

JvM RESEARCH • JVM X APPINIO | 2. EDITION 2022



GERMAN STARTUP BRAND RANKING 2022

Die Kraft der Marke: Startup Deutschland 2022

Das rasante Wachstum des deutschen Venture-Capital-Ökosystems konnte auch durch die zahlreichen und tiefgreifenden Krisen nicht gebremst werden. Im Gegenteil: Immer größere Fonds, weiterhin hohe Finanzierungsrunden sowie ein immer reifer werdendes Ökosystem spielen dem Gründungsgeist und der Innovationskraft zu.

Zwar hat es Deutschland in puncto Venture-Capital und Innovationskraft im weltweiten Vergleich noch nicht unter die Spitzenreiter geschafft. Dennoch fordern auch hierzu-land zunehmend junge Startups etablierte Märkte heraus. Aber: Nur das „New kid on the block“ zu sein genügt nicht mehr, um sich erfolgreich am Markt zu positionieren. In Zeiten, in denen fast jeder Innovationsvorsprung schnell aufgeholt wird und alle Marktteilnehmer von denselben Werbenetzwerken abhängig sind, ist eine Differenzierung auf Produkt- und Marketingebene immer schlechter auszumachen. In einem solchen Umfeld gewinnen die Kraft der Marke und die Kraft des Kreativen zunehmend an Bedeutung.

Und so sehen wir neben höheren Finanzierungsrunden und Bewertungen auch immer mehr hochwertige Markenarbeit unter jungen, aufstrebenden Unternehmen – ob clevere dynamische Video-Ads und Out-of-Home-Kampagnen oder zielgruppengerechte Brand-Partnerships. In den letzten zwölf Monaten haben wir beobachtet, wie das Thema Marke bei immer mehr Gründer:innen einen hohen Stellenwert erhalten hat. Auch im öffentlichen Diskurs wird die Markenarbeit der Startups zunehmend thematisiert, und selbst die etablierte Werbewelt beobachtet das Treiben der jungen Marken mit großem Interesse.



Das Startup-Brand-Ranking 2022

Nach der ersten Ausgabe des Start-up-Brand-Rankings 2021 freuen wir uns, die zweite Edition des Rankings wieder mit Appinio herausgeben zu können, aber diesmal als Jung von Matt START – unsere neu gegründete Einheit speziell für Startups. Mit dem deutschen Startup-Brand-Ranking 2022 wollen wir fortfahren, die Rising Stars der deutschen Gründerszene zu einem frühen Zeitpunkt sichtbar zu machen. Dabei erweitern wir konstant unseren Blick auf den Markt – und haben in diesem Jahr über 200 Unternehmen analysiert. Die stärksten 50 präsentieren wir im Startup-Brand-Ranking 2022.

In diesem Jahr haben wir zwei Erhebungen (Juni, Oktober) durchführen müssen, da wir im Sommer eine starke, systematische Volatilität in der Markenwahrnehmung zugunsten aller Kategorien beobachtet haben, die wir im Austausch mit Expert:innen und anhand weiterer Datensätze validieren konnten. Die Volatilität hat sich bei der zweiten Erhebung normalisiert, aber wir beobachten die Entwicklung nun stetig. Die hier beschriebenen Daten stammen alle aus der Oktober-Messung.

Ein Zusammenhang zwischen diesem Phänomen und der Entwicklung der unterschiedlichen Krisen wie Pandemie, Krieg und Inflation ist zu vermuten, lässt sich aber schwer belegen. Wir hoffen, durch eine kontinuierliche Beobachtung künftig bessere Aussagen über die Entwicklung und mögliche Trends der Varianzen treffen zu können, um sie dann in die Studie einfließen zu lassen.

Outcome

- Tabellarisches Ranking der Top 50.
- Vergleichsanalysen Startups versus Etablierte.
- O-Töne von einigen der stärksten Brands.

