

Kurzversion Gemeinwohlabilanz Greenpeace Schweiz 2019/2020



Hinweis: Die vollständige Gemeinwohlabilanz der Organisation kann bei Interesse als PDF-Datei bezogen werden. Anfrage an ahauri@greenpeace.org oder info@greenpeace.ch

Einleitung

Mit dem heutigen Wirtschaftssystem lässt sich die Klimaerhitzung nicht eindämmen und die Biodiversität nicht schützen. Soziale Ungerechtigkeiten nehmen stark zu. Darum treibt Greenpeace Schweiz den gesellschaftlichen Wandel für ein Leben innerhalb der planetaren Grenzen voran – angetrieben von der Vision eines neuen sozio-ökonomischen System, das sich am Gemeinwohl misst. Wirtschaftliche Aktivitäten sollen die Mehrung des Gemeinwohls und das gute Leben aller zum Ziel haben. Um ihren eigenen Beitrag zum Gemeinwohl zu kennen und zu erfahren, wo und wie sie noch mehr Verantwortung für Mensch und Umwelt übernehmen kann, erstellte Greenpeace Schweiz ihre erste Gemeinwohnbilanz.

Greenpeace Schweiz erstellte auf Basis des [Gemeinwohlokonomie-Konzepts](#) und dessen Beurteilungsschemata eine Vollbilanz für die gesamte Organisation, für die Jahre 2019/2020. Greenpeace Schweiz erreicht in der Bewertung 731 von 1000 möglichen Punkten. Eine Abbildung mit den Bewertungen der verschiedenen Bereiche ist weiter unten zu finden. Für Greenpeace war nicht nur der Erarbeitungsprozess lehrreich, sondern vor allem die Möglichkeit festzustellen, welche Gemeinwohlbereiche die Organisation gut erfüllt und wo Entwicklungen und Verbesserungen möglich oder nötig sind.

Für die Gemeinwohnbilanz wurde - begleitet durch GWÖ-Berater:innen - vollständig dem Prozess der Bilanzerstellung in einer Peergruppe gefolgt, wie sie durch die Plattform Gemeinwohnbilanz vorgegeben ist. Der Erfahrungsaustausch im Peer-Prozess und die Anregungen aus dem Erfahrungsfundus der beteiligten vier Verbände waren bereichernd und wertvoll.

Die Strukturen, Tätigkeiten und das Umfeld der Organisation wurden in Bezug auf die fünf **Berührungsgruppen** Lieferant:innen, Finanzpartner:innen, Mitarbeitende, Kund:innen und die Gesellschaft als Ganzes betrachtet, beschrieben und mit Zahlen bewertet. Die Betrachtungslinsen sind, entsprechend der Idee der Gemeinwohnbilanz, die **Werte** Solidarität, Menschenwürde, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Transparenz und Mitsprache. Diese sind seit jeher auch zentrale Werte für Greenpeace.

Zusammengefasst dargestellt ist diese Betrachtungsweise in der Gemeinwohl-Matrix 5.0 (Abbildung 1), wobei gilt, dass zu jedem Betrachtungsbereich A1 bis E4 die Organisation durchleuchtet wurde und eine Bewertung erfolgte. Genauere Angaben finden sich auf der [Website](#) und in den Handbüchern der Gemeinwohlokonomie-Bewegung.



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

Abb. 1: Gemeinwohl-Matrix 5.0 mit den 5 Berührungsgruppen (A bis E) und den 4 Betrachtungslinsen (Werte): Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitentscheidung.

Im Folgenden werden zu jeder Berührungsgruppe zentrale Aspekte der Organisation in Bezug auf das Gemeinwohl beschrieben und einzelne kritische Punkte hervorgehoben. Die vollständige Bilanz enthält eine umfassende Liste aller Verbesserungsmöglichkeiten.

Lieferant:innen und Zulieferketten

Greenpeace Schweiz ist es wichtig, dass für oder durch sie hergestellte Produkte unter hohen ethischen Richtlinien in Bezug auf Menschenwürde und Umwelt produziert werden. Greenpeace Schweiz hat insgesamt eher wenige Lieferant:innen mit eher kurzen Zulieferketten. Soziale und ökologische Kriterien haben für Greenpeace Schweiz beim Einkauf Vorrang. Weiter ist Greenpeace Schweiz zum sparsamen Umgang mit ihren Geldern, den privaten Spenden, verpflichtet. Es wird nur Notwendiges in möglichst guter und hoher Qualität gekauft und von Mitarbeiter:innen wird erwartet und eingefordert, dass sie sorgfältig mit Geräten, Mobiliar und Ähnlichem umgehen. Wo sinnvoll und möglich wird auf langjährige Erfahrung in der Zusammenarbeit und auf ökologische, nachhaltige und wo vorhanden soziale Labels vertraut. Greenpeace Schweiz zahlt faire, marktübliche Preise und begleicht Rechnungen termingerecht. Preise werden nicht gedrückt.

