Impact Stories

Vol. 01

Inhalt

Helga Ranft

Vorwort
Die Praxis zeigt: kaum ein Gespräch, in dem es nicht um neue Ideen für eine bessere Zukunft geht.

Seite 3

Katja Kohlstedt

Impact Story #1: GWÖ
Unsere Gemeinwohl-Bilanz (GWÖ) war alles – nur nicht trocken

Seite 4

Heidi Nickel

Impact Story #2: Nachhaltigkeitsgipfel
Gesund ist mehr als die Abwesenheit von Krankheit.

Seite 6

Oliver Schuster

Impact Story #3: SDG
Nachhaltigkeit messen: Die Rolle der SDG-Indikatoren

Seite 8

Laura und Arne Grotenrath

Impact Story #4: Nachhaltigkeit mit System
Nachhaltigkeit ist kein Extra, sondern Zukunftssicherung

Seite 10

Katja Kohlstedt und Oliver Schuster

Impact Story #5: TRACA
Nur wenn die Zahlen stimmen, kann man guten Gewissens kompensieren.

Seite 13

Vorwort

Liebe Leserschaft,

als Mitglied der visibleRuhr eG, Inhaberin von **Wörtlichkeit** und als Beauftragte des Der Mittelstand. BVMW e.V. in Dortmund führe ich täglich viele Gespräche mit Unternehmerinnen und Unternehmern. Ich liebe es, Menschen und Unternehmen zu vernetzen und miteinander ins Gespräch zu bringen. Meine Aufgabe liegt auf der Hand: genau hinhören und die richtigen Fragen stellen.

Das habe ich auch hier gemacht und ich freue ich mich sehr, das Vorwort zur ersten Ausgabe beizusteuern. Warum? Ganz einfach: Nachhaltigkeit ist ein Thema, dass aus vielen Gesprächen nicht wegzudenken ist. Es köchelt quasi permanent auf kleiner Flamme und lodert in unterschiedlichen Kontexten immer wieder hell auf, ob in Bezug auf Kreislaufwirtschaft, CO_2 oder neue Ideen, die uns eine bessere Zukunft ermöglichen können. Und hier passt das FROCC-Magazin genau hinein. Der komplette Kreislauf-Zyklus liegt in einer Hand – oder besser unter dem Dach der Genossenschaft: **Footprint, Reports, Optimization, Consulting und Compensation (FROCC).** Klingt vielleicht kompliziert, ist im Kern aber ganz einfach: Die Begleitung erfolgt vom ersten bis zum letzten Schritt.

Ich finde es großartig, dass die visibleRuhr den Kreislauf nun in Geschichten ausgibt – locker, amüsant und ich denke, manchmal auch überraschend.

Mein Dank geht an unsere Vorstände Katja und Oliver, die das FROCC-Magazin ins Leben gerufen haben. Lassen Sie sich inspirieren, blättern Sie neugierig durch die Seiten und haben Sie vor allem Spaß mit den **Impact Stories**.

Herzlichst,
Ihre
Helga Ranft

Helga Ranft ist Mitglied der visibleRuhr eG, Inhaberin von Wörtlichkeit und Echter leben sowie Beauftragte des Der Mittelstand. BVMW e.V. in Dortmund. Mit über 30 Jahren Erfahrung im Vertrieb und einer Leidenschaft für Kommunikation begleitet sie Unternehmen, wenn es um Vernetzung und Nachhaltigkeit geht. Als Netzwerkerin hört sie genau hin, stellt die richtigen Fragen und bringt Menschen zusammen – mit Humor, Klarheit und Herz.

Impact Story #1: GWÖ

Bilanz mal anders

Wenn man „Bilanzierung“ hört, denken viele an Zahlen, Tabellen und staubige Ordner. Zugegeben: Wir auch. Aber unsere erste Gemeinwohl-Bilanz (GWÖ) war alles – nur nicht trocken.

Denn im Zentrum steht nicht der Gewinn, sondern die Frage: Wie sehr trägt ein Unternehmen zum Gemeinwohl bei?

So läuft’s ab

Die GWÖ-Bilanz funktioniert über eine **Matrix mit 20 Themenfeldern** – von Lieferkette und Mitarbeitenden bis zu Mitbestimmung, Umwelt und Gesellschaft. In jedem Feld lassen sich Punkte sammeln – bis zu 1.000 insgesamt.

Wir haben den Prozess im **Peer-System** durchlaufen: Gemeinsam mit vier anderen Unternehmen haben wir Workshops besucht, Berichte geschrieben, gegenseitig gelesen, Fragen gestellt und Feedback gegeben.

