



# Natürlich verbunden – ein gemeinsames Ziel vor Augen

Als Marketingdienstleisterin für den WWF betreut die PANDA Fördergesellschaft für Umwelt nationale wie internationale Unternehmenskooperationen. Zur Finanzierung der WWF-Naturschutzarbeit vergibt sie Lizenzen für die Nutzung des Panda-Logos und akquiriert Sponsoren aus Dienstleistung, Handel und Industrie.

Aagon GmbH	IT-Entwickler und -Consultant	Lizenzgelder sowie subventionierte Nutzungsoptionen ausgewählter Software-Produkte
Arndt GmbH	Heizsysteme	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf energetischer Heizsysteme für den WWF
Berendsohn AG	Werbemittel	Teilerlöse aus dem Verkauf ökologischer Werbemittel für den WWF
Caresse Cosmetics B. V.	Kosmetikerhersteller	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf von Pflastern mit Tiermotiven
Cineplex Deutschland GmbH & Co. KG.	Kino	Teilerlöse aus dem Verkauf von Kinokarten für den WWF (Film „Tarzan 3D“)
COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG	Nahrungsmittel	Partner für nachhaltige Fischerei, Sponsor des WWF-Projekts zum Schutz der Doggerbank in der Nordsee. Teilerlöse aus dem Verkauf MSC-/Bio-zertifizierter Fischprodukte für den WWF
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	Drogeriehandel und -herstellung	Teilerlöse aus dem Verkauf von Stearin-Kerzen und verschiedener Produkte aus Altpapier und Biobaumwolle
EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG	Lebensmitteleinzelhandel	Strategische Partnerschaft für Nachhaltigkeit. Beratung bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie und der Umstellung des EDEKA-Eigenmarkensortiments. Förderung nachhaltigen Konsums durch Verbraucherkommunikation und Marketingaktivitäten. Teilerlöse aus dem Verkauf zertifizierter Eigenmarkenprodukte für den WWF
forum anders reisen e. V.	Reiseveranstalter	Teilerlöse für den WWF aus der Buchung naturverträglicher Reisen in die WWF-Projektgebiete
geobra Brandstätter GmbH & Co. KG	Spielwaren	Teilerlöse aus dem Verkauf von vier Playmobil WWF Wildlife-Sets für den WWF
Gottfried Friedrichs KG	Nahrungsmittel	Teilerlöse aus dem Verkauf von MSC-zertifiziertem „Cornelia Poletto Wildlachs“ für das Internationale WWF-Zentrum für Meeresschutz
HORNBACH-Baumarkt-AG	Baumarkt	Lizenzgelder und Beratung bei Bezug und Handel von Holz- und Papierprodukten aus umweltgerechter und sozialverträglicher Waldwirtschaft
Jöllence GmbH	PC-Zubehör	Teilerlöse aus dem Verkauf von „Speedlink“-Mousepads aus recyceltem Naturkautschuk für den WWF
Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG	Brauerei	Kooperation zur Wiedervernässung der Torfmoorwälder im Nationalpark Sebangau auf Borneo
Mars GmbH	Tiernahrung	Lizenzgelder sowie Sponsoring im Ergebnis einer Promotionaktion auf ausgewählten Whiskas-Katzenfutterprodukten zugunsten der WWF-Tigerprojekte
Michalsky Holding GmbH	Modedesign	Teilerlöse aus dem Verkauf von Organic T-Shirts für den WWF
Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG	Papierwarengroßhandel	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf FSC-zertifizierten Kopierpapiers „Hilf mit“ für den WWF
Pro Futura GmbH	Verlag	Teilerlöse aus dem Verkauf von Verlagsprodukten (Naturdokumentationen, Kunsteditionen) für den WWF
Söll GmbH	Spezialist für Aquaristik/Wasseranalyse	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf des MSC-Zierfischfutters „Organix“
Sommer & Consorten e. K.	Kindermode	Teilerlöse aus dem Verkauf der GOTS-zertifizierten Kinder-Kollektion „Animal Tails“
A.W. Schütte GmbH & Co. KG	Spielzeug-Onlineshop	Teilerlöse aus dem Verkauf von WWF-Lizenzprodukten verschiedener Anbieter über den Onlineshop <a href="http://www.spielzeug-schuette.de">www.spielzeug-schuette.de</a> zugunsten des WWF
Sprint Sanierung GmbH	Sanierungsunternehmen	Lizenzgelder sowie finanzielle Unterstützung des Wolfsschutzes in Deutschland
STUDIOCANAL GmbH	Filmverleih	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf von Kinokarten für den WWF (Film: „African Safari 3D“)
umixx GmbH	Papierwaren	Lizenzgelder und Teilerlöse aus dem Verkauf von Schulbedarf aus Recyclingpapier (Blauer Engel-zertifiziert) und Holz (FSC-zertifiziert) für den WWF
VAUDE Sport GmbH & Co. KG	Outdoor-ausstatter	Teilerlöse aus dem Verkauf von Produkten der umweltfreundlich produzierten VAUDE „Green Shape“-Kollektion für den WWF in 2013, u. a. zugunsten des WWF-Kaukasus-Projektes; ab 2014 Lizenzgelder aus der Kooperation mit der VAUDE „Green Shape“-Kollektion.
VILSA-BRUNNEN Otto Rodekohl GmbH & Co. KG	Getränkehersteller	Lizenzgelder und Promotionaktion für VILSA-Mineralwasser zugunsten der Arbeit des WWF u. a. in den Elbauen
Wikinger Reisen GmbH	Reiseveranstalter	Lizenzgelder aus der Kooperationspartnerschaft für nachhaltigeres Reisen sowie aus Reisen in WWF-Projektgebiete
<b>Internationale Lizenzkooperationen in Deutschland</b>		
IBTT B.V. (vormals: Mimex Brands & Labels)	Spielwaren	Teilerlöse aus dem Verkauf der WWF-Plüschtierkollektion für den WWF
Merchant Ambassador (Holdings) Ltd	Spielwaren	Teilerlöse aus dem Verkauf der 13-teiligen WWF Spiele- und Puzzlekollektion „Terra Toys“ für den WWF

