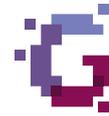




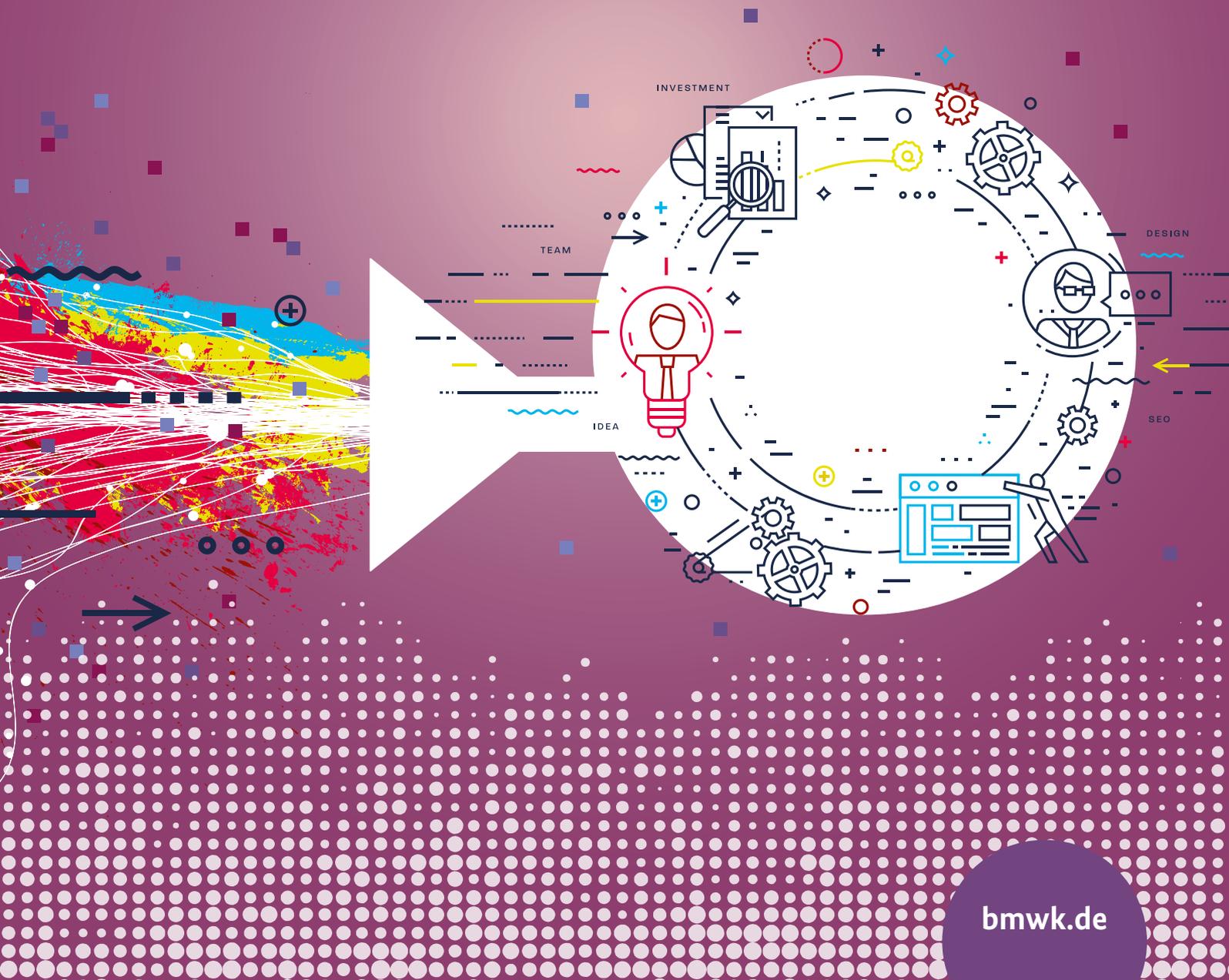
Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz



GRÜNDUNGS  
WETTBEWERB  
DIGITALE INNOVATIONEN

# Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

*Kurzstudie zum Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen*



[bmwk.de](https://www.bmwk.de)

## **Impressum**

### **Herausgeber**

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
[www.bmwk.de](http://www.bmwk.de)

Kurzstudie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.

### **Stand**

November 2022

Diese Publikation wird ausschließlich als Download angeboten.

### **Gestaltung**

PRpetuum GmbH, 80801 München

### **Bildnachweis**

BMWK

### **Zentraler Bestellservice für Publikationen der Bundesregierung:**

E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)

Telefon: 030 182722721

Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

# Inhalt

Das Wichtigste in Kürze.....	2
Abbildungsverzeichnis.....	5
Thesenübersicht.....	6
Thesen.....	7
Quellenverzeichnis.....	34

# Das Wichtigste in Kürze

**Von dem Autorenteam des Instituts für Innovation und Technik (iit):**

Dr. Leo Wangler, Dr. Sonja Kind, Dr. Jan Wessels

**Mit Unterstützung von:** Martin Robeck

**In Zusammenarbeit mit:** Dr. Christiane Kerlen (Kerlen Evaluation)

Die Entwicklung im Jahr 2022 sollte nach den Corona-Jahren einen Aufbruch markieren, doch haben die positiven Erwartungen bedingt durch den Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine in diesem Jahr einen merklichen Dämpfer erfahren. Aktuelle wirtschaftspolitische Herausforderungen wie das Bekämpfen der Inflation führen zu steigenden Zinsen, was sich letztlich auch auf die Finanzierungssituation von Start-ups auswirkt. Ungeachtet dessen schreitet die digitale Transformation der Wirtschaft fort. In diesem Sinne bewegen sich die jungen Digitalunternehmen trotz der globalen Krisen in einem resilienten Umfeld. Viele Digitalunternehmen sind weiterhin wachstumsorientiert und blicken optimistisch in die Zukunft. Die Chancen der jungen Digitalwirtschaft sind weiter gut. Klar ist auch, dass Gründungsvorhaben, denen es gelingt, unter schwierigen globalen Herausforderungen zu bestehen, im Zuge einer Verbesserung des Umfeldes besonders gute Entwicklungsperspektiven haben.

Mit der im Juli 2022 beschlossenen Start-up-Strategie will die Bundesregierung das deutsche und europäische Start-up-Ökosystem stärken. Schwerpunkte der Strategie bilden die Themen Finanzierung, Fachkräftesicherung, Abbau administrativer Hürden bei der Unternehmensgründung, Diversität, Ausgründungen aus der Wissenschaft, Gemeinwohlorientierung, Zugang zu öffentlichen Aufträgen, Datenzugang und Real-labore (BMWK 2022).<sup>1</sup>

Der „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“ ist ein wichtiger Bestandteil des deutschen Gründungs-Ökosystems für innovative Start-ups. Rund 500 Gründungsteams nutzen jährlich die attraktiven Angebote des Wettbewerbs für die Weiterentwicklung ihrer Ideen. Das Feedback zu der eingereichten Skizze ihrer Geschäftsidee bringt dabei den deutlichsten Nutzen für die Teilnehmenden. Über 60 Prozent von ihnen gründen ein Unternehmen. Die Start-ups des Gründungswettbewerbs Digitale Innovationen haben sich mit einer Steigerung der festen Mitarbeitenden von durchschnittlich 4,4 auf 6,1 und einer Verdoppelung des Umsatzes von 2021 auf 2022 gut entwickelt.

Die jungen Digitalunternehmen haben ungeachtet des schwierigen Umfeldes Wachstumsabsichten und planen, dafür Personal einzustellen. Der Zugang zu Fachkräften

<sup>1</sup> [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?__blob=publicationFile&v=10)

in der IKT-Branche ist und bleibt aber ein Hindernis und wächst sich zunehmend zu einer Wachstumsbarriere aus. Im Vergleich zu den Vorjahren scheinen junge Digitalunternehmen vermehrt auch nach Fachkräften im Nicht-EU-Ausland zu suchen. Für immerhin ein Drittel der Befragten stellte dabei wiederum die Attraktivität des Standorts ein Hindernis dar.

Das Jahr 2021 markierte einen Höhepunkt besonders günstiger Finanzierungsbedingungen am Kapitalmarkt, wovon die Start-ups profitierten. Mit dem markanten Zinsanstieg der vergangenen Monate geht die Ära des billigen Geldes zu Ende. Bereits jetzt zeichnet sich ab, dass sich Gründerinnen und Gründer zukünftig einer Kapitalverknappung gegenübersehen. Es gilt weiterhin auf günstige finanzielle Rahmenbedingungen zu achten, damit der Finanzierungsstandort auch für ausländische Investoren weiterhin attraktiv bleibt. Besonders in der Wachstumsphase brauchen Unternehmen viel Geld, um die Markterschließung erfolgreich zu bewältigen. Der Zukunftsfonds der Bundesregierung kann hier unterstützen, doch sind damit verbundene Möglichkeiten den Start-ups weiterhin noch nicht ausreichend bekannt.

Nachhaltigkeit ist für die junge Digitalwirtschaft fester Bestandteil ihrer Geschäftstätigkeit. Rund drei Viertel haben Nachhaltigkeit als Teil ihrer Unternehmensstrategie verankert. 39 Prozent von ihnen stellen ein Budget für Nachhaltigkeit bereit. Die junge Digitalwirtschaft hat die Transformation der Wirtschaft hin zu mehr Nachhaltigkeit als Markt erkannt: Mehrheitlich helfen ihre Produkte und Dienstleistungen, effizienter zu wirtschaften und den Ausstoß an Treibhausgasen zu vermindern. Nicht zuletzt tragen die Produkte und Dienstleistungen der Mehrheit der jungen Digitalunternehmen dazu bei, Wachstum und Ressourcenverbrauch zu entkoppeln. Ein Aspekt, der als besonders wichtig erachtet wird, um die gesetzten Klimaziele zu erreichen.

Der hohe Stellenwert sozialer Innovationen wird übergreifend von vielen der befragten Gründerinnen und Gründer gesehen. 90 Prozent stimmen der Aussage zu, dass technologische Innovationen allein hierfür nicht mehr ausreichen. Für eine Mehrheit der Befragten (58 Prozent) spielt das Thema schon heute in ihrem eigenen jungen Unternehmen eine Rolle, für 38 Prozent könnte es in Zukunft wichtig werden.

Junge Digitalunternehmen setzen auf flexibles ortsunabhängiges Arbeiten der Mitarbeitenden, wobei diese weiterhin überwiegend im nahen Umfeld der Unternehmen wohnen. Das wichtigste Motiv für Start-ups für Remote-Arbeit ist die Einsparung von Kosten für die Anmietung von Flächen. Demgegenüber dürfte für die Mitarbeitenden vor allem ein Gewinn an Flexibilität im Vordergrund stehen, denn zusätzliche finanzielle Anreize werden in der Regel von den Start-ups nicht geboten. Inwieweit die Remote-Arbeit im Hinblick auf Wissensaustausch, Commitment und Kreativprozesse mit einer Präsenz der Mitarbeitenden vergleichbar ist, stößt auf ein geteiltes Echo.

Die aktuelle Entwicklung macht deutlich, dass die junge Digitalwirtschaft trotz andauernder Krisen für eine nachhaltige Zukunft und Erneuerung steht. Entscheidend ist ein verlässliches Umfeld, damit die junge Digitalwirtschaft weiterhin den Erneuerungsprozess der Wirtschaft stärken kann und einen Beitrag leistet, damit die Wirtschaft insgesamt gestärkt aus der Krisensituation hervorgeht.

Der „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“ besitzt für die Gründerinnen und Gründer der jungen Digitalwirtschaft eine hohe Relevanz und liefert einen passgenauen Förderansatz. Die Gründungsquote liegt im Schnitt bei 60 Prozent (80 Prozent bei den Preisträgerinnen und Preisträgern). Die steigenden Umsatz- und Beschäftigungszahlen der jungen Unternehmen sowie die hohe Überlebensrate der Gründungen von etwa 90 Prozent in den ersten drei bis fünf Jahren nach der Teilnahme am Wettbewerb verdeutlichen den Erfolg des Wettbewerbs. Mit 63 Prozent Unternehmensgründungen liegen die aktuellen Zahlen der Wettbewerbsteilnehmenden des Jahrgangs 2021 leicht über dem Durchschnitt. Weitere 21 Prozent planen, in näherer Zukunft ein Unternehmen zu gründen. Damit hilft der „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“, den Innovationsstandort Deutschland weiterzuentwickeln und innovative Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft zu finden.

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einschätzung des Marktumfelds.....	7
Abbildung 2: Erwartungen an die Auftragsentwicklung.....	8
Abbildung 3: Zahl der im Wettbewerb eingereichten Skizzen.....	10
Abbildung 4: Gründungsquote.....	11
Abbildung 5: Beschäftigten- und Umsatzentwicklung der jungen Digitalunternehmen.....	12
Abbildung 6: Auswirkungen des Fachkräftemangels auf das Unternehmenswachstum.....	14
Abbildung 7: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen.....	14
Abbildung 8: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen im Zeitverlauf.....	15
Abbildung 9: Einschätzungen zum VC-Kapitalmarkt.....	18
Abbildung 10: Finanzierungsquellen.....	20
Abbildung 11: Wahrnehmung und Beanspruchung des Zukunftsfonds.....	22
Abbildung 12: Digitalisierung als Stütze der Nachhaltigkeit.....	24
Abbildung 13: Unterstützung von Nachhaltigkeit durch die junge Digitalwirtschaft.....	25
Abbildung 14: Die junge Digitalwirtschaft hilft, Emissionen zu mindern.....	25
Abbildung 15: Bedeutung von Nachhaltigkeit für die junge Digitalwirtschaft.....	26
Abbildung 16: Nachhaltigkeit im Vergleich (allg. IKT und Junge Digitalwirtschaft).....	27
Abbildung 17: Aussagen zu sozialen Innovationen.....	29
Abbildung 18: Verschiedene Facetten des Remote-Arbeitens.....	31
Abbildung 19: Motive für die Zusammenarbeit mit Freelancern.....	32
Abbildung 20: Suchstrategien für das Auffinden von Freelancern.....	33

