



## Gemeinsame Pressemitteilung

Presse und  
Öffentlichkeitsarbeit

### Große Familienunternehmen suchen die Nähe zu Start-ups

- Knapp die Hälfte der Unternehmen kooperiert mit mindestens einem Start-up
- Fast zwei Drittel wünschen Unterstützung bei der Kontaktabahnung über Online-Plattformen oder Netzwerk-Veranstaltungen
- Deutsche Bank und BDI veröffentlichen die Studie: Die größten Familienunternehmen in Deutschland

Seite  
1 von 4

---

11. Juli 2018

---

Nahezu die Hälfte der größten Familienunternehmen in Deutschland kooperiert bereits mit Start-ups, strategische Zukunftsthemen stehen dabei klar im Vordergrund. Das ergibt die aktuelle Befragung Die größten Familienunternehmen in Deutschland, die der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und die Deutsche Bank gemeinsam mit dem Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn an diesem Mittwoch veröffentlichen. So geben 54 Prozent der befragten Unternehmen auf die Frage nach dem Motiv zu einer Kooperation an, neue Technologien erschließen zu wollen. Für rund die Hälfte der Unternehmen sind weitere Gründe, die digitale Transformation zu meistern sowie Produkte und Dienstleistungen weiterzuentwickeln. An der Umfrage nahmen rund 250 der 4700 größten Familienunternehmen in Deutschland teil, die mindestens 50 Millionen Euro im Jahr umsetzen. „Start-ups“ wurden bei der Befragung als innovative, schnell wachsende Unternehmen verstanden, die jünger als zehn Jahre sind.

„Immer häufiger werden heute jahrzehntelang bewährte Geschäftsmodelle angegriffen und sicher geglaubte Marktanteile radikal

**Bundesverband der  
Deutschen Industrie e.V.**  
Mitgliedsverband  
BUSINESSEUROPE

*Telekontakte*  
T: +493020281479  
F: +493020282479

*Internet*  
[www.bdi.eu](http://www.bdi.eu)

*E-Mail*  
[Presse@bdi.eu](mailto:Presse@bdi.eu)

neu verteilt. Familienunternehmen müssen ihre Geschäftsmodelle bei immer kürzeren Produktzyklen und Entwicklungen infolge der Digitalisierung oft schnell anpassen oder neu erfinden“, sagt Stefan Bender, Leiter Firmenkunden Deutschland bei der Deutschen Bank. „Um bei der Entwicklung mithalten zu können, ist die Zusammenarbeit mit Start-ups ein guter Weg. Es ist ein starkes Signal, dass bereits jedes zweite große Familienunternehmen mit Start-ups kooperiert“, kommentiert Bender.

Holger Lösch, stellvertretender BDI-Hauptgeschäftsführer, sagt zu den Erkenntnissen der Befragung: „Industrielle Start-ups haben es in Deutschland schwer. Ressentiments und Bürokratie schaden Gründern und Mittelstand gleichermaßen. Die Erhebung zeigt, dass größere Familienunternehmen gezielt den Austausch mit Start-ups suchen. Venture-Capital-Investitionen müssen endlich begünstigt, Steuergutschriften für Forschung und Entwicklung zügig eingeführt werden. Das stärkt Innovationen in Unternehmen und den Standort Deutschland. Ziel muss sein, Start-ups zum Mittelstand von morgen zu machen und etablierte Familienunternehmen dabei zu unterstützen, zukunftsfähig zu bleiben.“

### **Hohe Zufriedenheit trotz unterschiedlicher Unternehmenskulturen**

Rund die Hälfte der Unternehmen mit Kooperationserfahrung und knapp ein Drittel der Unternehmen ohne Kooperationserfahrung sehen eine unterschiedliche Unternehmenskultur als größtes Problem bei der Zusammenarbeit mit einem Start-up. Dennoch sind rund 70 Prozent der befragten Unternehmen, die bereits mit einem Start-up zusammenarbeiten, mit der Kooperation zufrieden oder sehr zufrieden. Jedes zweite dieser Unternehmen plant in den kommenden drei Jahren, mit weiteren Start-ups zusammenzuarbeiten.

Entscheidend für die Auswahl der Start-ups sind die Branchenerfahrung der Gründer (73 Prozent der Befragten) und ein sofortiger Mehrwert der Kooperation (66 Prozent). Dagegen spielt das Alter der Start-up-Unternehmer kaum eine Rolle. Nur rund elf Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass ein Mindestalter der Gründer für die Auswahl relevant ist. Die regionale Nähe des Start-ups zum eigenen Unternehmen ist 37 Prozent der Befragten wichtig. Obwohl die Unternehmensvertreter bei der Anbahnung stark auf ihr persönliches Umfeld setzen, ist es nur für 18 Prozent von ihnen wichtig, dass das Gründerteam aus dem persönlichen Netzwerk stammt.

### **Familienunternehmen wünschen Unterstützung bei der Kontakthanbahnung**

Lediglich rund sieben Prozent der Kontakte zwischen Familienunternehmen und Start-ups kommen über spezielle Internetplattformen zustande. Dabei wünschen sich rund 46 Prozent der Unternehmen, die bereits mit einem Start-up kooperieren, elektronische Portale, die etablierte Unternehmen und Start-ups zusammenbringen. Rund 30 Prozent wünschen sich Netzwerkveranstaltungen. Insgesamt wünschen sich zwei von drei Unternehmen (64 Prozent) zusätzliche Maßnahmen, die ihnen die Anbahnung erleichtern. Aktuell setzen die Unternehmen stark auf persönliche Empfehlungen: Jede zweite Kooperation (52 Prozent) kommt entweder hierdurch oder durch eigene Recherche (47 Prozent) zustande. Aber auch Start-ups sind aktiv: Bei rund 32 Prozent der Kooperationen geht die Initiative von jungen Unternehmen aus.

Die Studie finden Sie [hier](#).

## **Kontakt für Medien**

Seite  
4 von 4

### **Deutsche Bank AG**

Heinrich Frömsdorf

Telefon: +49 69 910 47680

E-Mail: heinrich.froemsdorf@db.com

### **BDI**

Judith Völker

Tel.: +49 30 2028 1449

E-Mail: j.voelker@bdi.eu

### **IfM Bonn**

Jutta Gröschl

Tel.: +49 228 72997 29

E-Mail: groeschl@ifm-bonn.org