Natürlich war es mehr Arbeit, als wir anfangs dachten. Aber es war auch spannend, lehrreich – und manchmal richtig lustig. Vor allem die Impulse unserer Peers haben uns neue Perspektiven eröffnet.

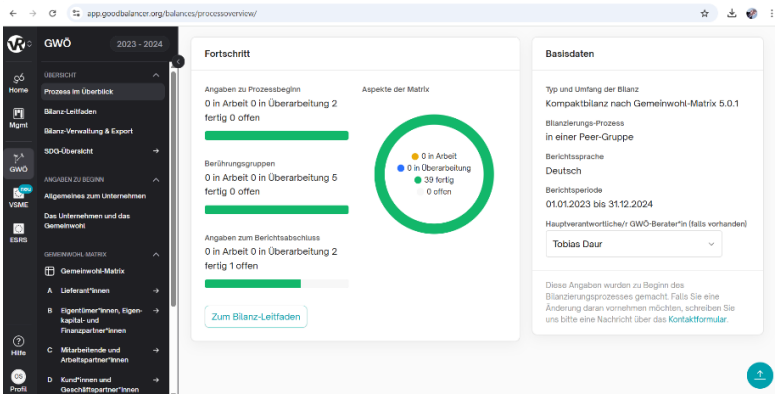
WERT / BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	**A1** Menschenwürde in der Zulieferkette	**A2** Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	**A3** Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	**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 Produkttransparenz
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

Die GWÖ-Matrix – das Herzstück der Bilanzierung. Quelle: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V.

Unser Fazit

Im September 2025 war alles fertig: Der Bericht steht, die Punkte sind gezählt, und wir warten nur noch auf das Zertifikat. Schon jetzt wissen wir: Es hat sich gelohnt.

- Wir haben Klarheit darüber, wo wir stehen.
- Wir wissen, welche Maßnahmen wir für die Re-zertifizierung anpacken wollen.
- Und wir hatten jede Menge Spaß beim Austausch.



Der „Goodbalancer“ – das digitale Werkzeug, das uns durch die Gemeinwohl-Bilanz geführt hat. Quelle: silberzebra gmbh

Und jetzt?

Die Gemeinwohl-Bilanz ist kein Ziel, sondern ein Prozess. Sie macht sichtbar, wie wir als Genossenschaft arbeiten und wo wir uns weiterentwickeln können. Damit ergänzt sie perfekt unseren **FROCC**-Ansatz:

Footprint, Reports, Optimization, Consulting, Compensation.

Was ist die GWÖ?

Die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) ist ein alternatives Wirtschaftsmodell, das nicht Gewinnmaximierung, sondern das Wohl von Menschen und Umwelt in den Mittelpunkt stellt.

Die Gemeinwohl-Bilanz bewertet Unternehmen in 20 Themenfeldern – von Lieferkette über Mitarbeitende bis zu gesellschaftlicher Wirkung. Ergebnis ist ein Zertifikat, das zeigt, welchen Beitrag eine Organisation zum Gemeinwohl leistet.

Katja Kohlstedt ist Mitglied des Vorstands bei visibleRuhr eG und seit über 16 Jahren selbstständig. Ihr Herz schlägt für Bildung, Personalentwicklung und nachhaltige Transformation.
Mit Erfahrung aus Verwaltung, IT, Sozialwesen und Forschung bringt sie Menschen und Ideen zusammen – methodisch, strukturiert und immer mit einer Prise Neugier.
Bei visibleRuhr kümmert sie sich darum, Themen wie **Nachhaltigkeit und digitale Transformation** miteinander zu verweben – und ist dabei Botschafterin, Moderatorin und Möglichmacherin.

Linksammlung

https://germany.econgood.org/

https://www.goodbalancer.org/

https://www.visible.ruhr/

Impact Story #2: Nachhaltigkeitsgipfel

***„Nachhaltig gesund“* – Gespräch zwischen Helga und Heidi**

Ein Interview von Helga Ranft mit Heidi Nickel, Vorstandsvorsitzende der Meine Gesundheit-Genossenschaft eG und Aufsichtsratsvorsitzende der visibleRuhr eG

Helga: *Heidi, wir zwei kennen uns ja schon ewig – und jetzt treffen wir uns in diesem Magazin, um über den Dortmunder Nachhaltigkeitsgipfel zu sprechen. Du bist mit deiner* ***Meine Gesundheit-Genossenschaft eG*** *als Veranstalterin vorne mit dabei. Was treibt dich an, diesen Gipfel auf die Beine zu stellen?*

Heidi: (lacht) Gute Frage. Meine Motivation? Ganz klar: Ich glaube, dass **Gesundheit** der Schlüssel ist, wenn wir über Nachhaltigkeit reden. „Nachhaltig gesund“ ist für mich nicht nur ein Motto, sondern die Grundlage für viele andere Megatrends. Wenn Menschen gesund bleiben, können sie länger arbeiten, besser mit Belastungen umgehen und sind kreativer – das wirkt sich direkt auf Themen wie den Fachkräftemangel oder die Arbeitszufriedenheit aus.

