



Junge Gründer:innen zwischen Kreativität, Technik und gesellschaftlicher Verantwortung

Wie Start-ups 2026 neue Standards setzen und die Wirtschaft transformieren

Die Start-up-Szene 2026 ist geprägt von einer neuen Generation junger Gründer:innen, die Kreativität, Technologie und Sinnorientierung in den Vordergrund rückt. In Baden-Württemberg entfielen 2023 fast 4.300 Neugründungen auf kreative, künstlerische und digitale Projekte, wobei 77 Prozent von Einzelpersonen initiiert wurden. Frauen prägen diese Szene maßgeblich, schaffen mehr Arbeitsplätze, zeigen geringere Ausfallquoten und setzen auf Selbstbestimmung, gesellschaftliche Wirkung und langfristige Stabilität. Dies verändert nicht nur Teamstrukturen, sondern auch Geschäftsmodelle und Unternehmenskultur nachhaltig.

Junge Gründer:innen kombinieren Sinn, Innovation und digitale Möglichkeiten!

Die Finanzierung kreativer Start-ups gestaltet sich komplex, denn die Vermögenswerte bestehen meist aus geistigem Eigentum und Konzepten. Schwankende Einnahmen und projektbasierte Arbeitsmodelle erhöhen den Bedarf an Frühphasenfinanzierungen. Business Angels unterstützen junge Projekte mit Kapital, Know-how und Kontakten, während Venture Capital bei skalierbaren digitalen Geschäftsmodellen aktiv wird. Impact- und Kulturinvestoren kombinieren Rendite mit

gesellschaftlichem Mehrwert. Klassische Bankkredite erfordern Sicherheiten, die viele kreative Gründer:innen nicht stellen können, sodass Bürgschaften, Förderprogramme der KfW und Landesförderungen zentrale Instrumente darstellen. Crowdfunding zeigt alternative Wege, um Projekte zu realisieren und gleichzeitig die Community einzubinden.

Neue kreative Felder wie Creative Tech, AI Art, Culture Tech und Green Design prägen die Szene. Creative Tech verbindet Kunst, Design, Musik, Mode, Film und Werbung mit Technologien wie Künstlicher Intelligenz, XR, Sensorik oder Robotik, um innovative Kommunikations- und Geschäftsmodelle zu entwickeln. Ein innovatives Beispiel für den Creative-Tech-Bereich ist Faserkunst 3D, ein Modelabel der Designerinnen Lina Nolde und Lara Gantner. Das junge Team verbindet Textil- und Produktentwicklung mit 3D-Druck-Technologie, um funktionale, individualisierte Kleidungsstücke zu schaffen, die Kunst, Mode und Technologie vereinen. Mit ihren 3D-gedruckten Bustiers zeigt Faserkunst 3D, wie digitale Fertigung neue Ausdrucksformen, Komfort und Nachhaltigkeit in der Modebranche ermöglicht.



Green Design berücksichtigt ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit, AI Art eröffnet neue künstlerische Ausdrucksmöglichkeiten durch KI, und Culture Tech transformiert kulturelle Inhalte digital und interaktiv. Diese Bereiche zeigen, wie Technologie Kreativität erweitert und neue Geschäftsmodelle und kulturelle Erfahrungen ermöglicht. Ein prägnantes Beispiel für diesen Bereich ist Julia Braun, Gründerin von Virtual Fashion und Initiatorin des Digital Fashion Contest. Als Pionierin im digitalen Modedesign verbindet sie seit 2018 Kreativität mit 3D-Technologien wie CLO 3D und Blender und zeigt, wie virtuelle Kollektionen neue nachhaltige Produktionswege eröffnen können. Mit dem jährlich in Berlin stattfindenden Digital Fashion Contest schafft sie zudem eine Bühne für junge Designer:innen, die digitale Mode als Ausdrucksform und Innovationsmotor verstehen.

Nachhaltigkeit ist heute nicht nur Differenzierungsmerkmal, sondern auch Innovationsmotor und Risikofaktor. Wer ökologische, soziale und ökonomische Kriterien früh in Geschäftsmodelle integriert, sichert sich Kostenvorteile, Innovationskraft und regulatorische Compliance. Corporate Social Responsibility wird dabei zunehmend zur strategischen Entscheidung, die Markenimage, Employer Branding und Zugang zu Impact-Investoren stärkt. Junge Gründer:innen verbinden damit ökonomische und gesellschaftliche Ziele zu einem konsistenten Unternehmensleitbild. Was gerade Female Founders dabei bewirken können, zeigt Raphaella Franke: Mit RaphRoxs hat sie eine Mountainbike-Marke von Frauen, mit Frauen und für Frauen geschaffen – ein Symbol für Female Empowerment im Radsport. Ihr Label steht nicht nur für funktionale, hochwertige MTB-Bekleidung, sondern auch für Sichtbarkeit, Vernetzung und Gleichstellung im Sport. Durch Kooperationen mit Vereinen fördert sie gezielt junge Mädchen im Mountainbike-Bereich und zeigt, wie unternehmerisches Handeln mit sozialer Verantwortung und Community-Engagement verbunden werden kann.

Die Erfahrungen gescheiterter Projekte zeigen, dass unzureichende Marktanalyse, fehlende Monetarisierung, Abhängigkeit von Großkunden, unausgeglichene Teams, Konflikte und Überlastung typische Stolpersteine sind. Erfolgreiche Start-ups kombinieren Kreativität, Business- und Technologiekompetenz, setzen agile Methoden ein, kommunizieren transparent und achten auf Work-Life-Balance. Sichtbarkeit, Branding und kontinuierliches Trendscouting sichern zusätzlich die Marktposition. Der Gründer Rafy Ahmed zeigt, dass unternehmerischer Erfolg oft aus mehreren Anläufen besteht. Mit seiner Modemarke Morotai war er gleich dreimal bei „Die Höhle der Löwen“ und sicherte sich zwei Investments, bevor er das Unternehmen verließ, um in Dubai als Brand Head von Aora Athletics neu durchzustarten. Seine Geschichte steht exemplarisch für Mut, Lernbereitschaft und die Fähigkeit, Rückschläge als Teil des Wachstumsprozesses zu begreifen.

Die Start-up-Szene 2026 steht somit für eine hybride, divers aufgestellte und sinngetriebene Unternehmenskultur. Junge Gründer:innen gestalten Wirtschaft und Gesellschaft aktiv, verbinden persönliche Werte mit Geschäftsmodellen und setzen Standards für Kreativität, Innovation und Verantwortung. Sie sind nicht nur Unternehmer:innen, sondern auch Gestalter:innen eines Wandels, der ökonomischen Erfolg mit gesellschaftlicher Relevanz vereint. ■

Man sieht gerade, wie viel Potenzial in der Kreativwirtschaft steckt!



Sandra Volz

FCC-Karrierefabrik - Startup-Coach und Dozentin. Wegbegleiterin für kreative Gründer:innen auf ihrem Weg zur erfolgreichen Unternehmensgründung.