



NACHHALTIG WIRTSCHAFTEN

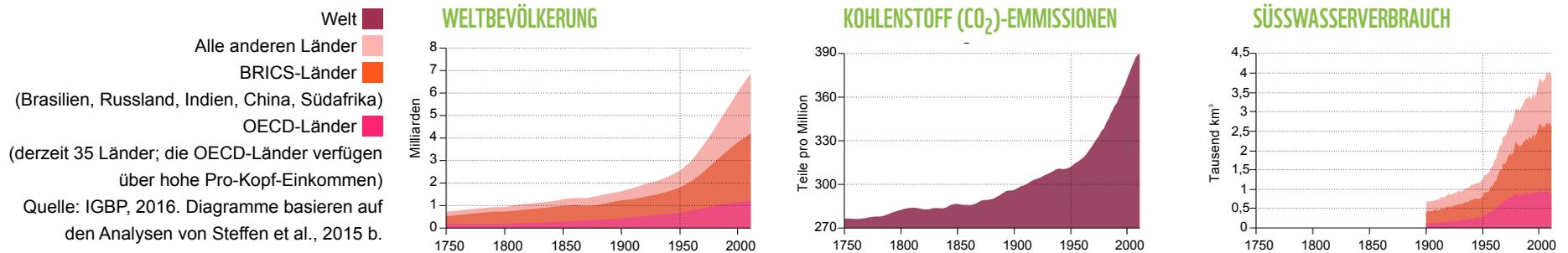
Unternehmenskooperationen des WWF

Die PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH betreut nationale und internationale Unternehmenskooperationen für den WWF. Zur Finanzierung der WWF-Naturschutzarbeit vergibt sie Lizenzen für die Nutzung des Panda-Logos, akquiriert strategische Partnerschaften zur Verbesserung von Umweltstandards sowie Sponsoren und Unternehmensspender aus Dienstleistung, Handel und Industrie.

Die Welt steht Kopf: Zeit für gemeinsames Handeln

Die Dimensionen menschlichen Handelns sprengen seit Mitte des 20. Jahrhunderts alle vorhergesehenen Grenzen. Die Folgen sind bekannt: Klimawandel, Artensterben, Abholzung der letzten großen Wälder, überfischte Meere. Die Liste ließe sich fortführen. Ein wichtiger Faktor dabei ist das Wachstum der Weltbevölkerung, die von etwa 1,6 Milliarden Menschen im Jahr 1900 auf inzwischen 7,3 Milliarden gestiegen ist. In diesem Zeitraum haben technischer Fortschritt und die Verwendung fossiler Energieträger die steigende Ressourcennachfrage befördert. Aus diesem Grund sprechen Wissenschaftler von einem neuen erdgeschichtlichen Zeitalter, vom Anthropozän, dem Menschen-Zeitalter.

DIE „GROSSE BESCHLEUNIGUNG“: Die Diagramme zeigen die Trends und Änderungen in Größe und Maßstab von Ereignissen.



Ohne Einsicht und Veränderungsbereitschaft brechen in den globalisierten Gesellschaften des Anthropozäns dramatische Zeiten an. Es ist unumgänglich, dass wir die Zusammenhänge grundlegend neu verstehen lernen und in der Form wirtschaften, dass die Natur in ihrer ganzen Vielfalt und all ihren Funktionen erhalten bleibt.

Die Erfahrung zeigt: Jede Kooperation ist individuell. Zu unseren Grundsätzen gehört es, konstruktiv und lösungsorientiert zu agieren, aber auch ein kritischer Sparringspartner zu sein.

Die nachfolgenden Seiten zeigen, wie der WWF an diesem Thema ansetzt und im Finanzjahr 2016/2017 mit Unternehmen zusammengearbeitet hat.

So arbeitet der WWF mit Unternehmen zusammen

Die nachfolgend dargestellten Formen der Zusammenarbeit sind mit dem WWF möglich. Verschiedene Varianten des Zusammenwirkens sind auf Kooperationsebene kombinierbar.



Beratung zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens

In der technischen Zusammenarbeit ermittelt der WWF Chancen und Risiken, die mit der Rohstoffproduktion und -beschaffung des Unternehmens verbunden sind. Dabei werden gemeinsam mit dem Unternehmen konkrete Ziele zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks verbindlich festgelegt.



Sponsoring von WWF-Projekten

In einer Sponsoring-Kooperation unterstützen Unternehmen eines der acht WWF-Programme. Dies ermöglicht die Durchführung von Projekten und hilft, gefährdete Lebensräume oder bedrohte Arten zu schützen. Das Engagement lässt sich unter vorab festgelegten Bedingungen in die Marketingkommunikation einbinden.

Lizenzkommunikation

Mit einer Lizenzvereinbarung kann das global bekannte Panda-Logo für vorab geprüfte Produkte höchsten Standards, für Kampagnen oder in der Unternehmenskommunikation genutzt werden. So lassen sich Kunden und Verbraucher für wichtige Umweltthemen sensibilisieren.