Helga: *Wenn ich die Agenda des 3. Dortmunder Nachhaltigkeitsgipfels am 6. November 2025 sehe, dann interessiert mich besonders: Wie schaffen es Unternehmen, Gesundheit und Nachhaltigkeit so zu verbinden, dass Mitarbeitende wirklich davon profitieren – also bleiben, sich wohlfühlen und Sinn in ihrer Arbeit sehen?*

Heidi: Genau das ist der Kern unseres Ansatzes. Nachhaltigkeit fängt im Unternehmen beim Menschen an. Wenn Beschäftigte sich wertgeschätzt fühlen, gesunde Arbeitsbedingungen haben und Teil einer sinnvollen Transformation sind, entsteht Bindung – nicht durch Prämien, sondern durch Haltung. Der Gipfel zeigt, wie das gelingen kann: durch Gesundheitsmanagement, durch Beteiligung, durch gelebte Werte.

Rückblick auf den 2. Dortmunder Nachhaltigkeitsgipfel 2024

Linksammlung

https://www.mgg-eg.de/

https://www.eventbrite.de/e/3-dortmunder-nachhaltigkeitsgipfel-tickets-1659637433239

Heidi Nickel ist Vorstandsvorsitzende der Meine Gesundheit Genossenschaft eG und Aufsichtsratsvorsitzende bei der visibleRuhr eG.
Als zertifizierte Nachhaltigkeitsmanagerin verbindet sie das Thema Gesundheit mit Nachhaltigkeit und Transformation. Ihr Credo: *„Nachhaltig gesund ist der Schlüssel zu Innovation, Resilienz und Fachkräftesicherung.“*
Mit viel Erfahrung als Netzwerkerin und Gestalterin bringt sie Menschen und Organisationen zusammen, die gemeinsam **Zukunft bauen wollen – praxisnah und mit Blick auf das Gemeinwohl.**

Helga: *Also ist „Gesundheit“ für dich mehr als nur die Abwesenheit von Krankheit?*

Heidi: Absolut. Gesundheit ist Prävention, Resilienz, Teilhabe. Beim Gipfel wollen wir zeigen, wie sich ESG-Themen – also Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung – konkret mit Gesundheit verbinden lassen. Wer ESG ernst nimmt, muss auch Gesundheit ganzheitlich denken.

Helga: *Und gesundes Essen gibt's auch, oder?*

Heidi: Natürlich! „Gesund, fair, regional“ ist unser Lunch-Motto. Ohne gesunde Snacks geht's bei uns nicht.

Helga: *Klingt nach einem runden Tag. Was wünschst du dir, dass die Leute mitnehmen?*

Heidi: Zwei Dinge: Erstens das Bewusstsein, dass nachhaltige Gesundheit ein echter Erfolgsfaktor ist – für Fachkräfte, Innovation und Unternehmertum. Und zweitens die Lust, gemeinsam Zukunft zu gestalten. Denn Transformation geht nur im Netzwerk.

Darauf dürfen sich die Teilnehmenden freuen

Keynote
„Transformation mit Daten gestalten: Was Studien über nachhaltige Arbeitswelten verraten“– Sybille Stippler, IW Köln

Impact-Pitches

- Green Impact: up-Elektrorecycling
- Plattform mit Impact: TRACA – Emissionsreduktionen bis zum **einzelnen Klimagegenstand** zurückverfolgen.
- KI-Impact: Künstliche Intelligenz in der Praxis

Panels

- Transformation gestalten: Teilzeit-Ausbildung & LernSlice
- Innovation erfahren: Inklusion durch KI (Gebärdensprache)
- *Resilienz stärken: Betriebliches Gesundheitsmanagement & bKV*
- *Resilienz erleben: Coaching mit Herz & Hund (Naturerleben)*
- *Stärken sichtbar machen: Talentkompass 4.0 & Persönlichkeitsanalyse*

