



AUSTRIAN STARTUP MONITOR 2018



**AUSTRIAN
STARTUP
MONITOR**



AUSTRIAN
STARTUP
MONITOR

2018

Inhalt

IMPRESSUM

Austrian Startup Monitor 2018

Copyright © 2018



HOMETOWN
MEDIA

Alle Rechte vorbehalten. Jeder Teil des Inhalts dieses Buches kann unter Bezugnahme auf die Quelle reproduziert oder übertragen werden, sofern die Herausgeberin vorab darüber in Kenntnis gesetzt wird.

ISBN 978-3-200-05768-5

Gedruckt und gebunden von Neografia, Inc.

Online: www.austrianstartupmonitor.at

Erscheinung: Wien, Juli 2018

MEDIENINHABER AIT Austrian Institute of Technology GmbH, Center for Innovation Systems & Policy, Giefinggasse 4, 1210 Wien, www.ait.ac.at

PRODUKTION & HERAUSGEBER

Home Town Media GmbH, Mariahilfer Straße 49/15, 1060 Vienna, Austria
hometownmedia.eu, office@hometownmedia.eu

REDAKTIONELLES MANAGEMENT Alyssa-Ninja Weis

REDAKTION Sonja Burger

LEKTORAT Renate Messenbäck

GRAFIKDESIGN & ILLUSTRATIONEN Karin Dreher, karin-grafikdesign.com

AUTORINNEN Karl-Heinz Leitner (AIT), Georg Zahradnik (AIT), Rudolf Dömötör (WU), Markus Raunig (AustrianStartups), Martina Pardy (AustrianStartups), Elke Mattheiss (AustrianStartups)

AUFTRAGGEBER Austria Wirtschaftsservice (aws), Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), Rat für Forschung und Technologieentwicklung (RFTE), Wirtschaftsagentur Wien, Wirtschaftskammer Österreich (WKO), Wirtschaftskammer Wien (WKW), Industriellenvereinigung (IV)

GEDRUCKT UND GEBUNDEN

NEOGRAFIA, a.s. Sučianska 39A

038 61 Martin-Priekopa Slovakia

| | |
|---|------------|
| Über den Austrian Startup Monitor..... | 15 |
| Startups in Österreich | 19 |
| GründerInnen in Österreich..... | 27 |
| MitarbeiterInnen..... | 45 |
| Strategie & Geschäftsmodell | 57 |
| Innovation..... | 65 |
| Märkte Österreich & International..... | 71 |
| Kooperationen..... | 77 |
| Umsatz & Finanzierung..... | 85 |
| Umfeld & Entwicklung | 97 |
| AuftraggeberInnen & PromotorInnen | 105 |
| Team..... | 110 |
| Abbildungsverzeichnis | 112 |
| Referenzen..... | 113 |



DEFINITION VON STARTUPS

Startups werden als Unternehmen mit folgenden Eigenschaften definiert:

1. STARTUPS sind jünger als 10 Jahre.

2. STARTUPS sind mit ihren Produkten, Dienstleistungen, Technologien oder Geschäftsmodellen innovativ.

3. STARTUPS weisen ein signifikantes MitarbeiterInnen- oder Umsatzwachstum auf oder streben es an.

EINLEITUNG

Startups gelten zu Recht als Speerspitze des technologischen und wirtschaftlichen Wandels. Denn sie schaffen die Märkte von morgen und wirken sich positiv auf Wirtschaftswachstum und Wettbewerbsfähigkeit eines Landes aus. In Österreich konnte zweierlei beobachtet werden: Die Bedeutung von Startups stieg in den letzten Jahren rasant und der Themenbereich ist mittlerweile in der breiten Öffentlichkeit angekommen. Noch vor ein paar Jahren war der Begriff „Startup“ für viele ein Fremdwort. Heute hat fast jede/r dazu eine Meinung. Viel zu selten beruht dieses Bild auf konkreten Zahlen, Daten und Fakten. Kein Wunder – schließlich gab es bis dato noch keine wissenschaftlich fundierte Datenbasis über die Entstehung, Dynamik und Entwicklung von Startups in Österreich. Um diese Lücke zu schließen, wurde der Austrian Startup Monitor (kurz ASM) initiiert. Der Austrian Startup Monitor ist dabei ein Gemeinschaftsprojekt, das von Austria Wirtschafts-

service Gesellschaft mbH, Wirtschaftskammer Österreich, Rat für Forschung und Technologieentwicklung, Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH, Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer Wien und Wirtschaftsagentur Wien finanziert wird. Wir sind stolz, dass es uns mit der ersten Ausgabe 2018 gelungen ist, nun ein aussagekräftiges, fundiertes und an der Realität orientiertes Bild der österreichischen Startup-Szene zeichnen zu können. Der Austrian Startup Monitor beantwortet eine ganze Reihe von relevanten Fragen: Wer gründet wann, wo, wie und warum? Was ist charakteristisch für Startups in Österreich? Mit welchen Problemen und Herausforderungen sind sie derzeit konfrontiert? Was wünschen sie sich von politischen EntscheidungsträgerInnen? Welche Strategien verfolgen sie? Und last, but not least: Welche Zukunftspläne haben sie? All das und noch viel mehr gibt es für Sie im ersten Austrian Startup

Monitor zu entdecken! Über das Zeichnen eines aktuellen Stimmungsbildes der Startup-Szene hinaus hat der ASM aber auch längerfristige Ziele. Er bildet das Fundament eines langfristigen Projekts, das bereits existierenden Initiativen in Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden ähnelt. Der ASM will die österreichischen Startups in ihrer Gesamtheit erfassen, verorten und in den Folgejahren kontinuierlich wissenschaftlich begleiten. Dadurch soll er auch in den kommenden Jahren noch als zentrale Referenz und Richtwert nutzbar sein und die Analyse der weiteren Entwicklung der Startup-Landschaft ermöglichen. Wir sind überzeugt, dass der vorliegende Report ein Meilenstein in der Entwicklung des österreichischen Startup-Ökosystems ist, und freuen uns auf eine rege Diskussion der Ergebnisse. Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Schmökern und Kennenlernen der österreichischen Startup-Szene!

Für das Studienteam

KARL-HEINZ LEITNER
(AIT AUSTRIAN INSTITUTE OF
TECHNOLOGY)

MARKUS RAUNIG
(AUSTRIANSTARTUPS)

RUDOLF DÖMÖTÖR
(WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN)

STATEMENTS ZUM AUSTRIAN STARTUP MONITOR 2018



AUSTRIA WIRTSCHAFTS-SERVICE GESELLSCHAFT MBH

Startups leisten einen wichtigen Beitrag zur Innovationskraft des Landes und sichern in Kooperation mit bestehenden Unternehmen den Erfolg des Standort Österreich. Die aws unterstützt als Förderbank des Bundes Innovation und Wachstum in allen Phasen der Unternehmensentwicklung. Einer der aws Finanzierungs- und Förderschwerpunkte liegt auf IKT, Digitalisierung, Physical- und Life Sciences.

DI Bernhard Sagmeister und Mag.^a Edeltraud Stiftinger, Geschäftsführer der Austria Wirtschaftsservice GmbH



Ein Fonds der Stadt Wien

WIRTSCHAFTS-AGENTUR WIEN

Wien ist der Nukleus der heimischen Startup Szene. Im internationalen Wettbewerb funkelt die Vienna Startup City immer sichtbarer. Wir wissen natürlich, dass da noch viel mehr geht. Zahlen, Daten, Fakten sind die Basis für weitere effiziente Entwicklungsschritte. Die liegen jetzt in hoher Qualität vor. Wir werden sie in Wien nützen, um Startups noch effektiver dabei zu unterstützen, erfolgreich zu sein. Hier in Wien, in Europa und auf der ganzen Welt.

Mag. Gerhard Hirczi, Geschäftsführer der Wirtschaftsagentur Wien



ÖSTERREICHISCHE FORSCHUNGS-FÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH

Startups sind einer der wesentlichen Treiber des österreichischen Innovationssystems. Daher stellen diese jungen innovativen Unternehmen auch eine essenzielle Zielgruppe der FFG dar. Die FFG unterstützt von der ersten Idee über die Produktentwicklung bis zur Markteinführung und dem Marktaufbau. Auch die Digitalisierungsagentur der FFG wird zukünftig einen wesentlichen Beitrag für Startups leisten.

Dr. Henrietta Eggerth und Dr. Klaus Pseiner, Geschäftsführer der Österreichischen ForschungsförderungsgmbH



RAT FÜR FORSCHUNG & TECHNOLOGIE-ENTWICKLUNG

Innovative Startups sind die Grundlage für Wirtschaftsdynamik und gesellschaftlichen Wohlstand. Hier passieren neuen Ideen, hier besteht der Mut auszu-probieren, hier wird Zukunft gestaltet. Aus diesem Grund ist es aus Sicht des Rates zentraler Punkt einer vorwärts gerichteten Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, Startups in Österreich den bestmöglichen Raum für ihre Entfaltung zu bieten. Erfreulicherweise sind bereits erfolgreiche erste Schritte getan worden, dennoch besteht ein großes noch nicht genutztes Potenzial.

Dr. Hannes Androsch, Vorsitzender des Rates für Forschung und Technologieentwicklung



WIRTSCHAFTS-KAMMER ÖSTERREICH

Die Wirtschaftskammer unterstützt Startups und etablierte Unternehmen tatkräftig bei der Internationalisierung. Die Wirtschaftskammer schafft Rahmenbedingungen für alle Unternehmen, denn Wirtschaft ist unteilbar.

Dr. Harald Mahrer, Präsident der Wirtschaftskammer Österreich



INDUSTRIELLEN-VEREINIGUNG

Für die Industrie können Startups im Wettbewerb um neue Produkte am Markt und für Geschäftsmodellinnovationen als Partner einen entscheidenden Vorteil darstellen. Zur Erhöhung der heimischen Innovationsdynamik müssen daher Schnittstellen zwischen jungen und etablierten innovierenden Unternehmen verstärkt geschaffen und genützt werden.

Mag. Georg Kapsch, Präsident der Industriellenvereinigung Österreich



WIRTSCHAFTS-KAMMER WIEN

Die Startups von heute sind die Durchstarter von morgen. Entscheidend ist, unsere regionale Wirtschaft optimal zu vernetzen. Darum setzen wir als Wirtschaftskammer Wien an zwei Hebeln an: Einerseits unterstützen wir bei der Gründung von Startups, andererseits stellen wir Brücken zu bereits bestehenden Unternehmen her. So schaffen wir eine neue Dynamik am Wirtschaftsstandort Wien, von der alle etwas haben.

DI Walter Ruck, Präsident der Wirtschaftskammer Wien

Key Facts

Der Austrian Startup Monitor 2018 ist der erste umfassende Bericht über den Status, die Perspektiven und das Umfeld österreichischer Startups. Der Bericht basiert auf einer im Frühjahr 2018 durchgeführten Befragung von 512 GründerInnen oder GeschäftsführerInnen. Um Startups für die Befragung zu identifizieren, wurden mithilfe von unterschiedlichen Quellen insgesamt mehr als 1.500 Startup-Gründungen seit 2004 recherchiert.

Der Austrian Startup Monitor umfasst mehr als **1.500 Startup-Gründungen** seit 2004. **Über die Hälfte der erfassten Startups wurde dabei in Wien gegründet.**

Die befragten Startups beschäftigen im Schnitt **8,2 MITARBEITERINNEN**, darunter 6 Vollzeitbeschäftigte und 2,2 Teilzeitkräfte.

Künstliche Intelligenz (Artificial Intelligence), Autonomous Vehicles und Big Data werden **als die maßgeblichsten Zukunftstechnologien** erachtet.

12% der Startups sind Spin-offs von Universitäten oder Unternehmen.

62% der GründerInnen sind zwischen **25 und 39 Jahre** alt und **12%** sind **Frauen**. **75%** haben einen Universitätsabschluss und **14%** kommen aus dem Ausland. **42%** sind MehrfachgründerInnen.

Österreichische Startups sind größtenteils (über ein Drittel) im IT-Bereich tätig. Ihren **Jahresumsatz** konnten die Startups vom letzten auf dieses Jahr **im Durchschnitt fast verdoppeln**. Dies wird auch für das kommende Jahr angestrebt.

Rund drei Viertel der befragten Startups haben bereits internationale Märkte erschlossen und generieren Exportumsätze. **42%** der heimischen Startups können als sogenannte „**Born Globals**“ bezeichnet werden, was bedeutet, dass sie von Tag eins an globale Märkte erschließen möchten.

90% der Startups kooperieren mit nationalen und internationalen PartnerInnen. Der Zugang zu Märkten und die gemeinsame Entwicklung von Produkten bzw. Dienstleistungen sind die entscheidenden Motive.

Die drei bedeutsamsten Finanzierungsquellen sind das eigene Ersparte (**81%**), öffentliche Förderungen und Unterstützungen (**55%**) sowie Business Angels (**33%**).

15% der befragten Startups haben externes Kapital von mehr als 1 Million Euro akquiriert und **69% planen in den nächsten 12 Monaten eine Finanzierungsrunde.**

Die aktuelle Geschäftslage wird von **53%** als gut bzw. sehr gut eingeschätzt.

Nur **jede achte Teilnehmerin** ist der Meinung, dass die österreichische Bundesregierung ein ernstzunehmendes Interesse an der Unterstützung von Startups hat. Die Senkung der Lohnnebenkosten (**75%**) und der Abbau bürokratischer Hürden (**70%**) sind die bedeutendsten Wünsche an die österreichische Politik.

87% der befragten Startups planen in den nächsten 12 Monaten Neueinstellungen. Im Schnitt sollen vier neue MitarbeiterInnen je Startup eingestellt werden. Dadurch soll die MitarbeiterInnenzahl der Startups um 40% steigen. Allerdings hat die Hälfte der Startups Schwierigkeiten, passende MitarbeiterInnen zu finden.

Key Facts in English

The Austrian Startup Monitor 2018 is the first comprehensive report about the status, perspectives, and eco-system of startups in Austria. The survey also covers questions from the EU Startup Monitor. We gathered insights from 512 founders or CEOs of Austrian startups in a survey conducted in spring 2018. By collecting data from different sources more than 1,500 startups have been identified, which were invited to participate in the survey.

The Austrian Startup Monitor comprises more than **1,500 startups** founded in Austria since 2004. More than the half of these startups were launched in Vienna.

On average, the surveyed startups **employ 8.2 people**. Thus, the Austrian startup sector significantly contributes to job creation in Austria.

Artificial intelligence, autonomous vehicles, and big data are considered the most important future technologies.

12% of the surveyed startups are spin-offs from universities, university of applied sciences, research institutes or companies.

The founders can be characterised as follows: 62% are **aged between 25 and 39**, 12% are women, 75% have a university degree and 14% come from abroad. Of the participating founders, **42%** are serial entrepreneurs and have already built up another company before their current venture.

The majority of startups are active in the IT-industry. **On average, the startups doubled their revenue from last year to this year**, and in the coming year they aim to double revenue again.

About 75% of the startups participating in the survey have already developed international markets and thus export their products and services. Within the next year. Right from the start, **42% of the startups are “born globals,”** meaning that they target global markets from day one.

Most of the startups (90%) collaborate with national and international partners. They see market access and the development of new products and services as the most important reasons to cooperate.

The three most important financing sources are the founder's own savings (**81%**), public subsidies and allowances (**55%**), and business angels (**33%**).

15% of the surveyed startups have already acquired external capital of more than **€1 million euros** and **69% intend to raise external capital within the next 12 months**.

The current business situation is considered “good” or “**excellent**” by **53%** of the startups.

Only **one in eight startups** thinks that the Austrian government is seriously interested in supporting startups. The most important appeals startups would make to policy makers are for decreasing social security contributions and taxes (**75%**) and reducing bureaucratic obstacles (**70%**).

A vast majority of the surveyed startups (87%) are planning to hire new employees within the next 12 months. On average, startups intend to hire about four new employees in this time period, resulting in a 40% growth in the number of employees. However, every other startup reported difficulties acquiring adequate personnel.



ÜBER DEN AUSTRIAN STARTUP MONITOR

METHODE

Der Austrian Startup Monitor (ASM) ist ein langfristiges Vorhaben: Informationen über den Status quo sowie die Entwicklung österreichischer Startups im Zeitverlauf werden zusammengestellt und kontinuierlich analysiert. Im ersten Schritt wurden **österreichische Startups** auf Basis unterschiedlicher Quellen identifiziert, mithilfe öffentlich verfügbarer Daten charakterisiert und eine Datenbank aufgebaut. Im Rahmen einer **Online-Befragung** sind die Startups dann zu ihren eigenen Perspektiven sowie ihrer Wahrnehmung des österreichischen **Startup-Ökosystems** befragt worden. Die Ergebnisse des ASM Survey sind neben den Daten aus der Datenbank die zentrale empirische Basis für den **ASM 2018**.

Anmerkung bei der Interpretation der Abbildungen:
Aufgrund von Rundungsdifferenzen ergeben sich bei der Addition der Antworten in manchen Fällen nicht immer 100%.

ASM DATENBANK

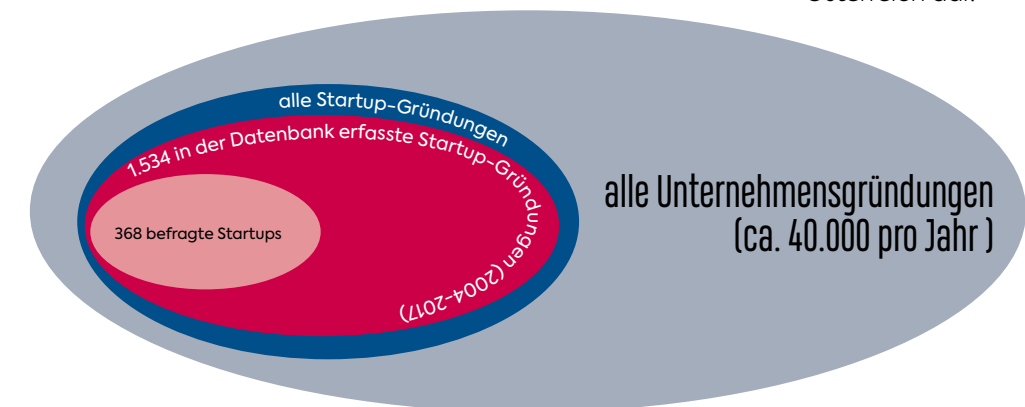
Mit der ASM Datenbank werden erstmalig österreichische Startup-Gründungen möglichst vollständig erfasst.

In Österreich existieren bis dato keine öffentlich verfügbaren Informationen wie Statistik-erhebungen, Registrierungen, oder ähnliche Quellen über die Gruppe der Startups. Dieses Defizit machte es bisher unmöglich, diese zu erfassen und zu quantifizieren. Die Anzahl aller Unternehmensgründungen lag laut Wirtschaftskammer Österreich in den letzten Jahren bei rund 37.000 bis 40.000 (inkl. ca. 10.000 Personenbetreuer) pro Jahr. Um Startups unter allen Unternehmensgründungen eingrenzen und identifizieren zu können, mussten deshalb vielfältige Suchstrategien angewandt werden: Startups siedeln sich häufig an speziellen Standorten an, etwa in der Nähe von Inkubatoren und weiteren Einrichtungen, welche bei der Firmengründung unterstützen, oder Coworking-Spaces.

In diesem Umfeld konnten zahlreiche Startups gefunden werden. Die Analyse von Wettbewerben und Veranstaltungen (z.B. Pioneers Festival, Fifteen Seconds, Startup Live, Entrepreneurship Avenue) war ebenfalls aufschlussreich. Eine andere Suchstrategie richtete den Fokus wiederum auf die systematische Analyse der Medienberichterstattung über Startups. Da diese spezifische Finanzierungsformen, wie etwa Risikokapitalfinanzierung, Crowdfunding oder öffentliche Förderprogramme, nutzen, konnten auch die dazu öffentlich verfügbaren Informationen ausgewertet werden. Datenbanken wie Startablisth oder Crunchbase waren ebenfalls eine wichtige Quelle, um Startups ausfindig zu machen.

Auf Basis öffentlich zugänglicher Informationen war es dann möglich, viele Daten über Charakteristika der Unternehmen und ihrer Innovationsaktivitäten zu erfassen. Vor dem Hintergrund der genannten Definitionskriterien konnte für diese erste Ausgabe des ASM eine Gruppe von 1.534 Startup-Gründungen identifiziert werden. Ihnen ist gemeinsam, dass alle zwischen 2004 und 2017 ins Leben gerufen wurden. Die überwiegende Mehrheit – mehr als 90% – wurde ab 2008 gegründet und ist gemäß Definition somit maximal zehn Jahre alt. Aufgrund der gewählten Herangehensweise konnten nicht alle Startups lückenlos identifiziert werden und es ist davon auszugehen, dass die Population der gegründeten Startups in Österreich höher ist. Der Datenbestand der ASM Datenbank stellt dennoch die derzeit umfassendste Grundgesamtheit aller Startups in Österreich dar.

GRUNDGESAMTHEIT DER STARTUPS



Anmerkung: Die Größe der Kreise entspricht nicht der tatsächlichen Proportionalität.

ASM SURVEY

Alle im Zuge des Aufbaus der ASM Datenbank erfassten Startups wurden zu einer Online-Befragung eingeladen.

Bei der Befragung ging es vor allem darum, neben spezifischen Firmenmerkmalen zu erheben, wie die GründerInnen das österreichische Startup-Ökosystem einschätzen. Die Entwicklung des dafür notwendigen Fragebogens erfolgte in enger Abstimmung mit der Projektleitung des EU Startup Monitor (startupmonitor.eu). Diese Studie wird von der Europäischen Kommission unterstützt, vergleicht europäische Startup-Ökosysteme und trägt ebenfalls zum KMU Jahresbericht der Europäischen Kommission bei. Der dazugehörige Jahreskongress „SME Assembly“ wird 2018 in Österreich stattfinden. Die Ergebnisse der Umfrage werden im Zuge dessen mittels eines eigenständigen Berichts im Herbst 2018 veröffentlicht werden. Die Online-Befragung wurde von

Anfang März bis Ende April 2018 durchgeführt. Die Kontaktaufnahme erfolgte vorrangig durch AustrianStartups. Zusätzlich haben etliche MultiplikatorInnen die Bedeutung des Survey innerhalb der Community kommuniziert. Insgesamt hatte die Befragung 532 TeilnehmerInnen, wobei bei einigen mehr als eine Person teilnahm. Beim Großteil der TeilnehmerInnen – 88% – handelte es sich um die GründerInnen des Startups. Um weiterführende Analysen zu ermöglichen, wurden alle gebeten, auf freiwilliger Basis den Namen des Startups zu nennen. Auf diese Weise wurden schließlich 368 Unternehmen als Startups per definitionem ermittelt. Die Differenz zwischen der Anzahl aller Antworten und der als Startup klassifizierten ist auf Mehrfachantworten oder die anonymisierte Teilnahme zurückzuführen. Für den Austrian Startup Mo-

nitor Report 2018 wurden je nach Fragestellung beide Gruppen als Datenbasis herangezogen. Mit Blick auf die Grundgesamtheit (1.534 Startups) ergibt das eine Rücklaufquote von rund 24%, kalkuliert auf Ebene der Startups. Zieht man hinsichtlich der geografischen Verteilung der heimischen Startups Vergleiche zwischen Datenbank (1.534 Startups) und Survey (368 Startups), tritt ein ähnliches Muster zutage. Das Datenmaterial des Survey darf somit als repräsentativ für das gesamte österreichische Startup-Ökosystem, auch mit Blick auf die Bundesländer, betrachtet werden. Zwei Unterschiede zwischen Datenbank und Survey fielen dennoch auf: Jene Startups, die auf die Umfrage geantwortet haben, sind im Schnitt jünger und befinden sich in früheren Entwicklungsphasen.

ASM REPORT

Der erste ASM Report für das Jahr 2018 basiert auf Daten der ASM Datenbank und des ASM Survey. Was den ASM Survey betrifft, muss zwischen der Gruppe aller TeilnehmerInnen und der Gruppe der identifizierten Startups unterschieden werden. Dem wird Rechnung

getragen, indem zwischen der Datenquelle ASM Survey TeilnehmerInnen (N je nach Vollständigkeit der jeweiligen Frage max. 532) und ASM Survey Startups (N max. 368) unterschieden wird. Auf Ergebnisse anderer Studien wie des European Startup Monitor (ESM), des Deutschen

Startup Monitor (DSM) oder des Community Innovation Survey (CIS) für Österreich wird fallweise verwiesen. Sie ermöglichen eine grobe Einordnung der aktuellen nationalen Befunde.

STARTUPS IN ÖSTERREICH

ANZAHL UND STANDORTE

Die Bedeutung von Startups in der öffentlichen Wahrnehmung ist deutlich gestiegen. Das hat nicht nur mit einigen bekannten Erfolgsbeispielen und einer über die Jahre intensiver gewordenen Medienberichterstattung zu tun, sondern lässt sich auch empirisch belegen.

Prinzipiell ist feststellbar, dass die Anzahl der in der Datenbank erfassten Startup-Neugründungen zwischen 2004 und 2016 kontinuierlich gestiegen ist: Im Jahr 2004 wurden nur 25 Startup-Gründungen erfasst, zwölf Jahre später bereits 227 und im Vorjahr 180. Da sich Neugründungen in der ASM Datenbank nur mit zeitlicher Verzögerung erfassen lassen, kann davon ausgegangen werden, dass die Anzahl der Neugründungen 2017 höher ist als im Jahr davor und sich somit die

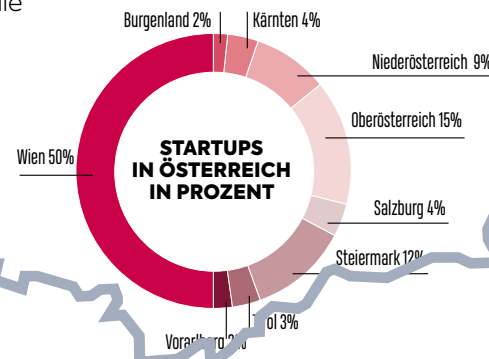
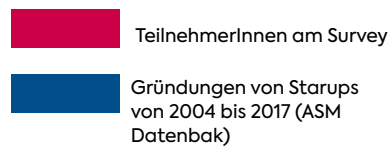
Wachstumsrate fortgesetzt hat. Die Anzahl der in der Datenbank erfassten Startup-Gründungen ist zwischen 2004 und 2016 im Schnitt jährlich um rund 20% gewachsen.

Wachstumsrate fortgesetzt hat. Die Anzahl der in der Datenbank erfassten Startup-Gründungen ist zwischen 2004 und 2016 im Schnitt jährlich um rund 20% gewachsen.

ANZAHL DER STARTUPS IN ÖSTERREICH

Abb. 1. Quelle: ASM Survey (Startups) und ASM Datenbank

Totals 1.534



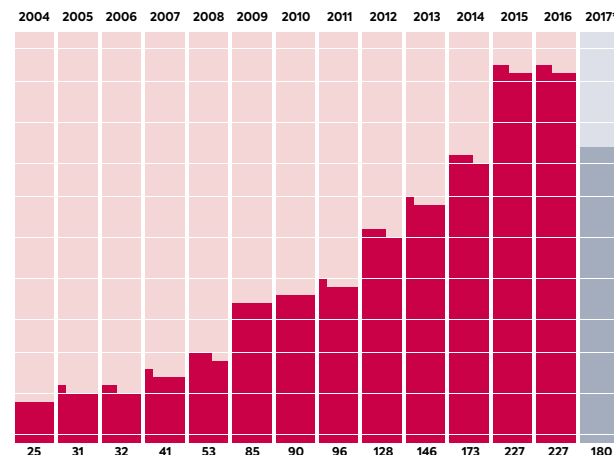
ANZAHL DER STARTUP-GRÜNDUNGEN IN ÖSTERREICH, 2004 BIS 2017

Abb. 2. Quelle: ASM Datenbank, N=1.534

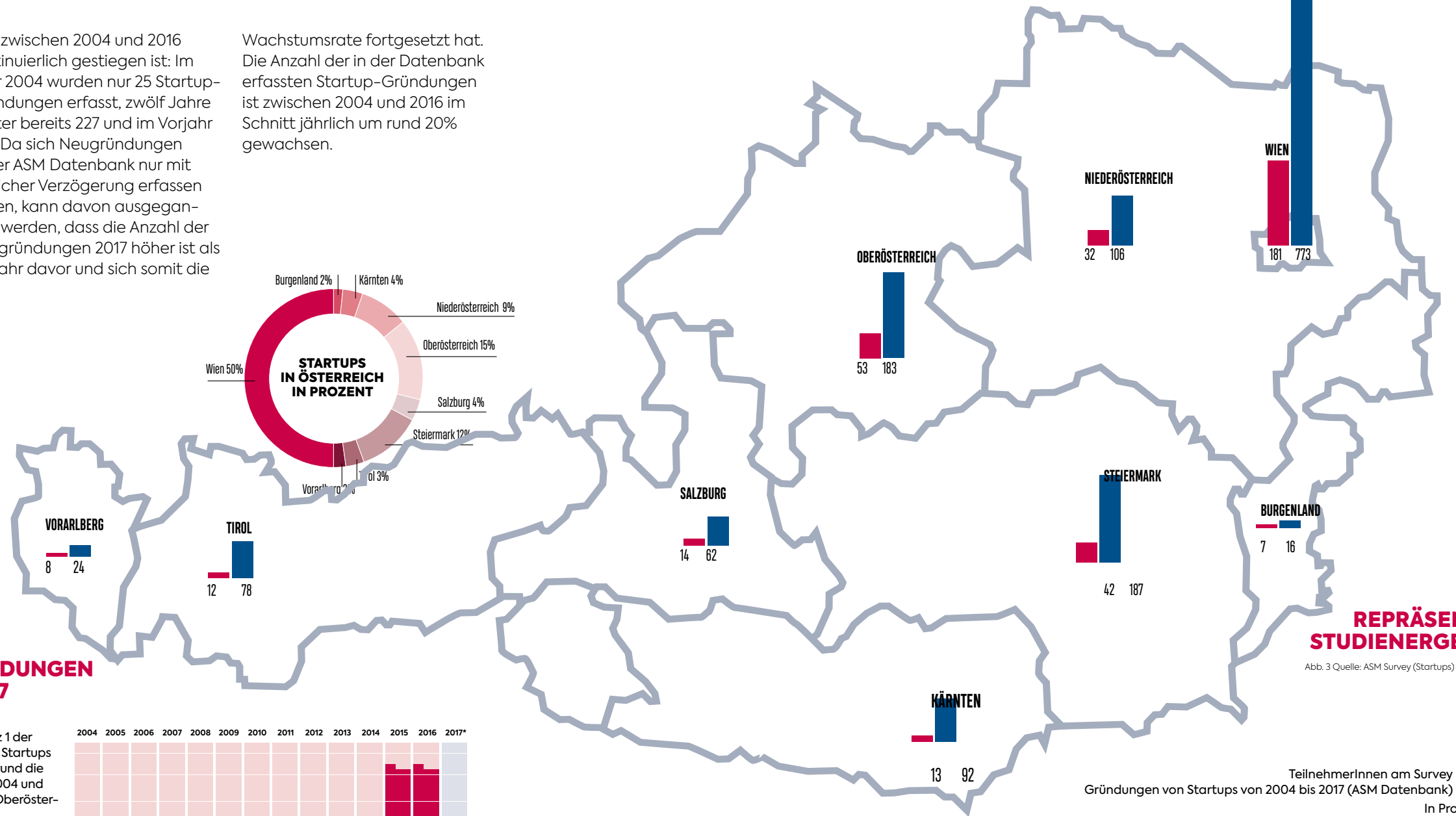
Wien rangiert im Bundesländervergleich klar auf Platz 1 der Startup Locations, was aus Anzahl und Verteilung der Startups hervorgeht. In konkreten Zahlen: 773 Startups, sprich rund die Hälfte aller österreichischen Startups, die zwischen 2004 und 2017 Fuß fassten, taten dies in Wien. Auf Platz 2 folgt Oberösterreich, an dritter Stelle liegt die Steiermark.

In beiden Bundesländern sind je rund 13% aller Startups angesiedelt. Auch dort konzentrieren sich die Neugründungen auf die jeweiligen Landeshauptstädte Graz bzw. Linz. In den anderen Bundesländern liegt die Quote deutlich darunter. Insgesamt 9% der Startup-Gründungen gab es in Niederösterreich, gefolgt von Kärnten mit 4% und Tirol mit 3%. In puncto Startup-Neugründungen rangieren Vorarlberg und das Burgenland mit einem Anteil von weniger als 2% auf dem letzten Platz.

* Aufgrund der gewählten Suchstrategien (siehe Kap. ASM DATENBANK) und der erst in den jüngeren Jahren stark ausgebauten Startup-Infrastruktur, die die Identifikation erleichtert, war es insbesondere für die Jahre vor 2010 schwierig, Startups zu identifizieren. Die Anzahl der gegründeten Startups ist hier vermutlich höher.



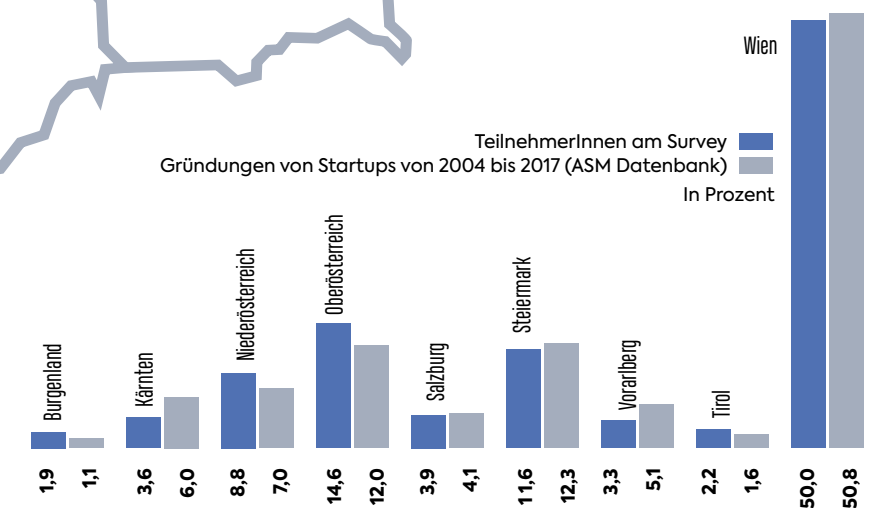
Die Grundgesamtheit der Datenbank beträgt 1.534 Startup-Gründungen zwischen 2004-2017.



REPRÄSENTATIVE STUDIENERGEBNISSE

Abb. 3 Quelle: ASM Survey (Startups) und ASM Datenbank

Abb. 3 zeigt die Verteilung der Startups, die am Survey teilgenommen haben. Die Anteile entsprechen in etwa der Grundgesamtheit aller in der Datenbank erfassten Startups. In der Befragung sind nur Startups aus den Bundesländern Kärnten und Tirol etwas weniger häufig vertreten als in der Grundgesamtheit. Insgesamt kann jedoch von einer repräsentativen Datenbasis ausgegangen werden.



ENTWICKLUNGSPHASE

Mithilfe der Online-Befragung ließ sich zudem untersuchen, in welcher Entwicklungsphase sich die Startups aktuell befinden. Hier wird traditionell zwischen Seed-, Startup-, Growth- und Later-Stage-Phase unterschieden.

Der Großteil (44%) befindet sich in der Startup-Phase, dahinter folgt die Growth-Phase mit 34% und rund 14% der befragten Startups sind in der Seed-Phase. Die Verteilung der Entwicklungsphasen und das Alter der

befragten Unternehmen stehen in engem Zusammenhang. Rund ein Fünftel der Unternehmen ist nicht älter als ein Jahr und befindet sich damit gewöhnlich in der Seed-Phase. Ein weiteres Drittel ist zwischen zwei und drei Jahren

alt und damit meist in der Startup-Phase. Unternehmen, die älter als vier Jahre sind, stecken häufig in der Growth-Phase. Sie machen rund ein Drittel der befragten Unternehmen aus.

