

Digitale Transformation von **StartUp** Events

Vorabergebnisse der Begleitforschung der
Hochschule der Medien Stuttgart

von Prof. Dr. Nils Högsdal, Jana Hagemann & Carina Kreidler

HdM Stuttgart, 02.02.2021

In Kooperation mit Startup Stuttgart e.V., der Startup Autobahn powered by Plug&Play Germany GmbH und dem
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg



Ziel der Forschung war es ein Bild zu bekommen wie die „Zwangsdigitalisierung“ durch die Coronapandemie Startup Events verändert hat und wie diese in Zukunft aussehen könnten.

Dies ist eine Vorabauswertung der Daten, d.h. noch ohne detailliertere Analysen von Zusammenhängen.

Rahmendaten



Fragen:

1

Mit welchem „Hut“ bis Du hier im Startup-Kontext unterwegs?

2

Wie alt bis Du?

3

Wie regelmäßig bist Du auf einem Startup Event?

4

Welches sind Deine Ziele auf den Startup Events?

5

Bist Du häufiger oder seltener auf Startup Events seit der Digitalisierung durch Corona?

6

Welcher Anteil der Events wird „digital“ bleiben, wenn wieder sichere persönliche Treffen möglich sind?

7

Welche Vorteile haben die digitalen Events?

8

Welche Nachteile haben die digitalen Events?

Executive Summary: Ziele und Einschränkungen

Die Studie soll einen ersten Ausblick geben, wie es nach der Corona-Pandemie mit den Start-up Events weitergehen könnte und vor allem, welche Bedürfnisse die Community hat. Sie ist ein Meinungsbild, aber nicht repräsentativ, da die Daten in der Region Stuttgart im Nachgang mehrere digitaler Startup-Events erhoben wurden.

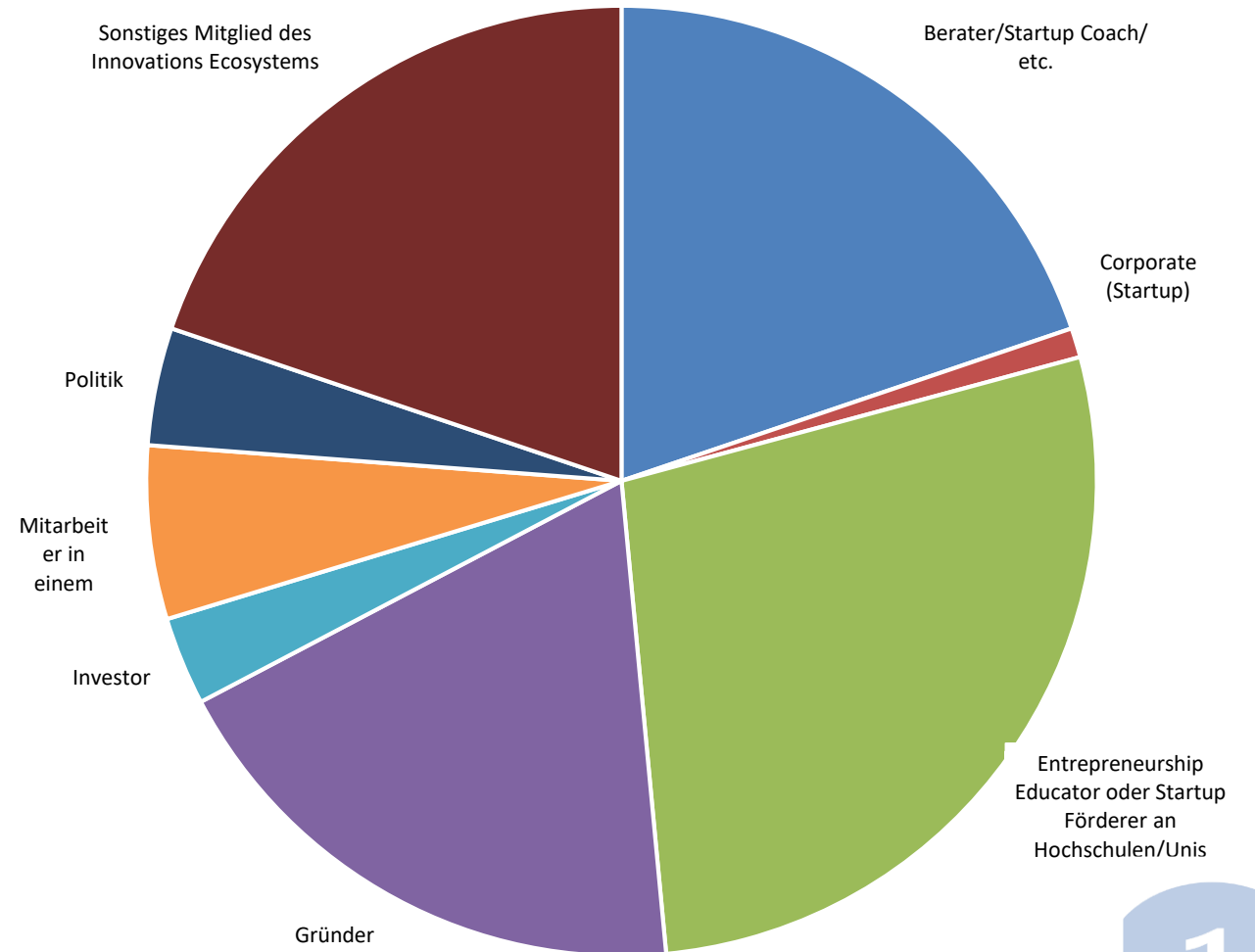
Es wurden 102 Fragebögen vollständig ausgefüllt, knapp die Hälfte gab sich namentlich zu erkennen mit dem Wunsch, Zugang zu der Ergebnissen zu erhalten. Hochschulangehörige stellen knapp 30% der Teilnehmer, gefolgt von Gründern/Startup Mitarbeitern mit knapp 25% und Start-Coaches mit ca. 20%. Sonstige beträgt auch 20%, hier sind Studierende enthalten. Unterrepräsentiert sind Investoren und Corporates.

