



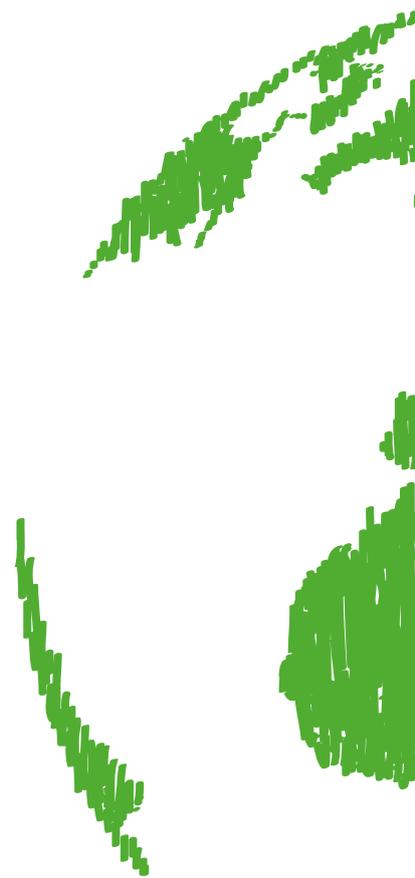
Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt

# Wirkungsbericht 2023

nach dem **Social Reporting Standard**



*Albert Schweitzer*  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt



# Herzlich willkommen zu unserem **Transparenz- und Wirkungsbericht 2023**



Liebe Leser:innen,

im Jahr 2023 hatte ich mein 15-jähriges Jubiläum bei der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt. Oft werde ich gefragt, wie ich mich nach all den Jahren noch motiviert für die Tiere einsetzen kann. Die Antwort ist für mich ganz einfach: Jedes Jahr leisten wir einen bedeutenden Beitrag zur Abschaffung der Massentierhaltung. Das ist es, was ich am meisten an meiner Arbeit liebe und warum ich auch nach 15 Jahren Feuer und Flamme für die Stiftung bin.

Wie Sie in diesem Wirkungsbericht lesen werden, haben wir auch 2023 wieder viel erreichen können. Wir legen gerade die Grundsteine dafür, dass sich die Zucht- und Haltungsbedingungen für hunderte Millionen Tiere in den nächsten Jahren verbessern werden – derzeit vor allem für die Masthühner, aber auch für andere Tierarten.

Wir haben noch viel Arbeit vor uns. Allen Menschen, die dabei mit anpacken – seien es die Mitarbeiter:innen der Stiftung, Aktive, Spender:innen oder Vertreter:innen aus Wirtschaft und Politik – möchte ich herzlich für ihr Engagement danken!

Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "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

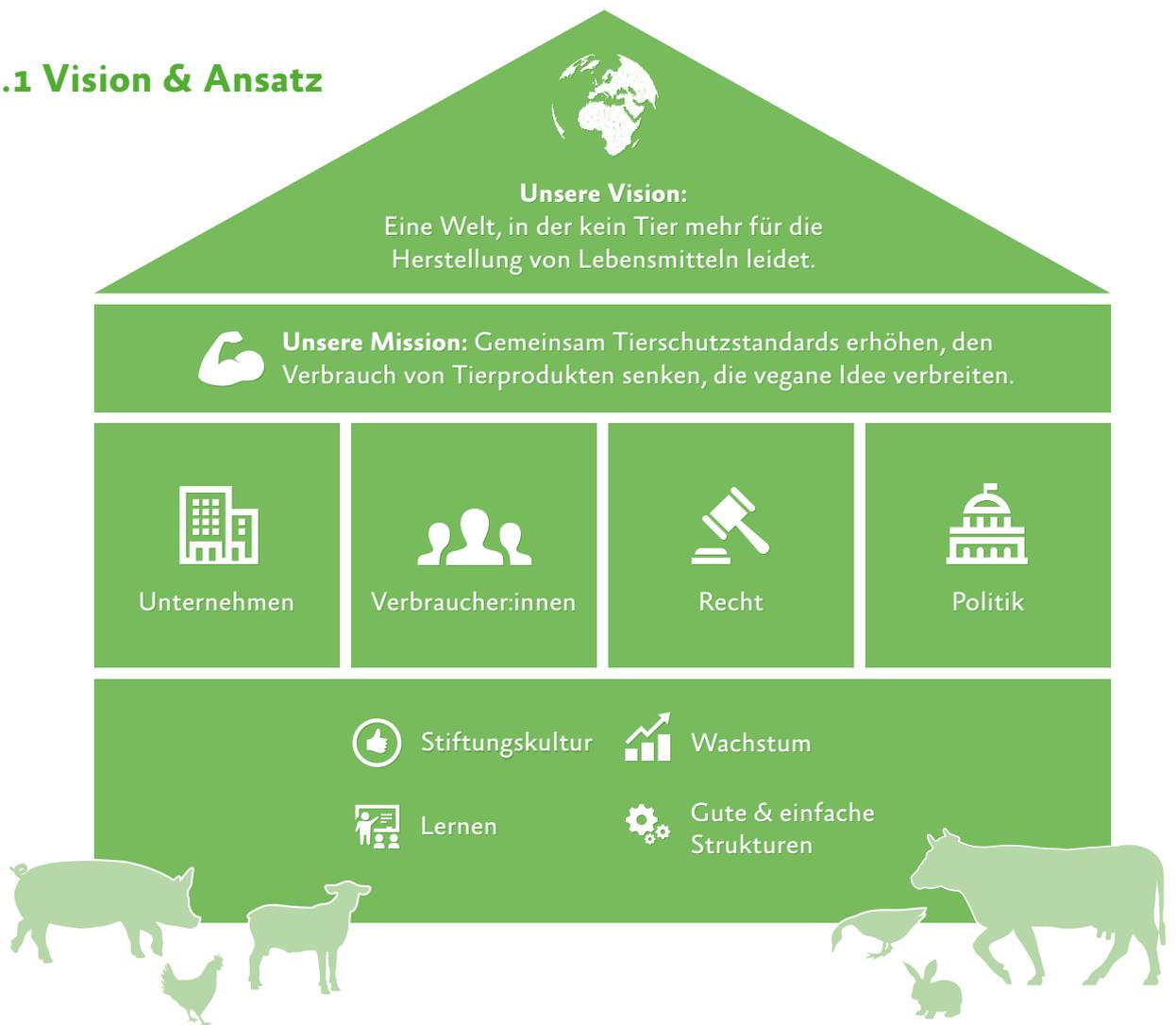


»Die Ehrfurcht vor dem Leben, zu der wir Menschen gelangen müssen, begreift alles in sich, was als Liebe, Hingebung, Mitleiden, Mitfreude, Mitstreben in Betracht kommen kann.«

**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 kein Tier mehr für die Herstellung von Lebensmitteln leidet.

### Mission

Unsere Mission ist es, gemeinsam Tierschutzstandards zu erhöhen, den Verbrauch von Tierprodukten zu senken und die vegane Idee zu verbreiten.



## 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.

### 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.

## Strategie – die Basis

Die Basis ist eine wichtige Grundlage, um mit unseren Strategiesäulen viel bewegen zu können. Im Jahr 2024 werden wir unser Leitbild Schritt für Schritt aktualisieren, sodass sich auch hier Änderungen ergeben werden.

### Stiftungskultur



Gemeinsame Werte, Normen und Ziele sind eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Zusammenarbeit im Team. Unsere Stiftungskultur beginnt bei unserer Vision und beeinflusst, wie wir arbeiten.

### 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 hinzuwirken.

Unsere Erfahrung zeigt: Je mehr Menschen uns aktiv folgen (insbesondere über unsere Newsletter), desto höher werden die uns anvertrauten Spenden und Förderschafte. Daher werden wir einen Schwerpunkt darauf legen, noch mehr Menschen zu erreichen, die unsere Arbeit wertschätzen.

## 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.

### Lernen



Wir bilden uns gezielt weiter und achten verstärkt darauf, dafür auch Kapazitäten zu reservieren. Zudem erhöhen wir unsere Konfliktfähigkeit und stärken unsere Lernkultur, indem wir offen mit Fehlern umgehen sowie unsere Lernerfahrungen miteinander teilen.

### Gute & einfache Strukturen



Wir achten darauf, unsere Zeit und Energie vorrangig dafür einzusetzen, Outcomes für die Tiere zu erzeugen oder zu unterstützen. Dazu priorisieren wir konsequent und reduzieren Aufgaben und Projekte wenn möglich. Außerdem erarbeiten wir effiziente Strukturen, zum Beispiel für die Einarbeitung neuer Teammitglieder, für die Projektorganisation oder Verwaltungsprozesse.

### Berichtszeitraum und Berichtszyklus

Wir berichten über unsere Arbeit im Kalenderjahr 2023. An einigen Stellen fließen relevante Informationen aus dem Jahr 2024 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. Doch 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«



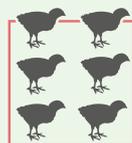
#### Transport und Schlachtung

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



Dem IPCC zufolge fallen 22 % der durch den Menschen verursachten Treibhausgasemissionen in den Bereich »Landwirtschaft, Forstwirtschaft und sonstige Landnutzung«, zu dem auch die landwirtschaftliche Tierhaltung zählt.<sup>2</sup> Die Tierhaltung trägt zudem 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>

Jede Sekunde wird weltweit eine Waldfläche in der Größe eines halben Fußballfelds vernichtet. Ein großer Teil davon wird als Weidefläche und zur Produktion von Futtermitteln für die »Nutztierhaltung« benötigt.

Quelle: IPCC-Sachstandsbericht

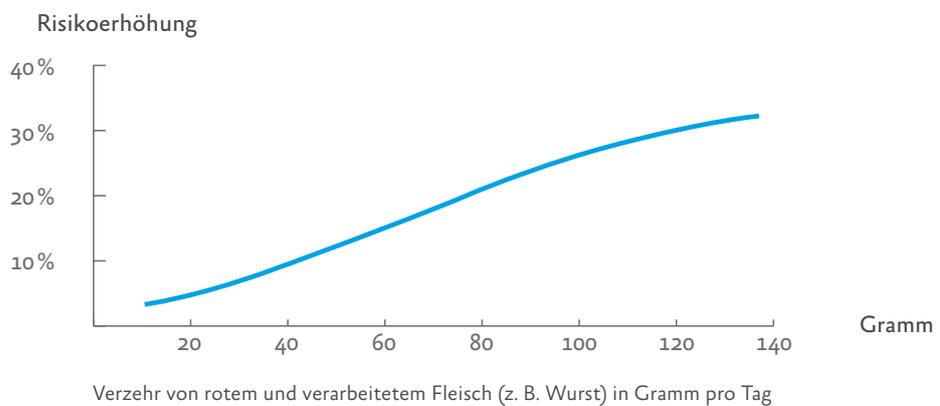
Hinzu kommt die Verschwendung von Lebensmitteln. Berechnungen zeigen, dass bei der globalen Nahrungproduktion rund 1,1 Mrd. Tonnen Feldfrüchte eingesetzt werden, um daraus nur 240 Mio. Tonnen an Tierprodukten wie Fleisch, Milch und Eiern zu erhalten.<sup>5</sup> Würden allein das weltweit produzierte 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 rund 17 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).

