


Der Einfluss von Startup-Events auf das Startup-Ökosystem

Vorabauswertung der empirischen Untersuchung im Rahmen der
Bachelorarbeit von Piet Kleeßen an der
Hochschule der Medien, betreut von Prof. Dr. Nils Högsdal

Stuttgart, 31.07.21



Inwiefern tragen Startup-Events zum Erfolg von Startups und dem Startup-Ökosystem bei?

Rahmendaten



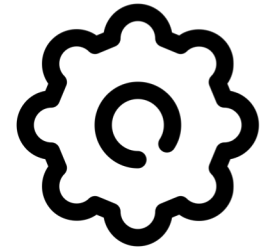
Anzahl:
106 Proband*innen



Umfang:
12 Fragen



Zeitraum:
17.06.21 – 16.07.21



Tool:
[Umfrageonline.com](https://umfrageonline.com)

Gliederung

1. Executive Summary

2. Charakterisierung der Stichprobe

- (1) Welche Rolle(n) haben Sie im Startup-Kontext?
- (2) Wie alt sind Sie?
- (3) Wie lange sind Sie in der Startup-Szene aktiv?
- (4) Wie viele Startup-Events haben Sie bereits besucht?

3. Einfluss von Startup-Events auf Startups

- (1) Welche Startup-Events haben Sie bereits besucht?
- (2) Welchen Einfluss haben Startup-Events auf Startups in Bezug auf folgende Faktoren?
- (3) Gibt es weitere Faktoren, bei denen Startup-Events den Startups helfen?
- (4) Wie hilfreich sind virtuelle Startup-Events in Bezug auf die zuvor genannten Faktoren im Vergleich zu physischen Events?

4. Meinungen zu Startup-Events

- (1) Was macht ein Startup-Event für Sie zu einem guten Event?
- (2) Was macht ein Startup-Event für Sie weniger gut?