Netzwerken und Genuss

„Gesund, fair, regional“ – nachhaltiger Lunch & viele Begegnungen

Impact Story #3: SDG

Von den Millennium Goals zu den SDGs – und warum Indikatoren zählen

Die **Millennium Development Goals (MDGs)** von 2000 bis 2015 gelten als der bislang größte Erfolg der Vereinten Nationen. Erstmals hatten sich alle Mitgliedsstaaten auf acht gemeinsame Ziele geeinigt – mit klaren Vorgaben gegen Armut, Hunger und für mehr Bildung. Und tatsächlich: Millionen Menschen konnten aus extremer Armut befreit werden, die Einschulungsrate von Kindern stieg, und internationale Zusammenarbeit bekam einen neuen Stellenwert.

Doch trotz aller Fortschritte blieben große Herausforderungen: noch 2015 litt **jeder neunte Mensch unter Hunger**, 58 Millionen Kinder hatten keinen Zugang zu Schule, und Millionen starben an vermeidbaren Krankheiten. Die MDGs zeigten: Globale Zusammenarbeit wirkt – aber sie löst nicht automatisch alle Probleme. Genau das war die Motivation für den nächsten Schritt: die **Agenda 2030**.

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung decken Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft ab. Quelle: UNDP (United Nations Development Programms)

Die Agenda 2030: 17 Ziele für eine nachhaltige Welt

Mit den **Sustainable Development Goals (SDGs)** schufen die Vereinten Nationen 2015 einen neuen globalen Kompass. 17 Ziele, 169 Unterziele und 232 Indikatoren sollen dafür sorgen, dass Fortschritte nicht nur versprochen, sondern auch messbar werden.

Die SDGs sind universell – sie gelten für alle Länder, nicht nur den Globalen Süden. Und sie sind umfassender als die MDGs: Sie verbinden Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft und spannen den Dreiklang von Schutz, Wohlstand und Frieden.

Alle Ziele, Unterziele und Daten sind im **UN SDG Data Portal** einsehbar: https://unstats.un.org/sdgs/dataportal

Wo stehen wir heute beim CO_2-Ziel?

Ein Blick auf SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz" zeigt, wie groß der Handlungsdruck ist. Einer der zentralen Indikatoren ist **13.2.2 – jährliche Treibhausgas-Emissionen**. Er misst, wie viel CO_2 und andere Treibhausgase weltweit ausgestoßen werden.

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache:

- 1990: rund **22 Mrd. Tonnen CO_2**
- 2010: bereits **33 Mrd. Tonnen**
- 2023: mit **37,4 Mrd. Tonnen** ein neuer Höchststand

Wissenschaftler erwarten daher, dass die kritische 1,5-Grad-Grenze früher als erwartet, möglicherweise bereits um 2030, erreicht werden könnte.

Der Indikator 13.2.2 ist also kein abstraktes Zahlenspiel, sondern der Lackmustest für die Wirksamkeit aller Klimaschutzmaßnahmen.

Details zu allen Indikatoren:
https://unstats.un.org/sdgs/metadata/

Achtung: SDG-Washing!

Die bunten Icons der 17 Ziele sehen schön aus – aber sie sind kein Selbstzweck. Immer mehr Unternehmen schmücken sich damit, ohne zu prüfen, ob ihre Aktivitäten wirklich messbare Wirkung haben.

Wichtig:

- **Nicht** nur auf Ziele verweisen
- **Immer** die **Indikatoren** prüfen: Zahlen, Daten, Fakten

Beispiel: **SDG 17 „Partnerschaften"**

- Kein allgemeines „Wir vernetzen uns", sondern klarer Indikator: **17.6.1 – Anzahl der festen Internetanschlüsse je 100 Einwohner je Geschwindigkeit**

Fazit: Wer Wirkung will, muss Indikatoren ernst nehmen. Alles andere ist buntes Marketing.

Linksammlung

https://sdgs.un.org/goal

https://unstats.un.org/sdgs/dataportal

https://unstats.un.org/sdgs/metadata/

Oliver Schuster ist Vorstandsvorsitzender der visibleRuhr eG und INQA-Coach für digitale Transformation, Agilität und Nachhaltigkeit.
Als Social Entrepreneur engagiert er sich für Entwicklungszusammenarbeit, insbesondere in Bangladesch, und verbindet wirtschaftliches Denken mit sozialer Wirkung.
Mit langjähriger Erfahrung in Innovation und Organisationsentwicklung gestaltet er Transformationsprozesse praxisnah, menschenzentriert und mit Blick auf das Gemeinwohl.