Fleischesser:innen	124
Vegetarier:innen	104
Veganer:innen	89



### Häufigkeit von Bluthochdruck

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

Fleischesser:innen	13,6 %
Vegetarier:innen	9,4 %
Veganer:innen	6,8 %



### 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.

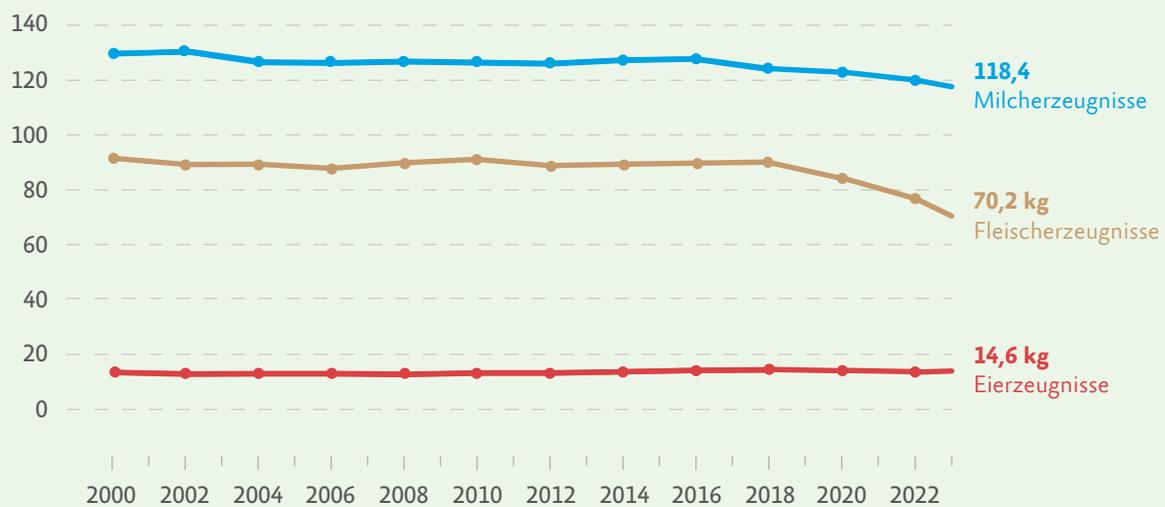
Fleischesser:innen	124
Vegetarier:innen	1/2
Veganer:innen	1/3

## Konsum und Produktion tierlicher Produkte in Deutschland



### Verbrauch von Milch<sup>1</sup>- und Fleischerzeugnissen sowie Eiern in Deutschland (Stand 2023)

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.** wir 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 uns im Bereich Politik auf Kontakte zu konservativen demokratischen Parteien der Mitte konzentrieren, da das links-grüne Spektrum bereits gut von anderen Organisationen abgedeckt wird.

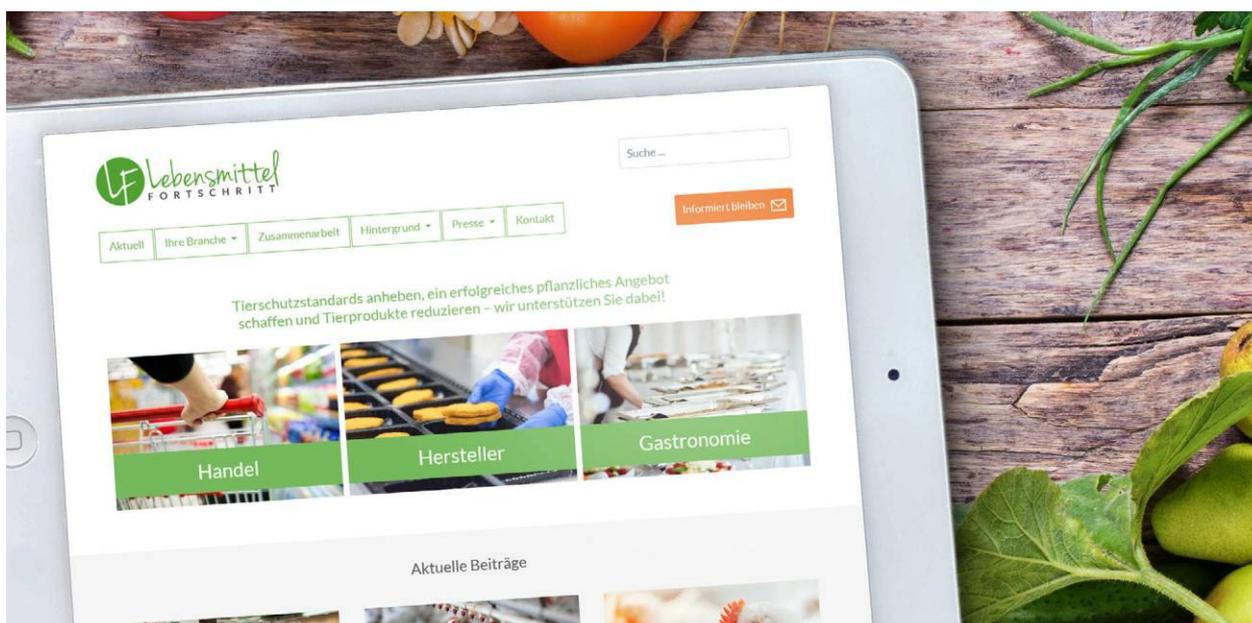
Die beiden Kriterien sehen wir derzeit besonders stark in unseren Strategiebereichen Unternehmen und Recht erfüllt, weshalb sie unsere Schwerpunkte bilden.

In beiden Bereichen haben wir hohe Kompetenzen und andere Organisationen bearbeiten die Bereiche nicht sehr intensiv.

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, Rankings 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:

- > Standards in der Masthuhn-Haltung erhöhen<sup>11</sup>
- > Käfigeier auslisten bzw. nicht mehr verwenden (Käfigfrei-Kampagne)<sup>12</sup>
- > Standards in der Aquakultur erhöhen
- > Reduktion von Tierprodukten auf allen Ebenen der Lieferkette
- > unternehmensweite Tierschutz-Richtlinien erstellen oder ausbauen
- > weitere Tierschutz-Themen angehen, wenn sich Möglichkeiten dazu in Gesprächen abzeichnen

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: Verbraucher:innen ab einem Alter von 16 Jahren, deutschsprachig und in Deutschland lebend, mit Internet-Zugang und -Kenntnissen sowie einem generellen Interesse an Tierschutz-Themen und/oder veganer Ernährung. Wir erreichen Verbraucher:innen unter anderem mit:

- > unserer Arbeit in den klassischen und sozialen Medien sowie den Inhalten auf unserer Website [www.albert-schweitzer-stiftung.de](http://www.albert-schweitzer-stiftung.de)
- > der Selbst-Wenn-Broschüre, einem 16-seitigen Informationsheft, das Gründe für eine Ernährungsumstellung und die Wege dorthin aufzeigt<sup>13</sup>
- > 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
- > unseren regionalen Aktionsgruppen, die medienwirksame Proteste durchführen, Teilnehmer:innen für die Vegan Taste Week gewinnen und Selbst-Wenn-Broschüren verteilen



## 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. Des Weiteren beteiligen wir uns über Stellungnahmen an Rechtssetzungsverfahren im Bereich des Tierschutzrechts.

## 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: 224 Mrd. Euro Jahresumsatz (Anzahl der relevanten Entscheider:innen unbekannt)<sup>14</sup>
- > Bundesländer mit Verbandsklagerecht: 8<sup>15</sup>
- > Veterinärämter in ganz Deutschland: 431<sup>16</sup>
- > 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>
- > Anteil der Menschen in Deutschland, für die der Tierschutz von sogenannten Nutztieren wichtig ist: 92 %<sup>19</sup>
- > Politiker:innen (Legislative) auf EU-, Bundes- und Landesebene (Regierungs- bzw. EU-Kommissionsmitglieder, Abgeordnete, Parteifunktionär:innen usw.): rund 3.000<sup>20</sup>. Davon schätzungsweise für unsere Arbeit relevant: rund 400

## 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.



Lidl Kampagne – Dead Rot Award (2023)

### Verbraucher:innen

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

Die Nutzer:innen unserer Stiftungswebsite und unsere Follower:innen in den sozialen Medien bewegen wir durch fundierte Informationen über die landwirtschaftliche Tierhaltung und deren Auswirkungen auf Klima, Umwelt und Gesundheit dazu, ihren Tierproduktkonsum zu reduzieren. Die Veganer:innen unter ihnen bestärken wir darin, eine pflanzenbasierte Ernährung beizubehalten.

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 Teilneh-

mer: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.



## 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.

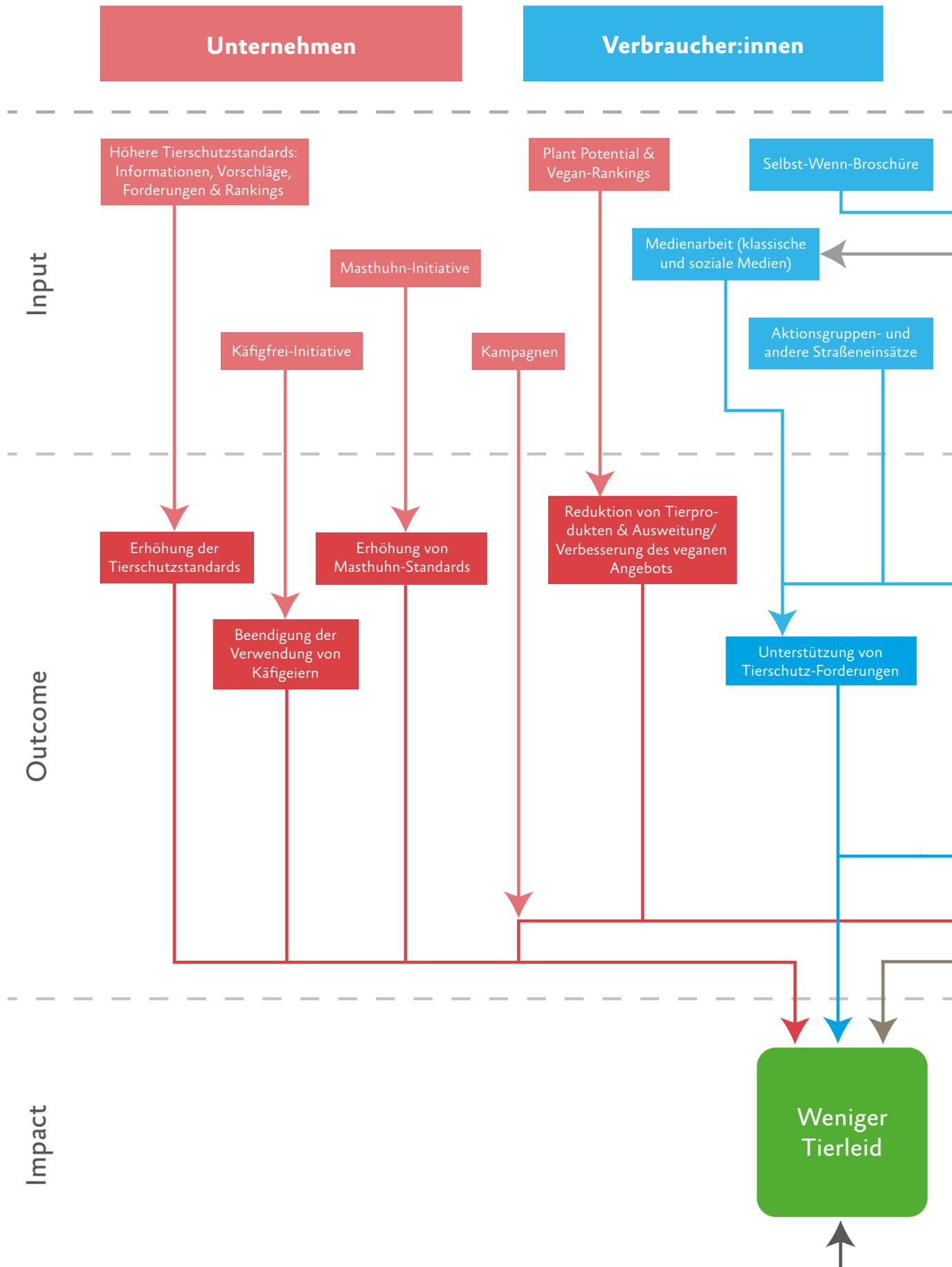
Im juristischen Bereich zeichnen wir uns dadurch aus, dass wir in unserem Vorstand und unserem Wissenschaftsbeirat über drei Volljuristen verfügen. Zwei von ihnen haben (unabhängig voneinander) juristische Kommentare zum deutschen Tierschutzrecht als Bücher veröffentlicht.<sup>21</sup> Zudem haben wir eine Syndikusrechtsanwältin in Vollzeit in unserem Team. Dass eine Tierschutzorganisation in Deutschland über solch eine geballte juristische Kompetenz verfügt, ist nahezu einzigartig.

