



UNTERNEHMENS- KOOPERATIONEN 2024-2025

WWF DEUTSCHLAND, MÄRZ 2026

Der World Wide Fund For Nature (WWF) ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. Rund um den Globus unterstützen uns mehr als sechs Millionen Förderer. Unsere Mission ist es, die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. Wir setzen uns für die weltweite Biodiversität und den nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen ein. Und wir gehen gegen Umweltbelastungen und verschwenderischen Konsum vor.

NATUR AM RANDE DES KOLLAPPS

Der WWF Living Planet Report zeigt, wie sehr die Art und Weise, wie wir produzieren und konsumieren, unsere Natur unter Druck setzt. Durch Flächenumwandlungen, das Abholzen globaler Wälder, die Übernutzung natürlicher Ressourcen, fossile Energiegewinnung und die fortschreitende Verschmutzung der Umwelt zerstören wir artenreiche Ökosysteme, fördern Wasserknappheiten und verstärken den Klimawandel. Das Weltwirtschaftsforum stellt in seinem jährlichen Weltrisikobericht fest, dass die Umweltrisiken, denen sich die Weltwirtschaft gegenüber sieht, und die Verflechtungen zwischen ökologischen, wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen zunehmen.

Wir brauchen einen lösungsorientierten Ansatz. Der Bericht des Weltklimarats (IPCC) macht deutlich: Wenn wir die schlimmsten Folgen der Erderhitzung abwenden wollen, müssen wir die Wirtschaft in den kommenden Jahren grundlegend verändern. Gelingt es uns nicht, den Rückgang der weltweiten Biodiversität und das Voranschreiten des Klimawandels aufzuhalten, wird das wirtschaftliche Folgen haben und die gesellschaftliche Stabilität gefährden.

Auf der anderen Seite haben wir gerade jetzt die einmalige Chance, einen positiven Wandel herbeizuführen. Denn nie waren die Wissenschaft deutlicher, die gesellschaftliche Wahrnehmung größer und die Innovationskraft stärker als heute. Wir können es schaffen, unser Tun wieder mit der Natur in Einklang zu bringen. Dafür aber müssen wir zusammenarbeiten.

GEMEINSAM MUTIG HANDELN

Es ist an der Zeit zu handeln: Unsere globale Umwelt- und Naturschutzstrategie gibt Antworten auf die großen ökologischen Herausforderungen unserer Zeit. Sie hilft uns dabei, uns zu fokussieren und unsere Anstrengungen wirksam zu bündeln.

Um unsere ambitionierten Ziele zu erreichen, setzen wir auf eine enge Zusammenarbeit sowohl innerhalb des WWF als auch mit externen Partnern. Wir schaffen Raum, damit neue Ideen entstehen und wirksam werden können.

Sicher ist, dass eine Organisation allein ein System nicht zum Besseren verändern kann. Deshalb verstehen wir die Kooperation mit globalen und lokalen Akteuren – auch mit Unternehmen – als Schlüssel, um den so dringend nötigen gesellschaftlichen Wandel voranzubringen. Kommunen, nationale und multinationale Unternehmen, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Finanzinstitutionen und Entwicklungsorganisationen, Verbraucher:innen und Forscher:innen – wir alle müssen zusammenarbeiten.

Der Ruf zu handeln war nie größer. Im WWF entwickeln und wagen wir neue Formen der Zusammenarbeit, um auch Veränderungen im Großen zu erzielen. Denn die Beziehung zwischen Mensch und Natur muss sich ganz grundlegend ändern. Und wir sind fest davon überzeugt, dass wir diesen Wandel gemeinsam möglich machen können.

ZUSAMMENARBEIT MIT UNTERNEHMEN

Wir sehen in der lösungsorientierten Zusammenarbeit mit Unternehmen einen entscheidenden Hebel, um die Mission des WWF zu erreichen.

Der WWF ist insbesondere um solche Kooperationen bemüht, die das Potenzial haben, die Bedrohungen für die weltweite Biodiversität zu mindern und zur Lösung der zentralen ökologischen Probleme, wie Entwaldung, Überfischung, Wasserknappheit und Klimawandel, beizutragen. Mit ihrer Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft besitzen Unternehmen das Potenzial, als Wegbereiter für den erforderlichen Wandel zu agieren.