Executive Summary: Wichtige Ergebnisse

1. Nur 2/5 sind „oft“ auf den Events, d.h. mindestens einmal im Monat.
2. Nur 1/3 geht mit einem konkreten Ziel/einer Aufgabe auf ein solches Event, im Vordergrund stehen Netzwerken, Lernen und gute Vorträge.
3. „Niedrigschwelliger“ bedeutet nur für 1/5 der Teilnehmer häufiger, d.h. die Mehrheit der Befragten (55%) geht seltener zu Events.
4. Niemand glaubt, dass „digital“ das neue „normal“ sein wird. Die Mehrheit glaubt an die Präsenz und erwartet im Schnitt, dass etwa 1/3 der Events zukünftig digital stattfinden wird.
5. Das „Niedrigschwellige“ ist „Fluch und Segen“ zugleich, man schätzt es für sich, wünscht aber mehr Commitment der anderen Teilnehmer.

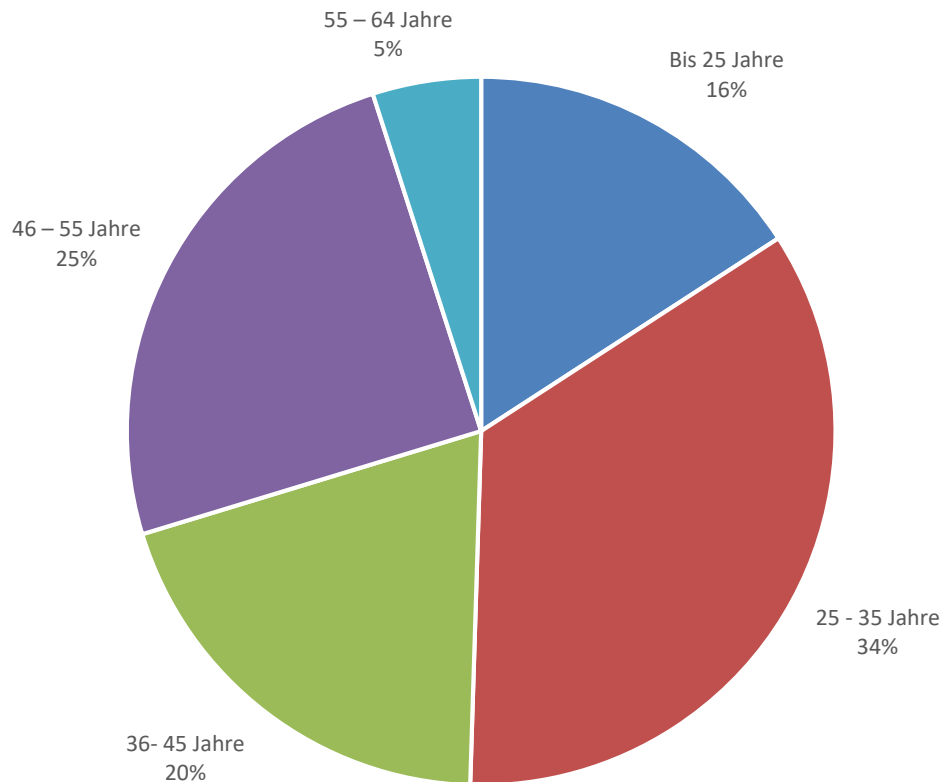
Mit welchem „Hut“ bis Du hier im Startup- Kontext unterwegs?

