



Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Bundesverband Deutsche Startups e.V. & Statista Studienkooperation

September 2021



Der Trendreport zeigt, wie wichtig B2B-Startups als Innovationsmotor für die deutsche Wirtschaft sind

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Der B2B-Sektor wird für Startups immer wichtiger – Investoren nehmen B2B-Startups in den Fokus

Zwar hat die Corona-Krise auch viele Startups beeinträchtigt, doch gerade mit Blick auf zukünftiges Wachstum werden sie immer wichtiger. Gerade B2B-Startups nehmen dabei eine besonders wichtige Rolle für Deutschland ein, da sie an die industrielle Stärke des Landes anknüpfen und Innovationsmotor für die Wirtschaft insgesamt sein können. Mit einem deutlich stärkeren Fokus auf Technologien wie KI setzen sie auf Hochtechnologie-Lösungen. Die Attraktivität des B2B-Sektors macht das wachsende Interesse von Investoren – sowohl Business Angels als auch Venture Capital – sichtbar.

In der Krise waren Kundengewinnung, Kapitalbeschaffung und Liquidität zentrale Herausforderungen

Auch wenn das Startup-Ökosystem insgesamt gut durch die Krise gekommen ist und auch langfristig vom Digitalisierungsschub der letzten Monate profitiert, macht die deutliche Zunahme von Startups, die in den Bereichen Kunden, Kapital und Cashflow Herausforderungen sahen, sichtbar, dass das letzte Jahr nicht immer leicht war. Doch langfristig werden B2B-Startups als Innovationstreiber, aber auch Problemlöser im Bereich Nachhaltigkeit, immer wichtiger.

Was zeichnet den vorliegenden dritten Startup Trendreport aus?



Breite Datenbasis beruhend auf den Befragungen zum Deutschen Startup Monitor 2018 -2020 (DSM)



Differenzierung nach Kundengruppen macht Fokus auf den besonders relevanten B2B-Sektor möglich



Hohe Fallzahl erlaubt Auswertungen auf regionaler Ebene und nach Entwicklungsphasen

B2B-Startups in frühen Phasen sehen sich von der Pandemie am stärksten beeinträchtigt

Key Insights (1/2)

B2B-Startups bewerten ihre Geschäftslage ähnlich wie der Startup-Durchschnitt, trotz Corona-Trübung bewerten im Mai/Juni 2020 nur 19% der B2B-Startups ihre Geschäftslage als negativ

Ebenso wie der Durchschnitt der deutschen Startups insgesamt, bewertet fast ein Drittel der B2B-Startups 2020 ihre Geschäftslage als gut. 50% sehen diese als befriedigend, 19% bewerten sie als schlecht. Diese Bewertung wurde im Vergleich zu den Vorjahren durch die Corona-Pandemie deutlich getrübt, ist aber nicht völlig ins Negative abgerutscht. Trotz aller Herausforderungen bewerteten nur 19% aller B2B-Startups ihre Geschäftslage im Mai/Juni 2020 negativ – fast ein Drittel sah ihre Situation sogar positiv. Dennoch deuten die Daten daraufhin, dass gerade B2B-Startups in frühen Entwicklungsphasen vergleichsweise stark von der Pandemie beeinträchtigt werden.



Investoren investieren verstärkt in B2B-Startups, Business Angels und Venture Capital sind wichtige Wachstumsmöglichmacher bei B2B-Startups

Der B2B-Sektor gilt als wichtiger Zukunftsmarkt im Startup-Ökosystem. So erhalten B2B-Startups häufiger Kapital von Business Angels und Venture-Capital-Fonds – insbesondere die Angelfinanzierungen haben im Zeitverlauf deutlich zugenommen. 2018 finanzierten 24% der B2B-Startups ihr Unternehmen über Business Angel, 2020 waren es bereits 36%. Besonders häufig erhalten Berliner B2B-Startups Wagniskapitalfinanzierungen (65%), während ostdeutsche B2B-Startups häufiger staatliche Förderungen erhalten (73%).



Kundengewinnung, Kapitalbeschaffung und Liquidität werden in der Corona-Krise deutlich größere Herausforderungen

B2B-Herausforderungen decken sich größtenteils mit denen deutscher Startups insgesamt: Vertrieb- und Kundengewinnung sind für B2B und deutsche Startups insgesamt größte die Herausforderung (72%). Dennoch werden Kundengewinnung, Kapitalbeschaffung und Liquidität im Zuge der Corona-Pandemie nochmals deutlich größere Herausforderungen. Dabei bezeichneten 2019 noch 59% Vertrieb- und Kundengewinnung als Herausforderung, im Mai/Juni 2020 schnellte dieser Anteil auf 72% hoch.



Bedeutung von Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit nimmt für B2B-Startups zu

Key Insights (2/2)

Einfluss des Themas Künstliche Intelligenz auf die Geschäftsmodellentwicklung von B2B-Startups nimmt kontinuierlich zu, vor allem in Ost, Süd und Berlin nennenswerte Bedeutung zu beobachten

B2B-Startups sind wichtige Innovationstreiber für die stark industriell geprägte Wirtschaft in Deutschland. Dabei nimmt Künstliche Intelligenz (50%) eine besonders wichtige Rolle ein, die in den letzten Jahren immer wichtiger geworden ist. Gerade in Berlin, aber auch in Süd- und Ostdeutschland, haben besonders viele B2B-Startups mit KI-Fokus ihren Sitz. Virtual und Augmented Reality (13%) sowie Blockchain (9%) bleiben in ihrer Bedeutung vorerst nachgelagert.



B2B-Startups haben ähnlichen Fokus auf Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz wie Startups insgesamt, Bedeutung von Green Economy¹ für B2B-Startups nimmt jedoch konstant zu

Green Economy spielt unter B2B-Startups (40%) eine vergleichbar Rolle wie in deutschen Startups insgesamt (43%). Dabei nimmt die Bedeutung von Green Economy für B2B-Startups in den vergangenen Jahren deutlich zu: 2018 lag der Anteil der B2B-Startups deren Produkte und Dienstleistungen gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz leisten sollen noch bei 30%, 2020 lag dieser bereits bei 40%. Vor allem nachrückende B2B-Startups legen nach eigener Aussage großen Wert auf nachhaltige Themen und legen ihre Produkte und Dienstleistungen nach diesen Werten aus.



GESCHÄFTS- LAGE

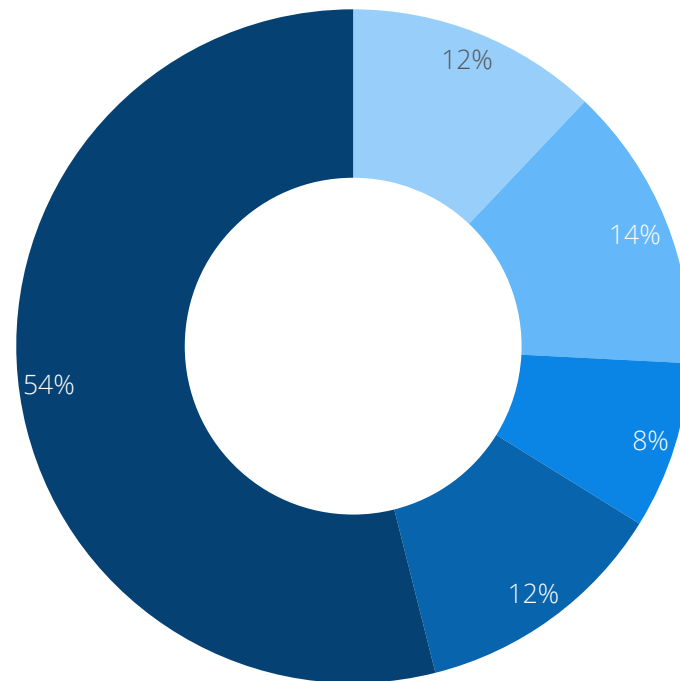
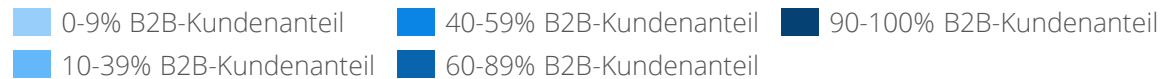
Die Corona-Krise traf die deutsche Wirtschaft in der ersten Jahreshälfte 2020 stark. Auch im Startup-Ökosystem gab es Unsicherheiten, doch trotz aller Herausforderungen bewerteten nur 19% aller B2B-Startups ihre Geschäftslage im Mai/Juni 2020 negativ – fast ein Drittel sah ihre Situation sogar positiv.



Etwas über die Hälfte der deutschen Startups haben mindestens 90% ihrer Kunden im B2B-Bereich

B2B im Startup-Ökosystem

Business-to-Business Kundenanteile

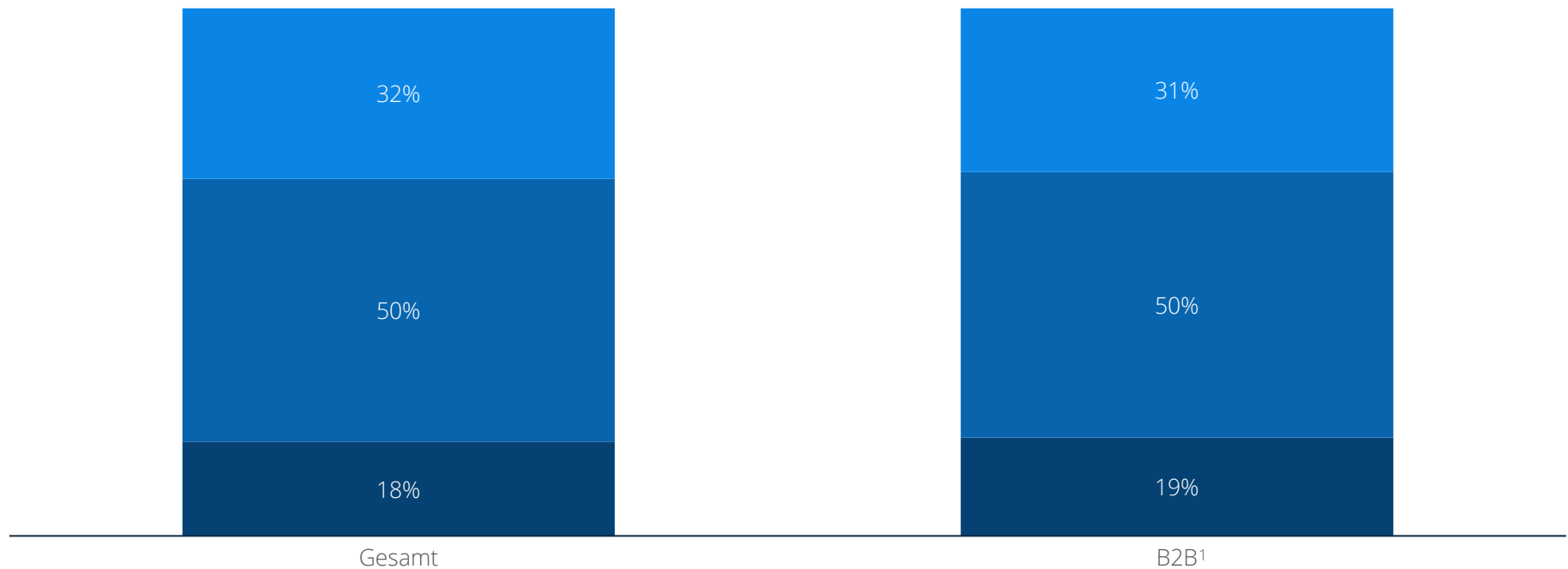


B2B-Startups bewerten ihre Geschäftslage ähnlich wie der Startup-Durchschnitt

Geschäftslage (1/3)

Beurteilung der eigenen Geschäftslage 2020

■ Gut ■ Befriedigend ■ Schlecht



1: B2B-Startups verdienen 90% und mehr ihrer Umsätze mit Geschäftskunden.

