

# Klimaneutrale Produkte

*mit Impact als echtem Differenzierungs-  
faktor. Informationen für Hersteller,  
Händler und Dienstleister.*



# Einleitung

---

*Für den Erfolg der eigenen Produkte ist es wichtig, relevante Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen, zu handeln und gleichzeitig Verantwortung zu übernehmen.*

Diverse Studien und Umfragen bringen es zum Vorschein: Die Zeit der Eigenverantwortung hat begonnen. Eine große Mehrheit der Bevölkerung sieht längst nicht mehr nur die Politik in der alleinigen Verantwortung, die globalen Herausforderungen des Klimawandels anzugehen. Wollen wir als Gesellschaft die Folgen des Klimawandels so gering wie möglich halten, ist jeder Einzelne in der Pflicht einen Beitrag zu leisten. Einfach und effektiv kann dies durch den individuellen Konsum passieren.

## **In Zeiten des Überflusses ist eine Differenzierung für Produkte und Marken essenziell**

Oft fällt es uns schwer, vor der Flut von gleichen Produkten im Supermarkt eine Entscheidung zu treffen. Mangel gibt es keinesfalls, lediglich ein globales Problem der gerechten Verteilung. Vor dieser Fülle an Alternativen, ist es für Produzenten kaum noch möglich, sich von Mitbewerbern abzugrenzen und damit herauszustechen. Der stille Kampf der Produkte im Regal ist ein Aufruf an die Differenzierung, den derzeit entschiedensten Erfolgsfaktor. Lediglich Unternehmen, die ihre Produkte nicht differenzieren, sind schnell austauschbar und müssen sich dem knallharten Preiskampf an der Grabbeltheke stellen.





## Ständige Konfrontation nicht ausreichend

---

Noch vor wenigen Jahren war es durchaus ausreichend, als Unternehmen jede Bemühung im Bereich der Nachhaltigkeit laut und breit zu kommunizieren. Heute reicht das längst nicht mehr! Nachhaltigkeit und CSR (Corporate social responsibility), d.h. eine gesellschaftliche Verantwortung für nachhaltiges wirtschaften, sind im Mainstream angekommen und kaum ein Unternehmen kann es sich heute noch leisten nicht nachhaltig zu agieren.

Nur noch mit den wenigsten Maßnahmen lässt sich echte Abgrenzung gegenüber den Produkten oder Dienstleistungen von Marktbegleitern erreichen. Um dem Unternehmensimage eine grüne Politur zu verpassen, haben die bisher erfolgreichen Mittel, welche hauptsächlich aus Spendenaktionen und Partnerschaften mit Hilfsorganisationen bestanden, ausgedient und sind für den Konsumenten nur zu leicht zu durchschauen.

Kunden fordern von Unternehmen eine ehrliche, wahrhaftige und glaubhafte Motivation für ihr Tun. Leere Behauptungen hingegen werden allzu schnell aufgedeckt.

Eine ehrliche und fundierte CO<sub>2</sub>-Bilanz und die anschließende Übernahme der Verantwortung für die ausgestoßenen CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Invest in ein ebenso ehrliches Klimaschutzprojekt, welches weit weg von einer Marketingfassade ist, kann so ein glaubhafter Antrieb sein. Denn die Aufgabe von wirksamen und ehrlichen Klimaschutzprojekten, welche meist in Dritt- oder Schwellenländern lokalisiert sind, geht weit über die Kompensation der Emissionen, hauptsächlich produziert von Ländern des entwickelten Westens, hinaus.

# Klimaneutrale Produkte und Dienstleistungen

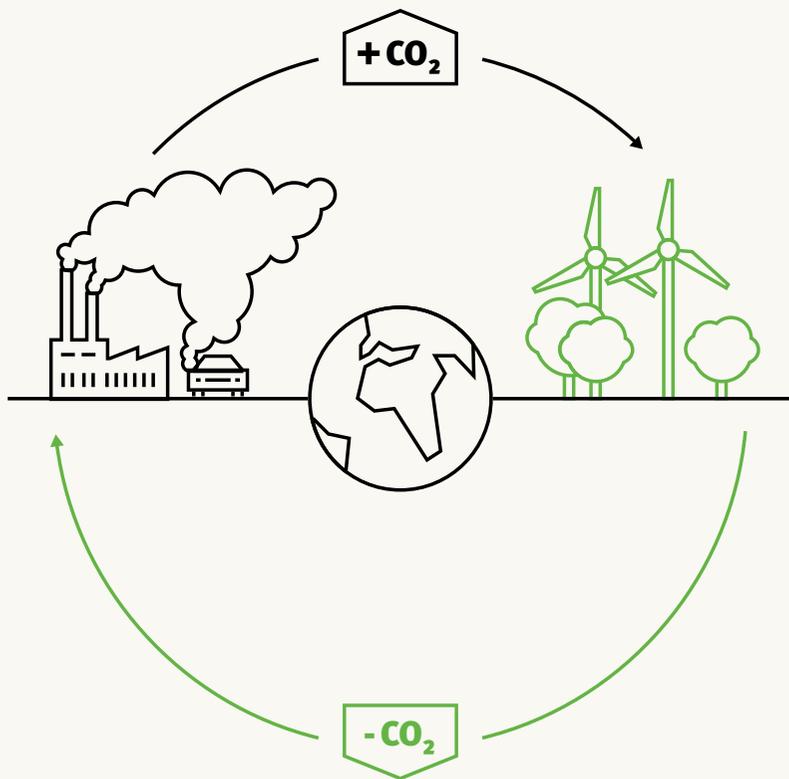
*Die veränderten Erwartungen der Konsumenten ernst nehmen, das neue Vertrauen sinnvoll nutzen und Produkte mit echtem Impact herstellen. Das ist eine große Chance - für uns Alle!*

## Was sind klimaneutrale Produkte und Dienstleistungen?

Klimaneutrale Produkte sind Produkte, deren CO<sub>2</sub>-Emissionen, welche entlang des Produktionsweges (mindestens Cradle-to-gate) entstehen, berechnet und durch den gezielten Invest in ein Klimaschutzprojekt ausgeglichen wurden.

