

## Profile number

66258

## App zur Unterstützung von Nachhaltigkeit

### Located in

Hessen

### General information

#### Sector

IT service

#### Type of company

IT services

#### Legal entity:

Gesellschaft mit beschränkter Haftung  
GmbH

#### 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 Gutscheinsystem, 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.