# Thesenübersicht

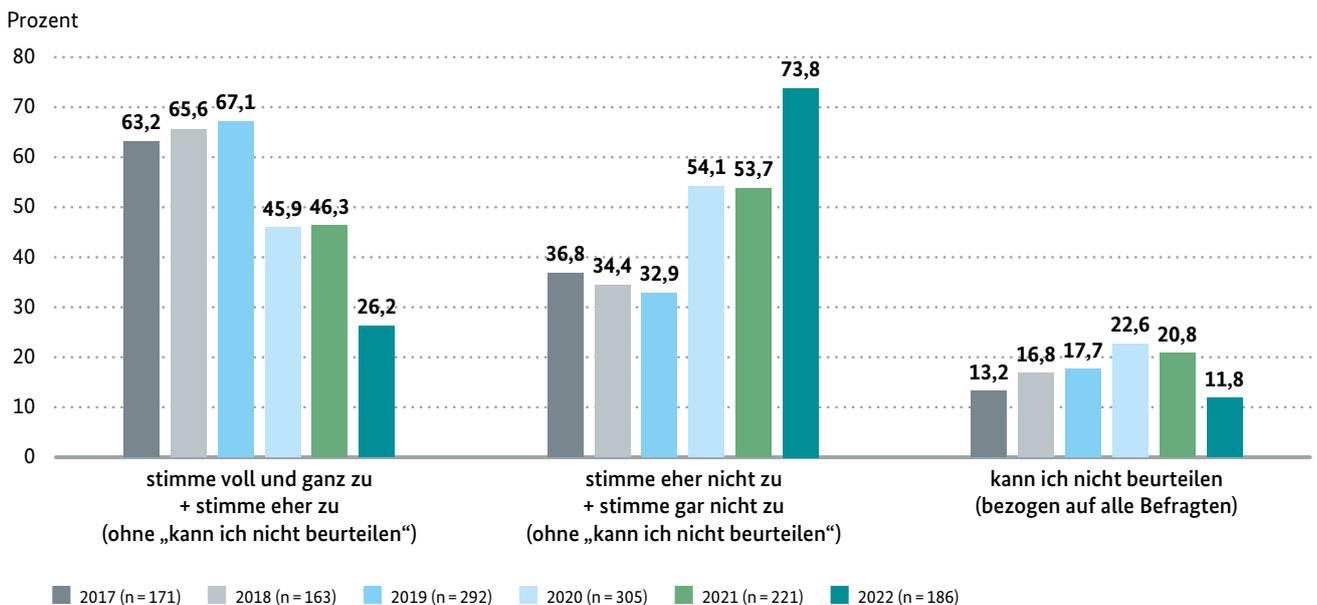
- These 1:** Das Marktumfeld für Gründungen im Bereich der Digitalwirtschaft verschlechtert sich aufgrund der konjunkturellen Folgen des Ukraine-Kriegs.
- These 2:** Aus dem „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“ gehen erfolgreiche Start-ups hervor. Der Wettbewerb ist zentraler Bestandteil eines leistungsfähigen Gründungs-Ökosystems für innovative Gründungen.
- These 3:** Die erschwerte Suche nach Fachkräften ist unverändert ein zentrales Problem junger Digitalunternehmen.
- These 4:** Steigende Zinsen erschweren den Kapitalzugang für Start-ups. Der eingeschlagene Wachstumspfad in der Gründungsfinanzierung ist daher kein Selbstläufer.
- These 5:** In der aktuellen Situation steigt die Bedeutung öffentlich geförderter Finanzierungsangebote. Der Zukunftsfonds ist ein wichtiges Finanzierungsinstrument, das es angesichts aktueller Herausforderungen besser bekannt zu machen gilt.
- These 6:** Für junge Digitalunternehmen ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil ihres Geschäfts.
- These 7:** Soziale Innovationen werden die Gründungslandschaft in Deutschland in den nächsten Jahren entscheidend mitprägen.
- These 8:** „Remote“ zu arbeiten ist ein großer Trend und auch junge Digitalunternehmen setzen auf flexibles ortsunabhängiges Arbeiten der Mitarbeitenden.
- These 9:** Immer mehr Start-ups setzen auf die Zusammenarbeit mit Freelancern. Dies dient vor allem dazu, Kosten zu sparen und personelle Engpässe zu überbrücken.

# Thesen

## These 1: Das Marktumfeld für Gründungen im Bereich der Digitalwirtschaft verschlechtert sich aufgrund der konjunkturellen Folgen des Ukraine-Kriegs.

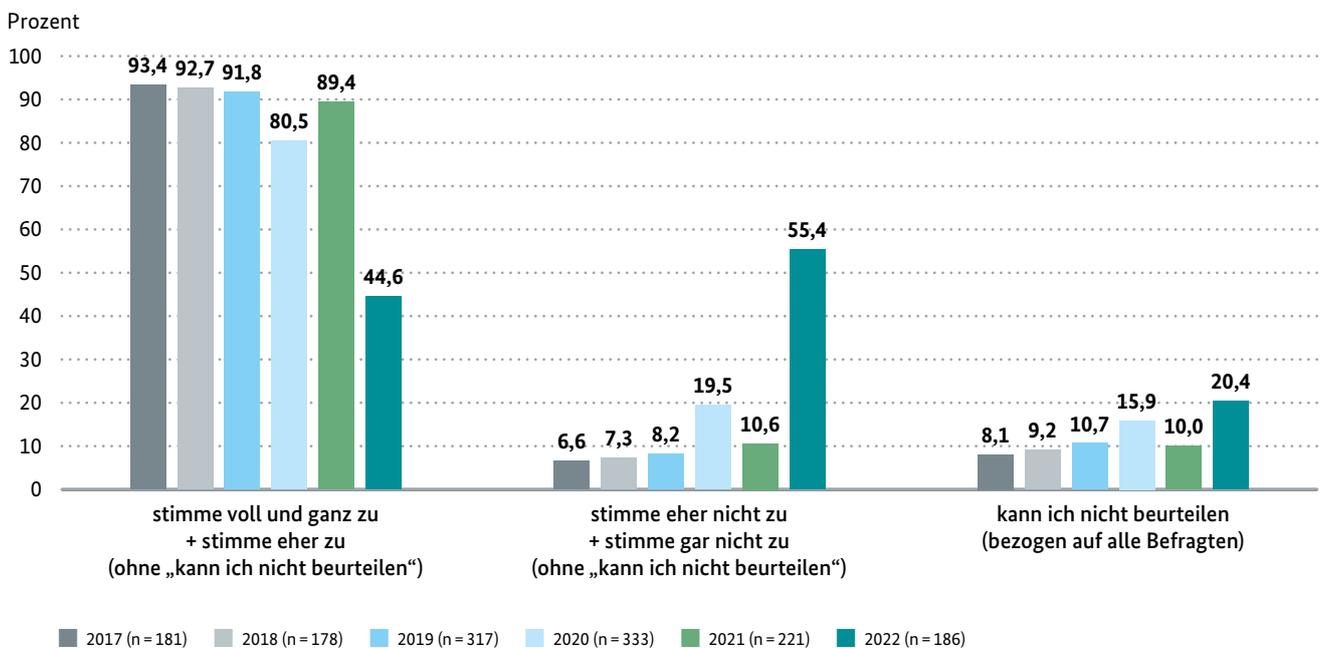
- Die Befragung des Trendbarometers junge Digitalwirtschaft zur aktuellen Auftragslage war vor der Corona-Krise durch einen erkennbaren Aufwärtstrend charakterisiert, der durch die Covid-19-Pandemie und den Lockdown in der ersten Jahreshälfte 2020 endete. 2022 ist die Einschätzung des Marktumfelds noch einmal deutlich pessimistischer.
- Berichteten vor der Pandemie noch über zwei Drittel der Antwortenden von einer guten Auftragslage, brach diese positive Einschätzung bereits mit der Corona-Pandemie deutlich ein. Aktuell sind es nur noch etwa 26 Prozent, die in der aktuellen Umfrage voll und ganz zustimmen können, eine gute Auftragslage zu haben (ein Rückgang zu 2019 um rund 40 Prozentpunkte). Der massive konjunkturelle Einbruch, der insbesondere auf die Folgen des Ukraine-Kriegs zurückgeht, hat bereits im Sommer 2022 deutliche Spuren hinterlassen.

Abbildung 1: Einschätzung des Marktumfelds  
Wir haben zurzeit eine gute Auftragslage



- Hinsichtlich der Einschätzungen zur zukünftigen Auftragsentwicklung in den kommenden zwölf Monaten sind ebenfalls deutlich eingetrübte Erwartungen zu beobachten. Aktuell geht nur noch eine Minderheit davon aus, dass sich die Auftragsentwicklung verbessert. Hierzu dürfte beitragen, dass die mittelfristigen Auswirkungen des Krieges auf die Konjunktur aufgrund steigender Energiepreise, sinkender Exporte und einer insgesamt hohen Inflation zum Befragungszeitpunkt im Sommer 2022 die Erwartungen stark eingetrübt haben.

**Abbildung 2: Erwartungen an die Auftragsentwicklung**  
Wir erwarten für die kommenden zwölf Monate eine positive Auftragsentwicklung



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2017 – 2022

- Der pessimistische Blick auf Auftragslage und -entwicklung deckt sich im Grundsatz mit aktuellen Daten aus der Gründungsszene. Der Deutsche Startup Monitor 2022 analysierte ebenfalls das Geschäftsklima im deutschen Start-up-Ökosystem und kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Etwa die Hälfte der Befragten bewerten die gegenwärtige Geschäftslage ihres Start-ups zwar positiv (48,3 Prozent), was sogar einer Steigerung von 4,2 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr entspricht. Allerdings hat sich die Zukunftserwartung massiv eingetrübt. 2021 gingen noch 72,1 Prozent der Antwortenden von einer positiven Entwicklung der Geschäftslage aus, 2022 nur noch 54,2 Prozent – damit liegt dieser Wert noch unter dem des

Corona-Krisenjahres 2020 (DSM 2022).<sup>2</sup> Auch die allgemeine Einschätzung der deutschen Wirtschaft zur Marktlage fällt im Sommer 2022 deutlich pessimistisch aus, wie der ifo-Geschäftsklimaindex vom September 2022 zeigt (IFO Institut 2022).<sup>3</sup>

- Die schwierige gesamtwirtschaftliche Situation scheint auch Auswirkungen auf die Gründungsdynamik zu haben. Während erste Studien Anfang 2022 noch davon ausgingen, dass der Rückgang der allgemeinen Gründungsdynamik im Verlauf der Corona-Pandemie nun vorüber und eine neue Wachstumsdynamik zu erwarten sei (KfW 2022b)<sup>4</sup>, legen jüngste Zahlen einen erneuten Rückgang nahe. Der Deutsche Startup-Verband veröffentlichte Mitte August 2022 Daten, nachdem die Gründungsaktivität bei Start-ups in Deutschland in den ersten sechs Monaten 2022 im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 um sieben Prozent von 1.618 auf 1.508 Neugründungen sinkt. Erstmals seit 2019 gehe die Zahl neu gegründeter Start-ups zurück. Das kontinuierliche Wachstum der letzten Jahre erhalte im Kontext aktueller globaler Krisen einen deutlichen Dämpfer (Startup Verband 2022b).<sup>5</sup>

2 [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM\\_2022.pdf](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM_2022.pdf)

3 <https://www.ifo.de/fakten/2022-09-26/ifo-geschaeftsklimaindex-auf-breiter-front-gefallen-september-2022>

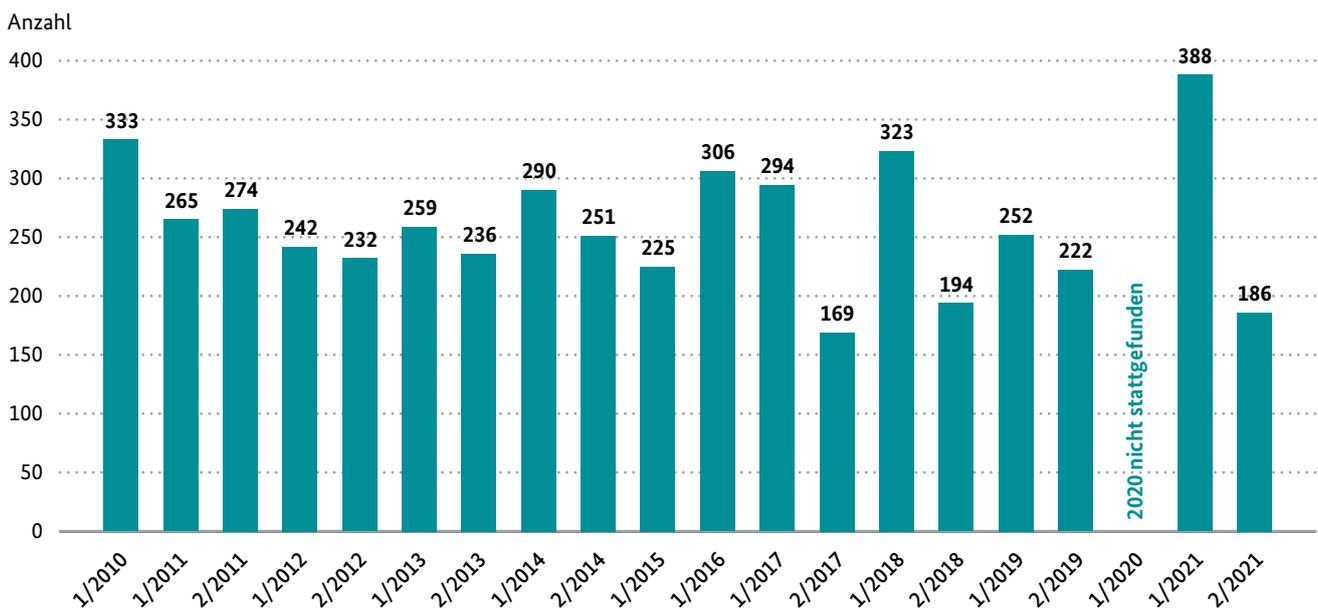
4 <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2022.pdf>

5 <https://startupverband.de/presse/pressemitteilungen/pm-neuer-report-erfasst-startup-neugruendungen-in-deutschland-16-08-2022/>

## These 2: Aus dem „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“ gehen erfolgreiche Start-ups hervor. Der Wettbewerb ist zentraler Bestandteil eines leistungsfähigen Gründungs-Ökosystems für innovative Gründungen.

- Der „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“ besitzt wie seine Vorläufer klare Alleinstellungsmerkmale, die ihn in der deutschen Landschaft der Initiativen zur Unterstützung von Unternehmensgründungen deutlich herausstellen. Dazu gehören der gezielte Fokus auf digitale Innovationen, die Ausrichtung auf Gründungsideen („Ideenskizzen“), die bundesweite Durchführung und die damit einhergehende hohe öffentliche Sichtbarkeit, die Mehrstufigkeit im Verfahren mit fachkundiger Vorbewertung, Überarbeitungsmöglichkeit und anschließender Juryentscheidung und das detaillierte, konstruktive Feedback an alle Teilnehmenden zur Motivation für zukünftige Teilnahmen oder Gründungsaktivitäten. Für die Preisträgerinnen und Preisträger gibt es umfangreiche, individuell zugeschnittene Unterstützungsangebote zum Coaching und zur Vernetzung. Weitere angelegte Angebote wie der Preis zum „Digitalen Start-up des Jahres“ oder die Vernetzungsveranstaltung „Connecting the Dots“ runden das Gesamtangebot ab.