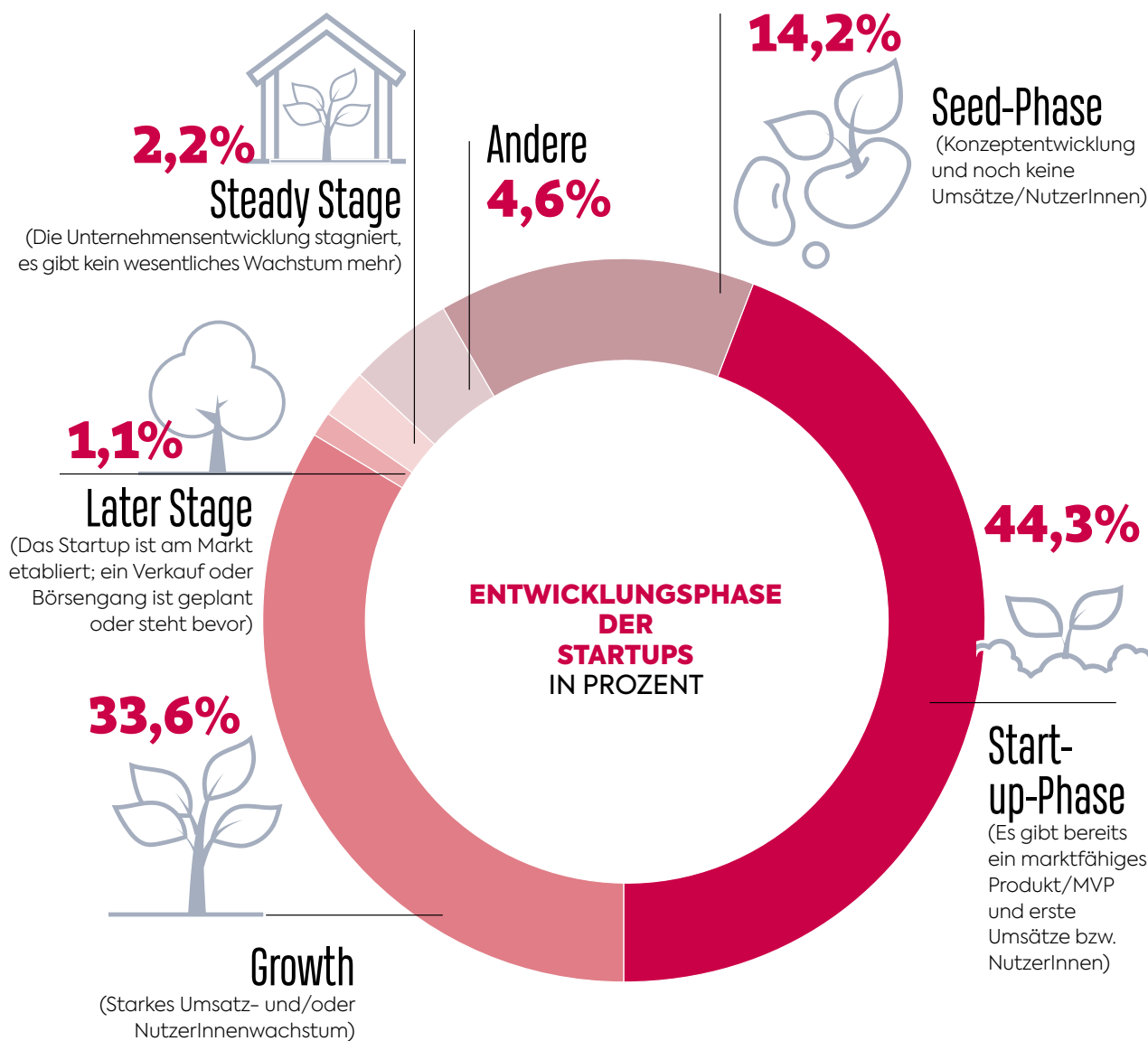


Abb. 4. Quelle: ASM Survey (Startups), N=366

GRÜNDUNGSFORMEN

Startups haben unterschiedliche Entstehungs- und Entwicklungsgeschichten. Der ASM 2018 erhob, wie verschiedene Gründungsformen österreichweit verteilt

sind. Die Auswertung zeigte, dass die Mehrheit der befragten Startups (87% bzw. 316 Unternehmen) unabhängige Gründungen sind. Eine Minderheit mit rund

6% entstand als Spin-offs einer Universität, Fachhochschule oder als Ausgründung eines etablierten Unternehmens.

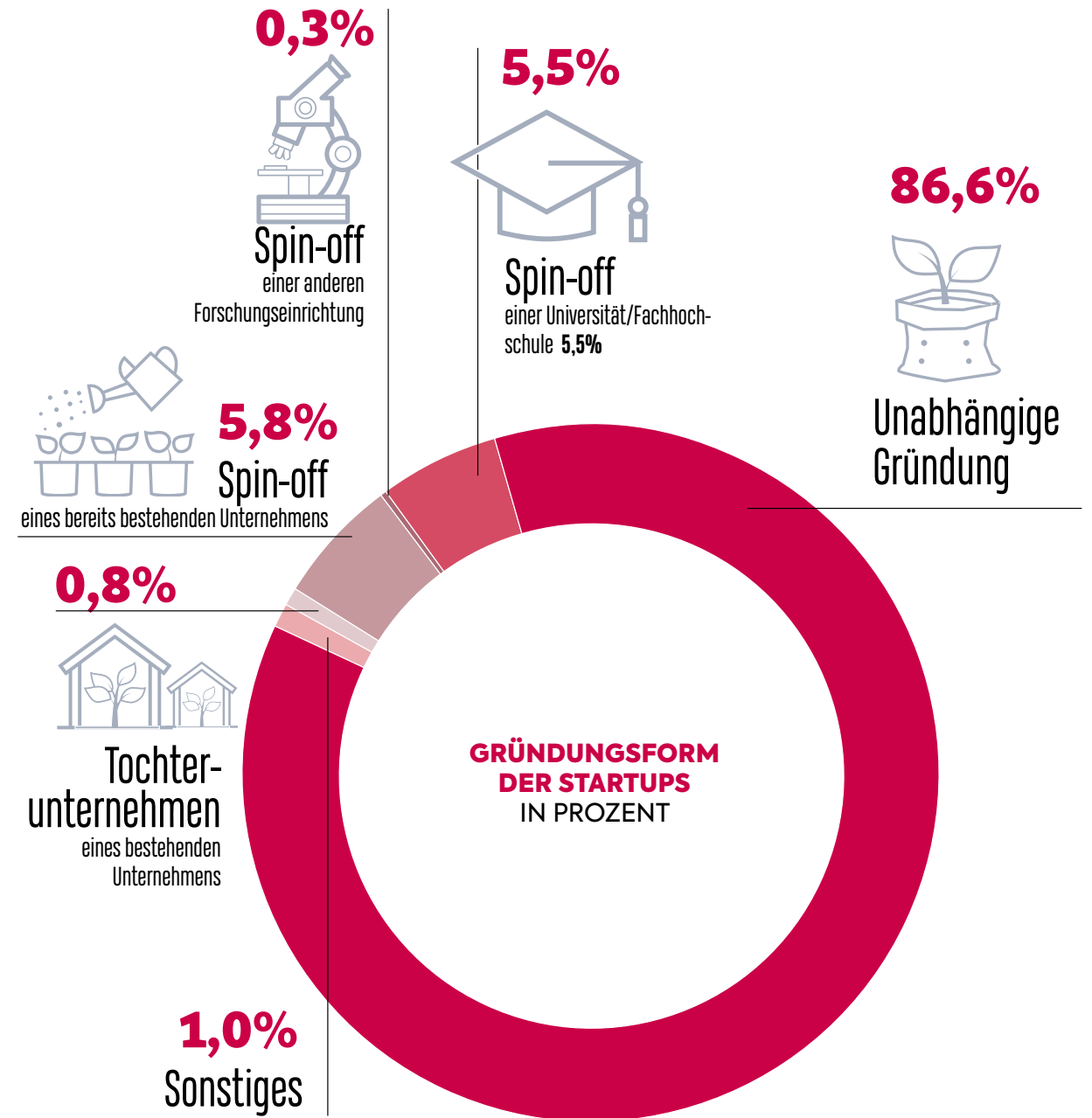


Abb. 5. Quelle: ASM Survey (Startups), N=365

BRANCHE

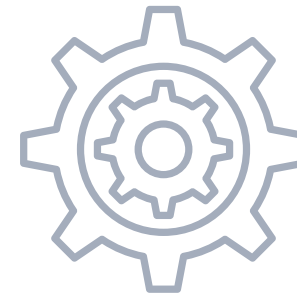
Um die Frage, in welchen Branchen die österreichischen Startups gründen, fundiert zu beantworten, wurde eine große Bandbreite – insgesamt 22 Branchen – abgefragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Bereiche IT und Softwareentwicklung dominieren. Wie der ASM Survey 2018 belegt, entfallen rund 35% der Gründungen auf diese beiden Branchen. Mit beträchtlichem Abstand folgen die Felder „Life Sciences“ (inkl. Biotechnologie, Gesundheitswesen, Medizintechnik und Pharma) und „Industrielle Technologie/Produktion/Elektronik/Elektrotechnik“ mit je rund 10%. Gründungen letzterer Art werden international häufig unter „Hardware-Gründungen“ zusammengefasst. Die Kreativwirtschaft (Kommunikation/Marketing und Medien) und der Bereich Konsumgüter (Bekleidung/Textil, Konsumgüter, Nahrungsmittel) liegen mit rund

7% auf Platz 4 und 5, auf Platz 6 folgt schließlich der Handel (6%). Andere Branchen spielen mit einem Anteil von je unter 5% der Gründungen eine untergeordnete Rolle. Mit der Dominanz der beiden Branchen IT und Softwareentwicklung bei Startups liegt Österreich international im Trend. Dies ergab der Vergleich mit anderen Studien zur Branchenverteilung. Auch in Deutschland oder der Schweiz wird in diesen Bereichen am häufigsten gegründet. Stellt man dies der Gründungsstatistik der Statistik Austria, die alle Unternehmensgründungen erfasst, gegenüber, wird auch dort augenscheinlich, dass Startups überproportional häufig

im Bereich IT und Softwareentwicklung gegründet werden. Interessantes Detail: In den Bereichen Life Sciences, Industrie bzw. Hardware und Finanzwesen entstehen häufiger als im Durchschnitt aller Gründungen Startups. Seltener als im Durchschnitt der allgemeinen Unternehmensgründungsstatistik wird in Handel, Bau und Gastronomie ein Startup aufgebaut.

9,6%



HARDWARE Industrielle Technologie/Produktion und Elektronik/Elektrotechnik

7,4%



KREATIVWIRTSCHAFT Kommunikation/Marketing und Medien

6,6%



KONSUMGÜTER Bekleidung/Textil, Konsumgüter und Nahrungsmittel

6,3%



HANDEL

4,1%



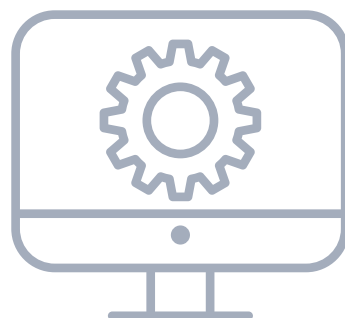
**ENERGIE & TRANSPORT
VERKEHR/LOGISTIK**

4,1%



**FINANZWESEN
FINANZTECHNOLOGIE**

34,9 %



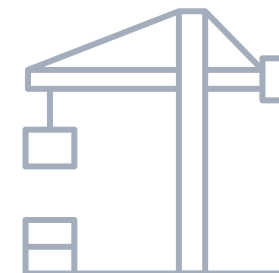
SOFTWARE
IT/Softwareentwicklung

10,2%



LIFE SCIENCE Biotechnologie, Gesundheitswesen, Medizintechnik und Pharma

3,0%



**BAUWERBE
IMMOBILIEN**

1,9%



TOURISMUS

1,6%



BILDUNG

Abb. 6. Quelle: ASM Survey (Startups), N=364



GRÜNDERINNEN IN ÖSTERREICH

GRÜNDERINNEN-TEAMS

Der **ASM Survey repräsentiert** über 1.700 Startup-GründerInnen aus 368 Startups. In Österreich ist die Gründung eines Startups eher Teamsache: Mehr als **vier Fünftel (81%)** wurden im Team aufgebaut. Im Durchschnitt liegt die Teamgröße bei 2,5 GründerInnen. **Rund zwei Drittel der Startups wurden von zwei (39%) oder drei Personen (21%) gegründet.**

Der Vergleich mit den österreichischen Daten aus dem **ESM 2016 (77% Teamgründungen mit durchschnittlich 2,3 GründerInnen)** lässt zwei Trends erkennen: Sowohl der Anteil als auch die Größe der GründerInnen-Teams ist leicht gestiegen.

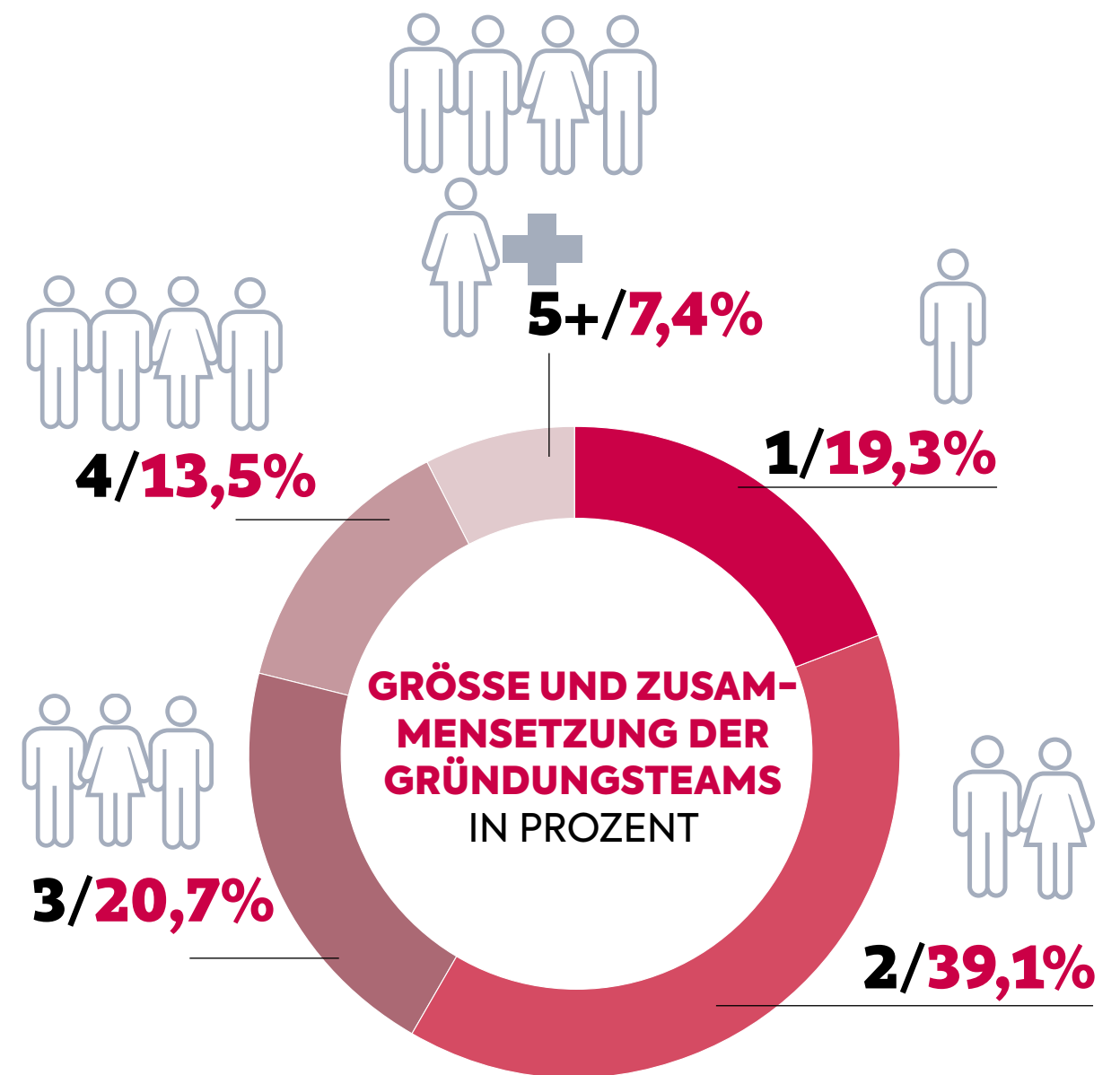


Abb. 7. Quelle: ASM Survey (Startups), N=366

GESCHLECHT DER GRÜNDERINNEN

Der ASM 2018 erfragt zum ersten Mal nicht nur die Teamgröße, sondern auch die Zusammensetzung nach Geschlecht des gesamten Gründungsteams.

Bei den bisherigen Erhebungen des ESM in Österreich wurde nur das Geschlecht derjenigen erhoben, die an der Befragung teilnahmen. Das macht es möglich, auch in dieser Hinsicht ein differenzierteres Bild der österreichischen Startup-Landschaft zu zeichnen. Fast ein Viertel der befragten Startups (23%) wurde von gemischtgeschlechtlichen Teams aufgebaut. Demgegenüber sind 6% der Startups (ausschließlich) von Frauen (inkl.

4% Einzelgründerinnen) und 71% (ausschließlich) von Männern (inkl. 15% Einzelgründern) ins Leben gerufen worden. Bei 29% der Startups ist zumindest eine Frau Mitglied des Gründungsteams. Auffällig ist, dass der relative Anteil von Einzelgründungen bei Frauen mit 60% fast dreimal so hoch ist wie bei Männern (21%). Dafür haben ausschließlich männliche Startup-Teams im Durchschnitt mehr Gründungsmitglieder als Frauen-Startup-Teams (durch-

schnittliche Teamgröße: 2,9 vs. 2,3). Gemischtgeschlechtliche Teams bestehen im Schnitt aus drei Teammitgliedern. Der Frauenanteil bei Gründungsteams beträgt 12%. Das ist gegenüber dem ESM 2016 eine Steigerung um 4,4%. Der Frauenanteil in österreichischen Gründungsteams liegt jedoch nach wie vor unter dem europäischen Durchschnitt von 15%.

ANZAHL DER GRÜNDERINNEN

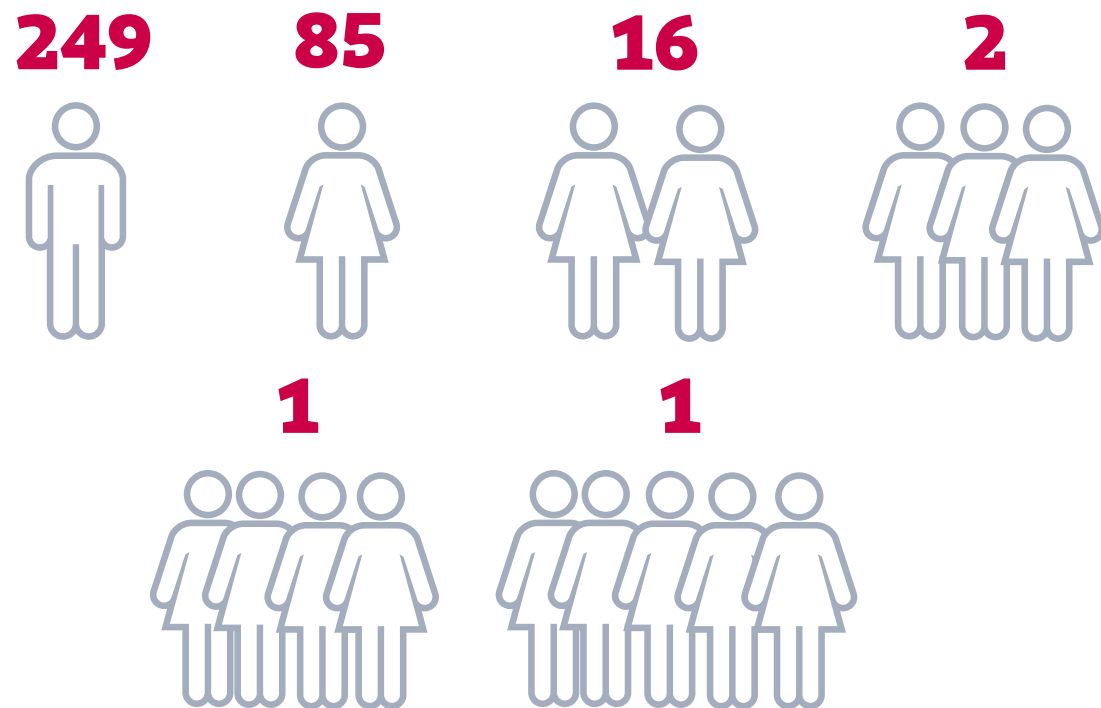


Abb. 8. Quelle: ASM Survey (Startups), N=354

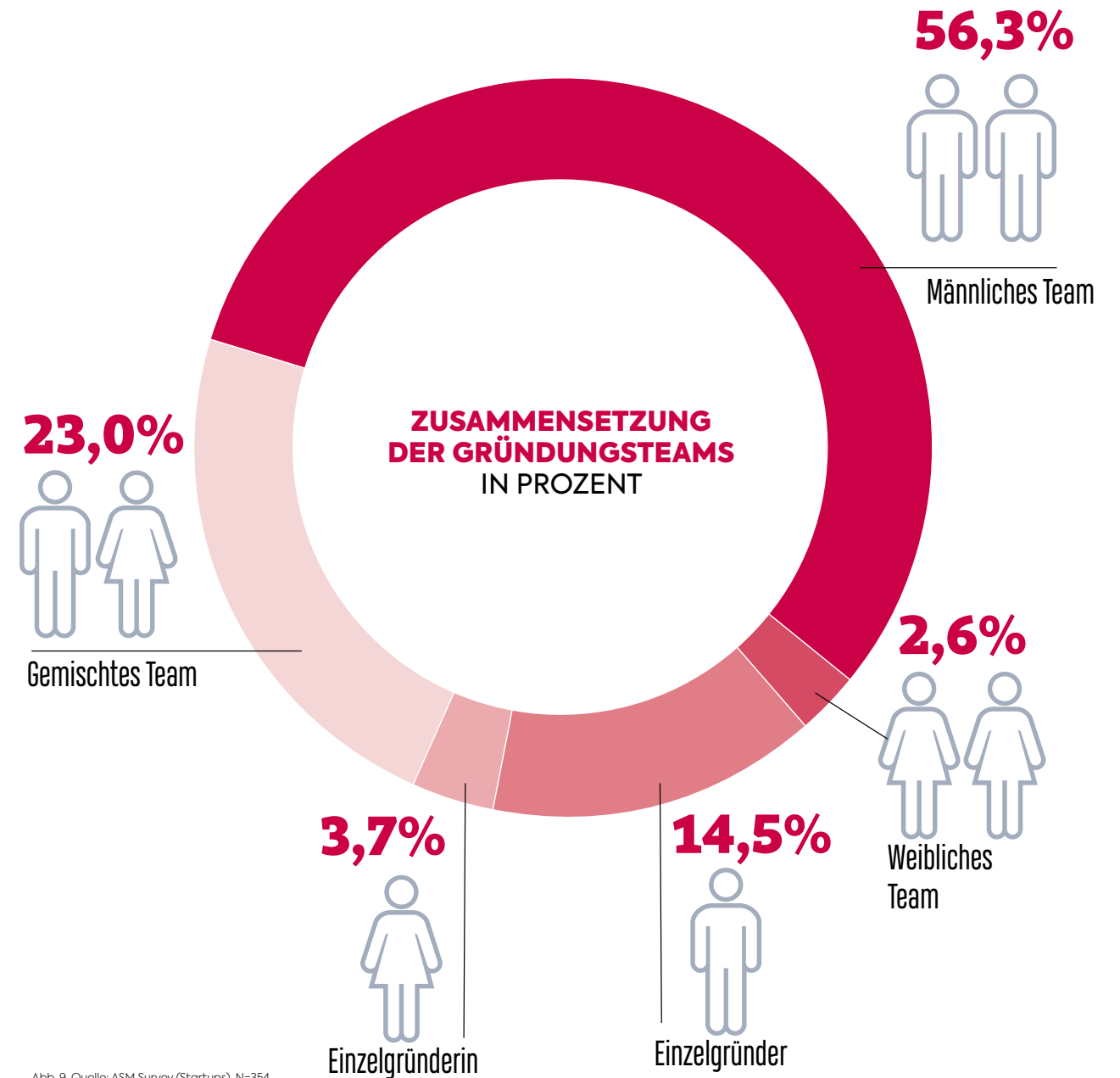


Abb. 9. Quelle: ASM Survey (Startups), N=354

ALTER DER GRÜNDERINNEN

Startup-GründerInnen sind größtenteils unter 40 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der TeilnehmerInnen des ASM Survey beträgt 36,6 Jahre.

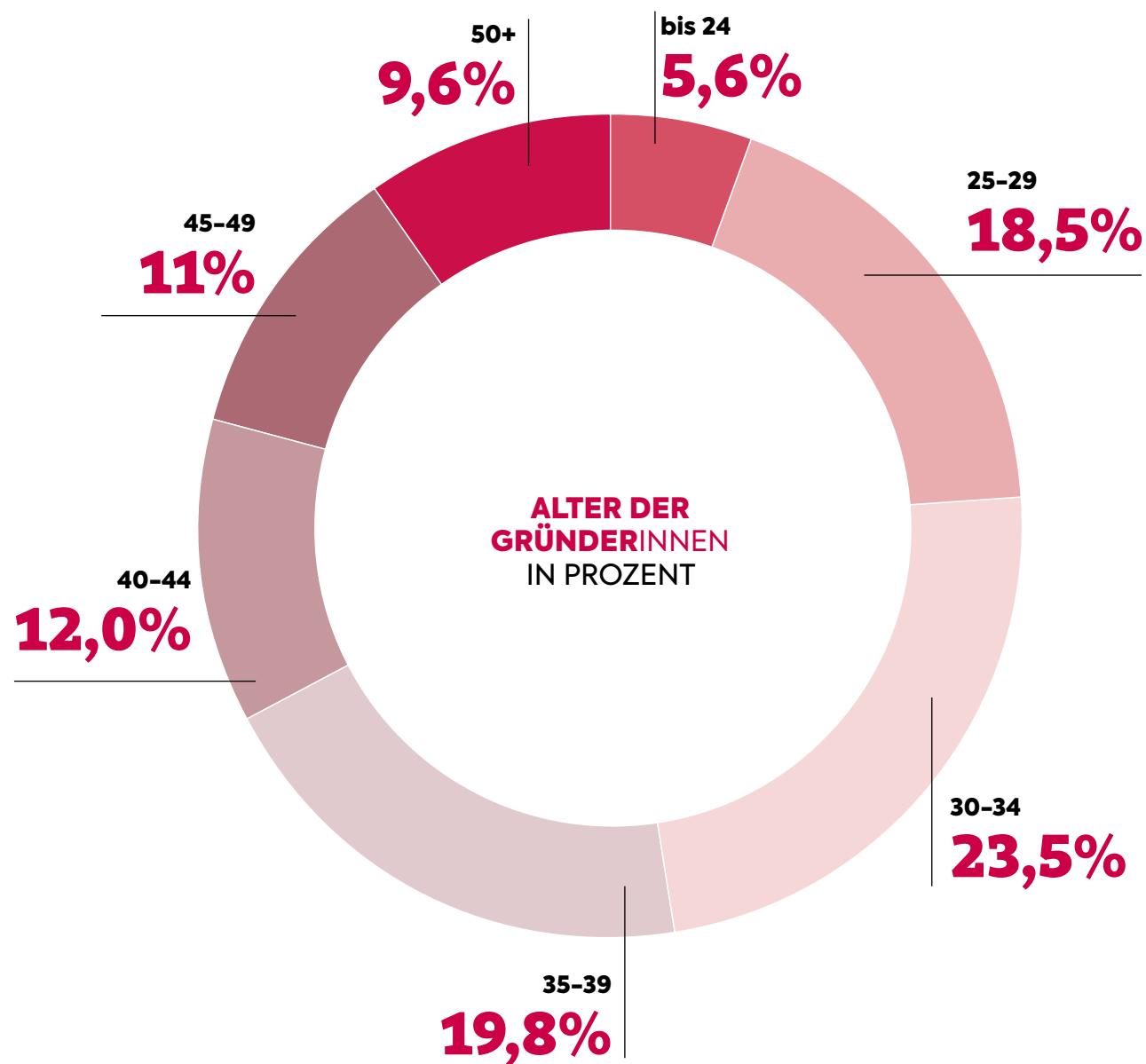


Abb. 10. Quelle: ASM Survey (Startups), N=327

In der Altersgruppe zwischen 30 und 34 Jahren findet man mit 24% die meisten GründerInnen. Die EnddreißigerInnen zwischen **35 und 39 Jahren machen mit 20%** die zweitstärkste Gruppe aus. Auf Platz drei folgen mit 19% GründerInnen, die zwischen 25 und 29 Jahre alt sind. Interessant ist ferner, dass rund die Hälfte der TeilnehmerInnen das aktuelle Startup vor dem 30. Geburtstag aufbaute.

ERFAHRUNG UND AUSBILDUNG DER GRÜNDERINNEN

Österreichische Startup-GründerInnen sind hochgebildet, denn drei von vier haben einen Hochschulabschluss: Sieht man sich diese Gruppe im Detail an, schloss jede/r zweite GründerIn bzw. 49% ein Master- bzw. Magister-Studium ab. Der Anteil derer, die einen Bachelor-Abschluss vorweisen können, beträgt 16% und 10% sind promoviert. 6% haben ihr Studium abgebrochen, wie der ASM Survey deutlich machte. Weitere 12% geben die Matura als höchsten Bildungsabschluss an. 3% haben erfolgreich eine Lehre abgeschlossen und 1% hat die Meisterprüfung abgelegt.

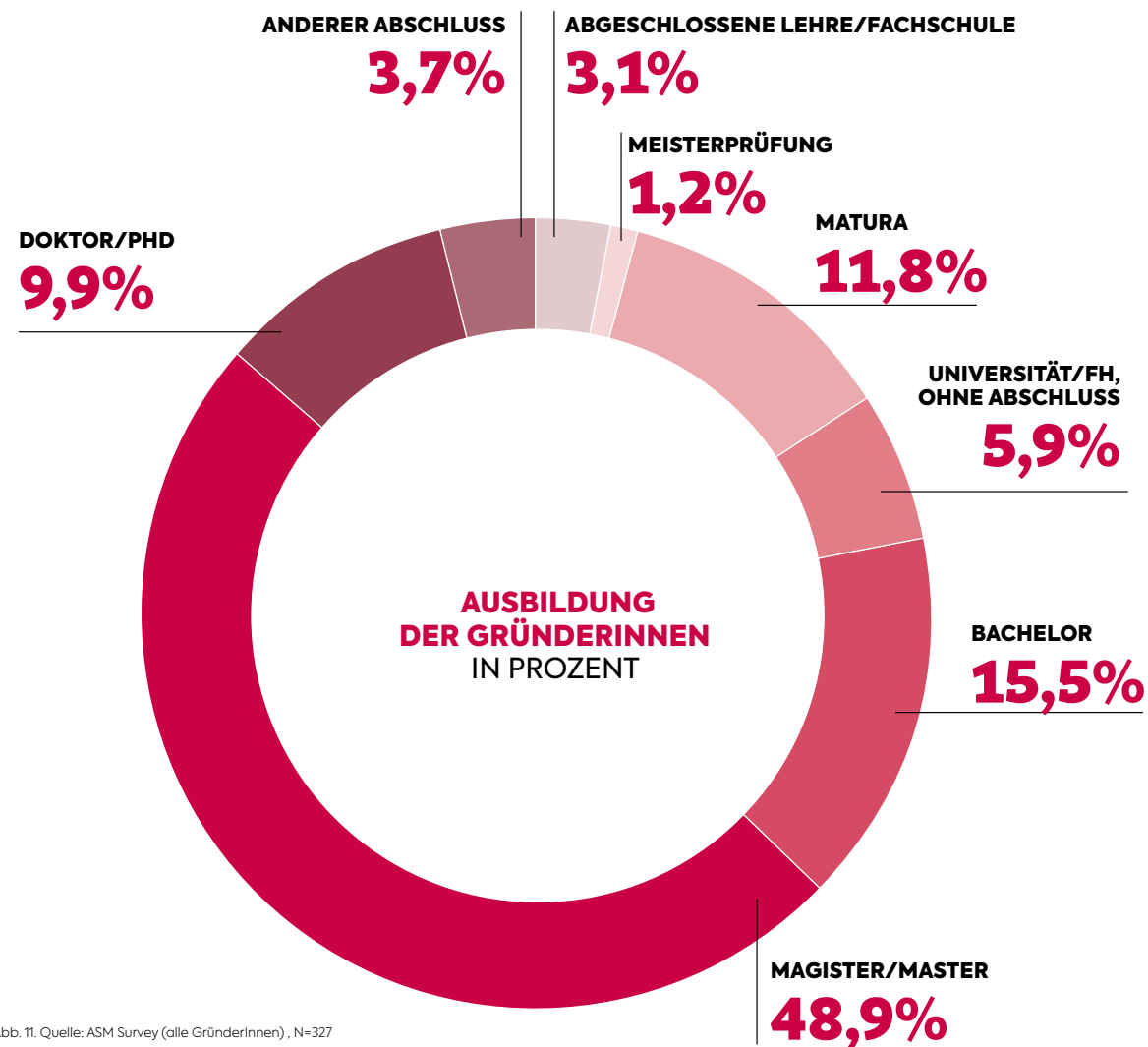


Abb. 11. Quelle: ASM Survey (alle GründerInnen), N=327

Der ASM 2018 bringt darüber hinaus ein interessantes Detail ans Licht: 42% der TeilnehmerInnen haben vor dem aktuellen Startup schon einmal gegründet, sind also MehrfachgründerInnen.

Was die Anzahl der Gründungen betrifft, haben die meisten (26%) vor dem aktuellen Unternehmen ein weiteres gegründet gehabt. Bei 10% waren es zwei, bei 2% drei, und mehr als drei Unternehmen haben 3% der TeilnehmerInnen aufgebaut. Mit 42% liegt der Anteil der MehrfachgründerInnen auf einem ähnlichen Niveau wie bei der Erhebung im Rahmen des ESM 2016. Damals betrug der Anteil 41%.

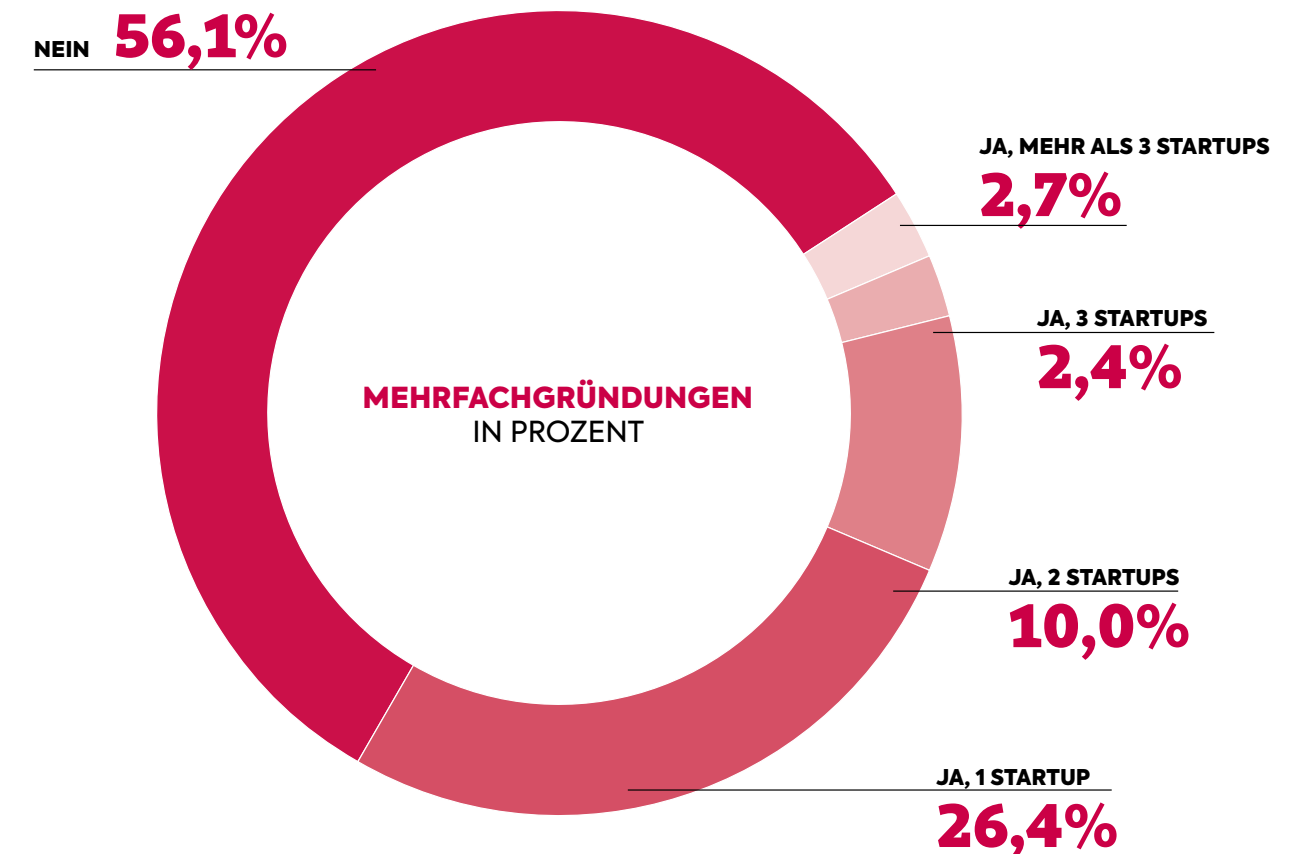


Abb. 12. Quelle: ASM Survey (Startups), N=322

NATIONALITÄT DER GRÜNDERINNEN

Der Großteil (86%) der Survey-TeilnehmerInnen besitzt die österreichische Staatsbürgerschaft. Etwa jede/r siebte GründerIn (14%) kommt aus dem Ausland. 10% sind EU-BürgerInnen (inkl. 7% deutsche StaatsbürgerInnen) und 4% stammen aus dem Nicht-EU-Ausland.

