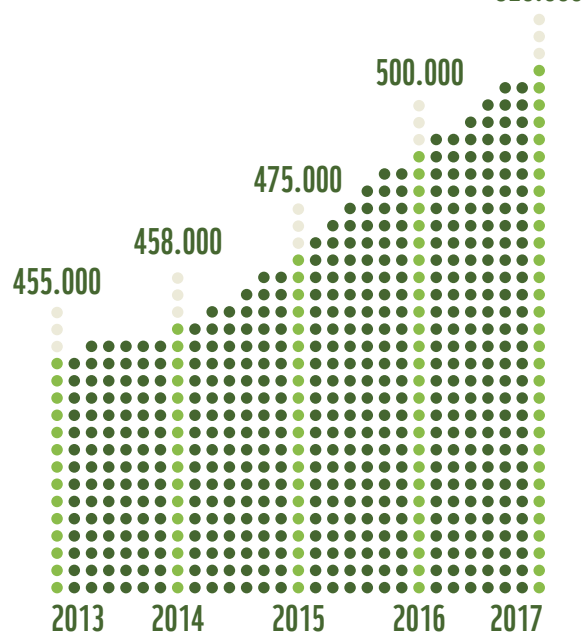


Entwicklung der WWF-Förderer 2013–2017

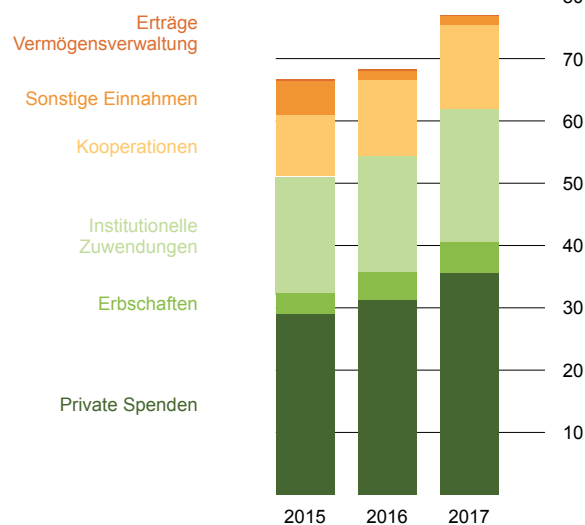


Der WWF blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Die Einnahmen der Naturschutzorganisation steigen weiter. Dadurch wachsen auch die finanziellen Möglichkeiten, Natur und Umwelt weltweit besser zu schützen. Die Gesamteinnahmen liegen mit rund 77 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert (68,2 Mio. Euro). Die Zahlen bei privaten Spenden und institutionellen Zuwendungen sind höher als im Vorjahr.

### Entwicklung der Förderer

Bei allem, was der WWF tut, kann er nur so stark sein wie die Summe seiner Unterstützer. Über 520.000 finanzielle Förderer stehen schon heute hinter dem WWF Deutschland. Das sind über 20.000 Unterstützerinnen und Unterstützer mehr als im Vorjahr (+4,1 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 Durchschlagskraft haben.

Entwicklung der Einnahmen 2015–2017 in Mio. (ohne Regenwald Stiftung, mehr dazu auf S. 77)



### Private Spenden und Zuwendungen

Insgesamt konnten im vergangenen Jahr rund 35,6 Mio. Euro (Vorjahr 31,2 Mio. Euro) als private Spenden verbucht werden. Das ist ein Zuwachs von über 10 Prozent. Dazu kommen Erbschaften in Höhe von 4,9 Mio. Euro, knapp 0,4 Mio. Euro mehr als im Vorjahr. In der Gesamtschau der Einnahmen machen die privaten Spenden und Zuwendungen knapp 53 Prozent der Gesamteinnahmen aus (Vorjahr 52 Prozent).

### Spendenumfeld

Laut einer jährlichen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die monatlich rund 10.000 Menschen in Deutschland nach ihrem Spendenverhalten befragt, ist 2016 die Gesamtspendensumme in Deutschland auf rund 5,3 Mrd. Euro gefallen (-4,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Auch die Anzahl der Spender ist leicht rückläufig: Insgesamt rund 22,1 Mio. Personen (Vorjahr 22,7 Mio.) – das sind etwa ein Drittel der deutschen Bevölkerung – haben im Jahr 2016 Geld gespendet. Die Spendenhäufigkeit hat leicht zugenommen: von 6,6 Spenden pro Person auf 6,7 Spenden. Die durchschnittliche Spendenhöhe ist von 37 auf 35 Euro zurückgegangen.

Vor allem der Bereich humanitäre Hilfe musste Verluste im Spendenaufkommen hinnehmen. Das Spendenaufkommen für Not-/Katastrophenhilfe liegt leicht über dem Jahr 2014, in dem ebenfalls keine Katastrophen mit hoher Medienresonanz zu verzeichnen waren. Der Bereich Umwelt-/Naturschutz konnte hingegen um 11 Prozent zulegen (+13 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr). Ausschlaggebend für den Zuwachs war hier, dass Nothilfe-Spenden in diesen Bereich verlagert wurden und die durchschnittliche Höhe der Spende in diesem Bereich von knapp 26 auf 27,50 Euro gestiegen ist. Im Bereich Umwelt- und Naturschutz hat die Empfehlung durch Freunde (analog und digital) eine stark gestiegene Bedeutung auch im Vergleich zum Gesamtmarkt. Über 17 Prozent vertrauen beim Spenden für Umwelt- und Naturschutz auf die Empfehlung von Freunden (im Gesamtmarkt vertrauen 9 Prozent ihren Freunden).

