

Presseinformation

München, 03. Juli 2018

HypoVereinsbank-Studie: Zusammenarbeit mit Startups bei etablierten Unternehmen weit verbreitet

- **Mehr als die Hälfte der von der TU München befragten Unternehmen arbeitet mit Startups zusammen**
- **Mit Blick auf die digitale Transformation erhoffen sich Unternehmen dadurch neue Denk- und Arbeitsweisen (43,3%) oder das frühzeitige Erkennen wichtiger Trends (40,6%)**
- **Denn zwei Drittel der Unternehmen gehen bei der Digitalisierung langsam vor und scheuen disruptive Veränderungen**
- **Die häufigsten Probleme bei Kooperationen sind unausgereifte Geschäftskonzepte der Startups (31,3%) und zu geringe Budgets zur Finanzierung der Zusammenarbeit (22,6%)**

Kooperationen von etablierten Unternehmen mit Startups sind en vogue. Über die Hälfte der Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern arbeitet mit einem Startup zusammen. Speziell mit Blick auf die digitale Transformation erhoffen sich die Unternehmen durch Partnerschaften, Beteiligungen oder gemeinsamen Veranstaltungen neue Denk- und Arbeitsweisen (43,3%) und das frühzeitige Erkennen wichtiger Trends (40,6%). Denn zwei Drittel der Unternehmen gehen beim Thema Digitalisierung selbst nur schrittweise und langsam vor und scheuen disruptive Veränderungen. Die Startup-Kooperationen liefern daher wichtige Impulse für Innovation, schnelleres Wachstum und eine insgesamt höhere Umsetzungsgeschwindigkeit in den Unternehmen. Dies zeigt eine im Auftrag der HypoVereinsbank durchgeführte Studie der Technischen Universität München zur digitalen Transformation von Unternehmen.

„Um die Mammutaufgabe Digitalisierung zu bewältigen, brauchen Unternehmen in Deutschland nicht nur Finanzierer, sondern

Partner. Es hat sich gezeigt, dass unser Ansatz, Startups und Etablierte zusammenzuführen genau den Bedarf trifft. Denn Kooperationen sind eine gute Möglichkeit, das Fachwissen eines etablierten Unternehmens mit dem Innovationsgeist eines Startups zusammenzubringen“, kommentiert Robert Schindler, Firmenkundenvorstand der HypoVereinsbank, die aktuelle Studie. Bislang wurden die Chancen von Kooperationen noch zu oft liegen gelassen. Die Studie zeigt, dass sich das im digitalen Zeitalter ändert. Zumal etablierte Unternehmen – gerade aus dem Mittelstand – und Startups viel verbindet: Innovationskraft, Kundenorientierung sowie oft starke Unternehmerpersönlichkeiten.

Unausgereifte Geschäftskonzepte und zu geringe Budgets sind die größten Herausforderungen

Bei der Zusammenarbeit von Etablierten und Startups gibt es aber auch noch einige Hürden zu überwinden. So sind für rund ein Drittel der Befragten aus Unternehmen, die bereits mit Startups zusammengearbeitet haben, unausgereifte Geschäftskonzepte das größte Problem bei Kooperationen. Von jeweils rund einem Fünftel werden auch die zu geringen Budgets zur Finanzierung der Partnerschaften sowie die Unerfahrenheit und schlechte Qualifizierung der Startup-Teams bemängelt. 16,6% der Befragten geben zudem an, dass ihr Unternehmen schlechte Erfahrungen mit den kulturellen Unterschieden zwischen etabliertem Unternehmen und Startup gemacht hat.

„Auch wenn kulturelle Unterschiede nicht als die größte Hürde für die Zusammenarbeit gesehen werden, ist die Kluft zwischen Etablierten und Startups für viele Befragte ein Problem. Sie betrifft vor allem das technische Vokabular und den Umgang untereinander. Entsprechend wichtig ist der direkte Austausch zwischen etablierten und jungen Unternehmen. Er schafft gegenseitiges Vertrauen und bildet die Grundlage für langfristig erfolgreiche Kooperationen. Denn strategische Partnerschaften mit Startups oder gezielte In-

vestitionen sind zweifellos für viele Unternehmen wichtige Impulsgeber bei der Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle“, sagt Prof. Dr. Isabell Welp, Inhaberin des Lehrstuhls für Strategie und Organisation an der TU München und wissenschaftliche Leiterin der Studie.

