

Tabellenband zur Umfrage

Mittelstand meets Startups 2018
Potenziale der Zusammenarbeit

Methodik

Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Zusammenarbeit mit Startups

- Konzept und Fragebogenentwicklung durch RKW Kompetenzzentrum
- Autoren: Dr. Matthias Wallisch, Anne Hemedda
- 250 Telefoninterviews im März 2018
- Stichprobenziehung aus Online-Datenbank, geschichtet nach Branche und Unternehmensgröße
- KMU aus drei Branchen: Maschinen- und Fahrzeugbau, Information und Kommunikation, Chemie und Pharma
- Zielpersonen: Bei Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern: Person aus der Geschäftsführung. Bei größeren KMU: Person aus der Forschungs- und Entwicklungsabteilung bzw. Unternehmensstrategie
- KMU-Definition des IFM Bonn

Startup-Definition im Rahmen der Befragung:

Startups sind junge Unternehmen, die seit weniger als fünf Jahren am Markt bestehen und sich sowohl durch innovative Produkt- oder Geschäftsmodelle sowie ein hohes Wachstum (bezüglich Mitarbeiterzahl, Umsatz und Kunden) auszeichnen.

Anmerkung: Die Kategorien „weiß nicht“ und „keine Angabe“ sind in allen Darstellungen mit berücksichtigt, jedoch nicht ausgewiesen. Aus diesem Grund summieren sich nicht alle Abbildungen auf 100 Prozent.

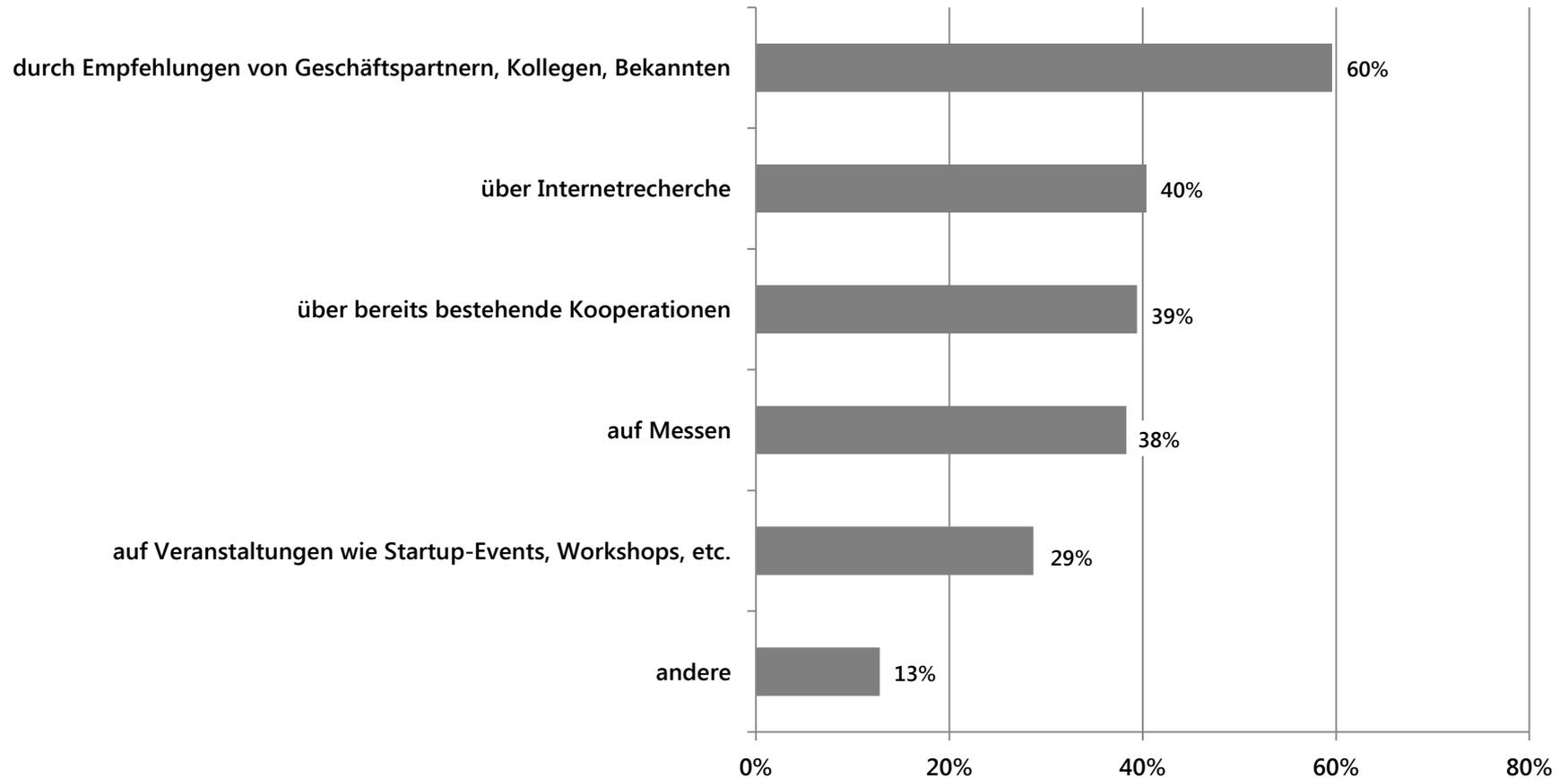
Mittelstand meets Startup

- 1. Anbahnung und Entstehung von Kontakten**
- 2. Kontakt und Kooperation**
- 3. Kooperationsformen und Motive für die Zusammenarbeit**
- 4. Auswahlkriterien für eine Zusammenarbeit**
- 5. Kooperationserfolg: Bewertung und Zielerreichung**
- 6. Sonderauswertung Digitalisierung**
- 7. Soziodemographische Daten**

1. Anbahnung und Entstehung von Kontakten

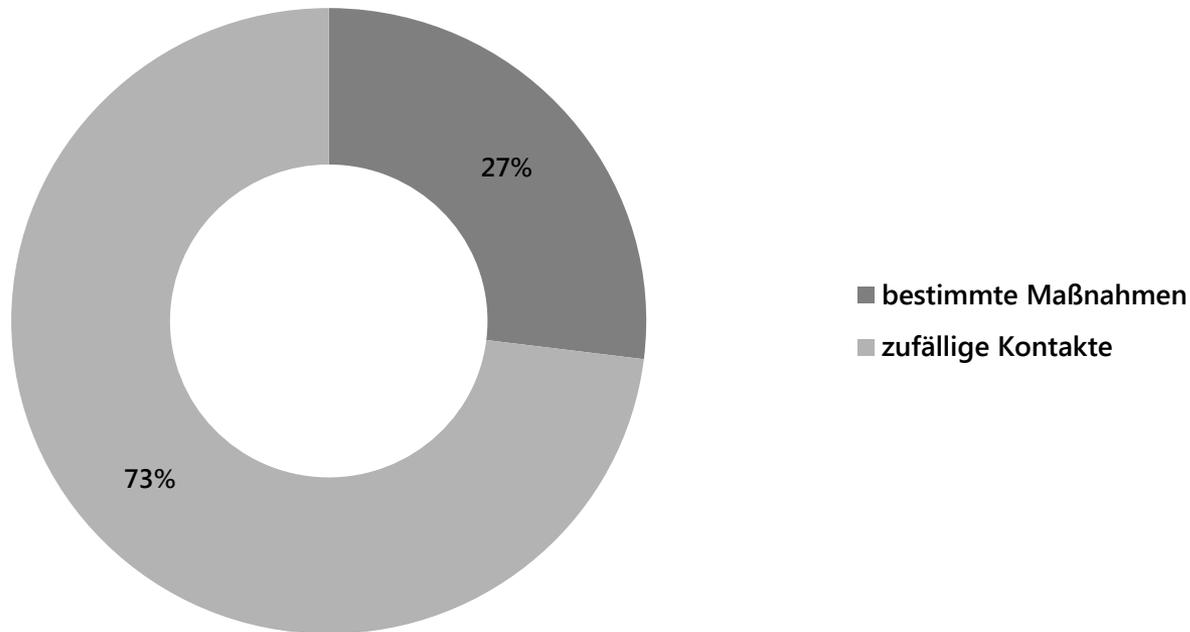
Wie sind Sie in Kontakt mit dem Startup gekommen? (n=94)

Für die Mehrheit der KMU entsteht der Kontakt zu Startups durch Empfehlungen von Geschäftspartnern, Kollegen oder Bekannten.



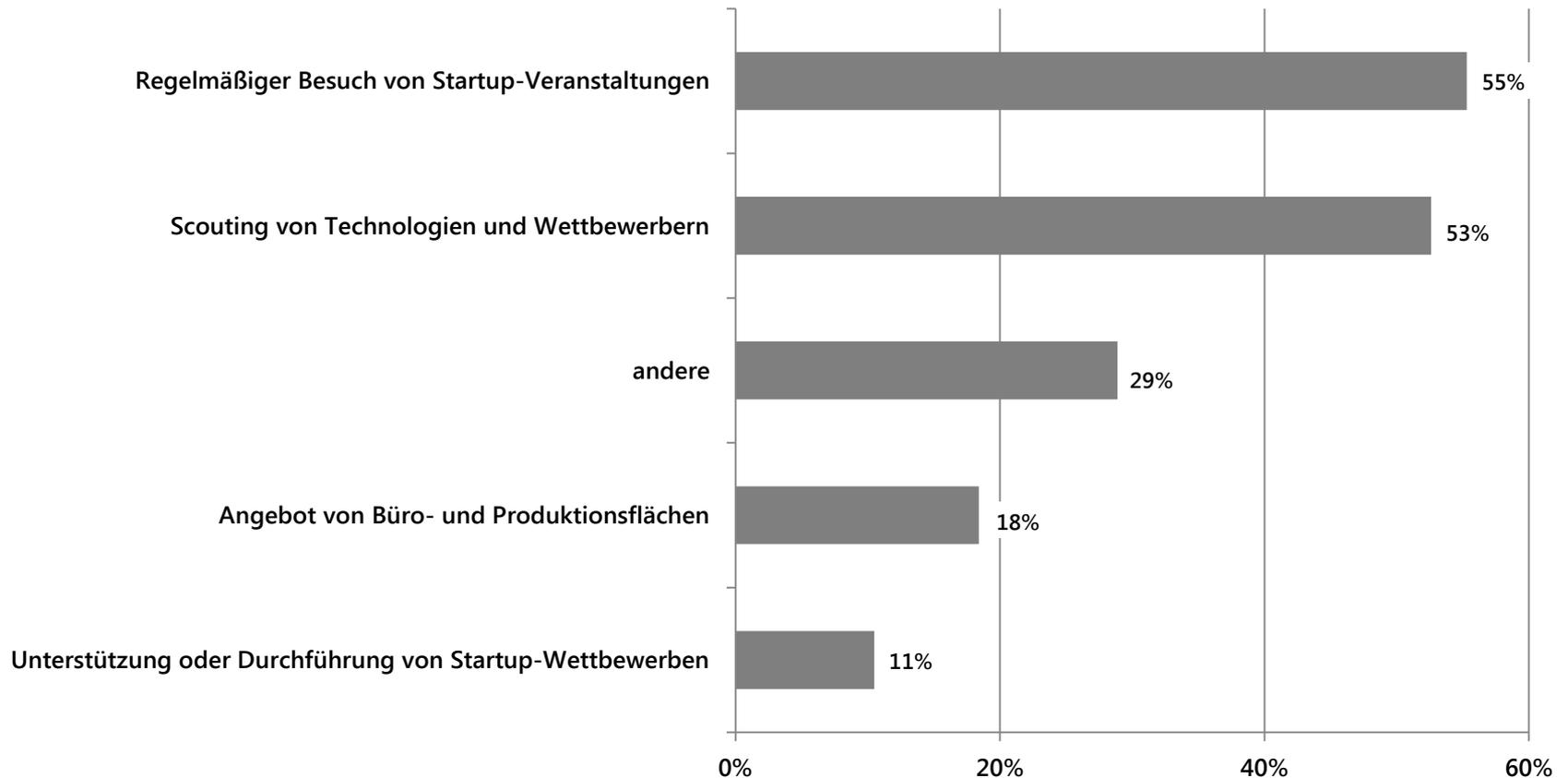
Führen Sie in Ihrem Unternehmen bestimmte Aktivitäten bzw. Maßnahmen durch, um in Kontakt mit Startups zu kommen oder entstehen die Kontakte eher zufällig und nicht geplant? (n=250)

Die meisten Kontakte zu Startups entstehen zufällig.



Welche Aktivitäten werden durchgeführt, um neue Startups kennen zu lernen? (n=38)

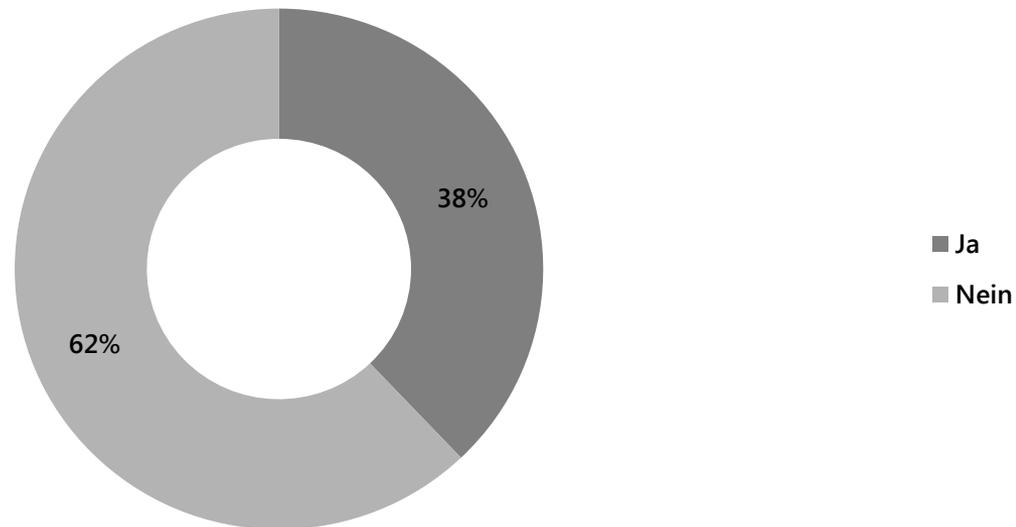
Insbesondere Startup-Veranstaltungen werden von den KMU zum Kennenlernen von Startups genutzt. Ebenso scouten über die Hälfte der KMU bei Startups nach neuen Technologien und Wettbewerbern.



2. Kontakt und Kooperation

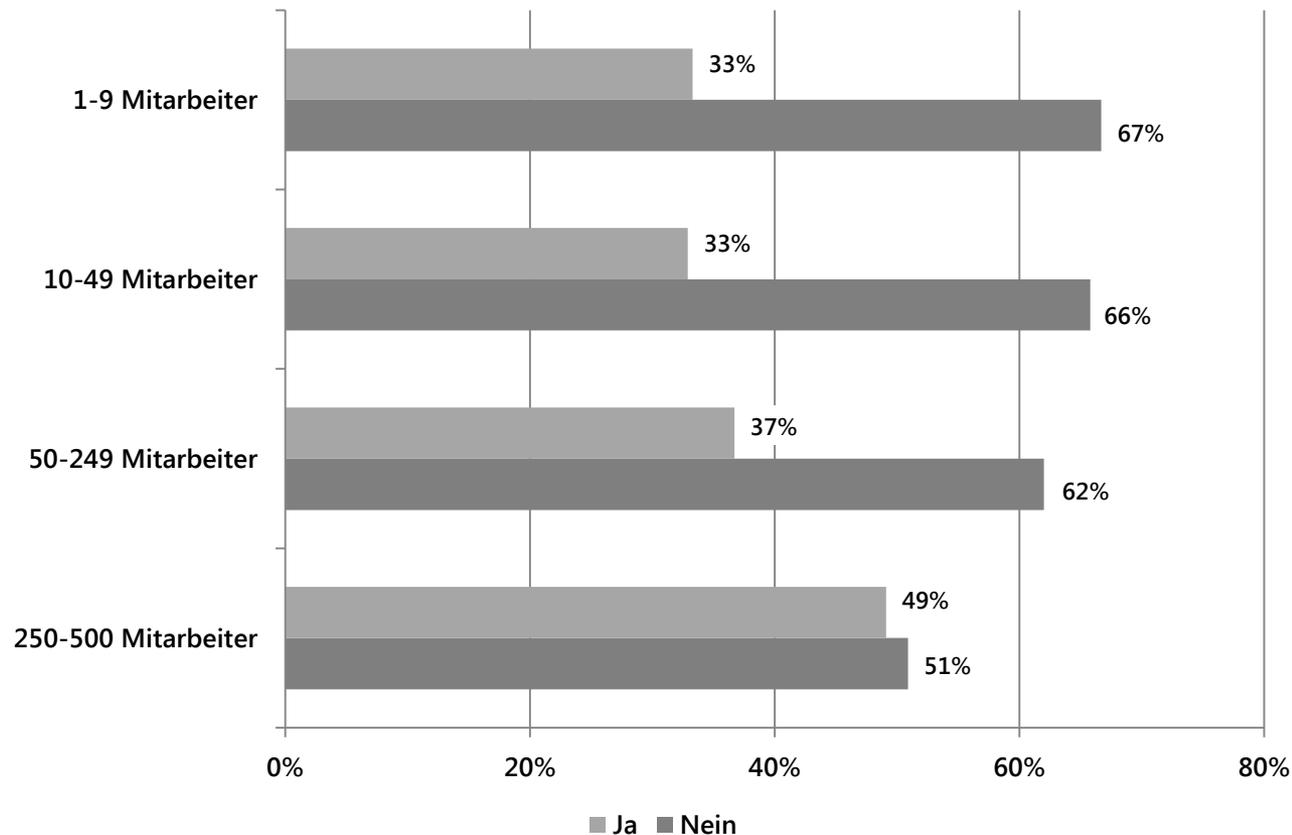
Haben Sie in Ihrem Unternehmen schon einmal mit einem Startup zusammengearbeitet? (n=250)

Mehr als ein Drittel aller KMU hat Kooperationserfahrungen mit Startups!

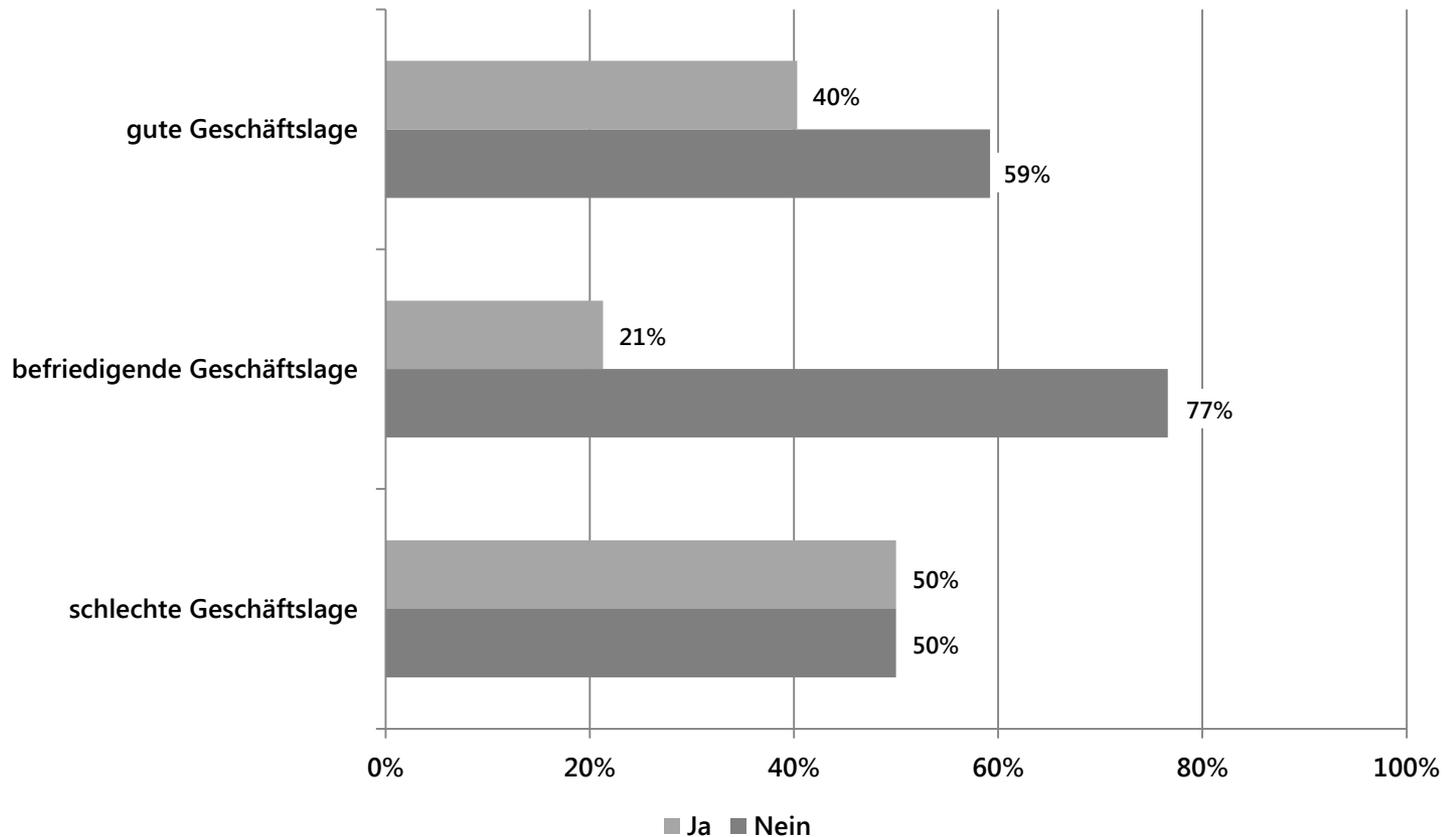


Haben Sie in Ihrem Unternehmen schon einmal mit einem Startup zusammengearbeitet? (n=250)

Mit der Größe des KMU steigt die Häufigkeit der Zusammenarbeit.

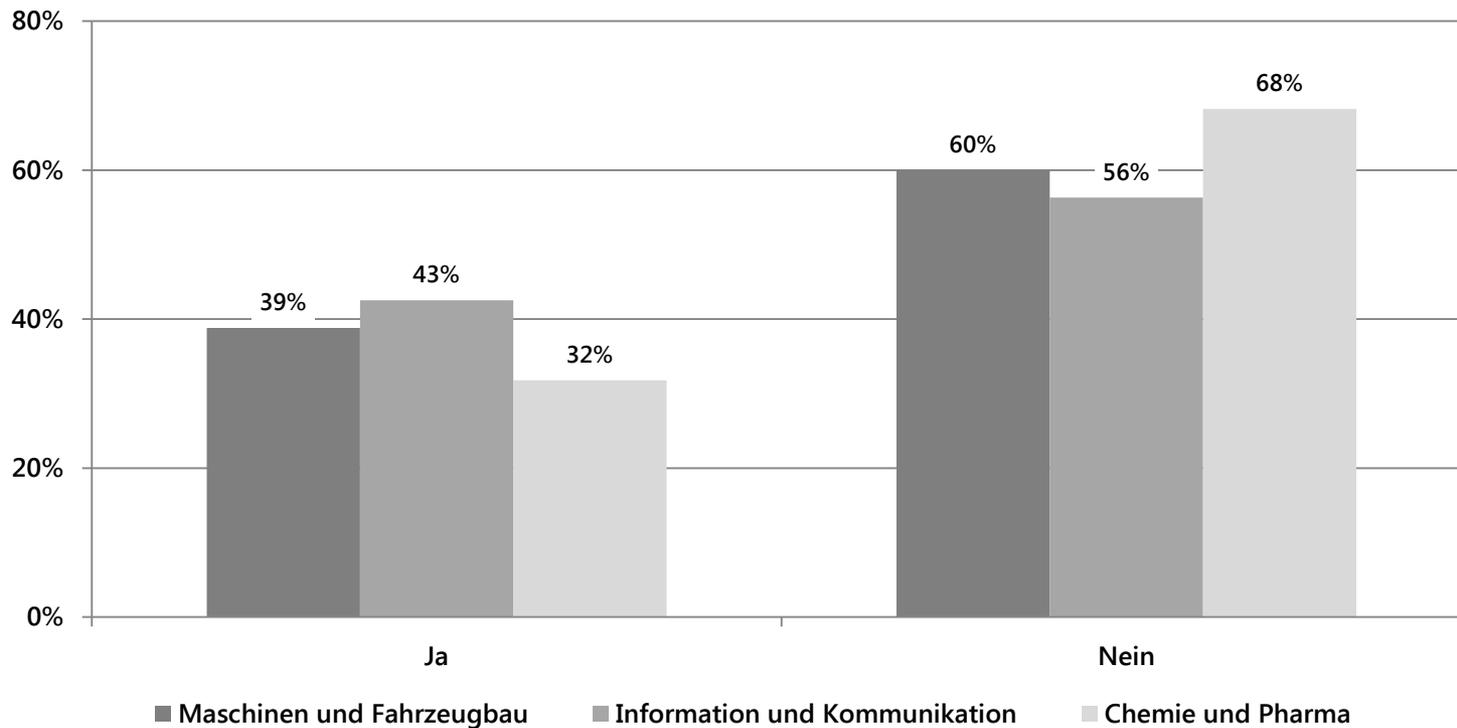


Haben Sie in Ihrem Unternehmen schon einmal mit einem Startup zusammengearbeitet? (n=250)



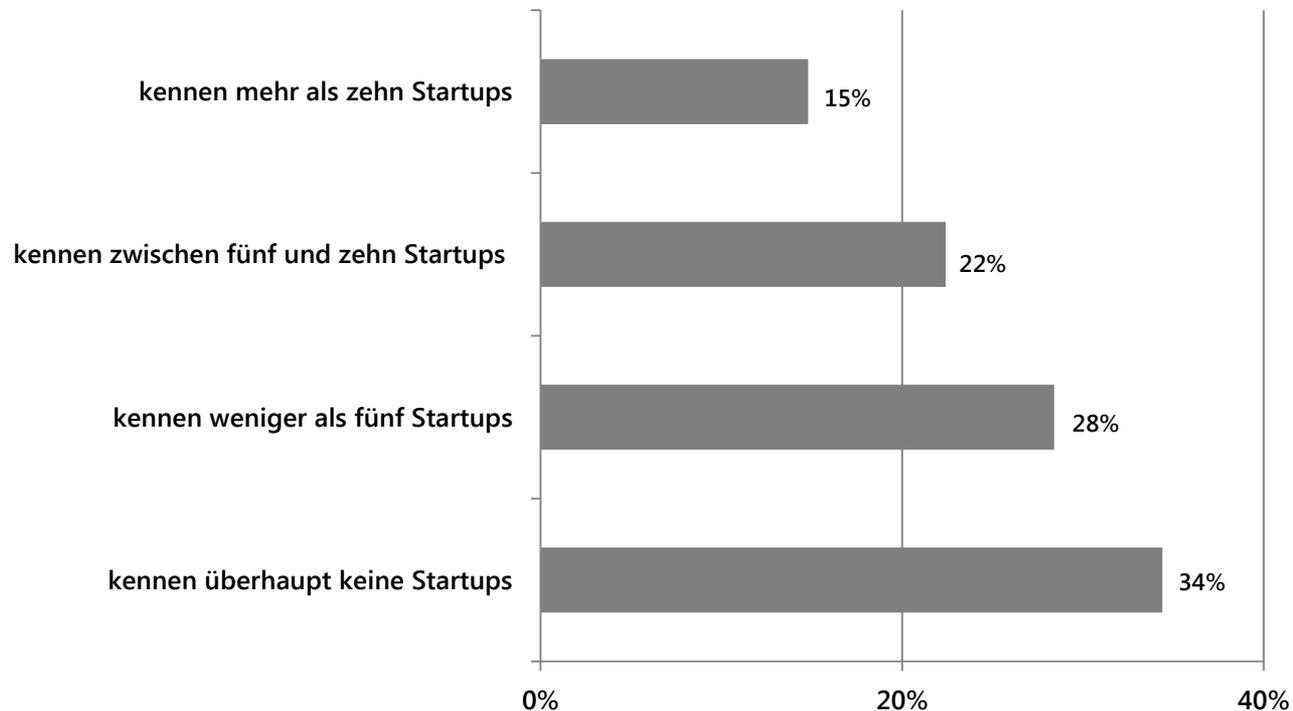
Haben Sie in Ihrem Unternehmen schon einmal mit einem Startup zusammengearbeitet? (n=250)

Insbesondere KMU aus der Informations- und Kommunikationsbranche (IKT) arbeiten mit Startups zusammen.



