen im Verhältnis zu den befragten Vätern.

Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf (Mütter und Väter)

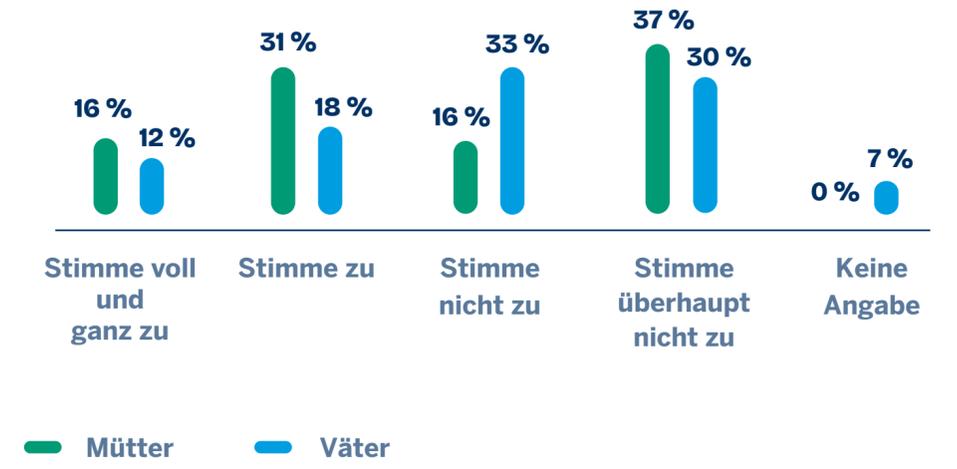


Abb. 27: Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf (Mütter und Väter); n=74





Die folgenden Zitate verdeutlichen, dass viele Eltern auf der Suche nach familienfreundlichen Unterstützungsangeboten sind.

„Mehr Kinderbetreuungsangebote und ein Wandel der gesellschaftlichen Wahrnehmung von arbeitenden Müttern. Hier sollte Deutschland sich ein Vorbild an Frankreich nehmen.“

(Gründerin, 36–40 Jahre)

„Personen, die in der Wirtschaft arbeiten und Forschungsanträge schreiben, besser unterstützen. Veranstaltungen für Startups nicht unter der Woche um 15 Uhr, sondern abends oder am Wochenende.“

(Gründer, 36–40 Jahre)

„Kinderbetreuung, Input von Rolemodels und Best Practices. Kinder werden einfach nicht mitgedacht, weil sie für männliche Gründer oftmals keine Rolle spielen und Gründer:innen häufig vor der Familienplanung stehen.“

(Gründerin, 31–35 Jahre)

„Längere Elternzeiten für das Familienmitglied, das nicht gegründet hat oder ein finanzieller Zuschuss für Familien in der Existenzgründung.“