Relevante Rohstoffe und Materialien des Betriebs und damit Beziehungen zu Lieferant:innen umfassen Papier, Drucksachen, in geringem Masse Textilien, Nahrungsmittel (für Veranstaltungen), Treibstoffe für die Mobilität sowie Mobiliar und IT-Geräte als Arbeitsmittel, weiter auch die Nutzung von Social-Media-Plattformen als eine Art von Betriebsmitteln.

Die Bilanz ergab, dass bzgl. der gewählten Betrachtungslinsen - für uns wenig überraschend - der Bereich Drucksachen relevant ist. Hier gibt es eine Vielzahl von Lieferant:innen, von der Agentur über die Druckerei bis zum Versand. Während bei den Firmen durch die oft mehrjährige Zusammenarbeit und beim Rohstoff Papier dank Labels wie Recycling oder «blauer Engel» die

Werte sicher gut eingehalten werden können, haben wir erkannt, dass uns bzgl. der zugehörigen Lieferketten noch die Übersicht und Möglichkeiten zur Überprüfung fehlen. Hier ergibt sich also eine zentrale mögliche Massnahme, nämlich die wichtigsten Lieferant:innen auf ihr Gemeinwohl hin zu befragen und zu wählen.

Weitere Lieferant:innen im Bereich Dienstleistungen sind Firmen mit Server-, Telefonie-, IT- und Datenbank-Dienstleistungen. In diesem Bereich kann aktuell nicht garantiert werden, dass wir die geforderten Gemeinwohlwerte einhalten. Die Nutzung von Facebook und anderen Social-Media-Plattformen, auf denen wir inhaltlich interessierte Menschen erreichen, gilt auch als Zusammenarbeit mit Lieferant:innen. Hier erweist sich die Absicherung, dass faire Arbeitsbedingungen eingehalten werden, zurzeit als praktisch unmöglich.

Fazit

Über alles gesehen erreicht Greenpeace bezüglich der Berührungsgruppe Lieferant:innen einen Gemeinwohlwert von 60 %.

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass trotz hoher Rücksichtnahme auf ökologische und/oder soziale Standards eine gute Sicht auf die Lieferketten hinter den direkten Lieferant:innen nur marginal vorhanden ist und hier somit Verbesserungen möglich und nötig sind. In diesem Bereich ist auch die direkte Einflussnahme auf Lieferant:innen wichtig, zum Beispiel durch Nachfrage zu deren Überprüfungsmassnahmen. Weiter ist eine vermehrte Berücksichtigung von sozialer Verantwortung anzustreben, ev. durch verlässliche Labels, die heute allerdings noch Mangelware sind.

Ein weiterer erkannter kritischer Punkt in Bezug auf Lieferant:innen/Geschäftspartner:innen sind die grossen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram, auf denen die Organisation ihre Inhalte verbreitet, deren Geschäftspraktiken die ethisch-moralischen Werte der Organisation jedoch teilweise nicht erfüllen.

Finanzpartner:innen und Umgang mit Geldmitteln

Greenpeace versteht «Geld nur als Mittel des Zahlungsverkehrs und die Vermehrung von Geld nicht als Endzweck», wie es seitens GWÖ als Basisgedanke genannt wird. Greenpeace vermehrt keine Gelder um ihrer selbst willen und wahrt sich seine vollständige Unabhängigkeit, indem nur Gelder von privaten Personen und Stiftungen angenommen werden, wobei Spenden über 5000.- Franken auf ihre Herkunft überprüft werden. Greenpeace sichert diese Haltung auch mit ihrer [Spendenpolicy](#) ab.

Auf dieser Grundlage ist die Organisation vollständig eigenfinanziert, hat keine Schulden oder Hypotheken, keine Fremdfinanzierung. Budgetiert wird sehr sorgfältig und eine Reserve sichert Löhne über mehrere Monate ab. Allfällige Erträge bzw. Überschüsse Ende Jahr werden vollumfänglich in die Arbeit der Organisation reinvestiert, es gibt kein Bonus-Modell oder ähnliche Belohnungssysteme. Greenpeace Schweiz verfügt zudem über eine Anlagerichtlinie, die im Grundsatz festhält, dass «ökologische und soziale Kriterien erste Priorität haben (...) und keine spekulativen Anlagen getätigt werden (...) und mit dem angelegten Geld Aktivitäten unterstützt werden, die den Grundsätzen von Greenpeace entsprechen».

Die flüssigen Gelder der Organisation werden bei Finanzpartner:innen mit möglichst hohen ethischen Standards verwaltet (z.B. der ABS, die sich in ihren Statuten dem Gemeinwohl verpflichtet). Auch bzgl. Versicherungen wie der Pensionskasse wählt die Organisation Institute

mit möglichst guten Bewertungen bzgl. Klima und sozialen Aspekten (bei der Pensionskasse z.B. Nest).

