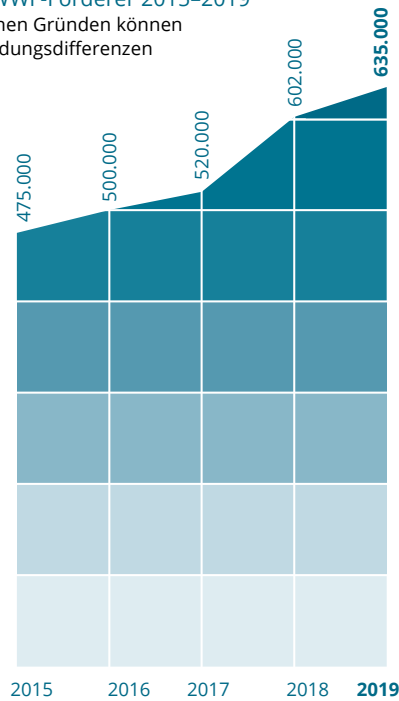


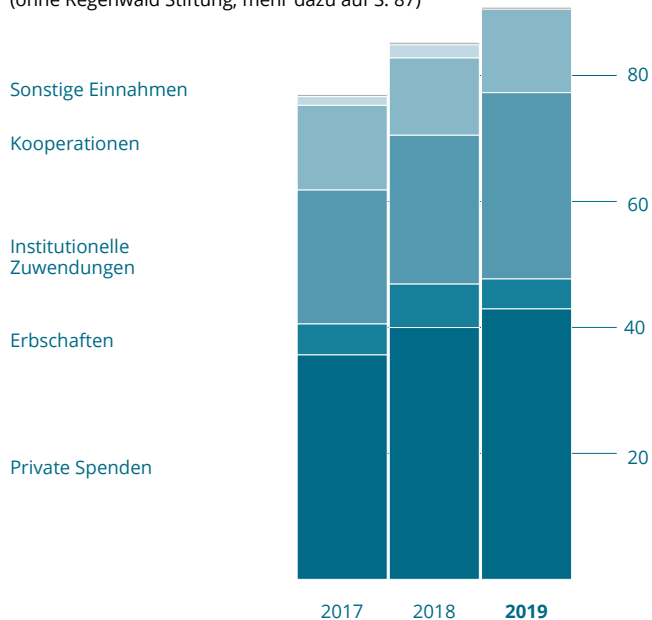
Entwicklung der WWF-Förderer 2015–2019

Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen Rundungsdifferenzen auftreten.



Entwicklung der Einnahmen 2015–2019 in Mio. Euro

(ohne Regenwald Stiftung, mehr dazu auf S. 87)



Einnahmen Geschäftsjahr 2018 | 2019

Der WWF setzt auch finanziell seinen Wachstumspfad der vergangenen Jahre fort. Erneut konnten die Einnahmen gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dadurch wachsen die finanziellen Möglichkeiten, Natur und Umwelt im Einklang mit dem Menschen weltweit besser zu schützen. Die Gesamteinnahmen liegen mit rund 92,1 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert (85,3 Mio. Euro). Insbesondere bei den institutionellen Zuwendungen und den privaten Spenden, aber auch bei den Kooperationen werden die Vorjahreswerte übertroffen.

Entwicklung der Förderer

Bei allem, was der WWF tut, kann er nur so stark sein wie die Summe seiner Unterstützer. Im abgelaufenen Jahr stieg die Zahl der finanziellen Förderer per 30.06.2019 auf 634.742 (Vorjahr 601.625) Unterstützer. Dies ist eine Steigerung um rund 5 Prozent. Mit jedem neuen Förderer können wir noch mehr für Mensch und Natur erreichen. Sie sind ein wesentlicher Grund für unseren Erfolg und für die Kernfinanzierung unserer Natur- und Umweltschutzprogramme. Auch politisch und gesellschaftlich werden wir nur dann adäquat gesellschaftlich und politisch wahrgenommen, wenn wir mit Hilfe unserer Förderer, unserer Partner und unserer Anhänger in den sozialen Medien die notwendige Masse und entsprechende Relevanz haben.

Private Spenden

Insgesamt konnten im vergangenen Jahr rund 42,9 Mio. Euro (Vorjahr 40,0 Mio. Euro) als Spenden und Zuwendungen verbucht werden. Das ist ein Zuwachs von rund 7,5 Prozent. Dazu kommen Erbschaften in Höhe von 4,8 Mio. Euro, die gegenüber dem Vorjahr um 2,1 Mio. Euro gesunken sind. Die privaten Spenden plus Erbschaften machen damit noch 52 Prozent der Gesamteinnahmen aus (Vorjahr 55 Prozent).