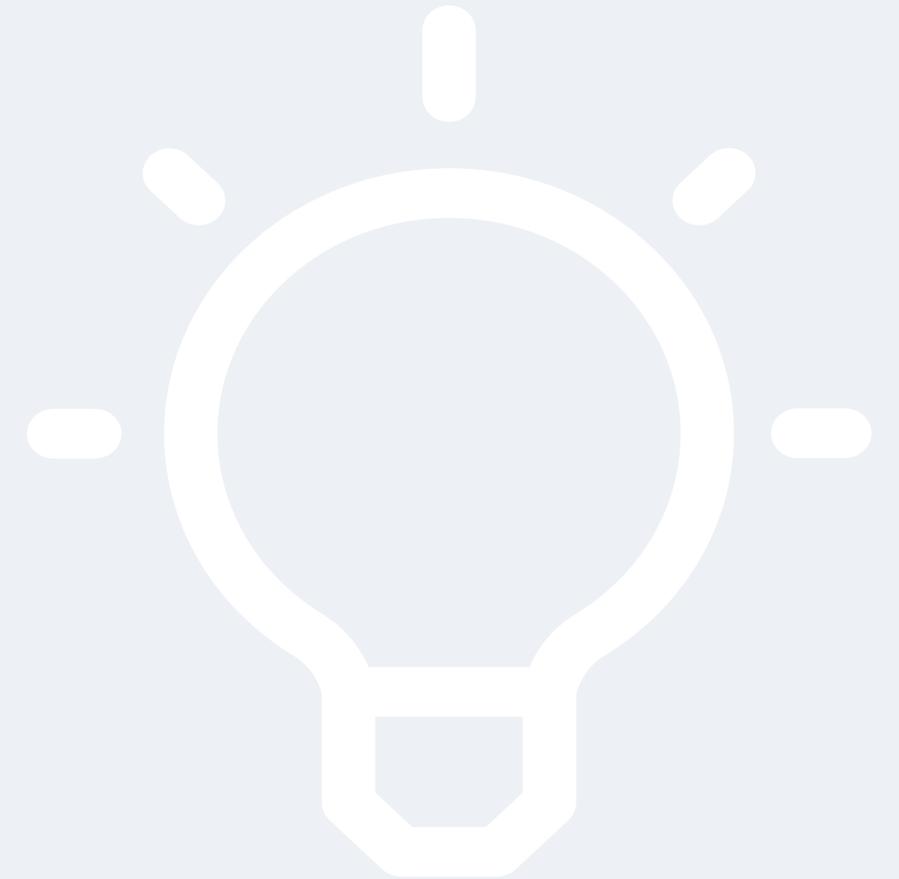
(Gründer, 36–40 Jahre)

„Besseres Betreuungsangebot! Austausch von Gründern mit Kindern/Networking mit Kindern.“

(Gründerin, 31–35 Jahre)

Hintergrund- informationen zu den Teilnehmenden

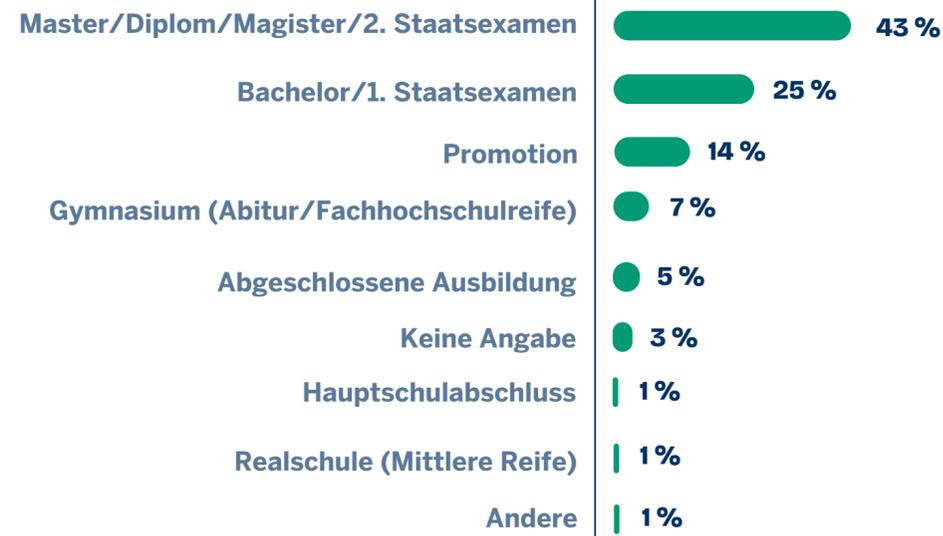
06



Um die Ergebnisse aus der Befragung gezielt einordnen zu können, werden in diesem Kapitel grundlegende Informationen, Einstellungen und Merkmale über die befragten Personengruppen zusammengefasst.

Wie bereits im Vorjahr haben mehr männliche als weibliche Personen an der Befragung teilgenommen. Insgesamt ist der Anteil der weiblichen Teilnehmenden aber gestiegen. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Anteil um etwa 5 % erhöht, sodass nun insgesamt 34 % Frauen an der Befragung teilgenommen haben.

