

NACHHALTIGE GRÜNDERINNEN – Gewusst wie!

Gila Otto im Interview mit Stefanie Wilkens, Frau und Arbeit Hamburg e.V.

Gila, Du bist bereits seit 35 Jahren in der Beratung von Gründerinnen tätig. Seit wann beobachtest Du in deiner Funktion als Beraterin bei Frauen den Impuls, nachhaltig zu gründen?

Eigentlich schon von Beginn an. Damals war das Thema Nachhaltigkeit natürlich noch nicht so gesellschaftsfähig wie heute, aber die Geschäftsideen der Gründerinnen, die ich damals beraten habe, waren dennoch oft nachhaltig. Es wird ja gerne viel darüber gesprochen, inwieweit sich die Gründungen von Männern und Frauen unterscheiden. Was meiner Meinung nach einen der Unterschiede ausmacht, ist, dass fast alle Gründerinnen mit ihrer Gründungsidee einen Sinn verbinden. Sie wollen zu einer Verbesserung der Welt und/oder Gesellschaft beitragen. Insofern beziehen die meisten Gründerinnen grundsätzlich nachhaltiges Denken in ihr Gründungskonzept mit ein. Profitmaximierung um jeden Preis steht für sie oft nicht an erster Stelle, weshalb die Gründerinnen häufig nicht erst genommen wurden. Jetzt, wo Nachhaltigkeit weiterverbreitet ist, gibt es einen anderen Blick auf diese Ideen und das bietet Gründerinnen eine neue Chance, ihre Geschäftsideen durchzusetzen und zu verwirklichen.

Du siehst nachhaltiges Gründen also nicht nur im umweltbewussten Sinne, sondern dehnt den Begriff der Nachhaltigkeit noch auf andere Bereiche aus?

Ja, unbedingt! Nachhaltigkeit beinhaltet viel mehr als nur den Umwelt-Aspekt. Die Geschäftsidee sollte so durchdacht sein, dass sich Nachhaltigkeit in den wirtschaftlichen, umweltbewussten und auch gesellschaftlichen Aspekten widerspiegelt.

Nachhaltiges Gründen setzt ein komplexes Konzept voraus, bei dem neben Themen wie das umweltschonende Produzieren, das bewusste Umgehen mit Ressourcen, Recycling und klimafreundliche Techniken eben auch faire Arbeitsverhältnisse, Anerkennung der Leistungen von Beschäftigten und die Schaffung von Anreizen für nachhaltiges Konsumieren berücksichtigt werden sollten. Und da spielen die Werte der Gründerin eine große Rolle, und das war auch schon vor 35 Jahren so.

Eine Gründungsidee ist dann nachhaltig, wenn sie Bestand hat und die Kundschaft einbezieht. Die Geschäftsidee muss so konzipiert sein, dass Nachhaltigkeit von Anfang an kontinuierlich gedacht wird und die Kundschaft das geschäftliche Handeln nachvollziehen kann. Dafür sind Transparenz und Glaubwürdigkeit wichtig.

Denn die Kundschaft trägt das Konzept durch ihren Konsum. Wenn die Endpreise bei nachhaltigen Unternehmen beispielsweise höher sind als bei der Konkurrenz und um diese erhöhten Preise zu rechtfertigen, braucht es Transparenz. Die Kundschaft sollte deshalb über Prozesse und Produkte ausreichend informiert und aufgeklärt werden.

Kannst Du das noch genauer erläutern? Was verstehst Du unter einer „kontinuierlich gedachten Geschäftsidee“?

Eine nachhaltige Gründerin sollte von Beginn an auf sich aufmerksam machen.

Im Idealfall besteht das Unternehmen über viele Generationen und finanziert den Lebensunterhalt der Unternehmerinnen und der Beschäftigten. Nicht zu vergessen sind in diesem Zusammenhang die schon bestehenden Unternehmen. Ein Unternehmen zu übernehmen und es nachhaltig umzugestalten oder die schon vorhandenen nachhaltigen Elemente weiterzutragen ist eine sehr reizvolle Aufgabe. Der jährliche „Aktionstag zur Unternehmensnachfolge durch Frauen“ der bundesweiten gründerinnenagentur (bga), die bga-Projekte "FrauenUnternehmenZukunft" und „Frau-Handwerk-Nachfolge“ sowie die „Roadshow Meine Zukunft: Chefin im Handwerk“ motivieren Frauen, sich mit dieser Gründungsform auseinander zu setzen. Ziel ist, dass es auch mehr Betriebsübernehmerinnen im Kreis der kontinuierlichen nachhaltigen Gründungen gibt. Sie alle bewirken einen großen Mehrwert für die Gründerinnen, die Nachfolgerinnen und die Gesellschaft.