Impact Story #4: Nachhaltigkeit mit System

Unternehmensportrait: Warum Nachhaltigkeit eine Strategie braucht

Gesetze wie die **CSRD** verpflichten zunehmend Unternehmen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Doch jenseits regulatorischer Anforderungen geht es um mehr: um Zukunftsfähigkeit. Kund*innen, Mitarbeitende und Investor*innen erwarten Transparenz, Verantwortung und eine klare Haltung.

„Nachhaltigkeit ist kein fixer Zustand, sondern ein kontinuierlicher Lern- und Verbesserungsprozess“, sagt Laura Grotenrath. „Es geht nicht darum, perfekt zu sein – sondern darum, Schritt für Schritt besser zu werden. Mit System, Struktur und dem Mut, Neues zu lernen.“

Eine **Nachhaltigkeitsstrategie** hilft, Ziele zu priorisieren, Fortschritte zu messen und Entscheidungen auf Grundlage von Fakten zu treffen. Sie schafft Orientierung – nach innen wie nach außen.

Orientierung durch bewährte Standards

AGERE begleitet Unternehmen entlang des gesamten Prozesses: von der ersten Bestandsaufnahme über Zieldefinition und Maßnahmenplanung bis zur Berichterstattung und Zertifizierung. Dabei kommen bewährte **Rahmenwerke** zum Einsatz, die Vergleichbarkeit und Glaubwürdigkeit schaffen:

- **B Corp™** bewertet Unternehmen ganzheitlich auf ihre soziale und ökologische Wirkung. Wer sich zertifizieren lässt, verpflichtet sich zu messbaren Verbesserungen.
- Die **Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)** legt den Fokus auf Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit und Mitbestimmung.
- Der **ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften** kombiniert Umweltmanagement, soziale Verantwortung und Unternehmensführung – insbesondere für die Lebensmittelbranche.
- Der **Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK)** bietet ein strukturiertes Berichtsformat und ist ein idealer Einstieg für mittelständische Unternehmen.

„Wir helfen, das passende System zu finden – und es so zu nutzen, dass es echten Mehrwert bringt“, erklärt Laura Grotenrath. „Entscheidend ist, dass die Strategie zum Unternehmen passt – nicht umgekehrt.“

Zahlen, Daten, Wirkung: die Grundlage für echte Veränderung

Eine gute Strategie braucht belastbare Daten. **Arne Grotenrath** erstellt dafür **Treibhausgas- und Ökobilanzen**, die den Status quo erfassen und Einsparpotenziale sichtbar machen.

„Viele Unternehmen wissen gar nicht genau, wo ihre Emissionen entstehen“, sagt er. „Doch nur, was man misst, kann man gezielt reduzieren.“

Eine **CO_2-Bilanz** umfasst direkte Emissionen (z. B. Heizung, Fuhrpark), indirekte Emissionen (z. B. Strom) und solche entlang der Wertschöpfungskette (z. B. Rohstoffe, Transport, Entsorgung).

Darauf aufbauend wird ein **Transformationsplan** entwickelt – ein konkreter Fahrplan auf dem Weg zur Klimaneutralität. Er enthält messbare Ziele, Zeitpläne und Zuständigkeiten, betrachtet technische wie organisatorische Maßnahmen und priorisiert nach Wirkung und Wirtschaftlichkeit.

Die Erstellung solcher Konzepte wird über das **BAFA-Programm „Transformationskonzepte“** gefördert: Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle übernimmt bis zu **60 % der Kosten**, für kleine und mittlere Unternehmen sogar bis zu **80 %**. So wird Klimaschutz strategisch planbar und finanziell realisierbar.

„Eine Bilanz ist kein Selbstzweck“, betont Arne Grotenrath. „Sie ist das Fundament für fundierte Entscheidungen – und die Voraussetzung, um Fortschritte glaubwürdig zu belegen.“

AGERE als Sparringspartner auf Augenhöhe

AGERE versteht sich nicht als klassische Beratung, die Konzepte abliefert und wieder geht. „Wir begleiten Unternehmen als **Sparringspartner** – auf Augenhöhe, mit fachlicher Tiefe und einem Blick fürs Ganze“, beschreibt Laura Grotenrath den Ansatz.

Der gemeinsame Prozess folgt einem klaren Prinzip:

- **Reflektieren:** Wo steht das Unternehmen heute?
- **Definieren:** Welche Ziele und Werte leiten das Handeln?
- **Umsetzen:** Welche Maßnahmen bringen echten Fortschritt?
- **Verbessern:** Was lässt sich beim nächsten Schritt optimieren?