• Berater/Coach	19,8%
• Corporate Partner	1,0%
• Entrepreneurship Educator	27,7%
• Gründer	18,8%
• Investor	3,0%
• MA in Startup	5,9%
• Politik	4,0%
• Sonstiges	19,8%



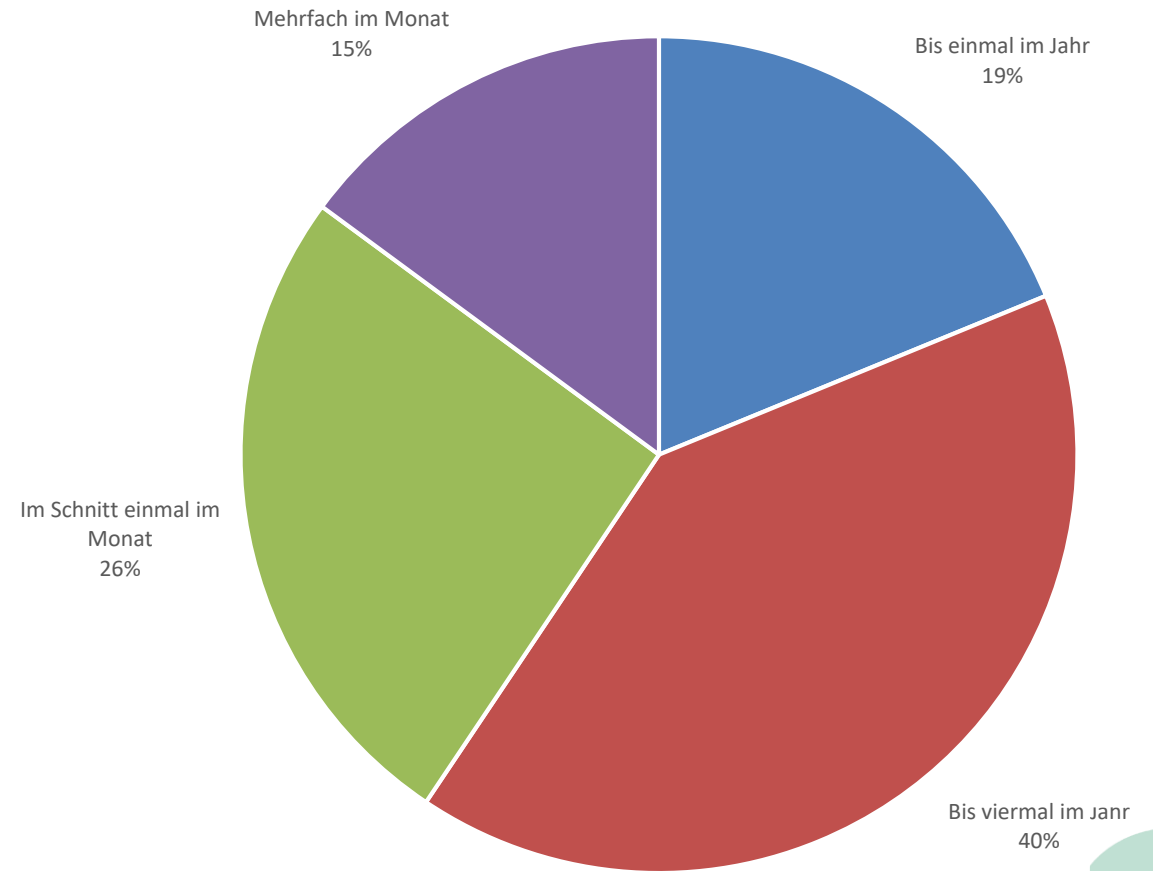
Wie alt bis du?

Die Altersstruktur war divers. Die Hälfte der Befragten war unter 35 Jahren alt. 20% war zwischen 36 und 45 Jahren alt. Ein Viertel der Befragten war zwischen 46 und 55 Jahren alt, nur 5% war älter als 55.