Bildungsabschluss



Die Zusammensetzung der Teilnehmenden an der diesjährigen Befragung variiert auch hinsichtlich der Altersgruppen und Bildungsabschlüsse. Die am stärksten vertretenen Alterskategorien waren die über 40-jährigen mit 26 % sowie die Altersgruppen 26-30 und 31-35 Jahre mit jeweils etwa 24 %. Die Gruppen 36-40 und unter 25 Jahren waren weniger stark vertreten. Die meisten Teilnehmenden besitzen einen Masterabschluss oder vergleichbaren höheren Abschluss, zumindest jedoch einen Bachelorabschluss und haben in NRW studiert, insbesondere in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften oder Ingenieurwesen.

Abb. 28: Bildungsabschluss; n=182

Alter zum Zeitpunkt der Befragung

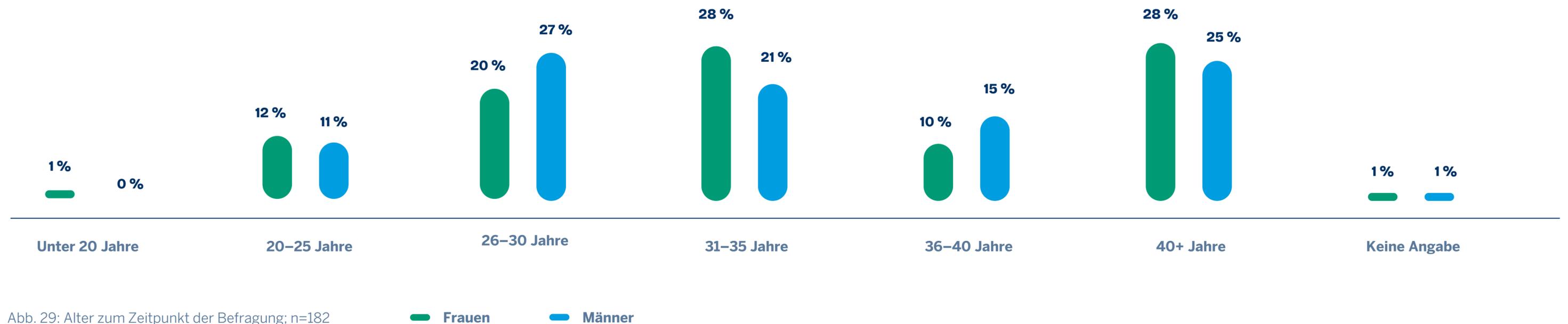
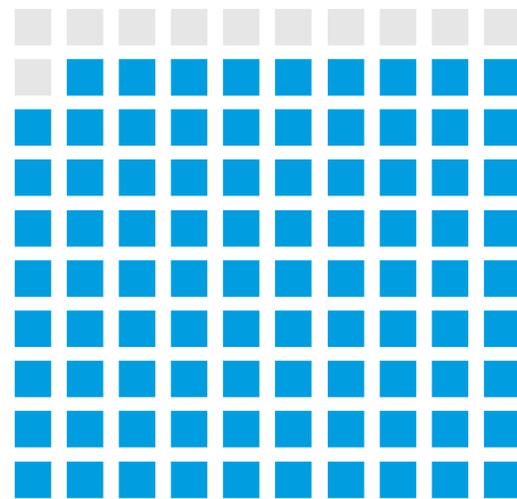


