



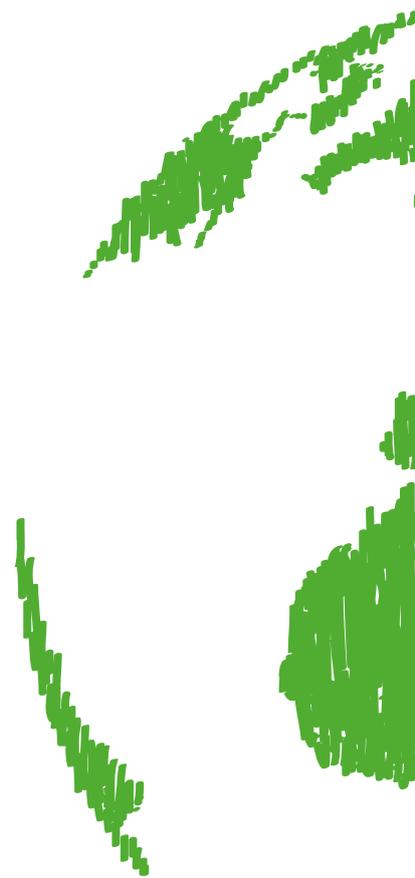
Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt

# Wirkungsbericht 2022

nach dem **Social Reporting Standard**



*Albert Schweitzer*  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt



# Herzlich willkommen zu unserem **Transparenz- und Wirkungsbericht 2022.**



Liebe Leser:innen,

vor zehn Jahren haben wir zum ersten Mal einen Jahresbericht nach dem – damals noch jungen – Social Reporting Standard erstellt. Zu dieser Zeit bestanden die jährlichen Berichte von gemeinnützigen Organisationen meistens noch aus bunten Bildern und netten Geschichten. Zu Überlegungen hinter der Herangehensweise sowie zur Effektivität und Effizienz der Organisationen fand man dagegen selten tiefergehende Informationen. Ich freue mich, dass wir dazu beitragen konnten, diesen Zustand innerhalb eines Jahrzehnts zumindest ein Stück weit zu wandeln.

Ganz in diesem Sinne finden Sie auch in diesem Bericht wieder weitreichende Informationen zu unserer Arbeit und Wirkung sowie zu unserer Strategie, unseren Finanzen und allgemein zur Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt.

Auch im Jahr 2022 hat unser Team wieder viel für die Tiere bewegt. Mein ganz herzlicher Dank geht daher an unsere Mitarbeiter:innen sowie an alle Menschen, die es durch ihre kleinen und großen Spenden überhaupt erst möglich machen, dass wir gemeinsam erfolgreich am Wandel im Umgang mit den Tieren arbeiten können.

Ihnen, liebe Leser:innen, wünsche ich eine interessante und angenehme Lektüre.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'M. Klosterhalfen'. The signature is fluid and cursive.

Mahi Klosterhalfen | Präsident



# Inhaltsverzeichnis

## 1. Einleitung 06

- 1.1 Vision und Ansatz 06
- 1.2 Gegenstand des Berichts 08

## 2. Das Problem und unser Lösungsansatz 10

- 2.1 Das gesellschaftliche Problem 10
- 2.2 Bisherige Lösungsansätze 14
- 2.3 Unser Lösungsansatz 15
  - 2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen 16
  - 2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf die Zielgruppen 18
  - 2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik 20

## 3. Ressourcen, Leistungen, Wirkungen 24

- 3.1 Unternehmen 24
  - 3.1.1 Eingesetzte Ressourcen 24
  - 3.1.2 Erbrachte Leistungen 24
  - 3.1.3 Erreichte Wirkungen 25
- 3.2 Verbraucher:innen 27
  - 3.2.1 Eingesetzte Ressourcen 27
  - 3.2.2 Erbrachte Leistungen 27
  - 3.2.3 Erreichte Wirkungen 29
- 3.3 Recht 30
  - 3.3.1 Eingesetzte Ressourcen 30
  - 3.3.2 Erbrachte Leistungen (Output) 30
  - 3.3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact) 30
- 3.4 Politik 32
  - 3.4.1 Eingesetzte Ressourcen (Input) 32
  - 3.4.2 Erbrachte Leistungen (Output) 32
  - 3.4.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact) 33
- 3.5 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen 34
- 3.6 Maßnahmen zur begleitenden Qualitätssicherung 36
- 3.7 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichungen, Lernerfahrungen und Erfolge 37



## **4. Planung und Ausblick 42**

- 4.1 Planung und Ziele 42
- 4.2 Einflussfaktoren: Chancen & Risiken 44

## **5. Organisationsstruktur und Team 48**

- 5.1 Organisationsstruktur 48
- 5.2 Vorstellungen der handelnden Personen 49
- 5.3 Partnerschaften, Kooperationen & Netzwerke 51

## **6. Organisationsprofil 54**

- 6.1 Allgemeine Angaben 54
- 6.2 Governance 56
  - 6.2.1 Leitungs- und Geschäftsführungsorgan 56
  - 6.2.2 Aufsichtsorgan 57
  - 6.2.3 Interessenkonflikte 57
  - 6.2.4 Internes Kontrollsystem 57
- 6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften & verbundene Organisationen 58
  - 6.3.1 Eigentümerstruktur 58
  - 6.3.2 Mitgliedschaften in anderen Organisationen 58
  - 6.3.3 Verbundene Organisationen 58
- 6.4 Umwelt- & Sozialprofil 59

## **7. Finanzen und Rechnungslegung 62**

- 7.1 Buchführung und Rechnungslegung 62
- 7.2 Vermögensrechnung 62
- 7.3 Einnahmen und Ausgaben 62
- 7.4 Finanzielle Situation und Planung 65

## **8. Impressum 65**

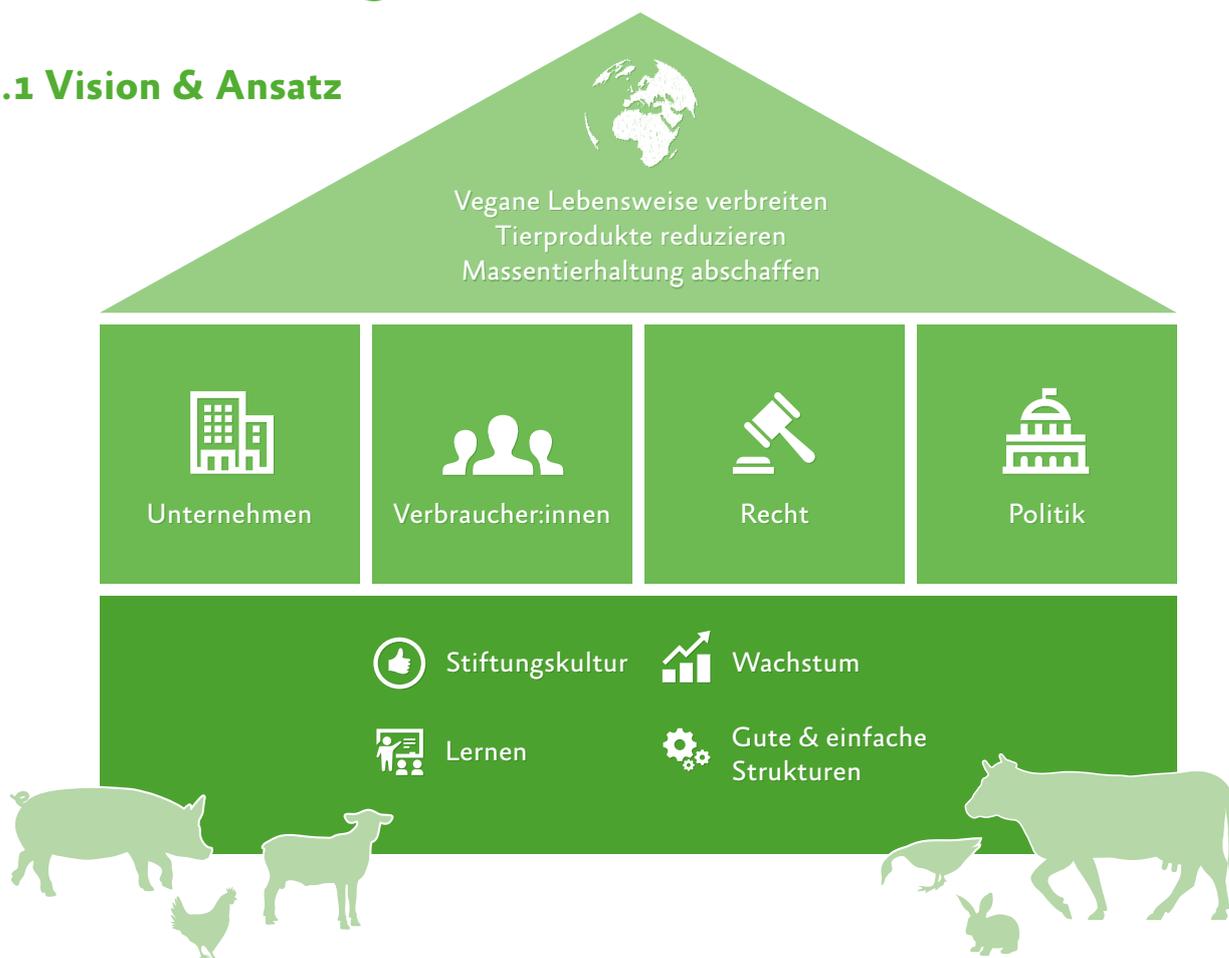
- Endnoten 66

»Die Ehrfurcht vor dem Leben, zu der wir Menschen gelangen müssen, begreift alles in sich, was als Liebe, Hingebung, Mitleiden, Mitfreude, Mitstreben in Betracht kommen kann.«

Albert Schweitzer

# 1. Einleitung

## 1.1 Vision & Ansatz



»Eine Vision ohne Aktion ist nur ein Tagtraum«, soll der Friedensnobelpreisträger Nelson Mandela gesagt haben. Hier stellen wir unsere Vision und die Strategie zu ihrer Realisierung vor. Während unsere Vision langfristige Ziele enthält, geht es in der Strategie um die Umsetzung in den nächsten Jahren.

## Vision

Unsere Vision ist eine Welt, in der Albert Schweitzers Ehrfurcht vor dem Leben umgesetzt und die Ausnutzung von Tieren beendet wird. Unsere Mission ist es, die Massentierhaltung abzuschaffen, die Produktion und den Verbrauch von Tierprodukten zu reduzieren sowie die vegane Lebensweise zu verbreiten.

Unserer Vision nähern wir uns schrittweise an, indem wir Schwerpunkte auf Hebel legen, die kurz- und mittelfristig besonders viel Wirkung versprechen. Außerdem fokussieren wir uns auf Ansätze, die einen hohen zusätzlichen Nutzen für die Tierschutz- und Tierrechtsbewegungen haben. Dabei handelt es sich oft um Aufgabengebiete, die von den Bewegungen relativ wenig oder noch wenig erfolgreich abgedeckt werden.



## Strategie – die vier Säulen

Da sich langfristige Entwicklungen nur grob prognostizieren lassen, konzentrieren wir uns in unserer Strategie auf die nächsten drei – relativ gut planbaren – Jahre. Die Strategie passen wir fortlaufend an die äußeren Umstände sowie an unsere eigenen Möglichkeiten und Erkenntnisse an.

Mit unserer Strategie bauen wir auf vier Säulen auf, die uns dabei helfen, der Verwirklichung unserer Vision näher zu kommen.

### Unternehmen



Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft haben einen großen Einfluss darauf, wie viele landwirtschaftlich genutzte Tiere auf welche Art und Weise gehalten werden.

Unsere Arbeit trägt maßgeblich dazu bei, dass immer mehr Unternehmen ihre Tierschutzstandards erhöhen. Oft können wir konstruktiv mit der Wirtschaft zusammenarbeiten. Allerdings sind nicht alle Unternehmen gleich motiviert, weshalb wir auch vermehrt über Kampagnen Druck ausüben.

Wir waren sehr erfolgreich darin, den Verkauf sowie die Verarbeitung und damit auch die Produktion von Käfigeiern in Deutschland weitgehend zu beenden. Jetzt konzentrieren wir uns darauf, ähnliche Schritte für Masthühner und Fische in Aquakulturen zu gehen. Zudem werden wir verstärkt Unternehmen dabei unterstützen, weniger Tierprodukte zu verbrauchen, indem wir die zahlreichen Vorteile für Gesundheit, Tier- und Umweltschutz betonen sowie Wege zur Umsetzung aufzeigen.

Die Arbeit mit und zum Teil auch gegen Unternehmen ist zudem der Fokus unserer Internationalisierung. Bislang haben wir eine Tochterstiftung in Polen gegründet.

### Verbraucher:innen



Um möglichst viele Menschen zu erreichen, ihnen Alternativen zum Konsum von Tierprodukten aufzuzeigen und erfolgreiche Veränderungen in ihrem Verhalten zu erwirken, haben wir die Vegan Taste Week ins Leben gerufen. Diese entwickeln wir weiter und nutzen gezielte Online-Werbung, um noch mehr Menschen mit Interesse an den Inhalten zu gewinnen.

### Recht



Verstöße gegen das Tierschutzrecht gehören in der Massentierhaltung zum System. Das in den letzten Jahren in mehreren Bundesländern eingeführte Verbandsklagerecht ermöglicht es endlich, dagegen vorzugehen. Diese Möglichkeit nutzen wir, indem wir klagebefugte Organisationen sowohl finanziell als auch mit unserer juristischen Kompetenz unterstützen. Um sicherzustellen, dass Gerichtsurteile in der Praxis umgesetzt werden, führen wir ggf. Anschlusskampagnen durch.

### Politik



Die Politik dazu zu bewegen, das Staatsziel Tierschutz mit greifbaren Inhalten zu füllen, ist schwer. Das liegt auch an der großen Lobbykraft der Tierindustrie. Trotzdem zeigt die Erfahrung, dass es nicht unmöglich ist, Regierungen zum Handeln zu bewegen. Insbesondere wenn die Wirtschaft bereits Tatsachen geschaffen hat, stehen die Chancen gut, dass die Politik nachzieht. So wurde das Verbot jeglicher Käfighaltung von Legehennen (tritt 2025 in Kraft) auch damit begründet, dass diese Systeme kaum noch wirtschaftliche Relevanz haben.

Unsere politische Arbeit sehen wir daher im Zusammenhang mit unseren anderen Strategiesäulen – insbesondere Unternehmen und Recht. Die im Herbst 2021 gewählte Ampelkoalition mit einem Grünen Bundeslandwirtschaftsminister sehen wir als Chance, im Bereich Politik mehr zu erreichen, als das bisher möglich war.

# Strategie – die Basis

Die Basis ist eine wichtige Grundlage, um mit unseren Strategiesäulen viel bewegen zu können.

## Zufriedenheit



Die Zufriedenheit unseres Teams ist eine wichtige Voraussetzung für eine gute und dauerhafte Zusammenarbeit. Sie fängt mit einem strukturierten Onboarding an und beinhaltet Klarheit bei Aufgabenverteilungen, Verantwortlichkeiten sowie Entscheidungen. Regelmäßiger Austausch, das Eingrenzen von hohen Belastungen, Feedback in alle Richtungen und – wenn sinnvoll – die Einbindung des Teams in Entwicklungen tragen ebenfalls zur Zufriedenheit bei.

## Wachstum



Wachstum ist ein wichtiges Element, um noch mehr für die Tiere bewirken zu können. Nicht nur in Deutschland, sondern insbesondere auch international sehen wir viele Möglichkeiten, auf die Umsetzung unserer Vision und Strategie hinzuarbeiten.

Unsere Erfahrung zeigt: Je mehr Menschen uns aktiv folgen (insbesondere über unsere Newsletter), desto höher werden die uns anvertrauten Spenden und Förderschafungen. Deshalb sorgen wir dafür, immer mehr Menschen zu erreichen, die unsere Arbeit schätzen.

## Lernen



Wir bilden uns gezielt weiter und achten verstärkt darauf, dafür auch Kapazitäten zu reservieren. Zudem arbeiten wir an unserer Konfliktfähigkeit, Resilienz und Lernkultur.

## Gute & einfache Strukturen



Klare und unbürokratische Strukturen unterstützen unsere Arbeit und vermeiden unnötige Fleißarbeit. Hier schleifen wir immer wieder nach, um möglichst wenig Komplexität entstehen zu lassen.

Wir achten außerdem darauf, möglichst wenige Aufgaben und Projekte auf einmal anzugehen. Daher arbeiten wir mit klaren Priorisierungen und scheuen uns nicht, Projekte mit niedriger Priorität zu pausieren oder zu verschieben.

## 1.2 Gegenstand des Berichts

### Geltungsbereich

Dieser Bericht umfasst den weitaus größten Teil unserer Arbeit. Kleinere Aufgaben und Projekte führen wir jedoch nicht auf.

### Anwendung des SRS

In diesem Bericht arbeiten wir nach den Vorgaben der aktuellen Version des Social Reporting Standards (SRS), Stand 2014. Jahresberichte nach dem SRS erstellen wir seit 2012.

### Berichtszeitraum und Berichtszyklus

Wir berichten über unsere Arbeit im Kalenderjahr 2022. An einigen Stellen fließen relevante Informationen aus dem Jahr 2023 mit ein.

### Ansprechpartner

Hauptverantwortlich für den Inhalt des Berichts ist Mahi Klosterhalfen, Präsident und Geschäftsführer der Stiftung. Anfragen können über die in Kapitel 6.1 genannten Kontaktmöglichkeiten gestellt werden.



# 2. Das Problem und unser Lösungsansatz

## 2.1 Das gesellschaftliche Problem

Lebewesen Leid zuzufügen und sie zu töten sind generelle ethische Probleme und insbesondere dann nicht zu vertreten, wenn es keine Notwendigkeit dafür gibt. Die massenhafte »Produktion« von Fleisch, Fisch, Milch und Eiern ist der Bereich, in dem der Mensch mit Abstand am meisten Leid und Tod über andere Lebewesen bringt. Gerade in Industrieländern wie z. B. Deutschland gibt es dafür aber keine gewichtigen Gründe. Tierprodukte sind hier nicht nötig, um sich vielfältig und gesund zu ernähren.<sup>1</sup>

Trotzdem ist es gesellschaftlich weithin akzeptiert, dass Tierprodukte erzeugt und konsumiert werden. Ob und wann das im Grundsatz mehrheitlich anders gesehen werden wird, ist schwer abschätzbar. Aber auch unabhängig davon ist es schon jetzt sowohl aus altruis-

tischen als auch aus egoistischen Motiven essenziell, zumindest den Trend zur weltweit weiter wachsenden Tierproduktion umzukehren.