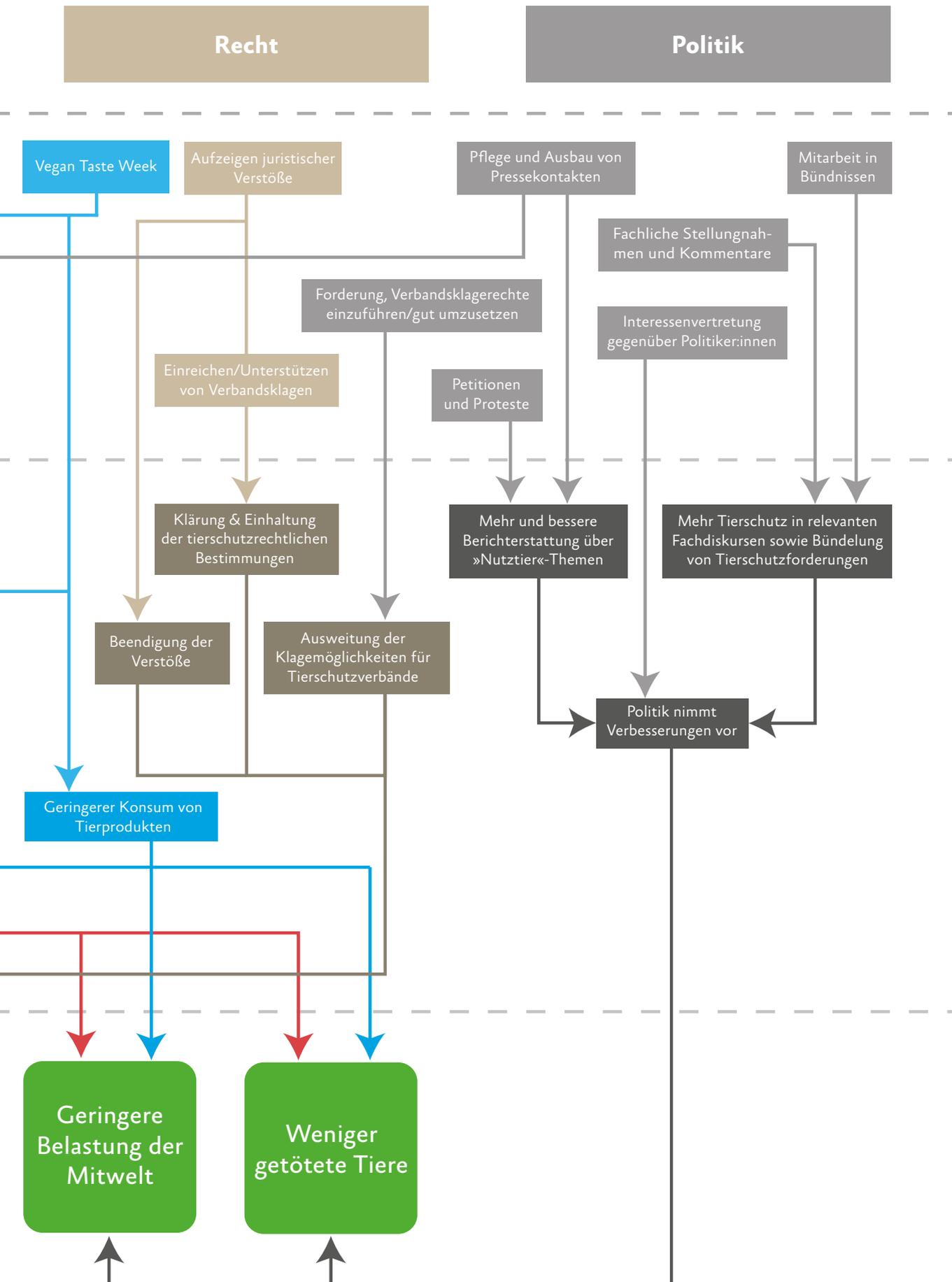
## Politik

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	2021	2022	2023
Tierschutz Masthühner	732.158 €	701.625 €	739.553 €
Tierschutz andere Landtiere	101.831 €	86.273 €	76.026 €
Tierschutz Aquakultur	379.799 €	335.694 €	599.818 €
Tierschutz in Polen <sup>22</sup>	111.933 €	127.741 €	132.360 €
Tierschutz International <sup>23</sup>	-	40.305 €	20.484 €
Pflanzlich(er)es Angebot	159.372 €	180.084 €	200.451 €
<b>Summe</b>	<b>1.485.093 €</b>	<b>1.431.417 €</b>	<b>1.790.840 €</b>
davon Personalkosten	734.952 €	615.026 €	755.394 €

### 3.1.2 Erbrachte Leistungen

#### Quantifizierbar

Output	2021	2022	2023
<b>Tierschutz:</b> Kontakte mit Unternehmen und Verbänden	237	204	277
<b>Pflanzlich(er)es Angebot:</b> Kontakte mit Unternehmen und Verbänden	78	54	27
Tierschutz-Rankings	0	1	1
Vegan-Rankings	0	0	1
Vegan-Aktionen mit Studierendenwerken	2	3	1

## Nicht quantifizierbar

Wir haben zusätzlich:

- > das deutschlandweit einzigartige Programm »Plant Potential« evaluiert und weiterentwickelt, um Unternehmen der Lebensmittelindustrie dazu zu bewegen, Tierprodukte in ihren Lieferketten zu reduzieren
- > unser internationales Ranking-Tool auch 2023 kostenlos anderen NGOs zur Verfügung gestellt, so dass neben unserem eigenen LEH-Vegan-Ranking weitere neun nationale Projekte veröffentlicht wurden (Chile, Costa Rica, Ecuador, Kolumbien, Lettland, Mexiko, Peru, Portugal, Schweden)
- > die Webseite lebensmittel-fortschritt.de gepflegt und Newsletter versendet
- > in Polen gemeinsam mit Otwarte Klatki unseren Policy Accountability Tracker weiterentwickelt. Zu diesem Zweck haben wir gemeinsam alle Unternehmen mit Käfigfrei-Verpflichtungen zu ihren Umsetzungsfortschritten befragt und die Ergebnisse für den polnischen Markt sowohl auf der Website als auch in einem Bericht veröffentlicht



Logo Plant Potential

### 3.1.3 Erreichte Wirkungen

Outcome	2021	2022	2023
Masthuhn-Erfolge	24	16	9
Käfigfrei-Erfolge	6	0	5
Plant Potential: Zielvereinbarungen	n/a	0	2

Sämtliche **Masthuhn-Erfolge** konnten wir durch Verhandlungen erzielen – also ohne Kampagnen. Trotz der angespannten Gesamtsituation (vor allem inflationsbedingt) sind drei Studierendenwerke und zwei Unternehmen aus der Betriebsverpflegung der Europäischen Masthuhn-Initiative beigetreten. Bei zwei Unternehmen konnten wir nach fast zwei Jahren andauernder Ver-

handlungen ein Commitment einholen. 2022 haben wir zudem eine große, multinationale Kampagne der Open Wing Alliance gegen Lidl gestartet, die wir gemeinsam mit der spanischen Organisation Equalia koordinieren. Diese Kampagne lief auch über das gesamte Jahr 2023 weiter.

Einen internationalen **Käfigfrei-Erfolg** konnten wir im Rahmen einer Mini-Kampagne der Open Wing Alliance einholen, an der wir uns beteiligt haben. Weitere Erfolge in Deutschland haben wir bei Groß- bzw. Einzelhändlern erzielt, die nun auch keine verarbeiteten Eier aus Käfighaltung mehr einsetzen. Dass der Käfiganteil bei Legehennen in Deutschland inzwischen auf 4,9 % gesunken ist<sup>24</sup>, geht wesentlich auf unsere Arbeit der letzten Jahre zurück.<sup>25</sup> In Polen haben vier Unternehmen ihre zuvor angekündigte Umstellung früher als geplant umgesetzt und entsprechend kommuniziert.

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 der Organisation Otwarte Klatki eingegangen und haben gemeinsam eine Webseite entwickelt (<https://politikadobrostanu.pl>), die alle Tierschutzrichtlinien sowie den Fortschritt bei der Umsetzung darstellt. Dies um-

fasst nicht nur Richtlinien zu Käfigeiern, sondern auch zum Verkauf von lebenden 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.

Unser **Vegan-Ranking** des Lebensmitteleinzelhandels haben wir 2023 veröffentlicht. Daraufhin haben neun von zehn Unternehmen sich von uns in einem Meeting zu den Ergebnissen informieren und dazu beraten lassen, wie sie ihr veganes Angebot verbessern können.

Nach der Ankündigung unseres Tierschutz-Rankings haben acht Unternehmen aus dem Lebensmitteleinzelhandel Verbesserungen an ihren Tierschutzrichtlinien vorgenommen. Zwei Unternehmen haben unser Angebot angenommen und sich dazu von uns beraten lassen.

Nachdem wir 2022 unser Programm **»Plant Potential«** gestartet haben, mit dem wir Unternehmen der Lebensmittelindustrie dazu bewegen, Tierprodukte in ihren Lieferketten zu reduzieren, konnten wir 2023 zwei Zielvereinbarungen mit Unternehmen abschließen und erste Erfahrungen sammeln. Durch konkrete Anreize sowie Hilfestellungen bei der Umsetzung arbeiten wir lösungs- und zielorientiert mit den Unternehmen zusammen.