## Verbunden in gemeinsamer Verantwortung

---

Unternehmen verdanken der Natur jene Ressourcen, die ihnen das Wirtschaften erst möglich machen. Ohne diese Ressourcen sind auf lange Sicht prosperierende Volkswirtschaften gar nicht denkbar.

Deshalb sollten wir alles daran setzen, nachhaltig in den Grenzen unserer Erde zu wirtschaften, deren Kapazitäten wir bereits jetzt überstrapazieren. Natur und Umwelt sorgsam zu behandeln sind wir auch den kommenden Generationen schuldig. Aus dieser Überzeugung heraus arbeitet der WWF mit der Wirtschaft zusammen an Lösungen, die die Umwelt schützen und uns allen nützen.

Unternehmen, die mit veränderten Produktions- und Arbeitsweisen die Umwelt entlasten wollen, unterstützt der WWF durch Beratung und Expertise. Im Vordergrund stehen dabei zwischen dem WWF und den Unternehmen gemeinsam vereinbarte Maßnahmen und Ziele, die den ökologischen Fußabdruck verringern. Zum Zustandekommen einer Zusammenarbeit sind jedoch Voraussetzungen notwendig. Dazu wird jedes an einer Kooperation mit dem WWF interessierte Unternehmen eingehend bewertet. Eine Zusammenarbeit mit umweltschädigend arbeitenden Unternehmen, die nicht die Nachhaltigkeitsziele des WWF teilen wollen oder können, ist ausgeschlossen.

### **Es gibt unterschiedliche Formen der Unterstützung:**

#### **Strategische Unternehmenskooperation**

Der WWF vereinbart mit Unternehmen konkrete Ziele zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks und berät Firmen dabei, wie sich die vereinbarten Ziele erreichen lassen. Die Schwerpunkte unserer Arbeit liegen dabei in den Bereichen Klima, Agrarrohstoffe, Holz und Papier, Meeresschutz und Süßwasser.

#### **Sponsoring**

Firmen unterstützen den WWF bei dessen nationalen und internationalen Projekten und helfen auf diese Weise, wertvolle Lebensräume und Arten zu erhalten.

#### **Lizenzvereinbarung**

Firmen nutzen das WWF-Logo auf Produkten für hohe ökologische Standards oder im Marketing und zahlen dafür eine vereinbarte Summe. Lizenzverträge werden von der PANDA Fördergesellschaft für Umwelt (PFG) geschlossen, betreut und abgewickelt.

#### **Spende**

Firmen spenden an den WWF. Eine Koppelung an ausgewählte Projekte ist möglich.