Speziell aus Tierschutzsicht problematisch sind die sehr lückenhaften rechtlichen Regelungen zur sogenannten »Nutztierhaltung«. Sie orientieren sich im Wesentlichen an den Praktiken und Wünschen der Tiernutzer:innen. Größere Fortschritte im Tierschutz, wie beim Verbot der Legebatteriehaltung, sind dadurch selten und müssen hart erkämpft werden. Darüber hinaus werden legale Ausnahmen zur Regel gemacht und Tierschutzvorgaben explizit aufgehoben: Die nur als Ausnahmen erlaubten Amputationen etwa werden routinemäßig durchgeführt und sind explizit von der Betäubungspflicht ausgeschlossen.

### Einige der gravierendsten Tierschutzprobleme in der »Nutztierhaltung«



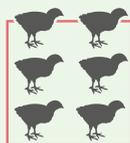
#### Transport und Schlachtung

Lange Transporte, fehlende Versorgung, Fehlbetäubungen



#### Züchtung

Die vorrangigen »Leistungsziele« geben vor, das Muskelwachstum zu beschleunigen sowie die »Milch-« bzw. »Legeleistung« zu erhöhen



#### Haltungsbedingungen

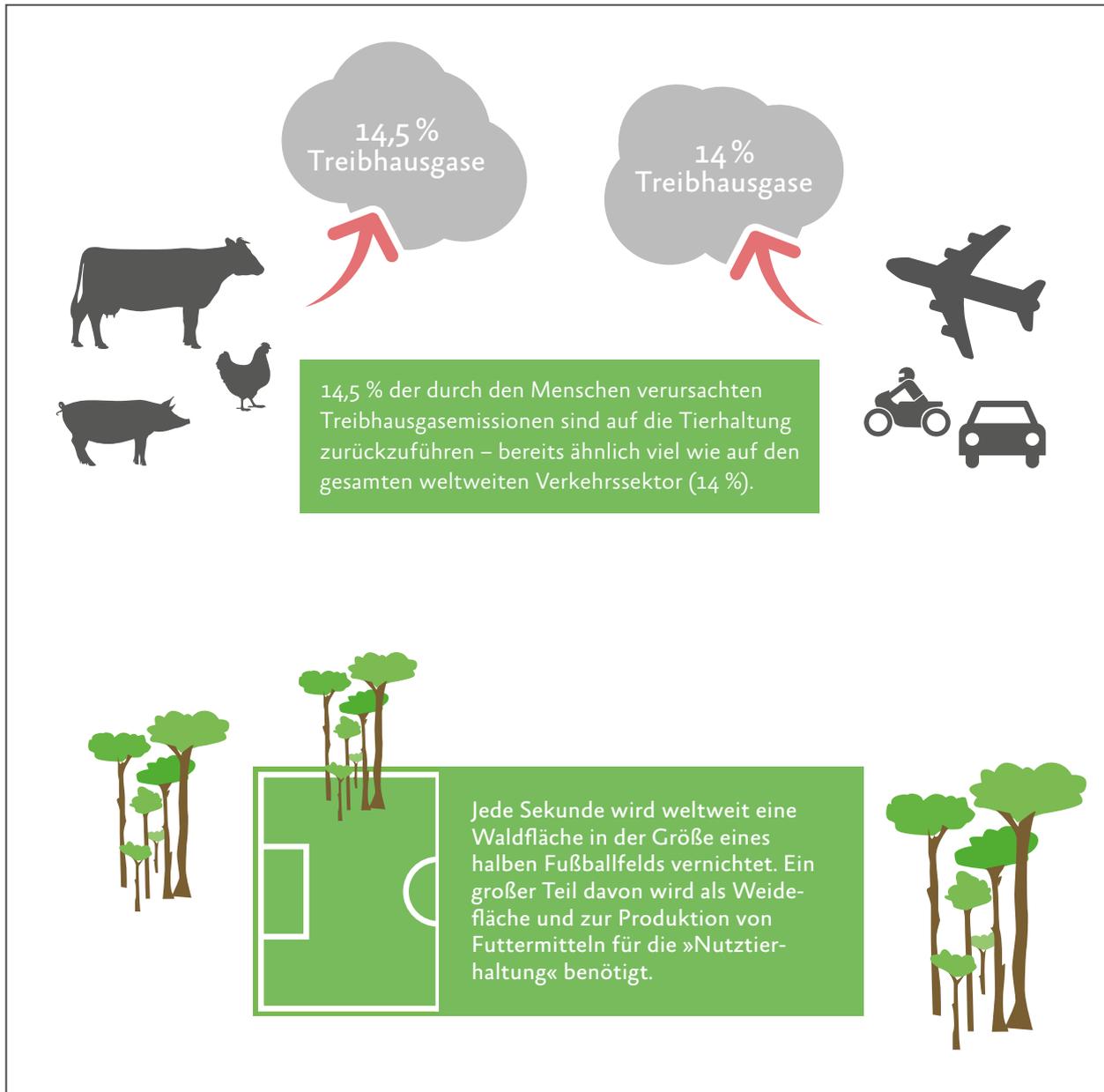
Platzmangel, fehlende Beschäftigungsmöglichkeiten und nicht vorhandener Auslauf ins Freie



#### Amputationen

Schnabelspitzen, Hörner und Ringelschwänze werden routinemäßig und ohne Betäubung entfernt

Die landwirtschaftliche Tierhaltung verursacht zudem ganze 14 % der globalen Treibhausgasemissionen<sup>2</sup> und trägt massiv zur Rodung der Regenwälder sowie zur Belastung von Gewässern (z. B. Nitrat im Grundwasser) bei.<sup>3</sup> Darüber hinaus hat sie negative Auswirkungen auf Böden: Jedes Jahr wird weltweit eine Fläche degradiert, die halb so groß wie die Europäische Union ist. Ein Grund dafür ist unter anderem die stark intensivierte Futtermittelproduktion der vergangenen Jahrzehnte.<sup>4</sup>



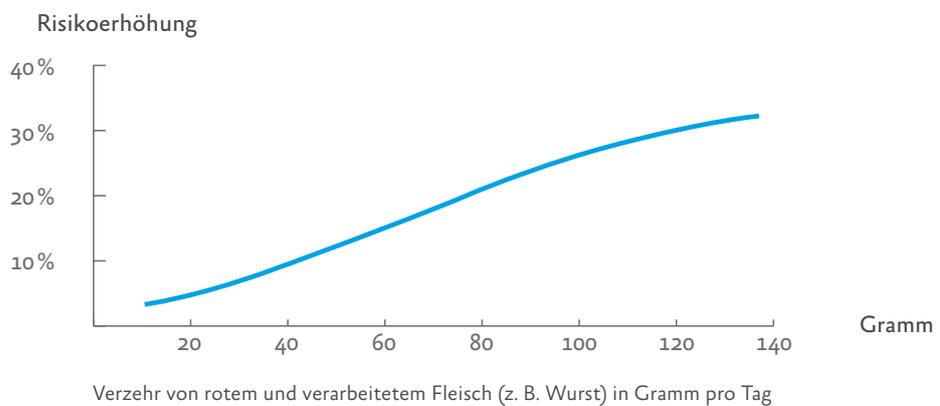
Hinzu kommt die Verschwendung von Lebensmitteln. Berechnungen zeigen, dass bei der globalen Nahrungproduktion rund 1,1 Mrd. Tonnen Feldfrüchte eingesetzt werden, um daraus nur 240 Mio. Tonnen an Tierprodukten wie Fleisch, Milch und Eiern zu erhalten.<sup>5</sup> Würden allein das weltweit produzierte Getreide und Soja nicht zu großen Teilen an Milliarden von »Nutztieren« verfüttert, so reichte die gesamte Produktionsmenge theoretisch aus, um ca. vier Milliarden Menschen mehr als bislang zu ernähren.<sup>6</sup> Schon eine Reduktion des Fleischkonsums um 20 % in den Industrieländern würde dabei »zu einer spürbaren Verbesserung der Ernährungssituation in Entwicklungsländern führen«.<sup>7</sup>

Immer mehr Studien zeigen außerdem auf, dass bei einem erhöhten Konsum tierlicher Nahrungsmittel das Risiko für einige der gängigsten Zivilisationskrankheiten signifikant höher liegt als bei vegetarischen und veganen Ernährungsweisen.<sup>8</sup> In Deutschland verursachen Krankheiten, die auch eine Folge von Fehlernährung sind (u. a. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes und Übergewicht), geschätzt jährliche Ausgaben in Höhe von 16,8 Mrd. Euro.<sup>9</sup> Der wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik beim BMEL verweist nicht zuletzt darauf, dass »tierische Lebensmittel [...] grundsätzlich Risiken für die menschliche Gesundheit« bergen – dies durch Erreger von Zoonosen (z. B. Campylobacter, Salmonellen, SARS-CoV-2) und »durch verschiedene stoffliche Belastungen aus der Tierhaltung sowie die Entstehung von Resistenzen gegenüber Medikamenten«.<sup>10</sup>



### Risikoerhöhung für Dickdarmkrebs

Eine der häufigsten Krebserkrankungen ist Dickdarmkrebs. Ein hoher Verzehr von rotem und verarbeitetem Fleisch (z. B. Wurst) erhöht das Risiko dafür.



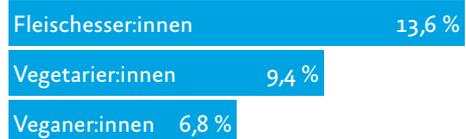
### LDL-Cholesterin im Blut (mg/dl)

Je höher der LDL-Cholesterin-Wert, desto größer ist die Gefahr, Herz-Kreislauf-Erkrankungen zu erleiden (inkl. erhöhtem Sterblichkeitsrisiko).



### Häufigkeit von Bluthochdruck

Bluthochdruck gilt als größter Risikofaktor für Herzinfarkte und Schlaganfälle – mit über 35.000 Sterbefällen pro Jahr in Deutschland.



### Diabetesrisiko im Vergleich

Das Erkrankungsrisiko für Diabetes Typ 2 ist für Vegetarier:innen halb so hoch wie für Fleischesser:innen. Für Veganer:innen beträgt es im Vergleich zu Fleischesser:innen sogar nur etwas mehr als ein Drittel.

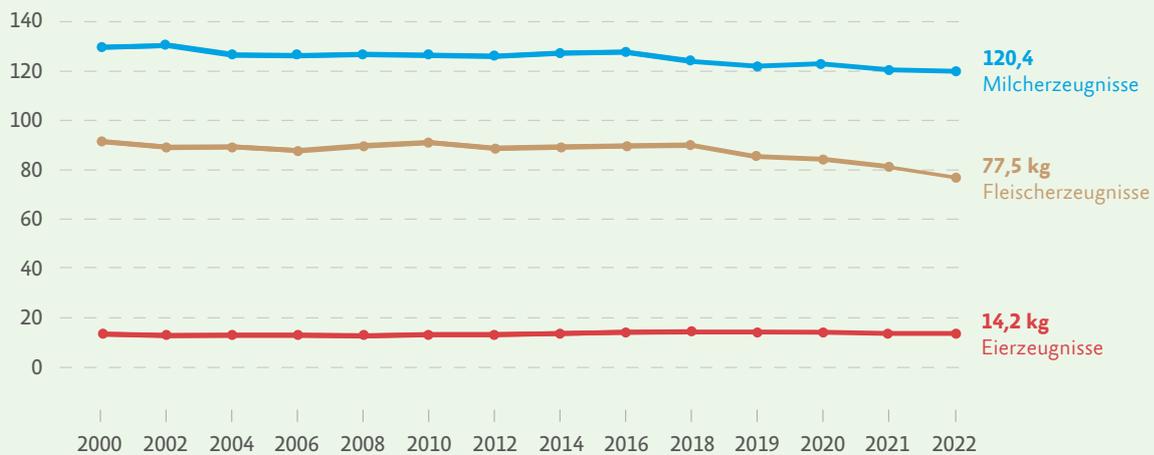


## Konsum und Produktion tierlicher Produkte in Deutschland



### Verbrauch von Milch<sup>1</sup>- und Fleischerzeugnissen sowie Eiern in Deutschland

Verbrauch<sup>2</sup> pro Person in kg



<sup>1</sup> inkl. Frischmilcherzeugnisse, Milchpulver, Butter und Käse

<sup>2</sup> Der Verbrauch umfasst: Nahrungsverbrauch, Futtermittelverbrauch, industrielle Verwertung und Verluste (einschließlich Knochen)

Quellen: © Bundesinformationszentrum Landwirtschaft

CC BY 4.0

Insgesamt entstehen durch die Erzeugung und den Konsum von Tierprodukten Probleme, deren Lösung sich vielfältig positiv auswirken würde. Deshalb sollten sie besonders intensiv angegangen werden – nicht nur von den Tierschutz- und Tierrechtsbewegungen. Eine entsprechende Entwicklung zeichnet sich zumindest langsam ab, denn es fällt auf, dass NGOs aus anderen Bereichen die verschiedenen Auswirkungen der »Nutztierhaltung« stärker thematisieren, als das z. B. im letzten Jahrzehnt noch der Fall war.

Der kontinuierliche Rückgang des Fleischkonsums und der Anzahl geschlachteter Tiere in Deutschland stimmt vorsichtig optimistisch. Doch ohne einen deutlichen Ausbau der vorhandenen und die Schaffung neuer Interventionen ist davon auszugehen, dass die Produktion und der Konsum tierlicher Produkte nur sehr langsam zurückgehen oder gar auf hohem Niveau stagnieren werden. Solange Agrarexporte politisches Ziel sind, könnte die Produktion sogar wieder wachsen.



## 2.2 Bisherige Lösungsansätze

Das Problem der quälenden Haltung und Tötung von Tieren für den menschlichen Konsum wird von mehreren Organisationen und Initiativen bearbeitet. Dabei haben sich grundsätzlich zwei Herangehensweisen herauskristallisiert:

- A.** Es werden »artgerechtere« Bedingungen gefordert, unter denen die Tiere weniger leiden müssten. Die generelle Nutzung und Tötung der Tiere durch den Menschen wird dabei nicht grundlegend infrage gestellt (reformistischer Tierschutz).
- B.** Es werden grundsätzliche moralische wie juristische Rechte für Tiere und, daraus resultierend, die Beendigung der Nutzung von Tieren gefordert (Tierrechte).

Die erste Herangehensweise hat aus unserer Sicht den Nachteil, dass das vielfältig leid- und todbringende Züchten, Halten, Transportieren und Töten von Tieren nicht umfassend genug problematisiert wird. Die angedachten Lösungen greifen insgesamt deutlich zu kurz.

Die zweite Herangehensweise hingegen geht meist mit Forderungen einher, die deren Adressat:innen nicht erfüllen können oder wollen: Die Politik orientiert sich am Stand der Dinge, Unternehmen sind meistens nicht bereit oder in der Lage, sich gegen die Gewohnheiten der Verbraucher:innen zu stellen, und Verbraucher:innen sind meistens nicht bereit oder in der Lage, ihre Konsumgewohnheiten schnell und/oder tiefgreifend zu ändern. Dieser Ansatz greift deshalb häufig ins Leere.



## 2.3 Unser Lösungsansatz

Um einen möglichst großen Beitrag zur Problemlösung zu leisten, konzentrieren wir uns auf Bereiche, in denen wir

- A.** die Kompetenz haben, Veränderungen herbeizuführen und in denen
- B.** ein besonderer Bedarf an unserer Arbeit besteht.

Kriterium A führt zum Beispiel dazu, dass wir uns nicht an der Erforschung und Entwicklung von Alternativen zu Tierprodukten beteiligen. Diese Arbeit ist zwar sehr wichtig, aber auf diesem Gebiet haben wir keine besondere Kompetenz. Kriterium B führt beispielsweise dazu, dass wir nur überschaubare Investitionen tätigen, um auf diversen Social-Media-Plattformen tätig zu sein, denn diese Arbeit wird von anderen Organisationen und Privatpersonen in weiten Teilen gut abgedeckt, weshalb dies bei uns kein Fokusthema ist.

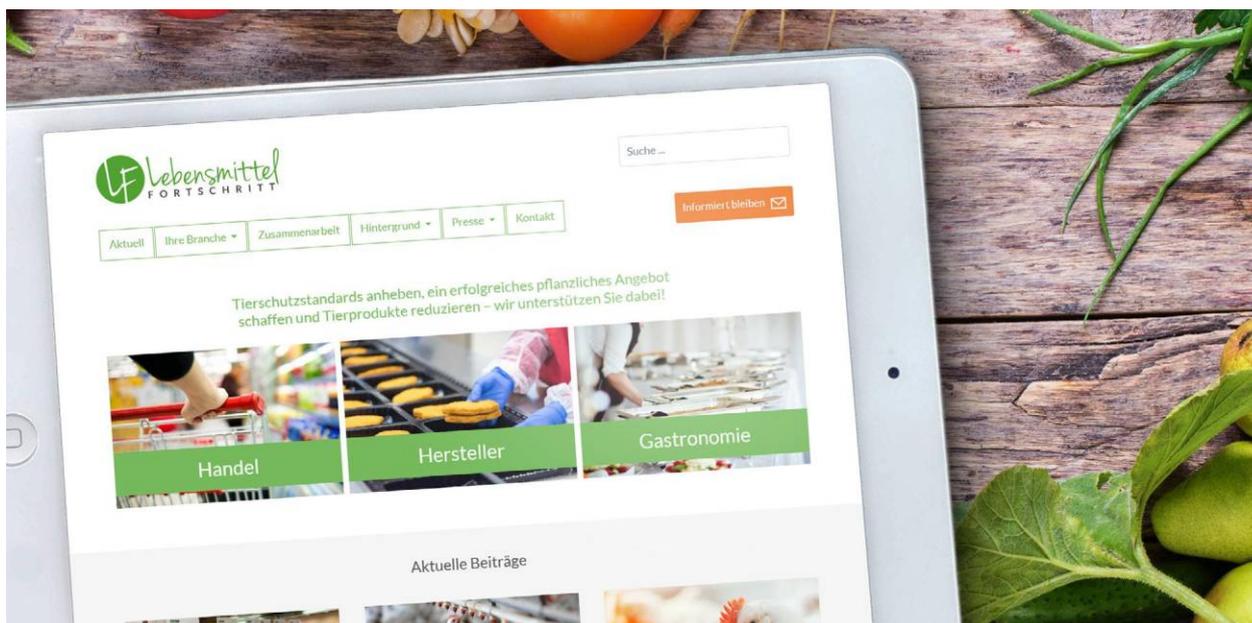
Die beiden Kriterien sehen wir derzeit besonders stark in unseren Strategiebereichen Unternehmen und

Recht erfüllt, weshalb sie unsere Schwerpunkte bilden. In beiden Bereichen haben wir hohe Kompetenzen und andere Organisationen bearbeiten die Bereiche nicht sehr intensiv. Seitdem eine Ampelkoalition die Bundesregierung stellt, sehen wir in der Politik auch deutlich mehr Potenzial als zuvor.

In den Strategiebereichen Verbraucher:innen und Politik achten wir darauf, vorhandene Arbeit nicht einfach zu duplizieren, sondern Wege zu finden, um möglichst viel Mehrwert zu erzeugen.



