

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Methodik und Gang der Untersuchung	7
1.4 Motivation	9
2 Theorie	11
2.1 Merkmale, Ziele und Potenziale nachhaltiger und digitaler Start-ups	11
2.1.1 Die Start-up-Landschaft in Deutschland	12
2.1.2 Die Merkmale der Gründerpersönlichkeit	14
2.1.3 Zielsetzungen nachhaltiger Start-ups	16
2.1.4 Die Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und Technologien	18
2.1.5 Zwischenfazit	22
2.2 Entwicklungsschritte, Dimensionen und Bedeutung der Nachhaltigkeit	22
2.2.1 Globale Herausforderungen und Nachhaltigkeitsstandards	23
2.2.2 Die Agenda 2030 für Nachhaltige Entwicklung	27
2.2.2.1 Ökonomische Dimension	30
2.2.2.2 Ökologische Dimension	31
2.2.2.3 Soziale Dimension	33
2.2.2.4 Kulturelle Dimension	35
2.2.3 Nachhaltige Start-ups als Teil der Green Economy	37
2.2.4 Zwischenfazit	41

3 Empirische Erhebung: Experteninterviews	43
3.1 Theorie und Methode	43
3.2 Auswertung	47
3.2.1 Erste Interviewgruppe: Gründungsinteressierte	48
3.2.2 Zweite Interviewgruppe: Gründer nachhaltiger Start-ups	51
3.2.3 Dritte Interviewgruppe: Expert*innen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und (nachhaltige) Gründungen	53
3.3 Diskussion	58
3.3.1 Gründungsinteressierte	58
3.3.2 Gründer	62
3.3.3 Expert*innen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und (nachhaltige) Gründungen	65
3.4 Zwischenfazit	67
3.5 Handlungsempfehlungen	68
4 Kompass für nachhaltige Unternehmensgründungen	71
4.1 Gründer*innenpersönlichkeiten und -team	73
4.2 Nachhaltige Geschäftsidee als Problemlösung	78
4.2.1 Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele	79
4.2.2 Das nachhaltige Angebot	86
4.3 Markt und Wettbewerb	95
4.4 Beteiligung der Stakeholder	100
4.4.1 Kund*innen	101
4.4.2 Mitarbeiter*innen	106
4.4.3 Weitere Stakeholder	111
4.5 Nachhaltiges Marketing	114
4.6 Organisation	119
4.7 Nachhaltige Finanzierung	123
4.8 Non-monetäre Förderprogramme und Netzwerke	130
4.9 Externe Nachhaltigkeitsberichterstattung	135
5 Ausblick und Fazit	139
Literaturverzeichnis	149