

„Grüne Gründer“ geben sich keinen grünen Anstrich, sie sind Überzeugungstäter. Sie wollen ökologische Risiken begrenzen und wirtschaftlich erfolgreich sein. Wir zeigen, welche Trends in der Green Economy wirklich Zukunft haben.



DOSSIER

Mission (im)possible?

Text: Bettina Halbach

Eine Wirtschaftsweise, welche die natürlichen Grundlagen des Wirtschaftens zerstört, schafft keinen dauerhaften Wohlstand. Diese Erkenntnis führte dazu, dass im Jahr 1989 der Begriff der Green Economy erstmals in der umweltökonomischen Debatte auftauchte. Das Ziel: dauerhafter Wohlstand dank nachhaltigen Wirtschaftens. Heute unterscheidet man diese acht Zielfelder einer Green Economy:

- Erhalt der biologischen Vielfalt und Leistungsfähigkeit von Ökosystemen.
- Senkung des Einsatzes nicht erneuerbarer Ressourcen.
- Ersetzen nicht erneuerbarer Ressourcen durch erneuerbare.
- Erreichen einer auf erneuerbaren Energien basierenden Energieversorgung.
- Steigerung der Energieeffizienz.
- Steigerung der Ressourceneffizienz von Rohstoffen und Materialien.
- Weiterentwicklung der Kreislaufwirtschaft und des Abfallmanagements.
- Klimaschutz und Vermeidung von Schadstoffeinträgen.

Unser Beitrag beschreibt diese Zielfelder und deren Potenzial für grüne Gründer anhand ausgewählter Start-ups und ihrer Geschäftsideen.

Das große Ziel: 20 Prozent grüne Gründungen bis 2020

Marktprognosen gehen von einer weltweiten Verdopplung der Green Economy in den nächsten zehn Jahren aus. Eine Studie des Berliner Borderstep Instituts aus dem Jahr 2013 war die erste ihrer Art, die sich vornehmlich mit „grünen Start-ups“

beschäftigt und den Stellenwert von erneuerbaren Energien, Energieeffizienz, Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft und Biodiversität (biolog. Vielfalt) für neu gegründete Unternehmen untersucht. Die Ergebnisse der Studie geben Gründern die Möglichkeit einzuschätzen, wie lohnend ihre Pläne zur eigenen Existenz sein können. Laut diesem „Green Economy Gründungsmonitor“ liegt der gegenwärtige Anteil grüner Gründungen in Deutschlands Gründerzentren bei etwa 14 Prozent. Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass 50 Prozent grüner Gründungen im Hightech-Bereich erfolgen. Ein Großteil der grünen Unternehmen bietet Produkte und Dienstleistungen an, die dem Ausbau der erneuerbaren Energien und der Steigerung der Energieeffizienz dienen. Weiterhin zeigt die Studie, dass ein großer Anteil dieser Unternehmen einen Beitrag zur Emissionsvermeidung leistet sowie zur Förderung der Kreislaufwirtschaft beiträgt.

Künftig wird die Studie regelmäßig durchgeführt und der Green Econo-

my Monitor auf das gesamte Gründungsgeschehen übertragen. Bislang untersuchte das Borderstep Institut über 1000 Start-ups und junge Unternehmen in deutschen Gründerzentren. Vor dem Hintergrund der Piloterhebung entwickelte das Institut die Initiative Startup4Climate, die gezielt grüne Gründungen fördert. Das ehrgeizige Ziel: den Anteil grüner Gründer bis 2020 auf 20 Prozent anzuheben.

In einem ersten Schritt schuf die oben genannte Gründerinitiative mit der im April 2014 erstmals ausgerichteteten Veranstaltung „Gründungsmonitor Green Economy“ ein Forum für grüne Start-ups. Gründungsinitiativen und Gründerzentren stellten Chancen und Handlungsfelder für grüne Gründungen vor. Ferner diskutierten Vertreter von Verbänden, Ministerien und Start-ups über weitere Anreize und Unterstützungsmöglichkeiten. Es gilt abzuwarten, welche Taten den vielversprechenden Worten der Experten folgen werden.

Auf einen Blick

- Marktprognosen gehen von einer weltweiten Verdopplung der Green Economy in den nächsten zehn Jahren aus.
- Laut dem „Green Economy Gründungsmonitor“ 2013 liegt der gegenwärtige Anteil grüner Gründungen in Deutschlands Gründerzentren bei etwa 14 Prozent. Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass 50 Prozent grüner Gründungen im Hightech-Bereich erfolgen.
- Ein Großteil der Green-Economy-Unternehmen bietet Produkte und Dienstleistungen an, die dem Ausbau der erneuerbaren Energien und der Steigerung der Energieeffizienz dienen.

Kein Selbstläufer

Dank dieses frischen Rückenwindes erscheint es vielleicht einfach, als grüner Gründer Fuß zu fassen. Dass dies nicht zwingend der Fall ist, zeigt das Berliner Start-up Changers, das Solarenergie zum „sozialen Erlebnis für jeden“ machen wollte. Die Idee wurde nach ihrem Launch 2010 vielfach in den Medien gelobt. Doch zum Jahreswechsel 2012 meldete das Unternehmen Insolvenz an: Changers finanzierte sich zunächst über Eigenkapital, bald unterstützt durch den Solarriesen Centrotherm. Der entzog Changers die finanzielle Unterstützung, als die gesamte Solarindustrie und damit auch Centrotherm 2011 in die Krise gerieten. Aber die Gründer steckten den Kopf nicht in den Sand und wagten den Neustart. Mit privaten Mitteln kauften sie die Anteile der Firma vom Insolvenzverwalter zurück. Ein Lohn diese Mühe: Im März 2013 wurden sie beim Innovationswettbewerb CODE_n als bestes Start-up ausgezeichnet – sie setzten sich gegen 250 Teilnehmer aus 35 Ländern durch.

B2C-Traumkunden LOHAS

Wer sind die potenziellen Kunden von grünen Gründern? Hier ist zunächst die 10,6 Millionen Menschen umfassende Zielgruppe des „Lifestyle of Health and Sustainability“ (LOHAS) zu nennen. „LOHAS sind Menschen, die beruflich erfolgreich sind und die es verstehen, sich ihr Leben angenehm zu gestalten. Und es sind Menschen, die sich diesen Lebensstil leisten können“, erläutert Walther Bruckschen, Gründungsberater und Leiter der Agentur Level5Beratung. Und weil sich mit den LOHAS auch zukünftig Geld verdienen lässt, nehmen viele Unternehmen diese relevante gesellschaftliche Strömung in ihre Kommunikation auf. „Aber die LOHAS sind auch kritisch“, gibt Bruckschen, der auch grüne Start-ups berät, bei aller Euphorie zu bedenken, „ein Unternehmen, auf dessen Produkten und Dienstleistungen Öko nur drauf steht, geht sehr schnell unter“. (Mehr über



Birte Pampel bietet mit „Geld mit Sinn!“ die Möglichkeit, Geld unter vornehmlich ethisch-ökologischen Gesichtspunkten gewinnbringend anzulegen

LOHAS und deren Gründungen lesen Sie auf unserer Homepage im Menü „Ideen“, Rubrik „Trends“.)

Grüne Ideen am Finanzmarkt

Heute wollen viele Menschen ihr Erspartes nicht mehr einfach zur Bank bringen, ohne zu wissen, was damit passiert. Schließlich könnte es sein, dass das Institut Geschäfte mit einem Textilproduzenten macht, der seine Ware von Kindern in Entwicklungsländern herstellen lässt. Aus dieser Transparenz und der Sinneshaltung von Konsumenten ergeben sich Chancen für Gründer. Wie man vor diesem Hintergrund Geld bewusst anlegt, weiß die auf nachhaltiges Wirtschaften spezialisierte Kommunikationsberaterin Birte Pampel. Die Selbständige gründete 2010 gemeinsam mit Finanzfachleuten, Anlegerinnen und Anlegern in München die Initiative Geld mit Sinn! e.V., der es ausschließlich um ethisch-ökologische Finanzbildung geht. „Die Finanzwelt ist im Aufbruch: Seit Längerem zum Beispiel mit grünen Banken und seit Kurzem etwa mit der 2012 gestarteten regionalen Wirtschaftsgemeinschaft München (ReWiG). Sie gibt Genussrechte heraus und investiert in nachhaltige Projekte, sogar eine Komplementärwährung entwi-

ckelte die ReWiG, den Realo“, so Pampel. Ihr und ihren Kunden ist es wichtig, bei Geldanlagen nach einer guten, risikoadäquaten Rendite zu fragen und zu erfahren, was das angelegte Geld bewirkt.

Derzeit legen die Deutschen etwa ein Prozent des gesamten Anlagevermögens nach ökologischen und sozialen Kriterien an – im europäischen Vergleich ist das noch relativ wenig. Bezüglich nachhaltiger Geldanlagen sei noch viel Aufklärungsarbeit nötig, weiß Birte Pampel, vor allem bei den Banken, die häufig das hohe Interesse der Anleger unterschätzten. Das ist eine Chance für grüne Gründer. „Auf den Weg der nachhaltigen Geldanlage haben sich bislang erst wenige Vermittler begeben“, bestätigt Carmen Junker, Geschäftsführerin der Grünen Geld GmbH in Aschaffenburg: „Bundesweit gibt es derzeit ungefähr 60 Berater, die sich dieses Themas angenommen haben.“

Auch in der Welt der Versicherungen bricht man langsam, aber sicher zu grünen Ufern auf. Mit „Greensurance® – Für Mensch und Umwelt“ ist seit April 2014 ein Versicherungsmodell



Energieberater und Versicherungsfachwirt Marcus Reichenberg hat ein neuartiges Versicherungsmodell entwickelt, welches das Umweltbewusstsein der Versicherten belohnt

dell auf dem Markt, das sich der Nachhaltigkeit verschrieben hat. „Wenn man die breite Bevölkerung erreichen möchte, Nachhaltigkeit zu leben, sehe ich den Weg über ein monetäres Anreizsystem. Die Idee ist, Privatkunden und Firmenkunden durch spezielle Tarife zu belohnen, wenn sie sich für die Umwelt engagieren, zum Beispiel ein Auto mit niedrigem Kraftstoffverbrauch kaufen oder gar ein Elektroauto“, erklärt Energieberater und Versicherungsfachwirt Marcus Reichenberg aus Weilheim seine grüne Finanzidee.

Das neue Versicherungsmodell zu entwickeln, bedeutete für ihn ein hartes Stück geistiger Arbeit und persönlichen Engagements, das Ergebnis kann sich sehen lassen: „Unsere Kunden werden den Klimaschutz unterstützen, einmal, weil sie dank umweltfreundlichem Verhalten Geld sparen können und aus Überzeugung. Denn wir werden nicht nur Versicherungen anbieten, sondern klären auch darüber auf, wieso es wichtig ist, sich umweltbewusst zu verhalten.“ Das neuartige Versicherungsmodell wird alle Versicherungssparten und Geschäftsbereiche abdecken, die Arbeit bewältigt Marcus Reichenberg zunächst mit elf Mitarbeitern. Außerdem wird es eine Stiftung geben, die Umwelt-, insbesondere Klimaschutzprojekte fördert. Ein Teil von Reichenbergs Einnahmen wird in diese Stiftung fließen.

Trendfaktor Erneuerbare Energien

Will man auf Strom aus Atomkraft oder aus fossilen Brennstoffen verzichten, muss man sich nicht gleich auf Kerzen beschränken, schließlich kann der Strom ja aus regenerativen Energiequellen kommen: Diese stehen im Rahmen des menschlichen Zeithorizonts praktisch unerschöpflich zur Verfügung – zum Beispiel in Form des zertifizierten Ökostroms bzw. -gases von Polarstern. „Polarstern ist seit 2011 am Markt, und bis 2016 möchten wir 50.000 Kunden haben“, sagt Florian Henle, einer der drei Gründer des Start-ups. Das gesetzte Ziel scheint forsch, da Henle



Die drei Polarstern-Gründer Simon Stadler, Jakob Assmann und Florian Henle bieten seit 2011 Privatkunden zertifizierten Ökostrom und Ökogas an und wollen damit einen praktischen Beitrag zur globalen Energiewende leisten

schätzt, dass der Anteil von Polarstern am gesamten Energiemarkt im Promillebereich liegt. Aber es ist auch realistisch: Ökostrom ist im Aufwind. 2011 zum Beispiel betrug der Anteil von Ökostrom am gesamten Strommix 20 Prozent. Damit lag sein Anteil erstmals über dem von Steinkohle (19 Prozent) und Atomstrom (18 Prozent). Lediglich der Anteil von Braunkohle übertraf mit 25 Prozent den des Ökostroms.

Und: Insgesamt wollen in Deutschland 40.000.000 Haushalte mit Strom versorgt werden. „Warum sollten Verbraucher im Zuge dieser Entwicklung also nicht auch zu uns wechseln“, schmunzelt Henle. „Mit Polarstern wollen wir einen Beitrag zur globalen Energiewende leisten, wir wollen ein kleiner heller Stern am Energiehimmel sein, eine deutlich sichtbare Alternative am Horizont.“ Außer Florian Henle gehören Dr. Jakob Assmann und Simon Stadler zum Gründerteam. Ein Kunde der drei zu werden, ist ganz leicht: „Man kann persönlich in unserem Münchner Büro vorbeikommen oder telefonisch bestellen, statt anonym über die Home-

page zu wechseln“, lädt Henle ein. Einmal Kunde, bekommt man seine Ökoenergie aus Europa: „Unser Strom wird beispielsweise direkt von österreichischen Wasserkraftwerken eingekauft oder das Ökogas von einer Reststoff-Biogasanlage einer ungarischen Zuckerrübenfabrik.“ Das Unternehmen fördert damit auch den Ausbau von Anlagen, die Strom aus regenerativen Energiequellen gewinnen. Das bewirken andere seriöse Anbieter von Ökostrom auch. Das Besondere: In beiden Ökotarifen des Unternehmens sind pro Kunde außerdem 20 Euro für Entwicklungshilfe enthalten, aktuell fließt das Geld in den Bau von Mikro-Biogasanlagen in Kambodscha. Mit anderen Worten: Jeder Kunde bezieht Ökoenergie und hilft einer Familie in Kambodscha, ebenfalls erneuerbare Energien zu nutzen. Das ist bislang einzigartig in Europa: „Wir wollen helfen, dass diese Länder sofort den erneuerbaren Weg einschlagen und nicht den Umweg über Kohle und Atom gehen“, sagt Henle. Ihr Unternehmen habe bereits mehreren tausend Menschen in Kambodscha zu mehr Lebensqua-



ZIM-Plant ist die weltweit erste Technologie, die den Wasserbedarf von Pflanzen misst. Darauf basierend wird die optimale Bewässerung berechnet

lität verholten, das sei „ein schönes Gefühl“.

Grüne Technologie für die Landwirtschaft

„Süßwasser wird zunehmend knapper bei wachsender Weltbevölkerung, das heißt, immer mehr Menschen steht immer weniger Wasser zur Verfügung. 70 Prozent der Weltwasserreserven setzt die Landwirtschaft derzeit zur Bewässerung ihrer Felder ein. Um den Gau zu vermeiden, dass die Menschheit zukünftig verdurstet, besteht die absolute Notwendigkeit zu wassersparenden Technologien“, schildert der Diplom-Biologe Simon Rüger von Yara ZIM-Plant Technology in Hennigsdorf. Das junge Brandenburger Unternehmen vertreibt eine Messsonde, die direkt an der Pflanze angebracht wird und mit Hilfe eines kleinen magnetischen Clips Informationen zum Wasserhaushalt in Echtzeit ans Internet übermittelt. „Mit Hilfe der Daten lassen sich 40 Prozent der benötigten Wassermenge zum Bewässern der Pflanzen sparen. Ein weiterer Effekt der zielgenauen Bewässerung ist, dass sich die Qualität der Ernte verbessert“, so Rüger.

ZIM-Plant ist weltweit die erste Technologie, die den Durst der Pflanze misst. Die bahnbrechende Idee

hatte 2007 Prof. Dr. Ulrich Zimmermann von der Universität Würzburg. Simon Rüger und Mitgründer Wilhelm Ehrenberger waren Studenten an seinem Lehrstuhl, dank des EXIST-Gründerstipendiums konnten sie einen Businessplan für ihr Start-up entwickeln, Investoren gewinnen und schließlich eine GmbH gründen: „Über Professor Zimmermann entstanden Kontakte zum High-Tech-Gründerfonds und zum Land Brandenburg, beide unterstützten uns nach dem Stipendium.“ Ende 2010 bzw. Anfang 2011 war der offizielle Start von ZIM-Plant. Innerhalb von drei Jahren gelang es den Gründern, die Technologie an den Markt zu bringen und Umsätze zu generieren. Heute exportiert das Unternehmen beispielsweise nach Australien, Südeuropa, Südafrika und nach Südamerika. Kunden sind Wissenschaftler, zunehmend aber auch Landwirte, die ihre Felder bedarfsgerecht bewässern möchten. Simon Rüger blickt optimistisch in die Zukunft: „Seit dem 1. Januar 2014 sind wir eine 100-prozentige Tochter von Yara in Dülmen, wir arbeiten gemeinsam am Thema Wasser sowie an weiteren Technologien, vor allem im IT-Bereich. Yara ist der weltweit führende Anbieter von Mineraldüngern.“

Hightech-Rohstoffrecycling

Mit dem Müll sondern wir Stoffe aus unserem Wirtschafts- und Konsumleben aus, welche die Umwelt auf vielfältige Weise belasten. Selbst wenn Abfälle verbrannt oder mit anderen Verfahren in nicht mehr reaktionsfähige Produkte umgewandelt werden, entsteht dabei das klimagefährdende Treibhausgas CO₂. Aber in jedem Stück Abfall steckt auch eine Chance für findige Gründer. Jüngst baute das Berliner Start-up TARTECH eco industries AG in einem Joint Venture mit Covanta Energy, dem weltweit führenden Müllverbrennungsunternehmen, nahe dem US-amerikanischen Boston die größte Asche-Wiederaufwertungsanlage der Welt und plant allein in den USA den Bau von 17 weiteren Anlagen.

Das 2011 gegründete Unternehmen filtert nichtmagnetische Metalle wie etwa Aluminium, Kupfer, Messing oder Zink aus der Asche von Müllverbrennungslagen und verkauft sie. Die Gründer, das sind der Berliner Anwalt Alexander Graf von Kalckreuth, der Hochgeschwindigkeitsphysiker Dipl.-Ing. Claus Gronholz sowie der Vorstandsvorsitzende und Hauptaktionär der Ströer Media AG, Udo Müller, sind sich sicher: Ihr Konzept hat Perspektive, da Rohstoffe auf dem Weltmarkt zunehmend teurer werden und eine moderne Gesellschaft es sich nicht leisten kann, wertvolle Rohstoffe wegzuworfen. Zum Beispiel handelt man eine Tonne Kupfer derzeit für zirka 6500 Dollar, eine Tonne Aluminium kostet rund 1700 Dollar. Und: Allein in Berlin fallen jährlich 131.250 Tonnen Asche an. Aus dieser Menge lassen sich 9600 Tonnen Eisen und 920 Tonnen Nichtmetalle zurückgewinnen. Die Nutzung der in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführten Metalle, deren weltweiter Bedarf nach wie vor ungebrochen ist, vermeidet in der globalen Bilanz große Mengen an CO₂-Emissionen. Bei TARTECH rechnet man mit einem zukünftigen Investitionsvolumen von 133 Millionen Euro. Eine Summe, die nur wenige Gründer der Green-Economy-Branche aufbringen.



TARTECH-Mitgründer Alexander von Kalckreuth und seine Mitstreiter haben ein Verfahren entwickelt, um wertvolle Rohstoffe aus Müllverbrennungsresten herauszufiltern

Kreativ-Trend: Upcycling

Oft im kleinen Rahmen gründen dagegen Upcycling-Designer, die Abfall als Material für die Schaffung neuer Produkte verwenden, weiß Gert Schmidt, der Projektkoordinator der Hannoveraner Umweltinitiative Wandelwerte e.V. ist. Upcycling ist im Trend, aber: „Weil ein Upcycling-Designer seine Produkte z.B. meist nur in kleinen Stückzahlen und zu höheren Preisen herstellen kann, als dass er sie als Serienprodukte über den Einzelhandel verkaufen könnte, sollten Gründer sich überlegen, wie sie in diesen Markt einsteigen.“ Wichtig sei neben einer guten Idee vor allem eine fundierte Marketingstrategie. Im Gegensatz zum Recycling ist für Upcycling ein geringerer Energieaufwand nötig, um Neues zu schaffen, und die Qualität des Abfalls wird gesteigert.

Wandelwerte setzt den Schwerpunkt auf Upcycling-Design: Zum Beispiel gestaltet Mitglied Joy Lohmann aus ausrangierten Wertstofftonnen kauf- bzw. mietbare Aktionsboxen für die Öffentlichkeitsarbeit von Umweltthemen. Unter anderem über dieses Angebot und über Mitgliedsbeiträge finanziert sich Wandelwerte. Um die Vereinsziele zu fördern, brachte Gert Schmidt gemeinsam mit Birgit Böhm, Alisdair McGlasson und Astrid Jansen im Jahr 2013 ein Spin-Off von Wandelwerte auf den Weg, von dessen erwirtschaftetem Gewinn zehn Prozent der Vereinsarbeit zugute kommen sollen. Geplant war und ist, alltagstaugliche Produkte aus Restwertstoffen zu produzieren und die Produktionsabfälle von Industriebetrieben auf ihr Upcycling-Potenzial hin zu analysieren. Für diese Gründungsidee gewannen die vier Unternehmer im Februar 2013 den dritten Platz beim StartUp-Impuls Wettbewerb und wurden mit dem proKlima Branchenpreis von Enercity ausgezeichnet.

„Wir arbeiten fortwährend an unserem Start-up, und erste Kontakte sowie sehr gute Gespräche fanden statt“, ergänzt Birgit Böhm. Für 2015 geht sie davon aus, erste Produkte aus Abfallanalysen von den Unter-



Einst eine Mülltonne, heute ein strandkorbähnlicher Hingucker der etwas anderen Art. Das ist ein Upcycling-Produkt, mit dem die Designer von Wandelwerte e.V. auf sich und das Thema Umwelt- und Ressourcenschutz aufmerksam machen

nehmen möglichst aus der Region Hannover auf den Weg bringen zu können. Das Abfallvolumen in Deutschland bzw. allein schon in Hannover ist riesig, und natürlich sind damit Herausforderungen verbunden. Birgit Böhms Vermutung zur noch fehlenden Nachfrage ist, dass Upcycling für Unternehmen insofern (noch) kein Thema ist, als die Abfälle abgeholt und recycelt werden – obschon Unternehmen per Kreislaufwirtschaftsgesetz gehalten sind, kreative Ideen zu entwickeln, wie sie ihre Abfälle verwerten: „Allerdings ist das Gesetz sehr allgemein gefasst. Upcycling wird den Unternehmen nicht konkret als Lösungsansatz vorgeschrieben.“

Ideen rund um Elektromobilität

„Der Segway ist ein Elektroroller, der eine Person befördert und diese automatisch ausbalanciert“, erläutert Hendrik Schneider vom Berliner Start-up yooove Mobility GmbH. Yooove ist derzeit der größte Individualanbieter für Segways in Berlin und Brandenburg. Entwickelt hat das pfiffige Gefährt 1999 der US-Amerikaner Dean Kamen, der Elektroroller sollte überfüllte Straßen vom Autoverkehr entlasten. Der lautlose Stehroller ist deutlich kleiner als ein Auto, auch sein CO₂-Ausstoß ist gering, er beträgt lediglich 23 g/km, ein Auto emittiert dagegen circa 130 g/km. Nach 35 km Fahrt mit dem Segway ist sein Akku leer, die Strommenge,



Hendrik Schneider und Fabian Paul, die Gründer der Yoove Mobility GmbH, setzen voll auf E-Mobility. Ein Standbein sind die Segways (im Foto zu sehen), die sie als Auto-Ersatz in Berlin anbieten

die zum Aufladen benötigt wird, kostet zirka einen Euro. Seit Mitte 2009 dürfen Segways in Deutschland am öffentlichen Straßenverkehr teilnehmen. Um dies zu ermöglichen, schuf die Bundesregierung sogar die neue Fahrzeugklasse „elektronische Mobilitätshilfe“.

Im März 2010 gründete Hendrik Schneider die yoove Mobility GmbH gemeinsam mit Fabian Paul. „Fabian kannte die Stehroller bereits seit seinem Bundeswehrdienst, sie begeisterten ihn, und so begannen wir ab 2009, ein Konzept für ein Start-up zu erstellen, in dem der Stehroller die Hauptrolle spielen sollte. Gestartet sind wir mit zehn Segways, derzeit vermieten wir über 100 Elektroroller und beschäftigen rund 15 Mitarbeiter“, berichtet Schneider. In das Geschäft mit dem kultigen Stehroller einzustiegen war mutig, immerhin kostet ein solches Gefährt 8000 bis 10.000 Euro, die sie finanzieren

mussten. Doch die Rechnung geht auf. Yoove bietet zum Beispiel geführte Berlin-Touren für Touristen an, die von einer bis drei Stunden dauern. Aber genauso mieten Geschäftsleute den Stehroller, um innerhalb Berlins schnell von einem Ort zum anderen zu kommen, oder Firmen setzen ihn zu Werbezwecken ein: „Das klingt alles so einfach, doch zum Beispiel einen Versicherer für unsere Fahrer mussten wir erst einmal finden, obschon das Fahren mit dem Roller nachweislich sehr sicher ist“, erläutert Hendrik Schneider.

Sein Traum für die Zukunft ist, vermehrt Unternehmen in ihren ökologischen Ansätzen zu unterstützen, also sie zum Thema Elektromobilität an sich zu beraten: „Schließlich sind unsere eigenen Firmenfahrzeuge Hybridautos, und wir starteten 2011 die erste Vermietung von Elektroautos deutschlandweit – nicht zuletzt, um das Thema E-Mobility mit unserem Konzept für jeden erlebbar zu machen.“ „Ob unsere Gründung in anderen Städten Erfolg gehabt hätte und damit nachahmenswert ist, ist schwer zu sagen“, räumt Hendrik Schneider ein. „Ich denke, da ist auch Glück im Spiel. Berlin ist in Deutschland die Hauptstadt der Elektromobilität, hier fiel auch am 3. Mai 2010 der Startschuss für die ‚Nationale Plattform Elektromobilität‘, ein Zusammenschluss von Politik und Wirtschaft, der die Elektromobilität in Deutschland marktfähig machen will.“

Ökologische Bekleidung

Beim Herstellen von Schuhen und bei ihrer Entsorgung entstehen ökologische und soziale Probleme. Zum Beispiel dann, wenn der Hersteller Ledergerbverfahren in Verbindung mit unzureichender Abwasserentsorgung einsetzt bzw. eingesetzt hat. Das Start-up COMAKE Shoes aus Weimar bietet seit Januar 2014 einen Bausatz an, mit dem man seinen Ökoschuh selbst näht: Den COMAKE Hungry. Wem die Zeit fehlt, zu Nadel und Faden zu greifen, der bestellt das Modell „Lazy“. „Wir lassen ihn unter fairen Bedingungen regional anfertigen“, sagt Andreas Sonnefeld. Der Diplom-Produktdesigner entwickelte gemeinsam mit dem Betriebswirt Marcus Slomczyk den Ökoschuh innerhalb von eineinhalb Jahren, im Anschluss an ein studentisches Projekt von Sonnefeld und einer Kommilitonin: „Unsere Mitstreiterin sprang leider ab, wir tüftelten dann zu zweit weiter – teils nächtelang, und zwar in den Räumen der Gründerwerkstatt neudeli der Bauhaus-Universität Weimar“, so Sonnefeld.

Den Lebensunterhalt bestritten die Gründer während dieser Zeit über das EXIST-Gründerstipendium und aus ihren Ersparnissen. „Alle Bestandteile, das Leder, die Laufsohle, die Fußbetten und die Schnürsenkel, sind aus nachwachsenden und recyclebaren Materialien. Lediglich die Schnürsenkel enthalten 0,6 Prozent Kunststoff, um ihre vernünftige Zugfestigkeit und Handhabbarkeit zu erreichen. Der modulare

Das Start-up COMAKE aus Weimar bietet einen rundum ökologisch hergestellten und recycelbaren Schuh an, den man entweder im Bausatz zum Selbstnähen oder als fertigen Schuh kaufen kann



Aufbau des Ökoschuhs ermöglicht einfache Reparaturen und sortenreines Trennen der Materialien“, erklären die Gründer. „Indem wir den Kunden in den Prozess mit einbeziehen, wie sein Schuh entsteht, konsumiert er bewusst. Was man selber herstellt, schätzt man nach unserer Erfahrung mehr, als was man fertig kauft.“ Das Gründerteam plant außer dem Schuhverkauf zukünftig Workshops anzubieten, als Service für Kunden, die in der Gruppe lernen wollen, wie sie ihren Ökoschuh herstellen.

Sie laufen beide fast täglich auf den Sohlen ihres eigenen Produktes, aber: Weder Sonnefeld noch Slomczyk haben das Kapital, um die Produktion vorzufinanzieren. Dazu ließen sie sich bereits in der Vorgründungsphase etwas einfallen: „Wir sammelten seit Anfang Dezember 2013 bis Mitte Januar 2014 Geld auf Startnext, um die Schuhproduktion zu finanzieren.“ Startnext ist die größte Crowdfunding-Plattform für kreative Projekte im deutschsprachigen Raum. „Danach hatten wir das Geld zusammen, um uns eine Lederstanze zu kaufen, das Material für 70 Paar Schuhe zu besorgen und um unseren Helfern und Helferinnen für ihr Engagement etwas zu bezahlen.“ Seit März haben die Gründer auch einen Webshop: „Darüber hinaus sprechen wir potenzielle Kunden direkt an, ob sie den Schuh tragen möchten. Noch produzieren wir in kleiner Auflage und ‚on demand‘. Aber wir wünschen uns für die Zukunft natürlich hohe Stückzahlen.“

Boom-Faktor Ernährung

Ein Supermarkt mit einem rein pflanzlichen Sortiment, fair gehandelt und alle Produkte kommen aus biologischem Anbau? Dank Jan Bredak ist das für die Menschen in einigen deutschen Großstädten bereits Wirklichkeit: Der Gründer eröffnete im Juli 2011 in Berlin den ersten veganen Vollsortimentsupermarkt Deutschlands, in den nächsten Jahren folgten weitere, unter anderem in Frankfurt, Hamburg und München. Die Idee zu „Vegan – Wir lieben Leben“ schwelte in Bredak, seit er 2008 seine eigene Ernährung von

Fast Food auf vegan umstellte: „Mein Credo ist, die vegane Ernährung allen Menschen zu ermöglichen, Vorurteile gegen Veganer abzubauen.“ Vegan aus der Taufe zu heben brauchte den Mut, rund eine Millionen Euro Eigenkapital in den Markt am Prenzlauer Berg zu investieren. Für die Eröffnung der weiteren Märkte überzeugte Bredak Banken, suchte nach Investoren beziehungsweise wurde dank des erfolgreichen Starts von Investoren angesprochen. Jan Bredak arbeitete vor der Gründung als Manager bei Mercedes, den Sprung in die Selbständigkeit als Lebensmittelhändler wagte er, weil er erlebte, wie schwierig es ist, für die vegane Ernährung Lebensmittel zu beschaffen. „Das wollte ich ändern“, sagt er und fand eine Marktlücke. „Ich schaute mich um, welche veganen Lebensmittel man weltweit anbietet und entwickelte die Idee vom veganen Supermarkt oder besser: von der veganen Supermarktkette.“

Rund zweieinhalb Jahre Vorlauf brauchte er, um das 6000 Produkte umfassende Sortiment zusammenzustellen: „Obschon unsere Lebensmittel teurer sind als in normalen Supermärkten, ist der Zulauf enorm: Seit wir den ersten Markt in Berlin-Prenzlauer Berg eröffneten, überrollen uns dort die Kunden.“ Bei Vegan kann man auch online einkaufen, doch betritt man den Supermarkt, fühlt man sich gleich zu Hause: Ein integriertes Bistro mit veganen Getränken und Snacks lädt zum gemütlichen Verweilen ein. Ferner bekommt man außer Lebensmitteln Drogerieartikel, Haushaltgeräte, vegane Schuhe und Kleidung. Sogar einen Cateringservice gibt es für diejenigen Kunden, die zu Hause eine Veggie-Party planen. Darüber hinaus bietet Breganz Kochkurse und Workshops rund um die vegane Lebensweise an, vor Kurzem ist sein erstes Buch erschienen.

Berlin könnte man als „Veggie-Hauptstadt“ Deutschlands bezeichnen, beispielsweise ist der Deutsche Vegetarierbund (VEBU) hier zu Hause, aber: „Veganer sind in Berlin und in allen anderen Märkten die Minderheit der Kunden von Vegan“, sagt Jan Bredak.



Jan Bredak hat rund 1 Mio. Euro in seinen ersten rein veganen Vollsortimentsupermarkt investiert. Und das sehr erfolgreich: Mittlerweile betreibt er Märkte in mehreren deutschen Großstädten

Zum Beispiel vertrügen manche keinen Milchzucker oder sind glutenintolerant und finden dann entsprechende Alternativen im Sortiment. In normalen Supermärkten bekäme man die Wahl oft nur zwischen wenigen Produkten – und wenn man diese nicht möge, müsse man ganz darauf verzichten oder viel Zeit aufwenden, um anderswo einzukaufen. Für sein Unternehmen ist Bredak von früh bis spät im Einsatz, außerdem arbeiten für seine Supermarktkette derzeit 80 Mitarbeiter – und es soll noch weiter gehen: Bis 2015 sind 21 Filialen in europäischen Großstädten geplant, insgesamt soll die Supermarktkette später einmal 60 Märkte umfassen. Das will Jan Bredak auch mithilfe eines Vegan-Lizenzmodells erreichen, das er anderen Gründern anbietet. **S^p**

Ein Interview mit Dr. Ralf Weiß, der maßgeblich an der Entwicklung des ersten Green Economy Gründungsmonitors mitgewirkt hat, lesen Sie hier: <http://bit.ly/1tUm3aj>

Viele wertvolle Infos und Tipps für Green-Economy-Gründer finden Sie außerdem auf www.starting-up.de in der aktuellen „Link-Sammlung“