Institutionelle Zuwendungen

Der Bereich der institutionellen Zuwendungen verzeichnete die größten Zuwächse im abgelaufenen Geschäftsjahr. Der WWF folgt weiter dem strategischen Ansatz, in Form von Allianzen und Kooperationen Mehrwert für Natur und Umwelt zu generieren. Mit Hilfe dieser Mittel unterstützt der WWF internatio-

nale und nationale Natur- und Umweltschutzprogramme. Dabei arbeitet er partnerschaftlich mit öffentlichen Institutionen wie dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sowie der KfW Entwicklungsbank zusammen. Hierbei ist bewährte Praxis, staatliche Gelder zugunsten von Natur und Umwelt zu hebeln: Das bedeutet, dass mit Hilfe von öffentlichen Zuwendungen und einem vom WWF finanzierten sogenannten Eigenanteil ein Projekt finanziert wird. Der WWF Deutschland plant die Projekte, setzt sie gemeinsam mit Partnern um und evaluiert sie. Bei den institutionellen (überwiegend öffentlichen) Zuwendungen konnte der WWF stark zulegen. Rund 29,6 Mio. Euro wurden im vergangenen Geschäftsjahr erzielt (Vorjahr 23,6 Mio. Euro). Neben der klassischen Zuwendungsförderung werden durch die institutionellen Mittelgeber auch Förderungen im Rahmen von Beratungsleistungen vergeben.

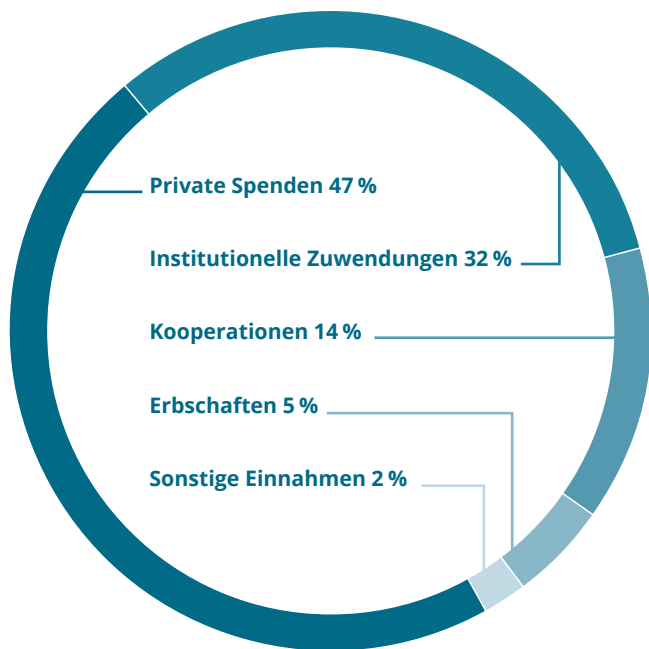
Zusammenarbeit mit Unternehmen

Die Arbeit mit Unternehmen sieht der WWF als einen effektiven Hebel an, um Natur- und Umweltschutz zusammen mit den Menschen vor Ort nachhaltig zu schützen. Die Industrie ist für viele Umweltprobleme mitverantwortlich. Wir sind der Meinung, dass die Wirtschaft mit innovativen Ansätzen jedoch auch zu ihrer Lösung beitragen kann und muss. Dafür nehmen wir Unternehmen in die Pflicht. Ein Schlüssel für eine lebenswerte Zukunft ist es, den ökologischen Fußabdruck zu verringern. Deshalb kooperiert der WWF mit Unternehmen, die sich als Vorreiter einer nachhaltigen Wirtschaftsweise positionieren wollen. Dabei gibt es unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit: Sie reichen von der strategischen Kooperation über gezielte Sponsoring-Maßnahmen bis hin zu direkten Firmenspenden (mehr Informationen dazu im Beileger der PANDA Fördergesellschaft). Bei einer strategischen Kooperation zwischen einem Unternehmen und dem WWF wird zunächst eine ökologische Zustandsanalyse des Unternehmens durchgeführt. Anschließend legen der WWF und das Unternehmen konkrete Zielsetzungen verbindlich fest – zum Beispiel die Senkung von Treibhausgasemissionen, die Einsparung von Wasser oder eine verantwortungsvollere Produktion und Nutzung von Agrarrohstoffen. Ein weiteres Ziel des WWF ist es, Gelder von Unternehmen in den Naturschutz umzuleiten und über die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weitere Verbündete für unsere Themen zu

Einnahmen	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	TEUR		TEUR		TEUR	
Private Spenden	35.631	46 %	39.980	47 %	42.934	47 %
Erbschaften	4.914	6 %	6.898	8 %	4.757	5 %
Summe	40.545	52 %	46.878	54 %	47.691	52 %
Institutionelle Zuwendungen	21.267	28 %	23.635	28 %	29.584	32 %
Kooperationen	13.448	17 %	12.268	14 %	13.240	14 %
Sonstige Einnahmen	1.389	2 %	2.094	2 %	1.551	2 %
Erträge Vermögensverwaltung	321	0,4 %	462	0,5 %	348	0 %
Gesamteinnahmen	76.969	100 %	85.337	100 %	92.415	100 %

Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen Rundungsdifferenzen auftreten.