Viele junge Unternehmen haben natürlich zum Ziel, in der Zukunft auch zu wachsen. Sind denn Wachstum und Nachhaltigkeit überhaupt miteinander vereinbar?

Ja, auf jeden Fall - wobei Wirtschaftswachstum, das zu Lasten von Umwelt und natürlichen Ressourcen geht, auch seine Grenzen hat.

Um wirtschaftlichen Wohlstand aufrechtzuerhalten, muss Nachhaltigkeit zukünftig im gesellschaftlichen wie auch ökologischen und ökonomischen Sinne gelebt werden. Das beinhaltet, dass Kosten nicht externalisiert werden und Gewinne nicht nur dem Unternehmer zugutekommen, sondern dem Allgemeinwohl dienen. Umgesetzt wird das in nachhaltigen Unternehmen zum Beispiel indem sie mit einem Teil der Gewinne ökologische Projekte unterstützen oder ihre Beschäftigten beteiligen. Das bedeutet, dass die Gründerin auch eine nachhaltige Unternehmensphilosophie entwickelt, an die sie sich hält.

Worin besteht der Vorteil, wenn eine Gründerin von vornherein Nachhaltigkeit anstrebt?

Die Stärke vieler Gründerinnen ist, dass sie in ihrem Denken und Handeln beweglich sind. Entlang ihrer Idee können Gründerinnen jeden Prozessschritt nachhaltig gestalten. Sie beginnen häufig bei der Optimierung ihrer Betriebsabläufe. Die 17 Ziele der Nachhaltigkeit (Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen) können sie dabei inspirieren, alle Prozesse auf ihre Nachhaltigkeit hin zu überprüfen und gegebenenfalls zu verändern. Vielen jungen Unternehmen ist es ein großes Anliegen, Nachhaltigkeit in ihre Gründung mit einzubeziehen.

Viele Frauen starten zunächst als Einzelunternehmerinnen oder eher mit einem kleinen Unternehmen. Können KMU im Vergleich zu den großen Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit aus deiner Sicht auch etwas bewegen?

Ja, das können sie. Die kleineren und mittleren Unternehmen haben hier einen entscheidenden Vorteil: Sie sind in ihrem Denken und Handeln in der Regel flexibler als die großen. Dadurch ist mehr Raum für die Umsetzung innovativer Ideen vorhanden. Innovationen erfordern Kreativität, Flexibilität und neue Wege. Kreative Impulse sind wichtige Bestandteile des nachhaltigen Gründens.

Bei kleineren Unternehmen gibt es in der Regel eine verantwortliche Person, so dass – ohne Gang durch die Hierarchien - neue nachhaltige Ansätze schnell umgesetzt und ausprobiert werden können. In der Praxis zeigt sich rasch, ob sie funktionieren und rentabel sind.

Häufig adaptieren größere Unternehmen diese neuartigen Konzepte und wenn die Konkurrenz nachzieht, werden eine umweltschonende und faire Produktion und/oder nachhaltiger Konsum

massentauglich. Der initiale Impuls stammt aber von den kleineren Unternehmen und Gründerinnen mit ihrem kreativen Denken und mutigen Vorgehen.

Eine Gründerin braucht auf alle Fälle Wissen, Willen und Mut, um nachhaltiges Wirtschaften umzusetzen. Ich ermutige Gründerinnen zu neuen und kreativen Denkmodellen. Besonders wichtig ist hierbei, dass nachhaltige Gründerinnen immens von einem Netzwerk zum Austausch über diese Themen profitieren. Gemeinsam über weiterführende Ideen nachzudenken und daraus entstehende Kooperationen können nachhaltige Gründungsmodelle enorm voranbringen.

Was hat eine Gründerin von einer nachhaltigen Gründung?