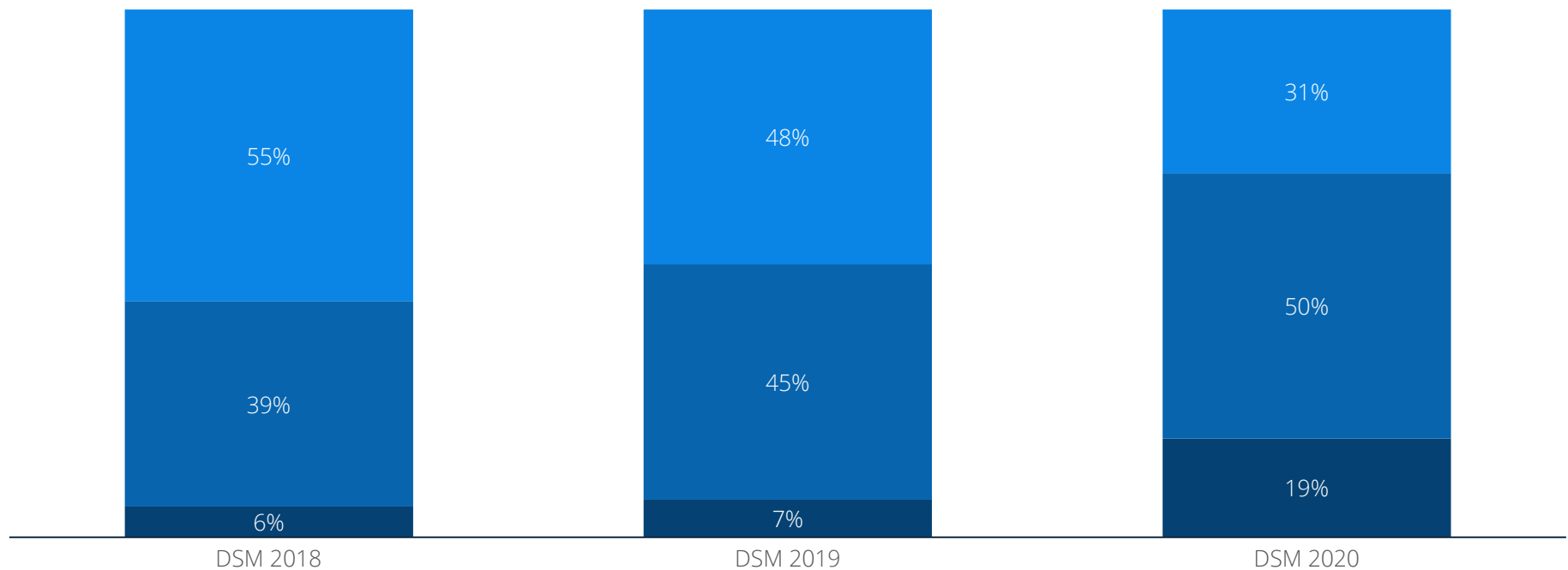
„Wie beurteilst Du die gegenwärtige Geschäftslage Deines Startups?“, Einfachnennung; DSM 2020 n=1.636
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Trotz Corona-Trübung bewerten im Mai/Juni 2020 nur 19% der B2B-Startups ihre Geschäftslage als negativ

Geschäftslage (2/3)

Beurteilung der eigenen Geschäftslage von B2B-Startups

■ Gut ■ Befriedigend ■ Schlecht

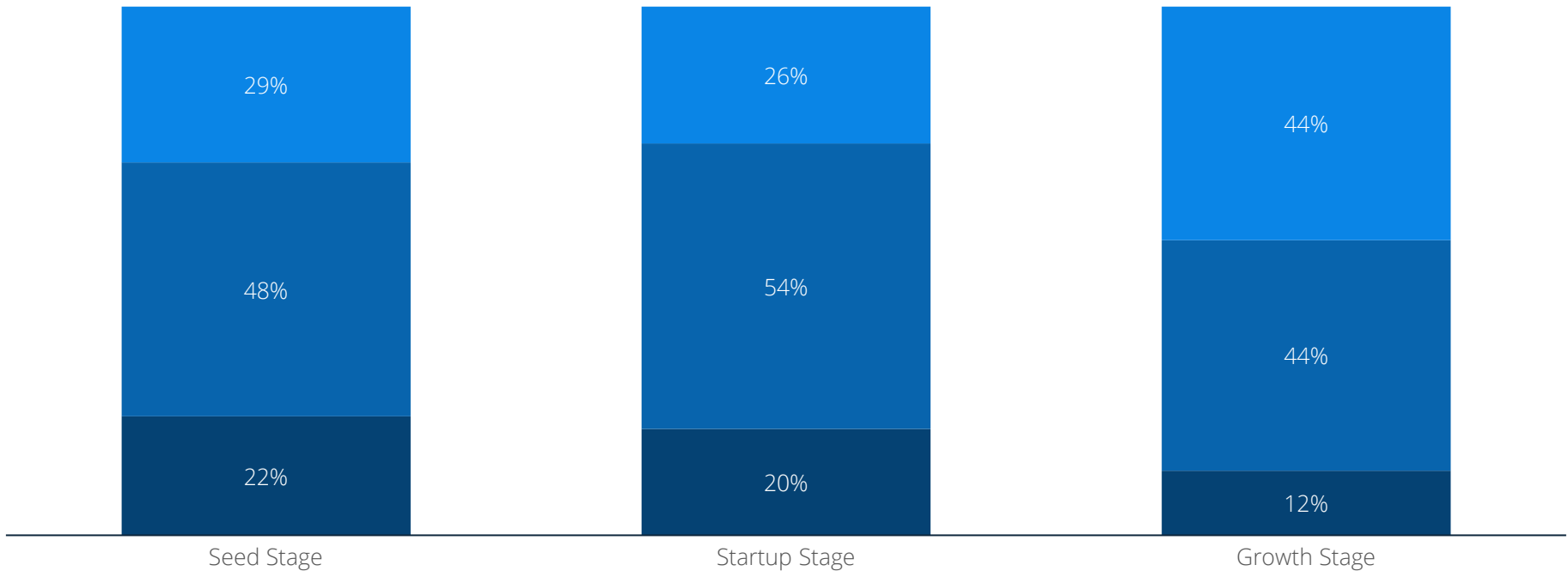


B2B-Startups in frühen Phasen zeigen sich von der Pandemie vergleichsweise stark beeinträchtigt

Geschäftslage (3/3)

Beurteilung der eigenen Geschäftslage von B2B-Startups 2020

■ Gut ■ Befriedigend ■ Schlecht



KAPITAL- QUELLEN

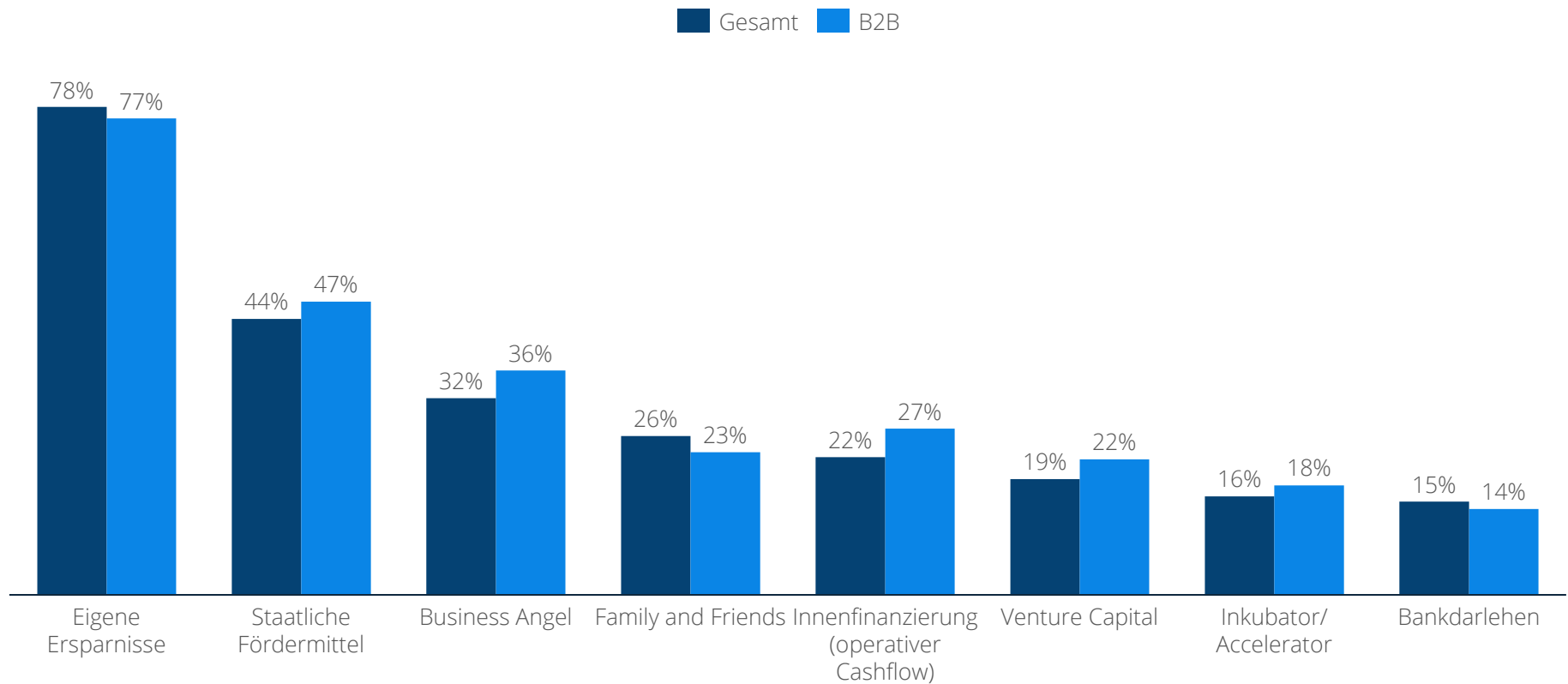
Der B2B-Sektor gilt als wichtiger Zukunftsmarkt im Startup-Ökosystem. So erhalten B2B-Startups häufiger Kapital von Business Angels und Venture-Capital-Fonds – insbesondere die Angelfinanzierungen haben im Zeitverlauf deutlich zugenommen. Besonders häufig erhalten Berliner B2B-Startups Wagniskapitalfinanzierungen.



