starting up

by brutkasten

Für Gründer*innen und Entrepreneur*innen

MR. ROBOTICS

David Reger, CEO von NEURA Robotics

Wie der Tech-Visionär und Gründer eine neue Ära der Robotik einläutet – Made in Germany

STORYS & INSIGHTS

- Top-Fördertöpfe für Start-ups
- Vorsicht, Wachstumsfalle!

IDEEN & TRENDS

- Grafikdesign: die Top-Trends
- Sales-Fokus auf Mittelstand

TOOLS & TO-DO'S

- Test: Whistleblower-Software
- Preiskalkulation im Freelancing

Ausgabe 01/24 · Deutschland 5,90 € · Österreich 6,70 €, BeNeLux 6,90 €, Schweiz 11,80 SFR

UNTERNEHMERTUM UND WIRKUNG

Im Interview: Social Entrepreneur Tim Weinel zur Frage, wie man ein nachhaltiges Impact Start-up gründet und zum Gamechanger wird.

Zur Person: Tim Weinel (Foto) ist Gründer des nachhaltigen Modelabels espero (https://espero-clothing.de). Sein Credo: „Ich denke, dass wir globale Herausforderungen in der heutigen Zeit nicht weiterhin nur auf Politik und Verbraucher*innen umlegen können, wenn wir wirklich etwas verändern wollen. Denn wir haben bereits ein sehr viel mächtigeres Instrument, um diese Probleme zu lösen. Und das sind Unternehmen. Nur leider wird das noch viel zu selten so gesehen."

Foto: espero

Was ist ein Impact Start-up und für welche Gründerpersönlichkeit ist es am besten geeignet?

Das ist eine gute Einstiegsfrage, da es für Impact Start-ups bislang keine offizielle Definition gibt. Aber natürlich lässt sich das ganz gut eingrenzen. Impact Start-ups sind im Grunde Start-ups, deren Fokus darauf liegt, eine Wirkung in der Welt zu erzielen, wie es sich aus dem Namen bereits ableiten lässt. Sie widmen sich also globalen Herausforderungen und versuchen, Lösungsansätze dafür zu entwickeln. Damit übernehmen sie gesellschaftliche Verantwortung bzw. holen diese ein Stück weit von Politik und Verbraucher*innen zurück, die aktuell oftmals die Hauptlast tragen oder übertragen bekommen. Der Impact lässt sich dabei entweder gut anhand der Sustainable Development Goals oder in die drei großen Bereiche Mensch, Tier oder Umwelt einordnen. Dieser Ansatz unterscheidet sie von konventionellen Start-ups, deren Fokus eher auf Gewinn- oder Renditemaximierung ausgerichtet ist und die eher individuelle Probleme lösen, anstatt sich gesellschaftlicher Herausforderungen anzunehmen.

Klassische Impact-Gründerpersönlichkeiten suchen oft nach einem tieferen Sinn in ihrem täglichen Wirken und auch in ihrer täglichen Arbeit. Sie möchten damit gesellschaftliche Missstände lösen, egal ob diese nun humanitärer oder ökologischer Natur sind. Und mit diesem Sinn möchten sie andere Menschen inspirieren und natürlich auch ihren Lebensunterhalt bestreiten. Oftmals ist das reine Geldverdienen dabei eher als Mittel zum Zweck zu sehen, da Wirkung und Profit auf gleicher Stufe angesiedelt werden. Dabei haben sie auch immer die Auswirkungen ihrer Entscheidungen im Blick. Impact-Gründerpersönlichkeiten bringen vor allem eine starke innere Einstellung mit und wollen wirklich etwas bewegen.

Wie hast du für dich herausgefunden, dass du ein erfolgversprechender Impact-Gründer bist?

Für mich war das ein Prozess, wobei es ein Schlüsselerlebnis gab. Als ich erfahren hatte, wie viele Tier- und Pflanzenarten Jahr für Jahr unwiderruflich aussterben, wusste ich, dass ich ein Impact-Unternehmen gründen möchte, damit ich gemeinsam mit vielen anderen Menschen zusammen etwas verändern und diese Botschaft gleichzeitig nach außen tragen kann. Dass ich damit Erfolg haben werde, damit habe ich damals gar nicht so gerechnet, und es war mir primär auch gar nicht so wichtig. Wichtig war mir vor allem, überhaupt etwas zu tun und zunächst ein Konzept zu entwickeln, das sich selbst trägt. Umso schöner war es dann aber, als ich gemerkt habe, dass meine Idee ankommt und sich viele andere Menschen sowie einige Medien dafür begeistern konnten.

Auf den Punkt gebracht: Was zeichnet den/die ideale Impact-Gründer*in aus?

Als ideale(r) Impact-Gründer*in sollte man zunächst bereit sein, das Wagnis Selbständigkeit einzugehen. Dabei sollte man sich stets bewusst sein, dass sogar der Impact selbst kritisiert werden kann, was auch ich schon erleben durfte. Gerade online gibt es Menschen, die dann zum Beispiel schnell mit Begriffen wie Greenwashing oder Ähnlichem um sich werfen, aus welchen Gründen auch immer. Also muss man auch eine gewisse Stressresistenz mitbringen und in der Kommunikation so transparent wie möglich sein. Man sollte zudem ein klares Ziel vor Augen haben, egal wie groß es erscheinen mag. Dabei sollte man wissen, was man mit seinem Start-up in der Welt verändern möchte. Und natürlich sollte man zu 100 Prozent hinter seiner Idee und dem Impact stehen. Denn nur wer vollkommen hinter seiner Idee steht, wird auch das Engagement einbringen, das es braucht, um einen Teil zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen. Zuletzt sollte man idealerweise noch eine gewisse Hands-On-Mentalität haben oder sich eine solche zumindest aneignen.

Wie misst man Impact und welche Rolle spielt Nachhaltigkeit?

Es gibt zwar bereits erste Ansätze und auch Reporting-Standards, leider aber noch keine standardisierte und einheitliche Vorgehensweise, um Impact zu messen bzw. vergleichbar zu machen. Das liegt natürlich auch darin begründet, dass Impact relativ viele Formen annehmen kann. Das eine Start-up konzentriert sich darauf, mit seiner Entwicklung CO_2 einzusparen, während ein anderes Start-up Plastik in Ozeanen einsammelt oder bedrohte Tierarten schützt. Das macht es schwer, sie zu vergleichen.

Im Gegensatz dazu sind klassische KPIs, wie etwa ein ROI, relativ einfach zu ermitteln, da sie immer auf Unternehmenszahlen basieren. Doch auch wenn Impact bislang hauptsächlich fallbezogen gemessen werden kann, so ist es dennoch überhaupt wichtig, ihn zu messen und zu kommunizieren. Wie viel CO_2 genau kann man mit der Lösung von Start-up A einsparen? Oder wie viel Plastik kann die Lösung von Start-up B im Jahr einsparen? Vielleicht ist es dann gar nicht nötig, untereinander zu vergleichen. Denn am Ende des Tages sollte hier die Wirkung zählen. Und die ist ja messbar.

Nachhaltigkeit spielt hier eine große Rolle. Denn nachhaltig zu agieren, bedeutet auch, dass man Verantwortung übernimmt und seine Prozesse so ausgestaltet, dass natürliche Ressourcen und Ökosysteme geschont werden und die Möglichkeit haben, sich natürlich zu erholen. Allein durch ihre Mission verfolgen in der Regel alle Impact Start-ups bestimmte Nachhaltigkeitsziele. Doch auch innerhalb der Organisationen sollte Nachhaltigkeit ein großes Thema sein. So sollten vor- und nachgelagerte Prozesse oder Lieferketten sollten auf Nachhaltigkeit überprüft werden, sofern es möglich ist. Es wird immer Prozesse geben, die sich nicht 100-prozentig nachhaltig ausgestalten lassen, und das ist okay, wenn das Paket im Ganzen stimmt.

Impact Start-ups sind in der Regel nicht auf Gewinnmaximierung, sondern auf Impact- bzw. Wirkungsmaximierung ausgerichtet. Welchen Stellenwerten nehmen Wachstum und Geldverdienen ein bzw. sollten sie einnehmen?

Auch wenn das Thema Impact im ersten Moment sehr gemeinnützig und altruistisch klingen mag, so muss man doch ehrlicherweise sagen, dass Wachstum, besonders aber Geldverdienen, natürlich auch bei Impact Start-ups eine große Rolle spielen. Im Grunde ist das logisch und lässt sich einfach erklären. Erst einmal stehen Impact Start-ups vor den gleichen Kosten wie konventionelle Start-ups. Und die Gründer*innen wollen natürlich im Normalfall davon leben können. Vor allem aber ist es in der Regel so, dass auch Impact Geld kostet. Und je mehr Geld verdient wird, desto mehr Impact kann realisiert werden. Dabei gilt dann häufig die Devise: Mehr Wachstum gleich mehr Impact.

Welches sind aus deiner Erfahrung die wichtigsten Fragen vor und bei der Gründung eines Impact Start-up? Inwiefern unterscheiden sich diese von klassischen Gründungen?

Zentral bei einer Impact-Gründung ist immer die Frage nach der Wirkung, die mit dem Unternehmen erzielt werden soll und wie diese Wirkung finanziert wird. Wie wird ein echtes Geschäftsmodell daraus, das sich irgendwann einmal selbst tragen kann? Im Gegensatz dazu sind klassische Gründungen oftmals eher problemorientiert, die Unternehmen also eher Problemlöser. Diese können zwar ebenfalls Impact-Ansätze beinhalten, sie stehen jedoch in der Regel nicht unbedingt im Mittelpunkt der Unternehmung. Wenn man beispielsweise einen Ansatz entwickelt, wie man bei regelmäßigen Einschlafproblemen schneller einschlafen kann, löst man damit zwar ein Problem, erzielt aber nicht wirklich Impact. Dennoch haben solche Unternehmen die gleiche Daseinsberechtigung, auch ohne Impact-Ansatz. Am Ende ist das immer eine Einzelfallbetrachtung.

Häufig ist bei Impact die Frage nach der Finanzierung eine andere. Wie bereits gesagt, kostet Impact üblicherweise Geld. Das mindert dann in der Regel die Menge an Kapital, die für alle weiteren Ausgaben zur Verfügung steht. Noch dazu kann es auch die Suche nach Investor*innen erschweren, da Margen oder Renditen kleiner ausfallen und die Wachstumsbestrebungen andere sein können als bei klassischen Start-ups.

Und last, but not least: Was rätst du Impact-Gründer*innen aus eigener Erfahrung?

Anfangen! Wenn man eine Idee hat, von der man überzeugt ist und mit der man echten Impact erzielen kann, dann sollte man einfach anfangen und seine Ideen nicht zu lange zerdenken. Natürlich muss das Konzept tragfähig sein, das ist klar. Aber die Welt braucht Menschen, die wirklich Lust haben, etwas zu verändern und zu bewegen. Und wenn man an Stellen ankommt, an denen man selbst nicht weiterkommt, gibt es unter Impact-Gründungen so viele potenzielle Ansprechpersonen, die einem immer gut weiterhelfen, sei es persönlich oder durch ihr Netzwerk. Impact ist so wichtig und wird in Zukunft noch viel wichtiger werden. Nur gemeinsam können wir etwas bewegen. ●

Danke, Tim, für deine spannenden Insights – dir weiterhin viel Erfolg und Impact bei deinen unternehmerischen Vorhaben.

Tipp zum Weiterlesen:

Tim Weinel, Dein Weg zum eigenen Zebra. Wie du ein nachhaltiges Impact-Start-Up gründest und damit die Welt veränderst, ISBN: 9783757852641, 226 S., BoD 2024, 12,99 Euro