Greenpeace investiert keine Gelder im klassischen Sinn in Fonds oder die Aufkäufe von Firmen; Gelder fließen vornehmlich in Projekte, sowie in ökologische Verbesserung der eigenen Infrastruktur und in faire, aber moderate Löhne und Benefits der Mitarbeitenden.

Ein Teil der finanziellen Geschäfte wickelt Greenpeace jedoch wegen technischer Bedingungen gezwungenermaßen über Institute ab, die nicht alle unsere Werte erfüllen. Solche Geschäftsbeziehungen sind einerseits zur Diversifizierung notwendig und andererseits, weil bestimmte Zahlungsangebote nur von diesen Instituten angeboten werden.

Greenpeace hat als gemeinnützige Stiftung keine Eigentümer:innen, es gibt weder Anteile noch Rechte, die einer (juristischen) Person zukommen. Der Stiftungsrat als oberstes und rechtlich verantwortliches Gremium kann die Stiftung gemäss Reglement liquidieren. In diesem Fall müssen jedoch alle freien Mittel einem Projekt zukommen, das ähnliche umweltfreundliche und soziale Zwecke wie Greenpeace Schweiz hat. Ein Mittelfluss an eine Person ist ausgeschlossen.

Fazit

Bezüglich der Berührungsgruppe Finanzpartner:innen und dem Aspekt «Umgang mit Geldmitteln» erreicht Greenpeace einen Gemeinwohlwert von 80 %.

Wichtigste Erkenntnis ist, dass ein paar wenige Finanzbeziehungen die gemeinwohlorientierten Ansprüche nicht vollständig erfüllen, jedoch für die tägliche Arbeit der Organisation zurzeit nicht aufgegeben werden können. In diesem Bereich können vor allem einzelne Finanzpartner überprüft, mit Ansprüchen herausgefordert und die Diversifizierung der notwendigen Geldanlagen verbreitert werden.

Mitarbeiter:innen

Die Vision der Umweltorganisation Greenpeace Schweiz gründet auf dem Engagement von (vielen) Menschen. Ihre Visionen für eine lebenswerte, solidarische Zukunft und ihr Einsatz für eine bessere Welt bringen uns – als Gesellschaft – weiter. Sie ermöglichen unsere Arbeit, die nachhaltigen Veränderungen und Erfolge. Dies gilt nicht nur für Tausende von ideellen und finanziellen Unterstützer:innen sowie eine grosse Zahl von Freiwilligen, sondern insbesondere auch für die rund 100 Mitarbeitende an zwei Standorten (Zürich, Genf).

Greenpeace hatte per Stichtag 1. Juni 2020 107 Mitarbeiter:innen, davon 56.3 % Frauen, ein Durchschnittsalter von 42 Jahren und ein Fluktuationsrate von 8.32 %.

Das Handbuch der GWÖ hält zu Menschenwürde am Arbeitsplatz fest: „Am Arbeitsplatz wird ein respektvolles, wertschätzendes und vertrauensvolles Miteinander gelebt. ... Mitarbeitende und Teams erfahren ein hohes Mass an Selbstorganisation und Eigenverantwortung. Das Unternehmen schafft ein Umfeld, in dem sich individuelle Stärken und Talente entwickeln können.“

Diesem Grundsatz lebt Greenpeace Schweiz nach. Die Organisation widmet den Menschen, die sich mit ihrer Arbeit mit Greenpeace für eine gesündere und friedlichere Welt einsetzen, viel Aufmerksamkeit. Fairness und Mitgestaltung sind unerlässliche Pfeiler für ihr Wohlergehen und ihre Gesundheit. Greenpeace Schweiz hat zwischen 2018 und 2020 ein neues

Organisationsmodell entwickelt und dieses Schritt für Schritt umgesetzt. Seit März 2020 arbeitet die ganze Organisation in einem selbstorganisierten und selbstverantwortlichen Organisationsmodell, in welchem jede:r Mitarbeitende Rolle(n) hat, die seine/ihre Aufgaben und Entscheidungsbereiche definieren; klassische Hierarchien mit Vorgesetzten gibt es nicht mehr.

Bezüglich des Umgangs und der Tonalität untereinander basiert die Unternehmenskultur von Greenpeace Schweiz auf Offenheit für Neues sowie der Bereitschaft zum Ausprobieren, was auch eine hohe Fehlertoleranz bedingt. Darüber hinaus charakteristisch sind die Bereitschaft,

zuhören und in Dialog zu treten sowie Weiterbildung, Mut und Raum, um Kritisches anzusprechen. Gemeinsames Reflektieren hilft, Lücken zu erkennen. Es wird das Erreichte und Positive betont, nicht das Fehlende. Der Umgang ist respektvoll und von Lernbereitschaft getragen.