Vegan-Ranking des Lebensmitteleinzelhandels 2023

## 3.2 Verbraucher:innen

### 3.2.1 Eingesetzte Ressourcen

Input	2021	2022	2023
Selbst-Wenn-Broschüren <sup>26</sup>	13.017 € <sup>27</sup>	32.822 €	6.099 €
Inhalte Vegan Taste Week (VTW) <sup>28</sup>	47.941 €	24.546 €	53.219 €
Teilnehmer:innen-Gewinnung VTW	74.826 €	64.683 €	29.820 €
Medienarbeit	78.363 €	73.575 €	66.283 €
VTW in Polen <sup>29</sup>	37.311 €	40.459 €	22.149 €
Sonstiges	101.732 €	213.894 €	196.847 €
<b>Summe</b>	<b>353.190 €</b>	<b>449.979 €</b>	<b>374.372 €</b>
davon Personalkosten	257.288 €	297.276 €	279.313 €

### 3.2.2 Erbrachte Leistungen

#### Quantifizierbar

Output	2021	2022	2023
Gedruckte Selbst-Wenn-Broschüren <sup>30</sup>	0	0	0
Neue Abos Vegan Taste Week	8.715	6.402	3.066 <sup>31</sup>
Straßeneinsätze	74	150	150
Veröffentlichte Beiträge auf albert-schweitzer-stiftung.de	75	52	45 <sup>32</sup>
Veröffentlichte Beiträge in den sozialen Medien (Facebook, Instagram, LinkedIn)	-	-	ASS: FB und Instagram je rund 300, LinkedIn rund 30 FAS <sup>33</sup> : rund 200
Aufrufe unserer Webseiten	4,1 Mio.	3,8 Mio.	ca. 1 Mio. <sup>34</sup>
Reichweite Facebook	12 Mio.	12,7 Mio.	9,9 Mio. / FAS: 1,4 Mio.
Reichweite Instagram	-	-	5,7 Mio. / 5,5 Mio.
Follower:innen auf Instagram	6.835	9.742	17.283 / FAS: 400

## Nicht quantifizierbar

Wir haben zusätzlich:

- > mehr als 8.000 Osterflyer verteilt
- > ein neues Aktionspaket für unsere Aktiven zum Zusammenhang zwischen Fleischkonsum und negativen Auswirkungen auf Umwelt und Klima entwickelt
- > mehrere Videos für YouTube und Social Media produziert
- > das Vegane Sommerfest Berlin mitorganisiert und gestaltet
- > eine Mega-Silent-Line mit mehr als 60 Aktiven in Köln organisiert
- > zum Veganuary-Teilnehmer:innenrekord beigetragen<sup>35</sup>
- > laufend die Website <https://vegan-taste-week.de> inkl. Rezeptdatenbank sowie unseren veganen Produktguide<sup>36</sup> gepflegt und aktualisiert. Das gilt auch für die polnische Version der Website
- > laufend die Websites <https://albert-schweitzer-stiftung.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 deutschen und polnischen Vegan Taste Week versandt

## Zu den Outputs

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



Veganes Sommerfest Berlin 2023

## 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. Dies haben wir 2023 anhand einer Umfrage mit 2.349 Teilnehmer:innen evaluiert: Mit 4,4 von 5 möglichen Sternen ist die Mehrheit der Befragten mit unserem Angebot sehr zufrieden. Besonders erfreulich ist auch, dass die Zahl der Veganer:innen nach der Anmeldung zum VTW-Newsletter deutlich gestiegen ist: 40 % der Befragten ernähren sich heute vegan, vor der Anmeldung waren es 30 %. Gleichzeitig ist der Anteil der Omnivoren von

11 auf 2 % gesunken. Die Zahl der Vegetarier:innen und Flexitarier:innen hat sich um 4 bzw. 2 % erhöht. Laut Umfrage hilft die Vegan Taste Week vor allem durch das breite Angebot an Rezepten, Kochtipps und Informationen zur Nährstoffversorgung bei der Umstellung. Als Motiv für die Umstellung gaben mit über 57 % die meisten Befragten den Tierschutz an. Weitere wichtige Motive sind Klima- und Umweltschutz (19 %) sowie Gesundheit (17 %).

»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 (Darmstadt) 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.«



Auch per E-Mail und in den sozialen Medien erreichen uns laufend positive Rückmeldungen. Hier nur einige Beispiele:

»Ich wünsche Ihnen und Ihrem Team alles Gute für die wertvolle Arbeit, die Sie leisten! Ich finde das wunderbar!«

»Vielen Dank für Ihre phantastische Arbeit!«

»... erstmal meine wiederholte Anerkennung, dass Sie sich mit so viel beharrlichem Engagement für bessere Bedingungen in der sogenannten Tierindustrie einsetzen. Vielen Dank hierfür und weiterhin viel gemeinsame Kraft für Ihre wichtige und schwere Arbeit - ohne auszubrennen. Das wünsche ich Ihnen.«

»Vielen Dank Ihnen und dem gesamten Team für den großartigen und unermüdlichen Einsatz! Wo wären wir bloß ohne Menschen wie Sie?«

»Sie haben noch viel zu tun, und ich bin froh und dankbar, dass es Sie gibt! In den nächsten Tagen kommt auch eine kleine Spende von mir!«

»Bin nun seit 12 Jahren vegan und finde die Vegan Taste Week klasse. Da gibt es tolle Rezepte für jedermann!«

## 3.3 Recht

### 3.3.1 Eingesetzte Ressourcen

Input	2021	2022	2023
<b>Gesamt</b>	<b>211.903 €</b>	<b>366.086 €</b>	<b>426.879 €</b>
davon Personalkosten	61.842 €	50.524 €	71.770 €

### 3.3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Leistung	2021	2022	2023
Eigene und unterstützte Klagen (neu eingereicht)	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
IFG-Anträge <sup>37</sup>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
BlnTSVKG-Beteiligung <sup>38</sup>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11 Vorgänge</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>39</sup> Im Urteil wurde auch die Berufung nicht zugelassen. 2019 erkämpften wir mühsam die Zulassung der Berufung und 2020 reichten wir dann die umfangreiche 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. Danach konnte es endlich um die inhaltlichen Fragen gehen. Zu diesem Zweck hatte das Gericht im Jahr 2022 einen gerichtlichen Sachverständigen bestellt, der mit zentralen Fragen zur Putenhaltung befasst wurde. Nach einer Besichtigung des konkreten Putenmastbetriebes legte der Sachverständige 2023 sein Gutachten vor, welches durch einen klägerseits beauftragten Pri-

vatgutachter kritisch kommentiert wurde und welches für das Gericht maßgeblich bei seiner Entscheidungsfindung sein wird.

Des Weiteren machen wir – wo sinnvoll und zielführend – von unserem Mitwirkungs- und Verbandsklagegesetz Gebrauch. Das Berliner Tierschutzverbandsklagegesetz (kurz: BlnTSVKG) sieht unterschiedliche Beteiligungsrechte vor, nämlich das Recht, bei tierenschutzrechtlichen Verfahren mitzuwirken, ebenso wie das Recht zu klagen. Im Jahr 2023 machten wir von Ersterem Gebrauch. Da eine sogenannte Nutztierhaltung nur in einigen wenigen Berliner Bezirken betrieben wird, stellten wir im Jahr 2023 in den einschlägigen Bezirken Auskunftsanträge. Nachdem Verfahren zu entsprechenden Nutztierhaltungen ausfindig gemacht

werden konnten, wurden daraufhin Akteneinsichten genommen. Diese ermöglichten uns, einen konkreten Sachverhalt als Grundsatzverfahren zu identifizieren, in dem wir uns als Stimme für die Tiere eingebracht und eine Stellungnahme im Rahmen unseres Beteiligungsrechts abgegeben haben. Das Verfahren dauert weiter an. Jenseits davon haben wir eine Feststellungsklage gegen das Land Berlin erhoben, weil es nach unserer Auffassung seinen Pflichten aus dem BlnTSVKG nicht vollständig nachkommt.

Auch in den anderen, teilweise seit Jahren anhängigen, von uns unterstützten Klagen beweisen wir weiter einen langen Atem und bleiben am Ball. Dazu gehören die von uns unterstützten Verbandsklagen zu Kästständen sowie zur Hälterung und zum Lebendverkauf von Hummern. Bei diesen kämpfen wir weiterhin dar-

um, dass sie weitergeführt werden, auch wenn das Verbandsklagerecht in NRW inzwischen ausgelaufen ist, denn die Klagen wurden schließlich lange vor Auslaufen des befristeten Gesetzes erhoben. Wir warten also 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.

Es bleibt dabei: Juristische Erfolge, besonders im Tierschutz, müssen außerordentlich mühsam erstritten werden. Wir verfolgen weiter den Ansatz, klug ausgewählte Grundsatzverfahren mit aller Kraft zu führen, um Breitenwirkung im Tierschutz zu entfalten.



## 3.4 Politik

### 3.4.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)

	2021	2022	2023
Bündnisarbeit & Kooperationen	21.355 €	7.210 €	33.898 €
Politische Interessenvertretung	24.754 €	33.117 €	136.716 €
<b>Summe</b>	<b>46.109 €</b>	<b>40.327 €</b>	<b>170.614 €</b>
davon Personalkosten	34.341 €	21.538 €	30.375 €

### 3.4.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Wir haben kontinuierlich mit anderen Tierschutzorganisationen im »Bündnis für Tierschutzpolitik« zusammengearbeitet.<sup>40</sup> Außerdem haben wir uns im Bündnis zur Europäischen Bürgerinitiative »End the Cage Age« eingebracht. Darüber hinaus waren wir auch eigenständig tätig. Wir sind 2023 zudem Mitglied in der Eurogroup for Animals geworden, einem Zusammenschluss von Tierschutzorganisationen auf EU-Ebene.

Zu den Outputs gehören:

- > Tierhaltungskennzeichnungsgesetz (TierHaltKennG):
  - Offener Brief an Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir anlässlich des Vorhabens der Bundesregierung, die Anforderungen an die Haltung von Mastputen in der TierSchNutzV zu regeln. (Bündnis für Tierschutzpolitik)<sup>41</sup>
  - Stellungnahme zu den vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) im Dezember 2022 veröffentlichten Eckpunkten bezüglich der Haltung von Puten und Hühnern (mit dem Ziel, die Lücken in der Tierschutz-Nutztierhaltungsverordnung (TierSchNutzV) zu schließen) mit besonderem Augenmerk auf die weiterhin fehlenden Themen der Qualzucht, der Schnabelteilamputation und der Eltern- und Großelterngenerationen von Puten.
- > Tierschutzgesetz:
  - Offener Brief an die für Tierschutz zuständigen Vertreter:innen der Länder anlässlich der Überarbeitung des Tierschutzgesetzes durch die Bundesregierung. (Bündnis für Tierschutzpolitik, gemeinsam mit dem Deutschen Tierschutzbund)<sup>42</sup>
  - Offener Brief an Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir, Qualzucht und Anbindehaltung in der Novelle des Tierschutzgesetzes nicht durch die Hintertür zu legitimieren.<sup>43</sup>
  - Offener Brief an Bundeskanzler Olaf Scholz, der Blockade beim Entwurf zur Änderung des Tierschutzgesetzes ein Ende zu setzen.<sup>44</sup>



#### Bündnismitglieder (Stand 2023):

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.



