

EDTECH

STARTUP MONITOR 2024

BILDUNG NEU GEDACHT: STARTUPS ALS TREIBER DES WANDELS



KERNERGEBNISSE

_01 MODERNE BILDUNG - DIE ZEIT DRÄNGT

91 % der Gründer:innen sehen Deutschland bei der Digitalisierung der Bildung als zu langsam. Doch fast 500 EdTech-Startups arbeiten daran, das zu ändern.

_02 DIGITALE HOTSPOTS - ZENTREN DER INNOVATION

80 % der EdTech-Startups haben einen klaren digitalen Fokus und viele sitzen in den Startup-Metropolen. Berlin ist hier der führende Standort, mit 142 von 493 Startups.

_03 HETEROGENE KUNDENLANDSCHAFT - BILDUNG FÜR ALLE

EdTechs adressieren alle Bildungsfelder und erzielen höhere Umsätze in den Bereichen B2C (40 %) und B2G (22 %) als Startups insgesamt.

_04 PURPOSE UND DIVERSITÄT - EDTECHS MIT MISSION

EdTech-Gründer:innen zeichnen sich durch ihre Vision und Diversität aus. 92 % würden erneut gründen und der Frauenanteil liegt mit 36 % deutlich über dem allgemeinen Schnitt.

_05 MANGELNDE FINANZIERUNG - WACHSTUM MIT HÜRDEN

Trotz großer Potenziale erhalten nur 4 % der EdTechs Venture-Capital-Investitionen. Mit Blick auf Wachstum und Skalierung gibt es hier noch klaren Entwicklungsbedarf.

_06 VERTRIEB ALS HERAUSFORDERUNG - NETZWERKE UND VEREINFACHUNG GEFRAGT

Der Vertrieb in einem fragmentierten Markt mit bürokratischen Hürden zeigt sich als zentrale Herausforderung. Außerdem gilt es, den Zugang zu Investoren und Märkten zu verbessern.

DIE VERMESSUNG DES ÖKOSYSTEMS

500 STARTUPS VERÄNDERN DIE BILDUNG

DAS DEUTSCHE EDTECH ÖKOSYSTEM WIRD UMFASSEND VERMESSEN

Gute Bildung ist ein zentraler Erfolgsfaktor moderner Volkswirtschaften: Wichtig sind ein breiter Zugang und ein Fokus auf lebenslanges Lernen – EdTech-Startups tragen hierzu bei.

Als EdTech-Startups werden junge Unternehmen mit einem skalierbaren Geschäftsmodell und einem klaren Fokus auf Bildung in ihrem Produkt verstanden.¹

Für diesen Report wurden ein umfassendes Mapping aller aktiven EdTech-Startups in Deutschland sowie eine exklusive Auswertung des Deutschen Startup Monitors durchgeführt.

¹ Grundsätzlich wird sich an der Startup-Definition des Deutschen Startup Monitors orientiert.

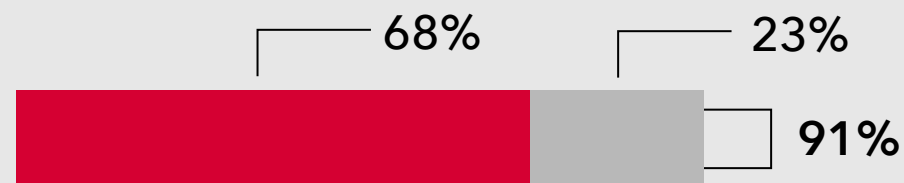
493

aktive EdTech-Startups konnten in Deutschland identifiziert werden.

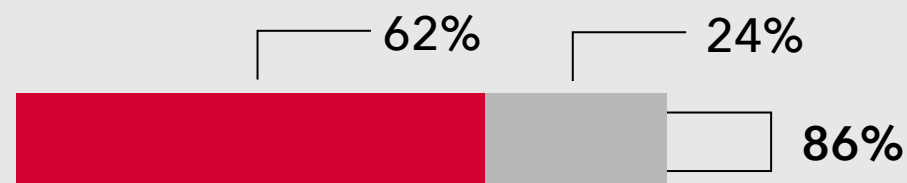
98

EdTech-Startups wurden im Deutschen Startup Monitor 2024 befragt.

Wir sind bei der Digitalisierung unseres Bildungssektors langsamer als vergleichbare andere Länder.



Ohne umfassende Digitalisierung ist gute Bildung im 21. Jahrhundert nicht möglich.



BLICK DER GRÜNDER:INNEN AUF DEN BILDUNGSSEKTOR

■ Stimme voll und ganz zu ■ Stimme zu

STARTUP-GRÜNDER:INNEN SEHEN DURCH EDTECH- LÖSUNGEN ERHEBLICHE POTENZIALE

Neun von zehn Gründer:innen in Deutschland sind der Ansicht, dass wir bei der Digitalisierung des Bildungssektors langsamer sind als andere Länder.¹

Zugleich sind 86 % der Ansicht, dass gute Bildung ohne eine umfassende Digitalisierung in der heutigen Zeit kaum möglich ist.¹

Für 39 % der Startup-Gründer:innen ist Bildung eine der wichtigsten Zukunftsbranchen – nur Gesundheit schneidet noch besser ab (44 %).²

1) Exklusive Daten erhoben im Rahmen des Deutschen Startup Monitors 2024

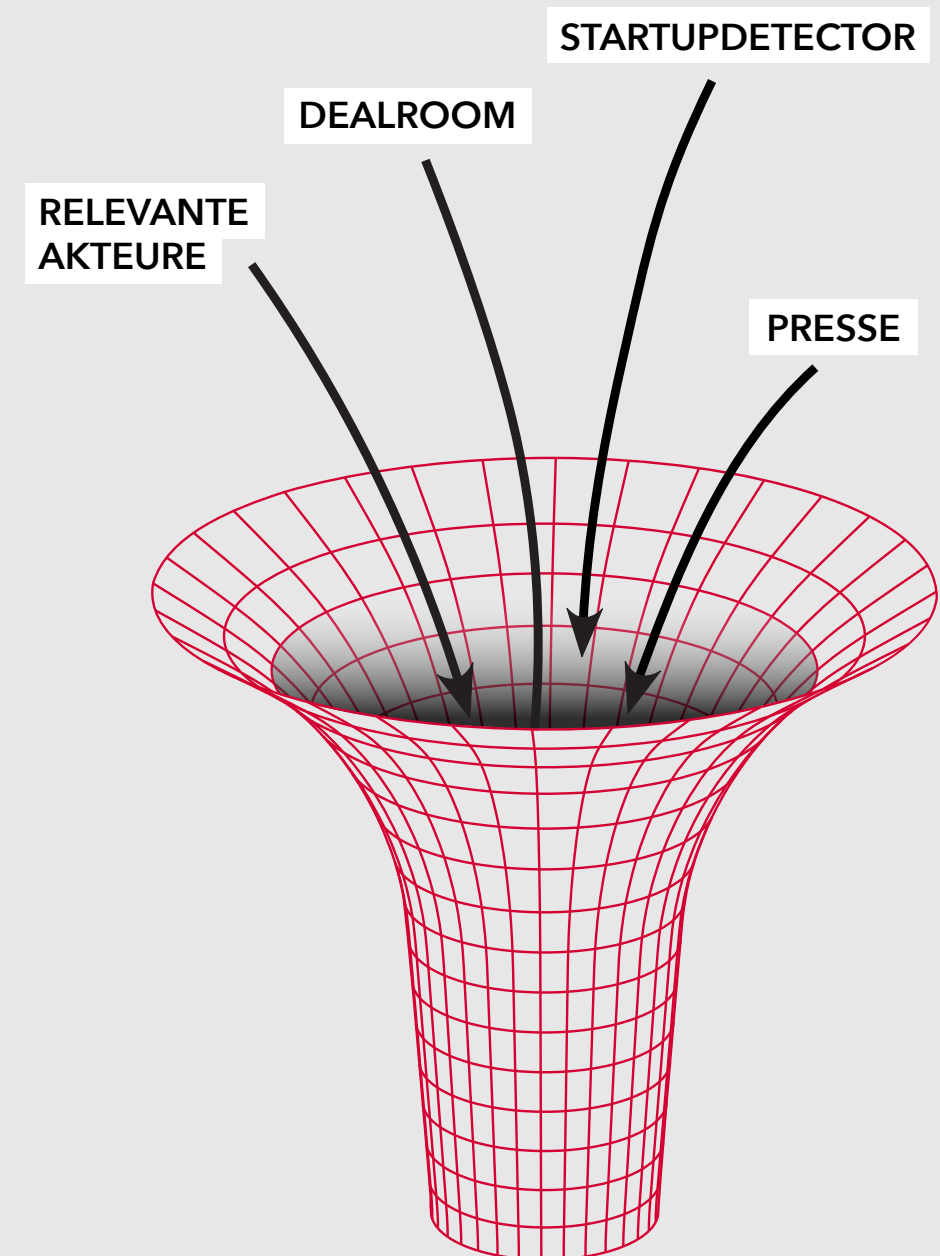
2) Deutscher Startup Monitor 2024

VERSCHIEDENE DATENQUELLEN DIENEN ALS BASIS FÜR DAS MAPPING

Das Mapping von Startups ist aufgrund der fragmentierten Datenlage und der hohen Dynamik im Sektor immer eine Herausforderung und erfordert die Nutzung diverser Datenquellen.