## 2.3.1 Leistungen (Output) & direkte Zielgruppen



Startseite [www.lebensmittel-fortschritt.de](http://www.lebensmittel-fortschritt.de)

### Unternehmen

In der Lebensmittelindustrie bilden Entscheider:innen aus den Bereichen Lebensmittelherstellung, Handel und Gastronomie unsere Zielgruppen. Hier arbeiten wir vor allem über Informationsweitergabe, direkte Gespräche und Kampagnen daran, dass die Zielgruppen kontinuierlich Tierschutzstandards anheben, die Mengen an Tierprodukten reduzieren und vegane Angebote verbessern/ausbauen. Insbesondere geht es dabei derzeit um folgende Aspekte:

- > Käfigeier auslisten bzw. nicht mehr verwenden (Käfigfrei-Kampagne)<sup>11</sup>
- > Standards in der Masthuhn-Haltung erhöhen<sup>12</sup>
- > Standards in der Aquakultur erhöhen
- > unternehmensweite Tierschutz-Richtlinien erstellen oder ausbauen
- > weitere Tierschutz-Themen angehen, wenn sich Möglichkeiten dazu in Gesprächen abzeichnen
- > tierliche Zutaten reduzieren und/oder vegane Produkte/Gerichte anbieten

Nachdem wir die geeigneten Ansprechpartner:innen in Unternehmen recherchiert haben, nehmen wir Kontakt

zu ihnen auf und tauschen uns per Telefon, E-Mail und/oder in Meetings aus. Unseren Kontakten machen wir je nach Ausgangslage einfach umsetzbare Vorschläge (z. B. keine Käfigeier mehr zu verwenden) oder regen komplexe, auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittene Prozesse an (z. B. die Verbesserung/Ausweitung des veganen Angebots oder die Umstellung von Rezepturen in der Lebensmittelherstellung).

Um wichtige Informationen breit an unsere Kontakte streuen zu können, haben wir zudem die Website [www.lebensmittel-fortschritt.de](http://www.lebensmittel-fortschritt.de) und einen dazugehörigen Newsletter ins Leben gerufen, den wir monatlich versenden. Außerdem ermitteln wir über Rankings, wie veganfreundlich die Unternehmen bestimmter Sektoren sind und welche Themen sie über ihre Tierschutz-Richtlinien angehen.

Wenn wir mit konstruktiven Gesprächen nicht weiterkommen, führen wir auch Kampagnen gegen Unternehmen durch. Dabei helfen unser Kampagnenteam sowie unsere ehrenamtlichen Aktionsgruppen.

## Verbraucher:innen

Um möglichst viele Personen erreichen zu können, konzentrieren wir uns insgesamt auf eine allgemein gefasste Zielgruppe: nicht-vegane Verbraucher:innen ab einem Alter von 16 Jahren, deutschsprachig und in Deutschland lebend, mit Internet-Zugang und -Kenntnissen sowie einem generellen Interesse an veganer Ernährung. Wir erreichen Verbraucher:innen unter anderem mit:

- > der Website [www.vegan-taste-week.de](http://www.vegan-taste-week.de) sowie dem dazugehörigen E-Mail-Kurs und der Facebook-Gruppe »Vegan-Tipps für alle«, die dabei helfen, den Konsum von Tierprodukten schrittweise zu reduzieren oder vollständig zu beenden
- > der Selbst-Wenn-Broschüre, einem 16-seitigen Informationsheft, das Gründe und Wege zur Ernährungsumstellung aufzeigt<sup>13</sup>
- > unseren regionalen Aktionsgruppen, die medienwirksame Proteste durchführen, Teilnehmer:innen für die Vegan Taste Week gewinnen und Selbst-Wenn-Broschüren verteilen
- > dem Veganen Sommerfest und dem Umweltfestival in Berlin<sup>14</sup>
- > unserer Arbeit in den klassischen und sozialen Medien



## Recht

Im juristischen Bereich sind je nach Herangehensweise Veterinärämter, Landwirtschaftsministerien, die Legislative oder die zuständigen Gerichte unsere Zielgruppen. Hier arbeiten wir mit klagebefugten Organisationen zusammen, identifizieren vielversprechende Fälle und unterstützen Klagen sowohl fachlich als auch finanziell sowie durch Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem fordern wir aktiv ein, das Verbandsklagerecht in weiteren Bundesländern – bzw. besser noch: auf Bundesebene – einzuführen und mit weitreichenden Klagemöglichkeiten für Tierschutzverbände auszustatten.

## Politik

Hier sind unsere Zielgruppen z. B. zuständige Minister:innen, tierschutzpolitische Sprecher:innen und Arbeitsgruppen.

Wir erreichen die Zielgruppen über gezielte Netzwerkarbeit, Stellungnahmen, Petitionen und Proteste sowie Medienarbeit.

## Größe der Zielgruppen

- > Lebensmittelwirtschaft: 165 Mrd. Euro Jahresumsatz (Anzahl der relevanten Entscheider:innen unbekannt)<sup>15</sup>
- > Bundesländer mit Verbandsklagerecht:
  - > Anzahl der Länder: 8
  - > Veterinärämter<sup>16</sup>: 431
  - > Gerichte: Anzahl nicht relevant für Entscheidungen
- > Menschen im Alter ab 16 Jahren: ca. 70 Mio.<sup>17</sup>, davon v. a. jene mit einer grundsätzlichen Offenheit für die vegane Ernährung: ca. ein Drittel<sup>18</sup>
- > Politiker:innen (Legislative) auf EU-, Bundes- und Landesebene (Regierungs- bzw. EU-Kommissionsmitglieder, Abgeordnete, Parteifunktionär:innen usw.): rund 3.000. Davon schätzungsweise für unsere Arbeit relevant: rund 600

## 2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf die Zielgruppen

### Unternehmen

Als Folge unserer Informationsweitergabe erwarten wir, dass unsere Zielgruppen besser darüber informiert sind, welche Probleme es gibt (siehe Kapitel 2.1) und welche Lösungsansätze ihnen zur Verfügung stehen. Zudem informieren wir speziell darüber, welche Schritte bereits von anderen Unternehmen umgesetzt werden. Dadurch erwarten wir, dass sich weitere Unternehmen anschließen. Unsere Rankings sollen sowohl Verbraucher:innen informieren als auch den Wettbewerb zwischen den Unternehmen beflügeln.

Von unseren direkten Gesprächen erwarten wir, dass wir mit den Unternehmen individuelle Lösungen erarbeiten können und diese umgesetzt werden.

Wenn wir Kampagnen durchführen, erwarten wir, dass der erzeugte Druck über Online-Petitionen, Social Media, Presseaktionen usw. dazu führt, dass unsere Forderungen umgesetzt werden.

Wir heben uns von vielen anderen Organisationen dadurch ab, dass wir stets versuchen, konstruktiv mit den Entscheidungsträger:innen zusammenzuarbeiten und gemeinsame Vorteile zu erzeugen. Erst wenn diese Versuche fehlgeschlagen sind, machen wir mangelnden Handlungswillen publik und/oder führen Kampagnen durch.

### Verbraucher:innen

Unser Ziel ist es, unserer Hauptzielgruppe Gründe und Wege aufzuzeigen, den Konsum von Tierprodukten zu reduzieren oder einzustellen.

Wir erwarten, dass die Teilnehmer:innen der Vegan Taste Week sich eine Woche lang intensiv mit dem »Warum?« und »Wie?« der veganen Ernährung auseinandersetzen und dass sie sich während der Woche teilweise oder ganz vegan ernähren. Bei einem Teil der Teilnehmer:innen erwarten wir bleibende Verhaltensänderungen, was wir dadurch begünstigen, dass wir auch nach der ersten Woche regelmäßig weitere Informationen und Tipps versenden.

Zudem erwarten wir, dass Leser:innen der Selbst-Wenn-Broschüre emotionale und informative Anstöße erhalten, ihr Konsumverhalten zu ändern, und die von uns aufgezeigten Möglichkeiten nutzen, sich weiter zu informieren sowie vegane Angebote zu testen.

Wir heben uns in diesem Bereich von vielen anderen Organisationen dadurch ab, dass wir wissenschaftliche Erkenntnisse nutzen, um unsere Botschaften sowohl in inhaltlicher als auch in kommunikativer Hinsicht zu verbessern und um die Wirkung unserer Informationsarbeit zu maximieren.



Kampagne Lidl-Fleischskandal: Aktion vor einer Lidl-Filiale in Berlin (2022)



## Recht

Vom Bestehen und der Nutzung des Verbandsklagerechts für Tierschutzorganisationen versprechen wir uns Gerichtsurteile, die zu dem Schluss kommen, dass viele Standardpraktiken in der Massentierhaltung illegal sind und deshalb beendet werden müssen. Zudem erwarten wir, dass Veterinärämter, Strafvollzugsbehörden und Ordnungsgeber:innen gründlicher (und damit tierfreundlicher) arbeiten.

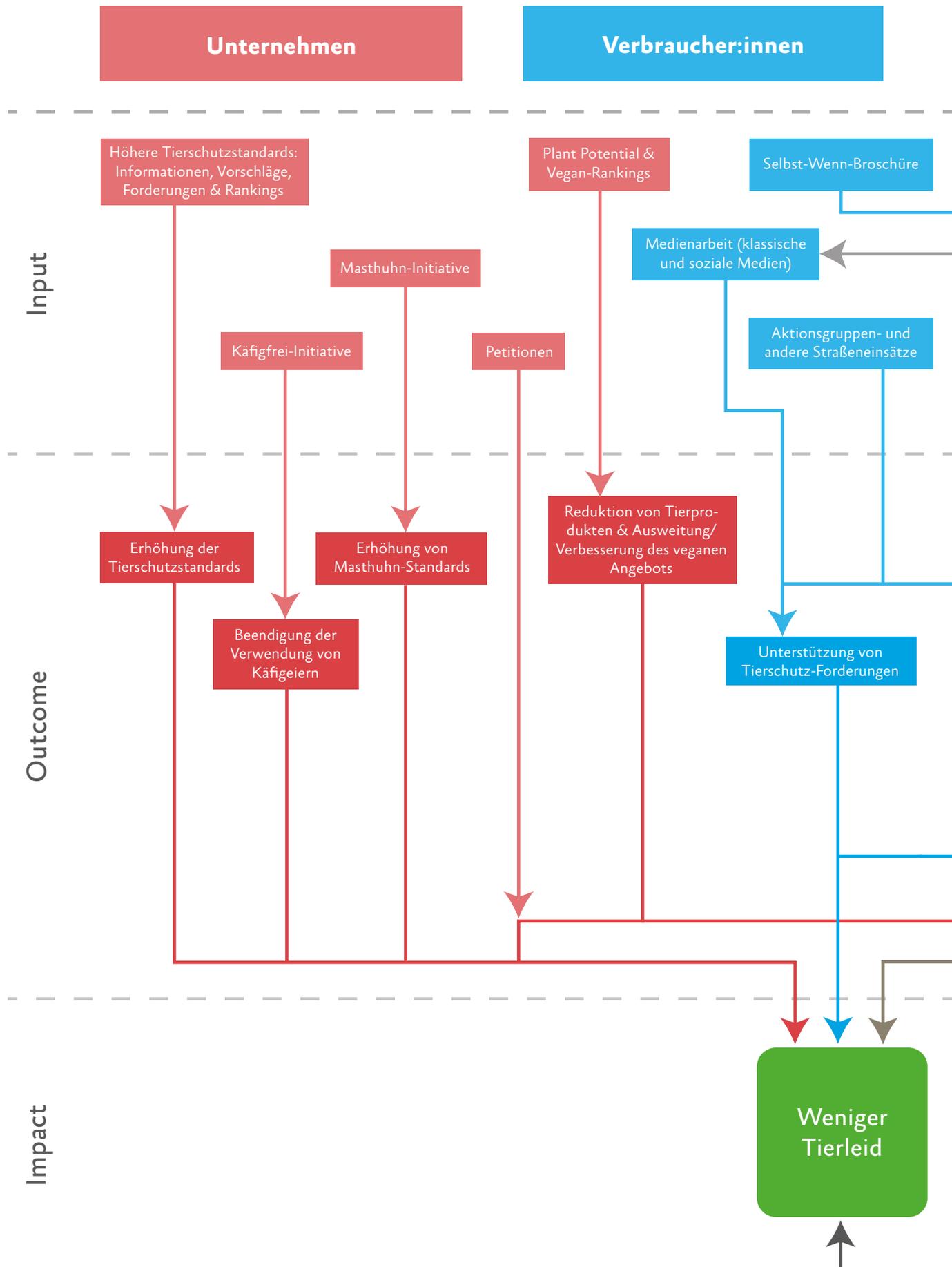
Im juristischen Bereich zeichnen wir uns dadurch aus, dass wir in unserem Vorstand und unserem Wissenschaftsbeirat über drei Volljuristen verfügen. Zwei von ihnen haben (unabhängig voneinander) juristische Kommentare zum deutschen Tierschutzrecht als Bücher veröffentlicht.<sup>29</sup> Zudem haben wir eine Syndikusrechtsanwältin in Vollzeit in unserem Team. Dass eine Tierschutzorganisation in Deutschland über solch eine geballte juristische Kompetenz verfügt, ist nahezu einzigartig.

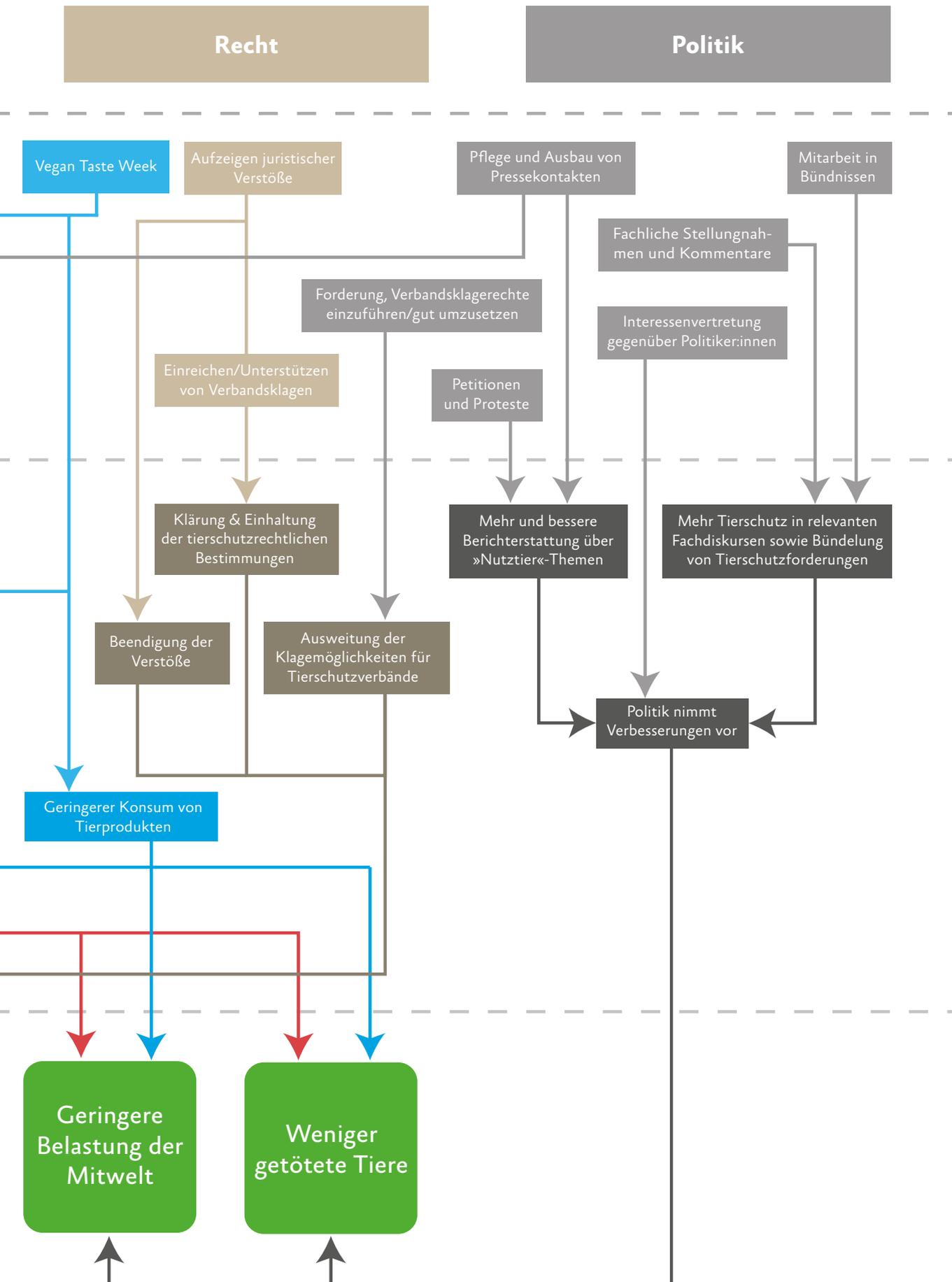
## Politik

Von unserer Netzwerk- und Medienarbeit sowie unseren Stellungnahmen, Petitionen und Protesten versprechen wir uns, dass unseren Zielgruppen die gesellschaftliche Relevanz unserer Themen klarer wird, sie tierschutzrelevante Themen stärker aufgreifen und tierfreundlichere Entscheidungen treffen.

In unserer politischen Arbeit zeichnen wir uns grundsätzlich durch eine sachliche, dialog- und lösungsorientierte Arbeits- und Kommunikationsweise aus. Wir arbeiten ausschließlich mit Parteien zusammen, die die freiheitlich-demokratische Grundordnung Deutschlands nicht in Frage und sich gegen Diskriminierung gemäß Artikel 3 Grundgesetz stellen.