Executive Summary

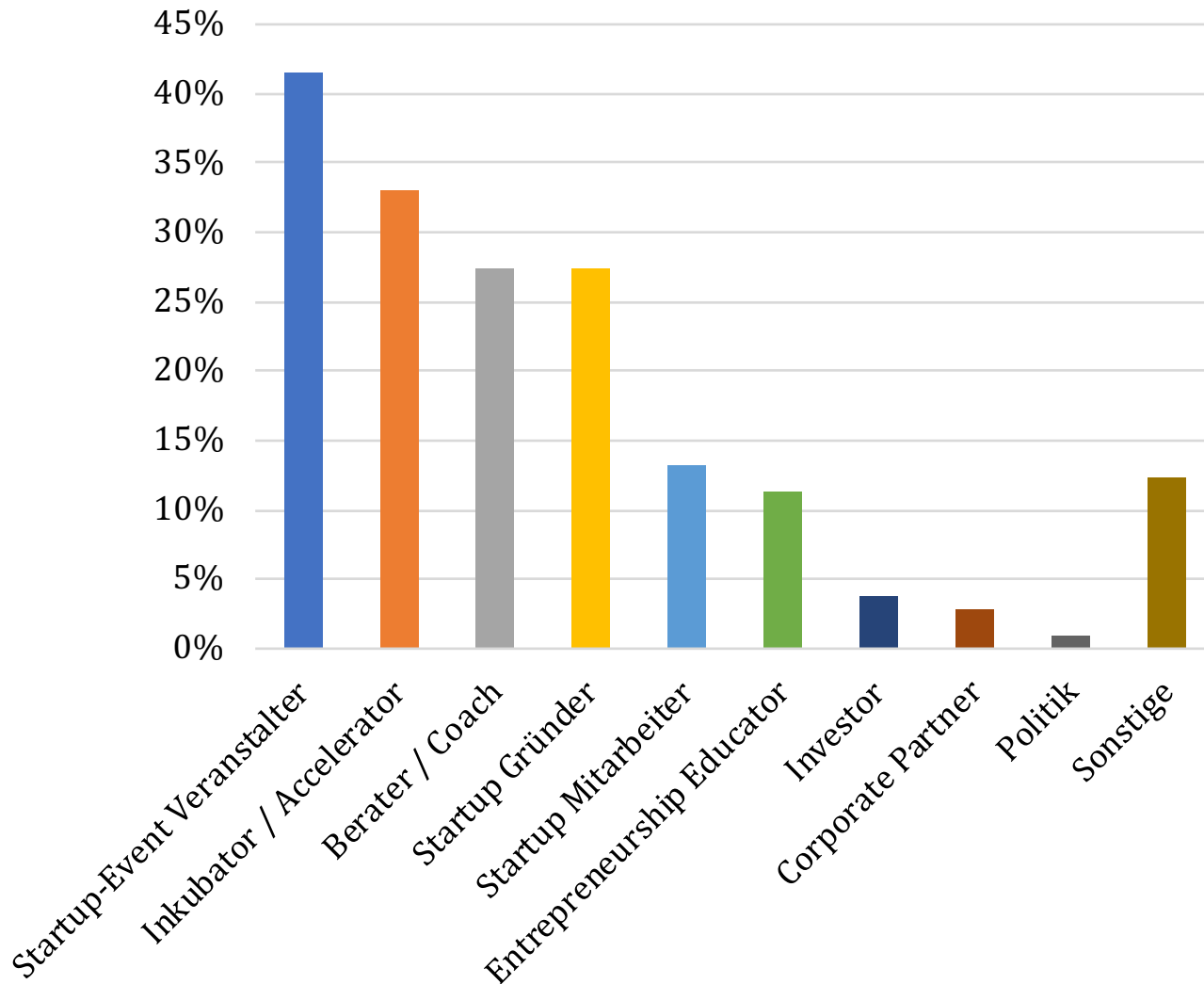
Im Rahmen dieser Studie sollen Erkenntnisse darüber gewonnen werden, inwiefern Startup-Events zum Erfolg von Startups und dem Startup-Ökosystem beitragen. Dazu wurden mit Hilfe eines standardisierten Onlinefragebogens 106 Proband*innen, die bereits mindestens ein Startup-Event besucht haben, befragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Startup-Events einen positiven Einfluss auf alle der untersuchten Erfolgsfaktoren von Startups haben. Der Einfluss von Startup-Events auf den Faktor „Netzwerk und Partner“ wird am hilfreichsten eingeschätzt. Startup-Events sind ebenfalls sehr hilfreich für den Aufbau, die Motivation und die Disziplin, die Kompetenzen sowie die Branchenkenntnisse und das Wissen des Gründer*innenteams. Zudem hat der Besuch von Startup-Events positive Auswirkungen auf das Geschäftsmodell, die Produktinnovation, die finanziellen Mittel, die Kundenakquise und den Zugang zu Förderung. Darüberhinaus gibt es weitere Faktoren auf die Startup-Events einen Einfluss haben, wie u.a. das Recruiting von Mitarbeiter*innen oder das Teambuilding.

In Bezug auf das gesamte Startup-Ökosystem lässt sich schlussfolgern, dass Startup-Events positive Auswirkungen auf das Networking unter den Akteuren des Ökosystems haben. Startup-Events dienen in erster Linie als Networking-Plattformen, die die unterschiedlichen Akteure zusammenbringen, sodass diese Netzwerkbeziehungen untereinander aufbauen können. Die entstehende Interkonnektivität ist Voraussetzung für ein erfolgreiches Startup-Ökosystem.

In der folgenden Auswertung wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint.

Welche Rolle(n) haben Sie im Startup-Kontext?