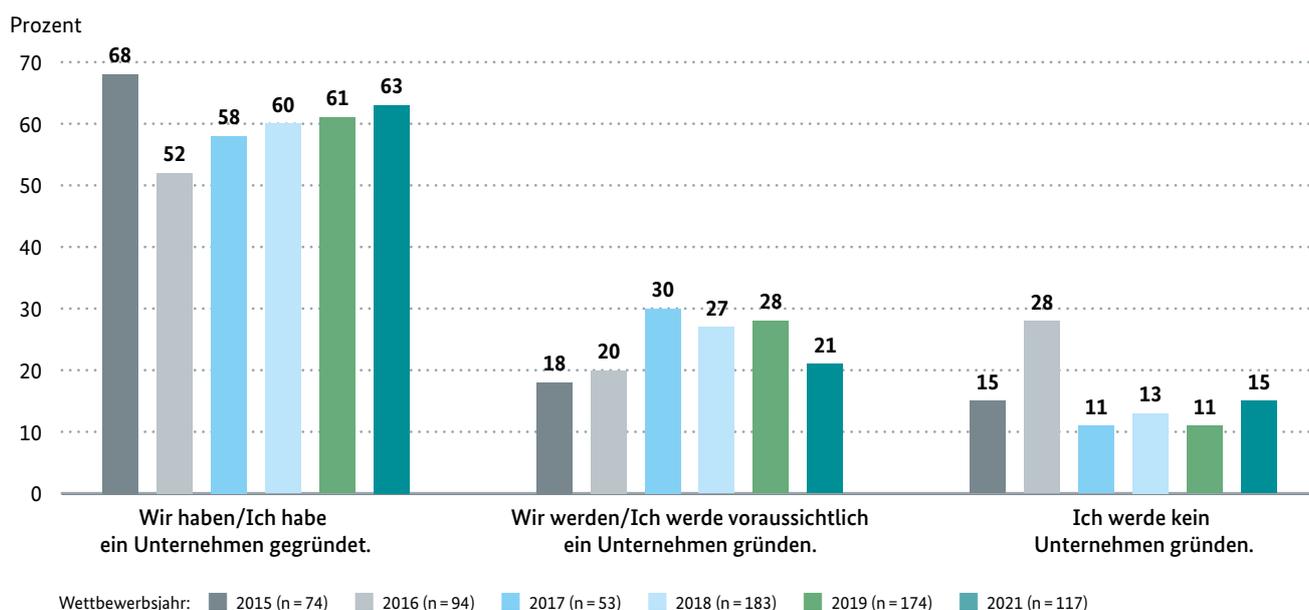
Abbildung 3: Zahl der im Wettbewerb eingereichten Skizzen



Quelle: iit, Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen

- Der vom BMWK initiierte Gründungswettbewerb hat eine hohe Reichweite, mit durchschnittlich knapp 250 eingereichten Ideenskizzen pro Wettbewerbsrunde. Da der Wettbewerb 2020 nicht durchgeführt wurde, ist die Zahl der eingereichten Ideenskizzen in der ersten Runde 2021 besonders hoch: Gründungsinteressierte haben darauf gewartet, dass sie wieder die Möglichkeit erhalten, sich mit ihrer Geschäftsidee beim Gründungswettbewerb bewerben zu können, ein attraktives Preisgeld zu gewinnen und die mit Gewinn und Preisverleihung verbundene öffentliche Aufmerksamkeit für den Aufbau ihres Unternehmens zu nutzen. Dies sind mit 46 Prozent, 69 Prozent und 44 Prozent die drei am häufigsten genannten Gründe für eine Teilnahme am Gründungswettbewerb.
- Alle Teilnehmenden erhalten ein qualifiziertes Feedback zu der von ihnen eingereichten Ideenskizze. Dies – so zeigen die regelmäßigen Befragungen – ist mit Abstand der deutlichste Nutzen, den die Wettbewerbsteilnahme bringt.
- Die Effektivität des Wettbewerbs zeigt sich in einer konstant hohen Gründungsquote, die im Schnitt bei 60 Prozent liegt und im Jahr 2021 sogar bei 63 Prozent lag, trotz der widrigeren Umstände der Corona-Pandemie.

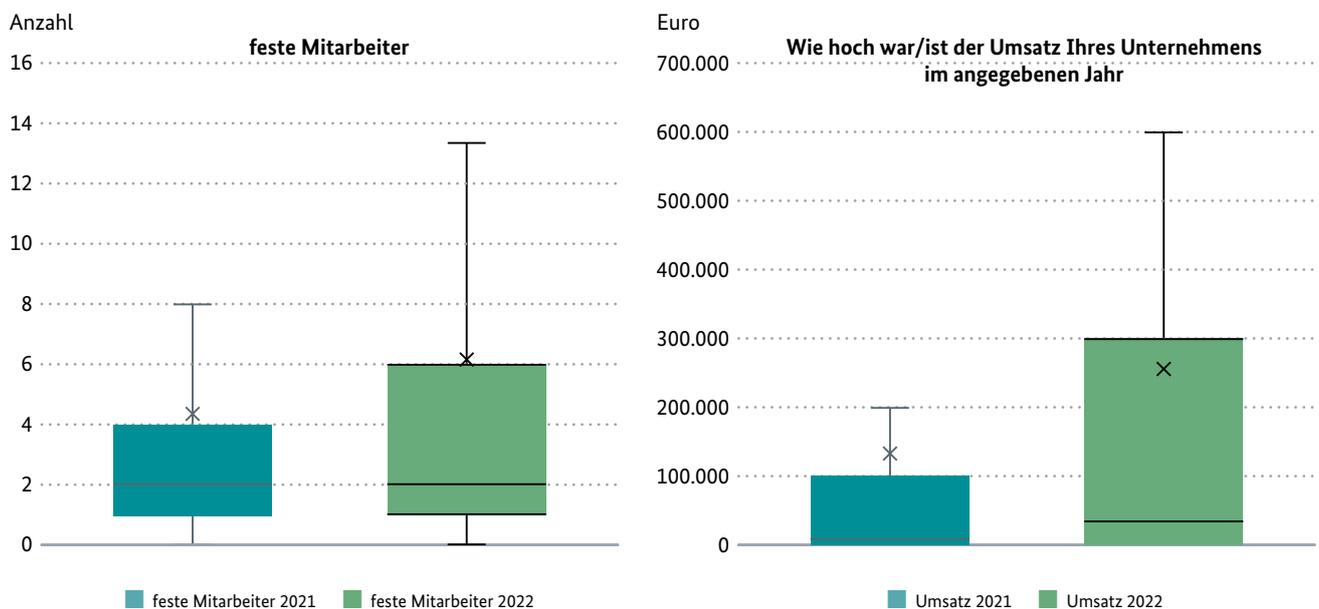
Abbildung 4: Gründungsquote



Quelle: iit, Teilnehmendenbefragung Gründungswettbewerb 2015–2021

- Der Erfolg der Maßnahme zeigt sich durch die positive Entwicklung unter den Teilnehmenden des Gründungswettbewerbs – Digitale Innovation durch die gestiegenen Beschäftigungs- und Umsatzzahlen. Die Start-ups konnten die Zahl der fest Beschäftigten von durchschnittlich 4,4 im Jahr 2021 auf 6,1 im Jahr 2022 steigern. Zusätzlich beschäftigen sie im Schnitt zwei freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Umsätze konnten im gleichen Zeitraum von im Schnitt 130.000 Euro auf das nahezu Doppelte gesteigert werden.

Abbildung 5: Beschäftigten- und Umsatzentwicklung der jungen Digitalunternehmen

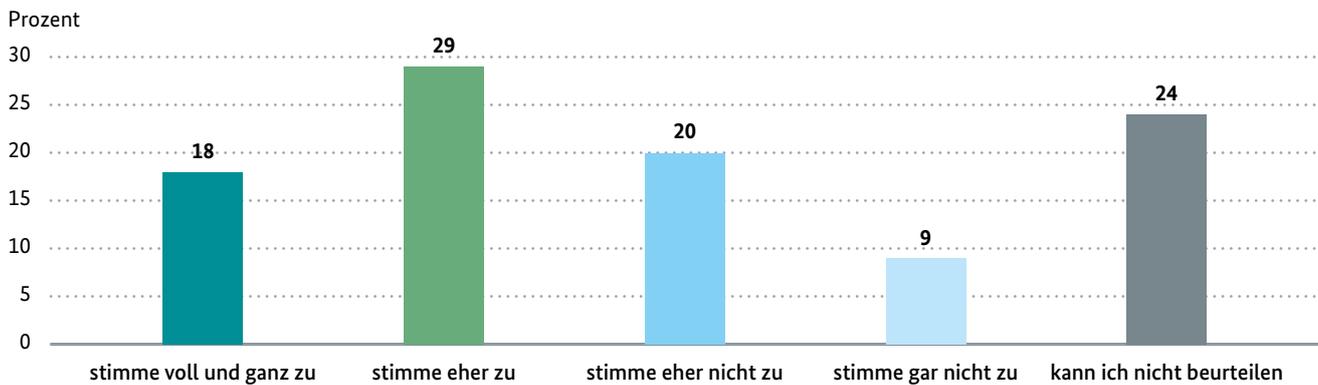


Quelle: iit, Teilnehmendenbefragung Gründungswettbewerb 2022

### These 3: Die erschwerte Suche nach Fachkräften ist unverändert ein zentrales Problem junger Digitalunternehmen.

- Über zwei Drittel der im Trendbarometer befragten jungen Digitalunternehmen (71 Prozent) planen, in 2022 noch weitere Mitarbeitende einzustellen. Nur zehn Prozent wollen davon absehen und weitere 13 Prozent sind noch im Ungewissen darüber. Dies zeigt das Potenzial der jungen Digitalwirtschaft, positive Wachstumsimpulse zu entfalten.
- Die Einstellung neuer Mitarbeitender wurde bereits in den vergangenen Jahren als ein Hemmnis bewertet. Wenngleich in diesem Jahr ein leicht positiver Trend gegenüber den Vorjahren zu verzeichnen ist, sehen immer noch 50 Prozent der Unternehmen Schwierigkeiten, die geeigneten Mitarbeitenden zu finden. Demgegenüber stehen 41 Prozent, die eher weniger bis keine Schwierigkeiten sehen.
- Mit Blick auf Qualifikationsprofile werden insbesondere IT-Spezialistinnen und -Spezialisten im Bereich Entwicklung und Programmierung gesucht (40 Prozent). Ein weiteres stark gesuchtes Qualifikationsprofil liegt in den Bereichen Vertrieb/Sales (15 Prozent). Unter „Sonstiges“ (25 Prozent) fallen Profile in den Feldern Data Scientist/Analyst, Ingenieurwesen sowie technisches Management/Beratung. Einzelnennungen zu gesuchten Profilen waren u. a. Elektrik, Robotik und SAP-Beratung.
- In dem diesjährigen Trendbarometer wurde erstmalig nach einer Einschätzung gefragt, ob sich der zunehmende Fachkräftemangel als ein Wachstumshemmnis erweist. Hier waren die Unternehmen zur Hälfte (47 Prozent) der Meinung, dass der zunehmende Fachkräftemangel ein Problem darstellt, von den übrigen waren 29 Prozent eher nicht der Meinung und weitere 25 Prozent waren in dieser Frage noch unentschieden. Der Fachkräftemangel bleibt damit für viele eine Herausforderung.

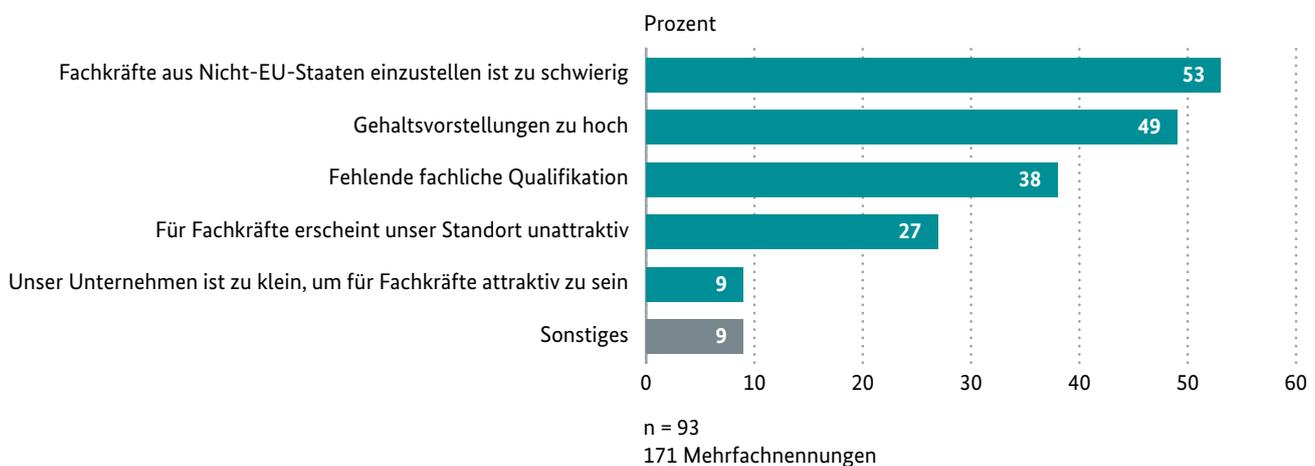
**Abbildung 6: Auswirkungen des Fachkräftemangels auf das Unternehmenswachstum**  
Die zunehmend schwere Suche nach Fachkräften ist für uns ein ersichtliches Wachstumshemmnis



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

- Die beiden Hauptgründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen sind Probleme dabei, Fachkräfte aus Nicht-EU-Staaten einzustellen (53 Prozent), und zu hohe Gehaltsvorstellungen (49 Prozent). Danach folgen für jeweils circa ein Drittel der Befragten fehlende fachliche Qualifikationen (38 Prozent) und eine aus Sicht der Unternehmen mangelnde Attraktivität des Standorts (27 Prozent). Wurde im Vorjahr noch die Gehaltsvorstellung als größtes Hindernis genannt, liegt in dieser Befragung die Schwierigkeit bei der Einstellung von Fachkräften aus Nicht-EU-Staaten an erster Stelle.

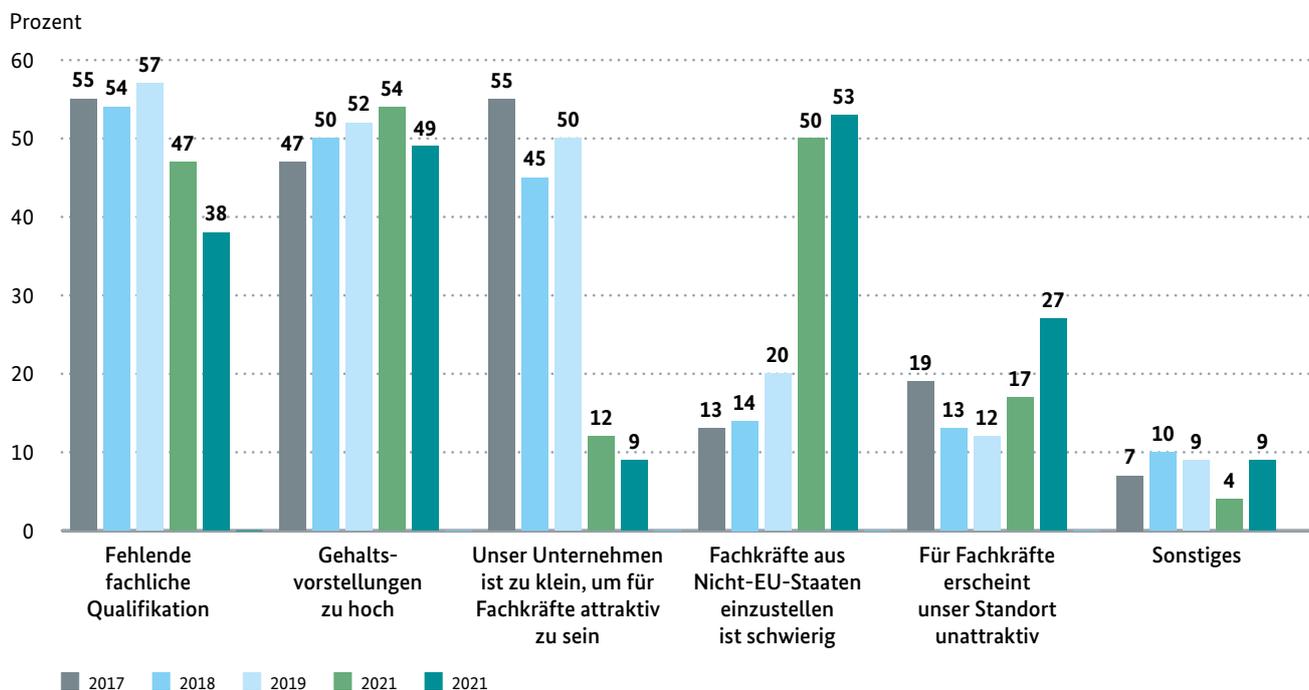
**Abbildung 7: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen**



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

- Die Betrachtung im Zeitverlauf lässt Verschiebungen in der Bedeutung der genannten Schwierigkeiten erkennen. Während die von den Bewerbenden geforderten Gehaltsvorstellungen über die Jahre gleichbleibend als zu hoch bewertet werden, nimmt der Mangel an Bewerbenden mit der passenden Qualifikation ab. Daraus lässt sich folgern, dass den Unternehmen beim Personal eher an deren Verfügbarkeit denn an Kompetenzmängeln per se mangelt. Hervorzuheben ist auch der Trend, dass die jungen Digitalunternehmen zunehmend Schwierigkeiten darin sehen, Fachkräfte aus Nicht-EU-Ländern einzustellen. Das deutet auf einen zunehmenden internationalen Standortwettbewerb hin, dem Deutschland bei der Suche nach internationalen Fachkräften ausgesetzt ist. Als weiterer Trend zeigt sich, dass die befragten Unternehmen der letzten beiden Jahre kaum noch ihre kleine Unternehmensgröße als Hinderungsgrund für die Besetzung von Fachkräftestellen bewerten (nur von neun bis zwölf Prozent), was in den Vorjahren noch von mindestens der Hälfte als Hinderungsgrund eingeschätzt wurde.