Die Attraktivität von B2B-Startups für Wagniskapitalgeber bestätigt ihr großes Potenzial

Kapitalquellen (1/4)

Genutzte Kapitalquellen 2020¹



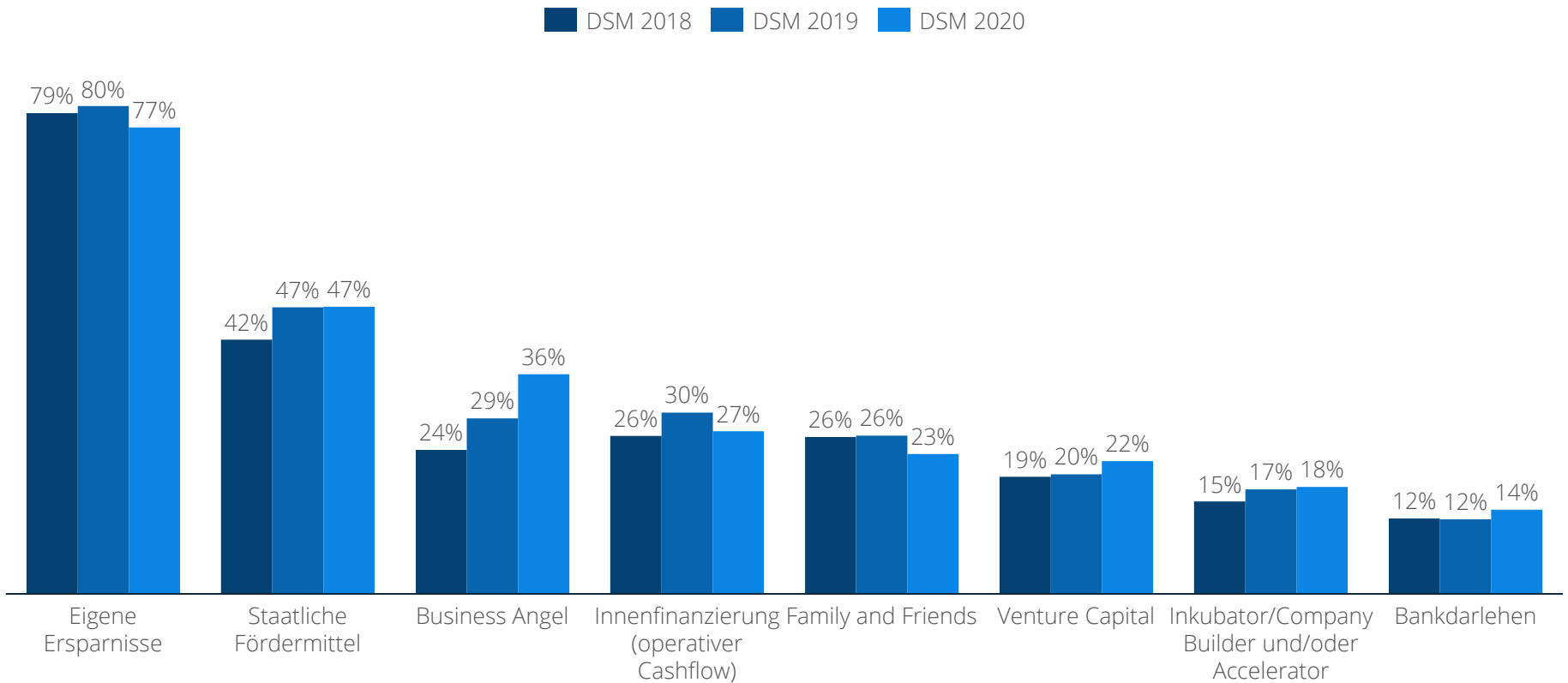
1: Nennungen > 5%

„Mit welchen Kapitalquellen wurde Dein Startup bis heute finanziert?“, Mehrfachnennung; DSM 2020 n=1.744
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Investoren – insbesondere Business Angels – investieren verstärkt in B2B-Startups

Kapitalquellen (2/4)

Genutzte Kapitalquellen von B2B-Startups¹



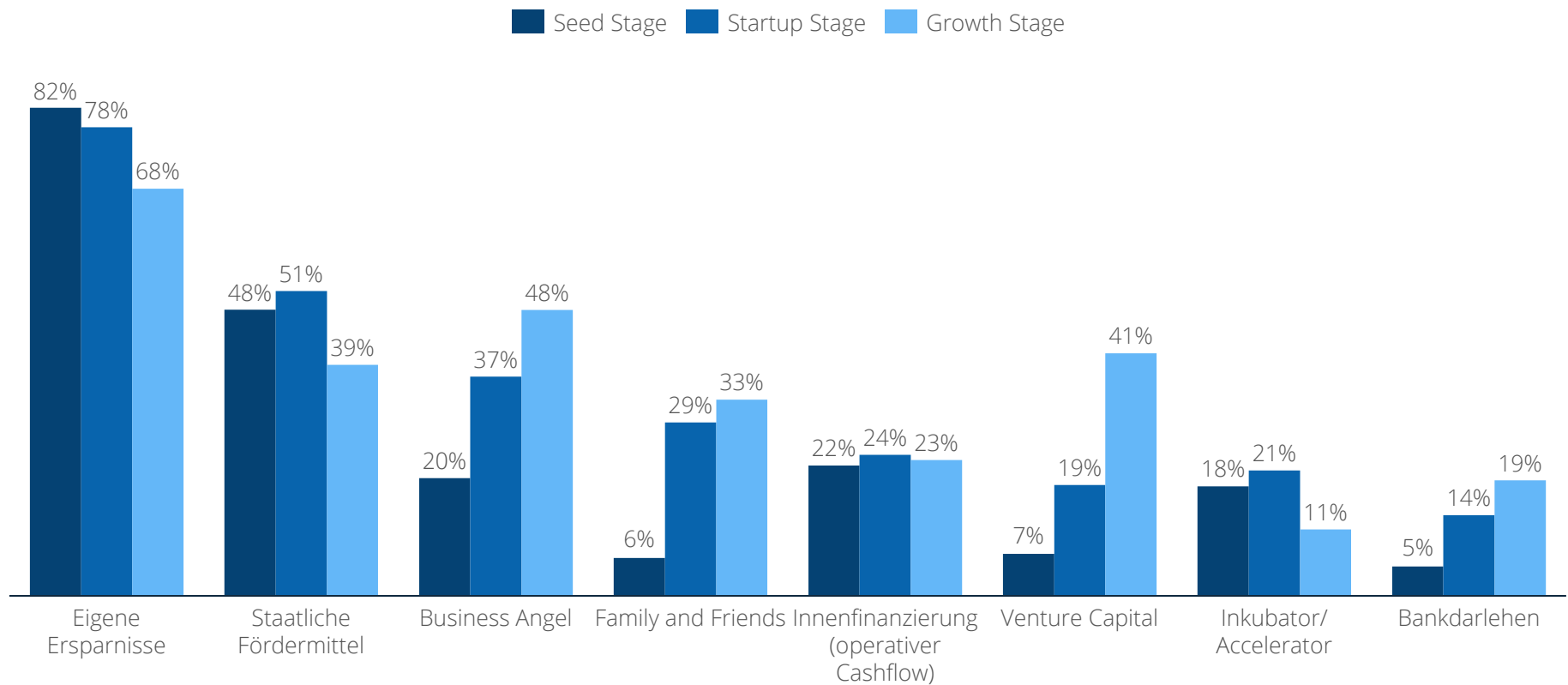
1: Nennungen > 5%

„Mit welchen Kapitalquellen wurde Dein Startup bis heute finanziert?“, Mehrfachnennung; B2B-Startups DSM 2018 n=614, DSM 2019 n=851, DSM 2020 n=877
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Business Angels und Venture Capital sind wichtige Wachstumsmöglichmacher bei B2B-Startups

Kapitalquellen (3/4)

Genutzte Kapitalquellen von B2B-Startups 2020¹



1: Nennungen > 5%

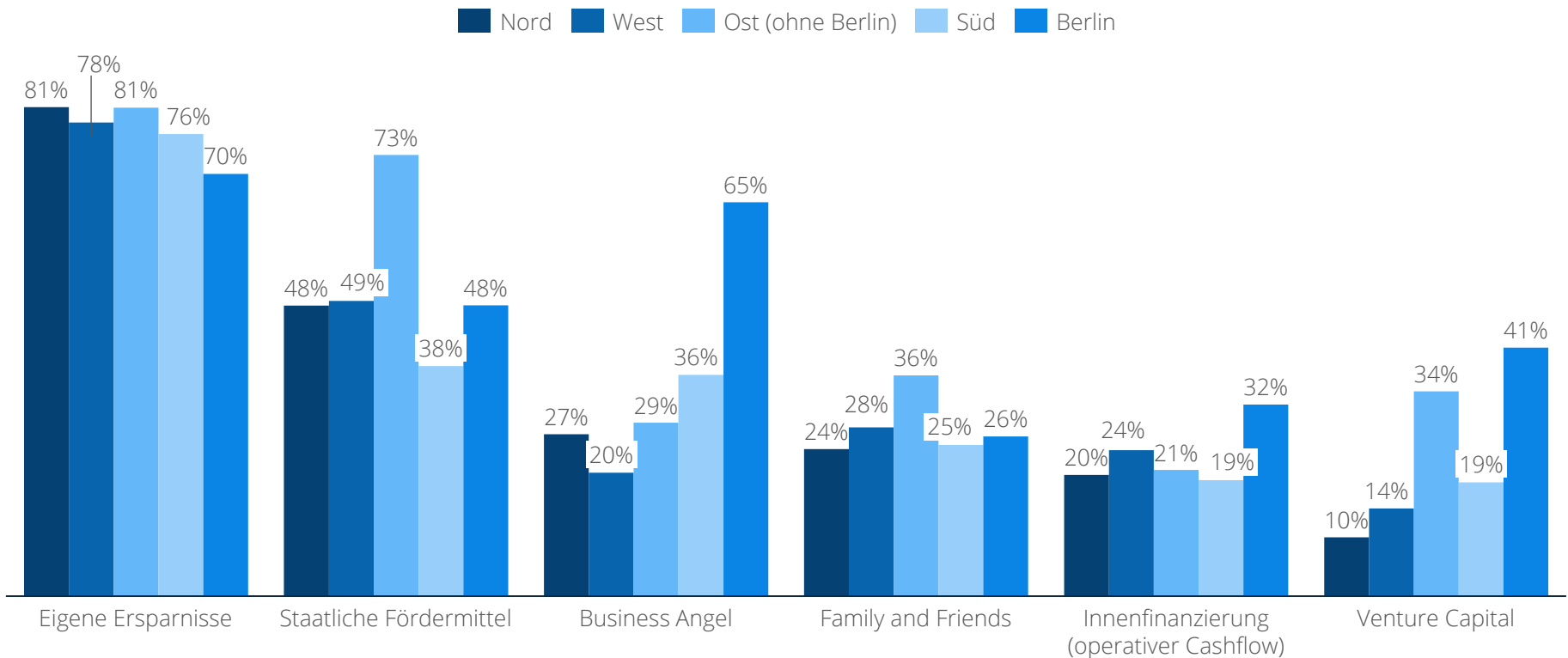
„Mit welchen Kapitalquellen wurde Dein Startup bis heute finanziert?“, Mehrfachnennung; B2B-Startups DSM 2020 n=877

Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Ostdeutsche B2B-Startups nutzen häufiger staatliche Förderung – Berlin ist Hauptstadt für Wagniskapital

Kapitalquellen (4/4)

Genutzte Kapitalquellen von B2B-Startups 2020¹



1: Nennungen > 16%

„Mit welchen Kapitalquellen wurde Dein Startup bis heute finanziert?“, Mehrfachnennung; B2B-Startups DSM 2020 n=877

Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

HERAUSFORD- ERUNGEN

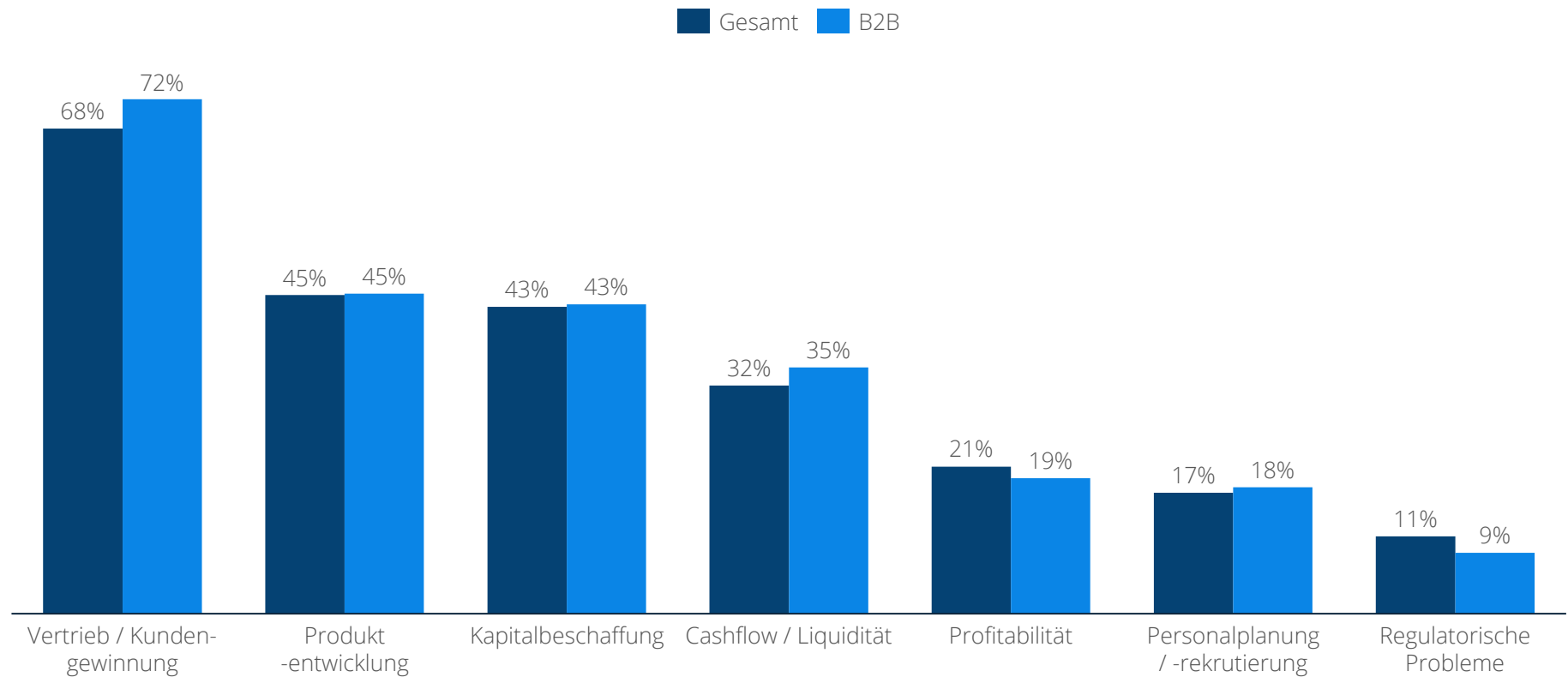
B2B-Herausforderungen decken sich größtenteils mit denen deutscher Startups insgesamt: Vertrieb- und Kundengewinnung sind für B2B und deutsche Startups insgesamt die größte Herausforderung. Dennoch werden Kundengewinnung, Kapitalbeschaffung und Liquidität im Zuge der Corona-Pandemie nochmals deutlich größere Herausforderungen.



Vertrieb- und Kundengewinnung sind für B2B und deutsche Startups insgesamt größte Herausforderung

Herausforderungen (1/3)

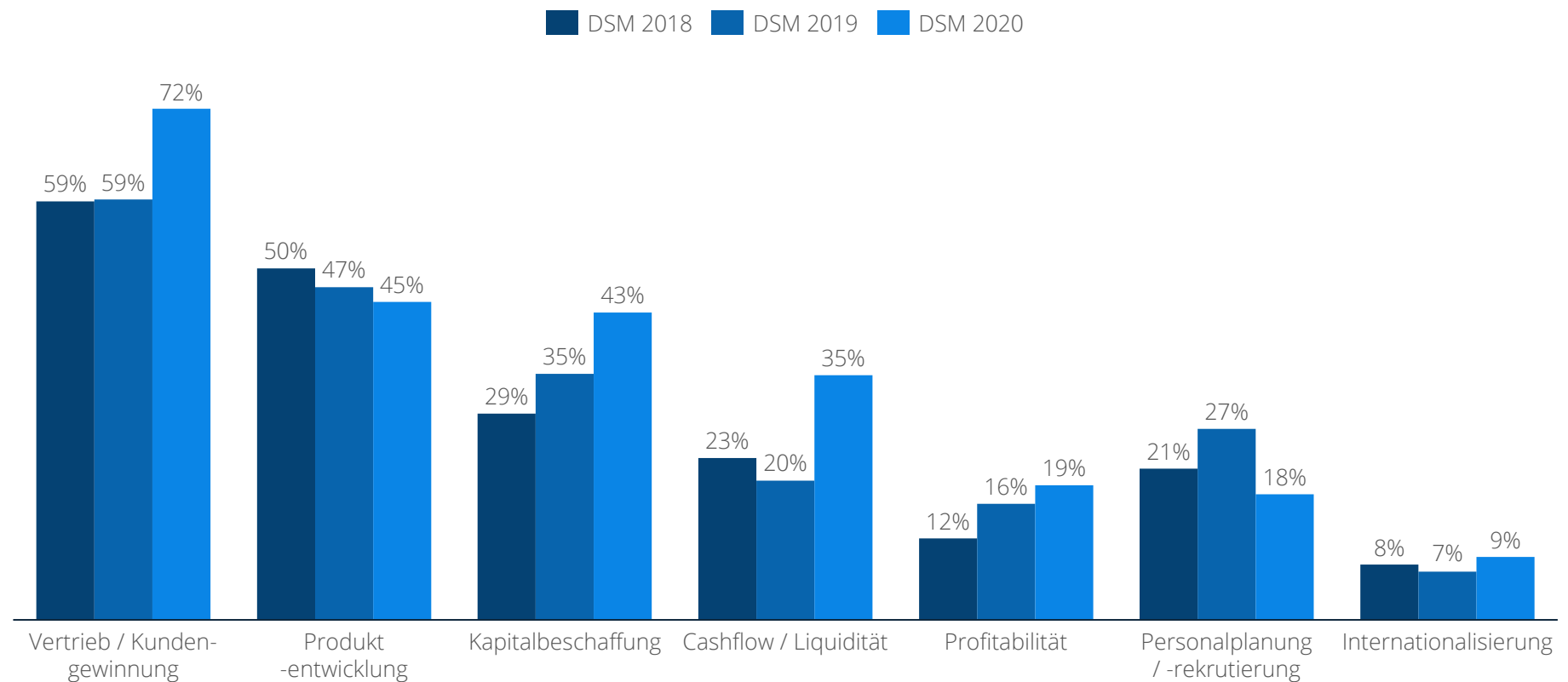
Größte Herausforderungen 2020 (Top 7)



Kundengewinnung, Kapitalbeschaffung und Liquidität werden in Krise deutlich größere Herausforderungen

Herausforderungen (2/3)

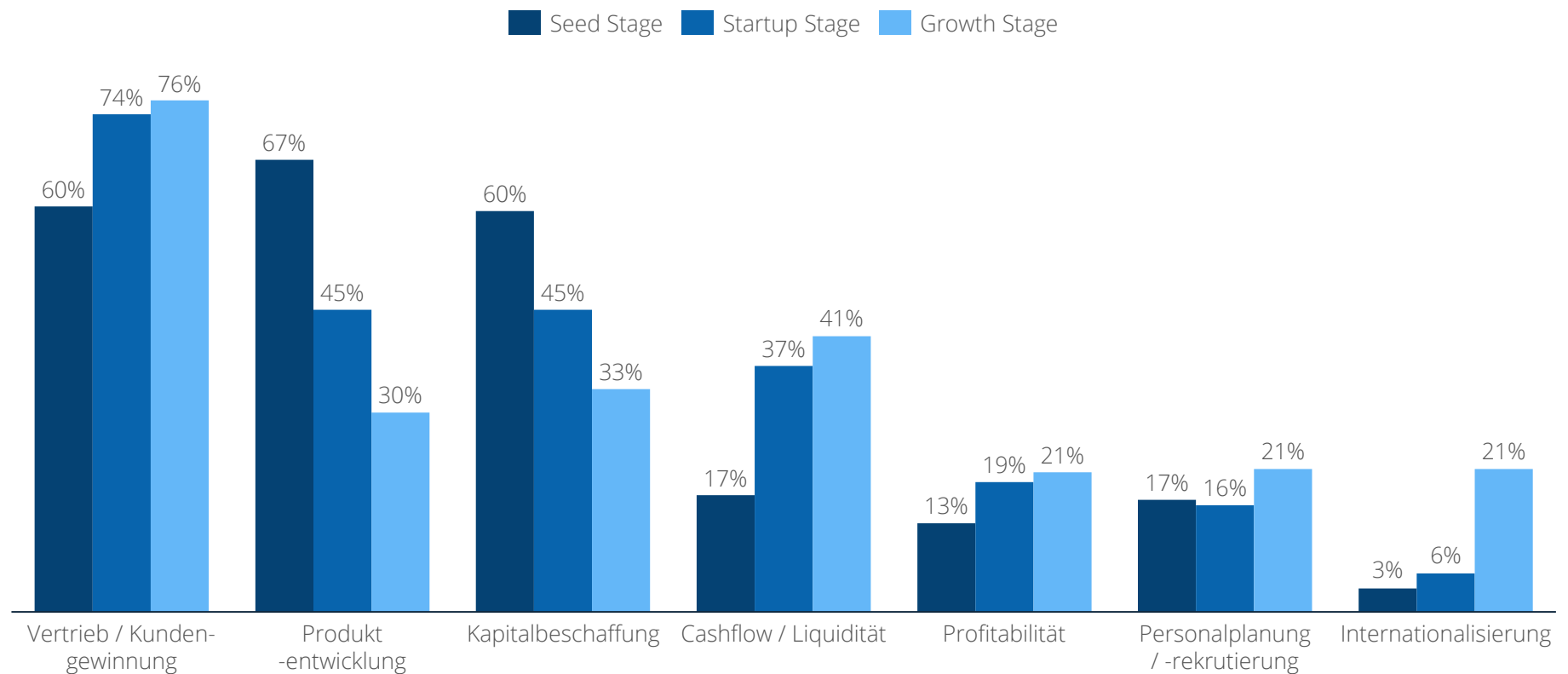
Größte Herausforderungen von B2B-Startups (Top 7)



Herausforderungen von B2B-Startups unterscheiden sich zwischen den Startup-Phasen erheblich