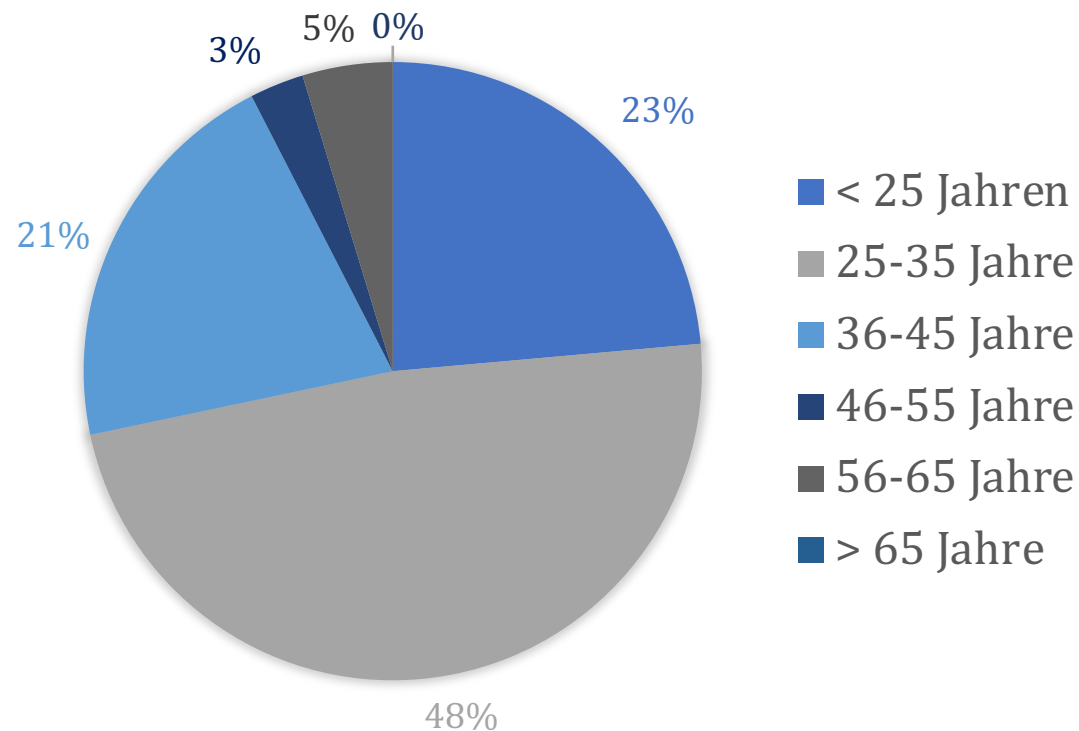
41,5 % der Probanden sind Event Veranstalter. Auffällig ist, dass 75 % der Probanden mit dieser Rolle mehr als eine Rolle im Startup-Kontext haben: 57 % der Startup-Event Veranstalter haben ebenfalls die Rolle „Inkubator / Accelerator“ und 43 % sind auch „Berater / Coach“.

33 % der Stichprobe haben sich der Rolle „Inkubator / Accelerator“ zugeordnet. 57 % dieser Probanden haben drei oder mehr Rollen im Startup-Kontext.

Dieser Trend setzt sich bei den 27,4 % der Probanden fort, die sich der Rolle „Berater / Coach“ zuordnen lassen.