Spenden

Mit einer Spende unterstützen Unternehmen Natur- und Artenschutzprojekte des WWF und können ihr Engagement begrenzt in der Kommunikation nutzen. Gemeinsam mit Unternehmen können individuelle Spendenaktionen passend zu den unterschiedlichsten Anlässen entwickelt werden.



➔ Die folgenden Seiten stellen aktuelle Kooperationsbeispiele aus diesen vier Bereichen vor.

Erfolgreiche Kooperationen aus dem Finanzjahr 2016/17

	EDEKA UND WWF SIND PARTNER FÜR NACHHALTIGKEIT	
---	---	---

Wir  **Lebensmittel.**

	NETTO MARKEN- DISCOUNT UND WWF SIND PARTNER FÜR NACHHALTIGKEIT	
---	--	---

**Beratung zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten;
Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen; Spenden**

Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit EDEKA und Netto Marken-Discount

EDEKA und der WWF Deutschland sind seit 2012 Partner für Nachhaltigkeit. Seit 2015 ist auch Netto als Teil des EDEKA-Verbundes mit an Bord. Beide wird der WWF bis mindestens 2022 weiterhin dabei unterstützen, ihren ökologischen Fußabdruck Schritt für Schritt zu reduzieren und Lieferketten nachhaltiger zu gestalten.

Nachhaltigeres Sortiment bei EDEKA und Netto

Neu zu den bereits bestehenden Themen Fisch und Meeresfrüchte, Holz, Papier und Tissue, Palmöl und Palmkernöl, Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima und Verpackungen kommt der Bereich Beschaffungsmanagement für kritische Agrarrohstoffe hinzu.

In diesem Themenfeld baut EDEKA unter anderem ein Online-Assessment auf, das die Analyse von ökologischen und sozialen Risiken beim Einkauf kritischer Agrarrohstoffe deutlich vereinfachen wird. Dadurch sollen Umwelt und Soziales genauso systematisch Teil der Einkaufsentscheidung werden wie Qualität, Preis und Liefersicherheit. Eine Grundlage bilden die rund 230 Einzelanalysen für mehr als 30 Agrarrohstoffe aus über 60 Ländern, die der WWF bereits für EDEKA erstellt hat.

Wo EDEKA und Netto bei der Zielerreichung für alle Arbeitsbereiche stehen, dokumentiert ein jeweils jährlich erscheinender Fortschrittsbericht (einsehbar unter wwf.de/edeka).

Durchdringung des EDEKA-Verbundes

Ein wichtiges Ziel für die kommenden Jahre sind der Klimaschutz und die Senkung der CO₂-Emissionen. EDEKA will bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern die Treibhausgasemissionen des EDEKA-Unternehmensverbundes um 30 Prozent bis zum Jahr 2020 und um 50 Prozent bis zum Jahr 2025 verglichen mit 2011 reduzieren. Dieses Ziel gilt verbindlich für die EDEKA-Zentrale und Netto.

Gemeinsame Projekte in Anbauländern vor Ort

Entlang der Schwerpunktthemen engagieren sich WWF und EDEKA in Projekten der Nachhaltigkeit. So geht es bei „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ um die Umsetzung eines Naturschutzprojekts, bei dem die Artenvielfalt in landwirtschaftlich geprägten Lebensräumen erhöht werden soll, um dem dramatischen Rückgang der heimischen Tier- und Pflanzenwelt entgegenzuwirken. Im „Projekt Banane“ steht wiederum eine nachhaltigere Variante des konventionellen Anbaus in Ecuador und Kolumbien im Fokus der Bemühungen. Und beim „Projekt Zitrus“ dreht sich alles um die Frage, wie der konventionelle Anbau von Orangen und Mandarinen umweltverträglicher als bisher gestaltet werden kann.

THE CLIMATE
CRISIS HURTS
US ALL
ACTION
PARIS NOW!



WIR BESCHLEUNIGEN
DIE ENERGIEWENDE



LichtBlick
Generation reine Energie



WIR BESCHLEUNIGEN
DIE ENERGIEWENDE



LichtBlick
Generation reine Energie

LichtBlick und WWF beschleunigen die Energiewende

Seit dem 1. Dezember 2014 sind WWF und LichtBlick Partner für die Beschleunigung der Energiewende. Die Kooperation soll fünf Jahre dauern. In dieser Zeit wollen die Partner die Energiewende vorantreiben, die am Beginn einer neuen Phase steht. LichtBlick und WWF haben sich gemeinsam vorgenommen, die hohe Akzeptanz, die die Energiewende in der Bevölkerung hat, aufrechtzuerhalten, auszubauen, die politischen Rahmenbedingungen für den Erfolg der Energiewende zu beeinflussen und neue energiewendeförderliche Produkte zu entwickeln.

Wie steht es eigentlich um die Energiewende in Deutschland?