## 2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik









# 3. Ressourcen, Leistungen, Wirkungen

## 3.1 Unternehmen

### 3.1.1 Eingesetzte Ressourcen

Input	2020	2021	2022
Tierschutz Masthühner	491.887 €	732.158 €	701.625 €
Tierschutz andere Landtiere	109.729 €	101.831 €	86.273 €
Tierschutz Aquakultur	166.978 €	379.799 €	335.694 €
Tierschutz in Polen <sup>20</sup>	142.173 €	111.933 €	127.741 €
Pflanzlich(er)es Angebot	113.524 €	159.372 €	180.084 €
<b>Summe</b>	<b>1.024.291 €</b>	<b>1.485.093 €</b>	<b>1.431.417 €</b>
davon Personalkosten	617.660 €	734.952 €	615.026 €

### 3.1.2 Erbrachte Leistungen

#### Quantifizierbar

Output	2020	2021	2022
Unternehmenskontakte Tierschutz	157	237	204
Unternehmenskontakte pflanzlich(er)es Angebot	23	78	54
Tierschutz-Rankings	1	0	1
Vegan-Rankings	1	0	0
Vegan-Aktionen mit Studierendenwerken	2	2	3

## Nicht quantifizierbar

Wir haben zusätzlich:

- > das deutschlandweit einzigartige Programm »Plant Potential« entwickelt und fertiggestellt sowie die entsprechende Pilotphase gelauncht, um Unternehmen der Lebensmittelindustrie dazu zu bewegen, Tierprodukte in ihren Lieferketten zu reduzieren
- > die Webseite lebensmittel-fortschritt.de gepflegt und Newsletter versendet
- > unser 2021 entwickeltes Ranking-Tool auch 2022 kostenlos anderen internationalen NGOs zur Verfügung gestellt, sodass vier nationale Rankings veröffentlicht wurden (Tschechien, Belgien, Slowakei, Schweden)
- > in Polen gemeinsam mit Otwarte Klatki einen Policy Accountability Tracker entwickelt



Logo Plant Potential

### 3.1.3 Erreichte Wirkungen

Outcome	2020	2021	2022
Masthuhn-Erfolge	17	24	16
Käfigfrei-Erfolge	4	6	0

Sämtliche **Masthuhn-Erfolge** konnten wir durch Verhandlungen erzielen. Besonders erfreulich: Zwei Unternehmen sind proaktiv hinsichtlich eines Beitritts auf uns zugekommen. Außerdem konnten wir den ersten Backwarenhersteller als Unterzeichner gewinnen. 2022 haben wir zudem eine große, multinationale Kampagne

der Open Wing Alliance gegen Lidl gelauncht, die wir gemeinsam mit Equalia koordinieren.

Darüber hinaus haben wir aufgrund anderer Prioritäten keine weiteren **Käfigfrei-Erfolge** in Deutschland fokussiert. Dass der Käfiganteil bei Legehennen in Deutsch-

land inzwischen auf 5 % gesunken ist.<sup>21</sup>, geht wesentlich auf unsere Arbeit der letzten Jahre zurück.<sup>22</sup> Im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit anderen Organisationen haben wir uns an einer internationalen Kampagne der Open Wing Alliance gegen ein japanisches Unternehmen beteiligt.

Bei der Verbesserung des Tierschutzes in Aquakulturen haben wir wichtige Fortschritte erzielt: Der von uns ins Leben gerufene und finanzierte Initiativkreis Tierschutzstandards Aquakultur (ITA) hat Lernmodule für Beschäftigte in Aquakulturen entwickelt, die mit Hilfe von VR-Technologie für besonders gute Lernerfolge sorgen und sowohl national als auch international zum Einsatz kommen werden.

In Polen liegt der Schwerpunkt unserer Käfigfrei-Arbeit darauf sicherzustellen, dass Unternehmen ihre Verpflichtungen ab spätestens 2025 einhalten. Zu diesem Zweck sind wir eine Kooperation mit unseren Kolleg:innen von Otwarte Klatki eingegangen und haben gemeinsam eine Webseite entwickelt (<https://politykadobrostanu.pl>), die alle Tierschutzrichtlinien sowie den Fortschritt bei der Umsetzung darstellt. Dies umfasst nicht nur Richtlinien zu Käfigeiern, sondern auch zum Verkauf von le-

benden Karpfen und Pelz sowie zu Verbesserungen für Masthühner. Die Webseite fördert Transparenz auf dem Markt und betont die Notwendigkeit kontinuierlicher Verbesserungen. Sie bildet zusammen mit dem jährlich von Otwarte Klatki veröffentlichten Käfigfrei-Bericht die Grundlage unserer Arbeit mit den Unternehmen, in deren Rahmen wir sie zur Einhaltung ihrer Versprechen motivieren.

An der Verbesserung von **Tierschutz-Policies** haben wir 2022 nicht direkt gearbeitet. Für 2024 ist jedoch die Veröffentlichung des nächsten LEH-Tierschutz-Rankings geplant, dessen Vorbereitung bereits 2022 begonnen wurde.

Unsere **Vegan-Wirkung bei Unternehmen** lässt sich für 2022 nicht quantifizieren. Durch »Plant Potential« platzieren wir das Thema nun wieder effektiv und umfassender bei Unternehmen und schaffen bei Entscheider:innen mehr Bewusstsein für die Schlüsselwirkung an diversen Nachhaltigkeitsschnittstellen. Durch konkrete Anreize sowie Hilfestellungen bei der Umsetzung arbeiten wir lösungs- und zielorientiert mit den Unternehmen zusammen.



Initiativkreis Tierschutzstandards Aquakultur (ITA): <https://www.aquaculture-welfare-standards.net>

## 3.2 Verbraucher:innen

### 3.2.1 Eingesetzte Ressourcen

Input	2020	2021	2022
Selbst-Wenn-Broschüren <sup>23</sup>	1.523 €	13.017 € <sup>24</sup>	32.822 €
Inhalte Vegan Taste Week (VTW) <sup>25</sup>	40.634 €	47.941 €	24.546 €
Teilnehmer:innen-Gewinnung VTW	69.968 €	74.826 €	64.683 €
Medienarbeit	61.081 €	78.363 €	73.575 €
VTW in Polen <sup>26</sup>	47.391 €	37.311 €	40.459 €
Sonstiges	77.586 €	101.732 €	213.894 €
<b>Summe</b>	<b>298.183 €</b>	<b>353.190 €</b>	<b>449.979 €</b>
davon Personalkosten	214.053 €	257.288 €	297.276 €

### 3.2.2 Erbrachte Leistungen

#### Quantifizierbar

Output	2020	2021	2022
Gedruckte Selbst-Wenn-Broschüren <sup>27</sup>	60.000	0	0
Neue Abos Vegan Taste Week	12.914	8.715	6.402 <sup>28</sup>
Straßeneinsätze	110	74	150
Veröffentlichte Beiträge auf albert-schweitzer-stiftung.de	75	75	52 <sup>29</sup>
Aufrufe unserer Webseiten	4,5 Mio.	4,1 Mio.	3,8 Mio.
Reichweite Facebook	13 Mio.	12 Mio.	12,7 Mio.
Follower:innen auf Instagram	2.386	6.835	9.742

## Nicht quantifizierbar

Wir haben zusätzlich:

- > ein neues E-Book »Deutsche Klassiker vegan interpretiert« erstellt<sup>30</sup>
- > mehrere Erklär-Videos für YouTube produziert
- > ein [Bühnenprogramm](#) beim Umweltfestival Berlin mitgestaltet
- > eine [Mega-Silent-Line](#) mit mehr als 70 Aktiven in Köln organisiert
- > laufend die Website <https://vegan-taste-week.de> inkl. Rezeptdatenbank sowie unseren veganen Produktguide<sup>31</sup> gepflegt und aktualisiert
- > laufend die Websites <https://albert-schweitzerstiftung.de> und <https://albertschweitzerfoundation.org> sowie unsere Social-Media-Kanäle auf Instagram, Facebook und Twitter gepflegt und aktualisiert
- > regelmäßig ca. alle zwei Wochen unseren Newsletter »Tierschutznachrichten« versandt
- > monatlich den Newsletter zur Vegan Taste Week versandt
- > zum Veganuary-Teilnehmer:innenrekord beigetragen<sup>32</sup>

## Zu den Outputs

Zugunsten der besseren Lesbarkeit erläutern wir einige Outputs direkt bei den Outcomes.



E-Book »Deutsche Klassiker vegan interpretiert«

## 3.2.3 Erreichte Wirkungen

Die Wirkung von Verbraucher:innenarbeit lässt sich schlecht messen. Einige Daten und Anekdoten zeigen jedoch positive Outcomes auf.

Die **Vegan Taste Week** erfreut sich weiterhin einer großen Beliebtheit bei den Nutzer:innen.



»Liebe Lina Petri, vielen Dank für die wundervollen Rezepte. Inzwischen ist schon ein kleines, feines Rezeptbuch daraus entstanden. (...) Dir + Deinen vielen Mitstreitern haben wir zu verdanken, dass endlich ein Umdenken in der Gesellschaft stattgefunden hat.«

»Liebe Rieke, vor vielen Jahren haben wir uns in DA in der Fussgängerzone getroffen und seitdem erhalte ich den Newsletter! Es ist immer wieder ein Vergnügen, meine Kochbüchlein (nur privat, nicht zum Verkauf!) mit den vielen Anregungen zu erweitern.«

Hier sind weitere Beispiele für positive Rückmeldungen, die uns laufend per E-Mail und in den sozialen Medien erreichen:

»Herzlichen Dank für Ihre Arbeit, die es mir ermöglicht, mit einem Spendenbeitrag weitaus mehr zum Wohl der Tiere beizutragen, als ich alleine mit diesem Betrag bewegen könnte.« (ein Unterstützer per E-Mail)

»Schließlich möchte ich mich bei Ihnen bedanken für Ihren unermüdlichen Einsatz für die Rechte der »Nutz«tiere – zum Wohl der Tiere. Was mich besonders beeindruckt hat, ist, dass Sie meines Wissens die einzige Organisation sind, die mit Transparenz kein Problem hat. Sollte ich also jemals etwas zu vererben haben, wären Sie die Ersten.« (eine Unterstützerin per E-Mail)

»Ihr seid so aktiv, kommt ins Gespräch mit großen Unternehmen und spielt Euch dabei NIE in den Vordergrund. Ihr seid aktiv ohne aufdringlich zu sein. Ihr

macht das so toll. Macht bitte immer weiter so ... mit viel Herz und Verstand.« (Kommentar bei Facebook)

»Dankeschön für die Verbreitung eurer wertvollen Informationen. Sie legen überall liebevolle, achtsame Samen in die Köpfe der Menschen, die letztlich den Wandel vollbringen und die Tiere von der Ausbeutung befreien.« (Kommentar bei Instagram)

»Danke allen die für die Tiere auf die Straße gehen, ich wurde in Wiesbaden angesprochen und esse jetzt anders und probiere die Rezepte aus. Die Rezepte sind top. Wir haben schon sehr wenige tierische Produkte gegessen und ich kann mir gut vorstellen, komplett alles wegzulassen. Ich freu mich auf jeden Fall über die Rezepte und dass ich angesprochen wurde, hat mir noch mal die Augen geöffnet.« (Kommentar bei Instagram)

## 3.3 Recht

### 3.3.1 Eingesetzte Ressourcen

Input	2020	2021	2022
<b>Gesamt</b>	<b>106.212 €</b>	<b>211.903 €</b>	<b>366.086 €</b>
davon Personalkosten	12.117 €	61.842 €	50.524 €

### 3.3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Leistung	2020	2021	2022
Eigene und unterstützte Klagen (neu eingereicht)	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
IFG-Anträge <sup>33</sup>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>

Zur besseren Lesbarkeit erläutern wir die Outputs zusammen mit den Outcomes.

### 3.3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Unsere Klage gegen katastrophale Zustände in der Putenmast hatten wir 2018 in erster Instanz verloren.<sup>34</sup> Im Urteil wurde auch die Berufung nicht zugelassen. 2019 erkämpften wir mühsam die Zulassung der Berufung und 2020 reichten wir dann die umfängliche Berufungsschrift ein. Im Jahr 2021 folgte ein erster Etappensieg: Das Gericht hatte durch ein sogenanntes Zwischenurteil eine langjährige Streitfrage geklärt und rechtskräftig entschieden, dass die Klage zulässig ist. Seitdem kann es nun endlich um die inhaltlichen Fragen gehen. Zu diesem Zweck hatte das Gericht im Jahr 2022 einen gerichtlichen Sachverständigen bestellt, der sich mit zentralen Fragen zur Putenhaltung befassen soll. Das Gutachten wird für das Jahr 2023 erwartet.

Einen Erfolg konnten wir bei der von uns unterstützten Klage eines vegan lebenden Bundespolizeibeamten gegen die Bundesrepublik Deutschland verbuchen. Mit

seiner Klage hatte sich der Beamte dagegen gewandt, dass ihm im Rahmen von Einsätzen jenseits seines Wohnortes bei der Gemeinschaftsverpflegung keine vegane Option angeboten, aber dennoch ein Unkostenbeitrag für genau diese Verpflegung von seinem Trennungsgeld einbehalten wurde. Wir unterstützten diese Klage finanziell und inhaltlich, um eine positive Trendwende für vegan lebende Menschen in Deutschland zu erreichen. Während wir bereit waren, den Klagegegner durch alle Instanzen zu begleiten, um ein positives Grundsatzurteil zu erwirken, knickte die Beklagte dann aber auffällig schnell ein. Nach der ausführlichen Darlegung der ethisch motivierten und gewissengetriebenen Beweggründe des Bundespolizisten für seinen Veganismus in der Klagebegründung sah die Polizei 2022 ein, dass ihm – als ethischem Veganer – die Teilnahme an der Gemeinschaftsverpflegung ohne vegane Option nicht zugemutet werden könne. Diese wichti-

ge (wenn auch späte) Einsicht führte jedoch auch dazu, dass die Bundespolizei damit den Klagegrund beseitigte, sodass das Verfahren nur noch eingestellt werden konnte. Dennoch ist der Ausgang des Verfahrens ein Erfolg auf ganzer Linie: Auf individueller Ebene erfuhr der Bundespolizist Gerechtigkeit, denn die Polizei berechnete die Bezüge (das Trennungsgeld) neu und erstattete die einbehaltenen Beträge. Auf struktureller Ebene hat das Verfahren dazu beigetragen, den ethisch begründeten Veganismus als Gewissensentscheidung auch in ihren Konsequenzen ernst zu nehmen. Erste positive Veränderungen sind bereits zu verzeichnen, denn in einigen Kantinen werden neuerdings auch vegane Optionen angeboten.

Auch in den anderen, teilweise seit Jahren anhängigen, von uns unterstützten Klagen beweisen wir einen langen Atem und bleiben weiter am Ball. Dazu gehören die von uns unterstützten Verbandsklagen zu Kästenständen sowie zur Hälterung und zum Lebendverkauf

von Hummern, bei denen wir weiterhin darum kämpfen, dass diese Klagen trotz inzwischen in NRW ausgelaufenen Verbandsklagerechts weitergeführt werden können, denn die Klagen wurden schließlich lange vor dem Ende der Befristung des Gesetzes erhoben. Hier warten wir weiter auf die Entscheidung des Gerichts zu den gestellten Anträgen auf Zulassung der Berufung. Ebenso unterstützen wir weiterhin die Verbandsklage ARIWAs gegen die tierschutzrechtswidrige Schweinehaltung der ehemaligen Landwirtschaftsministerin von NRW, Schulze Föcking, und kämpfen zusammen mit der Erna-Graff-Stiftung für Tierschutz für ein Recht auf Auskunft für gemeinnützige Tierschutzstiftungen als sogenannte »Social Watchdogs«, gestützt auf die Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK). Es gilt weiterhin: Juristische Erfolge, besonders im Tierschutz, müssen außerordentlich mühsam erstritten werden. Unsere Losung bleibt daher, klug ausgewählte Grundsatzverfahren mit aller Kraft zu führen, um Breitenwirkung im Tierschutz zu entfalten.



## 3.4 Politik

### 3.4.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)

	2020	2021	2022
Bündnisarbeit & Kooperationen	8.170 €	21.355 €	7.210 €
Politische Interessenvertretung	32.832 €	24.754 €	33.117 €
<b>Summe</b>	<b>41.003 €</b>	<b>46.109 €</b>	<b>40.327 €</b>
davon Personalkosten	36.866 €	34.341 €	21.538 €

### 3.4.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Wir haben kontinuierlich mit anderen Tierschutzorganisationen im »Bündnis für Tierschutzpolitik« zusammengearbeitet.<sup>35</sup> Außerdem haben wir uns im Bündnis zur Europäischen Bürgerinitiative »End the Cage Age« eingebracht. Darüber hinaus waren wir auch eigenständig tätig.

Zu den Outputs gehören:

- > »End the Cage Age«: Offener Brief an den Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir mit der Forderung, das »End the Cage Age«-Bündnis zu unterstützen<sup>36</sup>
- > Tiertransporte:
  - Offener Brief an Cem Özdemir, sich für ein bundes- und EU-weites Verbot von Tiertransporten einzusetzen<sup>37</sup>
  - Aktion zum Internationalen Tag gegen Tiertransporte vor dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft in Berlin<sup>38,39</sup>
- > Tierschutznutztierhaltungsverordnung (TierSchNutzV): Vorschläge für neue Regelungen bzw. die Überarbeitung bestehender Regelungen zu den Tierarten Puten, Junghennen (Legehennen), Elterntiere von Legehennen, Elterntiere von Masthühnern, Bruderhähne, Zweinutzungshühner, Mastenten, Mastgänse sowie Hinweis auf grundsätzliche Änderungserfordernisse für sogenanntes Geflügel insgesamt, aber auch für alle anderen Tierarten
- > Beteiligung an den öffentlichen Konsultationen der Europäischen Kommission »Tierschutz – Überarbeitung der EU-Vorschriften«<sup>40</sup>



#### Bündnismitglieder (Stand 2022):

Das Bündnis für Tierschutzpolitik besteht aus der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, dem Bundesverband Tierschutz e.V., dem Bund gegen Missbrauch der Tiere e.V., den Menschen für Tierrechte – Bundesverband der Tierversuchsgegner e.V., PROVIEH und VIER PFOTEN – Stiftung für Tierschutz.