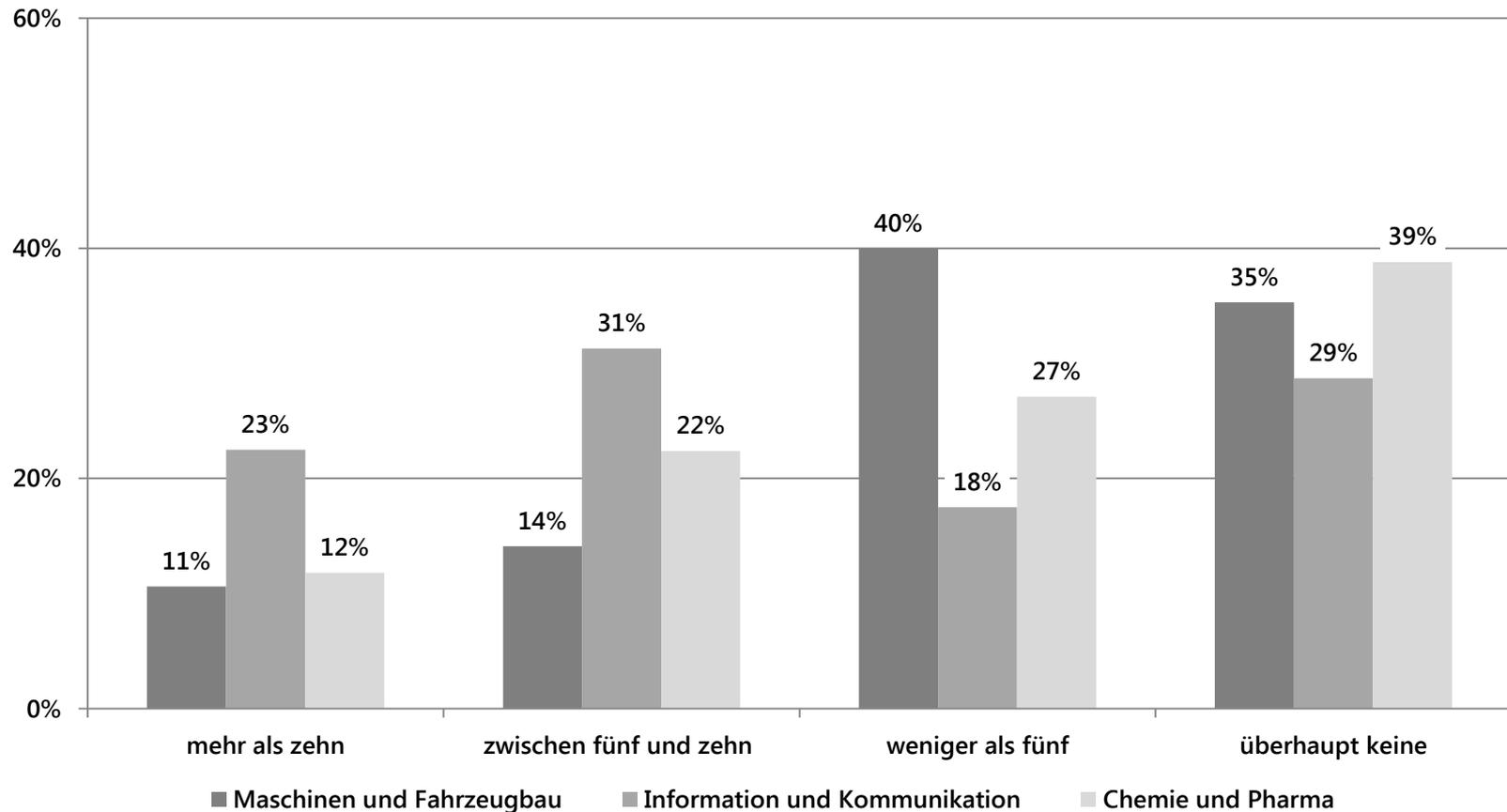
Sind Ihnen Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld bekannt? (n=250)

Rund 65 Prozent aller KMU kennen Startups aus ihrem geschäftlichen Umfeld.
15 Prozent kennen mehr als zehn Startups.



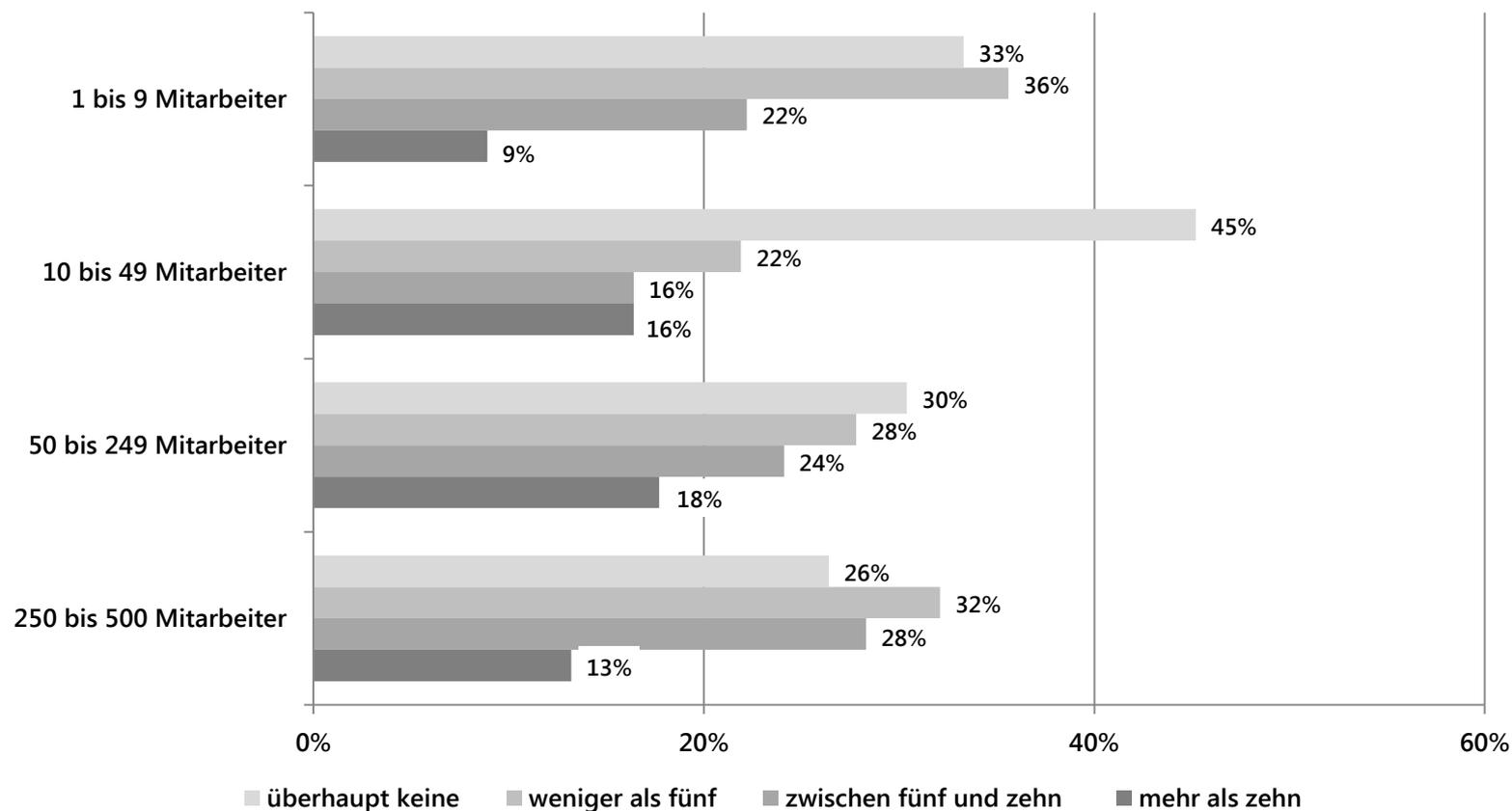
Sind Ihnen Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld bekannt? (n=250)

KMU aus der Branche Maschinen- und Fahrzeugbau haben noch den größten Nachholbedarf beim Kennenlernen von Startups. KMU aus der IKT-Branche sind bereits besser mit der Startup-Szene vernetzt.



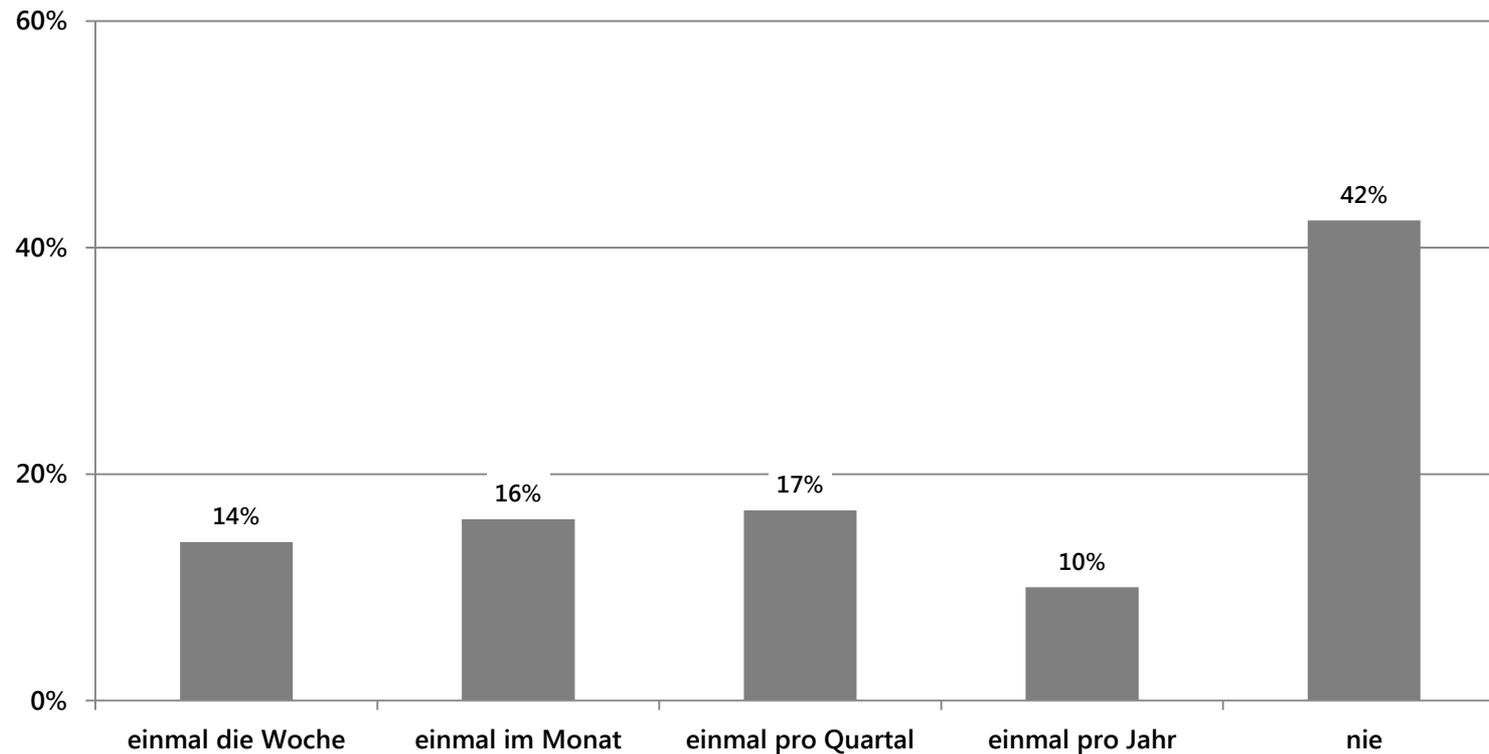
Sind Ihnen Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld bekannt? (n=250)

Kleinere KMU haben größeren Nachholbedarf beim Kennenlernen von Startups.



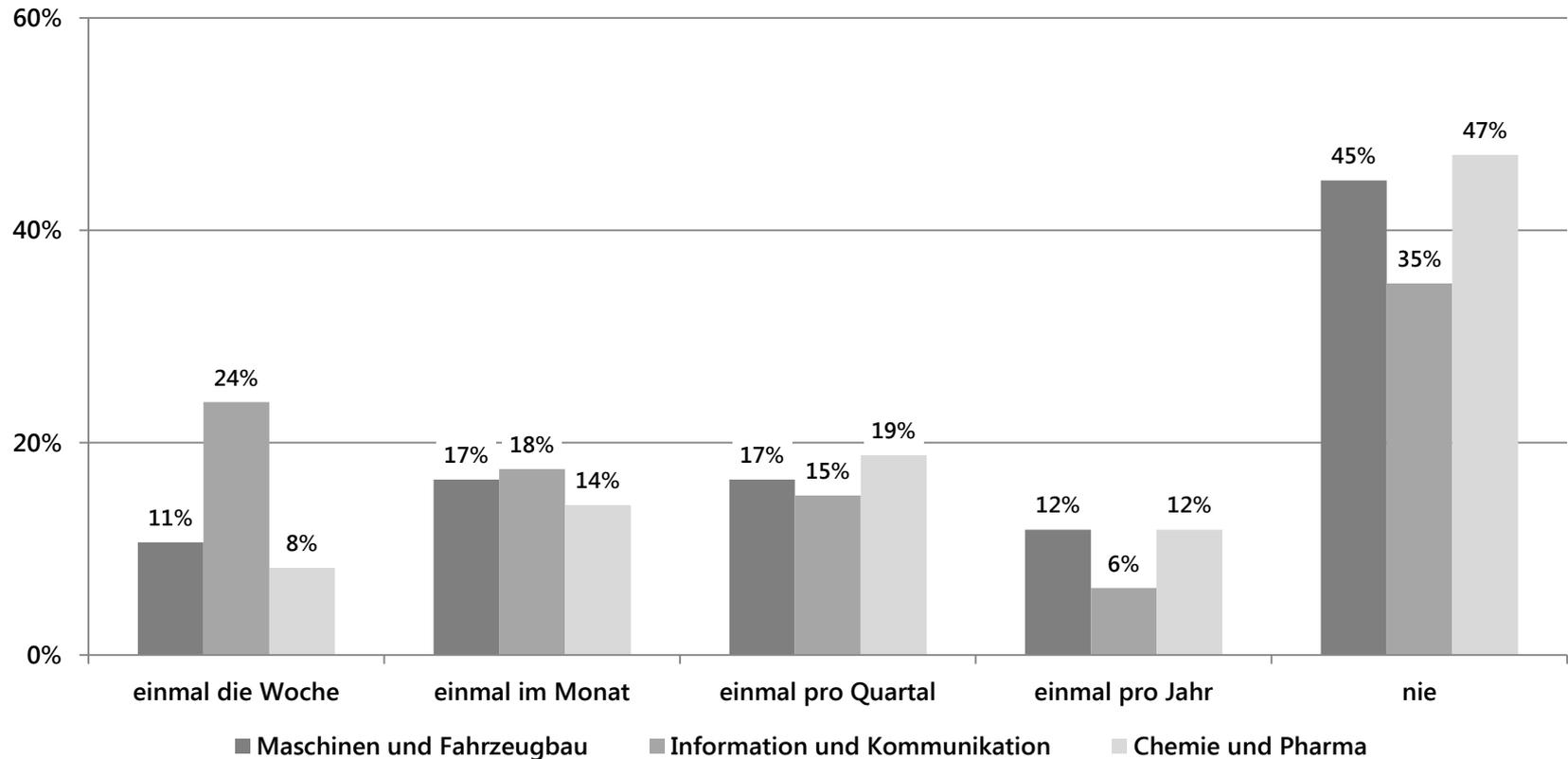
Haben Sie Kontakt mit Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld? (n=250)

30 Prozent der KMU sind mindestens einmal im Monat mit Startups in Kontakt. 42 Prozent der KMU stehen jedoch nicht im Austausch mit Startups.

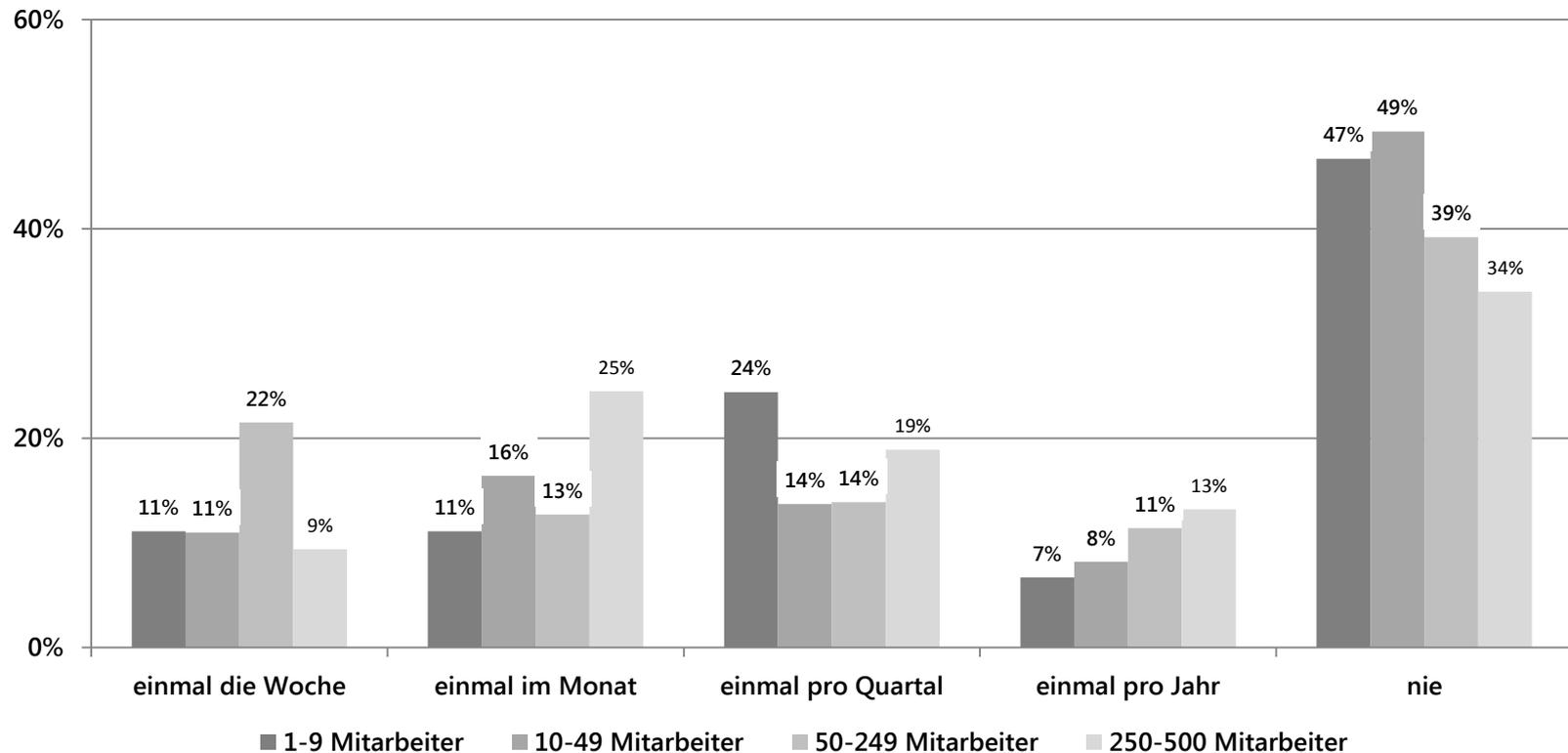


Haben Sie Kontakt mit Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld? (n=250)

KMU aus der IKT-Branche stehen vergleichsweise häufig im Kontakt mit Startups.

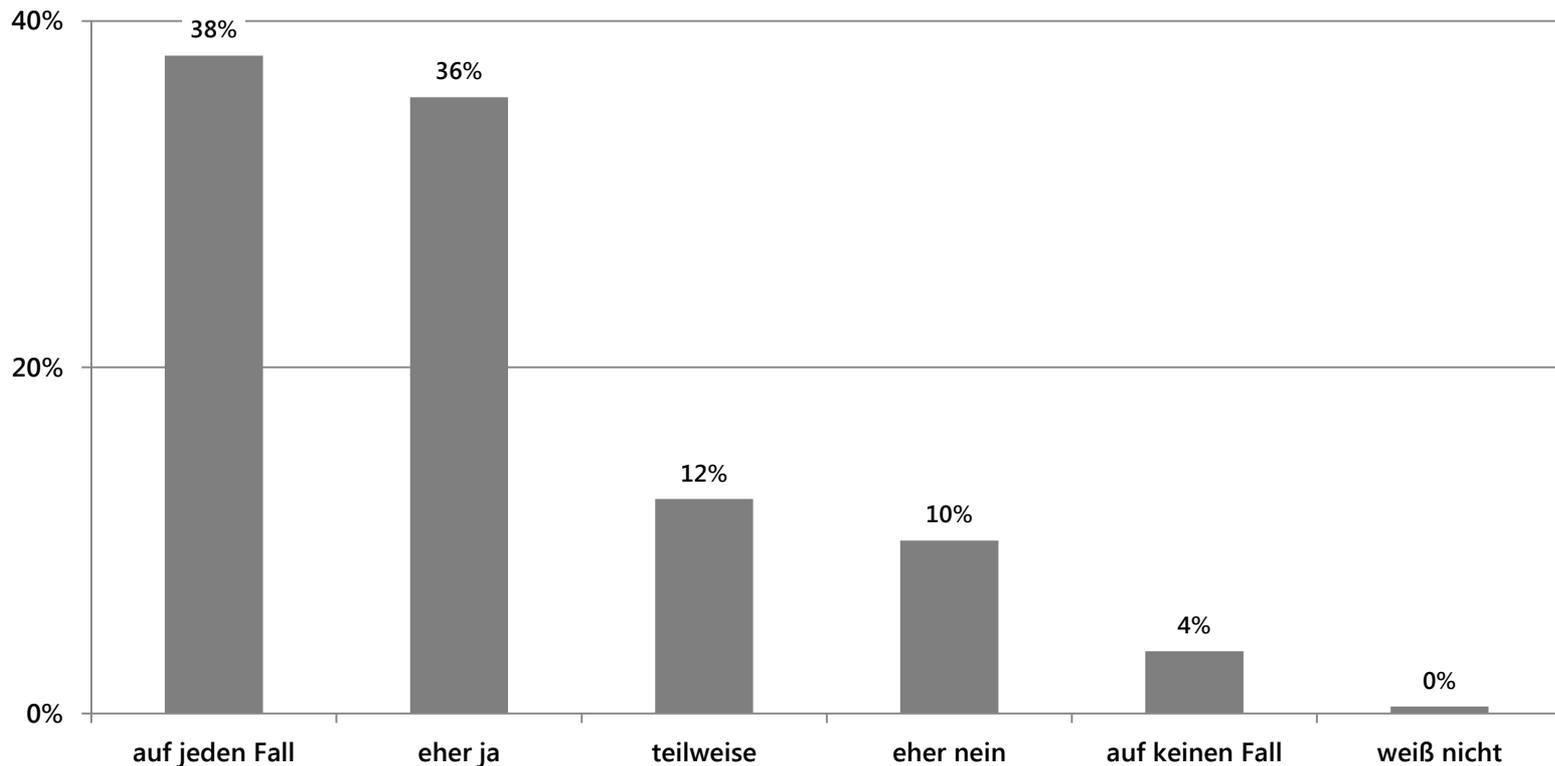


Haben Sie Kontakt mit Startups in Ihrem geschäftlichen Umfeld? (n=250)