Dieser Frage sind WWF und LichtBlick auf den Grund gegangen und haben 2016 das „Dashboard Energiewende“ veröffentlicht. Unter www.energiewendelive.de kann man sich seitdem anschauen, wie die Energiewende vorangeht: Wie viele Anlagen gibt es eigentlich, die erneuerbare Energien produzieren? Werden immer noch Flächen für Braunkohle abgebaggert? Und woraus besteht der aktuelle Strommix? Diese und weitere Fragen lassen sich jetzt mit dem „Dashboard Energiewende“ beantworten.

Die Elektromobilität könnte sich als Treiber der Energiewende erweisen. Welchen Beitrag Autos leisten, die mit Strom fahren, und wie verschieden schnell die Länder umsteuern, haben WWF und LichtBlick mit ihrem Report „Driving the energy transition: Wie Elektromobilität die Energiewende unterstützen kann“ untersucht. Die Studie wurde unter anderem vom Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ aufgegriffen.

#OurEnergy Tour 2017

Um auf neue, emotionale Art für die Energiewende zu begeistern, gingen WWF und LichtBlick 2017 mit einer faszinierenden Fassadenprojektion auf „#OurEnergy Tour“ durch Deutschland. In acht Städten stießen Besucher von Lichterfesten und Museumsnächten auf energiegeladene Projektionen und wurden so auf das Thema Energiewende aufmerksam gemacht.

Aktuelle Aktionen, Berichte und Informationen zur Kooperation von LichtBlick und WWF liegen auf energiewendebeschleunigen.de bereit.

Gemeinsame Aktion von LichtBlick und WWF anlässlich des G20-Gipfels in Hamburg: Das Treffen der wichtigsten Industrienationen wurde genutzt, um noch einmal auf die Bedeutung des Paris-Abkommens hinzuweisen.



HEINZ-GLAS
UNTERSTÜTZT
DIE WWF
SCHÜLERAKADEMIE
2^oCAMPUS



HEINZGLAS
family-owned since 1622

Beratung zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten; Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

HEINZ-GLAS & WWF – gemeinsam für den Schutz des Klimas

Seit Mai 2017 sind HEINZ-GLAS und der WWF Kooperationspartner. Gemeinsam engagieren sie sich für den Schutz des Klimas und nachhaltiges Wirtschaften. Das Familienunternehmen zählt zu den Weltmarktführern in der Entwicklung, Produktion und Veredelung von Glasflakons und Verschlüssen für die Parfümerie- und Kosmetikbranche und hat sich das Ziel gesetzt, Branchenbester in Sachen Nachhaltigkeit zu werden.

Die Partnerschaft sieht sich dem Ziel einer < 2°-Wirtschaft verpflichtet. Schwerpunkte dabei sind die Implementierung eines wissenschaftsbasierten Klimaziels, eine CO₂-ärmere Energiebereitstellung sowie die Sensibilisierung der Mitarbeiter für nachhaltige Themen und Handlungsweisen.

Hauptsponsor der WWF-Schülerakademie

Neben der inhaltlichen Zusammenarbeit hat das Unternehmen ab 2018 das Hauptsponsoring der WWF-Schülerakademie 2°Campus übernommen. Das bundesweite Qualifizierungsprogramm begleitet jährlich Jugendliche zwischen 15 und 19 Jahren bei klimarelevanten Forschungsprojekten. Sie entwickeln konkrete Lösungsvorschläge in den Bereichen Energie, Mobilität, Wohnen und Ernährung und treiben so den Klimaschutz voran.

Drei Fragen an Carletta Steiner-Heinz



Worin liegt für Sie der Mehrwert der Kooperation mit dem WWF?

Der WWF ist für uns ein strategischer Partner, mit dem wir an unseren – für 2022 definierten – CO₂-Reduktionszielen arbeiten. Dazu konzipieren und implementieren wir zusammen mit dem WWF konkrete Maßnahmen in Richtung < 2°-Wirtschaft. Diese Kooperation hilft uns dabei, unser globales Ziel zu erreichen: das nachhaltigste Unternehmen unserer Branche zu werden.

Warum unterstützen Sie gezielt das Projekt 2°Campus?

Nachhaltigkeit bedeutet, Verantwortung für nachfolgende Generationen zu übernehmen. Deshalb ist es uns besonders wichtig, Kinder und Jugendliche frühzeitig an umwelt- und energierelevante Themen heranzuführen und sie in die Entwicklung von Lösungswegen einzubinden.

Was tun Sie bei HEINZ-GLAS für die Umwelt (Nachhaltigkeit)?

Wir arbeiten in erster Linie am Thema Ressourcenschonung. Zum Beispiel betreiben wir in Deutschland unsere Elektrowannen mit CO₂-neutral erzeugtem Strom, nutzen für das Glasgemenge recycelte Rohstoffe mit möglichst kurzen Transportwegen, unterhalten eine Pflanzenkläranlage und engagieren uns in mehreren (überregionalen) Energie-Effizienz-Netzwerken.

