



TRANSFORMATION IM FOKUS

Unternehmenskooperationen des WWF
2017 | 2018

*Die PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH 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.

Bildnachweise

Titel: © Shutterstock / foxbat, Porträt Jörg-Andreas Krüger: © Daniel Seiffert / WWF, EDEKA: © EDEKA, LichtBlick: © LichtBlick, KALDEWEI: © I. Borisoff, Porträt Franz Kaldewei: © KALDEWEI / Evelyn Dragan, Sky: © Reinhard Dirscherl / WWF, documentus: © Ralph Frank / WWF, SC Freiburg: © Achim Keller, DEL: © DEL Photosharing, Tönsmeier: © Jürgen Freund / WWF, HEINZ-GLAS: © Arnold Morascher / WWF, WEPA: © Wikicommons, COSTA: © Getty Images, Center Parcs: © Peter Jelinek / WWF, Kneipp: © Brent Stirton / Getty Images / WWF UK, Wikinger Reisen: © Wikinger Reisen

Druck

Druckstudio GmbH, Düsseldorf; Gedruckt auf Circleoffset Premium White, zertifiziert als FSC®-recycled und ausgezeichnet mit dem Blauen Engel





Liebe Leserinnen und Leser,

die Sustainable Development Goals der UN kennzeichnen einen Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung. Zusammen mit dem Pariser Klimaabkommen und der Biodiversitätskonvention formulieren sie einen ambitionierten Handlungsrahmen für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Dennoch bleiben viele der nationalen Maßnahmen zögerlich. Längst hat Deutschland seine Vorreiterrolle im Klimaschutz eingebüßt. Die Energiewende ist bislang nicht mehr als eine Stromwende und lässt die emissionsintensiven Sektoren Gebäude, Verkehr und industrielle Produktion weitgehend unberücksichtigt. Und selbst die Stromwende ist ins Stocken geraten: Statt aus der Kohle auszusteigen, werden Waldflächen für den Tagebau gerodet. Die Feinstaubbelastung in vielen deutschen Städten liegt jenseits der zulässigen Grenzwerte. Die Produktion von Plastikverpackungen in Deutschland erreicht eine neue Rekordhöhe. Die so dringend erforderliche Trendwende hin zu einer Entkopplung unseres gesellschaftlichen Wohlstands von Ressourcenverbrauch und Umweltverschmutzung bleibt aus.

Unternehmen beeinflussen diese Trendwende maßgeblich – deshalb suchen wir den Dialog und die konstruktive Zusammenarbeit mit Unternehmen, die an ernsthaftem Nachhaltigkeitsengagement interessiert sind. Wir unterstützen Unternehmen darin, ihre Geschäftstätigkeit an ökologischen Kriterien auszurichten und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Vielfach leisten unsere Kooperationspartner Pionierarbeit. Sie wirken als Innovator und Multiplikator. Gleichzeitig mindern sie die wirtschaftlichen Risiken, die von Ressourcenverbrauch und Umweltzerstörung ausgehen, und investieren in die Sicherung ihrer eigenen Wettbewerbsfähigkeit.

An der Seite unserer Partner haben wir bereits viel erreichen können. Gemeinsam verpflichten wir uns auch weiterhin den ambitionierten Zielen, die etablierten Produktions- und Konsummuster grundlegend zu transformieren und unsere Natur und Umwelt zu schützen.

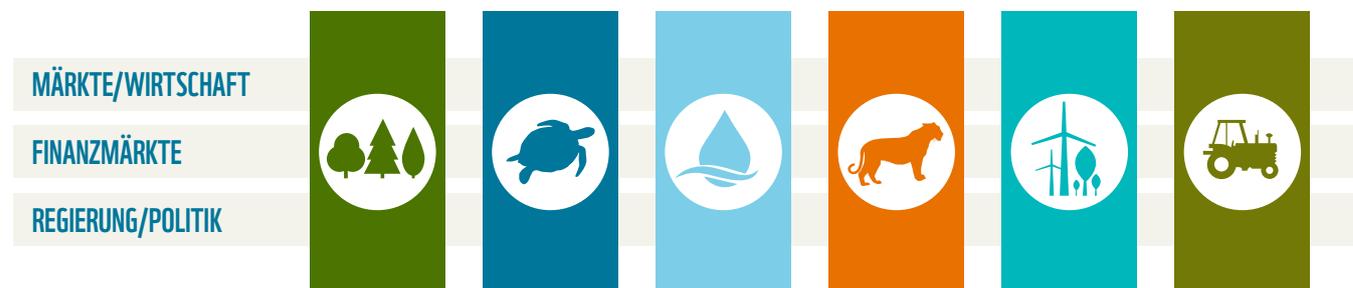
Für das bis heute Erreichte und das entgegengebrachte Vertrauen möchten wir allen Partnern und Unterstützern danken.

Herzliche Grüße

Jörg-Andreas Krüger
Geschäftsführer (seit 01.01.2019)
PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH*

Organisationsstruktur des WWF

International ist der WWF nach sechs Schwerpunktthemen organisiert, die sich an den zentralen ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit orientieren: dem Schutz der Wälder, Ozeane und Süßwasserressourcen, dem Erhalt der Artenvielfalt, der Dekarbonisierung von Wirtschaft und Gesellschaft sowie einer nachhaltigen Landwirtschaft. Neben der politischen und finanzmarktorientierten Arbeit stellt die Transformation von Wirtschaft und Märkten einen zentralen Hebel dar, um diesen Herausforderungen zu begegnen.



Unternehmenskooperationen und ihre Ziele

Der WWF arbeitet mit Unternehmen im Rahmen branchenübergreifender Initiativen und Projekte sowie bilateraler Partnerschaften zusammen. Die Kooperationen konzentrieren sich dabei auf Arbeitsfelder, die sich aus den sechs Themenschwerpunkten der internationalen Organisationsstruktur ableiten und drei zentrale Ziele verfolgen:

1. Ausrichtung der wirtschaftlichen Aktivitäten von Branchen und Einzelunternehmen an der Einhaltung der planetaren Grenzen und internationalen Zielvereinbarungen
2. Kommunikation relevanter Natur- und Umweltschutzthemen und Sensibilisierung von Verbrauchern für ein verantwortungsvolles Konsumverhalten
3. Generierung von Mitteln für die Finanzierung der Natur- und Umweltschutzarbeit

Erfahren Sie auf den Folgeseiten mehr über die branchenübergreifenden Initiativen und Projekte sowie die langjährigen und neuen Partnerschaften des WWF.

