

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	10
Tabellenverzeichnis	10
1. Einleitung	11
2. Stand der Forschung und Forschungsbedarf zu ecopreneurship	31
2.1 Ecopreneurship als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Zuschreibungen	32
2.1.1 Zum Begriff des ecopreneurships	34
2.1.2 Das Wirtschaftssubjekt des »ecopreneurs«	36
2.1.3 Eigene Arbeitsdefinitionen	41
2.2 Stand der Forschung zu ecopreneurships und ecopreneurs	45
2.2.1 Verbreitung und Struktur von ecopreneurship-Unternehmen	45
2.2.2 Studien zum Verhältnis von Nachhaltigkeit und Wirtschaft in ecopreneurships	48
2.2.3 Zwischenfazit	56
2.3 Kontextfaktoren für ökologisches Unternehmertum	57
2.3.1 Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung: Definitionen und Konzepte	58
2.3.2 Umwelt- und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	61
2.3.3 Nachhaltiger Konsum und die Nachfrage nach ökologischen Produkten	70
2.4 Einordnung und eigene Forschungsperspektive	77
2.4.1 Einordnung in den soziologischen Fachdiskurs – Wofür stehen ecopreneurs?	78
2.4.2 Forschungsleitende Perspektiven: Ecopreneurs und die Verbindung von Nachhaltigkeit und Wirtschaft	82

6 Gajewski: Zwischen Weltrettung und Marktfähigkeit

3. Theoretischer Analyserahmen:	
Nachhaltigkeit und der Widerspruch im Kapitalismus	89
3.1 Hintergrund der Analyse: Der ökologische Widerspruch im Kapitalismus	93
3.1.1 Arbeit als Kernelement des Stoffwechsels von Mensch und Natur	94
3.1.2 Entfremdung als Ausgangspunkt des gestörten Stoffwechsels	96
3.1.3 Versachlichung als Grundlage des gestörten Stoffwechsels von Mensch und Natur	99
3.1.4 Ökologische Krisen als Reproduktion kapitalistischer Herrschaftsverhältnisse	108
3.2 Das Verhältnis von Ökologie und Ökonomie	111
3.2.1 Zur Verarbeitung ökologischer Krisen und Kritik im Kapitalismus	112
3.2.2 Grundlagen des Konventionsbegriffs	119
3.2.3 Konventionen als Elemente kapitalistischer Erscheinungsformen	123
3.2.4 Nachhaltigkeit als Kompromiss von grüner Konvention und Kapitalismus	132
3.3 Analyserahmen: Ecopreneurs als vergesellschaftete und kompetente Akteure	134
4. Forschungsdesign und Methoden	141
4.1 Methodologie und Forschungsdesign	141
4.2 Forschungsphasen und Sampling	149
4.3 Erzieltes Sample	160
4.4 Angewandte Methoden	169
4.4.1 Erhebungsmethoden	169
4.4.2 Selektion von Daten und Auswertungsmethoden	174
4.5 Methodenreflexion und -kritik	185
4.6 Zur Darstellung der Ergebnisse	190
5. Von nachhaltigem Konsum bis »sauberer« Technologie – Darstellung von Struktur, Angebot und Praxis der ecopreneurship-Unternehmen	193
5.1 Darstellung nach unterschiedlichen Angebotsstrukturen	194
5.1.1 Angebote für individuelle Endverbraucher:innen (B2C)	195
5.1.2 Angebote für gewerbliche Kunden (B2B)	199

5.1.3 Kontrastfall: Solidarische Landwirtschaft als nicht-kommerzielles Projekt	202
5.2 Darstellung nach Entwicklungsverlauf und Tagesgeschäft	203
5.2.1 Gründungsverläufe	204
5.2.2 Finanzierungsstrategien	213
5.2.3 Unternehmensphase zu Beginn der Erhebung	227
5.2.4 Unternehmensentwicklungen während der Erhebung	236
5.3 Unternehmerische Nachhaltigkeitsstrategien	243
5.3.1 Nachhaltigkeitsstrategien in der Konsumsphäre	243
5.3.2 Nachhaltigkeitsstrategien in der Produktionssphäre	256
5.3.3 Nachhaltigkeitsbezogener Lobbyismus	262
5.4 Zwischenfazit: Zur Verbindung von Ökologie und Ökonomie in den untersuchten Unternehmen	263
 6. Nachhaltigkeit als heterogener Bezugspunkt – Befunde zu Motiven, Orientierungen und Denkweisen von ecopreneurs	271
6.1 Die Funktionen von ökologischer Nachhaltigkeit für die Motivationsstruktur	272
6.1.1 Subjektive Nachhaltigkeitsbezüge der Öko-Unternehmer:innen	272
6.1.2 Mitgestaltungsansprüche und Weltverbesserungsambitionen	278
6.1.3 »Man möchte ja auch irgendwie erzählen: Was macht man? Und darauf stolz sein« – Ökologische Nachhaltigkeit als Vehikel für Selbstverwirklichungsansprüche	283
6.1.4 Ökologische Nachhaltigkeit als Rechtfertigung für Gewinnstreben	289
6.1.5 Instrumentelle Bezüge auf Nachhaltigkeit	293
6.2 Biographische und praktische Zugänge zu ecopreneurship	295
6.2.1 Ecopreneurship als Ausflucht aus entfremdenden Angestelltenverhältnissen	296
6.2.2 »Du musst ins System und das von innen aufmischen!« – Ecopreneurship als Verarbeitung frustrierter Mitgestaltungsansprüche	301
6.2.3 »Ich bin halt einfach BWLer« – Ecopreneurship als betriebswirtschaftlicher Werdegang	309
6.2.4 »Manche Sachen fliegen so auf einen zu« – Biographische Gelegenheitsstrukturen	313
6.2.5 Gründen als routinierte Praxis	317
6.3 Typische Denkweisen in Bezug auf Wirtschaft und Nachhaltigkeit	319
6.3.1 Ökologische Nachhaltigkeit durch Markterfolg	320
6.3.2 Ökologische Nachhaltigkeit als technologischer Fortschritt	328
6.3.3 Ökologische Nachhaltigkeit als individualisierte Verantwortlichkeit	333