NATIONALITÄT DER GRÜNDERINNEN

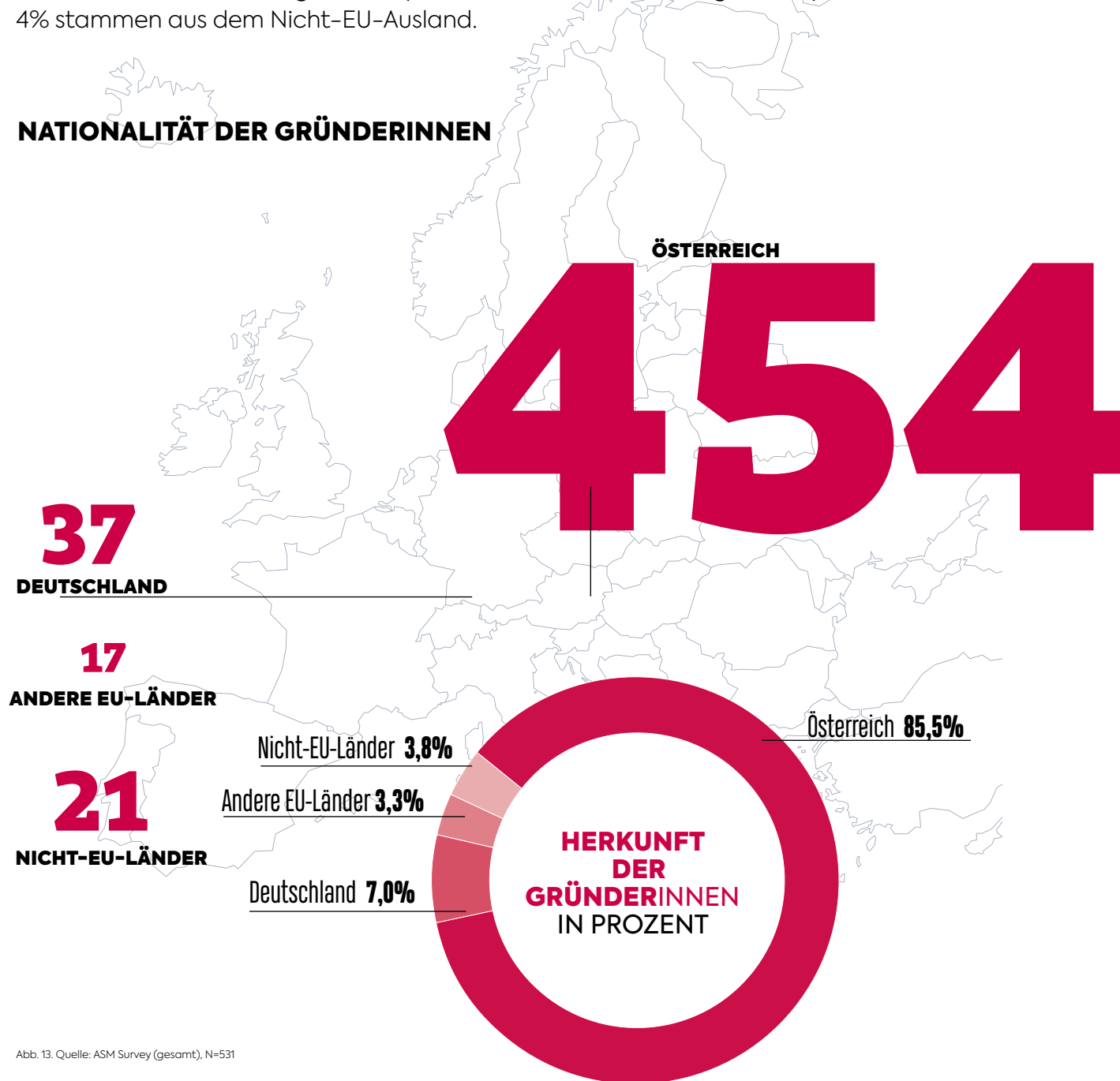


Abb. 13. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=531

Darüber hinaus wurde untersucht, ob Mitglieder des Gründungsteams nach Österreich gezogen sind, um hier das Startup zu gründen. Die Ergebnisse zeigen, dass dies bei jedem neunten Startup (11%) der Fall war.

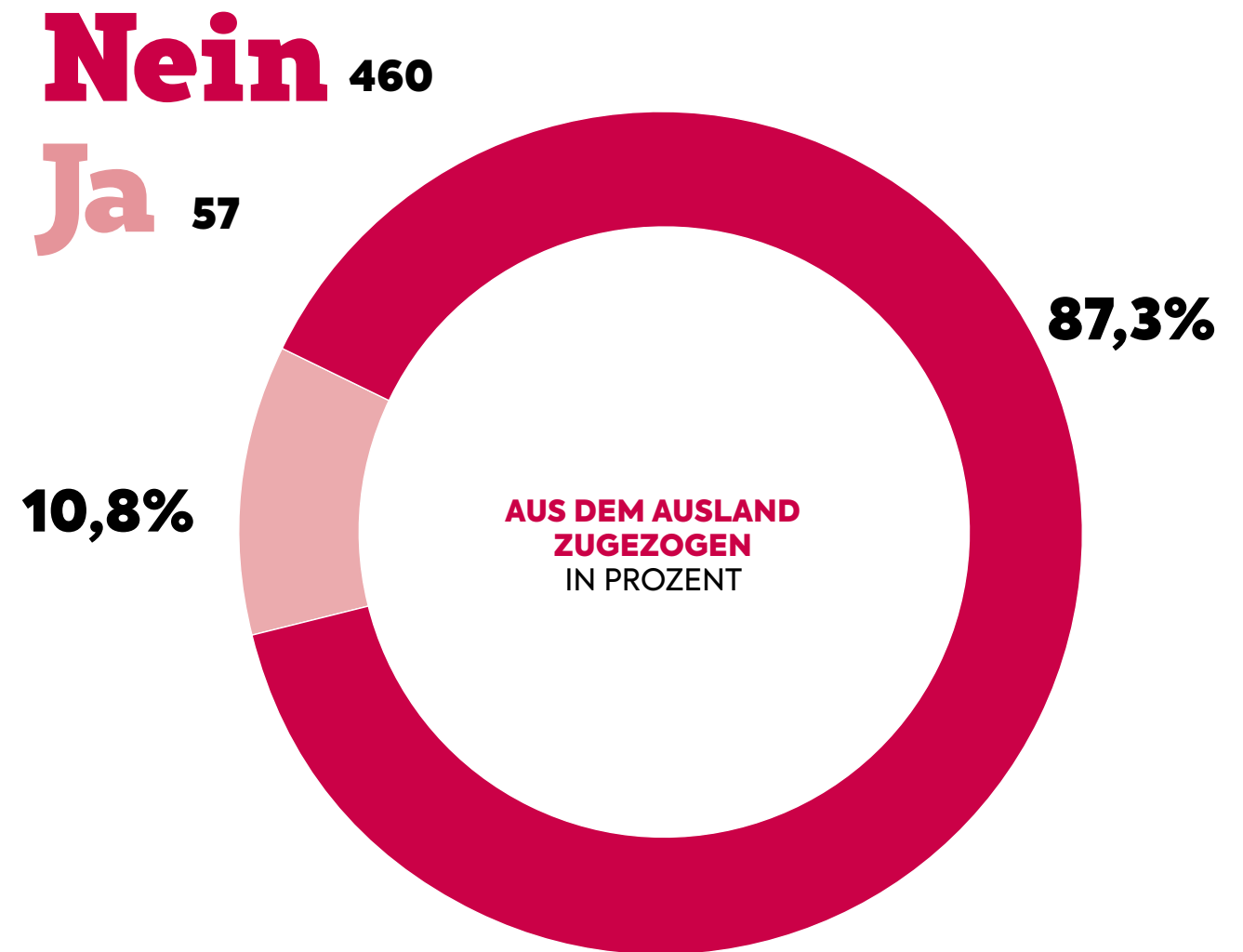


Abb. 14. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=527

GRÜNDUNGSMOTIVE

Das zentrale Motiv, um ein Startup zu gründen, ist für beinahe alle (91%) TeilnehmerInnen: Die Möglichkeit, eine eigene Idee verwirklichen bzw. ein Problem lösen zu können. Österreichische Startup-GründerInnen können demnach großteils als „opportunity driven entrepreneurs“ charakterisiert werden.

Auch eine positive Einschätzung der Marktchancen spielt eine Rolle und wurde von 56% als bedeutender Auslöser angegeben. Eine sehr starke Triebfeder (51%) ist typischerweise auch der Wunsch nach beruflicher Autonomie und danach, ihre/sein

eigene/r Chef/in zu sein. Mit einigem Abstand folgen finanzielle Interessen. Nur für etwas mehr als ein Drittel (38%) ist finanzieller Erfolg ein grundlegender Motivationsfaktor. Interessant ist ferner, dass nur 4% aus Notwendigkeit gründeten, weil sie keinen

passenden Job fanden und diesen lieber selbst schufen. Der Wunsch, mit dem Startup eine Familientradition fortzusetzen, war nur für 1% der befragten GründerInnen relevant.

GRÜNDUNGSMOTIVE

419



Ich möchte meine **IDEE VERWIRKLICHEN/ EIN PROBLEM LÖSEN**

260



Ich habe gute **MARKTCHANCEN** gesehen

237



Ich möchte mein **EIGENER CHEF/meine eigene CHEFIN** sein

175



Ich möchte **FINANZIELL ERFOLGREICH** sein

17



Ich habe **KEINEN PASSENDEN JOB** gefunden

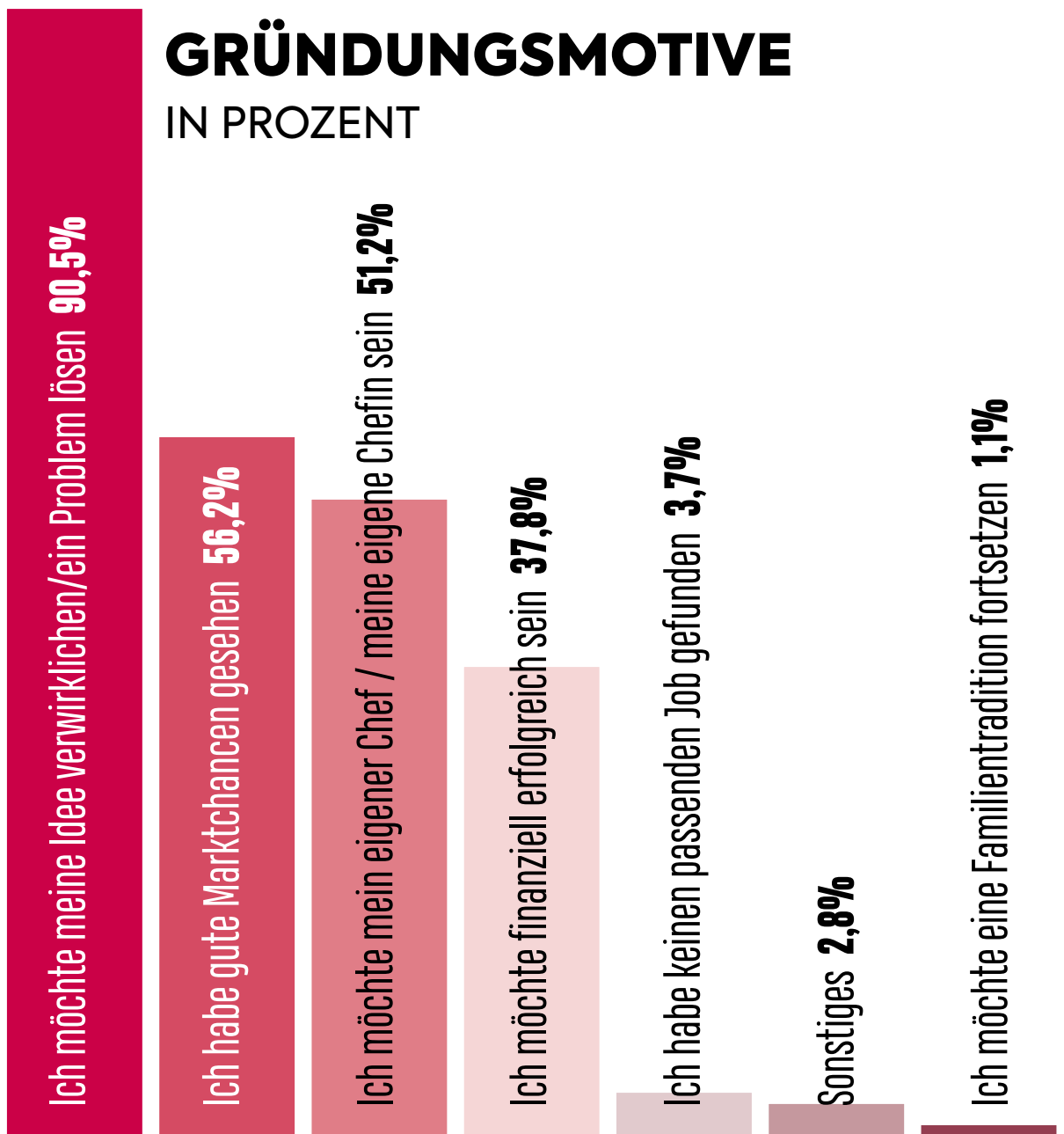
5



Ich möchte eine **FAMILIENTRADITION** fortsetzen

Abb. 15. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=463 (Mehrfachnennungen möglich)

GRÜNDUNGSMOTIVE IN PROZENT



LÄNGERFRISTIGE PERSPEKTIVEN

Was die langfristige Perspektive betrifft, spielt der Wunsch nach Stabilität eine maßgebliche Rolle. Die überwiegende Mehrheit (73%) will ein solides und profitables Unternehmen aufbauen und EigentümerIn bleiben. Dieser Wert deckt sich mit den Gründungsmotiven, da in neun von zehn Fällen ein Startup geschaffen wurde, um die eigene Idee Realität werden zu lassen bzw. um ein konkretes Problem zu lösen. Jede/r fünfte GründerIn strebt einen Unternehmensverkauf an und 6% wollen ihr Startup an die Börse bringen.

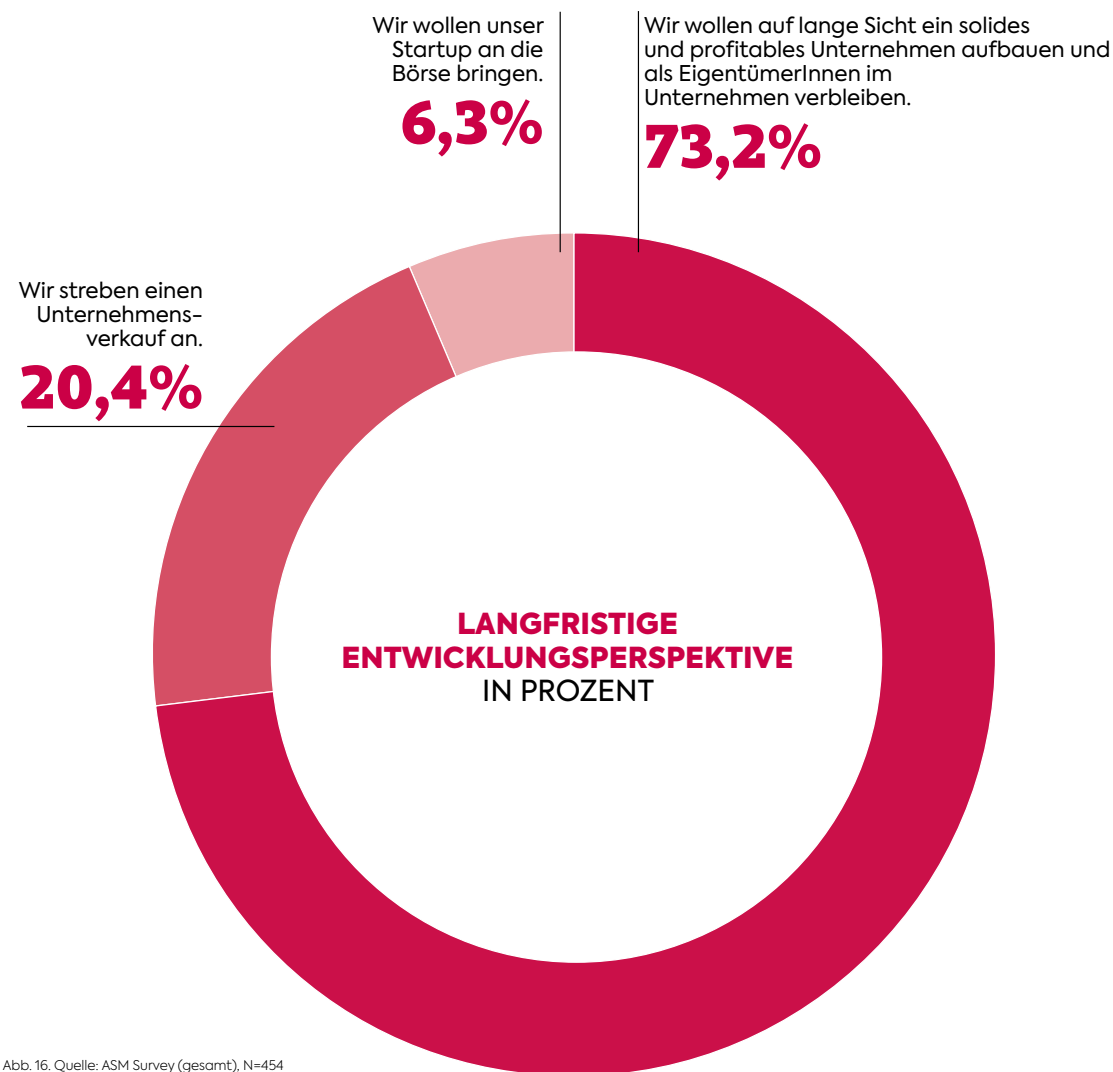


Abb. 16. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=454

Für Startup-GründerInnen ist die Möglichkeit, mit ihrem Unternehmen zu scheitern, ein ständiger Wegbegleiter. Die TeilnehmerInnen wurden im Rahmen des ASM Survey auch dazu befragt: Was würden Sie konkret tun, wenn Ihr Startup scheitert? Dabei wurde deutlich, dass sich die GründerInnen durch ein hohes Maß an Resilienz auszeichnen: Rund zwei Drittel (65%) würden in diesem Fall wieder ein Startup gründen. 19% würden die Seite wechseln und als MitarbeiterIn in einem Unternehmen arbeiten und 13% als Freelancer oder Consultant tätig werden wollen.

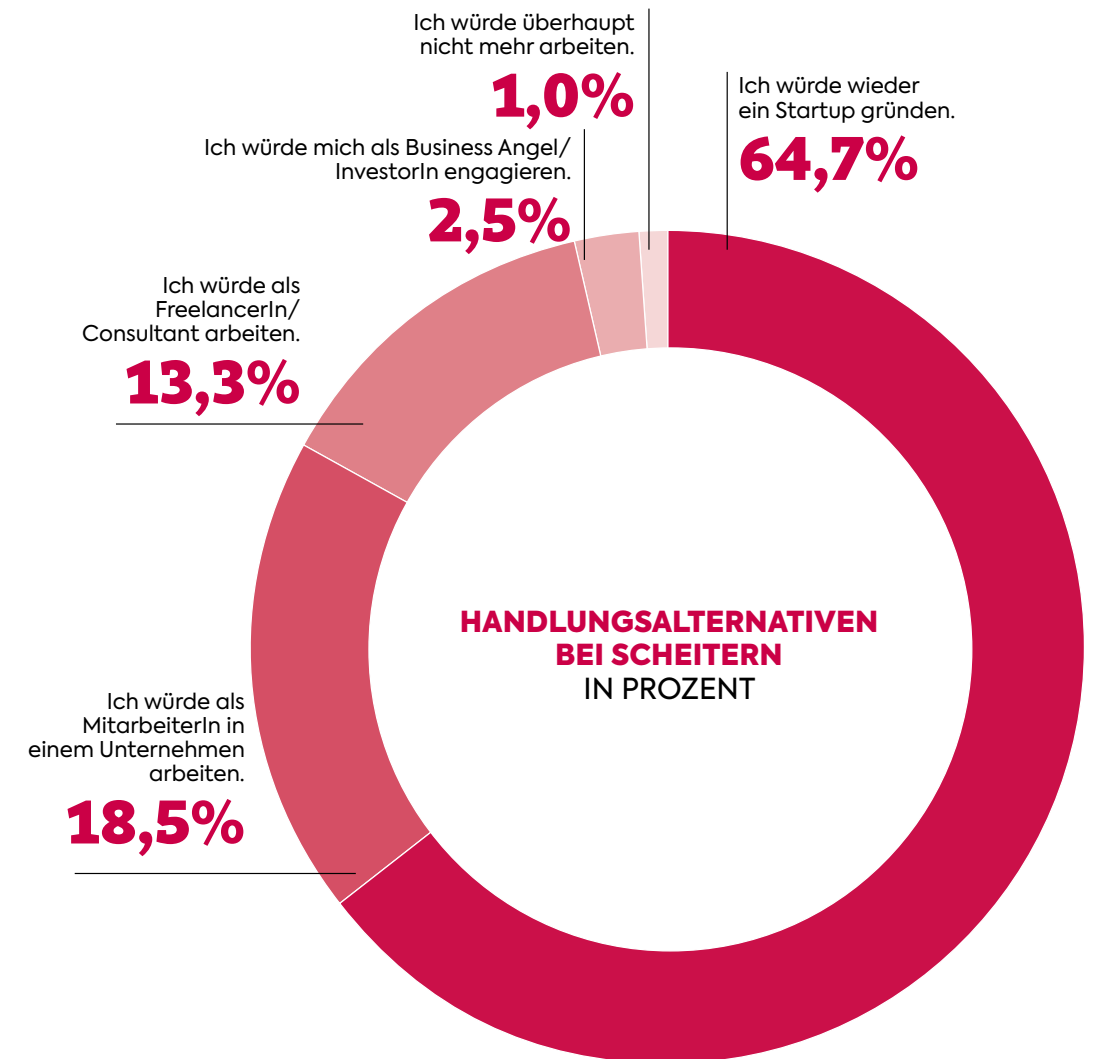


Abb. 17. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=450

MANAGEMENTAUFGABEN

Die Aufgabengebiete von Startup-GründerInnen sind ausgesprochen vielfältig und umfangreich. Sie umfassen nicht nur Arbeit im Unternehmen (z.B. Produktentwicklung, Kundenakquise, Recruiting), sondern auch am Unternehmen (z.B. Fundraising, Organisationsentwicklung, Aufbau und Pflege von Kooperationen).

Wie verteilt sich jedoch die Arbeitszeit der GründerInnen auf die unterschiedlichen Aufgabenbereiche? Der ASM 2018 liefert dazu nun erstmals konkrete empirische Befunde:

Im Schnitt entfallen je 25% auf Produktentwicklung und operative Mitarbeit im Unternehmen. Die andere Hälfte der Arbeitszeit wird hauptsächlich für Managementaufgaben (21%) genutzt.

Deutlich weniger Zeit entfällt auf Fundraising (Kapitalakquise) mit 12%, Forschung (9%) und Recruiting (5%).

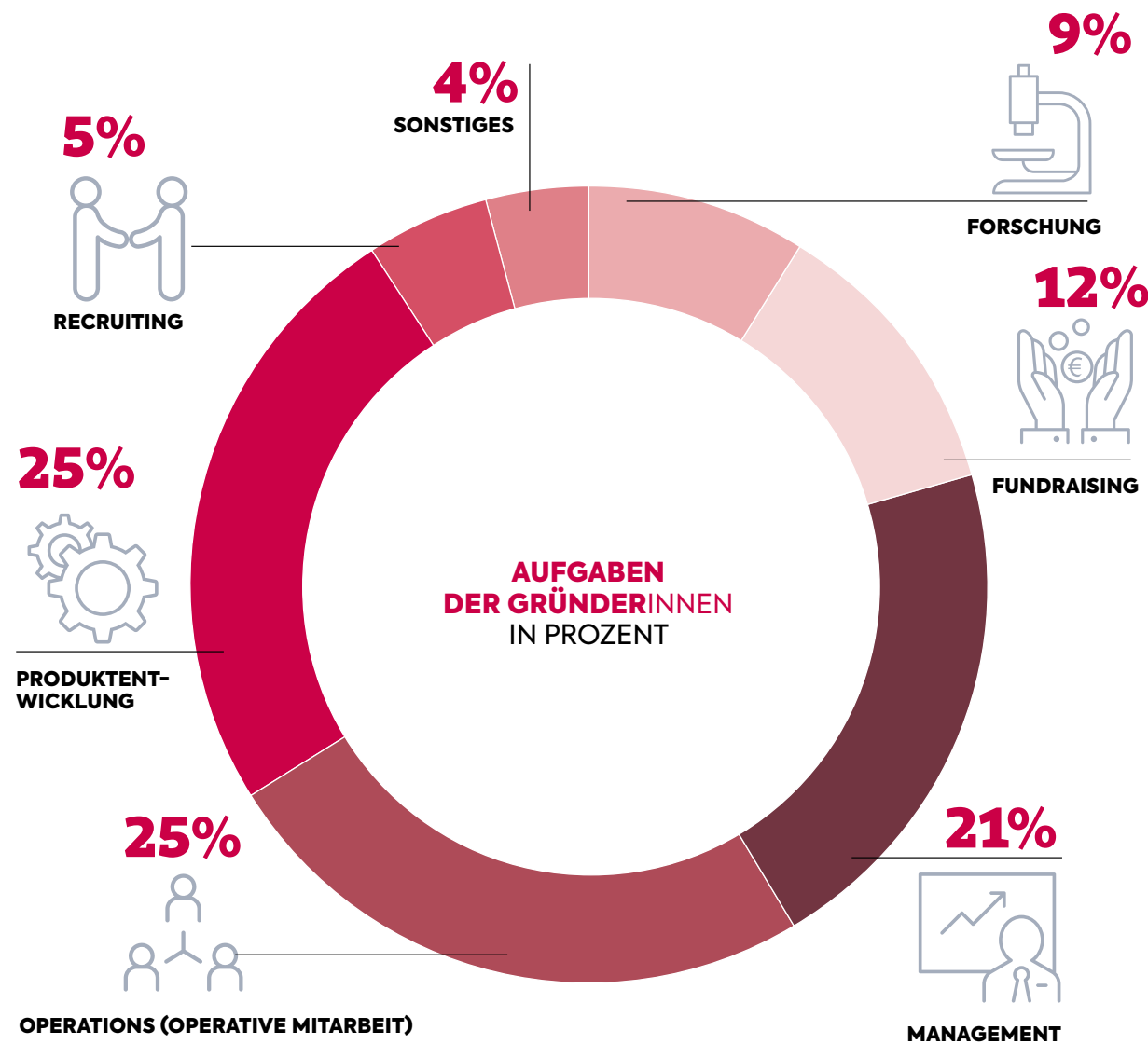


Abb. 18. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=447

FEHLER UND LERNEN

Erfolgreiche Startups zeichnen sich typischerweise durch ein hohes Maß an Flexibilität, Adaptivität und Lernfähigkeit aus. Insbesondere in den frühen Entwicklungsphasen stehen jedoch alle vor der Herausforderung, etliche Unsicherheiten, sogenannte „known and unknown unknowns“ zu bewältigen.

Getreu dem Motto „fail early to succeed sooner“ orientieren sich zahlreiche GründerInnen dabei an experimentellen bzw. agilen Modellen und Methoden. Mithilfe von konsequenten Feedback-Schleifen, etwa mit KundInnen oder PartnerInnen, werden die eigenen Annahmen zur Entwicklung von Unternehmen, Produkt oder Geschäftsmodell so lange getestet und verfeinert, bis ein nachhaltiges und profitables Business Model

feststeht. Fehl- und Rückschläge sind auf dem Weg dorthin aber eher die Regel als die Ausnahme. Um aus den eigenen, aber auch von den Fehlern anderer zu lernen, hat der ASM 2018 die GründerInnen gefragt, welche Fehler sie beim Aufbau ihres Unternehmens aus eigener Sicht gemacht haben. Die Top 3 der wichtigsten bzw. häufigsten Fehler sind: (1) „zu wenig Feedback vom Markt eingeholt“ (23% der Nennun-

gen), „falsche/r Co-FounderIn“ (21%), sowie „zu lange bis zur Kündigung von MitarbeiterInnen zugewartet“ (21%). Fehler bei der Startup-Gründung gehen anders ausgedrückt also großteils auf (mangelnde) Außenorientierung, die Zusammenarbeit im Gründungsteam und den Bereich Personalführung zurück. Das falsche Geschäftsmodell (14%), eine zu hohe „Burn Rate“ (12%) und der falsche Markt (10%) sind weitere Fehlerquellen.

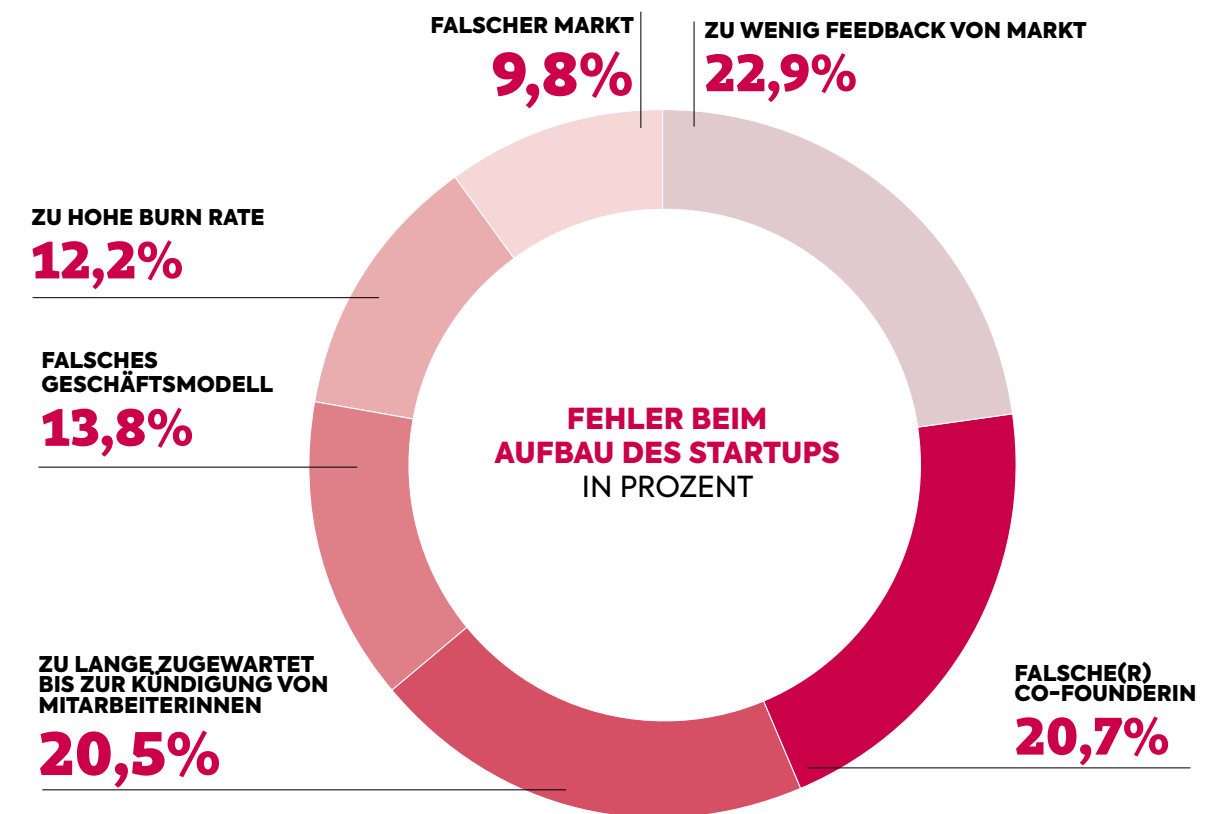


Abb. 19. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=417



MITARBEITERINNEN

BESCHÄFTIGUNG

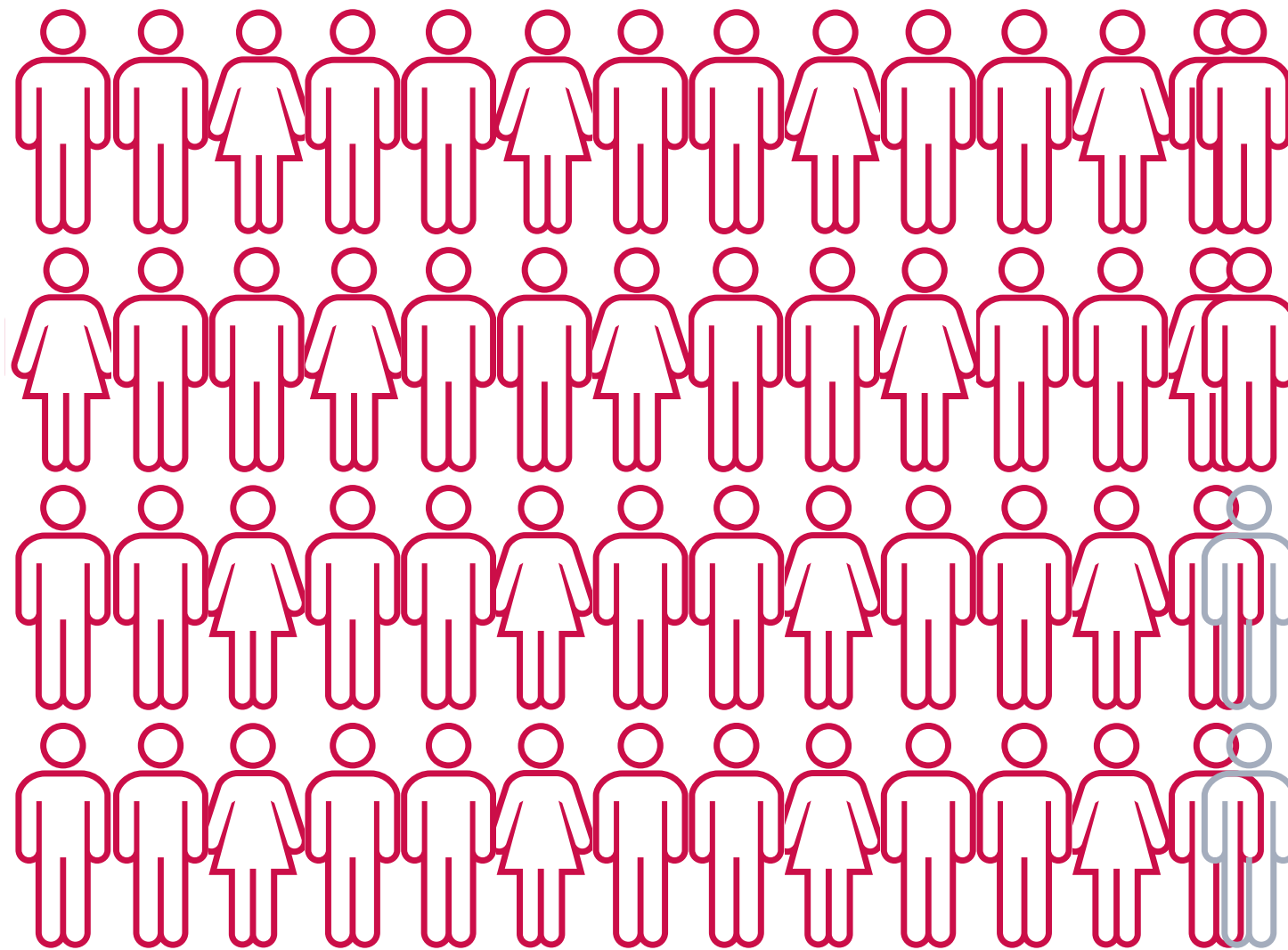
Mit ihren innovativen Produkten, Geschäftsmodellen und Ideen treiben Startups die Wirtschaft und den strukturellen Wandel an. Sie schaffen Beschäftigung und können in ihrem Umfeld dynamische Effekte auslösen. Eine Abschätzung von beidem ist allerdings nur dann zuverlässig, wenn dies über einen längeren Zeitraum geschieht. Die Startups wurden im Rahmen des ASM Survey zur aktuellen und geplanten MitarbeiterInnenzahl befragt und gebeten, anzugeben, welche Herausforderungen und Maßnahmen sie im Bereich Personalmanagement ausmachen können.