Ebenso wichtig wie die Kompensation, ist eine langfristige und nachhaltige Strategie zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen in den einzelnen Produktionsschritten.



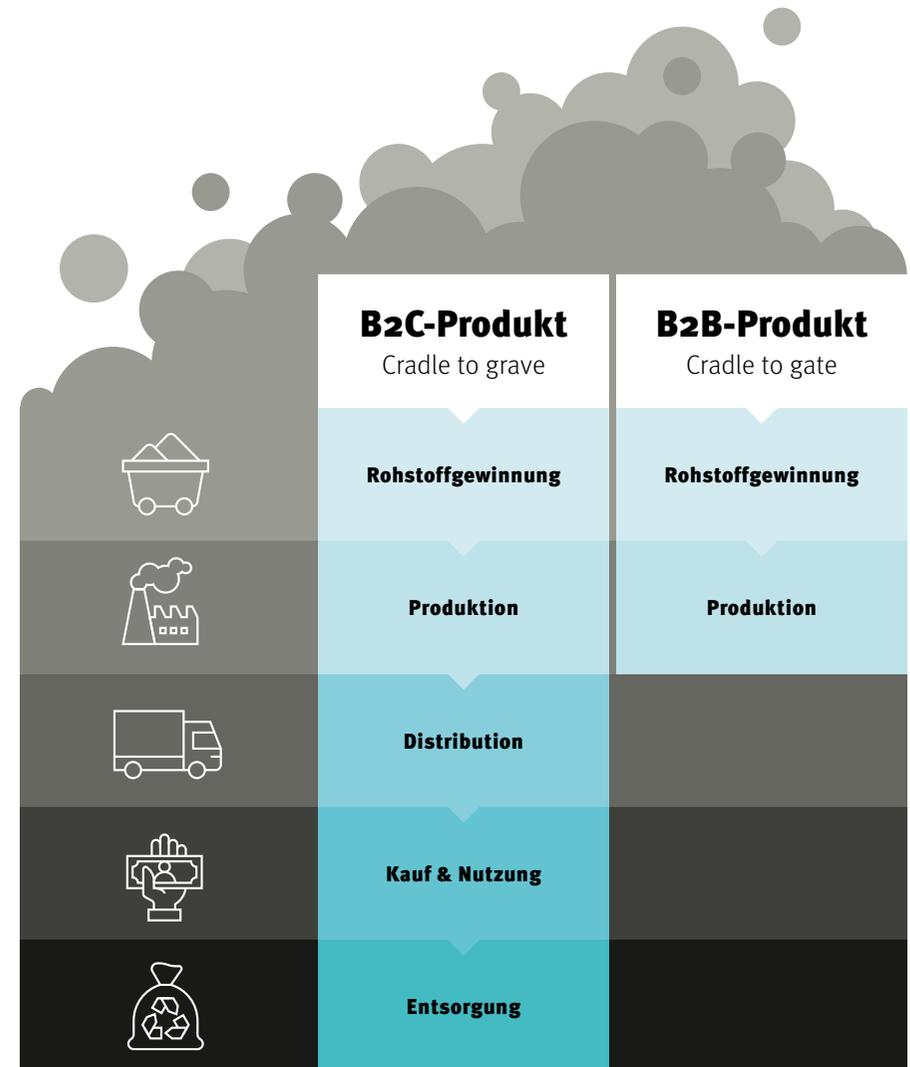


## So funktioniert Klimaneutralität

— CO<sub>2</sub>-Ausstoß in der Atmosphäre durch Wirtschaft, Mobilität etc., erhöhen den globalen CO<sub>2</sub>-Gehalt der Atmosphäre. Klimaschutzprojekte und erneuerbare Energien senken den globalen CO<sub>2</sub>-Gehalt der Atmosphäre. Durch die gezielte Förderung von zertifizierten Klimaschutzprojekten lassen sich Emissionen ausgleichen.

## Emissionen während des Lebenszyklus eines Produktes

— "Cradle-to-grave" umfasst alle Stationen im Lebenszyklus eines Produktes. "Cradle-to-gate" ist etwas weniger umfangreich.