Branchenübergreifende Projekte und Initiativen

Mit der Initiierung und Begleitung branchenübergreifender Projekte und Initiativen zielt der WWF darauf, Experten aus unterschiedlichen Sektoren zu vernetzen, den Wissensaustausch zu fördern und Synergien zu nutzen, um breit anwendbare Lösungen mit größtmöglichem gesamtwirtschaftlichem Transformationspotenzial zu entwickeln.

Science Based Targets



Zum Ende des Finanzjahres 2017/2018 haben sich 450 Unternehmen der „Science Based Targets“-Initiative angeschlossen, darunter auch einige deutsche Unternehmen. Die „Science Based Targets“-Initiative wurde 2015 von CDP, UN Global Compact, World Resources Institute (WRI) und WWF mit dem Ziel ins Leben gerufen, bis 2020 eine Ausrichtung unternehmerischer Tätigkeiten an der <math><2^{\circ}</math>-Zielsetzung des Pariser Klimaabkommens zur gängigen Praxis zu machen. Hierfür stellt die Initiative eine Plattform, die Unternehmen mit einem umfassenden, wissenschaftsbasierten Methodenset Hilfestellung bei der Entwicklung eines <math><2^{\circ}</math>-kompatiblen Klimaziels gibt. www.sciencebasedtargets.org

Weg in die <math><2^{\circ}</math>-Wirtschaft

Weg in die <math><2^{\circ}</math>-Wirtschaft

Das 2016 vom WWF und der Stiftung 2° gestartete und vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) geförderte Projekt „Weg in die <math><2^{\circ}</math>-Wirtschaft“ brachte 40 Unternehmen aus den Sektoren Verkehr, Gebäude und industrielle Produktion zusammen, um gemeinschaftlich branchen- und unternehmensübergreifende Projektideen zur Treibhausgasreduktion zu entwickeln. Daraus sind acht vielversprechende Ansätze hervorgegangen, zu denen u. a. die Einführung eines lebenszyklusbasiereten CO₂-Labels für Gebäude, die Echtzeitmessung von CO₂-Emissionen in der Produktion und die Schaffung einer Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge auf beispielsweise Parkflächen des Groß- und Einzelhandels zählen. www.2gradwirtschaft.de



TextileMission

Im September 2017 startete das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte Verbundprojekt „TextileMission“, das der WWF an der Seite von Forschungseinrichtungen sowie Vertretern der Sportartikelindustrie und Waschmaschinen- und Waschmittelbranche begleitet. Das Projekt verfolgt das Ziel, den Eintrag von Mikroplastik in die Umwelt zu senken, der durch die Haushaltswäsche synthetischer Sport- und Outdoor-Bekleidung verursacht wird. Die Projektschwerpunkte konzentrieren sich auf die Entwicklung nachhaltiger Textilien und die Verbesserung der Kläranlagentechnologien. www.textilemission.bsi-sport.de



EDEKA UND WWF
SIND PARTNER FÜR
NACHHALTIGKEIT



NETTO MARKEN-
DISCOUNT UND
WWF SIND
PARTNER FÜR
NACHHALTIGKEIT

Netto
Marken-Discount

EDEKA

Die Welt braucht bessere Orangen.

- Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser
- Erhalt und Steigerung der biologischen Vielfalt vor Ort
- Verbessertes Bodenmanagement und Förderung von Nützlingen
- Reduzierter Einsatz von Pflanzenschutzmitteln



DAS GEHT UNTER DIE SCHALE!

EDEKA Sonnenkuss, das ist saftiger Fruchtgenuss aus dem warmen, verblühenden Spanien. Bevor unsere Orangen mit ihrem leuchtend äußeren Glanzschleier verhüllt wurden, wuchsen sie in einem Projekt für nachhaltigen Zierobstbau heran. Zur besseren Orientierung erhalten Sie jetzt heißt „Sonnenkuss“ an dem WWF Projekt-Panda auf dem Etikett



Mehr erfahren auf
edeka.de/orange
oder Code scannen!



NUR WIRKLICH
FRISCH
IST WIRKLICH
LECKER.

inform

1,29€

GRAPEFRUIT
KLASSE 1, SORTE STAR RUBY
0,99

CLEMENTINEN
KLASSE 2
1,29

CLEMENTINEN
1,99

BIO ZITRONEN
0,99

Einzelne Branchen wir
keine Tüte.

el.

Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit dem EDEKA-Verbund

Seit 2009 bringen EDEKA, Deutschlands größter Lebensmitteleinzelhändler, und WWF mehr Umweltschutz in Regale und Lieferketten. Die Zusammenarbeit, die einst mit Fisch anfing, hat sich zu einer strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit entwickelt. Heute arbeiten WWF und EDEKA auf vielen Feldern erfolgreich zusammen: von Artenvielfalt bis Zitrusfrüchteanbau, von Abfallvermeidung bis zertifizierte Zucchini. Immer im Fokus: die nachhaltigere Ausrichtung der 3.600 EDEKA-Eigenmarkenprodukte.

Gemeinsam neue Wege betreten und Maßstäbe setzen

Da, wo es an nachhaltigen Zertifizierungssystemen und Standards fehlt, betritt EDEKA vielfach Neuland und geht als Wegbereiter voran. Während bei Fisch und Meeresfrüchten, Holz, Papier und Tissue sowie Palmöl die Umstellung der Eigenmarkenprodukte auf zertifizierte Bezugsquellen weit fortgeschritten ist, sind in anderen Bereichen zunächst die Voraussetzungen für eine nachhaltige Ausrichtung der Eigenmarken zu erarbeiten.