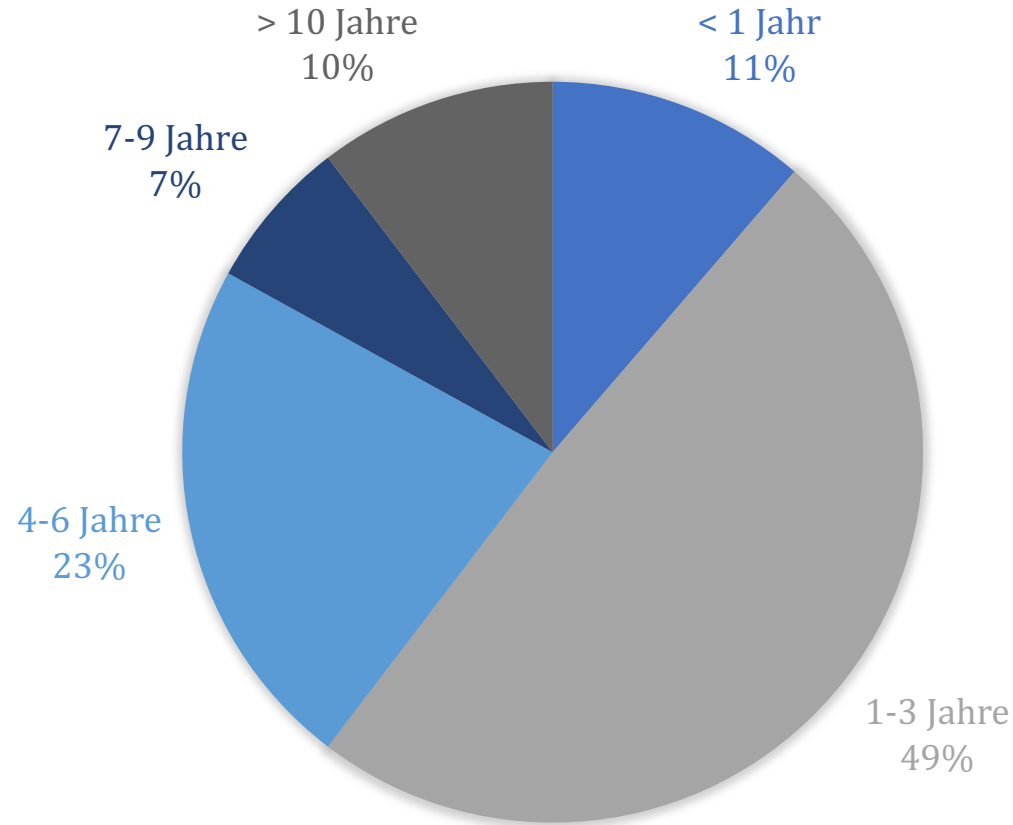
Ein gegenteiliger Trend lässt sich bei den 27,4 % der Probanden feststellen, die Startup Gründer sind. Mehr als drei Viertel (79 %) dieser Probanden haben lediglich diese eine Rolle im Startup-Kontext.

Wie alt sind Sie?



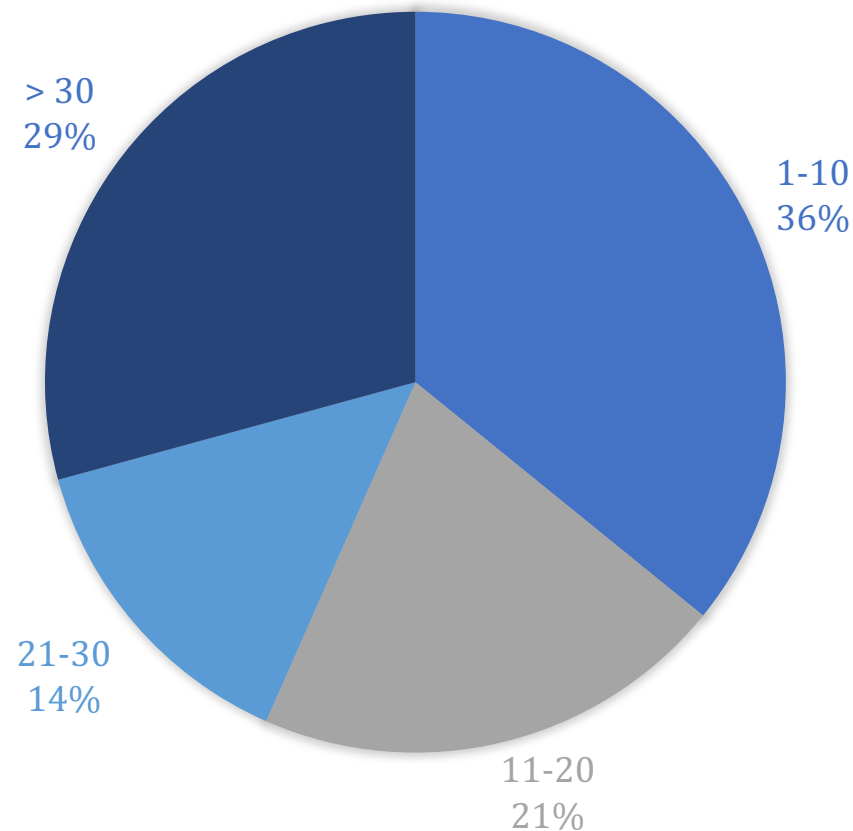
Die 106 Probanden sind knapp zur Hälfte (48 %) zwischen 25 und 35 Jahren alt. Die unter 25-Jährigen sind mit 23 % die zweitgrößte Altersgruppe, dicht gefolgt von den 36- bis 45-Jährigen mit 21 %. Die restlichen 8 % der Stichprobe sind im Alter von 46-65 Jahren.