*Carletta Steiner-Heinz,
Geschäftsleitung HEINZ-GLAS*

Sponsoring von WWF-Projekten; Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Erneute Unterstützung für den Artenschutz durch Krombacher

Es tut sich was im heimischen Artenschutz. Seit 2016 läuft das Krombacher Artenschutzprojekt. Dabei unterstützt die Brauerei drei Naturschutzprojekte des WWF in Deutschland sowie insgesamt vier weitere Projekte der Organisationen NABU und DUH. Davon profitieren Leitarten wie Schreiadler, Schwarzstorch, Fischotter und Luchs. „Überall in Deutschland war das Echo auf das Krombacher Artenschutzprojekt riesig. Und wir haben versprochen: Wir machen weiter!“, so Wolfgang Schötz, Leiter Vertriebsmarketing der Krombacher Brauerei und verantwortlich für alle Natur- und Umweltschutzprojekte. Unter dem Motto „Schützen und genießen“ ging das Krombacher Artenschutzprojekt 2017 in die nächste Runde. Mit weiteren 500.000 Euro Unterstützung können die langfristig angelegten Projekte aus 2016 konsequent ausgeweitet werden.

Die Arbeit in den einzelnen Projektgebieten trägt bereits Früchte. Erst kürzlich gab es beispielsweise Neuigkeiten aus dem Pfälzerwald. Nur ein Jahr nach der Auswilderung wurde der erste Luchsnachwuchs gemeldet. Das ist eine gute Nachricht, um die Population des bedrohten Pinselohrs aufzubauen. Im Projekt „Godendorfer Mühlenbach“ im südlichen Mecklenburg-Vorpommern hat der Fischotter wieder ein Zuhause gefunden. Das Wassereinzugsgebiet bietet darüber hinaus Fischen, Amphibien, Libellen und Bibern einen Lebensraum. Dafür will der WWF das weitere Absinken der Wasserstände in dem Gebiet verhindern. Bereits 2016 konnte der Wasserstand deutlich angehoben werden. 2017 wird das Gebiet ausgeweitet.

**Beratung zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten;
Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen; Spende**



WEPA und WWF für den Schutz von Klima, Wäldern und Ressourcen

Das Familienunternehmen WEPA aus Arnberg zählt zu den größten Herstellern von Hygienepapieren in Europa und ist seit März 2017 neuer Kooperationspartner des WWF. Gemeinsam setzen sich WEPA und WWF in den nächsten drei Jahren für die Förderung von Recyclingfasern ein – zum Schutz von Ressourcen und Wäldern. Ziel ist es, den Recyclinganteil im Hygienebereich insgesamt zu verbessern, da der Einsatz von Altpapier – gerade bei Hygienepapieren – der sinnvollste Rohstoff ist. Des Weiteren soll der Anteil nachhaltig beschafften Zellstoffs an der Masse des von WEPA bezogenen Frischfaserzellstoffs steigen. Das dritte Kernthema der Zusammenarbeit ist der Klimaschutz. WEPA will gemeinsam mit dem WWF ein 2-Grad-kompatibles Klimaziel ermitteln und mögliche Maßnahmen für das Unternehmen analysieren und umsetzen.

Im Mittelpunkt der Partnerschaft stehen die „Mach mit“-Produkte von WEPA, die aus 100 Prozent Altpapier bestehen und mit dem Blauen Engel zertifiziert sind, sowie die Hybrid-Handelsmarkenprodukte. Letztere entsprechen optisch und qualitativ herkömmlichen Frischfaserprodukten, bestehen aber bis zu einem Drittel aus Recyclingfasern. Sie sollen bisherige Frischfaserprodukte ersetzen und durch die vergleichbare Qualität die Akzeptanz für Recyclingpapiere im Markt erhöhen.

Darüber hinaus engagiert sich der Hygienepapierhersteller als Sponsor für das Naturschutzprojekt „Wilde Mulde“ in Sachsen-Anhalt, das sich die Revitalisierung des Elbe-Nebenflusses zum Ziel gesetzt hat.

Beratung zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten; Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Nachhaltiger Fischgenuss mit COSTA Meeresspezialitäten

Als Marktführer von Fisch und Meeresfrüchten will COSTA sein gesamtes Sortiment bis Ende 2017 auf nachhaltigere Quellen umstellen. Auf diesem Weg wird das Unternehmen vom WWF als Partner unterstützt – zum Beispiel bei der Weiterentwicklung der bestehenden Einkaufsleitlinien. Im Zuge der Partnerschaft tragen derzeit zwölf COSTA-Produkte das Panda-Logo. Sie alle erfüllen vom WWF anerkannte ökologische Richtlinien, wie beispielsweise den MSC-Standard für Wildfisch, und sind entsprechend zertifiziert und gekennzeichnet. Das gibt den Verbrauchern zusätzliche Orientierung beim Kauf. Seit Anfang 2017 unterstützt COSTA außerdem das WWF-Projekt zur Reduzierung von Plastikmüll in den Meeren. In Südostasiens gelangt wegen unzureichender oder fehlender Abfallsammelsysteme viel Plastikmüll über die Flüsse in die Ozeane und bedroht vor allem artenreiche Korallenriffe. Mit Projekten vor Ort, politischer Lobbyarbeit und Information der Öffentlichkeit arbeitet der WWF derzeit daran, die Hauptursachen der Plastikflut zu bekämpfen.