Eine nachhaltige Gründerin verwirklicht so gut wie immer eine Idee für die sie brennt. Sie ist mit Leidenschaft dabei, was einhergeht mit innerer Zufriedenheit und Freude an der Arbeit. Hinzu kommt auch noch ein Imagegewinn, da ihr die Verwirklichung ihrer Idee auch noch gesellschaftliche Anerkennung verschafft. Überdies gibt es der Gründerin auch ein gutes Gefühl, Gutes zu tun.

Eine nachhaltige Gründerin kann ihre Idee verfolgen, ist sich der eigenen Werte bewusst und kann diese auch leben. Das ist eine befriedigende berufliche Situation. Als nächstes kommt der schöne Spruch zum Tragen: „Tue Gutes und sprich davon!“ Gründerinnen gewinnen das Vertrauen ihrer Kundschaft dadurch, dass sie die nachhaltigen Aspekte ihrer Geschäftsidee authentisch mit ihnen kommunizieren. Wenn die Gründerin ihr nachhaltiges Handeln auch noch mit Zahlen oder Referenzen belegen kann, punktet sie noch mehr. Die eigenen Werte vorzuleben und zu kommunizieren ist auch persönlich befriedigend.

Wenn sie die nachhaltige Optimierung nie als abgeschlossen ansieht, durch Gespräche mit Kundschaft, Geschäftspartnerinnen/-partner und die Nutzung anderer Informationsquellen immer wieder Anlässe zur Verbesserung sieht und diese auch umsetzt, entwickelt sie sich persönlich und ihr Unternehmen gleich mit. Im Grunde ist das ein gelebter permanenter Qualitätsverbesserungsprozess der der Gründerin, der Unternehmerin und dem Unternehmen zu Gute kommt.

Sie selbst und auch andere haben etwas von ihrer nachhaltigen Gründung. Ganz pauschal wird die Welt ein Stück besser. Die Gründerin nutzt Ressourcen möglichst effizient und verschwendet nichts, davon haben alle einen Vorteil. Dieser Faktor kann noch getoppt werden. Durch Spendenmodelle, die einen bestimmten Anteil des Gewinns an sozial oder anderweitig benachteiligte Menschen oder Tiere abgeben. Die Einbeziehung von behinderten Menschen zum Beispiel in die Produktion oder bei Dienstleistungen, schafft durch ihre Teilhabe auch ein Stück Weltverbesserung.

Kundinnen und Kunden sind bereit, angemessen und meistens auch mehr zu zahlen. Ihr nachhaltiges Unternehmen erhöht die Bindung zu ihrem Kundenkreis. Und auch die Kundschaft fühlt sich besser, wenn sie nachhaltig konsumiert.

Zufriedene Beschäftigte, zufriedene Lieferbeziehungen, zufriedene Geschäftspartnerinnen und -partner bilden im weitesten Sinne ein Netz, das die Geschäftsidee in verschiedenste Prozesse einbindet. Alle ziehen an einen gemeinsamen Stang und identifizieren sich mit den nachhaltigen Zielen.

Nachhaltig zu gründen muss auch nicht teurer sein. Es kann langfristig gesehen sogar Kosten sparen.

Was heißt das konkret? Hast du vielleicht ein Beispiel dafür?

Durch ein nachhaltiges Vorgehen können zum Beispiel Energiekosten eingespart werden. Wenn Dinge wiederverwendet werden und nicht im Müll landen, ist damit der Umwelt und der Gründerin gedient. Wenn bei einer Geschäftsidee Recycling oder Upcycling Teil des Konzeptes ist, kann der Einkauf von gebrauchten Artikeln die Investitionskosten verringern. Und ein reines Online-Business hat den Vorteil, dass sie von zu Hause aus oder sogar vollkommen ortsunabhängig durchgeführt werden kann. So spart die Gründerin Ausgaben für Büro und Einrichtung oder bei Workshops und Seminaren die Miete für Veranstaltungsräume. Die Umwelt profitiert ebenfalls davon, dass die Teilnehmenden direkt von zu Hause dabei sein können und nicht zum Veranstaltungsort fahren müssen. Nachhaltige Prozesse zu schaffen, bedeutet auch, ständig daran zu feilen, mit angemessenen Kosten Dienstleistungen und Produkte anzubieten.

Was kann eine Gründerin ganz praktisch tun, um nachhaltig zu sein?

