



Erstes Accelerator Ranking – Deutschland 2018

Status quo und Zielsetzungen:

In den letzten Jahren hat sich die Zahl der Acceleratoren in Deutschland rasant erhöht. Während in den USA bereits erste **Rankings von Acceleratoren** als Entscheidungshilfe zur Auswahl und zur Optimierung der Programme selbst genutzt werden, fehlt in Deutschland weiterhin eine Studie, die die **Performance von Acceleratoren** hierzulande vergleichbar macht.



Ziel der vorliegenden Studie ist es, einen **Überblick über die bestehende deutsche Accelerator-Landschaft** zu geben sowie die **Erfolgsfaktoren und Best-Practice-Beispiele** zu identifizieren, die diese neue Industrie weiter nach vorn bringen können. Mit der Studie und dem **ersten Ranking für Deutschland** soll die Transparenz erhöht und ein Beitrag geleistet werden, um die Chancendiskussion von Accelerator-Programmen zu unterstützen. Dabei werden im Rahmen der Studie unter anderem **Metriken wie Start-up-Finanzbewertungen, Exits, Fundraising und Zufriedenheit** untersucht, um die einzelnen Accelerator-Programme in die **Ranking-Klassen „Gold, Silber und Bronze“** einzuteilen.

Als wissenschaftlicher Partner wollen wir mit der Studie den einzelnen Acceleratoren aggregierte Daten über ihre **Performance aus Sicht der graduierten Start-ups** zur Verfügung stellen und mögliche Verbesserungsvorschläge aufzeigen. Für Entrepreneur*innen ist unsere **Studie als Orientierungshilfe** gedacht, um ein für sie geeignetes Accelerator-Programm zu finden.

Untersuchungsdesign:

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden Acceleratoren in Deutschland identifiziert, deren Investmentfokus auf skalierbaren und technologiebasierten Geschäftsmodellen liegt und welche die **Teilnahmekriterien für die Studie** erfüllten:

- **Definierter Programmzeitraum (z. B. 1–12 Monate) mit Vermittlung von Lerninhalten und Mentoren,**
- **Mindestens eine Abschlusskohorte bzw. 10 Alumni-Start-ups,**
- **Sitz in Deutschland.**

Sodann wurden über **135 Befragungen** durchgeführt: **110 Start-up-Entrepreneur*innen**, die mit ihren Start-ups an Accelerator-Programmen teilgenommen hatten sowie über **25 persönliche Gespräche mit Betreibern, Investoren und Managern von Acceleratoren**. Die befragten Start-ups haben an 30 verschiedenen deutschen Acceleratoren teilgenommen, wobei in das Ranking nur **15 Acceleratoren** aufgenommen wurden, die jeweils mindestens vier Bewertungen von ihren Start-ups erhielten. Die Befragung fand zwischen April und Juli 2018 statt.

Die Grundlage für das **Ranking der Acceleratoren** bilden die folgenden **fünf gleichgewichteten Bewertungskriterien**, die die graduierten Start-ups auf einer fünfstufigen Likert-Skala beantworteten.

- **Folgefiananzierung**
 - Konnte das Start-up innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Programms eine Finanzierungsrunde erfolgreich abschließen?
- **Akquise oder Börsengang**
 - Ist das Start-up nach der Teilnahme akquiriert worden oder an die Börse gegangen?
- **Wertsteigerung**
 - Inwieweit konnte das Start-up durch die Teilnahme am Accelerator-Programm den Unternehmenswert steigern?
- **Netzwerk**
 - Ist der Entrepreneur mit dem gebotenen Netzwerk des Accelerators zufrieden?
- **Gründerzufriedenheit (NPS Score)**
 - Wie wahrscheinlich ist es, dass der Entrepreneur das Accelerator-Programm einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen würde?

