

Beauty Premium in Investment Decisions

Sozial und ökologisch nachhaltige Start-ups gewinnen angesichts humanitärer als auch ökologischer Krisen zunehmend an Bedeutung. Egal, ob der Fokus dabei eher im sozialen Bereich liegt, wie es etwa bei Start-ups wie *Share* oder *Lemonaid* der Fall ist, oder ob der Fokus mehr im Bereich Umweltschutz liegt, wie beispielsweise bei *Ecosia* oder *Plant for the Planet*. Für ein schnelles Wachstum benötigen die Start-ups Geld.

Für Start-ups gibt es verschiedene Formen, um an das für sie nötige Geld zu gelangen. Dazu zählen vor allem Investitionen in Start-ups von Venture Capital-Gesellschaften, Business Angel oder auch Crowdfunding-Kampagnen.

Eine Studie von Brooks et al. aus dem Jahr 2014 konnte bereits zeigen, dass Investor:innen vom Aussehen der Gründerinnen und Gründer im Rahmen ihrer Investitionsentscheidungen beeinflusst werden können. Doch wie wirkt sich das Aussehen von Gründerinnen und Gründern speziell von sozial bzw. ökologisch nachhaltigen Unternehmen ("Social Start-ups") auf die Wahrscheinlichkeit aus, dass in ihre Projekte investiert bzw. nicht investiert wird?

Gibt es überhaupt ein sogenanntes Beauty Premium für attraktiv wahrgenommene Sozialunternehmer:innen? Bzw. gibt es ganz allgemein Unterschiede zwischen kommerziell und sozial orientierten Gründer:innen?

Unter anderem diese Fragen möchten wir im Rahmen eines Forschungsprojekts beantworten und vergeben hierzu eine Abschlussarbeit. Interessierst du Dich für das Thema und möchtest du einen Beitrag in der wissenschaftlichen Community leisten, um Investitionsentscheidungen künftig besser zu verstehen? Dann schreib uns eine kurze Bewerbung (Länge etwa eine halbe DIN A4-Seite) und erläutere uns darin, was Deine Motivation ist, um das Thema zu bearbeiten.

Kontakt:

Christian Teringl, christian.teringl@uni-bayreuth.de