Abbildung 8: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen im Zeitverlauf



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2017 – 2022

- Die im Trendbarometer identifizierten Befunde zum Thema Fachkräftesuche und damit verbundene Hindernisse decken sich weitgehend mit den Ergebnissen des Bitkom. Der Branchenverband geht auf Basis seiner jährlichen Unternehmensbefragung von einem weiteren Anstieg freier Stellen für IT-Fachkräfte aus und schätzt diese für das Jahr 2022 auf 96.000 (Anstieg von 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr) (Bitkom 2022b). Auch hier sind Software-Entwicklerinnen und -Entwickler erwartungsgemäß mit Abstand die gefragteste Gruppe, ebenso wird eine Expertise im Bereich IT-Management und Administration sowie zunehmend auch Data Science gesucht. Bezogen auf die Gruppe der von Bitkom befragten IT-Start-ups können circa zwei Drittel der jungen Unternehmen ihre Stellen nicht besetzen und geben durchschnittlich fünf offene Stellen an. Dies ist etwas mehr als das Doppelte, als die im Trendbarometer befragten Unternehmen angeben. Prinzipiell gehen die von der Bitkom befragten IT-Start-ups von einer positiven Geschäftsentwicklung aus und erwarten einen Zuwachs bei ihren Mitarbeitenden (Bitkom 2022a).<sup>6</sup>
- Einen Blick in die etwas weitere Zukunft richtet die von der Boston Consulting Group durchgeführte Analyse, die für Deutschland einen IT-Fachkräftemangel im Jahr 2030 von circa einer Million Personen prognostiziert (BCG 2021).<sup>7</sup> Dies entspräche im Vergleich zur Bitkom-Studie nochmals einer massiven Vergrößerung der Fachkräftelücke um das Zehnfache.
- Hinsichtlich der Lösungsansätze, wie dem Fachkräftemangel im IKT-Sektor begegnet werden könnte, gehen die Empfehlungen wie in den letzten Jahren auch in Richtung einer weiteren Verbesserung von Aus- und Weiterbildung, Stärkung der Begeisterung von Frauen für IT-Berufe und die Förderung qualifizierter Zuwanderung (Bitkom 2022b).<sup>8</sup> Ergänzende Ansätze gehen dahin, die Arbeit attraktiver für die Fachkräfte zu gestalten, indem stärker auf eine Flexibilität durch die Arbeitgebenden gesetzt wird. Dies kann beispielsweise durch flexible Arbeitszeitmodelle oder die Aufstellung diverser Teams gelingen (ds 2022).<sup>9</sup>

6 [https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811\\_Bitkom\\_Startup\\_Report\\_2022\\_AS.pdf](https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811_Bitkom_Startup_Report_2022_AS.pdf)

7 <https://www.bcg.com/de-de/publications/2021/impact-of-new-technologies-on-jobs>

8 [https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811\\_Bitkom\\_Startup\\_Report\\_2022\\_AS.pdf](https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811_Bitkom_Startup_Report_2022_AS.pdf)

9 <https://www.deutsche-startups.de/2022/08/04/diversity-als-chance/>

## These 4: Steigende Zinsen erschweren den Kapitalzugang für Start-ups. Der eingeschlagene Wachstumspfad in der Gründungsfinanzierung ist daher kein Selbstläufer.

- Die vergangenen Jahre waren geprägt von historisch niedrigen Zinsen. Die geld- und fiskalpolitischen Stabilisierungsmaßnahmen in der Corona-Pandemie haben zuletzt auch die Finanzierungsbedingungen für Start-ups noch einmal deutlich verbessert. So wurde das Jahr 2021 zum bisherigen Rekordjahr für Gründungsfinanzierungen (E&Y 2021). Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich für 2022 nun eine Abkühlung, was sich in einem Rückgang des Finanzierungsvolumens (minus 20 Prozent) als auch der Anzahl der Finanzierungsrunden (minus sieben Prozent) äußert, wengleich das Niveau weiterhin hoch ist. Bis Mitte dieses Jahres waren es genauso viele Top-Deals von über 100 Millionen Euro wie im Vorjahreszeitraum, doch ist das Investitionsvolumen insgesamt zurückgegangen. Investiert wird unverändert in besonders innovative Geschäftsideen, die zu großen Teilen aus der Digital-Branche kommen. Allgemein stehen Hard- und Software und Energie im Fokus der Investoren. Gleichzeitig ging das Finanzierungsvolumen im Bereich Fin- und InsurTech im Vergleich zum Vorjahr zurück. Mit Blick auf die regionale Verteilung ist Berlin weiterhin führend, gefolgt von Bayern und Nordrhein-Westfalen (E&Y 2022).<sup>10</sup>
- Das Stimmungsbild hinsichtlich aktueller Entwicklungen der Start-up-Finanzierung ist, typisch für solche Umbruchsituationen, bis zur ersten Jahreshälfte 2022 noch gemischt, was im Wesentlichen auf das weiterhin hohe Ausgangsniveau zurückzuführen ist. Dies spiegelt sich beispielsweise in den Ergebnissen des KfW Gründungsmonitors 2022<sup>11</sup>, wo Start-ups aufgrund positiver Erfahrungen im Jahr 2021 von guten Bedingungen beim Kapitalzugang berichten (KfW 2022b), wider. Hier geben nur 12 Prozent der Gründerinnen und Gründer an, Finanzierungsschwierigkeiten gehabt zu haben. Die größten Hürden bei der Kapitalbeschaffung lagen im Aufwand der Kapitalakquise.
- Nun zeichnen sich durch die steigenden Zinsen jedoch Herausforderungen ab. Laut einer aktuellen Umfrage des Startup Verbands sind es 44 Prozent der Befragten, die Finanzierungsengpässe als die größte aktuelle Herausforderung benennen (Startup Verband 2022a).<sup>12</sup> Hinzu kommt ein hoher Kapitalbedarf: In den nächsten zwei Jahren brauchen acht von zehn Start-ups frisches Kapital. Im Schnitt sind es

10 [https://www.ey.com/de\\_de/news/2022-pressemitteilungen/07/investitionen-in-deutsche-startups-auf-hohem-niveau](https://www.ey.com/de_de/news/2022-pressemitteilungen/07/investitionen-in-deutsche-startups-auf-hohem-niveau)

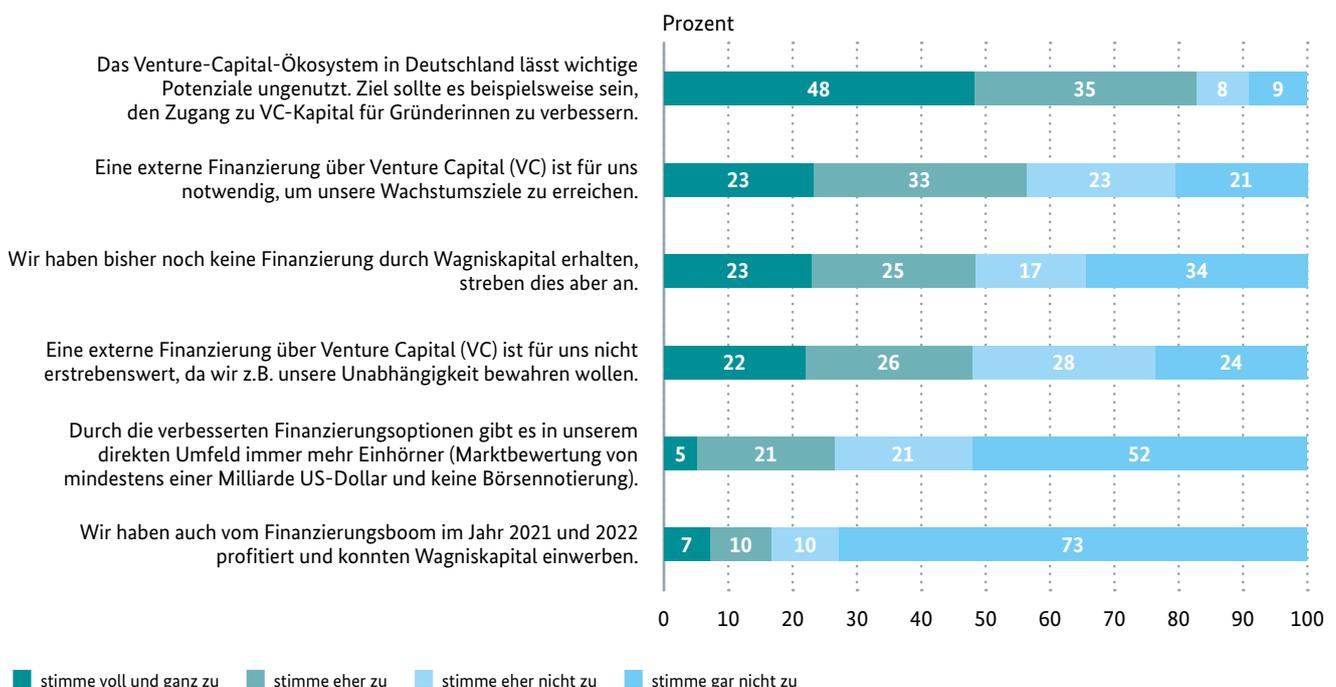
11 <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2022.pdf>

12 [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige\\_studien/Report\\_Startup-Geschaeftsklima\\_2022\\_93\\_.pdf?utm\\_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm\\_content=Mailing\\_14248759](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/Report_Startup-Geschaeftsklima_2022_93_.pdf?utm_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm_medium=email&utm_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm_content=Mailing_14248759)

3,3 Millionen Euro je Start-up. Laut Bitkom erschwert sich die Start-up-Finanzierung unter den aktuellen Rahmenbedingungen. Daher bleibt es umso wichtiger, dass die Geschäftsmodelle der Gründerinnen und Gründer innovativ sind und eine hohe Nachfrage adressieren. Denn solche Lösungen sind auch in der Zukunft sehr gefragt. Gründerinnen und Gründer mit überzeugenden Geschäftsmodellen haben weiterhin gute Möglichkeiten zur Finanzierung des Gründungsvorhabens (Bitkom 2022c).<sup>13</sup>

- Die Ergebnisse des Trendbarometers 2022 zeichnen ein ähnliches Stimmungsbild. Mit 17 Prozent profitierte ein relevanter Anteil der jungen Digitalunternehmen vom Finanzierungsboom im Jahr 2021. Beachtlich ist auch, dass sich im direkten Umfeld von gut einem Viertel der Gründerinnen und Gründer Start-ups befinden, die als Einhörner wahrgenommen werden. Hinsichtlich der Vor- und Nachteile einer externen Finanzierung durch VC-Kapital sind die Einschätzungen verschieden und durchaus polarisierend: Mit 48 Prozent sind es genauso viele Start-ups, die eine VC-Finanzierung anstreben, wie Start-ups, die ihre Unabhängigkeit bewahren möchten und daher lieber auf eine VC-Finanzierung verzichten.