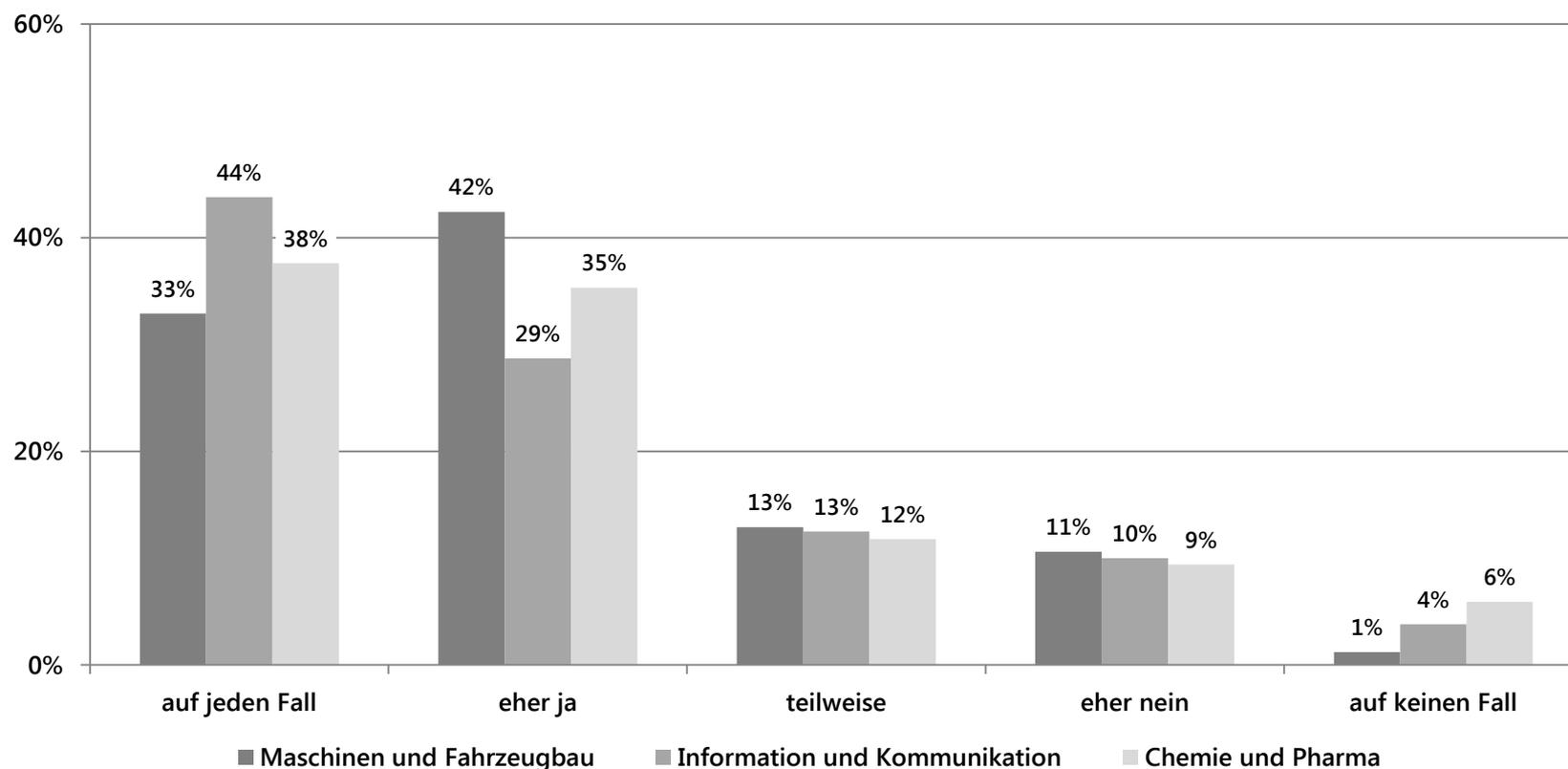
Können Sie sich vorstellen, zukünftig mit einem Startup zusammenzuarbeiten? (n=250)

86 Prozent der KMU können sich vorstellen, in Zukunft mit einem Startup zusammenzuarbeiten.

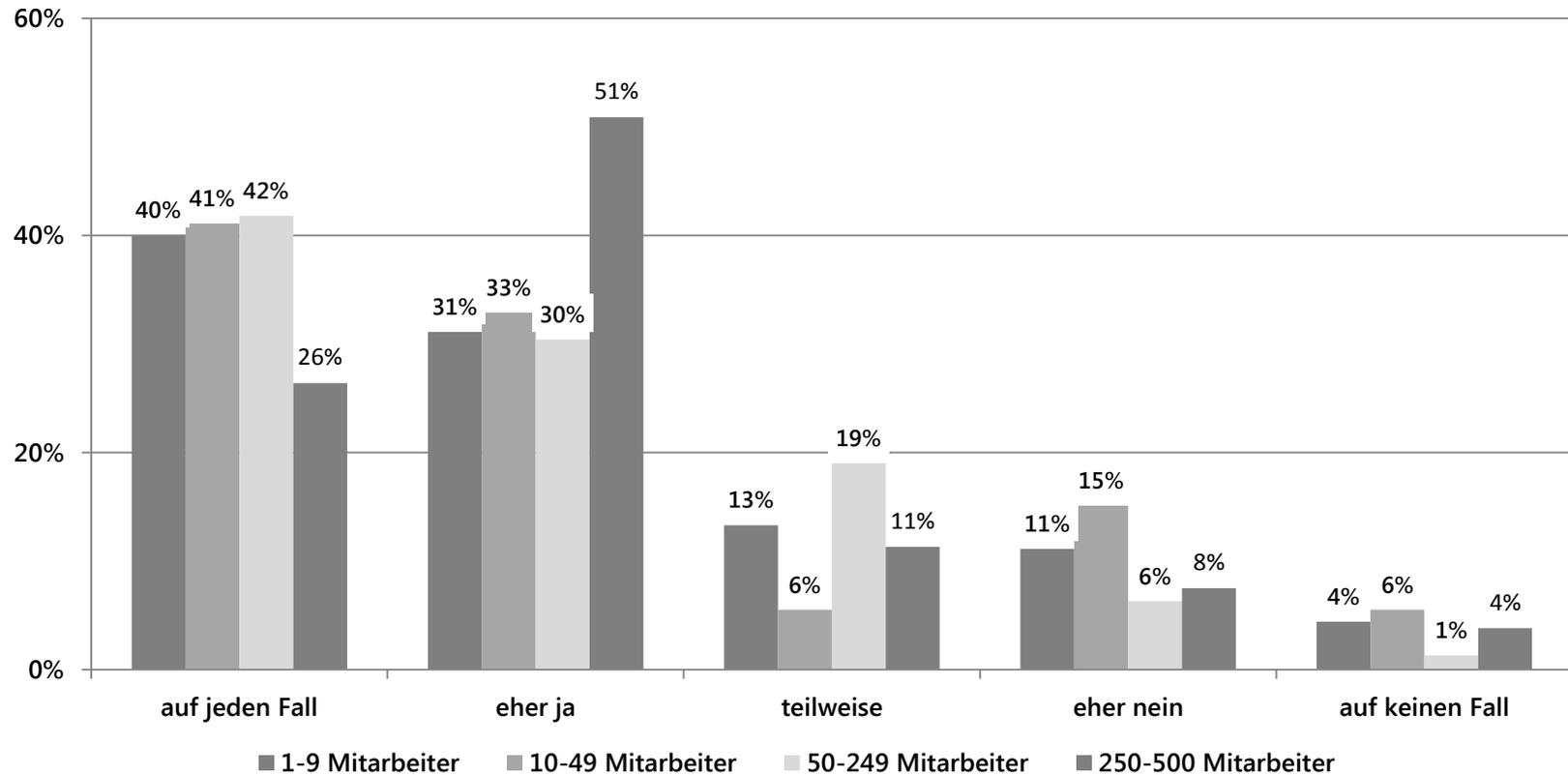


Können Sie sich vorstellen, zukünftig mit einem Startup zusammenzuarbeiten? (n=250)

Die Kooperationsneigung der KMU hinsichtlich einer Zusammenarbeit mit Startups ist insgesamt hoch. Erfreulicherweise zeigen KMU aus dem Bereich Maschinen- und Fahrzeugbau ein besonders großes Interesse für die Zusammenarbeit mit Startups, obwohl sie aus ihrem geschäftlichen Umfeld (noch) wenige Startups kennen.

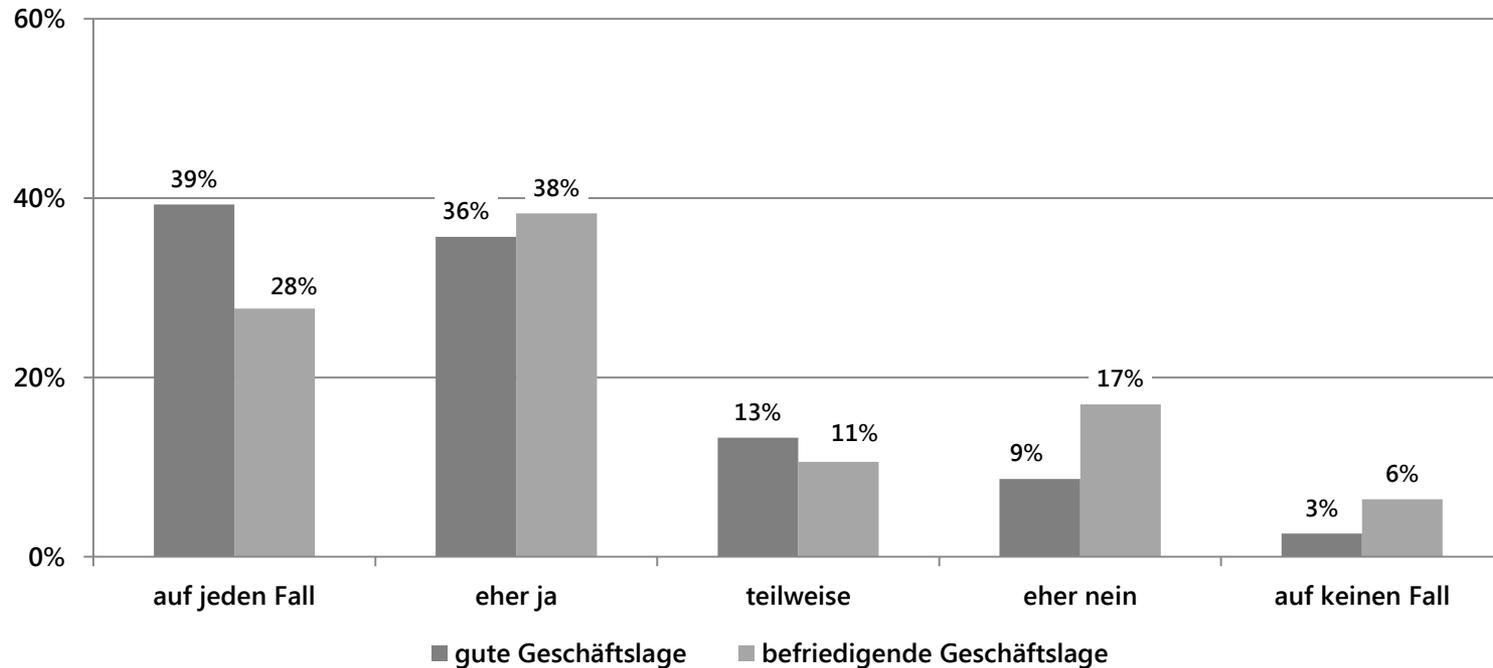


Können Sie sich vorstellen, zukünftig mit einem Startup zusammenzuarbeiten? (n=250)



Können Sie sich vorstellen, zukünftig mit einem Startup zusammenzuarbeiten? (n=250)

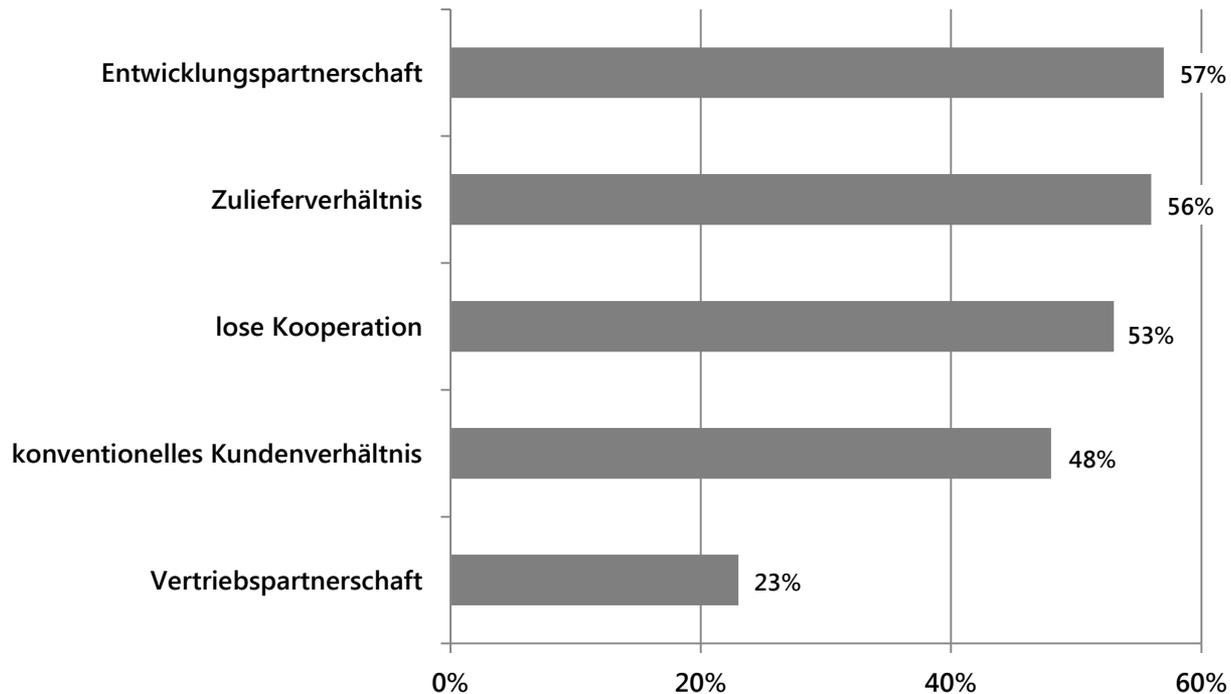
KMU mit guter Geschäftslage können sich eine Zusammenarbeit mit Startups besser vorstellen.



3. Kooperationsformen und Motive für die Zusammenarbeit

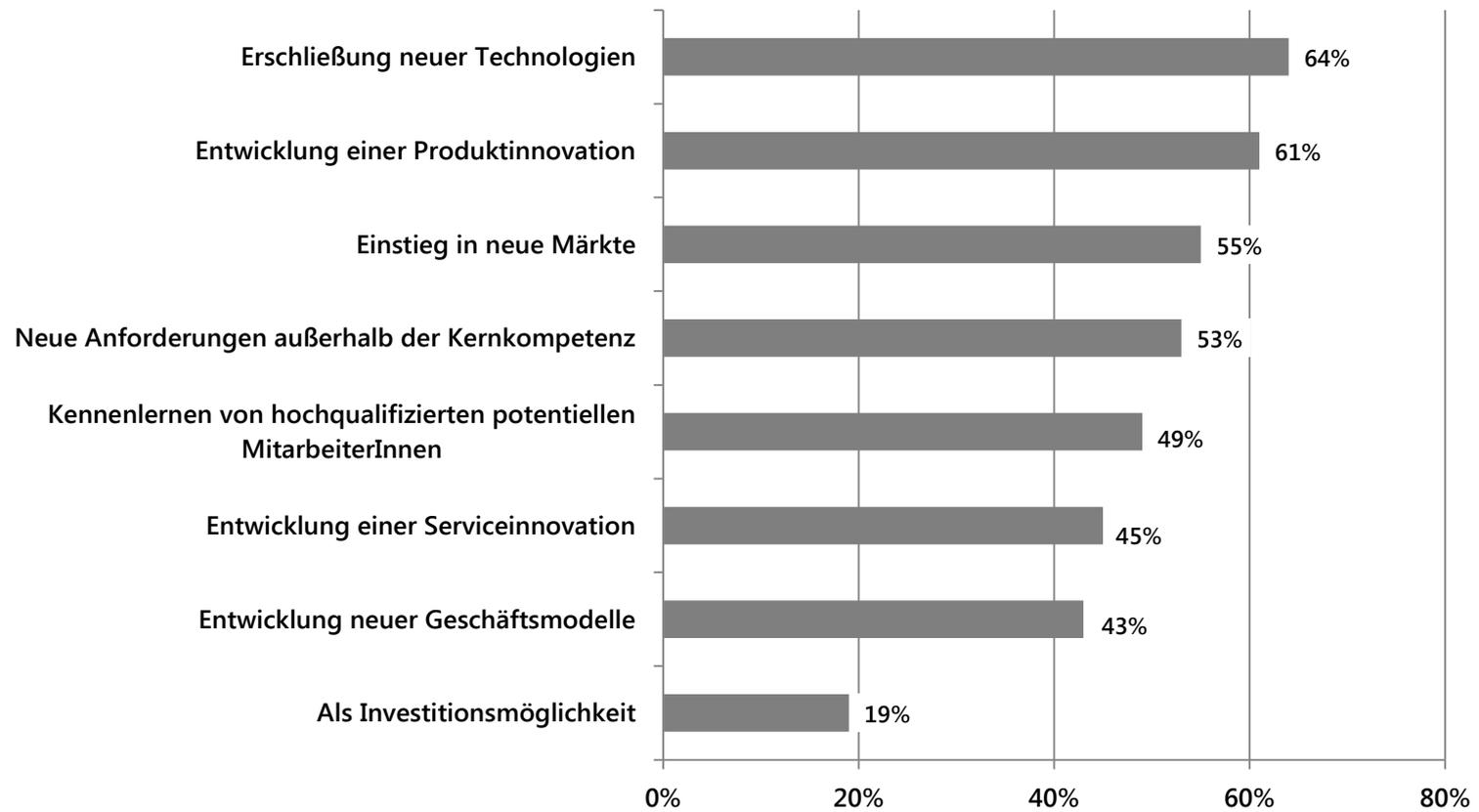
Auf welche Weise haben Sie mit einem Startup zusammengearbeitet? Welche der folgenden Kooperationsformen haben Sie gewählt? (n=94)

Die am meisten eingegangenen Kooperationsformen sind Entwicklungspartnerschaften und Zulieferverhältnisse.



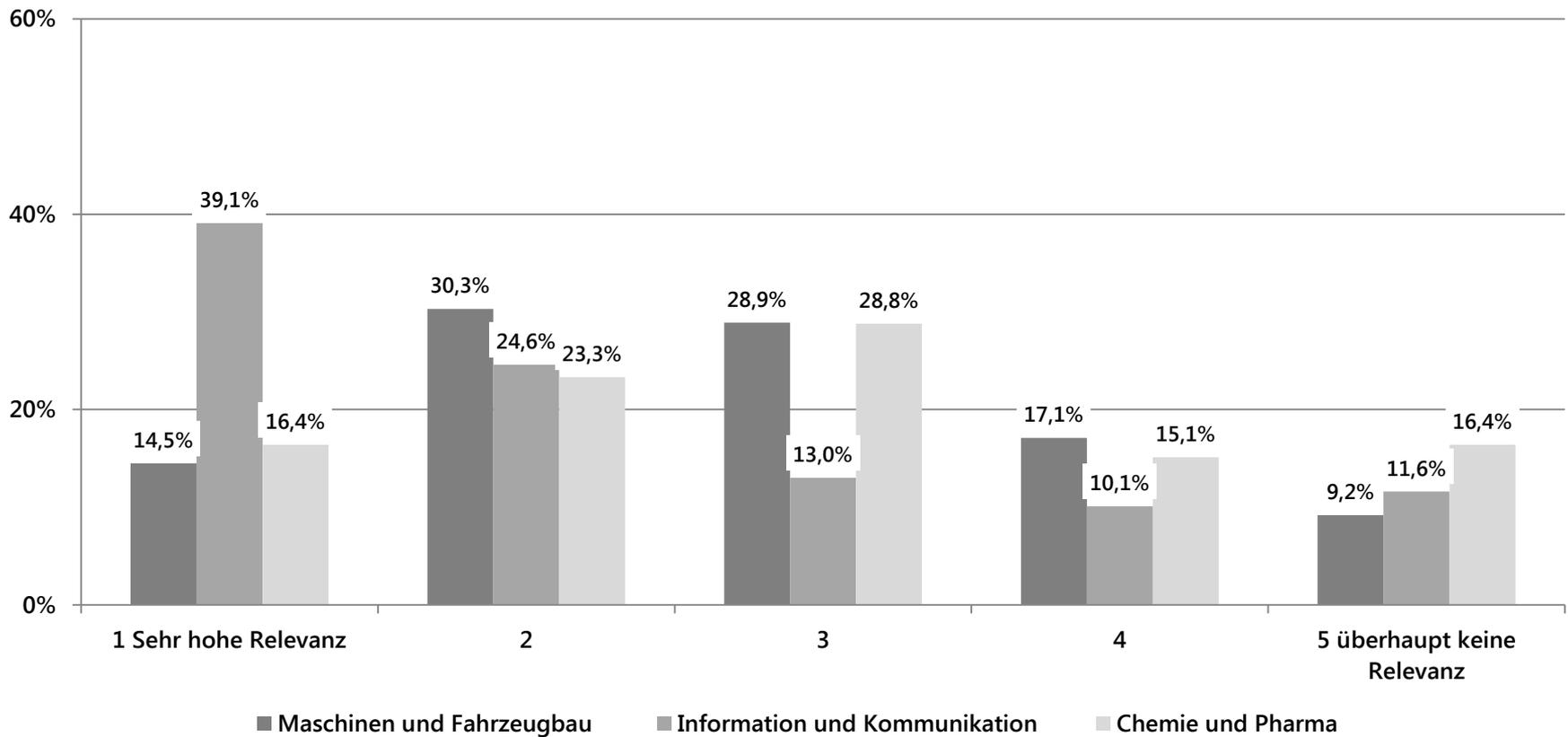
Motive für eine (denkbare) Kooperation (n=218)

Hauptmotive für eine Kooperation sind die Weiterentwicklung von bestehenden Produkten sowie der Einstieg in neue Märkte mit neuen Technologien. Nur ein geringer Anteil von KMU sieht in Startups eine Investitionsmöglichkeit.



Kennenlernen von hochqualifizierten potenziellen Mitarbeitern (n=217)

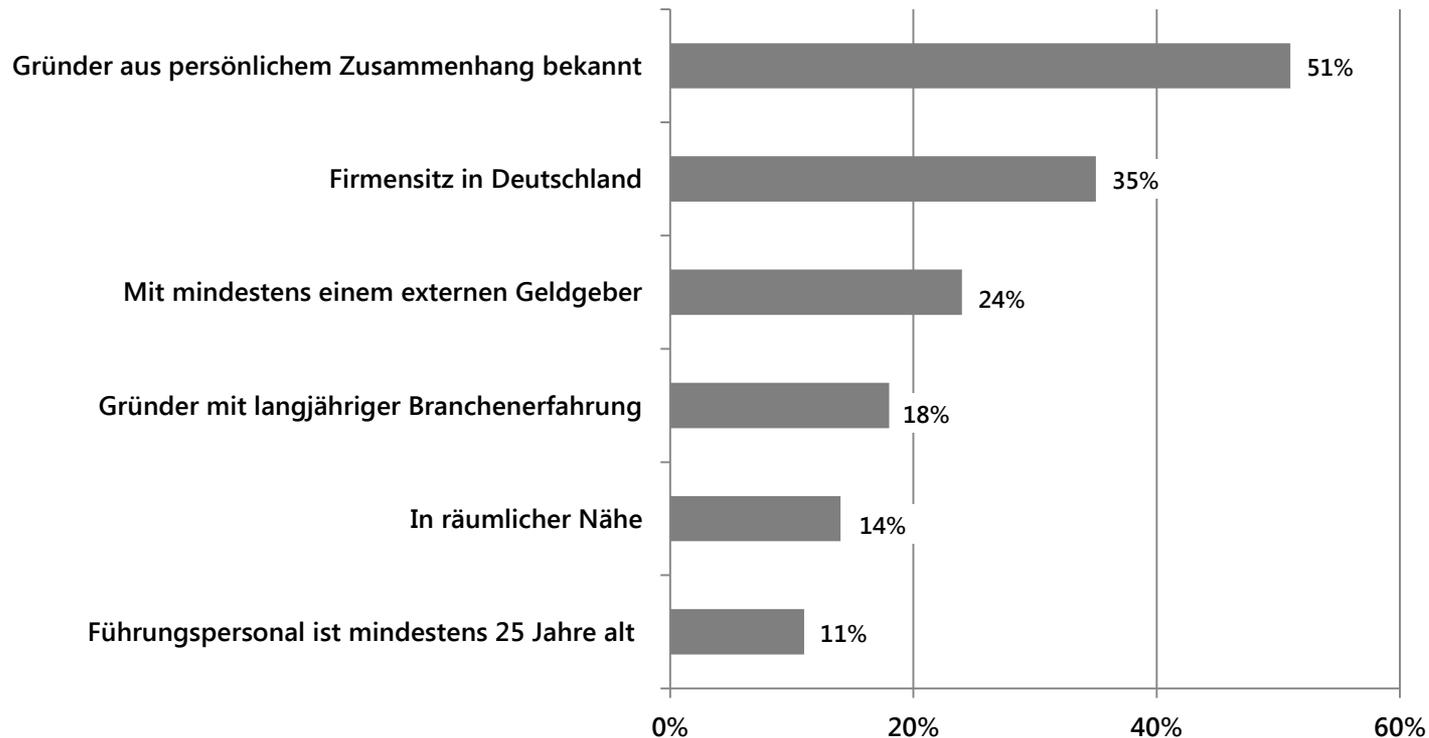
Mehr als jedes zweite KMU in der IKT-Branche sieht in der Kooperation mit Startups eine Möglichkeit, hochqualifizierte Mitarbeiter kennenzulernen.



4. Auswahlkriterien für eine Zusammenarbeit

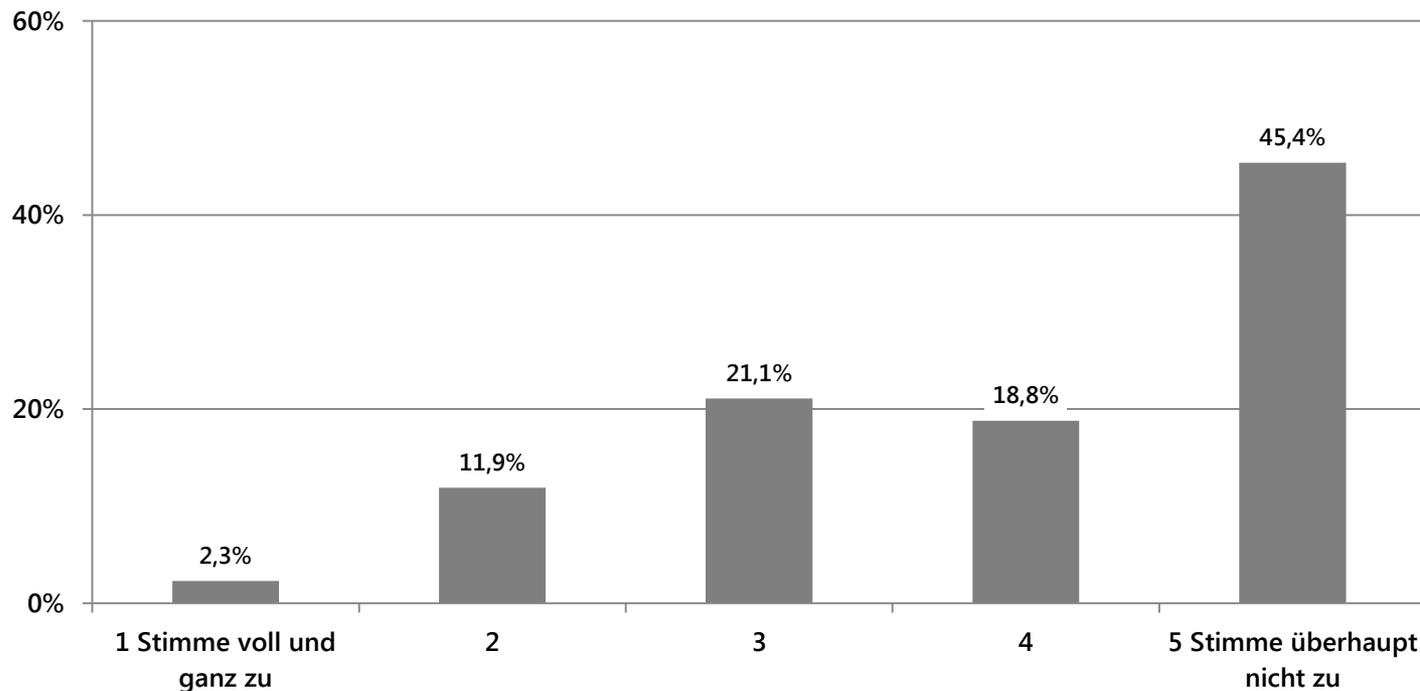
Auswahlkriterien für eine Zusammenarbeit (n=218)

Für das Zustandekommen einer Kooperation ist ein persönlicher Kontakt im Vorfeld besonders wichtig.