Wie lange sind Sie in der Startup-Szene aktiv?



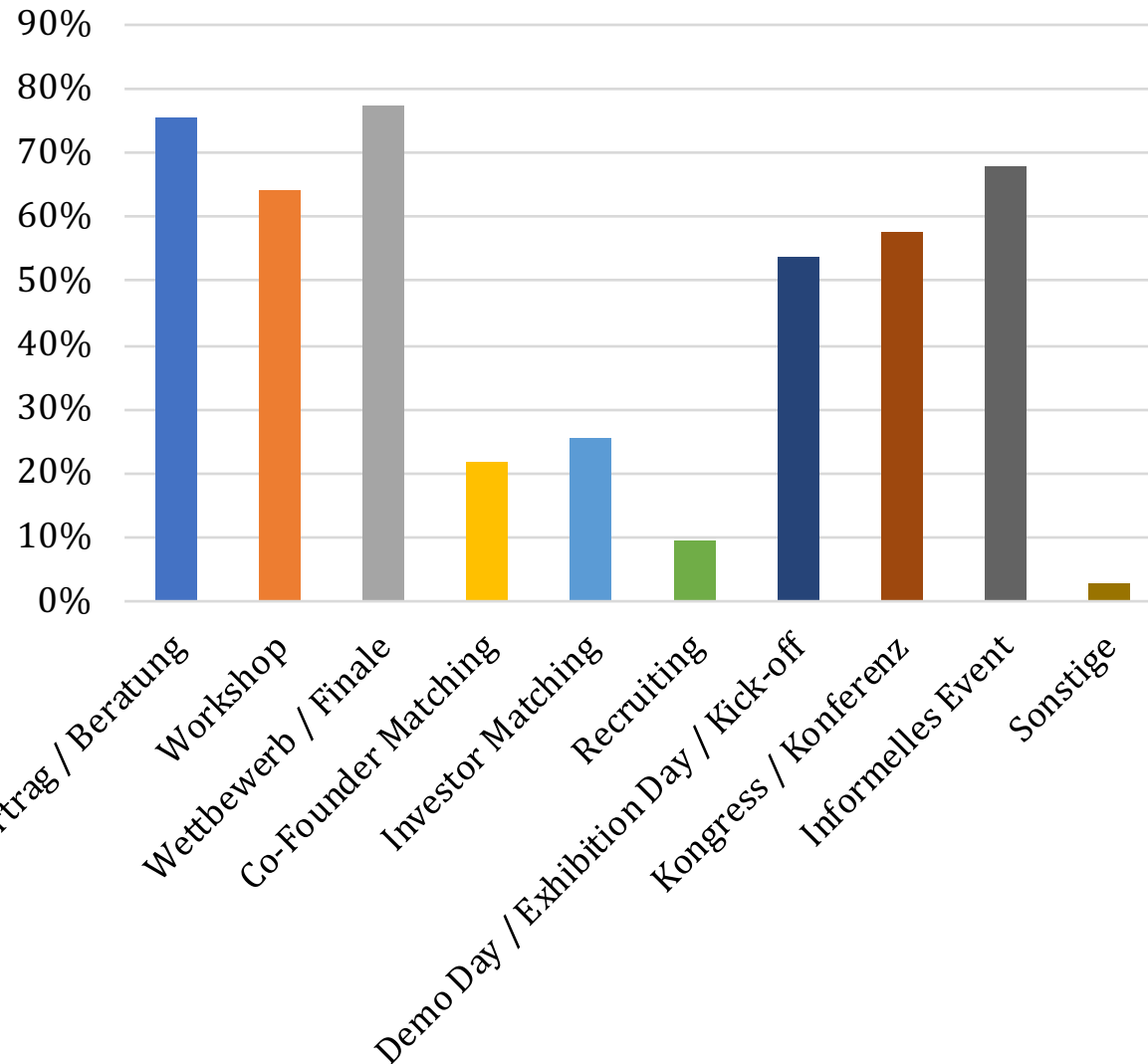
Der Großteil der Probanden ist seit 1-3 Jahren in der Startup-Szene aktiv. Knapp ein Viertel sind 4-6 Jahre und weitere 7 % der Stichprobe 7-9 Jahre in der Startup-Szene aktiv. 10 % der Probanden sind sogar über 10 Jahre im Startup-Kontext unterwegs, wohingegen 11 % erst seit unter einem Jahr mit der Startup-Szene zu tun haben.

