

# EINNAHMEN

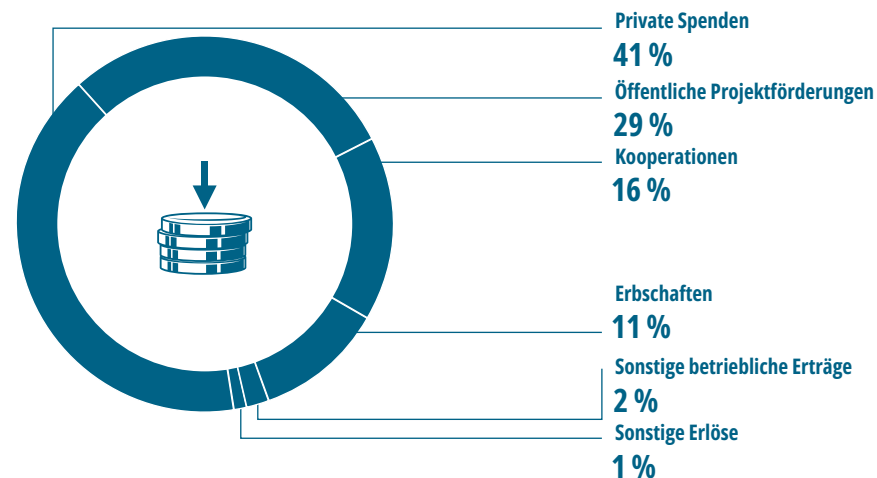
## Finanzjahr 2024/2025

Das bilanzierte Finanzjahr stand noch einmal ganz im Zeichen der im Jahr zuvor beschlossenen Konsolidierung, auf deren Grundlage der WWF Deutschland seither arbeitet. Damit ist eine strategische, thematische und regionale Neuausrichtung einhergegangen, die sich dem Ziel verpflichtet sieht, den WWF als eine stabile, zukunftsorientierte Natur- und Umweltorganisation aufzustellen.

### ERGEBNIS

Nach Jahren gewisser Unsicherheiten blickt der WWF Deutschland nun wieder auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Das Betriebsergebnis (EBIT) inklusive zweckgebundener Rücklagen beträgt 9,6 Millionen Euro (Vorjahr 0,2 Millionen Euro). Es liegt damit deutlich über dem Betriebsergebnis des Vorjahres, was im Wesentlichen auf den Anstieg der betrieblichen Einnahmen in Höhe von 8,9 Millionen Euro zurückzuführen ist. Das Finanzergebnis liegt mit 1,0 Millionen Euro etwas unterhalb des Vorjahresniveaus von 1,3 Millionen Euro. Zwar ermöglichten die höheren liquiden Mittel ein größeres Anlagevolumen am Finanzmarkt. Andererseits schmälerte die global unbeständige Finanzmarktsituation die Realisierung höherer Erträge.

### Aufteilung der Einnahmen



Einnahmen	FY23		FY24		FY25	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
<b>Private Spenden</b>	56.294	46	54.018	42	55.643	41
<b>Erbschaften</b>	8.345	7	12.261	10	15.246	11
<b>Öffentliche Projektförderungen*</b>	36.609	30	38.842	30	39.715	29
<b>Kooperationen</b>	17.579	14	19.328	15	22.137	16
<b>Sonstige Erlöse</b>	3.303	3	2.658	2	1.786	1
<b>Sonstige betriebliche Erträge**</b>	1.341	1	1.037	1	2.559	2
<b>Gesamteinnahmen ohne Vermögensverwaltung</b>	<b>124.461</b>	<b>100</b>	<b>128.144</b>	<b>100</b>	<b>137.086</b>	<b>100</b>
zzgl. Erträge Vermögensverwaltung	229		1.822		1.495	

\* Vormalig institutionelle Zuwendungen

\*\* Vormalig sonstige Einnahmen

Aus rechentechnischen Gründen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## EINNAHMEN

Die Gesamteinnahmen ohne Finanzergebnis und Steuern lagen mit 137,1 Millionen Euro deutlich über denen des Vorjahres (128,1 Millionen Euro). Das ist vor allem den Einnahmenezuwächsen bei den Erbschaften zu verdanken. Sie vergrößerten sich um 3,0 Millionen Euro (+24,3 Prozent) gegenüber dem Vorjahr. Zusätzliche Einnahmensteigerungen in Höhe von 1,9 Millionen Euro (+8,8 Prozent) erzielten wir bei den von Kooperationen und sonstigen Einnahmen. Zuwächse um 1,6 Millionen Euro (+3,0 Prozent) gab es auch bei Spenden. Die sonstigen Einnahmen wuchsen um 0,2 Millionen Euro (+23,5 Prozent). Mehr Wachstum um 0,9 Millionen Euro (+2,2 Prozent) gab es zudem bei den öffentlichen Projektförderungen (vormals institutionelle Zuwendungen genannt).

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Auflösungen aus Rückstellungen in Höhe von 2,3 Millionen Euro (Vorjahr 0,9 Millionen Euro). Diese resultieren im Wesentlichen aus Rückstellungen, die im Vorjahr für die Konsolidierung, für die Abwicklung neu eingegangener Nachlässe und für verlorengegangene Dokumente infolge des Archivbrands als ungewisse Verbindlichkeiten gebildet wurden.

## ZUSAMMENARBEIT MIT UNTERNEHMEN

Die Kooperationen, die die Zusammenarbeit mit Unternehmen widerspiegeln, sind auf 22,1 Millionen Euro gestiegen – ein Wachstum von 14,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Wir vom WWF setzen uns auf verschiedenen Wegen dafür ein, dass Unternehmen und Finanzakteure zu einem Teil der Lösung werden. Wir wollen dort Veränderungen erreichen, wo wir den größten Handlungsdruck und das größte Potenzial für positive Wirkungen sehen – zum Beispiel im Gebäudesektor, im Lebensmitteleinzelhandel oder in der Finanzwirtschaft. Mit „One Planet Business – by WWF“ beraten wir umwelt- und emissionsintensive Unternehmen, wie sie ihre Geschäftstätigkeit und Lieferketten an den planetaren Belastungsgrenzen ausrichten, und begleiten sie bei allen Schritten der Nachhaltigkeitstransformation.

Genauso unterstützen wir Unternehmen dabei, über die eigene Wertschöpfung hinaus Verantwortung zu übernehmen, beispielsweise mit einem Naturschutz-Sponsoring oder einer Spende. Es geht uns in der Zusammenarbeit mit Unternehmen aber auch darum, Mitarbeiter:innen und Verbraucher:innen zu sensibilisieren und zu mobilisieren. Mit den Lernangeboten der WWF Akademie oder dem WWF Living Planet Talk vermitteln wir Wissen und Kompetenzen oder machen Nachhaltigkeit und Naturschutz im Unternehmen erlebbar. In gemeinsamen Kampagnen werben wir für nachhaltigeres Verhalten im Alltag. Und mithilfe des Panda-Logos machen wir messbare Fortschritte, nachhaltigere Produkte und verantwortungsvolles Engagement sichtbar.

In unserer Arbeit orientieren wir uns an den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und an den Leitlinien des internationalen WWF-Netzwerks. Wir wollen erreichen, dass sich Unternehmen so weit verändern wie nötig – dass sie nicht nur „ein bisschen nachhaltiger“, sondern „wirksam nachhaltig“ werden. Unternehmen, deren Geschäftsmodelle in einer nachhaltigen Welt keinen Platz haben, schließen wir von jeglicher Zusammenarbeit aus. Dazu gehören die Industrien Kohle, Öl und Gas sowie Tabak und Rüstung.