So haben WWF und EDEKA beispielsweise im Bereich Süßwasser Ansätze entwickelt, die nicht nur ein verantwortungsvolles Wassermanagement im EDEKA-Verbund fördern, sondern auch für andere Marktakteure nutzbar sind. Neue Wege gehen beide Partner zudem in gemeinsamen Projekten mit Erzeugern. Diese zielen darauf, zum Beispiel den Anbau und die Produktion umwelt- und ressourcenschonend auszurichten und Landwirtschaft möglichst naturnah zu gestalten – ob von Bananen in Ecuador und Kolumbien, von Zitrusfrüchten in Andalusien oder landwirtschaftlichen Erzeugnissen in Norddeutschland. Im Bereich Soja/nachhaltige Nutztierfütterung verzeichnen regionale Projekte signifikante Fortschritte bei der Umstellung der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung auf heimische Futtermittel sowie auf zertifiziertes, gentechnikfreies Soja. Auch mit Blick auf die stetig wachsende Verpackungsflut fordert die Partnerschaft den Status quo heraus. Ziel ist es, Verpackungen möglichst zu vermeiden, zu reduzieren, sie besser recycelbar zu machen oder den Anteil von recyceltem Material in neuen Verpackungen stetig zu erhöhen. Deshalb ist die Kennzeichnung von Obst und Gemüse mit Laser eine der von EDEKA und Netto Marken-Discount (als Teil des EDEKA-Verbunds) genutzten Möglichkeiten, um Verpackungsmaterial zu verringern.

Darüber hinaus sollen die mehr als 90 Millionen Kunden, die wöchentlich bei EDEKA und Netto Marken-Discount einkaufen, über eine gezielte Ansprache und Nachhaltigkeitsinformationen auf den Produkten für einen nachhaltigen Konsum motiviert werden. Durch die Größe des EDEKA-Verbunds und seine weltweiten Lieferketten reicht die Transformationskraft der Partnerschaft weit über den deutschen Markt hinaus. EDEKA und WWF setzen damit anspruchsvolle Maßstäbe im Lebensmitteleinzelhandel.

Das bisschen Regen ...

*Starkregen wird durch die Klima-
krise wahrscheinlicher. Was tun wir
eigentlich dagegen?*

Die Klimakrise ist ein Fakt.
Wir sprechen über Lügen
rund um den Klimawandel in
Deutschland. Besuche uns
am Stand auf der re:publica
und sage uns deine Meinung.

Klima-Fakt statt Klima-Fake.
Unser Talk zu Klimaskepsis
und wie wir ihr im Netz begegnen
können. **Am Donnerstag, 3. Mai,
16.15–17.15 Uhr, Stage 3.**
Wir freuen uns auf euren Besuch!

Wenn es nicht schneit, gibt es ja immer noch die Schneekanonen.

Echt jetzt?

Die Klimakrise ist ein Fakt.
Wir sprechen über Lügen
rund um den Klimawandel in
Deutschland. Besuche uns
am Stand auf der re:publica
und sage uns deine Meinung.

Klima-Fakt statt Klima-Fake.
Unser Talk zu Klimaskepsis
und wie wir ihr im Netz begegnen
können. **Am Donnerstag, 3. Mai,
16.15–17.15 Uhr, Stage 3.**
Wir freuen uns auf euren Besuch!

LichtBlick und WWF beschleunigen die Energiewende

Seit dem 1. Dezember 2014 sind WWF und LichtBlick Partner zur Beschleunigung der Energiewende. Die Kooperation soll sich über fünf Jahre erstrecken und die Energiewende vorantreiben, die am Beginn einer neuen Phase steht. LichtBlick und WWF haben sich gemeinsam zum Ziel gesetzt, die hohe Akzeptanz für die Energiewende in der Bevölkerung aufrechtzuerhalten und weiter auszubauen, die politischen Rahmenbedingungen für den Erfolg der Energiewende zu beeinflussen und neue energiewendeförderliche Produkte zu entwickeln.