Herausforderungen (3/3)

Größte Herausforderungen von B2B-Startups 2020 (Top 7)



TECHNO- LOGIEN

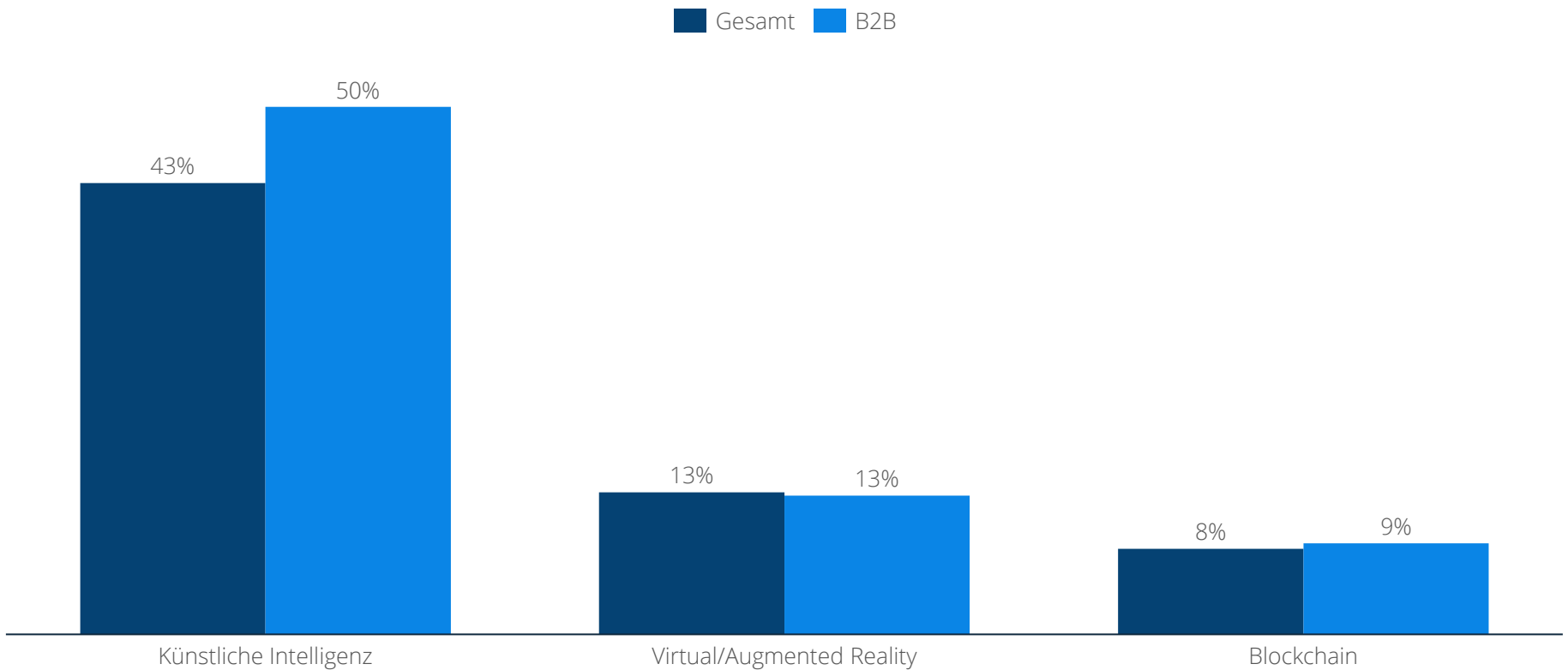
B2B-Startups sind wichtige Innovationstreiber für die stark industriell geprägte Wirtschaft in Deutschland. Dabei nimmt Künstliche Intelligenz eine besonders wichtige Rolle ein, die in den letzten Jahren immer wichtiger geworden ist. Gerade in Berlin, aber auch in Süd- und Ostdeutschland, haben besonders viele B2B-Startups mit KI-Fokus ihren Sitz.



Künstliche Intelligenz spielt für B2B-Startups eine besonders große Rolle

Technologien (1/3)

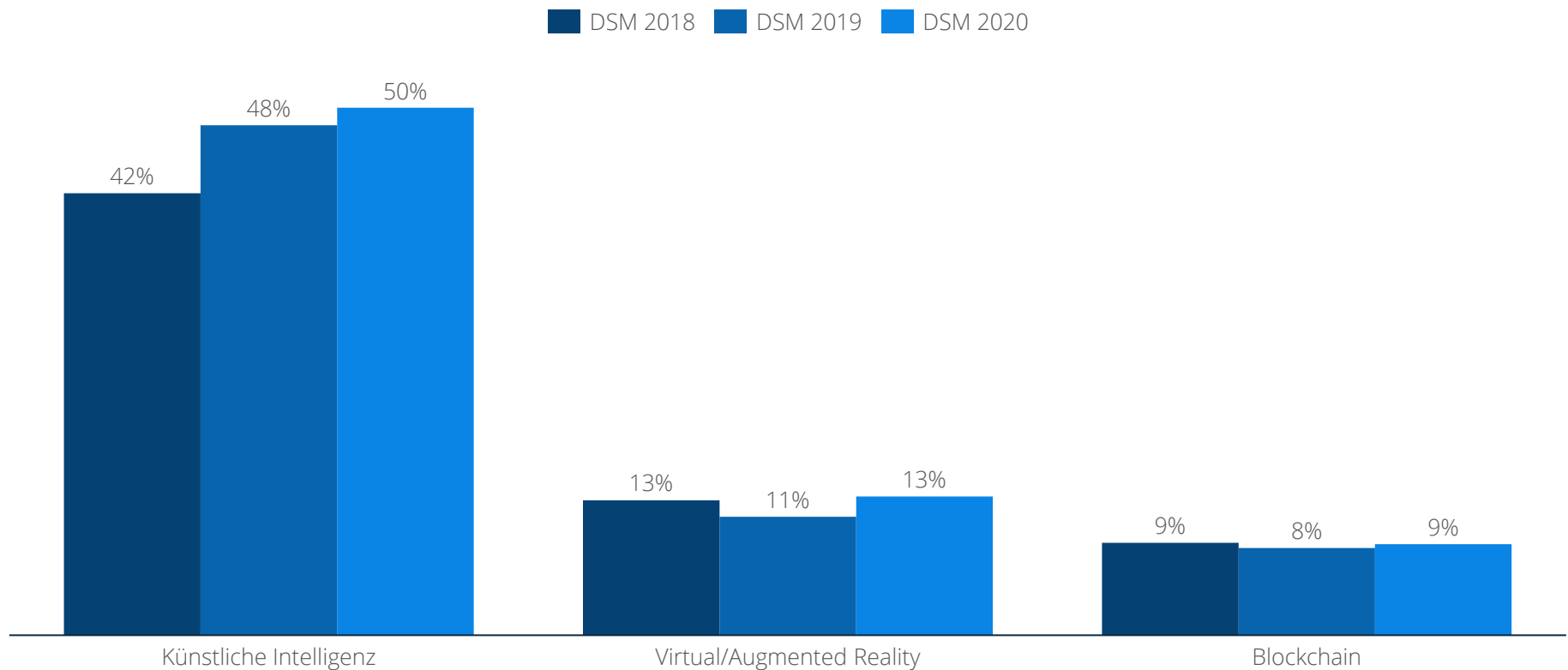
Einfluss auf Geschäftsmodell 2020



Einfluss des Themas KI auf die Geschäftsmodellentwicklung von B2B-Startups nimmt kontinuierlich zu

Technologien (2/3)

Einfluss auf Geschäftsmodell von B2B-Startups

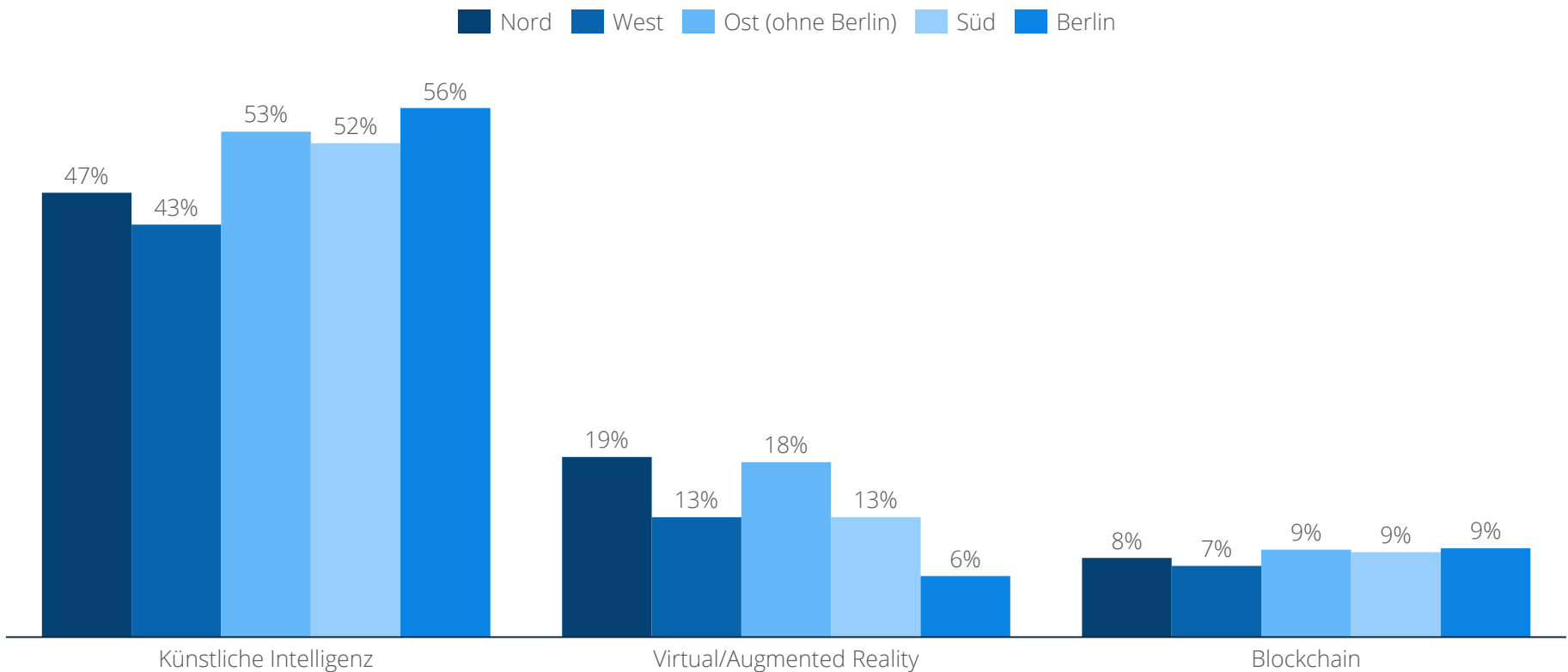


„Welchen Einfluss haben die folgenden Themen auf die Entwicklung des Geschäftsmodells Deines Startups?“, (Top 2 sehr großen Einfluss / großen Einfluss);
Matrixfrage; B2B-Startups DSM 2018 n=660, DSM 2019 n=897, DSM 2020 n=914
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Das Thema KI hat in Ost, Süd und Berlin größeren Einfluss auf die Geschäftsmodelle von B2B-Startups

Technologien (3/3)