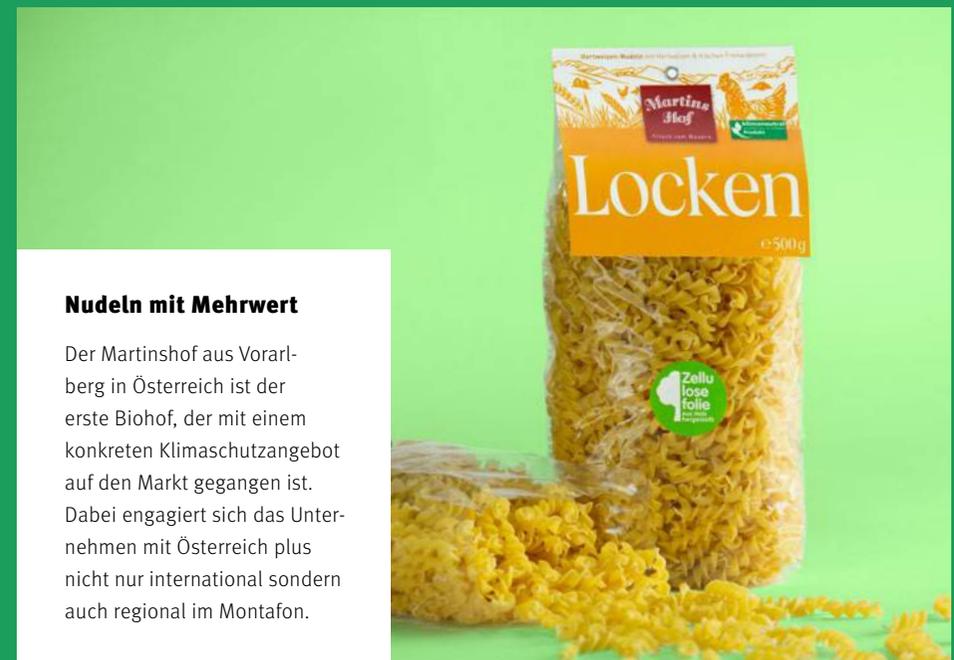
### Fattoria La Violla, Toscana

Seit 2012 stellt die Fattoria mit natureOffice das gesamte Unternehmen und alle Produkte klimaneutral. Die CO<sub>2</sub> Bilanz wird von der Universität Siena erstellt und von natureOffice kritisch geprüft.



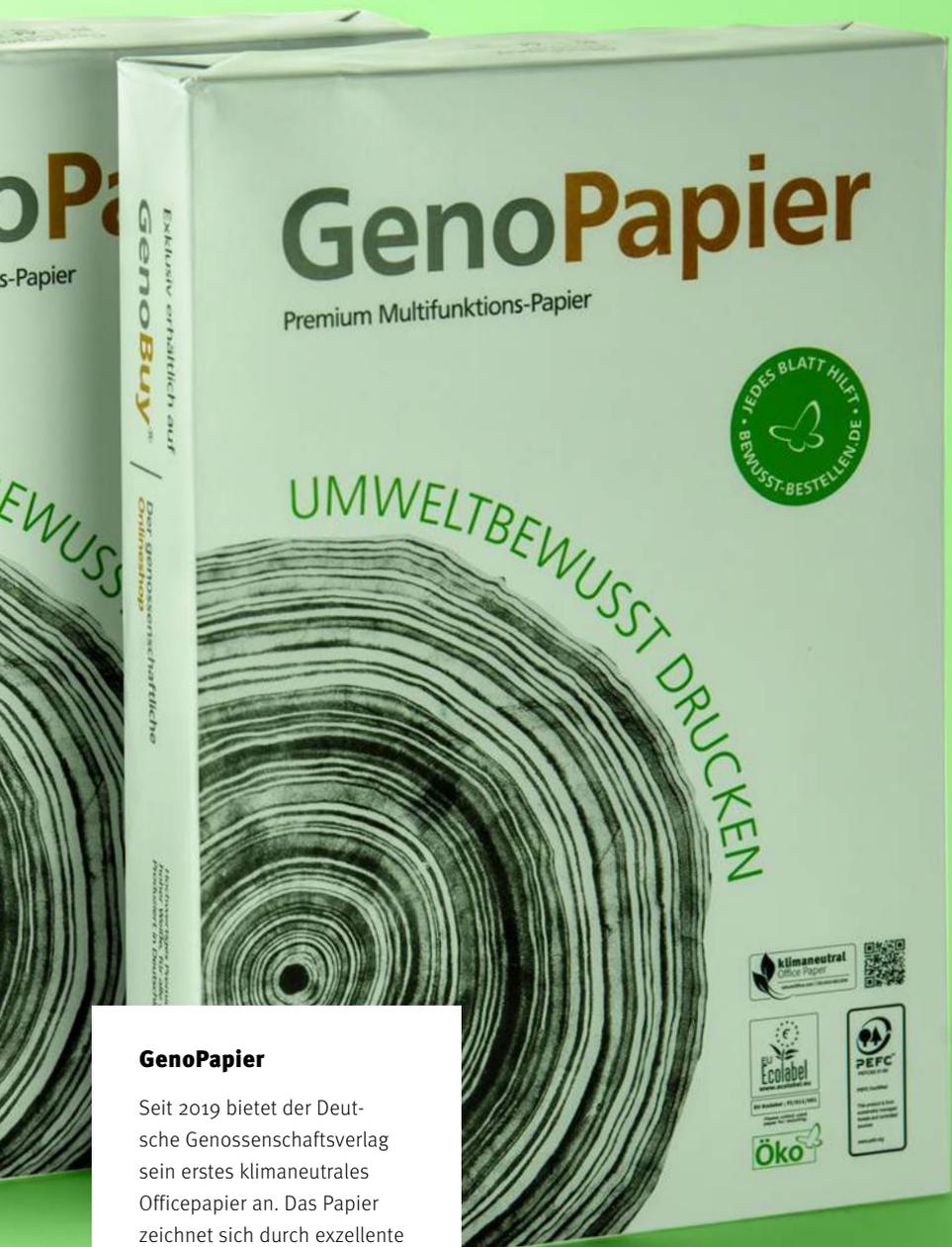
### Klimaschutz seit 2012

Bereits seit 2012 ist die klimaneutrale Lese- und Sonnenbrille in vielen Drogeriemärkten, aber auch im LEH verfügbar. Filtral gilt in diesem Bereich als Vorreiter einer ganzen Branche.



### Nudeln mit Mehrwert

Der Martinshof aus Vorarlberg in Österreich ist der erste Biohof, der mit einem konkreten Klimaschutzangebot auf den Markt gegangen ist. Dabei engagiert sich das Unternehmen mit Österreich plus nicht nur international sondern auch regional im Montafon.



### GenoPapier

Seit 2019 bietet der Deutsche Genossenschaftsverlag sein erstes klimaneutrales Officepapier an. Das Papier zeichnet sich durch exzellente Druckeigenschaften und einen kleinen CO<sub>2</sub>-Footprint aus.