> Tiertransporte:

- Offener Brief an Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir anlässlich des Entzugs der Veterinärzertifikate für Lebendtiertransporte in Drittländer. (Bündnis für Tierschutzpolitik, gemeinsam mit der Animal Welfare Foundation und der Deutschen Juristischen Gesellschaft für Tierschutzrecht)<sup>45</sup>
- Offener Brief an Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir anlässlich einer Stellungnahme der Bundesregierung zum Exportverbot für lebende Tiere in Drittländer (Drucksache 99/23). (Bündnis für Tierschutzpolitik)<sup>46</sup>

> Haltungskennzeichnung: Statement von Mahi Klosterhalfen anlässlich der 2. und 3. Lesung des Gesetzes im Bundestag.<sup>47</sup>

> EU-Tierschutzgesetzgebung:

- Statement zur Ankündigung der EU-Kommission, in dieser Amtsperiode nur noch eine von vier geplanten Revisionen der Tierschutzgesetzgebung umzusetzen.<sup>48</sup>
- Schaltung einer ganzseitigen Anzeige in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, gerichtet an die EU-Kommission.

> Ausarbeitung und weite Verbreitung von Wahlprüfsteinen für die Parlamentswahl in Polen.

> Ausstieg aus dem Kükentöten: Aktualisierung unseres Artikels zu den Alternativen zum Kükentöten und Einordnung.<sup>49</sup>

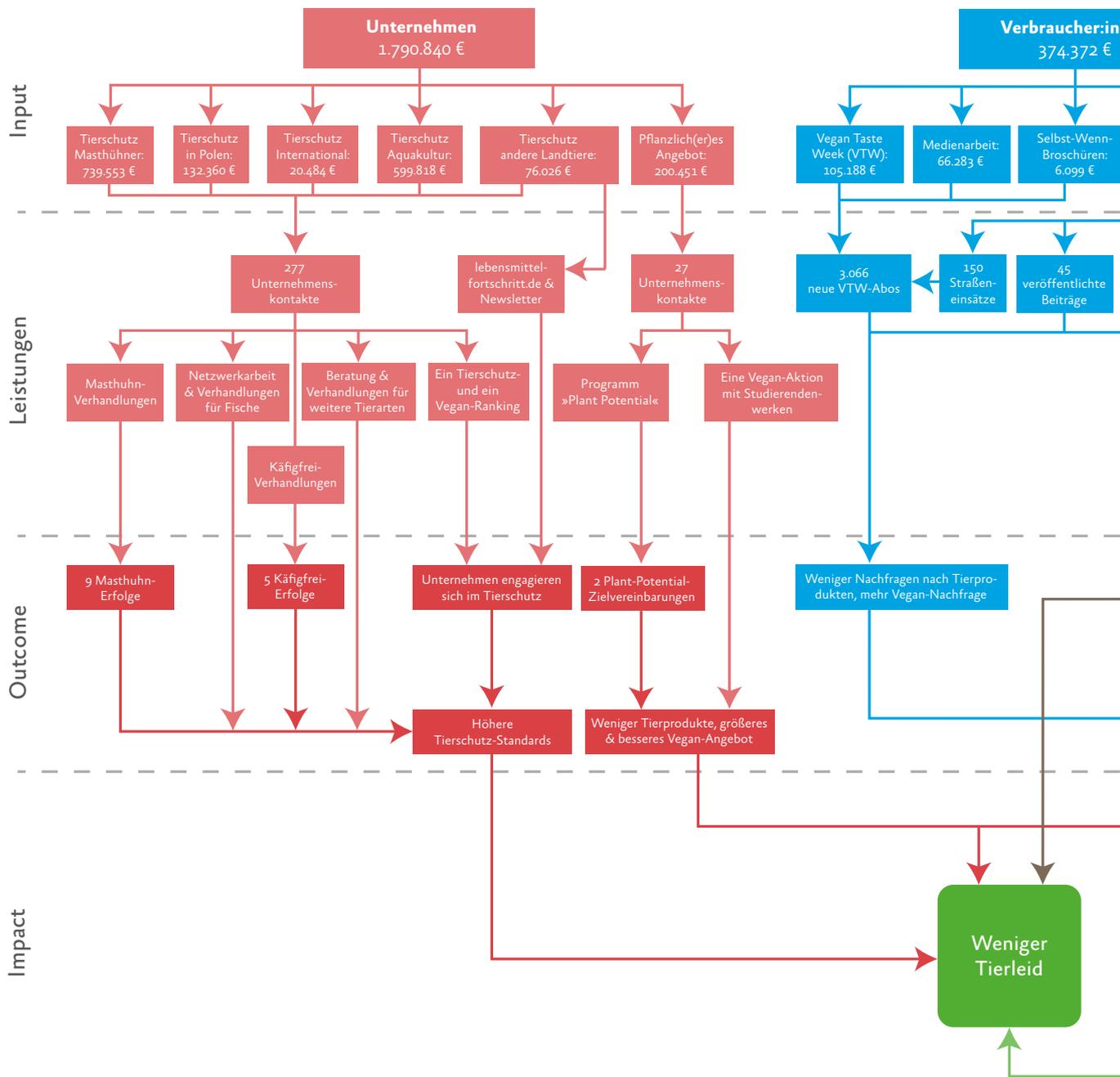
### 3.4.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

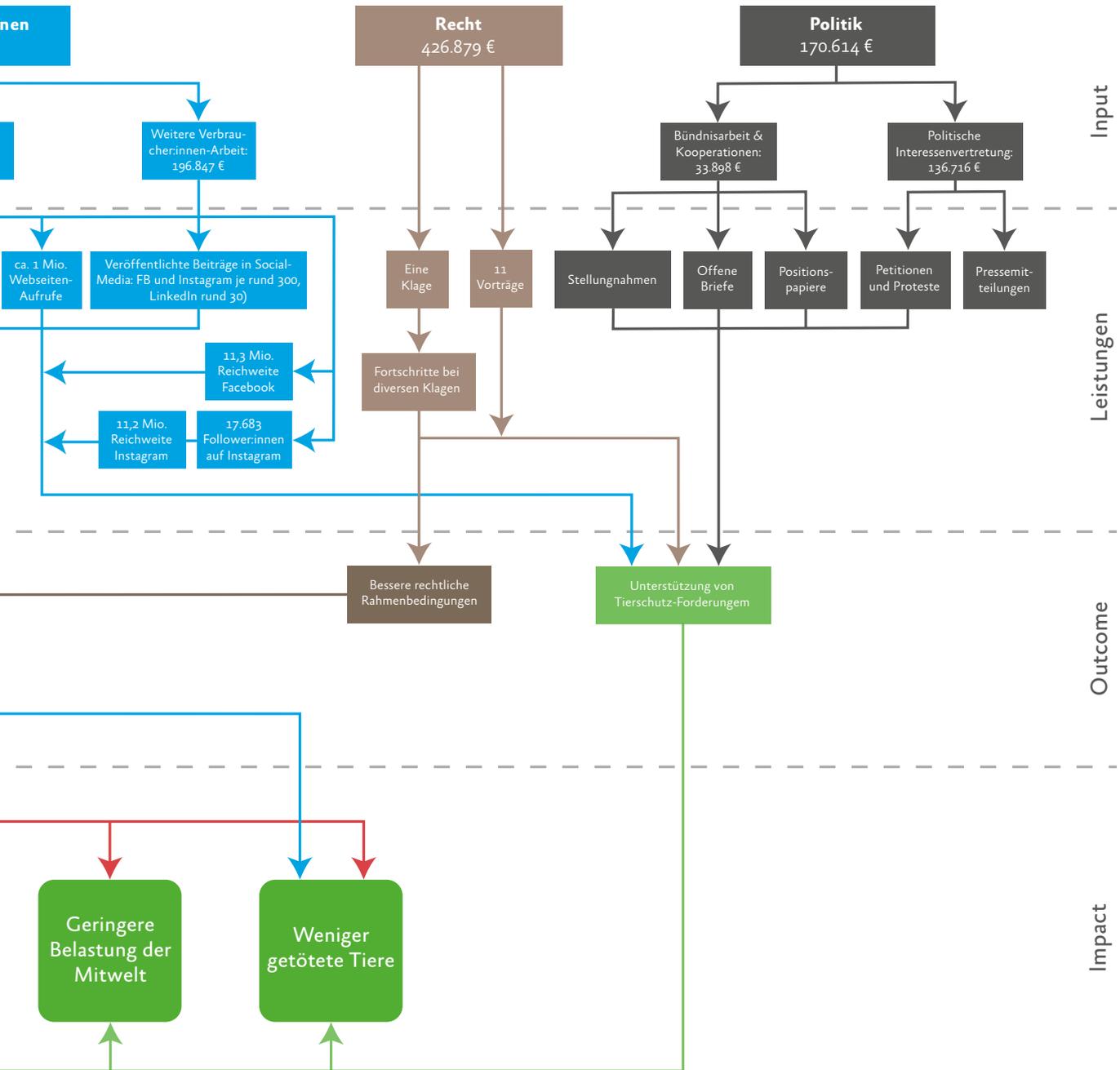
Im Jahr 2023 wurden auf Bundes- und EU-Ebene viele Vorhaben zum Thema Tierschutz verhandelt (Tierhaltungskennzeichnung, Überarbeitung der Tierschutzgesetzgebung und diverser Verordnungen im Bund und in der EU), zu denen wir uns eingebracht haben.

Auf EU-Ebene wurden ambitionierte Vorhaben zum Tierschutz auf Eis gelegt. Umso wichtiger erachten wir es, unsere Arbeit im Politikbereich zu verstärken. Wir haben deshalb im Jahr 2023 eine Stelle für eine:n Referent:in Politik ausgeschrieben.

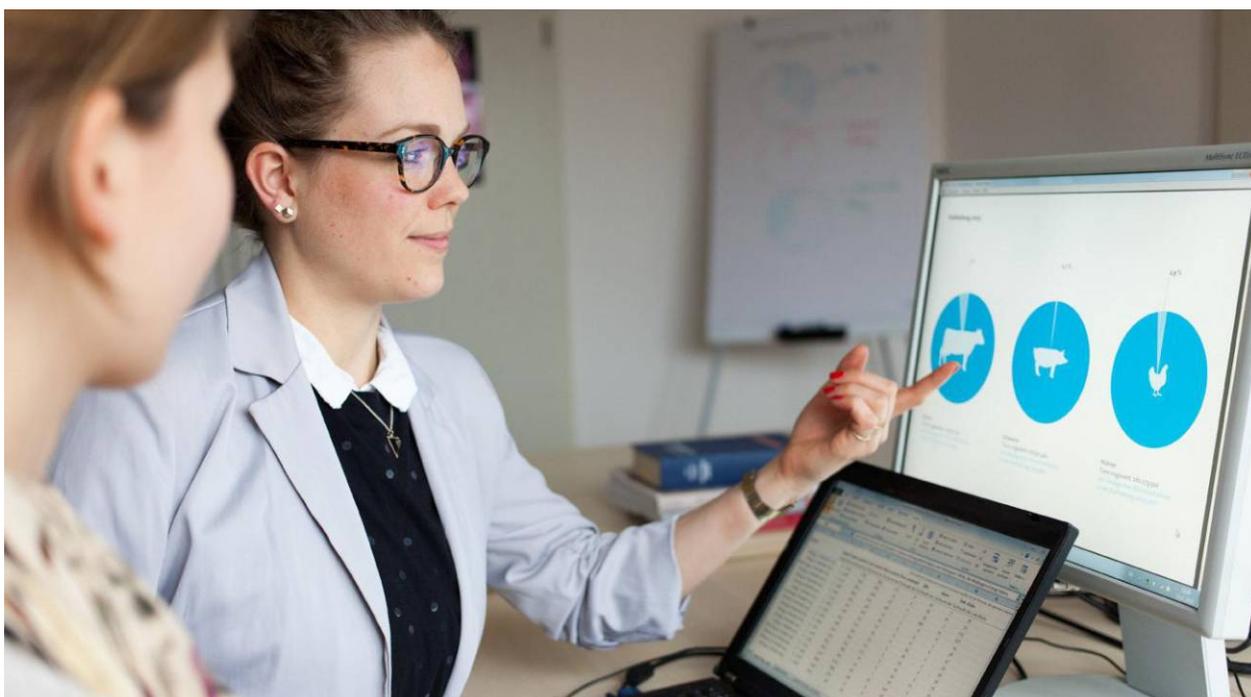
Das Tierhaltungskennzeichnungsgesetz ist aus Tierschutzsicht am Ende eher ein Rückschritt geworden.