Direkte Partnerschaften statt Acceleratoren und Inkubatoren

Mit Blick auf die Form der Zusammenarbeit zeigt sich, dass direkte Partnerschaften am häufigsten vorkommen. Jedes vierte Unternehmen arbeitet so mit einem Startup zusammen. Danach folgen die individuelle Zusammenarbeit in unterschiedlichen Bereichen (20,3%) sowie die Zusammenarbeit über die Bereitstellung von Ressourcen wie Räumen, Personal oder Produktions-Knowhow durch das etablierte Unternehmen (18,7%). Seltener, aber in Summe immer noch relativ weit verbreitet, sind Kooperationen, bei denen die rechtliche Bindung zwischen Startup und etabliertem Unternehmen ausgeprägt ist – etwa durch getätigte Investitionen (15,4%), Akquisitionen (13,3%) oder Joint-Ventures (10,3%). Interessant ist, dass Einrichtungen wie Acceleratoren und Inkubatoren für die Zusammenarbeit eine untergeordnete Rolle spielen (je 4%).

Kooperationen ermöglichen Zugang zu Talenten

Die Zusammenarbeit mit Startups ermöglicht etablierten Unternehmen auch den Zugang zu Talenten – insbesondere im IT-Bereich. Dies ist besonders wichtig, da die Unternehmen IT-Fachkräfte für das Gelingen der Digitalisierung erwartungsgemäß als besonders wichtig erachten. Über 70% der befragten Unternehmen sagen, dass unter anderem Informatiker, Programmierer und Wirtschaftsingenieure für den Erfolg der digitalen Transformation ihres Unternehmens ausschlaggebend sein werden. Mehr als ein Drittel der Befragten gibt an, dass ihr Unternehmen sich auf das Anwerben von IT-Personal fokussiert. Die Herausforderung, IT-Kräfte zu rekrutieren, wird also voraussichtlich noch größer werden.

Die Studie „Unternehmen in Deutschland zwischen digitalem Aufbruch, Kulturwandel und neuen Herausforderungen“

Die Studie wurde von der Technischen Universität München im Auftrag der HypoVereinsbank durchgeführt. Befragt wurden dabei vor allem Geschäftsleitungen sowie Führungskräfte in mittleren Management-Positionen und auf Projekt- und Teamleiter-Ebene. Die Befragten arbeiten in etablierten Unternehmen, die zum größten Teil älter als 15 Jahre sind, über ein Drittel wurde sogar vor 1950 gegründet. Überwiegend sind es mittelgroße bis große Unternehmen aus den verschiedensten Branchen – knapp die Hälfte haben 100 bis 1.000 Mitarbeiter, die andere Hälfte über 1.000 Mitarbeiter. Fast jedes fünfte Unternehmen beschäftigt sogar über 10.000 Mitarbeiter.

Über die HypoVereinsbank:

Die HypoVereinsbank ist Teil der UniCredit, einer einfachen und erfolgreichen paneuropäische Geschäftsbank mit voll integriertem Corporate & Investment Banking, die ihrem breit gefächerten Kundenstamm von 25 Millionen Kunden ein einzigartiges Netzwerk in Westeuropa sowie in Zentral- und Osteuropa bietet. UniCredit verbindet tiefes lokales Know-how mit internationaler Reichweite. Durch ihr europäisches Bankennetzwerk ermöglicht sie ihren Kunden einzigartigen Zugang zu führenden Banken in 14 Kernmärkten: Italien, Deutschland, Österreich, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakische Republik, Slowenien und Türkei. Mit ihrem internationalen Netzwerk aus Repräsentanzen und Niederlassungen begleitet und unterstützt die UniCredit Kunden in weiteren 18 Ländern weltweit.

Ansprechpartner für Presse:

HypoVereinsbank Pressestelle
Matthias Fechter
(089) 378-25744
matthias.fechter@unicredit.de