Abb. 29: Alter zum Zeitpunkt der Befragung; n=182

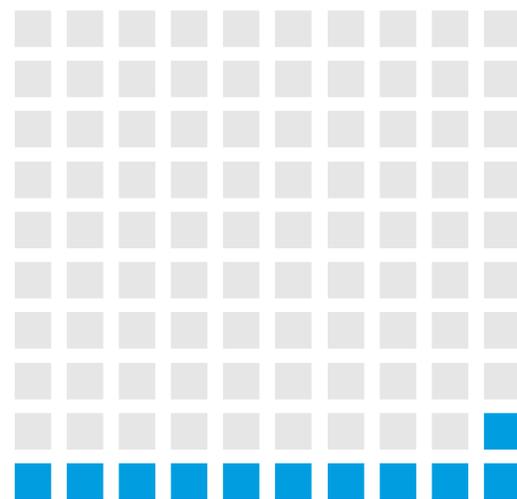
■ Frauen ■ Männer

Rolle im Startup



89 %

Mit-/Gründer:in



11 %

Geschäftsführende
oder leitende Rolle

Abb. 30: Rolle im Startup; n=182

Alter bei der Erstgründung

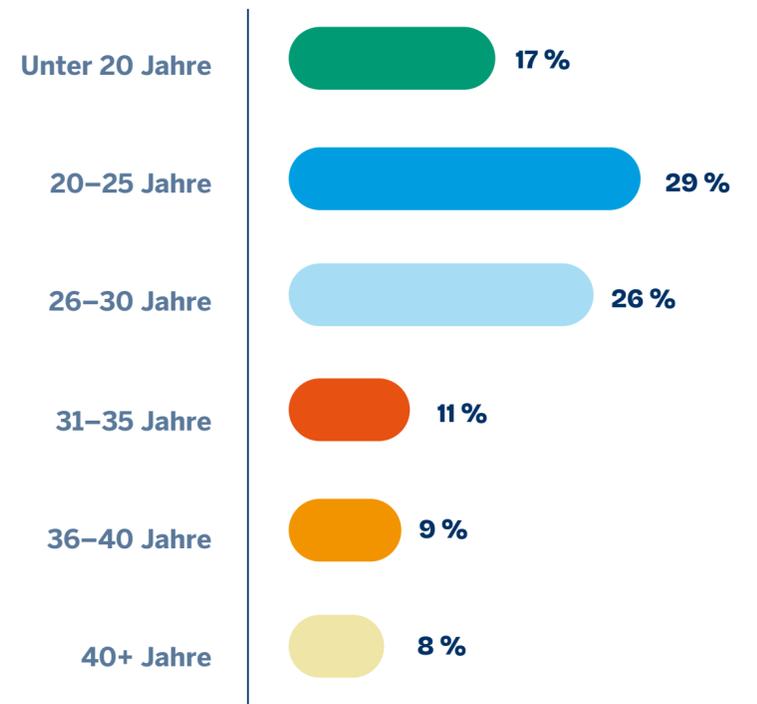


Abb. 31: Alter bei der Erstgründung; n=55

Fast 90 % der Befragten sind Mitgründer:innen, während die übrigen Teilnehmenden angaben, Geschäftsführer:innen zu sein oder eine leitende Funktion im Startup innezuhaben. Eine detaillierte Betrachtung der Gründungserfahrungen zeigt, dass 65 % der Befragten Erstgründer:innen sind. Demgegenüber stehen 30 % Mehrfachgründer:innen, wobei das Durchschnittsalter bei den Erstgründungen zwischen 20 und 30 Jahren liegt und die Befragten im Durchschnitt zwei vorherige Gründungen aufweisen (5 % = Keine Angabe).