### Alpina Klima-Weiss

Die, zur DAW-Gruppe gehörende, Marke Alpina ist eine starke Consumer-Marke, die auch in diesem Segment ein Angebot für ihre Kunden entwickelt hat.

# Weshalb klimaneutrale Produkte und Dienstleistungen?

---

Mit der Klimaneutralstellung ihrer Produkte verdeutlichen Sie dem Verbraucher, dass Ihr Unternehmen großen Wert auf eine klimafreundliche Produktion legt.



- 1** Eine freiwillige Kompensation senkt in der Bilanz die CO<sub>2</sub>-Emissionen.

---
- 2** Klimaneutralität liefert einen Mehrwert für Ihre Unternehmenskommunikation.

---
- 3** Freiwillige Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen mittels hochwertiger Klimaschutzprojekte ist Ihr Türöffner für Verantwortungsdiskussionen im Bereich Umweltkommunikation.

---
- 4** Freiwillige Kompensation ist eine Bildungschance, da Ihr Unternehmen direkt mit den eigenen Energieverbräuchen und den Inhalten bzw. Ergebnissen der CO<sub>2</sub>-Bilanz konfrontiert wird. Da das Thema der freiwilligen Kompensation auch noch nicht in den Köpfen der breiten Bevölkerung verankert ist, kommt Ihnen auch die wichtige Aufgabe zu, den Informationsstand potentieller Konsumenten zu erweitern und zu deren Aufklärung über die Notwendigkeit des Mechanismus beizutragen.

---
- 5** Im Vergleich zu vielen kleinen direkten Klimaschutzmaßnahmen im Unternehmensalltag können Tonnen anstelle Kilogramm vermieden werden und sind daher von großer ökologischer Relevanz.

---
- 6** Die Hürden zur Erreichung der Klimaneutralität im Unternehmen sind gering. Die Umsetzung erfordert zunächst keine grundlegenden Änderungen interner Workflows oder Produktionsabläufe. Freiwillige CO<sub>2</sub>-Kompensation ist kurzfristig umsetzbar.

- 7** Sie werden von Kunden, Partnern und Marktbegleiterin als verantwortungsvoll agierendes Unternehmen wahrgenommen, da sie durch die Kompensation Verantwortung für Ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen übernehmen.

---

- 8** Große Außenwirkung - klimaneutrale Unternehmen und Produkte gepaart mit professionellem Marketing kommunizieren Ihr wichtiges umweltpolitisches Ziel.

---

- 9** Koppeln Sie Ihre freiwillige Kompensation an ein bestimmtes Produkt oder an eine von Ihnen angebotene Dienstleistung, so stellt dies ein unterschwelliges Kommunikationsmittel dar und kann ein wichtiger Treiber für Ihren Markterfolg bedeuten, denn Ihr Produkt muss sich evtl. im Regal neben denen vieler anderer Marktbegleiter alleine verkaufen.

---

- 10** Mit Ihrem Klimaschutzengagement können Sie direkt neue Zielgruppen ansprechen und durch eine transparente Kommunikation langfristig an Ihr Unternehmen binden.

---

- 11** Mit einer dauerhaften Kompensation in gleiche Projekte werden durch Ihr Engagement Fortschritte und Verbesserungen sichtbar. Auch dieser Punkt ist für transparente Marketingmaßnahmen wichtig, erhöht sie doch die Kommunikationsfähigkeit Ihres Engagements.



# Wie wird ein Produkt oder eine Dienstleistung klimaneutral?

## Analyse, Bewertung und Kompensation

Bei der Erfassung Ihres Product Carbon Footprint (PCF) richten wir uns nach den inhaltlichen Leitfäden des Greenhouse Gas Protocol Product Standard (GHG Protocol) oder den prozessualen Standard der ISO-Norm (ISO 14067). Unser erfahrenes Team erarbeitet, gemeinsam mit Ihnen, die Ausgangsbasis für Ihr klimaneutrales Produkt. Unabhängig davon, ob Sie Hersteller sind oder als Händler die Produkte bei Lieferanten einkaufen. In Abhängigkeit der Komplexität kennen Sie in kurzer Zeit die CO<sub>2</sub>-Bilanz Ihrer Produkte, zusammengestellt in einer umfangreichen, detaillierten und standardkonformen Ergebnisauswertung.

Der Ausgleich Ihrer Emissionen in gleicher Höhe erfolgt durch unsere hochwertigen Klimaschutzprojekte. Auf Wunsch kann Ihr klimaneutrales Produkt auch durch das TÜV Proficert-plus Verfahren unseres Partners, den TÜV Hessen, kontrolliert und zertifiziert werden.

## Der Weg zu Ihrem klimaneutralen Produkt

### CO<sub>2</sub>-Bilanz

1

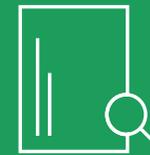
Nehmen Sie Kontakt zu uns auf. Wir beraten Sie ausführlich, vereinbaren gemeinsam die Konditionen für Ihr Engagement und ermitteln die CO<sub>2</sub>-Bilanz Ihres Unternehmens.



### Daten Auswertung

2

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz Ihres Unternehmens wird ausgewertet und das Ergebnis in Form einer individuellen Dokumentation dargestellt.



### Klimaneutralität

3

Nach der Kompensation Ihrer CO<sub>2</sub>-Emissionen wird Ihr Unternehmen als klimaneutral zertifiziert, dazu erhalten Sie eine Urkunde und eine Tracking-ID, die Ihr Engagement sichtbar machen.





