



Bärlige Verstärkung für den SC Freiburg

Bärlige Verstärkung für den SC Freiburg
Freiburger Bundesligateam läuft zum 50. Geburtstag des WWF mit Panda-Logo auf Freiburg, 30. September 2013 - Der SC Freiburg spielt in der Bundesligapartie gegen Eintracht Frankfurt am 6. Oktober 2013 mit ungewöhnlicher Unterstützung: Das Trikot der Mannschaft ziert an diesem Tag das Panda-Logo des WWF. Der Bambusbär ist nicht nur das Wappentier der Naturschutzorganisation, er gilt auch als chinesisches Glückssymbol. Möglich wurde die Aktion durch die Molkerei Ehrmann, Hauptsponsor des SC Freiburg. Ehrmann stellt die Werbefläche auf den Trikots einmalig dem WWF Deutschland zur Verfügung und gratuliert der Naturschutzorganisation auf diese Weise zum 50. Geburtstag. Auch auf den Ehrmann-Werbebanden im Stadion wird der WWF gewürdigt.
"Als Familien-Molkerei aus dem Allgäu ist uns Nachhaltigkeit ein großes Anliegen. Mit der Aktion wollen wir ein Zeichen für den Natur- und Umweltschutz setzen und dem WWF unsere herzlichen Glückwünsche zum Geburtstag übermitteln", sagt Gunther Wanner, Marketingleiter bei Ehrmann. "Der SC Freiburg teilt die Ziele des WWF, wir unterstützen deshalb den WWF gern dabei, die Menschen für Umwelt- und Naturschutzthemen zu sensibilisieren", sagt Marketingleiter Hanno Franke vom SC Freiburg.
Marco Vollmar, Mitglied der Geschäftsleitung beim WWF: "Ganz großer Sport. Eine tolle Unterstützung unserer Arbeit. Wir bedanken uns bei Ehrmann und dem SC Freiburg." Auch die Pandas der WWF-Jubiläums-Roadshow lassen sich das Spiel nicht entgehen: Sie bilden vor dem Spiel im Anstoßkreis eine riesige 50. Die Pappkameraden sind im Rahmen einer deutschlandweiten Roadshow mit 1600 schwarz-weißen Bambusbären in Freiburg zu Gast. Die Zahl 1600 ist nicht zufällig gewählt: Sie entspricht exakt der Anzahl der noch in Freiheit lebenden Pandas. "Die Bundesliga wird 50, der WWF wird 50 und der SC Freiburg ist ein Verein, der Vorreiter in ökologischem Denken und Nachhaltigkeit ist. Deshalb freuen wir uns über die Jubiläumsaktion in Freiburg besonders", sagt Marco Vollmar, Mitglied der Geschäftsleitung des WWF Deutschland.
Die SC-Trikots selbst dürften sich zu einer echten Rarität entwickeln. Die Trikots werden anschließend zugunsten eines WWF-Projektes versteigert.
Weitere Informationen:
Jörn Ehlers, Pressestelle WWF, Tel.: 030-311 777 422, Oliver Samson, Tel.: 030-311 777 766 https://twitter.com/WWF_Deutschland
<https://www.facebook.com/wwfde>
Über uns: Der WWF Deutschland ist Teil der weltweit führenden Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Das globale Netzwerk des WWF ist in mehr als 100 Ländern der Erde aktiv. Weltweit unterstützen uns rund fünf Millionen Förderer. Der WWF will der Naturzerstörung Einhalt gebieten und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang leben.

Pressekontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

Firmenkontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

Der WWF will die Umwelt entlasten und er braucht finanzielle Mittel für den Naturschutz. Um diese Ziele zu erreichen, können Unternehmen wichtige Partner sein. Es gibt unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit. Sie reichen von Firmenspenden und Sponsoring-Maßnahmen über Lizenzkooperationen bis hin zu strategischen Kooperationen. Unser Ziel ist es, Gelder von Unternehmen in den Naturschutz umzuleiten. Aus diesem Grund arbeitet der WWF mit kleinen, mittleren und großen Unternehmen zusammen, die die Ziele des WWF unterstützen. Jede Kooperation ist individuell. Zu unseren Grundsätzen gehört es, konstruktiv und lösungsorientiert zu agieren, aber auch ein kritischer Sparringpartner zu sein. Ein wichtiger Baustein der Zusammenarbeit ist stets die Förderung des Umweltbewusstseins bei Kunden, Mitarbeitern und anderen Interessengruppen. Auch die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage bestätigen unser Handeln: Drei Viertel der Bevölkerung befürworten eine finanzielle Unterstützung des WWF durch Unternehmen (76%). Durch strategische Kooperationen mit wichtigen Wirtschaftsträgern nimmt der WWF Einfluss auf die Förderung von ökologisch nachhaltigem wirtschaftlichem Handeln. Wir arbeiten mit Unternehmen zusammen, um sie zu verändern. Die Wirtschaft schätzt den WWF als kompetenten, verlässlichen aber unabhängigen Partner, weil er wichtige Probleme anspricht und innovative Lösungswege aufzeigt. Jahr für Jahr erfreut sich der WWF einer wachsenden Zahl von Unterstützern. Immer mehr Menschen empfinden es als selbstverständlich, wo immer nötig der bedrängten Natur und Umwelt zu helfen. Sie sehen im WWF einen sachverständigen, lösungsorientiert arbeitenden Partner. Insgesamt wurden 54,3 Millionen Euro für Projekte, satzungsgemäße Kampagnen und Aufklärungsarbeit, Fördererbetreuung und -gewinnung sowie allgemeine Verwaltung verwendet. Der Anteil der Ausgaben für die allgemeine Verwaltung lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei fünf Prozent. Insgesamt wurden 2,8 Millionen Euro für die Finanz- und Personalverwaltung, die Büroorganisation sowie die IT-Administration aufgewendet. Hier konnten Einsparungen in Höhe von rund 160.000 Euro realisiert werden. Über 438.000 Menschen ? mehr als je zuvor ? haben zum Ende des Jahres 2011 auf diese Weise ihre Überzeugung zum Ausdruck gebracht und zu rund 60 Prozent der Gesamteinnahmen verholfen, das zeigt der aktuelle Jahresbericht des WWF. Die Jahreseinnahmen bei Spenden und Erbschaften betragen 32,1 Millionen Euro in 2011/12. Dies bedeutet ein Wachstum von drei Prozent gegenüber 2010/11. Im Jahresdurchschnitt des Geschäftsjahres beschäftigte der WWF Deutschland an seinen drei Standorten (Berlin, Frankfurt, Hamburg) und in den vier Projektbüros (Dessau, Stralsund, Mölln und Husum) 186 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 122 Vollzeitkräfte. Im Vergleich zu 2011 (171 Mitarbeiter) entspricht das einem Zuwachs von neun Prozent. Der Anteil der Mitarbeiterinnen beträgt 68 Prozent.