Einfluss auf Geschäftsmodell von B2B-Startups 2020



„Welchen Einfluss haben die folgenden Themen auf die Entwicklung des Geschäftsmodells Deines Startups?“, (Top 2 sehr großen Einfluss / großen Einfluss);
Matrixfrage; B2B-Startups DSM 2020 n=914
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

NACHHALTIG- KEIT

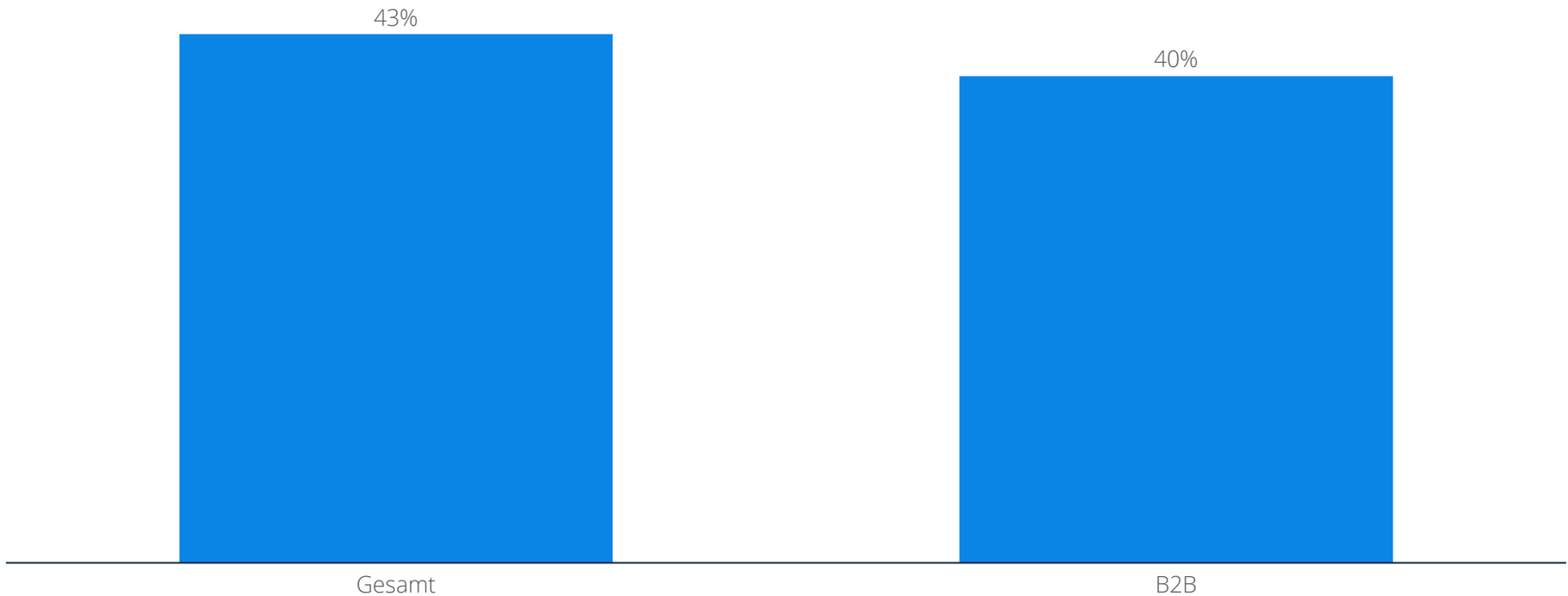
Green Economy spielt unter B2B-Startups eine vergleichbare Rolle wie in deutschen Startups insgesamt. Dabei nimmt die Bedeutung der Green Economy für B2B-Startups in den vergangenen Jahren deutlich zu. Vor allem frühphasige B2B-Startups legen nach eigener Aussage großen Wert auf nachhaltige Themen und bauen ihre Produkte und Dienstleistungen nach diesen Werten auf.



B2B-Startups haben ähnlichen Fokus auf Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz wie Startups insgesamt

Nachhaltigkeit (1/3)

Ausrichtung auf Green Economy¹ 2020

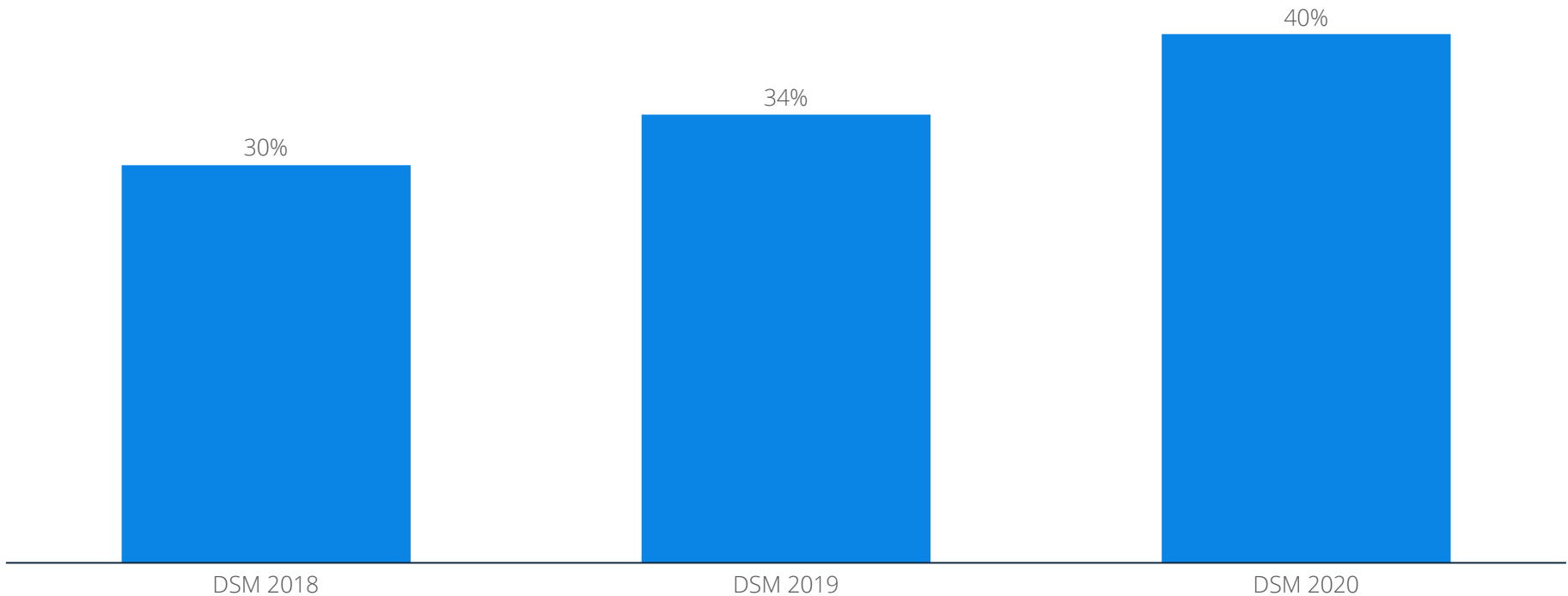


1: Produkte und Dienstleistungen leisten gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz
„Inwiefern treffen folgende Aussagen auf Dein Startup zu? Unsere Produkte/Dienstleistungen lassen sich Green Economy zuordnen.“ (Top 2 stimme voll und ganz zu / stimme zu); Matrixfrage; DSM 2020 n=1.848
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Bedeutung von Green Economy für B2B-Startups nimmt konstant zu

Nachhaltigkeit (2/3)

Ausrichtung auf Green Economy¹ von B2B-Startups

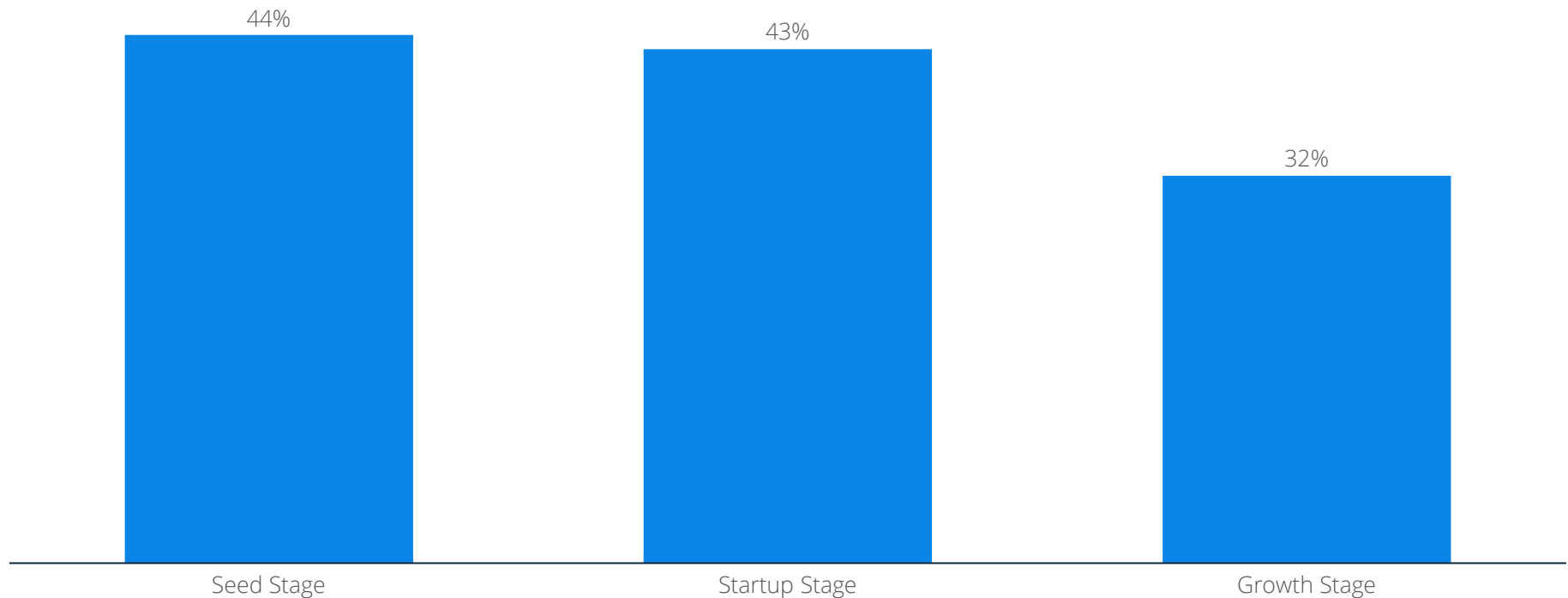


1: Produkte und Dienstleistungen leisten gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz
„Inwiefern treffen folgende Aussagen auf Dein Startup zu? Unsere Produkte/Dienstleistungen lassen sich Green Economy zuordnen.“ (Top 2 stimme voll und ganz zu / stimme zu); Matrixfrage; B2B-Startups DSM 2018 n=657, DSM 2019 n=891, DSM 2020 n=922
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Je jünger das B2B-Startup, desto wichtiger sind Nachhaltigkeitsthemen

Nachhaltigkeit (3/3)

Ausrichtung auf Green Economy¹ von B2B-Startups 2020



1: Produkte und Dienstleistungen leisten gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz
Inwiefern treffen folgende Aussagen auf Dein Startup zu? Unsere Produkte/Dienstleistungen lassen sich Green Economy zuordnen., (Top 2 stimme voll und ganz zu / stimme zu); Matrixfrage; B2B-Startups DSM 2020 n=922
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020



ZUR STUDIE

Untersuchungsdesign

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Der [Bundesverband Deutsche Startups e.V.](#) und die Statista GmbH veröffentlichen gemeinsam Trendreporte zum Startup-Ökosystem. Diese werden auf Basis der Daten des jährlich erhobenen [Deutschen Startup Monitors](#) entwickelt.