Die befragten Startups beschäftigen derzeit laut hochgerechneten Eigenangaben rund 3.000 Personen. Im Durchschnitt beschäftigen diese 8,2 MitarbeiterInnen – 6 Vollzeit- und 2,2 TeilzeitmitarbeiterInnen (<35 Stunden pro Woche). Knapp drei Viertel der MitarbeiterInnen sind

vollzeitbeschäftigt (>35 Stunden pro Woche). Rechnet man diese Werte auf die Gesamtzahl der österreichischen Startups hoch, ergibt dies in Summe deutlich mehr als 10.000 Beschäftigte. Startups gewinnen somit auch arbeitsmarktpolitisch an Relevanz. Die durchschnittliche

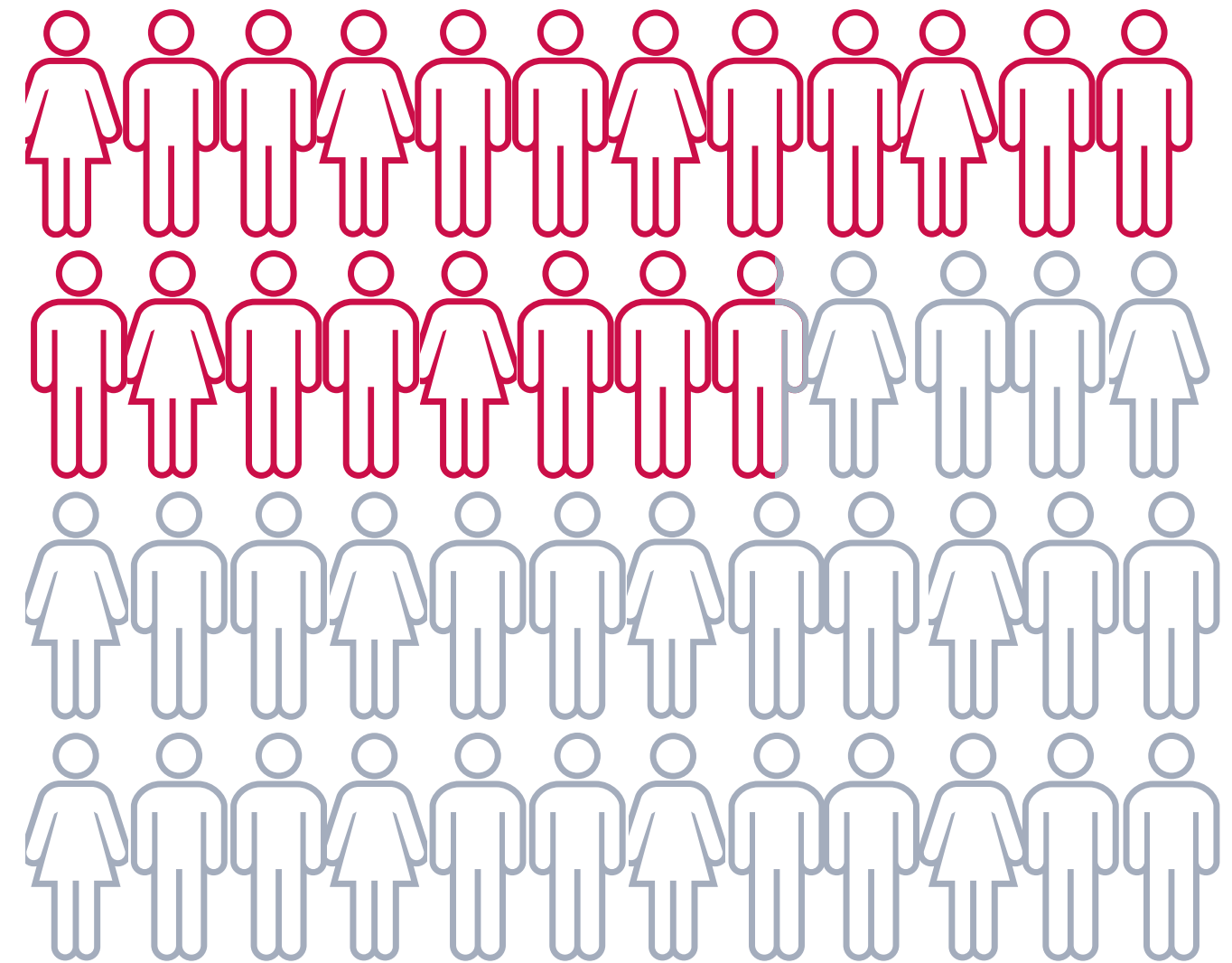
MitarbeiterInnenzahl liegt auf einem vergleichbaren Niveau wie bei den Erhebungen im Rahmen des ESM 2015 (7,5 MitarbeiterInnen) und 2016 (8,7 MitarbeiterInnen).

BESCHÄFTIGUNG



ANTEIL DER VOLLZEITMITARBEITERINNEN (>35 STUNDEN PRO WOCHE)

73,6%



ANTEIL DER TEILZEITMITARBEITERINNEN (<35 STUNDEN PRO WOCHE)

26,4%

Abb. 20. Quelle: ASM Survey (Startups), N=359

GESCHLECHT DER MITARBEITERINNEN

Das Geschlechterverhältnis unter den MitarbeiterInnen der Startups beträgt 1:2. Im Schnitt sind 68% der MitarbeiterInnen männlich und etwa halb so viele (32%) weiblich.

GESCHLECHT DER MITARBEITERINNEN



Abb. 21. Quelle: ASM Survey (Startups), N=366

HERKUNFT DER MITARBEITERINNEN

Ein Blick auf die Herkunft der MitarbeiterInnen zeigt, dass die befragten Startups einen hohen Internationalisierungsgrad aufweisen. Rund jedes zweite Startup (55%) beschäftigt MitarbeiterInnen aus dem Ausland: In 50% der Startups sind Personen aus anderen EU-Ländern tätig und in fast jedem vierten Startup (24%) arbeiten Menschen aus Nicht-EU-Ländern.

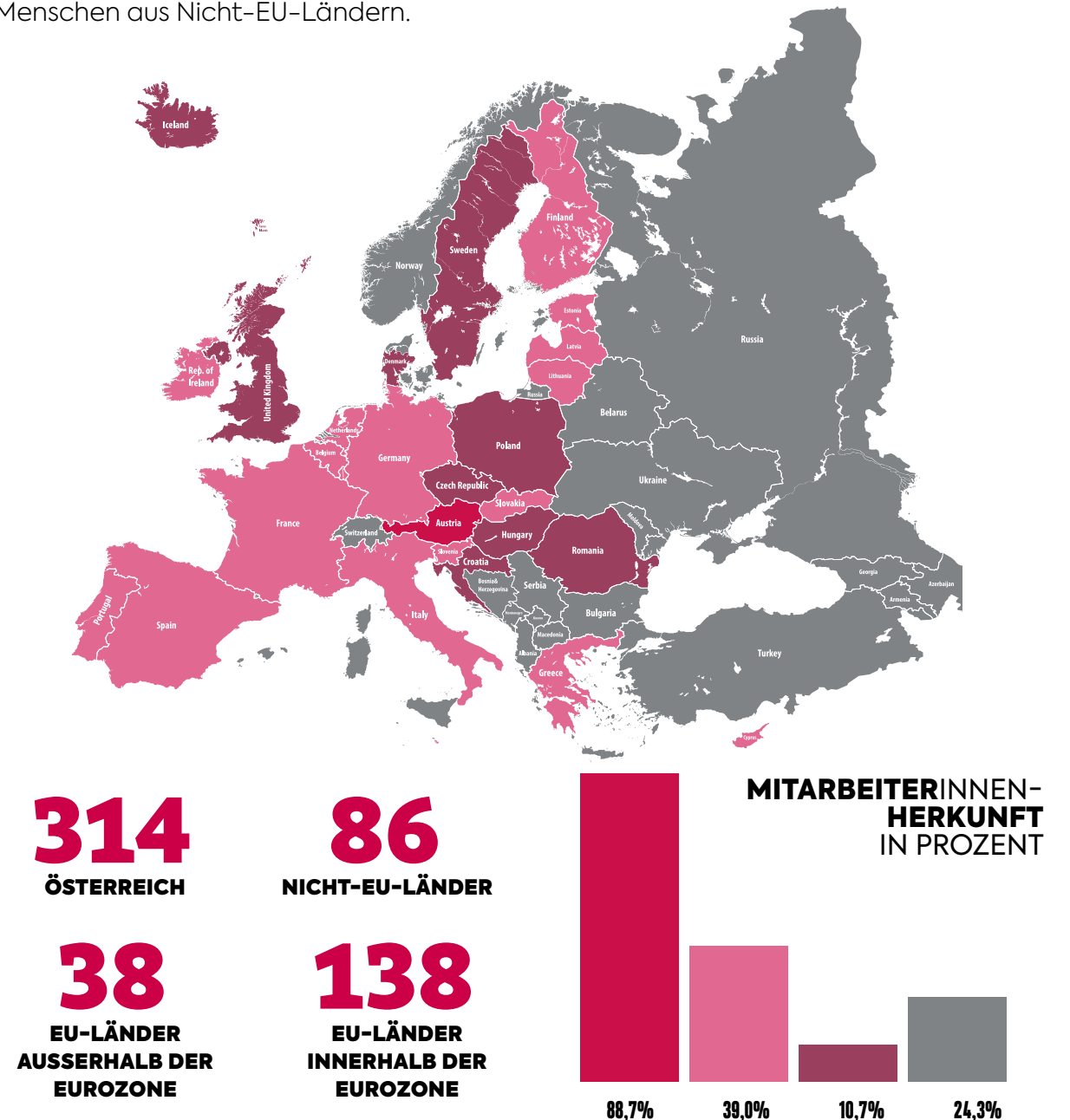


Abb. 22. Quelle: ASM Survey (Startups), N=352

GEPLANTE NEUEINSTELLUNGEN

In den nächsten 12 Monaten planen 87%, also neun von zehn Startups, weitere MitarbeiterInnen einzustellen. Hochgerechnet würde dies bedeuten, dass allein durch die im Rahmen des Survey befragten Startups potenziell über 1.300 neue Arbeitsplätze entstehen könnten.

Dies entspricht einem Zuwachs von durchschnittlich 4,0 neuen MitarbeiterInnen pro Startup und einem geplanten Beschäftigungswachstum von 48% gegenüber der aktuellen MitarbeiterInnenzahl. Rechnet man dies auf die Gesamtpopulation aller

rund 1.500 Startups hoch, könnten in den nächsten 12 Monaten bis zu 5.000 Jobs geschaffen werden.

NEUEINSTELLUNG VON MITARBEITERINNEN IN DEN NÄCHSTEN 12 MONATEN

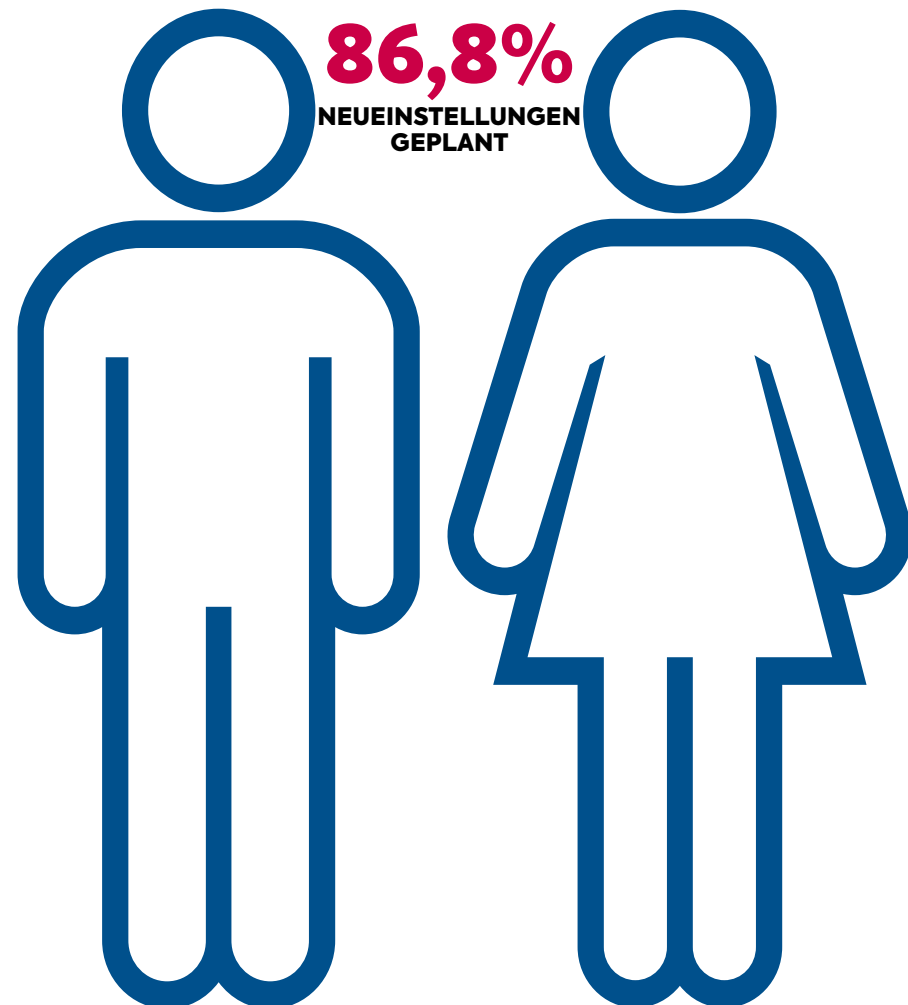


Abb. 23. Quelle ASM Survey (Startups), N=333

Die größte Nachfrage nach MitarbeiterInnen besteht im Bereich Sales: Fast zwei Drittel der Startups (60%) haben vor, in den nächsten 12 Monaten in diesem Bereich neue MitarbeiterInnen einzustellen. In den Bereichen IT (51%), Marketing (49%) und

Produktentwicklung (42%) ist die Nachfrage ebenfalls groß. Mit deutlichem Abstand folgen Design, Produktion, Forschung und Finanzen, wo aktuell nur 10 bis 17% der Startups neue MitarbeiterInnen rekrutieren. Dass 60% vorhaben, in puncto

Personal zu expandieren, kann durchaus als Indikator für bevorstehende Wachstumsschübe gewertet werden, was auch im nächsten Kapitel deutlich wird, denn „Umsatzwachstum“ ist aktuell das zentrale Unternehmensziel der ASM-Startups.

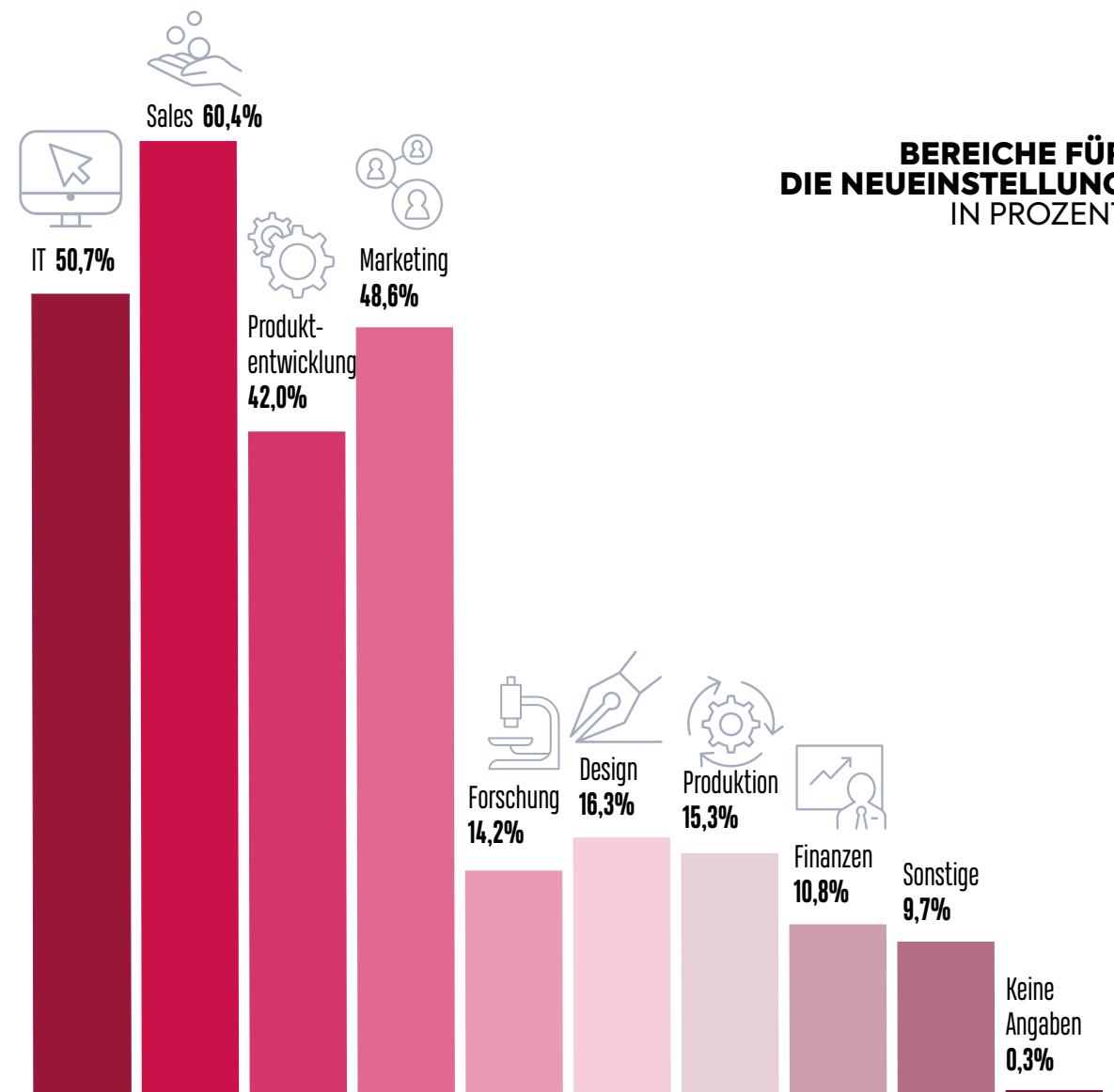


Abb. 24. Quelle: ASM Survey (Startups), N=289

REKRUTIERUNG

Eine große Herausforderung für Startups ist die Suche nach qualifizierten MitarbeiterInnen. Fast die Hälfte hatte im Vorjahr (2017) Schwierigkeiten, solche zu finden. Der ASM Survey legt auch hier konkrete Zahlen vor: 23% der befragten Startups schätzen die Rekrutierung als sehr schwierig, 26% als schwierig ein. Etwa 18% der Startups stellten 2017 gar keine neuen MitarbeiterInnen ein und nur 13% gaben an, dass die Personalakquise nicht oder gar nicht schwierig war.

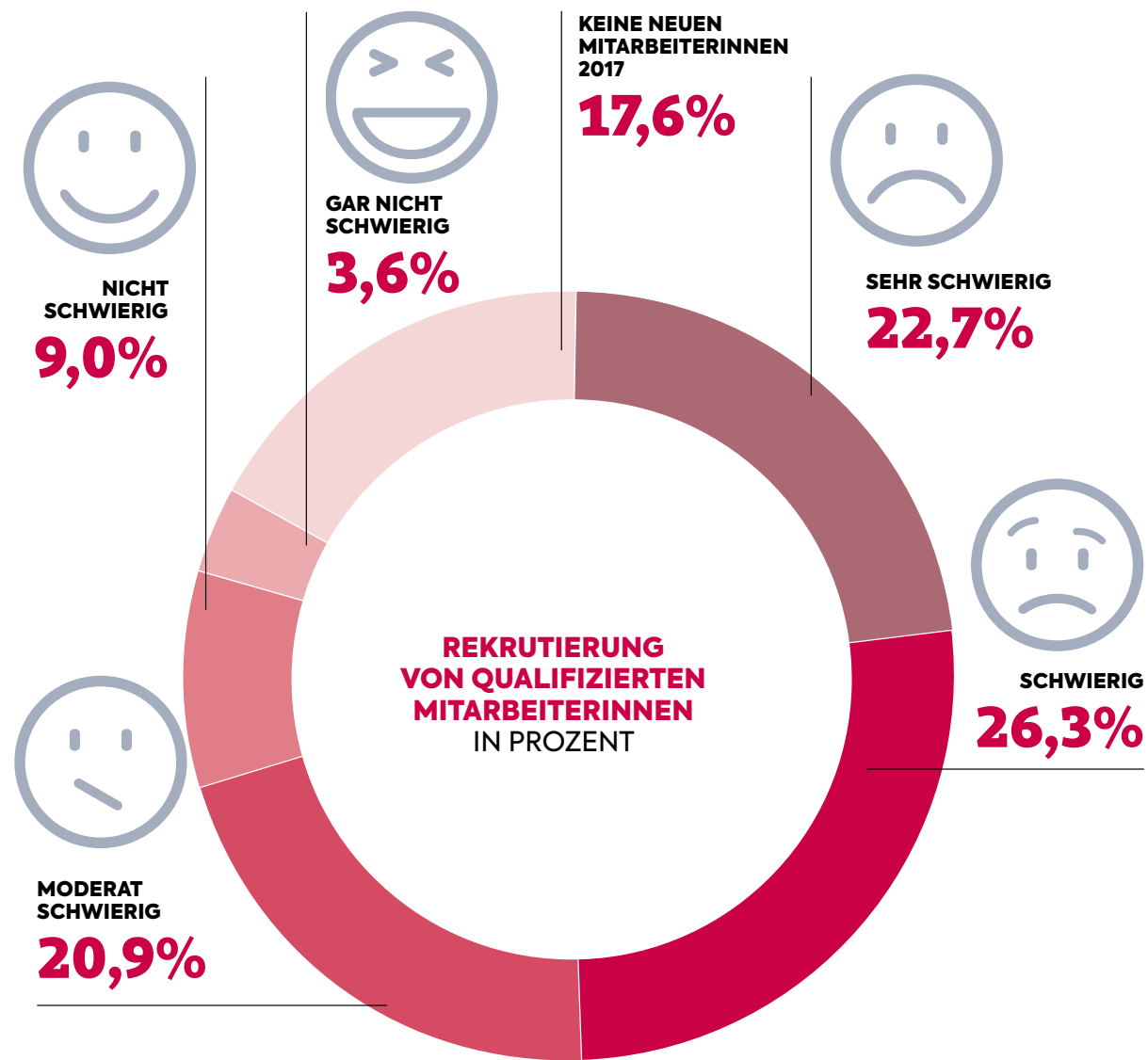


Abb. 25. Quelle: ASM Survey (Startups), N=335

Die größte Herausforderung im Bereich Recruiting ist für Startups die Besetzung von IT-Positionen. Fast jedes zweite befragte Startup (45%) gab an, dass es im Bereich IT am schwierigsten sei, MitarbeiterInnen zu finden.

Ebenfalls schwierig zu besetzen sind Sales-Positionen (30%) und Jobs in der Produktentwicklung (23%). MitarbeiterInnen für den Bereich Marketing zu finden, stellt nur 11% der Startups vor Herausfor-

derungen. Noch einfacher ist es bei Design, Forschung, Produktion und Finanzen. Weniger als 10% der Befragten gaben Positionen dort als schwierig zu besetzen an.

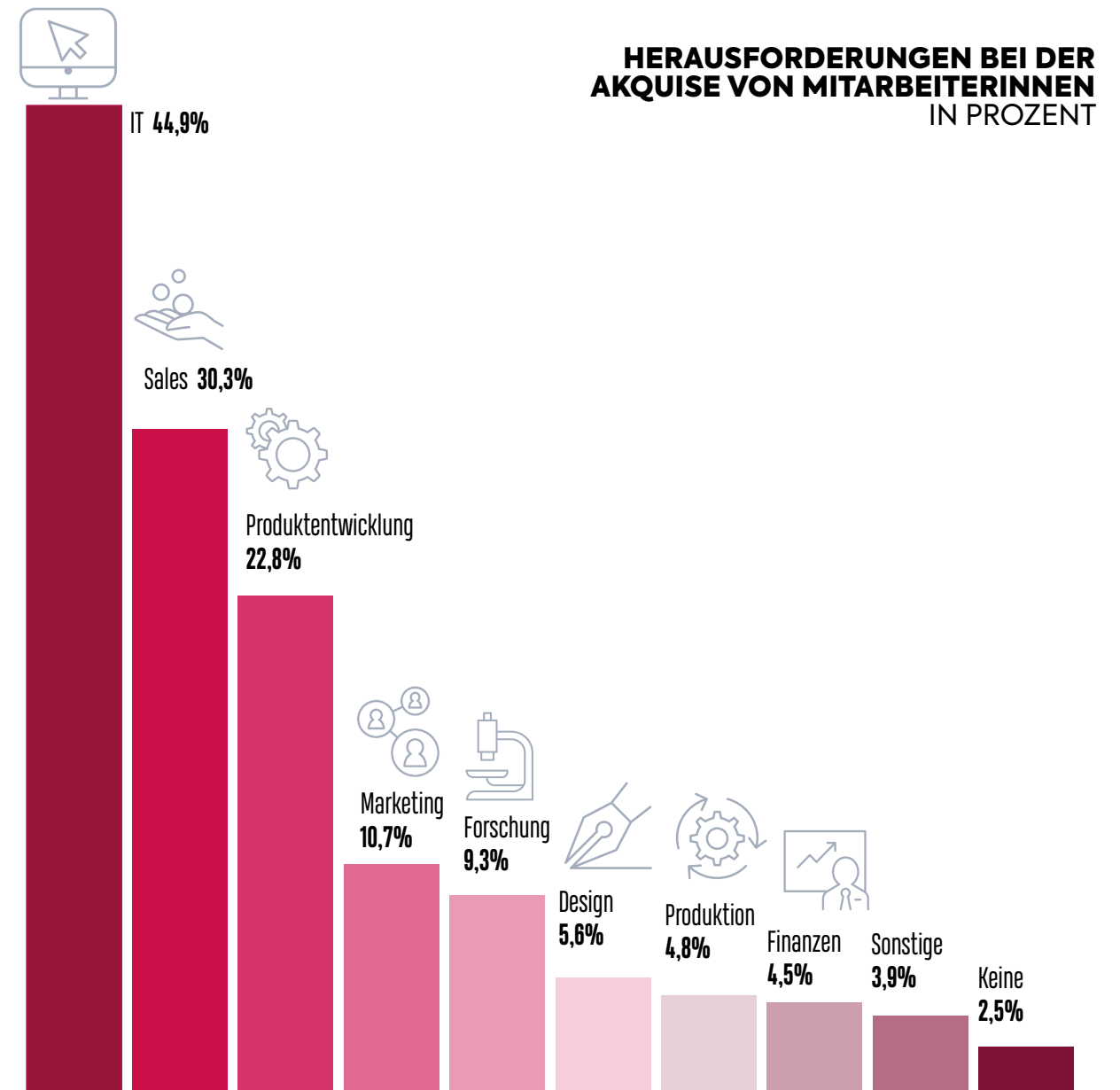


Abb. 26. Quelle: ASM Survey (Startups), N=359

INCENTIVES FÜR MITARBEITERINNEN

Um im Wettbewerb um die besten MitarbeiterInnen erfolgreich zu sein und sie im Unternehmen zu halten, setzen die ASM Startups zahlreiche Incentives ein. Ganz oben auf der Liste steht die Ermöglichung flexibler Arbeitszeitmodelle, was von mehr als drei Viertel praktiziert wird. An zweiter Stelle bieten 59% der Startups ihren MitarbeiterInnen die Möglichkeit der Mitsprache/-entscheidung.

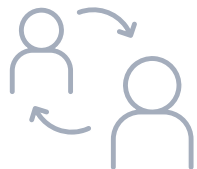
Was finanzielle Anreize betrifft, so gewähren 35% der Startups ihren MitarbeiterInnen Bonuszahlungen und bei 28% sind diese am Unternehmen beteiligt. Die Hälfte der Startups leistet Lohn- bzw. Gehaltszahlungen

über dem Kollektivvertrag. Ein weiteres beliebtes „goodie“ ist die kostenlose Bereitstellung von Speisen und Getränken im Büro – ein Instrument, das von jedem dritten Startup angewandt wird. Im Schnitt werden

in den Startups zwei bis drei der abgefragten Incentives angeboten. Der Großteil – mehr als zwei Drittel – setzt sogar vier oder mehr der abgefragten Anreizinstrumente ein.

INCENTIVES

261



FLEXIBLE ARBEITSZEIT-MODELLE

121



BONUS

203



MITSPRACHE/-ENTSCHEIDUNG

108



GRATIS ESSEN UND GETRÄNKE IM BÜRO

37

ANDERE MATERIELLE INCENTIVES, UND ZWAR ...

171



GEHALT ÜBER KOLLEKTIV-VERTRAG

95



EQUITY

INCENTIVES FÜR MITARBEITERINNEN IN PROZENT

Flexible Arbeitszeitmodelle **75,9%**

Mitsprache/-entscheidung **59,0%**

Gehalt über Kollektivvertrag **49,7%**

Bonus **35,2%**

Gratis Essen und Getränke im Büro **31,4%**

Equity **27,6%**

Andere materielle Incentives, und zwar **10,8%**



STRATEGIE & GESCHÄFTSMODELL

UNTERNEHMENSZIELE

Bei der Frage, woran sich die Startups bei der (weiteren) Unternehmensentwicklung orientierten und was ihre wichtigsten Unternehmensziele sind, ist ein Aspekt zentral: Wachstum.

Das genießt bei den befragten Startups derzeit die höchste Priorität: Umsatzwachstum ist für 61% der Startups sehr wichtig, weiteren 19% wichtig. Im Durchschnitt wurde die Frage auf einer fünfstufigen Skala von 1 (unwichtig) bis 5 (sehr wichtig) mit 4,3 bewertet. Rund die Hälfte der Befragten (56%) gibt an, dass NutzerInnen- bzw. UserInnenwachstum für sie eine essenzielle Zielsetzung ist. Hier ist die durchschnittliche Bewertung mit 4,1 ebenfalls hoch und gleich bedeutsam wie die Produktentwicklung. Diese wird von 48% der Startups als wichtig oder sehr

wichtig eingestuft. Profitabilität liegt an vierter Stelle der Unternehmensziele und wird von 48% als sehr wichtig betrachtet (4,1). Analysiert man die Unternehmensziele nach Entwicklungsphasen der Startups, zeigt sich, dass sich die strategischen Prioritäten je nach Reifegrad des Unternehmens wandeln: Für Startups in der Seed-Phase sind Produktentwicklung, dicht gefolgt von NutzerInnenwachstum die beiden relevantesten Unternehmensziele. In der Later- und Steady-Stage avanciert hingegen Profitabilität zur Top-Priorität.

Befinden sich Startups in einer späteren Entwicklungsphase, richtet sich der Blick verstärkt nach innen. Auf die Bewältigung interner Herausforderungen, wie etwa Organisationsentwicklung (Aufbau von Strukturen und Prozessen), MitarbeiterInnenmotivation und Personalentwicklung sowie Stärkung der Unternehmenskultur, wird ein deutlich größeres Augenmerk gelegt. Internationalisierung wird von einem Drittel der teilnehmenden Startups als „sehr wichtig“ eingestuft und gewinnt speziell in der Growth-Phase an Gewicht.

UNTERNEHMENSZIELE



Abb. 28. Quelle: ASM Survey (Startups), N=366

(1) unwichtig bis (5) sehr wichtig

Darüber hinaus wurde auch erfasst, ob die Startups vorrangig soziale und/oder ökologische Ziele verfolgen. Immerhin 27% der befragten Startups gaben an, dass ihnen soziale oder ökologische Ziele sehr wichtig sind.

Nein 234

Ja 98

KEINE ANGABE 32

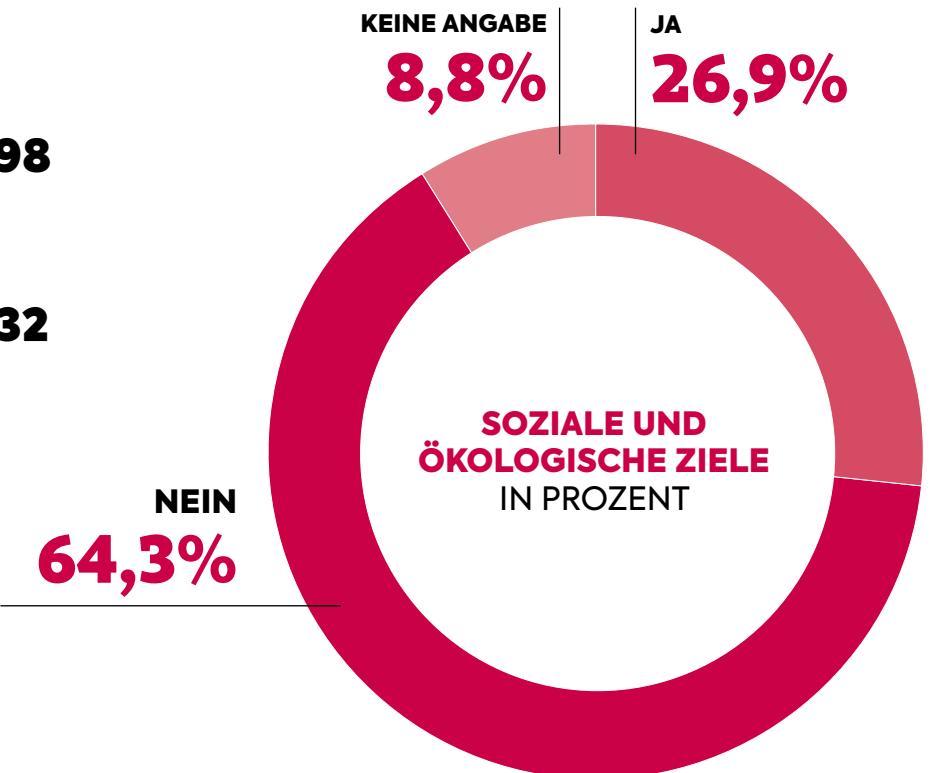


Abb. 29. Quelle: ASM Survey (Startups), N=364

UNTERNEHMENS-STRATEGIE

Das junge Unternehmensalter, die geringe Größe und die begrenzte Ressourcenausstattung erfordern von Startups spezifische Unternehmensstrategien, um sich am Markt erfolgreich zu etablieren.

Welche Maßnahmen und Strategien Startups anwenden, um Wettbewerbsvorteile zu erlangen und diese nachhaltig aufrechtzuerhalten, wurde im Zuge des ASM Survey erhoben. Am intensivsten werden der Aufbau von KundInnenkontakten sowie Geschwindigkeit im

Sinne eines zeitlichen Vorsprungs gegenüber MitbewerberInnen genutzt. 60% der befragten Startups haben KundInnenkontakte und 59% Geschwindigkeit als sehr wichtig angegeben. Die Gestaltung und Pflege des PartnerInnennetzwerks steht an dritter Stelle und wird von

45% als sehr wichtig erachtet. Umgekehrt sind Geheimhaltung als Wettbewerbsstrategie nur jedem fünften Startup (19%) sehr wichtig und eine schwere Imitierbarkeit des Geschäftsmodells als entscheidender Wettbewerbsfaktor gar nur 13% der Startups.

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

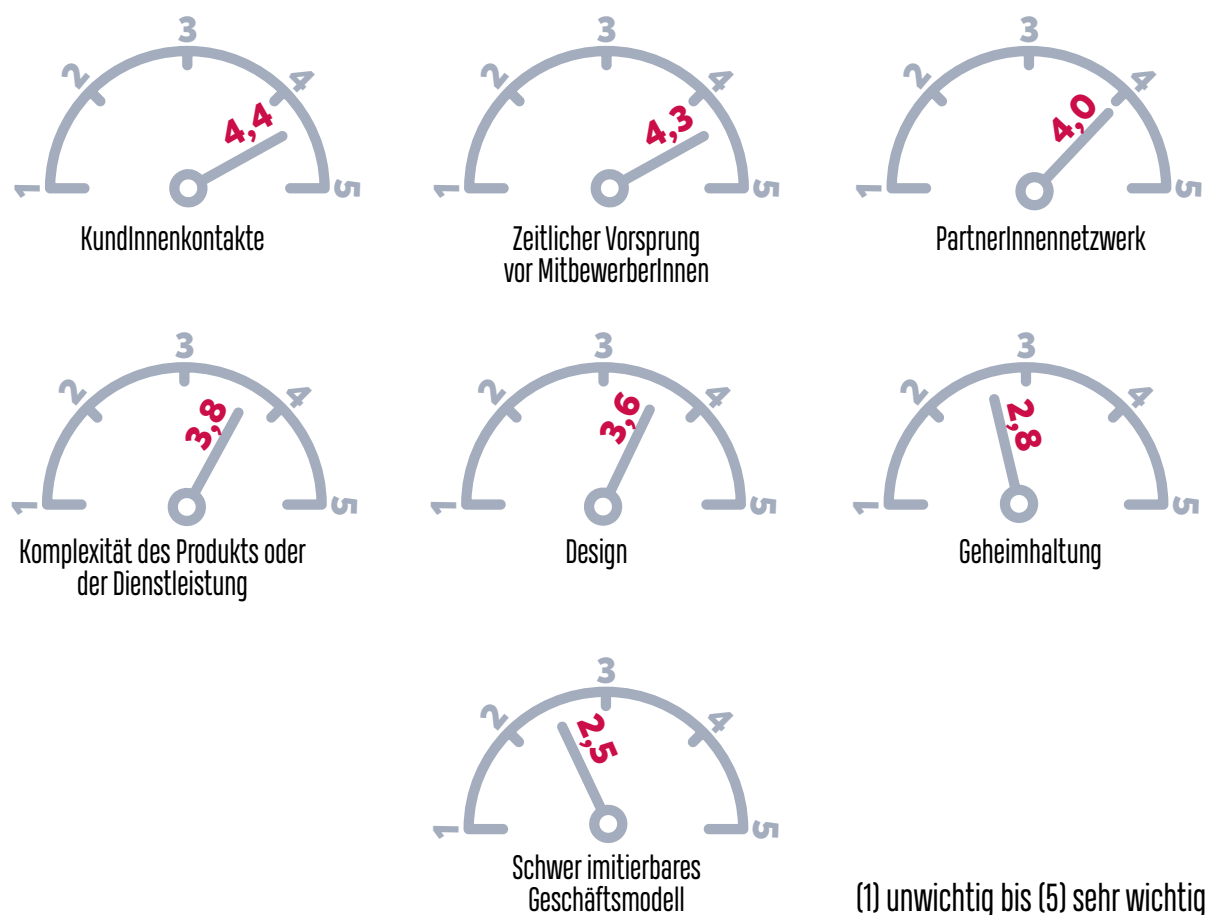


Abb. 30. Quelle: ASM Survey (Startups) [ohne IP], N=366

GESCHÄFTSMODELL

Die überwiegende Mehrzahl der Startups hat ein „digitales“ Geschäftsmodell.