Die Top-Acceleratoren in Deutschland 2018:

Die Acceleratoren wurden aufgrund der zuvor genannten Bewertungskriterien und des ermittelten Gesamtscores in die nachfolgenden Ranking-Klassen eingeteilt:

Gold
Iconiq Lab Token Accelerator, Spin Lab, Techstars
Silber
Berlin Startup Academy, DB Mindbox, Digital Hub Bonn, FounderInstitute, hardware.co, STARTPLATZ
Bronze
Adlershof Accelerator, agile Accelerator, Blackprint Booster, Cyber Lab, Next Media Accelerator, Plug and Play Accelerator

Abbildung 1: Die Top-Acceleratoren in Deutschland 2018, Quelle: eigene Darstellung, 2018 (n= 106)

Die nachfolgenden Acceleratoren in Deutschland wurden von Start-ups genannt, aber nicht in das Ranking mit aufgenommen, da entweder zu wenige Bewertungen von Start-ups vorlagen (n<4) bzw. die Teilnahme Kriterien nicht erfüllt wurden:

Accelerator Frankfurt, Black Forest Accelerator, Climate-KIC, Kraftwerk, M. Tech Accelerator, Media Lab Bayern, Merck Accelerator, METRO Accelerator, ProSiebenSat.1 Accelerator, Project Flying Elephant, Retailtech Hub, Start-up Autobahn, Startupbootcamp, TechFounders, Wayra

WIE GUT SIND DEUTSCHE ACCELERATOREN?

Erklärtes Ziel der Acceleratoren ist es, den Unternehmenswert ihrer Start-ups zu steigern. Im Rahmen der Studie wurden daher die Start-ups befragt, welchen **Unternehmenswert sie vor und nach der Programmteilnahme** hatten (siehe Abbildung 2). Die meisten teilnehmenden Start-ups (34%) konnten vor Programmteilnahme gerade einmal eine Unternehmensbewertung von unter 100.000 Euro vorweisen. Interessanterweise hatten aber auch über 20% der befragten Start-ups eine Bewertung von über 2,5 Mio. Euro vor Programmteilnahme. Das zeigt, dass die Betreiber von Acceleratoren auch Unternehmen, die bereits etablierter und weiter im Life Cycle sind, in ihre Programme aufnehmen wollen, um das eigene Investmentrisiko zu reduzieren.

Insgesamt hat sich der Wert der Start-ups nach Abschluss des Accelerator-Programms erheblich gesteigert. Über 54% der Befragten konnten nach Programmteilnahme eine Bewertung von über 2,5 Mio. Euro vorweisen. Weitere 17% konnten Bewertungen zwischen 1,0 und 2,5 Mio. Euro erzielen.

Für Start-ups bedeutet dies, dass es durchaus lohnenswert ist, an einem Accelerator-Programm teilzunehmen, um den eigenen Unternehmenswert zu steigern.