Für den Report wurden verschiedene Datenquellen wie Plattformen (Dealroom, startupdetector u.a.), Berichterstattung in der Presse sowie Desk Research zusammengeführt.

Alle identifizierten EdTech-Startups wurden geprüft und allgemeine Informationen zum Unternehmen (Gründungsjahr, Adresse u.a.) wie zum Geschäftsmodell (Verticals, Kundengruppen u.a.) ergänzt.



AKTIVE EDTECH-STARTUPS
IN DEUTSCHLAND

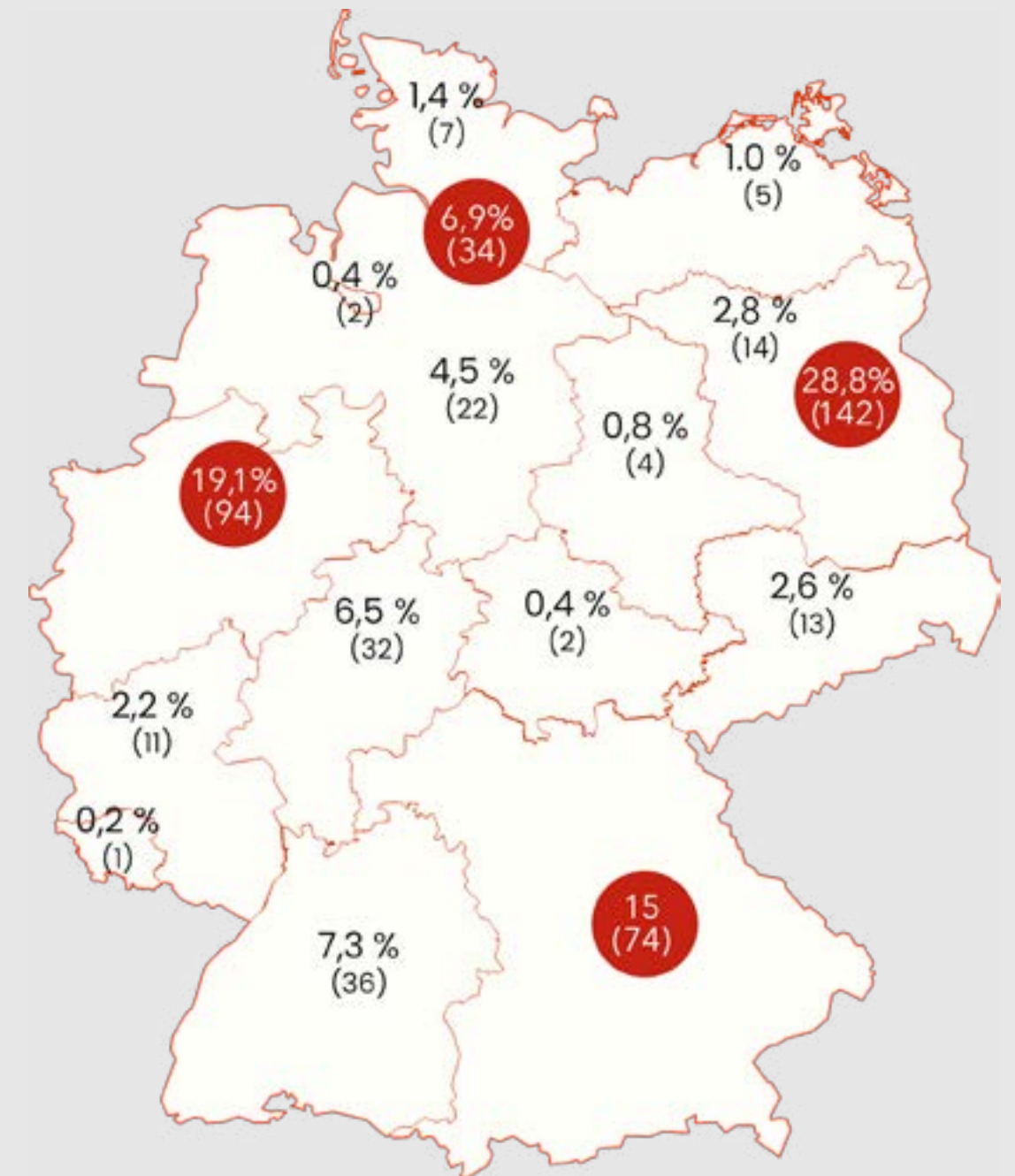
493

EDTECH-STARTUPS SIND ZURZEIT IN DEUTSCHLAND AKTIV

Die Startup-Aktivität in Deutschland konzentriert sich tendenziell in bestimmten Städten, an Hochschulstandorten und in Regionen mit entwickelten Ökosystemen.

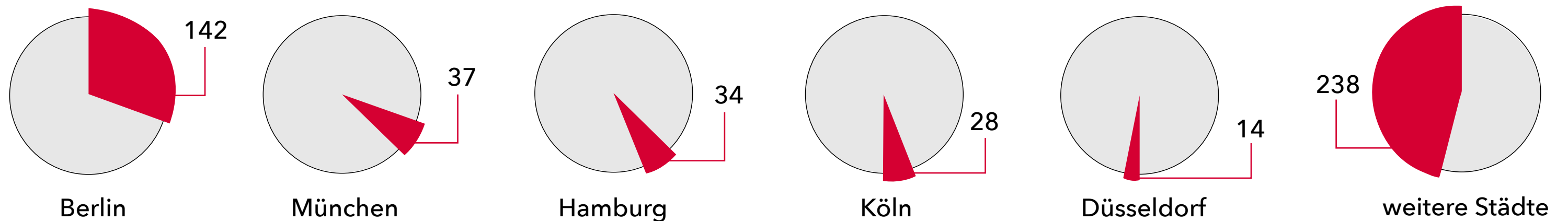
Drei von zehn EdTechs haben ihren Sitz in Berlin. Der Hotspot ist damit in diesem Sektor noch stärker als generell im Ökosystem - es folgen die weiteren großen Bundesländer.

Die Orientierung an digitalen Geschäftsmodellen (siehe Seite 30) ist gerade für den Standort Berlin charakteristisch - DeepTech-Standorte sind hier weniger präsent.



VERTEILUNG DER EDTECH-STARTUPS
IN DEUTSCHLAND

KONZENTRATION IN GROSSEN STÄDTEN UND HOTSPOTS



TOP-5 EDTECH-STÄDTE NACH ANZAHL DER UNTERNEHMEN

255 der 493 EdTechs haben ihren Sitz in fünf Städten: Unter allen Startup-Neugründungen 2023 entfiel mit 38 % ein geringerer Anteil auf diese Städte.¹ Die Konzentration auf bestimmte Startup-Hotspots ist also im EdTech-Sektor noch einmal höher als generell im Startup-Ökosystem. Umso wichtiger ist es für EdTech-Unternehmen außerhalb dieser Hotspots, sich über ihren eigenen Standort hinaus zu vernetzen.

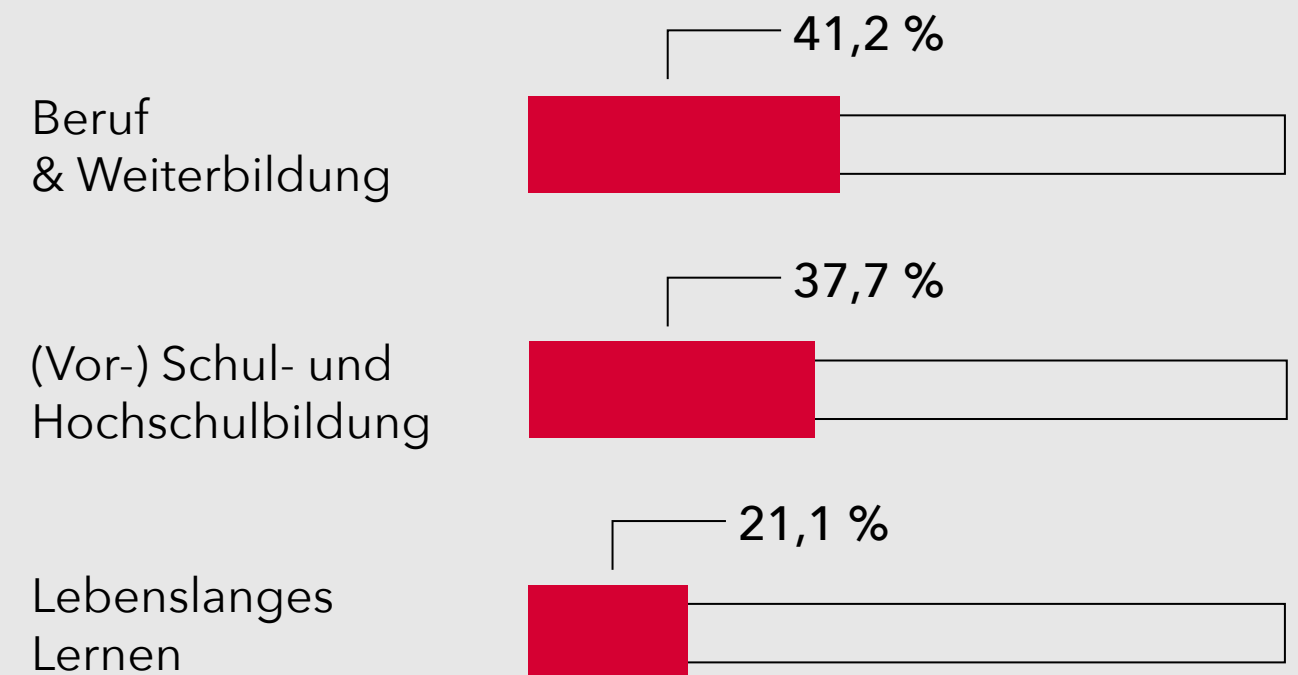
1) Next Generation Report 2024 von Startup-Verband und startupdetector

EDTECHS ADRESSIEREN DREI ZENTRALE BEREICHE DES BILDUNGS SYSTEMS

Im EdTech-Sektor gibt es unterschiedliche Bereiche des Lernens, die adressiert werden können – von der Schule, über berufliche Kontexte bis hin zum lebenslangen Lernen.