Standorte der Startups

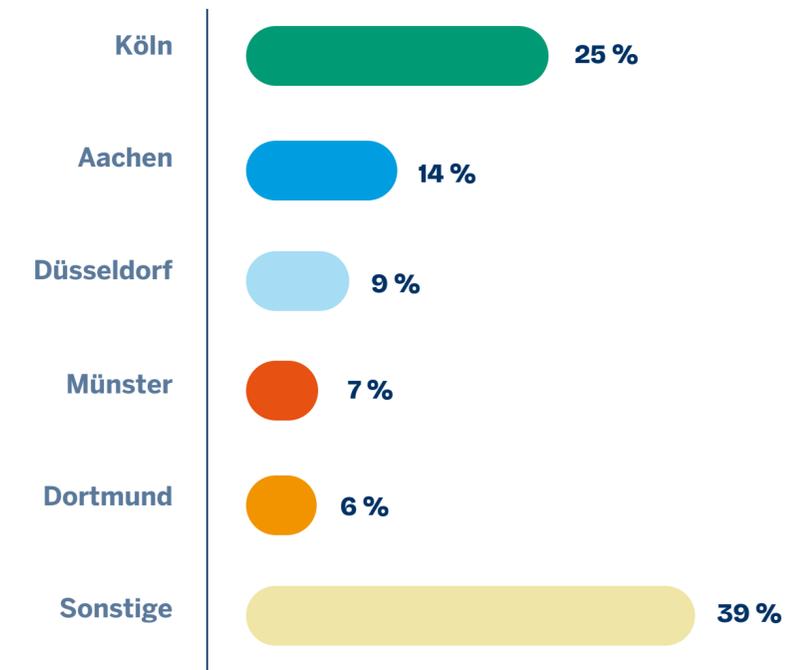


Abb. 32: Standorte der Startups; n=182

Mindestens ein Viertel der befragten Startups stammt aus Köln (25 %). Es folgen Startups aus Aachen, Düsseldorf, Münster und Bonn.