Fazit

Der Trend setzt sich fort: Immer mehr Startups erkennen ihre Marke als Wachstumstreiber und grenzen sich positiv von ihren Wettbewerbern ab. Einige junge Unternehmen, die bereits im letzten Jahr dabei waren, konnten ihre Marken weiter stärken und haben es erneut unter die Top 50 geschafft. Auch gibt es in diesem Jahr wieder zahlreiche Newcomer, die klug in ihre Marken investiert und es in kürzester Zeit ins Ranking geschafft haben.



In diesem Jahr kristallisieren sich zudem einige thematische Cluster heraus, die vor dem Hintergrund aktueller Trends und Geschehnisse nahelegen, dass der aktuelle sozio-kulturelle und ökonomische Wandel einen starken Treiber für Challenger-Brands darstellt. Themen wie Digital Health, Female Empowerment oder die wirtschaftliche Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit finden sich nicht nur zunehmend im öffentlichen Diskurs repräsentiert, sondern geben auch den Markengeschichten aufstrebender Startups in diesen Bereichen Rückenwind.

Das Potenzial der Digitalisierung des Gesundheitswesens manifestiert sich in Deutschland zwar nur schleppend, jedoch kommt seit einiger Zeit erneut Bewegung in die Debatte. Im E-Health-Bereich lässt sich beobachten, dass sich die Potenziale bereits dort konkretisieren, wo die Regulatorik keine grundsätzliche Hürde mehr darstellt – etwa im Bereich Quick Commerce oder Telemedizin. Aber auch dort, wo die Transformation noch auf sich warten lässt, stehen bereits Geschäftsmodelle in den Startlöchern.

Neben dem allgemeinen Interesse an Digital Health rückt auch der Gender-Gap immer mehr in den Fokus, und FemTech-Startups schaffen vor allem im Health-Bereich neue Angebote speziell für Frauen.

Sozial gerechtes und nachhaltiges Wirtschaften im Sinne einer Neo-Ökologie ist ein weiterer Trend, der zunehmend über alle Branchen hinweg an Relevanz gewinnt. So punktet die diesjährige Gewinner-Brand share mit einem sozialen Geschäftsmodell für Verbrauchsgüter. Und auch in bereits hart umkämpften Märkten wie Mobilität und Energie verspüren junge Marken mit zukunftsweisenden Angeboten Aufwind. Zudem spielt die aktuelle Energiekrise den erneuerbaren Energien vor allem im Privatbereich zu – so finden sich mit solar und Enpal gleich zwei Startups im Solarbereich unter den Top 50.

Nicht zuletzt sind nach den massiven Einschränkungen im Zuge der Pandemie Reisen nachgefragt, und die Travel-Startups, die es ins Ranking geschafft haben, liegen in der Markenwahrnehmung in allen Kategorien weit über dem Industrie-Benchmark.

Kurz gesagt: Markengeschichten, die auf einen gesellschaftlichen Umbruch einzahlen und die die Neuerungen, die dieser mit sich bringt, positiv besetzen, profitieren von einer entsprechenden Markenwahrnehmung.

Wir werden die Entwicklung deutscher Startup-Marken auch in den nächsten Jahren begleiten. Aufgrund der in diesem Jahr zutage getretenen Volatilität werden wir dabei auch die zeitliche Entwicklung stärker in unsere Betrachtungen einbeziehen und mögliche Trends identifizieren.



- Initiale Analyse von 208 Startups auf Basis öffentlich zugänglicher Daten.
- Auswahl der Startups über Crunchbase und Dealroom sowie aktive Call-for-Entries, Business-Rankings und Expertenbefragung.
- Erstellung der Shortlist anhand von Search-Traffic, Web-Traffic, Social Reach, Mitarbeiterzahl, Funding und Umsatz.
- Online-Befragung über Appinio zur Markenwahrnehmung von insgesamt 183 Unternehmen (122 Startups, 22 Grown-ups, 39 Etablierte).
- n = 8.060, in 8 Splits mit je 20–25 Marken, Internet-repräsentativ (18 bis 65 Jahre).
- Definition von Startups: maximal zehn Jahre alt, Hauptsitz in Deutschland, mindestens noch ein:e Gründer:in im Unternehmen, Fokus auf B2C.
- Die Top 3 der etablierten Marken entsprechen den bekanntesten Marken der jeweiligen Kategorie in Deutschland gemäß YouGov BrandIndex (Stand: 10/2022).
- Das Ranking sortiert sich anhand eines Scores, der die Sichtbarkeit der Marke, emotionale Dimensionen sowie rationale Faktoren der Marke zu annähernd gleichen Teilen berücksichtigt. (Auf Basis einer Korrelationsmatrix des Datensatzes 2021 haben wir den Score in diesem Jahr justiert.)
- Auch das Alter der Unternehmen fließt in den Score ein, um den Erfolg beim Markenaufbau in Relation zur benötigten Zeit zu setzen und so der Situation von Startup-Marken besser gerecht zu werden.
- Der höchstmögliche Score beträgt 1.000.



