

Profile number

66258

App zur Unterstützung von Nachhaltigkeit

Located in

Hesse

Personal data

Sector

IT service

Type of company

IT services

Legal entity:

Limited Company

Type of transaction

Assets / liabilities

Life phase enterprise

Full-grown

Employees in FTE

5 - 10

Type of buyer:

- MBI candidate
- Strategic acquisition

Financial information

Turnover last financial year

Confidential

Asking price

To be agreed

Earnings before taxes

Confidential

Other

Geschäftskonzept:

GreenMania ermöglicht Millionen von nachhaltig orientierten Menschen, ihre individuelle Nachhaltigkeitswirkung nachzuvollziehen., zu verbessern und ihre Fortschritte mit Freunden und Gleichgesinnten zu teilen. Mit Wettbewerben und einem innovativen Bonuspunktkonzept werden die Nutzer motiviert. Spaß und Unterhaltung stehen im Vordergrund. Vorbild sind erfolgreiche Fitness-Apps wie Runtastic.

Technologie:

Die Nachhaltigkeitsdaten werden aus verschiedenen professionellen Quellen gewonnen und konsolidiert. Ein lernender Algorithmus rechnet die persönliche Nachhaltigkeitswirkung von täglichen Handlungen aus, indem er sie mit Daten aus anderen Quellen/Applikationen matcht (u.a. Zahlungsverkehrs- und Kontodaten).

Es besteht Einzigartigkeit in Europa.

Ertragsmodell:

Freemium-Modell für die App (B2C), Lizenzgebühren sowie Performance-Gebühren (Vertriebskommissionen) (B2B), White-Labeling der Plattform sowie Datenverkauf (B2B)

Kunden und Partner:

80 grüne Unternehmen als Rabattpartner im Gutscheinensystem, v.a. aus dem Konsumgüterbereich. Kooperationsgespräche mit großem Öko-Energieanbieter. Kooperation mit Messe Stuttgart.

Produkt und Kundenvorteil:

Wir bieten nachhaltig orientierten Menschen erstmals die Möglichkeit, ihre persönliche Wirkung nachzuvollziehen, sich leicht zu orientieren und motivieren sie über gute Punkte und soziale Bestätigung.

Markteintritt - Vertrieb und Marketing

Bereits etabliertes Produkt Gutscheinbuch kann sofort weitergeführt werden (operativer Cashflow). Online-Produkt: Markteintritt B2B2C mit Schwerpunkt Frankfurt Rhein Main und Partner Lichtblick; erste Sondierungen im portugiesischen Markt (sehr online affin). Markteintrittskampagne für Online-Produkt ist entworfen. Genaue Ausgestaltung hängt davon ab, ob wir mit oder ohne großen Partner in den Markt gehen. Kernzielgruppe: Ökostromkunden, 25-44 Jahre, eher urban und akademisch.

Erfolge/Zusatzinformationen:

- Aufnahme AndersGründer-Programm der KfW-Stiftung im Oktober 2016
- Gründungsmitglied "Accelerating Sustainable Finance" der Deutschen Börse AG
- Übernahme Gutscheinbuch-/System "Das grüne Blatt", Juli 2017
- Fortgeschrittene Verhandlungen über eine Vertriebspartnerschaft mit Energieanbieter Lichtblick

Wünsche an den Beteiligungsgeber:

- Gute allgemeine Kenntnisse im Bereich Marketing & E-Commerce, gerne mit einem Hintergrund in den Branchen Finanz, Energie, Mobilität oder Telekommunikation. Für einen Working Business Angel bieten wir die Position CTO (Chief Technology Officer) oder CMO (Chief Marketing Officer) an.