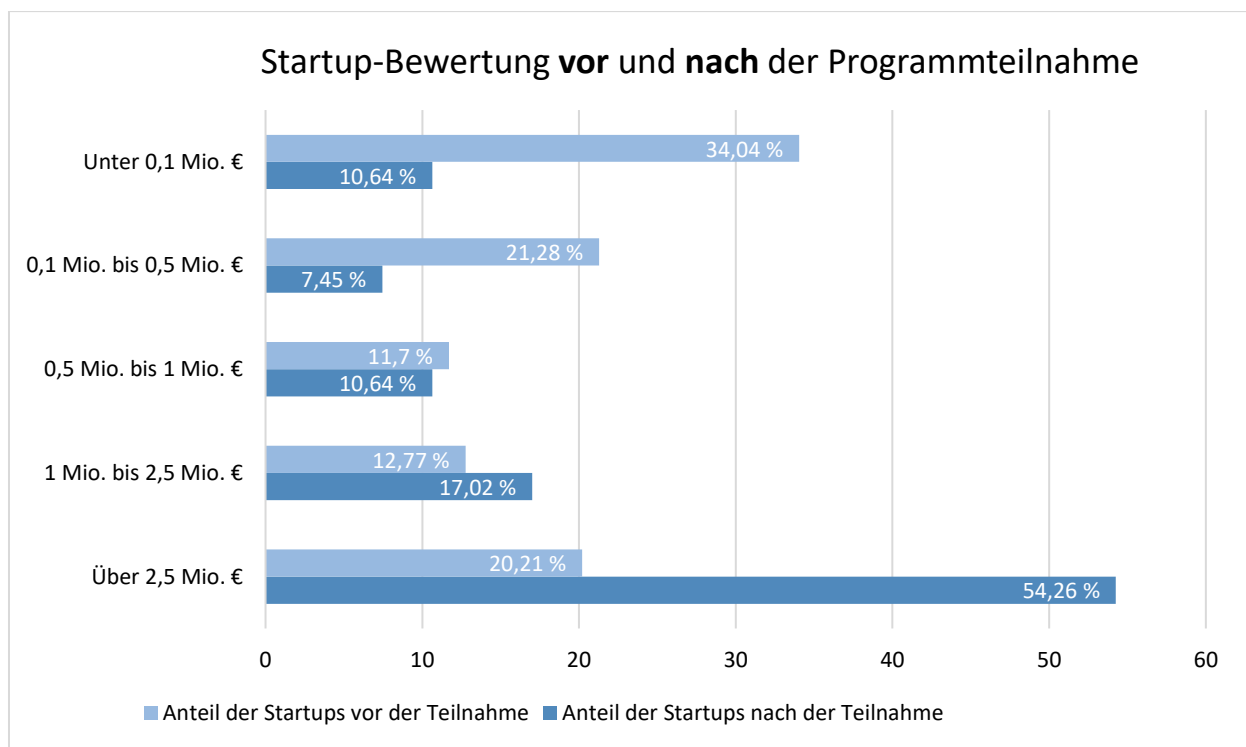


Abbildung 2: Startup-Bewertung **vor** und **nach** der Accelerator-Programmtteilnahme

Quelle: eigene Darstellung, 2018 (n= 104)

Weiterhin zielen viele Acceleratoren darauf ab, ihren Start-ups **Folgefina**nzierungen durch Zugang zu Mentoren- und Investorennetzwerken zu ermöglichen. Bei der Folgefinanzierung, welche für die Start-ups oftmals Garant für weiteres Unternehmenswachstum nach Abschluss des Programms darstellt, besteht bei den deutschen Acceleratoren weiteres Verbesserungspotenzial. Fast 40% der graduierten Start-ups erhalten auch innerhalb eines Jahres keine Folgefinanzierung. Allerdings erhalten fast 20% Investitionen von 1 Mio. Euro und mehr.

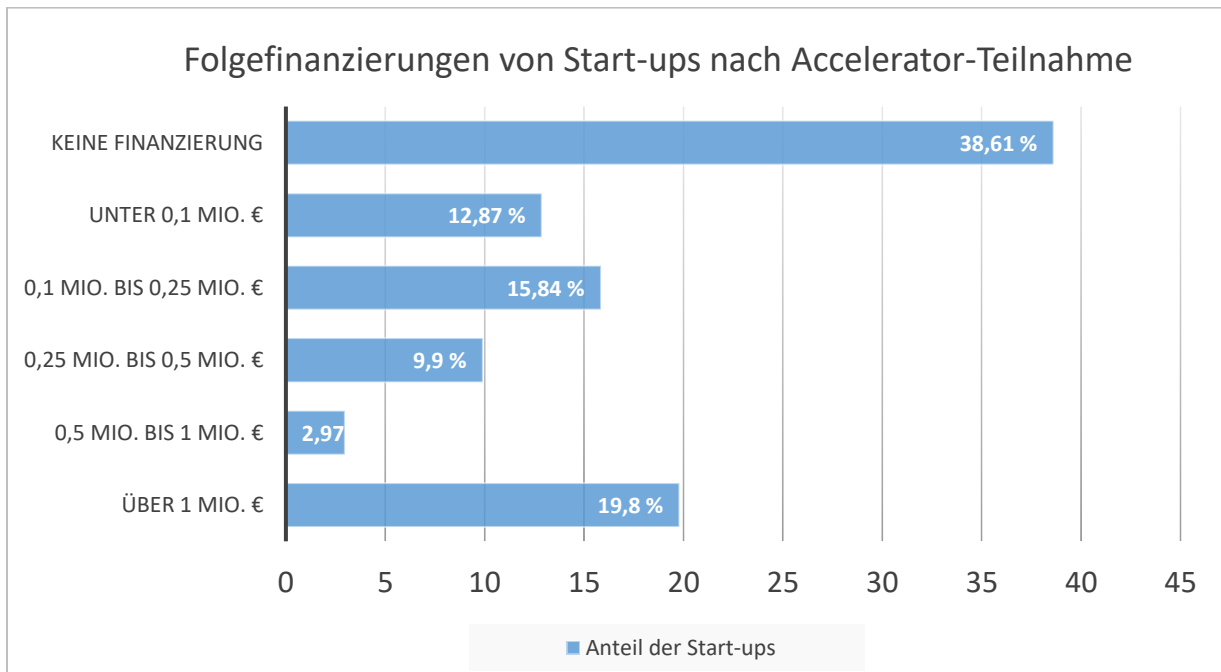
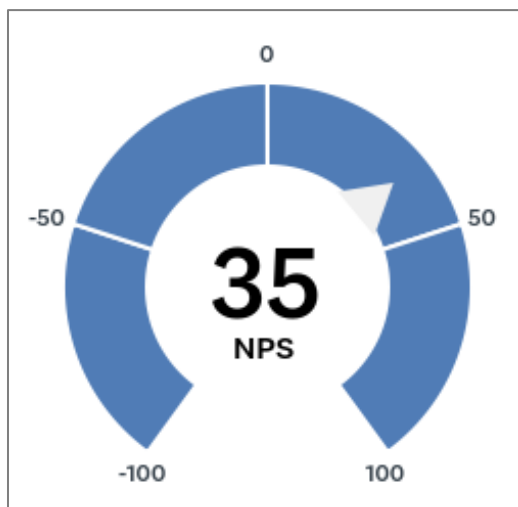