### 3.5 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen





## 3.6 Maßnahmen zur begleitenden Qualitätssicherung



	2021	2022	2023
<b>Gesamt</b>	<b>42.829 €</b>	<b>18.282 €</b>	<b>48.285 €</b>
davon Personalkosten	40.114 €	18.282 €	46.106 €

### Folgende Maßnahmen haben wir 2023 durchgeführt:

- > Workshops zum Thema Teamentwicklung
- > Quartalsmeetings mit allen Mitarbeitenden
- > Beginn der Arbeit an einem aktualisierten Leitbild (Vision, Mission, Kultur)
- > Ausarbeitung eines Konzepts zur Mitarbeiter:innen-Vertretung
- > Meetings zur Evaluation und Optimierung der Abläufe in unseren Kampagnen
- > Verbesserung des Workflows im Projektmanagement
- > Evaluierung und Aufbau eines neuen CRM-Systems
- > Etablierung eines internen IT-Newsletters
- > Beginn der kompletten Überarbeitung unseres Ranking-Tools
- > Start der Migration unserer Websites auf ein neues Content Management System
- > Redesign und teilweise Überarbeitung der Website [albert-schweitzer-stiftung.de](https://albert-schweitzer-stiftung.de) und Beginn des Redesigns von [vegan-taste-week.de](https://vegan-taste-week.de)
- > Konsolidierung unseres internen Kalendersystems
- > Migration unseres Shopsystems zwecks einfacher Wartung
- > Einführung eines VPN-Zugangs zur sicheren IT-Nutzung unterwegs
- > Optimierung der Arbeitsplätze im Büro (Dockingstations, Stromversorgung, Monitore etc.)
- > Weiterbildungen

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

Das Jahr 2023 ist nicht ganz so gut mit dem Vorjahr vergleichbar wie das sonst üblich ist. Der Hintergrund ist, dass wir uns im 4. Quartal keine Ziele gesetzt haben, um uns voll und ganz auf die mögliche Revision des Europäischen Tierschutzrechts, die Reform des deutschen Tierschutzrechts und unsere Masthuhn-Kampagne gegen Lidl konzentrieren zu können. Aus der Revision des EU-Tierschutzrechts wurde letztendlich (noch) nichts. Trotzdem halten wir es nach wie vor für wichtig, Gelegenheiten zu nutzen, die im Erfolgsfall besonders viel Tierleid reduzieren können – auch wenn die Erfolgswahrscheinlichkeiten nicht sonderlich hoch sind. Eine Reform des deutschen Tierschutzrechts wird wohl ausbleiben. Unsere Lidl-Kampagne gibt dagegen mehr Grund zu Optimismus.

Mit Blick auf unsere Ziele in den ersten drei Quartalen lässt sich sagen, dass wir sieben Unternehmen für die Europäische Masthuhn-Initiative gewinnen konnten (geplant: sechs). Im Gesamtjahr waren es neun Unternehmen. Dass das Momentum in diesem Bereich abgenommen hat, hat zwei Hauptgründe: Zum einen sind die meisten progressiven Unternehmen bereits beigetreten, zum anderen müssen sich vor allem mehr Unternehmen aus dem Lebensmitteleinzelhandel anschließen, um mehr Bewegung in den Gesamtmarkt

zu bekommen (daher ist auch unsere Kampagne gegen Lidl so wichtig).

Wir haben zudem – wie geplant – den ersten Runden Tisch zur Masthuhn-Initiative sowie unser Vegan-Ranking des Lebensmitteleinzelhandels vorbereitet und durchgeführt.

Unsere relativ neue Plant-Potential-Arbeit haben wir wie geplant evaluiert und daraus Schlüsse für die weitere Verbesserung des Programms gezogen.

Bezüglich unserer politischen Arbeit haben wir unsere Ziele übertroffen: Wir haben nicht nur wie geplant ein neues Konzept erstellt, sondern zusätzlich auch eine Stelle ausgeschrieben und den Bewerbungsprozess durchgeführt. Konkrete Ergebnisse für die Tiere sind erst in den Folgejahren erwartbar.

Bei der geplanten Erstellung eines Konzepts für eine Mitarbeiter:innen-Vertretung, die die Kommunikation zwischen Geschäftsführung und der ersten Hierarchieebene verbessert, waren wir zwar etwas langsamer als geplant, aber wir haben das Konzept letztlich fertiggestellt.



Erster Runder Tisch zur Masthuhn-Initiative 2023

Weitere wichtige Meilensteine und Erfolge zeigt diese Grafik:



**Runden Tisch** mit Unternehmen zur **Europäischen Masthuhn-Initiative** organisiert



**11 Tierschutz- und Vegan-Klagen** unterstützt



das **Vegane Sommerfest Berlin** mitorganisiert



**Supermärkte und Discounter** einem ausführlichen **Vegan-Check** unterzogen



**2 Auszeichnungen** für unsere VR-Schulungssoftware »**ITA facing fish welfare**« erhalten



mit einer **Medienreichweite von 108 Mio.** über gefährliche **Keime auf Lidl-Hühnerfleisch** informiert



**3.066 neue Abonnent:innen** für unsere **Vegan Taste Week** gewonnen



**9 neue Unternehmen und Studierendenwerke** für die **Europäische Masthuhn-Initiative** gewonnen



über **600 Aquakultur-Expert:innen, Fischwirt:innen und Multiplikator:innen** für **Tierschutz in Aquakulturen** sensibilisiert



**Tierschutzstandards für »Masthühner«** bei **Restaurantketten** unter die Lupe genommen



unsere Aktiven haben insgesamt rund **150 Straßenaktionen** durchgeführt



inzwischen weit mehr als **500.000 Unterstützer:innen** für unsere Forderung an **Lidl** gewonnen



**Tierschutzstandards** bei **Supermärkten und Discountern** kritisch ausgewertet



mehr als **450 Medienberichte** über unsere Anliegen generiert



die ersten **Tierschutz-Wahlprüfsteine** in Polen überhaupt durchgeführt



Mehr als **2 Mio. Menschen** in Deutschland und **5,5 Mio.** in Polen bei **Instagram** erreicht



die **ersten 2 Unternehmen** für unser Tierprodukt-Reduktionsprogramm **Plant Potential** gewonnen



**Bericht** über den Fortschritt bei der **Abschaffung der Käfighaltung von »Legehennen«** in Polen veröffentlicht

Wir wollen zwar regelmäßig mehr erreichen, als wir tatsächlich schaffen, aber neutral betrachtet war auch das Jahr 2023 – insbesondere mit Blick auf die wirtschaftliche Gesamtlage – wieder sehr erfolgreich.





# 4. Planung & Ausblick



## 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 klar ist, was wir in den nächsten Jahren politisch bewegen können; da der Impact im Erfolgsfall immens sein kann, bringen wir uns trotzdem ein.

Die politisch und wirtschaftlich schwierige Gesamtlage macht unsere Arbeit sehr herausfordernd. Ein Stück weit gegensteuern können wir, wenn wir Entscheider:innen und der Öffentlichkeit klarmachen, 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 bauen wir aus. Außerdem arbeiten wir mit der Initiative »Plant Potential« daran, die Menge der Tierprodukte in den Lieferketten der Unternehmen zu reduzieren.

### Verbraucher:innen

Wir werden die Vegan Taste Week (VTW) verstärkt nutzen, um mehr Personen für unsere gesamte Arbeit zu begeistern.

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

Unseren Fokus der politischen Arbeit legen wir auf das Vorhaben, den Borchert-Plan (Bundesregierung finanziert den Umbau der Tierhaltung) zu reaktivieren. Wir prüfen außerdem, ob und wie ein ähnlicher Plan für die gesamte EU umsetzbar ist. In beiden Fällen geht es darum, Tierschutzstandards zu erhöhen, Importe von Produkten mit niedrigen Standards möglichst zu unterbinden und parallel dazu auch die Tierproduktmengen zu reduzieren.