Wie viele Startup-Events haben Sie bereits besucht?



Während 36 % der Probanden bisher lediglich 1-10 Startup-Events besucht haben, waren 29 % bereits auf über 30 Startup-Events. In der Abbildung ist zu sehen, dass 21 % der Teilnehmer bisher an 11-20 Startup-Events teilgenommen haben und 14 % bereits auf 21-30 Startup-Events waren.

Welche Startup-Events haben Sie bereits besucht?

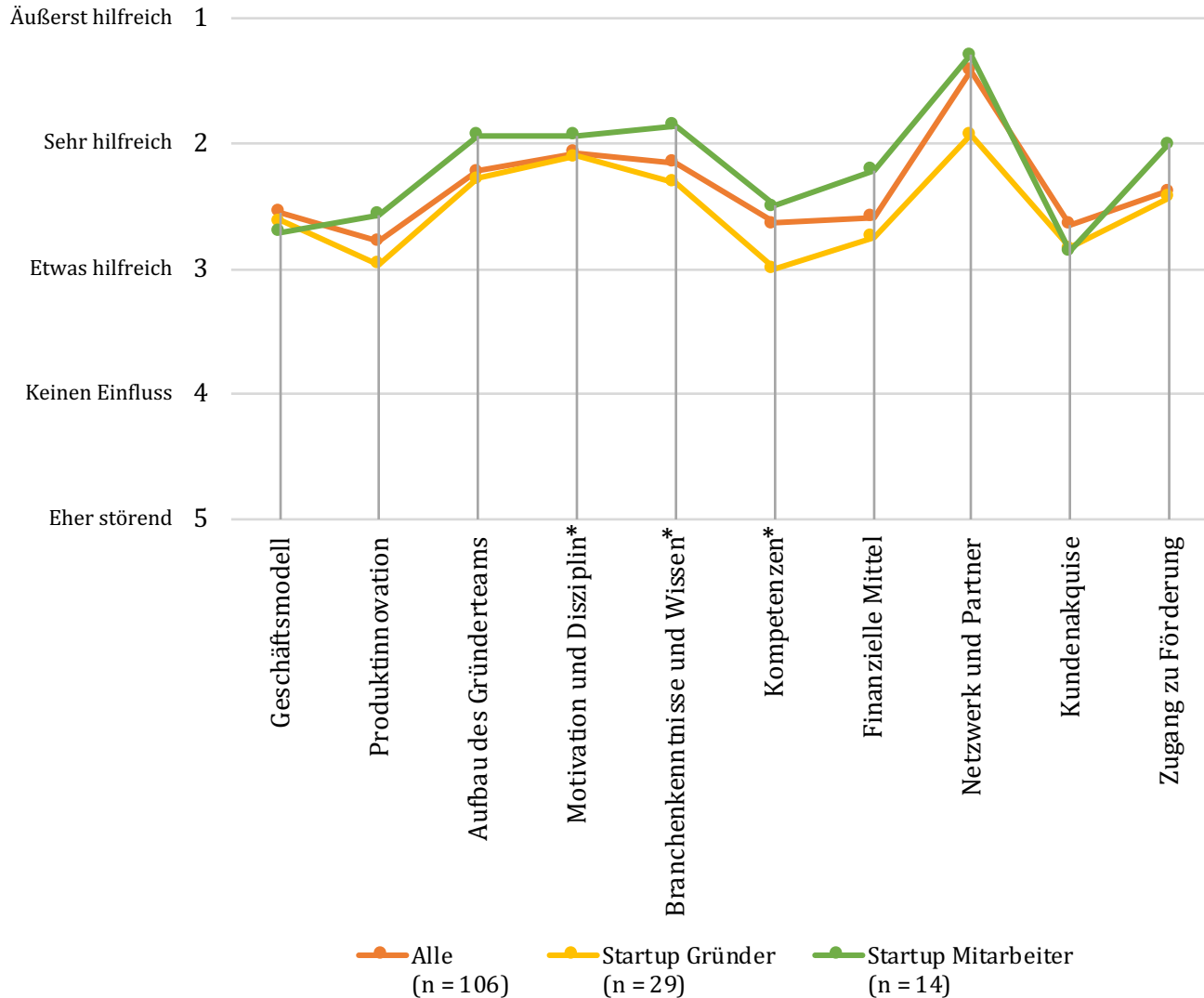


Die Abbildung zeigt, dass mehr als dreiviertel der Probanden bereits Startup-Events aus den Kategorien „Wettbewerb / Finale“ (77,4 %) oder „Kurs / Vortrag / Beratung“ (75,5 %) besucht haben.

Von den meisten Probanden ebenfalls besucht wurden informelle Events, Workshops, Kongresse / Konferenzen und Demo Days / Exhibition Days / Kick-offs.

Weniger als 30 % der Probanden waren auf Startup-Events aus den Kategorien „Investor Matching“, „Co-Founder Matching“ oder „Recruiting“.

Welchen Einfluss haben Startup-Events auf Startups in Bezug auf folgende Faktoren?



Die Abbildung zeigt, dass der Einfluss von Startup-Events auf alle zehn Erfolgsfaktoren von Startups durchweg positiv ist. Die meisten der gebildeten Mittelwerte befinden sich zwischen „etwas hilfreich“ und „sehr hilfreich“.

Wohingegen der Einfluss von Startup-Events von Startup Gründern im Vergleich zu den Mittelwerten aller Probanden stets etwas geringer angegeben wird, sind die Startup Mitarbeiter meist etwas positiver.

Auf den Erfolgsfaktor „Netzwerk und Partner“ haben Startup-Events den hilfreichsten Einfluss. 68 % der Probanden sind der Meinung, dass dieser Einfluss für Startups „äußerst hilfreich“ ist und 25 % schätzen diesen als „sehr hilfreich“ ein.

Die Mittelwerte der restlichen Erfolgsfaktoren befinden sich auf einem relativ ähnlichen Niveau.

* des Gründerteams

Gibt es weitere Faktoren, bei denen Startup-Events den Startups helfen?