Rang	Name	Bekanntheit	Alter in Jahren	Identifikation	Sympathie	Vertrauenswürdigkeit.	Nachhaltigkeit	Innovation	Einzigartigkeit	Relevanz	Score
1	share	44 %	5	99 %	99 %	100 %	100 %	98 %	98 %	98 %	867
2	MAYD	25 %	1	92 %	91 %	99 %	97 %	97 %	97 %	93 %	867
3	arive	26 %	1	88 %	92 %	95 %	95 %	97 %	85 %	94 %	853
4	Nevernot GmbH	25 %	2	98 %	87 %	95 %	97 %	88 %	88 %	92 %	838
5	Blaue Helden	27 %	2	91 %	93 %	95 %	83 %	88 %	93 %	96 %	838
6	Everdrop	45 %	3	86 %	92 %	89 %	96 %	100 %	97 %	89 %	833
7	JOKOLADE	36 %	2	90 %	87 %	98 %	90 %	85 %	82 %	85 %	831
8	About You	100 %	8	88 %	88 %	99 %	83 %	87 %	72 %	91 %	830
9	dermanostic	26 %	2	92 %	86 %	93 %	92 %	96 %	94 %	94 %	828
10	Kombuchery	26 %	3	89 %	90 %	97 %	97 %	95 %	90 %	94 %	827
11	Dance	29 %	2	91 %	87 %	92 %	91 %	90 %	94 %	93 %	826
12	Finn Auto	31 %	3	91 %	86 %	96 %	92 %	94 %	95 %	93 %	825
13	Flink	58 %	2	79 %	86 %	93 %	85 %	90 %	75 %	82 %	825
14	ooia	24 %	4	90 %	100 %	94 %	99 %	91 %	97 %	92 %	824
15	voilà (getvoila.com)	22 %	2	88 %	87 %	90 %	92 %	94 %	91 %	96 %	814
16	Rosental Organics Gmb	29 %	5	90 %	96 %	98 %	87 %	92 %	92 %	93 %	810
17	Klima	26 %	3	88 %	92 %	92 %	95 %	90 %	85 %	89 %	810
18	air up	59 %	4	76 %	89 %	92 %	87 %	98 %	100 %	83 %	809
19	Super Streusel	27 %	4	93 %	89 %	96 %	89 %	91 %	86 %	93 %	808
20	Numa Group	30 %	3	94 %	88 %	89 %	80 %	90 %	87 %	93 %	808
21	getquin	25 %	2	91 %	85 %	89 %	85 %	92 %	90 %	92 %	807
22	VYTAL	23 %	3	94 %	87 %	88 %	93 %	83 %	91 %	98 %	803
23	Happybrush	36 %	6	89 %	95 %	97 %	92 %	92 %	93 %	95 %	803
24	Banana Beauty	35 %	4	100 %	86 %	88 %	75 %	86 %	84 %	94 %	799
25	Vivid	33 %	2	85 %	83 %	86 %	86 %	89 %	87 %	92 %	799