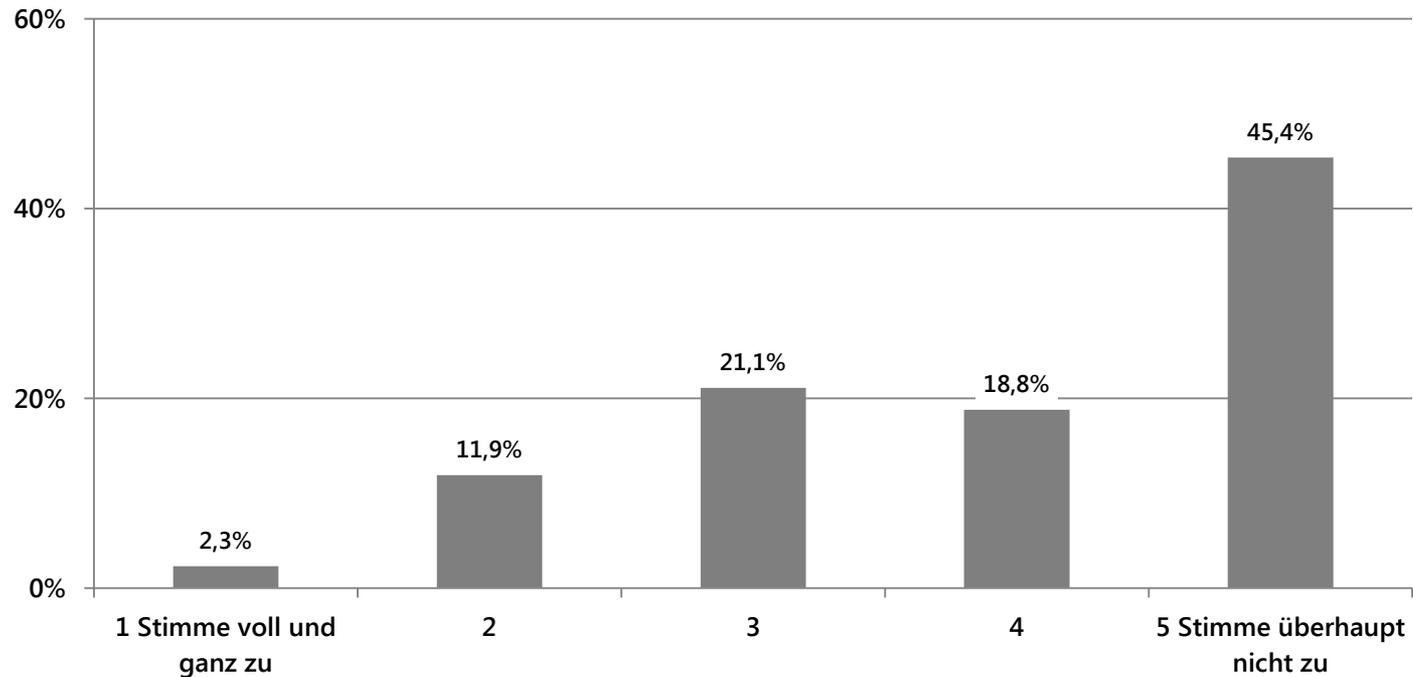
Für eine Kooperation kommen nur Startups infrage, die in räumlicher Nähe zu unserem Unternehmensstandort sind (bis maximal eine Stunde PKW-Fahrzeit). (n=218)

Räumliche Nähe spielt mit einer Kooperation zwischen KMU und Startups nur eine geringe Rolle. In der Praxis zeigt sich im Vorfeld von Kooperationen jedoch die große Bedeutung persönlicher Kontakte zwischen Vertretern von Startups und KMU.



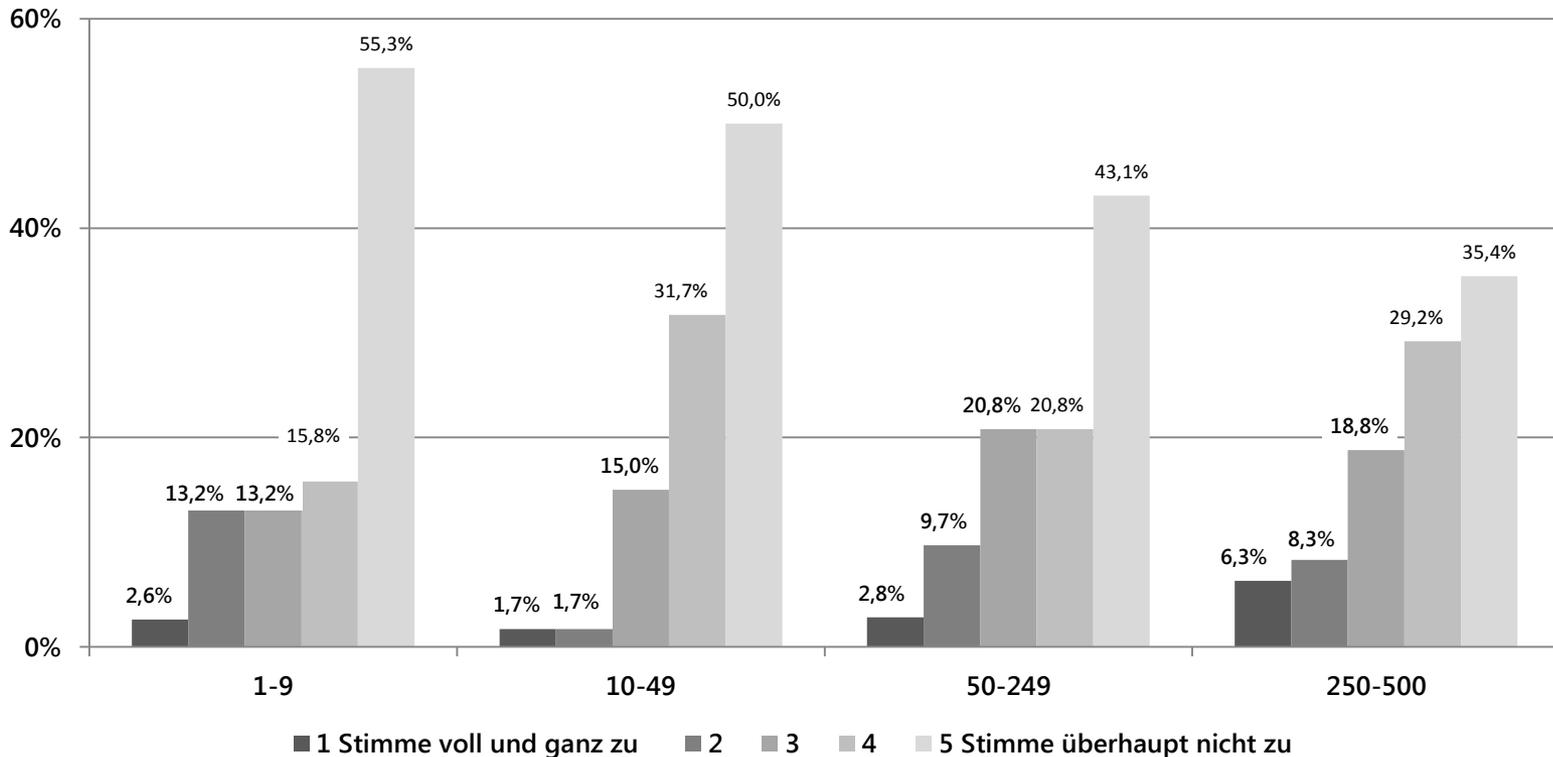
Für eine Kooperation kommen nur Startups mit Führungspersonal in Frage, welches mindestens 25 Jahre alt ist. (n=218)

Die Mehrheit der KMU schauen nicht auf das Alter des Gründers, wenn es um Kooperationen geht.



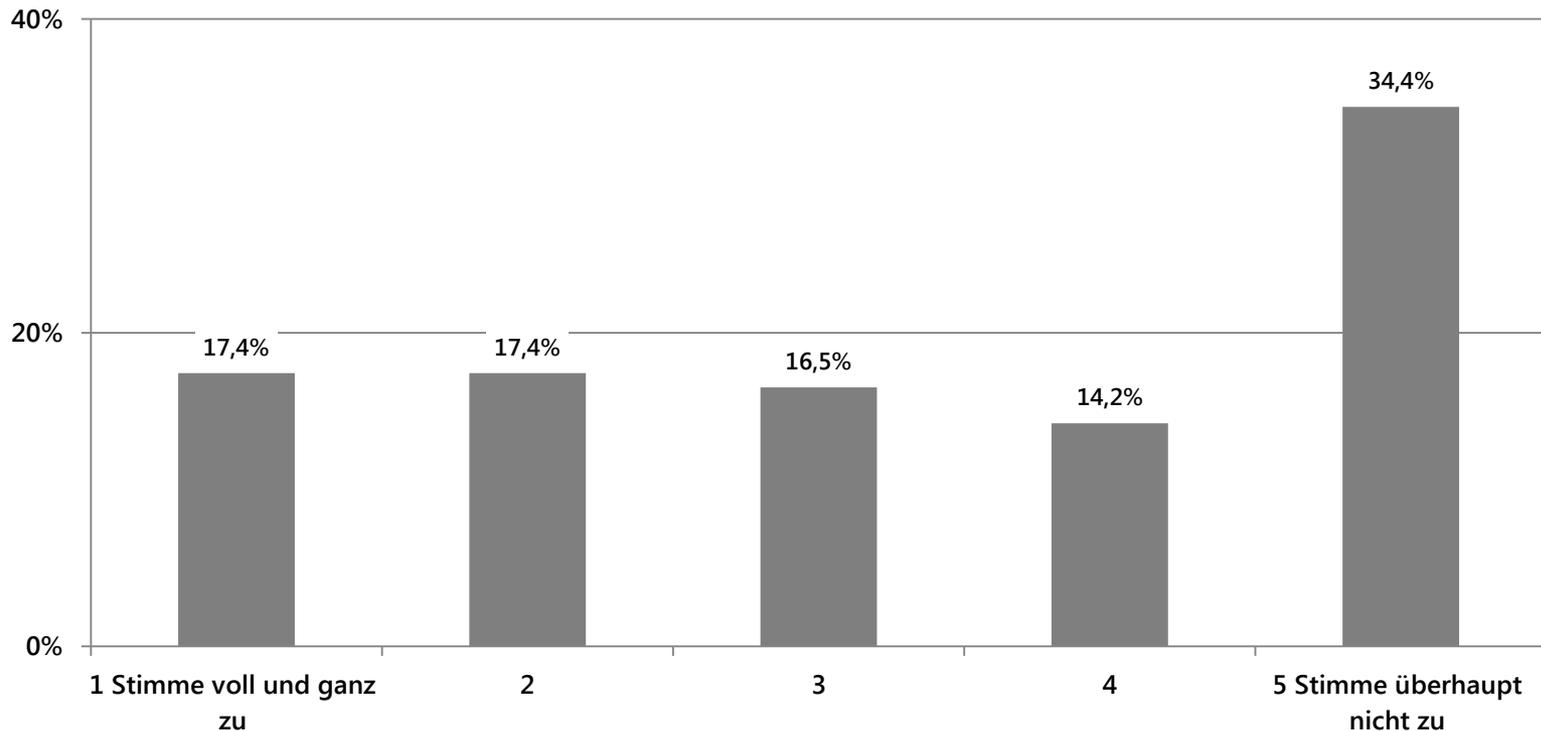
Für eine Kooperation kommen nur Startups mit Führungspersonal in Frage, welches mindestens 25 Jahre alt ist. (nach Mitarbeiterzahl) (n=218)

Größere KMU achten bei einer Kooperation tendenziell stärker auf das Alter des Startup-Gründers als Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern.

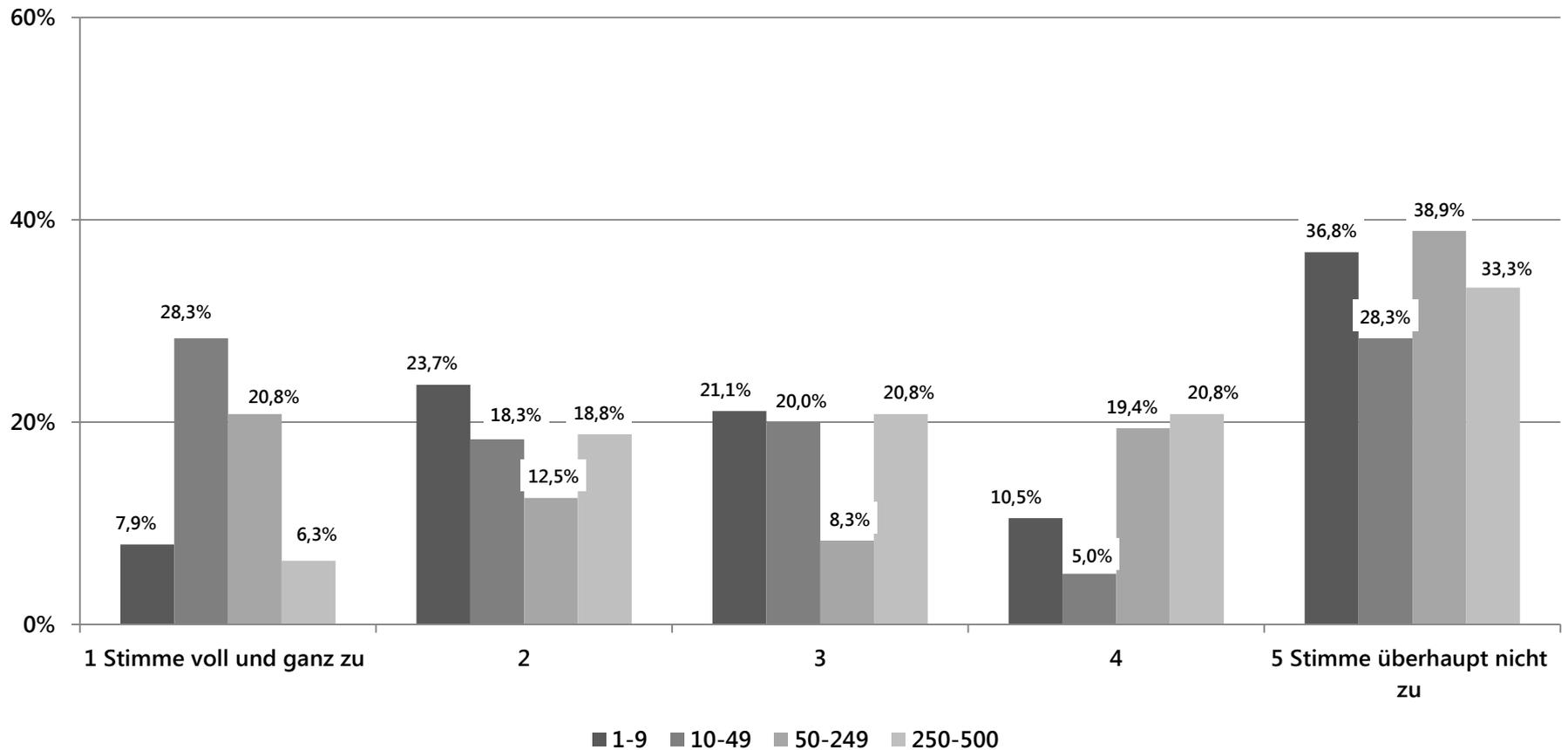


Für eine Kooperation kommen nur Startups in Frage, deren Firmensitz in Deutschland ist. (n=218)

Knapp die Hälfte der KMU würden auch Kooperationen mit ausländischen Startups eingehen.

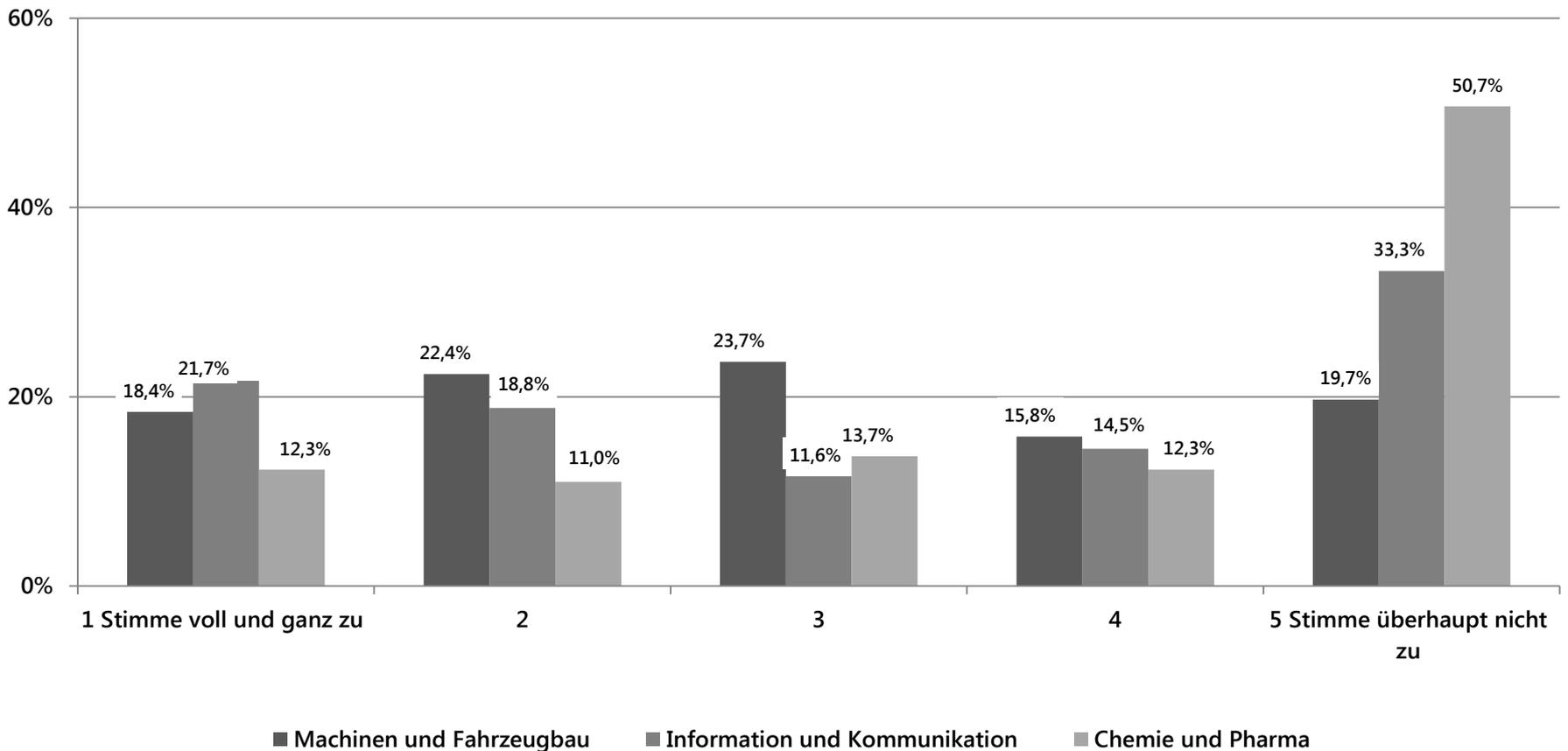


Für eine Kooperation kommen nur Startups in Frage, deren Firmensitz in Deutschland ist (nach Mitarbeiterzahl). (n=218)

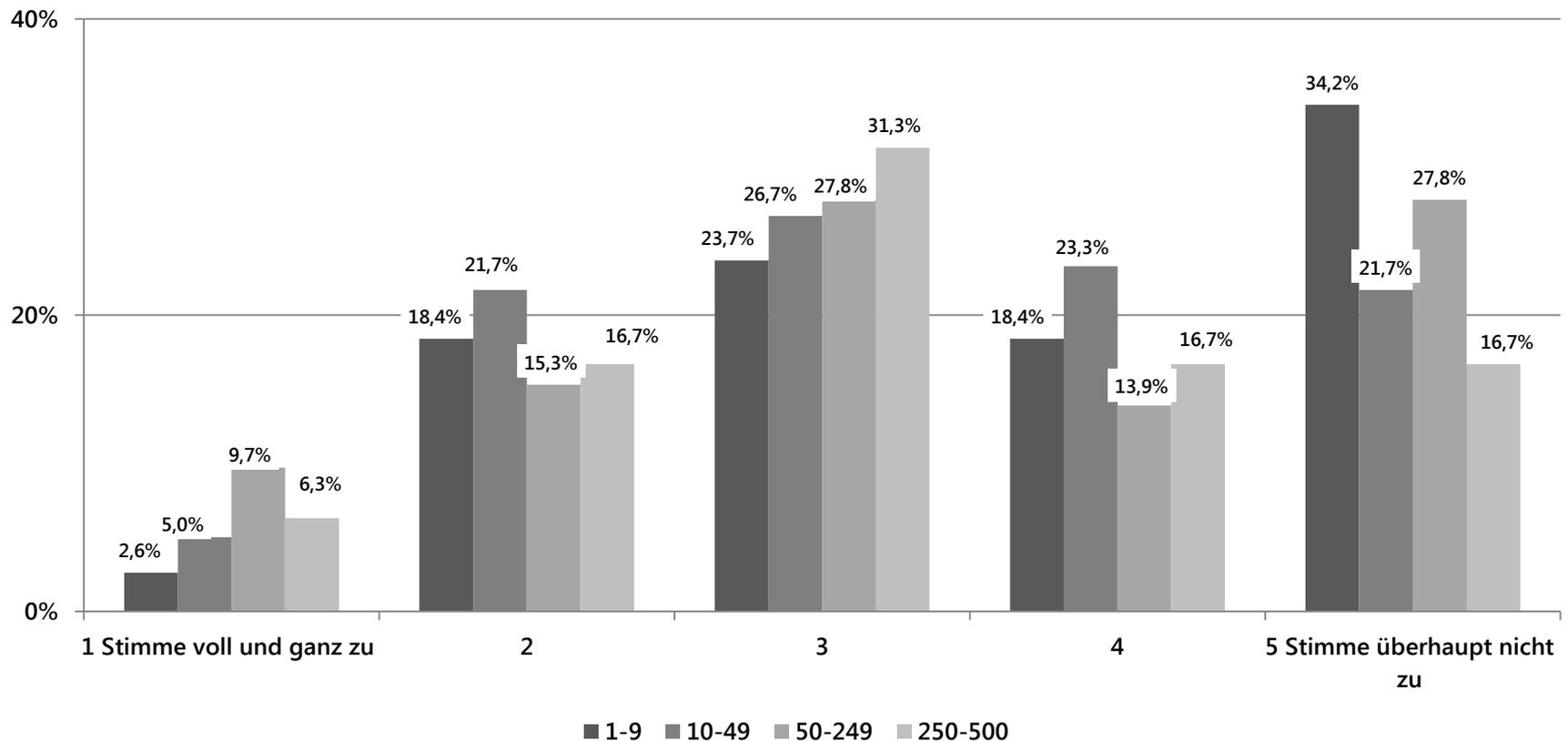


Für eine Kooperation kommen nur Startups in Frage, deren Firmensitz in Deutschland ist. (nach Branche) (n=218)

KMU aus der Chemie- und Pharmabranche sind für internationale Kooperationspartner am offensten.