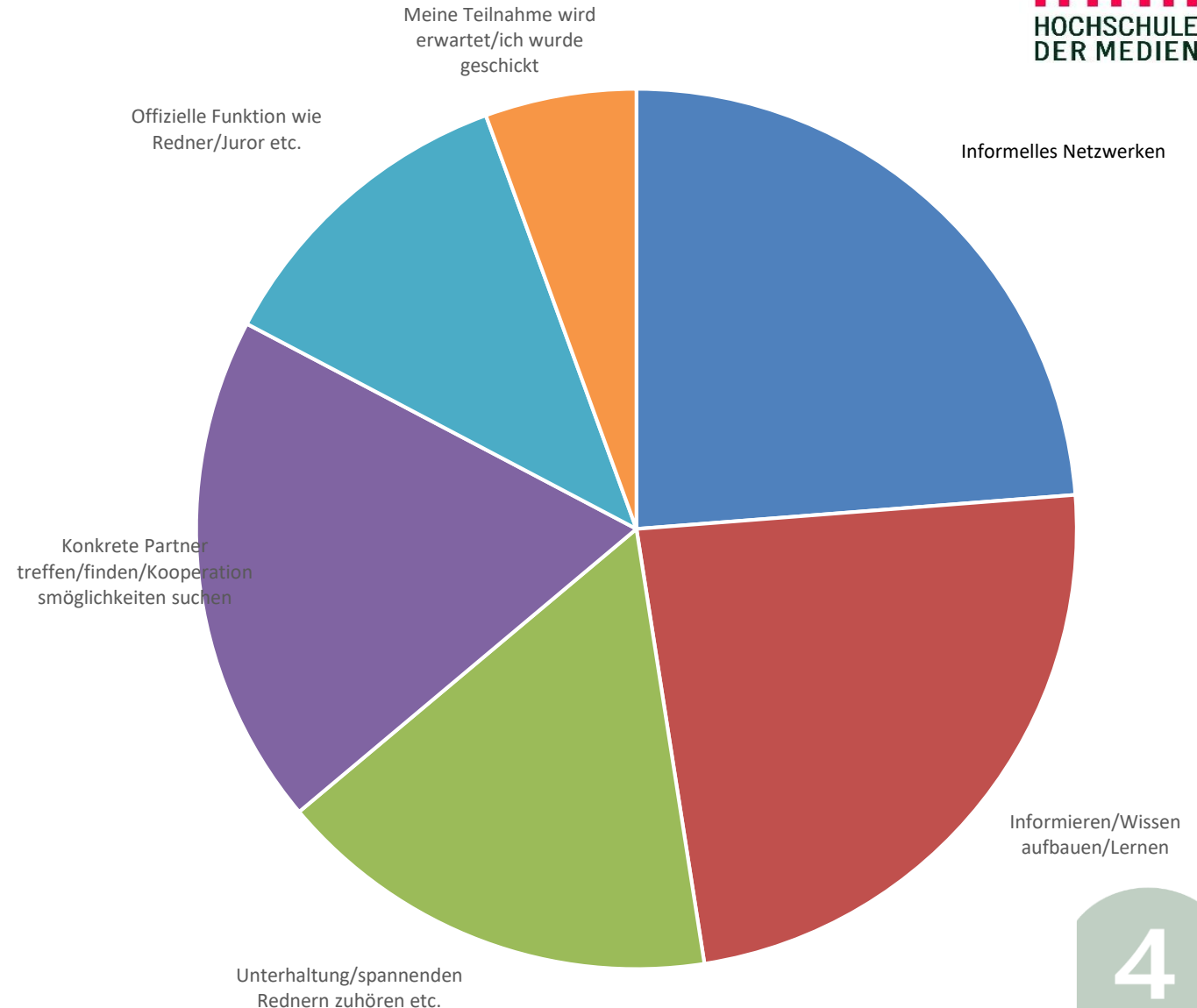
Wie regelmäßig bist Du auf einem Startup Event?

Ein Großteil der Befragten besucht mehrmals im Jahr ein Startup Event. 26 % sind jeden Monat auf einer Veranstaltung, 15% sogar mehrmals im Monat.



Welches sind Deine Ziele auf den Startup Events?

Ein Großteil der Teilnehmer besuchen Startup Events mit dem Ziel sich zu informieren und informell zu netzwerken. Einige nutzen die Veranstaltungen aber auch um konkrete Partner zu treffen oder Kooperationspartner zu finden. Unterhaltung und spannenden Rednern zuhören liegt ebenfalls im Interesse der Teilnehmer.