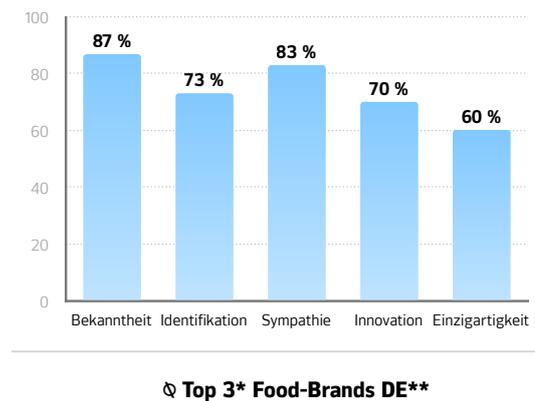
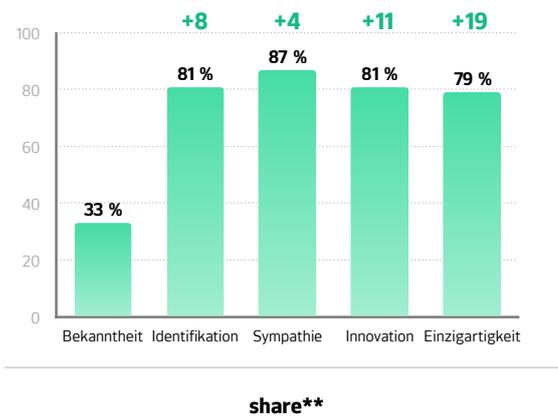


Rang	Name	Bekanntheit	Alter in Jahren	Identifikation	Sympathie	Vertrauenswürdigkeit.	Nachhaltigkeit	Innovation	Einzigartigkeit	Relevanz	Score
26	Formel Skin	32 %	3	88 %	87 %	89 %	85 %	89 %	92 %	89 %	798
27	O-MOCHI	34 %	4	89 %	88 %	92 %	84 %	91 %	92 %	92 %	798
28	STERNGLAS	28 %	5	90 %	88 %	96 %	85 %	95 %	99 %	99 %	797
29	Flaschenpost	68 %	6	81 %	86 %	95 %	82 %	90 %	71 %	87 %	794
30	Inne	22 %	6	99 %	92 %	94 %	89 %	97 %	96 %	96 %	792
31	Tier Mobility	38 %	4	91 %	87 %	86 %	86 %	93 %	82 %	88 %	788
32	Zolar	22 %	6	95 %	87 %	99 %	98 %	91 %	87 %	96 %	788
33	Tink	27 %	6	94 %	94 %	92 %	99 %	93 %	87 %	89 %	788
34	Tourlane	31 %	6	93 %	92 %	91 %	88 %	91 %	94 %	98 %	787
35	Enpal	26 %	5	89 %	89 %	94 %	95 %	93 %	84 %	91 %	785
36	Vetevo	24 %	6	96 %	93 %	90 %	90 %	93 %	94 %	96 %	784
37	Sono Motors	32 %	6	96 %	88 %	93 %	86 %	95 %	94 %	93 %	784
38	Nect GmbH	21 %	5	100 %	86 %	92 %	95 %	89 %	88 %	87 %	783
39	Plusdental	34 %	5	85 %	90 %	91 %	91 %	89 %	89 %	91 %	781
40	Dr. SAM	27 %	4	86 %	93 %	88 %	83 %	85 %	91 %	89 %	781
41	Artnight	29 %	6	90 %	90 %	97 %	84 %	90 %	93 %	93 %	781
42	Vaha	24 %	3	85 %	86 %	90 %	82 %	86 %	89 %	90 %	781
43	Trade Republic	46 %	4	85 %	84 %	88 %	78 %	93 %	78 %	85 %	781
44	STADTSALAT	26 %	6	93 %	88 %	93 %	89 %	94 %	97 %	99 %	780
45	Cluno	29 %	5	88 %	90 %	90 %	92 %	91 %	88 %	91 %	780
46	RYZON	27 %	6	91 %	86 %	95 %	94 %	93 %	95 %	95 %	779
47	MILES Mobility	34 %	6	93 %	88 %	93 %	90 %	87 %	84 %	94 %	779
48	MOIA	34 %	6	89 %	90 %	91 %	94 %	90 %	95 %	92 %	778
49	junglück GmbH	31 %	6	94 %	88 %	89 %	85 %	97 %	90 %	97 %	777
50	GoSpring	31 %	4	87 %	84 %	88 %	89 %	90 %	90 %	88 %	777