*VAUDE unterstützt WWF-Umweltschutzprojekte in aller Welt und stattet die Teams mit Bekleidung und Ausrüstung für den Einsatz in der Natur aus.*

## Ausrüstung für eine bessere Welt

erfolgreich unterstützt hat, fließt die Unterstützung nun in die Projekte des WWF, in denen sie am dringendsten benötigt werden. Überdies findet ein fachlicher Austausch zwischen WWF und VAUDE zu verschiedenen Umweltthemen, wie z. B. zum Thema „Verpackungen“, statt.



*Dr. Antje von Dewitz ist seit 2009 Geschäftsführerin des familien-eigenen Unternehmens VAUDE Sport GmbH & Co. KG im baden-württembergischen Tett nang. Sie verfolgt eine konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie. Für ihr wirtschaftliches, gesellschaftliches und ökologisches Engagement hat die Unternehmerin zahlreiche Auszeichnungen erhalten.*

### **VAUDE verfolgt das Ziel, bis 2015 der nachhaltigste Outdoor-Ausrüster Europas zu werden. Ist die Zielinie in Sicht?**

Unsere Vision ist es, einen Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten. Dafür wollen wir alles, was uns möglich ist, für Umweltschutz und mehr soziale Gerechtigkeit tun. Dazu haben wir uns seit 2008 das Ziel gesetzt, ein ebenso nachhaltiges wie transparentes Unternehmen zu werden – konkret: der „nachhaltigste Outdoor-Ausrüster Europas“. Auf diesem Weg sind wir weit vorangekommen und haben in der Branche wichtige Zeichen gesetzt. Mehr noch: VAUDE hat eine Vorreiterrolle eingenommen. Mit unserer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie legen wir strengste Standards an und lassen uns extern zertifizieren. Am Standort Tett nang sind wir seit 2012 klimaneutral, einschließlich der hier ansässigen Produktion. Auch unserem Ziel, die gesamte Produktpalette ökologisch zu produzieren, haben wir uns mächtig angenähert. Knapp 80 Prozent unserer Bekleidungskollektion tragen bereits unser Green Shape-Label, mit dem wir besonders umweltfreundlich und ressourcenschonend hergestellte Produkte kennzeichnen. Das alles hat die Art und Weise, wie uns der Markt wahrnimmt, verändert. In Umfragen wird VAUDE von Konsumenten wie Händlern als nachhaltigste Outdoor-Marke eingestuft.

### **Was treibt Sie persönlich beim Thema Nachhaltigkeit an?**

Als Unternehmerin habe ich viele Möglichkeiten, Dinge positiv zu verändern, im Unternehmen und auch darüber hinaus. Das ist eine tolle Chance, die ich sinnvoll nutzen möchte. Dabei reizt es mich, auch zu beweisen, dass Unternehmen, die sich konsequent ökologisch und sozial engagieren, auch wirtschaftlich erfolgreich sein können.

### **Inwiefern unterstützt der WWF VAUDE in seinen Umweltschutzanstrengungen?**

Bei Umweltschutzthemen arbeiten wir eng mit dem WWF zusammen, um möglichst alle Potenziale auszuschöpfen. So berät uns der WWF beispielsweise, wenn es um die Frage nach ökologisch unbedenklichem Papier geht, und stellt uns dabei seine Expertise zur Verfügung. Der WWF unterstützt uns in unserer Philosophie, den gesamten Produktlebenszyklus zu berücksichtigen, im Rahmen dessen immerhin 30 Prozent des Fußabdrucks eines Produktes durch den Nutzer verursacht werden.

### **Wie reagieren die Kunden auf die Nachhaltigkeitsstrategie und die Zusammenarbeit mit dem WWF?**

Sehr gut. VAUDE hat sich dank seiner ganzheitlichen und systematischen Nachhaltigkeitsstrategie eine sehr hohe Glaubwürdigkeit erarbeitet. Die Kooperation mit dem WWF trägt einen Teil dazu bei.

### **Welche Herausforderungen sehen Sie für Ihr Unternehmen und die Outdoor-Branche insgesamt?**

Für uns wie für die gesamte Branche sehe ich als maßgebliche ökologische Herausforderungen weiterhin das strenge Chemikalien-Management in der Produktion, die Forschung und Entwicklung umweltfreundlicher Alternativen sowie die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks der Produkte entlang ihres gesamten Produktlebenszyklus. Dazu gehören z. B. ein cleveres Design und die Recycelbarkeit.