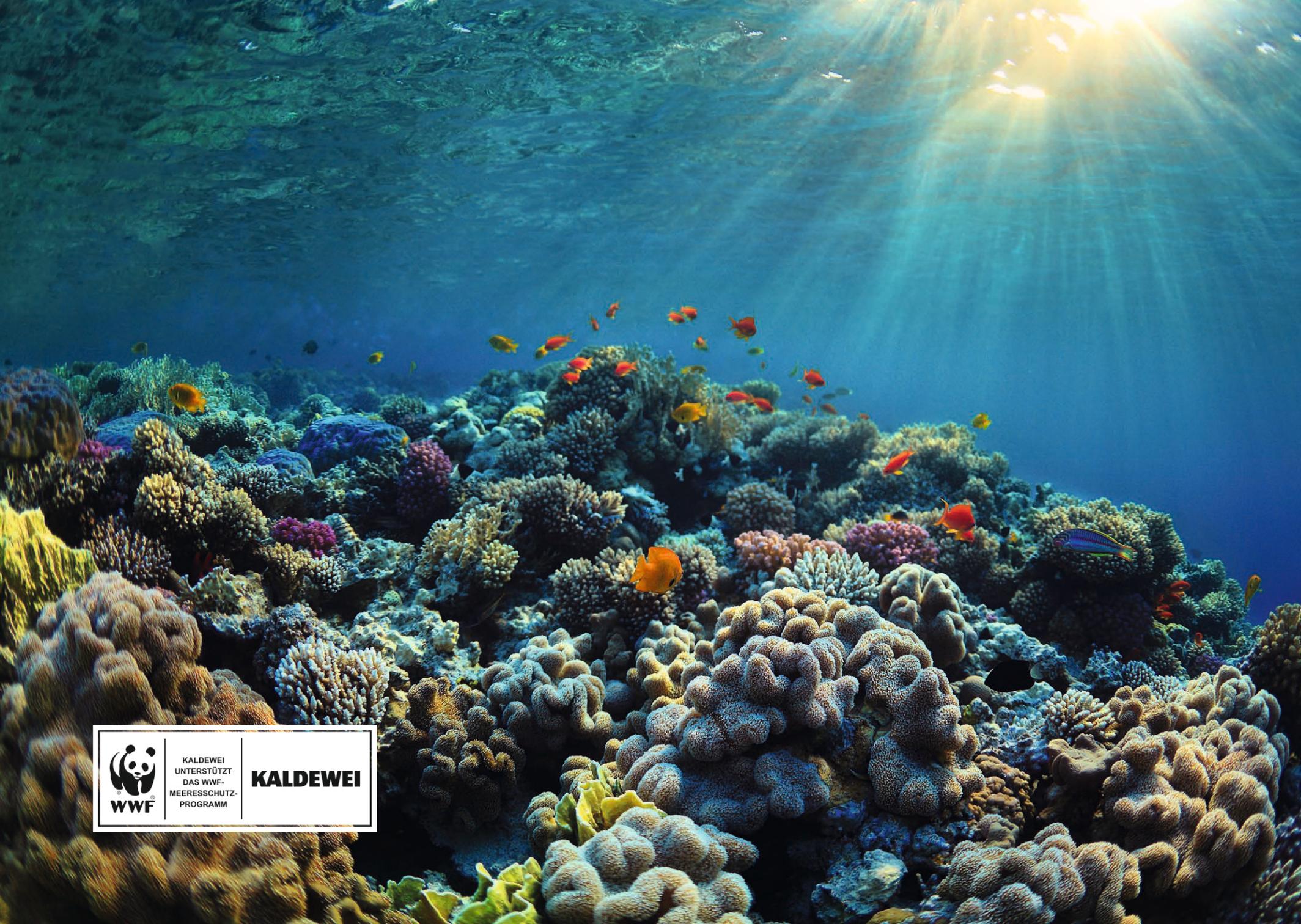
Energiewende zum Hören

„Kaum jemand nimmt sich noch Zeit, vollständige Artikel zu lesen.“ „Informationen müssen möglichst kurz dargeboten werden und schnell auf den Punkt kommen.“ „Die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen nimmt ab.“ Diese oder ähnliche Aussagen beanspruchen inzwischen universale Gültigkeit. Trotzdem gibt es auch einen gegenläufigen Trend, der aktuellen Nachrichten und der Wissensvermittlung wieder mehr Zeit zugestehen will, ja, sich dafür explizit Zeit nimmt. Podcasts, also Audioformate unterschiedlicher Dauer, werden von mehr und mehr Menschen in Anspruch genommen. Analysen belegen, dass über 90 Prozent der Podcasts bis zum Schluss gehört werden.

Auch WWF und LichtBlick stellen seit Januar 2018 einen eigenen Podcast über Streaming-Dienste wie Apple Music, spotify oder deezer bereit. In der Reihe „Mission Energiewende“ wird einmal wöchentlich ein Thema aus Klima- und Naturschutz mit Bezug zur Energiewende ausführlich besprochen. Was macht eigentlich die sogenannte Kohlekommission? Welche Rolle spielen Kleingärten für das Klima in Städten? Und wie geht es eigentlich der Ostsee? Diese und viele weitere Themen wurden in der aktuellen zweiten Staffel behandelt. Produziert wird

das Format von detektor.fm, einem Online-Radio mit Sitz in Leipzig und Vorreiter bei der Etablierung von Podcasts. Über 34 Folgen wurden inzwischen produziert, jede Folge mit einer Laufzeit von 12–15 Minuten. Auf diese Weise sind schon über sechs Stunden Hörfunk zu Klimaschutz und Energiewende entstanden. Fast 5.000 treue Abonnenten besitzt die Podcast-Reihe inzwischen, und jede Woche kommen neue hinzu. WWF und LichtBlick gelingt es mit diesem Angebot, die Inhalte der Kooperation einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. www.energiewendebeschleunigen.de

Mit diesen Motiven als Großplakate machten WWF und LichtBlick auf der Digitalmesse „re:publica“ im Frühling auf sich aufmerksam. Sie greifen Themen aus der Podcastreihe „Mission Energiewende“ auf und dienten als Hinweis für den Stand und die Veranstaltung von WWF und LichtBlick auf der Messe.



	<p>KALDEWEI UNTERSTÜTZT DAS WWF- MEERESSCHUTZ- PROGRAMM</p>	<p>KALDEWEI</p>
---	---	------------------------

KALDEWEI: Engagement für den Meeresschutz und nachhaltiges Wirtschaften

Das Familienunternehmen KALDEWEI zählt zu den europäischen Marktführern in der Produktion und Veredelung von Badewannen, Duschflächen und Waschtischen aus Stahl-Email und ist seit Dezember 2017 Kooperationspartner des WWF. Das Unternehmen verzichtet bei seinen Produkten bewusst auf die Verwendung von Kunststoffen und vertreibt zu 100 Prozent recycelbare Produkte. Gemeinsam mit dem WWF arbeitet KALDEWEI an der Entwicklung eines 2°-kompatiblen Klimaziels und unterstützt als Sponsor das WWF-Meeresschutzprogramm und im Speziellen die WWF-Arbeit zur Minderung des Plastikeintrags in die Weltmeere.

Im Fokus der Sponsoring-Partnerschaft steht ein Modellprojekt, das die Verbesserung des Abfallmanagements im Mekong-Delta in Vietnam zum Ziel hat. Denn Vietnam zählt, neben anderen südostasiatischen Ländern, zu den Haupteintragsquellen für Plastik in die Meere. Die Gründe liegen in fehlenden oder mangelhaften Abfallsammel-, Wiederverwertungs- und Entsorgungssystemen. Mit Unterstützung von KALDEWEI soll der gesamte im Projektgebiet anfallende Abfall recycelt werden, sodass kein Plastik ins Meer gelangt.



Drei Fragen an Geschäftsführer Franz Kaldewei

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

In Zusammenarbeit mit dem WWF setzen wir uns ein konkretes Klimaziel, das den Richtlinien der „Science Based Targets“-Initiative folgt. Damit richten wir unsere betriebliche Wertschöpfung stringent an den Empfehlungen des UN-Weltklimarats aus. Je konkreter das Projekt ist, desto greifbarer ist für unsere Mitarbeiter das Thema Umweltschutz und das damit verbundene Anliegen, unsere Welt auch für unsere Kinder und die nachfolgenden Generationen zu erhalten.

Warum haben Sie sich für das Sponsoring eines WWF-Modellprojekts zur Ursachenbekämpfung von Plastikmüll in den Weltmeeren entschieden?

Das Meer ist ein faszinierender Lebensraum, der uns in seiner Vielfalt und Schönheit immer wieder begeistert. Die Bedrohung des Meeres und letztendlich auch des Menschen durch Plastikmüll ist real, und wir müssen jetzt handeln, wenn wir diesen Lebensraum erhalten wollen. Wir möchten einen kleinen Beitrag dazu leisten.

Was tun Sie bereits heute bei KALDEWEI zum Thema Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist bei KALDEWEI ein fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Die konsequente Verwendung von Stahl-Email als nachhaltigem Material für die Erzeugung von Sanitärprodukten ist Ausdruck dieser Philosophie. Neben dem Bekenntnis zu Stahl-Email als 100 Prozent recycelbarem Material optimieren wir fortlaufend sowohl unsere eigene Fertigung als auch unsere Lieferkette hinsichtlich des Material- und Energieverbrauchs. Zusätzlich sensibilisieren wir die Mitarbeiter für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen.

Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Gemeinsam für den Meeresschutz



Die bereits seit 2009 bestehende Zusammenarbeit zwischen dem Medienunternehmen Sky und WWF UK wurde in der ersten Jahreshälfte 2018 international ausgeweitet. Im Rahmen einer fünfjährigen Partnerschaft unterstützt Sky unter anderem die politischen Initiativen und die Projektarbeiten des WWF vor Ort zur Sicherung der Meeresschutzgebiete in und um Großbritannien, Italien, Spanien und Deutschland. Diese zielen beispielsweise darauf, den Fischfang zu limitieren sowie die Öl- und Gasförderung zu verhindern. Denn der formale Schutzstatus allein bietet oft noch keinen effektiven Schutz vor Raubbau und Verschmutzung. Die Überführung des Schutzstatus vom Papier in die Realität ist ein fortlaufender Prozess, der nur mit gemeinschaftlichen Anstrengungen zum Erfolg führt.

Mit der aufmerksamkeitsstarken „Sky Ocean Rescue“-Kampagne sensibilisiert Sky sein Publikum darüber hinaus für das Problem einer wachsenden Verschmutzung der Meere mit Plastik und der damit verbundenen Folgen. Sky selbst geht dieser Kampagne mit gutem Beispiel voran und verpflichtete sich, bis 2020 sämtliches Einweg-Plastik aus seinem Betrieb zu entfernen.

Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Partner für nachhaltige Informationslogistik



Seit Mai 2018 ist documentus, marktführendes Unternehmen für die datenschutzkonforme Vernichtung und Verwertung papierbasierter Informationen in Deutschland, Kooperationspartner des WWF. Jährlich entsorgt documentus deutschlandweit mehr als 100.000 Tonnen Akten und Datenträger, wobei diese vollständig als Sekundärrohstoff in den Wertschöpfungskreislauf zurückgeführt werden. Damit leistet das Unternehmen einen bedeutenden Beitrag zur Förderung einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft und ist Vorreiter seiner Branche.

Die auf drei Jahre angelegte Lizenzkooperation wird über das WWF-Partnerlogo und den Claim „WWF & documentus sind Partner für nachhaltige Informationslogistik“ sichtbar und zielt darauf, ein Bewusstsein im B2B-Markt für die nachhaltige Vernichtung von Akten und Papierdatenträgern und für das Konzept der Kreislaufwirtschaft zu schaffen. Darüber hinaus sollen Handlungsfelder für documentus im Bereich Nachhaltigkeit erarbeitet und angegangen werden.

Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Heimspiel für die Wildnis



In 2018 unterzeichnet der Fußball-Bundesligist SC Freiburg eine zweijährige Kooperationsvereinbarung mit dem WWF, die mit dem Start der Bundesligasaison 2018/2019 öffentlichkeitswirksam wird. Getreu dem Motto „Heimspiel für die Wildnis“ setzt sich der Verein für die Wildnisentwicklung in Deutschland ein. Im Mittelpunkt des Engagements steht unter anderem die Entwicklung eines interaktiven Wildnis Erlebnis-Pfads im UNESCO-Biosphärengebiet Schwarzwald. Ziel ist es, den dort entstehenden „Urwald von morgen“ erlebbar zu machen und den Besuchern die ökologischen Funktionen von Naturwäldern nahezubringen.

Mit seinem ökologischen Engagement übernimmt der Bundesligist eine Vorbildfunktion für den gesamten Sport, die er mit einer langfristigen Umweltpartnerschaft an der Seite des WWF weiter festigen will.

Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Ein starkes Team für den Artenschutz



Im ersten Halbjahr 2018 schließt sich die Deutsche Eishockey Liga (DEL) und damit die erfolgreichste Hallensportart Deutschlands mit dem WWF zusammen, um mit Beginn der Spielsaison 2018/2019 ein Zeichen für den Artenschutz zu setzen. Die DEL vereint 14 Eishockey-Clubs in der höchsten deutschen Spielklasse, deren Clubnamen mehrheitlich der Tierwelt entlehnt sind. Den alarmierenden Rückgang der Artenvielfalt nimmt die DEL nun zum Anlass, um unter Einsatz der eigenen Medien – Hashtag #TeamArtenschutz – sowie mit gezielten Aktivitäten in den Stadien, wie Video-Einspielen und Mitmachaktionen, für das Thema zu sensibilisieren und zum Handeln zu mobilisieren.

Begleitend dazu verfolgt die auf zweieinhalb Jahre angelegte Partnerschaft das Ziel, Möglichkeiten zu identifizieren, den ökologischen Fußabdruck der Liga und ihrer Clubs zu reduzieren.

Tönsmeier unterstützt das WWF-Meeresschutzprogramm



Die Tönsmeier Gruppe, ein europaweit agierender Umweltdienstleister, und der WWF verlängerten das gemeinsame Engagement zum Schutz der Meere um weitere drei Jahre. Dabei wird das Projekt „Geisternetze“ fortgeführt, das Tönsmeier seit Beginn der Partnerschaft 2015 finanziell und fachlich unterstützt. Bei dem Projekt setzen sich die Partner dafür ein, den Verschmutzungsgrad der Meere durch herrenlose Fischernetze – die sogenannten „Geisternetze“ – zu reduzieren, Recyclingmöglichkeiten zu identifizieren, das Material in Sekundärrohstoffe umzuwandeln und auf diese Weise das Konzept der Kreislaufwirtschaft zu fördern.

Bis heute konnten viele Tonnen „Geisternetze“ mit Unterstützung speziell geschulter Fischkutterbesatzungen aus der deutschen Ostsee geborgen werden. Im März 2017 starteten verschiedene Versuchsreihen zu den Möglichkeiten einer stofflichen Verwer-

tung der geborgenen Netze. Ersten Erkenntnissen zufolge ist es möglich, das Material nach Säuberung der starken Verschmutzungen dem Recycling zuzuführen. Der Frage, welche Verwertungsart unter ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten am vorteilhaftesten ist, sind weitere Untersuchungen gewidmet.