Der Startup Trendreport: B2B 2018-2020

- betrachtet deutsche B2B-Startups im Zeitvergleich und identifiziert Trends und Beständigkeit
- liefert für 2020 spannende Einblicke in Gemeinsamkeiten und Unterschiede von B2B-Startups in verschiedenen Startup-Entwicklungsphasen sowie Regionen
- spiegelt Unternehmensherausforderungen und –ausrichtung von deutschen B2B-Startups

Weitere Startup Trendreporte beinhalten die Themen:

- [Standort Deutschland 2018](#)
- [Finanzierung & Kapital 2018](#)
- [Finanzierung & Kapital 2018-2020](#)

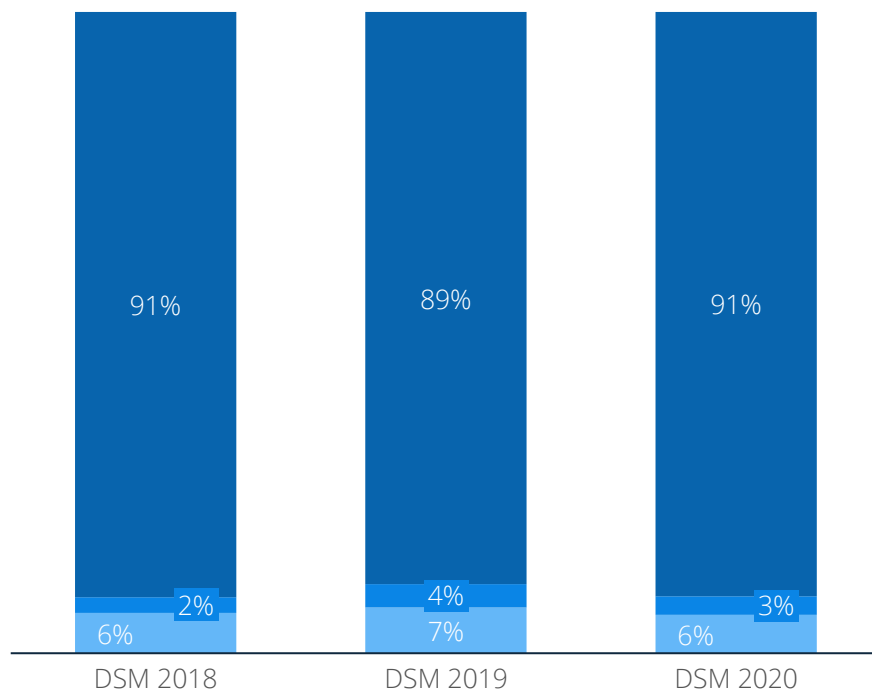
| | |
|-----------------------------|---|
| Studien | Deutscher Startup Monitor 2018, 2019 und 2020 |
| Methode | Onlinebefragung |
| Herausgeber | Bundesverband Deutsche Startups e.V. |
| Förderer | DSM 2018: KPMG DSM 2019: PwC DSM 2020: PwC |
| Region | Deutschland |
| Anzahl der Befragten | DSM 2018: n=1.550, B2B n=664 DSM 2019: n=1.933, B2B n=898 DSM 2020: n=1.946, B2B n=934 |
| Stichprobe | GründerInnen, GeschäftsführerInnen und C-Level-Führungskräfte deutscher Startups |
| Erhebungszeitraum | DSM 2018: 14.05. bis 17.06.2018 DSM 2019: 13.05. bis 23.06.2020 DSM 2020: 11.05. bis 21.06.2020 |

Zielgruppenbeschreibung

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

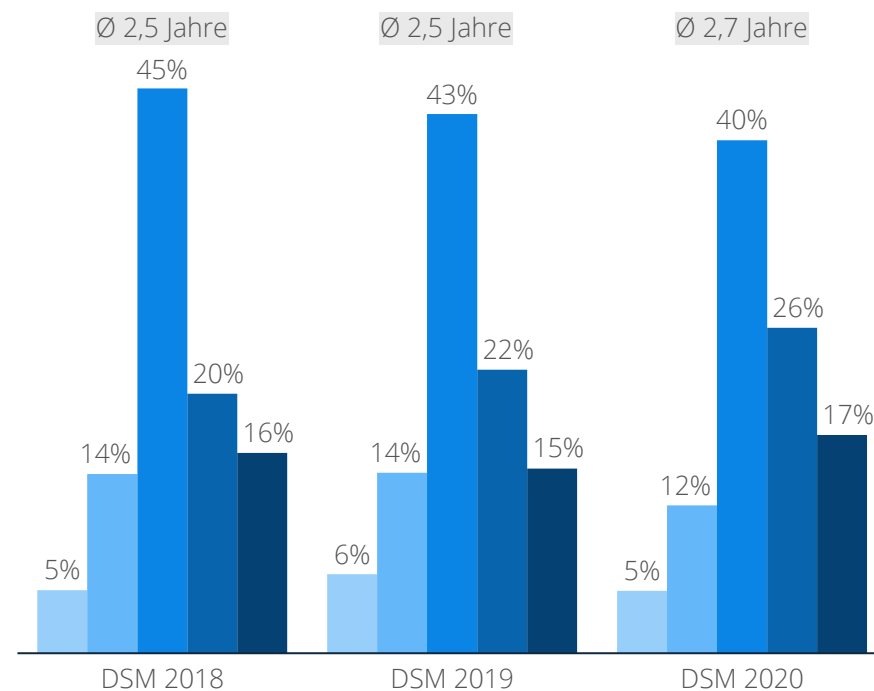
Unternehmensrolle in B2B-Startups

- (Mit-)Gründer/in
- Zentrale Rolle (CFO, CTO etc.)
- Geschäftsführer/in



Jahre seit Gründung von B2B-Startups

- noch keine Gewerbeanmeldung
- Neugründung
- 1-2 Jahre
- 3-4 Jahre
- 5-10 Jahre



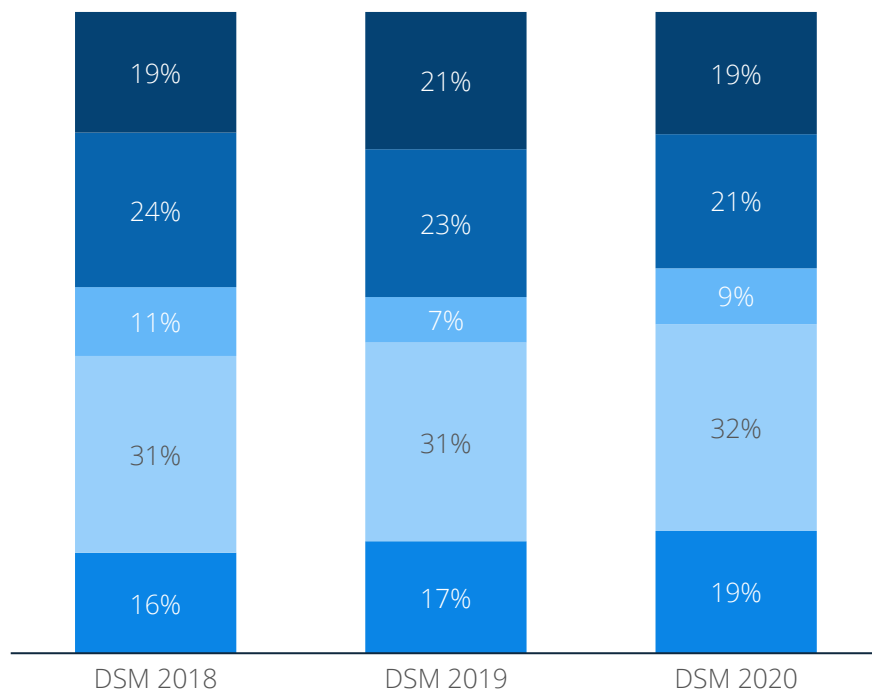
„Welche Rolle beschreibst Dich am besten?“, Einfachnennung; B2B-Startups DSM 2018 n=664, DSM 2019 n=898, DSM n=934, „Wann wurde Dein Startup gegründet?“, Einfachnennung; B2B-Startups n=664, DSM 2019 n=898, DSM n=934
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Zielgruppenbeschreibung

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

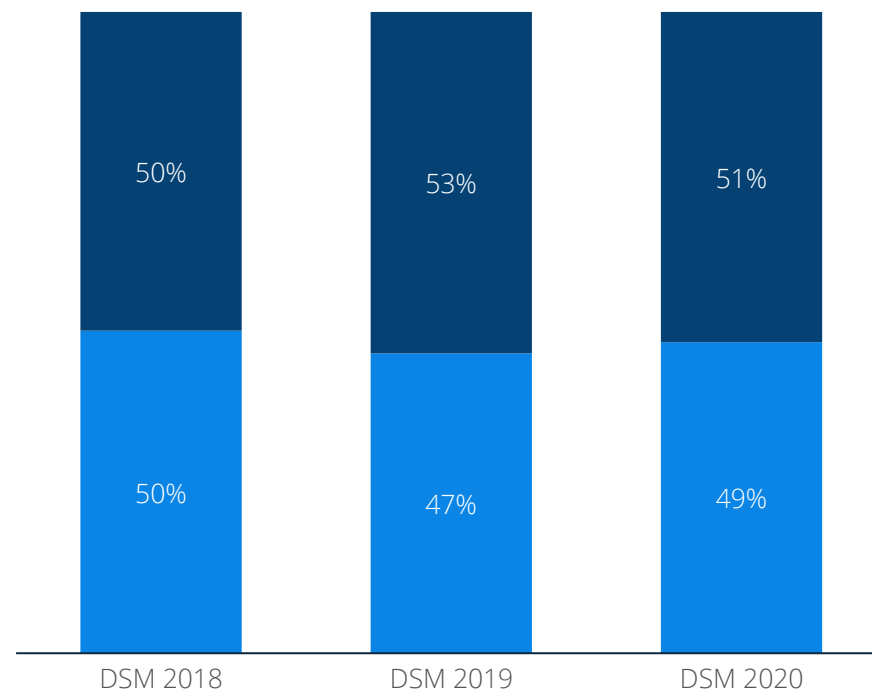
Region von B2B-Startups

■ Nord ■ West ■ Ost ■ Süd ■ Berlin



Stadt und Land in B2B-Startups

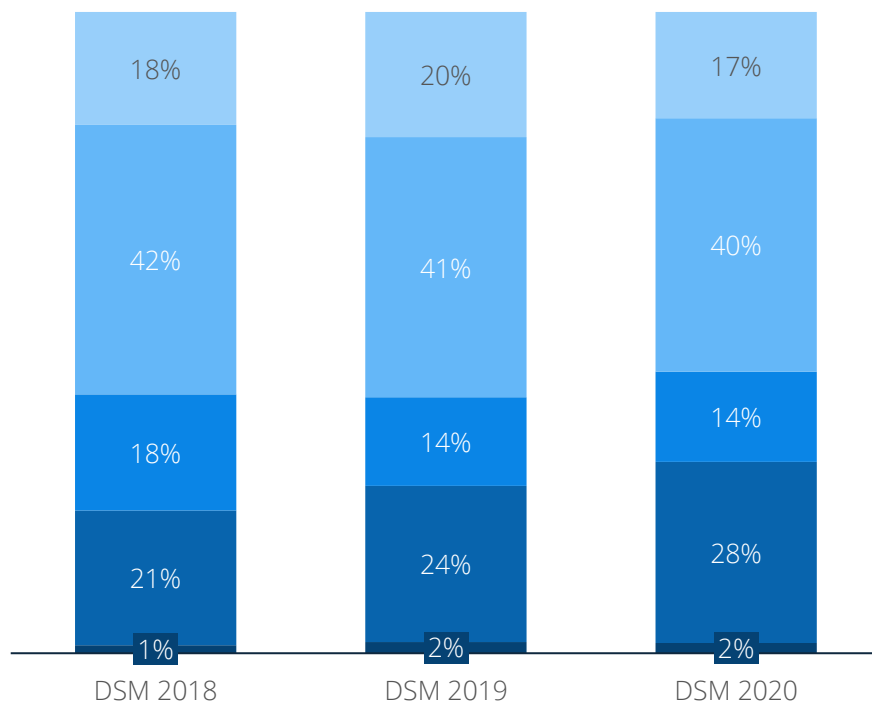
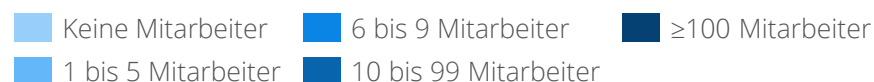
■ Großstadt ■ Mittelstadt / Kleinstadt / Landstadt



