

Start-ups: Leicht gesagt, aber schwer zu fassen

Nr. 483, 20. Januar 2025

Autor: Dr. Georg Metzger, Telefon 069 7431-9717, <mailto:georg.metzger@kfw.de>

Von innovativen, wachstumsorientierten jungen Unternehmen wird gemeinhin als Start-ups gesprochen. Es gibt jedoch keine einheitliche Definition von Start-ups. Die Eigenschaften – innovativ, wachstumsorientiert, jung – werden deshalb unterschiedlich interpretiert. Hinzu kommt, dass viele Gründerinnen und Gründer ihre Unternehmen als Start-ups sehen, auch wenn sie nicht diese typischen Merkmale aufweisen.

Ob Menschen ihre Gründung als Start-up wahrnehmen, hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie zum Beispiel ihrem Lebensalter, der Branche, dem Umfang der Geschäftstätigkeit, dem Geschäftsmodell, aber auch von den typischen Merkmalen wie der Innovations- und Wachstumsorientierung. Die Wahrnehmung des Begriffs „Start-up“ hat sich also offenbar in den letzten Jahren gewandelt. Gründerinnen und Gründer zeigen die Begriffsvielfalt sehr deutlich in ihrem Selbstverständnis. Diese breitere Verwendung des Begriffs kann dazu beitragen, die Gründungstätigkeit insgesamt zu fördern, wenn positive mediale Start-up-Narrative bewirken, dass mehr Menschen ihre Präferenz für die Selbstständigkeit realisieren. Wichtig ist es, sich der Mehrdeutigkeit des Begriffs bewusst zu sein: Das Verständnis dafür, was ein Start-up ausmacht, kann stark variieren.

„Start-ups ins Zentrum stellen“ ist ein konkret formuliertes Ziel der Start-up-Strategie der Bundesregierung.¹ Gemeint sind damit „junge innovative Unternehmen mit Wachstumsambitionen: Sie zeichnen sich durch ein innovatives Geschäftsmodell, ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung aus. Außerdem haben sie Skalierungspotenzial, das heißt das Potenzial zu wachsen und sich zu entwickeln.“ Diese Unternehmen leisten einen wichtigen Beitrag zu Innovationsfähigkeit und Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft sowie zur Schaffung zukunftsorientierter Arbeitsplätze. Entsprechende Narrative haben sich auch in der Medienberichterstattung über Start-ups etabliert.²

Für Start-ups gibt es keine offizielle Definition. Die genannten typischen Unternehmenseigenschaften – innovativ, wachstumsorientiert, jung – sind also nicht spezifiziert. Eine Definition anhand strikter Merkmale würde der Variabilität, wann und wie sich Innovationen und Wachstum bei Start-ups realisieren, aber auch nicht gerecht.³ Insofern ist es nachvollziehbar, dass die Begriffe unterschiedlich gefüllt werden, wie die drei folgenden Beispiele zeigen:

– **Bundesverband Deutsche Startups:** Im Deutschen Start-up Monitor sind Start-ups definiert als Unternehmen, die jünger als zehn Jahre sind und Wachstum (Mitarbeitende

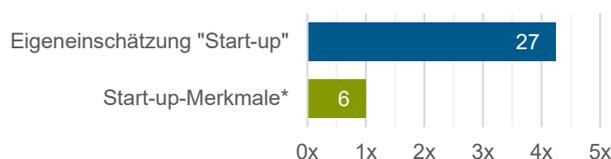
oder Umsatz) anstreben oder (hoch) innovativ sind (bei Produkten/Dienstleistungen, Geschäftsmodell oder Technologie). Hierfür wird die Selbsteinschätzung der in der Umfrage Interviewten zugrunde gelegt. Berufliche Selbstständigkeiten wie bspw. freiberufliche Tätigkeiten werden explizit nicht als Start-ups angesehen.⁴