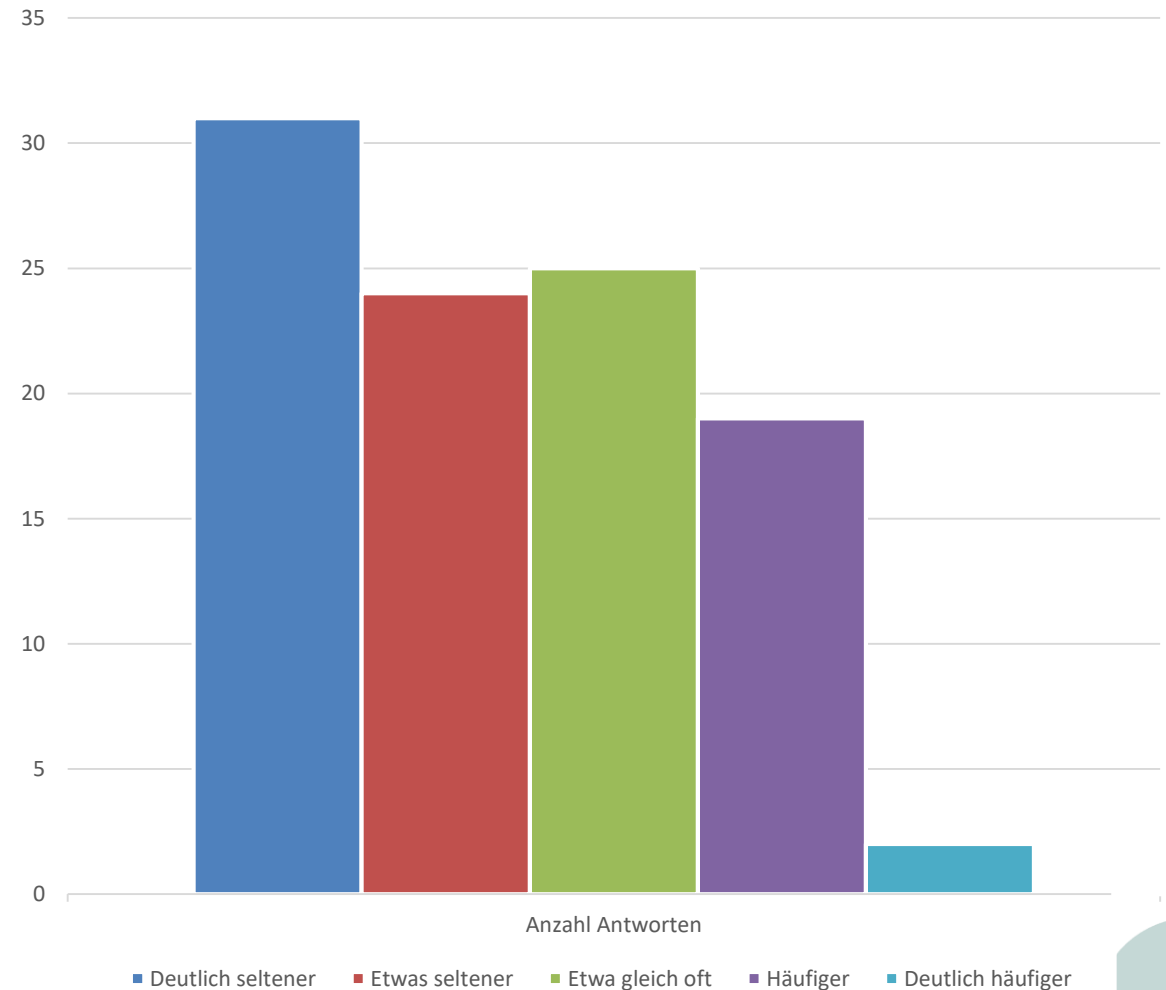


Bist Du häufiger oder seltener auf Startup Events seit der Digitalisierung durch Corona?

Die Mehrheit der Teilnehmer nimmt seit der durch die Pandemie bedingten Digitalisierung seltener an Startup Events teil.

Für ein Viertel nimmt die Digitalisierung kein Einfluss auf die Teilnahme, diese nehmen etwa gleich oft teil.

Ca. 20% der Befragten besuchen sogar häufiger Startup Events.