## Wie kommuniziert man diese Klimaneutralität?

### Aktive Kommunikation und Markteinführung

Ob die geschickte Platzierung unseres Labels „klimaneutral produziert“ auf Ihren Produkten oder eine authentische Nachhaltigkeitskommunikation in online- und offlinebasierten Medien – unser qualifiziertes Team unterstützt Sie gern bei der angemessenen Vermarktung Ihres Engagements und richtet auch Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit danach aus.

Eine offene Kommunikation ist de facto eines der wirkungsvollsten Instrumente, um die Menschen für die schnell voranschreitende Klimakrise und die damit einhergehende Erderwärmung zu sensibilisieren. Dies resultiert im besten Fall in einer erhöhten Motivation des Konsumenten und damit der Gesellschaft, dem Klimawandel entgegen zu wirken und ihn damit abzuschwächen.

Für die Hervorhebung Ihrer klimaneutralen Produkte, werden diese gekennzeichnet. Besonders transparent für die Verbraucher ist die individuelle Tracking-ID. Anhand derer kann Ihr erfolgreiches Engagement geprüft und vollständig nachvollzogen werden.



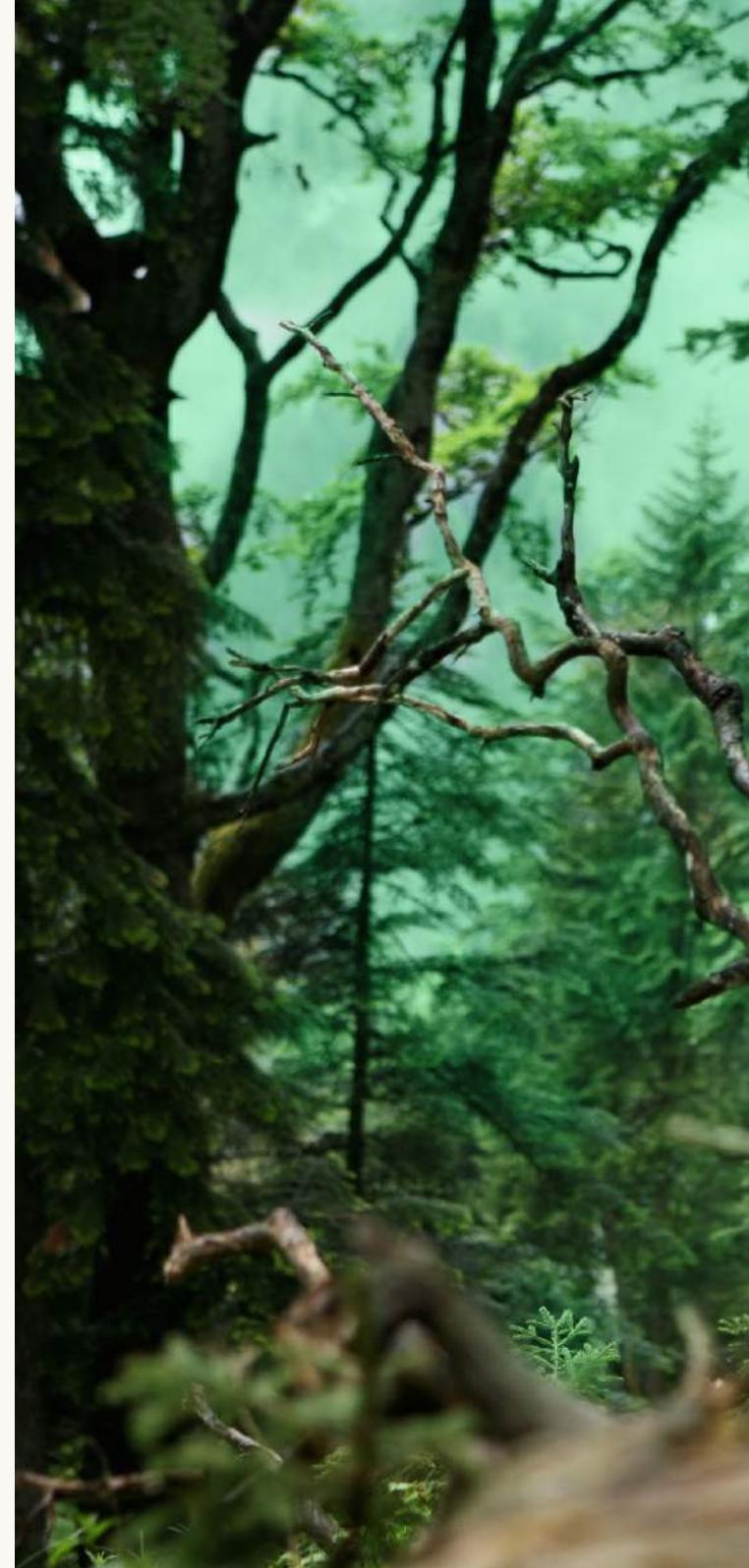
# Was sind Klimaschutzprojekte?

---

*Sinnvolle Klimaschutzprojekte machen viel mehr, als nur das Klima zu schützen, sie haben einen echten, positiven Impact auf das Leben der Menschen in der Projektregion.*

Es gibt unterschiedliche Arten von Klimaschutzprojekten, mit denen man CO<sub>2</sub>-Emissionen ausgleichen oder auch kompensieren kann. Einige Projekte investieren in Emissionseinsparungen durch den verstärkten Einsatz von erneuerbaren Energiequellen, andere entziehen der Atmosphäre Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) durch Wiederaufforstung und wieder andere vermeiden den Ausstoß von Treibhausgasen in Industrieprozessen. Die Projekte unterscheiden sich auch bezüglich ihres Umfangs. Es gibt kleinere Projekte, die auf Gemeindeebene stattfinden und größere, die eine ganze Industrieanlage umfassen können.