Neben der Branchenzugehörigkeit (siehe Kapitel 2) wurde auch erhoben, welches Geschäftsmodell die Tätigkeit der Startups am besten charakterisiert. Zur Auswahl standen elf typische Geschäftsmodellkategorien. Die meisten der befragten Startups (21%) beschreiben ihr Business Model den Ergebnissen zufolge als „Software as a Service“ (SaaS). An zweiter Stelle

steht Produktverkauf (Hardware) mit einem Anteil von 15%. IT-/Softwareentwicklung bieten 9% an und je rund 8% betreiben E-Commerce, einen Online-Marktplatz oder mobile bzw. webbasierte Anwendungen. Mit wenig Abstand kommen danach Online-Dienstleistungen mit 6%, dicht gefolgt mit je 5% Anteil von Engineering und Lizenzierung. Aus dem ASM 2018 ging zudem

hervor, dass insgesamt nur etwas mehr als 4% der Startups Offline-Dienstleistungen und standortgebundene Geschäftsmodelle haben. Die Digitale Wirtschaft ist somit der bevorzugte Nährboden für die Entstehung österreichischer Startups. Im Vergleich zu den Ergebnissen des ESM 2016 ist der Anteil von SaaS von 17% auf 21% weiter gestiegen.

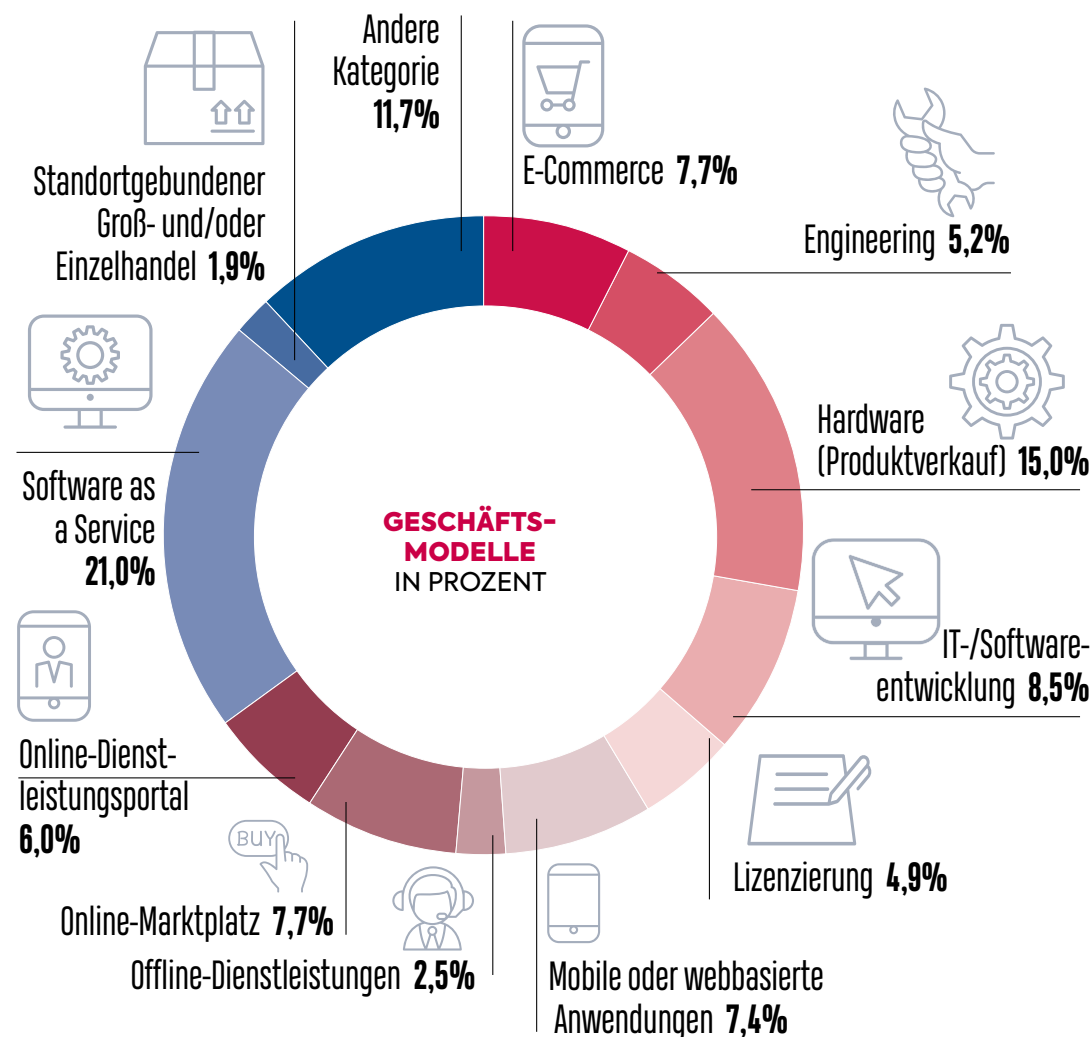


Abb. 31. Quelle: ASM Survey (Startups), N=366

NUTZERINNEN UND KUNDINNEN

Im ASM Survey wird zwischen NutzerInnen eines Angebots (möglicherweise auch kostenlos) und KundInnen, mit denen Umsatz generiert wird, unterschieden. Diese Differenzierung ist gerade für Unternehmen in der Digitalen Wirtschaft wichtig, da dort NutzerInnen- und KundInnenkreis verschieden sein können.

Was den Bereich NutzerInnen betrifft, sind die meisten österreichischen Startups im B2B-Segment tätig: 29% geben an, ausschließlich Unternehmen zu adressieren, und weitere 21% machen dies hauptsächlich.

Ein Drittel der befragten Startups spricht KonsumentInnen und Unternehmen gleichermaßen an. Daraus ergibt sich, dass sich nur rund jedes sechste Startup (17%) überwiegend oder ausschließlich direkt an KonsumentInnen wen-

det. Der Anteil jener Startups, die KonsumentInnen und Unternehmen gleichermaßen ansprechen wollen, ist im Vergleich zum ESM 2015 von 24% auf 33% gestiegen.

Das B2B-Segment ist mit Blick auf (zahlende) KundInnen noch bedeutender, als dies bei den NutzerInnen der Fall ist.

Der Anteil der Startups, die ihre Umsätze nur bzw. hauptsächlich mit Unternehmen erwirtschaften, liegt bei 38% bzw. 27%. Mit öffentlichen Organisationen generieren 2% der befragten Startups ihre Umsätze. Insgesamt erzielen somit rund zwei

Drittel ihre Umsätze mit B2B-KundInnen. Umgekehrt macht nur etwa jedes fünfte Startup seine Umsätze überwiegend (14%) oder ausschließlich (5%) mit KonsumentInnen.

Auffällig ist, dass insgesamt nur 13% der befragten ASM Startups, die bei NutzerInnen sowohl B2C als auch B2B ansprechen, auch bei (zahlenden) KundInnen ihre Umsätze mit KonsumentInnen und Unternehmen gleichermaßen erwirtschaften.

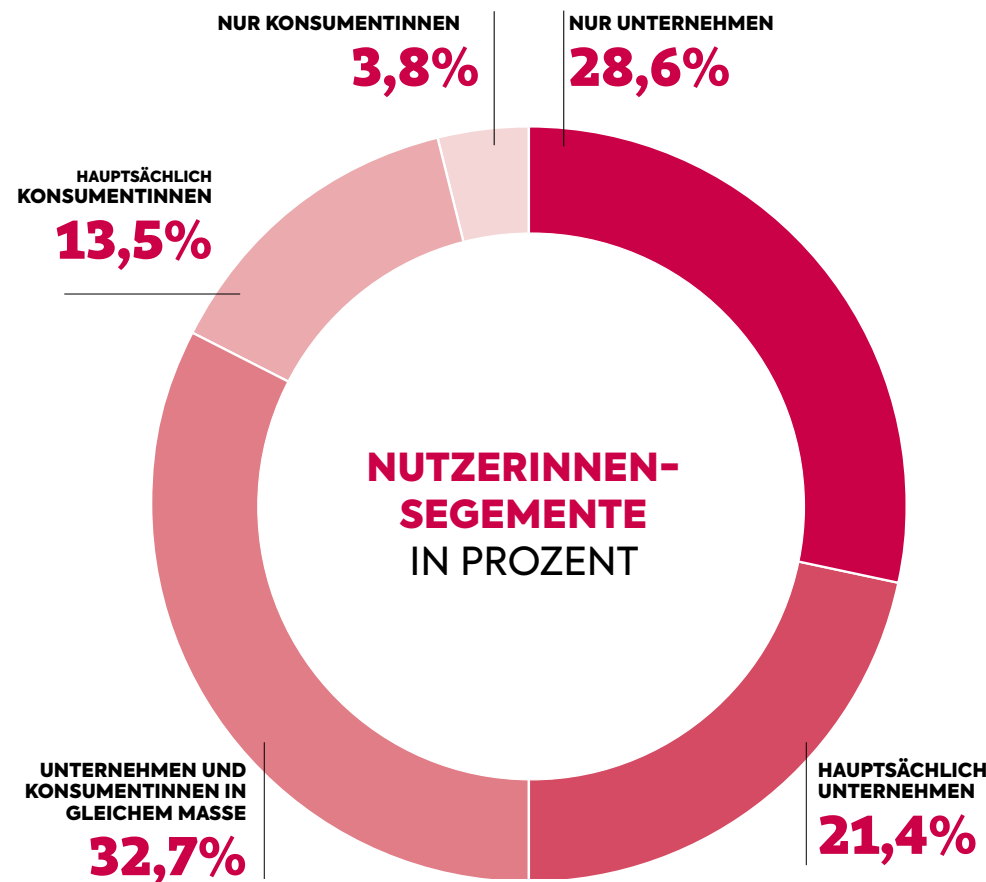


Abb. 32. Quelle: ASM Survey (Startups), N=365

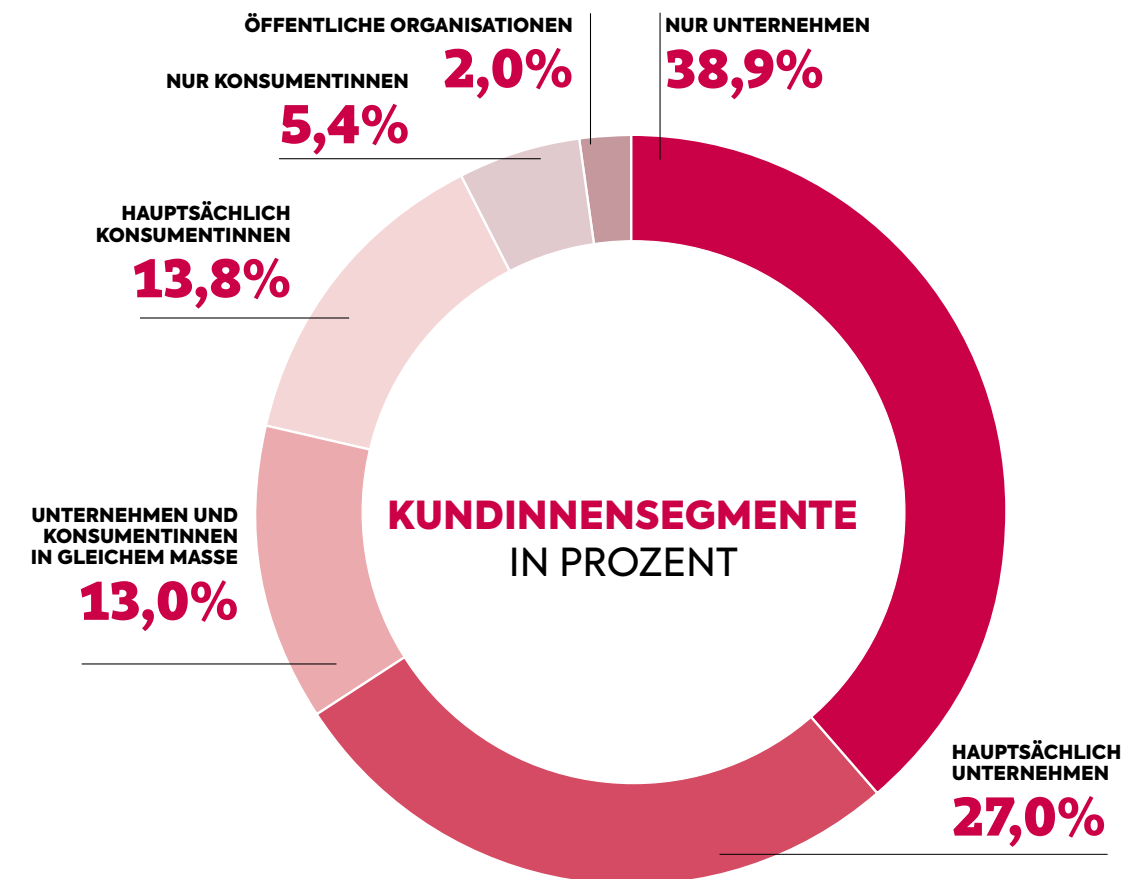


Abb. 33. Quelle: ASM Survey (Startups), N=364



INNOVATION

INNOVATION VON PRODUKT, PROZESS, TECHNOLOGIE UND GESCHÄFTSMODELL

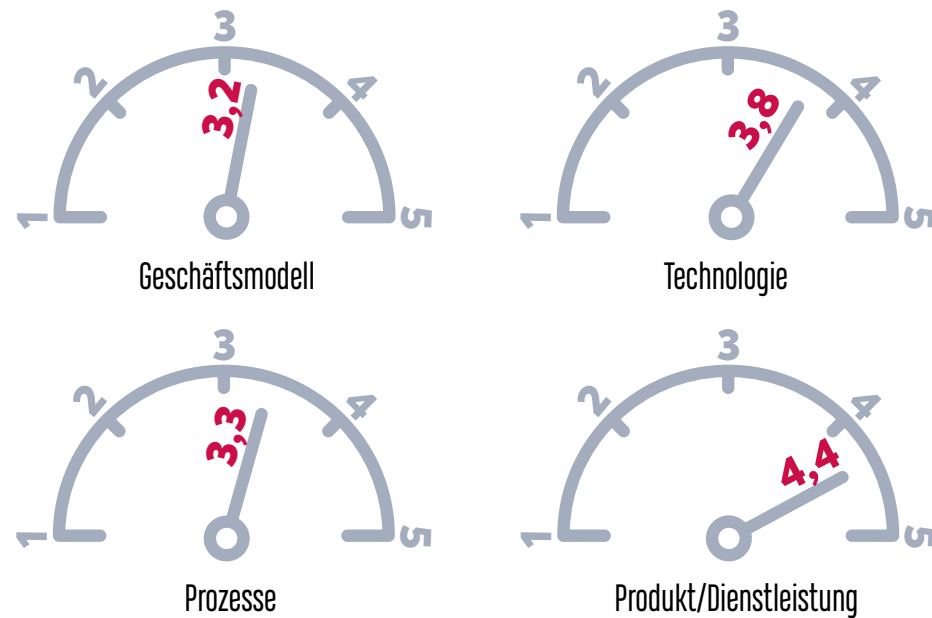
Ein wesentliches Charakteristikum von Startups ist ihr Innovationscharakter. Innovationsaktivitäten sind dabei vielfältig: Innovation kann neue Produkte und Dienstleistungen ebenso wie Prozesse, Technologien und Geschäftsmodelle umfassen.

Die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen ist die wichtigste Innovationsform, wie die Befragung österreichischer Startups zeigt. Die Mehrheit (rund 86%) gab über sich selbst an, dass das Startup in puncto Produktinnovation innovativ oder sehr innovativ ist. Der Durchschnittswert liegt auf einer Skala von 1 (gar nicht innovativ) bis 5 (sehr innovativ) sehr weit oben, sprich bei 4,37. Der Bereich Produktinnovation wird von Technologie gefolgt, den 61%

als wichtig oder sehr wichtig einstufen (Durchschnittswert 3,77). Rund die Hälfte der Startups ist nach eigener Einschätzung im Bereich der Prozesse erfindungsreich. Zwar sind Startups bei Geschäftsmodellen im Durchschnitt häufiger innovativ als nicht innovativ, insgesamt hat dieser Bereich jedoch weniger Gewicht. Das hängt auch damit zusammen, dass die Möglichkeiten, um innovative Geschäftsmodelle zu etablieren, begrenzt sind. Die Ergebnisse

zeigten außerdem auf, dass der Großteil der befragten Startups (ca. 80%) zumindest in einem der vier genannten Bereiche sogar sehr innovativ ist. In diesem Punkt zeigte eine weiterführende Analyse auf, dass Startups oft in mehreren Bereichen hochinnovativ sind. Um schwer imitierbar zu sein und Wettbewerbsvorteile zu erlangen, kombinieren sie nämlich Innovationsaktivitäten in unterschiedlichen Dimensionen.

INNOVATIONSORIENTIERUNG



(1) gar nicht innovativ, (2) eher nicht innovativ, (3) eher innovativ, (4) innovativ, (5) sehr innovativ

Abb. 34. Quelle: ASM Survey (Startups), N=363

INNOVATIONS-AUFWENDUNGEN

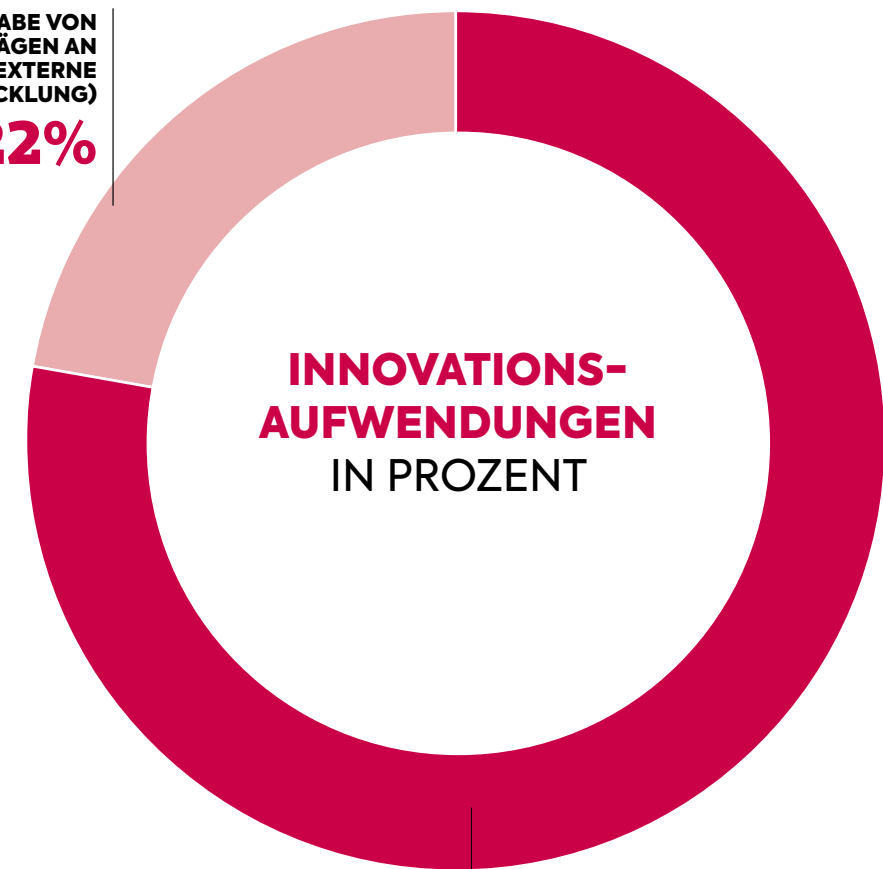
Startups sind innovativ. Doch in welchem Ausmaß werden die Neuerungen (ausschließlich) intern entwickelt bzw. durch Aktivitäten von Externen erbracht?

Wie die Erhebung ergab, werden 22% der gesamten Innovationsaufwendungen für Dritteleistungen aufgebracht. Damit sollen in erster Linie Problemstellungen, die bei der Produktentwicklung oder Produktionsüberleitung auftauchen, gelöst werden. Auf diese Weise liefern Startups nicht

nur neue Impulse, sondern generieren auch Nachfrage nach Dienstleistungen, sowohl national als auch international. Im Vergleich zu den Ergebnissen des Community Innovation Survey (CIS), bei dem innovationsaktive kleine und mittlere Unternehmen (10–50 Mitarbei-

terInnen) untersucht wurden, ist dieser Anteil bei Startups heute deutlich höher. Dieser betrug bei der Vergleichsgruppe im Jahr 2014 nur rund 8%.

VERGABE VON AUFTRÄGEN AN DRITTE (EXTERNE ENTWICKLUNG)
22%



INNOVATIONS-AUFWENDUNGEN IN PROZENT

UNTERNEHMENSINTERNE ENTWICKLUNG
78%

Abb. 35. Quelle: ASM Survey (Startups), N=353

SCHUTZRECHTS-STRATEGIEN

Wer Innovationen entwickelt und am Markt durchsetzen will, braucht adäquate Strategien und Mechanismen zum Schutz von Ideen und Know-how. Für die befragten Startups hat der rechtliche Schutz von Marken die größte Bedeutung, gefolgt von Patenten und Musterschutz.

Auf die Bedeutung von unterschiedlichen Wettbewerbsstrategien wie Geschwindigkeit („Time-to-Market“) wurde bereits hingewiesen. Neben der Geheimhaltung von Ideen bietet die rechtliche Absicherung von Innovationen ebenfalls Schutz. Markenschutz besitzt laut ASM Survey für Startups die größte Relevanz und ist für knapp ein Drittel sehr wichtig. Danach fol-

gen Patente und Musterschutz, die für 20% bzw. 11% von sehr großem Belang sind. Insgesamt erachten rund 40% der befragten Startups zumindest einen der drei rechtlichen Schutzmechanismen als sehr wichtig. Der rechtliche Schutz von Erfindungen und kreativen Ideen spielt bei Startups eine größere Rolle als bei anderen Unternehmen. Ein Vergleich mit der

Gruppe aller innovationsaktiven kleinen und mittleren Unternehmen, die im Community Innovation Survey (CIS) im Jahr 2014 in Österreich untersucht wurden, zeigt, dass Patente, Musterschutz und Marken allesamt eine höhere Bedeutung haben. Der Markenschutz hat dabei sogar eine überproportional hohe Relevanz für Startups.

SCHUTZRECHTSSTRATEGIEN

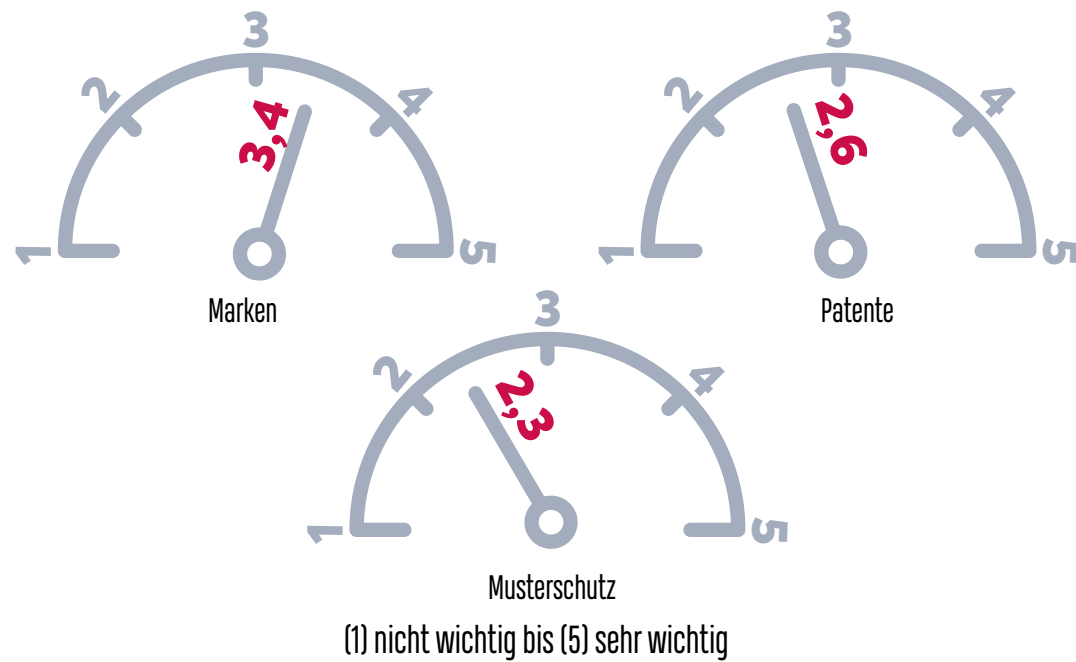


Abb. 36. Quelle: ASM Survey (Startups), N=337





MÄRKTE ÖSTERREICH & INTERNATIONAL

INTERNATIONALISIERUNG

Was die Zukunftspläne der Startups in puncto Internationalisierung betrifft, wurde deutlich, dass 76% in den nächsten 12 Monaten eine (weitere) Internationalisierung vorhaben. 20% der Befragten wollen im selben Zeitraum zum ersten Mal Auslandsmärkte erschließen.

Der ASM Survey zeigt, dass 93% oder 9 von 10 österreichischen Startups schon jetzt bzw. in naher Zukunft international tätig sind. Für die befragten Startups liegen die wichtigsten neuen

Absatzmärkte innerhalb der EU: 70% planen, ihre nächsten Wachstumsschritte in anderen EU-Ländern innerhalb der Eurozone, 25% in anderen EU-Ländern außerhalb der Eurozone zu setzen. 17% adressieren in den nächsten 12 Monaten erstmals

andere europäische Länder außerhalb der EU. Des Weiteren planen 22% der österreichischen Startups, nach Nordamerika, 13% nach Asien, 9% in den

Nahen Osten, 6% nach Südamerika und jeweils 4% nach Afrika sowie Australien/Ozeanien zu expandieren. Das Serviceangebot der Außenwirtschaft Austria ist 70% der Startups, die in den nächsten 12 Monaten (weitere) Internationalisierungsschritte planen, bekannt und wurde von 43% bereits in Anspruch genommen.

Welche Strategie wird der internationalen Expansion zugrunde gelegt? Was sind dabei die größten Herausforderungen?

Wie die Ergebnisse belegen, werden Auslandsmärkte von der Mehrheit der Startups (58%) gemäß einer sequenziellen Internationalisierungsstrategie Schritt für Schritt erschlossen. Jene, die bereits

seit ihrer Gründung auf eine internationale Orientierung setzen und schnellstmöglich international präsent sein wollen, können als „Born Globals“ bezeichnet werden und ihr Anteil beträgt 42%.

Ja, in andere EU-Länder innerhalb der Eurozone **70,2%**

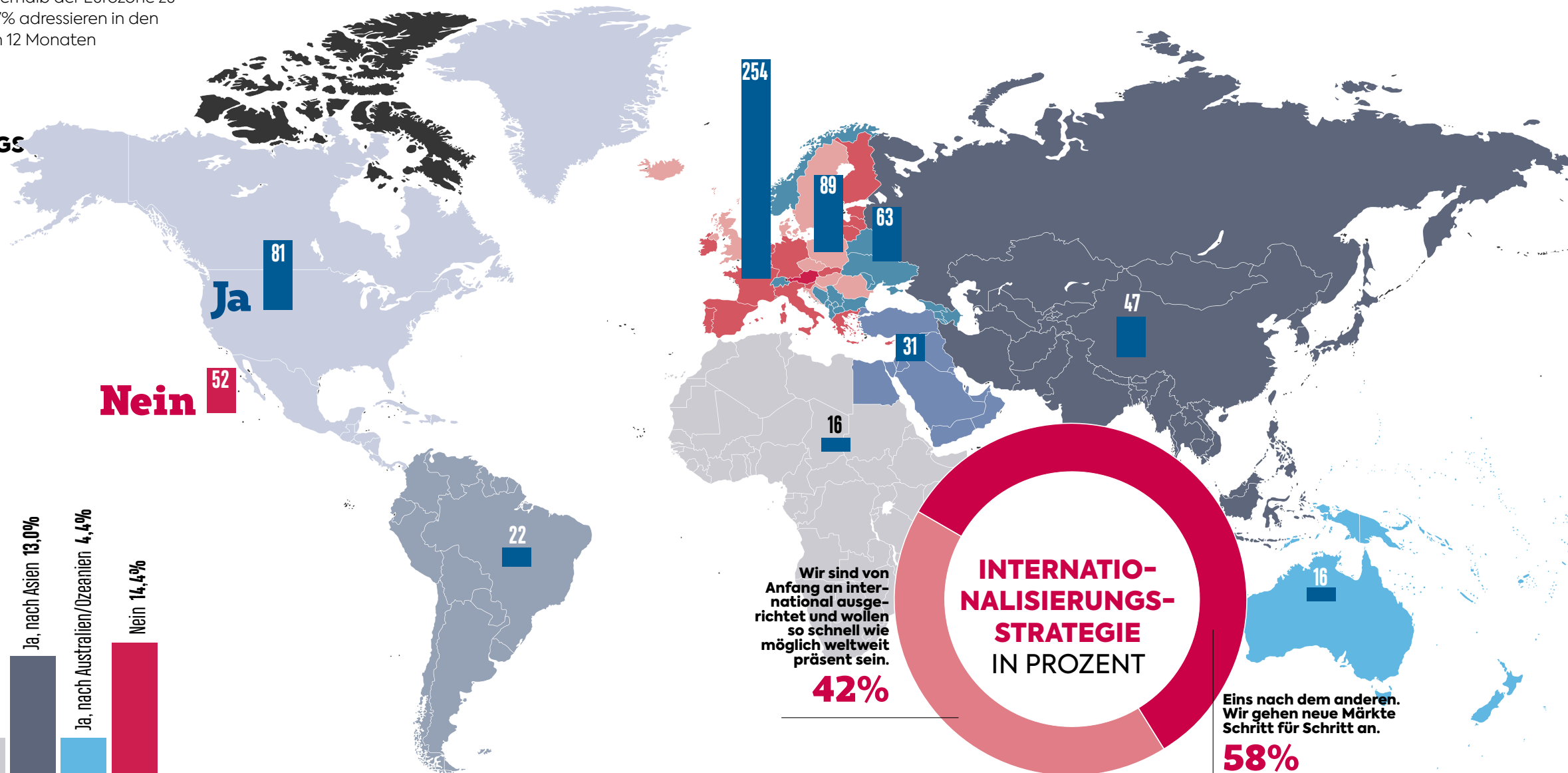
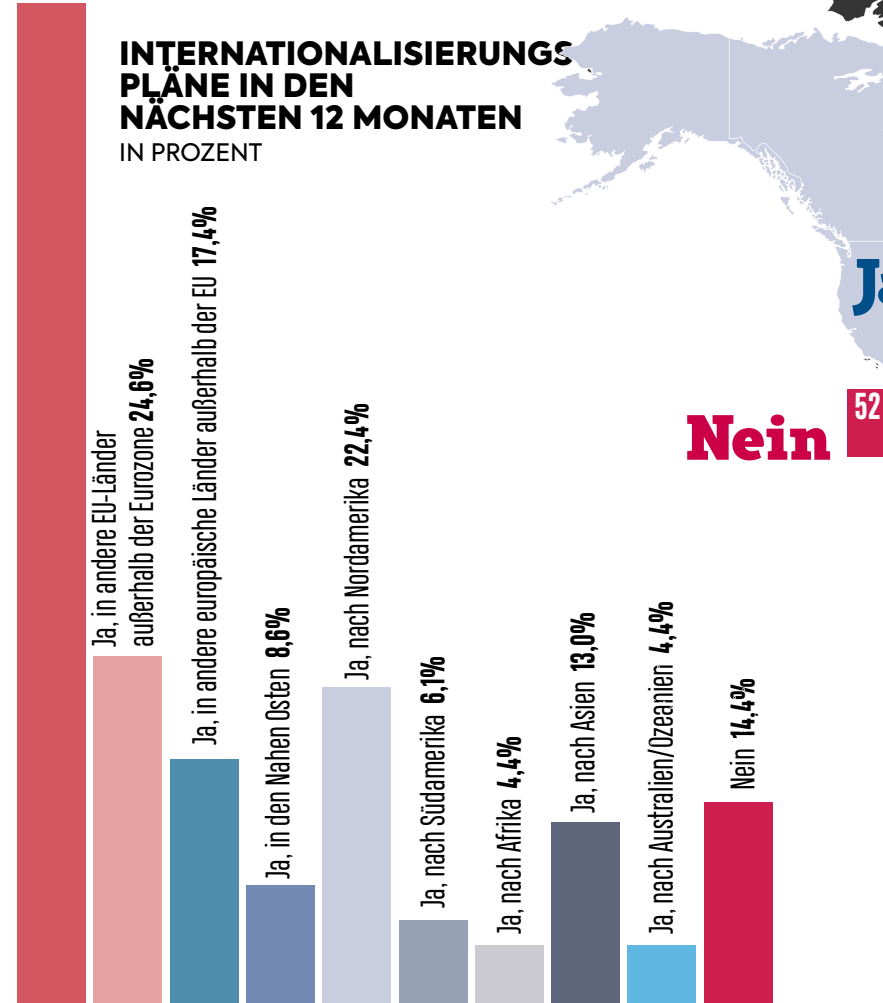


Abb. 37. Quelle: ASM Survey (Startups), N=335

Wir sind von Anfang an international ausgerichtet und wollen so schnell wie möglich weltweit präsent sein. **42%**



Eins nach dem anderen. Wir gehen neue Märkte Schritt für Schritt an. **58%**

Abb. 38. Quelle: ASM Survey (Startups), N=361

Der Schritt in Richtung Internationalisierung stellt Startups aber auch vor viele neue Herausforderungen.