Berufliches Lernen und Angebote für verschiedene Schulformen sind mit jeweils etwa 40 % die zentralen Felder für EdTechs – gerade hier gibt es große adressierbare Märkte.

Aber: Auch innerhalb dieser Gruppen gibt es ein breites ausdifferenziertes Bild von Produkten, die unterschiedliche Kundengruppen in den Mittelpunkt rücken.



FOKUSBEREICHE DER EDTECH-STARTUPS
IN DEUTSCHLAND



Wir arbeiten bei simpleclub jeden Tag dafür, die Bildung und Ausbildung in Deutschland besser zu machen. Der EdTech Startup Monitor zeigt, dass wir damit nicht alleine sind. Es gibt viele, die so brennen wie wir, doch die Rahmenbedingungen sind weiterhin zu kompliziert. Durch den fortschreitenden Lehrkräftemangel und den Wunsch nach mehr Individualisierung, ist die Nachfrage durch allgemeinbildende Schulen hoch. Hierbei scheitert es vor allem an freien Budgets, die diese für Angebote wie unseres nutzen können. Das darf im Jahr 2024 nicht mehr sein!, so Nico Schork. Alex Giesecke ergänzt: Bei Unternehmen sieht das anders aus: Wir arbeiten bereits mit über 450 Unternehmen zusammen und sind als digitaler Bildungspartner fest in die betriebliche Ausbildung integriert. Und es werden täglich mehr. Dort spüren wir, wie wichtig Angebote wie simpleclub auch für das schulische Gelingen sein können. Wir hoffen, dass sich das auf den gesamten Edtech-Markt auswirkt.

NICOLAI SCHORK & ALEXANDER GIESECKE
SIMPLECLUB

LERNBEREICHE

IM DETAIL

BERUF & WEITERBILDUNG

Aus- & Weiterbildung / Compliance	27,0 %
Aus- & Weiterbildung / Karriere	10,1 %
Assessment	2,0 %
Wissenstransfer & -management	2,0 %

LEBENSLANGES LERNEN

Sprache	4,7 %
Hobbies	4,5 %
Gesundheit	4,3 %
Musik	2,4 %
Finanzen	1,6 %
Allgemeinwissen	1,2 %
Sonstiges	2,4 %

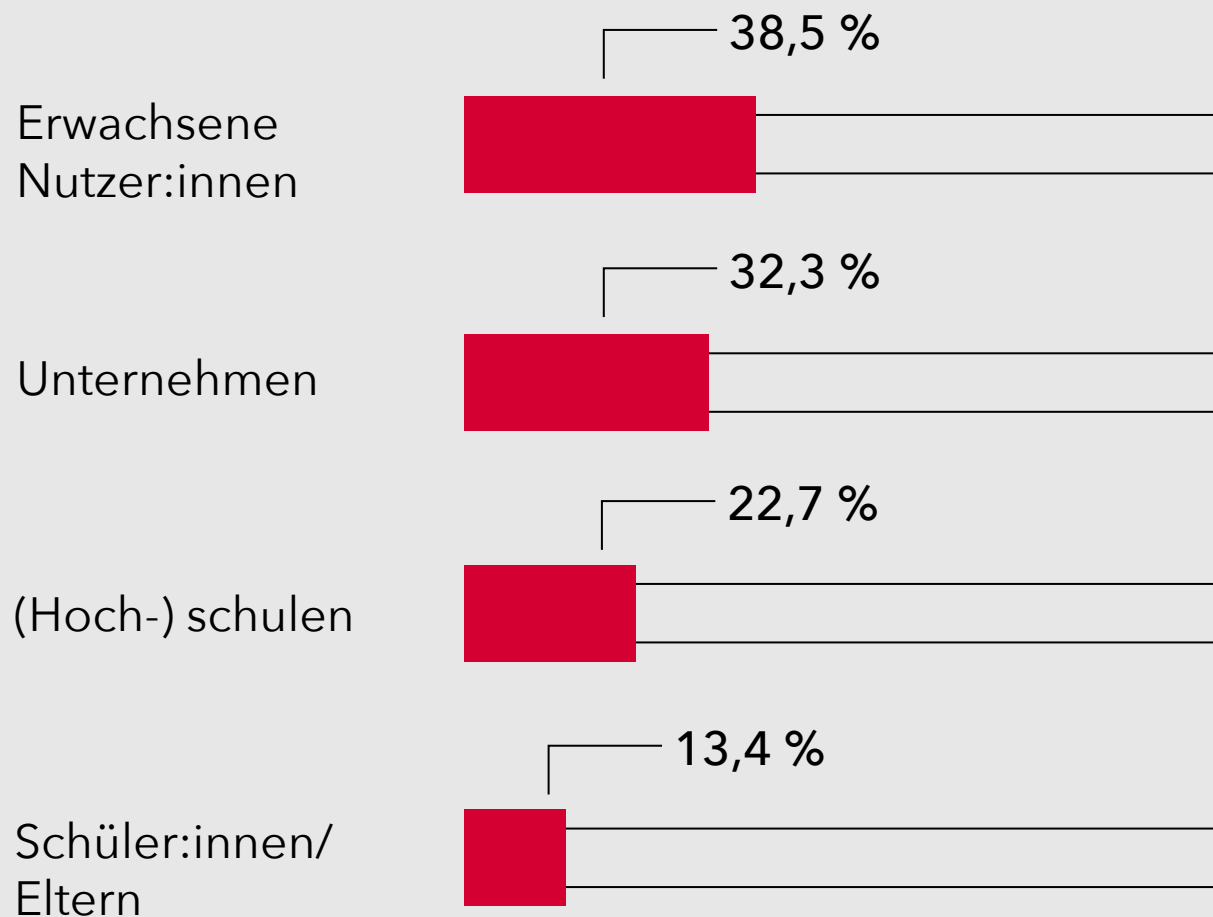
(VOR-)SCHUL- & HOCHSCHULBILDUNG

Schul-Organisation & Lernmanagement	15,6 %
Schulische Inhalte & Nachhilfe	12,2 %
Hochschulinhalte & Nachhilfe	7,9 %
Vorschulische Inhalte	2,0 %



Beim Lernen geht es darum, Kinder, Jugendliche und Erwachsene dort abzuholen, wo sie stehen. Startups spielen hier eine zentrale Rolle, da sie Bildung flexibler und personalisierter gestalten und auf diese Weise Zugangsbarrieren abbauen und individuelle Lernpfade anbieten. Außerdem rücken ihre Lösungen digitale Kompetenzen in den Fokus – so machen wir in Sachen Bildung, Ausbildung und Fachkräfte einen Sprung in Richtung Zukunft.

VERENA PAUSDER
VORSTANDSVORSITZENDE DES STARTUP-VERBANDS



ADRESSIERTE KUND:INNEN DER EDTECHS

1) Die Werte addieren sich nicht auf 100 %, da Unternehmen mehrere Kundengruppen adressieren können. Die Mehrzahl hat aber einen klaren Fokus.

KUNDEN STRUKTUR

IST KOMPLEX UND HETEROGEN

Während im Startup-Ökosystem generell häufig schablonenhaft zwischen B2B, B2C und B2G-Geschäft unterschieden wird, ist ein genauerer Blick gerade im EdTech-Sektor sinnvoll.

Oft unterscheiden sich die Kund:innen hier von den Nutzenden der Lösung, beispielsweise kauft die Schule für die Schüler:innen – eine Herausforderung für Vertrieb und Marketing.

Auch das Bild der adressierten Kundengruppen ist divers: Etwas häufiger werden erwachsene Nutzer:innen sowie Unternehmen als Kunden angesprochen.

