

Greenpeace e.V. Gemeinwohlbilanz 2022 / 2023

Steckbrief (Allgemeine Informationen zu Greenpeace)

- Name: Greenpeace e.V.
- Eigentums- und Rechtsform: eingetragener gemeinnütziger Verein, der keinem Gewinnstreben in finanzieller Hinsicht unterliegt
- Branche: Umweltschutz
- Anzahl der Kolleg:innen im Jahresschnitt 2023: 408 auf 323 Stellen, im Jahresschnitt 2022: 393 auf 309 Vollzeitstellen
- Gesamteinnahmen 2023: 84,3 Mio. Euro, 2022: 86,1 Mio. Euro
- Sitz: Greenpeace e.V., Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg, www.greenpeace.de
- Verbundene Organisationen: Umweltstiftung Greenpeace (Namenslizenz), Greenpeace Media GmbH (Namenslizenz, e.V. ist 100-prozentige Gesellschafterin)
- Kontakt bzgl. GWÖ allgemein: Unnolf Harder, unnolf.harder@greenpeace.org;

Einleitung (Kurzpräsentation)

[Greenpeace](#) ist eine internationale Umweltschutzorganisation, die mit gewaltfreien Aktionen für den Schutz der Lebensgrundlagen kämpft. Unser Ziel ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern und Lösungen durchzusetzen. Greenpeace ist überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie. [...].¹ Die Organisation ist seit nunmehr über 40 Jahren in Deutschland vertreten und setzt ihren Fokus auf den Schutz des Klimas und der Artenvielfalt. Konkret spiegelt sich dies in folgenden Arbeitsfeldern wider: Mobilität, nachhaltige Landwirtschaft, Energieerzeugung, Wald- und Meeresschutz sowie Frieden. Greenpeace kann viele [Erfolge](#) nachweisen. Dennoch sind Klimawandel und Artenverlust extrem fortgeschritten, Tiere und Lebensräume sind bedroht, unsere Lebensgrundlagen werden weiter zerstört. Ohne ein Umdenken kommen wir nicht weiter. Wir brauchen einen Mindset-Shift, eine Änderung der inneren Einstellung und des Handelns bei allen Menschen. Wir müssen die Probleme noch stärker an der Wurzel angehen und brauchen eine Veränderung der globalen Wirtschaftsweise, die Ursache ist für Umweltzerstörung und soziale Ausbeutung. Greenpeace arbeitet deshalb zusätzlich in den Arbeitsfeldern Konsum- sowie Wirtschafts- und Finanzwende und unterstützt alternative Wirtschaftskonzepte, wie z.B. die [Gemeinwohl-Ökonomie](#), ein ethisches Wirtschaftsmodell, das das Wohl von Menschen und Umwelt als oberstes Ziel des Wirtschaftens etabliert und so einen Beitrag zur nötigen sozial-ökologischen Transformation leisten kann.

Was macht Greenpeace? (Produkte/Dienstleistungen)

Greenpeace e.V. ist ein gemeinnütziger Verein. In der [Satzung](#) ist im § 2 der Zweck und damit das „Produkt“ definiert: die Förderung des Umwelt- und Tierschutzes sowie des Friedens und der Völkerverständigung. Der Satzungszweck wird

¹ Mission Statement

insbesondere verwirklicht durch gewaltfreie Aktionen, durch Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit sowie durch Aufklärung und Beratung. Greenpeace ist international, überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie. Diese tägliche Arbeit für eine ökologische und gerechte Welt und eine gute Zukunft wird nur von Privatpersonen finanziert. Zum Ende des Berichtszeitraums Dezember 2022 hat Greenpeace mehr als 620.000 Fördermitglieder.

Greenpeace und das Gemeinwohl

Die globalen sozialen und ökologischen Probleme können nicht mehr allein von Nationalstaaten bewältigt werden. Internationalen Nichtregierungsorganisationen wie Greenpeace fällt deshalb eine immer wichtigere Rolle zu. Sie leisten einen entscheidenden Beitrag, um Missstände öffentlich zu machen, Verantwortliche zu benennen und Vorschläge für Lösungen zu unterbreiten, die das Gemeinwohl und die Zukunftsfähigkeit an die erste Stelle setzen. Als eine der Ursachen für die Probleme identifiziert Greenpeace eine fundamentale Fehlsteuerung des aktuellen Wirtschaftssystems: Die Messung des wirtschaftlichen Erfolges allein am Bruttoinlandsprodukt oder anderen finanziellen Maßstäben. Geld ist vom Instrument zum Ziel des Wirtschaftens geworden, mit fatalen Folgen für Mensch und Umwelt. Finanzieller Erfolg und die Gewinnmaximierung auf allen Ebenen darf nicht das Ziel des Wirtschaftens sein. In den Mittelpunkt der wirtschaftlichen Aktivitäten gehört die Mehrung des Gemeinwohls, des guten Lebens für Alle. Mit der Orientierung an den Werten Solidarität, Menschenwürde, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Transparenz und Mitsprache hat die Gemeinwohl-Ökonomie ein zukunftsfähiges Modell entworfen, das Greenpeace unterstützenswert findet. Greenpeace möchte hier als Organisation Vorreiter:in sein und so den Ansatz unterstützen, das Gemeinwohl ins Zentrum aller Aktivitäten und Bewertungsmaßstäbe zu rücken.



TESTAT

Externes Audit

Testat gültig bis
31.05.2027

ZertifikatsID
unobw

Gemeinwohl Bilanz

Greenpeace e.V.

Hongkongstraße 10, DE 20457 Hamburg

Wert	MENSCHENWÜRD	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 70 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 80 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 80 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 70 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 100 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %
				BILANZSUMME: 693

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Vollbilanz
Dieses Audit wurde durchgeführt von Roland Wiedemeyer Michael Pelzl.

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.econgood.org

Hamburg, 15.05.2025

International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-accounting@econgood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Gus Hagelberg
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

Bilanz

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Bei Greenpeace gibt es einen [Verhaltenskodex](#), der für alle Haupt- und Ehrenamtlichen in allen Greenpeace Büros weltweit gilt. Dieser Verhaltenskodex beinhaltet Vorgaben, die bei der Beauftragung von Lieferant:innen und Dienstleister:innen anzuwenden sind: Finanzielle Verantwortung, Umgang mit Greenpeace Eigentum, Umweltschutz bei Greenpeace sowie Sicherheit von Informationen. Ergänzend zum Verhaltenskodex gilt eine Einkaufsrichtlinie, in der explizit formuliert ist, dass ökologische und soziale Kriterien bei der Beschaffung und Beauftragung Vorrang haben vor ökonomischen. Mit einem [Fragebogen](#) zur Einkaufsrichtlinie werden die Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie in der Zulieferkette abgefragt.

Sozial verantwortlicher Einkauf heißt für Greenpeace, bei Hersteller:innen oder Dienstleister:innen einzukaufen, die Arbeits- und Menschenrechte sowie die Grundprinzipien der [Internationalen Arbeitsorganisation](#) (International Labour Organization / ILO) achten. Um dies zu überprüfen, fragt Greenpeace Unternehmen und Dienstleister:innen, welche Maßnahmen die Betriebe ergreifen, um für die Kolleg:innen Gesundheit, Sicherheit, Chancengleichheit sowie Vereinbarkeit von Beruf und Familie etc. zu gewährleisten. Greenpeace möchte wissen, wie der Betrieb einen offenen und regelmäßigen Dialog mit den Kolleg:innen führt und wie deren Interessen bei den betrieblichen Entscheidungen berücksichtigt werden. Und es wird abgefragt, ob er den Grundprinzipien der ILO verpflichtet ist (also der Vereinigungsfreiheit, Beseitigung der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit, Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf). Zwar kann Greenpeace die Angaben und konkreten Arbeitsbedingungen in den Betrieben und deren gesellschaftliche Auswirkungen nicht detailliert kontrollieren. Aber werden die Fragen negativ beantwortet oder liegen uns Informationen vor, dass in einem Betrieb die Menschenwürde verletzt wird, wäre eine Beauftragung ausgeschlossen. Zusätzlich haben Betriebe, die selbst eine Gemeinwohlbilanz erstellen, immer Vorrang.

Greenpeace hatte 2023 rund 1600 Kreditor:innen mit einem Volumen von rund 27 Mio. Euro. Bei rund 1300 betrug die Auftragssumme/Honorar/Erstattung weniger als 10.000 Euro, bei 650 lag sie unter 1000 Euro. Im Folgenden werden daher die 22 Betriebe aufgelistet, die Greenpeace 2023 jeweils in einem Umfang von mehr als 200.000 Euro beauftragt hat². Es handelt sich dabei um die 22 Lieferant:innen mit den größten Auftragsvolumen. Der Anteil am Gesamtaufwand für Lieferant:innen beträgt bei diesen 22 Lieferant:innen rund 15,8 Mio. Euro.

² Unternehmen und Zahlen für 2022 sind vergleichbar und werden nicht eigens aufgeführt.

#	Unternehmen	Auftrag €	Dienstleistung/Ware	Fragebogen
1	PTD Petereit Dialog GmbH	2.756.941	Telefonfundraising	liegt vor
2	Deutsche Post AG	2.515.782	Porto	liegt vor
3	Apollon Dialogmarketing GmbH	1.156.747	Direkt Dialog	Zusammenarbeit beendet
4	MMD GmbH	1.106.588	Werbedienstleister	liegt vor
5	Facebook Ireland Limited	875.307	Anzeigen	keine Antwort
6	Bagehorn	757.128	Direkt Dialog	liegt vor
7	Greenpeace Media GmbH	755.913	Produktion/Veröffentlichung	liegt vor
8	Google Ireland Limited	686.783	Anzeigen	keine Antwort
9	portrix.net GmbH	603.113	Wartung/Update Förder:innen-Software	liegt vor
10	Drei-D Direktwerbung	599.146	Infoversand	liegt vor
11	Pepperminds GmbH	567.922	Direkt Dialog	liegt vor
12	Paragon Germany GmbH	515.451	Fundraising Mailings	liegt vor
13	Formunauts GmbH	462.586	Direkt Dialog	liegt vor
14	Telekom Deutschland GmbH	323.979	Telefonie	liegt vor
15	Reset St. Pauli Druckerei GmbH	323.430	Druckerei	liegt vor
16	Airplus Servicekarten GmbH	320.330	Abrechnungsservice für Buchungen im Reisebüro	kein Fragebogen, denn Eurosumme = reine Reisekosten
17	Günther, Rechtsanwälte	286.623	Rechts-/Beratungskosten	liegt vor
18	KNSK Werbeagentur GmbH	278.738	Werbung	liegt vor
19	Mauthe-Media GmbH	265.852	Fotograf und Greenpeace Botschafter	liegt vor
20	Spirit/21 GmbH	242.721	Rechenzentrum	liegt vor
21	Burda Direct Interactive GmbH	208.186	Adressvermieter für Fundraising	liegt vor
22	3A Gebäudereinigung	207.629	Reinigung Hongkongstraße	liegt vor

Zum Vergleich: Greenpeace hat im Jahr 2023 rund 62 Millionen Euro in Kampagnen investiert.

2. Kosten für Kampagnen	
a) Allgemeine Kampagnenkosten	-16.820.189,45
b) Kosten für einzelne Kampagnen	-38.808.118,06
c) Informationen über Kampagnen	<u>-6.337.114,02</u>
	-61.965.421,53

Quelle: Bericht der Wirtschaftsprüfer für 2023

Kreditor:innen

Greenpeace geht davon aus, dass in den beauftragten Unternehmen oben grundsätzlich die Menschenwürde geachtet wird. Um dies noch einmal auf den Prüfstand zu stellen, wurden die Unternehmer:innen für die Erstellung dieser dritten Bilanz gebeten, den Fragebogen zur Einkaufsrichtlinie (erneut) auszufüllen. Facebook und Google haben wie erwartet nicht darauf reagiert. Die Greenpeace Media GmbH (7) ist eine mit Greenpeace verbundene Organisation, die vor rund 30 Jahren aus dem Verein heraus gegründet wurde, um für Greenpeace die Förder:innen-Zeitschrift „Greenpeace Nachrichten“ zu produzieren und in ihrem Warenhaus ökologische Produkte zu verkaufen. Die Namensgebung ist über einen Lizenzvertrag geregelt, über den die GmbH die Greenpeace Werte anerkennt, dazu gehört die Einhaltung der Menschenwürde. Die GWÖ fordert für ihre Unternehmens- und Organisations-Bilanzierungen, dass die gesamte Lieferkette betrachtet wird. Greenpeace hat sich entschlossen, auf die erste Ebene zu schauen, denn bei den Dienstleister:innen oben sind weitere Ebenen nicht wirklich vorhanden. Es sind Menschen, die einer direkten Tätigkeit im Büro, vor dem Computer bzw. auf der Straße nachgehen und die dazu vor allem Strom benötigen und keine weitere Lieferkette haben.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

[Deutsche Post](#), [Telekom](#), [Facebook](#) und [Google](#) stehen aus diversen Gründen in der öffentlichen Kritik – wg. Lohndrückerei, schlechtem Service, schlechten Arbeitsbedingungen oder mangelndem Datenschutz. Es gibt zu diesen Konzernen keine oder nur schlechte Alternativen, und Greenpeace ist vor allem für ihre Kommunikation auf die Dienstleistungen dieser Konzerne angewiesen. Zumindest aber sind viele Alternativen zu Google-Produkten inzwischen frei verfügbar (z.B. Suchmaschinen, Übersetzer, Karten, Umfragen, Messenger-Dienste). Nicht lösen können wir uns vom Google-Mails-System, weil es eine Anwendung von Greenpeace International ist. Außerdem schalten wir Anzeigen bei Google, weil wir damit potentielle neue Förder:innen erreichen können.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen

Soziale und ökologische Kriterien haben beim Einkauf Vorrang. Trotzdem ist Greenpeace zum sparsamen Umgang mit ihrem Budget (den Spenden) verpflichtet. Gekauft wird nur, was notwendig ist. Entstehen bei einem Einkauf bzw. einer Beauftragung Kosten von mehr als 2.500 Euro, müssen gemäß Einkaufsrichtlinie ein Angebot, bei mehr als 5.000 Euro zwei Angebote und bei mehr als 15.000 Euro drei Angebote eingeholt werden. Diese Regularien führen nicht dazu, dass Greenpeace versucht, Macht auszuüben und Preise zu drücken. Wenn Unternehmen Skonto anbieten oder Dienstleister:innen von sich aus „Sonderangebote“ ausrufen, nimmt Greenpeace diese gerne an, um mit den Spenden so gut wie möglich zu wirtschaften. Die Organisation orientiert sich bei der Beauftragung an einer internen Tabelle. In dieser Tabelle werden die Honorare aufgelistet, die Dienstleister:innen in Rechnung stellen. Diese aufgerufenen Preise sollen nicht nach unten korrigiert werden, aber Greenpeace möchte – um Spendengelder zu sparen – keine überhöhten Preise bezahlen. Die Tabelle dient also zur Orientierung bei der Auftragsvergabe. Faire und

solidarische Geschäftsbeziehungen zu führen entspricht den Werten von Greenpeace. Das möchte Greenpeace in ihrer Zahlungsmoral ausdrücken. Das interne Procedere für den Durchlauf, die Abzeichnung und die schnelle Bezahlung von Rechnungen ist in der Einkaufsrichtlinie festgeschrieben und muss von den Kolleg:innen eingehalten werden. 2023 wurde eine echte digitale Lösung für die Bearbeitung von Rechnungen eingeführt. Ziel ist es, dass Lieferant:innen und Dienstleister:innen zügig nach Rechnungsstellung ihr Geld erhalten und nicht darauf warten müssen.

Dienstleister:innen und Lieferant:innen werden bei Greenpeace nach Einkaufsrichtlinie alle zwei Jahre einem Check unterzogen, ob sie (noch) die Kriterien (Fragebogen) erfüllen oder sich ggf. verbessert haben. Greenpeace kommt immer wieder zu dem Ergebnis, dass die Dienstleister:innen, die für Greenpeace arbeiten, in der Regel die besten am Markt sind oder es keine Alternativen gibt. Deshalb arbeitet Greenpeace mit den o.g. Firmen bereits zehn Jahre oder länger zusammen. Gerade durch diese lange Zusammenarbeit haben sich die Standards verbessert, und insgesamt ergibt sich daraus eine vertrauensvolle und intensive Zusammenarbeit.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Greenpeace kauft, wenn möglich, Produkte ein, die ein glaubwürdiges Siegel tragen: z.B. ökologisch und fair trade bei Kaffee und Tee, Papier mit FSC-Siegel und andere zertifizierte Büromaterialien, Holz mit FSC-Siegel, Ökostrom etc. Die meisten anderen Produkte oder Dienstleistungen, die Greenpeace benötigt, haben generell kein Siegel. Deshalb ist die Strategie von Greenpeace, mit dem o.g. Fragebogen die Lieferant:innen für die Gemeinwohl-Ökonomie zu sensibilisieren. Zur positiven Einflussnahme werden diverse Fragen gestellt, zum Beispiel, ob das Unternehmen selbst eine Gemeinwohlbilanz oder einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht schreibt, oder seine Produkte mit sozialen oder ökologischen Siegeln ausgezeichnet sind. Dazu gehören Fragen nach den Arbeitsbedingungen der Kolleg:innen oder dem Umgang mit Kund:innen. denn Solidarität und Gerechtigkeit sind für Greenpeace essentielle Werte. Wie oben bereits erwähnt, gibt es Unternehmen, die Greenpeace beauftragen muss, da es in diesem Feld keine Alternativen gibt.

Weil Greenpeace selbst nicht den nicht-ökologischen oder nicht-sozialen Marktbedingungen ausgesetzt sein möchte, arbeitet die Organisation daran, die allgemeinen Rahmenbedingungen zu verbessern. Zwischen 2019 und 2024 hat Greenpeace gemeinsam mit vielen anderen Nichtregierungsorganisationen in Deutschland in der Initiative Lieferkettengesetz für ein nationales und europäisches Lieferkettengesetz gekämpft. Diese Arbeit war von Erfolg gekrönt: Seit 2023 gibt es ein deutsches Lieferkettengesetz und am 15. März 2023 hat es auf den letzten Drücker doch noch eine Ratsmehrheit für das EU-Lieferkettengesetz (CSDDD) gegeben. Informationen zur Initiative können [hier](#) abgerufen werden. Das EU-Lieferkettengesetz geht gerade im Bereich der Haftung über das bestehende deutsche Lieferkettengesetz hinaus, denn Betroffene haben dadurch jetzt endlich die Möglichkeit, bei Menschenrechtsverletzungen, die eindeutig von Unternehmen verursacht wurden, vor EU-Gerichten Schadenersatz von diesen Unternehmen zu verlangen. Die Bundesregierung muss das Lieferkettengesetz an dieser Stelle nachschärfen. Die Initiative Lieferkettengesetz stellte ihre Arbeit Ende Juni 2024 ein. Greenpeace begleitet die Arbeit zur Umsetzung der CSDDD in nationales Recht

gemeinsam mit anderen Akteur:innen im Verbund und unter dem Dach des CORA-Netzwerkes weiter.