DIE GEWINNER-BRAND SHARE PUNKTET MIT EINEM SOZIAL NACHHALTIGEN GESCHÄFTSMODELL.

share konnte in nur wenigen Jahren eine solide Bekanntheit unter den Konsument:innen aufbauen und liegt in allen abgefragten Dimensionen über dem Benchmark. Mit jedem Kauf von Lebensmitteln, aber auch Pflegeprodukten oder Schreibwaren von share erhalten Menschen in Not eine Spende – diese Wir-Kultur erfährt positive Resonanz.



*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.

share

BEN UNTERKOFLER

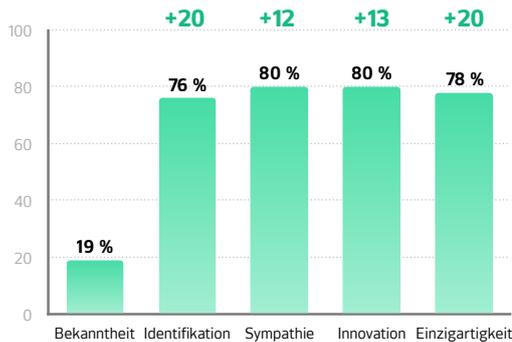
Co-Founder und Chief Growth Officer, share

“Wir sind überwältigt. Den 1. Platz im Startup Brand Ranking von Jung von Matt erzielt zu haben, macht uns sehr stolz und ist ein Ergebnis konsequenter Markenarbeit. Gleichzeitig sind wir dankbar dafür, dass unsere wichtige Mission für eine gerechtere und soziale Welt so viel positiven Zuspruch erhält. Wir haben große Ziele und wollen in Zukunft noch mehr Menschen erreichen. Daran arbeiten wir gemeinsam mit unserem großartigen Team, das diesen Erfolg erst möglich gemacht hat.”

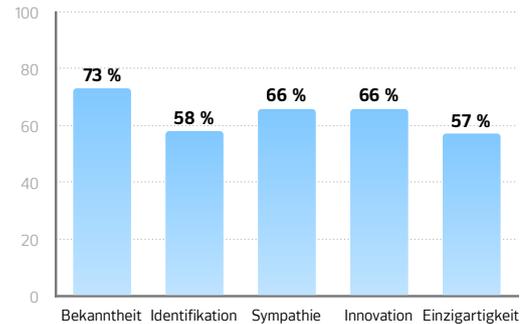


QUICK COMMERCE FÜR MEDIZINPRODUKTE: MAYD.

Nur ein Jahr nach dem Markteintritt hat es MAYD auf den zweiten Platz im Ranking geschafft. Der Quick-Commerce-Anbieter für Medikamente und Drogerieprodukte schlägt mit hoher Identifikation und empfundener Einzigartigkeit etablierte Unternehmen.



MAYD**

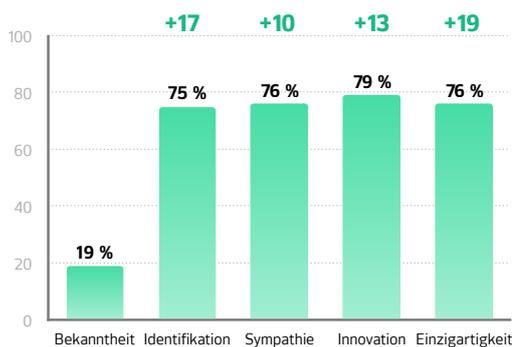


Top 3* Health-Brands DE**

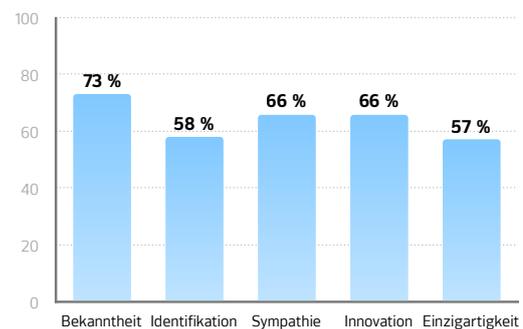
*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.