Die Mehrheit der Mitarbeitenden hat eine Teilzeitanstellung, meist im Umfang von 80 %. Dies schafft Zeit, um neben dem Beruf Verantwortung für Familie, Pflege oder eine ehrenamtliche Verpflichtung zu übernehmen oder einem Hobby/Projekt nachzugehen. Den Mitarbeitenden von Greenpeace Schweiz stehen jährlich 5 Wochen Ferien, ab dem 50. Altersjahr 6 freie

Wochen zu (statt der gesetzlich vorgegebenen 4 Wochen). Darüber hinaus können sie alle 7 Jahre ein dreimonatiges bezahltes Sabbatical beziehen.

Die Organisation bietet einen fairen und angemessenen Verdienst sowie eine Vielzahl von Benefits, wie z.B. eine überobligatorische Kinderzulage, den erwähnten Sabbatical, Homeoffice-Möglichkeiten und ähnliches. Die Lohnstruktur ist vollständig transparent und die Lohnspanne klein (aktuell 1 zu 1.7).

Bei belastenden privaten Situationen herrscht eine Kultur der Rücksichtnahme; das neue Organisationsmodell vereinfacht die Absprachen, denn es braucht keine hierarchischen Bewilligungen mehr. Im neuen Personalreglement wurde die Möglichkeit der Pflege von Angehörigen aufgenommen (wie gesetzlich bald vorgeschrieben) und über die gesetzliche Vorgabe hinaus erweitert um «nahe Bezugspersonen». Die Organisation bietet auch eine externe Mitarbeiter:innen-Beratung an, die jederzeit kontaktiert werden kann.

Diversität und Chancengleichheit sind der Organisation wichtig. Gesellschaftliche Diversität ist willkommen, sie wird als wertvoll verstanden. Wertschätzung ist unabhängig von Religion, Ethnie, Geschlecht oder sexueller Orientierung. Basis für die Wahl von neuen Mitarbeitenden sind einzig die einer Funktion zugeschriebenen Kompetenzen und Erfahrungen. Die Organisation hat sich global dem Grundsatz und Leitstern «Gleichheit, Gerechtigkeit, Vielfalt und Inklusion» verschrieben und sich zum Ziel gesetzt, in diesen Bereichen stetig zu lernen und besser zu werden.

Seit Jahrzehnten gibt es einen Personalausschuss (sinngemäss der «Betriebsrat» im GWÖ-Konzept), aus drei bis maximal fünf von Mitarbeitenden gewählten Vertreter:innen.

Eine Herausforderung ist die hohe zeitliche Anforderung bei Kampagnen-Höhepunkten und eine gewisse Abhängigkeit von äusseren Ereignissen, auf die es zu reagieren gilt. Weitere Hürden bilden die intrinsische Motivation und phasenweise eine 7/24-Mentalität. Zu erwähnen sind auch die Kommunikationsmöglichkeiten über Laptops und Smartphones: Es ist eine Herausforderung, abends, am Wochenende oder am freien Tag nicht doch den einen oder anderen Kommunikationskanal zu checken oder doch telefonisch erreichbar zu sein, wenn es eilt oder brennt. Greenpeace Schweiz bietet dazu Reflexions- und Resilienzkurse an.



Für Greenpeace-Mitarbeitende ist das eigene ökologische Verhalten zentral. Dem Grossteil ist bewusst, dass das, was wir gegen aussen fordern, auch gegen innen beziehungsweise für das eigene Verhalten gilt. Viele Anstösse für Greenpeace-Arbeit kommen aus persönlichen ökologischen Anliegen. An der Geschäftsstelle in Zürich sind Kochmöglichkeiten vorhanden, eingekauft wird in der Umgebung, oft beim Bioladen im gleichen Haus. Es fällt wenig Müll an. Mitarbeitende von Greenpeace Schweiz reisen mit dem öffentlichen Verkehr oder dem Fahrrad an, teilweise zu Fuss zur Arbeit. Die Büros in Zürich und Genf liegen bezüglich Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr sehr gut. Es stehen weder Parkplätze noch Dienstfahrzeuge zur Verfügung.

Bei Dienstreisen gilt eine klare Regelung: Bis 1'000 Kilometer Distanz oder 15 Stunden Dauer ist die Bahn zu benutzen. Bei grösseren Distanzen oder längeren Anreisen darf ein Flug erfolgen, dies muss aber bewilligt werden. Wo immer möglich werden Video-Konferenzen angewendet, die entsprechende Technologie ist seit Jahren vorhanden und für alle Mitarbeiter:innen Usus (bereits vor der Covid-Pandemie).