Nachhaltigkeit wird so zu einem lebendigen Bestandteil der Unternehmensentwicklung – nicht zu einem Projekt mit Enddatum.

***Laura Grotenrath** ist Nachhaltigkeitsberaterin und Gründerin von **AGERE. Agentur für Nachhaltigkeit**. **Arne Grotenrath** ist Experte für Treibhausgas- und Ökobilanzen. Gemeinsam führen sie **AGERE**, ein Unternehmen, das Organisationen auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeitsstrategie begleitet – **strategisch, messbar und praxisnah**.*
Quelle: AGERE. Agentur für Nachhaltigkeit GbR / Foto: Gina Reinholz

„Wir wollen Unternehmen befähigen, selbst weiterzulernen und Nachhaltigkeit dauerhaft in ihre Entscheidungsprozesse zu integrieren“, sagt Laura Grotenrath. „Denn Veränderung entsteht nicht durch Druck, sondern durch Verstehen, Gestalten und Dranbleiben.“

Fazit

Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine Führungsaufgabe.

Eine klare Strategie schafft Orientierung, eine CO_2-Bilanz liefert die Fakten – und beides zusammen ermöglicht messbare Wirkung.

Linksammlung

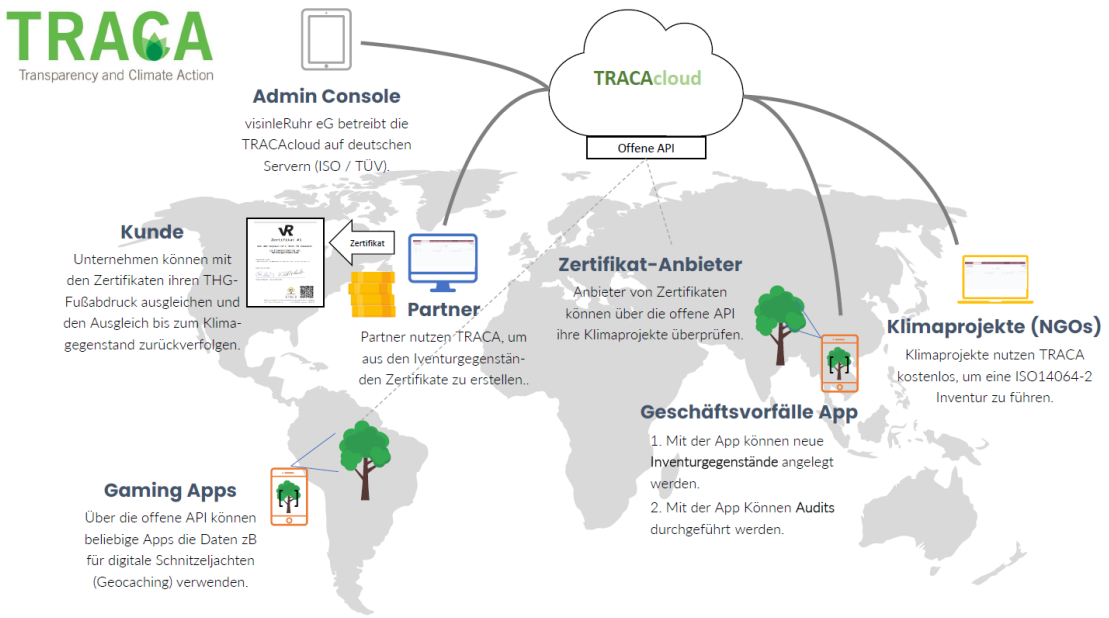
https://www.agere-agentur.de/

Impact Story #5: TRACA

Klimaschutz ist nicht nur eine Frage der Haltung, sondern der Nachvollziehbarkeit. Genau hier setzt **TRACA – Transparency and Climate Action** an: eine digitale **Plattform** der **visibleRuhr eG**, die Klimaprojekte transparent, überprüfbar und fair macht.

Was als Idee einer Genossenschaft für digitale Transformation begann, ist heute ein Pionierprojekt für den freiwilligen CO_2-Markt: **Klimaprojekte können mit TRACA Inventuren durchführen**, ihre Wirkung messen und Audits dokumentieren. Die Daten fließen in die **TRACAcloud**, die in Deutschland gehostet wird.