**Abbildung 9: Einschätzungen zum VC-Kapitalmarkt**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

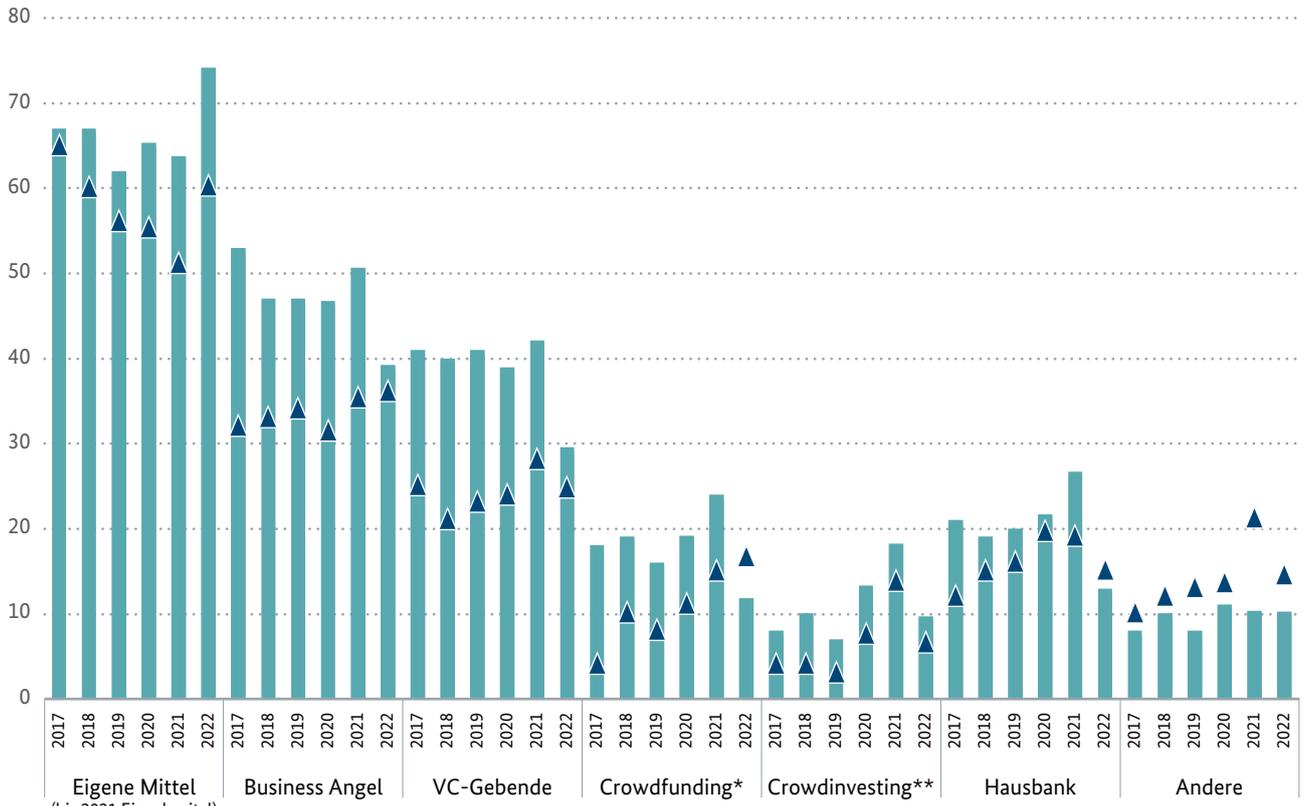


Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

- Die aktuellen Befragungsergebnisse zeigen jedoch auch den beschriebenen Rückgang in der Startup-Finanzierung, was der Vergleich zum Vorjahr hinsichtlich VC-Kapital, Crowdfunding und der Bankenfinanzierung zeigt. Bei der Finanzierung durch die Hausbank und beim Crowdfunding liegen die Werte bereits unterhalb des Niveaus von 2021. Durch die veränderten Konditionen würden immer mehr Gründerinnen und Gründer am liebsten ihr Geschäftsmodell ohne externe Finanzierungsquellen realisieren, wie die hohe Beliebtheit der Gründungsfinanzierung aus eigenen Mitteln zeigt. Zu den Top-drei-Finanzierungsarten gehören neben den eigenen Mitteln das VC-Kapital und die Finanzierung durch Business Angels. Die zuletzt gesteigerte Attraktivität der Finanzierung über die Hausbank hat im Jahresvergleich an Zustimmung verloren.
- Die Gegenüberstellung zwischen Finanzierungswunsch und Realisierbarkeit macht deutlich, dass sich die Gründerinnen und Gründer mehr eigene Mittel wünschen und externe Finanzierungsquellen weniger attraktiv erscheinen. Dies äußert sich in einem allgemeinen Rückgang der Attraktivität im Sinne der „Wunschfinanzierung“ bei externen Finanzierungsquellen. Durch die gestiegenen Kapitalkosten nimmt die Attraktivität externer Finanzierungsquellen ab. Hinzu kommt ein erschwerter Zugang zu externem Kapital. Die Differenz zwischen Wunschfinanzierung und Praxis ist damit bei der Finanzierung aus eigenen Mitteln im Vergleich zum Vorjahr konstant. Bei Business Angels, beim VC-Kapital oder beim Crowdfunding hat sich die Finanzierungslücke sogar verringert, jedoch in erster Linie aufgrund einer geringeren Attraktivität der Finanzierungsinstrumente. Beim Crowdfunding wurde das Angebot ausgeweitet, aber vermutlich zu ungünstigen Konditionen, worauf der Rückgang der Wunschfinanzierung hindeutet. Auch bei der Finanzierung über die Hausbank bedingen die aktuellen Konditionen einen Rückgang in der wahrgenommenen Attraktivität des Angebots.

Abbildung 10: Finanzierungsquellen

Prozent



■ Wenn ich es mir aussuchen könnte, würde ich mich durch folgendes Kapital finanzieren lassen ...

▲ In der Praxis zeigt sich, dass sich eine Finanzierung am leichtesten realisieren lässt durch ...

Anmerkungen: \* Hiermit ist eine projektbezogene Finanzierung gemeint. \*\* Hiermit ist eine Beteiligung am Unternehmen gemeint.

Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2017–2022

## These 5: In der aktuellen Situation steigt die Bedeutung öffentlich geförderter Finanzierungsangebote. Der Zukunftsfonds ist ein wichtiges Finanzierungsinstrument, das es angesichts aktueller Herausforderungen besser bekannt zu machen gilt.

- Hinsichtlich der aktuellen Veränderungen des Geschäftsumfeldes gilt es im Blick zu behalten, dass von dem jüngsten Finanzierungsboom bereits ein eher selektiver Kreis an Gründerinnen und Gründern besonders stark profitierte. Für viele Start-ups waren Finanzierungsengpässe auch in dieser Phase relevant (Startup Verband 2022a).<sup>14</sup> Denn der Zugang zum privaten Kapitalmarkt ist für einen relevanten Anteil der Gründerinnen und Gründer auch unter einem günstigen Marktumfeld mit Hürden verbunden (KfW 2021).<sup>15</sup> Weiterhin ist zu beobachten, dass im VC-Bereich ein großes Finanzierungsvolumen durch ausländische Investoren bereitgestellt wird. Dies birgt gewisse Risiken der Kapitalverfügbarkeit, falls sich die Investierenden anderen Zielmärkten zuwenden. Die KfW betont im Zuge dessen die Bedeutung lokaler VC-Ökosysteme, um auch unter schwierigeren Bedingungen ein resilientes Finanzierungsumfeld bereitzustellen (KfW 2022a).<sup>16</sup> Wichtig sind dabei auch die Rahmenbedingungen, um im internationalen Standortwettbewerb zu bestehen.
- Mit Blick auf die Stärkung des Finanzierungsumfeldes hat die Bundesregierung in den vergangenen Jahren relevante Erfolge vorzuweisen (BMWK 2021).<sup>17</sup> Der Zukunftsfonds ist ein Instrument, das insbesondere für spätere Finanzierungsfragen umfassende Chancen bietet. So betont das IW Köln, dass mit dem Zukunftsfonds eine „wichtige Weichenstellung für die finanzielle Ausstattung der weiteren Entwicklung (des deutschen) Startup-Systems geschaffen wurde“ (IW Köln 2021). Erst kürzlich wurden weitere Voraussetzungen geschaffen, um die Reichweite des Zukunftsfonds zu erhöhen (KfW 2022c).<sup>18</sup> Dies ist bedeutend, denn der Zukunftsfonds soll insgesamt über 10 Mrd. Euro bereitstellen, um technologieorientierte Start-ups in der so wichtigen Wachstumsphase zu unterstützen.
- Über das Instrument „Venture Tech Growth Financing“ bietet der Zukunftsfonds Möglichkeiten, Eigenkapital aufzunehmen, ohne die Geschäftsanteile grundlegend

14 [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige\\_studien/Report\\_Startup-Geschaeftsklima\\_2022\\_93\\_.pdf?utm\\_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm\\_content=Mailing\\_14248759](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/Report_Startup-Geschaeftsklima_2022_93_.pdf?utm_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm_medium=email&utm_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm_content=Mailing_14248759)

15 <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Start-up-Report/KfW-Start-up-Report-2021.pdf>

16 [https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Research/Economic-Research/Wirtschaftsindikatoren/German-Private-Equity-Barometer/PDF-Dateien-EN/GVCB\\_Q4\\_2021\\_EN.pdf](https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Research/Economic-Research/Wirtschaftsindikatoren/German-Private-Equity-Barometer/PDF-Dateien-EN/GVCB_Q4_2021_EN.pdf)

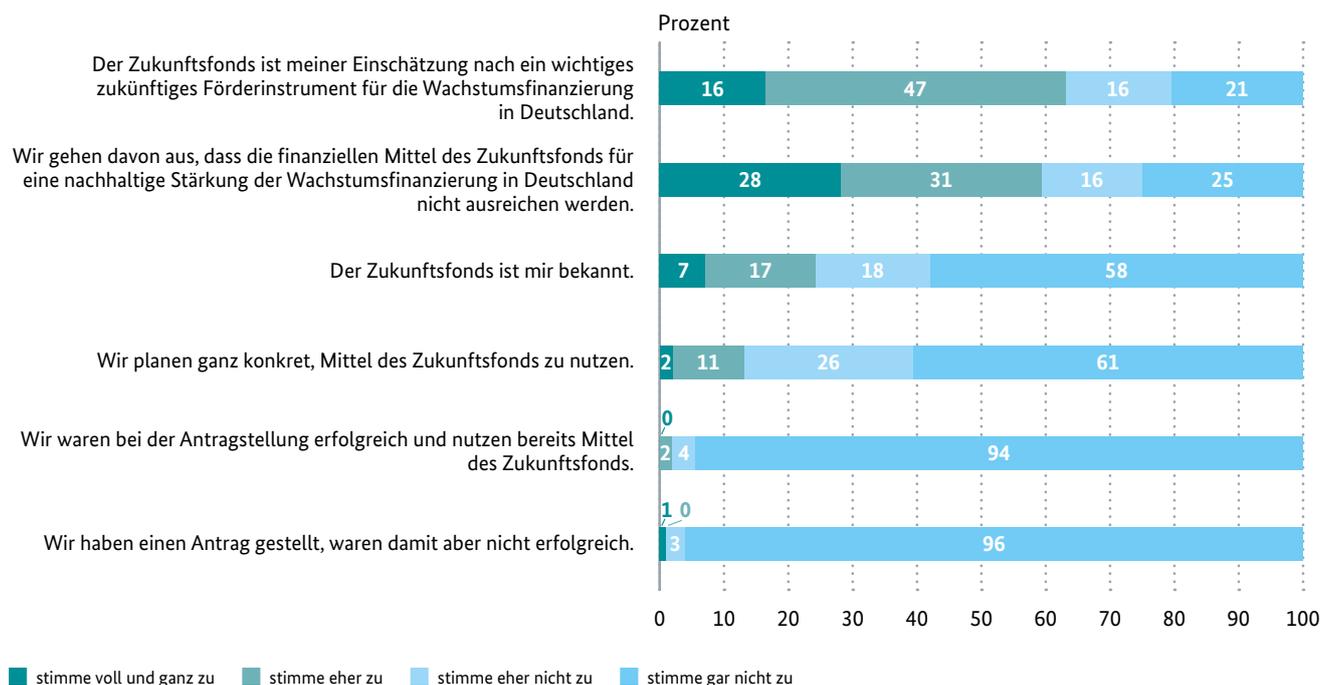
17 [https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/DE/GruenderZeiten/GruenderZeiten-28.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/DE/GruenderZeiten/GruenderZeiten-28.pdf?__blob=publicationFile)

18 [https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details\\_720512.html](https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details_720512.html)

zu „verwässern“. Der Bedarf dafür ist klar ersichtlich, denn für 48 Prozent der Gründerinnen und Gründer liegt die Betonung auf der Wahrung der Unabhängigkeit (Abbildung 9). Finanzierungsinstrumente, die eine Mischung zwischen der Eigenkapital- und Fremdkapitalfinanzierung kennzeichnet (sogenanntes Mezzanine-Kapital), können daher insbesondere für expandierende Start-ups eine interessante Option darstellen. Im Idealfall bleibt eine hohe Entscheidungsautonomie bei einem weiterhin ausgewogenen Eigen-Fremdkapital-Verhältnis.

- Die aktuelle Befragung des Trendbarometers zeigt, dass das im März 2021 gestartete Instrument sein Potenzial bisher noch nicht vollumfänglich zur Entfaltung bringen konnte. So ist der Zukunftsfonds weiterhin noch zu wenigen Start-ups bekannt; nur knapp ein Viertel kennt das neue Angebot. Dass es sich um ein wichtiges Instrument handelt, wird von der großen Mehrheit gesehen (63 Prozent). Die Antworten sind jedoch skeptisch, ob die Mittel ausreichen werden, um den Kapitalbedarf in der Wachstumsfinanzierung nachhaltig zu stärken. 59 Prozent gehen davon aus, dass die Mittel nicht ausreichen werden. Nur wenige haben bisher einen Antrag gestellt (2 Prozent), allerdings planen 13 Prozent der befragten Gründerinnen und Gründer, dies zu tun, was die Attraktivität des Angebots unterstreicht.

**Abbildung 11: Wahrnehmung und Beanspruchung des Zukunftsfonds**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



## These 6: Für junge Digitalunternehmen ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil ihres Geschäfts.

- Immer mehr Menschen und Unternehmen erkennen die Dringlichkeit, die globale Wirtschaft nachhaltig zu gestalten. Von besonderer Bedeutung ist es, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren und Klimaneutralität zu erreichen. Die Umstellung auf einen umweltfreundlichen Umgang mit Ressourcen muss sicherstellen, dass ihre Erstellung und Verwendung heute die Ansprüche und Bedürfnisse kommender Generationen nicht beeinträchtigt. Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verträglichkeit und soziale Ausgewogenheit sind gleichzeitig zu beachten.
- Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind zwei Megatrends, die sich gegenseitig beeinflussen. Immer deutlicher wird, dass sie zusammengeführt und gemeinsam gestaltet werden müssen (BMBF 2019)<sup>19</sup>: Durch Bildung lassen sich Voraussetzungen und Grundlagen für nachhaltige digitale Innovationen schaffen und die Menschen befähigen, digitale Technologien zu nutzen. Digitale Technologien selbst sind nachhaltig zu gestalten, indem sie einen niedrigen Energie- und Ressourcenverbrauch aufweisen und sie von Beginn an den Grundsätzen einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft entsprechend entworfen werden. Nicht zuletzt können digitale Innovationen eine an Nachhaltigkeitsprinzipien ausgerichtete Entwicklung befördern: Sie können Effizienzsteigerungen unterstützen und sie können zu einer Entkopplung von wirtschaftlichem Wachstum und Energie- und Ressourcenverbrauch beitragen.
- Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie orientiert sich an der Definition der „Brundtland-Kommission“, und gibt als erstes Nachhaltigkeitsprinzip vor (DNS 2021)<sup>20</sup>:

*„Übergreifendes Ziel und Maßstab allen Handelns ist es, die natürlichen Lebensgrundlagen der Erde dauerhaft zu sichern und allen Menschen jetzt und in Zukunft ein Leben in Würde zu ermöglichen. Hierfür sind bei allen Entscheidungen wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen sowie soziale Gerechtigkeit und gleichberechtigte Teilhabe unter Berücksichtigung systemischer Wechselwirkungen sowie technologischer und gesellschaftlicher Innovationen so zusammenzudenken, dass Entwicklungen für heutige und künftige Generationen auch in globaler Betrachtung ökologisch und sozial tragfähig sind. Politisches Handeln muss kohärent sein.“ (S. 72)*

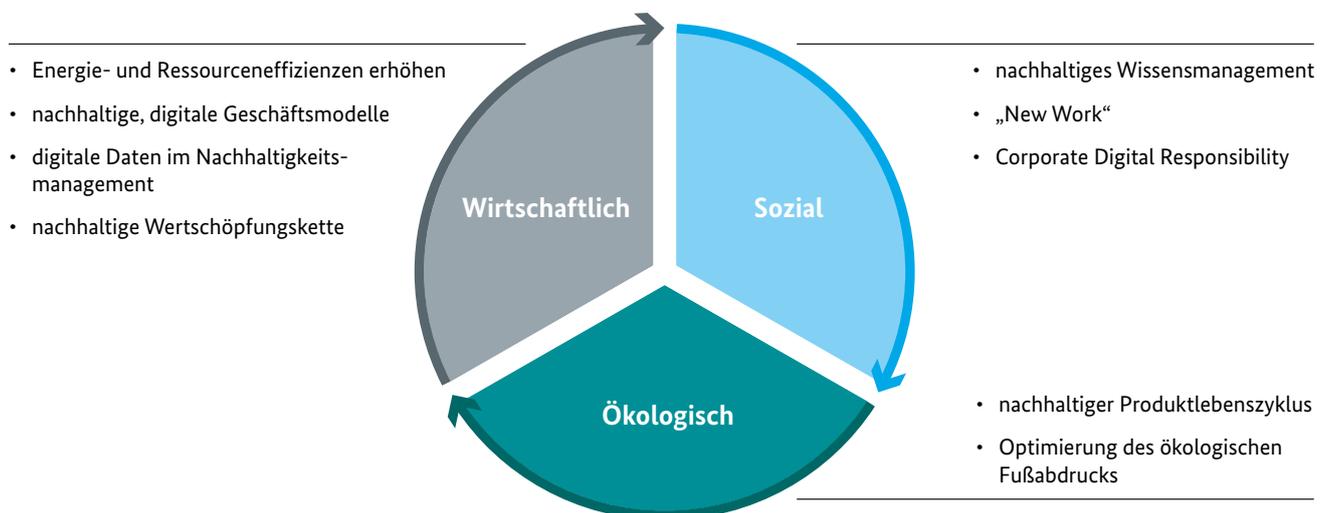
<sup>19</sup> [https://www.fona.de/medien/pdf/191219\\_Aktionsplan\\_Natuerlich.Digital.Nachhaltig.pdf](https://www.fona.de/medien/pdf/191219_Aktionsplan_Natuerlich.Digital.Nachhaltig.pdf)

<sup>20</sup> <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/998194/1875176/3d3b15cd92d0261e7a0bccdc8f43b7839/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-2021-langfassung-download-bpa-data.pdf>

Das Ziel besteht darin, „Nachhaltige Entwicklung“ als Leitprinzip konsequent in allen Bereichen und allen Entscheidungen anzuwenden.