Sponsoring von WWF-Projekten, Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Renaturierung der Elbauen mit VILSA-BRUNNEN

Das Familienunternehmen VILSA-BRUNNEN unterstützt den WWF bereits das vierte Jahr in Folge bei seinem Herzensprojekt: dem Schutz der Elbauen. Von Februar bis Mai 2017 hatten Verbraucher Gelegenheit, den Naturschutz aktiv zu unterstützen. In diesem Zeitraum kamen mit dem Kauf jedes Aktionskastens VILSA Mineralwasser-Glasflaschen zehn Cent direkt der Renaturierung der Elbauen zugute. Unter jedem Rückenetikett der Aktionsflaschen befand sich eines von über 20 schützenswerten Tieren der Elbauen zum Sammeln. Der WWF möchte mit VILSA den Zustand der Natur in der Flusslandschaft Elbe verbessern und langfristig sichern. Mit ihren Auenwäldern bietet sie vielen seltenen Pflanzen und Tierarten, wie z. B. den Schwarzstörchen, einen wichtigen Lebensraum. Die Aktion unterstützte den WWF beim Ankauf bisher landwirtschaftlich genutzter Flächen, um diese langfristig für den Naturschutz zu sichern.

Sponsoring von WWF-Projekten, Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Weiterverwertung von Geisternetzen mit Tönsmeier

Der Umweltdienstleister Tönsmeier aus Porta Westfalica unterstützt seit über zwei Jahren das Projekt zur Bergung von „Geisternetzen“ aus der Ostsee. Geisternetze sind herrenlose Kunststoffnetze der Fischerei, die die Meeresumwelt gefährden. Mit der Unterstützung von Tönsmeier sind seit Frühjahr 2016 speziell geschulte Fischkutterbesatzungen unterwegs, die viele Tonnen dieser Netze aus der deutschen Ostsee bergen. Im März 2017 lief dann eine entscheidende Versuchsreihe an, die untersucht, wie die geborgenen Netze wertstofflich verwertet werden können. Denn für das eingesammelte Material soll ein optimaler Prozess gefunden werden, der eine effektive Aufbereitung und Verwertung umfasst. Nach ersten Erkenntnissen kann das Material, nach Säuberung der starken Verschmutzungen, die sich im Laufe der Jahre im Wasser angesammelt haben, für Recyclingverfahren aufbereitet werden. Welche Verwertungsart sich ökologisch und ökonomisch am besten eignet, wird momentan ermittelt. Das Projekt soll Lösungsperspektiven für die bedrohliche Meeresverschmutzung sowie für weitere Umweltthemen bieten.

Tönsmeier und WWF wurden am 4. April 2017 in Ludwigsburg für ihr gemeinsames Umweltprojekt geehrt: Die Partner standen mit zwei weiteren Bewerbern im Finale des deutschen CSR-Preises 2017 – einer der wichtigsten Auszeichnungen für Nachhaltigkeits- und CSR-Engagement in Deutschland. Die Jury würdigte die vorbildliche Zusammenarbeit zwischen WWF und dem Recyclingspezialisten.

Sponsoring von WWF-Projekten, Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Tierisch wilde Kooperation

Seit 2016 unterstützt der Spielwarenhersteller Schleich die Arbeit des WWF in Deutschland und Österreich zum Schutz der Artenvielfalt für mindestens fünf Jahre. Mit der Zusammenarbeit setzt sich Schleich aktiv für den Schutz bedrohter Tierarten ein. Zahlreiche Arten unter den rund 100 Schleich-Tierfiguren sind laut der Roten Liste in ihrem Überleben in freier Wildbahn gefährdet. Für beide Partner ist Umweltbildung und Aufklärungsarbeit im Kinder- und Jugendbereich wichtiger Bestandteil ihres Engagements. Um Kindern dieses Thema nahezubringen, haben WWF und Schleich eine Reihe von gemeinsamen Aktionen im Verlauf der Sponsoringkooperation vereinbart. So richtete Schleich in 2017 eine eigene Microsite zur WWF-Kooperation ein und informiert dort u. a. mit dem Tierlexikon über bedrohte Tierarten. Außerdem rief Schleich seine Kunden in den Social Media-Kanälen zu einer Spende für die #stopptwilderei-Kampagne auf, um den WWF u. a. beim Schutz der Spitzmaulnashörner zu unterstützen.

Sponsoring von WWF-Projekten; Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Unterstützung zum Schutz der Küstenregenwälder in Tansania

Kneipp®, Hersteller von Bade- und Körperpflege-, sowie Gesundheitsprodukten, ist seit Dezember 2015 Partner des WWF. Das Traditionsunternehmen unterstützt für drei Jahre als Sponsor das WWF-Projekt zum Schutz der Küstenregenwälder in Tansania. Anlass der Zusammenarbeit mit dem WWF war das 125-jährige Firmenjubiläum, das Kneipp 2016 feierte. Seitdem wurden verschiedene Aktionen zur Unterstützung des WWF-Projekts umgesetzt, beispielsweise ein großes Gewinnspiel im Kneipp® Online-Shop und der Verkauf von speziellen Jubiläumsprodukten, von deren Erlös je 12,5 Cent direkt in das Projekt flossen.