Die verschiedenen Projektarten haben unterschiedliche Vor- und Nachteile, hinsichtlich ihres Potenzials für die Treibhausgasreduktion, aber auch hinsichtlich der Nebeneffekte, die sie z.B. auf Biodiversität oder die Beschäftigungssituation in der Region haben. Klimaschutzprojekte müssen international anerkannte Kriterien und Standards erfüllen oder entsprechend zertifiziert werden.



## Die gängigsten Arten von Klimaschutzprojekten

— Entscheidend für ein Klimaschutzprojekt ist, dass es den Ausstoß an Treibhausgasen in die Atmosphäre verringert oder vorhandene bindet.



**Waldaufforstung**



**Windkraft**



**Wasserkraft**



**Solarenergie**



**Energieeffizienz**

---

All diese Maßnahmen senken den Anteil von Treibhausgasen in der Atmosphäre.



## PROJECT TOGO

Das Naturwaldaufforstungsprojekt PROJECT TOGO steht für zertifizierte CO<sub>2</sub>-Bindung und wird durch ausgewiesene Experten aus Wissenschaft und Zivilgesellschaft begleitet.

Dank durchgängiger Transparenz wird in PROJECT TOGO sichtbar, wie fruchtbar Ökologie und Ökonomie zusammen wirken können und wie dadurch die Entwicklung einer Region verbessert werden kann.

### Ökosysteme schaffen – Vielfalt entwickeln

Das eigene, von natureOffice entwickelte und umgesetzte Klimaschutzprojekt im Bereich Naturwaldaufforstung verbindet Natur- und Umweltschutz mit dem Ausbau sozialer Strukturen und selbsttragender Wertschöpfungsketten.

Dazu realisiert PROJECT TOGO selbsttragende Wertschöpfungseinheiten:

- Anlagen für die Energieerzeugung,
- Wasserversorgung und Bodenverbesserung
- Infrastrukturen für Gesundheit und Bildung,
- Projekte für nachhaltige Land- und Forstwirtschaft,
- Selbstversorgungs- und Marktproduktion.

Indem sich all diese gegenseitig beeinflussen, überschneiden und bereichern, verbinden sie Angebot und Nachfrage am Standort miteinander und stoßen so eine nachhaltige Entwicklung im besten Sinne an.



Weitere Projekte finden Sie in unserer Broschüre "Unsere Klimaschutzprojekte" oder im Web unter:

[www.natureOffice.com](http://www.natureOffice.com)

## Partnerschaftlich für eine gemeinsame Zukunft

PROJECT TOGO bietet Ihnen unabhängig von der reinen Kompensation, die Möglichkeit der direkten Beteiligung in der sozialen Strukturverbesserung. Damit haben Sie die Möglichkeit Ihr Engagement, direkt zugeschnitten auf Ihren Unternehmenskern und Ihre Firmenphilosophie, glaubhaft, transparent und belastbar in die Kommunikation mit Ihren Kunden einzubinden.

” Aufforstung ist ein Schlüssel für die Förderung von 12 der 17 SDGs, es ist ein Ansatz gegen die Ausbreitung der Wüsten, schafft eine zuverlässige erneuerbare Rohstoffbasis und entzieht der Atmosphäre CO<sub>2</sub>. Aufforstung auf degradierten Böden im Umfeld von Regenwäldern eröffnet Wertschöpfungspotenziale für einen erneuerbaren Rohstoff und schützt die primären Regenwälder vor Austrocknung. Hier können viele Arbeitsplätze und entsprechendes Einkommen so generiert werden, dass sich die Klimasituation verbessert, nicht weiter verschlechtert.

— Senat der Wirtschaft und The Club of Rome: „Migration, Nachhaltigkeit und ein Marshall-Plan mit Afrika“

## Mehr als Klimaschutz

— PROJECT TOGO verbindet Klimaschutz mit dem Schutz des lokalen Ökosystems und sozialen und ökonomischen Vorteilen für die Menschen vor Ort.