IMMER MEHR E-HEALTH-STARTUPS ETABLIEREN SICH IM MARKT – SO AUCH DERMANOSTIC.

Dermanostic ist eine Telemedizin-Lösung für dermatologische Indikationen. „Der Online-Hausarzt“ wird von Konsument:innen gut angenommen und liegt trotz geringer Bekanntheit deutlich über dem Benchmark im Health-Bereich.



dermanostic**



Top 3* Health-Brands DE**

*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.



MEDS AT YOUR DOORSTEP.

LUKAS PIECZONKA

Managing Director, MAYD

„Mit MAYD bauen wir die erste Telepharmacy Plattform Europas, die nicht nur einen schnelleren, sondern auch bequemeren Zugang zu Medikamenten schafft.

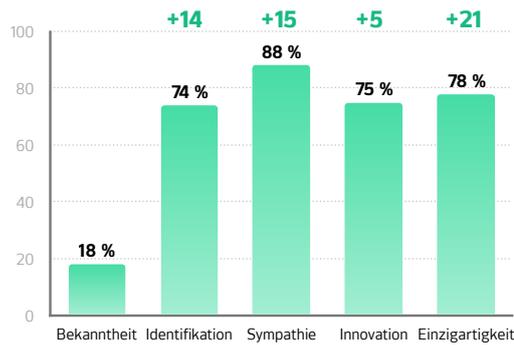
Auf Platz 2 im Startup-Brand-Ranking zu sein ist für das Team von MAYD ein großer Erfolg und eine tolle Bestätigung, dass wir die Marke richtig aufbauen. Unser Markenauftritt ist modern, frisch und freundlich, dadurch setzen wir bisher nie da gewesene Akzente in einem Umfeld, in dem sich innerhalb der letzten 20 Jahren nicht viel verändert hat. Parallel sorgt unser Erscheinungsbild für eine positive Grundstimmung, insbesondere in Situationen, in denen es unseren Kunden vielleicht mal nicht so gut geht.

Wir freuen uns sehr über das Ergebnis des Rankings und werden weiterhin hart an unserer Vision als auch an der Brand weiterarbeiten.“

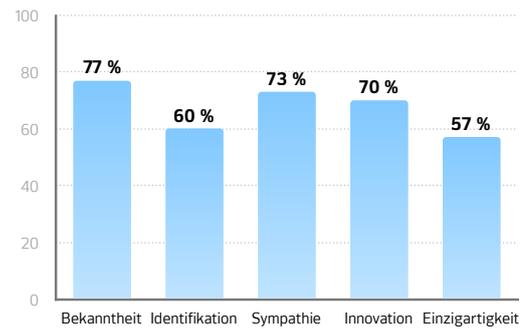


IM BEREICH FEMTECH HAT ES OOIA ERNEUT UNTER DIE TOP 50 GESCHAFFT.

Mit nachhaltiger Periodenunterwäsche trifft ooia den Zeitgeist und erhält lehrbuchhafte Markenergebnissen. ooia liegt mit Blick auf Identifikation und Sympathie deutlich über dem Durchschnitt der etablierten Brands und punktet auch in der Kategorie Einzigartigkeit.



ooia**

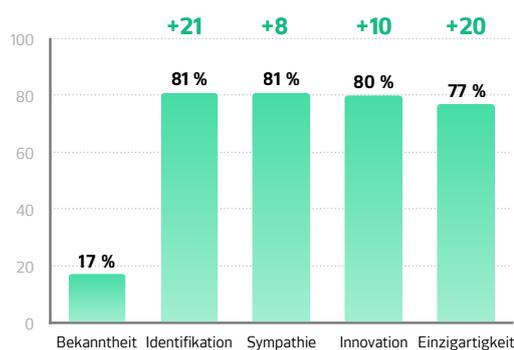


Top 3* Period-Product-Brands DE**

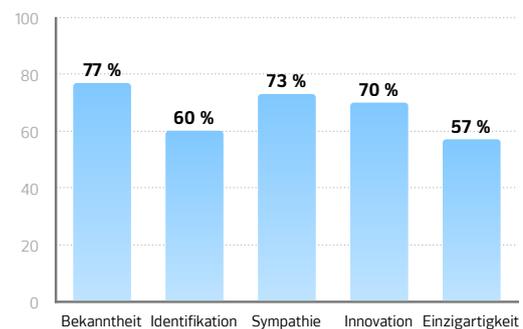
*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.