Geschäftsjahr 2019: Aufteilung der Einnahmen



finden. Die Einnahmen aus Geschäften mit Kooperationspartnern betragen im vergangenen Jahr rund 13,2 Mio. Euro (Vorjahr 12,3 Mio. Euro). Das sind wie im Vorjahr rund 14 Prozent der Gesamteinnahmen.

Die strategische Partnerschaft mit dem genossenschaftlich geprägten Einkaufsverband EDEKA spielt dennoch eine herausragende Rolle. Seit 2009 unterstützt der WWF die dort zusammengeschlossenen 4.500 selbstständigen Kaufleute dabei, ihr Sortiment im Hinblick auf strengere ökologische Anforderungen zu optimieren.

Nachdem der WWF auch das Tochterunternehmen Netto Marken-Discount bereits

seit 2009 in der nachhaltigeren Sortimentsausrichtung von Fisch und Meeresprodukten unterstützt hat, wurde auch hier die Partnerschaft ausgebaut. Gemeinsames Ziel ist es, immer mehr Kunden für die umweltverträglicheren Alternativen im Regal zu gewinnen.

Sonstige Einnahmen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten 1,6 Mio. Euro an sonstigen Einnahmen verzeichnet werden. Diese resultieren im Wesentlichen aus Erlösen im Zusammenhang mit den vom WWF veranstalteten Junior- und Jugend-Camps, aus Erlösen von Amazon Smile und aus Pachteinahmen.

Erträge aus der Vermögensverwaltung

Auch bei der Vermögensverwaltung verfolgt der WWF klare Prinzipien und steht für den nachhaltigen Umgang mit wirtschaftlichen und ökologischen Ressourcen. Vor diesem Hintergrund investiert der WWF Deutschland sein Kapital nur in Finanzprodukte, die den im Internet öffentlich zugänglichen Anlagekriterien entsprechen. Das Stiftungsvermögen betrug zum Stichtag 10,7 Mio. Euro. Das Stiftungsvermögen muss ungeschmälert erhalten werden. Daher gilt ein strenges Wertsicherungskonzept. Die Entwicklungen an den Finanzmärkten ließen angesichts dieser strengen internen Auflagen auch im abgelaufenen Geschäftsjahr keine wesentlichen Vermögenserträge zu.

Spendenumfeld

Laut einer jährlichen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die monatlich rund 10.000 Menschen in Deutschland nach ihrem Spendenverhalten befragt, ist 2018 die Gesamtspendensumme in Deutschland auf rund 5,3 Mrd. Euro gestiegen (+3 Prozent, Vorjahr 5,2 Mrd. Euro). Anlass zur Sorge bietet die Anzahl der Spender in Deutschland. Sie sinkt kontinuierlich in den vergangenen Jahren. 2018 haben insgesamt rund 20,5 Mio. Personen (Vorjahr 21,3 Mio.) gespendet – das sind etwa ein Drittel der deutschen Bevölkerung, die über zehn Jahre alt und in der Umfrage berücksichtigt worden sind. Immerhin steigt ebenso kontinuierlich die durchschnittliche Spendenhöhe. Sie hat sich von 35 auf 38 Euro erhöht.

Bei der Analyse des Spendenvolumens und der Spender nach Altersgruppen in Deutschland fällt auf, dass die über 70-Jährigen mit weitem Abstand die spendenfreudigste Gruppe bleiben. 6,4 Mio. Personen haben 2018 fast zwei Milliarden Euro gespendet. Bei den 40 – 49-Jährigen ist die Anzahl der Spender um ein Viertel zurückgegangen im Vergleich zu 2015. 2018 haben nur noch 2,6 Mio. Menschen in dieser Altersgruppe insgesamt rund 844 Mio. Euro in Deutschland gespendet.

Schaut man auf die Entwicklung der Spendenhöhe pro Spendenvorgang, zeigt sich, dass die Spenden ab 100 Euro um fast 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zulegen (2018: 45,9 Prozent, 2017: 43 Prozent), während die übrigen Spendenbeträge im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgehen.

Im Vergleich zu anderen Organisationen im Natur- und Umweltschutz ist beim WWF die Spendenhäufigkeit pro Spender am höchsten. 4,4 Mal wurde pro Spender 2018 für den WWF gespendet. Der persönlich adressierte Spendenbrief bleibt auch beim WWF der wichtigste Spendenanstoß, obwohl der WWF eine relativ junge Zielgruppe im Vergleich zum Spendenmarkt hat.

Der WWF Deutschland gehört nach wie vor zu den Top-20-Organisationen und konnte seinen Marktanteil leicht erhöhen. 55 Prozent (Vorjahr 65 Prozent) der Menschen spenden dem WWF aus Tierschutzmotiven und 41 Prozent (Vorjahr 32 Prozent) aus Umwelt- und Naturschutzgründen.