EDTECH GRÜNDER:INNEN IM BLICK

VISIONÄRE MIT STARKEM BILDUNGSHORIZONT

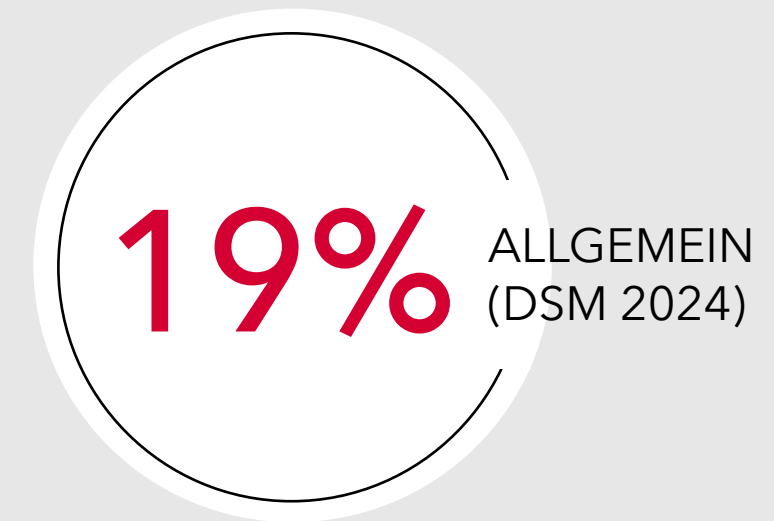
FAST DOPPELT SO VIELE GRÜNDER :INNEN IM VERGLEICH ZU ANDEREN BRANCHEN

Das Startup-Ökosystem ist nach wie vor stark männlich geprägt – sowohl im Bereich der Gründungen als auch im Investmentsektor.¹

Aber: Der Bereich EdTech ist deutlich diverser aufgestellt und hebt sich mit einem Gründerinnenanteil von 36 % vom Ökosystem ab.

Der Sektor kann somit Vorbild für andere sein, gleichzeitig gilt es gerade hier, die Barrieren im Investmentbereich in der Zukunft abzubauen.

¹) Female Founders Monitor 2022 & Startup Nation Deutschland Dashboard 2023

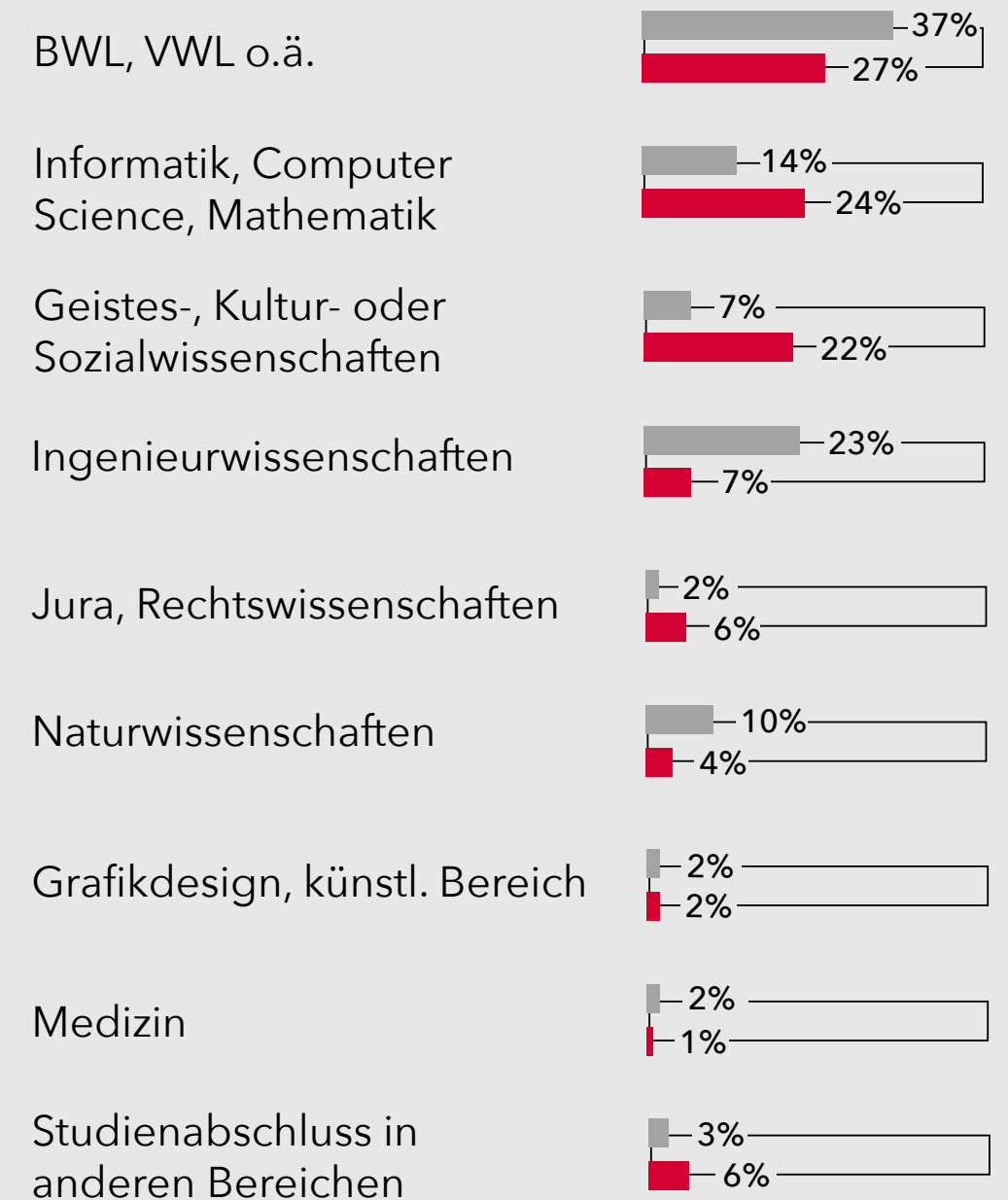


ANTEIL STARTUP-GRÜNDERINNEN

EDTECH - GRÜNDER:INNEN HABEN SPEZIFISCHE SKILLS

Im Startup-Ökosystem haben die meisten Gründer:innen studiert: So liegt auch im EdTech-Bereich der Akademikeranteil bei 89 % (allgemein: 87 %) - spannend sind dabei die Studienfächer.

Viele Gründer:innen haben Informatik oder Sozialwissenschaften studiert und bringen wichtige Skills mit - der geringe BWL-Anteil ist mit Blick auf Skalierung und Wachstum eine Herausforderung.



WAS HABEN EDTECH-GRÜNDER:INNEN STUDIERT?

■ Allgemein (DSM 2024) ■ EdTechs

STARTUPS ÜBERSETZEN PRAXISERFAHRUNG IN EINE VISION

58%

haben erst im Berufsleben an eine Gründung gedacht – unter allen Gründer:innen sind es 41 %.

74%

haben ihr Unternehmen im Team gegründet – allgemein liegt der Wert mit 80 % aber höher.

57%

sehen ihre Vision als besondere Stärke (Gründende allgemein: 47 %) – damit der häufigst genannte Begriff.

WAS ZEICHNET DIE EDTECH-GRÜNDER:INNEN AUS?

EdTech-Gründer:innen haben ihre Startups häufiger aus den eigenen Erfahrungen im Berufsleben heraus gestartet – nur vier von zehn haben schon in der Schule oder Uni ans Gründen gedacht.

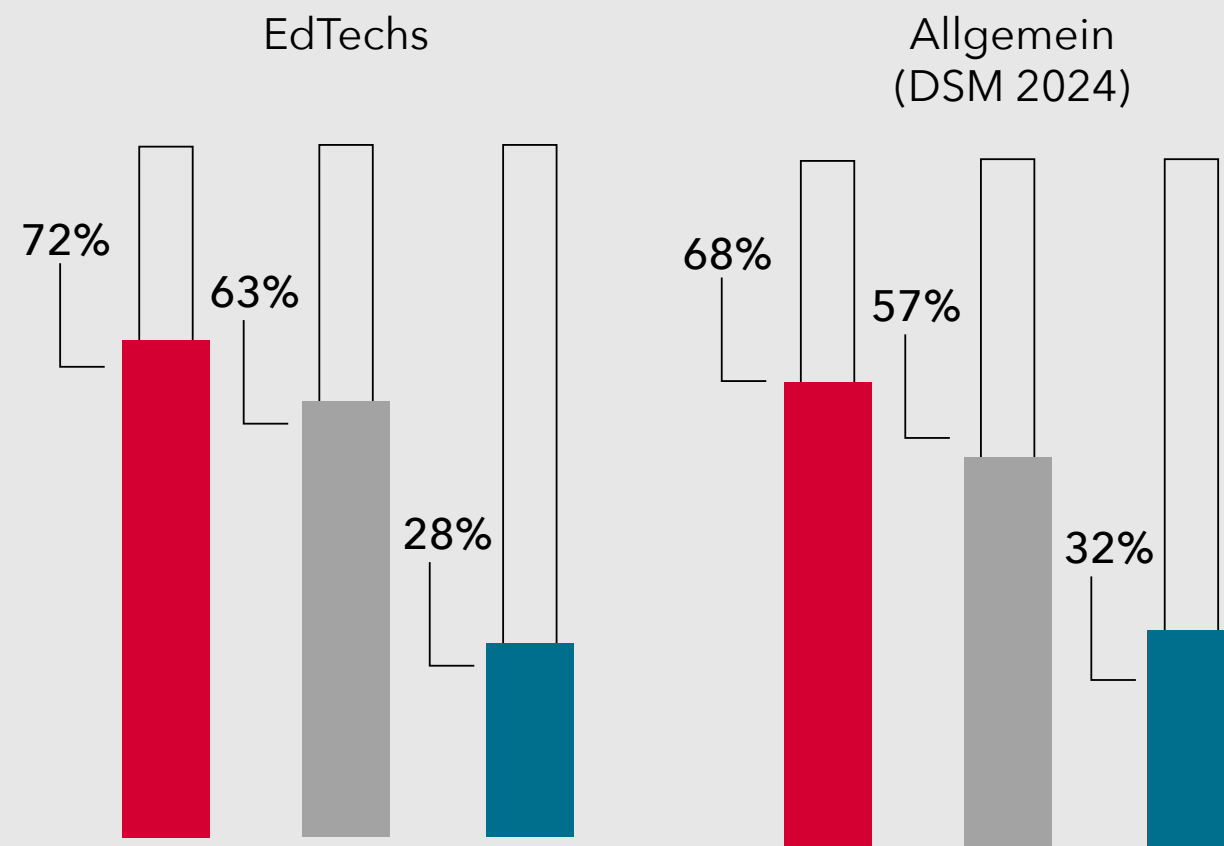
Für EdTech-Gründer:innen steht häufiger das Thema Vision und damit auch der Purpose ihrer Aufgabe und Lösung im Fokus – dies kann wirtschaftliche Motive ergänzen, aber auch überlagern.



