

Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Institut für interdisziplinäre Arbeitswissenschaft

Professur für Innovationsmanagement

Nachhaltiges, soziales und ökologisches Unternehmertum - ein selektiver Vergleich

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B. Sc.)“ im Studiengang Wirtschaftswissenschaft
der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover
vorgelegt von

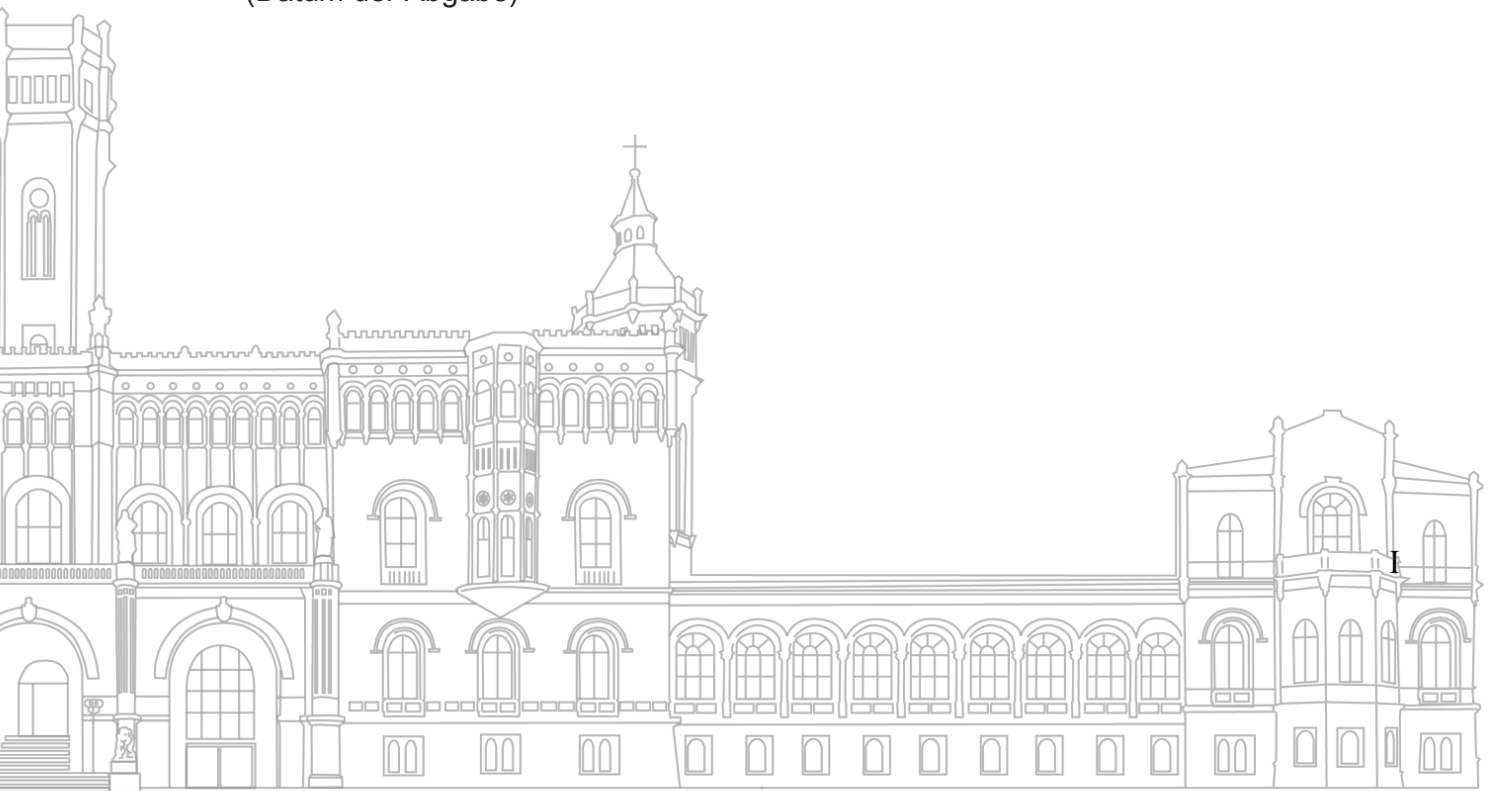
Name: Schulz

Vorname: Tabea

Prüfer: Prof. Dr. J. N. Foege

Hannover, den* 02.06.2022

*(Datum der Abgabe)



INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	II
Kurzzusammenfassung	III
1 Einleitung	1
2 Theoretischer Hintergrund	3
2.1 Das klassische Konzept des Unternehmertums	3
2.2 Der konzeptionelle Rahmen des ökologischen Unternehmertums	4
2.3 Der konzeptionelle Rahmen des sozialen Unternehmertums	6
2.4 Nachhaltiges Unternehmertum als Zukunftsstrategie	7
2.5 Literaturübersichtstabelle	9
3 Propositionen	11
3.1 Quelle unternehmerischer Chancen	11
3.2 Ressourcenbeschaffung als unternehmerische Herausforderung	12
3.3 Innovationen als Schlüsselement des Entrepreneurship	14
3.4 Bewertung des Unternehmenserfolgs	15
3.5 Auswirkungen auf die Gesellschaft	16
4 Diskussion	18
4.1 Theoretische Implikationen	18
4.2 Praktische Implikationen	19
4.3 Limitationen und zukünftige Forschung	20
5 Fazit	22
Literaturverzeichnis	23
Eigenständigkeitserklärung	26

NACHHALTIGES, SOZIALES UND ÖKOLOGISCHES UNTERNEHMERTUM

– EIN SELEKTIVER VERGLEICH

KURZZUSAMMENFASSUNG

In dieser Arbeit werden die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen kommerziellem, ökologischem, sozialem und nachhaltigem Unternehmertum untersucht. Ziel ist, zu einem tieferen Verständnis der Konzepte beizutragen, da diese in der gegenwärtigen Forschung unzureichend abgegrenzt sind. Dazu werden die Konzepte auf Grundlage einer Literaturrecherche in fünf Kategorien verglichen: die Quelle unternehmerischer Chancen, die Ressourcenbeschaffung, die Rolle der Innovation, die Erfolgsmessung und die Auswirkungen auf die Gesellschaft. Es ist festzustellen, dass sich die Konzepte des ökologischen, sozialen und nachhaltigen Unternehmertums darin gleichen, dass sie alternative Paradigmen zum kommerziellen Unternehmertum darstellen. Innovationen sind als verbindendes Merkmal der betrachteten Unternehmenskonzepte zu verstehen. In Anbetracht der Dynamik der gesellschaftlichen Probleme sowie der Vielfältigkeit an Marktchancen erscheint die Einführung einer strikten, allgemeingültigen Definition jedoch als nicht sinnvoll.

Keywords: Nachhaltig; Sozial; Ökologisch; Unternehmertum; Unternehmerische Chancen; Innovation; Gesellschaftliche Transformation; Nachhaltige Entwicklung

1 EINLEITUNG

Der Erdüberlastungstag ist das Datum, an dem die menschliche Nachfrage das Jahresbudget aller natürlichen Ressourcenvorräte aufgebraucht hat, die die Erde reproduzieren und damit nachhaltig zur Verfügung stellen kann (Global Footprint Network, 2022). Im Jahr 2021 fiel er auf den 29. Juli. Dieser sogenannte *Earth Overshoot Day*, eine jährliche Kampagne der Organisation Global Footprint Network, verdeutlicht die Herausforderung, vor der die Menschheit seit Ende des 19. Jahrhunderts steht – der Zerstörung der eigenen Lebensgrundlage entgegenzuwirken (WWF, 2022).

Mit Veröffentlichung des Berichts „Unsere gemeinsame Zukunft“ durch die Weltkommission für Entwicklung und Umwelt der Vereinten Nationen in 1987 wurde der Diskurs über Nachhaltigkeit angestoßen. Darin wird nachhaltige Entwicklung definiert als „development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs“ (WCED, 1987: 41). Folglich muss ein Gleichgewicht zwischen Umwelt, sozialem Wohlergehen und wirtschaftlicher Entwicklung herrschen, um Lebensqualität zu sichern (Binder, 2016).

Daraufhin wuchs das Bewusstsein für die sozio-ökologischen Herausforderungen in der Gesellschaft globalisierter Marktwirtschaften (Zweck, Holtmannspötter, Braun, Hirt, Kimpeler & Warnke, 2015). In Industrieländern äußerte es sich darin, dass von den staatlichen Institutionen erwartet wurde, entsprechende Gesetze und Richtlinien für Unternehmen und Konsumenten zu erlassen und diesen ein verantwortungsvolles Handeln vorzuschreiben (Spiegel, 2011). Im Jahr 1999 bezeichneten Hart und Milstein (1999) nachhaltige Entwicklung als eine der größten Geschäftsmöglichkeiten in der Geschichte des Handels. In der Folge verstärkten Unternehmen den Fokus, ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt und Gesellschaft nachzukommen, sodass sich die Unternehmenskonzepte Environmental, Social und Sustainable Entrepreneurship entwickelten.

Im Zuge der wachsenden Popularität dieser Konzepte entwickelten sich in der Literatur unterschiedliche Definitionen und Begriffe auf dem Forschungsgebiet des nachhaltigen, sozialen und ökologischen Unternehmertums. Beispielsweise wird das Wort ‚Green Entrepreneurship‘ sowohl für rein umweltbezogene als auch für nachhaltigkeitsorientierte Unternehmungen eingesetzt (Dudin, Ivashchenko, Gurinovich, Tolmachev & Sonina, 2019; Hockerts & Wüstenhagen, 2010). Gleiches gilt für den Begriff ‚Social Entrepreneurship‘, der im Sinne von Gleichberechtigung, aber auch als Synonym für ‚nachhaltig‘ verstanden wird (Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman, 2009).

Die unzureichende Abgrenzung hat zur Folge, dass wissenschaftliche Arbeiten nicht nahtlos aufeinander aufbauen können oder inkonsistent sind und so der Fortschritt in den entsprechenden Forschungsfeldern des Entrepreneurship verlangsamt wird. Ebenso kann das Fehlen eines einheitlichen Verständnisses die praktische Umsetzung in Unternehmen sowie den gesellschaftlichen Wandel zur Nachhaltigkeit behindern.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Konzepte des kommerziellen, ökologischen, sozialen und nachhaltigen Unternehmertums voneinander abzugrenzen und die bestehenden Unstimmigkeiten in Bezug auf die Terminologie und die Definitionen zu minimieren. Zunächst werden die Unternehmenskonzepte mit ihren zugrundeliegenden Annahmen erläutert. Anschließend werden anhand ausgewählter Kriterien Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet, um ein tieferes Verständnis der Konzepte zu erreichen. Nachfolgend werden die Erkenntnisse in Form von theoretischen und praktischen Implikationen diskutiert und die Limitationen dieser Arbeit aufgezeigt. Ein Ausblick auf den zukünftigen Forschungsbedarf und ein Fazit schließen diese Arbeit ab.

5 FAZIT

Ziel der Arbeit war es, anhand einer Literaturrecherche einen selektiven Vergleich der Konzepte des sozialen, ökologischen und nachhaltigen Unternehmertums zu liefern, um zu deren tieferem Verständnis beizutragen.

Es konnte gezeigt werden, dass sich die Konzepte einerseits darin gleichen, dass sie alternative Paradigmen zum kommerziellen Unternehmertum darstellen. Andererseits unterscheiden sie sich in ihren Logiken und Strategien, um die ökologischen, sozialen oder nachhaltigen Ziele zu erreichen. Innovationen sind als verbindendes Merkmal der betrachteten Unternehmenskonzepte zu verstehen. Im Vergleich zu gewinnorientierten Unternehmen unterscheiden sich die Quellen und Formen der Chancenverwertung sowie die Fähigkeiten zur Ressourcenakquise. Darüber hinaus bieten sie das Potenzial, die Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit zu transformieren.

In Anbetracht der Dynamik der gesellschaftlichen Probleme sowie der Vielfältigkeit an Marktchancen erscheint die Einführung einer strikten, allgemeingültigen Definition als nicht sinnvoll. Kontextbezogene Überschneidungen und Veränderungen werden nicht auszuschließen sein. Die in dieser Arbeit zusammengefassten wesentlichen Merkmale für eine Definition leisten jedoch einen Beitrag dazu, die verschiedenen Ausrichtungen von Unternehmungen einheitlich zu bezeichnen. In zukünftiger Forschung sollte der Fokus auf Sichtbarkeit und Messbarkeit der Konzepte gelegt werden, um den gesellschaftlichen Wandel stärker voranzutreiben.