Greenpeace Schweiz achtet auf die innerbetriebliche Transparenz: Alle Daten, auf die zugegriffen werden darf, sind an einem zentralen Ort gespeichert. So sind Hochrechnungen, Jahresabschlüsse, Gehälter, zentrale Entscheide zu Projekten, Abläufe wie jener des Organisations-Entwicklungsprozesses transparent kommuniziert und abgelegt. In den monatlich stattfindenden Mitarbeitenden-Sitzungen erfahren diese transparent den Stand von Projekten und Kampagnen. Finanzielle Daten werden monatlich in einem Bericht leicht lesbarlich, kurz und verständlich von der Buchhaltung aufgearbeitet und proaktiv zur Verfügung gestellt.

Fazit

Über alles gesehen erreicht Greenpeace bezüglich der Berührungsgruppe Mitarbeiter:innen einen Gemeinwohlwert von 80 %.

Zentral für diesen erfreulichen Wert sind sicher die hohe Transparenz, die Wertschätzung, aber auch das noch eher neue Organisationsmodell mit viel Eigenverantwortung. Dieses bietet neben den Vorteilen auch noch grosse und kontinuierliche Lernfelder – darin sind wichtige Entwicklungspunkte das Erarbeiten eines Social Contracts, um die angestrebte Haltung zwischen den Mitarbeiter:innen zu beschreiben und das nachhaltige Lernen aus Evaluationen von Projekten zu stärken. Der erkannte kritische Punkt bzgl. Überzeit und Überlastung wird mit Kursen und Fokussierung angegangen. Im 2021 wird/wurde das neue Lohnmodell eingeführt. Im Bereich Diversität und Inklusion liegen Veränderungs- und Verbesserungspotential, dieses wird im Gleichschritt mit der globalen Organisation genutzt.

Kund:innen und Mitunternehmer:innen

Die Nonprofitorganisation Greenpeace Schweiz ist überparteilich und unabhängig von Politik, Privatwirtschaft und Industrie. Die Finanzierung erfolgt durch private Spenden; viel Arbeit ist dank Freiwilligen möglich. Die Berührungspunkte mit Kund:innen und Mitunternehmer:innen umfassen im Fall von Greenpeace

- einerseits die rund 140'000 Spender:innen (und Stiftungen), die mit ihren Beiträgen unsere einzige Einkommensquelle sind und unsere Unabhängigkeit sichern;
- andererseits rund 450 ehrenamtlich tätige Menschen, die sich als Aktivist:innen und Freiwillige für Anliegen in den Bereichen Umwelt, Natur und Gesellschaft einsetzen.

Beide Bezugsguppen sind sowohl eine Art «Kund:innen», da sie gefunden, angesprochen, umsorgt, informiert und gepflegt werden. Gleichzeitig sind sie auch «Mit-Unternehmer:innen»,

da sie mit der Geschäftsstelle zusammen eine eigentliche Wertegemeinschaft bilden. Freiwillige leisteten im Jahr 2019 rund 22'200 Stunden ehrenamtliche Arbeit, im 2020 gut 10'000 Stunden. Gemeinsam widmet diese Wertegemeinschaft die erhaltenen Gelder und gemeinsamen Kräfte demselben «Unternehmen»: Dem Schutz und Erhalt unserer Natur und Umwelt, den gemeinsamen Lebensgrundlagen und damit dem Wohlbefinden von uns allen und somit auch einer funktionierenden Gemeinschaft und Gesellschaft.

Die «Produkte» von Greenpeace sind Kampagnen, Werte, Visionen und Informationen zum Schutz der Umwelt, sowie Angebote persönlich aktiv zu werden. Zielgruppen der Arbeit sind Politik, Wirtschaft, Medien und alle Menschen, die Greenpeace bereits unterstützen oder dazu gewillt sind. Und natürlich versuchen wir auch Menschen neu für unsere Anliegen und Werte zu begeistern. Um die Zielgruppen zu erreichen, kommuniziert Greenpeace auf vielfältigen Kanälen wie Website, via klassische Medien und Social Media, mit dem Greenpeace-Magazin oder in Form von Studien. Greenpeace tritt auch mit Infoständen und Bildungsmaterialien an die Öffentlichkeit, ebenso mit Vorträgen, Expert:innengesprächen, Ausstellungen und weiteren Massnahmen.



Neue Spender:innen werden durch Marketingmassnahmen gewonnen. Für Fundraisingmassnahmen inklusive Personalkosten wendete Greenpeace 2019 3.65 Millionen Franken auf, was 16.6 % des Gesamtaufwands entspricht. Die Stiftung Zewo definiert als Effizienzstandard zur effektiven Verwendung von Spendengeldern ein Wert von 35 % für administrativen Aufwand, Finanzaufwand und Fundraisingaufwand – Greenpeace lag im Jahr 2019 bei 24.4 %. Jegliche Massnahmen erfolgen unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen und ethischen Grundsätzen.

Für Information und Gewinnung von Unterstützer:innen

- produziert Greenpeace Information auf Papier und online, was zu Verbrauch von Papier und Elektrizität führt;
- führt Greenpeace Aktivitäten (z.B. Stände oder Veranstaltungen) durch, was zu Materialverbrauch und Mobilität führt;
- braucht Greenpeace Fachmitarbeiter:innen, die in Büros an Arbeitsplätzen mit Computern arbeiten, was ebenfalls zu Energie- und Materialverbrauch sowie Mobilität führt.