Es ist nicht verwunderlich, dass EdTechs im Vergleich zu anderen Startups diverser und mehr purpose-driven sind. Die Gründer:innen in diesem Bereich wollen typischerweise einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft ausüben, was sich auch auf Zugang zu Bildung, Chancengleichheit und Förderung benachteiligter Gruppen positiv auswirkt. Ich investiere gerne in diesem Bereich, da die Gründungsteams hier Impact und Returns gleichzeitig anstreben, was zu einem besonders starken Zug zum Ziel führt.

DR. GESA MICZAIKA
GENERAL PARTNER AT AUX XO FEMALE CATALYST FUND

INTERNATIONALE VERNETZUNG ALS NÄCHSTER SCHRITT



POSITIVE BEWERTUNG DES EIGENEN NETZWERKS

■ Regional ■ National ■ International

Netzwerke sind für den Erfolg von Startups zentral: Es geht um Erfahrungsaustausch, aber auch relevante Kontakte zu Investor:innen und möglichen Kunden auf unterschiedlichen Ebenen.

EdTech-Gründer:innen bewerten ihre Netzwerke auf lokaler Ebene sehr positiv – dagegen ist die für das Wachstum und die Weiterentwicklung wichtige internationale Anbindung noch schwach.

DIE FINANZIERUNGSLÜCKE

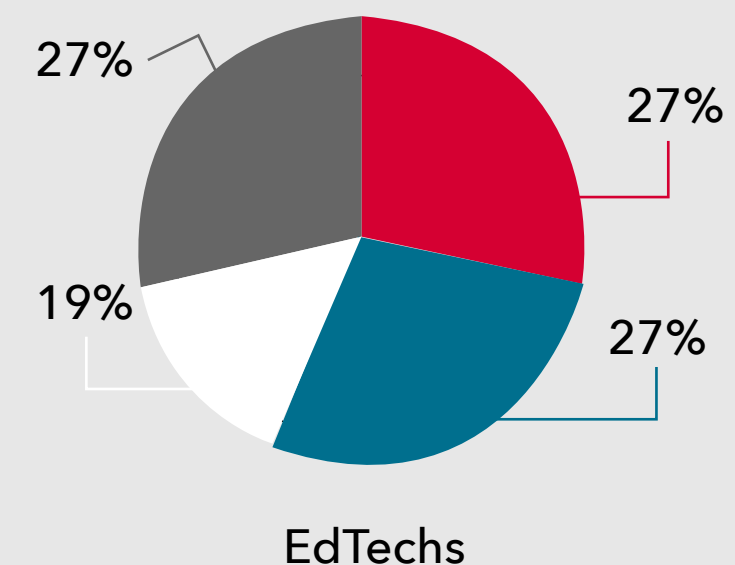
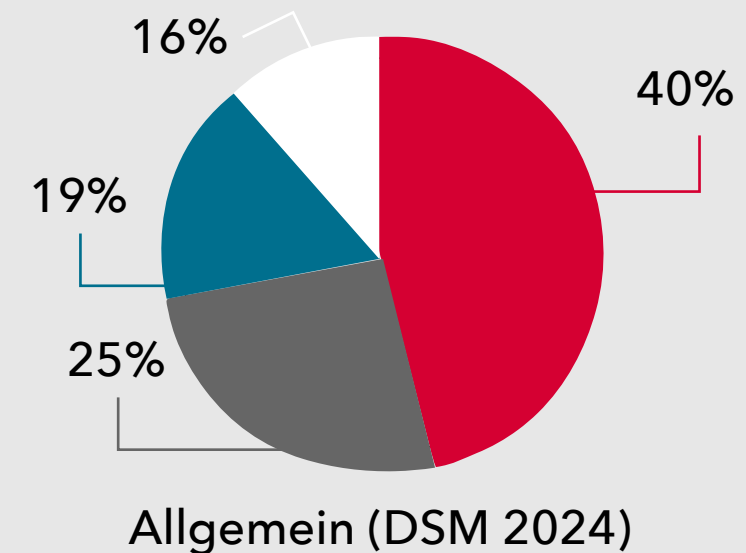
IM EDTECH-BEREICH

EDTECHS PLANEN ZURÜCKHALTENDER UND BOOT STRAPPEN HÄUFIGER

Generell planen mehr als zwei Drittel aller deutschen Startups mit externen Investor:innen – nur etwa 19 % wollen bootstrappen.

Im EdTech-Sektor wollen mehr als ein Viertel (27 %) der Startups bootstrappen – Wachstumsressourcen sind so oft kleiner.

Bisher haben nur 27 % der EdTechs externes Kapital aufgenommen – generell liegt der Wert mit 40 % deutlich höher.



EXTERNE FINANZIERUNG BISHER UND PLANUNG

■ Ja ■ Nein, aber wir planen es ■ Nein, planen zu bootstrappen
■ Nein und wir haben hier noch keine Präferenz



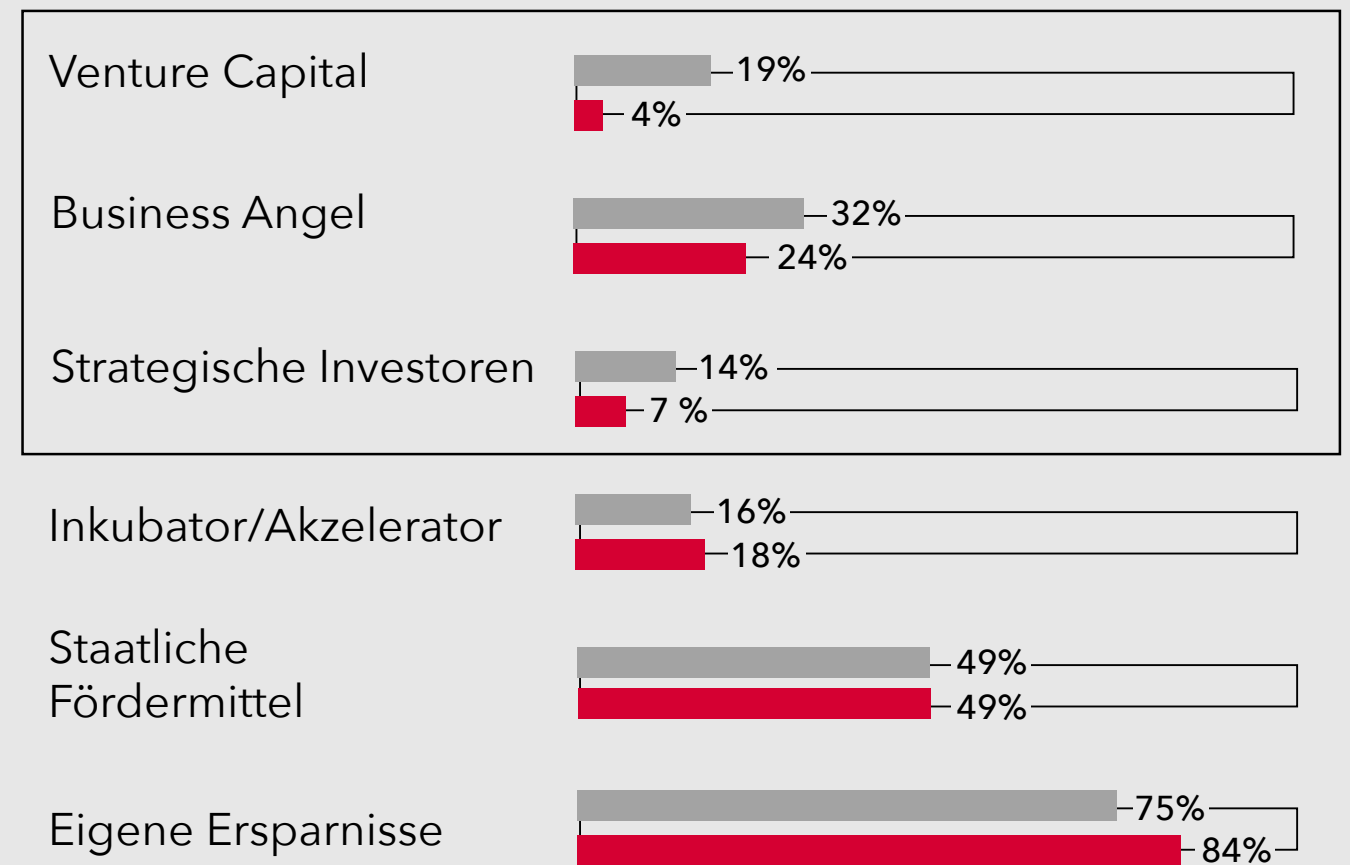
Die Marktentwicklungen um den EdTech-Markt sind dynamisch und es ist schwer, diese zu pauschalisieren - es gibt EdTech-Startups mit einer globalen Vision und Strategie, für die angesichts ihrer Skalierungschancen Venture Capital eine passende Finanzierungsform darstellt. Hier sehen wir auch immer wieder große Finanzierungsrunden stattfinden. Auf der anderen Seite ist der Markt auch zum Teil sehr fragmentiert und viele Anwendungsbeispiele müssen auf lokale Besonderheiten achten, was die Skalierung von manchen EdTech-Startups schwer macht. Es gibt grundsätzlich im Bildungsmarkt viele spannende Ansätze, aber nicht alle Marktchancen für EdTechs sind für einen Venture Capital Investor geeignet.