- **Startupdetector:** Der Dateninformationsdienst mit Fokus auf Venture Capital definiert Start-ups als Kapitalgesellschaften, die maximal zehn Jahre alt sind und ein innovatives Produkt entwickeln oder ein großes Wachstumspotenzial haben. Die Auswahl erfolgt automatisiert über bestimmte Kriterien mit nachfolgender händischer Einzelprüfung auf Basis von Erfahrungswissen. Von den im Handelsregister wöchentlich erfassten Neugründungen von Kapitalgesellschaften bleiben am Ende ca. 3 % übrig, die als Start-up identifiziert werden.⁵
- **KfW Research:** Im KfW-Start-up-Report sind Start-ups definiert auf Basis von Existenzgründungen durch Gründerinnen und Gründer mit folgenden Merkmalen: vor höchstens fünf Jahren neu gegründet, gewerbetreibend (also nicht freiberuflich tätig), im Vollerwerb tätig, mit Co-Gründer oder Angestellten sowie innovations- oder wachstumsorientiert. Hierfür wird die Selbsteinschätzung der in der Umfrage zum KfW-Gründungsmonitor Interviewten zugrunde gelegt.⁶

Im KfW-Gründungsmonitor liegt der Anteil von Gründerinnen und Gründern mit den genannten einschlägigen Start-up-Merkmalen bei 6 % und damit – wie bei Startupdetector – im einstelligen Prozentbereich. Befragt man jedoch die Gründerinnen und Gründer, dann bezeichnen drei von zehn (27 %) ihre höchstens fünf Jahre alte Gründung als Start-up. Das sind im Vergleich zur Abgrenzung nach einschlägigen Merkmalen gut vier Mal so viele (Grafik 1).

Grafik 1: Deutlich mehr Gründerinnen und Gründer sehen ihre Gründung als "Start-up" als klassische Kriterien nahelegen

Prozent der Gründerinnen und Gründer



* Gründerinnen und Gründer mit folgenden Merkmalen: vor höchstens fünf Jahren neu gegründet, gewerbetreibend (also nicht freiberuflich tätig), im Vollerwerb tätig, mit Co-Gründern oder Angestellten sowie innovations- oder wachstumsorientiert.

Quelle: KfW-Gründungsmonitor, Erhebung 2023, eigene Berechnung.

Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung als Start-up

Wer die eigene Gründung als Start-up bezeichnen würde und wer nicht, variiert je nach Merkmal teilweise deutlich (Grafik 2). Gleichauf liegen die Anteile bei Frauen und Männern (je 27 %), bei Personen mit und ohne akademischen Abschluss (28 vs. 27 %) sowie beim Vergleich von Neugründungen ggü. Übernahmen/Beteiligungen (29 vs. 28 %). Der „hohe“ Anteil bei Übernahmen/Beteiligungen ist dabei überraschend, werden Start-ups doch gemeinhin mit Neugründungen in Verbindung gebracht.