# Frau Neubaur: Tierschutz nicht verhökern!



Albert Schweitzer  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt

Petitionsmotiv Tierschutzverbandsklagerecht NRW 2022

- > Tierhaltungskennzeichnungsgesetz (TierHaltKennG):
  - Statement und Einordnung des Eckpunkte-papiers zur Tierhaltungskennzeichnung durch Mahi Klosterhalfen<sup>41</sup>
  - Petition an Cem Özdemir: »Tierschutzkennzeichnung, aber richtig!«<sup>42</sup>
  - Im Rahmen der Verbändebeteiligung am Entwurf des TierHaltKennG beteiligten wir uns inhaltlich explizit nicht, sondern rügten, dass Zeitraum und Zeitpunkt der Anhörung derart gelegt worden waren, dass eine sinnvolle Einbringung von Expertise unmöglich war
- > Tierschutzverbandsklagerecht: Petition »Frau Neubaur: Tierschutz nicht verhökern!« an die Grüne Spitzenkandidatin im Landtagswahlkampf Nordrhein-Westfalens, Mona Neubaur, das Verbandsklagerecht in NRW wieder einzuführen<sup>43</sup>
- > Aufforderung unserer Unterstützer:innen per Mailing und Social Media, sich an der Umfrage der EU zu einer neuen Tierschutzgesetzgebung zu beteiligen

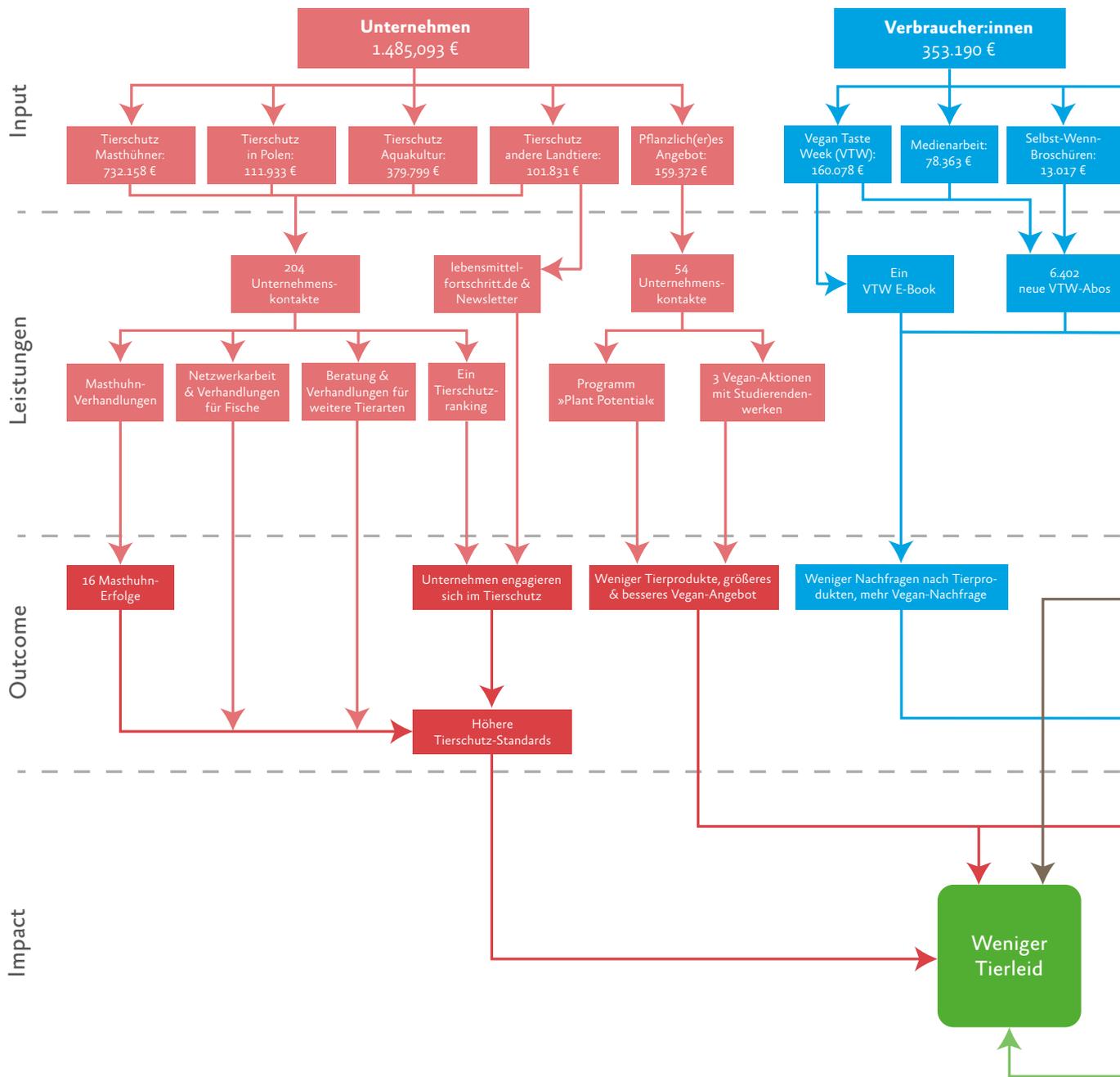
## 3.4.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

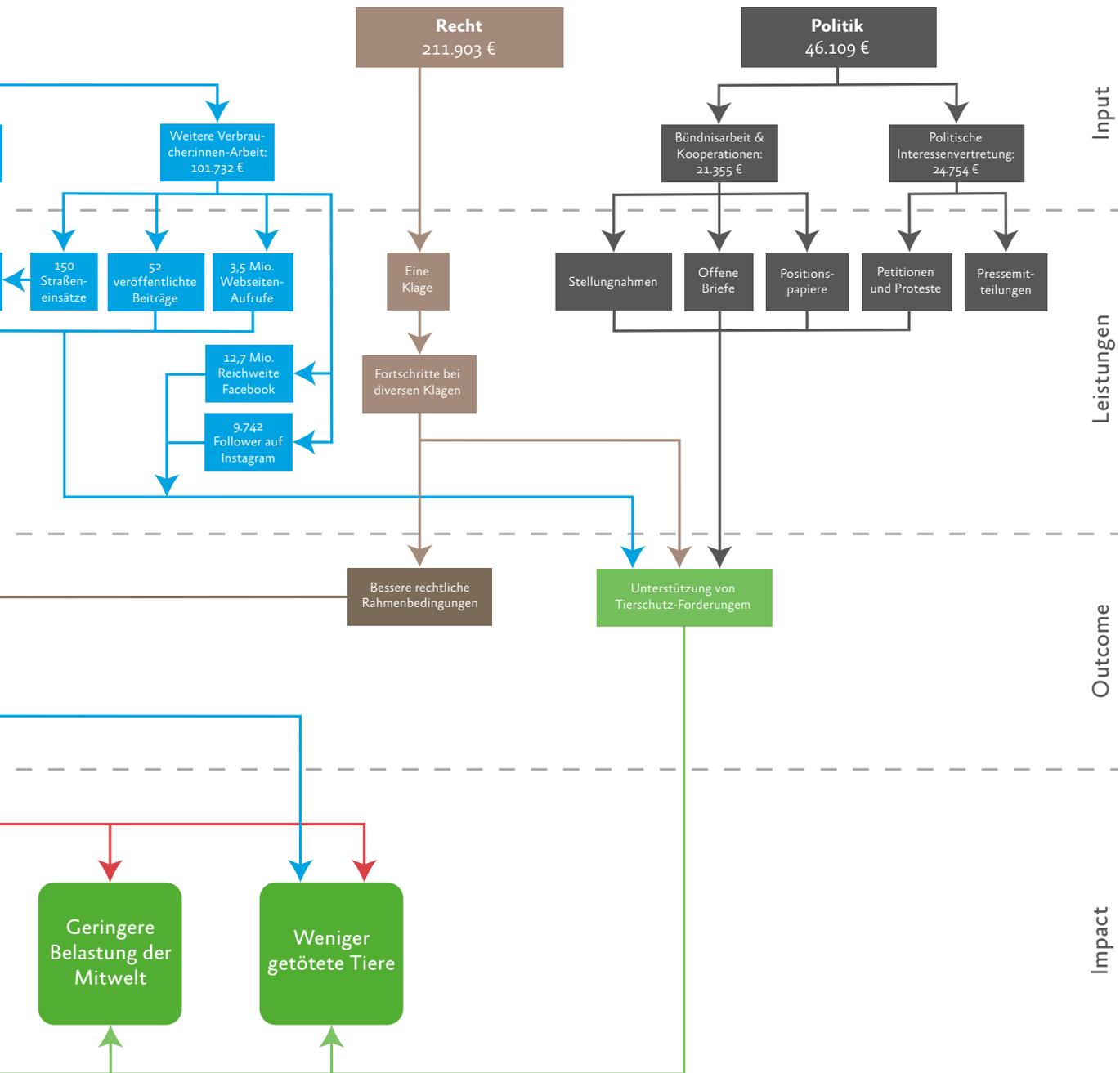
Im Jahr 2022 wurden auf Bundes- und EU-Ebene viele Vorhaben zum Thema Tierschutz angekündigt oder angestoßen (Tierhaltungskennzeichnung, Überarbeitung der Tierschutzgesetzgebung und diverser Verordnungen im Bund und in der EU), zu denen wir uns eingebracht haben; konkrete Ergebnisse lagen jedoch bis Jahresende noch nicht vor.

An unseren Petitionen an Cem Özdemir beziehungsweise Mona Neubaur haben sich insgesamt mehr als 23.000 Menschen beteiligt. Doch leider ist das Tier-

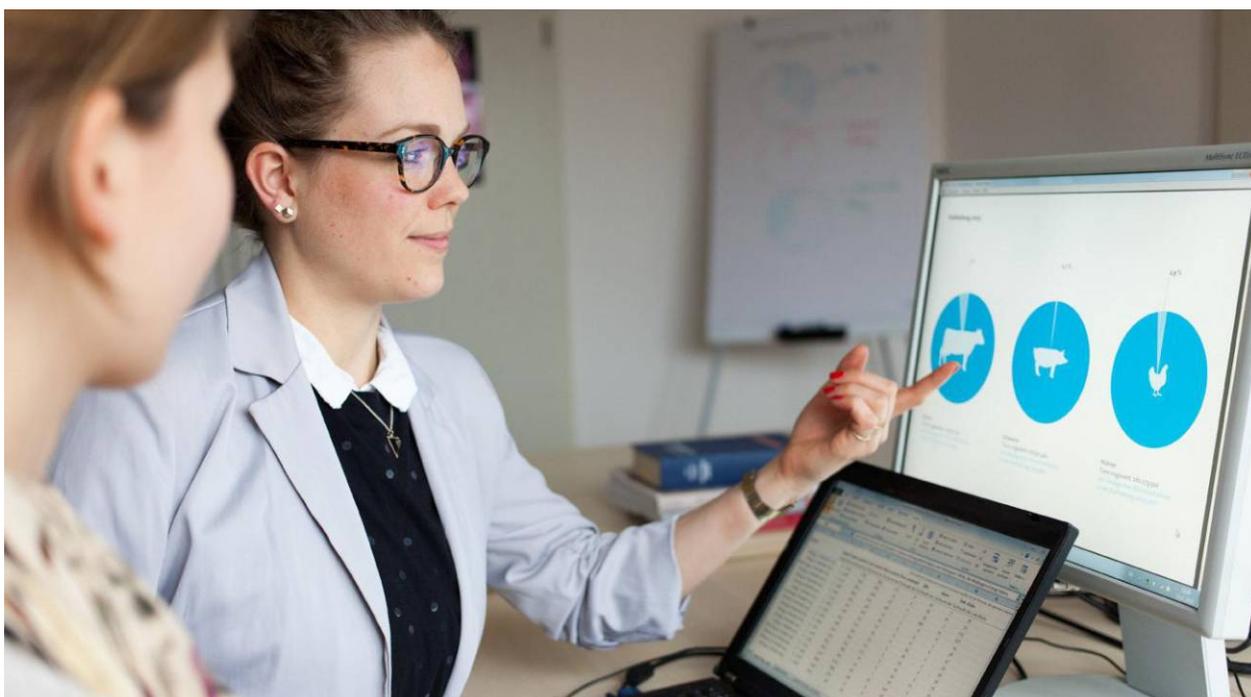
haltungskennzeichnungsgesetz aus Tierschutzsicht am Ende eher ein Rückschritt geworden<sup>44</sup> und die Schwarz-Grüne Koalition in NRW hat das Tierschutzverbandsklagerecht nicht wieder eingeführt.<sup>45</sup> Dennoch halten wir Petitionen nach wie vor für ein wichtiges Instrument in unserem Werkzeugkoffer, um Politiker:innen zu zeigen, wie viele Menschen hinter Tierschutzforderungen stehen, und so Druck aufzubauen. Zukünftig wollen wir diese Maßnahme noch stärker durch weitere sinnvolle Schritte (Pressearbeit, Gespräche u. ä.) begleiten.

### 3.5 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen





## 3.6 Maßnahmen zur begleitenden Qualitätssicherung



	2020	2021	2022
<b>Gesamt</b>	<b>170.119 €</b>	<b>42.829 €</b>	<b>18.282 €</b>
davon Personalkosten	152.558 €	40.114 €	18.282 €

### Folgende Maßnahmen haben wir in 2022 durchgeführt:

- > Automatisierung vieler Schritte bei der Anmeldung und Auswertung von Aktionen unserer Aktiven (Zeitersparnis von fünf bis sieben Stunden pro Woche)
- > Optimierung von Mailversand und -zustellung
- > Optimierung unserer Serversysteme im Hinblick auf Geschwindigkeit und Sicherheit
- > Beginn des Redesigns unserer Website
- > Barrierefreiheit unserer Websites
- > Weiterbildungen
- > zwei Resilienztrainings
- > Tag zur freien Arbeitsgestaltung
- > Strategie-Klausur der Bereichsleitungen
- > Workshop zum Thema »Teamentwicklung«
- > Aktualisierung des Buchungssystems für unsere Arbeitsplätze und Meetingräume
- > Mitarbeitendenschulung zu den erarbeiteten Programminhalten von »Plant Potential«
- > Evaluation des Nutzungsverhaltens und des aktuellen Bedarfs für ein optimiertes CRM-Tool
- > umfassende Schulung zu gesteigerter Outreach-Wirksamkeit über eine soziale Netzwerkplattform
- > »Dump & Clean«-Tag, bei dem alle physischen und virtuellen Ablagen aufgeräumt wurden
- > Überarbeitung des internen Informationsmanagements des Kampagnenbereichs

### 3.7 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichungen, Lernerfahrungen und Erfolge

Mit der Europäischen Masthuhn-Initiative sind wir in einem schwierigen Marktumfeld nicht ganz so schnell vorangekommen wie geplant (16 Unternehmen haben sich angeschlossen, 24 waren das Ziel). Dafür konnten wir wie geplant unser neues Programm »Plant Potentia« erstellen und die Pilotphase starten. Darüber hinaus haben wir wie geplant eine Timeline für unsere nächsten Rankings in der Lebensmittelwirtschaft aufgestellt.

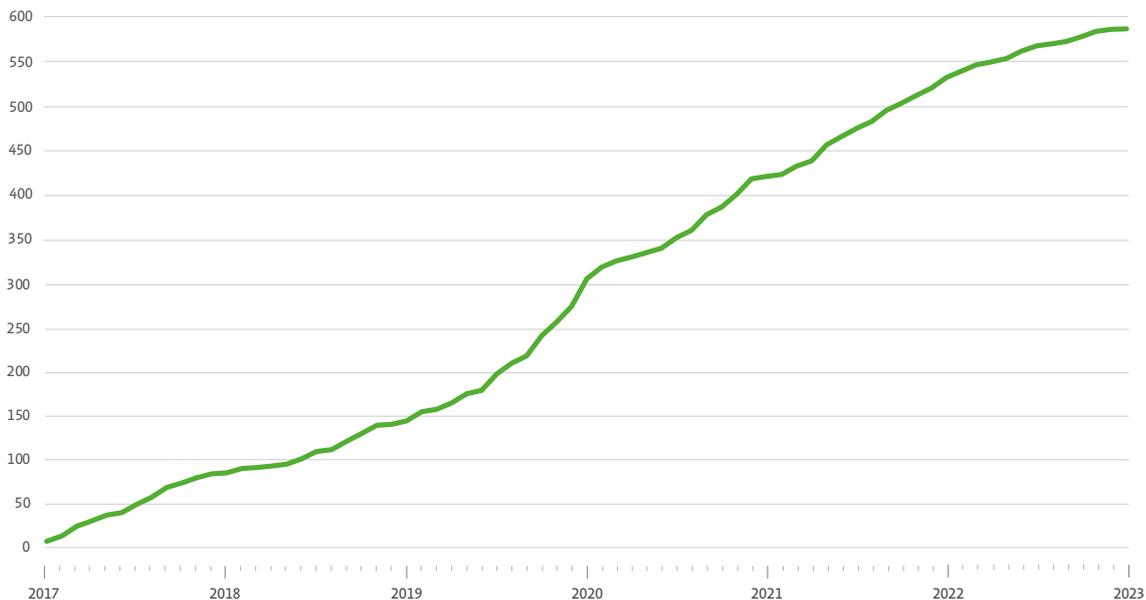
Zu unseren wichtigsten Lernerfahrungen zählt, dass wir keine eigene Software entwickeln sollten, weil das letztendlich nahezu immer ein komplexeres Unterfangen wird als ursprünglich gedacht. Einen entsprechenden Versuch haben wir abgebrochen und der Wechsel auf Standardsoftware (mit Anpassungen) trägt bereits Früchte.

Zusätzliche Lernerfahrungen haben wir im Management von komplexen Kampagnen sowie bezüglich der umfangreichen Anforderungen an die Gründung einer Stiftung in Rumänien gesammelt. Zudem haben wir einen Eindruck davon bekommen, welche weiteren Rollen wir schaffen sollten, um unseren Impact weiter zu steigern, und wie wir unsere interne Kommunikation weiter verbessern wollen.

Mit der Bewegung, die wir zur Verbesserung des Tierschutzes in Aquakulturen in Gang setzen konnten, sind wir sehr zufrieden.