ANNA BOSCH
INVESTOR AT B2VENTURE

BISHER SETZEN NUR WENIGE EDTECHS AUF VENTURE CAPITAL

Ob Business Angels, VC oder auch strategische Investoren: Kapital ist die Basis für Skalierung und Wachstum – bisher nutzen EdTechs diese Möglichkeiten deutlich seltener.

Die geringeren Werte sprechen aber auch für eine gewisse Skepsis von Investor:innen gegenüber den spezifischen Vertriebs-herausforderungen im Sektor.



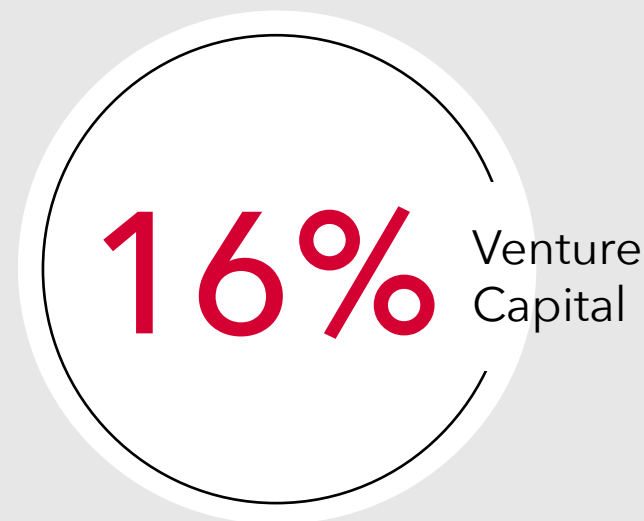
GENUTZTE FINANZIERUNGSQUELLEN

■ Allgemein (DSM 2024) ■ EdTechs



Der Bildungsmarkt in Deutschland hat großen Nachholbedarf in Sachen Digitalisierung. Doch Bürokratie und regulatorische Hürden erschweren es jungen Unternehmen, mit der notwendigen Geschwindigkeit zu wachsen. Das macht Startups zudem weniger attraktiv für Risikokapitalgeber. Besonders die USA, aber auch asiatische Märkte, sind uns in dieser Hinsicht deutlich voraus.

JESSICA LIEBER
PRINCIPAL AT 10X FOUNDERS



NACHFRAGE NACH RISIKOKAPITAL UNTER EDTECHS

DIE BRÜCKE ZU INVESTOR :INNEN GILT ES ZUKÜNFTIG ZU STÄRKEN

EdTechs sind bei Wachstumsfinanzierung noch zurückhaltend und es zielt mit 16 % ein geringer Anteil auf Venture Capital ab – der Wert liegt im Ökosystem insgesamt bei 35 %.

Dagegen wollen viele EdTechs Business Angel Investments realisieren, die als erster Schritt in Richtung Wachstum und Skalierung entscheidend sind.

Der noch seltenere Wunsch nach Venture Capital deutet auf schwierige Skalierungsbedingungen im EdTech-Feld und auf spezifische Motive der Gründer:innen hin.

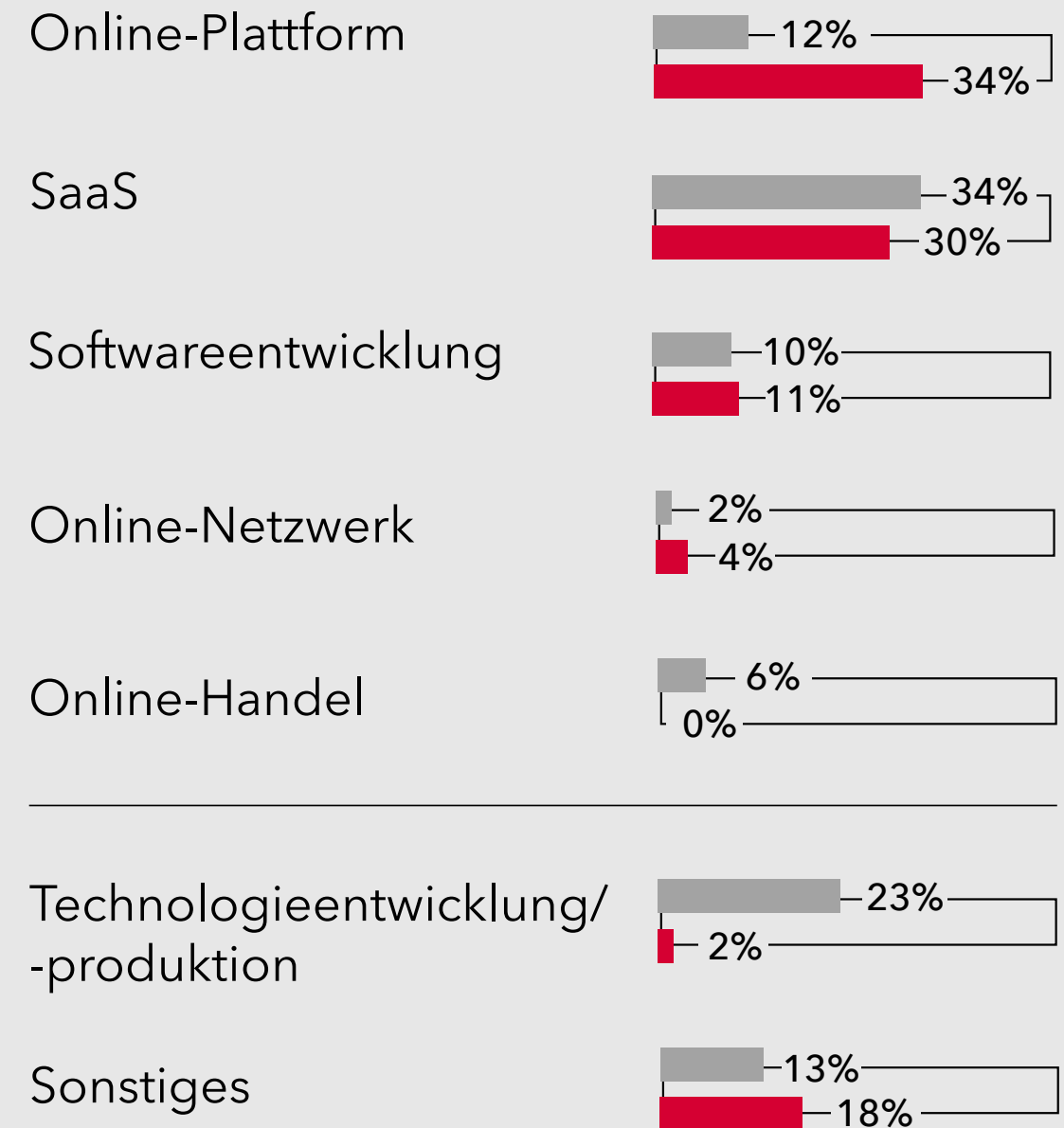
CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

FÜR DIE BILDUNG DER ZUKUNFT

DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE DOMINIEREN

Während im Startup-Ökosystem allgemein 64 % der Unternehmen digitale Geschäftsmodelle verfolgen, liegt dieser Wert bei EdTechs sogar bei 80 %.

Auffällig ist der hohe Anteil von etwa einem Drittel der Online-Plattformen anbietet – gerade in der Weiterbildung gibt es durch branchenspezifische Angebote viele Anbieter.