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

Greenpeace als Umweltorganisation hat keine Marktmacht im klassischen Sinne. Lieferant:innen werden nicht ausgenutzt, indem z.B. Preise gedrückt werden. Rechnungen werden zügig und korrekt beglichen. Eine Zusammenarbeit besteht mit anderen Nichtregierungsorganisationen (Lieferkettengesetz) und mit den anderen großen Umweltschutzorganisationen in Deutschland. Auch wenn die Organisationen (z.B. WWF, BUND, Nabu, DNR) unterschiedlich strukturiert sind, verfolgen sie doch die gleichen Ziele wie Greenpeace. Greenpeace versteht sich als Anwältin für die Umwelt und übt mit Kampagnen, gewaltfreien Aktionen und Lobbyarbeit im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie erfolgreich Druck auf Politik bzw. auf Umweltverschmutzer:innen aus. [Im Lobbyregister](#) des Bundestags sind die Regelungsvorhaben aufgelistet, die Greenpeace verbessern will.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Greenpeacer:innen sind gemäß Verhaltenskodex angehalten, sparsam und sorgsam mit Spendengeldern und sonstigen Ressourcen umzugehen. Der ökologische Fußabdruck wird gering gehalten, Energieverbrauch gedrosselt, Dienstreisen möglichst durch Videokonferenzen ersetzt und Gäste vegan oder mindestens vegetarisch bewirtet. Büro- und Kampagnenausstattung werden so lange wie möglich genutzt. Entsprechend der Einkaufsrichtlinie müssen Greenpeacer:innen abwägen, ob sie überhaupt konsumieren und Lieferant:innen oder Dienstleister:innen beauftragen. Mit möglichst wenig Konsum werden die Umweltauswirkungen in der eigenen Organisation reduziert und damit implizit ebenso in der Zulieferkette.

Wenn bei Greenpeace eingekauft wird, muss der Einkauf ökologisch sein. Denn ökologischer Einkauf hilft, das Klima und die Umwelt zu schützen und ist besser für die Gesundheit. Ökologisch vertretbare Produkte sind solche, bei deren Produktion und Betrieb möglichst wenig Material und Energie verbraucht, möglichst wenig Emissionen und Abfall erzeugt und keine Schadstoffe eingesetzt werden. Ein Produkt sollte funktional, benutzerfreundlich, aufrüstbar, reparaturfreundlich, langlebig, wiederverwendbar und recycelbar sein.

Mit den eigenen strengen ökologischen Maßstäben will Greenpeace Einfluss in der Zulieferkette ausüben. Im Fragebogen zur Einkaufsrichtlinie wird das ökologische Engagement der Lieferant:innen abgefragt, z.B. ob ein:e Dienstleister:in Ökostrom bezieht. Aus Sicht der Organisation ist der Bezug von Ökostrom die einfachste und schnellste Möglichkeit, einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Dienstleister:innen, die das tun, werden bevorzugt. Die, die keinen Ökostrom nutzen, sollen angeregt werden, ihre Praxis zu ändern. Greenpeace fragt die Lieferant:innen nach ihren Plänen zur CO₂-Reduktion und ihrem ökologischen Einkauf. Unternehmen, die sich umweltschädlich verhalten, oder Dienstleister:innen, die für solche Unternehmen arbeiten, werden grundsätzlich nicht beauftragt. Eine Kreativagentur, die beispielsweise für einen Kohle-Energieversorger arbeitet, kann nicht gleichzeitig von Greenpeace beauftragt werden. Greenpeace kauft nicht bei [Amazon](#) ein. Der

Konzern steht für maßlosen Konsum und damit Umweltzerstörung. Waren, die als Retouren zurück zu Amazon gehen, werden in beträchtlichem Umfang zerstört. Das hat Greenpeace im Rahmen einer Kampagne aufgedeckt. Während mit der Amazon-Kampagne vor allem die Verbraucher:innen auf die Machenschaften von Amazon aufmerksam gemacht und zu weniger Konsum angehalten werden sollen, trägt Greenpeace dazu bei, dass Produkte verbessert werden: Acht Jahre nach Beginn der Greenpeace Detox-Kampagne zur Entgiftung der Textilindustrie hat 2019 der erste [Industriebetrieb](#) weltweit die Greenpeace Forderungen vollständig umgesetzt und seine gesamte Produktion effektiv entgiftet. Es wurde eine hundertprozentig nachhaltige, transparente und giftfreie Produktionskette geschaffen, die Kund:innen komplett rückverfolgen können. In jedem Kleidungsstück gibt es einen individuellen Code, mit dessen Hilfe alle Stationen, die das Textil durchlaufen hat, eingesehen werden können. Greenpeace Büros, die Textilien produzieren lassen wollen, können sich an den [Global Helpdesk bei Greenpeace International](#) wenden, damit Standards eingehalten werden. Greenpeace Deutschland unterstützt finanziell und personell die Arbeit des Helpdesks. Vor einigen Jahren gab es bei Greenpeace Überlegungen, Sendungen mit dem Post-Label GoGreen zu verschicken. Greenpeace hat davon Abstand genommen, da nur das Vermeiden von CO₂ der richtige Weg ist, nicht das rein rechnerische Kompensieren der Emissionen.

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Greenpeace beauftragt grundsätzlich keine Unternehmen, die die Umwelt zerstören. Die AirPlus Servicekarten GmbH (16, oben, gehörte früher zur Lufthansa) übernimmt für das Reisebüro bzw. Greenpeace die Abrechnung von Flügen und Bahnfahrten. Aber: In den o.g. Kosten sind nur die eigentlichen Kosten für die Dienstreisen enthalten und Servicegebühren für das Reisebüro. Die AirPlus Servicekarten GmbH verlangt keine Gebühren von Greenpeace, sondern vom Reisebüro. Dass allgemein Dienstreisen möglichst durch Videokonferenzen oder Telefon ersetzt werden sollen, ist ohnehin in der Greenpeace Reiserichtlinie festgeschrieben. [Plan der Organisation ist es](#), bis 2030 den CO₂-Ausstoß gen Null zu reduzieren (siehe Kapitel E3). Das wird sich in der logischen Folge auf den Kauf von Waren und das Reisen auswirken (müssen).

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen

Greenpeace pflegt eine sehr enge Beziehung zu Lieferant:innen: Es gibt Berater:innen, die die Arbeit von Greenpeace seit Gründung bis ins Detail kennen und entscheidend mitgeprägt haben, dazu gehören Rechtsanwält:innen, Moderator:innen, Organisationsentwickler:innen und Steuerberater:innen. Sie sind Greenpeace treu, und die Organisation hat ihnen viel zu verdanken. Auch die Zusammenarbeit mit Dienstleister:innen aus dem kreativen Bereich oder dem Fundraising ist von intensivem Austausch geprägt. Für die Produktion von Fotos, Filmen und Infomaterialien legt Greenpeace großen Wert darauf, dass die Menschen, die beauftragt werden, selbst Ideen und Lösungsvorschläge einbringen, denn ihre Arbeit ist ihre Kompetenz und darauf zählt Greenpeace, wenn Kampagnen entwickelt werden. Mit solchen Dienstleister:innen finden regelmäßige Gespräche und

Schulungen über die Arbeit von Greenpeace statt. IT-Dienstleister:innen arbeiten teilweise im Greenpeace Büro – eine solche Nähe ist aus Sicht der Organisation besser für die Zusammenarbeit und das Ergebnis. Greenpeace schützt einerseits vertrauliche Informationen und Daten und ist andererseits aus eigenem Antrieb heraus zu Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit – und damit den Lieferant:innen – verpflichtet. Greenpeace ist Mitglied in der [Initiative Transparente Zivilgesellschaft](#) und thematisiert Transparenz im eigenen Verhaltenskodex (Kapitel 8, Sicherheit von Informationen).

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

In Sinne von Transparenz und Mitentscheidung werden Greenpeace Lieferant:innen mittels Fragebogen befragt, inwiefern sie Kolleg:innen und Kund:innen Mitspracherecht bei der Entwicklung von Produkten einräumen und wie transparent die Informationen über die einzelnen Produkte (z.B. Inhaltsstoffe) sind. Greenpeace müsste die Antworten in den Fragebögen insgesamt noch stärker auf den Prüfstand stellen und die Dienstleister:innen zu Verbesserungen bewegen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Spendeneinnahmen	2023/€	2022/€
Spenden per Lastschrift	53.569.983	52.881.624
Spenden per Überweisungen	13.185.522	13.322.801
Erbschaften/Nachlässe	6.553.784	8.978.209
Zweckgebundene Einnahmen national (Nachlässe, Patenschaften, Lotterie)	10.890.263	10.670.516
Zweckgebundene Einnahmen zur Weiterleitung an Greenpeace International	100.000	265.000
Gesamt	84.299.552	86.118.150

Greenpeace finanziert sich zu 100 Prozent aus Eigenkapital, denn Greenpeace arbeitet nur mit Einnahmen aus Spenden und Nachlässen, die ausschließlich von Privatpersonen kommen. Bei den Spenden handelt es sich nicht um klassische Mitgliedsbeiträge, denn die Höhe einer Zuwendung an Greenpeace ist frei wählbar. Von den mehr als 600.000 Fördermitgliedern (Stand Ende 2023) haben rund 500.000 Menschen Greenpeace eine Einzugsermächtigung erteilt und spenden im Durchschnitt 8 Euro im Monat. Die im jeweiligen Geschäftsjahr zugeflossenen Spenden betrugen 2023 84,3 Mio. Euro und 2022 86,1 Mio. Euro. Greenpeace lässt ihren Jahresabschluss von unabhängigen Wirtschaftsprüfer:innen attestieren. Eine kompakte Übersicht über die Einnahmen und Ausgaben gibt es jeweils im [Jahresbericht](#) des Vereins, der auf der Homepage veröffentlicht wird.

Seit Bestehen der Organisation nimmt Greenpeace Spenden nur von Privatpersonen an. Dies ist im Licence Agreement zwischen Greenpeace International und jedem einzelnen Länderbüro vertraglich festgelegt und in der internationalen Policy on Relationships with Third Parties & Fundraising detaillierter beschrieben. Damit sichert sich Greenpeace ihre Unabhängigkeit von Regierungen, Parteien und

Wirtschaft. Greenpeace lässt sich nicht sponsern, verkauft keine Produkte oder Dienstleistungen und hat auch ansonsten keine kommerziellen Einnahmen.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Greenpeace arbeitet mit 100 Prozent Eigenkapital (s.o.). Die Media GmbH ist ein eigenständiges Unternehmen, dass das Greenpeace Magazin produziert und verkauft und ein Warenhaus mit ökologischen Produkten betreibt. Da Greenpeace e.V. 100-prozentige Gesellschafterin der Greenpeace Media GmbH ist, muss es eine Gewinnausschüttung an den e.V. geben. Der Name „Greenpeace“ ist als Marke der Stichting Greenpeace Council in Amsterdam registriert. Greenpeace e.V. ist berechtigt, Unterlizenzen zu vergeben. Aus wettbewerbsrechtlichen Gründen mussten für die Nutzung des Namens Greenpeace durch Energy eG und die Media GmbH als kommerzielle Unternehmen Lizenzgebühren erhoben werden. Die Höhe ist abhängig von den Umsatzerlösen. Energy eG bezahlte für die Nutzung des Namens im Jahr 2022 40.000 Euro und 2023 100.000,00 Euro, die Media GmbH in beiden Jahren 5.000 Euro. Diese „sonstigen Einnahmen“ u.a. machten jährlich nur rund 1 Prozent der Einnahmen aus, es besteht also keine Abhängigkeit von diesen Einnahmen. Greenpeace Energy ist inzwischen Greenplanet Energy und die Media GmbH wird zu Ende 2024 aufgelöst. Greenpeace nimmt keine Kredite auf. Öffentliche Fördermittel, etwa die Verbändeförderung durch das Bundesumweltministerium, werden nicht angenommen, ebenso wenig wie solidarische Fördermittel von anderen Berührungsgruppen. Denn das größte Gut von Greenpeace ist die Unabhängigkeit von Wirtschaft und Politik. Der Fremdkapitalanteil des Vereins ist 0 Prozent.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartnerinnen

Greenpeace hat Giro- und Anlagekonten bei der GLS Bank, der Ethikbank (nur Anlage) und der Bank für Sozialwirtschaft. Die GLS-Bank ist die erste Ökobank der Welt und die größte in Deutschland. Sie investiert nur in [ökologische und soziale Anlagen](#). Die [Anlagekriterien der Ethikbank](#) sind vergleichbar. Die Bank für Sozialwirtschaft ist spezialisiert auf das Sozial- und Gesundheitswesen und gibt auf ihrer Homepage Auskunft zu ihrer [Nachhaltigkeit](#). Greenpeace hat die Darstellungen der Banken im Internet (siehe die hinterlegten Links) studiert und ist mit allen Banken regelmäßig im Gespräch über neue soziale oder ökologische Anlageformen. Greenpeace bewertet die Profile dieser drei Banken als vorbildlich. Folgende Volumen hat Greenpeace über diese drei Banken abgewickelt:

Bank	Volumen 2023/€	Volumen 2022/€
GLS (Spendenkonten)	6.308.308	7.201.614
GLS (Termingelder)	13.050.000,00	31.800.000
GLS (Bundesobligationen)	19.553.275	0
BFS (Spendenkonten)	69.446.788	68.403.875
BFS (Termingelder)	12.600.000,00	12.100.000
Ethik (Termingelder)	4.909.000,00	5.000.000

Des Weiteren gibt es noch insgesamt drei Spendenkonten bei der Hypovereinsbank und Postbank, über die weniger als 1 Prozent der Spenden abgewickelt werden. Diese

Konten werden nicht mehr intern und extern veröffentlicht und dadurch sukzessive durch andere Konten ersetzt. Die Schließung des Postbankkontos wird in naher Zukunft erfolgen. Die Förder:innen müssten einzeln angesprochen werden, ob sie die Bankverbindung ändern. Dies wäre ein großer Aufwand und natürlich möchte Greenpeace die Spender:innen nicht verlieren.

Für das Bargeldgeschäft und die Kassenführung ist Greenpeace auf schnelle Bargeldabhebungen und Devisenbeschaffungen bei einer Bank angewiesen. Diese Dienste werden in Hamburg immer noch nicht von Öko- oder Sozialbanken angeboten. Deshalb hat die Organisation 2012 ein Konto bei der [Hamburger Sparkasse](#) eröffnet, das nur der Bargeldversorgung dient. Regelmäßig wird bei der GLS-Bank sowie der Bank für Sozialwirtschaft nachgefragt, ob sie in Hamburg Bargeldgeschäft einführen werden (letztmalig im Juli 2024).

Bereits seit vielen Jahren ist es möglich, online mit einer Bankverbindung an Greenpeace zu spenden. Im Juni 2018 hat Greenpeace die populären Bezahlmethoden eingeführt: Kreditkarte, Paypal und Sofortüberweisung. Die Spendeneinnahmen über diese drei Zahlungsmethoden betrugen 2023 abzüglich Gebühren etc. 1.563.478 Euro (1.606.360 Euro inkl. Gebühren).

Zahlungsart	Anzahl Zahlungen 2023	2023/€	Anzahl Zahlungen 2022	2022/€
Sofort	372	48.170	551	73.609
Paypal	43.980	1.182.497	10.899	655.548
Kreditkarte	17.535	375.693	21.560	426.735
Gesamt	61.887	1.606.360	33.010	1.155.892

Greenpeace hat zu Sofortüberweisung, Kreditkartenzahlung und Paypal recherchiert und teilt die GWÖ-Kritik an diesen Zahlungsmethoden. Eigentlich wäre die Möglichkeit einer Onlineüberweisung mit Kontonummer die bessere Methode. Da es viele Menschen gibt, die Paypal etc. schätzen bzw. nicht hinterfragen, hat sich die Organisation für eine Einführung dieser Möglichkeit entschieden. Andere als die genannten Finanzpartner hat Greenpeace nicht.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Als gemeinnütziger Verein schüttet Greenpeace keine Kapitalerträge aus. Greenpeace betreibt ein Risikomanagementsystem, um Krisen intern durch entsprechende Maßnahmen zu verhindern. Die Risikorücklagen bei Greenpeace sind so kalkuliert, dass Verpflichtungen aus Verträgen nachgekommen werden kann (Höhe 2023: rund 9 Mio. Euro). Neben dieser Art von Zukunftsvorsorge ist die nationale und internationale Kampagnenarbeit von Greenpeace an sich als Investition und Sicherung der Zukunft zu verstehen: Greenpeace arbeitet mit Priorität für den Klima- und Artenschutz und setzt sich dafür z.B. weltweit für den Ausstieg aus fossilen Brennstoffen und den Schutz von Meeren und Wäldern ein. Greenpeace finanziert nicht nur Kampagnen in Deutschland, sondern auch in aller Welt. Es wird eine sogenannte Contribution für internationale Kampagnen an Greenpeace International in Amsterdam weitergeleitet. Von dort aus geht das Geld

zur Unterstützung an nationale Greenpeace Büros, die nicht so finanzstark aufgestellt sind. Die Mittelweiterleitung ist aufgrund der Satzung rechtlich möglich. 2022 betrug die Contribution 28,3 Mio. Euro, 2023 31,5 Mio. Euro und 2024 29,5 Mio. Euro und 2025 rund 34 Mio. Euro. Greenpeace e.V. hat keinen Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit. Spendengelder müssen immer zeitnah ausgegeben werden. Im Berichtszeitraum wurde für 2024 der Bedarf an Zukunftsausgaben ermittelt. Die Summe beträgt 6 Prozent des Gesamtbudgets (wobei die Arbeit von Greenpeace als Investition in die Zukunft zu sehen ist und einige der Projekte bereits in 2022 und 2023 gestartet wurden (siehe 3.1):

Projekt	2024/€
Bildungsarbeit	1.237.740
Investigationsarbeit	823.852
Südstrategie	683.635
Wirtschafts- und Finanzwende	592.635
Konsumwende	332.373
Umbau / Ökologisierung Schiff Beluga II, u.a. Antriebswechsel	261.331
Solutions-Lab	233.731
E-Mobilität (Fahrzeuge, Boote, Fliegen, Tauchen)	208.916
Multifunktions-Studio	187.062
Klimafahrplan Umsetzung	140.000
Multimediatour „Grad jetzt - Unsere Reise zum Klima“	138.855
Waldgenossenschaft	103.258
Datenintegration BI-Tool/Datawarehouse	91.819
Aktualisierung der Ausstellung & Austausch Beleuchtung	87.065
Aktionslager Renovierung, Energetische Sanierung	86.166
Kinder / Jugend-Arbeit JAGcademy	72.876
Cyber Security Tests & Awareness	44.240
Kinder / Jugend-Arbeit Geolino Kooperation	44.208
Engagement Kanaldiversifizierung	43.934
Finanzbuchhaltung Softwareupdate, Digitalisierung	33.274
Kommunikation 2026	33.228
Solarbird	18.243
Imagestudie	17.812
Bildung - CO2 Rechner	13.732
Meeresmuseum Ausstellung	5.070

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Dieser Punkt trifft auf Greenpeace nicht zu. Greenpeace hat weder den Standort verlagert noch Arbeitsplätze abgebaut – im Gegenteil: Die Anzahl der Stellen ist bei Greenpeace 2022 um 18,5 und 2023 nochmal um 16 Vollzeit-Äquivalente gewachsen.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Greenpeace investiert gemäß [Satzung](#) nur in Kampagnen und Projekte für Umweltschutz und Frieden, diese Investitionen sind per se ökologisch, weil auf diesen Zweck ausgerichtet. Die Organisation arbeitet in Teams zu den Themen Klima (Kohle/Energiewende und Mobilität), Schutz der Hohen See, Schutz des Amazonas, nachhaltige Landwirtschaft, Konsum- sowie Wirtschafts- und Finanzwende, Frieden und aktuellen Themen („Agenda-Team“). Beim Einkauf für den Betrieb gelten die ökologischen Vorgaben aus dem Verhaltenskodex und der Einkaufsrichtlinie (siehe A). Anlagenzugänge - also ökologische Investitionen - in den Umweltschutz, für die Informationen der Menschen über den notwendigen Umweltschutz und in auf die Zukunft ausgerichtete Technik sind in der Tabelle unten aufgeführt: Der Verein hat eine mobile Solaranlage gekauft und in die Lade-Infrastruktur für Autos investiert. Maßnahmen zur komplett regenerativen Energieversorgung des Büros sind bereits seit 2013 umgesetzt. Greenpeace hat einen Klimafahrplan 2030 erstellt, um schrittweise bis 2030 die CO₂-Emissionen gen Null zu senken (siehe Kapitel E3). Größtes Projekt war die Ökologisierung der Beluga II. Das Schiff wird künftig mit aufladbaren Batterien und zusätzlich mit grünem Wasserstoff fahren. Für die Ausstellung des beliebten Meeresmuseums in Stralsund haben wir Hai-Modelle finanziert, damit die Besucher:innen über diese Tiere informiert werden und deren Schutz unterstützen. Greenpeace hat den Fotografen Markus Mauthe mit seinem Team zu den Klimakipppunkten der Erde geschickt. Auch hier ging es darum, die Menschen aufzuklären und ihnen deutlich zu machen, dass es keine Alternative zum Klima- und Artenschutz gibt, wenn die Menschheit auf der Erde eine annehmbare Zukunft haben will.