## 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 erfolgt 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

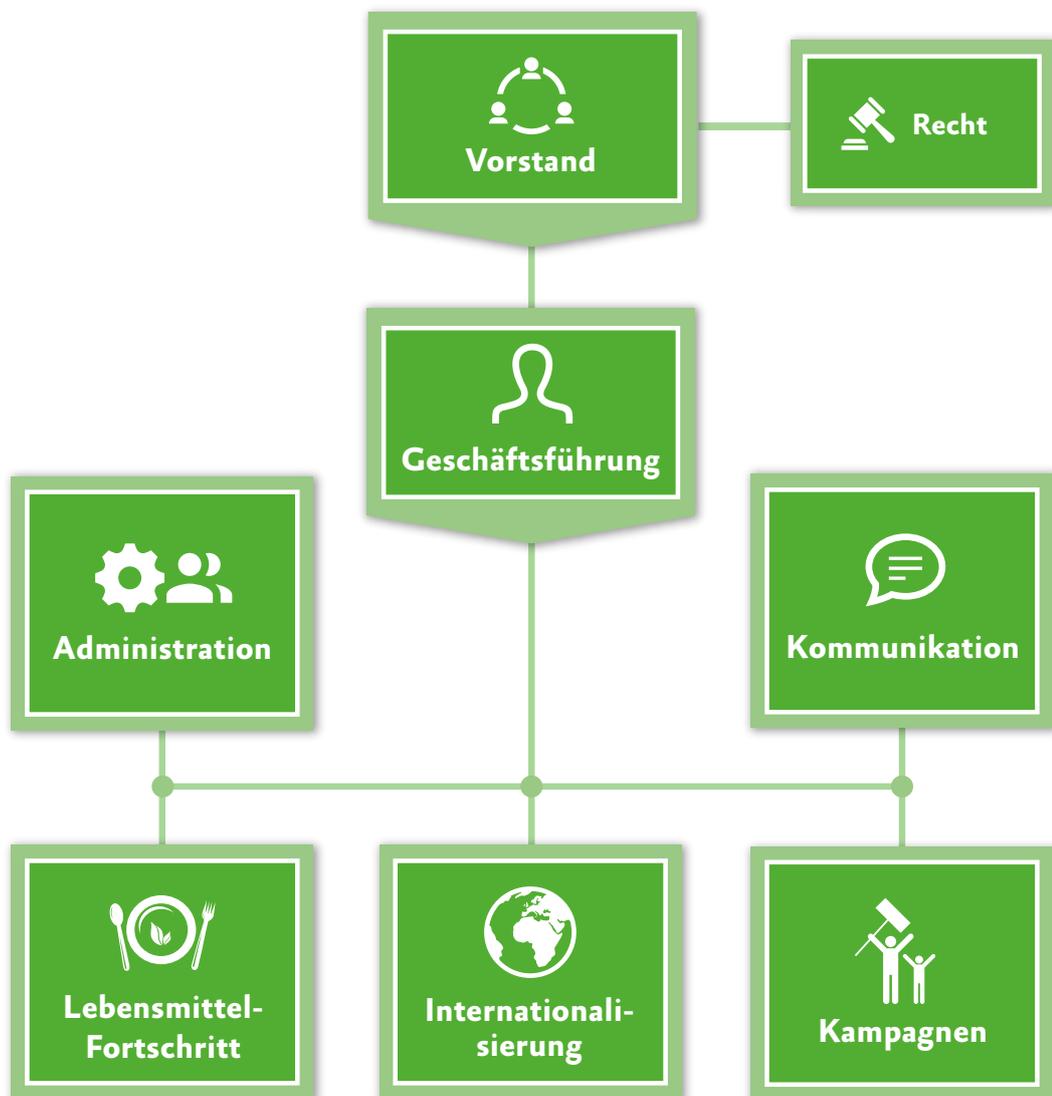




# 5. Organisationsstruktur & Team



## 5.1 Organisationsstruktur



## 5.2 Vorstellungen der handelnden Personen

### Unser Team in Deutschland (Stand 2023)



**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**

Leiterin Personal

Eintrittsjahr: 2014



**Diana von Webel**

Leiterin Kommunikation

Eintrittsjahr: 2019



**Dirk Reuter**

Leiter Administration

Eintrittsjahr: 2013



**Doreen Rothe**

Kampagnen &  
Freiwilligen-Management

Eintrittsjahr: 2015



**Elisa Volkmer**

Verbraucher:innen- &  
Unternehmenskampagnen

Eintrittsjahr: 2016



**Esther Rabofski**

Tierschutz- und Vegan-Projekte

Eintrittsjahr: 2020



**Florian Witkowski**

Grafiker

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**  
Leiter Internationalisierung  
Eintrittsjahr: 2022



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



**Kathleen Frech**  
Verbraucher:innen- &  
Unternehmenskampagnen  
Eintrittsjahr: 2023



**Kinga Zurawski**  
Assistentin der  
Geschäftsführung  
Eintrittsjahr: 2023



**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**  
Leistungs- 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



**Sylvi Paulick**  
Rechtsassessorin  
Eintrittsjahr: 2020



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

## Unser Team in Polen (Stand 2023)



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



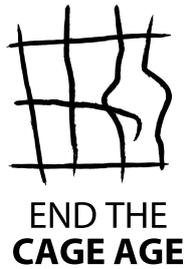
**Ewa Prokopiak**  
Corporate Relations Manager  
Eintrittsjahr: 2017



**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

	2021	2022	2023
Anzahl Mitarbeiter:innen	35	34	35
davon hauptamtlich in Vollzeit	24	20	21
davon hauptamtlich in Teilzeit	6	12	12
davon Bundesfreiwillige (Ehrenamt)	3	-	-
Honorarkräfte	1	1	1
geringfügig Beschäftigte	1	1	1
weitere ehrenamtlich geleistete Stunden	ca. 2.000	ca. 2.000	ca. 2.500

## Gehaltsmodell

Position	Basisgehalt	Rollenbezogene Erfahrung	Sozial- & Fachkompetenz	Verantwortung für Mitarbeitende	Sonstige Verantwortung	Bonus
Geschäftsführung	5.560 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
COO	5.028 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis + 10%
Bereichsleitung	4.496 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
Abteilungsleitung	3.785 €	bis + 7,5%	bis + 7,5%	bis + 10%	bis + 10%	bis +10%
Mitarbeitende	3.312 €	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. 2023 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

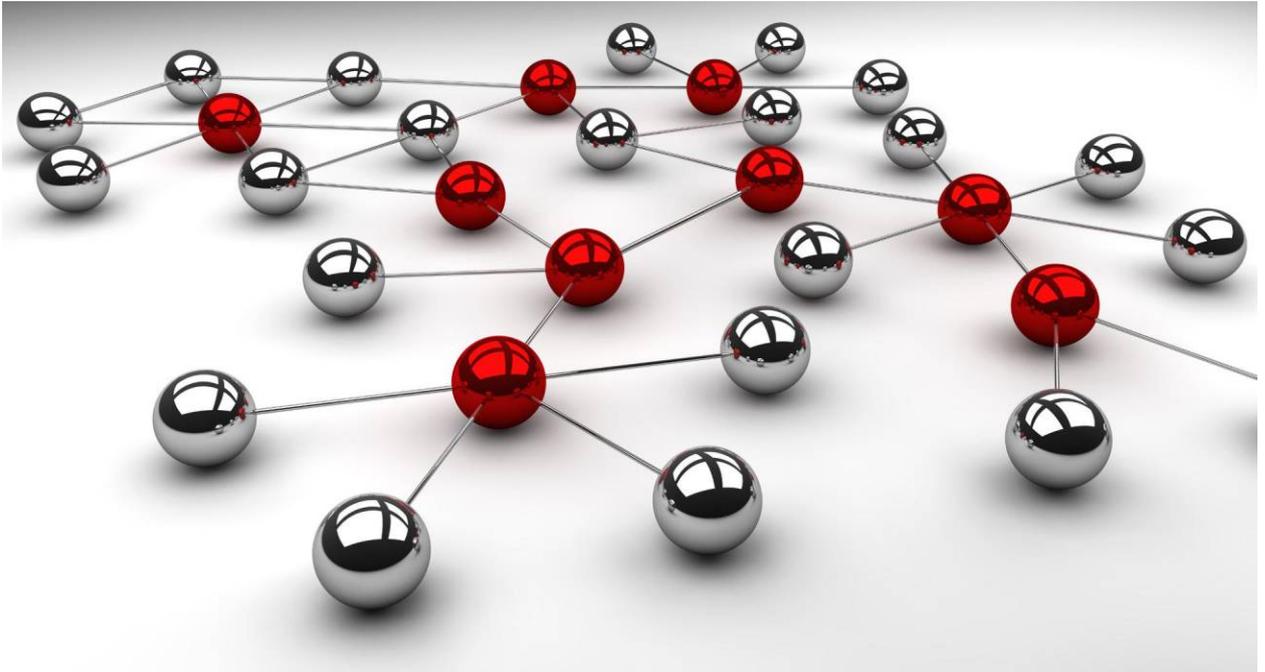
Personelle Überschneidungen oder Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Leitung und Aufsicht gibt es nicht. Interessenkonflikte können potenziell in Mahi Klosterhalfens Doppelrolle als Vorstandsmitglied und Geschäftsführer entstehen – insb. bei der Festlegung des Geschäftsführergehalts. Um in diesem Punkt 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 2023 sind wir Mitglied in der Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR) und in der Eurogroup for Animals. 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 Jeremias Endres) bilden jedoch Stand Ende 2023 den ehrenamtlichen Aufsichtsrat unserer polnischen Schwesterorganisation Fundacja Alberta Schweitzera.

Unser Vorstandsvorsitzender ist 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 2023)

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
- > 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 nach Bedarf, 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 war 2023 Dirk Reuter in Zusammenarbeit mit Muka-Services und 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>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	3	3	3
II. Sachanlagen	8.715	10.445	8.328
III. Finanzanlagen	56.158	159.804	169.002
IV. Vorräte, Forderungen und sonstiges Vermögen	9.513	13.230	10.174
V. Kasse, Bank	2.489.024	4.705.694	2.820.654
VI. Rechnungsabgrenzungsposten	29.252	0	4.108
VII. Sonstige Aktiva	0	0	0
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.592.665</b>	<b>4.889.176</b>	<b>3.012.269</b>

<b>Passiva</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
I. Stiftungskapital	265.000	770.000	770.000
II. Ergebnismrücklagen und -vorträge	1.757.004	2.220.469	2.220.469
III. Sonderposten noch zu verbrauchende Spendenmittel <sup>50</sup>	376.210	1.682.957	0
IV. Rückstellungen	16.090	24.005	37.005
V. Verbindlichkeiten	172.454	191.746	116.982
VI. Sonstige Rechnungsabgrenzungsposten	2	0	0
VII. Stiftungsergebnis	0	0	-136.684
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.586.759</b>	<b>4.889.177</b>	<b>3.007.772</b>

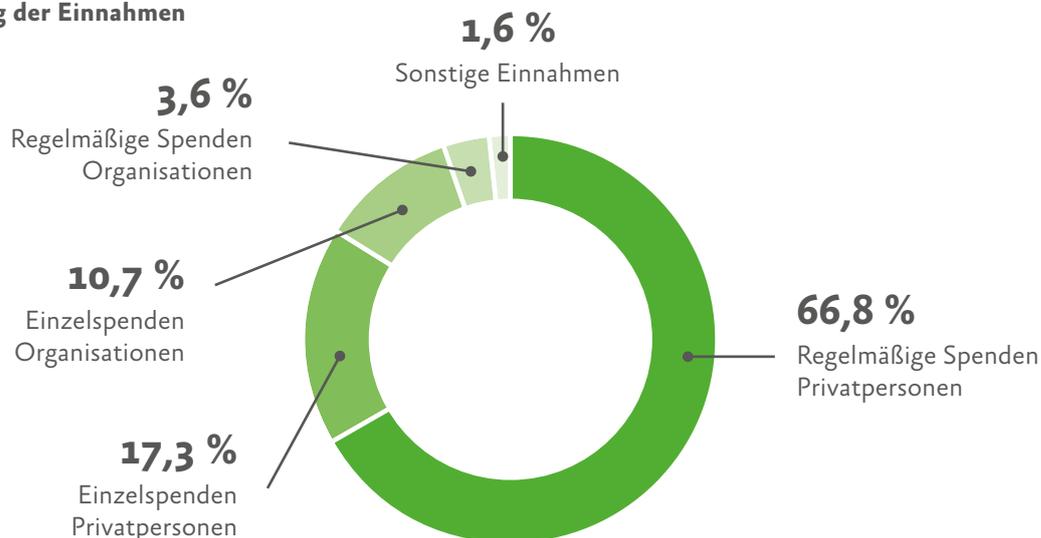
Die Stiftung besitzt keine Immobilien und hat keine Darlehen aufgenommen.

## 7.3 Einnahmen & Ausgaben

Alle Angaben sind in Euro.