GESCHÄFTSMODELLE

■ Allgemein (DSM 2024) ■ EdTechs

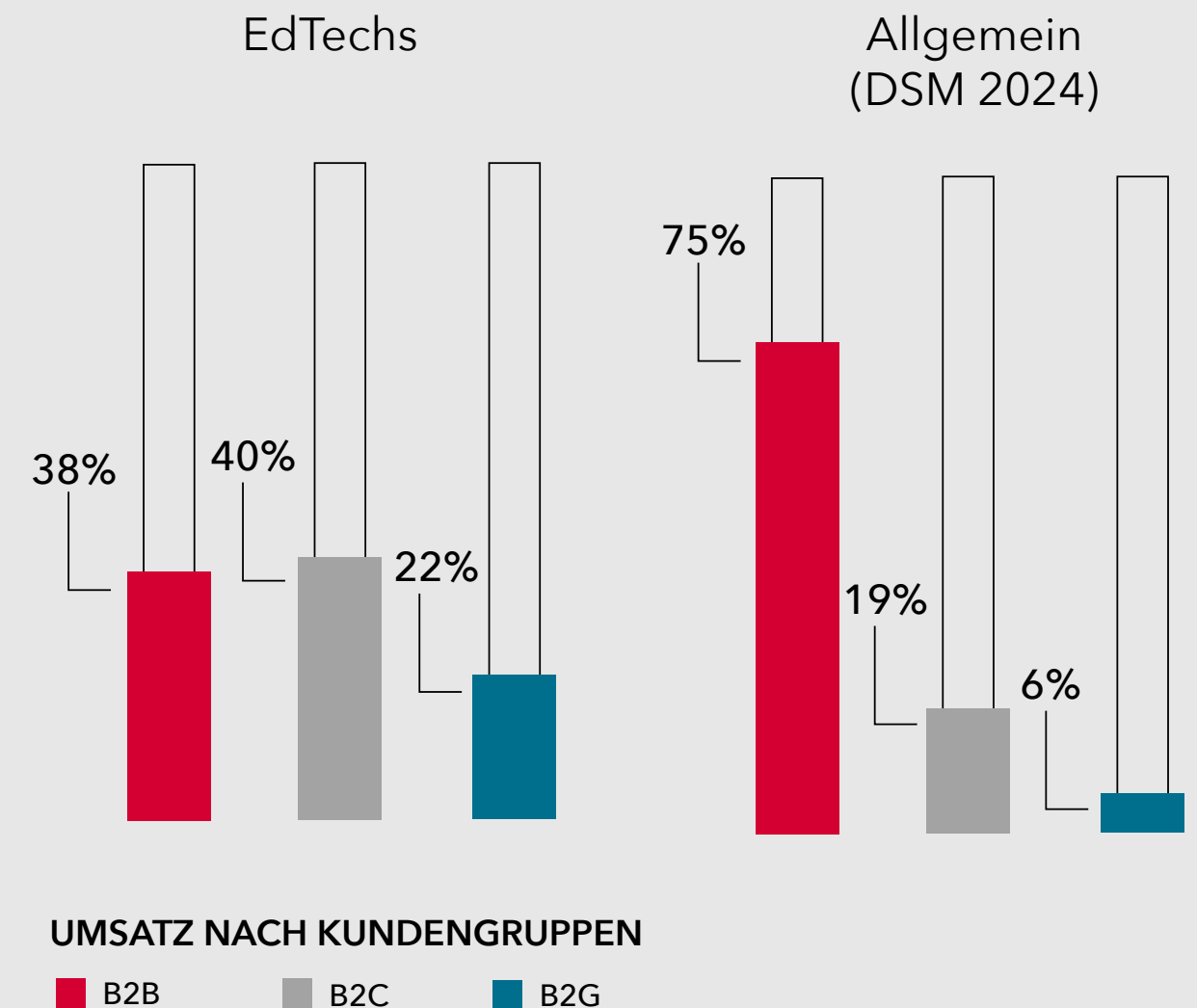
UMSÄTZE

IM B2C- UND B2G-GESCHÄFT SIND BEI EDTECHS HÖHER

Generell ist im Startup-Ökosystem das B2B-Geschäft trotz aktueller Herausforderungen für viele Startups zentral.

Im EdTech-Sektor dagegen verteilen sich die Umsätze gleichmäßiger auf die drei Kundengruppen.

Gerade der B2G-Vertrieb ist mit diversen Herausforderungen wie Bürokratie, Zersplitterung und Geschwindigkeit verbunden.



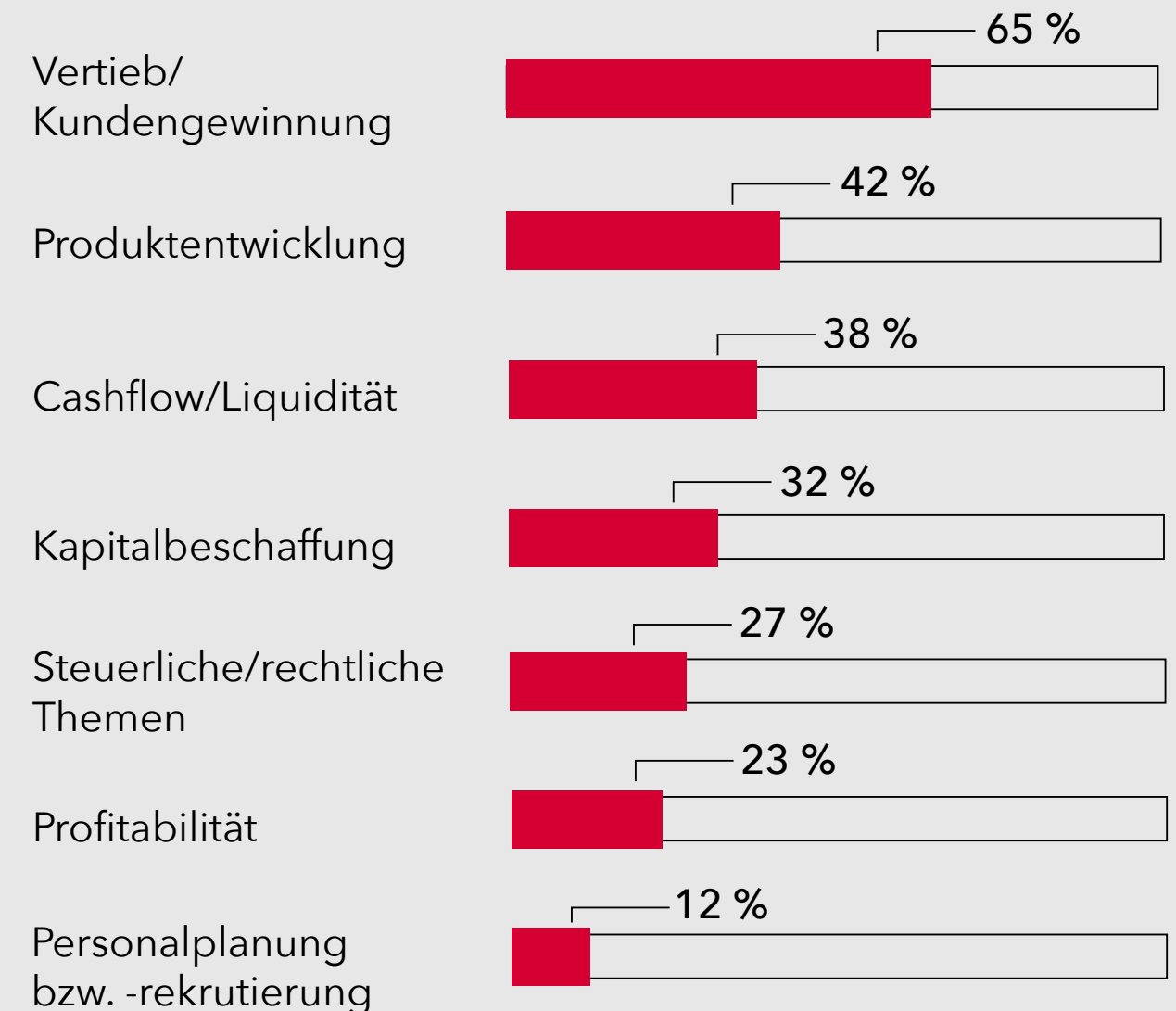
VERTRIEB

IHRER LÖSUNGEN IST DIE ZENTRALE HÜRDE

Für zwei Drittel der EdTech-Startups ist der Vertrieb aktuell die zentrale Herausforderung – dies ist vergleichbar mit der Lage bei Startups allgemein (65 %).

Häufiger als generell werden Cashflow (38 % vs. 32 %) und rechtliche Themen (27 % vs. 20 %) genannt – EdTechs bewegen sich oft in einem stark reglementierten Umfeld.

Da EdTechs aktuell noch weniger häufig mit externem Kapital planen, wird dieses Thema seltener als Herausforderung benannt (siehe Seite 27).



ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN DER EDTECH-STARTUPS¹

¹) Es werden alle Herausforderungen dargestellt, die von mindestens 10 % der Befragten ausgewählt wurden.

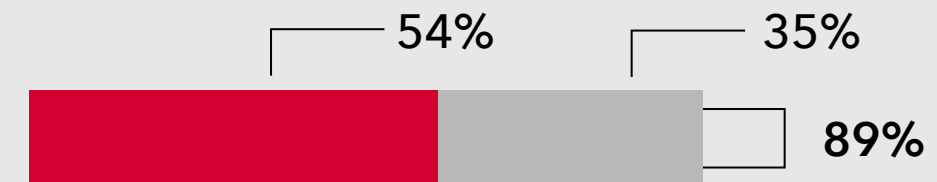
DER EDTECH-VERTRIEB BRAUCHT MEHR ZEIT

Neun von zehn EdTechs sind der Ansicht, dass institutionelle Kunden im Bildungssektor zurückhaltend sind – gleichzeitig erkennen viele den Mehrwert, wenn EdTech-Lösungen im Einsatz sind.