UND AUCH DER DIGITALE ZYKLUS-TRACKER INNE PUNKTET BEI FRAUEN.

Trotz geringer Bekanntheit ist die App zum Tracken von Zyklus und Eisprung unter Kundinnen sehr beliebt – inne liegt in den Kategorien Identifikation und Einzigartigkeit 20 Prozentpunkte über dem Durchschnitt der stärksten etablierten Marken.

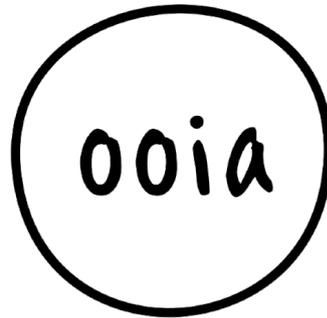


inne**



Top 3* Period-Product-Brands DE**

*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.



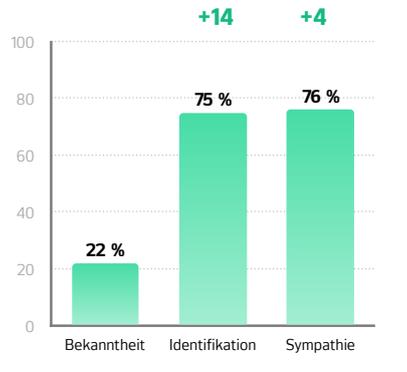
DR. KATI ERNST

Co-Founder & CEO, ooia

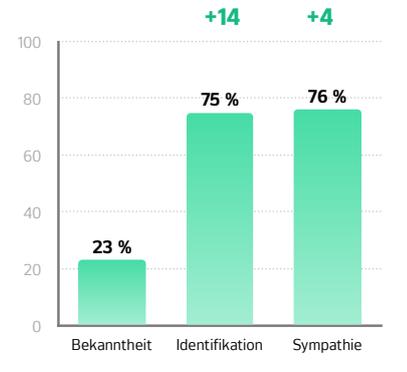
„Ooooh ja! Wir freuen uns sehr, dass ooia zum wiederholten Mal so eine tolle Platzierung im Startup-Brand-Ranking von Jung von Matt erhalten hat. Das bestätigt unsere Leidenschaft, diese Love-Brand zu bauen. Danke!“



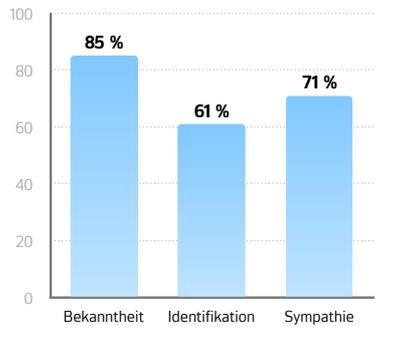
DANCE UND FINN: DIE STÄRKSTEN MOBILITY-BRANDS IM RANKING.



Dance**



FINN**



Top 3* Mobility-Brands DE**

*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.