Wir fördern die nachhaltige Transformation von Unternehmen auf unterschiedlichen Wegen: Wir fordern einerseits regulatorische Maßnahmen zur Eindämmung illegaler oder nicht nachhaltiger Praktiken und unterstützen andererseits Unternehmens- und Branchenplattformen, die ambitionierte Selbstverpflichtungen zum Ziel haben (bspw. Science Based Targets initiative, Science Based Target Network). Wir beteiligen uns an politischen Diskussionen auf globaler und nationaler Ebene (bspw. Business Coalition for a Global Plastics Treaty, Forest Forward), entwickeln Werkzeuge für Unternehmen (bspw. WWF Water Risk Filter, WWF Biodiversity Risk Filter) und gestalten Rahmenwerke mit (bspw. The Taskforce for Nature-related Financial Disclosures (TNFD)). Zudem befürworten wir glaubwürdige Zertifizierungsinitiativen (bspw. Forest Stewardship Council (FSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Roundtable on Responsible Soy (RTRS), Better Cotton Initiative (BCI)), wir führen Unternehmens- und Branchenbewertungen (bspw. Palmöl-Scorecard, Soja-Scorecard) durch und sorgen über Kampagnen für den nötigen öffentlichen Druck (bspw. Business for Nature, Moratorium for Deep Sea Mining).

Nicht zuletzt sehen wir in der lösungsorientierten Zusammenarbeit mit Unternehmen einen wichtigen Hebel, um nachhaltigen Wandel voranzubringen.

Der vorliegende Bericht informiert über alle Kooperationen, die der WWF Deutschland mit Unternehmen führt.

WIE WIR MIT UNTERNEHMEN ARBEITEN

In der Zusammenarbeit mit Unternehmen verfolgt der WWF eine ganzheitliche Herangehensweise, die von Naturschutz und Transformation bis hin zur Kommunikation mit Mitarbeiter:innen sowie Verbraucher:innen reicht. Dabei unterscheiden wir vier Formen der Kooperation:

1. NACHHALTIGE TRANSFORMATION

Mit der Nachhaltigkeitsberatung „One Planet Business – by WWF“ begleiten wir Unternehmen dabei, ihre Wertschöpfungsprozesse und Lieferketten zukunftsfit auszurichten. Im Mittelpunkt stehen Fragen rund um Klima, Biodiversität, Süßwasser und Kreislaufwirtschaft. Wir stellen sicher, dass Unternehmen Ziele und Maßnahmen an den wesentlichen Stellen festmachen. Dort, wo ihre Auswirkungen auf die Umwelt besonders groß sind und ein „Weiter so“ substanzielle wirtschaftliche Risiken bedeuten würde. Dafür nutzen wir führende wissenschaftsbasierte Ansätze wie Science Based Targets und praxisnahe Werkzeuge.

2. VERBRAUCHERKOMMUNIKATION UND MITARBEITERENGAGEMENT

Transformation und Naturschutz brauchen Sichtbarkeit. Genau das wollen wir mit dem WWF-Panda-Logo erreichen. Mit maßgeschneiderten Kommunikationskonzepten und -kampagnen vermitteln wir komplexe Botschaften und begleiten langwierige Veränderungsprozesse. Genauso wichtig ist es uns, die Mitarbeiter:innen mitzunehmen. Mit der WWF Akademie bieten wir Unternehmen ein digitales Format, um Mitarbeiter:innen Wissen und Kompetenzen rund um Nachhaltigkeit zu vermitteln. Sie steht beispielhaft für viele weitere WWF-Formate, die Nachhaltigkeit im Unternehmen erlebbar machen.

3. NATURSCHUTZ-SPONSORING UND -SPENDEN

In der Zusammenarbeit des WWF mit Unternehmen hat Naturschutz seinen festen Platz. Mit einem Sponsoring oder einer Spende unterstützen Unternehmen WWF-Projekte auf der ganzen Welt. Damit tragen sie auf wirksame Weise dazu bei, zerstörte und übernutzte Flächen zu renaturieren, aus dem Gleichgewicht geratene Ökosysteme zu stabilisieren und einzigartige Lebensräume unter Schutz zu stellen. Jedes Naturschutzprojekt ist so gestaltet, dass es sowohl dem Klima, der Biodiversität als auch den Menschen zugutekommt.