Projekt	2023/€	2022/€
Umbau / Ökologisierung Schiff Beluga II, u.a. Antriebswechsel	1.147.103	682.922
Mobile Solaranlage		15.044
Energie-Anhänger		50.370
PKW Ladeinfrastruktur		45.531
Methanschnüffler	47.382	
Meeresmuseum Ausstellung	32.0269	
Neue Markus Mauthe Tour „Grad jetzt - Unsere Reise zum Klima“	174.340	
Digital-Projekt Mehr Menschen für Greenpeace	101.699	25.936
Multifunktions-Studio	13.571	70.592
Netzwerk-Infrastruktur: Ausbau WLAN	34.763	
BI-Tool Einführung		94.911
Umzug / Flexible Arbeitsplätze		35.202
Nachhaltige Digitalisierung		24.000
Entwicklung Freiwilligen-Engagement	36.000	58.000
Digitaler Rechnungsdurchlauf		21.000
Umstieg auf IP-Telefonie		22.000

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

In der Richtlinie Geldanlagen und Geschäftsbanken ist geregelt, dass Greenpeace keine Investitionen in riskante Anlageformen tätigt, denn die Organisation ist zum sorgsamem Umgang mit den Spendengeldern verpflichtet und muss das Risiko des Kapitalverlustes minimieren. Nach der ersten Gemeinwohlbilanz wurde die Richtlinie Geldanlagen und Geschäftsbanken überarbeitet. Es wurde eindeutiger formuliert, dass der nominale Wert des Vermögens zu erhalten ist und nur in soziale, ökologische und/oder ethische Anlagen und Projekte unter Berücksichtigung der ESG (Environmental, Social, Governance) Standard und der Nachhaltigkeitsprinzipien der Greenpeace Umweltstiftung investiert wird. Das primäre Anlageziel ist der nominale Werterhalt des Vermögens. Der Aufbau von Reserven ist notwendig, um Kampagnen in aller Welt zu unterstützen und Zukunftsprojekte zu finanzieren.

Finanzanlagen	Stand 31.12.2023/€	Stand 31.12.2022/€
Anteile an Verbundenen Organisationen	766.939	766.939
Beteiligungen	2.508	6.809
Ausleihungen an Greenpeace International	1.875.000	2.500.000
Genossenschaftsanteile	200.584	200.000

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Zu einem geringen Teil ist Greenpeace (systembedingt) abhängig von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Der Verein braucht (noch) Treibstoff für LKW, Sprinter, Schlauchboote und für das Schiff Beluga II. Die Kolleg:innen bei Greenpeace haben außerdem Smartphones. Wann und ob auf einen ethischen und nachhaltigen Produzenten von Smartphones umgestellt werden kann, muss erneut getestet werden. In mehreren vorangegangenen Tests wurden die technischen Anforderungen von Greenpeace bei alternativen, nachhaltigeren Anbieter:innen nicht erfüllt. Die Laptops werden bei Greenpeace nicht neu gekauft, sondern gebrauchte und nur überholte/„renovierte“ Modelle von einem externen Dienstleister bezogen, da bei der Produktion von Hardware die meiste Energie eingesetzt wird und es immer nachhaltiger ist, schon vorhandene Hardware noch möglichst lange weiter zu nutzen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Eine Miteigentümerschaft der Kolleg:innen an Greenpeace e.V. ist aufgrund der rechtlichen Vereinsstruktur nicht möglich. Greenpeace gehört dem Verein. Ebenso ist eine Eigenkapitalausschüttung aufgrund des Vereinsrechts und der Satzung nicht möglich. Mittel des Vereins dürfen nur für den Satzungszweck verwendet und Mitglieder dürfen nicht persönlich begünstigt werden. Über die Verwendung der Mittel entscheiden die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat, der von der Versammlung der stimmberechtigten Mitglieder gewählt wird.

B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Greenpeace ist ein gemeinnütziger Verein. Die Frage der feindlichen Übernahme einer anderen Organisation oder eines Unternehmens stellt sich für Greenpeace nicht.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

In den Jahren 2022 und 2023 ist Greenpeace weiter gewachsen. Die in 2019 abgeschlossene Umstrukturierung zur Reduktion von Hierarchie-Ebenen, der Einführung von integrierten Teams und der Förderung der Eigenverantwortung in Teams (siehe auch GWÖ-Bilanz 2018/2019) wurde 2021 auf ihre Wirksamkeit hin überprüft. Hieraus resultierte ein Umbau in der Geschäftsführung von zwei auf vier Positionen, um die Anzahl der Teams, die Anforderungen von Außen sowie die Verpflichtungen gegenüber der internationalen Organisation besser auffangen zu können. Zudem wurden im Berichtszeitraum drei neue Teams aufgebaut (die Teams Konsumwende, Wirtschafts- und Finanzwende, sowie das Team Südstrategie) und somit zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen (siehe auch D 3.2).

Indikatoren	zum 31.12.2023	zum 31.12.2022
Beschäftigte gesamt	435 (DD: 34)	395 (DD ³ : 38)
Frauen gesamt	234 (DD: 13)	217 (DD: 12)
Männer gesamt	159 (DD: 20)	139 (DD: 25)
divers gesamt	3	2
Frauen mit Leitungsrolle	21	17
Männer mit Leitungsrolle	18	20
Durchschnittsalter	43	41,8
Beschäftigte unbefristet	306 (DD: 6)	297 (DD: 7)
Beschäftigte befristet	129 (DD: 28)	98 (DD: 31)
Beschäftigte Vollzeit	44,3% (DD: 31%)	45,5% (DD: 38%)
Beschäftigte Teilzeit	55,7 % (DD: 69%)	54,5 % (DD: 62%)
Schwerbehindertenquote	2,21 %	nicht ermittelt
Gesundheitsquote	93,6% DD (88 %)	92,9% (DD 86%)
Fluktuationsquote	----	----

C1.1 Mitarbeiter:innenorientierte Organisationskultur

Nach Umsetzung der Organisationsentwicklung 2018/2019 (siehe auch letzter GWÖ-Bericht), wurde das Leitbild der gemeinsamen Arbeit weiterentwickelt. Für den Blick nach innen wurde im Leitbild 2025 formuliert:

*“Uns alle verbindet die Leidenschaft für die Rettung der Lebensgrundlagen, etwas, das größer ist als jede*r Einzelne von uns. Unsere Zusammenarbeit ist von einem unterstützenden, lösungsorientierten und wertschätzenden Umgang auf Augenhöhe geprägt. Wir sind prägender Teil einer bunten Zivilgesellschaft, für die wir uns als*

³ DD = Direkt Dialog (Förder:innengewinnung)

gemeinnützige, globale Kampagnenorganisation solidarisch stark machen. Unsere Vielfalt begreifen wir als Stärke. Wir bauen sie aus, machen sie sichtbarer und setzen antidemokratischen Tendenzen unseren Regenbogen entgegen.“

Weiterhin Bestand haben unsere [“Leitsätze der Zusammenarbeit”](#), die die Grundlage unserer Zusammenarbeit beschreiben und Basis für das gegenseitige Feedback sind, welches durch regelmäßige Übungs- und Weiterbildungsangebote gefördert wird.

Verschriftlicht wurde im Berichtszeitraum unser Leitungsverständnis, welches im Rahmen der Organisationsentwicklung zunächst über Workshops erarbeitet und anschließend in der gemeinsamen, praktischen Umsetzung im Alltag zum Leben erweckt worden ist. Die Kernsätze dessen sind auf unserer Website veröffentlicht: <https://www.greenpeace.de/jobs/leitungsverstaendnis>.

Die Anfang 2023 durchgeführte GreenCare-Umfrage bestätigt eine weiterhin sehr hohe Identifikation der Mitarbeiter:innen mit ihren Aufgaben und eine hohe Zufriedenheit mit der Arbeitsweise und der Zusammenarbeit in den Teams:

- 87 % empfinden immer oder oft große Sinnhaftigkeit in ihrem Tun
- 82 % haben weiterhin immer oder oft Spaß bei der Arbeit immer/oft
- 66 % können bei der Arbeit immer wieder Neues lernen / ihr Können und Wissen voll einsetzen.
- 92% können sich immer oder oft auf die Kolleg:innen verlassen
- 87% bewerten die Teamatmosphäre immer oder oft als wertschätzend

Nach dem Überstehen der Corona-Pandemie und den in der Zeit gemachten Erfahrungen mit dem “mobilen Arbeiten” (Greenpeace Deutschland hatte die Nutzung der Büroräume vollständig eingestellt) wurde im Oktober 2021 eine Betriebsvereinbarung geschlossen, die 50% der Arbeitszeit als mobiles Arbeiten zulässt. Zudem wurden im Büro Flächen umgebaut und flexible Arbeitsplätze eingerichtet. Auch hierzu sind die Rückmeldungen aus der Umfrage überwiegend positiv: Die Zufriedenheit sowohl mit der mobilen Arbeit (85% ja/eher ja) als auch mit der Arbeit im Büro (78% ja/eher ja) ist hoch. 73 % der Mitarbeiter:innen kommen mit dem Prinzip des flexiblen Arbeitsplatzes gut zurecht. Die Regelung 50/50 selbst wird eher gespalten bewertet, da viele Kolleg:innen bei der vollen Freizügigkeit in Bezug auf die Arbeitsplatzwahl aus der Corona-Zeit bleiben wollten: 56% der Mitarbeiter:innen geben an, dass diese Regelung ihren Bedürfnissen entspricht (ja/eher ja) und 31% antworteten mit nein/eher nein. 12% waren unentschlossen.

Herausfordernd bleibt der Informationsfluss und die Zufriedenheit und Transparenz mit und von Entscheidungsprozessen in einer großen Organisation, die auf Selbstorganisation setzt:

- 43% geben an, über wichtige Dinge bei Greenpeace nur manchmal oder selten ausreichend informiert zu sein.
- Die Frage “Die für mich wichtigen Entscheidungsprozesse und Abläufe bei Greenpeace sind mir klar.” beantworten 31% der Kolleg:innen mit “nein” oder “eher nein”.

Die ab 2019 umgesetzte Organisationsentwicklung wurde Ende 2021 evaluiert. Daraus resultierende Vorschläge wurden im Berichtszeitraum ab Anfang 2022 umgesetzt, weshalb hier kurz aus dieser Auswertung zitiert wird.

Positiv festgehalten wurde darin:

- Fast durchgängig wird von Wertschätzung, Eigenverantwortung und Augenhöhe berichtet, was auf der individuellen Ebene die Wirksamkeit und das Wohlbefinden positiv beeinflusst.
- Ein gutes Kooperationsklima wird durch gegenseitige Unterstützung, Flexibilität, Vertrauen und Gleichberechtigung verdeutlicht.
- Durchgängiges hohes Engagement.
- Weniger Entscheidungsebenen.
- Das Vorhandensein geteilter Leitungen wird geschätzt, sowie der zunehmende Anteil weiblicher Leitungskräfte.
- Größere Freiräume und Selbstorganisation werden prinzipiell positiv bewertet.

Als Herausfordernd wurden u.a. beschrieben

- Das Spannungsfeld zwischen Selbstorganisation und Entscheidungsfindung.
- Eine häufig hohe Arbeitslast wegen der Vielzahl der Themen, die Greenpeace bearbeitet und bearbeiten will.
- Der Umgang mit den veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die eigene Rolle in der Klimabewegung.
- Der Umgang mit Konflikten.
- Der Umgang mit der sich schnell verändernden (sozialen) Medienlandschaft.
- Die Balance zwischen Fachteams und Kampagnen.

Ausgehend von der OE-Evaluierung wurden drei größere Felder im Berichtszeitraum bearbeitet:

- Die Geschäftsführung wurde von zwei auf vier Positionen erweitert, um dem Wachstum der Aufgaben in einer gewachsenen Organisation Rechnung zu tragen wie z.B. der größeren Anzahl an Teams und Leitungen, die im jeweiligen Zuständigkeitsbereich liegen.
- Das Leitungsverständnis wurde verschriftlicht, um als Basis für die weitere individuelle Leitungsentwicklung zu dienen - das Leitungsfeedback wurde neu organisiert und basiert nun auf strukturierten individuellen Gesprächen mit Leitungskolleg:innen, Mitarbeiter:innen und zuständiger Geschäftsführung.
- Die Arbeitsweise und Struktur der "CoPs" ("Communities of practise") wurde überarbeitet und vereinheitlicht - in diesen Runden treffen sich Kolleg:innen mit gleichen Rollen, um teamübergreifend den Austausch und die Weiterentwicklung des jeweiligen Themenfeldes zu fördern (z.B. Medienkoordinator:innen, Digitalkampagner:innen, Fotoredakteur:innen...).

Neu eingerichtet wurde die Stelle "GreenFair", die den Umgang mit Konflikten auf einer professionellen Basis sicherstellen und bei Bedarf als niedrigschwellige Anlaufstelle zur Verfügung stehen soll - zudem fungiert diese Stelle als Anlaufstelle nach dem AGG (Allgemeines Gleichstellungsgesetz). Besetzt wurde diese Stelle

jeweils zur Hälfte mit einem Mann und einer Frau in Teilzeit, um auch hier eine gute Ansprechbarkeit für Kollegen und Kolleginnen sicherzustellen.

Die sich aus der GreenCare-Umfrage, den Jahrespersonalgesprächen und weiteren Austauschen ergebenden Veränderungsbedarfe, werden im Rahmen des Weiterbildungs-/Trainings- und Coaching-Angebotes verarbeitet. Hier gibt es ein breites Spektrum an Angeboten für:

- alle Mitarbeiter:innen (z.B. Feedback- und GreenCare-Verhalten)
- Teamentwicklungsprozesse, die teamspezifisch entwickelt und umgesetzt werden
- individuelle Coaching-Angebote nach Bedarf.

2023

- wurden 78 interne Weiterbildungsveranstaltungen mit insgesamt 600 Teilnehmer:innen durchgeführt
- wurden 17 Teamentwicklungsprozesse mit bis zu sechs Veranstaltungen begleitet
- nutzten 37 Kolleg:innen das individuelle Coaching-Angebot mit bis zu sechs Sitzungen
- und zudem gab es 108 Kolleg:innen, die sich über Einzelmaßnahmen weitergebildet haben.

2022

- wurden 53 interne Weiterbildungsveranstaltungen durchgeführt
- wurden 20 Teamentwicklungsprozesse mit bis zu sechs Veranstaltungen begleitet
- nutzten 27 Kolleg:innen das individuelle Coaching-Angebot mit bis zu sechs Sitzungen
- zudem gab es 80 Kolleg:innen, die sich über Einzelmaßnahmen weitergebildet haben.

Die Nutzung der Angebote hat sich damit in den Jahren des Betrachtungszeitraumes deutlich erhöht, was durch die wachsende Anzahl an Mitarbeiter:innen und dem Aufbau der drei neuen Teams zu erklären ist.

Weitere Indikatoren der GWÖ:

- Die Fluktuationsrate wurde nicht ermittelt.
- Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit ist gesunken, weil Greenpeace seit dem letzten GWÖ-Bericht deutlich gewachsen ist und viele neue Kolleg:innen gewinnen konnte. 2022 lag sie bei 8,83 Jahren, in 2023 bei 8,77 Jahren.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Greenpeace bietet den Mitarbeiter:innen über einen Rahmenvertrag ein externes Beratungsangebot zu "belastenden Situation" im dienstlichen sowie privaten Bereich an. Anfang 2022 wurde der Anbieter gewechselt und Greenpeace nutzt seitdem die Angebote des [Fürstenberg-Institut](#), welches eine deutlich größere Bandbreite anbieten kann, als die vorherige Anbieterin.

Die Nutzung der Angebote wird vom Fürstenberg-Institut jährlich anonymisiert ausgewertet. Greenpeace-Mitarbeiter:innen nehmen das Angebot auffällig häufig wahr - fast jede:r dritte Mitarbeiter:in hat 2022 ein Beratungsangebot genutzt (31,1%). In 2023 ging der Anteil auf 27,6 % zurück.