#### Fortschritt der Europäischen Masthuhn-Initiative

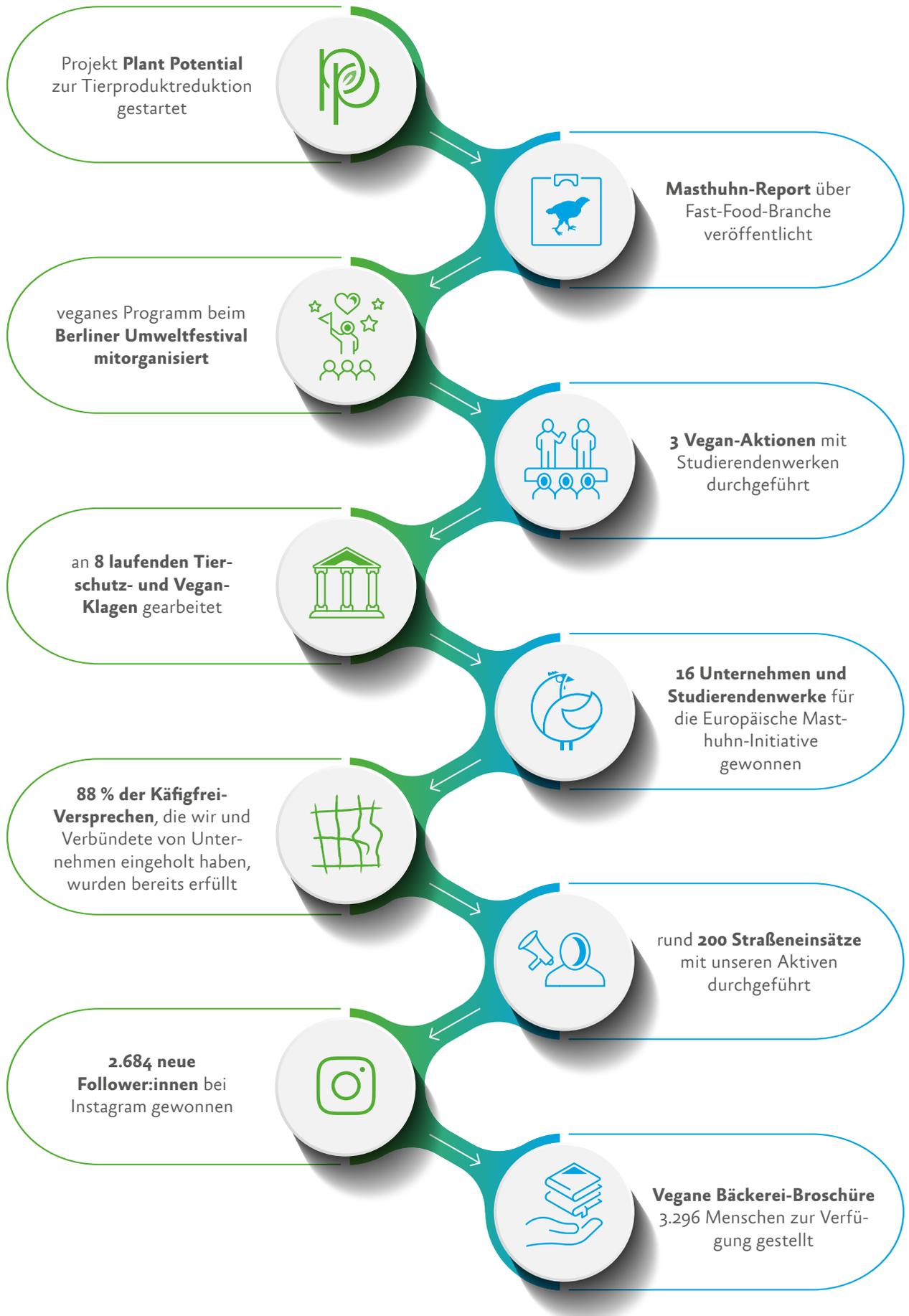
Unterstützer

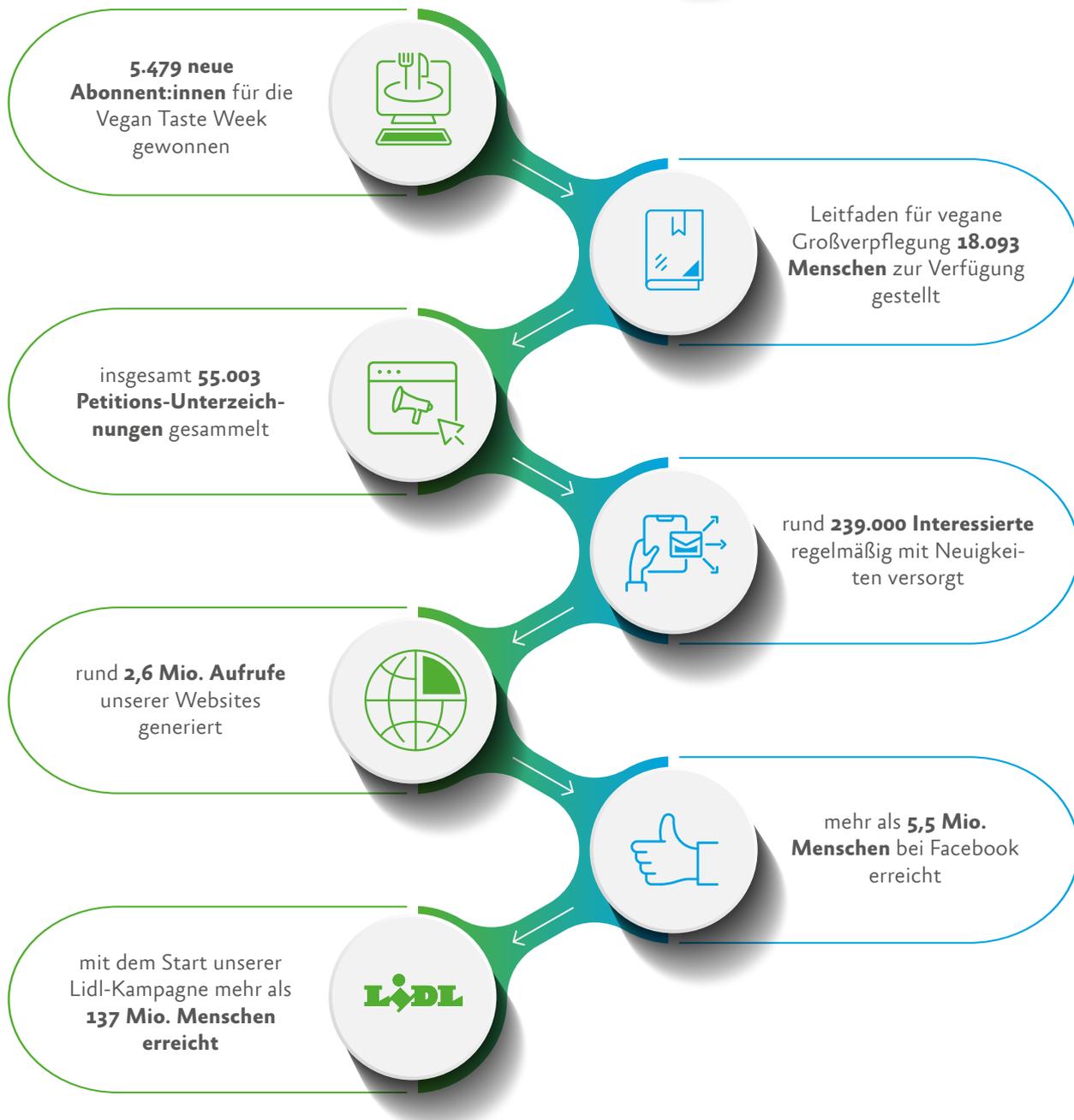


Stand: 12-2022

CC BY 4.0

Weitere wichtige Meilensteine und Erfolge zeigt diese Grafik:





.Wir wollen zwar regelmäßig mehr erreichen, als wir tatsächlich schaffen, aber neutral betrachtet war auch das Jahr 2022 wieder sehr erfolgreich.





# 4. Planung & Ausblick



© Timo Stammerger

## 4.1 Planung & Ziele

Unserer Vision (siehe Kapitel 1.1) nähern wir uns schrittweise an, indem wir Schwerpunkte auf Hebel legen, die kurz- und mittelfristig besonders viel Wirkung versprechen. Außerdem fokussieren wir uns auf Ansätze, die einen hohen zusätzlichen Nutzen für die Tierschutz- und Tierrechtsbewegungen haben. Letztere sind oft Aufgabengebiete, die von den Bewegungen relativ wenig oder noch wenig erfolgreich/professionell abgedeckt werden.

In Deutschland kurz- und mittelfristig besonders vielversprechend sowie insgesamt von NGOs relativ schwach abgedeckt sind derzeit nach wie vor die Säulen »Unternehmen« und »Recht«. Weniger hoch wirken die Chancen in der Politik. Da sich aber in den nächsten Jahren die tierschutzpolitischen Entscheidungen in Deutschland und Brüssel häufen werden und das den Ton für die nächsten Jahre angeben wird, bringen wir uns trotzdem ein.

Die politisch und wirtschaftlich schwierige Gesamtlage macht unsere Arbeit noch herausfordernder. Da die Säule »Recht« konjunkturunabhängig ist, werden wir sie weiter ausbauen. Außerdem haben wir die zusätzliche Aufgabe, Entscheider:innen und der Öffentlichkeit klarzumachen, dass unsere Arbeit alternativlos ist: Die Massentierhaltung erzeugt nicht nur Tierleid, sondern schadet auch für den Menschen lebenswichtigen Grundlagen (Grundwasser, fruchtbares Land, Antibiotika-Wirksamkeit und ein einigermaßen stabiles Klima).

## Unternehmen

Die Europäische Masthuhn-Initiative und Fische in Aquakulturen werden unsere Fokusthemen im Tierschutz bleiben. Gleichzeitig werden wir aber auch verstärkt weitere Tierschutzthemen abdecken, die für die Lebensmittelwirtschaft aktuell besonders relevant sind. Unsere Rankings hatten wir aus Kapazitätsgründen pausiert; wir nehmen sie jetzt wieder auf. Außerdem arbeiten wir mit der neuen Initiative »Plant Potential« daran, die Menge der Tierprodukte in den Lieferketten der Unternehmen zu reduzieren.

## Verbraucher:innen

Wir werden die Vegan Taste Week (VTW) und die Stiftung weiterhin miteinander verbinden: Die VTW-Teilnehmer:innen werden wir zudem stärker auf die Stiftung sowie auf Möglichkeiten des Online-Aktivismus und unsere Spendenaktionen hinweisen. Das VTW-Ziel bleibt, ein dauerhaft wertvolles Programm mit guter Nutzer:innenfreundlichkeit anzubieten, ohne laufend größere Änderungen vornehmen zu müssen.

Außerdem werden wir uns verstärkt mit den verschiedenen Themen aus unserer Strategie an Verbraucher:innen wenden (Informationen und Möglichkeiten, sich zu engagieren), um das Zusammenspiel unserer Hebel weiter auszubauen.

## Recht

In der Massentierhaltung wird routinemäßig gegen das Tierschutzrecht verstoßen. Dementsprechend groß

sind die Chancen guter juristischer Arbeit. Wir werden weitere Verbandsklagen inhaltlich unterstützen und finanzieren. In Bundesländern, in denen das möglich und sinnvoll ist, werden wir die Klagebefugnis selbst beantragen (in Berlin sind wir bereits klagebefugt).

Zudem werden wir weiterhin das Informationsfreiheits- und das Umweltinformationsgesetz nutzen um aufzudecken, wie intensiv Bundes- und Landesregierungen sowie Behörden die Interessen der Tierindustrie unterstützen. Das wird öffentlichen Druck erzeugen, der zu Verbesserungen führen kann.

## Politik

In Zeiten konservativer Bundesregierungen und Landwirtschaftsminister:innen haben wir im Einklang mit unseren Grundsätzen bewusst wenig Ressourcen in politische Arbeit investiert, da nicht von nennenswerten Erfolgen auszugehen war. Die Ampelkoalition mit ihrem Grünen Bundeslandwirtschaftsminister und die unüblich progressive EU-Kommission ändern das zumindest ein Stück weit. Zudem stehen in Brüssel und Berlin viele tierschutzpolitisch wichtige Entscheidungen an, die die Tierschutzarbeit der nächsten ein bis zwei Jahrzehnte maßgeblich prägen werden. Daher investieren wir in Lobbyarbeit und helfen dabei, die Chancen für gute Outcomes zu erhöhen.



## 4.2 Einflussfaktoren: Chancen & Risiken

Chancen und Risiken bewerten wir anhand einer Scoring-Methode. In die Berechnung fließen die Variablen Eintrittswahrscheinlichkeit (x) und Wirkung (y) ein, die wir auf einer Skala von 1 bis 5 einordnen. Die Wertung entsteht anhand der Formel »x\*y+y«. Diese Formel hat

die Folge, dass sowohl Chancen als auch Risiken mit einer großen Eintrittswahrscheinlichkeit stärker hervorgehoben werden, als das bei einer reinen Addition von x und y geschehen würde.

### Chancen

Chance	Folgen	Wahrsch.	Einfluss	Wertung	Maßnahmen
Verbesserung des EU-Rechts	Höhere Mindeststandards, niedrigere Tierproduktion	3	5	20	Forderungen aufstellen (»End the Cage Age«), Druck machen
Verbesserung in der Gesetzgebung (Bund)	Höhere Mindeststandards	4	4	20	Forderungen aufstellen, inhaltlich Stellung nehmen, Druck machen
Verbesserung in der Gesetzgebung (Länder)	Verbesserungen bei einzelnen Tierarten	3	3	12	Bei Eintreten auf Umsetzung in anderen Ländern drängen
Staatliches Tierschutzsiegel mit guten Kriterien wird geschaffen	Verschiebungen am Markt hin zu höheren Standards	1	4	8	Forderungen aufstellen, Druck machen
Wachsendes Interesse am Thema »vegan« (privat)	Erhöhte Bereitschaft zu testweiser Ernährungsumstellung	4	3	15	Unsere Angebote weiter verbessern
Wachsendes Interesse an Themen »vegan« und »Reduktion« (Unternehmen)	Erhöhte Bereitschaft zu Sortimentsausweitung und -umstellung	4	4	20	»Plant Potential« ausbauen und verbessern, Ziele vereinbaren, Rankings durchführen
Wachsende Nutzung von pflanzlichen Tierprodukt-Alternativen	Tierprodukte werden verdrängt	4	4	20	Info-Angebote ausbauen und verbessern
Wachsende Nutzung von Tierprodukt-Alternativen aus Fermentation	Tierprodukte werden verdrängt	4	4	20	Info-Angebote ausbauen und verbessern
Wachsende Nutzung von Tierprodukten aus Zellkulturen	Tierprodukte werden verdrängt	3	4	16	Info-Angebote ausbauen und verbessern
(Noch) stärkeres Aufgreifen des Themas »pflanzliche(re) Ernährung« durch NGOs	Noch höhere gesellschaftliche Akzeptanz und Unterstützung	3	3	12	Auf Zusammenhänge (Umwelt, Ernährungssicherheit, Gesundheit) aufmerksam machen
Tierschutz/Tierrechte etablieren sich (weiter) als Gesellschaftsthema	Reduktion der Tierproduktion wird als notwendig erkannt und gefördert	3	4	16	Info-Angebote ausbauen und verbessern
Positive Gerichtsurteile	Rechtliche Stellung des Tierschutzes/der Tiere verbessert sich	4	4	20	Durchführung sowie inhaltliche und finanzielle Unterstützung von Klagen

## Risiken

Risiko	Folgen	Wahrsch.	Einfluss	Wertung	Maßnahmen
Verschlechterungen des EU-Rechts	Zementierung oder Verschlechterung des Status quo	3	5	20	Warnen, Interessen vertreten, Druck machen
Verschlechterung des Bundesrechts	Zementierung oder Verschlechterung des Status quo	2	4	12	Warnen, Interessen vertreten, Druck machen
Schwindendes Interesse der Medien	Erschwerte Verbreitung unserer Inhalte	2	4	12	Gute Geschichten erzählen und anbieten
Schwindendes Interesse der Bevölkerung	Erschwerte Wirkungserreichung	2	4	12	Gute Medienarbeit leisten
Schwindendes Interesse von Unternehmen	Erschwerte Wirkungserreichung	2	5	15	Noch bessere Herausarbeitung von Vorteilen, Kampagnen
Unternehmen halten Selbstverpflichtungen nicht ein	Standards werden nicht erhöht	3	4	16	Fortschritte tracken, Kampagnen starten
Etablierung und Verbreitung schlechter Kennzeichnungssysteme	Beruhigung der Verbraucher:innen, Zementierung d. Haltungsbedingungen	5	3	18	Öffentlichkeit warnen, Interessen vertreten, Druck machen
Werbemaßnahmen der Agrarindustrie	Beruhigung der Verbraucher:innen	4	2	10	Informationsarbeit leisten
Fortschreitende Überzüchtung der Tiere	Mehr Leid der »Nutztiere«	3	5	20	Verbraucher:innen und Handel für das Thema sensibilisieren, rechtlich vorgehen
Handelsabkommen mit niedrigen Standards	Aushöhlung erarbeiteter Standards	3	3	12	Warnen
Beibehaltung der Agrar-Exportorientierung	Steigerung der Produktion (in D)	5	2	12	Alternativen aufzeigen
Gesetzgeber geht gegen Tierschutz-Recherchen vor	Recherchen werden seltener, öffentlicher Druck sinkt	1	4	8	Warnen, lobbyieren