So zeigt der ASM Survey, dass das Finden von geeigneten PartnerInnen bzw. Netzwerken für 58% die wesentlichste Problematik darstellt. (Mangelnde) Finanzielle Ressourcen führen 53% als großes Hindernis an und 46% finden,

dass die unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen besonders herausfordernd sind. Mit etwas Abstand folgen als Hemmfaktoren die oft notwendige Anpassung des Produkts an unterschiedliche lokale Kun-

dInnenbedürfnisse (29%) sowie kulturelle Unterschiede (23%). Mit Sprachbarrieren und Unterschieden im Steuerwesen haben jeweils etwa 19% der Startups zu kämpfen.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER INTERNATIONALISIERUNG

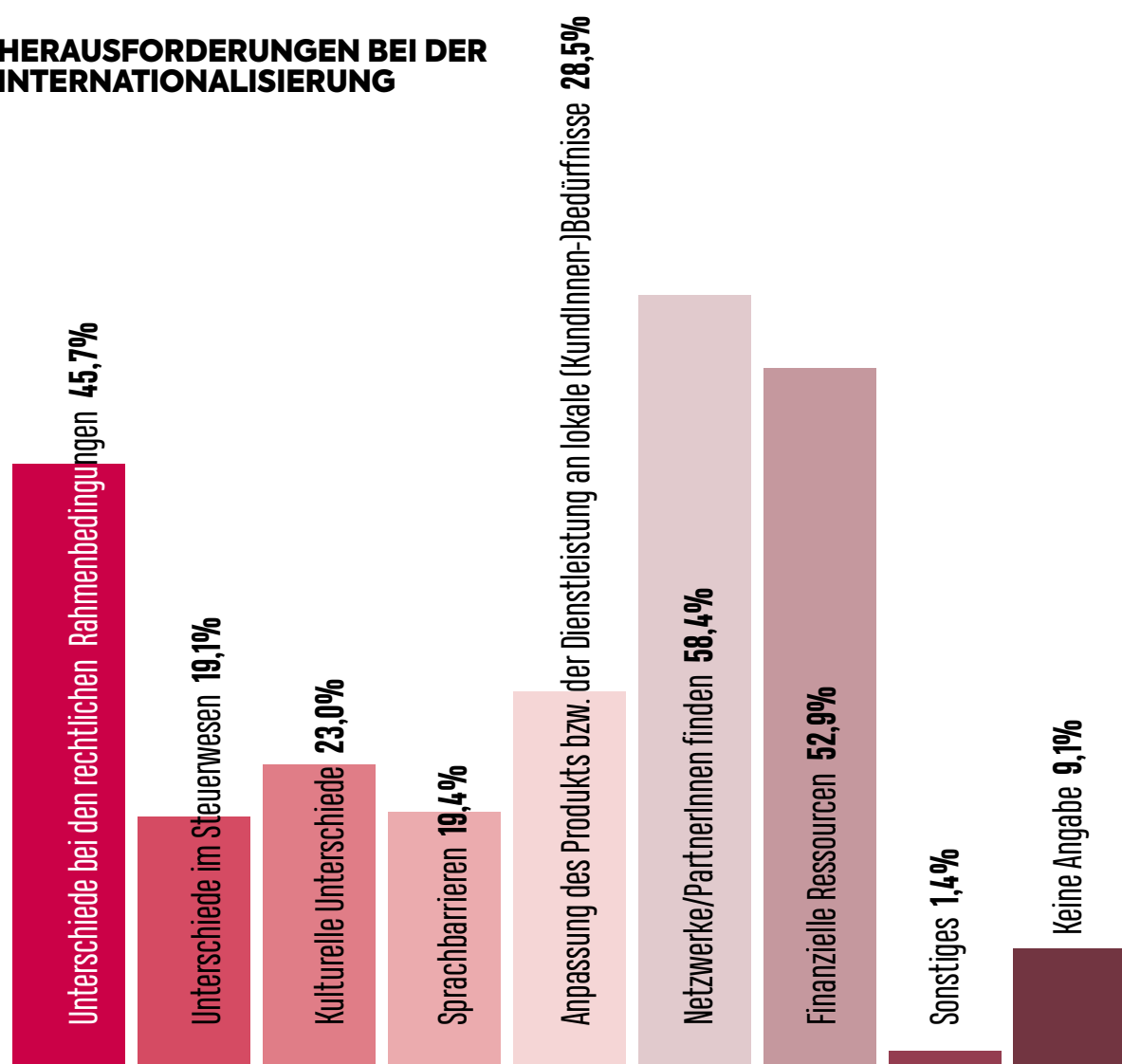


Abb. 39. Quelle: ASM Survey (Startups), N=333

AKTUELLE MÄRKTE

Den Großteil (59%) ihrer Umsätze erwirtschaften die befragten Startups laut ASM Survey innerhalb Österreichs. Etwa drei Viertel (73%) haben bereits internationale Märkte erschlossen und generieren Exportumsätze.

Etwa 30% des Umsatzes werden mit KundInnen aus anderen EU-Ländern erwirtschaftet. Der Umsatzanteil von EU-Ländern innerhalb der Eurozone ist

mit 28% zehnmal so hoch wie der von außerhalb der Eurozone (3%). Andere europäische Länder, die nicht zur EU gehören, machen etwa 1% und

Nordamerika ca. 5% des Umsatzes aus. Insgesamt 4% des Umsatzes werden in sonstigen Märkten erzielt.

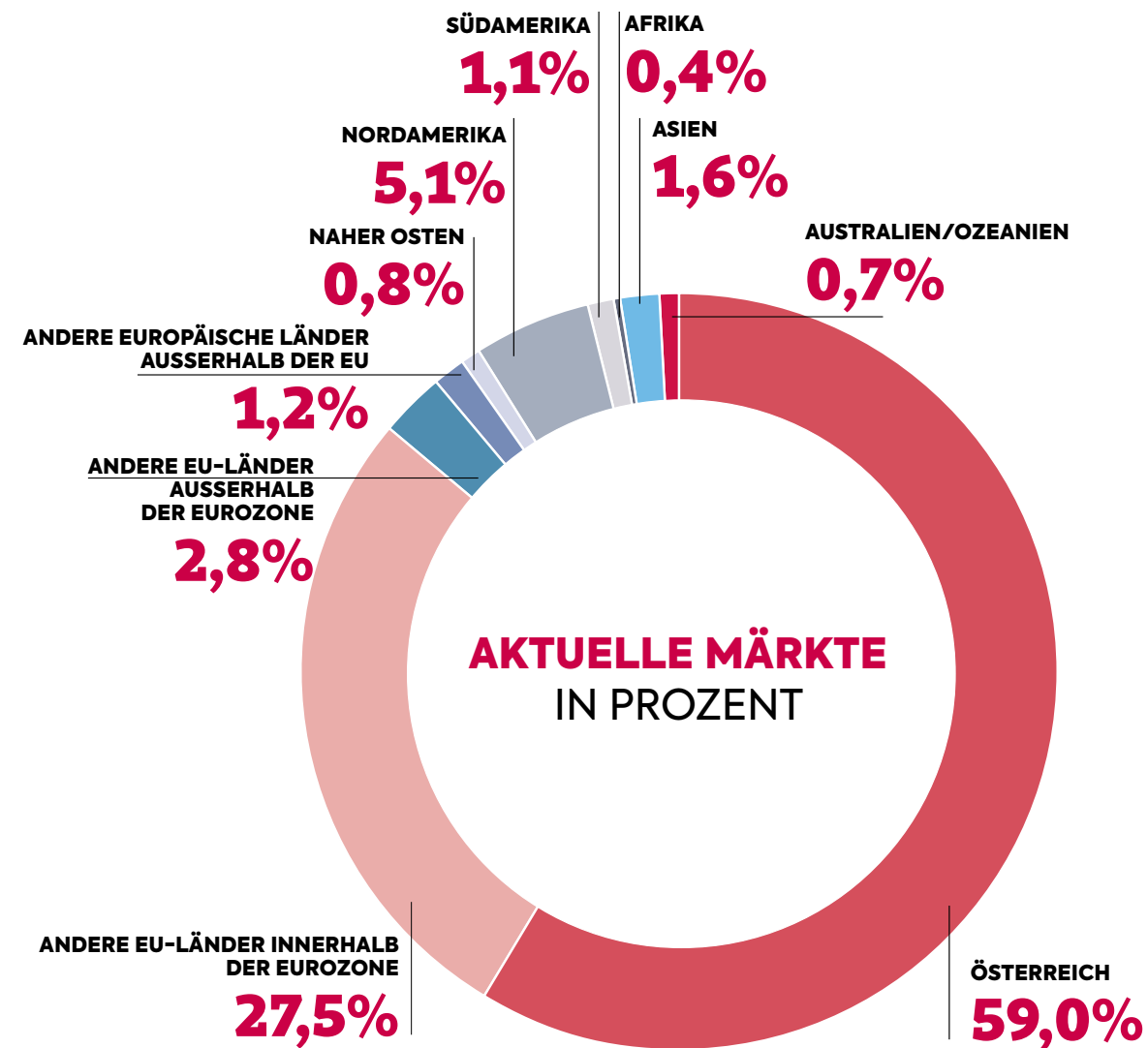


Abb. 40. Quelle: ASM Survey (Startups), N=355



KOOPERATIONEN

KOOPERATIONEN MIT STARTUPS & ETABLIERTEN UNTERNEHMEN

Während ihrer Unternehmensentwicklung sind Startups auf vielfältige Art und Weise auf KooperationspartnerInnen angewiesen und gehen strategische Partnerschaften sehr bewusst ein. Dabei kooperieren 90% der befragten Startups mit kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), anderen Startups, Großunternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen, öffentlichen Einrichtungen oder NGOs, 75% der Startups kooperieren dabei auch international.

Kooperation ist die freiwillige unternehmensübergreifende Zusammenarbeit jenseits von reinen Auftragsbeziehungen. Kooperationen mit kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) haben dabei die größte Bedeutung: Knapp 80% aller befragten Startups gaben an, mit kleinen und mittleren Unternehmen zu kooperieren.

Bei diesen Kooperationen mit kleinen und mittleren Unternehmen handelt es sich bei mehr als der Hälfte der Startups auch um grenzüberschreitende Partnerschaften. Kollaborationen mit anderen Startups sind für rund 65% relevant. Mit Großunternehmen arbeiten rund 64% der befragten Startups zusammen, knapp zwei Drittel davon auch

mit PartnerInnen im Ausland. Mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen kooperieren 60% der Startups. In dieser Gruppe dominieren jedoch nationale PartnerInnen, mit denen vorwiegend zusammengearbeitet wird. Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen, vor allem auf nationaler Ebene, sind immerhin noch für fast die Hälfte (46%)

von Relevanz. Rund 27% der Unternehmen gehen Partnerschaften mit NGOs und ähnlichen Institutionen ein. Nur jedes zehnte Startup ist bisher keinerlei Kooperationen mit externen PartnerInnen eingegangen, über 75% kooperieren insgesamt international.

BEDEUTUNG UNTERSCHIEDLICHER KOOPERATIONSPARTNERINNEN

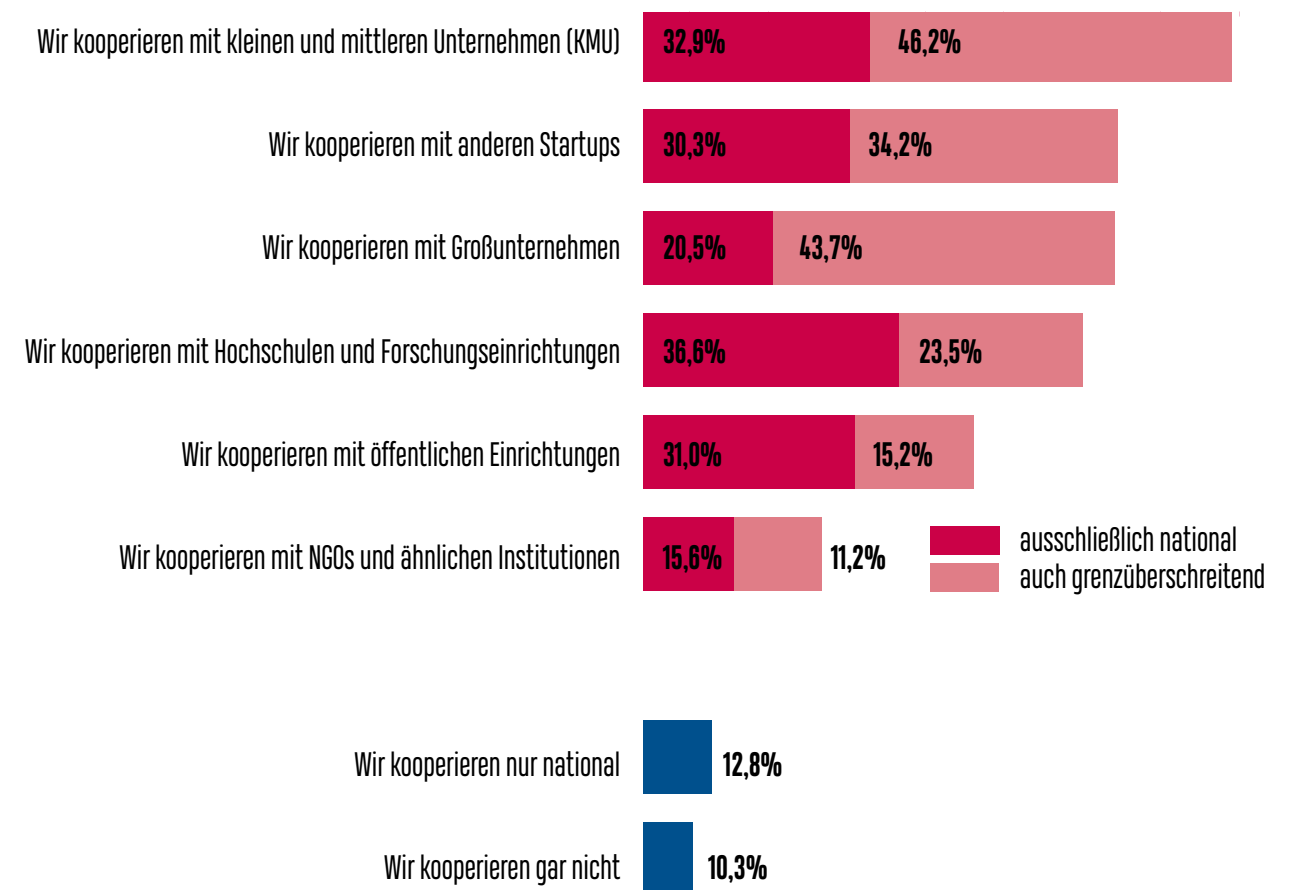


Abb. 41. Quelle: ASM Survey (Startups), Mehrfachantworten möglich, N=341

KOOPERATION MIT FORTUNE GLOBAL 500

Während insgesamt fast zwei Drittel der befragten Startups mit Großunternehmen zusammenarbeiten, kooperieren 15% der befragten Startups sogar mit Fortune Global 500 Unternehmen, also den weltgrößten internationalen Konzernen. Diese schaffen Zugang zu globalen Märkten und ermöglichen Wachstum.

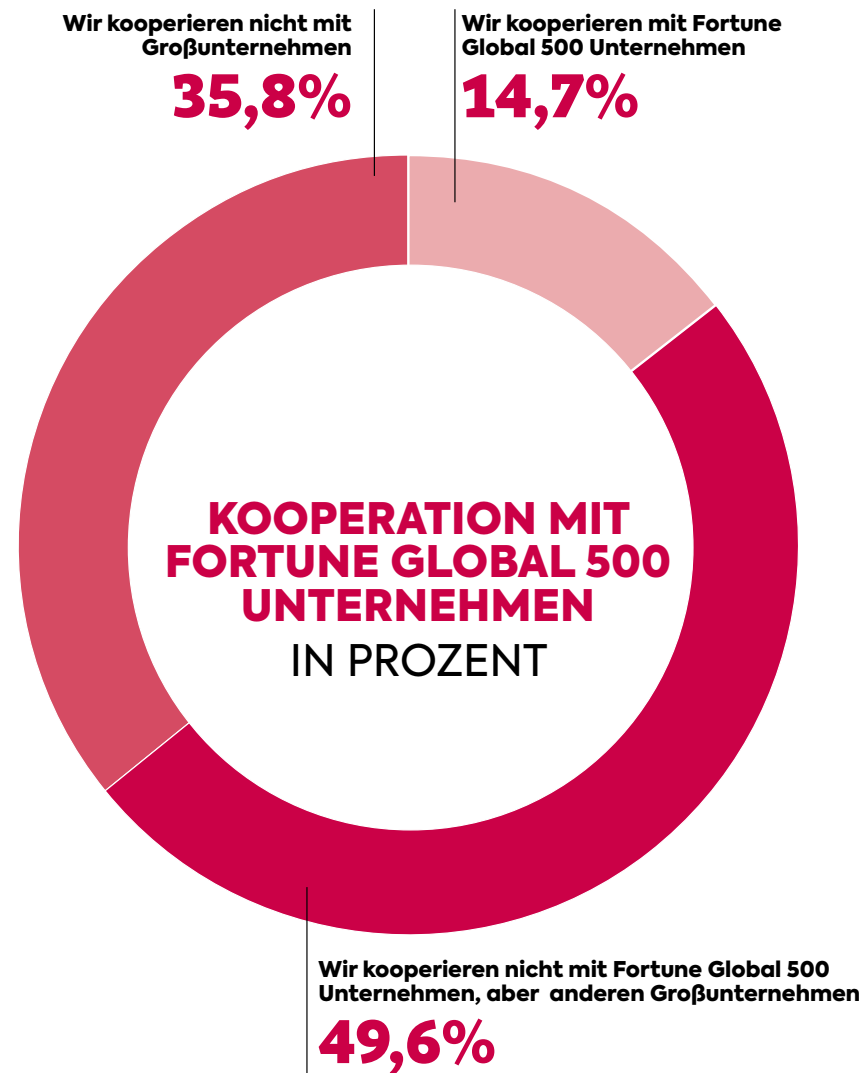


Abb. 42. Quelle: ASM Survey (Startups), N=341

ZIELE DER KOOPERATION

Die Bandbreite an KooperationspartnerInnen ist weit. Ebenso vielschichtig sind die Ziele, welche Startups durch Zusammenarbeit mit unterschiedlichen KooperationspartnerInnen verfolgen.

Insgesamt kooperieren 76% aller befragten Startups, um Zugang zu Märkten zu erhalten, 66% zur Entwicklung von Produkten und 63%, um Zugang zu Technologien zu erlangen. Es zeigen sich jedoch Unterschiede je nach KooperationspartnerIn. Handelt es sich etwa um kleine und mittlere Unternehmen, sind zwei Aspekte herausragend, der Zugang zu Märkten (49%) und die Entwicklung von Produkten bzw. Dienstleistungen (42%).

Auch was die Kooperation mit großen Unternehmen betrifft, sind die Motive seitens der Startups vielfältig. Für 50% der Startups ist dabei der Zugang zu KundInnen und Märkten wesentlich. Aber auch Reputation und Imagetransfer fallen ins Gewicht, etwa jedes dritte Startup zielt bei Kooperationen mit Großunternehmen darauf ab. Bei Kooperationen mit anderen Startups ist die Entwicklung von Produkten und Services sowie

die Erhöhung der Innovationsfähigkeit von größter Bedeutung. Mit Blick auf Hochschulen und Forschungseinrichtungen ist wenig überraschend, dass der Zugang zu Technologien (34%) und die Erhöhung der Innovationsfähigkeit (29%) oberste Priorität haben. Anders bei öffentlichen Einrichtungen: Hier ist Fundraising (19%) am bedeutsamsten.

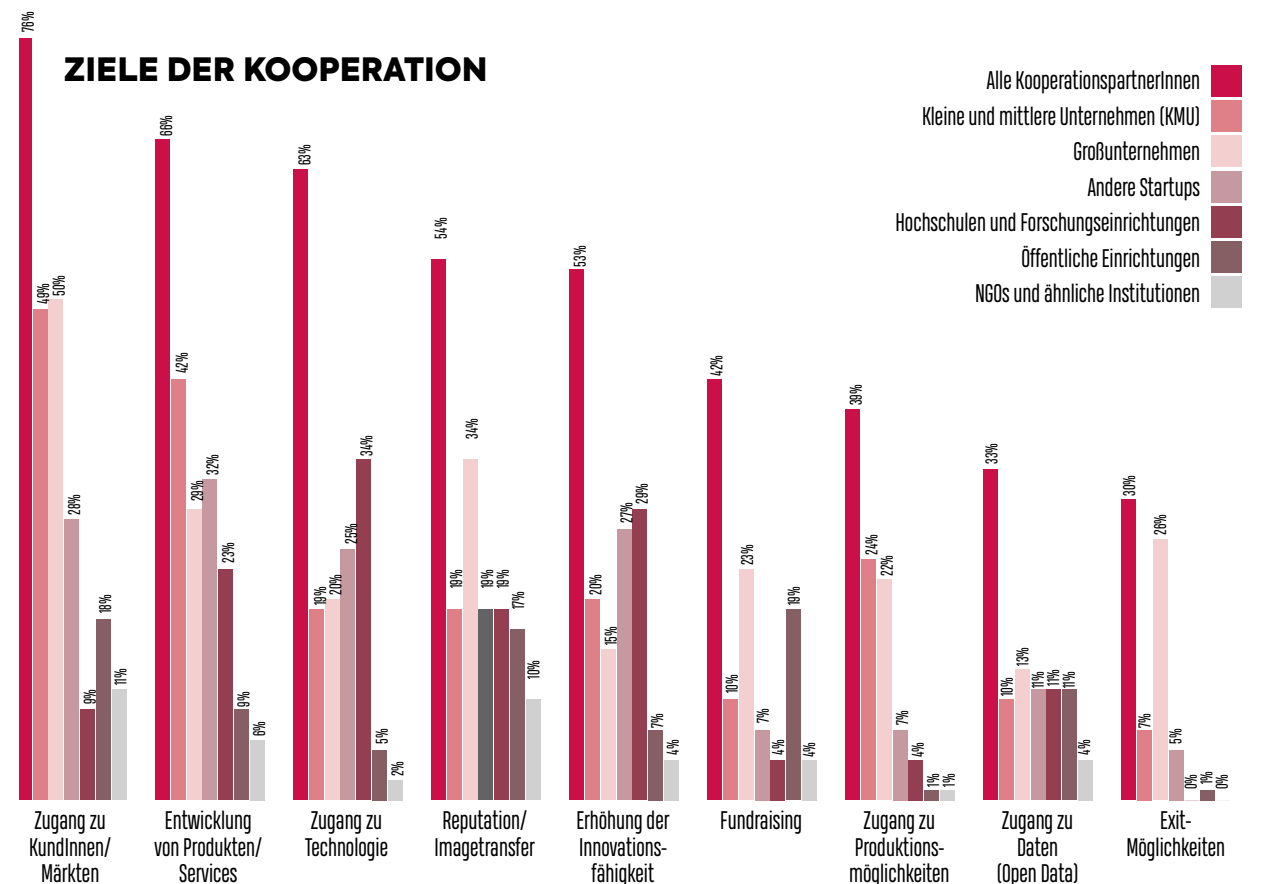


Abb. 43. Quelle: ASM Survey (Startups), Mehrfachantworten möglich, N=307

KOOPERATION & ENTWICKLUNGSPHASEN

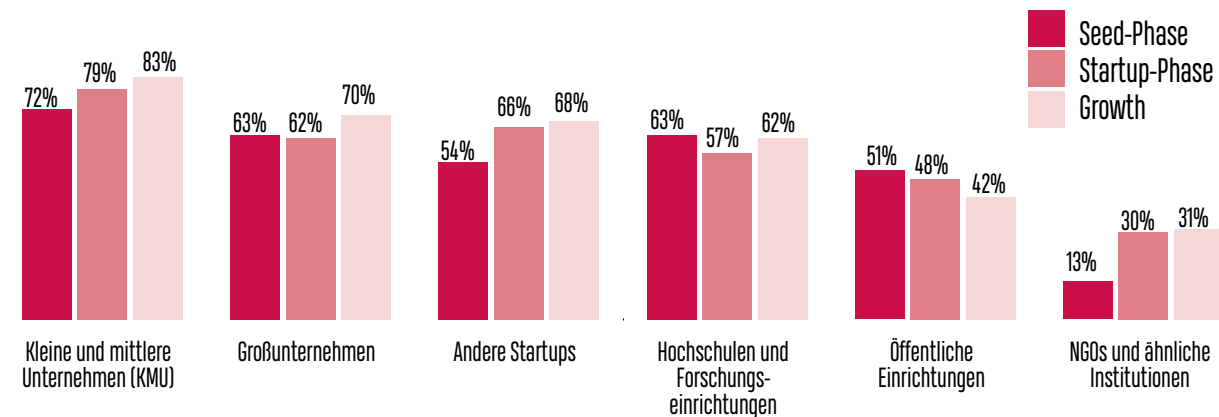
Während ihrer Unternehmensentwicklung sind Startups auf vielfältige Art und Weise auf KooperationspartnerInnen angewiesen und gehen strategische Partnerschaften sehr bewusst ein.

Kooperationen sind dabei für Startups in allen Entwicklungsphasen von großer Bedeutung. Bereits in der Seed-Phase wird regelmäßig auf verschiedene KooperationspartnerInnen zurückgegriffen. Dennoch zeigen sich Unterschiede über die Entwicklungsphasen. Die Bedeutung

von Kooperationen mit UnternehmenspartnerInnen ist zwar von Beginn an hoch, steigt aber im Entwicklungsverlauf weiter an. Dies ist durch die steigende Bedeutung des Marktzuganges über die Entwicklungsphasen zu erklären. Hochschulen und Forschungseinrichtungen sind über

den gesamten Entwicklungsverlauf von ähnlich hoher Bedeutung. Die Zusammenarbeit mit öffentlichen Einrichtungen ist bereits in der Seed-Phase, in der Fundraising ein zentrales Ziel darstellt, von großer Relevanz.

KOOPERATIONSPARTNERINNEN UND ENTWICKLUNGSPHASEN



KOOPERATIONSZIELE UND ENTWICKLUNGSPHASEN

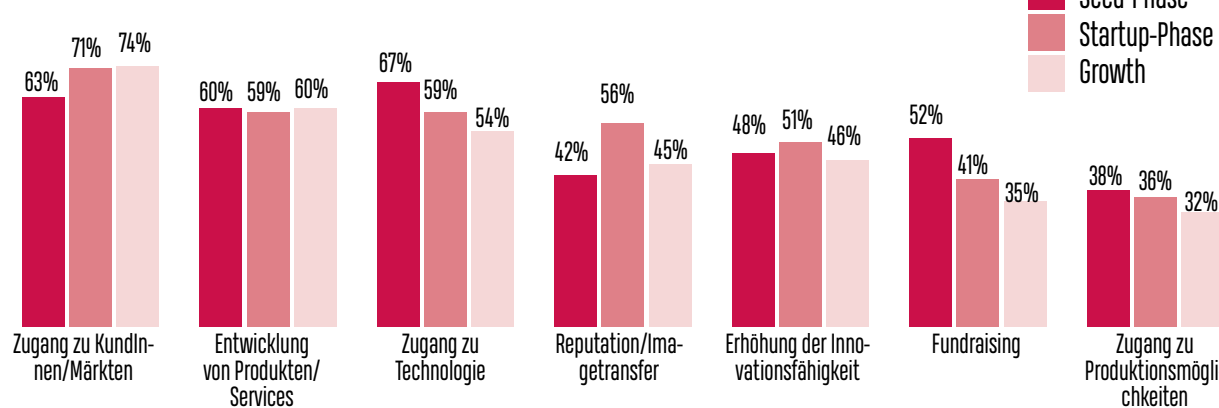


Abb. 44. Quelle: ASM Survey (Startups). Mehrfachantworten möglich, N=337

PROBLEME BEI KOOPERATIONEN

Startups erachten es als sehr wichtig, geeignete KooperationspartnerInnen zu identifizieren und auf sie einzugehen. Mehr als 90% der untersuchten Unternehmen haben bereits Kooperationserfahrungen gesammelt.

In der Praxis empfinden Startups eine unterschiedliche (Innovations-)Geschwindigkeit als sehr schwierig. Auf einer Skala von 1 (kein Problem) bis 5 (großes Problem) wird dieser Aspekt mit 3,7 als besonders schwerwiegend eingestuft und 57%, also

mehr als die Hälfte, betrachten dies als ein (großes) Problem. Mangelnde Flexibilität sind für 39% der Startups eine (große) Schwierigkeit, ein Aspekt, der durchschnittlich mit 3,1 bewertet wird. Weitere Herausforderungen betreffen unterschiedliche

Unternehmenskulturen (2,6) und nicht kompatible Unternehmensprozesse (2,4). Geografische Distanz oder mangelndes Vertrauen werden hingegen als weniger problematisch beurteilt.

PROBLEME BEI KOOPERATIONEN

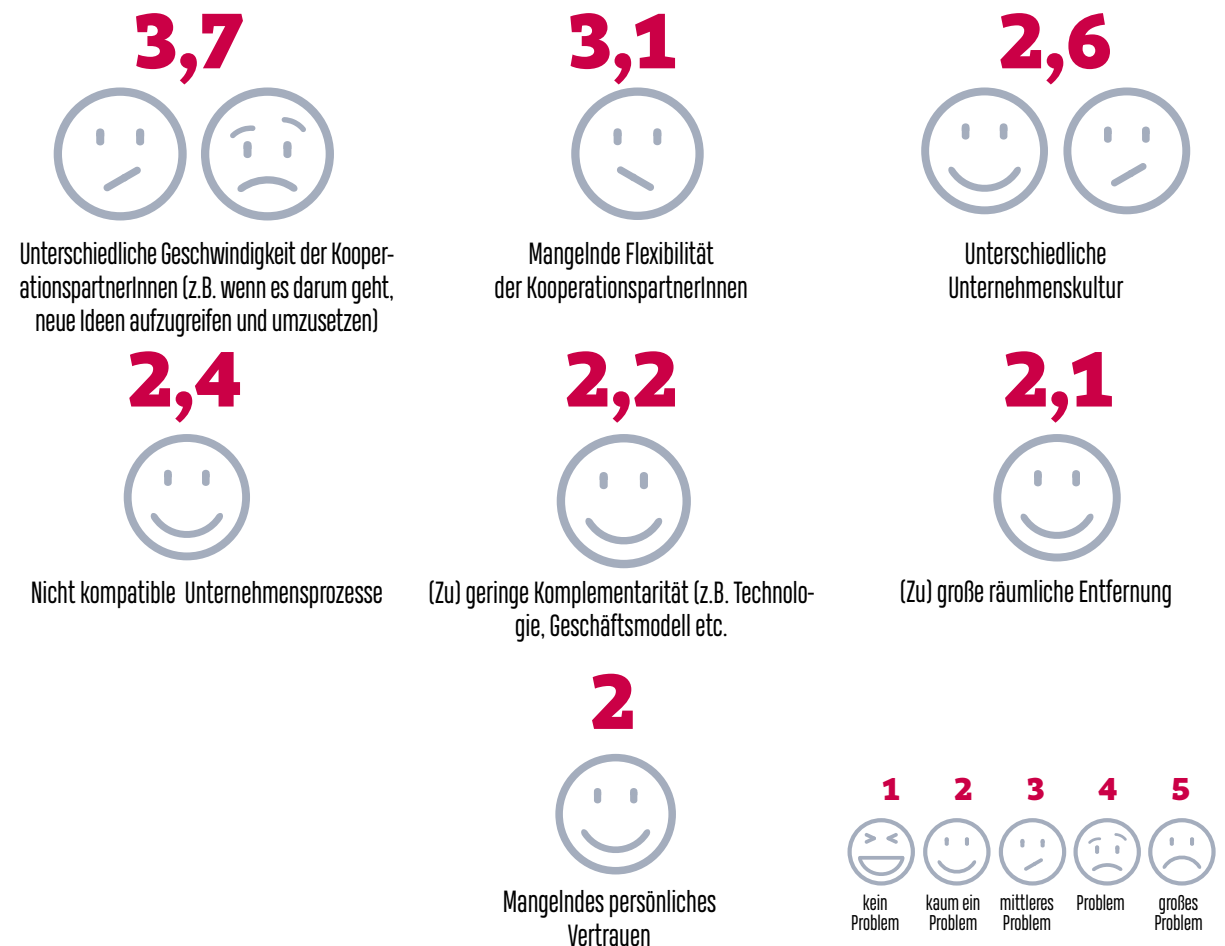


Abb. 45. Quelle: ASM Survey (Startups), N=243



UMSATZ & FINANZIERUNG

UMSATZ UND UMSATZWACHSTUM

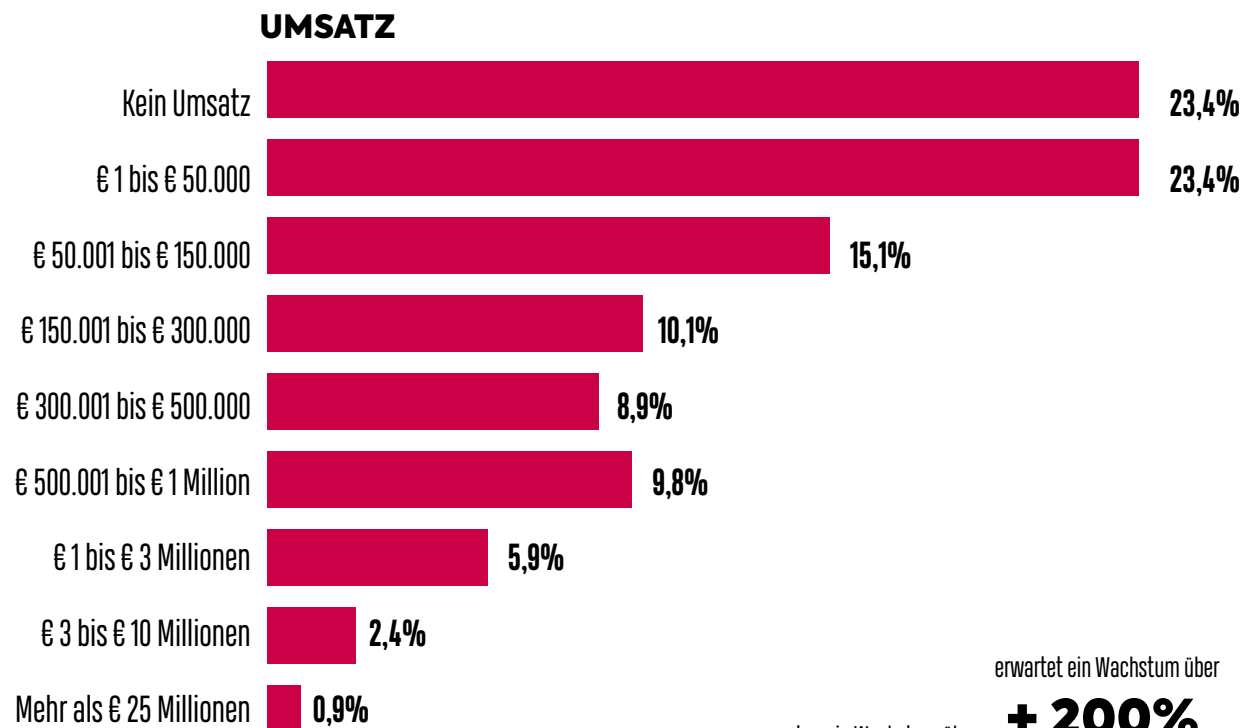
77% der befragten Startups erwirtschafteten im Vorjahr (2017) bereits Umsätze.

Bis zu 50.000 Euro Umsatz wurden von 23% der Startups erreicht.

Bei je einem Viertel lag der Umsatz zwischen 50.000 und 300.000 Euro (25%) bzw. zwischen 300.000 und 3 Mio. Euro

(25%). Mehr als 1 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftete im Vorjahr fast jedes zehnte Startup (9%). In Kapitel 2 (Startups in Österreich) wurde bereits dargestellt, dass sich etwa 58% der befragten Startups in der Seed- oder

Startup-Phase befinden. Dieses Ergebnis deckt sich mit der Umsatzanalyse, wonach 62% der Startups noch keinen bzw. bis zu 150.000 Euro Jahresumsatz im letzten Geschäftsjahr auswiesen.



UMSATZENTWICKLUNG

Außerdem wurden die Startups gebeten, ihre bisherige und künftige Umsatzentwicklung anzugeben bzw. einzuschätzen. Im Durchschnitt konnten die Startups ihren Jahresumsatz vom Vorjahr auf dieses Jahr fast verdoppeln: Startups konnten demnach ihren Jahresumsatz vom Vorjahr auf dieses Jahr mit 95% Umsatzwachstum fast verdoppeln. Auch die Einschätzung des weiteren Verlaufs ist von Optimismus gekennzeichnet, denn von diesem zum nächsten Jahr streben die Startups eine weitere Verdopplung des Umsatzes an.

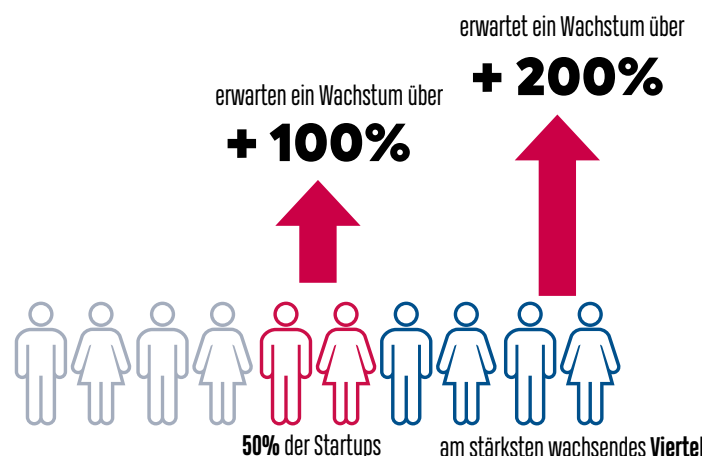


Abb. 46. Quelle: ASM Survey (Startups), N=363

PROFITABILITÄT

Jedes sechste Startup hat bereits die Gewinnzone erreicht.