Die Interpretation dieser Zahlen erwies sich im Austausch mit anderen NGOs und dem Institut als interessant:

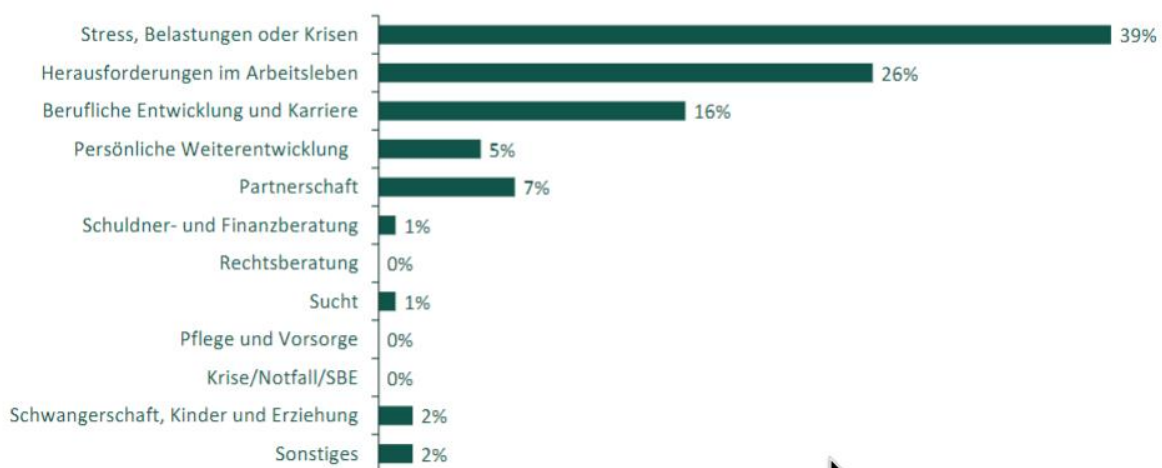
- Die hohe Nutzung wird als positives Signal gewertet: Die Kolleg:innen gehen bewusst mit Belastungen um und holen sich schnell Rat.
- Zudem sind die Nutzungsraten bei Organisationen, die auf Selbstorganisation setzen, höher, da Herausforderungen eher im Team thematisiert und bearbeitet werden.
- Zuletzt wird in einer hohen Nutzungsrate ein positives “Kultursignal” gesehen, da ein lösungsorientierter Austausch gefördert wird.

Im Einzelnen:

- Auffällig ist eine deutliche höhere Nutzung durch Frauen als durch Männer (2022: 82% zu 18%, 2023: 72% zu 27%, 1 % divers).
- In der Falleinschätzung des Instituts waren 2022 73% und 2023 77% grün (unauffällig), 2022 26% und 2023 22% gelb (komplex, schwerwiegend) und jeweils 1% rot (akute Krise) zu bewerten.

Inhaltlich wurden die Beratungen wie folgt eingeordnet:

Beratung & Coaching zu persönlichen Themen



Themenzuordnung in der Auswertung 2022

Themen-Verteilung



Themenzuordnung in der Auswertung 2023

Die regelmäßige GreenCare-Umfrage (alle 2-3 Jahre) zur psychischen Belastung am Arbeitsplatz, ergänzt um aktuelle Fragen zur Zusammenarbeit, ist Teil der Gesundheitsförderung bei Greenpeace. Sie liefert ein regelmäßiges Bild der Herausforderungen in einer Organisation, deren Mitarbeiter:innen mit einer hohen intrinsischen Motivation ans Werk gehen und deren Ziel gesellschaftliche Veränderungen zum Schutz des Planeten sind.

Beteiligt haben sich an der Umfrage 2023 59% der Mitarbeiter:innen. Die dabei bestätigte sinnstiftende Tätigkeit wurde bereits im vorherigen Kapitel erwähnt. Aus Sicht des Gesundheitsschutzes sind folgende Aspekte besonders relevant und bleiben herausfordernd:

- 47% der Kolleg:innen tun sich weiterhin schwer mit dem Ablehnen zusätzlicher Arbeitspakete, auch wenn sie schon überlastet sind.
- 35% werden weiterhin immer wieder oder oft in ihrer Tätigkeit unterbrochen.
- Der kurzfristige Ausgleich von Überstunden hat sich verbessert: 60% der Kolleg:innen gelingt das immer bzw. oft.
- 12% fühlen sich oft durch Überstunden belastet.

Neu aufgenommen wurde eine Frage zur Belastung durch gesellschaftliche Entwicklungen und die voranschreitende ökologische Katastrophe - hierdurch fühlen sich fast die Hälfte der Mitarbeiter:innen belastet. Daher ist es kein Wunder, dass sich 34% der Kolleg:innen auch außerhalb der Arbeitszeit mit Problemen bei der Arbeit beschäftigen.

Geplant ist die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements als Dach für alle gesundheitsfördernden Maßnahmen und Strukturen wie dem Arbeitssicherheitsausschuss (ASA), dem betrieblichen Wiedereingliederungsmanagement (BEM) und GreenCare. Hierzu wurde ab Oktober

2023 eine einjährige Projektstelle in Zusammenarbeit mit “[On Purpose](#)” geschaffen, einem Programm zur sinnhaften Berufsorientierung, um nachhaltige Antworten auf obige Aspekte zu finden.

Eingeführt wurde eine digitale Zeiterfassung, da diese wegen eines übergeordneten Urteils des Bundesarbeitsgerichts erforderlich war. Die Ausgestaltung wurde so gewählt, dass das bisherige Modell der Vertrauensarbeitszeit weitestgehend fortgeführt werden kann.

Alle Büroarbeitsplätze sind mit höhenverstellbaren Schreibtischen ausgestattet und bei Bedarf mit ergonomischen Sitzmöbeln. Diese Möglichkeiten werden von den Kolleg:innen dankbar angenommen und viel genutzt. Die Räume verfügen über Tageslicht und Fenster zum Öffnen nach draußen. Regelmäßig wird über die richtige Stellung von Tisch und Stuhl zum Lichteinfall informiert, es bleibt in der freien Wahl der Kolleg:innen, ihre Arbeitssituation anders zu gestalten.

Als Beitrag zum Betriebssport stellt die Organisation ein Segelboot samt Winterlagerungsmöglichkeit zur Verfügung. Die sonstigen Kosten tragen die Aktiven. Seit 2020 wird dies in Form einer Betriebssportgruppe im Verband des BSV Hamburg organisiert. Dieses Angebot wird freudig genutzt.

Indikatoren:

In den Jahren 2022 und 2023 gab es jeweils drei bzw. vier “leichte” bis “mittelschwere” Arbeitsunfälle wie eine Schnittverletzung, einen angebrochenen Zeh oder Stürze mit dem Rad auf dem Weg zur Arbeit.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Auf internationaler Ebene hat Greenpeace das Projekt zu Diversität und Inklusion weiter vorangetrieben - der dortige Arbeitstitel lautet “JEDIS” (= Justice, Equity, Diversity, Inclusion, Safety).

Bei Greenpeace Deutschland wurde von Anfang 2021 bis Ende 2023 ein Projekt mit dem Titel VielWert (= Vielfalt und Wertschätzung) durchgeführt und mit einer extra Projektstelle und Budget ausgestattet - angebunden war das Projekt im Team PersonalKultur.

Die Projektauswertung beschreibt zum Ende 2023 folgende Fortschritte und weitere Entwicklungsbedarfe: Das Projekt VielWert hat seine wichtige Aufgabe erfüllt und sowohl den gewünschten Kulturwandel, als auch die dafür angestrebten Veränderungsprozess bei Greenpeace in Gang gesetzt. Es wurden etliche Ziele erreicht, auch wenn der Kulturwandel selbst ein Prozess ist, der weiter vorangetrieben werden wird und noch nicht am Ende ist. Ab 2024 soll die weitere Verankerung der VielWert-Ansätze in der Kampagnenarbeit und der Zusammenarbeit mit den Freiwilligen vorangetrieben werden. Auch die Sensibilisierung für den Umgang im Alltag wird fortgeführt.

Folgende Ziel hat das Projekt verfolgt:

Ziel 1: Die Anzahl der Mitarbeiter:innen, die eine vielfältigere Perspektive in die Organisation einbringen, ist gestiegen:

- Ende 2023 hat Greenpeace 33 Mitarbeiter:innen mit einer anderen nationalen Herkunft als deutsch. Im Jahr 2020 waren es “nur” 16 - die Anzahl hat sich absolut mehr als verdoppelt. Das Messkriterium Staatsangehörigkeit ist allerdings nur begrenzt geeignet, um alle kulturellen Unterschiede und Perspektiven abzudecken - allerdings ist es das einzige Kriterium, welches aus Gründen des Datenschutzes verlässlich erfasst wird.
- Die aktive Geschäftsführung besteht Ende 2023 aus zwei Frauen und einem Mann
- Der Aufsichtsrat besteht aus vier Männern und drei Frauen - seit Ende November 2023 ist die Sprecherin wieder eine Frau.
- Die Mitgliederversammlung des Greenpeace e.V. hat bewusst ihre Zusammensetzung verändert: die Zahl der weiblichen Mitglieder, die anderer Nationalitäten und die jüngerer Mitglieder wurde erhöht. Formulierungen in der Satzung wurden angepasst. Aktuell ist der e.V. mit 17 Männern und 18 Frauen besetzt.

Ziel 2: Die neuen Perspektiven, welche die sensibilisierten Mitarbeiter:innen und externe Expert:innen in die Arbeit unserer Umweltschutzorganisation einbringen, werden genutzt.

Hier gibt es auf unterschiedlichen Ebenen Veränderungen:

- Bei der Erstellung von wissenschaftlichen Studien ist in der Beauftragung die nötige Perspektivenvielfalt zu berücksichtigen.
- Teams, die besonders in internationale Arbeiten eingebunden sind, werden interkulturell besonders geschult.
- In unseren Formularen wurde die Option “divers” aufgenommen.
- Es wurde leichte, verständliche Sprache sowie diskriminierungsfreie Sprache für unsere Kommunikation eingeführt.
- Erweiterung und Spezifizierung der Bewerbungsverfahren (Sprache und Kanäle, Einbindung externer Expert:innen), Überarbeitung des Systems der internen Eingruppierung für eine faire Verteilung innerhalb der unterschiedlichen Rollen und um den Einfluss “geschlechtsspezifischen” Kommunikationsverhalten zu reduzieren.

Ziel 3: “Greenpeace ist auch nach Außen auf all unseren Kanälen als divers und inklusiv wahrnehmbar”:

- Die Erreichung dieses Zieles wurde durch die Projektgruppe einvernehmlich zeitlich nach hinten verschoben. Zunächst sollte der interne Kulturwandel Früchte tragen, bevor wir diesen “wahrhaftig” nach Außen darstellen können und wollen.

Ziel 4: “Basis dafür ist eine durchgängige Sensibilisierung aller Mitarbeiter:innen für den wertschätzenden Umgang miteinander und den Umgang mit einer erhöhten Vielfalt.”

Im Projektzeitraum wurden hierfür unterschiedliche Angebote mit unterschiedlichen Formaten unterbreitet, diese reichten von Grundlagen-Workshops über Lesungen bis hin zu spezifischen Trainings:

- Sieben Workshops “Sensibilisierung für Diversität”
- Zwei Workshops “Unbewusste Stereotype (Bias)”
- Elf Workshops “Anti-Rassismus”
- Ein Workshop “Kulturelle Aneignung”
- Ein Workshop “Interkulturelle Kompetenz”
- Eine Autor:innenlesung “Sprache & Rassismus”
- Zwei Workshops “Geschlechtergerechtigkeit“ für Leitungen
- Drei Workshops “Sexismus im Arbeitsalltag”
- Diverse Vorträge in der CoP FemPowerment (Angebot speziell für Kolleginnen sich auszutauschen und zu stärken)
- Drei Workshops “Leicht verständliche Sprache”
- Vier Workshops “Diskriminierungsfreie Sprache”
- Acht Feedbacktrainings.

Nach Abschluss des Projektes Ende 2023 werden folgende Maßnahmen fortgeführt, um das Thema dauerhaft zu verankern:

- Fortsetzung der CoP FemPowerment (SafeSpace seit 2020) als Ort der gegenseitigen Stärkung
- Förderung von internationalen Safe Spaces, angeboten von GPI
- Safe Spaces mit dem Fokus Nationale Herkunft/Ethnie
- Feedbacktrainings
- Besetzung der Rollen “VielWert” in 11 Teams - in dieser Rolle sind die Aufgaben und Verantwortlichkeiten beschrieben, welche die jeweiligen Kolleg:innen in ihren Teams übernehmen, um das Thema weiter voranzubringen.

Greenpeace beteiligt sich am FairShareMonitor: Am 14. Mai 2024 wurden der [FAIR SHARE Monitor 2024](#) mit den Daten aus 2023 veröffentlicht. Greenpeace belegt dort von 196 beteiligten Organisationen den 23. Platz und erreicht mit einem Index von 9,3., einem Wert von unter 15, womit Greenpeace entsprechend der FairShare-Kriterien einen angemessenen Anteil von Frauen in Führungspositionen hat.

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Greenpeace als Arbeitgeberin orientiert sich am Wohl der Kolleg:innen. Es gibt in der Organisation keine menschenunwürdigen Arbeitsplätze. Neu eingerichtet wurde eine eigens ausgestattete interne Beschwerdestelle (eine Vollzeitstelle, je zu 50% durch eine Frau und einen Mann besetzt) nach AGG, die auch Konflikte innerhalb der Organisation und zwischen Teammitgliedern bearbeitet. Denn wo immer Menschen in Gruppen gemeinsam an Zielen arbeiten, kann es Konflikte geben. Entscheidend ist, wie wir damit umgehen. Mit unserer Stelle “GreenFair” setzen wir darauf, Konflikte im Sinne der gemeinsamen Zielsetzung als Chance für Verbesserungen und Weiterentwicklung zu sehen - sei es auf individueller Ebene oder im Team. Zudem gingen bei dieser Beschwerdestelle im Berichtszeitraum zwei Beschwerden nach AGG ein:

- In Fall A war die Benachteiligung aufgrund von Fürsorgeverantwortung als Vater eines Kindes und aufgrund einer Schwerbehinderung Gegenstand der Beschwerde. Diese Beschwerde wurde aufgrund des Ausscheidens des Beschwerdegegners aus der Organisation noch vor Abschluss der Prüfung zurückgezogen.
- In Fall B ging es um die Anzeige einer Benachteiligung in einem Bewerbungsverfahren aufgrund der Übernahme von Fürsorgeverantwortung als Vater. Nach Prüfung der Beschwerdestelle lag hier jedoch kein Diskriminierungsfall im Sinne des AGG vor.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Arbeitsverträge sind bei Greenpeace im Sinne der Gleichbehandlung einheitlich gestaltet. Neue Verträge werden in einer geschlechtsneutralen Form formuliert. Sie differieren nur hinsichtlich der Arbeitszeit, entsprechend der Stellen/Rollenbeschreibung, des damit verbundenen Entgelts und der Anstellungsdauer (bei Befristung).

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Grundlage für das [Gehaltsmodell](#) bei Greenpeace ist ein umfassendes Punkteverfahren, in dem verschiedene Indikatoren zu Verantwortung, Komplexität der Aufgaben, Eigenständigkeit usw. verknüpft werden, so dass jede Stellen- bzw. Rollenposition mit einer konkreten Punktzahl bewertet werden kann. Kolleg:innen mit gleichen Aufgaben erhalten das gleiche Gehalt. Es gibt keine Unterschiede aufgrund des Verhandlungsgeschicks einzelner und keine leistungsbezogene Komponente (diese gibt es nur im eigenen Gehaltsmodell der Direkt Dialoger, siehe unten). Das Gehaltsmodell ist transparent im Internet veröffentlicht. Neueingruppierungen und Gehaltsüberprüfungen laufen über eine Steuergruppe Gehalt (mit sechs Kolleg:innen aus verschiedenen Teams, Betriebsrat und der Teamleitung PersonalKultur). Das niedrigste Einkommen wurde in beiden Jahren in der Gehaltsgruppe 10/1 bezahlt, das waren in 2022 3.375,12 € und 2023: 3.535,12 € brutto bei Vollzeit. Die Regelarbeitszeit bei Vollzeit beträgt 37,5 Std./Woche. Auch der Verdienst in dieser niedrigsten Gehaltsgruppe ist ausreichend, um am Standort Hamburg eine lebenswürdige Daseinsvorsorge zu gewährleisten. Der mittlere Verdienst laut Gehaltstabelle lag in der Gehaltsgruppe 15/2 2022 bei 5.268,81 € brutto, 2023 bei 5.428,81 € brutto. Der Medianverdienst lag Ende 2022 bei 5.014,11 € und Ende 2023 bei 5.174,11 € (ohne DD). Die Spreizung der Einkommen beträgt in Bezug auf Vollzeitstellen 2022 1:3,6 und 2023 1:3,3. Außerdem arbeiten bei Greenpeace geringfügig Beschäftigte mit einem festen Stundensatz über Mindestlohn (2022: 12,23 €/Std. und 2023: 13,21 €/Std.). Greenpeace bietet fünf Stellen für ein Freiwilliges Ökologisches Jahr an. Die jungen Menschen erhalten ein geringeres Entgelt von der Behörde für Umwelt und Entwicklung und sie unterstützen z.B. die Ehrenamtsarbeit mit Jugendlichen. Sie werden nur in Kontexten eingesetzt, in denen keine Stellen ersetzt werden.

Greenpeace ist eine familien- und kinderfreundliche Arbeitgeberin, die den besonderen Einsatz der Kolleg:innen fair honorieren will. Deshalb gibt es bei Greenpeace freiwillige soziale Leistungen, die unabhängig von den Gehaltsgruppen für alle in gleicher Höhe gewährt werden, um den sozialen Ausgleich zu fördern, zum

Teil in Abhängigkeit zur konkreten Wochenstundenzahl: Betriebsinternes Kindergeld, ein Jahr Zuschuss zum Krankengeld, Krankengeld für Kind krank, Weihnachts- und Urlaubsgeld (Festbetrag für alle gleich), 32 Urlaubstage bei Fünf-Tage-Woche, Umzugskostenerstattung und Mietzuschüsse für neue Kolleg:innen, Darlehen und Vorschüsse in Notsituationen, Sonderurlaub in Notfällen, Sonderurlaub bei Dienstjubiläen (25, 30 und 35 Jahre), sowie vermögenswirksame Leistungen.