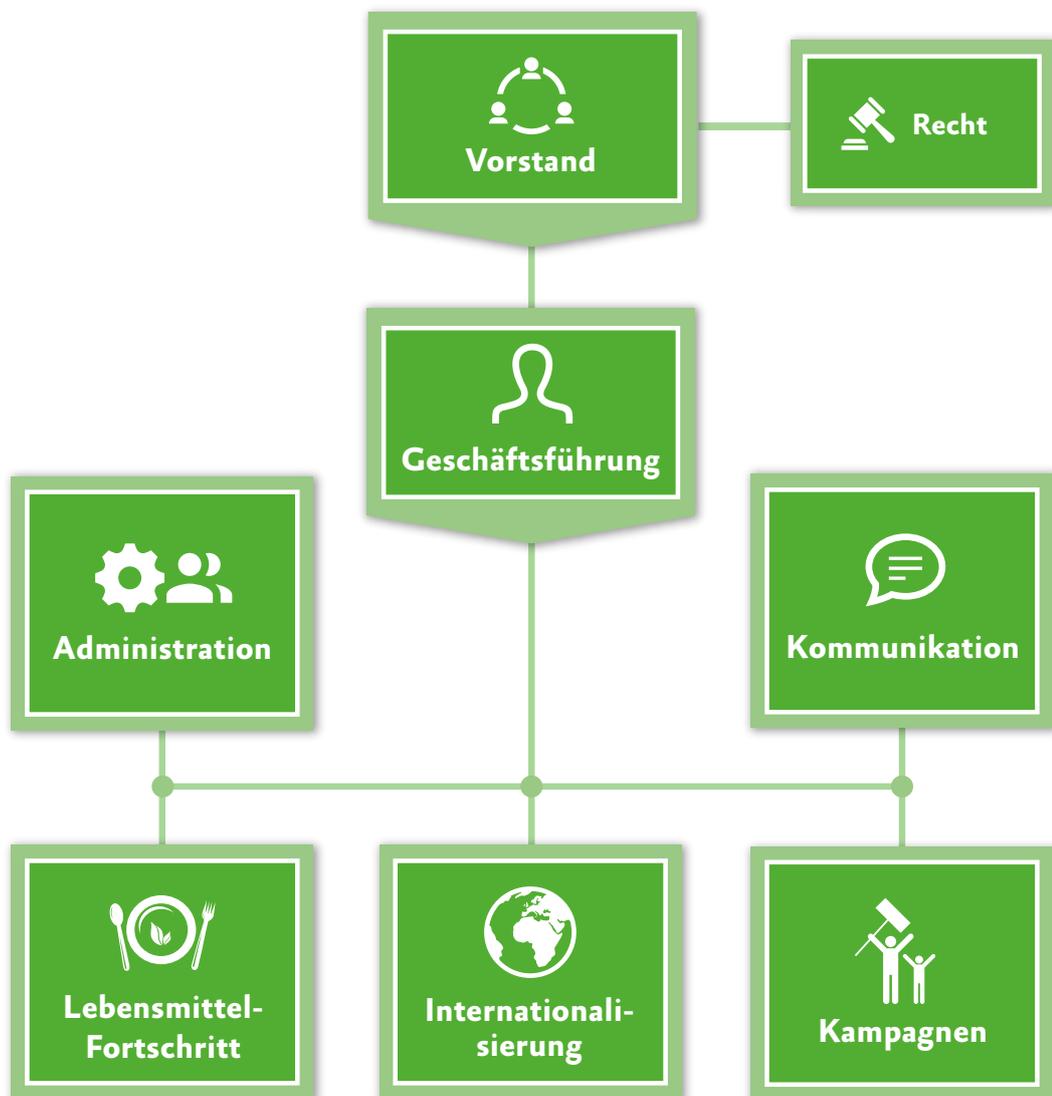




# 5. Organisationsstruktur & Team



## 5.1 Organisationsstruktur



## 5.2 Vorstellungen der handelnden Personen

### Unser Team in Deutschland (Stand 2022)



**André Sabosch**

Leiter IT

Eintrittsjahr: 2018



**Andrea Broszio**

Assistentin der  
Geschäftsführung

Eintrittsjahr: 2016



**Dr. Anna Stief**

Tierschutz- und Vegan-Projekte

Eintrittsjahr: 2016



**Anna-Maria Renner**

Verbraucher:innen- &  
Unternehmenskampagnen

Eintrittsjahr: 2019



**Anne Schäfer**

Leitung Personal

Eintrittsjahr: 2014



**Diana von Webel**

Leiterin Kommunikation

Eintrittsjahr: 2019



**Dirk Reuter**

Leiter Administration

Eintrittsjahr: 2013



**Doreen Rothe**

Kampagnen &  
Freiwilligen-Management

Eintrittsjahr: 2015



**Effi Knabe**

Finanzverwaltung

Eintrittsjahr: 2019



**Elisa Volkmer**

Verbraucher:innen- &  
Unternehmenskampagnen

Eintrittsjahr: 2016



**Esther Rabofski**

Tierschutz- und Vegan-Projekte

Eintrittsjahr: 2020



**Felice Lewandowski**

Verbraucher:innen- &  
Unternehmenskampagnen

Eintrittsjahr: 2022



**Florian Witkowski**

Grafik

Eintrittsjahr: 2017



**Henner Brünjes**

Webmaster

Eintrittsjahr: 2015



**Inken Jakob-Thome**  
Tierschutz- und Vegan-Projekte  
Eintrittsjahr: 2015



**Irina Fronescu**  
Leiterin Kampagnen  
Eintrittsjahr: 2022



**Janika Kleine**  
Tierschutz- und Vegan-Projekte  
Eintrittsjahr: 2016



**Jennifer Wilke**  
Redaktion  
Eintrittsjahr: 2017



**Jeremias Endres**  
Leitung Internationalisierung  
Eintrittsjahr: 2022



**Jonas Becker**  
Verbraucher:innen- & Unternehmenskampagnen  
Eintrittsjahr: 2018



**Lea Tahnee Budna**  
Vegan Taste Week & Redaktion  
Eintrittsjahr: 2020



**Lina Petri**  
Redaktion & Koordination  
Vegan Taste Week  
Eintrittsjahr: 2019



**Linda Eickelau**  
Kampagnen & Freiwilligen-Management  
Eintrittsjahr: 2018



**Loretta Schulte**  
Tierschutz- und Vegan-Projekte  
Eintrittsjahr: 2020



**Luisa Kucz**  
Leiterin Lebensmittelfortschritt  
Eintrittsjahr: 2014



**Mahi Klosterhalfen**  
Präsident & Geschäftsführer  
Eintrittsjahr: 2008



**Dr. Mareike Klinger-Strobel**  
Kampagnen & Freiwilligen-Management  
Eintrittsjahr: 2020



**Marie Fleischer**  
Leitungs- und Projektassistenz  
Eintrittsjahr: 2022



**Milena Henn**  
Redaktion, Social Media & Newsletter  
Eintrittsjahr: 2020



**Rieke Petter**  
Leiterin Vegan Taste Week, Redaktion  
Eintrittsjahr: 2014



**Robin Rader**  
Tierschutz- und Vegan-Projekte  
Eintrittsjahr: 2013



**Silja Kallsen-MacKenzie**  
Leiterin Internationalisierung  
Eintrittsjahr: 2010



**Sylvi Paulick**  
Rechtsassessorin  
Eintrittsjahr: 2020

## Unser Team in Polen (Stand 2022)



**Aleksandra Furgala**  
Administration &  
Vegan Taste Week Project Manager  
Eintrittsjahr: 2019



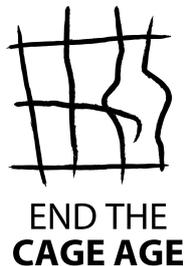
**Ewa Prokopiak**  
Corporate Relations Manager  
Eintrittsjahr: 2017



**Karolina Kunda-Kuwieckij**  
Communication &  
Campaigns Manager  
Eintrittsjahr: 2019

## 5.3 Partnerschaften, Kooperationen & Netzwerke

### Bündnisse



Partnerschaften & Kooperationen





# 6. Organisationsprofil

## 6.1 Allgemeine Angaben



<b>Name</b>	Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt
<b>Sitz</b>	Littenstraße 108, 10179 Berlin
<b>Gründung</b>	Gründungsjahr: 2000; Gründungsvater: Wolfgang Schindler
<b>Rechtsform</b>	Rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts
<b>Kontaktdaten</b>	Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt Littenstraße 108 10179 Berlin Tel.: 030 – 400 54 68 0 Fax: 030 – 400 54 68 69 E-Mail: kontakt@albert-schweitzer-stiftung.de Website: <a href="https://albert-schweitzer-stiftung.de">https://albert-schweitzer-stiftung.de</a>
<b>Link zum Leitbild</b>	<a href="https://albert-schweitzer-stiftung.de/ueber-uns">https://albert-schweitzer-stiftung.de/ueber-uns</a>
<b>Link zur Satzung</b>	<a href="https://albert-schweitzer-stiftung.de/ueber-uns/satzung">https://albert-schweitzer-stiftung.de/ueber-uns/satzung</a>
<b>Link zur ITZ-Unterzeichnung</b>	<a href="https://www.transparency.de/mitmachen/initiative-transparente-zivilgesellschaft/unterzeichner/">https://www.transparency.de/mitmachen/initiative-transparente-zivilgesellschaft/unterzeichner/</a>
<b>Gemeinnützigkeit</b>	Die Stiftung ist seit ihrer Gründung ohne Unterbrechung im Sinne der §§ 51 ff. AO von den Finanzämtern München und aktuell Berlin als gemeinnützig anerkannt. Gemeinnützige Zwecke: Förderung des Tierschutzes und der Tierrechte sowie der Bildung und Erziehung der Allgemeinheit auf sittlichem Gebiet. Der letzte Feststellungsbescheid ist datiert auf den 30. Juli 2021.

## Personalprofil

	2020	2021	2022
Anzahl Mitarbeiter:innen	39	35	34
davon hauptamtlich in Vollzeit	26	24	20
davon hauptamtlich in Teilzeit	5	6	12
davon Bundesfreiwillige (Ehrenamt)	6	3	-
Honorarkräfte	1	1	1
geringfügig Beschäftigte	1	1	1
weitere ehrenamtlich geleistete Stunden	ca. 3.000 <sup>46</sup>	ca. 2.000	ca. 2.000

## Gehaltsmodell

Position	Basisgehalt	Rollenbezogene Erfahrung	Sozial- & Fachkompetenz	Verantwortung für Mitarbeitende	Sonstige Verantwortung	Bonus
Geschäftsführung	4.932 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
Bereichsleitung	3.988 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
Abteilungsleitung	3.358 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
Mitarbeitende	2.938 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%

Sachbezüge gibt es im kleinen (steuerfreien) Bereich. Aufwandsentschädigungen zahlen wir nicht. Wenn Mitarbeiter:innen die betriebliche Altersvorsorge nutzen, bezuschussen wir das mit 15 % der Beiträge. Unsere Gehälter liegen nach unseren Informationen unter denen der meisten großen NGOs. Innerhalb der Tierschutz- und Tierrechtsbewegung liegen unsere Gehälter öffentlich einsehbaren Daten und informellen Gesprächen zufolge im gehobenen Mittelfeld.

## 6.2 Governance

### 6.2.1 Leitungs- und Geschäftsführungsorgan

Unser Leitungsorgan ist der Vorstand. Ihm gehören an:

- > Mahi Klosterhalfen (Vorsitzender)
- > Rolf Hohensee (Mitglied des Vorstands)
- > Hans-Georg Kluge (Mitglied des Vorstands)

Unsere Vorstandsmitglieder sind ehrenamtlich tätig und erhalten weder Aufwandsentschädigungen noch Sachbezüge. Vorstandsentscheidungen müssen mehrheitlich getroffen werden. Mahi Klosterhalfen kann diese im Außenverhältnis einzelvertretungsberechtigt umsetzen, um einen reibungslosen Ablauf zu ermöglichen. Seine Amtszeit ist auf Wunsch unseres Gründers unbeschränkt. Die Amtszeit aller anderen Vorstandsmitglieder (inkl. zukünftiger Vorsitzender) beträgt drei Jahre – Wiederwahl ist zulässig. Näheres regelt § 6 der Satzung. Die Geschäftsordnung regelt Details zur Häufigkeit der Vorstandssitzungen, Abstimmungen und

Niederschriften sowie der grundsätzlichen Möglichkeit, in dringenden Fällen Beschlüsse im schriftlichen Umlaufverfahren herbeizuführen.

Die Geschäftsführung (insb. Verantwortung für die operative Umsetzung der Strategieentscheidungen) wird vom Vorstand bestimmt. Dieses Amt hat Mahi Klosterhalfen inne.

Der Vorstand entscheidet vor allem über unsere strategische Ausrichtung. Er tagt nach Bedarf ca. ein Mal pro Quartal. 2022 fanden allerdings nur zwei Treffen statt (dafür regelmäßiger Austausch per Telefon und E-Mail).





## 6.2.2 Aufsichtsorgan

Wir haben kein internes Aufsichtsorgan, werden aber von der Stiftungsaufsicht Berlin beaufsichtigt. Zudem werden wir von der Siebeck & Tietgen Partnerschaft mbB geprüft (siehe Kapitel 7.1).

## 6.2.3 Interessenkonflikte

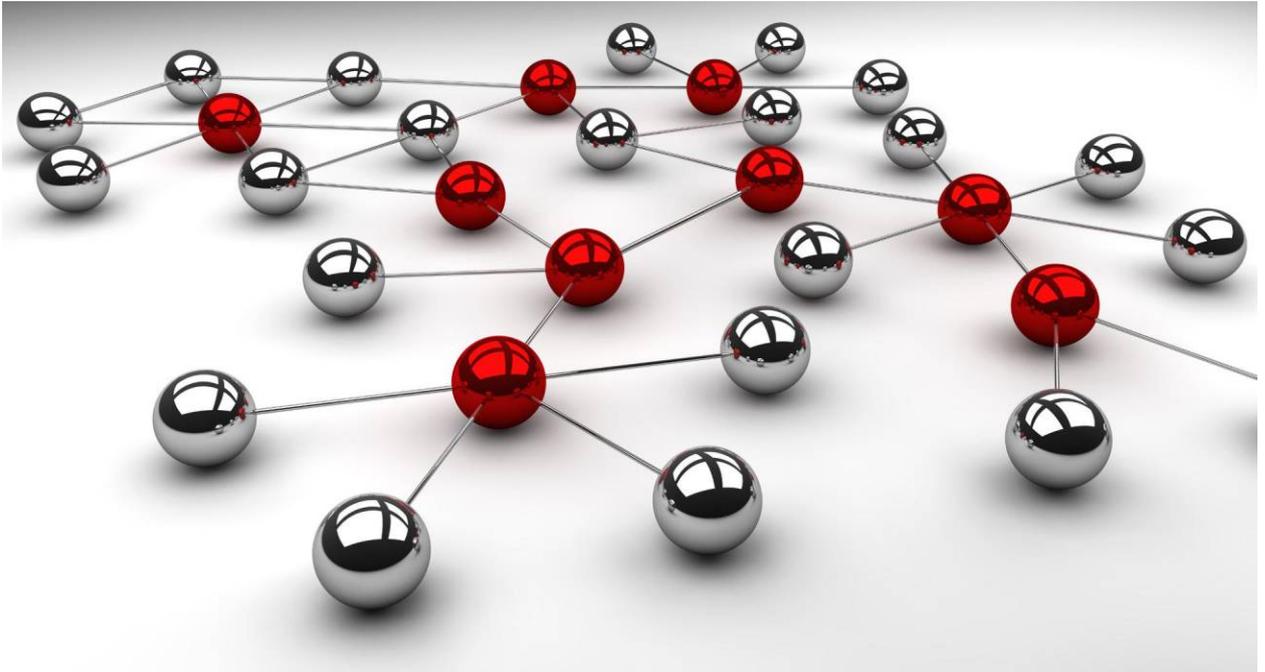
Personelle Überschneidungen oder Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Leitung und Aufsicht gibt es nicht. Interessenkonflikte können potenziell in Mahi Klosterhalfens Doppelrolle als Vorstandsmitglied und Geschäftsführer entstehen – insb. bei der Festlegung des Geschäftsführergehalts. Um in diesem Punkt Transparenz zu schaffen, haben wir unser Gehaltsmodell in diesem Bericht veröffentlicht. Bei der Durchführung von Verbandsklagen gehört die Kanzlei Röttgen, Kluge & Hund aufgrund ihrer Kompetenzen im Tierschutzrecht zu den wenigen besonders naheliegenden Adressen. Interessenkonflikte könnten bei der Beauftragung und Honorarvereinbarung entstehen. Deshalb haben wir diese Thematik sowie die uns angebotenen Stundensätze mit der Stiftungsaufsicht Oberbayern (unserer Aufsicht vor der Verlegung des Sitzes nach Berlin) geklärt und es bestanden keine Bedenken. Die Kanzlei bietet uns zudem vergünstigte Konditionen an. Darüber hinaus tätigen wir keine Geschäfte mit nahestehenden Personen.

## 6.2.4 Internes Kontrollsystem

Unser Controlling führen wir mit einem Programm durch. Dabei betrachten wir die Höhe und Verteilung der Einnahmen und Ausgaben sowie die Liquidität. Außerdem führen wir Hochrechnungen durch, um Ausmaß, Geschwindigkeit und Schwerpunkte des weiteren Wachstums festzulegen. Neben den Finanzdaten betrachten wir jeden Monat auch die Erreichung unserer qualitativen und quantitativen Ziele. Bei Negativabweichungen analysieren wir die Ursachen und entwickeln ggf. entsprechende Maßnahmen. Das Controlling führt Mahi Klosterhalfen unter Einbeziehung der Bereichsleiter:innen und der Finanzstelle durch. Mahi Klosterhalfen berichtet außerdem auf den Vorstandssitzungen über die Entwicklungen.

Im Umgang mit Rechnungen arbeiten wir nach dem Vieraugenprinzip. Zuständig sind Andrea Broszio und Dirk Reuter. Beträge ab 10.000 Euro genehmigt Mahi Klosterhalfen.

## 6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften & verbundene Organisationen



### 6.3.1 Eigentümerstruktur

An unserer Stiftung halten weder private noch juristische Personen Anteile. Das ist auch nicht möglich, denn Stiftungen gehören nur sich selbst.

### 6.3.2 Mitgliedschaften in anderen Organisationen

Stand Ende 2022 sind wir Mitglied in der Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR) und im Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau. Darüber hinaus arbeiten wir mit vielen Organisationen zusammen (siehe Kapitel 5.3).

### 6.3.3 Verbundene Organisationen

Wir sind mit keinen Organisationen juristisch verbunden und halten auch keine Anteile an anderen Organisationen. Drei unserer Mitarbeiter:innen (Silja Kallsen-MacKenzie, Mahi Klosterhalfen und Diana von Webel) bilden jedoch Stand Ende 2022 den ehrenamtlichen Aufsichtsrat unserer polnischen Schwesterorganisation Fundacja Alberta Schweitzera.

Unser Vorstandsvorsitzender ist ehrenamtliches Vorstandsmitglied von Compassion in World Farming sowie ehrenamtliches Beiratsmitglied im Center for Effective Vegan Advocacy.

Unser Vorstandsmitglied Hans-Georg Kluge ist ehrenamtliches Mitglied im Vorstand der Erna-Graff-Stiftung für Tierschutz.

## 6.4 Umwelt- & Sozialprofil (Ende 2022)

Zu Beginn des Ukraine-Krieges haben wir in Absprache mit unserer Vermieterin Teile unserer Büroräume für die Unterbringung von Geflüchteten mit Heimtieren zur Verfügung gestellt

### Zum Umweltschutz tragen wir durch folgende Punkte bei:

- > wir verwenden Recycling-Papier, solange es möglich ist und die Mehrkosten bei unter 50 % liegen. Ansonsten nehmen wir die nächste Stufe
- > unsere Spendenquittungen versenden wir standardmäßig digital
- > Bürobedarf bestellen wir größtenteils bei einem »ökofairen« Anbieter
- > Reisen finden in aller Regel mit öffentlichen Verkehrsmitteln statt
- > Inlandsflüge buchen wir nur in Ausnahmesituationen (wenn wir uns richtig erinnern: noch nie vorgekommen); Auslandsreisen sind Ausnahmen
- > wir haben keine Dienstwagen (nur einen Transporter für Außeneinsätze)
- > wir beziehen Ökostrom
- > auch unsere Server werden mit erneuerbaren Energien betrieben
- > alle Reinigungsmittel, Seifen etc. sind ökologisch und vegan
- > sämtliche Verpflegung ist vegan

### Unser Sozialprofil:

- > weitestgehend flexible Arbeitszeiten
- > weitestgehend freie Einteilung von Homeoffice-Tagen
- > grundsätzliche Ermöglichung von Remote-Office
- > Hunde sind am Arbeitsplatz grundsätzlich erlaubt (es gibt aber »hundefreie« Büros z. B. für Allergiker:innen)
- > Weiterbildungsmaßnahmen innerhalb der Arbeitszeit werden unterstützt und teilweise finanziert
- > die Arbeitsplätze sind ergonomisch (inkl. höhenverstellbarer Tische)
- > wir bieten betriebliche Altersvorsorge an und unterstützen diese im kleinen Rahmen
- > Mitarbeiter:innengespräche finden regelmäßig statt
- > Feedbackgespräche finden regelmäßig statt
- > das gesamte Team wird alle zwei Wochen in einem »All-Hands-Meeting« über die wichtigsten Entwicklungen aus allen Stiftungsbereichen informiert, um stets einen Gesamtüberblick zu haben
- > alle Mitarbeiter:innen nehmen regelmäßig an Teamworkshops teil
- > der Geschäftsführer hat eine »Open-Door-Policy« für alle Mitarbeiter:innen
- > bei Problemen können sich Mitarbeiter:innen an eine Vertrauensperson wenden
- > wir haben eine Antidiskriminierungs- und Compliance-Richtlinie sowie einen konkreten Ablaufplan bei Beschwerden
- > wir haben eine externe Beschwerdestelle für Fälle von Diskriminierung und Compliance-Verstößen
- > Probleme können auch anonym gemeldet werden
- > Rollenbeschreibungen sind klar definiert
- > Gehälter werden anhand eines festen Gehaltsmodells bestimmt
- > neue Mitarbeiter:innen werden durch einen festen Onboarding-Prozess geführt
- > Mitarbeiter:innen können über Ausgaben bis 100 Euro selbst entscheiden, wenn diese dazu beitragen, dass sie ihre Arbeit besser erledigen können





# 7. Finanzen & Rechnungslegung

## 7.1 Buchführung & Rechnungslegung

Für unsere Buchführung waren unsere Mitarbeiterin Stephanie Knabe und unser Mitarbeiter Dirk Reuter in Zusammenarbeit mit unserer Steuerberaterin Katrin Vogel (extern) zuständig. Den Jahresabschluss inkl. Bilanz nach HGB erstellt Steuerberaterin Katrin Vogel. Geprüft wird der Jahresabschluss zum einen von der Stiftungsaufsicht Berlin und zum anderen von der

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Siebeck & Tietgen, Stuttgart. Die Zahlen unter den Punkten 7.2 und 7.3 sind dem Jahresabschluss von Steuerberaterin Katrin Vogel entnommen. Sobald der Wirtschaftsprüfungsbericht vorliegt, werden wir eine neue Version dieses Berichts veröffentlichen.