Darüber hinaus unterstützt Tönsmeier seit 2018 auch die Arbeit des WWF zur Ursachenbekämpfung der Plastikverschmutzung der Meere. Diese konzentriert sich primär auf die Region Südostasien, von wo aus das meiste Plastik in die Meere gelangt, und umfasst Modellprojekte zur Verbesserung der lokalen Abfallsammel- und Recyclingsysteme. In Zusammenarbeit mit den WWF-Repräsentanten und anderen lokalen Akteuren wird Tönsmeier seine fachlichen Kompetenzen bei der Installation von Systemen zur Verwertung getrennt gesammelter Abfälle und Wertstoffe einbringen.

Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Partnerschaft im Zeichen des Klimaschutzes



Das Familienunternehmen HEINZ-GLAS zählt zu den Weltmarktführern in der Entwicklung, Produktion und Veredelung von Glasflakons und Verschlüssen für die Parfümerie- und Kosmetikbranche und ist seit Mai 2017 Kooperationspartner des WWF. Die Ziele der Partnerschaft beinhalten die Realisierung eines wissenschaftsbasierten <2°-Klimaziels und eine CO₂-ärmere Energiebereitstellung. Darüber hinaus sollen die Mitarbeiter im Rahmen von Workshops und der jährlich stattfindenden HEINZ-GLAS Nachhaltigkeitstage für nachhaltigkeitsrelevante Themen sensibilisiert und zu ökologisch verantwortungsvollem Handeln angeleitet werden.

Seit 2018 engagiert sich das Unternehmen für den 2°Campus der WWF-Schülerakademie. Beim 2°Campus erarbeitet einmal jährlich ein ausgewählter Kreis von 20 Jugendlichen zusammen mit führenden Wissenschaftlern 2°-kompatible Konzepte für die Themenfelder Ernährung, Wohnen, Mobilität und Energie. HEINZ-GLAS unterstützt das Programm als Hauptsponsor und Jury-Mitglied und bietet den Jugendlichen mit dem Nachhaltigkeitstag eine Präsentationsplattform für ihre Konzepte.

Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen; Spende

Gemeinsam für den Schutz von Klima, Wäldern & Ressourcen



Seit März 2017 setzt sich WEPA, einer der größten Produzenten von Hygienepapieren in Europa, an der Seite des WWF für die Verwendung nachhaltiger Rohstoffe ein. Die „Mach mit“-Produkte von WEPA bestehen zu 100 Prozent aus Altpapier, sind mit dem Blauen Engel zertifiziert und tragen das Panda-Logo. Außerdem verfolgt das Unternehmen das Ziel, den Anteil von nachhaltig gewonnenen Frischfaserzellstoffen zu steigern und im Hygienebereich insgesamt zu einer Anteilserhöhung von Recyclingfasern beizutragen. Dabei stehen die Hybridprodukte, die WEPA für den Handel produziert, im Fokus. Die bis zu einem Drittel aus Recyclingfasern bestehenden Produkte entsprechen qualitativ herkömmlichen Frischfaserprodukten und sollen die Akzeptanz für Recyclingpapiere im Markt erhöhen. Ferner zielt die Partnerschaft auf die Ermittlung und mögliche Realisierung eines <2°-kompatiblen Klimaziels, um den energieintensiven Prozess der Papierherstellung klimafreundlicher zu gestalten.

Zusätzlich engagiert sich WEPA als Sponsor für das Naturschutzprojekt „Wilde Mulde“, das sich die Revitalisierung des Elbe-Nebenflusses zum Ziel gesetzt hat.

Förderung nachhaltigen Wirtschaftens; Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Nachhaltiger Genuss mit COSTA Meeresspezialitäten



COSTA ist seit Ende 2010 Partner des WWF. Als marktführender Anbieter von Fisch und Meeresfrüchten plant COSTA, sein gesamtes Sortiment bis Ende 2018 auf nachhaltigere Bezugsquellen umzustellen. Die Partnerschaft beinhaltet einerseits eine umfassende Beratung bei der Sortimentsgestaltung durch den WWF sowie andererseits die Weiterentwicklung der bestehenden Einkaufsleitlinien. Insgesamt zwölf Produkte sind nach anerkannten ökologischen Standards, beispielsweise des Marine Stewardship Council (MSC), zertifiziert und tragen das Panda-Logo. Die Kennzeichnung mit dem Panda-Logo soll es Verbrauchern erleichtern, eine verantwortungsvolle Kaufentscheidung zu treffen.

Seit Anfang 2017 unterstützt COSTA zudem die WWF-Arbeit zur Reduzierung der Plastikverschmutzung der Meere. Diese reicht von der Einflussnahme auf politische Rahmenbedingungen und Kampagnen zur Aufklärung der Öffentlichkeit bis hin zu Projekten zur Verbesserung der Abfallsammel- und Abfallverwertungssysteme in den Hauptverursacherländern in Südostasien.

Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Mit Spaß in eine nachhaltige Zukunft



Bereits seit 2015 engagiert sich der Ferienparkbetreiber Center Parcs Deutschland für das WWF Kinder- und Jugendprogramm. Im Rahmen dieses Engagements lädt Center Parcs einmal jährlich Kinder und ihre Familien zur „Kids Climate Conference“ ein. Ziel der Veranstaltung ist, die junge Generation mit Spaß an Themen des Natur- und Umweltschutzes heranzuführen, sie und ihre Familien für ein verantwortungsvolles Handeln zu sensibilisieren und gemeinsam Ideen für eine nachhaltige Zukunft zu entwickeln. So stand die Veranstaltung im Juni 2018 ganz im Zeichen des Mottos „Die Welt in Bewegung“ und gab unter anderem eine Antwort auf die Frage, wie sich der Mensch nachhaltig bewegen kann.

Ebenfalls im Juni 2018 gaben die Partner bekannt, dass sie ihre erfolgreiche Kooperation um weitere drei Jahre verlängern. Die Partnerschaft wird auch weiterhin darauf gerichtet sein, Kinder und Familien für eine aktive Beteiligung am Natur- und Umweltschutz zu begeistern. Zugleich unterstützt der WWF den Center Parcs Park Allgäu bei der Gestaltung eines pädagogischen Umweltprogramms.