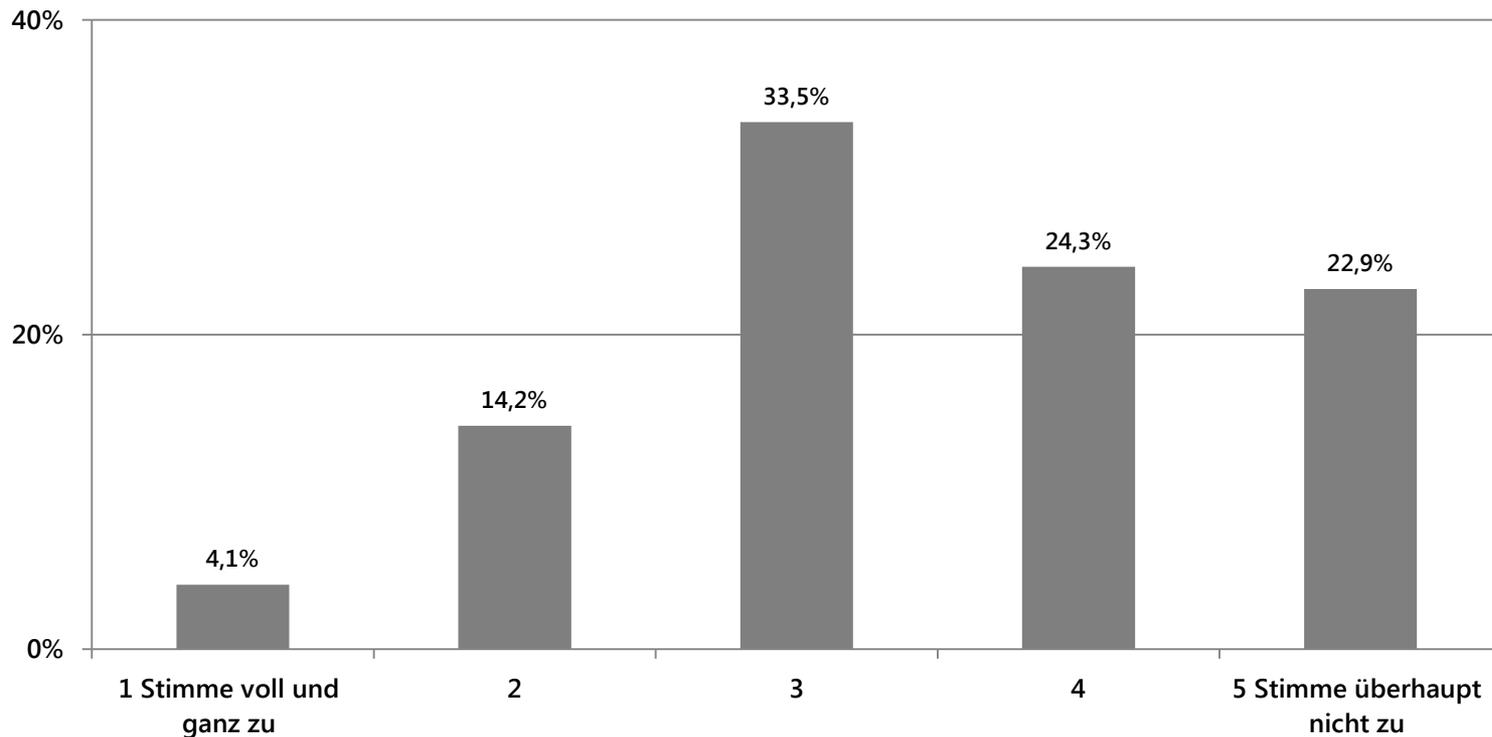


**Für eine Kooperation ist es Voraussetzung, dass das Startup mindestens einen externen Geldgeber (Bank, Business Angel ect.) an der Seite hat.
(nach Mitarbeiterzahl) (n=218)**

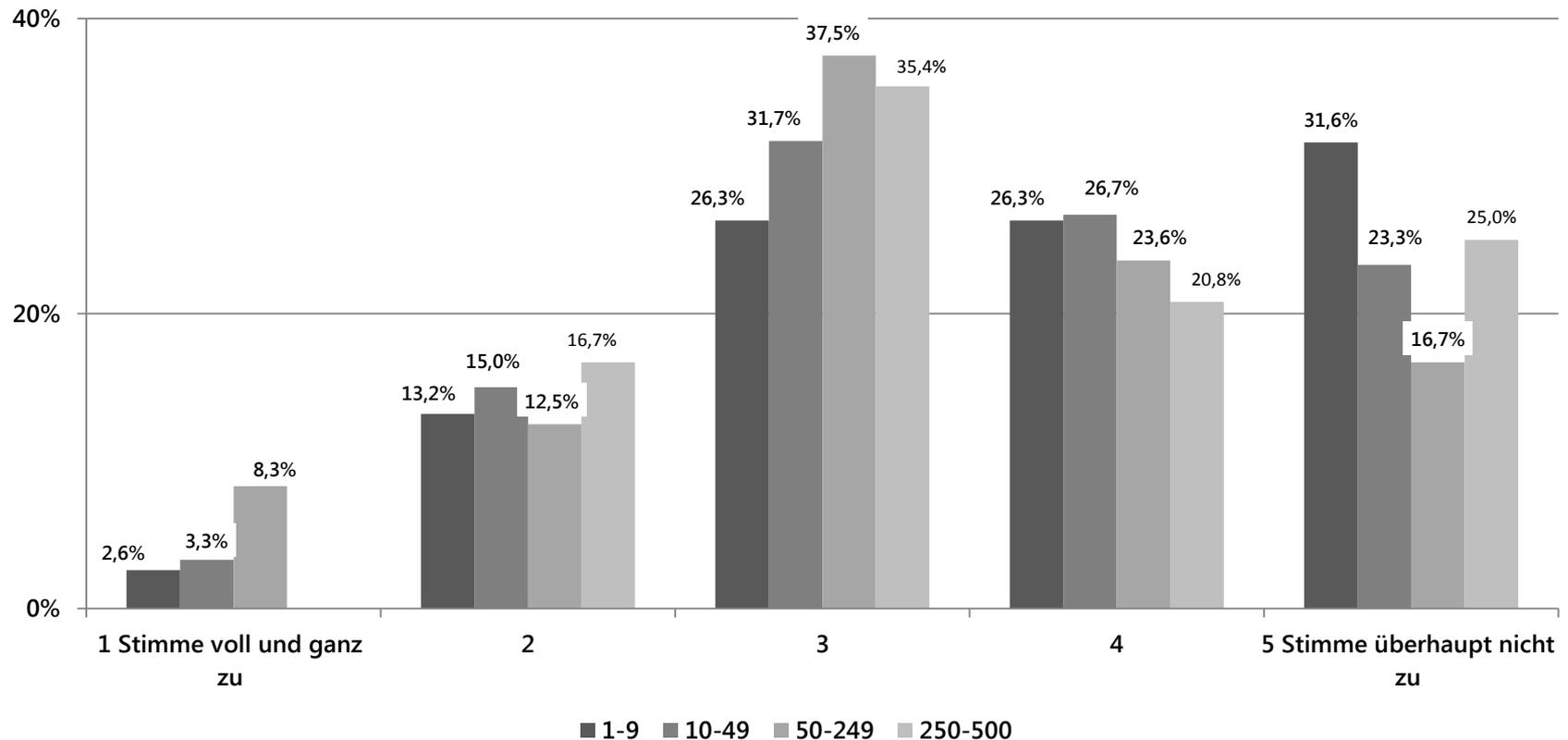


Für eine Kooperation kommen nur Startups mit Führungspersonal in Frage, welches langjährige Branchenerfahrung vorweisen kann. (n=218)

Branchenerfahrung wird lediglich von knapp 20 Prozent der KMU als Kooperationsvoraussetzung gewertet.

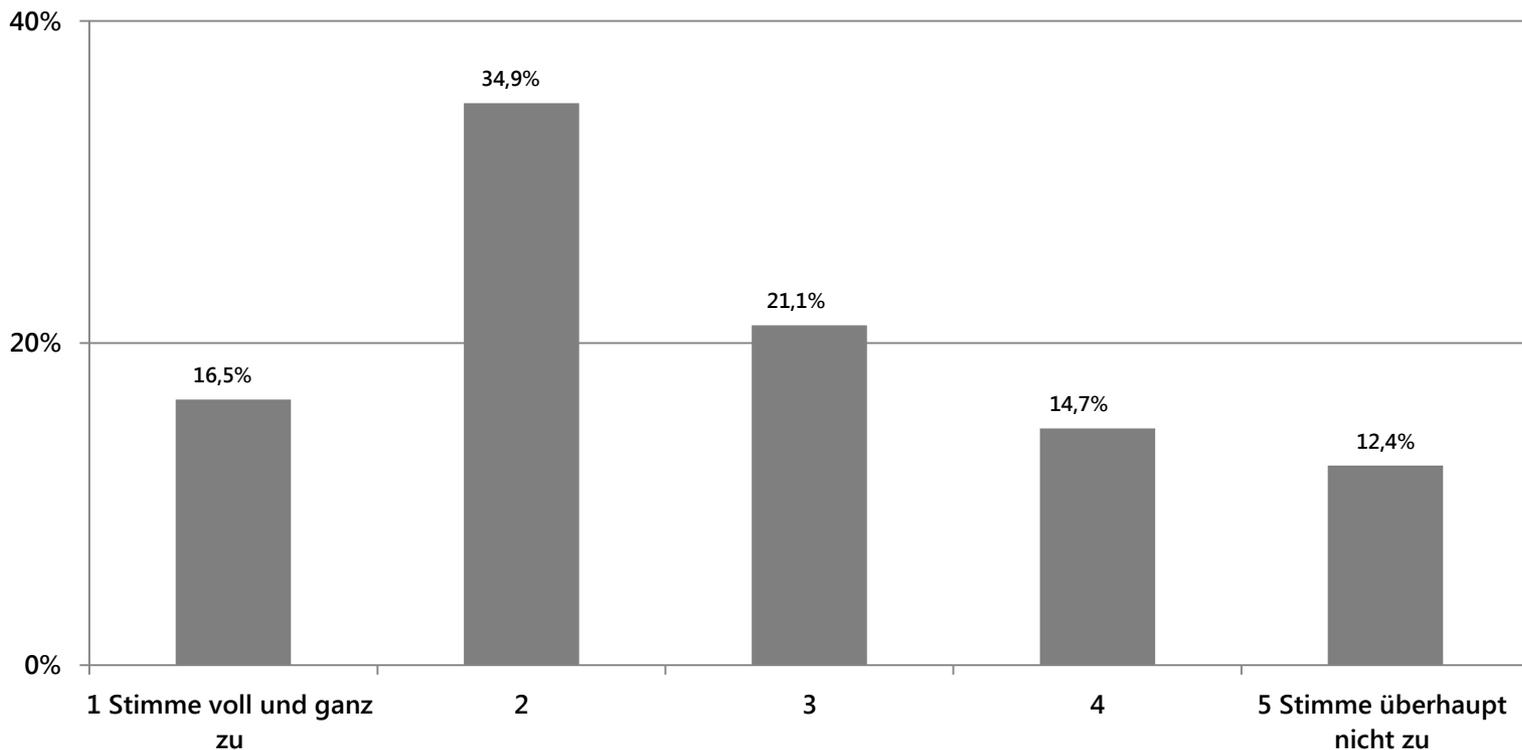


Für eine Kooperation kommen nur Startups mit Führungspersonal in Frage, welches langjährige Branchenerfahrung vorweisen kann. (n=218)

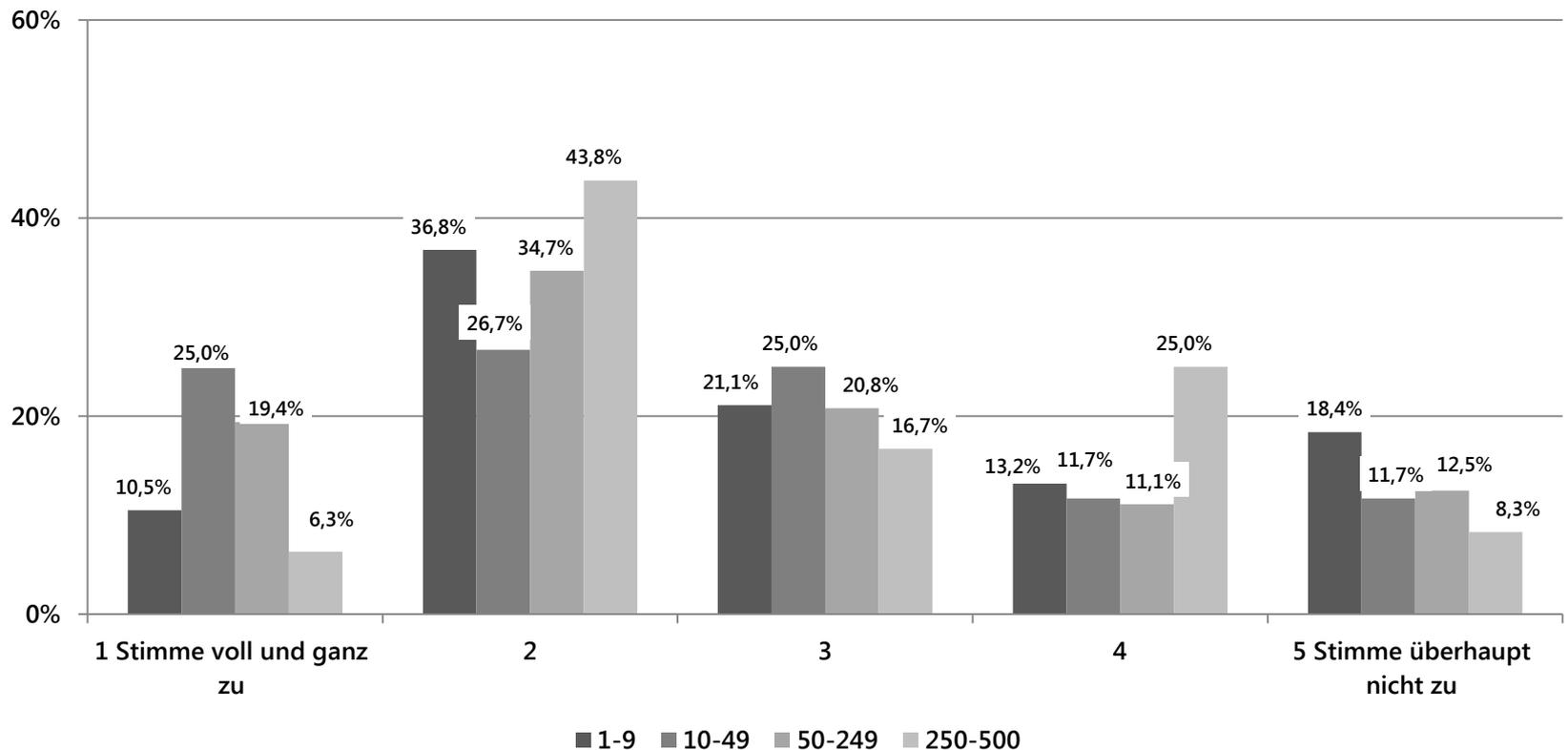


Für eine Kooperation ist es von Vorteil, wenn ich das Führungspersonal des Startups aus anderen Zusammenhängen persönlich kenne. (n=218)

Bei über der Hälfte der KMU spielen persönliche Kontakte für eine Kooperation eine wichtige Rolle.



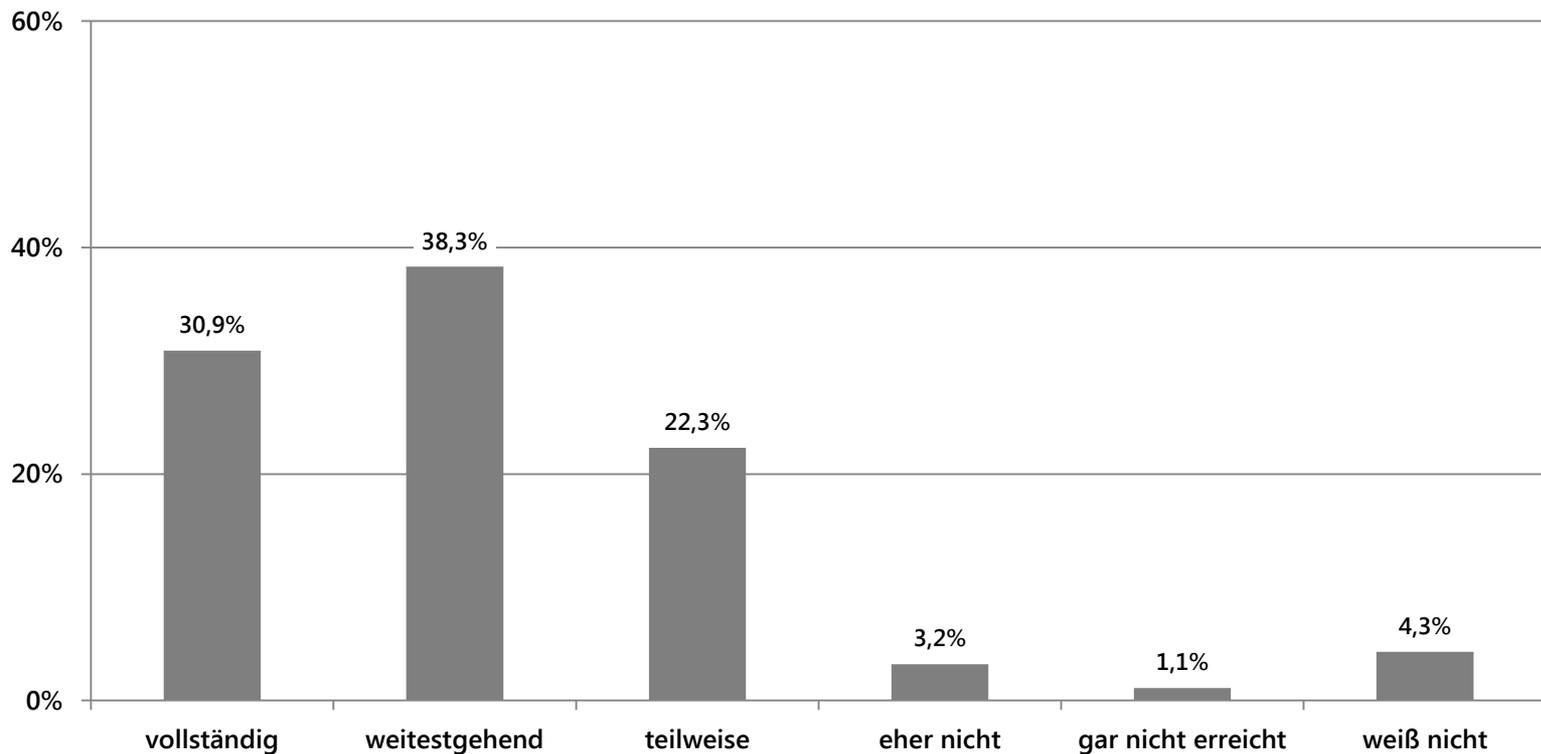
Für eine Kooperation ist es von Vorteil, wenn ich das Führungspersonal des Startups aus anderen Zusammenhängen persönlich kenne. (nach Mitarbeiterzahl) (n=218)



5. Kooperationserfolg: Bewertung und Zielerreichung

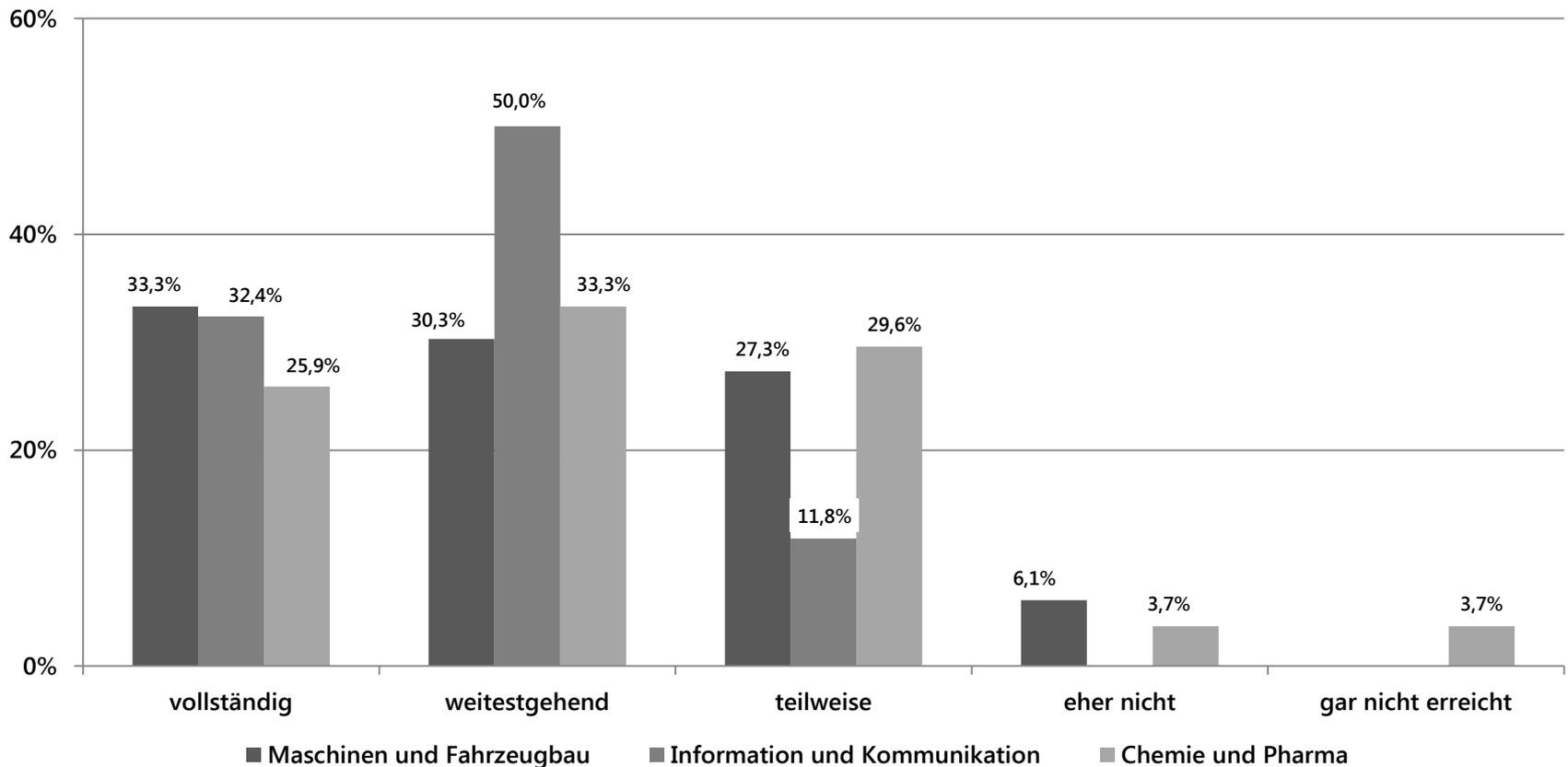
Wurden die Ziele der Zusammenarbeit mit den Startup-Unternehmen erreicht? (n=94)

In knapp 70 Prozent der Kooperationen wurde die Ziele der Zusammenarbeit vollständig/weitestgehend erreicht.



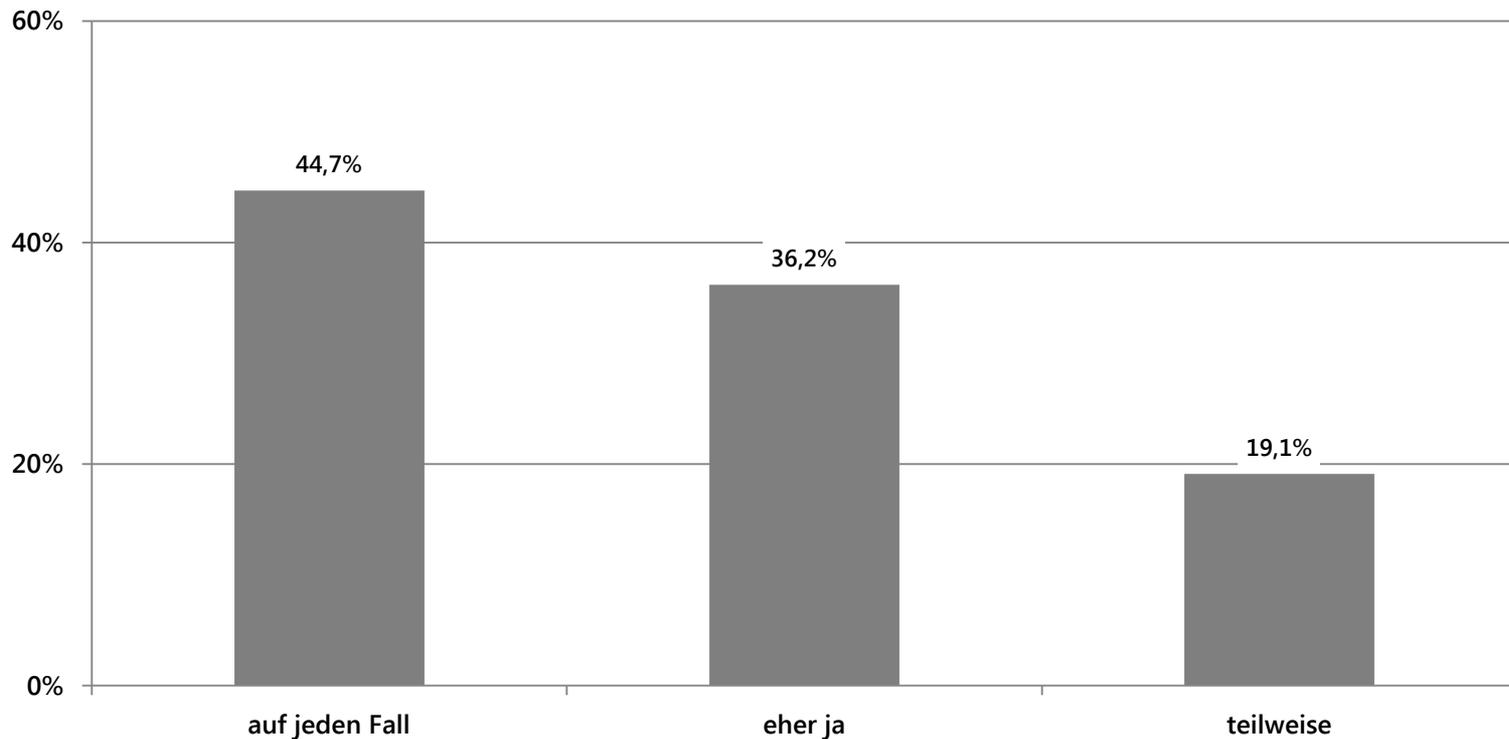
Wurden die Ziele der Zusammenarbeit mit den Startup-Unternehmen erreicht? (nach Branche) (n=94)

KMU aus der Informations- und Kommunikationsbranche sind besonders zufrieden bezüglich der Zielerreichung.



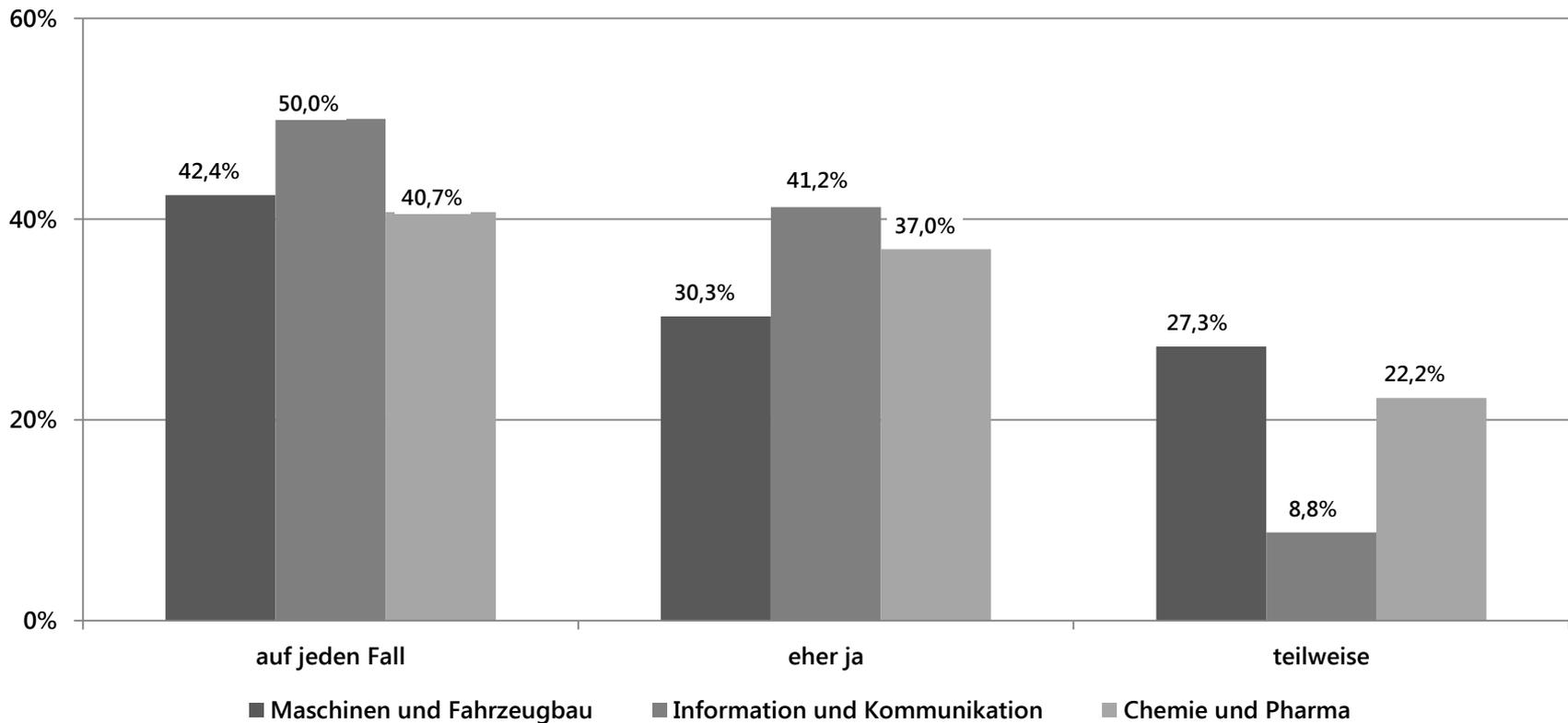
Würden sie anderen KMU die Zusammenarbeit mit Startups empfehlen? (n=94)

Über 80 Prozent der KMU würde die Zusammenarbeit mit Startups (eher) weiterempfehlen.