Gehaltsanpassungen werden jährlich zwischen Geschäftsführung und Betriebsrat besprochen. Die Anpassungen lagen 2022 bei 1,4% und zwei Einmalzahlungen (300,- € als Corona-Bonus, 750,- € als Einmalzahlung). In 2023 wurde eine Anpassung des Gehaltsbudgets um 3% gleichmäßig auf alle Mitarbeiter:innen umgelegt und die Gehälter einheitlich um 160,- € pro Monat bei Vollzeit erhöht. Zudem wurden zweimal 750,- € als Inflationspauschale ausgezahlt. Unterm Strich ergibt dies wegen der hohen Inflation einen Kaufkraftverlust, der vom Betriebsrat moniert worden ist. Für die Direkt Dialoger:innen bei Greenpeace, die für Greenpeace in der Öffentlichkeit Förder:innen werben, gibt es ein eigenes Gehaltsmodell, das einen leistungsbezogenen Anteil enthält. Dieser bewertet die Zahl der Abschlüsse und ergänzt den Grundlohn von 2.250 € für eine Vollzeitstelle. Freiwillige soziale Leistungen werden unterschiedslos gezahlt. Hier beträgt die Spreizung in 2023 1:5,2.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Vor dem Hintergrund eines Urteils des Bundesarbeitsgerichts, wonach eine entsprechende EU-Richtlinie direkt gilt, hat auch Greenpeace in 2023 eine Zeiterfassung eingeführt. Begleitet mit einer Überarbeitung der Betriebsvereinbarung zur Arbeitszeit wurde ein System eingeführt, welches möglichst viel Eigenverantwortung der bisher gelebten Vertrauensarbeitszeit beibehält und dennoch die rechtlichen Grundlagen abdeckt. Um den Umgang mit Überstunden grob zu steuern, wurde ein Ampelsystem eingeführt, welches monatlich ausgewertet wird. Haben Kolleg:innen mehr Überstunden angehäuft als der wöchentlichen Arbeitszeit entspricht befinden sie sich im "gelben" Bereich und werden aufgefordert, sich mit ihrer Leitung über einen Abbauplan zu verständigen. Haben sie mehr als das 1,5 fache an Wochenstunden als Überstunden erreicht, sind sie im "roten" Bereich und sollen umgehend mit dem Abbau beginnen. Mit der Einführung dieses Systems ist zumindest transparenter, wo wie viele Überstunden anfallen - die Umsetzung der gewünschten Abbaupläne wird noch ausgewertet (ab 2024).

In der Wahl der Arbeitszeit sind die Kolleg:innen weitestgehend frei. Siehe auch Punkt C1.1 zum Thema Betriebsvereinbarung und "Mobiles Arbeiten".

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance

Die Teilzeitquote ist bei Greenpeace mit über 54,5 % (2022) und 55,7 % (2023) weiter gestiegen. Bei der Gestaltung von Teilzeitverträgen gibt es eine große Flexibilität hinsichtlich der gewünschten Stundenzahl und Verteilung der Arbeitszeit, sodass individuelle Bedürfnisse gut berücksichtigt werden: 2022 gab es 24, 2023 schon 32 verschiedene vertraglich vereinbarte Arbeitszeitmodelle (zwischen 10 und 37,5 Stunden pro Woche - ohne GfB). Die gesetzlich geschaffene Brückenteilzeitregelung findet freudige Inanspruchnehmer:innen. Auch Leitungen arbeiten bei Greenpeace in Teilzeit (2022: fünf Kolleg:innen, 2023: acht Kolleg:innen). Greenpeace bietet für Kolleg:innen mit mehr als vier Jahren Betriebszugehörigkeit zwei Modelle von

Sabbaticals (Auszeiten) an: drei Monate Auszeit im Blockteilzeitmodell oder sechs Monate unbezahlten Urlaub. Überstunden werden in Freizeit abgegolten.

C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Alle Arbeitsverträge bei Greenpeace beinhalten eine Vergütung, die deutlich über dem Mindestlohn liegt. Es gibt bei Greenpeace keine Nullstundenverträge, der Einsatz von Zeitarbeit erfolgte im Berichtszeitraum nicht. Es gibt bei Greenpeace Arbeitsverträge, die ohne Sachgrund befristet sind. Als rein spendenfinanzierte Organisation erlaubt dies eine gewisse Flexibilität in der Einrichtung von neuen Stellen, die gern genutzt wird. Neubesetzungen von Fach- und Kommunikations-Kampanner:innen-Stellen werden in der Regel zunächst sachgrundlos auf zwei Jahre befristet, danach meist in unbefristete Stellen überführt. Weitere sachgrundlose Befristungen gibt es im Direkt Dialog für die sogenannten Straßendialoger:innen, da dieses Programm weiterhin unter Vorbehalt läuft.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Greenpeace arbeitet zum Schutz der Umwelt u.a. zur Agrarwende. Die Themen Fleischkonsum und ökologische Landwirtschaft ohne Gentechnik und ohne Pestizide sind im Haus präsent. Die Kolleg:innen sind bei der Ernährung bestens informiert und ernähren sich nach Schätzung mehrheitlich fleisch- und fischarm. Ein extra Anreizsystem ist nicht erforderlich, da die gelebte Praxis sich auf einem hohen Niveau befindet. Dies zeigt sich immer wieder bei internen Veranstaltungen zu denen Kolleg:innen selbst Essen mitbringen, wie einem internationalen Buffet oder dem “Dosenlunch”, an dem gemeinsam “mitgebrachtes” aus der Brotdose verzehrt wird. Das Büro ist ausgestattet mit Küchen zur Selbstversorgung. Im Aktionsmittellager wird mit Lebensmitteln aus ökologischem Anbau vegan gekocht. Ehrenamtliche werden bei Aktivitäten vegan oder vegetarisch verpflegt (Verhaltenskodex). Tee und Kaffee, die den Kolleg:innen im Büro zur Verfügung gestellt werden, sind aus ökologischer und fairer Wirtschaft, die Kaffeemaschine ist mit Bio-Hafermilch bestückt. Die Verpflegung bei Veranstaltungen ist möglichst regional und auf jeden Fall vegetarisch, häufig auch vegan.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Greenpeace arbeitet seit Jahren zum Thema Verkehr, insbesondere zur Schadstoffbelastung der Luft durch Dieselabgase, zum CO₂-Ausstoß von Pkw u.a. Die meisten Kolleg:innen fahren mit öffentlichen Verkehrsmitteln (dem Zug, wenn sie weiter außerhalb wohnen), mit dem Fahrrad oder gehen zu Fuß zur Arbeit. Für Fahrräder steht ein Fahrradkeller zur Verfügung. Greenpeace bezuschusst die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel zur Arbeit mit 42 Euro. Ende 2023 nutzten 251 Kolleg:innen diesen Zuschuss, um das Deutschlandticket zu erwerben, welches auch für den HVV (Hamburger Verkehrsverbund) genutzt werden kann. Im April 2021 wurde seitens Greenpeace ein Jobrad-Angebot eingeführt. 62 Kolleg:innen machten hiervon Ende 2023 Gebrauch - auch hierfür kann der ÖPNV-Zuschuss alternativ genutzt werden.

Die gültige Reiserichtlinie für Dienstreisen sieht vor, vorab zu prüfen, ob eine Reise durch Telefon- oder Videokonferenz ersetzt werden kann. Flugreisen sind nur gestattet, wenn die Reisezeit mit dem Zug mehr als 24 Stunden beträgt. Übernachtungen, die durch eine längere Fahrt notwendig werden, werden bezahlt. Jeder Flug muss schriftlich begründet und von der Leitung und der Geschäftsführung genehmigt werden. Greenpeace:innen fahren grundsätzlich mit dem ÖPNV. Wenn ein Auto angemietet werden muss, darf es kein Diesel und muss verbrauchsarm sein, wenn möglich ein Elektroauto.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Als Umweltschutzorganisation mit einem hohen Glaubwürdigkeitsgrad ist ein authentisches Verhalten für Greenpeace-Mitarbeiter:innen von einem hohen Wert. Diese sind aufgefordert die Vorgaben des Verhaltenskodex auch im Privaten anzuwenden - das lässt sich nicht erzwingen, wird aber durch die durchgängige Auseinandersetzung mit den Kampagneninhalten gefördert, welche regelmäßig im Plenum (Mitarbeiter:innenversammlung-per Videokonferenz) vorgestellt werden.

Neben den Vorgaben zum Essen (Richtlinie Bewirtung und Verpflegung, die besagt, dass die Verpflegung bei Veranstaltungen möglichst ökologisch, regional, fair und mindestens vegetarisch sein muss) und zur Mobilität (Richtlinie Reisen und Reisekosten, s. Abschnitt 3.2) gibt es bei Greenpeace zur individuellen Konsumreduzierung seit langem ein Umsonstregal für Bücher und Alltagsgegenstände sowie eine Kleidertausch-Ecke. Der Bekanntheitsgrad der Erfordernisse zu ökologischem Verhalten liegt geschätzt bei nahezu 100%. Die Sensibilisierung und Akzeptanz ökologischen Verhaltens sind sehr hoch, wenn auch in der Umsetzung immer noch weiter zu optimieren (in den zentralen Bereichen Ernährung, Mobilität, Wohnen, Konsum, Finanzen...), denn auch die bei Greenpeace arbeitenden Menschen sind Teil unserer aktuellen Gesellschaft und derer Probleme. Messbar ist aktuell ein Rückgang des Papierverbrauchs von 340 Tonnen im Jahr 2022 auf 307 Tonnen im Jahr 2023, was einem Rückgang von fast 10% entspricht.

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Es gibt bei Greenpeace eine Mülltrennung und ökologische Produkte im Büro (Recyclingpapier, Biotee etc.). Dem Verein gehören Fahrzeuge, Boote und ein Schiff, die bei logistischen Aufgaben eingesetzt werden. Mit dem "Klimafahrplan 2030" ist für Greenpeace-Deutschland ein Verbrennerausstieg schrittweise vorgesehen. So wird das Aktionsschiff Beluga II im Jahr 2024 mit einer neuen Antriebstechnik ausgestattet, welche auf Bio-Methanol setzt, sofern nicht gesegelt werden kann. Fahrzeuge werden - sobald technisch machbar - auf Elektroantrieb umgestellt. Dienstfahrzeuge für Kolleg:innen gibt es nicht. Das ökologische Verhalten der Greenpeace:innen wird explizit in den Richtlinien zu Einkauf, Reisen und Verpflegung bzw. Bewirtung gefördert.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Transparenz spielt für Greenpeace eine wichtige Rolle, denn Entscheidungen sind umso nachvollziehbarer und verständlicher, je transparenter die Begründungen für

die Entscheidungen sind: Die zentralen Ergebnisse und Beschlüsse der Aufsichtsratssitzungen und der Versammlungen der stimmberechtigten Mitglieder des Greenpeace e.V. werden auf Büroversammlungen allen Kolleg:innen vorgestellt. Greenpeace arbeitet mit einer cloudbasierten Datenbank, in der alle relevanten Dokumente abgelegt und Zugriffsrechte von den Autor:innen je nach Bedarf und Verantwortungsbereich vergeben werden können – zur Weitergabe von Informationen oder zum Bearbeiten von Dokumenten. Jahresbudget und Jahresbilanz werden jährlich auf einer Büroversammlung vorgestellt. Das Jahresbudget wird basierend auf dem Jahresprogramm von den einzelnen Teams erstellt und vorgeschlagen. Dies erfolgt unter Beteiligung der Teamkolleg:innen, die Entscheidung über das Jahresbudget trifft die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat muss es genehmigen. Vierteljährlich trifft sich der Wirtschaftsausschuss bestehend aus Geschäftsführung, Controlling, Fundraising und Betriebsrat zur laufenden Einsicht.

C4.2 Legitimierung der Leitungskräfte

Bei Greenpeace gibt es seit 2019 nur noch drei Ebenen: Geschäftsführung, Leitungen und Mitarbeiter:innen. Die Geschäftsführung wird vom Aufsichtsrat bestimmt und kontrolliert (siehe Satzung des Greenpeace e.V.) – die Leitungen werden von der Geschäftsführung ausgewählt. Hierzu werden für jedes Verfahren interne Kommissionen gebildet, die aus Mitarbeiter:innen, Leitungen und Betriebsrat bestehen und welche die Geschäftsführung in der Entscheidung über die Leitungsbesetzung beraten. Gemäß BetrVg § 99 wird der Betriebsrat vor Einstellung angehört.

In der GreenCare-Umfrage von 2023 wurden die so bestimmten Leitungen recht gut bewertet:

- 84% der Kolleg:innen beantworteten die Aussage “Nach meiner Einschätzung hat meine Leitung die für ihren Job erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten” mit “ja” oder “eher ja”.
- 95% der Kolleg:innen stimmten dem Satz “Meine Leitung respektiert meinen Verantwortungsbereich und lässt mich eigenverantwortlich entscheiden” mit “ja” oder “eher ja” zu.
- Für 79% der Mitarbeiter:innen sind die jeweiligen Leitungen ein positives Vorbild.

2023 wurde ein Leitungsfeedback eingeführt, welches auf vertiefende Einzelgespräche mit Leitungskolleg:innen, Mitarbeiter:innen und zuständiger Geschäftsführung beruht. Die Leitungskolleg:innen und Teammitarbeiter:innen wurden dabei jeweils per Los einander zugeordnet.

Greenpeace besetzt Leitungsrollen bewusst mit einer Mischung aus externen und internen Kolleg:innen. Hierdurch bieten sich auch immer wieder Entwicklungsmöglichkeiten für Kolleg:innen aus dem Haus. Bei der Besetzung von Positionen mit Personalverantwortung wird besonders auf die dafür benötigten Anforderungen geachtet.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Mit der Umsetzung der Organisationsentwicklung ab April 2019 setzt Greenpeace verstärkt auf Eigenverantwortung und Selbstorganisation. Der damit eingeschlagene

Weg und verbundene Kulturwandel wurde auch im Berichtszeitraum 2022/23 fortgeführt. Über Retrospektiven, Reviews, Feedback-Angebote wird die Zusammenarbeit fortlaufend reflektiert und verbessert. Kampagnen und Projekte werden aus den Teams heraus entwickelt. Die jeweiligen Entscheidungen hängen von der Projektdimension ab. Strategische Grundsatzentscheidungen werden nach der Beratung mit Leitungen und gegebenenfalls Mitarbeiter:innen durch die Geschäftsführung getroffen. Teambezogene Entscheidungen sollen je nach zuvor festgelegten Entscheidungsmodus auf Ebene der beteiligten Mitarbeiter:innen z.B. im Konsent oder durch die zuständige Leitung getroffen werden.

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrats

Bei Greenpeace gibt es seit 1987 einen Betriebsrat, der zur Zeit aus elf Mitgliedern besteht. In der Ausgestaltung der Freistellungsstunden (37,5/Woche) ist der Betriebsrat frei und teilt die Stunden nach Bedarf unter dem Betriebsratsvorsitzenden und den Betriebsratsmitgliedern auf. Zusätzliche Stunden für die Betriebsratsarbeit wurden zwischen der Geschäftsführung und dem Betriebsrat vereinbart. Die letzte Betriebsratswahl hat mit einer Wahlbeteiligung von 73 Prozent im April 2022 stattgefunden. Der Betriebsrat trifft sich wöchentlich mit Vertreter:innen des Teams PersonalKultur, um personelle Angelegenheiten zu besprechen und das einmal pro Monat stattfindende Treffen zwischen Betriebsrat und Geschäftsführung vorzubereiten. Die Zusammenarbeit zwischen allen Parteien ist vertrauensvoll und lösungsorientiert.

Seit dem Sommer 2023 gibt es bei Greenpeace zudem eine Schwerbehindertenvertretung (drei Kolleg:innen), die vertrauensvoll mit dem Betriebsrat und dem Team PersonalKultur zusammenarbeitet.

D1 Ethische Kund:innenbeziehungen

“Greenpeace ist international, überparteilich und völlig unabhängig von Politik und Wirtschaft. Mit gewaltfreien Aktionen kämpft Greenpeace für den Schutz der Lebensgrundlagen. Mehr als 620.000 Fördermitglieder in Deutschland spenden an Greenpeace und gewährleisten damit unsere tägliche Arbeit zum Schutz der Umwelt, der Völkerverständigung und des Friedens”⁴

Bei der Betrachtung des Indikators D wurde, wie in den ersten beiden Greenpeace Gemeinwohlbilanzen, die seitens der GWÖ genutzte Blickweise und das auf Unternehmen angepasst Vokabular hinterfragt. Denn Greenpeace ist kein gewinnorientiertes, produzierendes und/oder dienstleistendes Wirtschaftsunternehmen. Greenpeace hat in ihrem Verständnis keine Kund:innen im klassischen Sinn und stellt keine Überlegungen zu dienstleistungs- und produktrelevanten Preisgestaltungen an. Die Organisation ist weiterhin mit ihren Kolleg:innen, Ehrenamtlichen und Förderer:innen eine Wertegemeinschaft, die sich im Sinne der Vereinssatzung dem Schutz der Umwelt widmet. Greenpeace ist Anwältin und Interessenvertretung der Umwelt. Die Erde selbst ist die „Kundin“ von Greenpeace. Greenpeace Produkte sind Werte, Visionen und Informationen zum Schutz der Umwelt. Hierzu werden Kampagnen und Aktionen durchgeführt.

⁴ Mission Statement in der elektronischen Signaturen

Zielgruppen dieser Arbeit sind je nach Kampagne, die Gesellschaft selbst, Teile davon, die Politik, die Wirtschaft und alle Menschen, die Greenpeace bereits unterstützen oder unterstützen wollen. Um die Zielgruppen zu erreichen, kommuniziert Greenpeace auf und mit allen verfügbaren Kanälen: klassische Medienanfragen, Soziale Medien (diverse Kanäle), Homepage, Greenwire, Greenpeace Nachrichten, Aktionsbriefen, Studien, Infoständen, Vorträgen, Expert:innengespräche, Ausstellung, Bildungsmaterial, Direkt Dialog etc.

Greenpeace als Umweltschutzorganisation steht für eine Lebenshaltung und ein Wertesystem: die Erde und alles und alle, die auf ihr leben, zu schützen und zu erhalten. Gemeinsam wird mit der Wertegemeinschaft für den Erhalt der Lebensgrundlagen eingetreten. Dieser Einsatz spiegelt sich in der ganzen Bandbreite von gewaltfreien Aktionen bis hin zu individuellen Verhaltensänderungen. Ausgehend von diesem Grundverständnis betreibt Greenpeace kein Marketing, sondern versucht, mit den Unterstützer:innen eine lebenslange Beziehung zum gemeinsamen Schutz der Umwelt aufzubauen und zu pflegen, um Veränderungen der Rahmenbedingungen (über Politik und Wirtschaft) und Veränderungen des individuellen Verhaltens zu erreichen. Es sind ausschließlich Privatpersonen, die es Greenpeace ermöglichen, völlig unabhängig zu arbeiten und nicht auf die Interessen von Parteien, Wirtschaft und Politik eingehen zu müssen, sondern nur im Sinne der Umwelt agieren zu können.

Diese Unabhängigkeit schafft ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und ist seit der Gründung von Greenpeace International vor 50 Jahren und in Deutschland vor 40 Jahren das Grundprinzip der Organisation. Greenpeace und damit die „Kundin“ Umwelt werden finanziell von 620.000 (2022) bzw. 616.000 (2023) Fördermitgliedern unterstützt. 569.000 (2022) bzw. 567.000 (2023) Menschen geben Greenpeace fixe (in der Regel) monatliche Beträge und sorgen damit nicht nur für finanzielle Unabhängigkeit und Stabilität, sondern sind Basis für die Kampagnenarbeit zum Schutz der Umwelt.

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation

Das Team „Information und Förder:innen-Service“ (IFS) kommuniziert für Greenpeace plattformübergreifend im direkten Gespräch mit Unterstützer:innen und der interessierten Öffentlichkeit. Das Team fungiert als Anlaufstelle für alle Anfragen zu Umweltthemen, vermittelt Greenpeace-Positionen und -Aktivitäten und betreut die Fördermitgliedschaften. Damit trägt das Team IFS wesentlich zur Bindung der Unterstützer:innen an die Organisation bei.