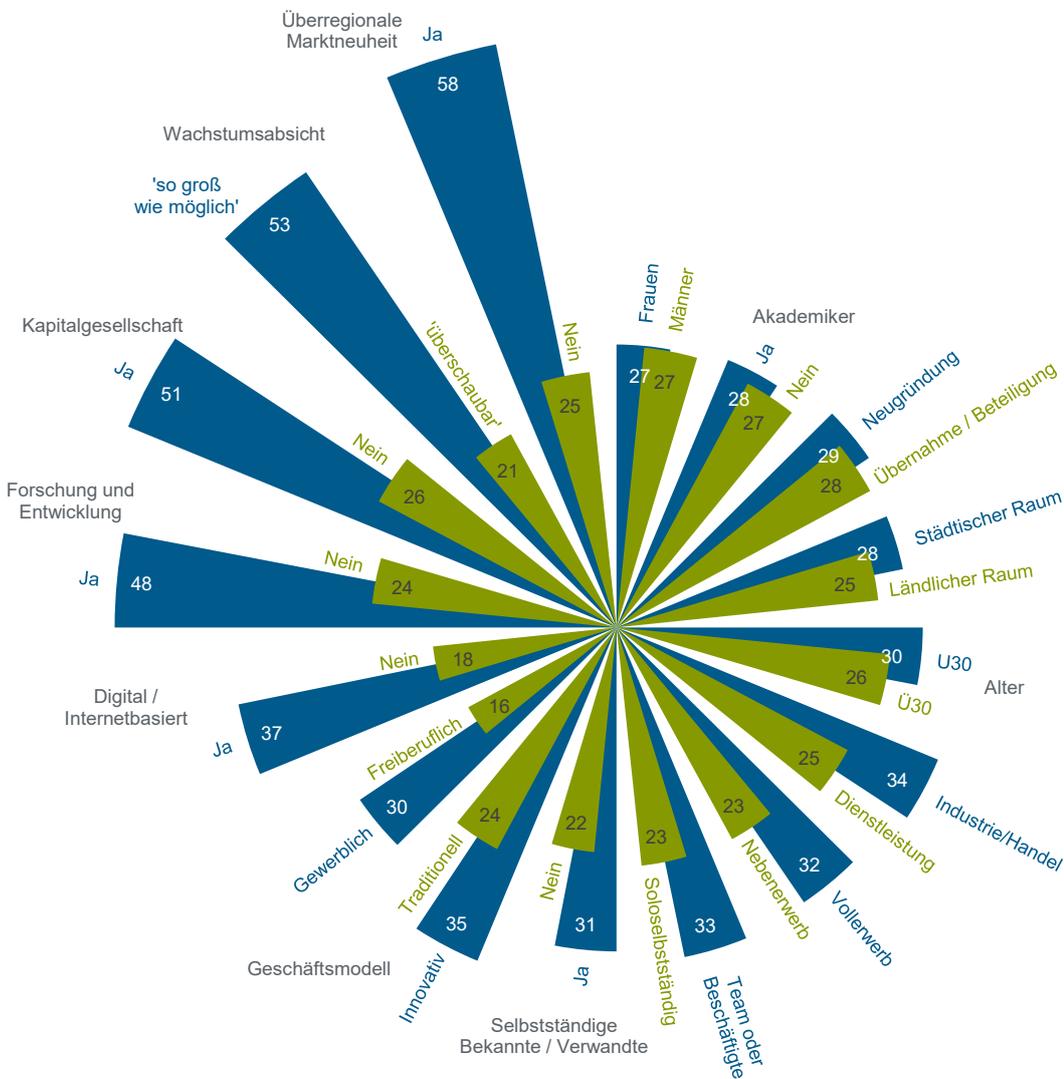
Nur geringe Abweichungen von wenigen Prozentpunkten zeigen sich darüber hinaus nach dem Ort sowie nach dem Alter der Gründerinnen und Gründer. Im städtischen Raum (28 %) sowie bei Jüngeren unter 30 Jahren (30 %) sehen die Gründerinnen und Gründer ihre Gründung geringfügig häufiger als

Start-up als im ländlichen Raum (25 %) und ab dem Lebensalter von 30 Jahren (26 %).

Deutlicher sind die Unterschiede, wenn es um Umfang und Größe der Gründung, dem Umfeld oder das Geschäftsmodell geht. Gründerinnen und Gründer sehen ihre Gründung häufiger als Start-up bei einer Geschäftstätigkeit in den Sektoren Industrie und Handel (34 %), wenn sie ihre Selbstständigkeit zuletzt im Vollerwerb ausübten (32 %), es ein Gründungsteam oder Beschäftigte gibt (33 %) – im Falle eines Gründungsteams mit Beschäftigten sogar zu 51 % –, sie bereits vor der Gründung selbstständige Bekannte oder Verwandte hatten (31 %), ihr Geschäftsmodell als innovativ einstufen (35 %) oder bei einer gewerblichen Gründung (30 %).