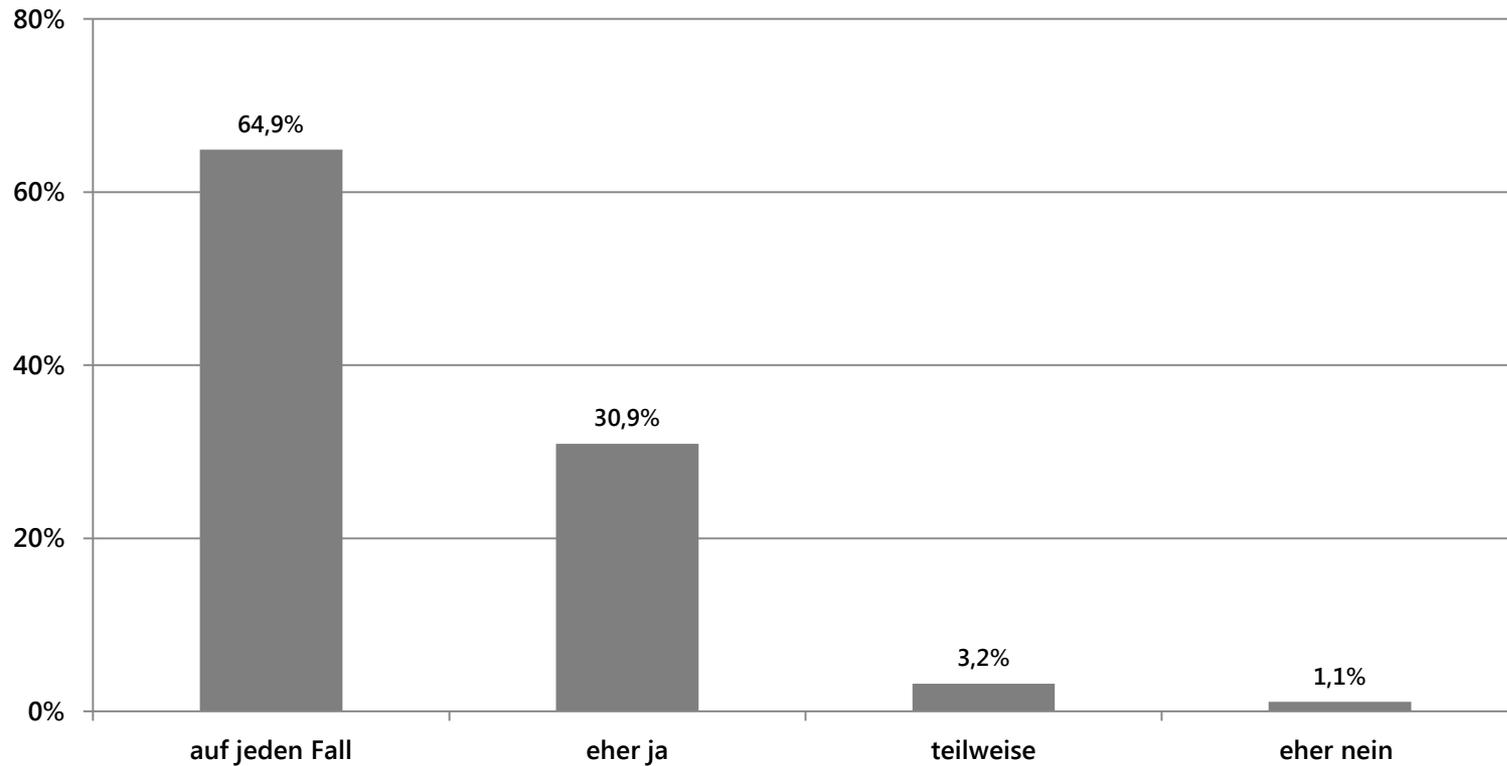
Würden sie anderen KMU die Zusammenarbeit mit Startups empfehlen? (nach Branche) (n=94)

Insbesondere KMU aus der Informations- und Kommunikationsbranche würden eine Zusammenarbeit auch anderen Unternehmen empfehlen.



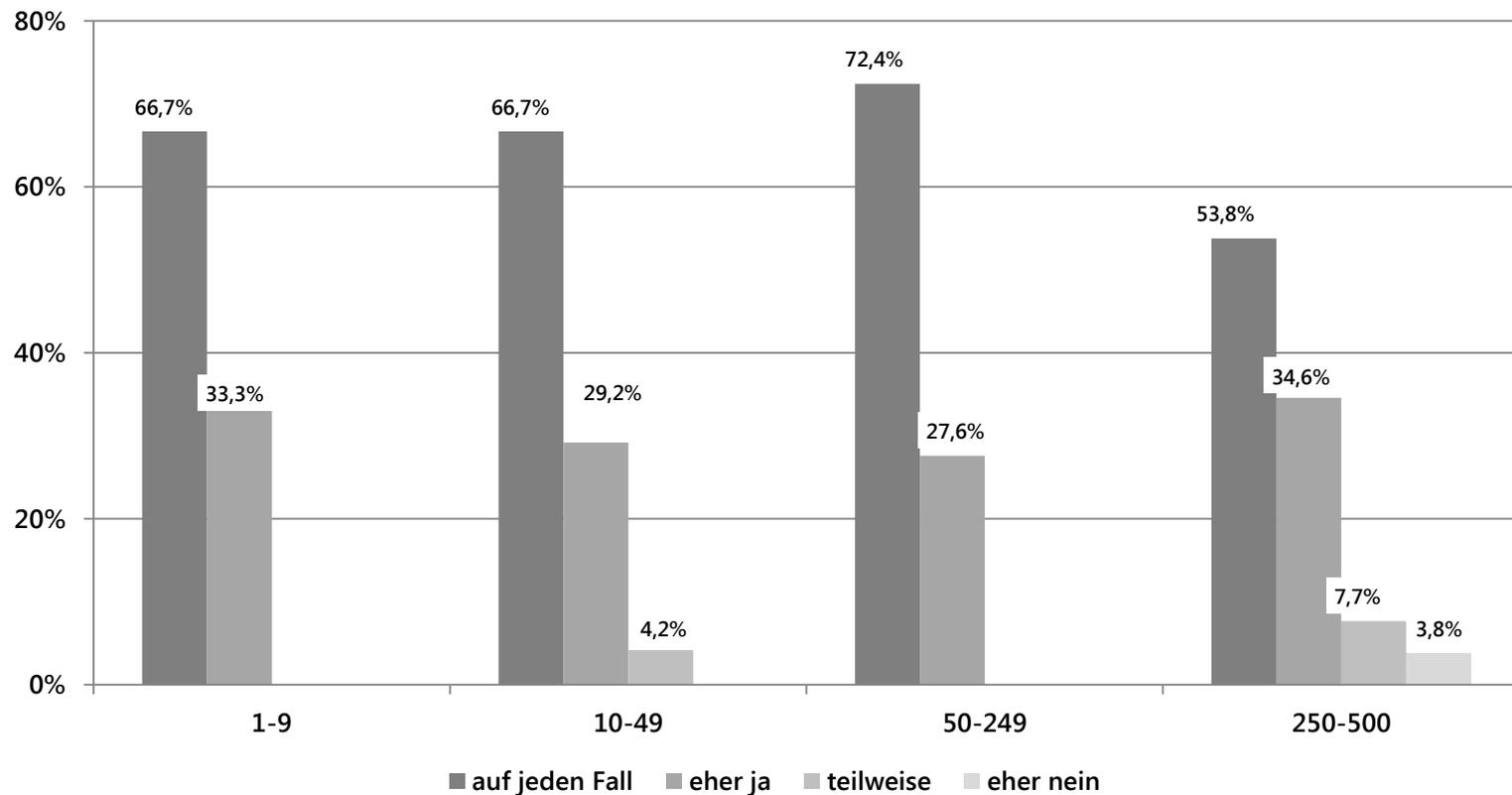
Würden Sie in Zukunft wieder mit einem Startup zusammenarbeiten? (n=94)

Über 95% der KMU mit Startup-Kooperationserfahrung würde auch in Zukunft wieder eine Zusammenarbeit eingehen.

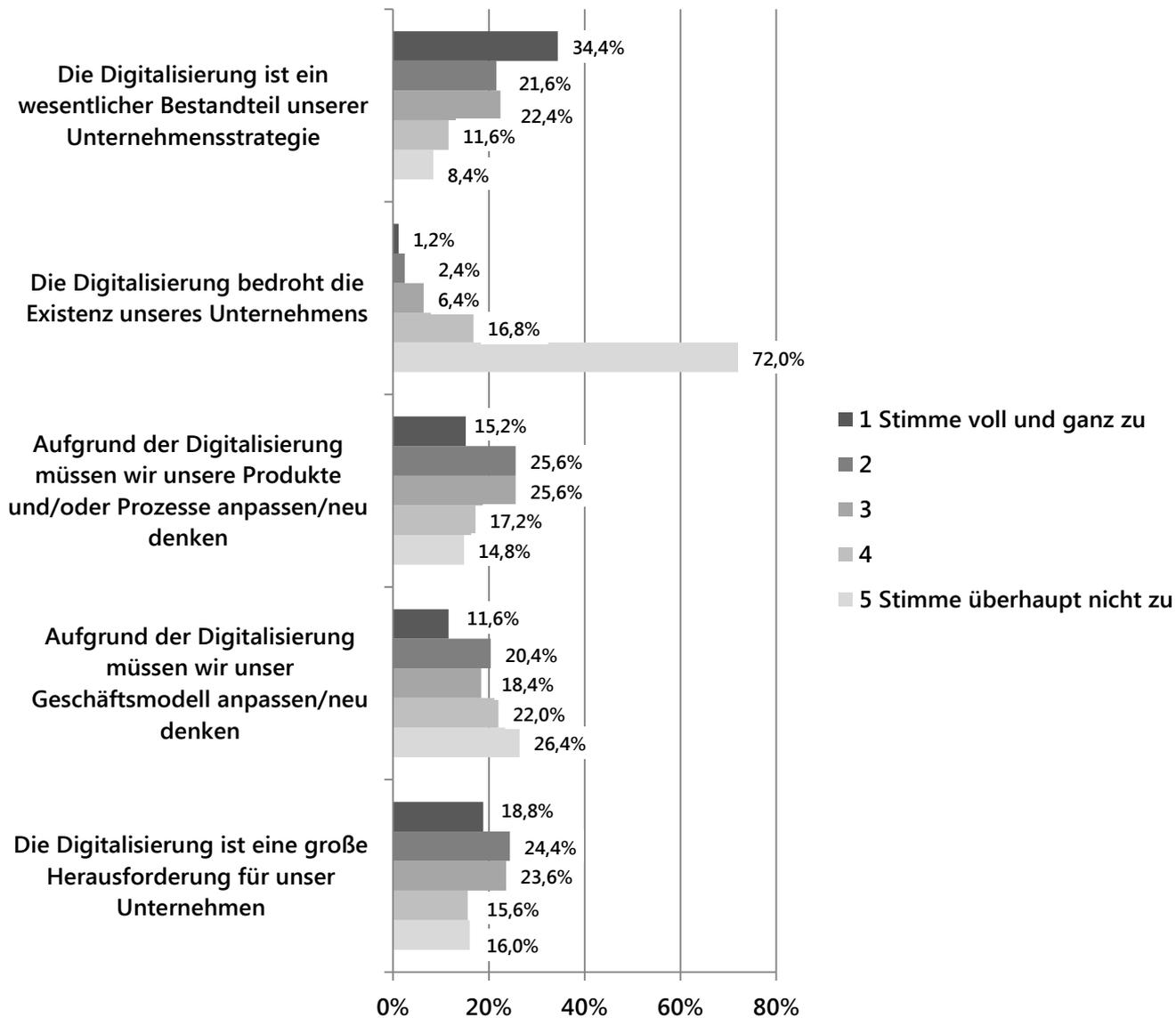


Würden Sie in Zukunft wieder mit einem Startup zusammenarbeiten? (nach Mitarbeiterzahl) (n=94)

KMU mit 50-249 Mitarbeitern zeigen die größte Bereitschaft für eine erneute Kooperation mit Startups.

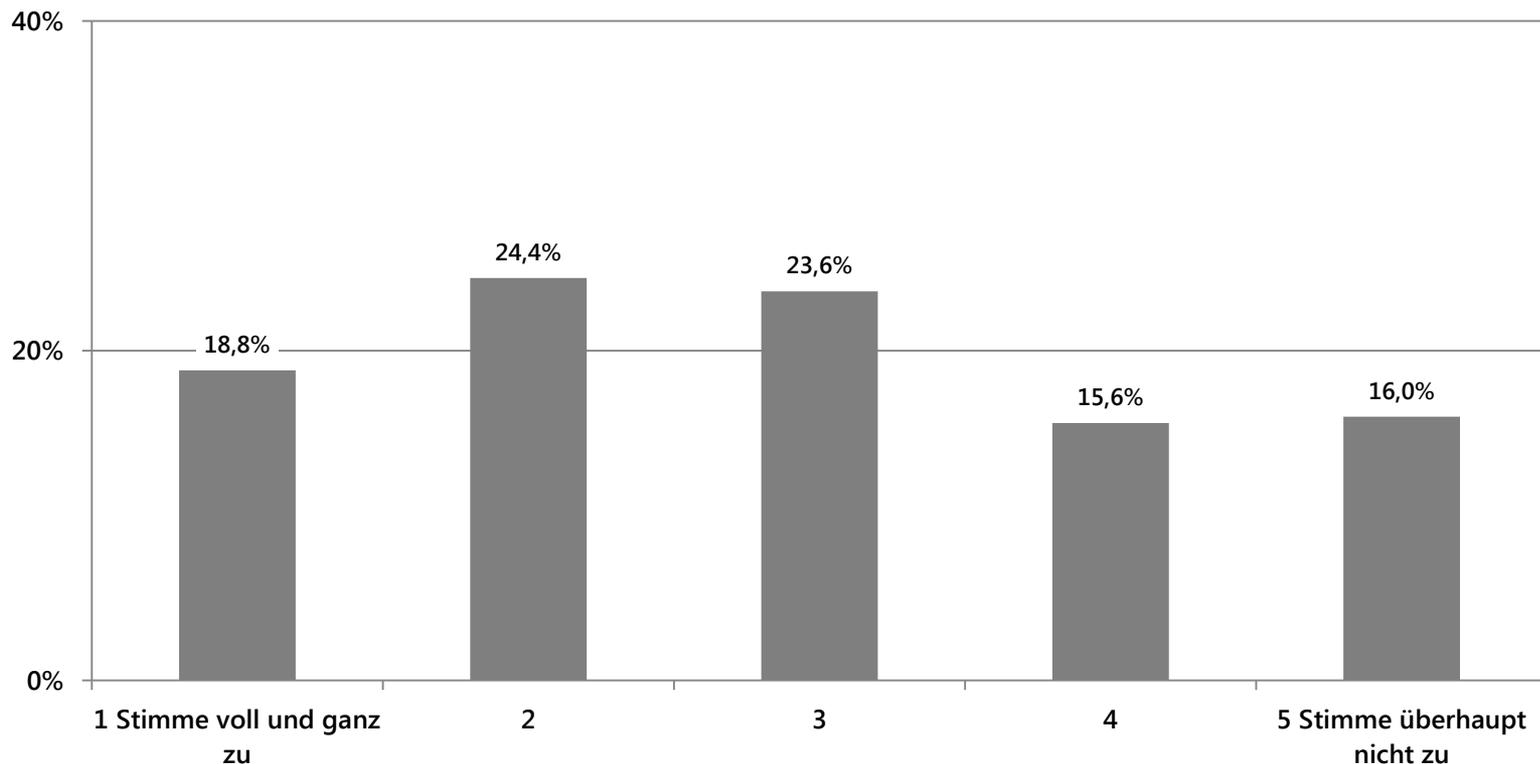


6. Sonderauswertung Digitalisierung



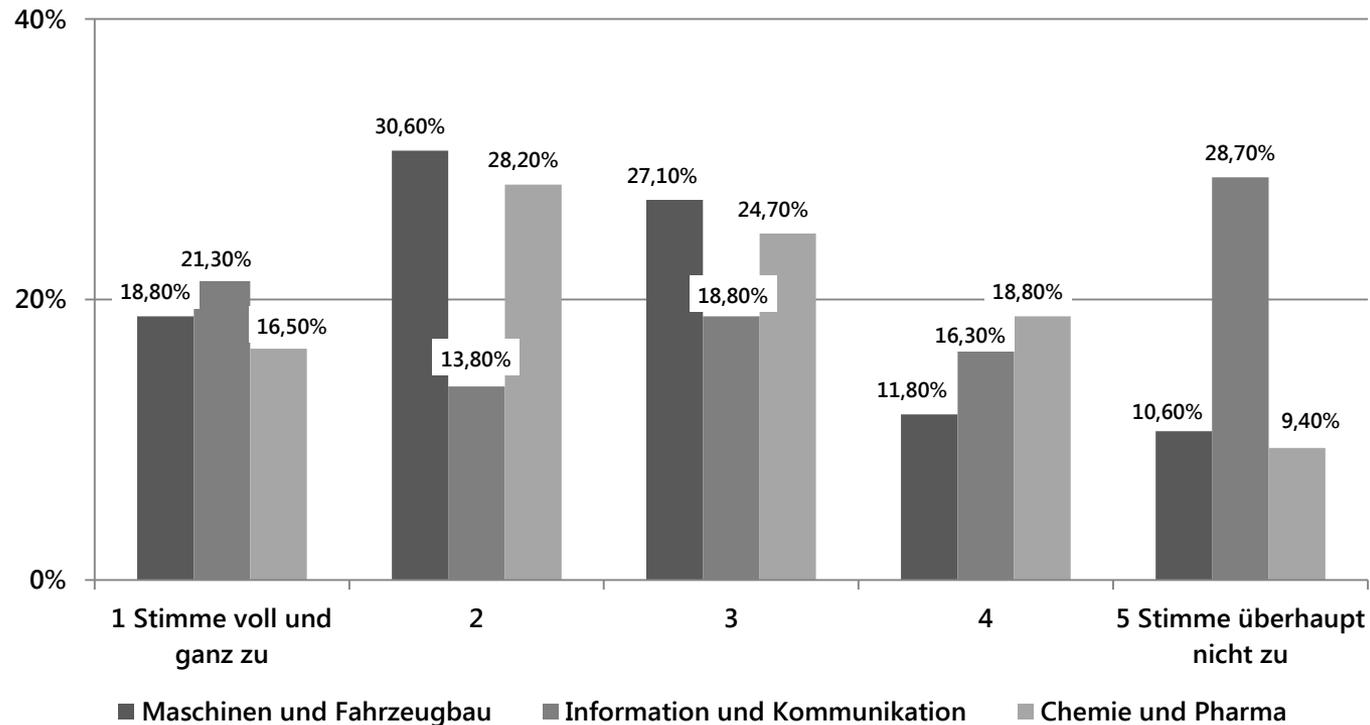
Die Digitalisierung ist eine große Herausforderung für unser Unternehmen. (n=250)

Über 40 Prozent der KMU nehmen die Digitalisierung als Herausforderung für ihr Unternehmen wahr.



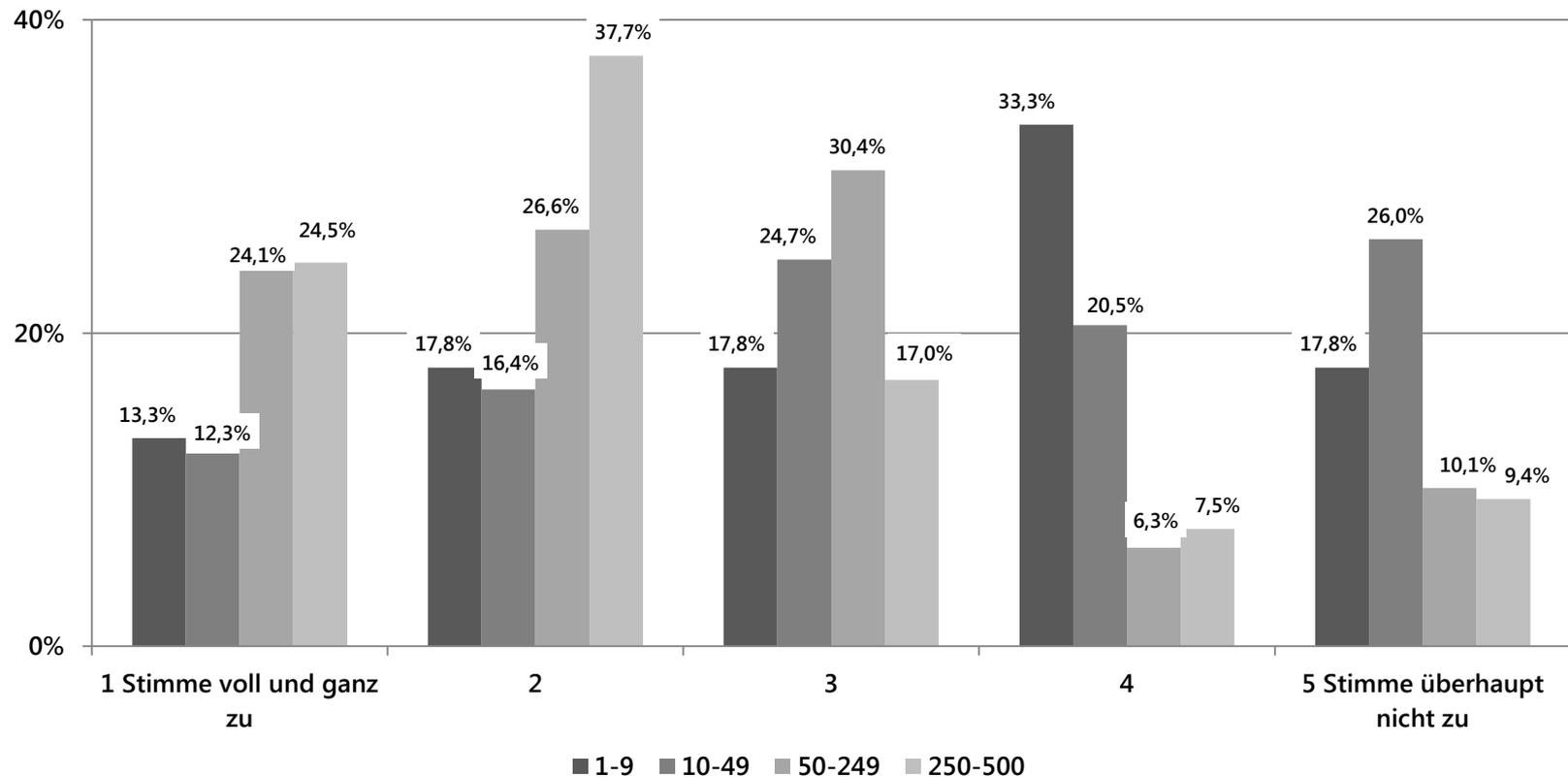
Die Digitalisierung ist eine große Herausforderung für unser Unternehmen. (nach Branche) (n=250)

Insbesondere KMU aus der Branche Maschinen- und Fahrzeugbau sehen aufgrund der Digitalisierung Handlungsbedarf bei der Weiterentwicklung ihrer Produkte und/oder Prozesse.



Die Digitalisierung ist eine große Herausforderung für unser Unternehmen. (nach Mitarbeitern) (n=250)

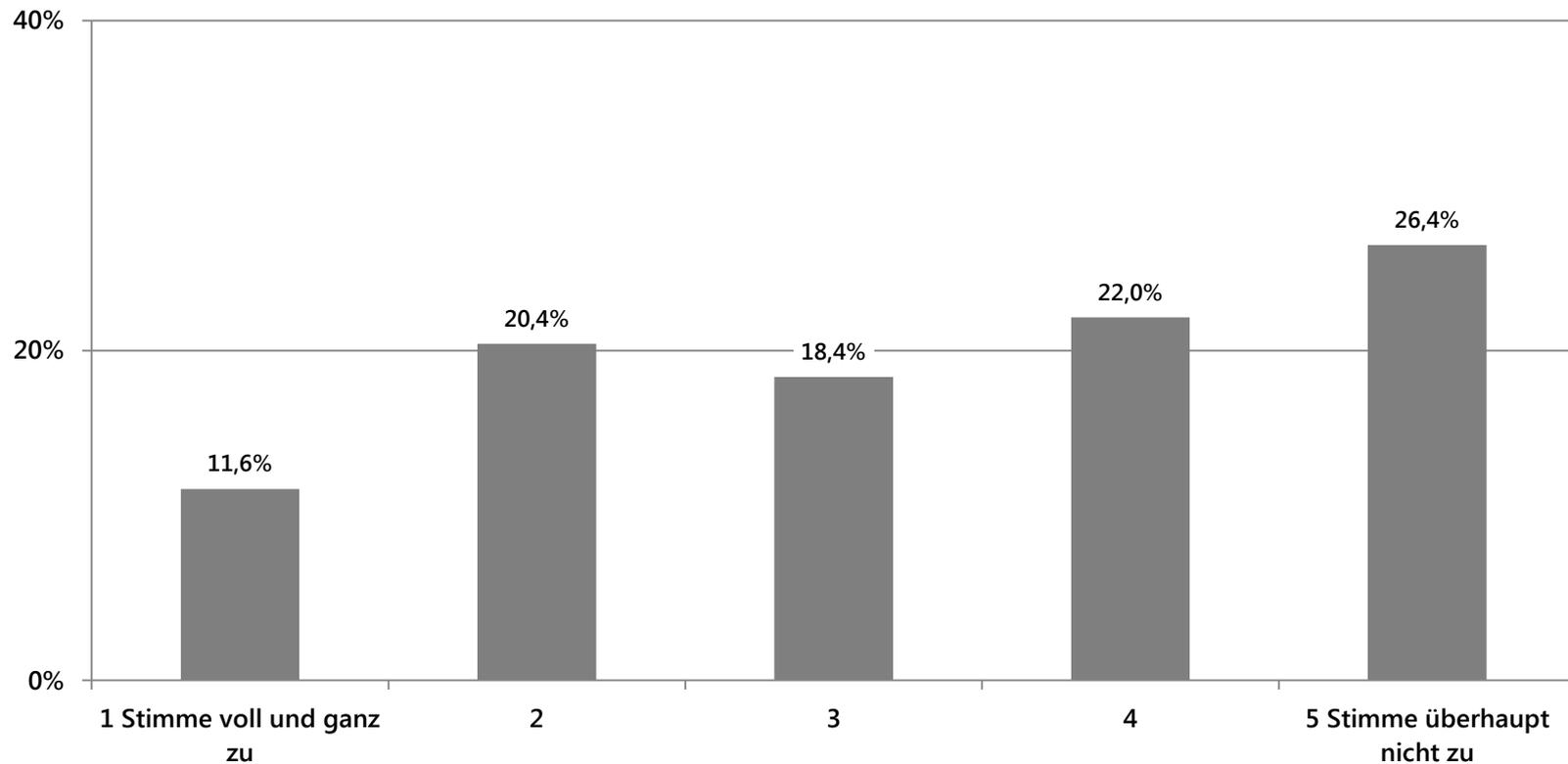
Vor allem für große KMU stellt die Digitalisierung eine Herausforderung dar.