Die TeilnehmerInnen des ASM Survey wurden befragt, wie lange es noch dauern würde, bis ihr Startup die Gewinnzone erreicht. Bei jedem sechsten Startup (18%) ist dies bereits der Fall. Weitere 14% gaben an, dass sie im aktuellen Geschäftsjahr

erstmals Gewinne erwirtschaften. Demnach hat beinahe jedes dritte Startup bereits den Break-Even erreicht bzw. wird diesen voraussichtlich innerhalb eines Jahres erreichen. 36% der Startups streben an, innerhalb von ein bis zwei Jahren

profitabel zu werden. Demgegenüber werden 29% die Gewinnschwelle in frühestens zwei bis über fünf Jahren erreichen. Nur 1% der befragten Startups gab an, dass das Erreichen von Profitabilität für sie keine Priorität hat.

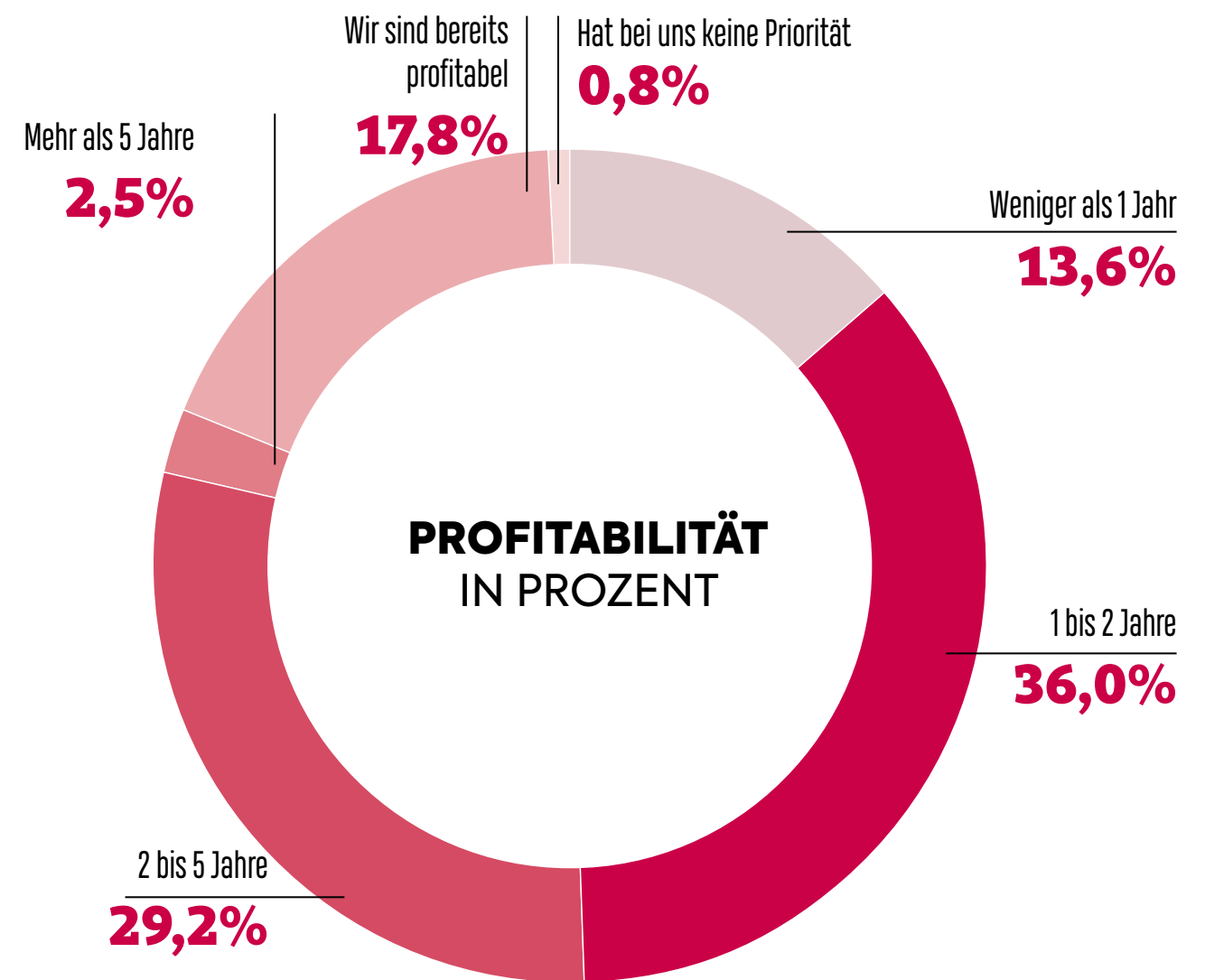


Abb. 47. Quelle: ASM Survey (Startups), N=363

FINANZIERUNGSQUELLEN

Die teils langen Zeiträume bis zum Break-Even bzw. in vielen Fällen bis zur Erzielung erster Umsätze stellen Startups vor eine fundamentale Herausforderung: Die Finanzierung des Unternehmensaufbaus. Welche Finanzierungsquellen wurden dafür bisher genutzt?

Das eigene Ersparte ist die häufigste Finanzierungsquelle. Bei 81% bzw. vier von fünf Startups haben die GründerInnen eigene finanzielle Mittel in die Startup-Gründung und dessen Aufbau gesteckt. Rund ein Viertel der befragten Startups (23%) wurde vom privaten Umfeld – Familienmitglieder und FreundInnen – finanziell unterstützt. Auf Platz 2 der wichtigsten Finanzierungsquellen österreichischer Startups rangieren öffentliche Förderungen und Unterstützungen. 55%, also knapp mehr als die Hälfte, haben diese bereits in Anspruch genommen. Der Anteil geförderter Startups ist gegenüber dem ESM 2016 (55%) konstant geblieben. In Europa finanziert sich im Schnitt jedes vierte Startup (27%) über öffentliche Fördermittel, wie

der ESM 2016 verdeutlichte. In Deutschland liegt der Anteil darüber, nämlich bei 35%. Eine detaillierte Darstellung und Verteilung der zuerkannten Förderungen und Unterstützungen findet sich auf den folgenden Seiten. Ein deutlicher Anstieg ist bei der Finanzierung durch Business Angels zu verzeichnen. Bereits jedes dritte österreichische Startup profitierte von dieser Finanzierungsform. Deren Anteil ist gegenüber dem ESM 2016 von 21% auf 33%, also um mehr als die Hälfte gestiegen. Inkubatoren/Company Builder nehmen ebenfalls eine wichtige Rolle ein – 19% der Startups erhielten von ihnen finanzielle Unterstützung. 14% der österreichischen Startups haben Venture Capital (VC) eingeworben. Etwa ein Drittel

finanziert sich aus dem Cash Flow (29%) und jedes fünfte Unternehmen (22%) wird über Bankkredite finanziert. Eine Verdopplung des Anteils ist bei Crowdfunding bzw. Crowdfunding zu beobachten: Waren es laut ESM 2016 noch 5% der Startups, sind es laut ASM 2018 bereits 10% bzw. jedes zehnte Startup. Eine kleine Gruppe (1%) gab an, bereits in der Vergangenheit ein Initial Coin Offering (ICO) gemacht zu haben. ICO ist ein relativ junges Phänomen, erlangte in den letzten Monaten aber immer mehr Aufmerksamkeit. Die Startups wurden deshalb um ihre Einschätzung gebeten, ob der ICO künftig eine relevante Alternative zur Venture-Capital-Finanzierung darstellen werde. Dies wurde von rund einem Viertel (24%) bejaht.

139
Keine Alternative zu VC

136
Keine Angabe 37,8%

85
Alternative zu VC

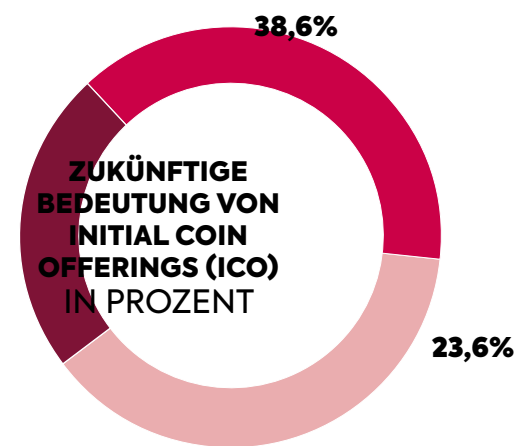


Abb. 48. Quelle: ASM Survey Startups, N=360

FINANZIERUNGSQUELLEN



Erspartes (finanzielle Mittel der GründerInnen) **81,2%**

Öffentliche Förderungen und Unterstützungen **55,0%**

Business Angels **33,4%**

Interne Finanzierung (Cash Flow) **29,3%**

Familie und FreundInnen **22,9%**

Bankkredit **21,8%**

Inkubator/Company Builder/Accelerator **19,3%**

Venture Capital (VC) **13,8%**

Crowdfunding/Crowdinvesting **9,9%**

Weitere Finanzquellen **6,9%**

Sonstige Kredite **2,8%**

ICO Initial Coin Offering **1,1%**

Abb. 49. Quelle: ASM Survey (Startups), N=365

EXTERNEN KAPITAL

Ein Großteil (72%) der befragten Startups hat bisher externes Kapital erhalten. Im Detail zeigt sich, dass 27% mit bis zu 150.000 Euro finanziert wurden. Jedes zehnte Startup erhielt Beträge zwischen 150.000 und 300.000 Euro. Bis zu 500.000 Euro erhielt nur etwas weniger als die Hälfte der befragten Startups (45%). Bei jedem achten Startup liegt das bisherige Fundraising-Volumen sogar zwischen einer halben und einer Million Euro (13%). Mehr als eine Million Euro erhielten insgesamt 15% der Startups. Eine Minderheit, aber doch 5%, konnte bisher mehr als drei Millionen Euro erfolgreich akquirieren.

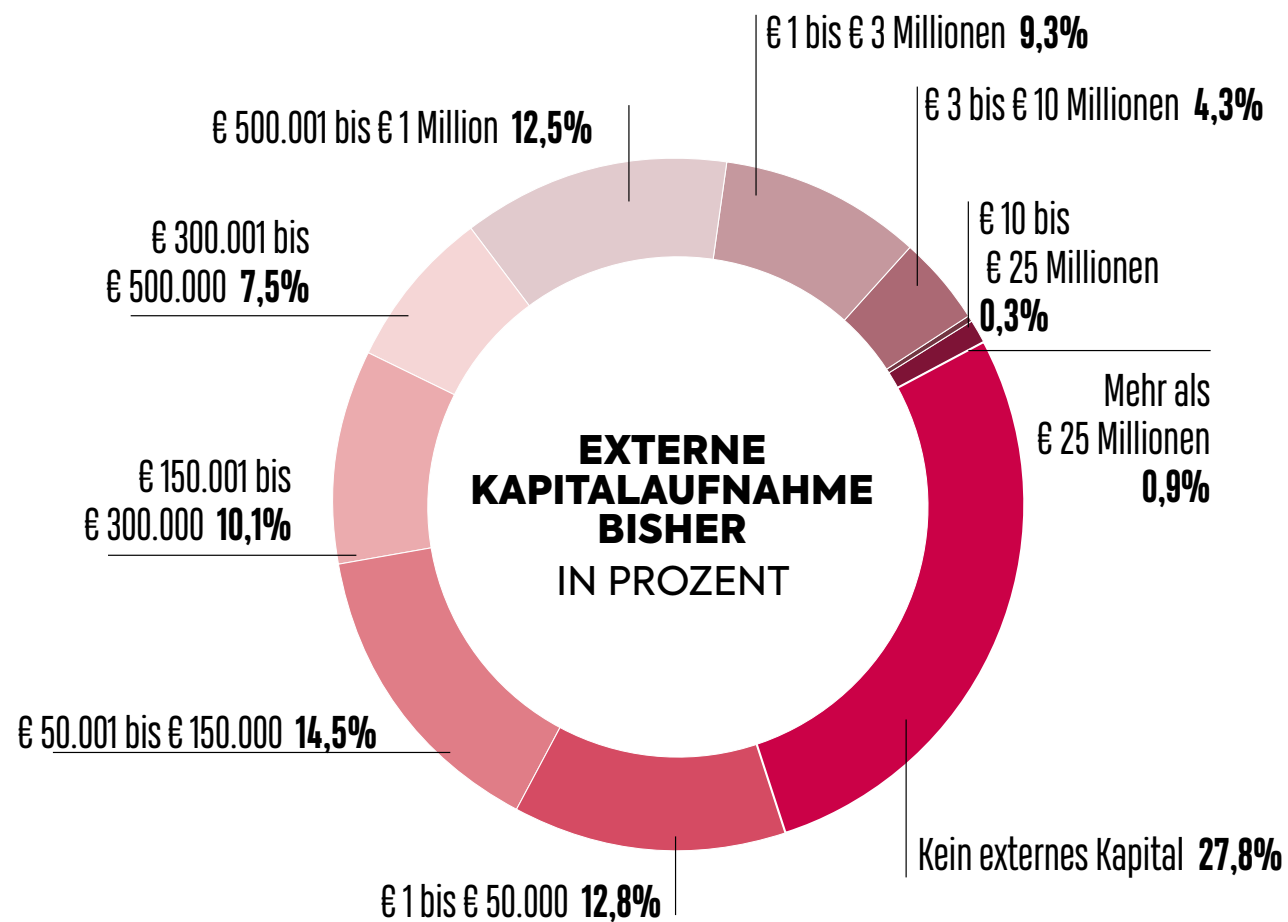


Abb. 50. Quelle: ASM Survey (Startups), N=361

Was die Zukunftspläne in puncto Finanzierung betrifft, so planen 69%, also mehr als zwei Drittel, in den nächsten 12 Monaten eine (weitere) Finanzierungsrunde. 5% haben vor, Seed-Beträge von bis zu 50.000 Euro zusammenzubringen, und 21% möchten zwischen 50.000 und 300.000 Euro sammeln. 14% planen, Risikokapital zwischen 500.000 und 1 Million Euro aufzunehmen. Jedes fünfte befragte Startup (20%) hat vor, mehr als 1 Million Euro aufzubringen.

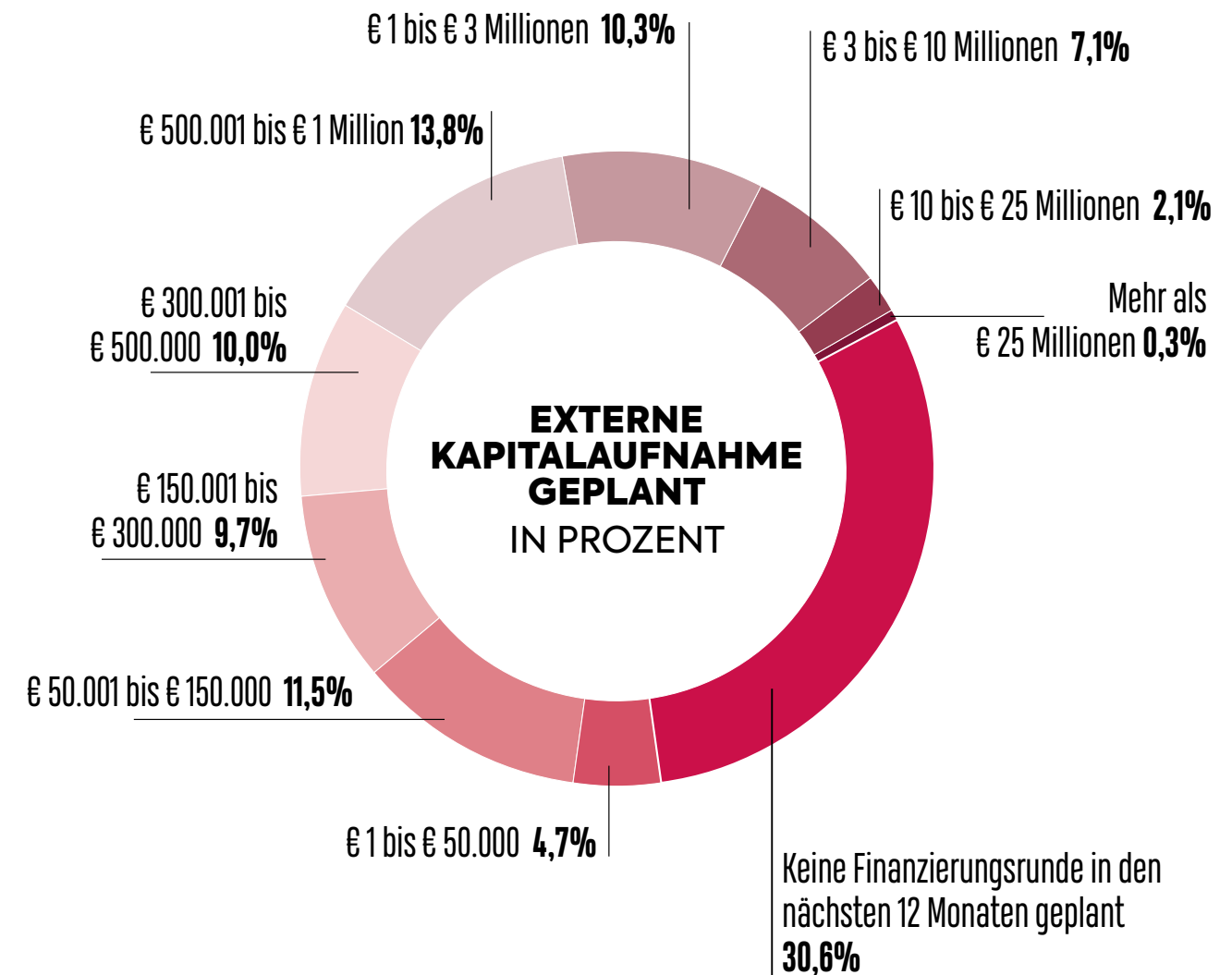


Abb. 51. Quelle: ASM Survey (Startups), N=361

BEWERTUNG DURCH INVESTORINNEN

Erstmals wurde im Rahmen des ASM Survey erhoben, wie hoch die Startups bei der jeweils letzten Finanzierungsrunde bewertet wurden. Die Ergebnisse zeigen für die 154 Startups mit externer Finanzierung, welche diese Frage beantworteten, vier annähernd gleich große Gruppen: 21% der risikokapitalfinanzierten Startups wurden mit bis zu 1 Million Euro bewertet. Je etwas mehr als ein Viertel erhielt bei der letzten Finanzierungsrunde eine Bewertung zwischen 1 und 2,5 Millionen Euro (28%) sowie zwischen 2,5 und 5 Millionen Euro (26%). Ein Viertel der Startups (25%) wurde mit mehr als 5 Millionen Euro bewertet.

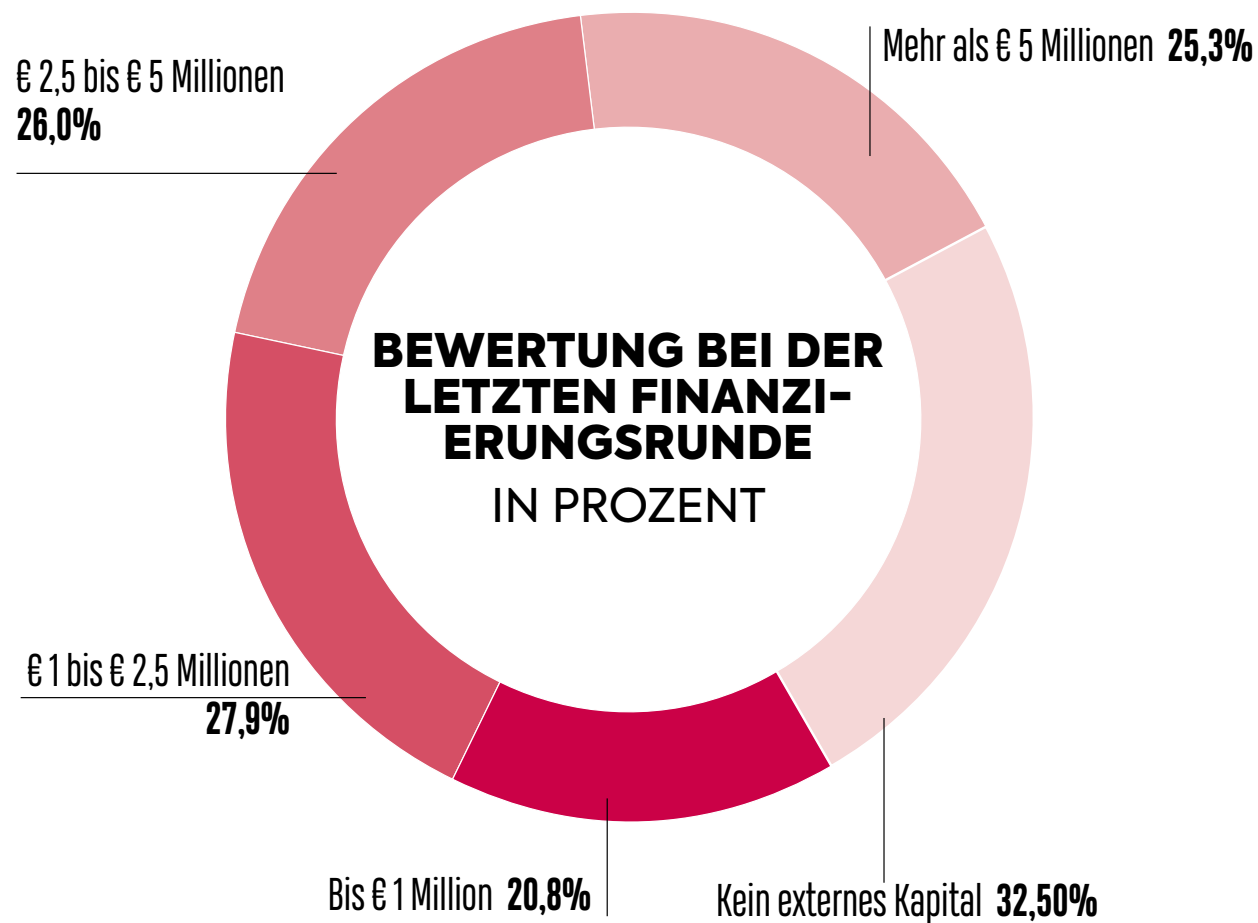


Abb. 52. Quelle: ASM Survey (Startups), N=354

HERKUNFT DER RISIKOKAPITALGEBERINNEN

Jene Startups, deren Unternehmen durch Business Angels oder Venture Capital finanziert wurden, sind beim ASM Survey auch nach der Herkunft der RisikokapitalgeberInnen befragt worden.

Diese kommen überwiegend aus Österreich. 84% wurden durch private heimische RisikokapitalgeberInnen und 28% durch öffentliches Risikokapital (z.B. aws Gründerfonds, tecnet etc.) finanziert. Außerhalb Österreichs spielt noch Deutschland eine wichtige Rolle: Ein Viertel wird von RisikokapitalgeberInnen aus Deutschland unterstützt. Bei 22% stammt das Risikokapital aus weiteren EU-Ländern (inkl. Großbritannien). 13% arbeiten mit InvestorInnen aus der Schweiz und 11% mit US-amerikanischen RisikokapitalgeberInnen zusammen.

HERKUNFT DER RISIKOKAPITALGEBERINNEN

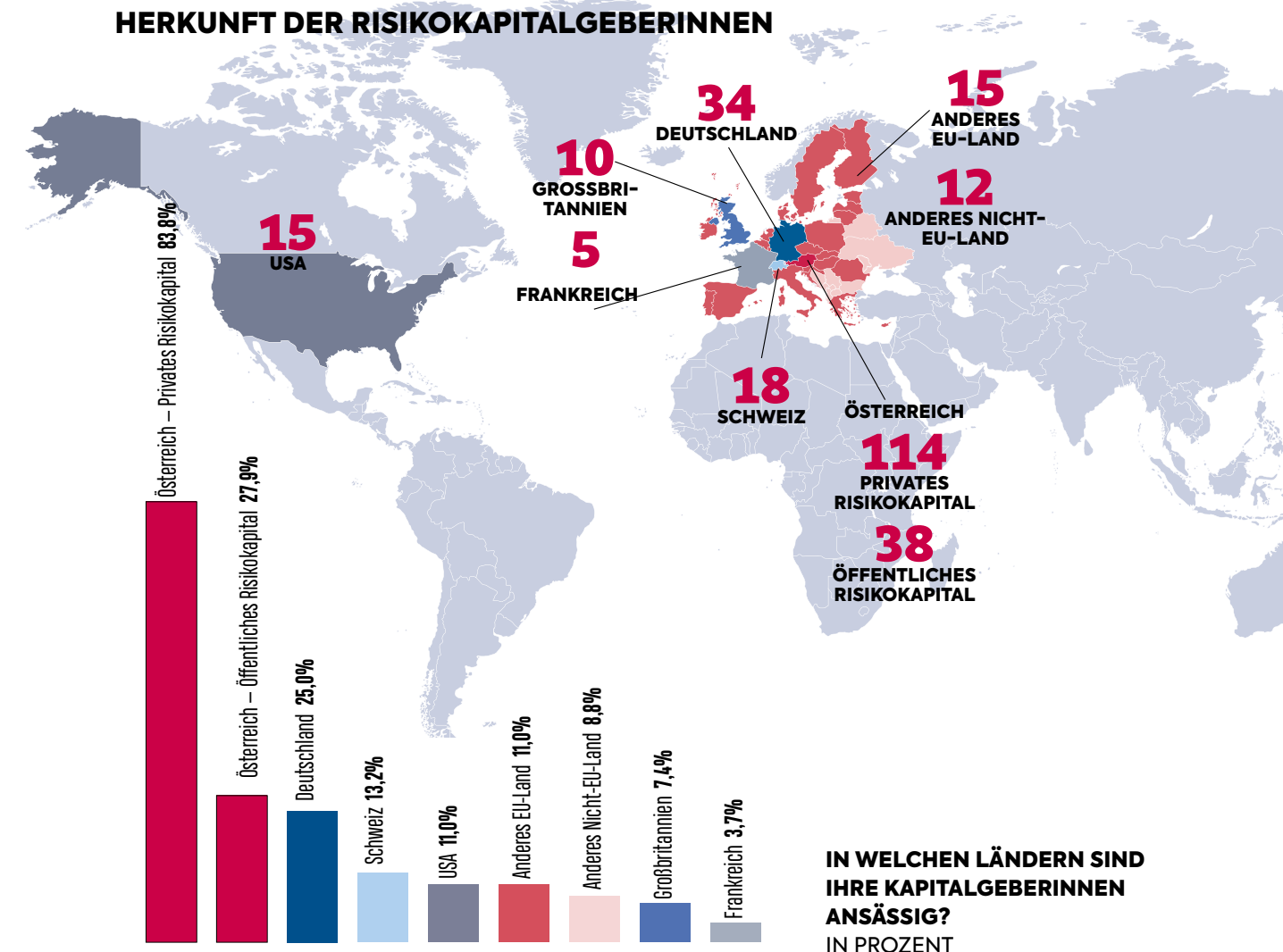


Abb. 53. Quelle: ASM Survey (Startups), N=256

ÖFFENTLICHE FÖRDERUNGEN UND UNTERSTÜTZUNGEN

Öffentliche Förderungen und Unterstützungen sind für österreichische Startups – auch im europäischen Vergleich – eine überaus wichtige Finanzierungsquelle. Jene Startups, die eine öffentliche Finanzierung erhalten haben (55%), wurden im ASM Survey im Detail befragt, welche Förderungen, Förderprogramme, Zuschüsse und Unterstützungen sie konkret in Anspruch genommen haben.

Der ASM 2018 zeigt auf, welche Förderinstitutionen für Startups eine wesentliche Rolle spielen: Von großer Bedeutung sind Förderungen von der aws und FFG. Im Weiteren ist die Unterstützung von Bundesländern oder Gemeinden relevant – rund ein Drittel der Startups (38%) bezog finanzielle Mittel von diesen Quellen. Von Fördermitteln der EU profitierte jedes achte Startup bzw. 12%. Was die konkreten Initiativen und Programme betrifft, kristallisieren

sich folgende Favoriten heraus: Je mehr als ein Drittel (36%) der Befragten erhielt eine FFG-Förderung aus Zuschuss und Darlehen (z.B. Start-up-Förderung und Basisprogramme) oder einen aws-Zuschuss (z.B. PreSeed oder Impulse XS/XL). Jeweils fast jedes dritte Startup hat die Forschungsprämie (31%) bzw. eine FFG-Zuschussförderung (Patentscheck, Innovationsscheck) (29%) in Anspruch genommen. 26% der befragten Startups sind bzw. waren Teil des universitären

Inkubatoren-Netzwerks AplusB. 15% wurden im Rahmen der Internationalisierungsinitiative unterstützt und 12% haben den Beschäftigungsbonus in Anspruch genommen. aws-Garantien (z.B. Double Equity, sonstige Kreditgarantien) und aws-Lohnnebenkostenförderung haben je 17% der Startups genutzt. Darüber hinaus waren bzw. sind 12% der befragten Startups im aws-Seedfinancing-Programm.

ÖFFENTLICHE FÖRDERUNGEN UND UNTERSTÜTZUNGEN

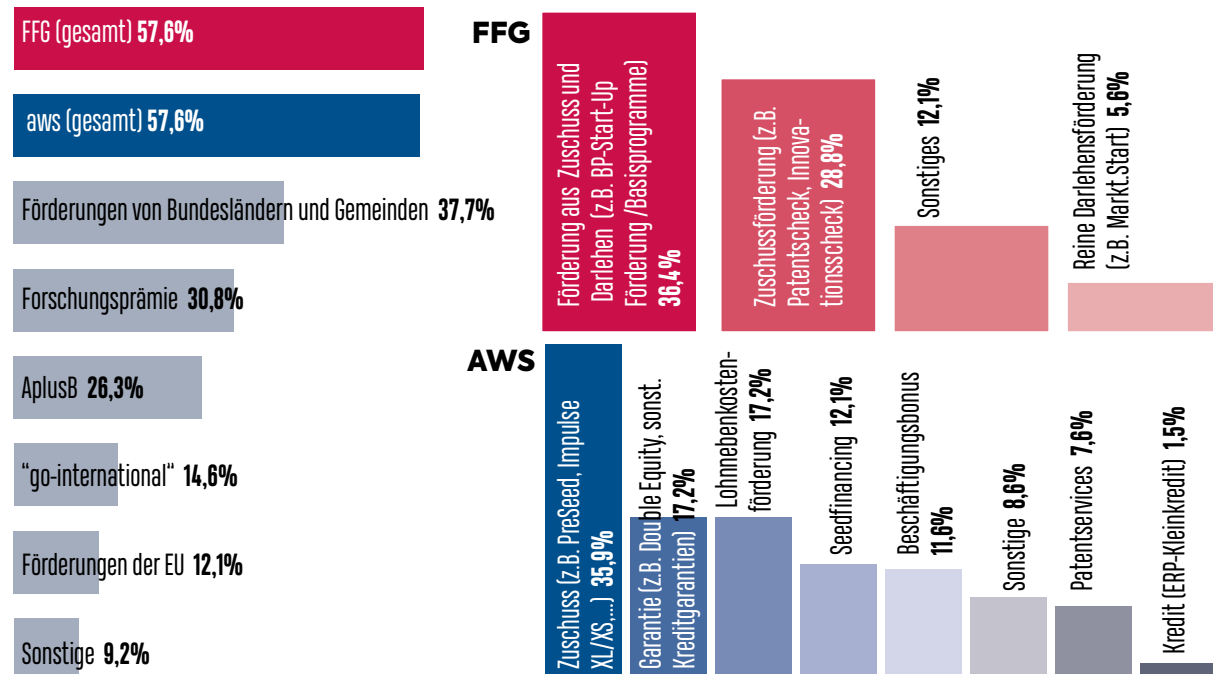


Abb. 54. Quelle: ASM Survey (Startups), N=191

UNTERSTÜTZUNG BEI DER KAPITALAKQUISITION

Um bei der Kapitalakquise erfolgreich zu sein, holen sich Startups oft externe Unterstützung. Doch: An wen wenden sie sich?

Diese Frage wurde im Rahmen des ASM Survey gestellt und auf einer fünfstufigen Skala von 1 (keine Unterstützung) bis 5 (maßgebliche Unterstützung) beantwortet. Bereits vorhandene InvestorInnen, wie etwa Business Angels, unterstützen Startups am maßgeblichsten. 43% gaben an, dass die vorhandenen InvestorInnen für die weitere

Kapitalakquise wichtig oder sehr wichtig waren. Im Durchschnitt wurde dieser Punkt mit 3,1 bewertet. An zweiter Stelle in puncto Kapitalakquise stehen Inkubatoren/Akzeleratoren/Company Builder: 36% hielten diese für wichtig bzw. sehr wichtig (durchschnittliche Bewertung: 2,7), FörderberaterInnen waren für 32% wichtig oder sehr wichtig (2,7) und die

Startup-Community für 31% (2,6). Auch InvestorInnen-Netzwerke spielen für 29% für die Kapitalakquise eine wichtige Rolle (2,5). Demgegenüber gab nur jedes vierte Startup an, bei der Kapitalakquise von UnternehmensberaterInnen (24%) und RechtsanwältInnen (23%) maßgeblich unterstützt worden zu sein.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER KAPITALAKQUISITION

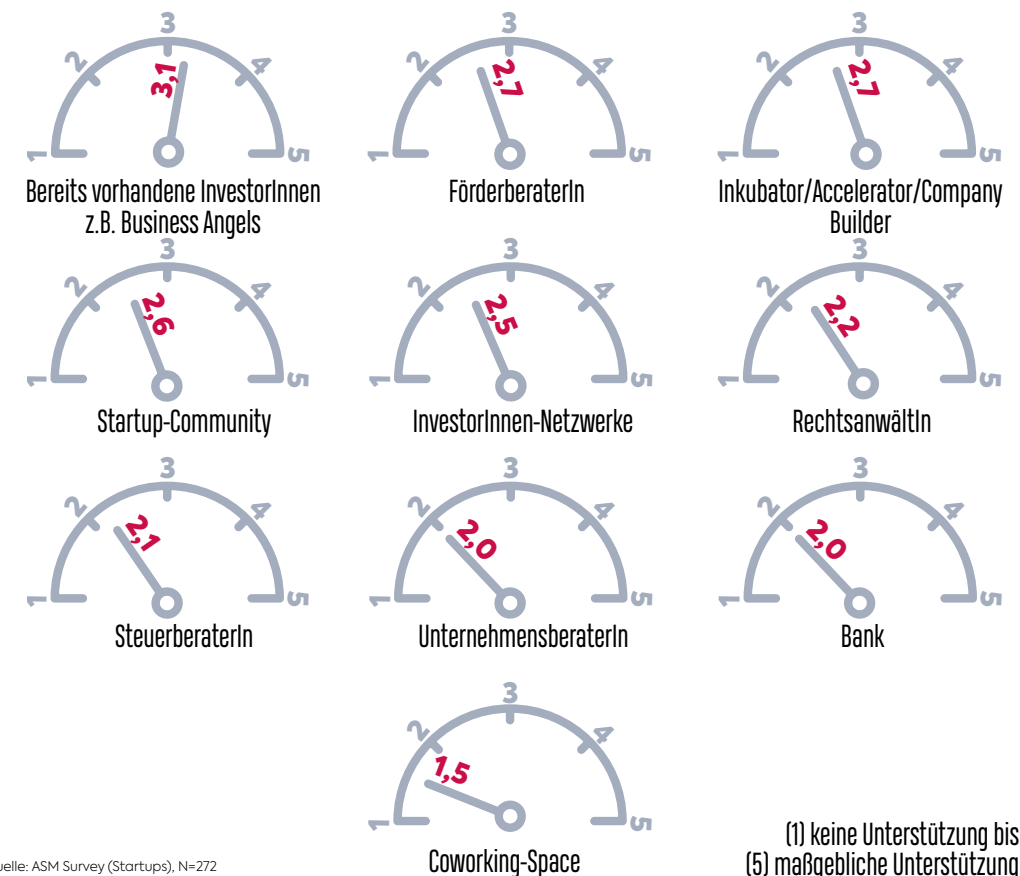


Abb. 55. Quelle: ASM Survey (Startups), N=272

(1) keine Unterstützung bis (5) maßgebliche Unterstützung



UMFELD & ENTWICKLUNG

AKTUELLE GESCHÄFTSLAGE

Das Geschäftsklima bildet die Stimmungslage, etwa zu Umsatz- und Gewinnerwartungen, ab. Damit ist es ein wichtiger Frühindikator, um Perspektiven und konjunkturelle Entwicklungen von Unternehmen darzustellen.

Die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage deutet auf eine positive Stimmungslage hin. In Summe schätzt etwas mehr als die Hälfte der TeilnehmerInnen des ASM Survey die aktuelle Geschäftslage als sehr gut (18%) oder gut (35%) ein. 39% beur-

teilen sie als zufriedenstellend. Als schlecht oder sehr schlecht bewertet nur etwa jedes dreizehnte Startup die derzeitige Geschäftslage. Im Vergleich zum ESM 2016 wird heute die Geschäftslage insgesamt besser bewertet. Damals gaben 29%

der österreichischen Startups eine zumindest gute und 62% eine zufriedenstellende Einschätzung ab.