Grafik 2: Drei von zehn Gründerinnen und Gründern würden ihre Gründung als "Start-up" bezeichnen – Freiberufler deutlich seltener, Gründerinnen und Gründer mit überregionalen Marktneuheiten dagegen am häufigsten

Prozent der Gründerinnen und Gründer, die ihre Gründung als Start-up sehen



Quelle: KfW-Gründungsmonitor, Erhebung 2023, eigene Berechnung.

Dagegen wird die eigene Gründung bei einer Tätigkeit im Dienstleistungssektor (25 %), im Nebenerwerb (23 %), in Soloselbstständigkeit (23 %), ohne vorherige selbstständige Bekannte oder Verwandte (22 %), bei mit traditionell eingeschätztem Geschäftsmodell (24 %) sowie als Freiberufler (16 %) mit 8–14 Prozentpunkten geringeren Anteilen deutlich seltener als Start-up wahrgenommen.

Die größten Unterschiede gibt es bei Merkmalen, die einen engen Bezug zur typischen Start-up-Definition haben. Wenn die Gründung digital oder internetbasiert ist (37 %), Forschung und Entwicklung durchführt (48 %), als Kapitalgesellschaft firmiert (51 %), wachstumsorientiert ist (53 %) oder eine überregionale Marktneuheit anbietet (58 %), sehen Gründerinnen und Gründer sehr viel häufiger ein Start-up, als wenn die Merkmale nicht gegeben sind – also wenn digitale Technologien oder das Internet keine Rolle spielen (18 %), keine Forschung und Entwicklungsarbeiten durchgeführt werden (24 %), es sich nicht um eine Kapitalgesellschaft handelt (26 %), das Unternehmen überschaubar groß bleiben soll (21 %) oder keine überregionale Marktneuheit angeboten wird (25 %). Bei den letzten beiden Merkmalen zeigen sich insgesamt die größten Abweichungen: Im Falle einer Wachstumsorientierung oder bei überregionalen Marktneuheiten wird eine Gründung von den Gründerinnen und Gründer etwa zweieinhalb Mal häufiger als Start-up gesehen wie ohne diese Merkmale.

Wahrnehmung als Start-up zeigt konsistentes Muster

Der Überblick über die Merkmale, welche Gründerinnen und Gründer ihre Gründung als Start-up sehen, entspricht einem intuitiv plausiblen Muster: Je enger der Bezug eines Merkmals zu typischen Eigenschaften von Start-ups ist, desto höher sind die Anteile. Unerwartet ist dennoch das insgesamt hohe Niveau des Anteils derer, die ihre Gründung als Start-up bezeichnen würden, auch wenn sie Merkmale aufweisen, die typischerweise nicht mit Start-ups assoziiert sind. Insbesondere beispielsweise die 16 % der freiberuflichen Gründerinnen und Gründer, die 23 % der Soloselbstständigen oder die 28 % derer, die ihre Existenzgründung per Übernahme oder geschäftsaktiver Beteiligung realisiert haben (sogenannte derivative Gründungen). Weniger überraschend ist es dagegen, dass beispielsweise auch ein hoher Anteil von Gründungen, die nicht als Kapitalgesellschaften firmieren, als Start-ups gesehen werden.