### **COSTA Meeresspezialitäten – nachhaltiger Fischgenuss**

Die Kooperation zwischen WWF und dem Meeresspezialitäten-Anbieter COSTA geht ins dritte Jahr. 2014 wurde die Partnerschaft um vorerst zwei weitere Jahre verlängert. Vorrangiges Ziel der Zusammenarbeit ist es, das gesamte Fisch- und Meeresfrüchtesortiment von COSTA bis Ende 2016 auf nachhaltigere Quellen umzustellen. Elf COSTA-Produkte trugen 2014 das Panda-Logo. Damit entsprechen diese Artikel den vom WWF geforderten ökologischen Standards, wie beispielsweise dem MSC-Standard für Wildfisch. Auf diese Weise gekennzeichnet, geben sie den Verbrauchern Orientierung beim Einkauf. In seiner Eigenschaft als Sponsor unterstützt COSTA das WWF-Projekt zum Schutz der Doggerbank und informiert die eigenen Kunden. Diese riesige Sandbank unter Wasser ist reich an wirbellosen Tieren und Fischen und dient Delfinen, Seehunden, Zwerg- und Schweinswalen als Nahrungsquelle.



### **dm – ökologische Markenartikel**

Seit nunmehr fünf Jahren verbindet den WWF und die Handelskette dm-drogeriemarkt eine Lizenzpartnerschaft. Ein Teil des Verkaufspreises folgender Produkte kommt dabei der Arbeit des WWF zugute: soft& sicher Recycling-Taschentücher (Blauer Engel-zertifiziert), ebelin nature Wattepad und Slipeinlagen der Marke Jessa nature jeweils aus GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle sowie Profissimo nature Stearin-Kerzen aus 100 Prozent pflanzlichen und RSPO-zertifizierten Inhaltsstoffen. All diese Produkte sind zudem mit dem Panda-Logo versehen. Die Inhaltsstoffe, Herstellungsverfahren und Verpackungen der dm-Qualitätsmarken erfüllen strenge Richtlinien und werden ständig weiter optimiert.



### **EDEKA – strategische Partnerschaft**

EDEKA und WWF verfolgen gemeinsam das Ziel, den ökologischen Fußabdruck des Lebensmitteleinzelhändlers deutlich zu reduzieren. Im Mittelpunkt der Kooperation steht vor allem die Umstellung des EDEKA-Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Alternativen. Die Partner haben sich Schwerpunktthemen gesetzt: Fisch und Meeresfrüchte, Holz, Papier und Tissue, Palmöl, Soja, Süßwasser sowie Klima. Für jeden dieser Bereiche wurden eigens Ziele definiert, wie zum Beispiel die 100-prozentige Umstellung der EDEKA-Eigenmarkenprodukte mit Palmölbestandteilen auf nachhaltigere Quellen bis Ende 2013. Zur Partnerschaft gehört es auch, in besonderen Modellprojekten alternative Ansätze und Methoden zu erproben, um die Produktion von Lebensmitteln umwelt- und sozialverträglicher zu gestalten. Hierzu zählt das im Jahr 2014 gestartete Modellprojekt für einen umwelt- und sozialverträglicheren Anbau konventioneller Bananen aus Kolumbien und Ecuador mit einer Laufzeit bis 2016. Mit zahlreichen Kommunikationsmaßnahmen in den Verkaufsstellen, in TV, Print und sozialen Medien wollen WWF und EDEKA die Verbraucherinnen und Verbraucher zu nachhaltigerem Konsum anregen. Dazu dient auch die Kennzeichnung entsprechender Produkte aus dem EDEKA-Eigenmarkensortiment, die anerkannte ökologische Standards und durch unabhängige Prüforganisationen bestätigte Kriterien erfüllen.



### **Gottfried Friedrichs – nachhaltig genießen**

Unter diesem Motto engagieren sich Gottfried Friedrichs und die Hamburger Sterneköchin Cornelia Poletto seit Mai 2014 für den Erhalt der Fischbestände. Ausdruck dieses Engagements ist das gemeinsame Produkt „Cornelia Poletto Wildlachs by FRIEDRICHS“. Der ist MSC-zertifiziert und stammt aus Alaska, wo die nachhaltige Fischerei seit 1959 in der Verfassung verankert ist. Mit 10 Cent jeder verkauften Packung unterstützen beide Kooperationspartner das Internationale WWF-Zentrum für Meeresschutz. Damit wurde die seit 2006 bestehende Zusammenarbeit zwischen Gottfried Friedrichs und dem WWF für weitere drei Jahre verlängert.