Das Serviceverständnis des Teams wird regelmäßig überprüft (Erfassung der Anzahl verlorener Anrufe, Dauer der Antwort für Mail und Brief, aktuelle Dankeschreiben für Spenden und Bestätigungen). Diese Prüfung erfolgt durch die Leitung mit Bezug auf die Teamziele – es handelt sich nicht um eine individuelle Leistungsmessung. Bei Abweichung von den gesetzten Zielen werden mit dem Team Maßnahmen zur Nachsteuerung entwickelt und umgesetzt. Die Rückmeldungen aus der interessierten Öffentlichkeit werden aufbereitet und fließen bei Planungsprozessen ein. Hierzu gibt es innerhalb des Teams Themenverantwortliche. Bei Anfragen zu Themen, zu denen Greenpeace keine Expertise hat, erhalten die Interessierten Tipps zu Organisationen, die ihnen weiterhelfen können.

Alle Reklamationen oder Beschwerden ans IFS (z.B. zum Themenspektrum von Greenpeace, zu Fehlbuchungen oder einzelnen Fundraising-Maßnahmen werden geprüft, um daraus Lehren für die Zukunft ziehen zu können.

Greenpeace ist in diesem Feld auch von sich aus aktiv und erforscht immer wieder, wie die Organisation in der Gesellschaft wahrgenommen wird, welche Meinung Fördermitglieder:innen zu bestimmten Themen vertreten und wie diese die Arbeit für die „Kundin“ Umwelt einschätzen. So wurde z.B. 2022 nach Motiven gefragt, warum Fördermitgliedschaften gekündigt wurden. Zu den Jahresenden 2022 und 2023 gab es jeweils ein „End-of-year-Survey“, um eine Rückmeldung der Förder:innen zur Arbeit von Greenpeace zu bekommen. Zudem hat sich Greenpeace im Untersuchungszeitraum z.B. am „Deutschen Spendenmonitor“ beteiligt, welcher vom Deutschen Fundraisingverband durchgeführt worden ist.

Greenpeace wird von Menschen unterstützt, die sich für die Greenpeace „Kundin“ Erde einsetzen und die Umwelt schützen wollen. Die Formen des Engagements sind vielfältig: einmalige Spende, regelmäßige finanzielle Beiträge, ehrenamtliche Mitarbeit bei Aktivitäten, Infoaktionen, Teilnahme an Diskussionen, Unterschriften bei on- und offline Petitionen, Unterstützung bei speziellen Protestformen (z.B. Flashmobs, Mahnwachen etc.). Bei Förder:innen wird die Höhe des finanziellen Beitrags nicht von Greenpeace festgelegt, sondern die Förder:innen entscheiden selbst, was sie zahlen möchten. Ab 15 Euro jährlich erhalten sie vier Mal im Jahr die Greenpeace Nachrichten und fünf Aktionsbriefe zu aktuellen Greenpeace Themen – begleitet von einer Spendenbitte, aber auch immer mit der Möglichkeit, eine konkrete, nicht finanzielle Unterstützung zu leisten (Protestpostkarten u.a.). Es gibt keine Kündigungsfristen für abgeschlossene oder versprochene Unterstützung. Die Erlaubnis, einen Spendenbetrag einzuziehen, kann formlos per Telefon zurückgenommen werden, die Kündigung wird sofort umgesetzt.

Im Sinne der „Kundin“ Erde und deren Schutz bietet Greenpeace kostenlosen Service für verschiedene Zielgruppen an: Die Greenpeace Medienkoordinator:innen bereiten die Greenpeace Informationen zum Schutz der Umwelt für die Gesellschaft zugänglich auf. Die Kampagner:innen führen (Hintergrund-)Gespräche mit Medien, Politik, Wirtschaft und Handel.

Mit dem einem eigenen Bildungsteam setzt sich Greenpeace dafür ein, dass Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) als Konzept im Bildungssystem fest verankert und im schulischen Alltag gelebt wird. Als Mitglied des [Bündnis ZukunftsBildung](#) engagieren wir uns auf bundes- und landespolitischer Ebene für die ganzheitliche Umsetzung von BNE. Mit kritischen Analysen und konkreten Handlungsimpulsen begleiten wir Kultus- und Schulministerien, Städte und Kommunen auf dem Weg zu klimafreundlichen Schulen. Lehrkräften an allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulen stellen wir ein thematisch breit gefächertes Angebot an analogen und digitalen Bildungsmaterialien zur Verfügung, sowie Fort- und Weiterbildungsangebote.

Unser Vehikel für nachhaltigere Bildung ist das Thema Klima. Mit dem bundesweiten Praxisprojekt [„Schools for Earth“](#) wird an Schulen direkt CO₂ eingespart und im laufenden Curriculum eines Schulfaches und der jeweiligen Klassenstufe so zentrale Grundlagen zum Thema Klimawandel vermittelt. Der eigens dafür entwickelte CO₂-

Schulrechner hilft dabei, den Kindern dieses Thema nahezubringen und den eigenen Wirkungsraum zu reflektieren. Greenpeace bietet von schnell umsetzbaren Unterrichtseinheiten bis zur langjährigen Bereitschaft von Schulen auf dem Weg zur CO₂-Neutralität professionelle Begleitung an - ab 2023 auch mit inklusiven Unterrichtsmaterialien. Die Greenpeace Bildungsmaterialien erreichte in den Jahren 2022 und 2023 pro Jahr mehr als 1,2 Millionen Lernende. Am umfangreichen Schulprojekt „Schools for Earth“ nehmen nach dem Pilotprojekt mit 18 Schulen von 2019-2021 nun mehr als 300 Schulen teil. Die Präsenz an Hochschulen zur Klima- und Nachhaltigkeitsbildung wurde auf Anfrage vieler Hochschulen ab 2022 ausgebaut. Das Greenpeace Bildungsengagement ist von der UNESCO und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung mit der [„Nationalen Auszeichnung - Bildung für nachhaltige Entwicklung 2023 und 2024“](#) bedacht worden.

D1.2

Barrierefreiheit

Die Greenpeace Ausstellung können alle Menschen besuchen, sie ist ebenerdig erreichbar. Alle Wege in der Ausstellung sind mit Rollstühlen nutzbar. Es gibt eine barrierefreie Toilette. Für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen sind alle Filme Untertitelt. Es gibt Angebote in Leichter Sprache. Die deutschen Texte sind in Einfacher Sprache (Sprachniveau überwiegend B1) formuliert.

Beim Relaunch von greenpeace.de in 2021 wurde das Design der Website, als auch die technische Umsetzung nach den Vorgaben der WCAG Level AA <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/> umgesetzt, um weitestgehend die gestalterischen und technischen Anforderungen an die Barrierefreiheit einer Website zu erfüllen. Weitere redaktionell-inhaltliche Anforderungen wie Alternativ-Texte für Bilder sind in der Web-Redaktion bekannt und werden in der Regel laufend umgesetzt. Da die Seite jedoch sehr komplex ist und diverse Texte übernommen worden sind, ist es gut möglich, dass nicht alle Anforderungen zu 100% und fehlerfrei

umgesetzt worden sind - hier wird laufend nachgearbeitet, sobald Lücken bewusst werden.

D1.3

Unethische

Werbung

Dies trifft auf Greenpeace nicht zu.

Einmal im Jahr erscheint der Greenpeace [Jahresbericht](#). Dort werden transparent die Finanzdaten des abgelaufenen Jahres veröffentlicht und beschrieben, welche Kampagnen umgesetzt und welche Erfolge mit welchen Mitteln erzielt worden sind. Hier ein Auszug aus dem Bericht 2023, der die Erträge und Aufwendungen 2022 und 2023 darstellt.

Erträge (in Tausend €)	2023	2022
Spenden		
Im Geschäftsjahr zugeflossene Spenden	84.300	86.118
Verbrauch in Vorjahren zugeflossener Spenden	7.990	35
Noch nicht verbrauchte Spenden des Geschäftsjahres	-2.152	-3.819
	90.138	82.334
Sonstige Erträge	1.148	1.157
Zinsergebnis	231	159
Gesamterträge	91.517	83.650

Aufwendungen (in Tausend €)	2023	2022
Kampagnenkosten		
Aktionen und Projekte: z. B. Informationskampagnen, Studien, Rechercheaufträge	61.965	56.438
	61.965	56.438
Kommunikation		
Greenpeace-Nachrichten	1.908	1.914
Betreuung der Fördernden	4.197	3.962
Informationsmedien: z. B. Pressestelle, Broschüren, Plakate, Filme, Kinospots, Fotodokumentationen, sonstige Öffentlichkeitsarbeit	8.321	7.412
	14.426	13.288
Werbekosten		
Anzeigen, Spendenbriefe, Erbschaftsbroschüren, Standwerbung, Neuförderndengewinnung	9.666	8.739
Verwaltungskosten		
Geschäftsstelle, Buchhaltung, Poststelle, IT- und Personal- abteilung, Miete, Geldverkehr, Rechts- und Beratungskosten, Versicherungen, Gebühren	5.401	5.058
Sonstige Aufwendungen	59	112
Gesamtaufwendungen	91.517	83.635

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation

Im Jahr 2023 hat Greenpeace einen internen Prozess durchgeführt, um zu klären, für welche Werte Greenpeace zukünftig besonders stehen will. Verständigt wurde sich nach einem größeren internen und externen Kommunikationsprozess auf vier Werte: "Mut", "Gerechtigkeit", "Kooperation" und "Unabhängigkeit". Auf dieser Ebene sind die Werte Kooperation und

Gerechtigkeit neu hinzugekommen. Vor dem Hintergrund der zunehmenden weltweiten Krisen und der Ballung von Macht bei einzelnen Konzernen oder Regierungen möchte Greenpeace damit unterstreichen, dass nur die Zusammenarbeit und das gemeinsame Agieren entscheidender Akteur:innen ein ausreichendes Gegengewicht darstellen kann. So möchte auch Greenpeace deshalb kooperatives Handeln ausbauen, und das nicht nur im großen Feld Umweltschutz, sondern auch in Bezug auf das Zusammenleben und soziale Belange. Die nötige sozial-ökologische Transformation ist nur im Zusammenspiel von Umwelt- und sozialen Aspekten zu erreichen. Und nur so ist eine globale sowie generationsübergreifende Gerechtigkeit erreichbar.

Mit den großen in Deutschland aktiven Umweltverbänden (BUND, Nabu, DNR, WWF) pflegt Greenpeace bereits jetzt auf vielen Ebenen einen sehr guten Austausch zu fachlichen Themen, Fragen der Kampagnenführung und Organisationsform. Auch mit Bewegungen wie Fridays for Future gibt es einen engen Austausch und auf ehrenamtlicher Ebene auch eine mannigfaltige gegenseitige Unterstützung.

Die Zusammenarbeit im Bündnis "Sozial-ökologische Transformation" wurde ebenso fortgesetzt wie die Mitarbeit im Bündnis "[ZukunftsBildung](#)". Greenpeace ist Mitglied in der [Allianz für Rechtssicherheit](#) und arbeitet mit "[Green Legal Impact](#)" zusammen.

Da Greenpeace keine projektbezogene Arbeitszeiterfassung durchführt, können keine Angaben zu den Anteilen dieser Arbeit am Gesamtarbeitsvolumen gemacht werden.

D2.2. Solidarität mit Mitunternehmer:innen

Ein erheblicher Teil der Spendeneinnahmen wird jährlich zur Finanzierung internationaler Kampagnen und Projekte im Rahmen des Satzungszwecks über Greenpeace International an andere Greenpeace Büros weitergeleitet. 2022 betrug diese "Contribution" 28,3 Mio. Euro und 2023 31,3 Mio. Euro. Darüber hinaus ist Greenpeace in folgenden Organisationen Mitglied (Auszug aus dem Lobbyregister)

1. Stichting Greenpeace Council (Greenpeace International), Niederlande - www.greenpeace.org
2. Bundesverband Bürgerinitiativen Umweltschutz e.V. - www.bbu-online.de
3. Bündnis Zukunftsbildung - www.buendnis-zukunftsbildung.de
4. CorA Netzwerk für Unternehmensverantwortung - www.cora-netz.de
5. Deutscher Fundraisingverband e.V. - www.dfrv.de
6. Initiative Transparente Zivilgesellschaft - www.transparency.de/mitmachen/initiative-transparente-zivilgesellschaft/
7. Netzwerk Gerechter Welthandel - www.forumue.de/themen/handel/netzwerk-gerechter-welthandel
8. Pestizid Aktions-Netzwerk e.V. - www.pan-germany.org
9. Rechtssicherheit für politische Willensbildung e.V. - www.zivilgesellschaft-ist-gemeinnuetzig.de/die-allianz/
10. Verband deutscher Archivarinnen und Archivare e.V. - www.vda.archiv.net
11. Verein für Umweltrecht e.V. - www.vur.de
12. Waldallianz - www.wald-allianz.de
13. Wir haben es satt - www.wir-haben-es-satt.de
14. Öko-Institut e.V.- www.oeko.de
15. Deutsche Physikalische Gesellschaft e. V.- www.dpg-physik.de
16. Internationale Kommission zum Schutz des Rheins- www.iksr.org/de
17. Initiative Wildnis in Deutschland - www.wildnisindeutschland.de
18. Green Legal Impact e.V.- www.greenlegal.eu
19. IT-Executive Club e.V.- www.itec.digitalcluster.hamburg/
20. Bundesverband der Kommunikatoren e. V. (BdKom)- www.bdkom.de
21. Exit Plastik- www.exit-plastik.de

- 22. Netzwerk Ressourcenwende- www.ressourcenwende.net
- 23. Initiative: Konzernmacht begrenzen!
- 24. Initiative Make Amazon Pay- www.makeamazonpay.com/map-de/
- 25. AK Rohstoffe- www.ak-rohstoffe.de

Die Weitergabe von Arbeitskräften erfolgt ausschließlich innerhalb der weltweiten Greenpeace Büros über "Secondments" und nur, wenn die Kolleg:innen dies selbst für die eigene Entwicklung wünschen. In 2022/2023 haben sechs Kolleg:innen für andere Länderbüros (Brasilien, East Asia, Niederlanden) bzw. in internationalen/europäischen Projekten gearbeitet und für diesen Zweck befristet ihre Stellen gewechselt.

Einen intensiven Austausch mit anderen Organisationen gibt es zum Ehrenamt, zur Personal- und Organisationsentwicklung und zum Fundraising. Hier findet gegenseitige Beratung und Unterstützung statt. Auch öffentliche Aktivitäten werden immer wieder gemeinsam mit anderen Organisationen vorbereitet und durchgeführt. Je nach Größe und Aufwand entweder in bi- oder trilateralen Verbünden oder in größeren Trägerkreisen, in denen die jeweiligen Expertisen zusammenfließen. Hier einige Beispiele:

- Im Oktober 2022 unterstützte Greenpeace die Demonstrationen zum ["Solidarischer Herbst"](#) für die Energiewende und den sozialen Zusammenhalt
- Im November 2022 haben Greenpeace und Geolino die Aktion ["Meeresleuchten"](#) organisiert, um auf die Schönheit und Gefährdung der Tiefsee hinzuweisen
- Die Demonstration zur jährlichen Grünen Woche, im Aktionsbündnis ["Wir haben es satt"](#), wurde auch im Januar 2023 wieder von Greenpeace unterstützt
- Das [Atomausstiegfest in München](#) im April 2023 wurde mit vielen Akteur:innen vor Ort gemeinsam vorbereitet und umgesetzt
- Auch an den bundes- und weltweiten Klimastreiks beteiligt sich Greenpeace immer wieder in unterschiedlichen Formen, sowohl [im März](#) als auch im [September 2023](#)
- Ebenfalls im [September wurden zur IAA 2023](#) gemeinsame Demos und Aktivitäten durchgeführt

Greenpeace hat zwar ein System zur Zeiterfassung eingeführt - hier werden aber keine Zeitaufwendungen für einzelne Projekte erfasst, so dass konkrete Aufwandsangaben für einzelne Kooperations-Projekte nicht möglich sind.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Greenpeace sieht sich nicht in einer Konkurrenzsituation um Unterstützer:innen und Spenden – die Spendenbereitschaft in Deutschland ist sehr groß, die Wege der Ansprache und Zielgruppen sehr unterschiedlich. Ein Missbrauch des Bekanntheitsgrades der Organisation wird nicht gesehen. Die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden ist vielmehr durch ein Grundverständnis der Kooperation geprägt (siehe oben).

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen

Greenpeace arbeitet im Interesse seiner Kundin "Erde" mit Kampagnen zum Erhalt unseres Planeten. Eingebunden sind diese in gesellschaftliche und politische Entwicklungen – eine direkte Messbarkeit des Einflusses einzelner Akteur:innen ist dabei recht schwierig abzugrenzen. Dies wissend führt Greenpeace interne Auswertungen von Kampagnen durch, um den Einsatz der Spendenmittel und der Zeit der Mitarbeiter:innen möglichst sinnvoll zu gestalten. Oft sind auch die Ergebnisse erfolgreicher Kampagnen schwer zu beziffern, insbesondere, wenn ihr Erfolg in der Zukunft liegt.:

- Im Berichtszeitraum konnte z.B. erfolgreich der geplante Ausstieg aus der Atomenergie "verteidigt" werden. Das letzte Atomkraftwerk ging entsprechend Ausstiegsplan im April 2024 vom Netz.
- Noch nicht entschieden ist eine im November 2021 eingereichte "[Klima Klage](#)" gegen den VW-Konzern, die die Einstellung der Produktion von Verbrenner-Fahrzeugen und damit eine Reduktion des CO₂-Ausstosses zum Ziel hat. Im Berichtszeitraum wurden hierzu unterschiedliche Verhandlungsstufen durchschritten.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Greenpeace Produkte und Dienstleistungen sind Werte, Visionen und Informationen. Sie sind per se gemeinwohlorientiert, weil sie der Erfüllung des [Satzungszweckes](#) dienen: *Zweck des Vereins ist die Förderung des Umwelt- und Tierschutzes sowie des Friedens und der Völkerverständigung. Greenpeace macht als international tätige ökologische Organisation die Probleme der Umwelt, insbesondere die globalen, bewusst und will so die Beeinträchtigung oder Zerstörung der natürlichen Lebensgrundlagen von Menschen, Tieren und Pflanzen verhindern. Greenpeace nimmt im Sinne des Umweltschutzes die Interessen der Verbraucher wahr. [...]* Der Fokus der nationalen und internationalen Kampagnenarbeit liegt auf dem Schutz des Klimas und dem Erhalt der Biodiversität. 2022 und 2023 hat Greenpeace neue Teams gegründet und Kampagnen durchgeführt bzw. gestartet, die direkt auf die Förderung der Suffizienz und eines maßvollen Konsums einwirken sollen:

- Wirtschafts- und Finanzwende, um Kampagnen und Arbeitsansätze zu entwickeln, mit denen die Arbeits- und Wirkweise des Finanzsystems angegangen werden können. Hieraus resultiert u.a. eine Kampagne zum [Fondsanbieter DWS](#) die offen legt, wie dort Greenwashing mit Anlagen betrieben wird.
- Konsumwende, um Wege zu finden, wie Konsument:innen besser Einfluss auf den Ressourcenverbrauch ihres Konsums nehmen und insgesamt in diesem Feld alternative Wege eingeschlagen werden können. Neben der Arbeit zum Lieferkettengesetz, ging es hier besonders um die Auswirkungen der weltweiten Kleidungsproduktion und -entsorgung, welches beispielhaft am neuen [Internetanbieter Shein](#) aufgezeigt wurde.
- Das Team Südstrategie, welches mit einem neuen Büro in München auf regionaler Ebene besonders in Bayern das Augenmerk auf den Bedarf an einer

sozial-ökologischen Transformation lenken soll, denn selbst der [Ausbau der Windenergie](#) hinkt hier hinterher.