Sponsoring von WWF-Projekten; Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Partnerschaft zur Rettung eines Weltnaturerbes

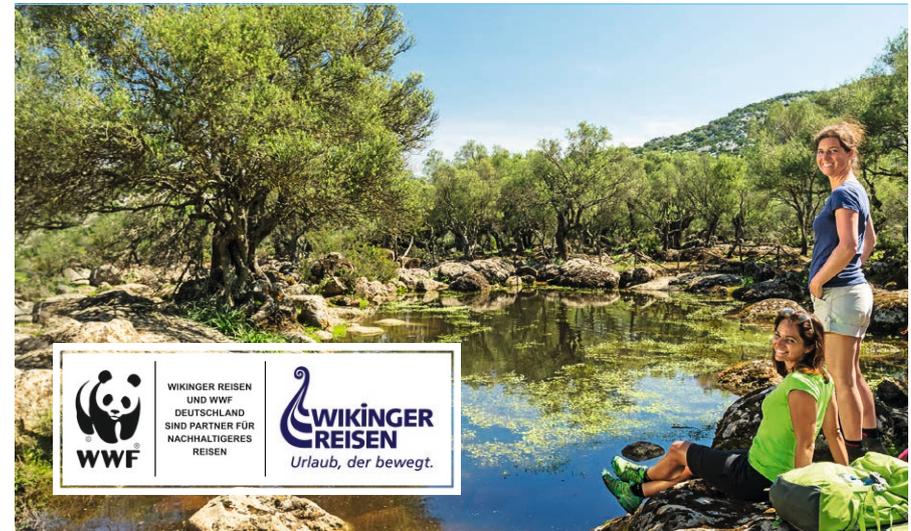


Seit Dezember 2015 ist Kneipp, Hersteller von Bade- und Körperpflege- sowie Gesundheitsprodukten, Sponsoringpartner des WWF-Projekts zum Schutz der Regenwälder in Tansania. Mit Unterstützung des Traditionsunternehmens konnten bis 2018 Flächen von insgesamt 20.500 Hektar als Waldschutzgebiete ausgewiesen und allein in 2018 in 13 Gemeinden weit über 8.000 Hektar Wald FSC-zertifiziert werden. Darüber hinaus wurden 70 Dorfbewohner als sogenannte „Forest Guards“ ausgebildet, sechs Baumschulen aufgebaut und über 20.000 Jungpflanzen zu Aufforstungszwecken angezogen.

Die mehrjährige, zweckgebundene Sponsoringpartnerschaft verbessert die Planungssicherheit für die Projektverantwortlichen und leistet einen wichtigen Beitrag zur Realisierung zukünftiger Projekte. Hierzu zählen die Fortsetzung der Aufforstungsmaßnahmen, der Ausbau der Gemeindewälder und die Schaffung zusätzlicher Einkommensmöglichkeiten für die einheimische Bevölkerung, durch beispielsweise die Bienenzucht, sowie ein vollständiges Eindämmen der regionalen Entwaldung.

Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen

Partnerschaft für nachhaltigeres Reisen



Der Reiseveranstalter Wikinger Reisen engagiert sich seit mehr als fünf Jahren an der Seite des WWF für mehr Nachhaltigkeit im Tourismussektor. Die Angebote des Reiseveranstalters folgen der Grundidee eines naturnahen und naturschonenden Reisens. Sie sollen die Natur und ihre Artenvielfalt erlebbar machen und sind zugleich strengen Nachhaltigkeitskriterien verpflichtet. Feste Bestandteile dieses nachhaltigen Reisekonzepts sind die umfassende Information der Reisenden zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen vor Reisebeginn, die gezielte Programmgestaltung und sorgsame Auswahl der Unterkünfte. Dazu soll künftig ein stärkerer Schwerpunkt auf die Vermeidung von Plastik im Tourismus gelegt werden.

Derzeit bieten Wikinger Reisen und der WWF fünf gemeinsame Reisen an, bei denen die Reisenden einzigartige Naturräume entdecken können und sich des Werts einer intakten Natur, aber auch deren Verletzlichkeit bewusst werden. Die Angebote reichen von Wanderreisen auf der Ostseeinsel Darß und in Kroatien über Erlebnisreisen nach Namibia und Botswana bis hin zu einem Aktivprogramm auf der Nordseeinsel Juist.

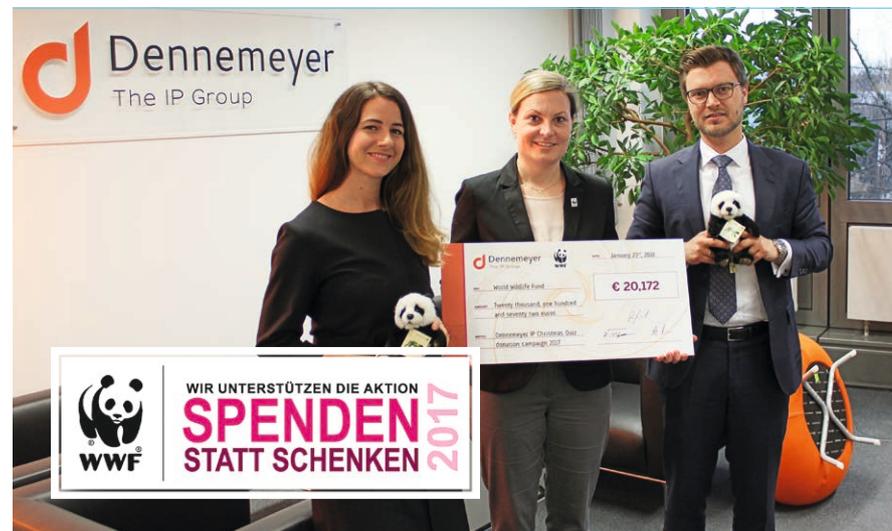
Umweltschonende Outdoor-Ausrüstung



Der Outdoor-Ausrüster VAUDE und der WWF blicken auf eine mittlerweile mehr als siebenjährige Zusammenarbeit zurück. VAUDE steht für hochfunktionale Produkte mit minimalem ökologischem Fußabdruck. Mit dem „Green Shape“-Label kennzeichnet VAUDE Produkte aus nachhaltigen Materialien sowie ressourcen- und umweltschonender Herstellung. Das Unternehmen bietet darüber hinaus einen Reparaturservice zur Verlängerung der Produktlebensdauer und nimmt nicht reparable Produkte zurück, um sie wohltätigen Zwecken oder dem Up-Cycling zuzuführen.