Die konkreten ökologischen Auswirkungen sind Treibhausgase aus diesen Aktivitäten, sowie Materialien, die früher oder später zu Abfall werden. Alle Produkte werden möglichst lange gebraucht, wiederverwertet und am Ende des Zyklus dem Recycling zugeführt; getreu der Haltung: Reduce, Reuse, Recycle (die strikt hierarchisch zu verstehen ist).

Die wenigen physischen Produkte, die Greenpeace herstellt (Drucksachen) oder verkauft, sind auf Papier oder Textil-Basis (Baumwolle), siehe [Shop](#). Sie entsprechen immer den höchstmöglichen Standards bezüglich Ökologie, Fairness und Fairtrade; die zugehörigen Produkt-Informationen sind öffentlich und transparent. Es entstehen keine externalisierten Kosten.

Wer für Greenpeace Schweiz spendet, wird gut informiert und eingebunden, das wird auch mit Umfragen überprüft. Wir führen Angebote zum Mitmachen, wie die Freiwilligenarbeit. Mitarbeit ist in Regionalgruppen in 14 Regionen der Schweiz möglich; wir bieten den Freiwilligen auch Weiterbildungen an, sowie das (interne) Online-Netzwerk Greenwire.

Reaktionen, Wünsche und Reklamationen von Unterstützer:innen nehmen Mitarbeitende des Support-Services telefonisch, per Mail und per Post entgegen und beantworten sie. Kündigungen von Supporter:innen werden sofort umgesetzt, auf Wunsch werden Adressen gelöscht.

„Barrierefreiheit betrifft die Nutz- und Bedienbarkeit des Produktes bzw. der Dienstleistung, [...] Physische, visuelle, technische, sprachlich-kulturelle, intellektuelle und finanzielle Hürden sind so gut wie möglich zu beseitigen.“ beschreibt das Handbuch der GWÖ. Die Greenpeace-Angebote stehen allen offen. Es gibt keinerlei Benachteiligte, die vom «Produkt», also dem angestrebten Erhalt der Umwelt, nicht profitieren können. Wir achten bei allen Informationen auf den Einsatz von einfacher Sprache, was die Barriere senkt. Die Informationen in Printprodukten sowie auf Social-Media-Kanälen und der Webseite sind heute noch nicht für seh- oder hörbehinderte Menschen angepasst, das kann verbessert werden.

Greenpeace Schweiz arbeitet mit den Verbänden WWF, VCS, Pro-Natura, Alpeninitiative, BirdLife, Schweizerische Energiestiftung SES sowie der Umweltallianz zusammen und ist zudem eine zentrale Organisation in der Klima-Allianz, dem grossen Zusammenschluss von über 100 Verbänden, um die Schweizer Klimapolitik gemeinsam voranzubringen. Greenpeace Schweiz hat den Verein Klima-Seniorinnen, die Gletscher-Initiative und deren Trägerverein Klimaschutz Schweiz mitbegründet. Diesen inzwischen unabhängigen Verbänden ist Greenpeace Schweiz inhaltlich weiter eng verbunden. Greenpeace kooperiert nicht mit klassischen, gewinnorientierten Unternehmen: Dies garantiert unsere Unabhängigkeit. Es werden auch keine solchen Kooperationen angestrebt.

Fazit

Über alles gesehen erreicht Greenpeace bezüglich Kund:innen und Mitunternehmer:innen einen Gemeinwohlwert von 75 %.

Es ist offensichtlich, dass die Gewinnung und Information der Unterstützer:innen zu Materialaufwand – wie Papier, Strom, Mobilität – führt und dieser zu ökologischen Auswirkungen. Diese zu verkleinern, z.B. durch weniger Drucksachen-Verbrauch, zeichnet sich als relevanter Punkt ab. Ein erkannter kritischer Punkt ist die unvollständige Barrierefreiheit der Informationen auf der Website und in weiteren Informationsmaterialien und -kanälen. Als Herausforderung zeigt sich die Nutzung von grossen Social-Media-Plattformen, die ethisch und gesellschaftspolitisch mit Fragezeichen und Problemen behaftet sind, zu welchen wir aber aktuell keine Alternativen sehen. Auch die Frage des Wachstums per se stellt sich in diesem Abschnitt und ergibt als Folgefrage: Welche Art des Wachstums strebt die Organisation in einem Umfeld von Überkonsum und klar erkannter Begrenzung an? Alle Produkte, seien es Drucksachen oder Angebote im Shop können und sollen transparenter Auskunft geben über Inhaltsstoffe, Herkunft und zur Lieferkette.