- Gewinne grundsätzlich verantwortungsbewusst und umweltfreundlich erwirtschaften
- Überschüsse sinnvoll verteilen
- dafür sorgen, dass Mitarbeitende sich wohlfühlen und mit dem Unternehmen identifizieren
- Anreize schaffen und motivierende Maßnahmen wie Weiterbildung und Gesundheitsförderung umsetzen
- Geschäftspartnerinnen/-partner auswählen, die auch nachhaltig agieren
- fair entlohnen
- Transport-/Lieferwege optimieren
- regionale und umweltbewusst produzierte oder recycelte Waren einkaufen
- Müll vermeiden, z.B. keine unnötigen Umverpackungen nutzen
- nachhaltig die Webseite gestalten - Energieverbrauch und Technologien reduzieren
- Produkte verkaufen, die die Kundschaft zum nachhaltigen Konsumieren bringen
- umweltfreundliche Werbematerialien wählen, z.B. Recyclingpapier für Flyer
- Möbel und Utensilien gebraucht kaufen
- umweltfreundliches Material für Möbel, Utensilien wählen
- fairen Kaffee, Tee und faires Wasser kaufen
- umweltfreundliche Reinigungsmittel nutzen
- Räume mit anderen teilen, z.B. Coworking Space
- pflanzliche Ernährung am Arbeitsplatz anbieten
- Krankenkasse, Bank, Stromlieferanten zum Unternehmen passend aussuchen
- papierlos arbeiten
- Digitalisierung

Wie sehen die Schritte für eine Gründerin aus, die ein nachhaltiges Unternehmen gründen will?

Gründungsidee entwickeln

Ein ökonomisches, ökologisches und gesellschaftliches Problem lösen und/oder etwas, in dem die Gründerin einen Sinn sieht. Häufig sind dies Probleme, von denen die Gründerin und /oder ihr Umfeld selbst betroffen ist/sind und wo sie Abhilfe schaffen möchte. Die entwickelten Lösungen beseitigen das Problem in der Regel nicht kurzfristig, sondern sind auf Langfristigkeit ausgelegt.

Idee ausformulieren

Das was im Kopf ist, muss die Gründerin in die schriftliche Form bringen und auch so, dass andere Menschen verstehen, was sie meint. Dafür kann sie sich zunächst kreativer Methoden

bedienen, deren Ergebnisse dann in den Businessplan einfließen. Hier ist es auch möglich, immer wieder zu ergänzen und gegebenenfalls neues Know-How zu integrieren.

Gründungs idee überprüfen

Die Gründerin sollte nicht nur davon ausgehen, was sie gerne machen möchte, sondern unbedingt potentielle Kundinnen und Kunden befragen, ob sie mit dieser Lösung etwas anfangen können und ob sie bereit sind, dafür zu bezahlen. Das kann die Gründerin selbst machen und damit auch gleich Kontakte zur potentiellen Kundschaft aufnehmen oder als Marktanalyse in Auftrag geben. Die Idee gegebenenfalls so modifizieren, dass sie der Kundschaft wirklich einen Vorteil verschafft und auch die Gründerin beflügelt.

Gründungs idee konkretisieren

Die Gründerin überprüft die Langlebigkeit der Geschäftsidee und im Businessplan oder einem anderen Instrument wird die Idee schriftlich fixiert. Dabei wird der Finanzierung die gebührende langfristige Aufmerksamkeit gewidmet.

Müssen Gründerinnen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen auf spezielle Dinge achten?

Gründungs idee schützen

Es besteht die Gefahr, dass andere, die schon gut im Geschäft sind, die Idee abkupfern könnten. Zum Schutz der Gründungsidee stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, die mit unterschiedlich hohen Kosten verbunden sind und unterschiedlich viel Sicherheit bieten. Der Schutz einer Idee ist nicht so einfach, da die Gründerin ja darauf angewiesen ist, ihre Idee mit anderen zu besprechen. Sie sollte jedoch bei einer Ideenpräsentation vertraglich Ideenschutz bzw. Vertraulichkeit vereinbaren. Dann gilt die Idee zwischen den Vertragspartnern als geschützt. Dazu braucht sie eine Verpflichtung zum Schutz der Idee und zur Geheimhaltung, die auch beinhaltet, dass die Geschäftsidee nicht abgeändert veröffentlicht oder weitergegeben oder genutzt werden darf. Die Regelung sollte auch Strafen bei Nichtbeachtung der oben genannten Verpflichtungen aufführen.