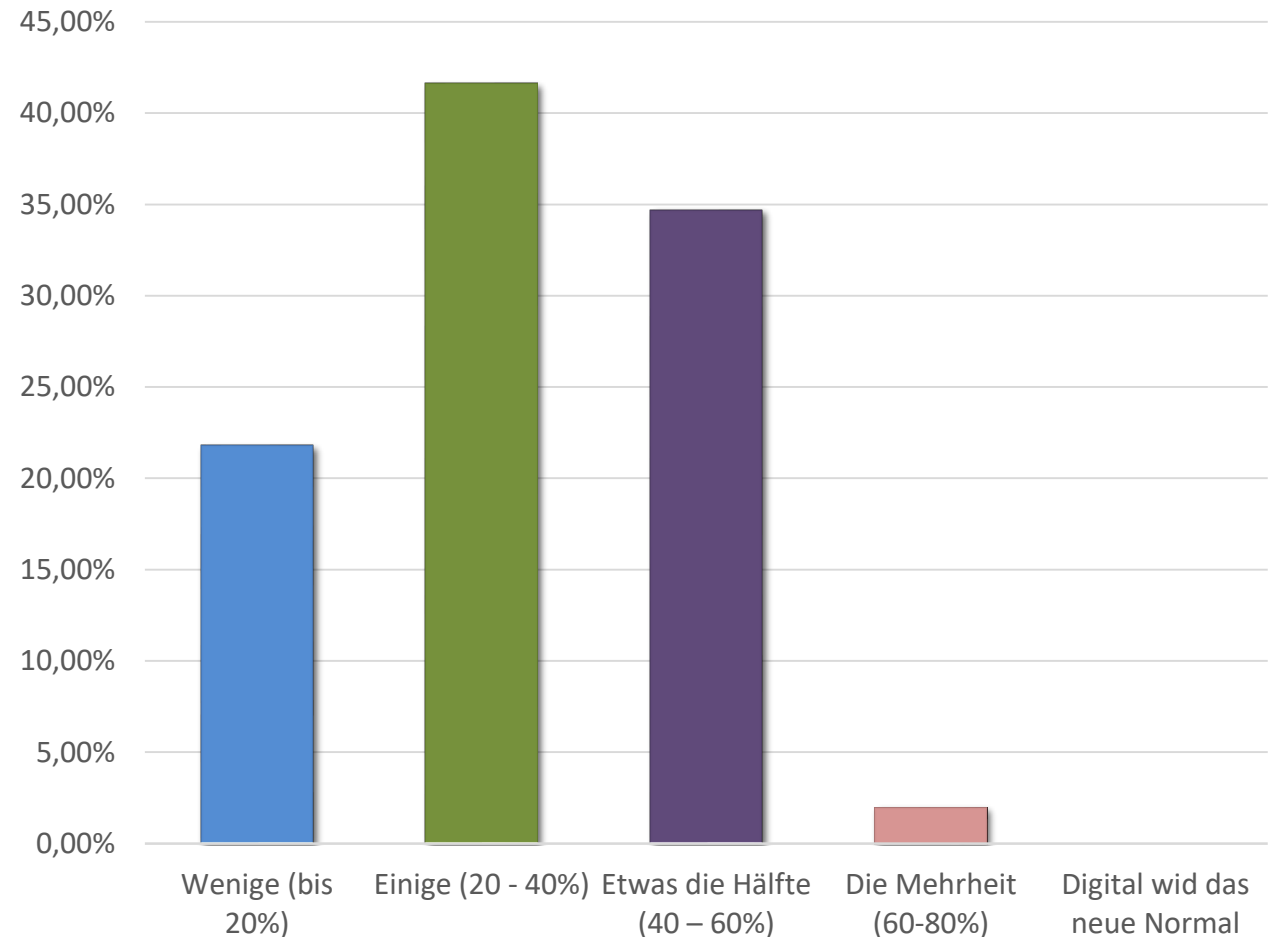
Welcher Anteil der Events wird „digital“ bleiben, wenn wieder sichere persönliche Treffen möglich sind?

41,6 % der Befragten sind der Meinung, dass 20-40% der Startup Events auch nach der Pandemie in einem digitalen Format stattfinden werden. 34,7% der Befragten tippen sogar auf die Hälfte.

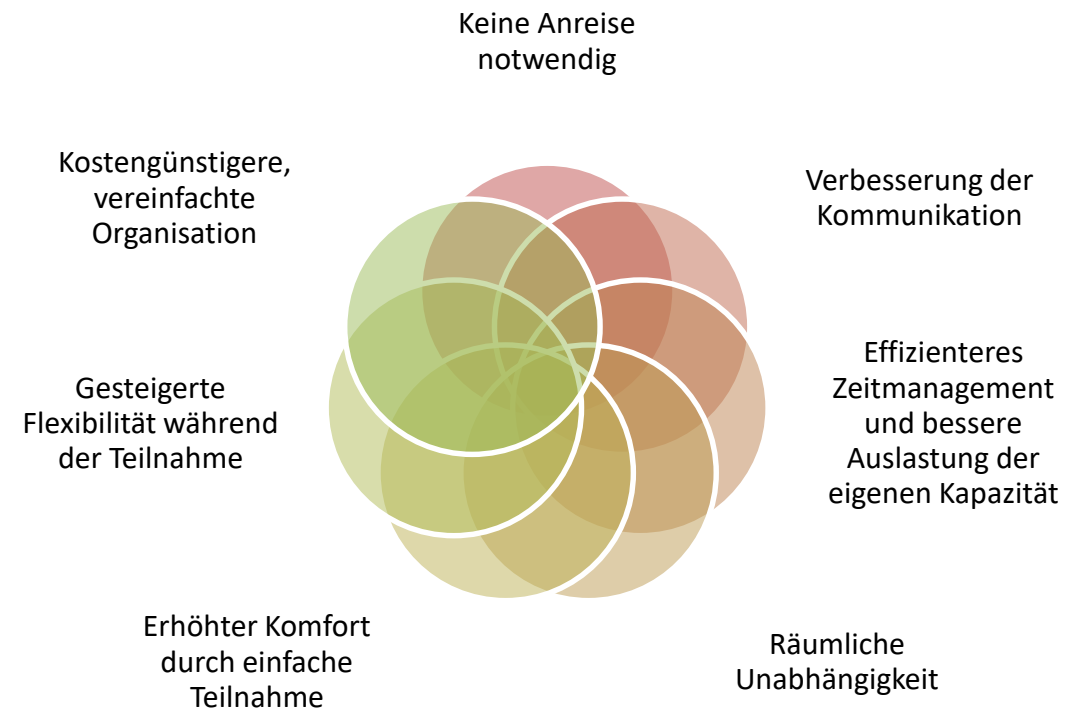
Eine sehr geringe Anzahl an Befragten ist der Meinung, dass die Mehrheit der Events in Zukunft digital stattfindet. Keiner der Befragten ist der Meinung, dass „digital“ das „neue Normal“ wird.