Mit der Unterstützung von Kneipp können zahlreiche Maßnahmen zum langfristigen Waldschutz realisiert werden. Dazu zählt neben dem Aufbau eines nachhaltigen Waldmanagements sowie der Entwicklung von Community Conversation Banks v. a. die Errichtung von Gemeinde-Waldschutzgebieten. So konnten bis 2017 bereits 6.000 Hektar neue Schutzgebiete ausgewiesen werden. Zudem wurden 15 Gemeinden mit einer Gesamtfläche von knapp 10.000 Hektar FSC-„gruppenzertifiziert“. In allen Gemeinden wurden Trainings zu Monitoring, Forsttechniken und Managementplanerstellung durchgeführt und 63 Dorfbewohner wurden als Forest Watcher ausgebildet. Darüber hinaus konnten zwei Baumschulen aufgebaut, fast 10.000 Jungpflanzen angezogen sowie 1.590 Jungpflanzen ausgepflanzt werden.

Sponsoring von WWF-Projekten



Süßer Artenschutz mit Katjes „für Dich“

Die Unterstützung von Katjes für die Artenschutzprojekte des WWF geht in die Verlängerung bis vorerst 2018. Mit den beiden exklusiv bei EDEKA erhältlichen Produkten Katjes „für Dich Fruchtspaß“ wird der WWF auch weiterhin unterstützt: Zehn Cent von jeder verkauften Tüte fließen gezielt in die Artenschutzprojekte des WWF. Mit den Einnahmen werden zum Beispiel Projekte zum Schutz von Bonobos im Salonga-Nationalpark oder von Flachlandgorillas im Dzanga-Sangha-Schutzgebiet unterstützt, beide in Zentralafrika. Die Packungen tragen einen deutlichen Hinweis zur Aktion und das Bild einer bedrohten Art: Bei den Fruchtgummi-Pandas ist dies der Große Panda, das Wappentier des WWF; bei den Schaum-Affen ein Gorilla. Ein Plus für Vegetarier: Beide Sorten sind ohne Gelatine hergestellt.

Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Umweltschonende Outdoor-Ausrüstung

Seit über sechs Jahren sind der Outdoor-Ausrüster VAUDE und der WWF Partner. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen die Produkte der „Green Shape“-Kollektion, für die VAUDE die Verarbeitung nachhaltiger Materialien und eine ressourcenschonende Herstellung garantiert. Mittlerweile entsprechen rund 94 Prozent der Bekleidungskollektion den „Green Shape“-Kriterien. Neben der Zusammenarbeit auf Produktebene findet ein fachlicher Austausch zu verschiedenen Umweltthemen statt. Hier steht vor allem das Thema Vermeidung von Plastik in der Umwelt im Vordergrund. Darüber hinaus stattet VAUDE die WWF-Teams mit Bekleidung und Ausrüstung aus und unterstützt mit zusätzlichen Spendenaktionen. Während einer viermonatigen Aktion 2017 tourte VAUDE mit dem Panda durch den Sportfachhandel, um die „Green Shape“-Produkte vorzustellen. Jeder Teilnehmer konnte vor Ort ein Foto mit dem Panda machen und VAUDE spendete dazu noch 1 Euro pro Foto für die Projekte des WWF.

Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Partnerschaft für nachhaltigeres Reisen

Die Reiseangebote von Wikinger Reisen folgen der Grundidee eines naturnahen und zugleich naturschonenden Reisens. Die strategische Partnerschaft konnte im Jahr 2017 für weitere drei Jahre bis 2020 verlängert werden und setzt sich weiterhin zum Ziel, das Angebot von Wikinger Reisen noch nachhaltiger zu gestalten. Natur und Artenvielfalt auf Reisen zu erleben und dabei die Belastungen der Reise so gering wie möglich zu halten, wünschen sich immer mehr Menschen. Gemeinsam möchten beide Partner dazu beitragen, dass derartige nachhaltigere Reisekonzepte vermehrt angeboten werden. Nachhaltiges Reisen beginnt bereits vor Reiseantritt mit gezielter Information zu Umwelt und Nachhaltigkeit, die auch spezifische soziale und ökologische Aspekte der jeweiligen Reiseregion einschließt. Das Konzept setzt sich fort in der Programmgestaltung und Durchführung der Reisen einschließlich der durchdachten Wahl der Unterkünfte.

Über diese Themen hinaus haben der WWF und Wikinger Reisen weitere inhaltliche Ziele vereinbart. Hierzu zählen Veränderungen in der Unternehmenspolitik wie beispielsweise eine kontinuierliche Ausweitung der CO₂-Kompensation der Flugreisen des Veranstalters. Bereits umgesetzt wurde die Umstellung aller Druckmittel auf Recycling- oder FSC-Papier.

Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Einkaufen mit gutem Gewissen

Die dreijährige Kooperation mit der Arti Kalender & Promotion Service GmbH umfasst neben dem Vertrieb von umweltfreundlichen Werbemitteln mit dem Panda-Logo auch den Aufbau und den Betrieb des WWF-Webshops für Unternehmen und Privatkunden.

Die gemeinsamen Werbemittel erstrecken sich von Notizbüchern und -blöcken über Terminkalender, Kugelschreiber und Bleistifte bis hin zu Grußkarten. Alle Produkte stammen aus nachhaltigerer Produktion unter Verwendung zertifizierter Materialien wie z. B. Papier, das den Nachhaltigkeitskriterien des FSC entspricht und dem Anspruch nach einem größtmöglichen Anteil an Recyclingmaterialien. Die Produkte werden durch Arti Group vertrieben und sind darüber hinaus Bestandteil des WWF-Webshops. Unternehmen haben die Möglichkeit, diverse Produkte (z. B. Wandkalender) mit ihrem Firmenlogo als Werbemittel zu gestalten. Im Shop werden neben den Kooperationsprodukten von Arti Group außerdem Produkte weiterer WWF-Partner angeboten, wie z. B. die WWF-Plüschtiere, -Mousepads oder Spiele aus der WWF-Spielekollektion. Der Verkauf der Produkte kommt dem WWF und seinen zahlreichen Projekten zugute.

Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Schreibwaren mit Verantwortung

Verantwortungsvoll handeln und Umweltthemen vermitteln: Das ist das Ziel der Zusammenarbeit zwischen der umixx GmbH und dem WWF, die 2017 für weitere zwei Jahre verlängert wurde. Über 40 umixx-Papierprodukte der Kollektionen „chocala“ und „eylo“ tragen inzwischen den Zusatz „umixx unterstützt die Arbeit des WWF Deutschland“. Zu diesen gehören u. a. Schulhefte, Malblöcke sowie Brief- und Versandhüllen, die nach den Kriterien des Blauen Engels zertifiziert sind. Das Umweltzeichen Blauer Engel garantiert, dass die Produkte hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen und umweltfreundlicher sind als konventionelle Produkte. Aufgrund der Bandbreite der Produkte kann umixx unterschiedliche Zielgruppen für Umwelt- und Naturschutzthemen sensibilisieren. So zeigen bspw. Heftumschläge verschiedene Tiere und führen damit schon die Kleinen an die Besonderheiten des Waldes heran. In den Schulpapieren für Jugendliche erklärt der WWF den ökologischen Fußabdruck, gibt Tipps zu dessen Reduktion im Alltag und weist auf die WWF Jugend als Aktionsplattform hin. Somit kann auch der Nachwuchs spielerisch an wichtige Umweltthemen herangeführt werden.

Lizenzkommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen



Natürlich gärtnern

WOLF-Garten geht neue Wege in der ökologischen Rasen- und Gartenpflege und engagiert sich als erster deutscher Gartengerätehersteller seit Oktober 2016 über mindestens zwei Jahre für den WWF Deutschland und Österreich im Bereich organische Düngemittel. Die drei neuen Produkte der Marke „Natura Bio“ (Rasendünger, Rasendünger Herbst und Gartendünger) bestehen zu 100 % aus rein pflanzlichen, nicht gentechnisch veränderten, nachwachsenden Rohstoffen. Die Dünger sind gemäß der EG-Öko-Verordnung für den ökologischen Landbau geeignet und enthalten keine tierischen Bestandteile.

Mit jedem verkauften Produkt der drei „Natura Bio“-Markenartikel fließt zusätzlich ein Betrag in die Arbeit des WWF. Ziel der Zusammenarbeit ist es, das Bewusstsein für Natur- und Artenschutz zu schärfen sowie Kunden für eine naturnahe Gartengestaltung zu gewinnen. So begleitet die WOLF-Garten Rasenfibel die Kooperation aktiv und anwendungsorientiert. Zudem hat WOLF-Garten seinen Händler- und seinen Hauptkatalog auf FSC-zertifiziertes Papier umgestellt. 2018 wird die „Natura Bio“-Produktlinie um weitere sechs Spezialdünger ergänzt.

Erfolgreiche Spendenaktion aus dem Finanzjahr 2016/17



Die WWF-Aktion „Tütenlos“

Der jährliche Plastiktütenverbrauch in Deutschland liegt bei 71 Tüten pro Kopf und Jahr. Die vom WWF ins Leben gerufene Aktion „Tütenlos“ soll Verbraucher dazu anregen, ganz auf Einwegtüten zu verzichten und stattdessen recyclebare Mehrwegtaschen zu nutzen. Teilnehmende Unternehmen wie DEPOT, Appelrath-Cüpper, Orsay, Hallhuber und Möve spenden für jede eingesparte Plastiktüte einen Betrag an den WWF. Die Bilanz nach einem Jahr Aktion „Tütenlos“: über 16 Millionen eingesparte Tüten und eine Spendensumme von über 200.000 Euro. Wir sagen Danke und freuen uns über weitere Teilnehmer!