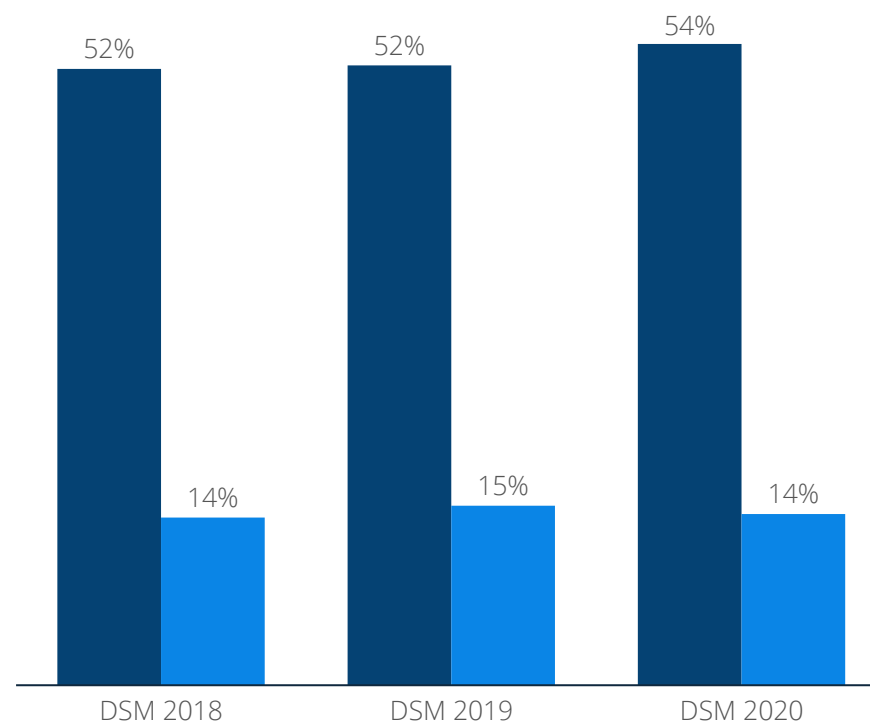
Zielgruppenbeschreibung

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Unternehmensgröße von B2B-Startups



Bediente Kundengruppen Gesamt (Kundenanteil ≥90%)

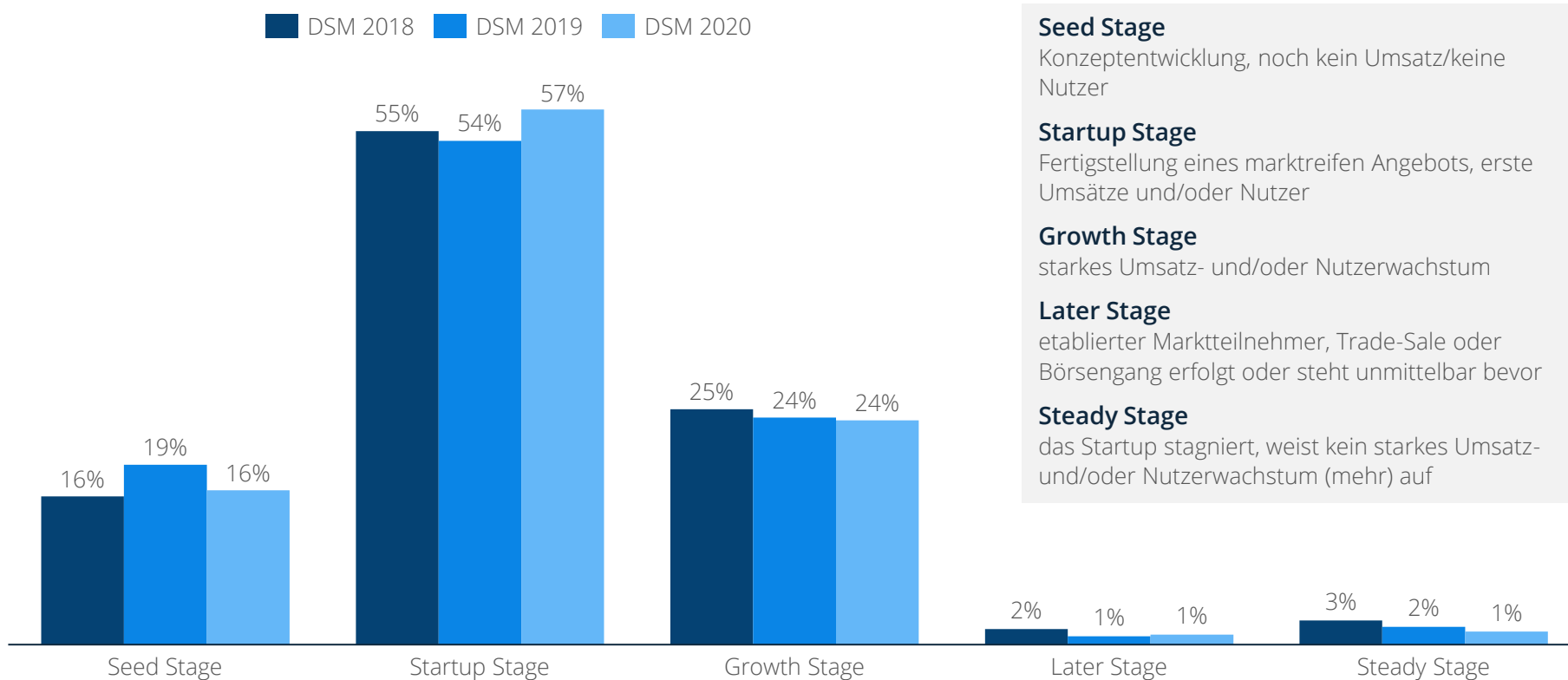


„Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigt Dein Startup aktuell (ohne GründerInnen, aber inkl. PraktikantInnen und Studentische MitarbeiterInnen)?“; Offene Nennung; B2B-Startups DSM 2018 n=624, DSM 2019 n=861, DSM 2020 n=881; „Wie hoch sind die Anteile der Kundengruppen, mit denen Dein Startup seine Umsätze verdient?“; Offene Nennung; DSM 2018 n=1.283, DSM 2019 n=1.725, DSM 2020 n=1.732
Quelle: Deutscher Startup Monitor 2018-2020

Zielgruppenbeschreibung

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Startup-Entwicklungsphasen von B2B-Startups



Anhang

Startup-Verband & Statista Startup Trendreport: B2B 2018-2020

Definitionen

Startup

Für die Startup Trendreporte werden Startups wie folgt definiert: Startups müssen jünger als 10 Jahre sein und müssen entweder ein Mitarbeiter-/ Umsatzwachstum anstreben und/oder hinsichtlich ihrer Produkte/Dienstleistungen, Geschäftsmodelle und/oder Technologien (hoch)innovativ sein.

B2B-Startup

B2B-Startups verdienen 90% und mehr ihrer Umsätze mit Geschäftskunden.

Regionen

Nord: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

West: Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Ost: Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen

Süd: Baden-Württemberg, Bayern, Hessen

Startup-Entwicklungsphasen

Seed Stage: Konzeptentwicklung, noch kein Umsatz / keine Nutzer

Startup Stage: Fertigstellung eines marktreifen Angebots, erste Umsätze und/oder Nutzer

Growth Stage: Starkes Umsatz- und/oder Nutzerwachstum

Later Stage: etablierter Marktteilnehmer, Trade-Sale oder Börsengang erfolgt oder steht unmittelbar bevor

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

Berechnungen

Alle Werte in dieser Studien werden auf Basis aller gültigen Antworten berechnet. „Keine Angabe„ wird nicht berücksichtigt. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Autoren



Ann-Kathrin Kohl

Senior Research Manager

ann-kathrin.kohl@statista.com

Ann-Kathrin Kohl studierte Soziologie an der Universität Potsdam.

Bei Statista leitet und betreut sie Marktforschungsprojekte und ist verantwortlich für die Bereitstellung umfassender internationaler Verbraucher- und Experten-Insights auf der Statista-Plattform. Vor ihrer Tätigkeit bei Statista war sie Projektleiterin für quantitative Markt- und Meinungsforschung bei der INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung.



Alexander Kunst

Senior Researcher

alexander.kunst@statista.com

Alexander Kunst hat Sozialwissenschaften und Philosophie in Hamburg studiert und spezialisierte sich dabei auf empirische Methodik sowie analytische Philosophie. Nachdem er einige Jahre als Researcher im Redaktionsteam von Statista arbeitete, verantwortet er jetzt die Veröffentlichung der CBI-Umfragen und deren Ergebnissen auf den Statista-Plattformen.



Jannis Gilde

Projektleiter Research

jannis.gilde@deutschestartups.org

Jannis Gilde studierte Politik- und Verwaltungswissenschaft an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen sowie der Freien Universität Berlin.

Beim Startup-Verband ist er an der Erstellung verschiedener Studien zum deutschen Startup-Ökosystem beteiligt und führt regelmäßig umfassende Datenanalysen durch. Zuvor sammelte er Erfahrungen in Berlin sowie Brüssel im Bereich der politischen Kommunikation und bei einer Strategieberatung.



Vanusch Walk

Referent Research und Politik

vanusch.walk@deutschestartups.org

Vanusch Walk hat Volkswirtschaftslehre und Public Economics in Frankfurt (Oder), Warschau, Brüssel und Berlin studiert. Als Referent Forschung und Politik ist er im Startup-Verband für Fragen und Lösungen zuständig, die den Deutschen Startup Monitor auf der einen und das politische Tagesgeschäft auf der anderen Seite verbinden. Während des Studiums konnte er praktische Erfahrungen in der Wirtschaftsforschung sowie der Verbandsarbeit sammeln.