## 7.2 Vermögensrechnung

Alle Angaben sind in Euro.

<b>Aktiva</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	3	3	3
II. Sachanlagen	14.616	8.715	10.445
III. Finanzanlagen	38.550	56.158	159.804
IV. Vorräte, Forderungen und sonstiges Vermögen	14.851	9.513	7.822
V. Kasse, Bank	3.055.143	2.489.024	4.705.694
VI. Rechnungsabgrenzungsposten	14.000	29.252	0
VII. Sonstige Aktiva	0	0	5.204
<b>Summe Aktiva</b>	<b>3.137.163</b>	<b>2.592.665</b>	<b>4.888.972</b>

<b>Passiva</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
I. Stiftungskapital	265.000	265.000	770.000
II. Ergebnismrücklagen	1.275.539	1.498.537	2.220.469
III. Sonderposten noch zu verbrauchende Spendenmittel <sup>47</sup>	1.161.237	376.210	1.682.957
IV. Rückstellungen	19.548	16.090	24.005
V. Verbindlichkeiten	157.371	172.454	191.541
VI. Sonstige Rechnungsabgrenzungsposten	0	2	0
<b>Summe Passiva</b>	<b>3.137.163</b>	<b>2.586.759</b>	<b>4.888.972</b>

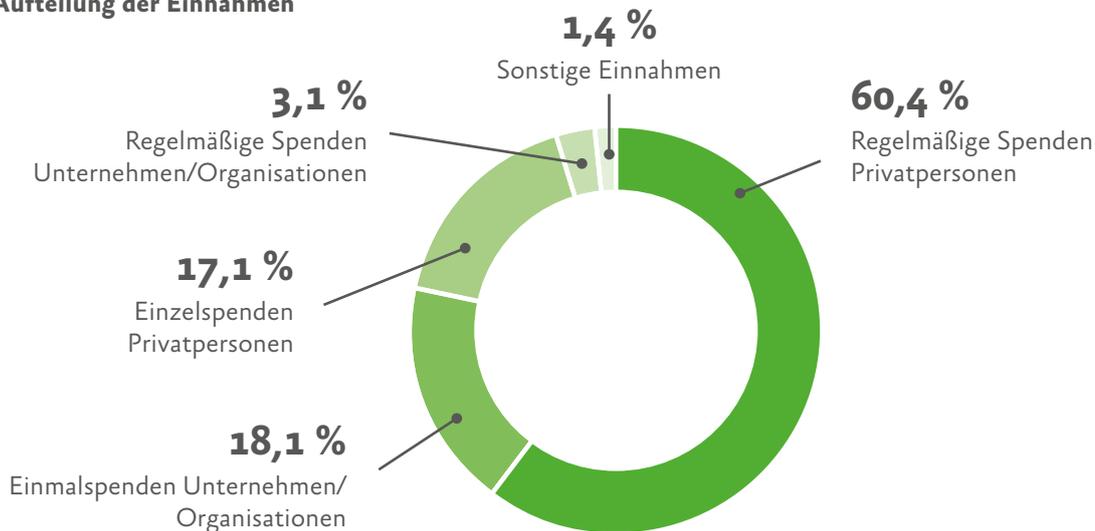
Die Stiftung besitzt keine Immobilien und hat keine Darlehen aufgenommen.

## 7.3 Einnahmen & Ausgaben

Alle Angaben sind in Euro.

Einnahmen	2020	2021	2022	Veränderung 2022 ggü. Vj.
Spenden und Förderschaften	3.396.106	2.192.090	4.617.609	+110,6 %
Erbschaften	0	14.423	0	
Sonstige Einnahmen	61.706	32.414	30.647	-5,5 %
Reduktion (./ Erhöhung) des Sonderpostens noch zu verbrauchende Spendenmittel <sup>48</sup>	./ 665.920	779.121	./ 1.306.747	
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>2.791.892</b>	<b>3.018.048</b>	<b>3.341.509</b>	<b>+10,7 %</b>

### Aufteilung der Einnahmen



### Hinweise zu den Einnahmen

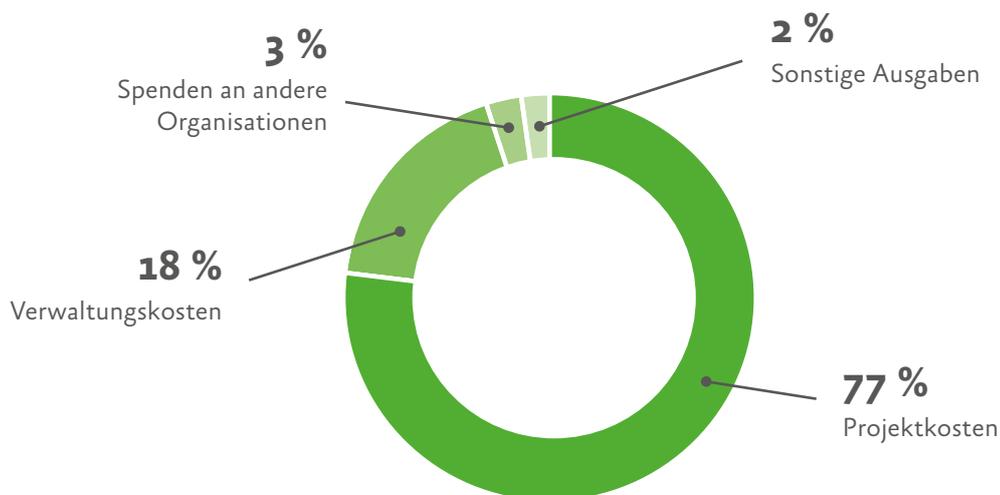
Der starke Zuwachs bei den Spenden und Förderschaften war planmäßig. Er ergibt sich aus zwei Faktoren: Zum einen haben wir im Jahr 2021 wenig Fundraising betrieben, da wir ausreichend hohe Reserven hatten. Zum anderen haben wir einen Großspender (Open Philanthropy) gebeten, eine für 2021 geplante Spende auf 2022 zu verschieben. Dieser Großspender hat uns eine weitere, eigentlich für 2023 geplante, Spende bereits 2022 überwiesen. Entsprechend groß wird der Rückgang unserer Einnahmen 2023 sein.

Spenden von Unternehmen nehmen wir nur an, wenn ausgeschlossen ist, dass wir eine Kampagne gegen das Unternehmen in Betracht ziehen könnten: Softwareunternehmen und Reifenhändler können beispielsweise an uns spenden, Supermarktketten und Catering-Unternehmen dagegen nicht.

Alle Angaben sind in Euro.

Ausgaben	2020	2021	2022	Veränderung 2022 ggü. Vj.
Projektkosten	1.575.586	1.961.316	2.214.109	+6 %
davon Personalkosten	1.110.473	1.088.963	1.219.202	+12 %
Verwaltungskosten	684.678	675.264	512.458	-25,3 %
davon Personalkosten	490.680	363.077	234.799	-35,3 %
Spenden an andere Organisationen	150.468	124.000	86.000	-30,6 %
Sonstige Ausgaben	41.091	34.471	66.477	+92,8 %
<b>Summe Ausgaben</b>	<b>2.451,823</b>	<b>2.795.051</b>	<b>2.878.044</b>	<b>+3 %</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>340.069</b>	<b>222.997</b>	<b>463.465</b>	<b>+107,8 %</b>

### Aufteilung der Ausgaben



### Hinweise zu den Ausgaben

Wie geplant haben wir unsere Projektausgaben 2022 gesteigert. Insbesondere hat sich der Personalkostenanteil erhöht, da wir unsere programmatische Arbeit verstärkt und mehr in Kampagnen (Sachkosten) investiert haben. Den Anteil unserer Verwaltungskosten konnten wir deutlich senken. Grundsätzlich weisen wir immer wieder darauf hin, dass ein hoher oder niedriger Verwaltungsaufwand per se weder gut noch schlecht ist, denn Verwaltungskosten können die Wirksamkeit einer Organisation überhaupt erst ermöglichen und

Organisationen mit einem niedrigen Verwaltungsanteil erreichen nicht zwangsläufig mehr als solche mit hohem Anteil.

Unter die sonstigen Ausgaben fallen z. B. Ausgaben für unsere WG (wir haben eine Wohnung angemietet, damit insbesondere Bundesfreiwillige ohne Schwierigkeiten eine Unterkunft in Berlin finden können) sowie Kosten für unseren Online-Shop.



### Hinweise zur Liquidität

Unsere liquiden Mittel belaufen sich auf 4.705.694 €. In Relation zu den Ausgaben ergibt sich ein Verhältnis von 1,64 (Vorjahr: 0,82). Mit anderen Worten: Unsere liquiden Mittel reichen, um die Stiftungsarbeit für gut zehn Monate zu finanzieren. Das liegt deutlich über unserem Zielwert, eine Liquiditätsreserve von mindestens fünf Monaten zu haben, und liegt zu einem großen Teil an der Großspende Ende 2022, die wir eigentlich für 2023 erwartet hatten.

## 7.4 Finanzielle Situation & Planung

Wir sind finanziell nach wie vor gut aufgestellt und haben im Jahr 2022 wie geplant verstärkt in Arbeit investiert, von der wir uns den größten Nutzen für die Tiere versprechen.

Für 2023 rechnen wir mit deutlich niedrigeren Einnahmen als 2022. Die Ausgaben werden ähnlich hoch sein wie 2022, sodass wir unser großes Liquiditätspolster abbauen werden.

Als Wachstumsschwerpunkte für die nächsten drei Jahre haben wir die Wirkungsbereiche »Unternehmen« und »Recht« festgelegt. Beide werden in Deutschland von anderen NGOs deutlich schwächer abgedeckt als viele andere Wege, Impact zu erzeugen, sodass hier große Chancen bestehen, einen Mehrwert im Tierschutz zu erzeugen. Unsere Unternehmensarbeit werden wir auch international ausbauen. In Deutschland werden wir zudem unsere politische Arbeit verstärken, da durch die neue Bundesregierung neue Möglichkeiten entstanden sind.



## 8. Impressum

### Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt

Littenstraße 108  
10179 Berlin

Tel.: 030 - 400 54 68 0

Fax: 030 - 400 54 68 69

E-Mail: [kontakt@albert-schweitzer-stiftung.de](mailto:kontakt@albert-schweitzer-stiftung.de)

Website: <https://albert-schweitzer-stiftung.de>

V.i.S.d.M.: Mahi Klosterhalfen



*Albert Schweitzer*  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt

Foto Deckblatt: Arthur Pawlak - pixabay

## Endnoten

1. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/themen/vegan-gesund>.
2. Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1131374/umfrage/treibhausgasemissionen-landwirtschaft-nach-bereichen>.
3. Siehe zur Rodung von Regenwäldern <http://vegan-taste-week.de/hintergruende/umwelt> (Punkt 4) sowie <https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/publications/research/2016-01-28-agricultural-commodities-brack-glover-wellesley.pdf> und zur Belastung von Gewässern <https://www.umweltbundesamt.de/daten/land-forstwirtschaft/landwirtschaft/naehrstoffeintraege-aus-der-landwirtschaft#textpart-1>.
4. Vgl. <https://www.weltagrarbericht.de/aktuelles/nachrichten/news/de/33275.html>
5. Vgl. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308521X16302384>.
6. Vgl. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/8/3/034015/meta;jsessionid=CB5A3D1F66C65E7FCE5D24787C2FA242.ip-10-40-2-115>.
7. Vgl. [https://biooekonomie.uni-hohenheim.de/uploads/tx\\_newspmf/pm\\_Fleischverzicht\\_2013-05-24\\_status\\_10.pdf](https://biooekonomie.uni-hohenheim.de/uploads/tx_newspmf/pm_Fleischverzicht_2013-05-24_status_10.pdf).
8. zum Zusammenhang von Fleischkonsum und Darmkrebs siehe <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15644544/>; zu Fleischkonsum und Diabetes: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21831992/>; zu Fleischkonsum und Herz-Kreislauf-Erkrankungen: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20479151/>.
9. Vgl. <https://www.brain-biotech.com/de/presse/gesundheitsoekonomische-betrachtungen-ernaehrungsabhaengiger-krankheiten>.
10. Vgl. [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/GutachtenNutztierhaltung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/GutachtenNutztierhaltung.pdf?__blob=publicationFile&v=2), S. 155.
11. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/kampagnen/kaefigfrei>.
12. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/kampagnen/masthuhn-kampagne>.
13. <https://shop.albert-schweitzer-stiftung.de/shop/selbst-wenn-broschuere-25er-pack>.
14. <https://veganes-sommerfest-berlin.de>.
15. Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/164959/umfrage/umsatz-der-nahrungsmittelindustrie-in-deutschland-seit-2005>.
16. Vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/tiere/tiergesundheit/veterinaerwesen-aufbau-laender.html>.
17. Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen>.
18. Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1023242/umfrage/interesse-an-vegetarischer-bzw-veganer-ernaehrung-bei-ueberzeugenderen-alternativen>.
19. »Tierschutzgesetz: Kommentar mit den wichtigsten auf der Grundlage des Tierschutzgesetzes ergangenen Rechtsverordnungen und einschlägigen europarechtlichen Texten« von H.-G. Kluge und »Tierschutzgesetz: Kommentar«, 3. Auflage, von A. Hirt, Dr. C. Maisack, Dr. med. vet J. Moritz.
20. Beinhaltet zum größten Teil Spenden an die Fundacja Alberta Schweitzera.
21. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/ueber-100-globale-kaefigfrei-zusagen>
22. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/kaefighaltung-in-deutschland-unter-6-prozent>
23. Vgl. <https://shop.albert-schweitzer-stiftung.de/shop/selbst-wenn-broschuere-25er-pack>.
24. 2021 haben wir mit der Aktualisierung und Überarbeitung der Selbst-Wenn-Broschüre begonnen. Die Fertigstellung und der Druck werden erst 2022 erfolgen.
25. Vgl. <https://vegan-taste-week.de>.
26. Vgl. <https://tydzien-na-weganie.pl>.
27. Im Jahr 2019 hatten wir ausreichend viele Broschüren auf Lager.

28. Der Rückgang der Teilnehmer:innenzahl seit 2021 lässt sich darauf zurückführen, dass wir die Vegan Taste Week kaum online beworben haben. Für 2023 ist eine Überarbeitung geplant und danach starten wir auch wieder mit der Online-Werbung.
29. Darüber hinaus haben wir 14 Artikel auf [albertschweitzerfoundation.org](https://albertschweitzerfoundation.org) veröffentlicht, die Mehrzahl davon Übersetzungen deutscher Beiträge.
30. Vgl. [https://files.vegan-taste-week.de/1/vtw\\_e-book\\_deutsche\\_klassiker\\_v.04-2022.pdf](https://files.vegan-taste-week.de/1/vtw_e-book_deutsche_klassiker_v.04-2022.pdf).
31. Vgl. <https://vegan-taste-week.de/produktguide>.
32. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/veganuary-beliebter-denn-je>.
33. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/video-reihe-erzaehl-von-mir> Hierbei handelt es sich um Anträge auf Auskunft nach dem jeweils einschlägigen Informationsfreiheitsgesetz.
34. Genauer: Die Klagen waren in der Vergangenheit nicht unsere, sondern wir ermöglichten es anderen Organisationen, Klagen einzureichen, indem wir sie inhaltlich und finanziell unterstützten. Diese Vorgehensweise war dadurch bedingt, dass wir selbst nicht klagen konnten. Im Juni 2021 haben wir dann auch selbst die Anerkennung als verbandsklageberechtigte Organisation von der Senatsverwaltung erhalten. Seitdem sind also auch wir klageberechtigt. An unserer Vorgehensweise, andere Organisationen bei ihren Klagen zu unterstützen, wird sich jedoch nichts ändern. Denn die Anerkennung erstreckt sich immer nur auf das Bundesland, in dem eine Organisation ihren Sitz hat. Das bedeutet, dass wir auch immer nur in Berlin tätig werden dürfen, wo es aber nur wenig sogenannte Nutztierhaltung gibt.
35. Vgl. <https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de>.
36. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/end-the-cage-age-brief-an-cem-oezdemir>.
37. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/tiertransporte-offener-brief-an-cem-oezdemir>.
38. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/aktion-vor-bmel-tiertransporte-beenden>.
39. Vgl. <https://www.agrarheute.com/politik/tierschuetzer-demonstrieren-gegen-tiertransporte-drittstaaten-594715>.
40. Vgl. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13611-Tierwohl-zu-wirtschaftlichen-Zwecken-gehaltene-Tiere/F2668042\\_de](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13611-Tierwohl-zu-wirtschaftlichen-Zwecken-gehaltene-Tiere/F2668042_de).
41. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/haltungskennzeichnung-versprochen-gebrochen>.
42. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/appell-an-cem-oezdemir>  
<https://albert-schweitzer-stiftung.de/helfen/petitionen/tierschutzkennzeichnung-aber-richtig>.
43. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/tierschutzverbaende-warnen-gruene-in-nrw>.
44. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/haltungskennzeichnung-rueckschritt-fuer-tiere>.
45. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/helfen/petitionen/frau-neubaur-tierschutz-nicht-verhoekern>.
46. Rückgang insb. wegen Corona.
47. Bilanziert nach den Richtlinien IDW RS HFA 21. Diese Sonderposten werden in den Folgejahren verwendet.
48. Laut IDW-Richtlinien soll zu den Spenden der Sonderposten des Vorjahres addiert und der Sonderposten des Jahresendes abgezogen werden. Um die realen Spendeneinnahmen darzustellen, weisen wir hier stattdessen die tatsächlichen Spendeneingänge (in Zeile 1) und die Differenz des Sonderpostens (in Zeile 4) getrennt voneinander aus. Die absolute Höhe der Sonderposten steht in Kapitel 7.2 unter den Passiva.