### **Whiskas-Sammelaktion zugunsten des Tigerschutzes**

Mit der Aktion „Tiger schützen & Prämie sichern!“ begann Whiskas (eine Marke der Mars Deutschland GmbH) im Mai 2014 damit, die WWF-Tigerschutzprojekte zu unterstützen. Während des rund viermonatigen Aktionszeitraumes wurde der Einkauf von Whiskas-Katzenfutter-Produkten mit Punkten honoriert. Zudem wurde auf kreative Art auf der Whiskas-Homepage und über Facebook über den Tigerschutz aufgeklärt. Für jeden der von Katzenfreunden in einem Sammelheft eingeschickten Punkte spendete Mars Deutschland 10 Cent für WWF-Tigerprojekte. Die Aktionsprodukte waren während des Aktionszeitraumes mit dem Panda-Logo gekennzeichnet und dem Hinweis versehen „Whiskas unterstützt den WWF beim Tigerschutz“. Kommunikativ begleitet wurde die Aktion unter anderem in den sozialen Medien sowie durch einen TV-Spot.

Außerdem übernahm Whiskas die Kosten von 760 sogenannten Stubentigermitgliedschaften für eine Laufzeit von sechs Monaten. Insgesamt kamen durch die Aktion 123.000 Euro für Tigerschutzprojekte des WWF zusammen.



### **umixx – stilvolle Recyclingschreibwaren**

Seit Oktober 2013 zählt umixx, ein junges und innovatives Unternehmen im Papier-/Büro-Schreibwarenmarkt, zu den Lizenzpartnern des WWF. Das Unternehmen legt besonderen Wert auf umweltverträgliche Produkte, geprüfte Qualität, eine bestmögliche Recyclingquote und die Vermeidung von Schadstoffen. Zu den Lizenzprodukten, die mit dem WWF-Logo versehen sind, gehören Schulhefte und Papierprodukte der Marken chocala, eylo und kyome. Diese bestehen aus Recyclingpapier und tragen das Umweltzeichen „Blauer Engel“. Ab dem Frühjahr 2015 illustrieren außerdem spannende WWF-Themen die Innenseiten ausgewählter Schulprodukte, die den Umweltschutzgedanken altersgerecht vermitteln wollen. Mit einem Teil des Verkaufserlöses unterstützt umixx die Arbeit des WWF.



### **VILSA-BRUNNEN – Waldmacher und Naturschützer**

Seit 2014 engagiert sich der norddeutsche Mineralwasser-Hersteller VILSA im Rahmen einer langfristig ausgelegten Partnerschaft u. a. für die Renaturierung der Elbauenregion. Im März 2014 startete der dreimonatige Aktionszeitraum unter dem Motto: „Werde Waldmacher und schütze die Natur!“ Mit 10 Cent eines jeden bis Mai verkauften VILSA-Mineralwasser-Aktionskastens unterstützte das Unternehmen die Arbeit des WWF, u. a. in den Elbauen. Gemeinsam mit dem WWF liegt VILSA viel daran, die einzigartige Flusslandschaft der Elbauen im Biosphärenreservat Mittelelbe in Sachsen-Anhalt ökologisch aufzuwerten und langfristig zu sichern. Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem WWF und VILSA wird in 2015 mit einer erneuten „Waldmacher“-Aktion fortgesetzt.



### **Wikinger Reisen – Partner für nachhaltigeres Reisen**

Seit zwei Jahren verbindet den WWF und den Reiseveranstalter Wikinger Reisen eine Partnerschaft, um Konzepte für nachhaltigeres Reisen voranzubringen und ganz konkret die Reiseangebote des Veranstalters zu verbessern. Dies betrifft die An- und Abreise, Unterkünfte, Verpflegung sowie die Aktivitäten vor Ort. Mit der Darstellung im Internet des von „atmosfair“ entwickelten Klimafußabdrucks bei allen Flugreisen, der die durch Flüge verursachten klimaschädlichen Treibhausgasemissionen darstellt, trägt der Veranstalter zur Transparenz und Kundeninformation bei. Ausdruck einer auf mehr Nachhaltigkeit zielenden Unternehmenspolitik ist auch die Umstellung aller Printmedien und Kataloge auf Recycling- bzw. FSC-Papier. Die Anstrengungen von Wikinger Reisen für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus wurden im März 2013 mit dem CSR-Siegel von TourCert honoriert.



PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH  
Kaiserstraße 70 | 60329 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 (0)69 79 144-307  
Fax: +49 (0)69 79 144-320

Geschäftsführung:  
Sylvia Becker  
Dirk Barth  
Tel.: +49 (0)69 79 144-309