Waldaufforstung



Naturschutz

Soziale Benefits



Ökonomische Benefits



**1,6 Mio**  
Bäume gepflanzt



**150 +**  
Arbeitsplätze  
geschaffen



**6**  
Frauenförder-  
projekte  
geschaffen



**4**  
Brunnen  
gebaut



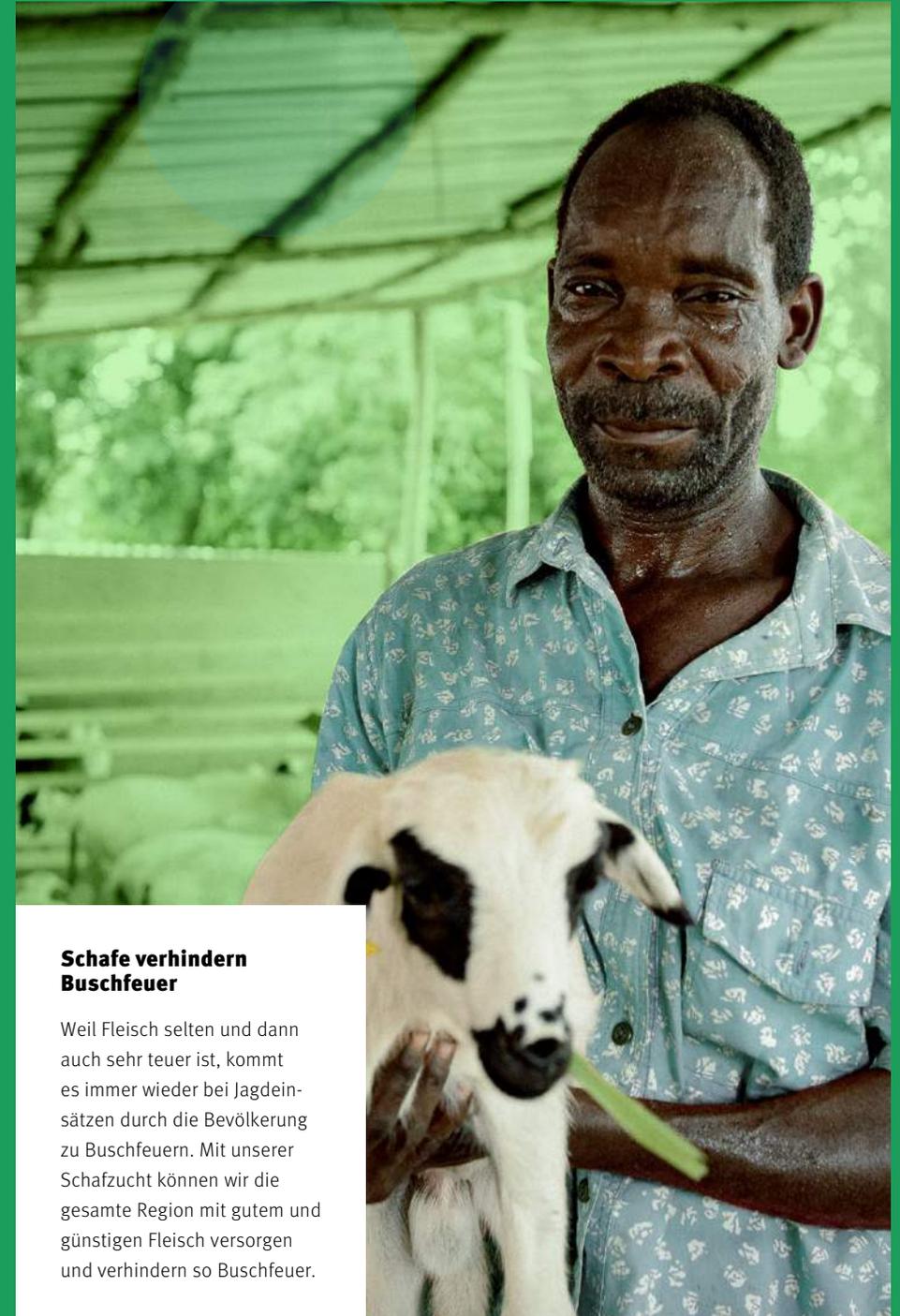
### **Baumschulen in PROJECT TOGO**

Bis zu 120.000 Baumsetzlinge werden jedes Jahr in den eigenen Baumschulen vor Ort herangezogen. Dabei achten wir auf Vielfalt und verwenden nur die Samen der besten Bäume direkt aus der Region.



### **Engagement im Bildungsbereich**

Wir engagieren uns nicht nur in der beruflichen Bildung (Landwirtschaft und Tierzucht), sondern sind mit konkreten Projekten in den Schulen vor Ort tätig.



### **Schafe verhindern Buschfeuer**

Weil Fleisch selten und dann auch sehr teuer ist, kommt es immer wieder bei Jagdeinsätzen durch die Bevölkerung zu Buschfeuern. Mit unserer Schafzucht können wir die gesamte Region mit gutem und günstigen Fleisch versorgen und verhindern so Buschfeuer.

## PROJECT TOGO erreicht heute bereits 12 der 17 Nachhaltigkeitsziele der UN

— Die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030, die Sustainable Development Goals (SDGs), richten sich an alle: die Regierungen weltweit, aber auch die Zivilgesellschaft, die Privatwirtschaft und die Wissenschaft.

Im Jahr 2015 hat die Weltgemeinschaft die Agenda 2030 verabschiedet. Die Agenda ist ein Fahrplan für die Zukunft. Mit der Agenda 2030 will die Weltgemeinschaft weltweit ein menschenwürdiges Leben ermöglichen und dabei gleichsam die natürlichen Lebensgrundlagen dauerhaft bewahren.



Erfahren Sie mehr über die Ziele für nachhaltige Entwicklung auf:

[sdgs.un.org](https://sdgs.un.org)



SDG 1:  
**Keine Armut**



SDG 7:  
**Bezahlbare und saubere Energie**



SDG 2:  
**Kein Hunger**



SDG 8:  
**Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum**



SDG 3:  
**Gesundheit und Wohlergehen**



SDG 12:  
**Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster**



SDG 4:  
**Hochwertige Bildung**



SDG 13:  
**Maßnahmen zum Klimaschutz**



SDG 5:  
**Geschlechtergleichstellung**



SDG 15:  
**Leben an Land**



SDG 6:  
**Sauberes Wasser und Sanitärversorgung**



SDG 16:  
**Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen**



## Sparkassen

*klimaneutral gestellt:*  
**Kontoauszüge**

Für mehr Engagement im Klimaschutz bietet die Sparkassen-Einkaufsgesellschaft allen Sparkassen bundesweit die Klimaneutralstellung der Kontoauszüge an. Das ist ein starkes Signal an alle Kunden und ein vorbildliches Engagement im Klimaschutz



Neben der Ausweitung auf ein FSC Papier ist die Klimaneutralstellung unserer Kontoauszüge ein logischer nächster Schritt gewesen, den wir gerne mit natureOffice gegangen sind. Dabei unterstützen wir ein internationales Klimaschutzprojekt in Verbindung mit regionalen Waldökologieprojekten in Deutschland.“

— **Maik Weber Einkaufsleitung**



## Fattoria La Vialla

*klimaneutral gestellt:*  
**Gesamtes Unternehmen und Produkte**

Seit 2012 erstellt die Fattoria La Vialla eine zweijährlich CO<sub>2</sub>-Bilanz über die gesamten Aktivitäten. Das dient zum einen der Kontrolle über die erfolgten CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen und zum anderen dem Ausgleich der verbliebenen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Fattoria La Vialla engagiert sich bei der Kompensation bei Deutschland plus.