Phase der Startups

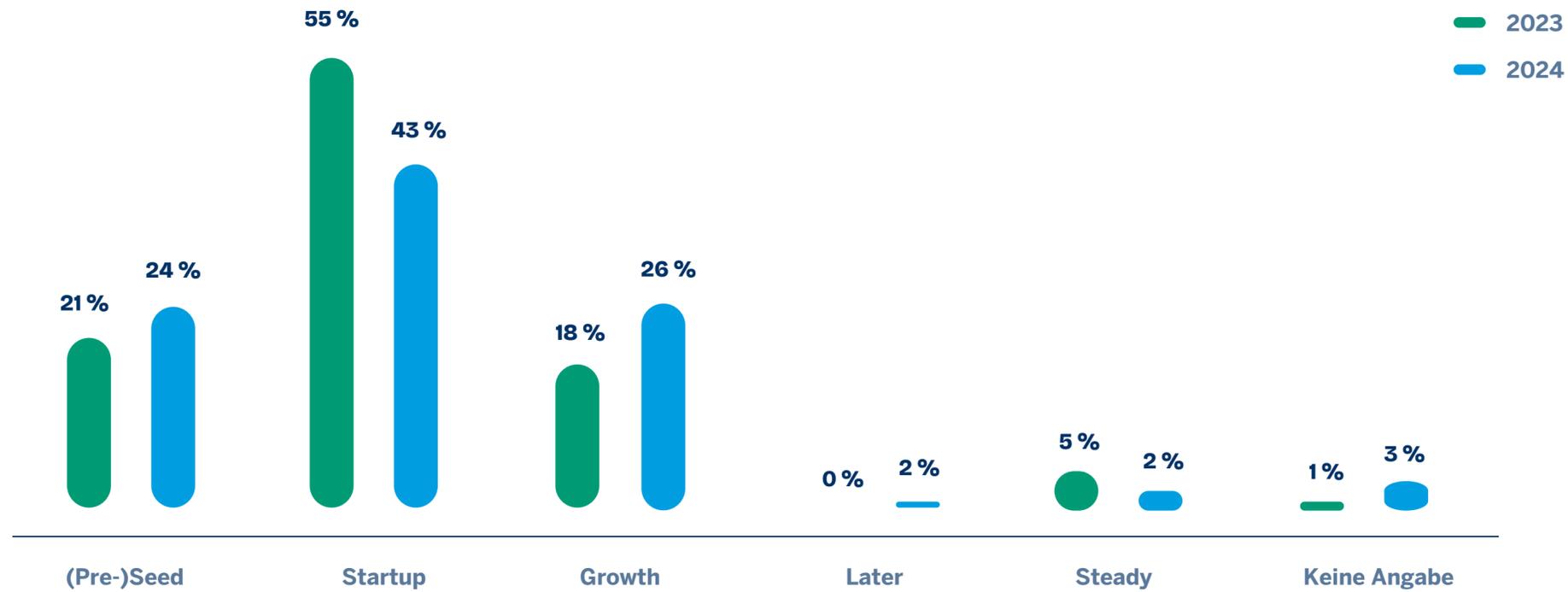


Abb. 33: Phase der Startups; n=182

Der größte Teil (43 %) der befragten Startups befindet sich in der Startup Phase (Fertigstellung eines marktreifen Angebots; erste Umsätze und/oder Nutzer:innen). Im Vergleich zum Vorjahr nahmen mehr Startups in der Wachstums- und (Pre-)Seed Phase und weniger in der Startup Phase an der Befragung teil.

Betrachtet man die Größe der Startups, so liegt der Medianwert für die Anzahl der Mitarbeitenden bei drei (Durchschnitt = 16), exklusive Werkstudent:innen und Praktikant:innen, und ist für weibliche und männliche Teilnehmende gleich. Die Startups rekrutieren dabei größtenteils in NRW.

Trotz der Vielfalt der verfolgten Geschäftsmodelle bestätigt sich der Trend zu IT- und technologiebasierten Startups.



Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die meisten Teilnehmenden zwei oder weniger Mitgründer:innen im Startup haben, wobei das Geschlecht der Mitgründer:innen überwiegend männlich ist. Insbesondere bei Startups mit drei oder mehr Mitgründer:innen sind in der Regel mehr Männer beteiligt.

Anzahl Mitgründer:innen

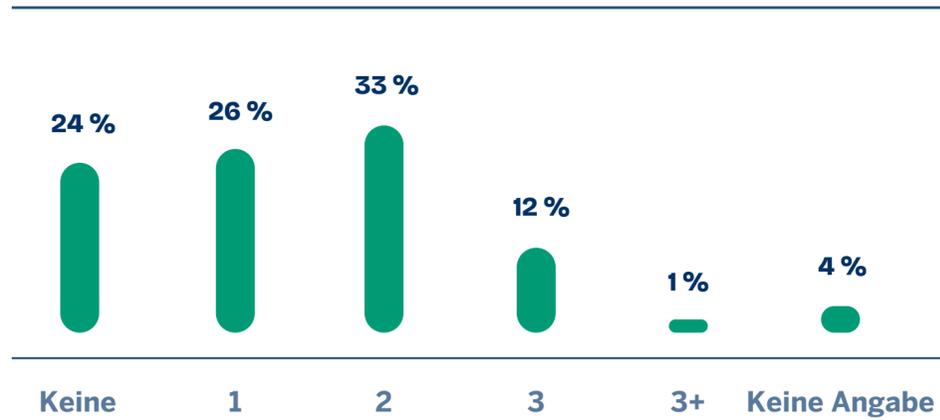


Abb. 34: Anzahl Mitgründer:innen; n=182

Geschlecht der Mitgründer:innen

Davon sind:

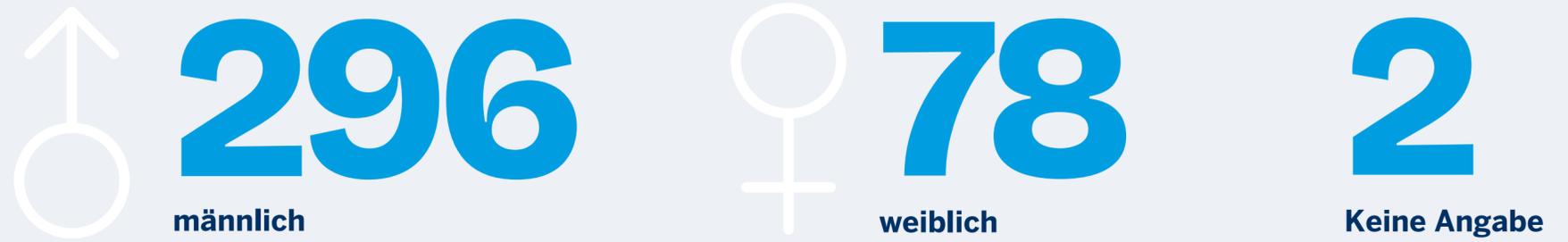


Abb. 35: Geschlecht der Mitgründer:innen; n=137



Abbildungsverzeichnis

| Abbildungsnummer | Titel | Seite | Abbildungsnummer | Titel | Seite |
|------------------|--|-------|------------------|---|-------|
| 1 | Bewertung des Ökosystems | 10 | 19 | Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Eigenkapital | 24 |
| 2 | Gründe für den Standort NRW | 10 | 20 | Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Fremdkapital | 25 |
| 3 | Nutzung der Unterstützungsangebote | 11 | 21 | Erlebte geschlechtsspezifische Benachteiligung – Eigenkapital | 25 |
| 4 | Genutzte Unterstützungsmaßnahmen und Weiterempfehlungsrate | 11 | 22 | Besseres Verständnis des Geschäftsmodells durch Investoren des eigenen Geschlechts | 25 |
| 5 | Bevorzugte Netzwerkzusammensetzung | 12 | 23 | Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Geschlecht | 26 |
| 6 | Größte Herausforderungen der Startups | 14 | 24 | Haben die Befragten bereits Kinder? | 26 |
| 7 | Absatzmärkte | 16 | 25 | Planen die Befragten, eine Familie zu gründen? | 27 |
| 8 | Umsatzmärkte weltweit | 16 | 26 | Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf | 27 |
| 9 | Geplante Internationalisierung | 17 | 27 | Zustimmung zur Aussage, dass sich Gründung und Familienplanung besser vereinbaren lassen als Familie und Beruf (Mütter und Väter) | 27 |
| 10 | Geplante Kapitalaufnahme | 18 | 28 | Bildungsabschluss | 30 |
| 11 | Bevorzugte Finanzierungsquellen nach Gründungsphase | 18 | 29 | Alter zum Zeitpunkt der Befragung | 30 |
| 12 | Größte Herausforderungen der Startups | 21 | 30 | Rolle im Startup | 31 |
| 13 | Geschäftsmodell | 21 | 31 | Alter bei der Erstgründung | 31 |
| 14 | Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote | 22 | 32 | Standorte der Startups | 31 |
| 15 | Gründungsmotiv | 22 | 33 | Phase der Startups | 32 |
| 16 | Wichtigkeit der Gründungskompetenzen nach Geschlecht | 23 | 34 | Anzahl Mitgründer:innen | 33 |
| 17 | Frage nach Diversitätsaspekten | 24 | 35 | Geschlecht der Mitgründer:innen | 33 |
| 18 | Präferierte Kapitalbeschaffung bei Investor:innen des eigenen Geschlechts – Fremdkapital | 24 | | | |

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
E-Mail: poststelle@mwike.nrw.de
Referat Digitale Wirtschaft (DWNRW), Digitale Geschäftsmodelle

NRW Startup Report 2024

Die Publikation ist auf der Homepage des Ministeriums für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalens unter www.wirtschaft.nrw/broschuerenservice 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.

© August 2024 / MWIKE24-028

Auftragnehmer

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Heidestraße 58
10557 Berlin
Tel.: +49 30 2068-0
Fax: +49 30 2068-2000
Internet: www.kpmg.de/ventureservices
E-Mail: information@kpmg.de

Bildnachweis

© Adobe Stock conorcrowe, © Adobe Stock ErnstPieber, © Adobe Stock Fontanis, © Adobe Stock hespasoft, © Adobe Stock INTERPIXELS, © Adobe Stock Tom Bayer, © Adobe Stock shokokoart, © Adobe Stock ralfspangenberg, © Adobe Stock ErnstPieber, © MWIKE NRW/Ralph Sondermann, © MWIKE NRW/Csaba Mester - Foto Berger Allee

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

Berger Allee 25,
40213 Düsseldorf
www.wirtschaft.nrw