Gesellschaftliches Umfeld

Als gemeinnützig ausgerichtete Organisation ist das gesamte Tun und Wirken von Greenpeace Schweiz auf eine sinnvolle und gesellschaftliche Wirkung ausgerichtet (Stiftungsstatuten). Dies auf der Grundlage, dass eine intakte Natur und Umwelt sowohl für das Wohlbefinden des Menschen, als auch für jegliches Wirtschaften unabdingbar sind. Ziel der Arbeit von Greenpeace ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern und Lösungen durchzusetzen. Damit ist die ganze Arbeit von Greenpeace auf die Lösung ökologischer und sozialer Probleme ausgerichtet. Greenpeace will eine lebenswerte Zukunft für Natur und Mensch. Damit bietet Greenpeace per se nur «Produkte» und Dienstleistungen

an, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Dazu bietet - und fordert - Greenpeace auch Lösungen für die grössten Herausforderungen der Menschen, im Bereich Umwelt (Klima- und Biodiversitätskrise) und Gerechtigkeit. Die Organisation folgt damit in weiten Teilen der Bestimmung im GWÖ-Handbuch «*Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens [...] Dienstleistungen [...] anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, sie sind [...] für gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig und werden sozial verträglich und ökologisch [...] erzeugt. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die grössten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.*»

Greenpeace (auch als globale Organisation) versteht sich als Mitträgerin und Mitgestalterin der Sustainable Development Goals SDGs. Erweiternd ist zu sagen, dass in der eigentlichen (politischen) Arbeit die UN-Frameworks UNFCCC (Klima) und CBD (Biodiversität) für Greenpeace einen besonders grossen Stellenwert haben; hier wird aktiv mitdiskutiert und Einfluss genommen; an den Konferenzen hat Greenpeace teilweise Beobachterstatus und redet hinter den Türen mit. Vor den Türen der Konferenzen ist Greenpeace mit Reports, Öffentlichkeitsarbeit und klaren Forderungen an die politischen Entscheidungsträger:innen präsent.



Greenpeace Schweiz schafft in der Schweiz rund 100 Arbeitsplätze (bzw. rund 7100 Stellen-Prozente) und damit Stellen in einem sozialen und ökologisch sinnvollen Bereich mit sinnstiftender Tätigkeit. Die Organisation bietet Schulabgänger:innen zwei Lehrstellen an (Informatik und Wirtschaft/KV). Greenpeace leistet Sozialabgaben für die Arbeitnehmer:innen.

Greenpeace gibt Engagierten den Raum, sich am Gemeinwesen zu beteiligen, indem sie sich mit eigenen Projekten in ihrem Umfeld und wo nötig mit Greenpeace-Wissen einsetzen. Zum Beispiel als Helfer an einer bewilligten Demonstration, bei Führungen auf einem Greenpeace-Schiff oder einer Ausstellung.

Greenpeace versteht sich auch als Innovations-Treiberin: Einerseits indem neue Produkte entstehen, wie z.B. ein Markt für Photovoltaik, der nur dank errungener politischer Rahmenbedingungen möglich wurde; andererseits mit Themen, die auf die Agenda gesetzt und vorangebracht werden, so zum Beispiel das Thema der Finanzierung von fossilen Energien über den Finanzplatz Schweiz, wo es dringend der politischen Regulierung bedarf.

Greenpeace Schweiz ist als gemeinnützig anerkannt und ist von Steuern befreit. Menschen, die an Greenpeace spenden, können ihre Beiträge bei ihrer Einkommenssteuererklärung geltend machen (je nach Kanton).



Greenpeace positioniert sich in ihrem Verhaltenskodex gegen Korruption und gibt den Mitarbeiter:innen Handlungsanweisungen: „Jede Form von Korruption ist zu unterlassen. Niemand darf sich bestechen lassen oder bestochen werden, mit Geld, Geschenken, Dienstleistungen oder Einladungen“. Für den Verhaltenskodex hat Greenpeace (International) die Definition für Korruption von Transparency International übernommen.

Die Daseinsberechtigung von Greenpeace ist es, ökologische Auswirkungen der menschlichen Tätigkeiten auf Natur und Umwelt zu reduzieren und Lösungen für möglichst geringe Auswirkungen durchzusetzen. Dazu sind auch bei einer Umweltorganisation Aufwände nötig, von Büroflächen zu IT-Infrastruktur, Papier, Reise-Kilometer und ähnlichem. Greenpeace erfasst diesen eigenen ökologischen Fussabdruck, legt ihn im Jahresbericht in Bezug auf CO₂, auf Papier-, Strom- und Treibstoffverbrauch dar. Für alle Bereiche sind Reduktionspfade geplant oder in Arbeit. Die errechneten CO₂e-Mengen belaufen sich auf rund 120 bis 140 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Fazit

Über alles gesehen erreicht Greenpeace bezüglich Gesellschaft einen Gemeinwohlwert von 68%.