Aufgrund der Digitalisierung müssen wir unser Geschäftsmodell anpassen/ neu denken.

(n=250)

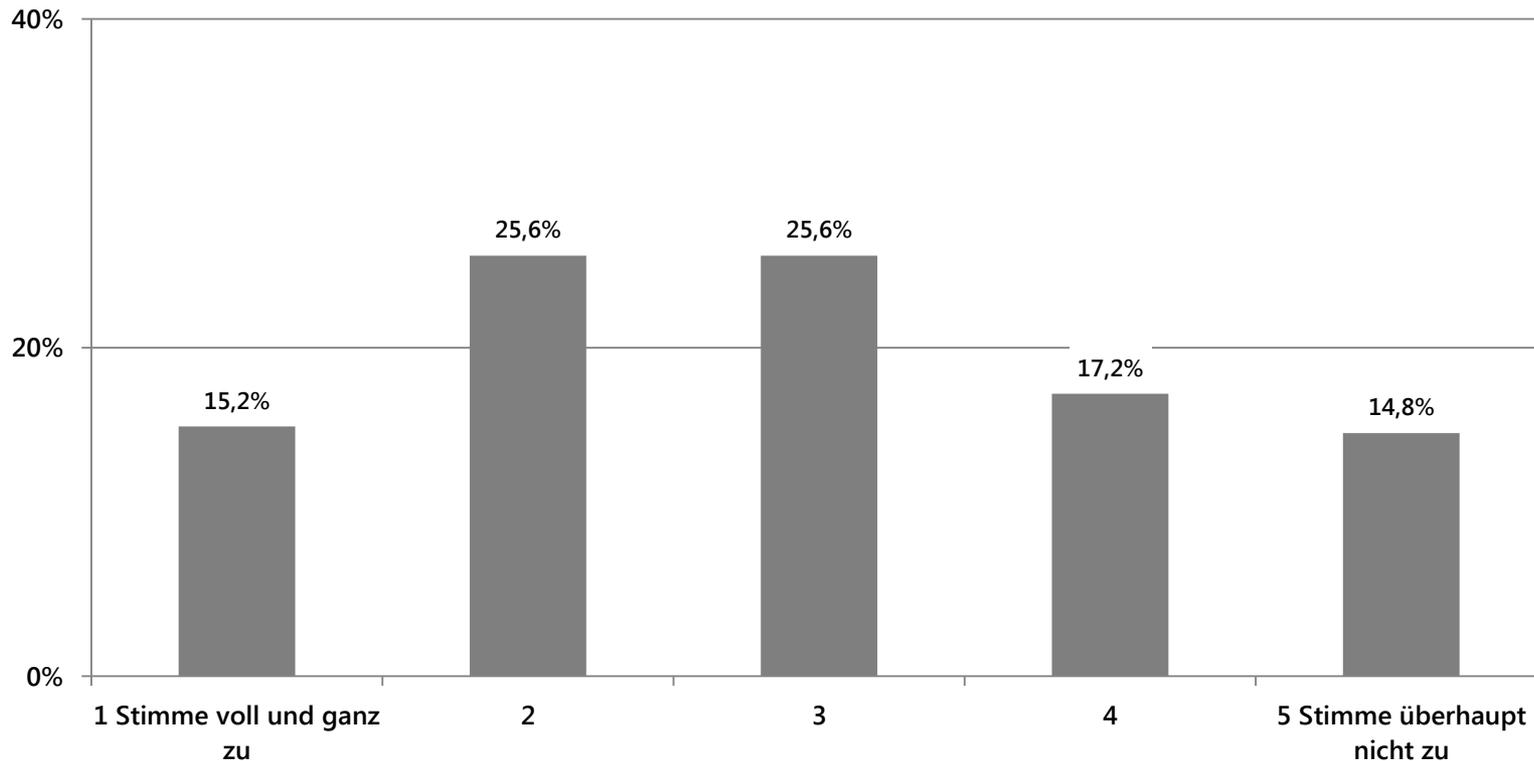
Knapp die Hälfte der KMU denken (eher) nicht, dass sie ihr Geschäftsmodell anpassen müssen.



Aufgrund der Digitalisierung müssen wir unsere Produkte und/oder Prozesse anpassen/neu denken.

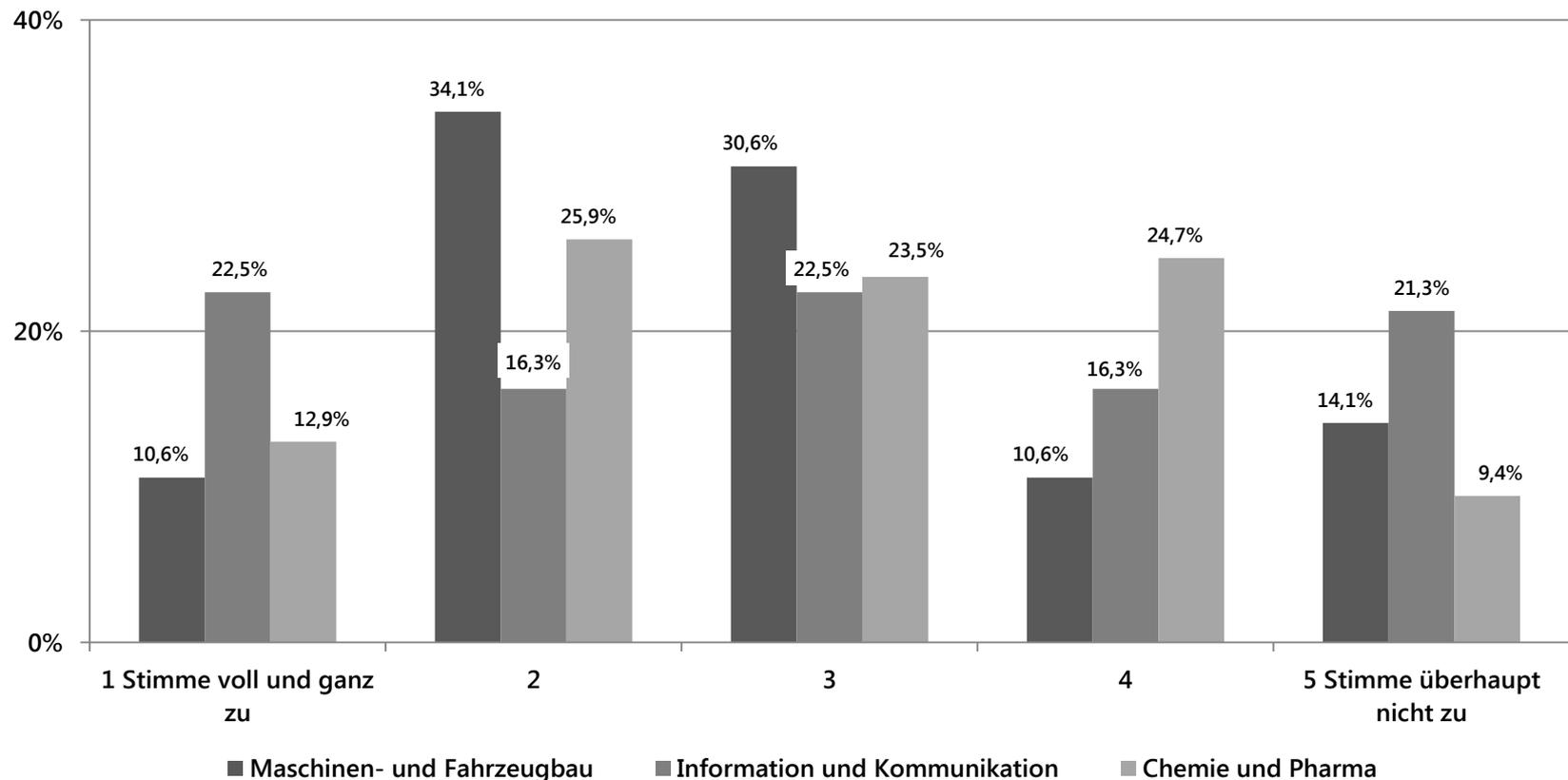
(n=250)

Über 40 Prozent der KMU gehen davon aus, dass sich ihre Produkte/Prozesse im Zuge der Digitalisierung verändern müssen.



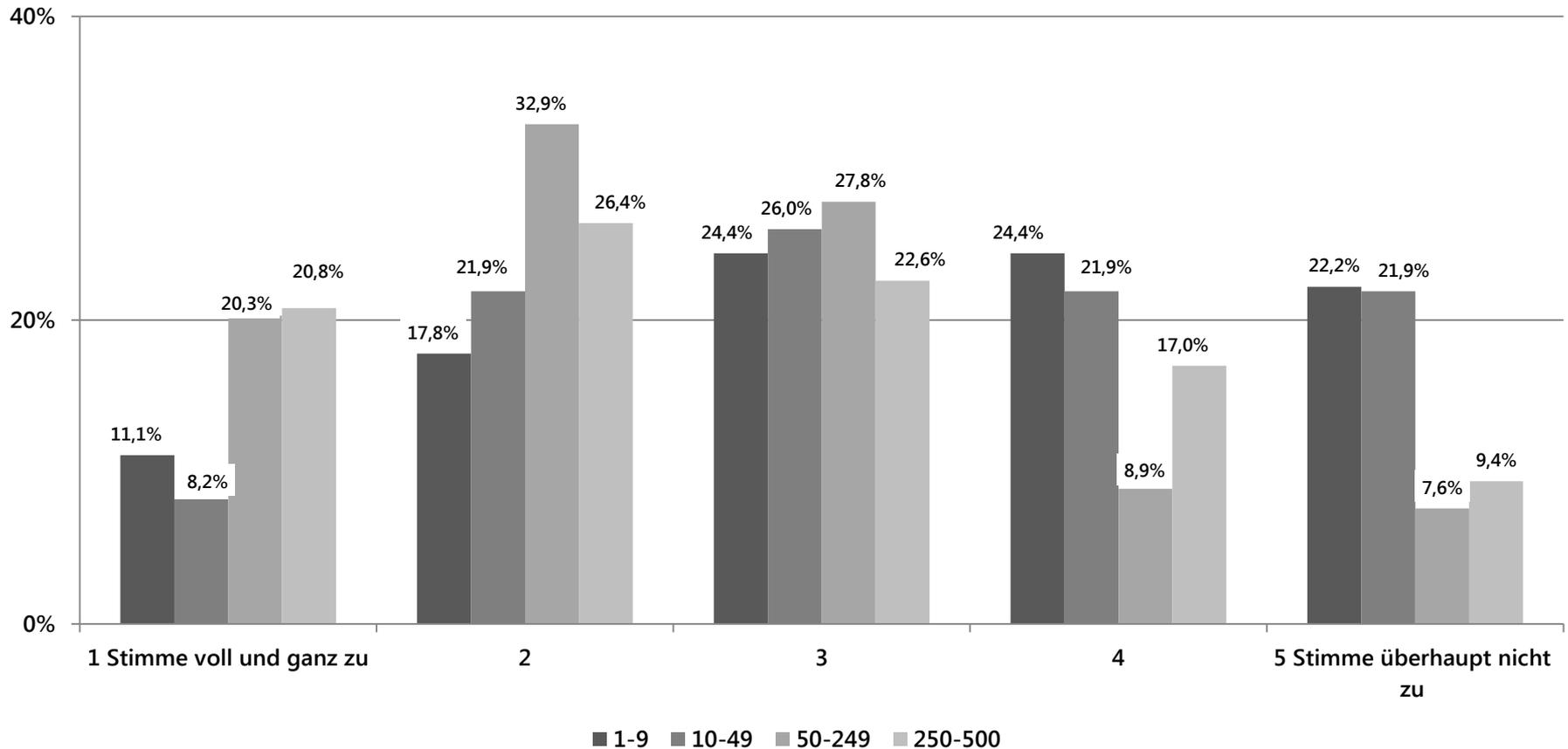
Aufgrund der Digitalisierung müssen wir unsere Produkte und/oder Prozesse anpassen/neu denken. (nach Branche) (n=250)

Insbesondere KMU aus der Branche Maschinen- und Fahrzeugbau sehen aufgrund der Digitalisierung Handlungsbedarf bei der Weiterentwicklung ihrer Produkte und/oder Prozesse.



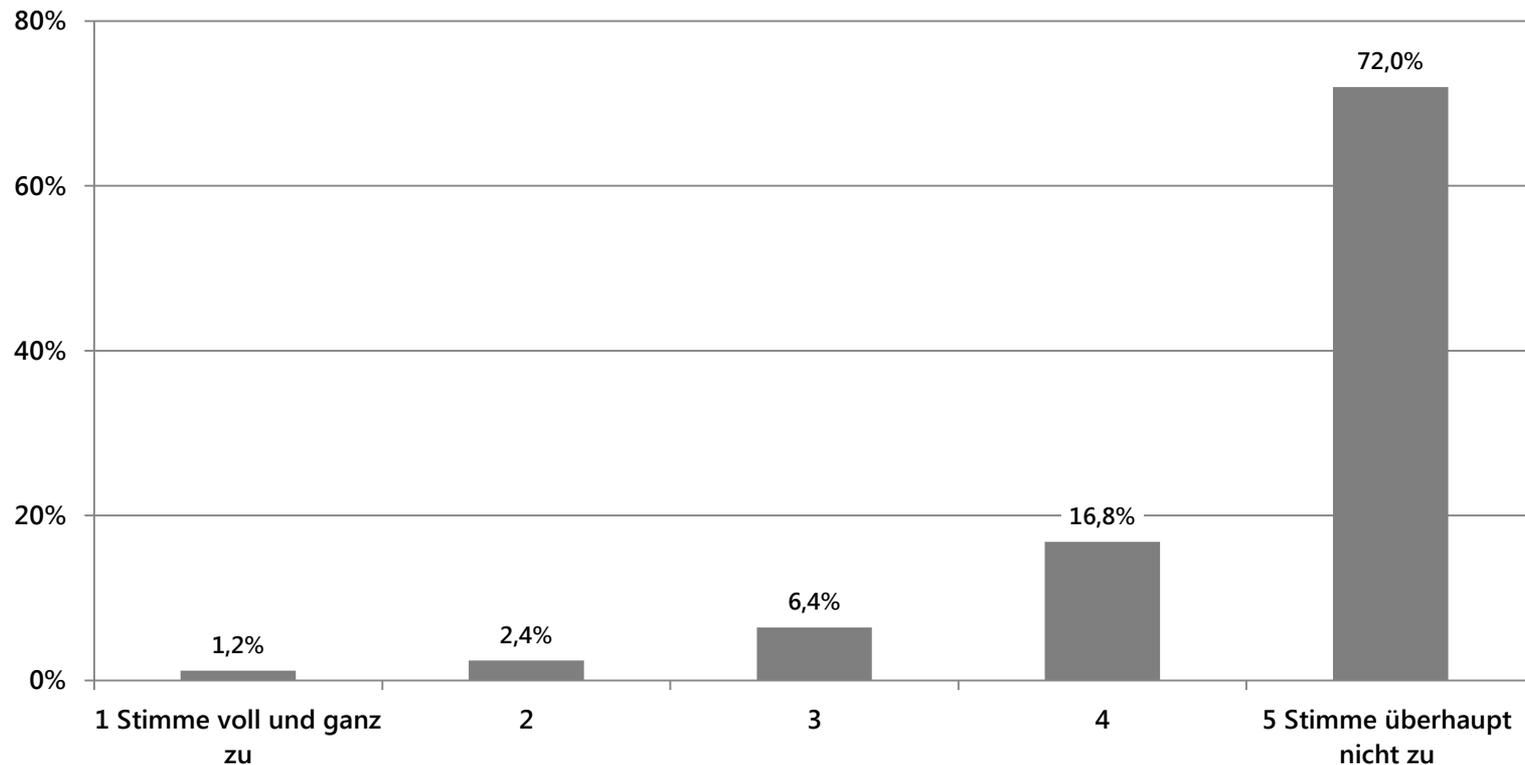
Aufgrund der Digitalisierung müssen wir unsere Produkte und/oder Prozesse anpassen/neu denken. (nach Mitarbeitern) (n=250)

Über die Hälfte der KMU mit 50-249 Mitarbeitern gehen davon aus, dass ihre Produkte/Prozesse angepasst werden müssen.



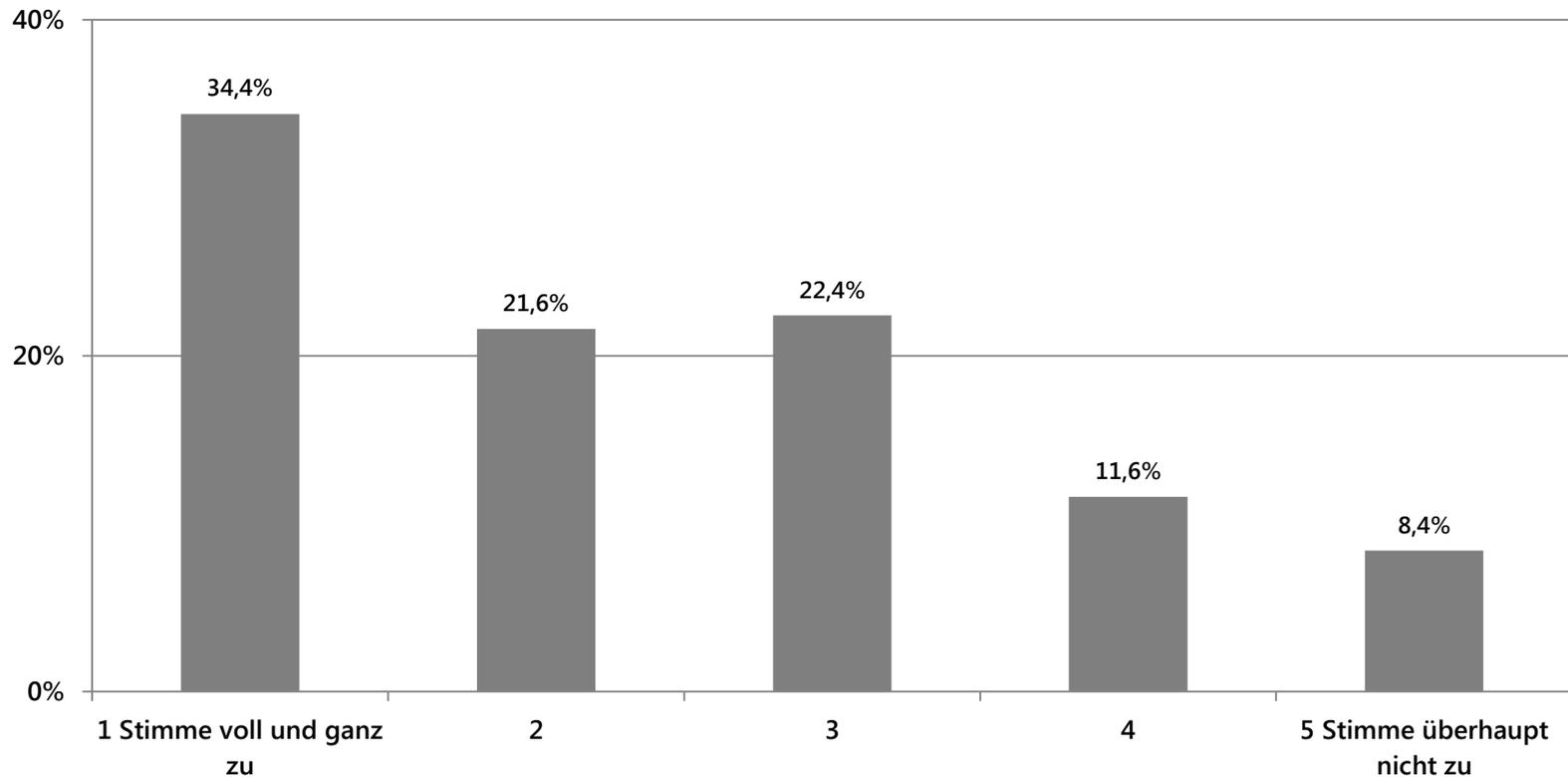
Die Digitalisierung bedroht die Existenz unseres Unternehmens. (n=250)

Knapp 90% der KMU denken nicht, dass die Digitalisierung den Fortbestand ihres Unternehmens gefährdet.



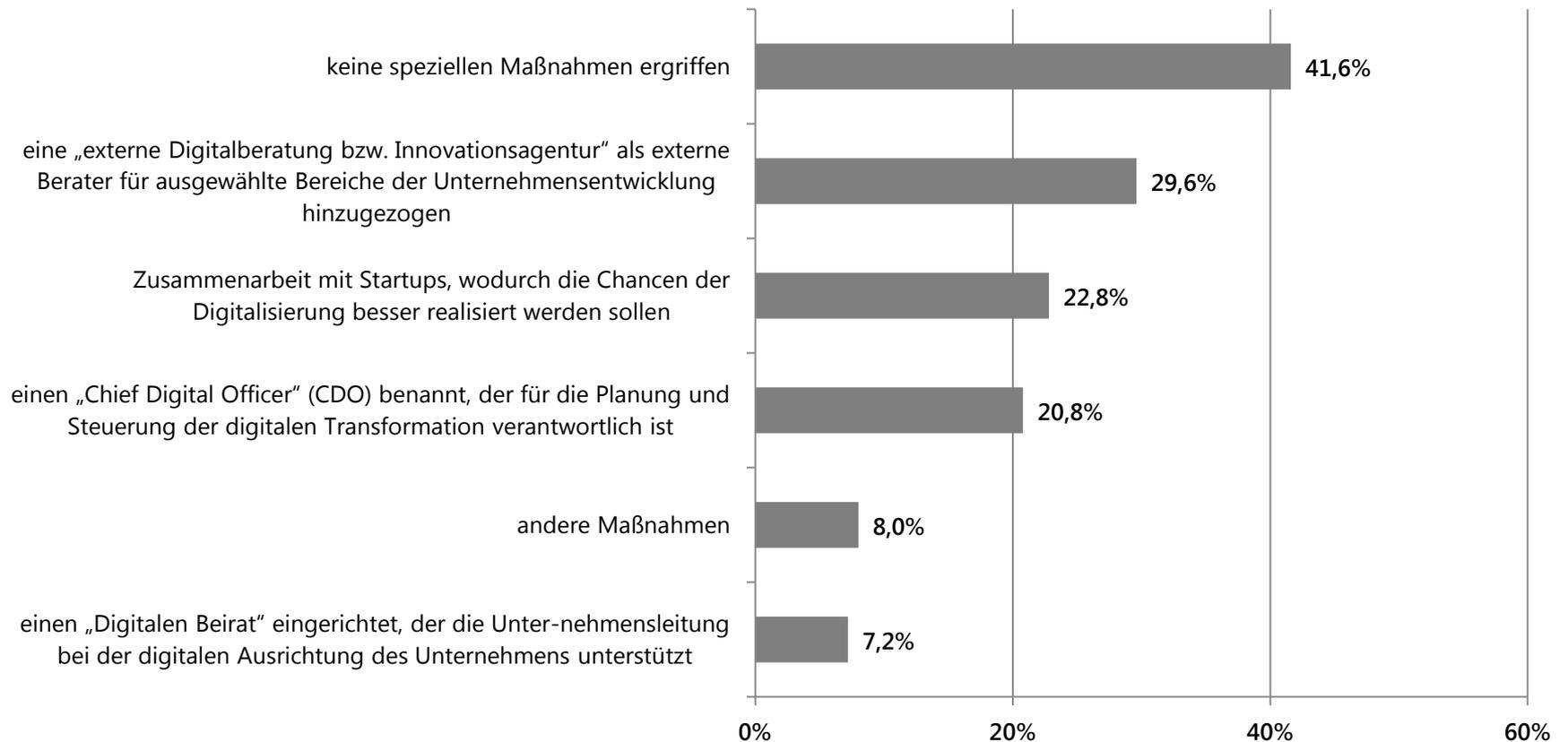
Die Digitalisierung ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. (n=250)

Mehr als die Hälfte der KMU stimmen dieser Aussage zu.