Von Start-ups hört man häufig in Zusammenhang mit großen Venture Capital-Finanzierungen, die sie von Risikokapitalgebern erhalten haben. Für VC-Beteiligungen ist die Firmierung als Kapitalgesellschaft zweckmäßig, eine Start-up-Definition auf Basis von Kapitalgesellschaften daher zielgerecht. Dennoch ist anzunehmen, dass viele Start-ups nicht direkt als Kapitalgesellschaft gegründet werden, sondern Gründerinnen und Gründer zunächst als Personengesellschaft in der einfachsten Form starten – entweder solo als Einzelunternehmen oder im Team als Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), um den Geschäftszweck zu formulieren, das Geschäftsmodell zu spezifizieren, den Markt zu erkunden, erste Kunden zu gewinnen etc. Auch SAP, das nach Marktkapitalisierung aktuell größte deutsche Unternehmen, wurde als GbR gegründet. Nach dem Zusammenschluss der Gründer im Jahr 1972 als GbR im Unternehmen "Systemanalyse Programmentwicklung" dauerte es vier Jahre, bis eine Kapitalgesellschaft (die SAP GmbH) gegründet wurde und weitere fünf Jahre, bis die GbR

aufgelöst und alle Rechte auf die GmbH übertragen wurde.⁷ Anders als noch vor 50 Jahren gibt es seit 2008 zwar die Unternehmergesellschaft (UG) als sogenannte Mini-GmbH, die sich schneller und günstiger sowie ab einem Kapitaleinsatz von 1 EUR gründen lässt im Vergleich zu einer normalen GmbH. Ihre im Vergleich immer noch größeren Aufwände bei Gründung (bspw. durch Notar oder Registereintragung) und im Geschäftsbetrieb (bspw. durch Buchführungsanforderungen) können dennoch für einen Start als Einzelunternehmen oder GbR sprechen. Start-ups sind also nicht strikt auf Kapitalgesellschaften begrenzt.

Insgesamt weisen zwei Drittel der Gründerinnen und Gründer, die ihre Gründung als Start-up sehen, mindestens ein Innovations- oder Wachstumsmerkmal auf (also betreiben Forschung und Entwicklung, um eine technologische Innovation zur Marktreife zu bringen, haben eine überregionale Marktneuheit, ein innovatives Geschäftsmodell oder wollen so groß wie möglich wachsen). Ein Drittel hat keines dieser Innovations- und Wachstumsmerkmale. Das kann daran liegen, dass das Set der Merkmale nicht vollständig ist. So sind hier beispielsweise Prozessinnovationen nicht berücksichtigt. Auch wird immer wieder gefordert, Innovationen nicht nur aus der technischen Sicht zu sehen, sondern beispielsweise auch soziale Innovationen zu berücksichtigen.⁸ Möglicherweise weist also das übrige Drittel solche unberücksichtigten Innovationsmerkmale auf und würde sich deshalb als Start-up bezeichnen. Wahrscheinlicher ist jedoch, dass die Gründerinnen und Gründer den Start-up-Begriff einfach allgemeiner, über die mit Innovation und Wachstum aufgeladene Bedeutung hinaus verwenden.

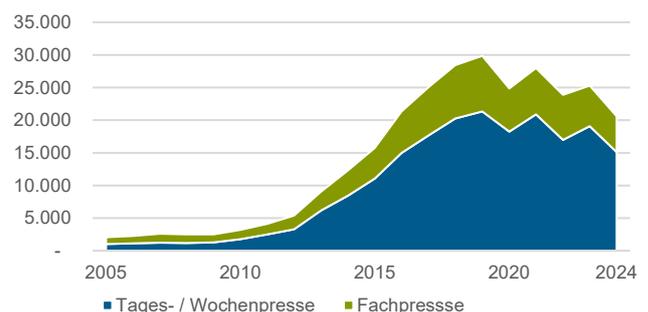
Ähnliches ist in der Wissenschaftskommunikation zu beobachten. Wissenschaftssprache ist Englisch. In englischsprachigen Forschungsarbeiten wird daher allgemein der Begriff „Start-ups“ für Unternehmensgründungen oder jungen Unternehmen verwendet. Wird über diese Forschungsarbeiten dann auf Deutsch berichtet, wird aber häufig weiterhin von Start-ups gesprochen, ohne die hierzulande übliche, engere Bedeutung des Begriffs zu berücksichtigen.