Pitch Training

Inspiration

Beurteilung der Gründungsregion

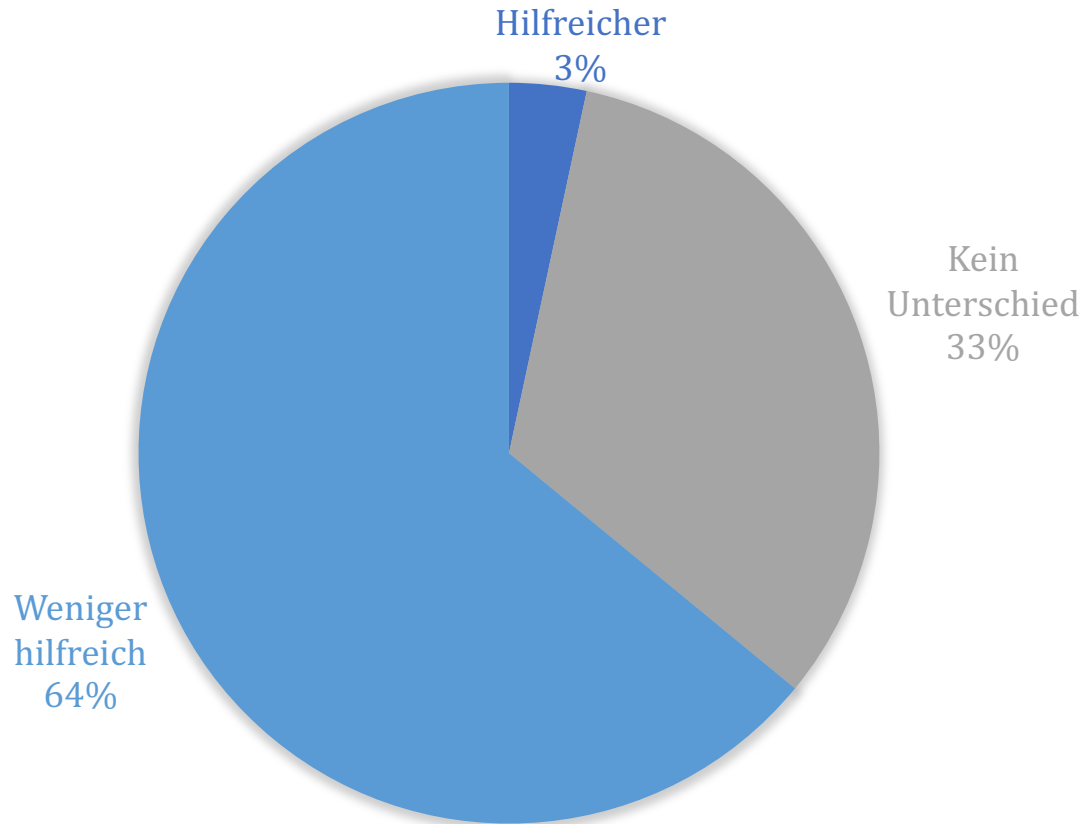
Werbung für Startups

Mitarbeiter Recruiting

Feedback

Teambuilding

Wie hilfreich sind virtuelle Startup-Events in Bezug auf die zuvor genannten Faktoren im Vergleich zu physischen Events?



Lediglich 3 % der Probanden sind der Meinung, dass virtuelle Startup-Events den Startups mehr helfen. Dem entgegen stehen 64 % der Probanden, die virtuelle Startup-Events weniger hilfreich finden. Die restlichen 33 % sehen keinen Unterschied.

Probanden, die bisher noch kein virtuelles oder kein physisches Startup-Event besucht haben, wurden exkludiert.

Was macht ein Startup-Event für Sie zu einem guten Event?



Was macht ein Startup-Event für Sie weniger gut?

„fehlende Diversität“

„schlechte Mentoren und Berater“

„fehlende Möglichkeiten zum Netzwerken“

„schlechte Organisation“

Teilnehmer

„immer die gleichen“

„zu viele oder zu wenige“

„wenig Interaktion“

Programm

„zu lange Vorträge“

„zu viele Pitches“

„nur Vorträge“

„schlechte Pitches“

„schlechte Speaker“

„unnötiger Zeitaufwand für Startups (Bewerbung & während Event)“

„unpassende Termine (Doppelbelegung)“

„oberflächlich“

„(Eigen-)Werbung“

Sonstiges

Inhalte

„hohe Teilnahmegebühren“

„unpersönlich“

„kein Mehrwert“

„fehlender Fokus“

„unklare Zielsetzung für Startups“

Kontakt

Piet Kleefßen

pk078@hdm-stuttgart.de

[LinkedIn](#)

Prof. Dr. Nils Högsdal

hoegsdal@hdm-stuttgart.de

Tel. 0711 8923 2003