PHILINE MÖLLER

Head of Marketing, Dance

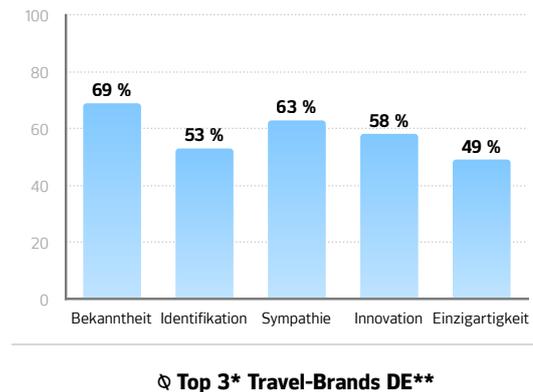
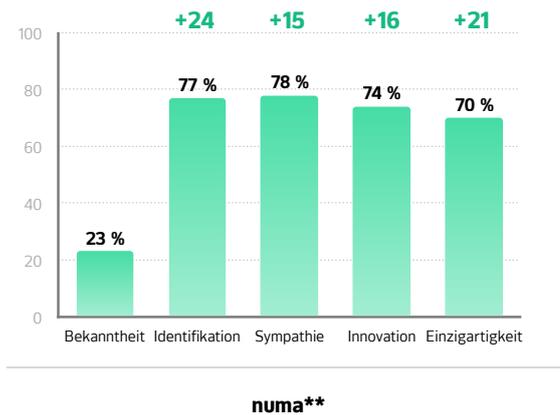
“Unser Team arbeitet täglich hart daran, das Image von Ebikes zu verbessern und die Barrieren zur täglichen Nutzung zu reduzieren. Dies gelingt vor allem durch ein attraktives Branding.”





STILVOLLE UNTERKÜNFTE UND CONVENIENT TRAVEL KOMMEN GUT AN: NUMA.

Konstante Qualität und ein Augenmerk auf Design bedienen ein oftmals nicht erfülltes Bedürfnis bei der Buchung von Privatunterkünften in Szenevierteln. Der Anbieter für Serviced Apartments, numa, hat es in kürzester Zeit auf Platz 20 im Ranking geschafft.



*YouGov Top 3 10/22. | **Appinio 10/22.

CHRISTIAN GAISER

CEO und Mit-Gründer, NUMA Group

„NUMA steht für Reisen mit Seele. In einer Welt voller spießiger, gesichtsloser Hotels führen wir Reiseunterkünfte in die Ära einer völlig neuen Generation. Wir ersetzen Unnötiges durch Einfachheit und Freude. Dafür braucht es eine starke internationale Marke.“

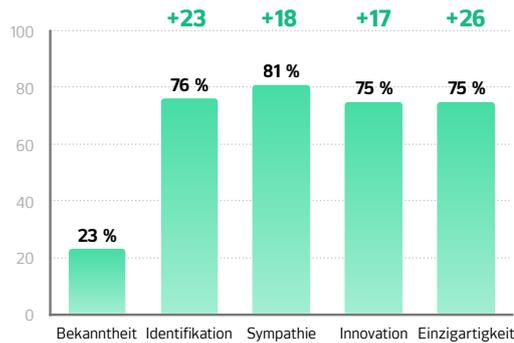
Egal ob ein Wochenendtrip oder längere Aufenthalte – die Boutique Apartments von NUMA sorgen dafür, daß Du Dich wie zuhause fühlst. In einem alten Postamt, in einer ehemaligen Pianofabrik, immer ein Ort mit Geschichte. Immer mittendrin in den beliebtesten Hotspots Europas.“

numa

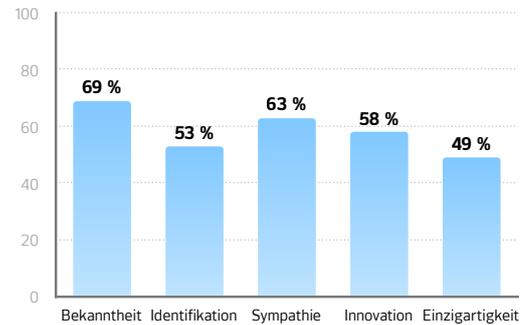


TOURLANE HAT ES ALS ZWEITE TRAVEL-BRAND INS RANKING GESCHAFFT.

Tourlane bietet von Reiseexpert:innen individuell gestaltete Reisen – das Konzept wird von Kund:innen ganze 26 Prozentpunkte einzigartiger wahrgenommen als die Top-Travel-Brands und erhält in allen Dimensionen hervorragende Ergebnisse.



Tourlane**



Ø Top 3* Travel-Brands DE**

*YouGov Top 3 10/22 | **Appinio 10/22.