Grundsätzlich sind nur Ideen patentierbar, die technisches Gebiet oder (Kunst-) Werke betreffen. Durch das Deutsche Patentgesetz und das Europäische Patentübereinkommen wird manche Gründungsidee vom Patentschutz ausgeschlossen. Schutzrechte wie ein Patent, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster oder eine Marke können von der Gründerin angemeldet werden.

Förderungsmöglichkeiten evaluieren

Hier tun sich für potentielle Gründerinnen einerseits Möglichkeiten auf, die anderen Gründerinnen nicht zur Verfügung stehen. Andererseits muss sie sich hier mit einer möglicherweise für sie fremden Materie auseinandersetzen und sollte kompetente Beraterinnen/Berater zur Seite haben.

Rechtsform bedenken

Zu einem nachhaltigen Unternehmen können Rechtsformen passen, die vielen in der Unternehmensberatung nicht sofort in den Sinn kommen oder mit denen sie sich nicht so gut auskennen. Ich denke hierbei an Genossenschaften, Vereine oder auch Rechtsformen, die auch die Anerkennung als gemeinnütziges Unternehmen gewährleisten. Die Gemeinnützigkeit kann enorme steuerliche Vergünstigungen für das Unternehmen mit sich bringen und stellt den gesellschaftlichen Nutzen in den Mittelpunkt nicht den Profit. Eine Gründerin mit einer nachhaltigen Geschäftsidee sollte unbedingt sicherstellen, dass die, die sie beraten, sich mit diesen Fragen auskennen.

Gute Markt- und Wettbewerbsanalyse

Die Gründerin sollte eine fundierte Markt- und Wettbewerbsanalyse durchführen oder erstellen lassen. Sie muss sich absichern, ob die nachhaltige Gründungsidee wirklich neu ist oder mit welcher Art und wieviel Konkurrenz zu rechnen ist

Und wie geht es weiter, wenn es konkreter wird?

Formale Grundlagen festlegen

Die Gründerin überprüft, ob einschränkende Bestimmungen für die von ihr geplante Tätigkeit vorliegen z.B. für die Räume oder die fachlichen Qualifikationen der im Unternehmen Beschäftigten.

Sich selber beurteilen

Die Gründerin führt sich ihre Stärken und Schwächen auf der fachlichen und der unternehmerischen Ebene vor Augen. Daraus zieht sie den Schluss, was sie selbst macht, was sie delegieren will und ob und wofür sie andere Unterstützung in Anspruch nimmt. Hier bietet es sich an, sowohl selber ein Urteil abzugeben als auch den Freundes- und Bekanntenkreis zu befragen.

Standort festlegen

Sowohl für den Ort oder auch die Region oder den Stadtteil braucht es eine fundierte Entscheidung. Abhängig von der Geschäftsidee ist dem mehr oder weniger Bedeutung beizumessen. Die Gründerin muss sich auch überlegen, wie die Räume beschaffen sein sollen, in denen das Unternehmen gedeihen soll. Eine Gründerin, die zu Hause startet, sucht in der Regel ihre Kundschaft auf. Räume werden benötigt, wenn die Kundinnen/Kunden das Unternehmen aufsuchen oder auch mit anderen gemeinsam gegründet wird. Das neu gegründete nachhaltige Unternehmen sollte einen Standort haben, der zum Produkt oder zur Dienstleistung passt. Potentielle Kundschaft sollte diesen Ort gerne aufsuchen wollen.

Standort ausgestalten

Zur nachhaltigen Dienstleistung oder zum nachhaltigen Produkt muss auch das entsprechende Ambiente passen. Brüche fallen der Kundschaft vermutlich unangenehm ins Auge und kratzen an der Glaubwürdigkeit. Das bezieht sich auf den Fußbodenbelag, die Möbel, die Gestaltung der Wände. Die Gründerin sollte gewährleisten, dass es ein harmonisches Zusammenspiel mit ihrem Angebot gibt. Das Selbstbild der Unternehmerin sollte in dem Ausdruck finden, was andere vom Unternehmen wahrnehmen. Dies reicht von den Unternehmensfarben über die Kleidung der im Unternehmen Beschäftigten, dem Social Media Auftritt über Printmedien, Bilder, Schriften, Kommunikationsformen bis zu den Werten und Haltungen, die dem zugrunde liegen. Hier sollte es möglichst wenig Ausrutscher geben, die Zweifel an dem Gesamtkonzept aufkommen lassen.