Spenden für den Tierschutz sind jedoch leicht rückläufig. Hier ist hervorzuheben, dass der Spendenbrief nach wie vor eine überdurchschnittliche Bedeutung für Spenden besitzt.

Der WWF Deutschland gehört nach wie vor zu den Top-20-Organisationen, die im Gesamtmarkt eine weiter steigende Bedeutung haben.

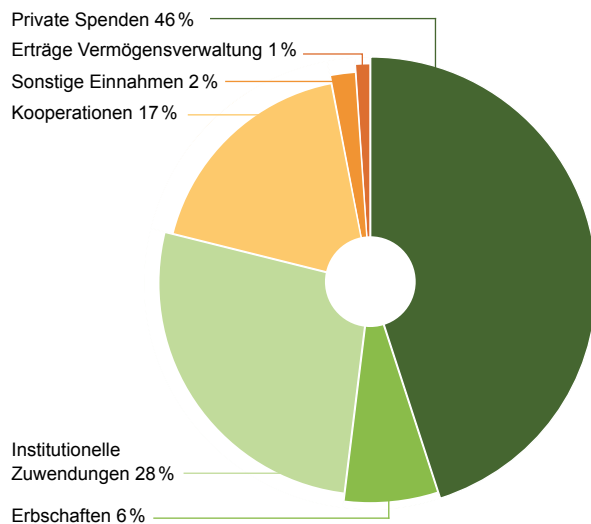
3,3 Prozent aller Spender und 1,2 Prozent des Spendenvolumens entfallen auf den WWF. Das bedeutet ein deutliches Plus gegenüber dem Vorjahr. Zwei Drittel spenden dem WWF aus Tierschutzmotiven und knapp ein Drittel aus Umwelt- und Naturschutzgründen.

Die spendenfreudigste Gruppe bleiben weiterhin die über 70-Jährigen mit einem Anteil von über 40 Prozent am Gesamtspendenmarkt in Deutschland. Das Spendenbudget der 40–49-Jährigen ist deutlich zurückgegangen (von 19,7 Prozent auf 15,2 Prozent 2016). Die 30–39-Jährigen spendeten erneut mehr als im vergangenen Jahr. Einen deutlichen Zuwachs konnte der WWF bei Spendern unter 30 Jahre erzielen. Über ein Viertel der WWF-Spender ist 2016 unter 30 Jahre alt gewesen (Gesamtmarkt nur 5 Prozent).

Einnahmen	2016/2017		2015/2016		2014/2015	
	TEUR		TEUR		TEUR	
Private Spenden	35.631	46 %	31.214	45 %	29.047	43 %
Erbschaften	4.914	6 %	4.453	7 %	3.298	5 %
<b>Summe</b>	<b>40.545</b>	<b>52 %</b>	<b>35.667</b>	<b>52 %</b>	<b>32.345</b>	<b>48 %</b>
Institutionelle Zuwendungen	21.267	28 %	18.628	27 %	18.703	28 %
Kooperationen	13.448	17 %	12.155	18 %	9.835	15 %
Sonstige Einnahmen	1.389	2 %	1.443	2 %	5.498	8 %
Erträge Vermögensverwaltung	321	1 %	355	1 %	402	1 %
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>76.969</b>	<b>100 %</b>	<b>68.248</b>	<b>100 %</b>	<b>66.783</b>	<b>100 %</b>

Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen Rundungsdifferenzen auftreten.

### Geschäftsjahr 2017: Aufteilung der Einnahmen in Prozent



### Institutionelle Zuwendungen

Der WWF Deutschland unterstützt mit seinen Einnahmen internationale und nationale Natur- und Umweltschutzprogramme. Dabei arbeitet er vertrauensvoll mit öffentlichen Institutionen wie dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sowie der KfW Entwicklungsbank zusammen. Hierbei ist es gute und eingespielte 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. Auch bei den institutionellen (überwiegend öffentlichen) Zuwendungen konnte der WWF deutlich zulegen. Rund 21,3 Mio. Euro wurden im vergangenen Geschäftsjahr erzielt (Vorjahr 18,6 Mio. Euro). Neben der klassischen Zuwendungsförderung werden durch die institutionellen Mittelgeber verstärkt Förderungen im Rahmen von Beratungsleistungen vergeben.

### Zusammenarbeit mit privatwirtschaftlichen Unternehmen

Der WWF arbeitet kritisch, aber konstruktiv mit Unternehmen zusammen. 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 finden. Die Einnahmen aus Geschäften mit Kooperationspartnern betragen im vergangenen Jahr rund 13,4 Mio. Euro (Vorjahr 12,2 Mio. Euro). Das sind rund 17 Prozent der Gesamteinnahmen (Vorjahr 18 Prozent). Bei den Lizenzeinnahmen konnte der WWF zulegen: 8,9 Mio. Euro im Vergleich zu 7,7 Mio. Euro im Vorjahr. Die strategische Partnerschaft mit dem genossenschaftlich geprägten Einkaufsverbund EDEKA spielt hier 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. Seit Juni 2017 ist die Zusammenarbeit für weitere fünf Jahre vertraglich verlängert worden.

### Sonstige Einnahmen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten 1,4 Mio. Euro an sonstigen Einnahmen verzeichnet werden. Diese resultieren im Wesentlichen aus Erlösen im Zusammenhang mit den vom WWF veranstalteten Jugend/YOUNG PANDA-Camps, aus Holzverkäufen und Pachteinahmen.

### Erträge aus der Vermögensverwaltung

Der WWF steht für den verantwortungsvollen Umgang mit wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Ressourcen. Vor diesem Hintergrund investiert der WWF Deutschland sein Kapital nur in ökologisch ausgerichtete, sozialverantwortliche und wirtschaftlich sinnvolle 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.