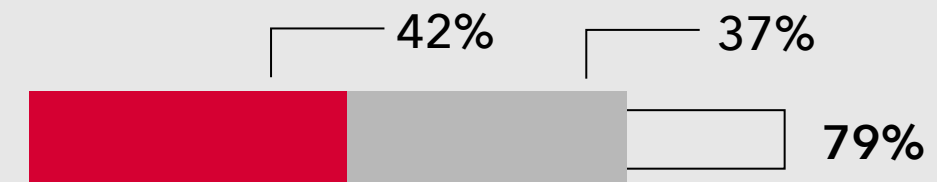
Im Ergebnis sind fast drei Viertel der EdTechs der Ansicht, dass der Vertrieb in ihrer Branche schwierig ist – das bremst die Skalierung in diesem Feld aus.

Ein so reglementiertes Feld wie der Bildungssektor ist aus Investment-Sicht erstmal weniger attraktiv: Es braucht also Investor:innen mit langem Atem – wer diesen hat, kann einen sehr großen Markt erobern.

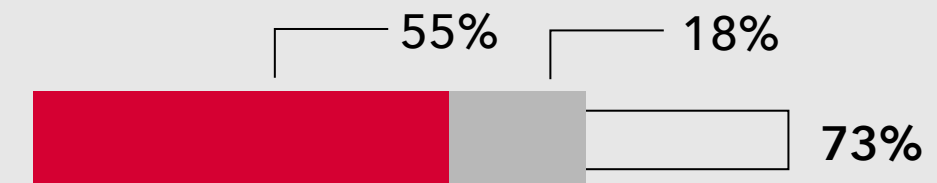
Institutionelle Kunden im Bildungssektor sind zu zurückhaltend bei der Einführung von neuen Lösungen.



Wenn EdTech-Lösungen erst einmal im Einsatz sind, erkennen die Kunden den Mehrwert deutlich.



Der Vertrieb von Lösungen im Bildungssektor ist schwieriger als in anderen Branchen.



BLICK DER GRÜNDER:INNEN AUF DEN BILDUNGSSEKTOR

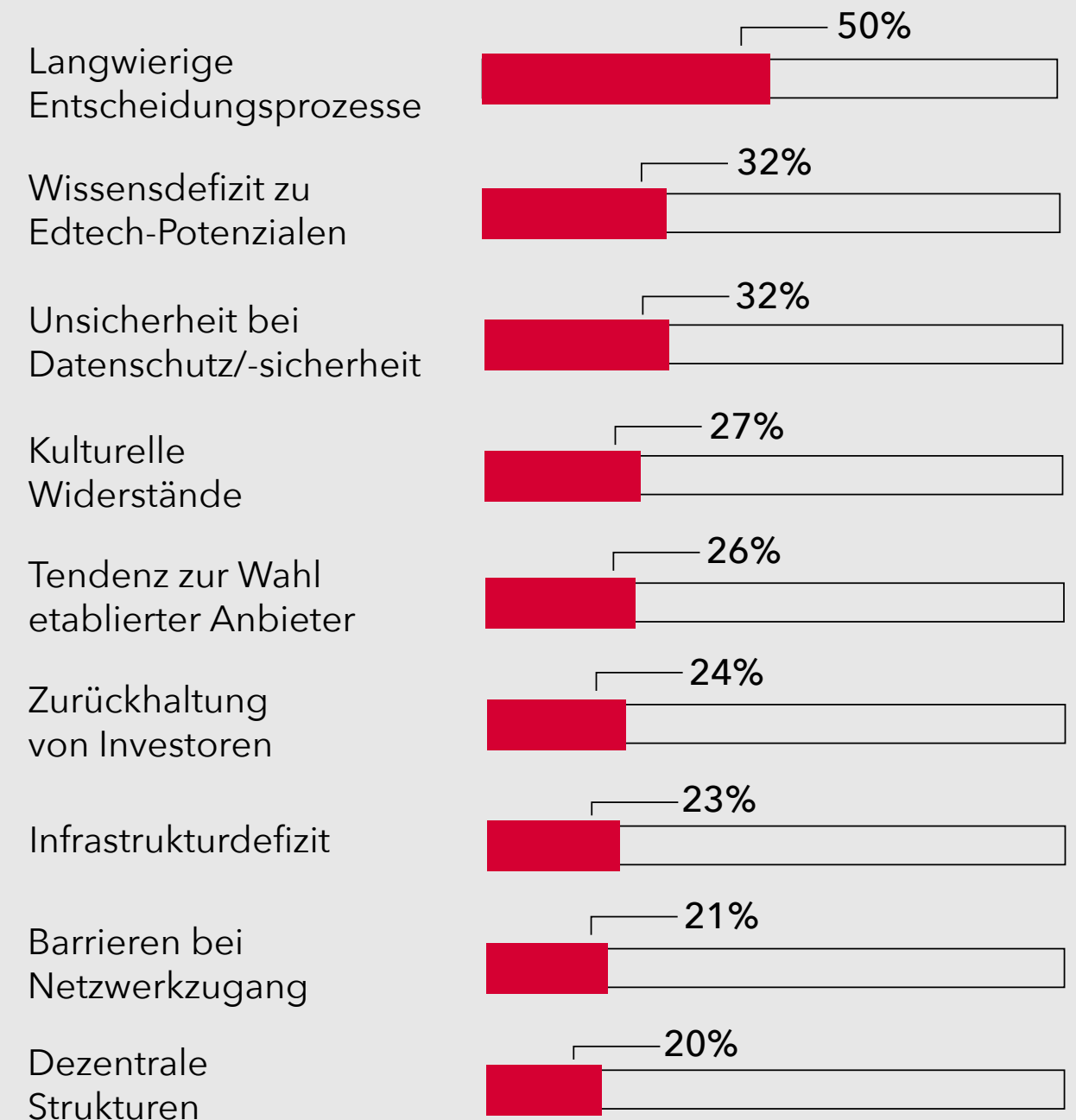
■ Stimme voll und ganz zu ■ Stimme zu

ENTSCHEIDUNGSPROZESSE SIND ZENTRALES HINDERNIS

Bei Startups ist Geschwindigkeit wichtig: So ist es nicht verwunderlich, dass die Hälfte der EdTechs langwierige Entscheidungsprozesse bei Bildungseinrichtungen beklagen.

Dazu kommt eine Mischung aus fehlendem Wissen über Potenziale der Digitalisierung und kulturellen Widerständen, die es EdTechs erschweren, ihre Lösungen zu vermarkten.

Diese Herausforderungen führen zugleich zu einer Zurückhaltung bei Investments in diesem Feld – so beklagen 24 % der EdTechs eine gewisse Skepsis.



SPEZIFISCHE HERAUSFORDERUNGEN VON EDTECH-STARTUPS¹

1) Es konnten maximal drei Herausforderungen ausgewählt werden.



Dominik Gross
Mitgründer und Geschäftsführer
Founders Foundation

AUSBLICK



Benedict Kurz
Knowunity
Startup Verband

Wenn man über das Bildungssystem in Deutschland diskutiert, wird häufig über marode Gebäude und fehlende Lehrkräfte gesprochen. Einigkeit herrscht aber auch darüber, dass wir in Sachen technische Infrastruktur und Digitalisierung mindestens genauso dringend ein „Update“ brauchen. Leider enden viele Diskussionen an genau dieser Stelle und es scheint, als ob die Lösungen fehlen.

Unser EdTech Startup Monitor zeigt jedoch, dass in Deutschland ein lebendiges Innovationsökosystem existiert, das genau an diesen Lösungen arbeitet. Knapp 500 EdTech-Startups sind hierzulande bereit, die Transformation unseres Bildungssystems voranzubringen. Das ist mit Blick auf unsere wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit ein ganz wichtiges Asset, das wir bestmöglich nutzen müssen.

Die Gründer*innen dahinter sind zu 36 % Frauen – doppelt so viele wie bei Startups generell. Die EdTech-Szene geht dabei nicht nur in Sachen Diversität voran, sondern zeichnet sich außerdem durch ihre starke Vision und Motivation aus: Hier sind echte Überzeugungstäter am Werk, die die Zukunft der Bildung in Deutschland sichern wollen!

Aber unsere Studie macht nicht nur Mut, sondern ist auch ein Weckruf. Denn Gründer*innen berichten, dass trotz der großen Ambitionen das Geld häufig noch fehlt, um Ideen umzusetzen und in die Breite zu bringen. Jetzt gilt es, auf Basis der Erkenntnisse unsere Hausaufgaben zu machen, Brücken zu Investoren und Regulatoren zu bauen und so die vielen Innovationen unserer EdTechs in die Praxis zu bringen.



JANNIS GILDE
Projektleiter Research
jg@startupverband.de



DR. ALEXANDER HIRSCHFELD
Leiter Research
ah@startupverband.de



VANUSCH WALK
Senior Researcher
vw@startupverband.de

FOUNDERS FOUNDATION



SVEN GRABBE
EdTech Next
sven@foundersfoundation.de



Gefördert durch:

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