Jetzt habe ich ganz schön viele Schritte aufgezählt und sicherlich kann jeder noch genauer beschrieben werden. Die Schritte und der Weg sind mir jedoch auch besonders wichtig. Neue wissenschaftliche Studien haben ergeben, dass das Visualisieren des Weges zu einem Ziel erfolversprechender ist, als sich das Ziel als solches vorzustellen. Konkret heißt das, sich nicht mit dem Bild der erfolgreichen Unternehmerin zu motivieren, sondern sich jede einzelne Phase der Gründung vorzustellen. Sehr wohl auch die Schwierigkeiten, die der Gründerin in dieser Phase begegnen können und wie sie damit erfolgreich umgehen wird. Deshalb ist es wichtig, einen Schritt nach dem anderen zu gehen und anzuerkennen, dass jeder Schritt für sich eine neue Herausforderung darstellen und neue Fragen mit sich bringen kann. Die Gründerin setzt sich dazu in Bezug und findet – zunächst in den Gedanken – die für sie passende Herangehensweise. Und ich möchte noch hinzufügen, dass nicht für alle derselbe Hut passt und es nicht DIE Unternehmerin gibt. Jeder Weg in die Gründung, auch wenn er sich an vordefinierten Punkten orientiert, ist individuell.

Kannst du noch etwas zur Differenzierung von nachhaltigen Team- und Einzelgründungen sagen?

Ob eine Gründerin allein oder mit anderen gründet ist einerseits eine Frage ihres Charakters, andererseits auch aus den Voraussetzungen für die Gründung ableitbar. Wenn die Kompetenzen anderer von Nöten sind, kann die Gründerin über ein gleichberechtigtes Team, Mitarbeitende, Subunternehmen, Honorarkräfte, Kooperationen oder andere Formen der personellen Ausweitung nachdenken. Wichtig ist für nachhaltige Gründungen, dass alle Beteiligten auch von der Dienstleistung oder dem Produkt angetan sind und sich damit identifizieren können.

Es gibt viele Untersuchungen, die besagen, dass geschlechtlich gemischte Teams diejenigen sind, die die besten Lösungen für ein Unternehmen entwickeln. Ich selber habe jahrzehntelang in reinen Frauenteamen gearbeitet und wir und auch andere Frauenteamen haben schon sehr viel geleistet. Unter Frauen zusammenzuarbeiten oder sich auch unter Frauen auf die Unternehmensgründung vorzubereiten ist anders. Die meisten Frauen tendieren dazu, sich gegenseitig zu unterstützen.

Was ist denn bei nachhaltigen Team- und Einzelgründungen zu bedenken?

Team- oder Einzelgründungen sind immer davon abhängig, was gegründet wird und davon, was die Gründerin bevorzugt. In Beratungssituationen ist es mir immer wieder passiert, dass mir eine Gründerin gegenüber saß und mir von einer weiteren erzählte, mit der sie gemeinsam gründen wollte. Nachfragen ergaben dann oft, dass das Engagement für den Gründungsgedanken sehr unterschiedlich ausgeprägt war. Die Gründerin, die zur Beratung gekommen war, hätte davor gerne die Augen verschlossen.

Gerade bei Gründungen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen ist es sehr wichtig, sich über die Ebenen der Zusammenarbeit offen und ehrlich auseinanderzusetzen. Mögliche Fragen wären zum Beispiel: Sind wir wirklich Gleichberechtigte oder ist das, was wir in das Unternehmen einbringen wollen unterschiedlich zu bewerten? Wollen sich mehrere selbstständig machen oder ziehen einige es vor, angestellt zu sein? Gibt es schon andere kompetente Menschen, die ich auf Honorarbasis engagieren oder angestellt in mein geplantes Unternehmen integrieren kann? Ist es wirklich so schlau, mit der nicht ganz so kompetenten besten Freundin zu gründen?