Abbildung 3: Folgefinanzierungen von Start-ups nach Accelerator-Teilnahme

Quelle: eigene Darstellung, 2018 (n= 104)

Net Promoter Score – Zufriedenheit der Start-ups mit ihren Acceleratoren



Die **Zufriedenheit der Entrepreneur**e mit dem Accelerator-Programm als auch mit dem **Netzwerk an Mentoren** ist überwiegend positiv. Die allgemeine Zufriedenheit wurde mit dem **Net Promoter Score** ermittelt. Der Net Promoter Score ist eine Kennzahl für die Wahrscheinlichkeit, dass die Gründerin bzw. der Gründer das Accelerator-Programm weiterempfiehlt. Der **Net Promoter Score stellt mit 35** einen positiven Wert dar und zeugt von der **allgemeinen Zufriedenheit** der graduierten Start-ups mit den deutschen Acceleratoren.

Start-ups mit höherer Unternehmensbewertung und Folgefinanzierung bewerten ihr eigenes Accelerator-Programm dabei nicht besser als Start-ups mit geringer Unternehmensbewertung.

Abbildung 4: Net Promoter Score – Zufriedenheit der Start-ups mit ihren Acceleratoren

Quelle: eigene Darstellung, 2018 (n= 106)



Lessons Learned:



Aus den Interviews mit über 135 Befragten lassen sich einige Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung eines Accelerators ableiten:

- **Mehr Kontakt zu Investoren**
Die Entrepreneure sehen das größte Verbesserungspotenzial bei der Kontaktabbahnung zwischen Start-up und Investoren. Acceleratoren sollten hier den Kontakt zu einem breit gefächerten Investorennetzwerk mit VCs und Business Angels unterhalten. Auch die spätere Kooperation oder Integration in Corporate-Strukturen wünschen sich die Befragten Start-ups.
- **Das Netzwerk als entscheidender Faktor**
Das Netzwerk des Accelerators und die **Qualität der Mentoren sind entscheidende Faktoren** für die Entwicklung der Start-ups. Durch qualitative Auswahl an Mentoren mit Branchen-Expertise und/oder entsprechendem Entrepreneurship bzw. Technologie-Know-how können sich Acceleratoren differenzieren und die besten Start-ups für sich gewinnen. Start-ups aus konzernbetriebenen Acceleratoren können helfen, die Innovationskraft des Mutterhauses zu steigern und die digitale Transformation voranzutreiben.
- **Individuelle Förderung möglich machen**
Für den größtmöglichen Erfolg sollten sich die Acceleratoren und Start-ups vor Beginn des Programms neben der Definition von Zielen und Vorgehensweisen auch über **Kenntnisstände und Erfahrungen austauschen**. Gründer wünschen sich Inhalte und Lerninhalte, die individuell auf ihren Unternehmens-Lebenszyklus angepasst sind. Dies unterstreicht auch die **Bedeutung des Netzwerks**, das die entsprechende Expertise in der entsprechenden Lebensphase des Start-ups vermitteln kann.
- **Start-ups und Business Angel zusammenbringen**
Die Gründer bemängeln, dass die Acceleratoren oft nur Kontakte zu institutionellen Investoren (Venture Capitalists) vermitteln, weniger aber zu Business Angels. Hier könnten durch Aufnahme von erfahrenen Business Angels in das Netzwerk auch kleineren Start-ups in früheren Entwicklungsstadien die Möglichkeit der Finanzierung geboten werden.
- **Aktiv Lerninhalte und Methoden vermitteln**
Intensivere Vorbereitungen auf Gespräche zu Finanzierungsrunden und Unterstützung bei der Verbesserung der Präsentationsfähigkeit wünschen sich die Entrepreneure. Steigen Qualität der Dozenten sowie Aktualität der Lerninhalte und Methoden, so nimmt auch die Zufriedenheit der Start-ups mit den Programmen zu.
- **Dauer des Programms nicht erfolgskritisch**
Die Dauer des Programms (Durchschnitt bei den untersuchten Programmen: fünf Monate) ist nicht erfolgskritisch. Erfolge der Start-ups und Dauer des Programms haben keinen positiven Zusammenhang ergeben. Jedoch sollte die Programmdauer mit unternehmensspezifischen Zielen abgeglichen und auf die teilnehmenden Start-ups abgestimmt sein.
- **Administration effizienter machen**
Auch eine Verbesserung der administrativen Aufgaben rund um das Programm, zum Beispiel die Vorbereitung auf Workshops oder eine vereinfachte Übersicht über Termine und Leistungen des Programms kann die Gesamtzufriedenheit erheblich steigern.



Partner und Kontakt:

Der Lehrbereich und Master-Studiengang Digital Business Management an der Rheinischen Fachhochschule Köln plant eine jährliche Erhebung und Veröffentlichung zum Ranking der deutschen Acceleratoren.

	<p>Prof. Dr. Kai Buehler beschäftigt sich an der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH) mit den Themen Digital Entrepreneurship, Start-up Geschäftsmodelle und Digitale Transformation. Er begann seine berufliche Karriere bei der Strategieberatung Droege Group, bevor er im Jahr 2000 die plan_b media AG mitbegründete. Als CEO baute er das Start-up zu einem führenden Anbieter von mobilen Entertainment-Diensten an den Standorten Köln, Wien und New York aus. Im Jahr 2005 wurde die plan_b media AG vom T-Mobile Venture, Mopay, akquiriert. Von 2005 bis 2016 arbeitete er in New York, Los Angeles und im Silicon Valley, wo er als Gründer und CEO verschiedene Start-ups im Technologie- und Medienbereich erfolgreich aufbauen und verkaufen konnte. So entwickelte er das erste mobile Bonusprogramm für TV, Watchpoints, das er an das börsennotierte Unternehmen Perk verkaufte. Als CEO der aus VeriSign (NASDAQ: VRSN) ausgegliederten mms Inc. managte er über 1 Milliarde SMS pro Jahr und entwickelte digitale Geschäftsmodelle für Fortune 500 Kunden.</p> <p>✉ buehler@rfh-koeln.de in LinkedIn</p>
	<p>Alexander Thie hat seinen Master im Studiengang Digital Business Management an der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH) im Sommer 2018 absolviert. Seinen Bachelor konnte er zuvor ebenfalls an der RFH abschließen. Beruflich war er bereits für die DuMont Mediengruppe in den Bereichen Anzeigenvertrieb und Redaktion tätig. Darüber hinaus war er im Jahr 2016 für das Deutsche Institut für Marketing (DIM) im Bereich Marketing und insbesondere der Marktforschung tätig.</p> <p>✉ alexander.thie@freenet.de in LinkedIn X XING</p>