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Die interne sowie nach außen kommunikative Auseinandersetzung mit den Folgen von angestrebten Veränderungen und deren möglichen Effekte hat sich im Berichtszeitraum weiter intensiviert: Neben den schon bekannten möglichen “Rebound-Effekten” (Umweltschutzmaßnahmen in einem Land, einer Produktion oder Verbrauchsreduktionen an einer Stelle, führen eventuell zu Mehrverbrauch oder erhöhter Umweltverschmutzung an anderer Stelle) kommen ähnliche Fragestellungen im sozialen Bereich auf, inklusive der Betrachtung von weltweiten Produktions- und Transformationsprozessen. So lassen sich z.B. Forderungen nach einer Förderung der E-Mobilität nicht losgelöst von den damit verbundenen Produktionsprozessen für die Batterieherstellung, der Rohstoffgewinnung und deren sozialen und Umwelt-Effekten diskutieren und aufstellen.

D4 Kund:innenmitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund:innenmitwirkung

Greenpeace betrachtet die Erde und deren Schutz als ihre „Kundin“ (siehe oben). Eine direkte Mitwirkung an den „Greenpeace Produkten“, also den Kampagnen, ist deshalb mit den üblichen Mitteln der Kommunikation schwer darstellbar. Auch eine Messung des Anteiles der Beteiligung der Kundin ist schwierig. Nichtsdestotrotz beeinflussen die Aktivitäten/Reaktionen des Systems Erde, die immer deutlicher wahrnehmbar werden, die Kampagnen von Greenpeace: Zunehmende Klimaextreme, abschmelzende Polkappen und ein Rückgang der Artenvielfalt sind messbare Größen, die Einfluss auf die Kampagnengestaltung von Greenpeace haben, da sie in der Kommunikation mit der Gesellschaft eine zunehmende Rolle spielen und auch immer wieder in Gerichtsverfahren als Beweise für den Bedarf an Veränderungen herangezogen werden (z.B. 2023 Klage gegen VW, mit dem Ziel ab 2023 keine Verbrenner mehr zu verkaufen, um das 1,5 Grad Ziel einhalten zu können).

D4.2 Produkttransparenz

Das seit 2019 bestehende Team “Engagement” und die in den Kampagnenkreisen eingesetzten Engagement-Kampagner:innen kümmern sich intensiv um die Greenpeace Unterstützer:innen, denn wir brauchen diese für die Erfolge unserer Kampagnen. Die Kolleg:innen arbeiten u.a. an der Kommunikation über die sozialen Medien und über Greenwire. Innerhalb der Kommentare, z.B. auf Facebook, versuchen sie, positive Diskussionen zu fördern und Hasskommentaren keinen Raum zu geben. Durch Livestreams werden Zuschauer:innen eingebunden, indem sie direkt Fragen an Kampagner:innen und Geschäftsführung stellen können. Die Resonanz auf Beteiligungsmöglichkeiten an Kampagnen wird ausgewertet und immer wieder angepasst, um so eine größere Wirksamkeit für die Mitmacher:innen zu erzielen. Die Zahl der aktiven Unterstützer:innen für Kampagnen wurde im Berichtszeitraum weiter erhöht und Greenpeace will sich noch mehr für das Thema individuelle Verhaltensveränderungen engagieren. Es gibt einen regelmäßigen Austausch mit den Unterstützer:innen, sei es durch Angebote, die Möglichkeit Fragen zu stellen oder

Tipps und Anregungen zu geben. Zudem bietet Greenpeace immer wieder Mitmachaktionen (Challenges), um Inhalte spielerisch zu vermitteln.

Die direkte Kommunikation hat aufgrund der wachsenden Nutzer:innenzahl der Kanäle weiter stark zugenommen, auch durch die Corona-Homeoffice-Zeit hat Social Media an Bedeutung gewonnen. Mittlerweile ist [Instagram](#) mit 406.000 Follower:innen Ende 2023 der stärkste Greenpeace Kanal. Auf [Facebook](#) hat es dagegen kaum Zuwachs gegeben: von 2019 mit 359.000 Follower:innen auf bis Ende 2023 mit 365.000 Follower:innen.

[Greenpeacer:innen nutzen](#) Twitter, um politische Inhalte zu vermitteln, sowie für den Austausch mit Journalist:innen und Politiker:innen. Bei [LinkedIn](#) verhält es sich ähnlich und Greenpeace unterstützt mit dem Kanal die Seiten der Fachkämpfner:innen und der Geschäftsführung. Auf [Youtube](#) wiederum werden ausführliche Inhalte gezeigt, um z.B. eine Kampagnenphase als Ganzes darzustellen. Mit [TikTok](#) wird eine junge Zielgruppe angesprochen und ähnlich wie bei Youtube funktioniert der Kanal mehr als Suchmaschine, als dass die Anzahl der Follower:innen eine entscheidende Größe wäre.

Auf [Greenwire](#) waren bis Ende 2023 rund 10.000 User:innen registriert, die sich in Online-Gruppen zu Greenpeace-Themen engagieren und austauschen, Zugriff auf kostenlose Weiterbildung/Seminare erhalten und eigene Mitmachangebote entwickeln und diese anderen Nutzer:innen anbieten können. Über das Greenwire-Netzwerk wurden Moderator:innen und Trainer:innen gesucht und gefunden, die die Arbeit von Greenpeace ehrenamtlich in diesen Rollen unterstützen und dafür eine Weiterbildung erhalten haben.

Die Greenpeace-Unterstützer:innen sind aufmerksame Beobachter:innen, nicht nur der Greenpeace-Kampagnen, sondern aller umweltrelevanten Themen. Somit liegt es im Interesse der Organisation, das Feedback ihrer Unterstützer:innen aufzunehmen, auszuwerten und für zukünftige Entscheidungen nutzbar zu machen. Das Team „Information und Förder:innen-Service“ (IFS) ist für den persönlichen Kontakt zur interessierten Öffentlichkeit und den Unterstützer:innen zuständig. Siebzehn Mitarbeitende beantworten kanalübergreifend Anfragen, nehmen Anregungen und Feedback auf und informieren die relevanten Stellen im Haus. Im Jahr 2022 hatte das Team 28.466 telefonische Kontakte und bearbeitete 81.885 E-Mails, gegenüber 22.887 Telefonanrufen und 69.875 E-Mails im Jahr 2023. Um die Anliegen und Anregungen der Unterstützer:innen-Basis künftig noch besser in die Entscheidungen zur Kampagnenplanung einfließen lassen zu können, wird das verwendete Responsemanagement-System ständig angepasst und um Auswertungsmöglichkeiten erweitert.

D4.3 Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrstoffen

Gefahrstoffe werden im Rahmen der Arbeit von Greenpeace nicht eingesetzt. Greenpeace führt Kampagnen zum Schutz der Umwelt durch und ist kein „produzierender“ Betrieb der Produkte vertreibt, die Gefahrstoffe enthalten könnten.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Ziel von Greenpeace-Kampagnen, -Projekten und der dazugehörigen Öffentlichkeitsarbeit (analog zu Produkten und Dienstleistungen) ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern, Lösungen durchzusetzen, sowie die Förderung des Friedens und der Völkerverständigung. Diese Ziele sind in der Satzung von Greenpeace festgelegt. Damit ist die ganze Arbeit von Greenpeace darauf ausgerichtet, ökologische und soziale Probleme zu lösen, die innerhalb der [Entwicklungsziele der Vereinten Nationen](#) / [Ziele für Nachhaltige Entwicklung](#) beschrieben sind.

Greenpeace setzt sich für den Erhalt der Lebensgrundlagen und eine lebenswerte Zukunft nachfolgender Generationen ein. Damit steht das Grundbedürfnis nach „Lebenserhalt/Gesundheit und Wohlbefinden“ in einer intakten Umwelt im Mittelpunkt. Zudem wird das Bedürfnis nach „Sicherheit und Schutz“ bedient, da Greenpeace aktive Friedensarbeit betreibt und z.B. mit der Arbeit zum Klimawandel, Klimaextremen und extremen Wetterereignissen vorbeugen will. Das Bedürfnis nach „Muße und Erholung“ kann vor dem Hintergrund der Kampagnen zur Änderung des Lebensstils betrachtet werden, da diese auf eine Reduktion des Konsums und Konzentration auf das „Wesentliche“ abzielen. Auch das Bedürfnis nach „Freiheit und Autonomie“ wird durch den Kampf für eine lebenswerte Welt innerhalb der „planetaren Grenzen“ unterstützt. Die Grundbedürfnisse des Menschen⁵ sind so in einem hohen Maße Anliegen von Greenpeace und dienen dem guten Leben. Durch die Kampagnen ergibt sich in der Regel ein Mehrfachnutzen. Ein Pseudo-Nutzen oder gar negativer Nutzen ist nicht erkennbar.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Ein ständiges Ziel von Greenpeace-Kampagnen ist es, Erfolge und Fortschritte durch Gesetze rechtlich zu verankern. Hierzu werden bei Bedarf eigene Entwürfe in die Debatten eingebracht.

Greenpeace arbeitet seit vielen Jahren aktiv an einer Reduzierung der Nutzung von endlichen Ressourcen und benennt und fordert klare Reduktionsziele bzw. eine Definition des maximal möglichen Verbrauchs. Im Sommer 2019 deckte Greenpeace die Vernichtung von Neuwaren (Retouren) bei Amazon auf. Die Empörung über diese Produktzerstörung hatte dazu beigetragen, dass der Bundestag 2020 im Zuge einer Reform des Kreislaufwirtschaftsgesetzes neue Regeln für Händler:innen eingeführt hat, die sogenannte Obhutspflicht. Greenpeace forderte immer wieder eine strafrechtliche Durchsetzung der Obhutspflicht. Das Bundesumweltministerium hingegen erklärte, die deutsche Obhutspflicht erst strafrechtlich zu verfolgen, wenn es eine entsprechende EU-Gesetzgebung gibt. Und die gibt es nun! Mit der Ökodesign-Verordnung steht seit dem 05.12.2023 ein erstes EU-Rahmengesetz, mit dem nachhaltige Produkte und ein sorgsames wirtschaften EU-weit Standard werden sollen. Das Vernichten gebrauchsfähiger Kleidung – egal ob Lagerbestände oder Retouren – ist nun endlich mit der Ökodesign-Verordnung EU-weit verboten.

Greenpeace kämpft seit Jahren gegen die Plastikvermüllung unseres Planeten. Alleine in Deutschland entstehen laut Verbraucherzentrale Berlin täglich 770 Tonnen Verpackungsmüll durch Mitnahme-Verpackungen für Speisen und Getränke. Die

⁵ nach Manfred Max-Neef, siehe [hier](#)

Mehrweg-Angebotspflicht trat am 1. Januar 2023 in Kraft. Seitdem müssen etwa Restaurants, Imbisse, Lieferdienste oder auch Frischetheken in Supermärkten mit Take-Away-Angeboten ihren Kund:innen Mehrwegbehälter zum Mitnehmen anbieten. Greenpeace hat in der ersten Januarhälfte 2023 durch eine [bundesweite öffentliche Recherche](#) belegen können, dass sich 52 Prozent von 687 stichprobenartig getesteten Gastro-Betrieben nicht an die geltende Pflicht, Mehrweg-Alternativen für das Mitnehmen von Speisen und Getränken anzubieten, hielt. Große Fast Food-Ketten und Lieferdienste fielen während der Recherche besonders negativ auf. Greenpeace fordert von den verantwortlichen Landesbehörden die strafrechtliche Durchsetzung des mit bis zu 10.000 Euro Bußgeld versehenen Gesetzes und kämpft weiter für eine materialunabhängige und flächendeckende Mehrweg-Pflicht.

Greenpeace nutzt die Möglichkeiten des Rechtsstaats, um Grundsatzentscheidungen zu erwirken, die die ganze Gesellschaft betreffen. So setzte Greenpeace in den Jahren 2022 und 2023 seine 2021 gestartete Klage ([Klageschrift](#)) gegen VW fort. Ziel dieser Klage ist es, den Autohersteller zu verpflichten, den Verkauf von Autos mit Verbrennungsmotoren bis 2030 einzustellen. Greenpeace zeigte auf, dass die aktuellen Klimaziele von VW nicht ausreichen, um den Anforderungen des Pariser Klimaabkommens gerecht zu werden.

Im Jahr 2022 reichte Greenpeace zudem eine rechtliche Beschwerde gegen die Entscheidung der EU-Kommission ein, Gas und Atomkraft als nachhaltige Energiequellen in der EU-Taxonomie einzustufen. Damit sollte verhindert werden, dass durch diese Einstufung Investitionen in fossile Brennstoffe und Atomkraft gefördert werden, obwohl diese Technologien im Widerspruch zu den Klimazielen der EU und dem Pariser Abkommen stehen.

Auch beim Schutz unserer Meere konnte Greenpeace im September 2023 einen historischen Erfolg feiern: Nach fast 20 Jahren Einsatz für den Meeresschutz haben sich die UN auf ein internationales Hochseeschutzabkommen geeinigt. Bereits 2005 hatte Greenpeace einen ersten Vorschlag vorgelegt und sich seitdem gemeinsam mit Verbündeten für die Umsetzung eingesetzt. Der Beschluss ist ein Meilenstein auf dem Weg, das große Ziel zu erreichen: 30 Prozent der Weltmeere bis 2030 zu schützen.

Eine ausführlichere Übersicht der Aktivitäten von Greenpeace in den Jahren 2022 und 2023 findet sich auf der [Greenpeace-Homepage](#). Hier nur als knappe Auflistung:

2023

- Atomkraft: Deutschland steigt endgültig aus der Atomkraft und der hochriskanten Produktion von Atomstrom aus
- Meere: Globaler Ozeanvertrag
- Konsumwende: wir feiern die Alternativen mit einer riesigen Kleidertauschparty mit mehr als 7000 Besuchenden
- Agrarwende: Siegelratgeber zu Milch und Förderung des Tierwohls und Mehrwertsteuerbefreiung für Obst und Gemüse
- Mobilität: Deutschlandticket und VW-Klage, Proteste zur IAA

2022

- Wald: EU beschließt ein Gesetz für mehr Waldschutz
- Konsumwende: Die Verhandlungen für ein weltweit geltenden Plastikvertrag beginnen
- Agrarwende: Tierhaltung und Kennzeichnungspflicht
- Mobilität: EU-Flottengrenzwerte

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Greenpeace setzt sich für eine Welt frei von Atomenergie und Atomwaffen ein – die Kampagne zum Stopp von Waffenexporten wurde im Berichtszeitraum weiter aufgebaut. Die Arbeit zu den Folgen des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine dokumentiert auch die negativen Folgen für Natur und Umwelt. Die Arbeit der Agrarwende richtet sich u.a. gegen den Einsatz von Pestiziden und gegen den Einsatz von Gentechnik in Lebensmitteln – negative Aspekte der Produkte und Dienstleistungen gibt es nicht.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Greenpeace leistet einen Beitrag zum Gemeinwesen. Dies zeigt sich im Satzungszweck. Entsprechend ist Greenpeace nach § 52 der Abgabenordnung als gemeinnützig anerkannt und muss keine Körperschaftssteuer zahlen. Menschen, die an Greenpeace spenden, können ihre Beiträge bei ihrer Einkommenssteuererklärung geltend machen. Greenpeace muss alle eingeworbenen Spenden für Kampagnen im Sinne der Satzungszwecke verwenden. Beiträge zum Gemeinwesen, die über den Satzungszweck Umwelt- und Tierschutz sowie Frieden und Völkerverständigung hinausgehen, sind nach Abgabenordnung nicht möglich.

Greenpeace ist finanziell und politisch unabhängig und nimmt keine Gelder vom Staat oder der Wirtschaft an, hat keinen wirtschaftlichen Zweckbetrieb und kann nicht nach einem finanziellen Gewinn streben. Die Kolleg:innen bei Greenpeace erhalten im Sinne eines Beitrags zum Gemeinwesen mit ihrem Entgelt einige freiwillige soziale Leistungen: Weihnachts- und Urlaubsgeld, Zuschuss zum öffentlichen Nahverkehr, vermögenswirksame Leistungen, internes Greenpeace-Kindergeld, Krankengeldzuschuss und Kostenerstattung während der Probezeit bzw. für den Umzug nach Hamburg.

Im Berichtszeitraum wurden folgende Steuern/Sozialbeiträge gezahlt:

Steuern / Sozialbeiträge	2023/Euro	2022/Euro
Einnahmen (Spenden, Beiträge ohne sonstige Erträge)	84,3 Mio.	86,1 Mio.
Körperschaftssteuer	14.113,00	6.778,00
Lohnsteuer	3.872.961,21	3.738.604,88
Bruttolohnsumme	23.422.178,66	21.933.208,07
Nettolohnsumme	14.956.640,40	12.978.789,45
SV-Beiträge	4.185.824,44	3.769.896,78
Subventionen/Förderungen	keine	keine
Fremdkapitalzinsen	keine	keine

Ebenfalls in den Berichtszeitraum fällt das Ergebnis einer Lohnsteueraußenprüfung für die Jahre 2018 bis 2021 durch das Finanzamt Hamburg Eimsbüttel. Im Rahmen dieser Prüfung wurden keinerlei Nachbesserungen oder Anpassungsbedarfe festgestellt.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Die Möglichkeiten von Beiträgen zur Stärkung des Gemeinwesens sind für Greenpeace im Kern auf den Satzungszweck beschränkt. Die an Greenpeace gespendeten Beiträge dürfen nur für den Satzungszweck eingesetzt werden. In diesem Rahmen wurden folgende Möglichkeiten genutzt:

- Greenpeace e.V. hat 2022 und 2023 jeweils mehr als 25 Millionen Euro (insgesamt 59,6 Mio Euro) an die internationale Organisation gegeben, um weltweit Greenpeace Kampagnen zu finanzieren.