Einnahmen	2021	2022	2023	Veränderung 2023 ggü. Vj.
Spenden und Förderschaften	2.192.090	4.617.609	1.697.538	-63,2 %
Erbschaften	14.423	0	0	
Sonstige Einnahmen	32.414	8.884		-9,9%
Reduktion (./ Erhöhung) des Sonderpostens noch zu verbrauchende Spendenmittel <sup>51</sup>	779.121	./ 1.306.747	1.682.957	+228,8%
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>3.018.048</b>	<b>3.319.746</b>	<b>3.408.123</b>	<b>+12,9%</b>

### Aufteilung der Einnahmen



### Hinweise zu den Einnahmen

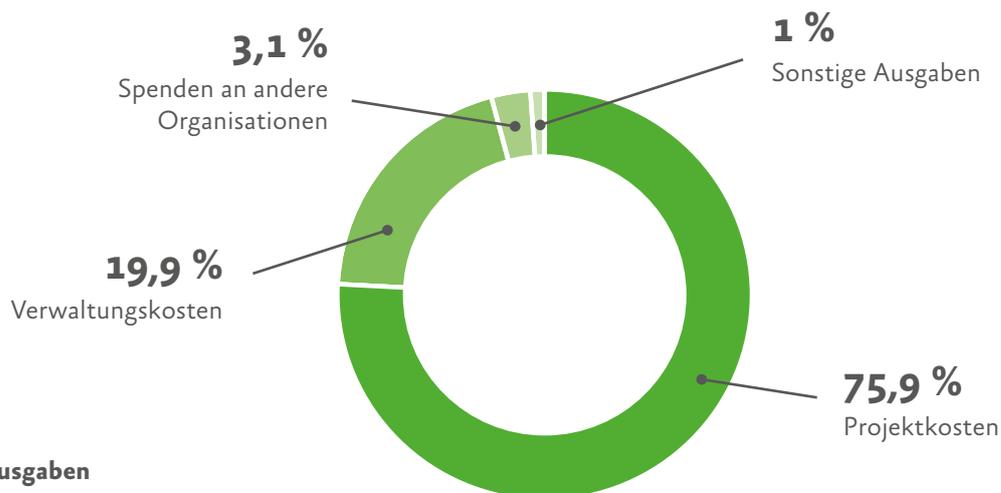
Der starke Rückgang bei den Spenden und Förderschaften war planmäßig. Er ergibt sich vor allem daraus, dass wir eine für 2023 angedachte Großspende schon 2022 erhalten hatten. Im Jahr 2023 haben wir unseren Fokus auf die programmatische Arbeit gelegt, keine Großspenden beantragt und nach Plan unsere Reserven reduziert. Die Reduktion des Sonderpostens (also unserer Reserven) wird in der Darstellung oben gemäß den Richtlinien IDW RS HFA 21 den Einnahmen zugerechnet, sodass unsere Einnahmen als insgesamt leicht gestiegen erscheinen.

Unsere Einnahmen aus Spenden und Förderschaften verteilen sich auf 9.110 Privatpersonen sowie auf 230 Unternehmen/Organisationen. Die Privatpersonen haben im Schnitt 159 € gespendet. Die Unternehmen/Organisationen haben zusammen im Schnitt 640 € gespendet. 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	2021	2022	2023	Veränderung 2023 ggü. Vj.
Projektkosten	2.089.598	2.214.109	2.692.082	+21,6 %
davon Personalkosten	1.088.963	1.219.202	1.245.844	+2,2 %
Verwaltungskosten	676.868	512.458	705.486	+37,7 %
davon Personalkosten	363.077	234.799	479.616	+104,3 %
Spenden an andere Organisationen	124.000	86.000	110.567	+28,6 %
Sonstige Ausgaben	34.471	66.477	36.672	-44,8 %
<b>Summe Ausgaben</b>	<b>2.795.051</b>	<b>2.878.044</b>	<b>3.544.807</b>	<b>+23,2 %</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>222.997</b>	<b>463.465</b>	<b>-136.684</b>	<b>-129,5 %</b>

### Aufteilung der Ausgaben



### Hinweise zu den Ausgaben

Wie geplant haben wir unsere Projektausgaben gesteigert. Das lag insbesondere an einem höheren Budget für unsere Kampagnenarbeit.

Auch unsere Verwaltungskosten sind nominell deutlich gestiegen, was vorwiegend durch zwei Faktoren zu begründen ist: Zum einen haben wir im Jahr 2023 die Personalkosten für unsere IT zu einem großen Teil der Verwaltung zugerechnet, zum anderen haben wir einen Anteil der Arbeitszeit unserer Führungskräfte, während der sie sich mit Mitarbeiter:innenführung, Qualitätsmanagement und Kultur beschäftigen, der Verwaltung zugerechnet. 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 die Vermögensverwaltung sowie Kosten für unseren Online-Shop.



#### Hinweise zur Liquidität

Unsere liquiden Mittel belaufen sich auf 2.820.654 €. In Relation zu den Ausgaben (3.544.807 €) ergibt sich ein Verhältnis von 0,79 (Vorjahr: 1,64). Mit anderen Worten: Unsere liquiden Mittel reichen, um die Stiftungsarbeit für 0,79 Jahre – also knapp neun-einhalb Monate – zu finanzieren. Das liegt deutlich über unserem Zielwert, eine Liquiditätsreserve von mindestens fünf Monaten zu haben.

## 7.4 Finanzielle Situation & Planung

Für 2024 rechnen wir mit deutlich höheren Einnahmen als 2023 aufgrund neuer Großspenden neben sich gut entwickelnden Spenden durch Privatpersonen. Die Ausgaben werden ähnlich hoch sein wie 2023.

Als Wachstumsschwerpunkte für die nächsten drei Jahre haben wir neben den Wirkungsbereichen »Unternehmen« und »Recht« zunehmend auch den Wirkungsbereich »Politik« im Blick. Wir sehen große Chancen dafür, einen Mehrwert im Tierschutz zu erzeugen, indem wir sowohl in Deutschland als auch in Brüssel unsere politische Arbeit verstärken. Darüber hinaus planen wir, unsere Arbeit im Fundraising weiterzuentwickeln und uns insbesondere im Bereich der Privatspenden breiter aufzustellen.



## 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: Brett Jordan - unsplash

## 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.weltagrabericht.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.kzvbw.de/aktuelles/2024/ungesunde-ernaehrung-kurzstudie-weist-direkte-gesundheitskosten-in-hoehe-von-jaehrlich-17-milliarden-euro-nach/>
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/masthuhn-kampagne>
12. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/kampagnen/kaefigfrei>
13. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/helfen/shop>
14. Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/321192/umfrage/umsatz-der-lebensmittelindustrie-in-deutschland-nach-segmenten/>
15. Diese sind Baden-Württemberg, Berlin, Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Schleswig Holstein.
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. Vgl. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2996>
20. Vgl. für den Bundestag: [https://www.bundestag.de/leichte\\_sprache/wer\\_arbeitet\\_index/abgeordnete/abgeordnete-inhalt-961956](https://www.bundestag.de/leichte_sprache/wer_arbeitet_index/abgeordnete/abgeordnete-inhalt-961956); für die Landtage: [https://de.wikipedia.org/wiki/Landesparlament#Aktuelle\\_Sitzverteilungen](https://de.wikipedia.org/wiki/Landesparlament#Aktuelle_Sitzverteilungen); für das Europäische Parlament: [https://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_der\\_deutschen\\_Abgeordneten\\_zum\\_EU-Parlament\\_\(2019%E2%80%932024\)#Aktuelle\\_Mandatsst%C3%A4rke\\_der\\_Parteien](https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_deutschen_Abgeordneten_zum_EU-Parlament_(2019%E2%80%932024)#Aktuelle_Mandatsst%C3%A4rke_der_Parteien); für die EU-Kommission: [https://commissioners.ec.europa.eu/index\\_de](https://commissioners.ec.europa.eu/index_de)
21. »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
22. Beinhaltet zum größten Teil Spenden an die Fundacja Alberta Schweitzera.
23. Beinhaltet Spenden an die im Aufbau befindliche rumänische Albert Schweitzer Stiftung.
24. Vgl. [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/03/PD24\\_104\\_413.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/03/PD24_104_413.html)
25. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/kaefighaltung-in-deutschland-unter-6-prozent>
26. Vgl. <https://shop.albert-schweitzer-stiftung.de/shop/selbst-wenn-broschuere-25er-pack>
27. 2021 haben wir mit der Aktualisierung und Überarbeitung der Selbst-Wenn-Broschüre begonnen. Die Fertigstellung und der Druck der neuen Broschüren werden voraussichtlich 2025 erfolgen.

28. Vgl. <https://vegan-taste-week.de>
29. Vgl. <https://tydzien-na-weganie.pl>
30. Im Jahr 2023 hatten wir ausreichend viele Broschüren auf Lager.
31. Der Rückgang der Teilnehmer:innenzahl seit 2021 lässt sich darauf zurückführen, dass wir die Vegan Taste Week kaum online beworben haben. Für 2025 ist eine Überarbeitung geplant und danach starten wir auch wieder mit der Online-Werbung.
32. Darüber hinaus haben wir 13 Artikel auf [albertschweitzerfoundation.org](http://albertschweitzerfoundation.org) veröffentlicht, die Mehrzahl davon Übersetzungen deutscher Beiträge.
33. Fundacja Alberta Schweitzer – unsere polnische Tochterorganisation.
34. Durch einen technischen Fehler haben wir in den vergangenen Jahren hier eine zu hohe Zahl an Webseiten-Aufrufen (Page Impressions) ausgewiesen. Von diesem Jahr an stellen wir unsere Zählweise auf Website-Besuche (Sessions) um. Dabei werden jedoch nur Sessions erfasst, wenn die Besuchenden der Cookie-Richtlinie zustimmen. Wir runden die Zahl deshalb auf.
35. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/veganuary-beliebter-denn-je>
36. Vgl. <https://vegan-taste-week.de/produktguide>
37. Hierbei handelt es sich um Anträge auf Auskunft nach dem jeweils einschlägigen Informationsfreiheitsgesetz.
38. Hierbei handelt es sich um Vorgänge im Rahmen unserer Mitwirkungsrechte als in Berlin anerkannte und verbandsklageberechtigte Tierschutzorganisation nach dem “Gesetz über Mitwirkungs- und Klagerechte von anerkannten Tierschutzorganisationen im Land Berlin”, kurz: Berliner Tierschutzverbandsklagegesetz (BlnTSVKG).
39. Genauer: Diese Klage, wie bereits auch andere in der Vergangenheit, ist nicht unsere, sondern wir haben es anderen Organisationen ermöglicht, 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.
40. Vgl. <https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de>
41. Vgl. [https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/brief\\_bm\\_oezdemir\\_regelungen\\_haltung\\_mastputen.pdf](https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/brief_bm_oezdemir_regelungen_haltung_mastputen.pdf)
42. Vgl. [https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/verbaendesreiben\\_novellierung\\_TierSchG.pdf](https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/verbaendesreiben_novellierung_TierSchG.pdf)
43. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/anbindehaltung-nicht-legitimieren>
44. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/tierschutzgesetz-blockade-beenden>
45. Vgl. [https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/brief\\_bm\\_oezdemir\\_tiertransporte\\_veterinaerbescheinigungen.pdf](https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/brief_bm_oezdemir_tiertransporte_veterinaerbescheinigungen.pdf)
46. Vgl. [https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/stellungnahme\\_lebendtierexporte.pdf](https://www.buendnis-fuer-tierschutzpolitik.de/assets/docs/stellungnahme_lebendtierexporte.pdf)
47. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/haltungskennzeichnung-rueckschritt-fuer-tiere>
48. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/eu-kommission-streicht-tierschutzvorhaben>
49. Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/kuekontoeten-ausstieg-schlechte-umsetzung>
50. Bilanziert nach den Richtlinien IDW RS HFA 21. Diese Sonderposten werden in den Folgejahren verwendet.
51. Laut IDW-Richtlinien soll zu den Spenden der Sonderposten des Vorjahres addiert und der Sonderposten des Jahresendes davon 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.