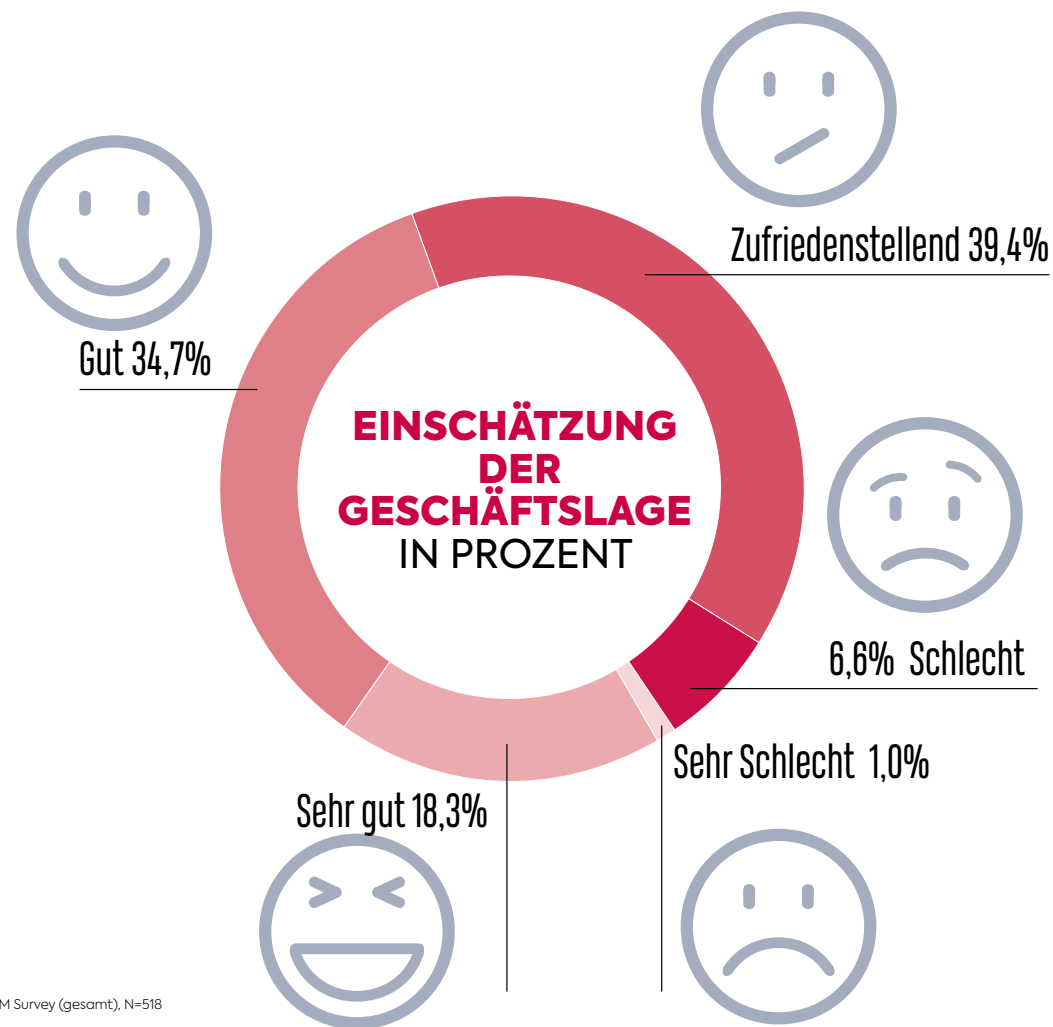


Abb. 56. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=518

WESENTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

Um ein besseres Verständnis für die momentane Lage der Startups zu gewinnen, wurden die TeilnehmerInnen nach ihren derzeit größten Herausforderungen befragt.

Dies sind Vertrieb bzw. KundInnenakquise sowie Umsatzwachstum. Wieder erfolgte die Beantwortung auf einer fünfstufigen Skala von 1 (keine Herausforderung) bis 5 (sehr große Herausforderung). Bei den beiden genannten Bereichen liegt die durchschnittliche Bewertung bei 4,2 und 4,2. Von fast

der Hälfte der Befragten werden diese Themen als sehr große Herausforderung eingestuft. Mit einigem Abstand folgt die Produktentwicklung, die für 28% eine sehr große Problemstellung ist (Durchschnittswert: 3,5). Je etwa ein Drittel der Startups gab an, dass das Management von Liquidität (3,4) sowie

Profitabilität, Kapitalakquise und Internationalisierung (je 3,2) für sie momentan zu den sehr großen Herausforderungen zählen. Eher interne Erschwernisse wie der Aufbau von Prozessen und Organisation (2,9) sowie Team-Entwicklung (2,7) werden nur von etwa jedem zehnten Startup als sehr herausfordernd erachtet.

AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN



Abb. 57. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=532

(1) keine Herausforderung bis (5) sehr große Herausforderung

UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

Rund um den Themenbereich öffentliche Hand sind für Startups zwei Fragen besonders relevant: Wie funktioniert die Zusammenarbeit bzw. Unterstützung durch öffentliche Einrichtungen? Was erwarten sie sich von der Politik mit Blick auf ihre unternehmerische Tätigkeit?

Die Bewertung erfolgte auf einer Skala von 1 (sehr negativ) bis 5 (sehr positiv). Was die Erfahrungen betrifft, sind die negativen in der Mehrheit: 33% der TeilnehmerInnen haben solche gemacht. Auf einer Skala von 1 (sehr negativ) bis 5 (sehr positiv) bewerten sie die Zusammenarbeit mit 2,9. Nur ein Viertel stellt den öffentlichen Einrichtungen ein sehr gutes bis gutes Zeugnis aus und gibt an, positive Erfahrungen gemacht zu haben. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass nicht näher untersucht wurde, auf welche Ursachen dies zurückzuführen ist (Bsp. zu geringe

Dotierung von Programmen). Das derzeitige Angebot an Digital Services (z.B. Unternehmensserviceportal, Online-Patentanmeldung) wird von 34% der Befragten als zufriedenstellend und von 26% als gut bewertet und weist einen Durchschnittswert von 2,8 auf. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, wie das Interesse der österreichischen Bundesregierung an der Lage der Startups eingeschätzt wird: Nur 12% bzw. jede/r achte TeilnehmerIn ist der Meinung, dass diese ein ernstzunehmendes Interesse daran hat, Startups zu unterstützen. Rund ein Viertel (26%) ist unentschieden

und die Mehrheit (62%) gibt an, dass sie den Eindruck hat, dass die Bundesregierung wenig bis kein ernstzunehmendes Interesse an der Förderung von Startups habe. Jenseits nationaler Grenzen wurden auch die Erfahrungen auf EU-Ebene abgefragt: Dabei zeigte sich, dass zwar die Erfahrungen mit EU-Institutionen noch ein wenig schlechter bewertet werden als mit nationalen Einrichtungen (2,5 vs. 2,9), den EU-Institutionen jedoch ein größeres Interesse an der Förderung von Startups als der Bundesregierung attestiert wird (2,6 vs. 2,2).

ZUSAMMENARBEIT MIT ÖFFENTLICHEN EINRICHTUNGEN



2,9



Wie positiv schätzen Sie Ihre Erfahrungen mit öffentlichen Behörden/Einrichtungen ein?

2,8



Wie finden Sie das derzeitige Angebot an Digital Services (z.B. Unternehmensserviceportal, Online-Patentanmeldung etc.)?

2,5



Wie positiv schätzen Sie Ihre Erfahrungen mit EU-Institutionen ein?

2,2



Finden Sie, dass die Bundesregierung ein ernstzunehmendes Interesse an der Unterstützung von Startups hat?

Abb. 58. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=532

ERWARTUNGEN AN DIE POLITIK

Die Startups wurden in diesem Zusammenhang nach ihren konkreten Wünschen bzw. Erwartungen an die Politik befragt. Daraus sollen Anregungen für die künftige Ausgestaltung und Weiterentwicklung des österreichischen Startup-Ökosystems gewonnen werden.

Höchste Priorität hat für Startups laut Analyse die Senkung der Lohnnebenkosten. Dies wurde von 75% der Teilnehmenden auch als konkrete Erwartung an die Politik formuliert. Ebenfalls eine große Mehrheit (70%) wünscht sich den Abbau bürokratischer und regulatoriver Hürden. Mehr als die Hälfte gab Steuersenkungen/-erleichterungen (55%) bzw. generell ein besseres Verständnis

(54%) für die Besonderheiten von Startups an. Eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Risikokapital und bei der Kapitalakquise wünschen sich wiederum 51% bzw. 44%. Darüber hinaus haben Startups mit Blick auf ihre unternehmerische Tätigkeit noch andere Erwartungen an die Politik bzw. zeigen Defizite auf: Großes Gewicht hat hier die Verbesserung der Stellung des Un-

ternehmertums in der Gesellschaft (39%), ein verbesserter Austausch zwischen Politik und Startups (38%), die Etablierung von Entrepreneurship im Bildungssystem (37%) und eine bessere Unterstützung für GründerInnen (z.B. lokale Unterstützung und Beratung) (36%). Diese Befunde decken sich mit dem halbjährlich durchgeführten Wirtschaftsbarometer der Wirtschaftskammer.

ERWARTUNGEN AN DIE POLITIK

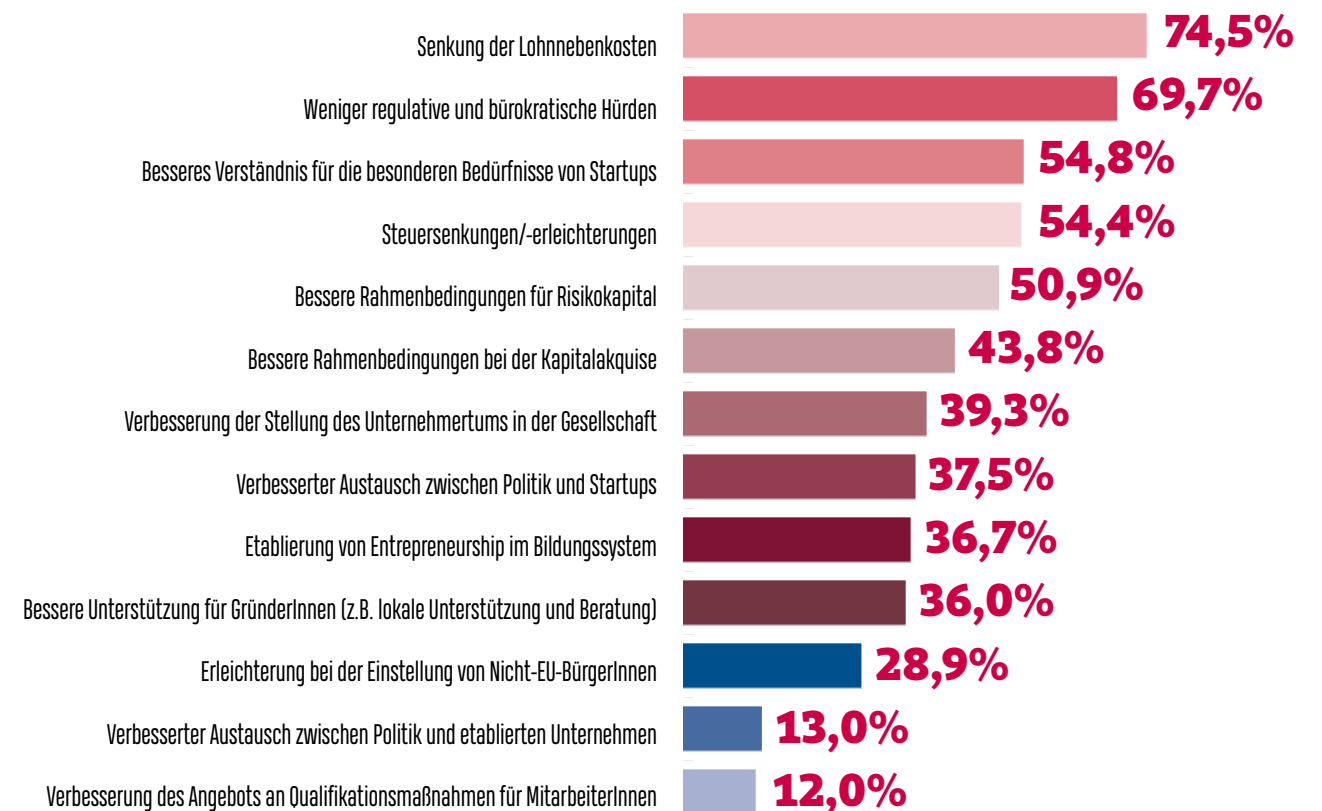


Abb. 59. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=532

INNOVATIONS- & TECHNOLOGIETRENDS

Wie schätzen Startups das zukünftige Potenzial aktueller Technologietrends ein?

Die Top 3-Technologietrends auf Basis der Bewertung auf einer fünfstufigen Skala von 1 (kein Potenzial) bis 5 (sehr großes Potenzial) lauten: Künstliche Intelligenz (Artificial Intelligence

(4,5)), Big Data (4,2) und Autonomous Vehicles (4,1). Diesen drei Technologien wird von je mehr als der Hälfte der Startups „sehr großes Potenzial“ beschieden. Ebenfalls als vielversprechend

werden die Bereiche Robotics (4,0), Smart Medical Devices (3,9) und Quantentechnologie (3,9) eingeschätzt.

POTENZIAL VON INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIETRENDS



(1) kein Potenzial bis (5) sehr großes Potenzial

Abb. 60. Quelle: ASM Survey (gesamt), N=532

Startups wurden darüber hinaus befragt, welchen Innovations-themen ihrer Einschätzung nach in Österreich (noch) zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet wird. Hier kommt es zu einer Überschneidung, denn die Ergebnisse

zeigten, dass jene Technologien mit dem größten Potenzial auch diejenigen sind, welche aus Sicht der TeilnehmerInnen zu wenig beachtet werden: Mehr als ein Drittel der Startups (39%) ist der Meinung, dass Artificial Intelli-

genze zu wenig Interesse geschenkt wird. 27% geben an, dass dies bei Autonomous Vehicles der Fall sei, gefolgt von Big Data (22%), Blockchain (21%) und dem Internet of Things (20%).

MANGELNDE AUFMERKSAMKEIT FÜR INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIETRENDS

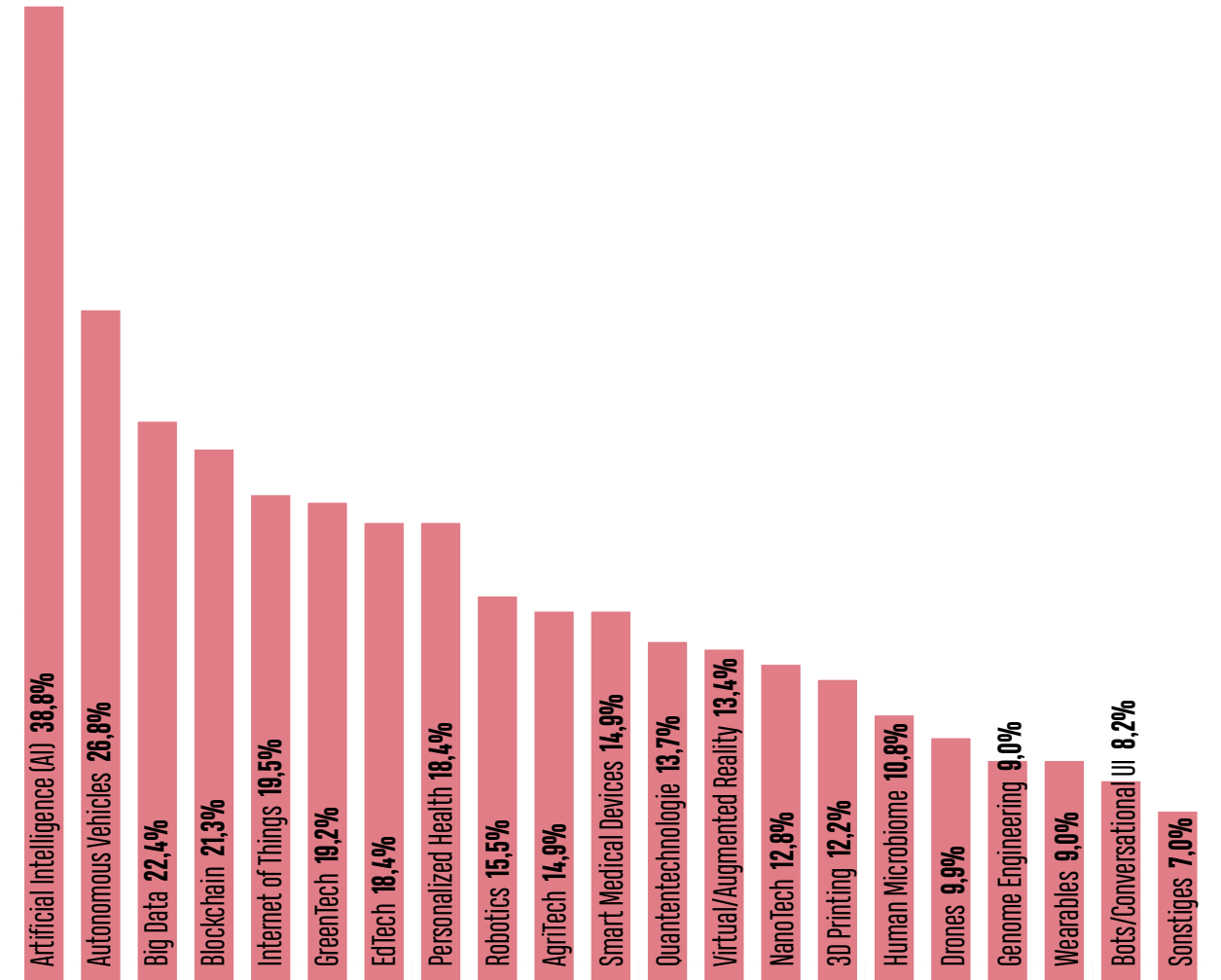
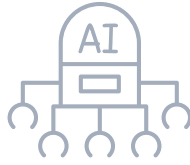


Abb. 61. Datenbasis: Survey (gesamt), Mehrfachnennungen, N=511

AUFTRAGGEBE- RINNEN & PROMOTOREN

133



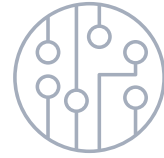
ARTIFICIAL
INTELLIGENCE (AI)

92



AUTONOMOUS
VEHICLES

77



BIG DATA

73



BLOCKCHAIN

67



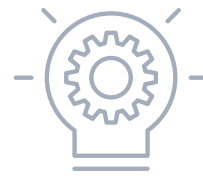
INTERNET OF THINGS

66



GREENTECH

63



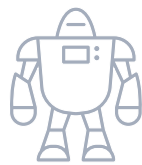
EDTECH

63



PERSONALIZED HEALTH

53



ROBOTICS

51



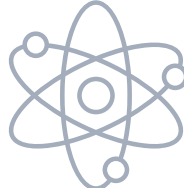
AGRITECH

51



SMART MEDICAL
DEVICES

47



QUANTENTECHNOLOGIE

46



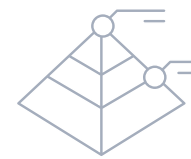
VIRTUAL/AUGMENTED
REALITY

44



NANOTECH

42



3D PRINTING

37



HUMAN MICROBIOME

34



DRONES

31



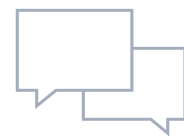
GENOME ENGINEERING

31



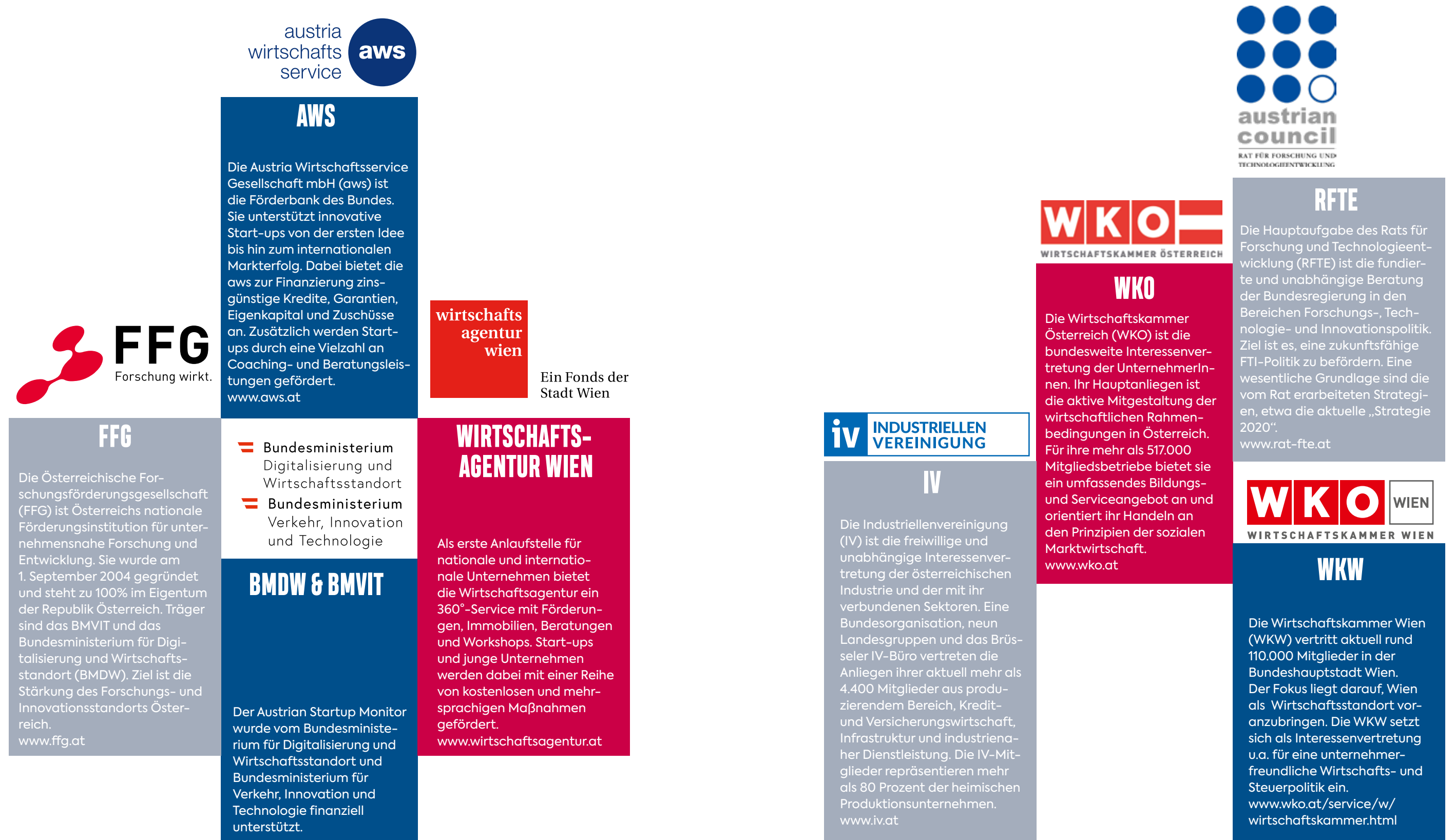
WEARABLES

28



BOTS/
CONVERSATIONAL UI

Die Finanzierung des Austrian Startup Monitor erfolgte durch folgende Institutionen:



FFG
 Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) ist Österreichs nationale Förderungsinstitution für unternehmensnahe Forschung und Entwicklung. Sie wurde am 1. September 2004 gegründet und steht zu 100% im Eigentum der Republik Österreich. Träger sind das BMVIT und das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW). Ziel ist die Stärkung des Forschungs- und Innovationsstandorts Österreich.
www.ffg.at

austria
 wirtschafts
 service **aws**
AWS
 Die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH (aws) ist die Förderbank des Bundes. Sie unterstützt innovative Start-ups von der ersten Idee bis hin zum internationalen Markterfolg. Dabei bietet die aws zur Finanzierung zinsgünstige Kredite, Garantien, Eigenkapital und Zuschüsse an. Zusätzlich werden Start-ups durch eine Vielzahl an Coaching- und Beratungsleistungen gefördert.
www.aws.at

wirtschafts
 agentur
 wien
 Ein Fonds der
 Stadt Wien

- Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
- Bundesministerium Verkehr, Innovation und Technologie

BMDW & BMVIT
 Der Austrian Startup Monitor wurde vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie finanziell unterstützt.

WIRTSCHAFTS-AGENTUR WIEN
 Als erste Anlaufstelle für nationale und internationale Unternehmen bietet die Wirtschaftsagentur ein 360°-Service mit Förderungen, Immobilien, Beratungen und Workshops. Start-ups und junge Unternehmen werden dabei mit einer Reihe von kostenlosen und mehrsprachigen Maßnahmen gefördert.
www.wirtschaftsagentur.at

iv INDUSTRIELLEN VEREINIGUNG
IV
 Die Industriellenvereinigung (IV) ist die freiwillige und unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Industrie und der mit ihr verbundenen Sektoren. Eine Bundesorganisation, neun Landesgruppen und das Brüsseler IV-Büro vertreten die Anliegen ihrer aktuell mehr als 4.400 Mitglieder aus produzierendem Bereich, Kredit- und Versicherungswirtschaft, Infrastruktur und industrienahe Dienstleistung. Die IV-Mitglieder repräsentieren mehr als 80 Prozent der heimischen Produktionsunternehmen.
www.iv.at

WKO
 WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH
WKO
 Die Wirtschaftskammer Österreich (WKO) ist die bundesweite Interessenvertretung der UnternehmerInnen. Ihr Hauptanliegen ist die aktive Mitgestaltung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Österreich. Für ihre mehr als 517.000 Mitgliedsbetriebe bietet sie ein umfassendes Bildungs- und Serviceangebot an und orientiert ihr Handeln an den Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft.
www.wko.at



RFTE
 Die Hauptaufgabe des Rats für Forschung und Technologieentwicklung (RFTE) ist die fundierte und unabhängige Beratung der Bundesregierung in den Bereichen Forschungs-, Technologie- und Innovationspolitik. Ziel ist es, eine zukunftsfähige FTI-Politik zu befördern. Eine wesentliche Grundlage sind die vom Rat erarbeiteten Strategien, etwa die aktuelle „Strategie 2020“.
www.rat-fte.at



WKW
 Die Wirtschaftskammer Wien (WKW) vertritt aktuell rund 110.000 Mitglieder in der Bundeshauptstadt Wien. Der Fokus liegt darauf, Wien als Wirtschaftsstandort voranzubringen. Die WKW setzt sich als Interessenvertretung u.a. für eine unternehmerfreundliche Wirtschafts- und Steuerpolitik ein.
www.wko.at/service/w/wirtschaftskammer.html

Folgende Multiplikatoren haben das Vorhaben unterstützt und insbesondere Startups dazu motiviert, an der Befragung teilzunehmen



Folgende PartnerInnen haben Preise für die TeilnehmerInnen der Befragung bereit gestellt:



Die Durchführung des Austrian Startup Monitor wurde auch vom Zentrum für Entrepreneurship und angewandte Betriebswirtschaftslehre der Karl-Franzens-Universität Graz unterstützt.



DANKSAGUNG

Folgenden Personen gilt weiteres besonderer Dank: Lara Agneter, Benjamin Braun, Johanna Einsiedler, Georg Furlinger, Lukas Leimgruber, Kevin Oczon, Christoph Pokorny, Elisabeth Sabeditsch, Sebastian Stumpf, Remo Taferner, Lukas Vasold.

TEAM



AUTOREN DES ASM 2018

Der Austrian Startup Monitor wird vom AIT Austrian Institute of Technology, von AustrianStartups und dem WU Gründungszentrum erstellt.

AIT AUSTRIAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY

Das AIT ist die größte angewandte Forschungseinrichtung in Österreich. Das Innovation Systems & Policy Center hat eine mehr als 25-jährige Erfahrung auf dem Gebiet der Innovationsforschung und zahlreiche innovationspolitische Studien auf nationaler und internationaler Ebene durchgeführt. Die längerfristige Analyse der Entwicklung von Unternehmen und die Analyse von Startup-Ökosystemen ist ein wichtiger Schwerpunkt des Centers. Das AIT ist der Academic Lead Partner des Austrian Startup Monitor.

UNIV.-PROF. DR. KARL-HEINZ LEITNER, Studium der Wirtschaftsinformatik, ist Senior Scientist im Center for Innovation Systems & Policy am Austrian Institute of Technology. Darüber hinaus ist er Professor für Innovationsmanagement und öffentliche Institutionen am Zentrum für Entrepreneurship und angewandte Betriebswirtschaftslehre an der Karl-Franzens-Universität Graz. Inhaltliche Schwerpunkte seiner Arbeit sind Foresight, Entrepreneurship, Innovationsmodelle und Forschungspolitik. Karl-Heinz Leitner hat zahlreiche Beratungsprojekte für Unternehmen, öffentliche Institutionen und die Europäische Union durchgeführt.

AUSTRIANSTARTUPS

AustrianStartups ist Österreichs führender Think Tank für innovatives Unternehmertum. Gemeinsam mit mehr als 30.000 UnterstützerInnen arbeitet die Non-Profit Plattform an einer Zukunft, in der Entrepreneurship in Österreich so normal ist wie Skifahren. Dabei vereint AustrianStartups die Erfahrung von erfolgreichen GründerInnen mit einem weitreichenden Netzwerk an ExpertInnen und zeigt so Wege auf, wie in Österreich ein unternehmensfreundlicheres Klima geschaffen werden kann.

MARKUS RAUNIG M.SC. ist Geschäftsführer von AustrianStartups und Autor der Austrian Startup Agenda. Darüber hinaus ist er Lektor an der Wirtschaftsuniversität Wien und selbst passionierter Gründer. Im Rahmen seines Studiums spezialisierte er sich im Bereich Entrepreneurship und erforschte Innovationscluster und potenzielle Barrieren bei der Adoption von künstlicher Intelligenz. Er unterstützt Startups aktiv als Mentor bei diversen Wettbewerben und Programmen wie dem Pioneers Festival, dem Agro Innovation Lab oder dem Social Impact Award.

WU GRÜNDUNGSZENTRUM

Das WU Gründungszentrum wurde im Juni 2015 als Kompetenzzentrum an der WU Wien eingerichtet und stellt eine konsequente Fortsetzung der Aktivitäten der WU zur Förderung von Entrepreneurship und interdisziplinärer Vernetzung im universitären Umfeld dar. Das WU Gründungszentrum seit der erstmaligen Durchführung des European Startup Monitors im Jahr 2015 nationaler wissenschaftlicher Partner des europaweiten Projekts und führt die nationale Erhebung und Auswertung durch.

DR. RUDOLF DÖMÖTÖR ist Direktor des WU Gründungszentrums und des ECN (Entrepreneurship Center Network) sowie Senior Scientist an der WU Wien. Er ist Mitgründer der Entrepreneurship Avenue, die größte Entrepreneurship-Event-Reihe mit Fokus auf Studierende in Europa. In die österreichische Start-up-Szene ist er seit vielen Jahren aktiv involviert und gründete unter anderem die Gründungsberatungsgesellschaft „innovationsmotor e.U.“. Er studierte Betriebswirtschaft an der WU Wien sowie an der University of Technology Sydney und absolvierte mehrtägige Aufenthalte an der George Washington University (USA) und an der University of Canterbury (Neuseeland).



ABBILDUNGSVERZEICHNIS

| | | | | | |
|----|---|----|----|--|-----|
| 1 | Anzahl der Startups in Österreich | 20 | 33 | KundInnensegmente..... | 63 |
| 2 | Anzahl der Startup-Gründungen in Österreich, 2004 bis 2017..... | 20 | 34 | Innovationsorientierung..... | 66 |
| 3 | Repräsentative Studienergebnisse | 21 | 35 | Innovationsaufwendungen | 67 |
| 4 | Entwicklungsphase der Startups..... | 22 | 36 | Schutzrechtsstrategien..... | 68 |
| 5 | Gründungsform der Startups..... | 23 | 37 | Internationalisierungspläne in den nächsten 12 Monaten | 72 |
| 6 | Branche..... | 24 | 38 | Internationalisierungsstrategie..... | 73 |
| 7 | Größe und Zusammensetzung der Gründungsteams..... | 29 | 39 | Herausforderungen bei der Internationalisierung | 74 |
| 8 | Anzahl der GründerInnen..... | 30 | 40 | Aktuelle Märkte | 75 |
| 9 | Zusammensetzung der Gründungsteams..... | 31 | 41 | Bedeutung unterschiedlicher KooperationspartnerInnen..... | 79 |
| 10 | Alter der GründerInnen | 32 | 42 | Kooperation mit Fortune Global 500 Unternehmen | 80 |
| 11 | Ausbildung der GründerInnen..... | 34 | 43 | Ziele der Kooperation | 81 |
| 12 | Mehrfachgründungen..... | 35 | 44 | KooperationspartnerInnen und Entwicklungsphasen, Kooperationsziele und Entwicklungsphasen | 82 |
| 13 | Herkunft der GründerInnen..... | 36 | 45 | Probleme bei Kooperationen | 83 |
| 14 | Aus dem Ausland zugezogen..... | 37 | 45 | Umsatz..... | 86 |
| 15 | Gründungsmotive | 38 | 46 | Profitabilität..... | 87 |
| 16 | Langfristige Entwicklungsperspektiven | 40 | 47 | Zukünftige Bedeutung von Initial Coin Offerings (ICO)..... | 88 |
| 17 | Handlungsalternativen bei Scheitern..... | 41 | 48 | Finanzierungsquellen | 89 |
| 18 | Aufgaben der GründerInnen | 42 | 49 | Externe Kapitalaufnahme bisher..... | 90 |
| 19 | Fehler beim Aufbau des Startups..... | 43 | 50 | Externe Kapitalaufnahme geplant..... | 91 |
| 20 | Beschäftigung | 46 | 51 | Bewertung bei der letzten Finanzierungsrunde | 92 |
| 21 | Geschlecht der MitarbeiterInnen..... | 48 | 52 | Herkunft der RisikokapitalgeberInnen..... | 93 |
| 22 | MitarbeiterInnenherkunft..... | 49 | 53 | Öffentliche Förderungen und Unterstützungen..... | 94 |
| 23 | Neueinstellungen von MitarbeiterInnen in den nächsten 12 Monaten | 50 | 54 | Unterstützung bei der Kapitalakquise | 95 |
| 24 | Bereiche für die Neueinstellung | 51 | 55 | Einschätzung der Geschäftslage..... | 98 |
| 25 | Rekrutierung von qualifizierten MitarbeiterInnen | 52 | 56 | Aktuelle Herausforderungen | 99 |
| 26 | Herausforderungen bei der Akquise von MitarbeiterInnen | 53 | 57 | Zusammenarbeit mit öffentlichen Einrichtungen..... | 100 |
| 27 | Incentives | 54 | 58 | Erwartungen an die Politik..... | 101 |
| 28 | Unternehmensziele | 58 | 59 | Potenzial von Innovations- und Technologietrends..... | 102 |
| 29 | Soziale und ökologische Ziele..... | 59 | 60 | Mangelnde Aufmerksamkeit für Innovations- und Technologietrends..... | 103 |
| 30 | Unternehmensstrategie | 60 | | | |
| 31 | Geschäftsmodelle | 61 | | | |
| 32 | NutzerInnensegmente | 62 | | | |

REFERENZEN

- Deutscher Startup Monitor 2017 (DSM 2017). Bundesverband Deutsche Startups e.V. und KPMG (Hrsg.), http://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-17/daten/dsm_2017.pdf
- European Startup Monitor 2015 (ESM 2015). Kollmann, T., Stöckmann, C., Linstaedt, J. und Kensbock, J. / German Startups Association (Hrsg.), http://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/presse/download/esm_2015.pdf
- European Startup Monitor 2016 (ESM 2016). Kollmann, T., Stöckmann, C., Hensellek, S. und Kensbock, J. / German Startups Association (Hrsg.), http://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/esm_2016/report/ESM_2016.pdf
- Statistik Austria (2016): Innovation. Ergebnisse der Innovationserhebung CIS 2014, Statistik Austria, Wien.
- WKO (2018): Unternehmensneugründungen 1993 – 2017. Vorläufige Ergebnisse, Wirtschaftskammer Österreich, Wien.
- WKÖ (2018): WKÖ Wirtschaftsbarometer, Aussichten für 2018, Wirtschaftskammer Österreich, Wien.

Startups schaffen die Märkte von morgen und sind ein Schlüsselfaktor für die dynamische Entwicklung einer Wirtschaft.

Mit dem Austrian Startup Monitor 2018 werden auf Basis einer breit angelegten Untersuchung der Status, die Perspektiven und das Umfeld österreichischer Startups analysiert. Damit wird erstmals eine fundierte Datenbasis über den österreichischen Startup-Sektor für die interessierte Öffentlichkeit, Politik und Startup-Community aufbereitet. Die adressierten Themenstellungen reichen von der Charakterisierung der Gründungsteams über die verfolgten Geschäftsmodelle und Finanzierungsstrategien bis hin zu den Zukunftsplänen und der Einschätzung des aktuellen Umfelds.



HOMETOWN
M E D I A

ISBN: 978-3-200-05768-5