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass Greenpeace die durch seine Tätigkeit verursachten ökologischen Auswirkungen konsequent reduzieren muss. Im Bereich Transparenz erhält Greenpeace eine vergleichsweise tiefe Bewertung, dies ergibt sich aus der Tatsache, dass der vorliegende Bericht der erste Gemeinwohlökonomie-Bericht der Organisation ist.

Bewertung und Zertifikat

Die Peergruppen-Bewertung ergab im Juli 2021 für Greenpeace Schweiz im Rahmen der ersten Gemeinwohl-Berichterstellung insgesamt 731 von 1000 möglichen Punkten.



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	Greenpeace Schweiz
Begleiter*in	M5.0 Vollbilanz Ralf Nacke Florence Favre und Philipp Bolt	2019-2020	NGO Peergruppe Zürich 2020/21
			Beteiligte Peergruppen Firmen

GWÖ Schweiz
Fastenopfer
Stiftung Praktischer Umweltschutz Schweiz –
Pusch
öbu – der Verband für nachhaltiges Wirtschaften
(Verein)

Berührungsgruppe	Wert	MENSCHENWÜRDE		SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT		ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT		TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG	
		A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:				
A: LIEFERANT*INNEN				40 %	60 %	80 %	60 %		
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN		B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:			B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:		B4 Eigentum und Mitentscheidung:	
				80 %	100 %	60 %		70 %	
C: MITARBEITENDE		C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:			C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:		C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:	
				80 %	70 %	90 %		80 %	
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN		D1 Ethische Kund*innen beziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:			D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:		D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:	
				70 %	80 %	80 %		70 %	
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD		E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:			E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:		E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:	
				90 %	70 %	70 %		40 %	
								Zertifikat gültig bis: 31.10.2023	BILANZSUMME: 731

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup Ergebnis des Gemeinwohl Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: k9auf

Nähre Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

Abb. 2.: Testat und Zusammenfassung der Bewertungen für Greenpeace Schweiz

BILDER:

Seite 1: "Fiftyval" Greenpeace 50th Anniversary Celebration in Switzerland 18. Sept. 2021: Greenpeace Switzerland celebrated 50 years of Greenpeace with a big party, the Fiftyval in the Kalkbreite in Zurich. There were many artists and lots of helpers. Colourful, warm, cordial, friendly, happy, together, critical, light-hearted, inclusive, touching, caring. © Gabi Vogt / Greenpeace.

Seite 2: Left Side: Climate Protest on Gorner Glacier in Zermatt, © Greenpeace / Nicolas Fojtu; Middle: Senior Swiss Citizens File Action at European Court of Human Rights in Strasbourg, © Greenpeace / Emanuel Büchler; Right Side: Disposable Masks Pollution in Switzerland, 2020: Cleaning up, © Greenpeace / Ex-Press / Kathrin Grissemann.

Seite 6: World Cleanup Day 2020 in Vevey On World Cleanup Day, Greenpeace volunteers collect waste in various locations in Switzerland including Zurich, Sierre, Bern, Bellinzona, Geneva and Vevey, where Nestlé, one of the largest plastic polluters in the world, has its headquarters. As part of the Break Free from Plastic movement, the volunteers carry out a brand audit with the plastic waste they find: They assign it to the labels and the results are included in the Brand Audit Report. The report highlights the world's largest plastic polluters on the basis of worldwide brand audits. © Flurin Bertschinger / Ex-Press / Greenpeace.

Seite 8: Plastic Monster Action at Nestlé Headquarters in Switzerland Greenpeace activists deliver a 20 meter long "plastic monster" covered in Nestlé branded plastic packaging to the company's global headquarters. Greenpeace is calling on Nestlé to end its reliance on single-use plastic, April 2019. © Greenpeace / Miriam Künzli.

Seite 10: Life after Corona Starts at the Devil's Bridge in Switzerland Greenpeace activists have cheated the devil at the legendary Devil's Bridge. Last night, environmentalists projected a rainbow and messages from cabaret artist Patti Basler and singer Licia Chery onto the historic building. On the occasion of the national holiday, they reminded the audience that the corona pandemic is also an opportunity for social restructuring, Aug 2020. © Greenpeace / Joël Hunn.

Seite 10: Helvetia Protests Finance Greenwashing Greenpeace activists and the national personification of Switzerland («Helvetia») protest against greenwashing taking place in the swiss financial institutions. Sept 2021. © Hans-Jörg Walter / Ex-Press / Greenpeace.

Impressum:

Greenpeace Schweiz
Badenerstrasse 171, Postfach
CH-8036 Zürich Switzerland
T: +41 44 447 41 41
www.greenpeace.ch

Kontakt bzgl. Gemeinwohnbilanz: ahauri@greenpeace.org
Webseitenverweise im Text verweisen auf den Seitenstatus im Oktober 2021

Veröffentlichung: 6. Dezember 2021.