La Vialla ist ein großer und moderner, familiengeführter und biologisch zertifizierter Bauernhof in der Toskana, genauer gesagt im Chianti-Gebiet. Seit vielen Jahren übernehmen wir auch in Sachen Klimaschutz Verantwortung und stellen unseren Betrieb und unsere Produkte mit natureOffice Klimaneutral.“

— **Gianni Lo Franco, Geschäftsführer**



## Alpina

*klimaneutral gestellt:*  
**Produktlinie**

Die erste CO<sub>2</sub>-neutral hergestellte Alpina-Farbe ist frei von Löse- und Konservierungsmitteln. Alpina KLIMAWEISS verbindet bewährte Qualität und modernsten Klimaschutz.



Alpina Klima-Weiss ist gut für das Erdklima und gut für das Raumklima. Die erste CO<sub>2</sub>-neutral hergestellte Innenfarbe von Alpina ist zudem frei von Löse- und Konservierungsmitteln. Das enthaltene Bindemittel besteht zu 100 % aus nachwachsenden Rohstoffen. Der Rumpf des Eimers ist zudem aus recycelten Rohstoffen hergestellt.“

— **Ellen Brodt, Produktmanagerin**

## Unsere Referenzen:



### **TÜV Hessen**

*klimaneutral gestellt:*  
**Klimaneutrale Mobilität**

Klimaneutrale Mobilität gemeinsam entwickelt – damit motiviert TÜV Hessen zusammen mit natureOffice nicht nur zu einem effizientem Fahrverhalten, sondern auch zum Ausgleich der entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen.



### **Schott AG**

*klimaneutral gestellt:*  
**Druckprodukte**

Die Schott AG ist einer der ganz wenigen Unternehmen die FSC und Klimaneutralität verbindlich in seinem Corporate Design festgeschrieben hat. Seitdem leistet das Unternehmen einen großen Beitrag zur Umsetzung von PROJECT TOGO.



### **ZIMMERMANN-GRAEFF & MÜLLER GMBH**

*klimaneutral gestellt:*  
**allure - WINE FROM ITALY**

Einzigartig luxuriös. Stylish. Ein wenig sexy. Und dabei unverschämt anders. Wer sagt eigentlich, dass Wein langweilig sein muss? Seit 2019 stellt die rheinland-pfälzische Weinkellerei, die ihre Produkte in über 35 Länder exportiert, die gesamte Produktion dieser Weinsorte klimaneutral.



### **Deutscher Genossenschafts-Verlag**

*klimaneutral gestellt:*  
**Multifunktions-Papier**

Der Deutsche Genossenschafts-Verlag eG (DG VERLAG) hat mit dem „GenoPapier“ das erste klimaneutrale Multifunktions-Papier im genossenschaftlichen Verbund entwickelt.



### **SAP Merchandising**

*klimaneutral gestellt:*  
**gesamtes Shopsortiment**

Die gesamten Produkte des SAP Merchandising Shops wurden klimaneutral gestellt. Damit werden die umweltpolitischen Ziele der UN insofern verfolgt, dass die Produkte keinen negativen CO<sub>2</sub> Einfluss auf das Klima haben.



### **Beeline Group**

*klimaneutral gestellt:*  
**TOSH von beeline**

„Warum nicht auch Käufern von modischem Schmuck klimaneutrale Produkte liefern?“, dachte sich die beeline group und stellt erstmalig in der Unternehmensgeschichte den Schmuck einer Marke klimaneutral mit dem Klimaschutzprojekt PROJECT TOGO und einem Engagement bei Deutschland plus.

# Über natureOffice

*natureOffice ist eine inhabergeführte Klimaschutzagentur. An unserem Unternehmen sind weder Finanzinvestoren noch sonstige Unternehmen beteiligt, deren Interessen wir bei der Ausgestaltung unserer Produkte oder unseres Handelns berücksichtigen müssen.*



Die Arbeit von natureOffice zielt auf die Versöhnung von Ökonomie und Ökologie. Durch den Zusammenschluss legitimer wirtschaftlicher Interessen mit ökologischer Vernunft entstehen Synergien, die zu Wachstum und nachhaltigem Fortschritt führen.

Auf der Grundlage wissenschaftlicher Ergebnisse weist natureOffice über viele Branchen hinweg den Weg zu nachhaltigem und transparentem Klimaschutz. Viele mittelständische und große Unternehmen in zahlreichen Ländern vertrauen auf unsere Expertise. Wir verstehen uns als Wegbereiter und Partner unserer Kunden und wissen auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Branchen einzugehen.

natureOffice ist Vorreiter im Bereich Klimaneutralität. Mit dem Einsatz online gestützter Prozesse haben wir in vielen Teilen Standards gesetzt, die unsere Kunden zu schätzen wissen. Verständlichkeit und Transparenz für den Kunden sind hier oberstes Gebot.

„Klimaschutz ist eine Überlebensfrage der Menschheit. Wir müssen heute die Weichen stellen, national und global, damit Entwicklung weltweit nachhaltig wird. Mit der Allianz mobilisieren wir zusätzliche Mittel für Entwicklung und Klimaschutz.“

— **Dr. Gerd Müller, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung**

Als Mitglied der Allianz für Entwicklung und Klima – einer Initiative des BMZ – setzen wir uns für nachhaltige Entwicklung und mehr globalen Klimaschutz ein.



**Wir freuen  
uns, von Ihnen  
zu hören.**



## **Kontakt**

---

natureOffice GmbH  
Steubenhof 1  
65207 Wiesbaden

+49 69 173 20 20 0  
info@natureoffice  
www.natureoffice.com

**natureOffice**   
Gemeinsam ist es Klimaschutz