TRANSPARENZ UND RECHENSCHAFTSPFLICHT

Messbare Wirkungen, sowohl quantitativ und qualitativ, transparentes Handeln und umfassende Rechenschaftspflichten bilden die Grundlage für die Zusammenarbeit mit Unternehmen. Jede einzelne unserer Unternehmenskooperationen zielt auf größtmögliche und dauerhafte Natur- und Umweltschutzerfolge. Deshalb unternimmt der WWF eine systematische Bewertung der mit Unternehmenskooperationen verfolgten Ziele und der aus ihnen resultierenden Natur- und Umweltschutzerfolge. Alle nationalen WWF-Organisationen sind dazu verpflichtet, öffentlich über ihre Unternehmenskooperationen zu berichten – über die verfolgten Absichten, ihre Ziele und Wirkungen. Diesem Zweck dient auch der vorliegende Bericht.

ÜBER DIESEN BERICHT

Der Bericht gibt einen Überblick über die Unternehmenskooperationen des WWF Deutschland. Die finanziellen Mittel, die der WWF aus der Zusammenarbeit mit Unternehmen erhält, dienen

- » der direkten Unterstützung von Natur- und Umweltschutzprojekten des WWF,
- » der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für wichtige Herausforderungen des Natur- und Umweltschutzes,
- » der Deckung von Aufwänden für die Förderung nachhaltiger Wirtschaftspraktiken bzw. die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks von Unternehmen.

Im Finanzjahr 2024-2025 betrugen die Gesamteinnahmen aus den Unternehmenskooperationen 16 % der Gesamteinnahmen des WWF Deutschland.

Kooperationspartner & projektbezogene Beratungen mit Einnahmen über 25.000 Euro

Unternehmen	Branche/Geschäftsfeld	Art der Zusammenarbeit	Schwerpunkte	Budget
AmRest Coffee Deutschland Sp. z o. o. & Co. KG	Gastronomie	Naturschutz	Plastikverschmutzung, Mehrweg	500.000–1.000.000 Euro
Beiersdorf AG	Konsumgüter (Kosmetik/Hautpflege und Klebebänder)	Transformation, Naturschutz, Kommunikation	Klima, Rohstoffe, Süßwasser, Biodiversität, Landnutzung	500.000–1.000.000 Euro
Center Parcs Leisure Deutschland GmbH	Ferienparks	Naturschutz, Kommunikation	(Natur-)Bildung, Biodiversität	100.000–250.000 Euro
Check24 GmbH	Online-Vergleichsportal	Naturschutz	Wälder	100.000–250.000 Euro
Coca-Cola Europacific Partners Deutschland (CCEP DE)	Lebensmittel (Getränke)	Transformation	Süßwasser, Klima	100.000–250.000 Euro
Continental Tires	Reifen	Transformation	Biodiversität	100.000–250.000 Euro
Cosnova GmbH	Dekorative Kosmetik	Naturschutz, Kommunikation	Plastikverschmutzung, Biodiversität	250.000–500.000 Euro
Deutsche Bank Privatkund*enbank Deutschland	Finanzdienstleistungen	Transformation	Klima	250.000–500.000 Euro
DHG Vertriebs- und Consultinggesellschaft mbH	Holzbrennstoffe und Blumenerden	Kommunikation	Rohstoffe, Wälder	25.000–100.000 Euro
documentus Deutschland GmbH	Aktenvernichtung	Kommunikation	Rohstoffe	25.000–100.000 Euro
DWS Group GmbH & Co. KGaA	Finanzdienstleistungen	Transformation, Kommunikation	Meere, Biodiversität	250.000–500.000 Euro
EDEKA smart/EDEKA Non-food-CM GmbH	Telekommunikation	Naturschutz	Wälder, Biodiversität	25.000–100.000 Euro
EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG	Einzelhandel (Lebensmittel)	Transformation, Kommunikation	Rohstoffe, Klima, Süßwasser, Biodiversität, Kreislaufwirtschaft	>3.000.000 Euro
Erste Asset Management GmbH	Finanzdienstleistungen	Kommunikation	Nachhaltige Investments	25.000–100.000 Euro
Evonik Industries AG	Spezialchemie	Naturschutz	Rohstoffe	250.000–500.000 Euro
Ferrero Deutschland GmbH	Lebensmittel (Süßwaren)	Naturschutz	Wälder, Biodiversität	100.000–250.000 Euro
Franz KALDEWEI GmbH & Co. KG	Badausstattung	Naturschutz, Kommunikation	Meere, Klima, Plastikverschmutzung, Mehrweg	100.000–250.000 Euro
Globetrotter	Outdoorhändler	Naturschutz	Biodiversität, Meere	25.000–100.000 Euro
HORNBACH-Baumarkt-AG	Baumärkte	Kommunikation	Rohstoffe	25.000–100.000 Euro
Jokey SE	Kunststoffverpackungen	Transformation, Kommunikation	Rohstoffe, Kreislaufwirtschaft	25.000–100.000 Euro
KPMG AG	Wirtschaftsprüfung	Naturschutz	Klima, Wälder, Biodiversität	250.000–500.000 Euro
Naturwerke GmbH	Ökostromlieferant	Kommunikation	Biodiversität	100.000–250.000 Euro