Dass in einem nachhaltigen Unternehmen alle - in ihren unterschiedlichen Rollen und Funktionen - an einem Strang ziehen, ist entscheidend für den Erfolg. Potentielle Kundschaft spürt, ob es zwischen den Beschäftigten knirscht oder alle mit Freude dabei sind. Also, wenn die Entscheidung pro Team ist, dann mit ausgewählten Anderen und wenn alleine, dann mit kompetenter Unterstützung.

Nachhaltigkeit bezieht sich auch auf die Gründerin selbst und ihre Beschäftigten. Angestellte und sie selbst sollten auch ihre Fähigkeiten langfristig weiterentwickeln und sich qualifizieren können. Angebote, die sich auf die Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit beziehen, sind in der Regel für alle Beteiligten sinnvoll. Es ist auch nicht nachhaltig, wenn Überforderung die Tage und Nächte bestimmt, die Menschen ausbrennt und zur Aufgabe der Unternehmensgründung führt.

Sagst du zum Thema Kreislaufwirtschaft noch etwas? Ist sie das Nonplusultra, wenn es um Nachhaltigkeit geht?

Das Optimum der Nachhaltigkeit zeigt sich zurzeit tatsächlich in der Kreislaufwirtschaft. Bei diesem Verfahren geht es darum, Material und Produkte so lange wie möglich zu teilen, zu leasen, wieder zu verwenden, zu reparieren, aufzuarbeiten und zu recyceln - also Abfall zu

vermeiden, die Lebensdauer von Produkten und Materialien zu verlängern, die Böden, Wasser, Luft und Pflanzen zu regenerieren und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Diese Veränderungen erfordern Kreativität und Engagement und bieten Gründerinnen ein interessantes Entwicklungsfeld gerade auch in der Zusammenarbeit im Kontext von „cradle-to-cradle“. Ich persönlich habe noch keine Gründerin beraten, die mit ihrem Geschäftsmodell eine Kreislaufwirtschaft anstrebte.

Ist es nicht auch möglich, nach Außen sehr nachhaltig zu wirken, es aber eigentlich nicht zu sein?

Du sprichst das „greenwashing“ an. Es ist mir wirklich noch nie passiert, dass eine Gründerin nur so tun wollte, als ob sie nachhaltig sei. Die schon anfangs benannten wirtschaftlichen, umweltbewussten und gesellschaftlichen Aspekte sind allen tatsächlich immer wichtig gewesen. „Greenwashing“ sehe ich eher bei großen Unternehmen, die versuchen, noch auf den Zug der Nachhaltigkeit aufzuspringen.

Viele Studien belegen, dass nachhaltige Unternehmen erfolgreicher sind. Diese Gründerinnen denken langfristig. Ihre Unternehmen sind dadurch nicht so krisenanfällig. Ressourcen schonend zu arbeiten bewirkt außerdem die Reduktion von Kosten und steigert so die Gewinne. Also warum sollten Gründerinnen so tun, als ob, wenn es doch viel sinnvoller ist, tatsächlich nachhaltig unterwegs zu sein.

Denkst du, dass nachhaltige Unternehmen gegenüber herkömmlichen Unternehmen, die günstiger produzieren und auch verkaufen können, konkurrenzfähig sind?

Es ist ja glücklicherweise so, dass Nachhaltigkeit in den Köpfen der Verbraucherinnen und Verbraucher an Relevanz zunimmt. Umweltschutz ist schon lange kein Randthema mehr, es ist heutzutage eigentlich immer präsent, in den Nachrichten, sozialen Medien, in der Schule, im Alltag. Menschen werden immer sensibler für das Thema. Nachhaltiges Konsumieren hat sich sogar als Trend durchgesetzt und nimmt teilweise Statussymbolcharakter ein.

Wenn ihre Kundschaft in der Lage ist, für umweltschonendere und nachhaltig produzierte Waren zu zahlen, dann tut sie das meistens auch. Zeigt es doch auch an, dass sie sich gutes oder gesundes Einkaufen und die Rücksichtnahme auf den Planeten leisten können und wollen. Umweltschutz ist „in“ und deshalb auch konkurrenzfähig.

Herzlichen Dank, dass du deine Gedanken zum Thema „nachhaltige Gründerinnen“ geteilt hast!