- Abgeschriebene und für Greenpeace nicht mehr nutzbare IT-Technik wird an andere Vereine/Verbände weitergegeben, sofern es dort Einsatzmöglichkeiten gibt.
- finanzielle Unterstützung der Wald-Allianz in 2022 und 2023 mit jeweils 10.000 € zur Konzeptentwicklung in 2022 und ersten Umsetzungen in 2023.
- Greenpeace bietet in der Zentrale in Hamburg eine kostenfreie Ausstellung inkl. Führungen an, auch speziell für Kindergarten- und Schulklassen.
- Unterstützung von zivilgesellschaftlichen Bündnissen im Bereich Mobilität und Autobahnausbau, wie beispielsweise dem Bündnis "[Leinemasch Bleibt](#)" im Herbst 2023.
- finanzielle Unterstützung verschiedener zivilgesellschaftlicher Bündnisse wie das [CorA-Netzwerk](#), die [Initiative Lieferkettengesetz](#), oder auch das [Netzwerk Ressourcenwende](#) oder dem [Netzwerk Gerechter Welthandel](#) mit jeweils mehr als 1000 Euro jährlich.
- Freiwillige, die sich bei Greenpeace engagieren, sind oft auch in anderen Verbänden aktiv. Wie viele es sind, ist allerdings nicht bekannt.

E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung
Greenpeace ist als gemeinnütziger Verein anerkannt. Die Jahresbilanzen werden freiwillig einer jährlichen externen Wirtschaftsprüfung unterzogen. Eine illegitime Steuervermeidung ist ausgeschlossen.

E2.4 Negativaspekt: Korruption

Greenpeace positioniert sich in ihrem Verhaltenskodex gegen Korruption und gibt den Kolleg:innen konkrete Handlungsanweisungen: Greenpeace lehnt jede Form von Machtmissbrauch und Korruption ab. Geschenke, Einladungen, Gefälligkeiten oder sonstige Vorteile müssen abgelehnt werden, wenn vermutet werden kann, dass dies durch den Wunsch der Einflussnahme motiviert ist. Erleichterungszahlungen (Speed, Schmiergeld, Bakschisch) sind eine Form von Korruption und somit verboten. Kolleg:innen können allerdings in eine Situation kommen, in der sie eine Zahlung leisten müssen, um sich selbst und/oder andere vor einer unmittelbaren Bedrohung gegenüber Leben, Gesundheit, Sicherheit oder Freiheit zu schützen. Wenn unter solch extremen Druck eine Zahlung geleistet wurde, muss dies der Integrity-Beauftragten gemeldet werden, aber Sanktionen sind nicht zu befürchten. Für die Formulierungen im Verhaltenskodex hat Greenpeace mit [Transparency International](#) zusammengearbeitet und mit diesen die Richtlinie "Geschenke, Einladungen, Interessenkonflikte" entwickelt. Zum Verhaltenskodex finden regelmäßig verbindliche Schulungen statt, besonders für neue Mitarbeitende im Rahmen ihrer Einarbeitung. Greenpeace ist überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie und nimmt von diesen Institutionen kein Geld an. Nur Privatpersonen dürfen an Greenpeace spenden. Die Einnahmen bzw. der Jahresabschluss werden von Wirtschaftsprüfer:innen geprüft und [auf der Homepage veröffentlicht](#). Zur größtmöglichen Transparenz ist die Organisation Mitglied in der [Initiative Transparente Zivilgesellschaft](#). Für den Zahlungsverkehr gilt bei Greenpeace das Vier-Augen-Prinzip. Sämtliche Rechnungen und Zahlungen jeder Art werden nach diesem Prinzip immer von zwei Personen geprüft. Der Zahlungsverkehr findet nahezu ausschließlich elektronisch statt. Hierbei wird mit Bankvollmachten

gearbeitet, es gibt keine Einzelvertretungsvollmachten. Die Banken und der Greenpeace e.V. kontrollieren bei jedem Auslöser im Zahlungsverkehr, ob die Regelungen bezüglich der Vollmachten eingehalten wurden.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Greenpeace setzt sich für den Schutz und Erhalt der Lebensgrundlagen ein und bekennt sich deshalb per se zu umweltschonendem Verhalten. Im Verhaltenskodex und in Richtlinien ist vorgegeben, dass der ökologische Fußabdruck minimiert werden muss. Bei den Themen Reisen, Essen und Ressourcenverbrauch werden die Kolleg:innen aufgefordert, mit gutem Beispiel voranzugehen. Reisen soll vermieden und wo möglich durch Videokonferenzen ersetzt werden. Alle Flüge müssen von der Geschäftsführung genehmigt werden. Ziele, die innerhalb von 24 Stunden mit dem Zug erreicht werden können, dürfen nicht angeflogen werden. Grundsätzlich muss der ÖPNV genutzt werden. Es wird bio und meistens vegan, mindestens vegetarisch bewirtet bzw. verpflegt. Zur Arbeit der Integrity-Officer gehört es, immer wieder zu überprüfen, ob die Vorgaben erstens eingehalten werden und ob sie zweitens im Sinne des Umweltschutzes verbessert werden können. Das Bürogebäude in der Hongkongstraße wird zu 100 Prozent mit erneuerbaren Energien versorgt. Die Energie, die nicht selbst erzeugt werden kann, kommt als Ökostrom von der [Greenplanet Energy eG](#). Das gleiche gilt für das Aktionslager am Rethedamm. Das gesamte Gebäude, in dem sich das Berliner Büro befindet, bezieht Strom von Greenplanet Energy eG. Der Verbrauch von Wasser wird nicht kontrolliert. Doch Wasser wird dadurch gespart, dass Greenpeace in der Hongkongstraße Vakuumtoiletten hat einbauen lassen, die mit geringen Mengen von Brauchwasser betrieben werden. Der Abfall, der produziert wird, wird nach Tonnengröße geschätzt. Der Müll wird nach Papier, Verpackungen, Glas und Restmüll getrennt.

Greenpeace erfasst jährlich die gefahrenen Kilometer und den Verbrauch von Treibstoffen für die Beluga II, die Schlauchboote, Lkw und Pkw und die Kilowattstunden für den Stromverbrauch bzw. die Wärmeerzeugung. Festgehalten wird, wie weit und mit welchen Verkehrsmitteln gereist wird und wieviel Kilogramm Papier Greenpeace einsetzt. Mit diesen Daten wird der CO₂-Verbrauch von Greenpeace seit rund 20 Jahren durch Greenpeace International errechnet und dokumentiert und im [Global Annual Report](#) veröffentlicht. Je nach Art der Kampagnen, deren internationaler Verflechtung und z.B. des Anteiles der Schiffs-Einsätze auf See, kann die Höhe der Jahresverbräuche unabhängig von den Einsparbemühungen schwanken.

Neben der Meldung der Verbräuche an Greenpeace International hat der Greenpeace e.V. seinen CO₂-Bericht 2023 außerdem erstmals mit der Softwarelösung Substain® der [ConClimate GmbH](#) erstellt. Er basiert auf dem Standard des [Greenhouse Gas Protocol](#) zur Berechnung von CO₂-Emissionen auf Unternehmensebene. Das GHG-Protocol ist eine international anerkannte Standardreihe zur Bilanzierung von Treibhausgasemissionen, deren Entwicklung vom [World Resources Institute \(WRI\)](#) und dem [World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](#) koordiniert wird. Das GHG-Protocol gilt als der am weitesten verbreitete Standard zur Erstellung von Treibhausgasbilanzen. Der Greenpeace e.V. hat zum ersten Mal die komplette

Corporate Value Chain (Scope 3) als Standard des GHG-Protocol betrachtet - das Besondere: inklusive digitaler Fußabdruck.

In ihrem Klimafahrplan 2030 (der von einer kleinen Arbeitsgruppe verfolgt wird) hat Greenpeace folgende Ziele definiert:

- Greenpeace will die eigenen CO₂-Emissionen bis 2030 gen Null senken. Greenpeace spricht nicht von Klimaneutralität und kompensiert nicht. Denn entscheidend ist, dass CO₂-Emissionen gesenkt bzw. vermieden werden.
- Bis Ende 2025 sind die Emissionen in Scope 1 um 95% reduziert: Greenpeace baut seine Flotte um und steigt aus dem Verbrenner aus (Autos und Beluga II 2025, Schlauchboote tbc). Das Aktionslager wird energetisch saniert. Zusätzlich investiert Greenpeace 2024 140.000 Euro in ein Senkenprojekt (Wiedervernässung eines Moorgebiets in Brandenburg).

Die weiteren Ziele sind im [CO₂-Bericht für 2023](#) genannt, der 2024 zertifiziert und auf der Homepage veröffentlicht wurde.

Greenpeace	CO ₂ -Emissionen	2023:
Corporate Carbon Footprint (nach GHG Protocol)	t CO₂e	./.
Scope 1	542,19	6,97
Mobile Verbrennung	48,29	0,62
Prozessemissionen	--	--
Stationäre Verbrennung	493,90	6,35
Flüchtige Emissionen	--	--
Scope 2 (market based)	0,00	0
Strom	--	--
Fernwärme	--	--
Fernkälte	--	--
eingekaufter Dampf	--	--
eingekaufte Druckluft	--	--
Scope 3	7.235,85	93,03
Kat. 1: Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	6.500,92	83,58
Kat. 2: Kapitalgüter	--	--
Kat. 3: Kraftstoff- und Energiebezogene Emissionen (Vorkette)	83,51	1,07
Kat. 4: Vorgelagerte Logistik und Verteilung	15,64	0,2
Kat. 5: Abfall	10,47	0,13
Kat. 6: Geschäftsreisen	448,75	5,77
Kat. 7: Pendeln der Arbeitnehmer	153,83	1,98
Kat. 8: Angemietete oder geleaste Sachanlagen	0,58	0,01
Kat. 9: Nachgelagerte Logistik	--	--
Kat. 10: Verarbeitung der verkauften Produkte	--	--
Kat. 11: Nutzung der verkauften Produkte	--	--
Kat. 12: Entsorgung oder Verwertung von verkauften Produkter	22,15	0,28
Kat. 13: Vermietete oder verleaste Sachanlagen	--	--
Kat. 14: Franchises	--	--
Kat. 15: Investitionen	--	--
Gesamtergebnis	7.778,04	100

Quelle: Substain®

E3.2 Relative Auswirkungen

Die ökologischen Auswirkungen der Greenpeace Arbeit mit denen anderer Umweltschutzorganisationen in Deutschland zu vergleichen ist kaum möglich, da Arbeitsweisen und Strukturen zu unterschiedlich sind. Greenpeace ist eine internationale Kampagnenorganisation. BUND und NABU sind bundesweit aktiv und

setzen über ihre regionalen Verbände eigene Naturschutzprojekte um. Der WWF hingegen setzt stark auf Unternehmenskooperationen und internationale Naturschutzprojekte.

Die ökologischen Auswirkungen der Greenpeace Arbeit werden aufgrund hoher im Verhaltenskodex festgeschriebener Standards, beispielsweise beim Einkauf, von vornherein möglichst minimiert. Durch ein Videokonferenzsystem, das von allen Greenpeace-Kolleg:innen weltweit genutzt wird, werden zahlreiche Dienstreisen eingespart und trotzdem eine enge Zusammenarbeit ermöglicht. Es gibt bislang keine andere Organisation in Deutschland, die Flugreisen in Europa nahezu ausschließt, weil erst geflogen werden darf, wenn ein Ziel nicht innerhalb von 24 Stunden mit dem Zug erreicht werden kann.

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Verstöße gegen Umweltauflagen und unangemessene Umweltbelastungen sind im Rahmen der Arbeit von Greenpeace nicht aufgetreten.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Als Unterzeichnerin der [Initiative Transparente Zivilgesellschaft](#) verpflichtet sich Greenpeace, aktuell und transparent auf ihrer Homepage zu veröffentlichen, was die Organisation tut, woher die Mittel stammen, wie sie verwendet werden und wer die Entscheidungsträger:innen sind. Als Mitglied im [Deutschen Fundraising Verband](#) und Trägerin des Ethik-Signets verpflichtet sich Greenpeace zur Einhaltung von Transparenz und Ethik beim Einwerben von Spenden. Und als Mitglied von [Accountable Now](#) (ehemals: INGO/International Non-Governmental Organisation Charta) hat sich Greenpeace hohen Standards von Transparenz, Rechenschaft und Effektivität für internationale NGOs verschrieben. In einem jährlichen Rechenschaftsbericht, dem [Global Annual Report von Greenpeace International](#), wird darüber Auskunft gegeben. Darüber hinaus veröffentlicht Greenpeace z.B. ihren [Verhaltenskodex](#) oder das [Gehaltsmodell](#). Im Verhaltenskodex gibt es ein eigenes Kapitel zur Sicherheit von Informationen. Hier wird betont, dass bei Greenpeace einerseits sensible Daten geschützt werden, z.B. nach der Datenschutzgrundverordnung, andererseits Wert auf Transparenz gegenüber Unterstützer:innen gelegt wird. Greenpeace hat bisher zwei GWÖ-Bilanzen erstellt, für die Zeiträume 2015/2016 und 2018/2019.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Als eingetragener Verein hat Greenpeace eine Satzung, in der die Organe festgelegt sind: die Versammlung der stimmberechtigten Mitglieder als oberstes Gremium, der Aufsichtsrat und die Geschäftsführung. Auf Grundlage dieser Satzung ist die direkte Mitbestimmung und Mitentscheidung durch Kolleg:innen begrenzt. Stimmberechtigte Mitglieder gibt es in vier Kategorien: Ehrenamtliche, Mitarbeiter:innen des Greenpeace e.V., Mitarbeiter:innen internationaler Greenpeace Büros und Mitglieder aus dem „öffentlichen Leben“. Unabhängig von der Struktur des Vereins können Kolleg:innen eigene Ideen einbringen und beratend aktiv werden. Hierzu werden „Labs“ (Entwicklungslaboratorien), Barcamps, Treffen zur

Kampagnenentwicklung oder Großgruppentreffen veranstaltet. Vorschläge und Kritik der Greenpeace Förder:innen werden im Team Informations- und Förder:innenservice (IFS) gehört, dokumentiert, in den Kampagnenteams besprochen und fließen so in Planungsprozesse mit ein. Eine Einbindung in die Kampagnen(entwicklung) organisieren die Engagement-Kampagner:innen und das Team Engagement über Greenwire und die ehrenamtlichen Gruppen. Über das Förder:innenpanel werden zu spezifischen Fragen Rückmeldungen eingeholt und in den Entscheidungen berücksichtigt. Seitens der Freiwilligen wird ein Ehrenamtsbeirat gewählt, der mit dem Team Engagement zusammenarbeitet.

Mit unserer Community an Freiwilligen kommuniziert Greenpeace über die digitale Plattform [Greenwire](#) (System Drupal; open source). Damit kann Greenpeace Mitmacher:innen außerhalb der Greenpeace Strukturen ansprechen und an Aktivitäten vor Ort beteiligen. Jeder Mensch kann sich bei Greenwire einen Account anlegen. Ehrenamtliche können sich auf Greenwire untereinander oder mit den Hauptamtlichen austauschen. Sie können dort Materialien für Kampagnen bestellen bzw. herunterladen. Auf der Seite sind laufend alle aktuellen Mitmachmöglichkeiten und Veranstaltungen von und mit Greenpeace zu finden. Ebenfalls können Mitmacher:innen eigene Aktivitäten und Ereignisse erstellen, sie bewerben und somit mit Greenpeace Materialien selbst aktiv werden und die Greenpeace Kampagnen regional vorantreiben.

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

2019 hat Greenpeace ein neues Team „Investigation“ aufgebaut, um Fehlinformationen offenzulegen und Skandale aufzudecken. Damit findet das Gegenteil einer bewussten Fehlinformation statt, Intransparenz wird bekämpft. Greenpeace unterstützte beispielsweise im Jahr 2023 [die Enthüllungen von Correctiv](#) über das „Düsseldorfer Forum“ und dessen Verbindungen zur AfD. Im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit Correctiv sammelte Greenpeace Beweise und half bei der Identifizierung von Teilnehmer:innen des Forums, das als ein Netzwerk rechtsextremer Gruppen gilt. Diese Informationen flossen direkt in die Berichterstattung des Correctivs ein, die im Januar 2024 veröffentlicht wurde.

Verbesserungspotential beim Greenpeace e.V.

Im Rahmen der Erstellung für die dritte Bilanz wurden Ideen gesammelt und Pläne geschmiedet, wie Greenpeace im Sinne der Gemeinwohlökonomie zukünftig noch besser werden kann:

Teil A

- Es gibt bei Greenpeace einen Fragebogen, den Lieferant:innen und Dienstleister:innen ausfüllen müssen und in dem die Aspekte der Gemeinwohlökonomie abgefragt werden. Bisher fehlt eine Systematik bei der Prüfung der Fragebögen. In allerletzter Konsequenz sollte es keine Zusammenarbeit mit Dienstleister:innen geben, die ökologische und soziale Standards nicht berücksichtigen.

Teil B

- Greenpeace hat nach wie vor Konten bei nicht ökologischen Banken (Erklärungen in Kapitel B). Die Konten werden sukzessive geschlossen.

Teil C

- Die gewünschte Feedback-Kultur hat sich weiter verbessert. Es ist aber weiterhin “Luft nach oben”, bis sie zur “Selbstverständlichkeit” wird.
- Die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements unter dem Titel “GreenCare” ist seit Herbst 2023 in der Vorbereitung. Das Projekt ist in 2024 weiter entwickelt worden.
- Mit dem Projekt “VielWert” wurden wichtige Schritte zur Sensibilisierung für die Vielfalt von Perspektiven gegangen - ab 2024 sind diese strukturell zu verankern.

Teil D

- Die Barrierefreiheit, um inklusiv auf möglichst vielen Ebenen agieren zu können, kann verbessert werden - seien es konkrete Zugangsmöglichkeiten zu Räumen oder im virtuellen Bereich.
- Die Produktion und der Versand der Greenpeace Nachrichten haben einen sehr hohen Anteil am CO₂-Verbrauch. Die Förderer:innen wollen in großer Mehrzahl immer noch lieber die Papierversion, als die rein digitale. Über Kontakte mit den Förder:innen versucht Greenpeace weiterhin sukzessive, den Anteil der Papierversionen zu reduzieren.

Teil E

- Mehr “Capacity Building” für interne und externe Aktivist:innen und verbündete Bewegungen durch gezielte Maßnahmen fördern, z.B. durch die Organisation von Trainings und Workshops, mit dem Ziel des Aufbaus neuer Kompetenzen, sowie der Entwicklung neuer wirksamer Aktionsformen und innovativer Ansätze im Umweltschutz.
- Eine kritische Prüfung der Notwendigkeit von Präsenztreffen, statt Onlineveranstaltungen, soll in Zusammenarbeit mit unseren Freiwilligen, mit entsprechender sorgfältiger Abwägung gegenläufiger Belange, weiterhin verfolgt und intensiviert werden.
- Vor dem Einsatz materieller Tools in der Kampagnenarbeit (bei Aktivitäten, oder auch in der direkten Kommunikation durch unsere Freiwilligen) soll eine stärkere Abwägung des Nutzens im Verhältnis zum dafür notwendigen Ressourceneinsatz stattfinden.

Hamburg, 8.November 2024