Im Schnitt kommt über alle Antworten ein zukünftiger Anteil „digitaler“ Events von 33,4% raus, d.h. genau einem Drittel.

Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass nach Corona 2/3 der Events wieder persönlich sein werden.



Welche Vorteile haben die digitalen Startup Events?



Welche Vorteile haben die digitalen Startup Events?

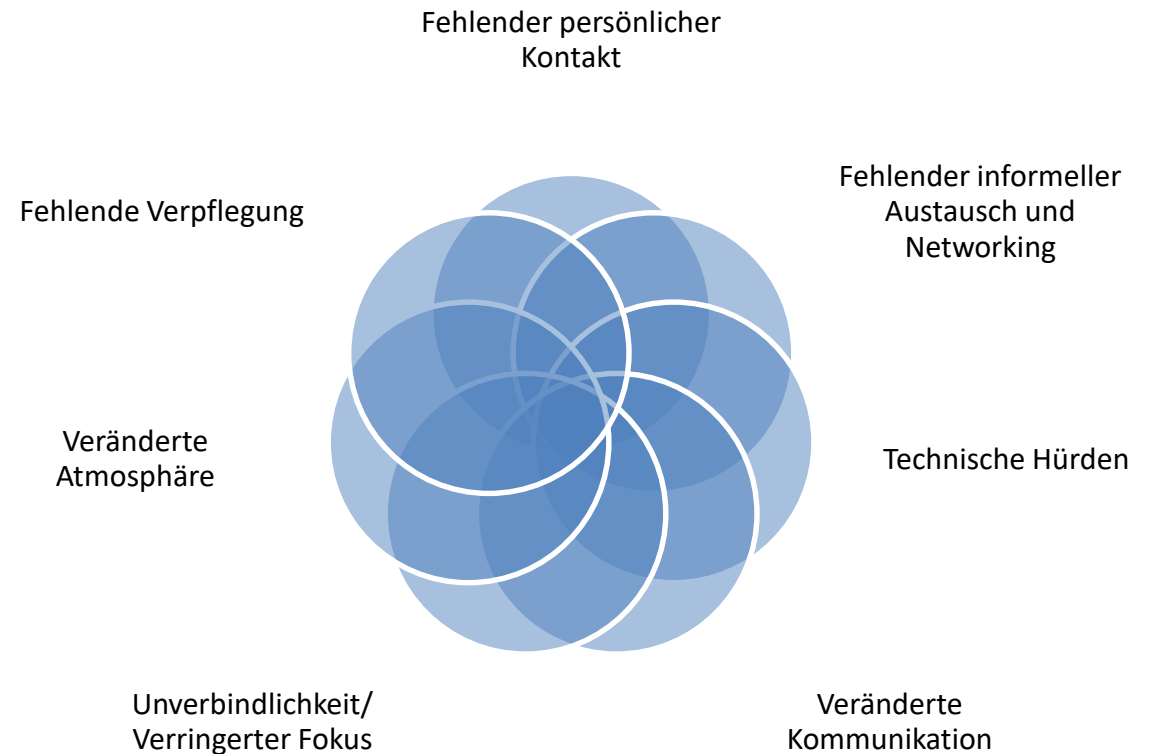
Durch die Umfrage konnten einige Vorteile von digitalen Startup Events identifiziert werden. Ein häufig genannter Vorteil ist der Wegfall einer Anreise. Durch die räumliche Unabhängigkeit ist die Teilnahme an Startup Events von überall möglich und flexibler einplanbar. Dadurch können auch mehrere Events bundesweit in kürzeren Zeitabständen besucht werden. Eine überregionale Teilnahme wird so ermöglicht.