Unternehmen	Branche/Geschäftsfeld	Art der Zusammenarbeit	Schwerpunkte	Budget
PepsiCo Deutschland GmbH	Lebensmittel (Getränke)	Kommunikation	Plastikverschmutzung, Verpackungen	100.000–250.000 Euro
PreZero Lizenz GmbH	Entsorgung, Recycling und Verwertung	Naturschutz, Kommunikation	Rohstoffe, Meere, Plastik	250.000–500.000 Euro
Procter & Gamble Service GmbH	Konsumgüter (FMCG)	Transformation, Naturschutz, Kommunikation	Klima, Wälder, Biodiversität, Verhaltensänderung	500.000–1.000.000 Euro
Robert Bosch Power Tools GmbH	Elektrowerkzeuge	Transformation, Naturschutz, Kommunikation	Biodiversität, Klima, Plastikverschmutzung, Rohstoffe, Verpackungen, Bildung	250.000–500.000 Euro
Ravensburger Verlag GmbH	Spielwaren	Kommunikation	Biodiversität	25.000–100.000 Euro
Roland Berger Holding GmbH & Co. Kg	Unternehmensberatung	Naturschutz	Biodiversität, Klima, Meere, Wälder	25.000–100.000 Euro
RWS AG	Finanzdienstleistungen	Transformation, Kommunikation	Klima	25.000–100.000 Euro
Schleich GmbH	Spielwaren	Kommunikation	Arten	25.000–100.000 Euro
Schüco International KG	Fenster, Türen und Fassaden	Transformation, Kommunikation	Klima, Rohstoffe, Kreislaufwirtschaft	100.000–250.000 Euro
Sprint Sanierung GmbH	Baudienstleistungen	Naturschutz, Kommunikation	Biodiversität, Arten	25.000–100.000 Euro
Stanley Black & Decker Outdoor GmbH/WOLF-Garten/MTD Products AG	Gartenmaschinen & -zubehör	Kommunikation	Biodiversität	25.000–100.000 Euro
Step by Step & coocazoo/Hama GmbH & Co. KG	Rucksäcke/Taschen für Kinder/ Teenager	Kommunikation	Arten Kreislaufwirtschaft	25.000–100.000 Euro
SUREXPORT S.L.	Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion	Transformation		25.000–100.000 Euro
Tomorrow GmbH	Finanzdienstleistungen	Kommunikation	Biodiversität, Arten	100.000–250.000 Euro
Vaillant GmbH	Heiz-, Lüftungs- und Klimatechnik	Transformation, Naturschutz, Kommunikation	Klima, Biodiversität	100.000–250.000 Euro
Vonmählen GmbH	Haushalts-, Elektro- und Elektronikgeräte	Naturschutz, Kommunikation	Klima, Biodiversität, Wälder	25.000–100.000 Euro
Von Opel Hessische Zoostiftung	Zoostiftung	Naturschutz	Arten	25.000–100.000 Euro
WEPA Hygieneprodukte GmbH	Hygienepapiere	Transformation, Naturschutz, Kommunikation	Klima, Rohstoffe, Wälder, Biodiversität, Süßwasser	250.000–500.000 Euro

Dargestellt sind Kooperationen, deren Vertragslaufzeit in den Zeitraum von Juli 2024 bis Juni 2025 fällt und deren Einnahmevermögen sich auf mindestens 25.000 Euro pro Jahr beläuft.