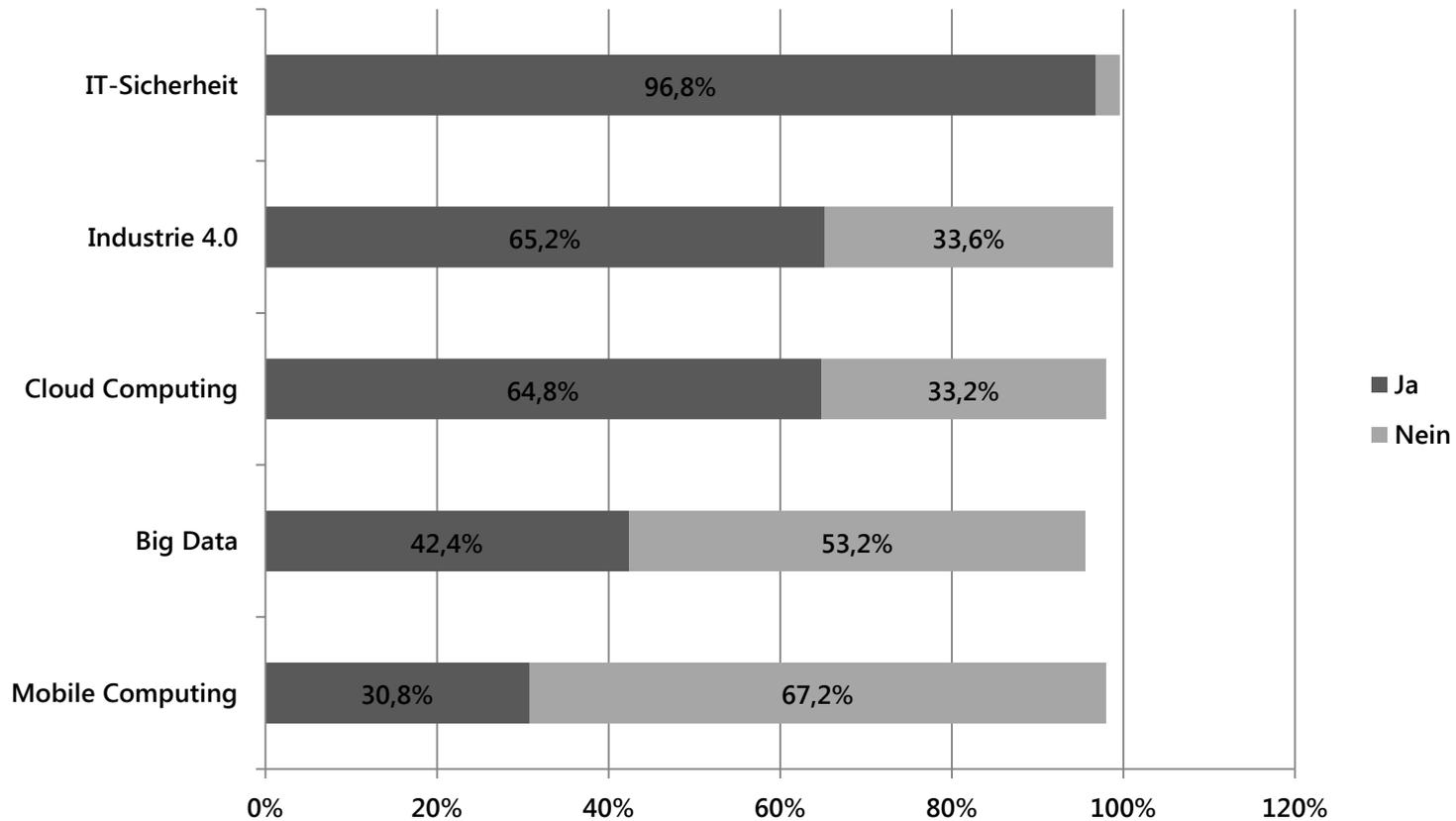
Welche der folgenden Maßnahmen haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits ergriffen, um die Chancen der Digitalisierung für ihr Unternehmen zu nutzen? (n=250)

Knapp ein Drittel der KMU nutzen externe Digitalberatungen/Innovationsagenturen.



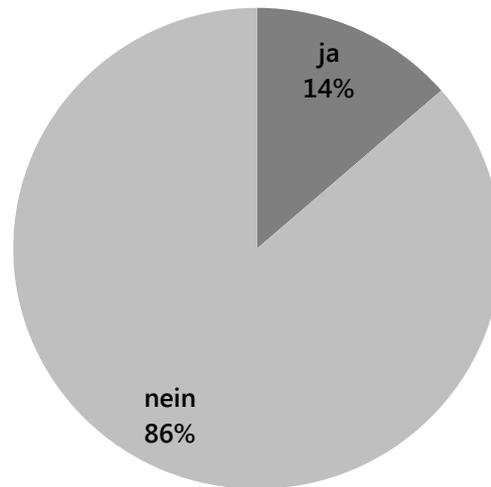
Welche der folgenden Trend-Themen spielen für ihr Unternehmen eine Rolle? (n=250)

Für fast alle KMU ist die IT-Sicherheit ein aktuelles Trend-Thema.



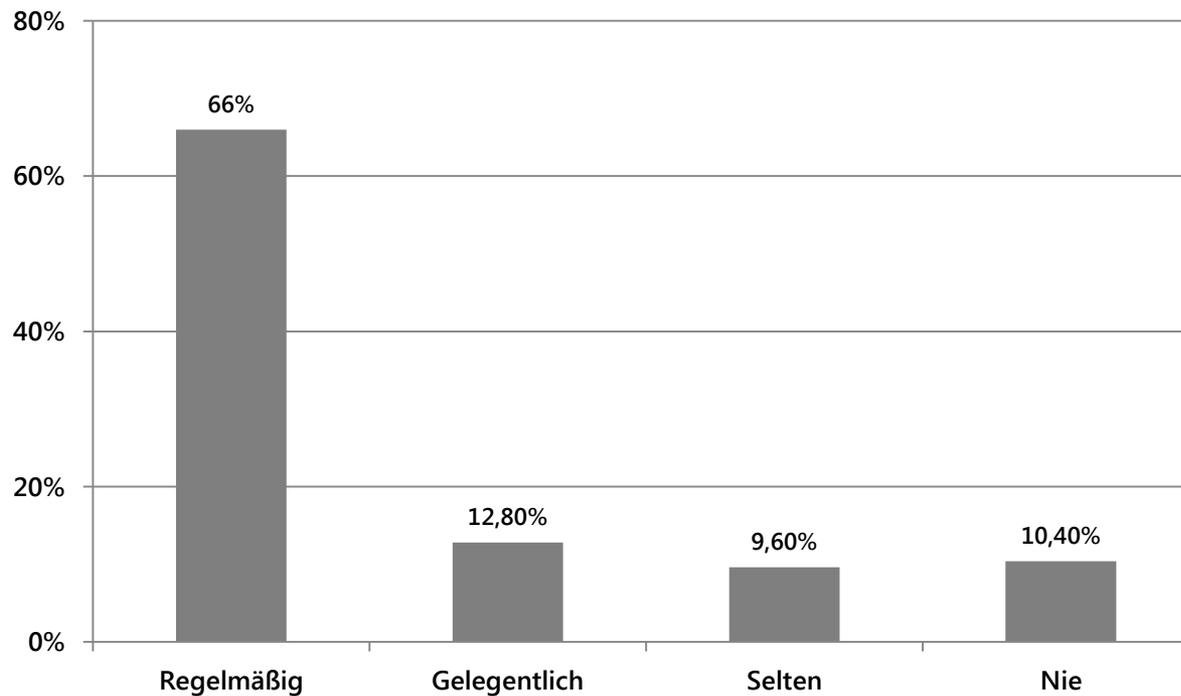
7. Soziodemographische Daten

Befindet sich der Hauptsitz außerhalb Deutschlands? (n=250)



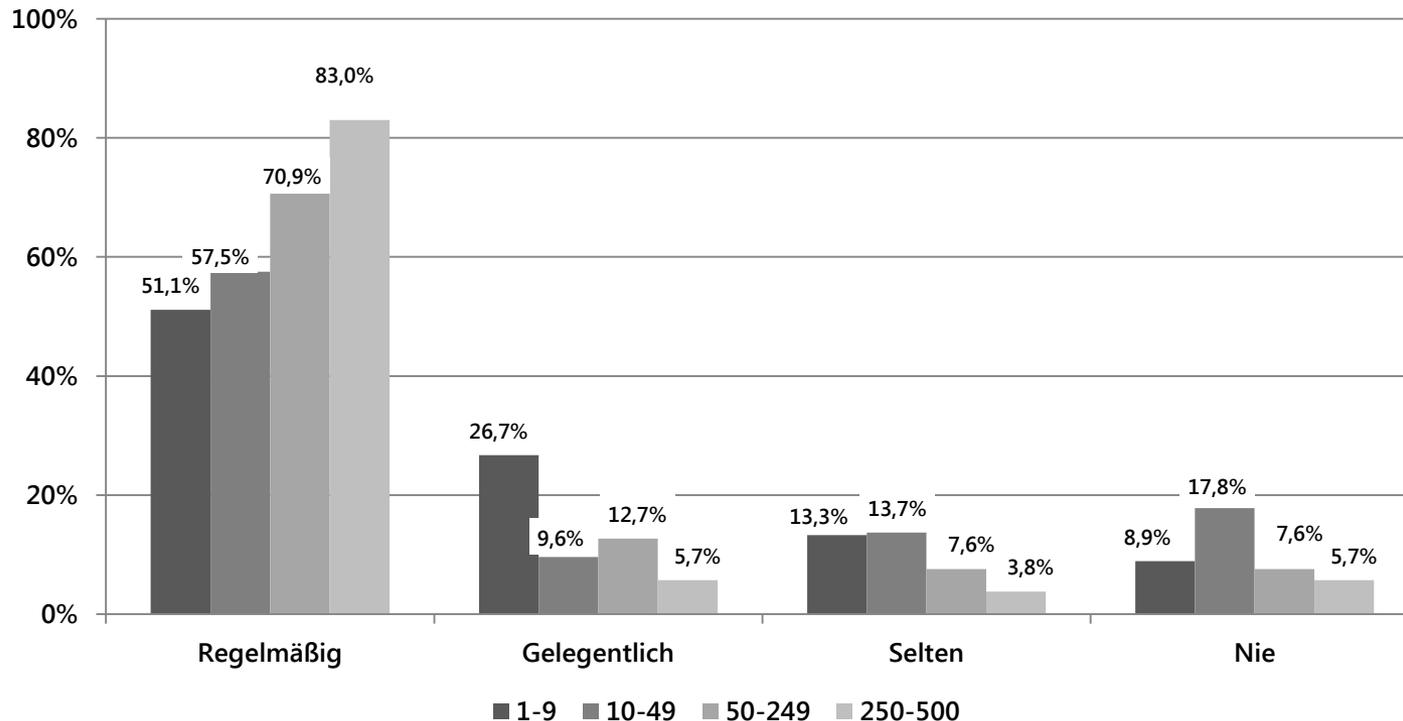
Wie häufig werden in Ihrem Unternehmen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten durchgeführt? (n=250)

Zwei Drittel der KMU führen regelmäßig Forschungs-und Entwicklungsaktivitäten durch.

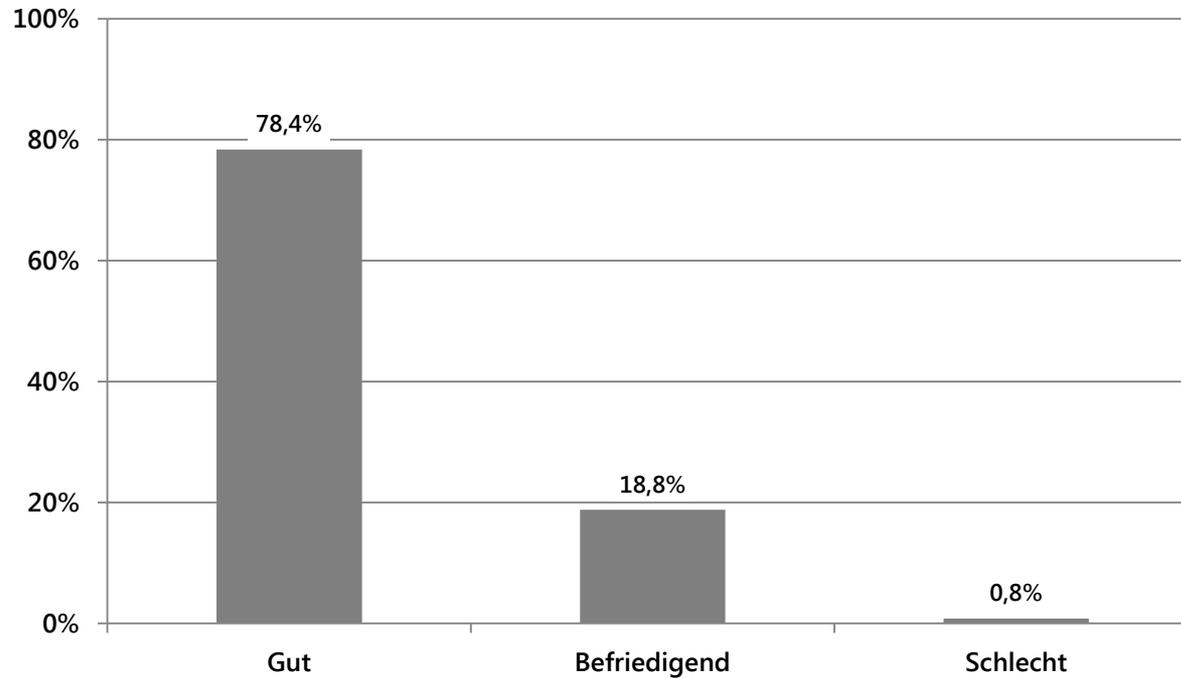


Wie häufig werden in Ihrem Unternehmen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten durchgeführt? (nach Mitarbeiterzahl) (n=250)

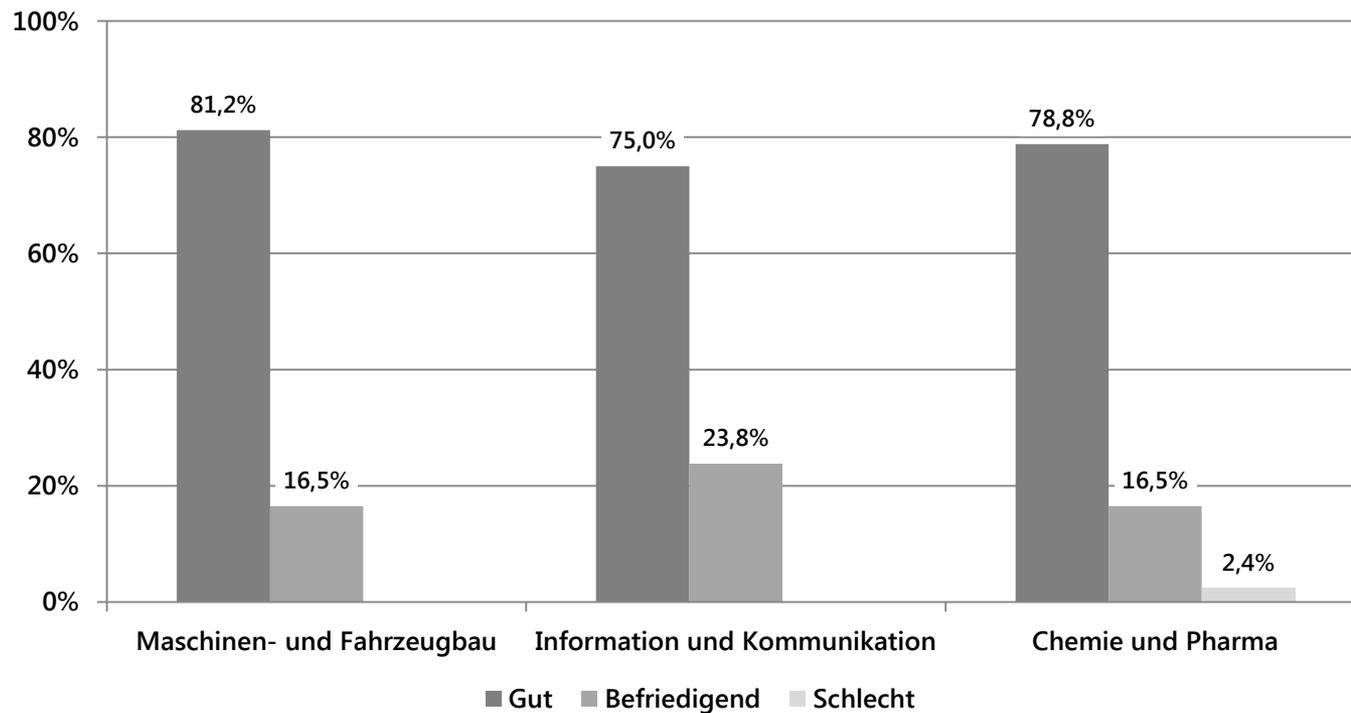
Vor allem größere KMU führen regelmäßig F&E – Aktivitäten durch.



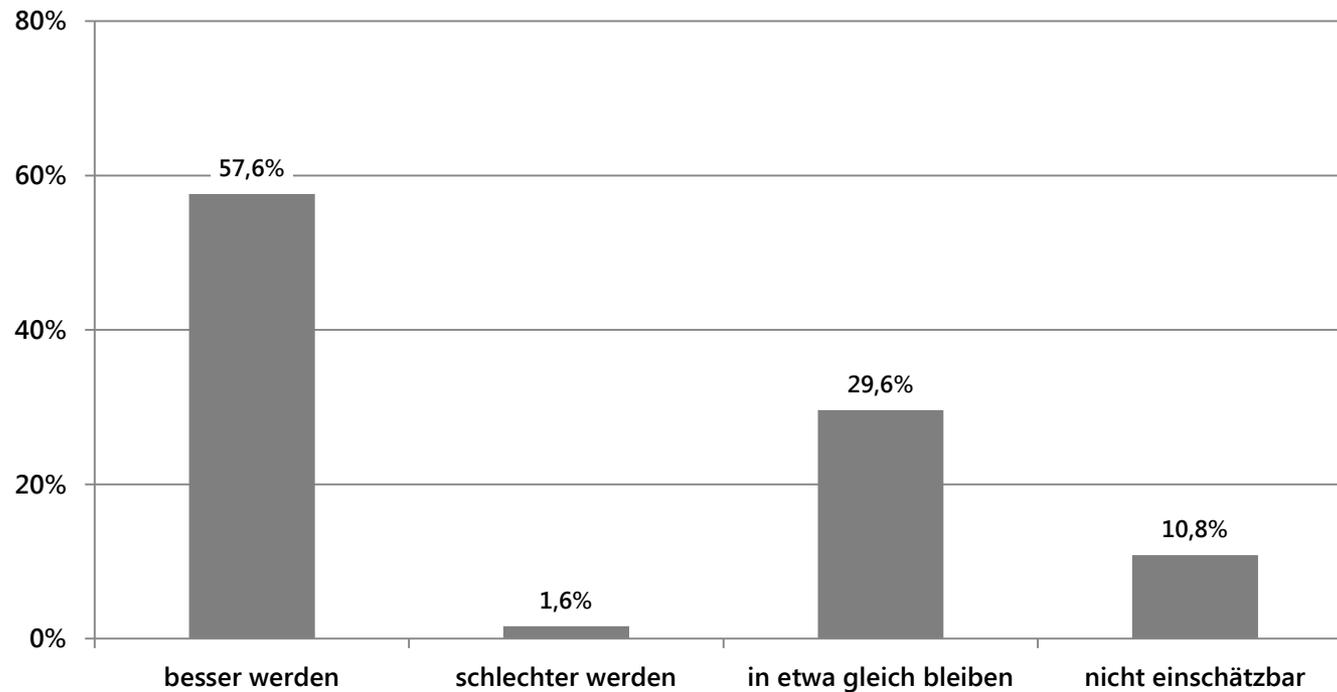
Wie beurteilen Sie die aktuelle Geschäftslage ihres Unternehmens? (n=250)



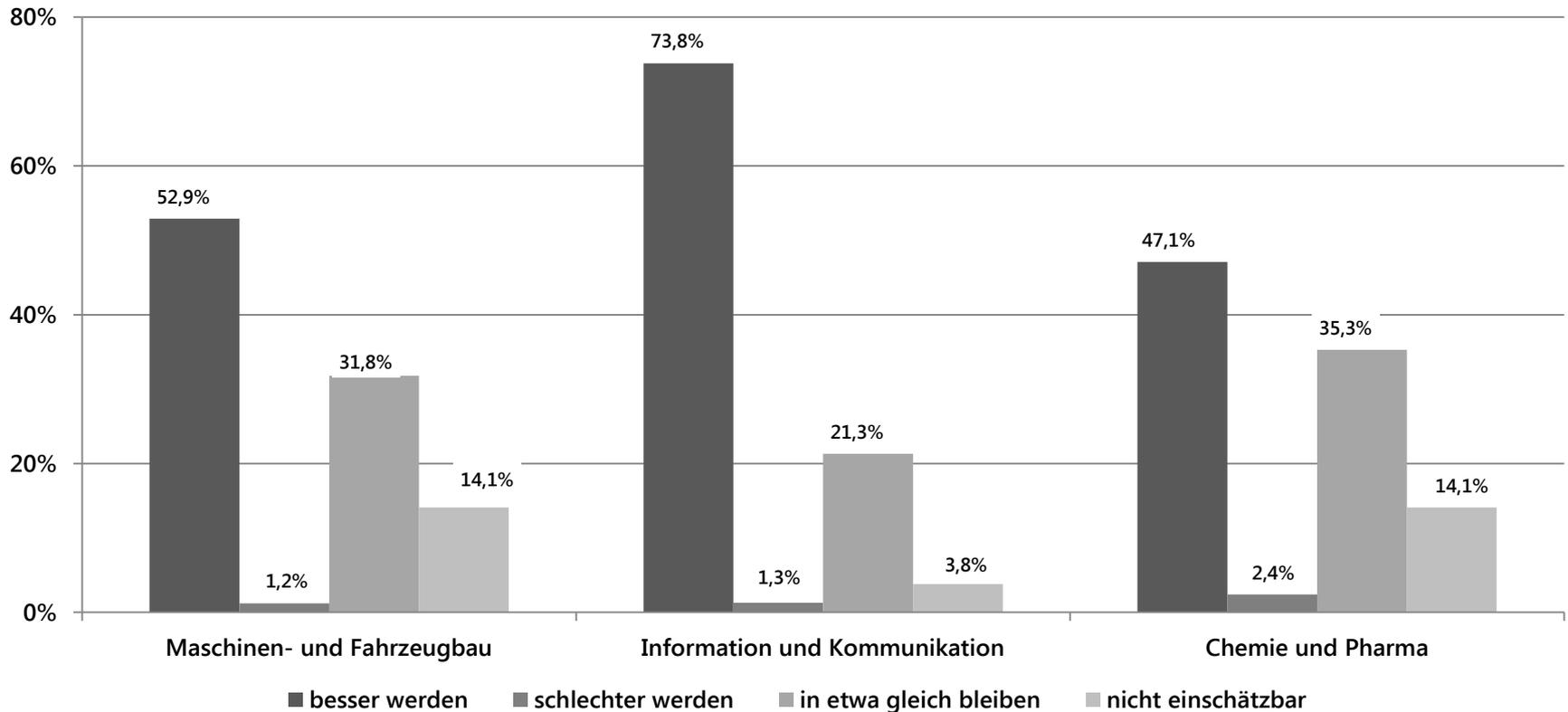
Wie beurteilen Sie die aktuelle Geschäftslage ihres Unternehmens? (nach Branche) (n=250)



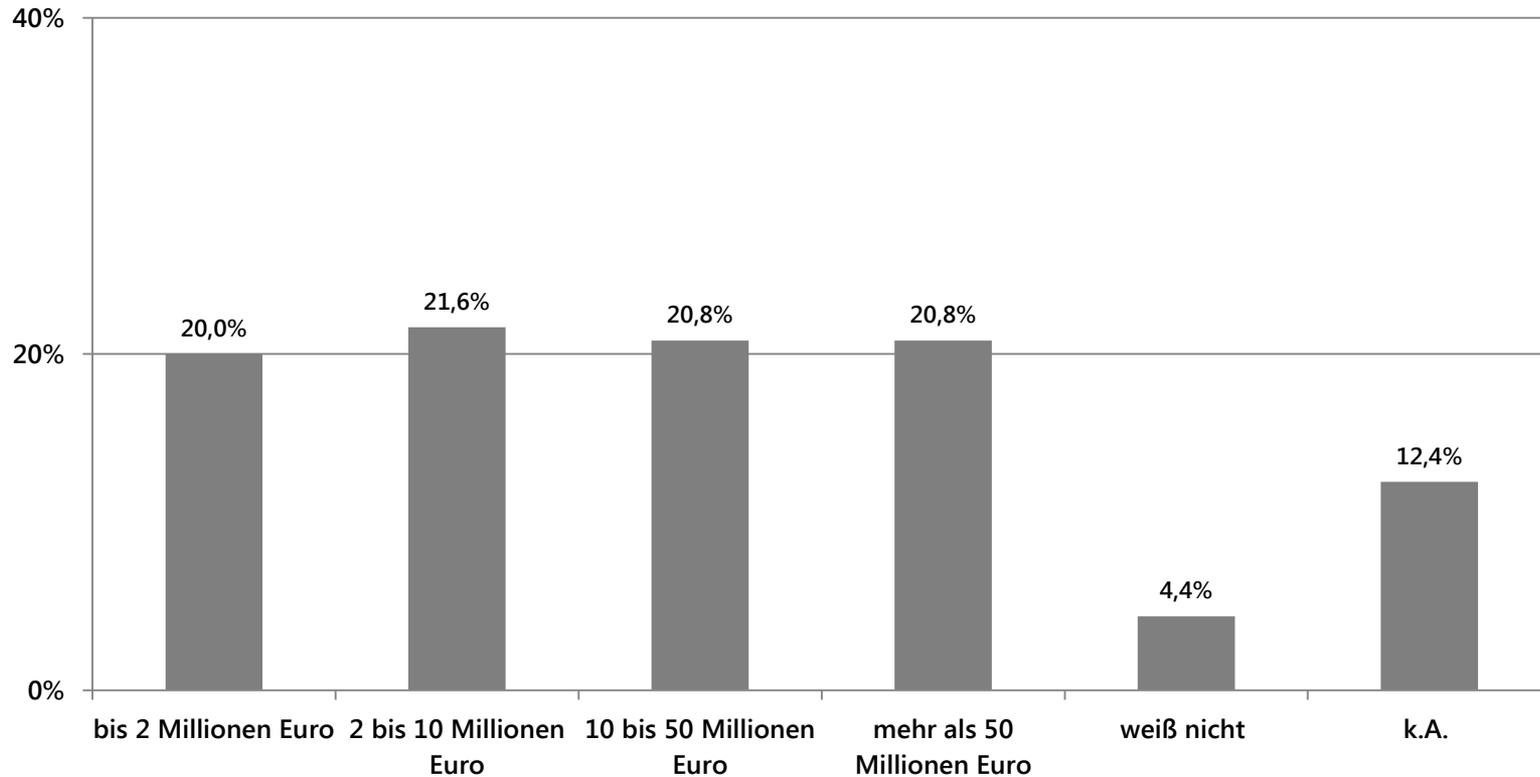
Was ist Ihre Einschätzung: Wie wird sich die Geschäftslage ihres Unternehmens in den nächsten 5 Jahren entwickeln? (n=250)



Was ist Ihre Einschätzung: Wie wird sich die Geschäftslage ihres Unternehmens in den nächsten 5 Jahren entwickeln? (nach Branche) (n=250)



Unternehmensumsatz (n=250)



Über das RKW Kompetenzzentrum

Das RKW Kompetenzzentrum unterstützt kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland dabei, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und zu halten. In der Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Politik und Wirtschaft werden praxisnahe Empfehlungen und Lösungen zu den Themen Fachkräftesicherung, Gründung und Innovation entwickelt.

Das RKW-Kompetenzzentrum ist eine bundesweit aktive, gemeinnützige Forschungs- und Entwicklungseinrichtung des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.

Impressum

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der Deutschen Wirtschaft e.V.
RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40A
65760 Eschborn

Autoren: Dr. Matthias Wallisch, Anne Hemedá
Gestaltung: Julia Schauer, RKW Kompetenzzentrum

April 2018

Zur besseren Lesbarkeit wird in der gesamten Publikation das generische Maskulinum verwendet. Das heißt, die Angaben beziehen sich auf beide Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages