

Den Wandel hin zu nachhaltigem Wirtschaften treiben laut Barbara Dubach gerade Startups entscheidend voran. Die Umweltökonomin hilft Unternehmen, sich nachhaltige Ziele zu stecken und wissenschaftliche Erkenntnisse zu Geschäftsideen zu machen.

STARTUPS SIND EIN MOTOR FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



INTERVIEW: YVONNE VON HUNNIUS

Welche Hauptvorteile bringt nachhaltiges Wirtschaften einem Startup?

Barbara Dubach: In der heutigen Zeit ist nachhaltiges Wirtschaften eindeutig ein Wettbewerbsvorteil – und das gilt für Startups, KMU oder auch Grossunternehmen. Wer Themen wie den Klimawandel anpackt, findet neue Geschäftsmöglichkeiten und hebt sich so von der Konkurrenz ab. Wenn Unternehmen dabei transparent und glaubwürdig sind, gewinnen sie auch an Reputation. Das ist auch wichtig bei der Suche nach den besten Talenten, die inzwischen ein Nachhaltigkeitsengagement von Arbeitgebenden erwarten.

Welche Rolle hat dabei die Kreislaufwirtschaft?

Wir stecken im Moment in einem Kreislaufwirtschaftsboom. Das ist positiv: Wir müssen Ressourcen durch unser Wirtschaften im Kreislauf halten und Effizienz gewinnen. Ich sehe hier viele Ansätze für clevere Geschäftsmodelle – etwa Ideen rund um die Lebensdauererweiterung von Produkten zum Beispiel durch Reparaturen. Die Universität St. Gallen hat in einem Projekt des NFP 73 mehr als 30 Kreislaufmodelle identifiziert, die Gründerinnen und Gründern als Inspiration dienen können. Dabei fragt sich aber immer: Welche Ressourcen sollten bestenfalls wie lange im Kreislauf gehalten werden, damit es definitiv einen Mehrwert bringt?

Manche Startups beschränken sich zunächst auf die Kompensation von CO₂ ...

Der erste Schritt muss immer die Reduktion der eigenen Emissionen sein. Wenn aus bestimmten Gründen die Prozesse nicht weiter optimiert werden können, ist – bis weitere Massnahmen folgen – für den Rest eine Kompensation sinnvoll. Wer es ernst meint, kann es aber nie bei der Kompensation belassen. Zudem geht es auch hier um Authentizität: Start-ups sollten bei der Kompensation einen Bezug zum eigenen Geschäft suchen und etwa Projekte in der Landwirtschaft fördern, wenn sie mit Nahrung zu tun haben.

BARBARA DUBACH

Die Umweltökonomin Barbara Dubach ist Gründerin und Geschäftsführerin von engageability, einem Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit und Stakeholder Engagement. Sie hat die Schweizer Plattform Business Sustainability Today lanciert, die zur Anwendung der UN-Nachhaltigkeitsziele in der Wirtschaft inspirieren und informieren will. Zudem leitet sie den Wissens- und Technologietransfer des Nationalen Forschungsschwerpunkts „Nachhaltige Wirtschaft“ NFP 73 und ist in einigen Organisationen Verwaltungs- und Stiftungsrätin. In der Vergangenheit hat sie in verschiedenen Positionen für das Bundesamt für Umwelt, den Baustoffkonzern Holcim wie auch den World Business Council for Sustainable Development im In- und Ausland gearbeitet.

In welchem Nachhaltigkeitsbereich sind Schweizer Startups stark?

Es gibt in der Schweiz viele Gründungsideen, die auf Wissenschaft basieren und beispielsweise aus der ETH, EPFL oder Universität Zürich heraus entstehen. Nehmen wir die ETH-Ausgründung planted, die gerade mit Fleischalternativen durchstartet. Gleichzeitig sehe ich den Trend zu Kollaboration, unter Start-ups und mit grossen Unternehmen. Ein gutes Beispiel ist der Technologiekonzern Bühler aus Uzwil, der Lebensmittel-Start-ups fördert. Manche Unternehmen erkennen heute, wo sie Potenzial punkto Nachhaltigkeit haben und suchen dafür die Zusammenarbeit mit cleveren Startups.

Dann sind Startups besonders wichtig dafür, die Wirtschaft nachhaltiger zu gestalten?

Unbedingt! Man findet echte unternehmerische Nachhaltigkeit hauptsächlich bei Startups. Entscheidend ist hier die Bereitschaft zum Wandel, die sogenannte change readiness, wie auch der Wille, einen effektiven positiven Beitrag zu leisten. All das steckt jungen Unternehmen oft in der DNA. Bei grossen Unternehmen herrscht häufiger das Denken vor, Risiko oder negative Auswirkungen zu minimieren.

Wie können Start-ups die Themen finden, in denen sie mit ihrer Geschäftsidee den grössten positiven Nachhaltigkeitseffekt erreichen?

Die 17 Ziele nachhaltiger Entwicklung der Vereinten Nationen bieten gute Orientie-

« Man findet echte unternehmerische Nachhaltigkeit hauptsächlich bei Startups. »

rung. Jeder kann sich inspirieren lassen von existierenden Beispielen. Etwa auf der Plattform Business Sustainability Today – sustainability-today.com – beim Green Business Award oder bei der Solar-Impulse-Stiftung, die tausend umweltfreundliche und wirtschaftliche Lösungen zur Erreichung der Klimaziele gesammelt hat.

Und wie arbeitet man konkret mit den 17 Zielen?

Wären Sie eine Gründerin, sollten Sie sich zunächst überlegen, welche der Ziele für Sie persönlich und für Ihre Unternehmung am wichtigsten sind. Dann schauen Sie sich am besten an, welche Herausforderungen die dringlichsten in Ihrem Ursprungsland oder Markt sind – dazu gibt es regelmässig Untersuchungen. In der Schweiz sind das unter anderem Gleichberechtigung oder nachhaltiger Konsum. Als nächstes geht es um Ideen, wie Ihr Unternehmen hier einen möglichst grossen Beitrag leisten kann. Bestenfalls kommen skalierbare Geschäftsmodelle heraus. Dabei sollten Sie mit Ihren Stakeholdern das Potenzial abklären – also mit Kundengruppen, Investoren, Geschäftspartnern sprechen. Diesen Prozess kann jeder allein durchlaufen. Wer Hilfe will, findet inzwischen Strategie-Tools – etwa SDGXCHANGE, das wir bei engageability in Zusammenarbeit mit The Institute for Business Sustainability entwickelt haben.

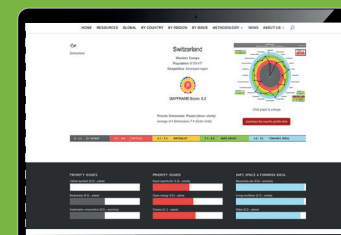
Sie sind auch Leiterin des Wissens- und Technologietransfers des Nationalen Forschungsprogramms «Nachhaltige Wirtschaft» NFP 73. Wo sehen Sie hier spannende Ansatzpunkte für eine Kooperation mit Start-ups?

Bei NFP 73 wird im Rahmen von 29 Projekten in allen möglichen Bereichen geforscht – sei es im Finanz- und Bauwesen oder zu Lieferketten. Auf www.nfp73.ch kann jedes Start-up Andockmöglichkeiten finden. Hervorheben kann ich momentan vielleicht den Food- und Mobilitätssektor wie das Thema «nachhaltiges Verhalten».

Vor einem Jahr betonten Sie in einem Interview, dass die Corona-Krise neue Wege für eine nachhaltigere Wirtschaft aufzeige. Sehen Sie schon Fortschritte?

Ich sehe schon länger einen Trend in diese Richtung und bin überzeugt davon, dass er sich fortsetzt. Unternehmen bekommen von Investoren und Kunden Druck, etwas zu tun. Sie setzen sich immer mehr wissenschaftlich basierte Nachhaltigkeitsziele. Jetzt müssen sie liefern. Auch der Green New Deal der Europäischen Union hilft, das Thema voranzutreiben. Die Pandemie hat uns gezeigt, dass die Wirtschaft eingefahrene Wege verlassen kann und flexibel ist, wenn es sein muss. Diese Erfahrung können wir mitnehmen und neue Konzepte angehen.

INSPIRATION FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT:



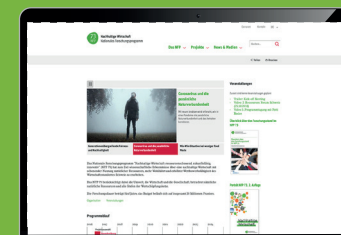
Analyse der Nachhaltigkeitsziele der UN, die in der Schweiz besonders relevant sind: gapframe.org/by-region/western-europe/switzerland/



Tausend umweltfreundliche und wirtschaftliche Lösungen zur Erreichung der Klimaziele: solarimpulse.com/efficient-solutions



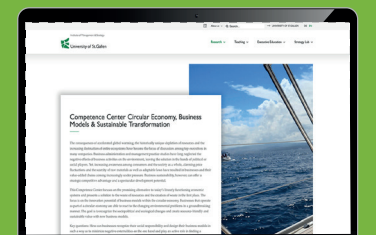
Strategie-Tool SDGXCHANGE von Engageability: sdgxchange.com/medien/2019/09/eng_2019.pdf



Projekte im Rahmen des Nationalen Forschungsprojekts «Nachhaltige Wirtschaft» NFP73: nfp73.ch/de



Schweizer Plattform Business Sustainability Today: sustainability-today.com/



Geschäftsmodelle in der Kreislaufwirtschaft: ifb.unisg.ch/en/competence-center/circular-economy-business-models-sustainable-transformation/