Die Partnerschaft beinhaltet einen fachlichen Austausch, beispielsweise zu nachhaltigen Verpackungsmaterialien oder zur Verringerung des Plastikeintrags in die Umwelt, der von Textilien aus Kunstfasern mitverursacht wird. Im September 2017 hat VAUDE gemeinsam mit dem WWF sowie mit Hochschulen und Partnern, unter anderem aus der Sportartikelbranche, das Forschungsprojekt „TextileMission“ ins Leben gerufen, das staatliche Fördermittel erhält. Das Projekt zielt beispielsweise auf die Erforschung biobasierter und biologisch abbaubarer Fasern als umweltschonende Alternative zu Kunstfasern.

Dennemeyer Weihnachtsquiz zugunsten des WWF



Im Rahmen ihres jährlichen Weihnachtsquiz unterstützte die Dennemeyer Gruppe, einer der weltweit führenden Full-Service-Anbieter von Dienstleistungen und Software-Lösungen für den gewerblichen Rechtsschutz, die Natur- und Artenschutzprojekte des WWF. Für jede richtige Quiz-Antwort spendete das Unternehmen 2 Euro an den WWF. So ist es gelungen, eine beachtliche Spendensumme von über 20.000 Euro zu sammeln. Der Betrag wurde im Rahmen einer Mitarbeiterveranstaltung, bei der ein Vertreter des WWF einen Gastvortrag hielt, von der Geschäftsleitung übergeben.

Dennemeyer war 2017 einer von über 100 Teilnehmern an der WWF-Weihnachtsaktion „Spenden statt schenken“ für Unternehmen. Statt Geschenke an Geschäftspartner und Kunden zu versenden, spendeten die Teilnehmer für Programme und Projekte des WWF und setzten mit ihrer Weihnachtspost ein Zeichen für den Natur- und Artenschutz.

Partner	Branche	Naturschutzfokus	Art der Kooperation
A.W. Schütte GmbH & Co. KG	Einzelhandel	Biodiversität	■
Arndt GmbH	Gas-, Wasser-, Heizungs- sowie Lüftungs- und Klimainstallation	Klima	■
Arti Kalender & Promotion Service GmbH	Papier-, Büro- und Schreibartikel	Rohstoffe	■
Caresse Cosmetics B. V.	Herstellung von Körperpflegeprodukten	Biodiversität	■
Center Parcs Leisure Deutschland GmbH	Tourismus (Ferienparks)	Biodiversität, Klima	■ ■
COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG	Fischverarbeitung	Meere, Rohstoffe	■ ■ ■
Deutsche Eishockey Liga (DEL)	Sport	Biodiversität	■
dm-drogerie markt GmbH & Co. KG	Einzelhandel (Drogeriewaren)	Rohstoffe	■
documentus Deutschland GmbH	Datenvernichtung	Rohstoffe	■
EDEKA Zentrale AG & Co. KG	Einzelhandel (Lebensmittel)	Rohstoffe, Klima, Süßwasser, Biodiversität, Verpackungen	■ ■ ■ ■ ■
EDEKA Minden	Einzelhandel (Lebensmittel)	Biodiversität	■ ■
Franz Kaldewei GmbH & Co. KG	Badausstattung	Meere, Klima	■ ■ ■
HEINZ-GLAS GmbH & Co. KGaA	Glasherstellung	Klima	■ ■ ■
HORNBACH Baumarkt AG	Baumarkt	Rohstoffe	■ ■
Jöllensbeck GmbH	Herstellung von Computerzubehör	Biodiversität	■
Karl Tönsmeier Entsorgungswirtschaft GmbH & Co. KG	Entsorgung, Recycling, Verwertung	Rohstoffe, Meere	■ ■
Katjes Fassin GmbH & Co. KG	Süßwarenherstellung	Biodiversität	■
Kneipp GmbH	Hersteller von Naturheilkundeprodukten	Rohstoffe, Biodiversität	■ ■
Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG	Getränkeherstellung	Biodiversität	■ ■
LichtBlick SE	Energieversorgung	Klima	■ ■
Marketingservice Rathgeber GmbH	Verlagswesen	Biodiversität	■
Miele & Cie. KG	Herstellung von Haushalts- und Gewerbegeräten	Klima	■ ■
MTD Products AG – Geschäftsbereich WOLF-Garten	Gartenmaschinen und -zubehör	Biodiversität	■
Netto Marken-Discount AG & Co. KG	Einzelhandel (Lebensmittel)	Rohstoffe, Klima, Süßwasser, Biodiversität, Verpackungen	■ ■ ■ ■ ■
SC Freiburg e. V.	Sport	Biodiversität	■ ■
Sky plc	Medien	Meere	■ ■
Schleich GmbH	Spielwarenhersteller	Biodiversität	■ ■
Söll GmbH	Teich- und Aquarientechnik sowie Fischfutterherstellung	Rohstoffe	■
Sprint Sanierung GmbH	Baugewerbe	Biodiversität	■ ■
Tchibo GmbH	Einzelhandel	Süßwasser	■ ■
umixx GmbH	Papier-, Büro- und Schreibartikel	Rohstoffe, Biodiversität	■ ■
VAUDE Sport GmbH	Herstellung von Bekleidung	Rohstoffe, Biodiversität	■ ■ ■
Vilsa Brunnen Otto Rodekohl GmbH & Co. KG	Getränkeherstellung	Biodiversität, Klima	■ ■ ■
WEPA Hygieneprodukte GmbH	Hygienepapiere	Rohstoffe, Wald, Biodiversität, Klima	■ ■ ■ ■ ■
Wikinger Reisen GmbH	Tourismus (Reiseveranstalter)	Klima, Rohstoffe	■ ■
50Hertz Offshore GmbH	Energieversorgung	Klima	■ ■
Internationale Kooperationen			
Forest Srl – Save the Duck	Herstellung von Bekleidung	Biodiversität	■
International Bon Ton Toys B. V. (IBTT)	Spielwaren	Rohstoffe, Biodiversität	■ ■
Merchant Ambassador Ltd.	Spielwaren	Rohstoffe, Biodiversität	■ ■

■ Kommunikation und Sensibilisierung für Umweltthemen ■ Sponsoring von WWF-Projekten ■ Förderung nachhaltigen Wirtschaftens ■ Spenden

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

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