Die Kooperationspartner des WWF 2016/2017 (01.07.2016-30.06.2017)

Partner	Branche	Art der Kooperation	Naturschutzfokus
A. W. Schütte GmbH & Co. KG	Einzelhandel	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
Arndt GmbH	Gas-, Wasser-, Heizungs- sowie Lüftungs- und Klimainstallation	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Klima
Arti Kalender & Promotion Service GmbH	Papier-, Büro- und Schreibartikel	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Wald
Caresse Cosmetics B.V.	Herstellung von Körperpflegeprodukten	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
Center Parcs Leisure Deutschland GmbH	Tourismus (Ferienparks)	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Klima
COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG	Fischverarbeitung	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Meeresschutz, Rohstoffe
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	Einzelhandel (Drogeriewaren)	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe
EDEKA Zentrale AG & Co. KG	Einzelhandel (Lebensmittel)	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Rohstoffe, Klima, Süßwasser, Biodiversität, Verpackungen
Gottfried Friedrichs KG (GmbH & Co.)	Fischverarbeitung	Sponsoring	Meeresschutz, Rohstoffe
HEINZ-GLAS GmbH & Co. KGaA	Glas	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Klima
Jöllenbeck GmbH	Herstellung von Computerzubehör	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Artenschutz
Katjes Fassin GmbH + Co. KG	Süßwarenherstellung	Sponsoring	Rohstoffe, Artenschutz
Kneipp GmbH	Hersteller von Naturheilkundeprodukten	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Rohstoffe, Biodiversität
Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG	Getränkeherstellung	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Artenschutz
LichtBlick SE	Energieversorgung	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Klima
Marketingservice Rathgeber GmbH	Verlagswesen	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
MTD Products AG Geschäftsbereich WOLF-Garten	Gartenmaschinen/-zubehör	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
Netto Marken-Discount AG & Co. KG	Einzelhandel (Lebensmittel)	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Rohstoffe, Klima, Süßwasser, Biodiversität, Verpackungen
Schleich GmbH	Spielwarenhersteller	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Artenschutz
Söll GmbH	Teich- und Aquarientechnik sowie Herstellung von Fischfutter	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe
Sprint Sanierung GmbH	Baugewerbe	Sponsoring, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Artenschutz
Tönsmeier GmbH & Co. KG	Entsorgung, Recycling, Verwertung	Sponsoring, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Biodiversität
umixx GmbH	Papier-, Büro- und Schreibartikel	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Biodiversität
VAUDE Sport GmbH	Herstellung von Bekleidung	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Biodiversität
VILSA-BRUNNEN Otto Rodekohl GmbH & Co. KG	Getränkeherstellung	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring	Biodiversität
WEPA Hygieneprodukte GmbH	Hygienepapiere	Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen, Sponsoring, Spende	Rohstoffe, Wald, Biodiversität, Klima
Wikinger Reisen GmbH	Tourismus (Reiseveranstalter)	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Klima, Rohstoffe
Internationale Kooperationen			
Aeria Games GmbH	Online- und Videospiele	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
Forest SRL – Save The Duck	Herstellung von Bekleidung	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Biodiversität
International Bon Ton Toys B. V.	Spielwaren	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Biodiversität
Merchant Ambassador Ltd.	Spielwaren	Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen	Rohstoffe, Biodiversität

Bildnachweise:

Titel: © Arco Images

S. 4/5 EDEKA: © EDEKA

S.6/7 LichtBlick: © WWF/LichtBlick SE/Frank Krippner

S. 8/9 HEINZ-GLAS: © Arnold Morascher/WWF, Fotostudio Uhlenhuth

S. 10 Krombacher: © Krombacher

S. 11 WEPA: Martin Becker/Boogaloo Graphics

S. 12 COSTA: © Marine Photobank

S. 12 VILSA: © VILSA

S. 13 Tönsmeier: © Thomas Machholz/WWF

S. 13 Schleich: © Schleich

S. 14 Kneipp: © Kneipp

S. 14 Katjes: © Katjes

S. 15 VAUDE: © VAUDE

S. 15 Wikinger Reisen: © Wikinger Reisen

S. 16 Arti: © WWF

S. 16 umixx: © umixx

S. 17 WOLF-Garten: © Global Warming Images/WWF

S. 17 DEPOT: © DEPOT

Möchten Sie regelmäßig über Neuigkeiten aus der WWF-Unternehmenswelt informiert werden?
Dann bestellen Sie unseren Corporate Newsletter: wwf.de/corporate-newsletter

Besuchen Sie für weitere Informationen zum Thema Unternehmenskooperationen auch unsere Website: wwf.de/unternehmen

Nachhaltigere Büroartikel oder Geschenke für Mitarbeiter und Kunden finden Sie im WWF-Webshop unter: wwf-shop.de.
Mit Ihrem Kauf unterstützen Sie die weltweiten Projekte des WWF.

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:
Stefan Haensel