- Digitalisierung kann Unternehmen beim Nachhaltigkeitsmanagement unterstützen, indem digitale Lösungen für wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte des Unternehmenshandelns bereitgestellt werden.

Abbildung 12: Digitalisierung als Stütze der Nachhaltigkeit

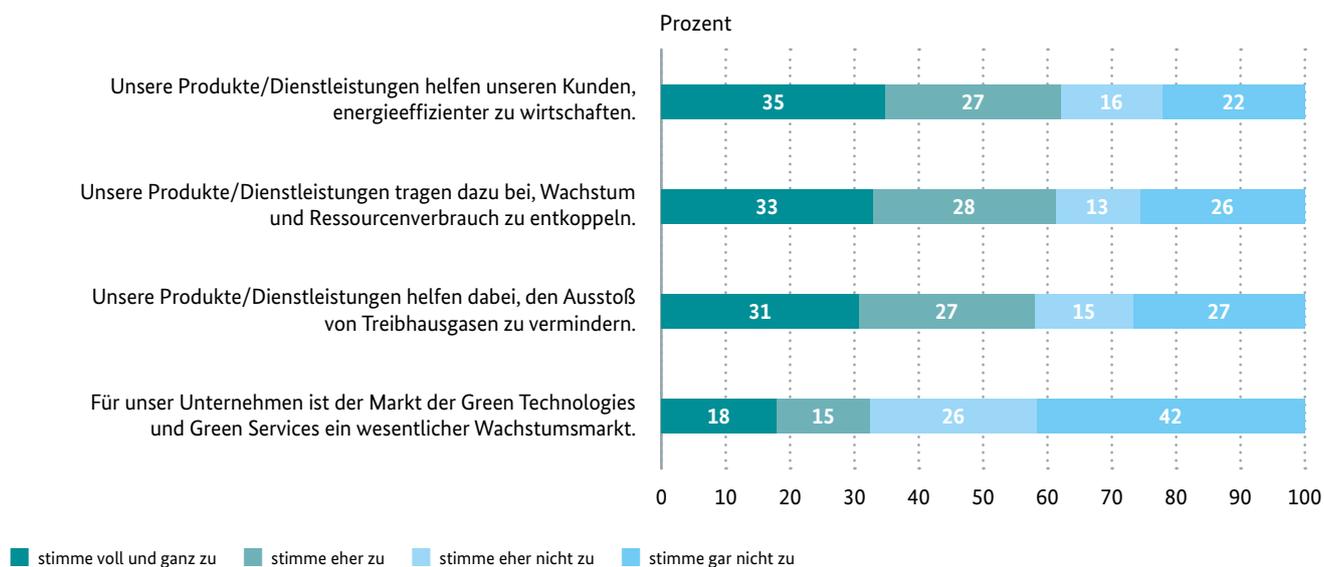


Quelle: BMWi 2020<sup>21</sup>

- Die jungen Digitalunternehmen unterstützen ihre Kunden dabei, energieeffizienter zu wirtschaften und weniger Treibhausgase auszustoßen (62 bzw. 58 Prozent Zustimmung). Besonders wichtig für die Zukunft ist es, Wachstum und Ressourcenverbrauch zu entkoppeln: 61 Prozent der jungen Digitalunternehmen geben an, dass ihre Produkte und Dienstleistungen hierzu beitragen. Für die große Mehrheit gilt dies als Bestandteil ihres Produkt- und Dienstleistungsangebots, ohne sich speziell auf Umweltaspekte zu fokussieren. Immerhin 33 Prozent der jungen Digitalunternehmen sehen auch ‚Green Technologies and Services‘ als einen besonderen Wachstumsmarkt für ihre Geschäftsentwicklung.

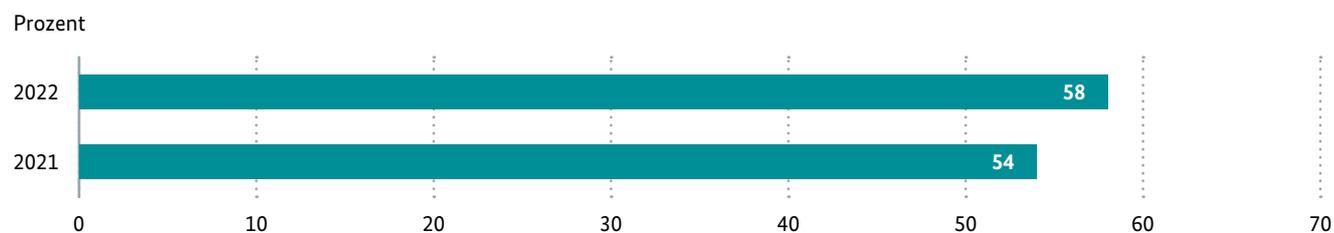
21 [https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Publikationen/Themenheft/themenheft-nachhaltigkeit.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Publikationen/Themenheft/themenheft-nachhaltigkeit.pdf?__blob=publicationFile&v=4)

**Abbildung 13: Unterstützung von Nachhaltigkeit durch die junge Digitalwirtschaft**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



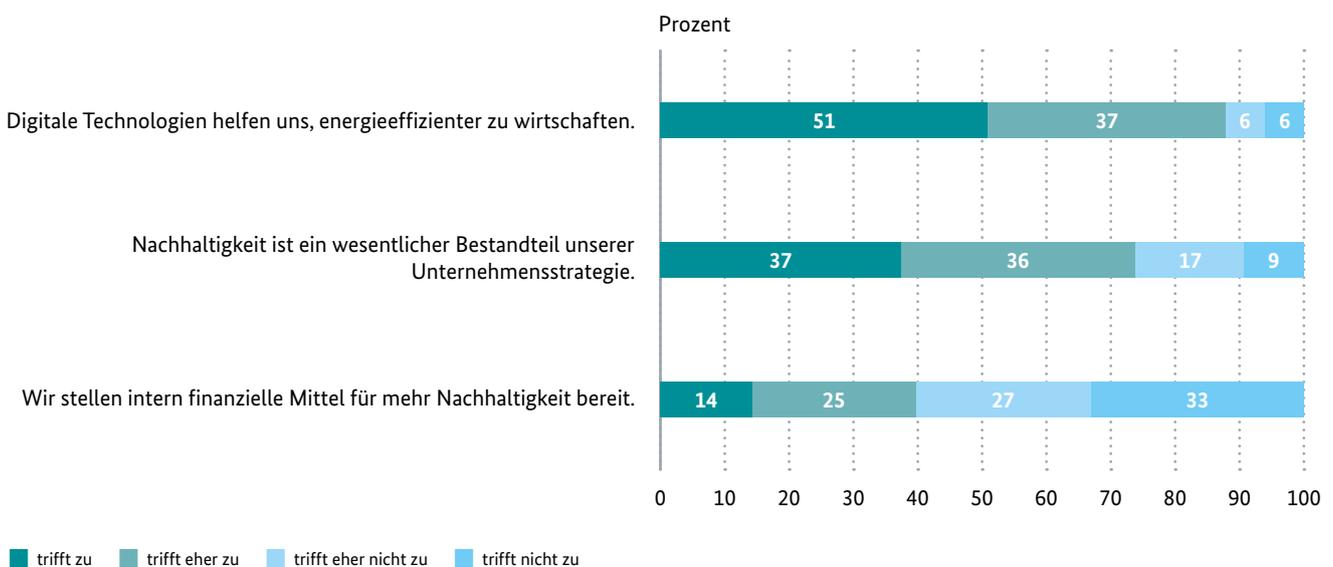
- Der Anteil der Unternehmen der jungen Digitalwirtschaft, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen dazu beitragen, weniger Treibhausgase auszustoßen, verzeichnet zudem einen positiven Trend: Er ist im Vergleich zum Vorjahr von 54 auf 58 Prozent angestiegen.

**Abbildung 14: Die junge Digitalwirtschaft hilft, Emissionen zu mindern**  
Unsere Produkte/Dienstleistungen helfen dabei, den Ausstoß von Treibhausgasen zu vermindern



- Die junge Digitalwirtschaft erkennt das Potenzial von digitalen Technologien für eine nachhaltige Entwicklung insbesondere auch für ihre eigenen Unternehmen (vgl. Abbildung 15): 88 Prozent der Antwortenden stimmen zu, dass digitale Technologien ihnen helfen, energieeffizienter und damit ökologischer und wirtschaftlicher zu agieren. 73 Prozent der jungen Digitalunternehmen haben Nachhaltigkeit als einen wesentlichen Bestandteil in ihrer Unternehmensstrategie verankert und 39 Prozent stellen finanzielle Mittel für mehr Nachhaltigkeit bereit. Und auch soziale Aspekte sind in ihren Strategien vertreten (vergleiche These 9).

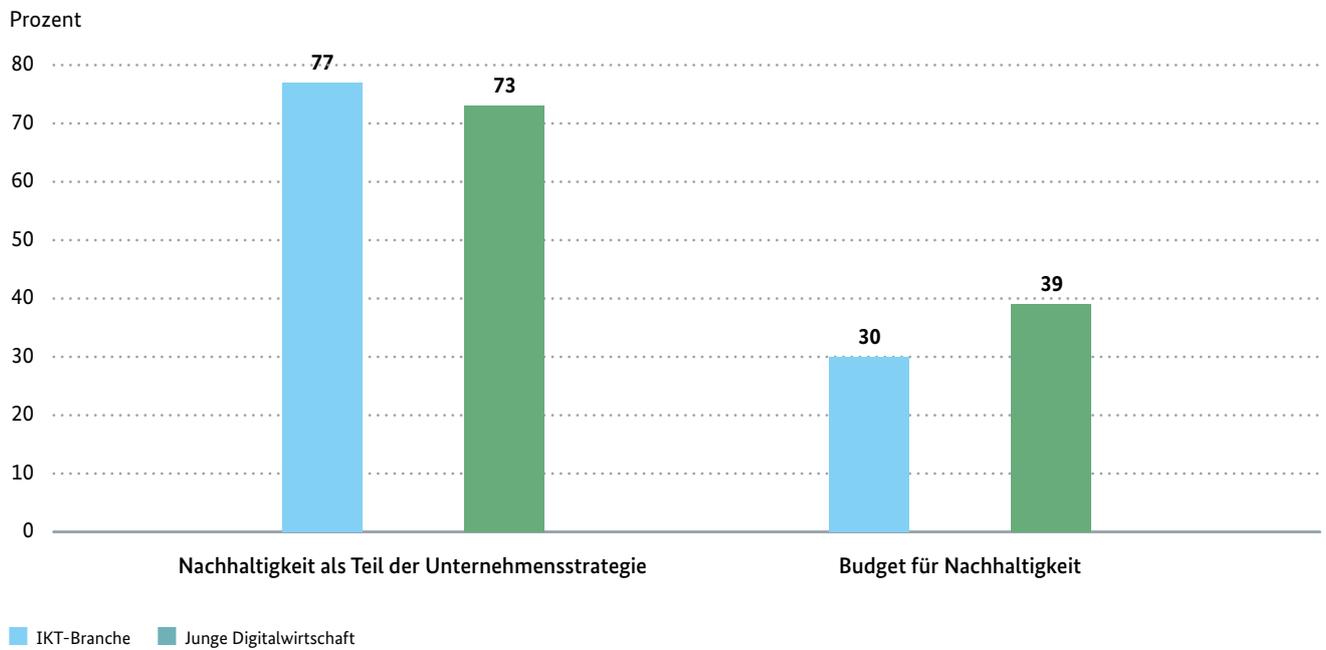
**Abbildung 15: Bedeutung von Nachhaltigkeit für die junge Digitalwirtschaft**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

- Im Vergleich zu großen IKT-Unternehmen ist der Anteil der jungen Digitalwirtschaft, die Nachhaltigkeit in ihrer Unternehmensstrategie verankert hat, etwas geringer. Eine repräsentative Befragung größerer Unternehmen (über 100 Beschäftigte) ergab, dass 77 Prozent der großen IKT-Unternehmen Nachhaltigkeit als einen wesentlichen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie bezeichnen – gegenüber 73 Prozent in der jungen Digitalwirtschaft (TCS/Bitkom 2021)<sup>22</sup>. Letztere planen hierfür merklich mehr finanzielle Mittel ein: Bei ihnen übertrifft mit 39 Prozent der Anteil derer, die ein Budget für Nachhaltigkeit bereitstellen, jenen der IKT-Branche (30 Prozent) deutlich (ebd.).

22 [https://www.tcs.com/content/dam/tcs-germany/pdf/TrendstudieDigitalisierung/2021\\_TCS-Studie\\_Nachhaltigkeit\\_digital.pdf](https://www.tcs.com/content/dam/tcs-germany/pdf/TrendstudieDigitalisierung/2021_TCS-Studie_Nachhaltigkeit_digital.pdf)

**Abbildung 16: Nachhaltigkeit im Vergleich (allg. IKT und Junge Digitalwirtschaft)**

Quelle: TCS/Bitkom Research (2021); iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

## These 7: Soziale Innovationen werden die Gründungslandschaft in Deutschland in den nächsten Jahren entscheidend mitprägen.

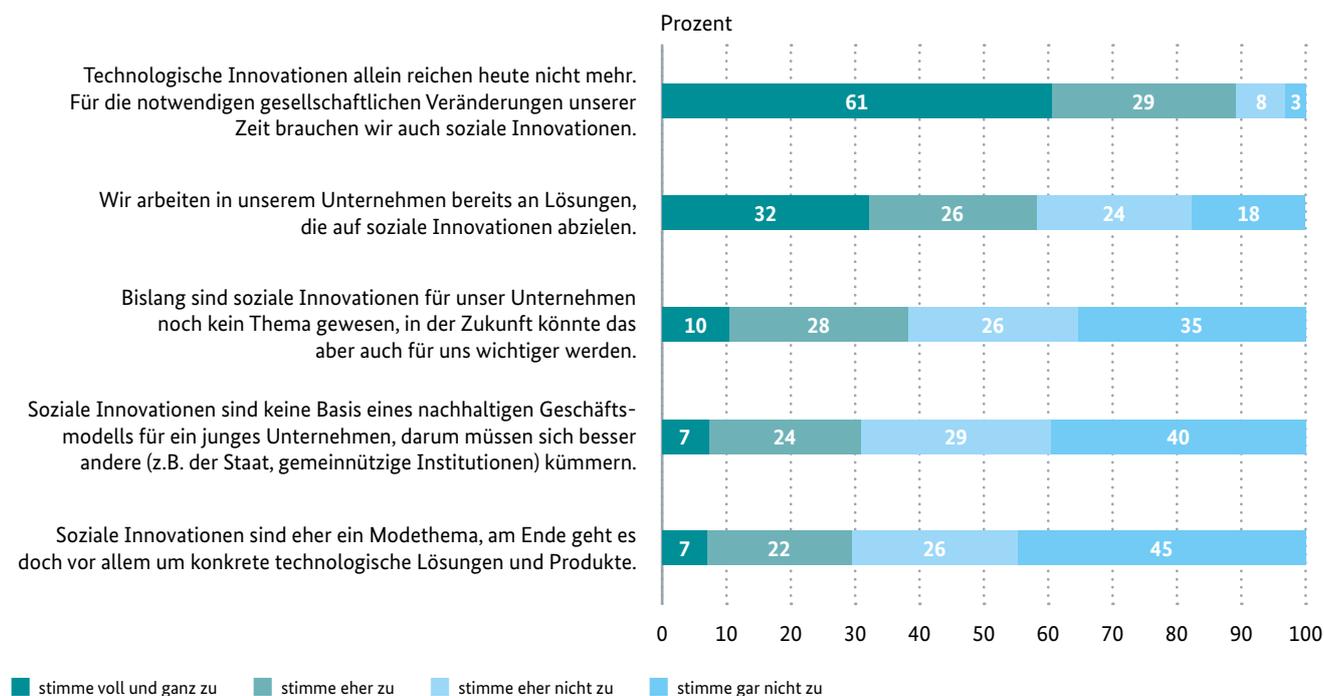
- Soziale Innovationen sind zuletzt zu einem viel diskutierten Thema geworden, auch im Zusammenhang mit Gründungsunterstützung. Dies liegt nahe, denn soziale Innovationen adressieren eine Vielzahl gesellschaftlicher Herausforderungen: von der Energiewende und dem Klimawandel über die Verbesserung der Gesundheitsversorgung bis hin zur Unterstützung des sozialen Zusammenhalts (BMWK 2022).<sup>23</sup> Notwendige Transformationen, wie zum Beispiel im Bereich Nachhaltigkeit, scheinen ohne soziale Innovationen nicht machbar. Aufgrund der hohen Potenziale hat die Politik das Thema aufgegriffen, mitunter durch Förderinstrumente für Start-ups in diesem Feld. 2021 veröffentlichte die Bundesregierung ein gemeinsames Ressortkonzept zu sozialen Innovationen, in dem ausdrücklich auch die wichtige Rolle junger Unternehmen als Treiber für soziale Innovationen herausgehoben wurde (BMBF 2021).<sup>24</sup> Auch die neue Start-up-Strategie der Bundesregierung betont die Rolle sozialer Innovationen (BMWK 2022).<sup>25</sup>
- Der hohe Stellenwert damit verbundener Themen wird übergreifend von den jungen Digitalunternehmen gesehen: 90 Prozent stimmen der Aussage zu, dass technologische Innovationen allein nicht ausreichen, vielmehr brauchen gesellschaftliche Veränderungen unserer Zeit soziale Innovationen. Für eine Mehrheit der Befragten (58 Prozent) spielt das Thema schon heute in ihrem eigenen jungen Unternehmen eine Rolle, für 38 Prozent könnte es in Zukunft wichtig werden. Ein knappes Drittel (31 Prozent) geht allerdings davon aus, dass soziale Innovationen eher ein Thema für andere Institutionen (den Staat, gemeinnützige Institutionen) sind und nicht in erster Linie die Basis eines nachhaltigen Geschäftsmodells von Start-ups bilden. Ebenso stimmen 29 Prozent der These zu, dass soziale Innovationen eher ein Modethema darstellen und am Ende doch konkrete technologische Lösungen und Produkte den relevanten Unterschied ausmachen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt daher in der Ausrichtung technologischer Lösungsansätze auf soziale Innovationen, also dem Zusammenführen beider Ansätze.

23 [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?__blob=publicationFile&v=10)

24 [https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520\\_Ressortkonzept\\_zu\\_Sozialen\\_Innovationen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520_Ressortkonzept_zu_Sozialen_Innovationen.pdf?__blob=publicationFile&v=4)

25 [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?__blob=publicationFile&v=10)

**Abbildung 17: Aussagen zu sozialen Innovationen**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



- Diese Aussagen korrespondieren mit der Datenlage aus anderen Studien. So ermittelte der Deutsche Startup Monitor, dass mehr als 40 Prozent aller Start-ups in Deutschland Produkte und Dienstleistungen anbieten, die sich dem Bereich Social Entrepreneurship zuordnen lassen (DSM 2022).<sup>26</sup> Das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. (SEND) veröffentlicht seit 2018 den Deutschen Social Entrepreneurship Monitor (DSEM), in dem Kerndaten zu Social Enterprises erhoben werden (SEND 2022).<sup>27</sup> Die jüngste Ausgabe 2021/22 basiert auf Antworten aus 359 Social Enterprises und beschreibt zum Beispiel, dass mehr als drei Viertel der DSEM-Gründungsteams weiblich oder mindestens geschlechtergemischt sind; mehr als jedes fünfte DSEM-Social-Enterprise wurde ausschließlich von Gründerinnen aufgebaut. Angaben zur absoluten Zahl der Social Enterprises macht der DSEM nicht. Eine Studie der KfW aus dem Jahr 2019 stellte fest, dass es 154.000 „junge“ Sozialunternehmer in Deutschland gab, die 108.000 Unternehmen führen. Dies sind etwa neun Prozent der Unternehmen im Betrachtungszeitraum der Studie (KfW Research 2019).<sup>28</sup>

26 [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM\\_2022.pdf](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM_2022.pdf)

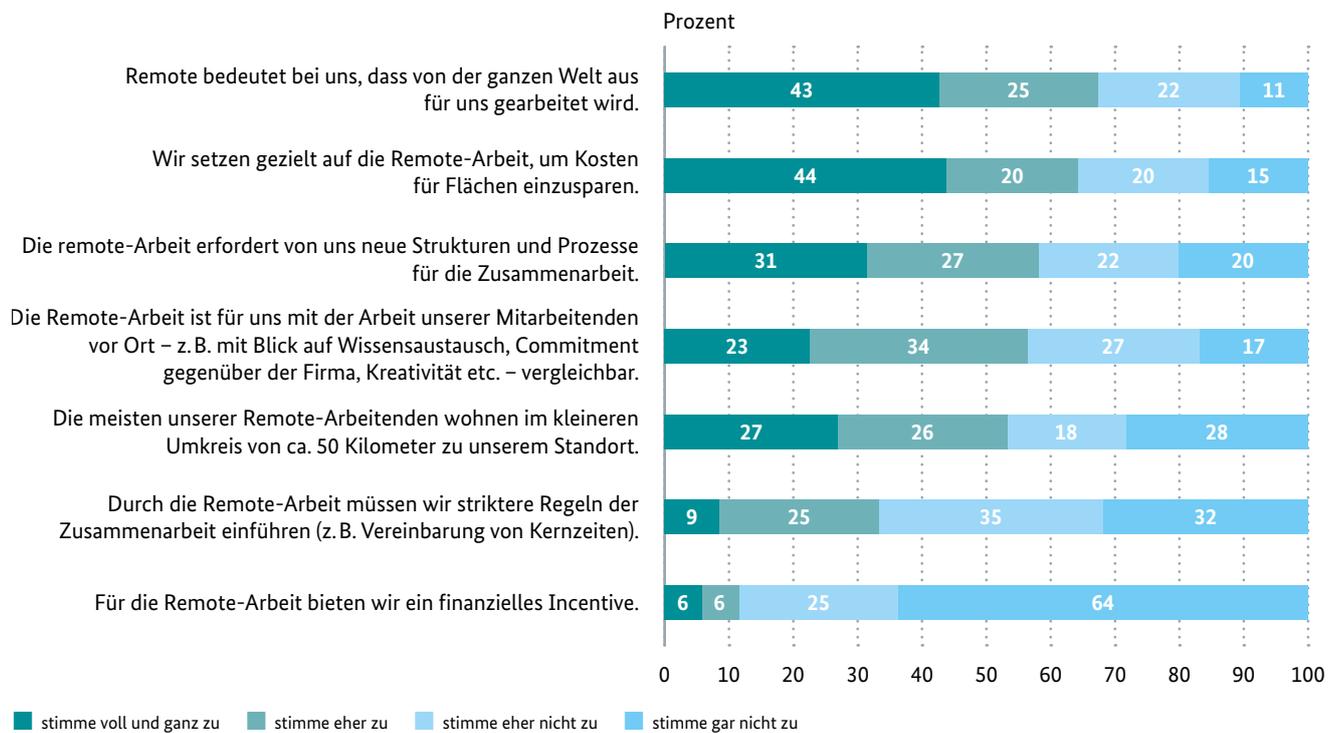
27 [https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2022/04/4\\_DSEM\\_web.pdf](https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2022/04/4_DSEM_web.pdf)

28 <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-2019/Fokus-Nr.-238-Januar-2019-Sozialunternehmer.pdf>

## These 8: „Remote“ zu arbeiten ist ein großer Trend und auch junge Digitalunternehmen setzen auf flexibles ortsunabhängiges Arbeiten der Mitarbeitenden.

- Schon vor der Corona-Pandemie hatte der Trend zum „remote“ Arbeiten stark zugenommen. Doch in den letzten zwei Jahren ist der Wunsch nach örtlicher und zeitlicher Flexibilität noch einmal stark gestiegen. Menschen arbeiten zuweilen von den unterschiedlichsten Orten auf der Welt gemeinsam an Projekten. Gerade digitale Unternehmen haben dafür sehr gute Voraussetzungen. Im diesjährigen Trendbarometer wurde daher nach verschiedenen Voraussetzungen, Motiven und Konsequenzen der Remote-Arbeit gefragt.
- Prinzipiell kann sich die Mehrheit der jungen Unternehmen (68 Prozent) vorstellen, dass die Arbeit für sie von der ganzen Welt aus erledigt werden kann. De facto findet die Remote-Arbeit aber bei ungefähr der Hälfte der Start-ups (53 Prozent) in einem Umkreis von nur circa 50 Kilometer statt.
- Ein wichtiger Faktor für die Remote-Arbeit ist die Einsparung von Kosten für Flächen, der für immerhin 64 Prozent der Start-ups von Bedeutung ist. Als weiterer wichtiger Beweggrund lässt sich eine höhere Flexibilität für die Mitarbeitenden mit Blick auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf vermuten, was sich daraus schließen lässt, dass die Remote-Arbeitenden überwiegend in der Nähe des Start-ups wohnen.
- Ein geteiltes Bild gibt es zu der Einschätzung, ob die Remote-Arbeit mit der Zusammenarbeit vor Ort im Hinblick auf Wissensaustausch, Commitment gegenüber der Firma oder Kreativprozesse vergleichbar ist. Hier sind 57 Prozent der Meinung, dass es so gut wie keinen Unterschied macht, während 44 Prozent diesbezüglich anderer Meinung sind und die Remote-Arbeit gegenüber einer Präsenz nicht als gleichwertig betrachten.
- Mit Blick auf die Erfordernisse neuer Strukturen und Prozesse, die sich durch die Remote-Arbeit ergeben, sieht etwas mehr als die Hälfte der jungen Unternehmen (58 Prozent) zwar durchaus einen Handlungsbedarf. Dies spiegelt sich aber noch kaum in klar formulierten Regeln, wie etwa einer Vereinbarung zur Kernarbeitszeit, wider und nur die wenigsten (12 Prozent) bieten der Belegschaft auch finanzielle Anreize dafür, in den eigenen privaten Räumlichkeiten zu arbeiten.

**Abbildung 18: Verschiedene Facetten des Remote-Arbeitens**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

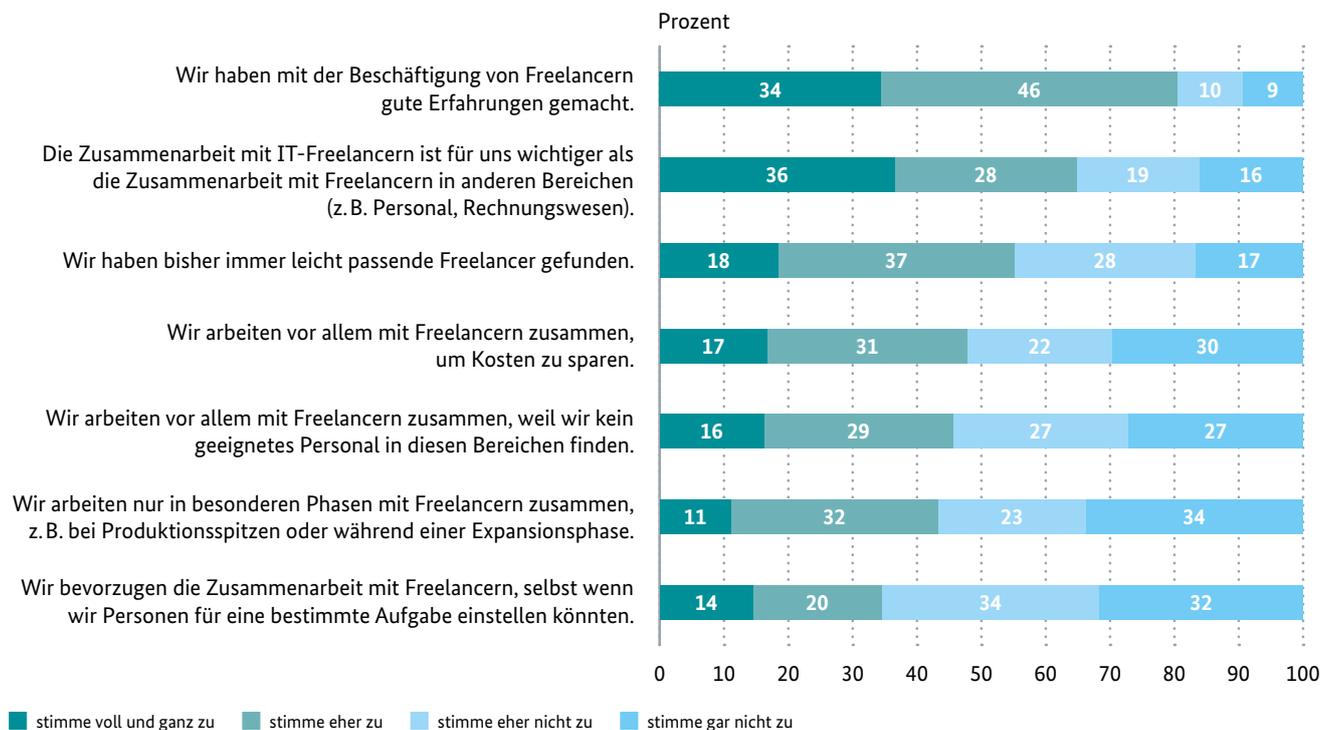


Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

## These 9: Immer mehr Start-ups setzen auf die Zusammenarbeit mit Freelancern. Dies dient vor allem dazu, Kosten zu sparen und personelle Engpässe zu überbrücken.