Der Start-up-Begriff im Wandel der Zeit

Warum wird der Start-up-Begriff aber immer breiter verwendet? Das kann mit einem Gewöhnungseffekt zusammenhängen. Die Begriffe „Start-up“ oder „Start-ups“ tauchten vor 2010 jährlich 2.000–3.000-mal in der Presse auf, dabei etwas häufiger in der Fachpresse als in der Tages- oder Wochenpresse (Grafik 3).

Grafik 3: Der Start-up-Begriff tauchte bis 2019 immer häufiger in der Presse auf – die Polykrise hat den Trend umgekehrt

Nennung der Begriffe „Start-up(s)“ in der deutschsprachigen Presse



Quelle: GBI Genios, eigene Recherche.

Ab 2010 nahm die Entwicklung Fahrt auf, insbesondere in der Tages- oder Wochenpresse. Die Begriffe wurden 2019 knapp 30.000 genannt, dabei 12-Mal häufiger in der Tages- oder Wochenpresse als noch 2010, in der Fachpresse knapp 6-Mal häufiger. Erst in der Phase der Polykrise ging die Presseberichterstattung zu Start-ups wieder zurück. Start-ups fanden also einen immer stärkeren Eingang in die Presseberichterstattung und ersetzen dort auch beispielsweise Berichte zu Existenzgründungen – deren Nennung ist in den letzten 20 Jahren um mehr als 80 % zurückgegangen.

Die unterschiedliche Entwicklung kommt dabei nicht von ungefähr, sondern spiegelt die Entwicklungen der verschiedenen Gruppen wider. So ist die Zahl der jährlichen Existenzgründungen, also die Gesamtgruppe der Personen, die eine neue selbstständige Tätigkeit starteten, deutlich zurückgegangen – dies betrifft sowohl die letzten 20 Jahre als auch die vergangene Dekade.⁹ Demgegenüber ist die Zahl der Start-up-Gründungen – als Untergruppe von Existenzgründungen, wenngleich hier nur eingeschränkt vergleichbar – in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen.¹⁰ Es ist anzunehmen, dass die gestiegene Zahl der Start-up-Gründungen und die gestiegene Presseberichterstattung zu Start-ups interdependente Entwicklungen sind.¹¹ So lassen sich mit einer höheren Zahl an Start-up-Gründungen auch mehr Erfolgsgeschichten erzählen, gleichzeitig dürfte die höhere Popularität der Erfolgsgeschichten auch die Gründungstätigkeit bei Start-ups angeregt haben – ein Effekt, der insbesondere in Deutschland gewirkt haben könnte, mit seiner traditionell wohl eher skeptischen Medienberichterstattung über institutionelle Zwänge und Hürden des Unternehmertums.¹² Ob eine positive Medienberichterstattung tatsächlich Gründungspräferenzen beeinflussen kann, ist damit natürlich nicht belegt. Die Forschung legt aber

nahe, dass positive Medienberichterstattung die Realisierung bereits vorhandener Präferenzen zumindest unterstützt.¹³ Zwar ist die Präferenz für die berufliche Selbstständigkeit in Deutschland seit Jahren rückläufig, wenn die gegebenen Präferenzen aber häufiger umgesetzt würden, wäre es bereits ein Erfolg für die Gründungstätigkeit in Deutschland.¹⁴