Der Kostenfaktor ist ein weiterer wichtiger Punkt. Es werden zum einen Reisekosten gespart, zum anderen sind Kosten für die Organisation von Startup Events geringer und die Skalierbarkeit effizienter. Aber auch Teilnehmer können Tickets günstiger erwerben. Zudem wurde ein erhöhter Komfort als Vorteil gewertet, denn digitale Events sind leichter zugänglich, bequemer in der Teilnahme und werden als stressfreier eingeschätzt.

Häufig genannt wurden auch die Vorteile im Bereich der effizienteren Nutzung der eigenen Kapazität und Zeitmanagement. So bieten digitale Veranstaltungen die Möglichkeit, dass der/die Besucher/in sich nur die Formate aussuchen kann, die für ihn/sie persönlich relevant sind. Es können so mehrere Events und Termine am selben Tag wahrgenommen werden. Der Zeitaufwand ist bei einer digitalen Teilnahme zudem geringer. Häufig wurde die Flexibilität als positiv bewertet. So werden Pausen oder weniger relevante Vorträge während des Events von den Befragten dazu genutzt parallel zu arbeiten. Außerdem wurde der Vorteil der niederschweligen Teilnahme häufiger genannt sowie die Möglichkeit in Events auch „nur mal kurz reinzuschauen, zwischendrin abzuschalten und später wieder hinzuzukommen“. Weitere Vorteile ergeben sich dadurch, dass die Hemmschwelle für schüchterne Menschen geringer ist. Ein/e Befragte/r nannte den Vorteil, dass er/sie durch digitale Events mit Personen ins Gespräch kommt, die er/sie bei realen Events vielleicht nicht angesprochen hätte. Außerdem wurde der Vorteil der Interaktion via Chat genannt. Im Hinblick auf die Pandemie ist der Vorteil des nicht vorhandenen Ansteckungsrisikos ebenfalls zu erwähnen. Zudem sind digitale Events umweltfreundlicher. Für Förderprogramme eignen sich digitale Formate zum "Einstieg" in ein Thema, die einen Seminarcharakter haben.



Welche Nachteile haben die digitalen Startup Events?



Welche Nachteile haben die digitalen Startup Events?

In der Befragung wurden einige Nachteile von digitalen Startup Events identifiziert. Der am häufigsten genannte Nachteil ist der fehlende informelle Austausch und das deutlich erschwerte Networking, gefolgt von dem fehlenden persönlichen Kontakt. Weitere Nachteile von digitalen Startup Events liegen in der veränderten Kommunikation. So wurde genannt, dass häufig auch auf methodisch didaktische Vielfalt verzichtet wird. Zudem geht die Körpersprache und Mimik in digitalen Formaten unter bzw. kann nicht eingesetzt werden. Die persönliche Komponente, um ein Gefühl für die Personen zu bekommen, fehlt laut eines Befragten immens.

Als nachteilig wurde auch eine veränderte Atmosphäre empfunden. Demnach ist der Spaßfaktor geringer, die Stimmung weniger anregend und der „Spirit“ fehlt. Die Energie eines Raumes kann laut den Umfrageergebnisse nicht digitalisiert werden. Ebenfalls wurde genannt, dass sowohl Aufmerksamkeit als auch Kreativität sich nicht so frei entfalten können, wie es an einem besonders inspirierenden Ort der Fall gewesen wäre. Grund dafür ist das Sitzen in einer gewohnten Umgebung etwa dem Arbeitsplatz der Teilnehmer.

Im Weiteren haben digitale Events den Nachteil, dass technische Hürden wie Internetverbindung, funktionierende Kameras und Tonqualität erst überwunden werden müssen. Außerdem werden digitale Startup Events als teilweise sehr unverbindlich eingeschätzt.

Ein weiterer Nachteil ist die verringerte Aufmerksamkeit im digitalen Format und dass Teilnehmer zu passivem Konsum neigen, was bedeutet, dass die Veranstaltung nur „nebenbei“ läuft und nur mit halben Ohr zugehört wird.

Auch die fehlende Verpflegung wurde von den Befragten als Nachteil ausgelegt. Dieser Punkt wurde auch in Kombination mit den fehlenden Gesprächen während dem Essen und Trinken erwähnt.

Als Fluch und Segen zugleich wurde der Punkt aufgezählt, dass man an einem Tag an mehreren Veranstaltungen teilnehmen kann.

Eine Antwort legte auch die teilweise Verwendung von datenschutztechnisch fragwürdige Plattformen (Zoom, MS Team) negativ aus.

Kontakt

Hochschule der Medien Stuttgart

Carina Kreidler, Jana Hagemann und Prof. Dr. Nils Högsdal

Corporate Finance und Entrepreneurship

Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart

hoegsdal@hdm-stuttgart.de

Tel. 0711 8923 2003