Netzwerkbeteiligungen mit Einnahmen über 25.000 Euro

Unternehmen	Branche/Geschäftsfeld	Art der Zusammenarbeit	Schwerpunkte	Budget
International Bon Ton Toys B. V. (IBTT)	Spielwaren	Naturschutz, Kommunikation	Arten	25.000–100.000 Euro
Lidl International	Einzelhandel (Lebensmittel)	Kommunikation	Klima, Süßwasser, Biodiversität, Rohstoffe, Ernährung, Kreislaufwirtschaft	>1.000.000 Euro
Vodafone Gruppe	Mobilfunk	Naturschutz, Kommunikation	Rohstoffe, Kreislaufwirtschaft	250.000–500.000 Euro

Als Teil des WWF-Netzwerks ist der WWF Deutschland an internationalen Kooperationen beteiligt, die von anderen WWF-Länderbüros verantwortet werden.

Kooperationspartner mit Einnahmen unter 25.000 Euro

- Active Giving GmbH
- Apobank
- Berioo GmbH
- Dentsu Germany GmbH
- circulee GmbH
- DDB München GmbH
- Deutsche Telekom AG
- DIHK Service GmbH
- Dr. August Oetker KG
- E.ON SE
- ePLM AG
- GMS Gourmet GmbH
- Good Search UG
- Hengst SE
- PSg, tesa
- TeachCom Edutainment gGmbH
- Terra Institute Autria
- Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG
- Storz Garten- und Landschaftsbau GmbH & Co.
- Zeitfracht Medien GmbH

Unternehmensspenden mit Einnahmen über 10.000 Euro

- ABACUS Corporate Finance GmbH
- Arcadis Germany GmbH
- Check24 GmbH
- Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH
- Dagmar Vogt Vermögensverwaltungs GmbH
- Deutsche Telekom AG Group
- Corporate Responsibility
- DeutschlandCard GmbH
- Disc-O-Bed EU GmbH
- Dr. Peters GmbH & Co.
- DWS Group
- HGDF Fjord GmbH
- IfG Ingenieurbüro für Gesundheitswesen GmbH
- KGH Nature gGmbH
- Körber AG
- medion GmbH
- Mitchells & Butlers Germany GmbH
- momox SE
- ROOF GmbH
- SAP Arena, Betriebsgesellschaft der Multifunktionsarena Mannheim mbH & Co. KG
- TAROX AG
- TEEKAMPAGNE
- Volksbank Marl-Recklinghausen eG
- WEGA Care gGmbH
- Yepoda GmbH

ÜBER DEN WWF

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umwelt- und Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit über 60 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die weltweite Zerstörung der Umwelt und Natur zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 100 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland für den Erhalt der biologischen Vielfalt und unserer natürlichen Lebensgrundlagen ein.

Die PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH mit Sitz in Frankfurt am Main ist eine Tochtergesellschaft des WWF International und betreut nationale und internationale Unternehmenskooperationen für den WWF. Zur Finanzierung der WWF-Naturschutzarbeit vergibt sie Lizenzen für die Nutzung des WWF-Panda-Logos, akquiriert strategische und transformative Partnerschaften zur Verbesserung von Umweltstandards sowie Sponsoren und Unternehmensspender aus Dienstleistung, Handel und Industrie.

ANSPRECHPARTNER:INNEN

Bei allen Fragen zum Thema Unternehmenskooperationen des WWF Deutschland wenden Sie sich bitte an: unternehmen@wwf.de

Für Presseanfragen kontaktieren Sie bitte: presse@wwf.de

IMPRESSUM

Herausgeber

WWF Deutschland, Reinhardtstr. 18, 10117 Berlin

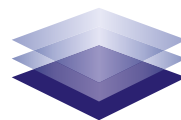
Stand: März 2026

Nachdruck und Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers und unter Angabe des Titels und Nennung des Herausgebers

© WWF Deutschland, 2026

Unterstützen Sie den WWF

IBAN: DE06 5502 0500 0222 2222 22



Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft



Unser Ziel

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

WWF Deutschland
Reinhardtstraße 18 | 10117 Berlin
Tel.: +49 30 311777-700
info@wwf.de | wwf.de