Bewusstsein für Wandel und Unschärfe des Start-up-Begriffs wichtig

Die Nutzung des Start-up-Begriffs hat sich offenbar in den letzten zehn Jahren gewandelt. Er wird nicht mehr nur fokussiert für innovative, wachstumsorientierte junge Unternehmen verwendet, sondern auch darüber hinaus. Nicht nur wird der Begriff im politischen, medialen und wissenschaftlichen Raum unterschiedlich eingesetzt. Auch Gründerinnen und Gründer zeigen sehr deutlich, dass sich diese Begriffsvielfalt in ihrem Selbstverständnis widerspiegelt. Positive mediale Start-up-Narrative könnten somit dazu beitragen, nicht nur Start-up-Gründungen im engeren Sinn anzuregen, sondern die Gründungstätigkeit insgesamt zu stärken, indem die vorhandenen Präferenzen für die berufliche Selbstständigkeit häufiger zum Tragen kommen. Wichtig ist es jedenfalls, sich des Wandels und der Unschärfe des Begriffs bewusst zu sein: Das Verständnis dafür, was unter einem Start-up zu verstehen ist, kann sehr unterschiedlich sein.

Folgen Sie KfW Research auf X:

<https://x.com/KfW>

Oder abonnieren Sie unseren kostenlosen E-Mail-Newsletter, und Sie verpassen keine Publikation:

[https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Service/KfW-Newsdienste/Newsletter-Research-\(D\)/index.jsp](https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Service/KfW-Newsdienste/Newsletter-Research-(D)/index.jsp)

¹ Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), 2022, [Die Start-up-Strategie der Bundesregierung](#).

² Schmid und Welter (2024), [Popular Entrepreneurship: Media Narratives of Unicorns and Hidden Champions](#).

³ Audretsch et al. (2020), [Innovative start-ups and policy initiatives](#), Research Policy, Volume 49, Nr. 10.

⁴ Hirschfeld et al. (2024), [Deutscher Startup Monitor 2024](#), Bundesverband Deutsche Startups e. V., Seite 60.

⁵ [Startupdetector | FAQ | Wonach werden Startups ausgewählt?](#), abgerufen am 17.12.2024.

⁶ Metzger (2018), [KfW-Start-up-Report 2018: Zahl der Start-up-Gründer steigt auf 108.000 im Jahr 2017](#), KfW Research.

⁷ Siehe [SAP Geschichte | Die Anfangsjahre](#), abgerufen am 28.11.2024.

⁸ Hoffmann et al. (2021), [3. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor](#), Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V., Seite 11.

⁹ Metzger (2024), [Der Gründungstätigkeit fehlen die makroökonomischen Impulse – Selbstständige werden als Multiplikatoren wichtiger](#), KfW-Gründungsmonitor, KfW Research.

¹⁰ Siehe [Startup Dashboard Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2024. Der Vergleich der Entwicklung der Gründungstätigkeit bei Existenzgründungen und Start-ups ist nur eingeschränkt möglich. Zum einen, weil Existenzgründungen auf der Personenebene (d. h. mit Blick auf Gründerinnen und Gründer) betrachtet werden und Start-ups auf der Unternehmensebene (d. h. auf die Einheit, in der sich möglicherweise mehrere Gründerinnen und Gründer zusammengenommen haben). Zum anderen, weil sich die Zahl der Start-ups ausschließlich auf Kapitalgesellschaften beschränkt, siehe die Ausführung zur Start-up-Definition von Startupdetector im Text. Die grundsätzlich unterschiedliche Entwicklung der Gründungstätigkeit in den beiden Gruppen dürfte sich jedoch adäquat widerspiegeln.

¹¹ Hang und Weezel (2007), [Media and Entrepreneurship: A Survey of the Literature Relating Both Concepts](#), Journal of Media Business Studies, Volume 4, Nr. 1.

¹² Moog und Backes-Gellner (2009), [The impact of labour market regulations on \(potential\) entrepreneurs: the case of Germany](#), International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Volume 10, Nr. 1.

¹³ Hindle und Klyver (2007), [Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Initial global evidence and research implications](#), International Entrepreneurship and Management Journal, Volume 3.

¹⁴ Metzger (2023), [Wunsch nach Selbstständigkeit verharrt auf niedrigem Niveau: Sicherheitsbedürfnis sticht Gründungsgeist aus](#), Fokus Volkswirtschaft Nr. 449, KfW Research.