„Wir wollten ein System schaffen, das Vertrauen zurückbringt“, sagt Oliver Schuster, Vorstandsvorsitzender der visibleRuhr eG. „Denn nur wenn die Zahlen stimmen, kann man guten Gewissens kompensieren.“



Systemarchitektur der TRACA-Plattform: *Die **TRACAcloud** bildet das Herzstück – ein sicheres, in Deutschland gehostetes Backend auf Blockchain-Basis. Darüber greifen verschiedene Anwendungen zu: mobile Apps für Feldprojekte, Dashboards für Audits und Analyse-Tools für Unternehmen. So entsteht ein vollständig digitaler, überprüfbarer Prozess von der Datenerfassung bis zum Zertifikat. Quelle: visibleRuhr eG, Dortmund*

Eine Plattform mit Verantwortung

TRACA ist bewusst **mehr auf Wirkung** als auf Profitmaximierung ausgerichtet. Klimaprojekte nutzen die Plattform **kostenlos**, um ihre Inventuren und Audits digital abzubilden. Partnerorganisationen können daraus Zertifikate erstellen, die auf real gemessenen Werten basieren.

Für Unternehmen bedeutet das: Sie können Emissionen ausgleichen und ihren CO_2-Fußabdruck bis zum einzelnen **Klimagegenstand** – etwa einen Baum, eine Solaranlage oder eine Biogasanlage – zurückverfolgen. Über offene Schnittstellen (API) ist TRACA zudem anschlussfähig an bestehende Systeme, Datenbanken oder auch Plattformen von Marktbegleitern.

Freiwilliger Markt, echte Wirkung

Im Gegensatz zu verpflichtenden Systemen wie dem EU-Emissionshandel (**EU ETS**) operiert TRACA im sogenannten **voluntary carbon market** – dem freiwilligen Kohlenstoffmarkt. Hier können Unternehmen und Privatpersonen eigene Emissionen kompensieren. Doch gerade dieser Markt steht immer wieder in der Kritik: mangelnde Kontrolle, doppelte Zählungen, unklare Nachweise.

TRACA will genau diese Schwächen beseitigen. Durch die **digitale Rückverfolgbarkeit** jedes Projekts und jeder Tonne CO_2 entsteht ein verlässlicher Standard, der Vertrauen schafft – für Käufer und Käuferinnen und Projekte gleichermaßen.

Technologie trifft Verantwortung

TRACA steht für eine neue Generation von Klimaschutzplattformen. Statt anonymer Daten setzt das System auf **Transparenz, Offenheit und Fairness**.

- Betreiberin: **visibleRuhr eG** – verantwortlich für Sicherheit und Stabilität der Plattform.
- Nutzer und Nutzerinnen: **Klimaprojekte**, die nach Daten erfassen und Audits durchführen.
- Partner: **Zertifikatsanbieter**, die auf Basis dieser geprüften Daten Kompensation anbieten.
- Unternehmen & Privatpersonen: **Kunden und Kundinnen**, die ihre Emissionen glaubwürdig kompensieren möchten.

Gefördert durch greenhouse.ruhr

Die Entwicklung von TRACA wurde 2023 durch das **greenhouse.ruhr-Stipendium** unterstützt – ein Programm für Social Entrepreneurs im Ruhrgebiet. Neben Coaching, Netzwerk und finanzieller Förderung erhielt das Team die Möglichkeit, TRACA auf dem **Impact Festival in Frankfurt** zu präsentieren. Das Stipendium gab Rückenwind: TRACA gewann an Sichtbarkeit, vernetzte sich mit Investoren und Nachhaltigkeitsnetzwerken und wurde Teil einer Bewegung, die technologische Innovation mit Gemeinwohl verbindet.

greenhouse.ruhr *unterstützt Social Entrepreneurs im Ruhrgebiet bei der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle. Auch TRACA profitierte vom Stipendium – mit Coaching, Netzwerkzugang und der Chance, das Projekt auf dem Impact Festival vorzustellen.*

Wirkung entlang der SDGs

TRACA zahlt direkt auf mehrere **Sustainable Development Goals (SDGs)** ein – und macht deren Wirkung anhand offizieller UN-Indikatoren nachvollziehbar:

- **SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz**
  Indikator 13.2.2: Gesamtmenge der jährlichen Treibhausgasemissionen → TRACA dokumentiert CO_2-Reduktionen aus Projekten nach ISO 14064-2 und macht jede Tonne transparent nachvollziehbar.

- **SDG 15 – Leben an Land**
  Indikator 15.1.1: Fläche nachhaltig bewirtschafteter oder geschützter Ökosysteme → Aufforstungs- und Renaturierungsprojekte auf TRACA unterstützen die Wiederherstellung lokaler Ökosysteme – etwa Mangrovenwälder oder Agroforstflächen.