- Im Trendbarometer junge Digitalwirtschaft wird in diesem Jahr untersucht, inwieweit die jungen Digitalunternehmen mit Freelancern zusammenarbeiten. Die Antworten zeigen, dass die Zusammenarbeit mit Freelancern gerne genutzt wird und damit überwiegend auch gute Erfahrungen gemacht werden (von 80 Prozent der Start-ups). Ferner wird deutlich, dass von der jungen Digitalwirtschaft Freelancer primär im IT-Bereich (64 Prozent) und weniger für andere Tätigkeitsfelder im Unternehmen (z.B. Personal oder Rechnungswesen) eingesetzt werden.
- Hinsichtlich der zentralen Motive für die Zusammenarbeit mit Freelancern zeigen sich unterschiedliche Ansätze: Während eine Hälfte der Start-ups (48 Prozent) aus Kostengründen mit Freelancern zusammenarbeitet, ist das für die andere Hälfte der

**Abbildung 19: Motive für die Zusammenarbeit mit Freelancern**  
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

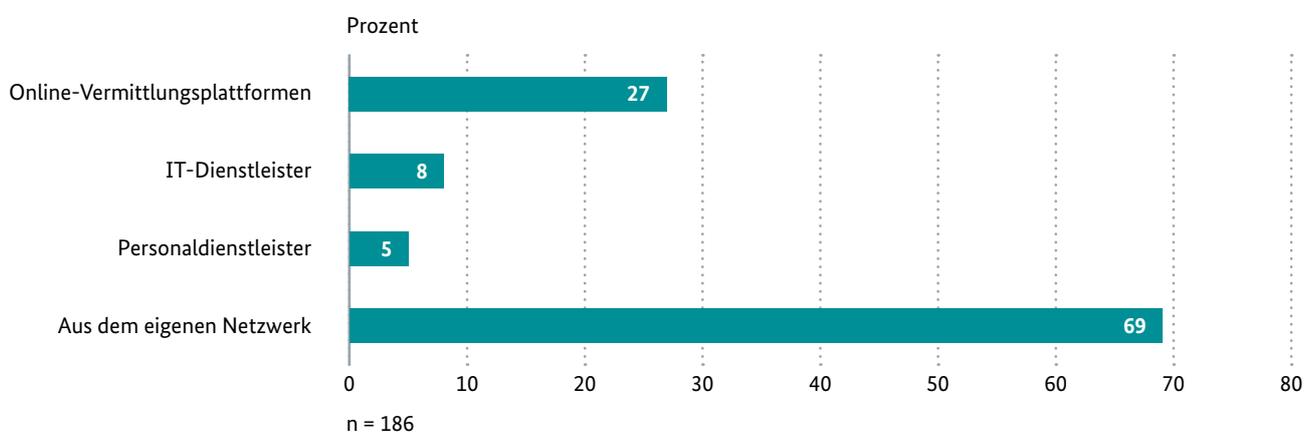


Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

Unternehmen (52 Prozent) nicht der wichtigste Beweggrund. Neben dem Kostenargument zählen für etwa die Hälfte der befragten Unternehmen als weitere Gründe die Möglichkeit, ihr Personal gezielt mit Expertise zu komplettieren und Kapazitätsengpässe abzufedern.

- Es zeigt sich weiterhin, dass Freelancern gegenüber Festangestellten nicht generell der Vorzug gegeben wird. Lediglich 34 Prozent der IKT-Start-ups bevorzugen die Zusammenarbeit mit Freelancern gegenüber Festangestellten, während gut zwei Drittel dies sogar eher ablehnen. In der Mehrzahl werden bei den hier befragten Unternehmen also Festanstellungen nicht durch ein Ausweichen auf eine Zusammenarbeit mit Freelancern vermieden.
- Die generelle Schwierigkeit, passende Mitarbeitende zu finden, spiegelt sich nicht ganz so drastisch in den Antworten zur Gewinnung von Freelancern. Hier scheint das Angebot weiterhin gut zu sein (55 Prozent der Antworten). Immerhin geben 45 Prozent der Unternehmen an, dass sie durchaus Schwierigkeiten haben, die für sie passenden Personen zu finden. Überwiegend werden Freelancer über die eigenen Netzwerke oder Online-Vermittlungsplattformen gefunden. Nur zu einem kleinen Teil erfolgt die Vermittlung über IT-Dienstleistende oder auch Personaldienstleistende. Inzwischen gibt es ausgewählte Vermittlungen für IKT-Freelancer, die auch eine Eignungsprüfung der Bewerbenden durchführen, so dass hier von den Unternehmen Zeit für die eigene Überprüfung gespart werden kann.

**Abbildung 20: Suchstrategien für das Auffinden von Freelancern**  
Worüber finden Sie überwiegend Ihre passenden Freelancer?



Quelle: iit, Trendbarometer junge Digitalwirtschaft 2022

# Quellenverzeichnis

BCG (2021): The Future of Jobs in the Era of AI. Online verfügbar unter <https://www.bcg.com/de-de/publications/2021/impact-of-new-technologies-on-jobs#demand-for-skills>, zuletzt geprüft am 10.10.2022.

Bitkom (2022a): Bitkom Startup Report 2022. Ergebnisse einer Online-Befragung unter Gründerinnen und Gründern von Tech-Startups in Deutschland. Online verfügbar unter [https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811\\_Bitkom\\_Startup\\_Report\\_2022\\_AS.pdf](https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-08/22020811_Bitkom_Startup_Report_2022_AS.pdf), zuletzt geprüft am 10.10.2022.

Bitkom (2022b): IT-Fachkräftelücke wird größer: 96.000 offene Jobs (Berlin, 3. Januar 2022). Online verfügbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/IT-Fachkraefteluecke-wird-groesser>, zuletzt geprüft am 10.10.2022.

Bitkom (2022c): Startups müssen im Schnitt noch 3,3 Millionen Euro Kapital einsammeln. Online verfügbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Finanzierung-Startups-33-Millionen-Euro-Kapitalbedarf>, zuletzt geprüft am 01.09.2022.

BMBF (2019): Natürlich. Digital. Nachhaltig. Ein Aktionsplan des BMBF. Online verfügbar unter [https://www.fona.de/medien/pdf/191219\\_Aktionsplan\\_Natuerlich.Digital.Nachhaltig.pdf](https://www.fona.de/medien/pdf/191219_Aktionsplan_Natuerlich.Digital.Nachhaltig.pdf).

BMBF (2021): Ressortkonzept zu Sozialen Innovationen. Online verfügbar unter [https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520\\_Ressortkonzept\\_zu\\_Sozialen\\_Innovationen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/168520_Ressortkonzept_zu_Sozialen_Innovationen.pdf?__blob=publicationFile&v=4), zuletzt geprüft am 10.10.2022.

BMWi (2020): Nachhaltigkeit. Themenheft Mittelstand-Digital. Online verfügbar unter [https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Publikationen/Themenheft/themenheft-nachhaltigkeit.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Publikationen/Themenheft/themenheft-nachhaltigkeit.pdf?__blob=publicationFile&v=4), zuletzt geprüft am 10.10.2022.

BMWK (2021): Start-ups: Finanzierung und Wagniskapital (GründerZeiten, 28). Online verfügbar unter [https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/DE/GruenderZeiten/GruenderZeiten-28.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/DE/GruenderZeiten/GruenderZeiten-28.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt geprüft am 01.09.2022.

BMWK (2022): Die Start-up-Strategie der Bundesregierung. Online verfügbar unter [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Existenzgruendung/start-up-strategie-der-bundesregierung.pdf?__blob=publicationFile&v=10), zuletzt geprüft am 27.09.2022.

DNS (2021): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Weiterentwicklung 2021. Online verfügbar unter <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/998194/1875176/3d3b15cd92d0261e7a0bc8f43b7839/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-2021-langfassung-download-bpa-data.pdf>, zuletzt geprüft am 13.10.2022

ds (2022): IT-Fachkräftemangel. Diversity als Chance. Online verfügbar unter <https://www.deutsche-startups.de/2022/08/04/diversity-als-chance/>, zuletzt geprüft am 10.10.2022.

DSM (2022): Deutscher Startup Monitor 2022. Online verfügbar unter [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM\\_2022.pdf](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/DSM_2022.pdf), zuletzt geprüft am 10.10.2022.

E&Y (2021): Deutsche Startups mit Finanzierungsrekord. Online verfügbar unter [https://www.ey.com/de\\_de/news/2021/07/ey-startup-barometer-2021](https://www.ey.com/de_de/news/2021/07/ey-startup-barometer-2021), zuletzt geprüft am 01.09.2022.

E&Y (2022): Investitionen in deutsche Startups auf hohem Niveau – trotz starker Marktunsicherheiten. Online verfügbar unter [https://www.ey.com/de\\_de/news/2022-pressemitteilungen/07/investitionen-in-deutsche-startups-auf-hohem-niveau](https://www.ey.com/de_de/news/2022-pressemitteilungen/07/investitionen-in-deutsche-startups-auf-hohem-niveau), zuletzt geprüft am 01.09.2022.

IFO Institut (2022): ifo Geschäftsklima Deutschland. Ergebnisse der ifo Konjunkturumfragen im September 2022. Online verfügbar unter <https://www.ifo.de/fakten/2022-09-26/ifo-geschaeftsklimaindex-auf-breiter-front-gefallen-september-2022>, zuletzt geprüft am 27.09.2022.

IW Köln (2021): Start-ups und Venture Capital in Deutschland: Bringt der Zukunftsfonds neue Schubkraft für die Gründerkultur? (IW-Policy Paper, 28). Online verfügbar unter [https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user\\_upload/Studien/policy\\_papers/PDF/2021/IW-Policy-Paper\\_2021-\\_Start-ups-und-Zukunftsfonds.pdf](https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/policy_papers/PDF/2021/IW-Policy-Paper_2021-_Start-ups-und-Zukunftsfonds.pdf), zuletzt geprüft am 01.09.2022.

KfW (2021): KfW-Start-up-Report 2021. Corona-Krise belastet Zahl der Start-ups – VC-affine Start-ups aber nur wenig betroffen. Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Start-up-Report/KfW-Start-up-Report-2021.pdf>.

KfW (2022a): German Private Equity Barometer 2. Quartal 2022. Private Equity-Geschäftsklima kühlt weiter ab – Investoren deutlich pessimistischer. Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/KfW-Research/Economic-Research/Wirtschaftsindikatoren/German-Private-Equity-Barometer/PDF-Dateien/GPEB-Q2-2022.pdf?kfwnl=Research.29-08-2022.1361977>, zuletzt geprüft am 01.09.2022.

KfW (2022b): KfW-Gründungsmonitor. Gründungstätigkeit 2021 zurück auf Vorkrisenniveau: mehr Chancengründungen, mehr Jüngere, mehr Gründerinnen. Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2022.pdf>, zuletzt geprüft am 01.09.2022.

KfW (2022c): Venture Tech Growth Financing – Nächster Baustein des Zukunftsfonds startet. Online verfügbar unter [https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details\\_720512.html](https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details_720512.html), zuletzt geprüft am 01.09.2022.

KfW Research (2019): Social Entrepreneurs in Deutschland: Raus aus der Nische – 154.000 „junge“ Sozialunternehmen im Jahr 2017. Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-2019/Fokus-Nr.-238-Januar-2019-Sozialunternehmer.pdf>, zuletzt geprüft am 27.09.2022.

SEND (2022): 4. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2021/22. Online verfügbar unter [https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2022/04/4\\_DSEM\\_web.pdf](https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2022/04/4_DSEM_web.pdf), zuletzt geprüft am 27.09.2022.

Startup Verband (2022a): Deutscher Startup Monitor 2022. Deep Dive Startup-Geschäftsklima. Online verfügbar unter [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige\\_studien/Report\\_Startup-Geschaeftsklima\\_2022\\_93\\_.pdf?utm\\_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm\\_content=Mailing\\_14248759](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/Report_Startup-Geschaeftsklima_2022_93_.pdf?utm_source=Bundesverband+Deutsche+Startups+e.V.&utm_medium=email&utm_campaign=29-08-2022+PM+Startup-Gesch%C3%A4ftsklima&utm_content=Mailing_14248759), zuletzt geprüft am 10.09.2022.

Startup Verband (2022b): Next Generation. Startup-Neugründungen in Deutschland. Online verfügbar unter [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige\\_studien/Next\\_Generation\\_Startup-Neugruendungen\\_in\\_Deutschland\\_H2\\_2021\\_-\\_H1\\_2022.pdf](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/Next_Generation_Startup-Neugruendungen_in_Deutschland_H2_2021_-_H1_2022.pdf), zuletzt geprüft am 27.09.2022.

TCS/Bitkom (2021): Nachhaltig geht nur digital. Wie Deutschland mit KI und Co. die Zukunft gestaltet. Online verfügbar unter [https://www.tcs.com/content/dam/tcs-germany/pdf/TrendstudieDigitalisierung/2021\\_TCS-Studie\\_Nachhaltigkeit\\_digital.pdf](https://www.tcs.com/content/dam/tcs-germany/pdf/TrendstudieDigitalisierung/2021_TCS-Studie_Nachhaltigkeit_digital.pdf), zuletzt geprüft am 03.11.2022.

## Datengrundlage des Trendbarometers junge Digitalwirtschaft\*

Die Erhebung für die Daten des Trendbarometers junge Digitalwirtschaft findet einmal jährlich statt. Das Trendbarometer versteht sich als „Sprachrohr“ der jungen Digitalwirtschaft an politische Entscheidungstragende, die sich mit dem Gründungsgeschehen in Deutschland befassen. Es arbeitet daher mit zum Teil polarisierenden Thesen, um zu einer Zuspitzung gelangen zu können. Zur jungen Digitalwirtschaft zählen ehemalige Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Gründungswettbewerbs – Digitale Innovationen“ sowie Besucherinnen und Besucher des Kongresses „Connecting the Dots“. Die Darstellung des Wettbewerbs bezieht sich auf das Jahr der Preisverleihung. Die Befragten arbeiten damit in einem Unternehmen der Digitalwirtschaft, das jünger als fünf Jahre alt ist, unabhängig davon, ob sie dieses Unternehmen selbst gegründet haben oder als Mitarbeitende dort aktiv sind. Wenn das Unternehmen älter als fünf Jahre ist, gehören sie unserer Definition nach bereits zu den etablierten Unternehmen und werden deshalb aus dem Befragungspool herausgenommen. Zum Befragungspool gehören die Teilnehmenden des BMWK-Programms „Gründungswettbewerb – Digitale Innovationen“. Mit einem Netto N=1.810 (2.064 Brutto 1.4 inkl. 254 unzustellbare TN und 17 Verweigerte) steht die Grundgesamtheit stellvertretend für die junge Digitalwirtschaft in Deutschland. An der Befragung haben 253 Personen freiwillig teilgenommen.

\* Mit dem Neustart des „Gründungswettbewerbs – Digitale Innovationen“ 2021 wurde das frühere „Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft“ umbenannt. Wir verwenden nur noch den neuen Namen, auch wenn wir uns auf frühere Veröffentlichungen unter dem alten Namen beziehen.

„Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie“ wortgleich zur TCS/Bitkom-Studie Nachhaltigkeit (2021, S. 28/29) (TCS/Bitkom 2021). „Wir haben ein spezielles Budget für Nachhaltigkeit eingeplant“ in der Formulierung geändert zu „Wir stellen intern finanzielle Mittel für mehr Nachhaltigkeit bereit“, da so passender für sehr kleine Unternehmen, so dass ein Vergleich mit einer repräsentativen Befragung größerer Unternehmen (über 100 MA) möglich ist. Im Original: „Wir haben ein spezielles Budget für Nachhaltigkeit eingeplant.“ Formulierung geändert, da so passender für sehr kleine Unternehmen.