8 Gajewski: Zwischen Weltrettung und Marktfähigkeit	
6.3.4 Partielle Kapitalismuskritik	338
6.3.5 Emanzipatorische und utopische Sinngehalte	341
6.4 Zwischenfazit: Zur Verbindung von Motiven, Praxis und Rechtfertigung bei Öko-Unternehmer:innen	344
7. Zwischen Konflikt und Kompromiss – Befunde zu Erleben und Verarbeitungen externer Rahmenbedingungen	351
7.1 Zur Auseinandersetzung mit ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen	352
7.1.1 »Im Grunde entwickeln wir ganz viel unter dem rollenden Rad« – Erleben und Verarbeitung kapitalistischer Wachstumszwänge	353
7.1.2 »Diesen nachhaltigen Startups kann man es nicht recht machen« – Konkurrenz mit Großunternehmen	359
7.1.3 »Also da sind wir schon einfach bisschen ein Entwicklungsland« – Politische und bürokratische Hindernisse unternehmerischer Nachhaltigkeit	364
7.1.4 »Und deswegen schwimmen wir da in einem Haifischbecken« – Auseinandersetzung mit marktwirtschaftlichen Strukturen und Lobbyismus	367
7.2 »Aber ja, in den sauren Apfel müssen wir jetzt beißen« – Investorenbeteiligung als Balanceakt zwischen Finanzierung und Mitbestimmung	372
7.2.1 »Du musst ja etwas verkaufen, was es noch nicht gibt« – Der Widerspruch zwischen Innovativität und Unternehmenswert bei der Investorensuche	380
7.2.2 »Am Ende sind ganz viele Sachen ja Beziehungen« – Harmonisieren und Naturalisieren von problematischer Investorenbeteiligung	387
7.2.3 »Das ist natürlich ne Luxusentscheidung« – Ablehnung von Investorenbeteiligung	391
7.3 Zur Auseinandersetzung mit Konsument:innen	397
7.3.1 »Da kommt keiner aus [dem Problemviertel] und holt sich Gemüse« – Die Schichtabhängigkeit nachhaltiger Konsumpraktiken	398
7.3.2 »Man kann einfach da nichts richtig machen« – Konsument:innenkritik und nicht-nachhaltige Lieferstrukturen	404
7.4 Zwischenfazit: Typische ecopreneurs, Widersprüche und Verarbeitungsformen	407

8. Diskussion – Ecopreneurs zwischen Selbstverwirklichungsansprüchen, Weltverbesserungsidealismus und Marktorientierung	417
8.1 Ambivalente Marktorientierung: Handlungslogiken und Koordination unternehmerischer Praxis in Öko-Startups	419
<i>Befund 1:</i> Die grüne Konvention wird unter die Marktkonvention subsumiert und verwässert	420
<i>Befund 2:</i> Die Verbindung der grünen und der handwerklichen Konvention konsolidiert die Individualisierung von Verantwortlichkeit	425
<i>Befund 3:</i> Der Kompromiss von grüner und industrieller Konvention verschiebt die Grenzen der kapitalistischen Naturbeherrschung	428
8.2 Idealismus und Anpassung: Konflikte zwischen ecopreneurs und den Logiken ihrer Umwelt	433
<i>Befund 4:</i> Der Kompromiss von grüner Konvention und Marktkonvention wird zur Angriffsfläche für ökologische Kritik aus der Zielgruppe	433
<i>Befund 5:</i> Innovationen aus der Verbindung von Industrie und Ökologie scheitern an den Toren des Marktes	435
<i>Befund 6:</i> »Inspirierte« ecopreneurs passen ihre Geschäftsmodelle eher an Marktanforderungen an, um ihre Selbstverwirklichungs- und Mitgestaltungsansprüche als eingelöst zu erleben	439
8.3 Synthese: »Wir brauchen halt das Kapital, um die Welt zu verändern« – Ecopreneurs zwischen Widerspruch und Annäherung von Nachhaltigkeit und kapitalistischer Wirtschaft	444
9. Fazit und Ausblick	451
Literatur	465