- **SDG 1 & 2 – Keine Armut / Kein Hunger**
  Indikatoren 1.1.1 & 2.3.2: Armutsrate / Einkommen kleiner Produzenten → Durch Zertifikatsverkäufe fließen neue Mittel in lokale Gemeinschaften. Menschen vor Ort profitieren direkt durch Einkommen, Ausbildung und Ernährungssicherheit.

- **SDG 10 – Weniger Ungleichheiten**
  Indikator 10.2.1: Anteil der Bevölkerung mit Einkommen über 50 % des Medians → TRACA stärkt marginalisierte Gruppen, z. B. Frauenkooperativen oder Dorfgemeinschaften, die an Projekten beteiligt sind.

Das erste Projekt: Mikoko Development Foundation

Die **Mikoko Development Foundation (MDF)** in Tansania ist das erste Klimaprojekt, das TRACA einsetzen wird.

Seit 2006 engagiert sich die NGO für den Schutz und die Wiederherstellung von **Mangrovenwäldern** – einem der wirksamsten natürlichen CO_2-Speicher der Erde. Mangroven binden bis zu **viermal mehr Kohlenstoff** als tropische Regenwälder, schützen Küsten vor Erosion und schaffen Lebensraum für unzählige Tierarten.

MDF verbindet Naturschutz mit Gemeindeentwicklung: Bäume pflanzen, Saatgutbanken aufbauen, Schulen unterstützen, Frauen fördern. Über **1 Million Bäume** wurden bereits gesetzt, **1.500 Schulen** eingebunden und **150.000 Kinder** in Umweltbildung erreicht.

*Mit **TRACA** werden die Aktivitäten der **Mikoko Development Foundation** künftig digital dokumentiert – jeder Baum, jede Fläche, jede Tonne CO_2.*

Wie kann ich mitmachen?
Klimaschutz braucht Menschen, die Transparenz, Technologie und Verantwortung verbinden wollen.

Es gibt zwei Wege, TRACA zu unterstützen:

- **Werde Mitglied im TRACA.CLUB:**
  Als Mitglied im TRACA.CLUB und Investor wirst du Teil einer Gemeinschaft, die Bildung, Klimaschutz und soziale Wirkung verbindet.
- **Werde Teil der Crowdfunding-Kampagne,** die Ende Oktober 2025 startet:
  Mit deinem Beitrag stärkst du die Weiterentwicklung der TRACA-Plattform.
  https://www.visible.ruhr/gemeinsam-zukunft-pflanzen-visibleruhr-eg-startet-traca-crowdfunding.html

Und jetzt?

Für Leserinnen, Leser … und alle, die Lust auf mehr haben.

War für dich etwas Interessantes dabei? Hat dich eine Geschichte neugierig gemacht oder ein Impuls vielleicht sogar zum Nachdenken gebracht?

Dann melde dich bei uns – wir freuen uns über dein Feedback, deine Fragen oder einfach ein kurzes „Hallo“.

Deine visibleRuhr eG

Kontaktinformationen:

Helga Ranft, Dortmund
mail@woertlichkeit.de

Katja Kohlstedt, Dortmund
katja@katja-kohlstedt.de

Oliver Schuster, Dortmund
oliver.schuster@noilant.de

Laura Grotenrath, Dortmund
laura@agere-agentur.de

Arne Grotenrath, Dortmund
arne@agere-agentur.de

Heidi Nickel, Dortmund
h.nickel@mgg-eg.de

visibleRuhr eG
Spezialisten des digitalen Wandels

visibleRuhr eG
Wandweg 1
44149 Dortmund

Vertreten durch den Vorstand: Dipl.-Inform. Oliver Schuster, Katja Kohlstedt

Kontakt:
Telefon +49 231 86 25 757
Mobil +49 157 50 99 77 82
E-Mail info@visible.ruhr

Verantwortlich für den Inhalt im Sinne des Mediendienste-Staatsvertrags: Oliver Schuster

Ehrenamtliche Vorstände:
Oliver Schuster,
Katja Kohlstedt

Aufsichtsrat:
Heid Nickel (Vorsitzende),
Andreas Dodt, Waldemar Gbiorczyk-Schlegel

Rechtsform:
Eingetragene Genossenschaft

Genossenschaftsregister:
Amtsgericht Dortmund
GnR 491

Umsatzsteuer-ID
DE314531380

Verband:
Zuständiger Prüfungsverband nach §54 GenG ist der Genoverband e. V. mit Sitz in Frankfurt am Main, erreichbar unter www.genoverband.de

Stand 21.10.2025