

# JAHRESRÜCKBLICK 2004



**GREENPEACE**

KAMPAGNEN + STRUKTUR + BILANZ + ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

**2004**

## STIMME FÜR DIE BEDROHTE NATUR

Können sich Kabeljauschwärme gegen ihre Vernichtung wehren? Kann ein finnischer Urwald gegen seine Abholzung klagen? Nein, man wird sie nicht hören. Greenpeace gibt der bedrohten Natur eine Stimme. 2004 haben wir weiter für die Schutzgebiete in Wäldern und in den Meeren gekämpft. Mit Erfolg.

Für ein Fünftel des russischen Dvinsky-Waldes wurde ein Einschlagstopp verkündet. Im November stellte der brasilianische Präsident Lula 20.000 Quadratkilometer Urwald im Amazonas unter Schutz. Dies ist ein Gebiet der Größe von Rheinland-Pfalz. Weitermachen heißt unsere Devise, denn noch schreitet die Zerstörung der letzten Urwälder schneller voran als die Rettung.

Auch unter Wasser wird die Zeit knapp. Nord- und Ostsee leiden – wie viele andere Meeresregionen – unter extremer Überfischung und skrupellosen Fangmethoden, die die Meeresökosysteme zerstören. Im Sommer 2004 haben wir mit Aktionen und regionalen Infotagen großflächige Meeresschutzgebiete gefordert.

2004 haben wir auch unsere Kampagne für Lebensmittel ohne Gentechnik fortgesetzt. Die Reaktion der Unternehmensgruppe Theo Müller GmbH & Co. KG: Der Milchproduzent wollte Greenpeace per Gerichtsentscheid einen Maulkorb verpassen lassen. Doch wir bleiben dran: Wir fordern von Müller und anderen Molkeereien, auf Futter ohne Gen-Pflanzen umzustellen, um so deren Anbau nicht länger zu fördern. Gen-Pflanzen breiten sich in der Natur unkontrolliert aus und machen eine gentechnikfreie Landwirtschaft langfristig unmöglich.

Wir verlangen von der Bundesregierung, dem Gesundheitsschutz Vorrang zu geben. Pestizid-Rückstände in Obst und Gemüse sowie Dieselruß gefährden die Menschen. Mit steuerlichen Anreizen

muss die Nachrüstung von Dieselaautos mit Rußfiltern beschleunigt werden. Vom Verbraucherministerium fordern wir wirksamen Schutz gegen Giftrückstände im Essen – das heißt Reduktion von Pestiziden und nicht Anhebung erlaubter Grenzwerte.

Vom Klimawandel sind alle betroffen, auch hier steht die Bundesregierung in der Pflicht. Zur internationalen Konferenz für Erneuerbare Energien, Renewables 2004, nach Bonn einzuladen, reicht allein nicht. Klimaschutz bedeutet, verstärkt in Sonne- und Windkraft zu investieren statt neue klimaschädliche Kohlekraftwerke zu genehmigen.

Im Oktober 2005 werden wir Jubiläum feiern – und 25 Jahre erfolgreiche Umweltschutzarbeit in Deutschland. Unser großer Dank gilt all denen, die mit ihrem finanziellen und ehrenamtlichen Engagement Greenpeace überhaupt erst möglich machen! 2004 erreichte Greenpeace einen Gesamtertrag von 41,5 Millionen Euro. Die Zahl unserer Förderer wuchs auf über 540.000. Bitte stärken Sie uns weiterhin so engagiert den Rücken – damit Greenpeace auch künftig viel bewegen kann!

Mit herzlichen Grüßen

Brigitte Behrens  
*Geschäftsführerin von Greenpeace*



## Chronik 2004

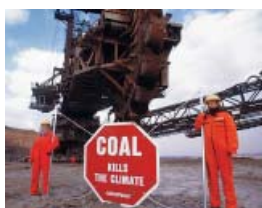
## AKTIONEN 2004 – EINE AUSWAHL

**Februar:** Greenpeace deckt bundesweit in Baumärkten einen Betrug auf: Fichtenholz aus russischen Urwäldern ist mit „Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft – Gewachsen in Deutschlands Wäldern“ falsch gekennzeichnet. Die Aktivisten markieren die gefundenen Hölzer mit Aufklebern: „Betrug“ und „Finger weg – Urwaldzerstörung“.



**April:** Über 100 Greenpeacer mauern die Türen des europäischen Patentamtes in München symbolisch mit Eisblöcken zu. Darin sind als Protest gegen ein Patent auf menschliches Leben Babypuppen eingefroren. Im 2003 erteilten Patent, das u.a. menschliche Eizellen und Embryonen umfasst, sieht Greenpeace einen Präzedenzfall auf dem Weg zur Industrieproduktion von Menschen.

**Mai:** Protest gegen Gen-Soja: Aktivisten in Schlauchbooten folgen dem Frachter „Perast“ und befestigen am Rumpf ein Banner: „Gen-Soja: gefährlich, überflüssig, unerwünscht“. Mit dem Gen-Soja-Schrot wollen deutsche Futtermittel-Hersteller gentechnikfreie Futtermittelmärkte verhindern. Greenpeace fordert gentechnikfreie Ware für Landwirte überall und zu normalen Preisen.



**Mai:** Gegen Braunkohleabbau: In der Baugrube Hambach (NRW) befestigen Greenpeacer auf einem Schaufelradbagger ein Transparent: „Coal kills the climate!“ (Kohle zerstört das Klima). Die dort täglich geförderte Kohle setzt beim Verfeuern rund 85.000 Tonnen Kohlendioxid frei. Statt zwei weitere Kohlekraftwerke zu bauen, soll der Betreiber RWE in Erneuerbare Energien investieren.

**September:** Vor dem Verbraucherministerium in Berlin protestieren Greenpeacer mit Giftspritzen in übergroßen Äpfeln gegen die wachsende Pestizid-Belastung in Obst, Gemüse und Getreide. Die darin erlaubten Höchst-mengen für Pestizidrückstände sind massiv angehoben worden. In der Studie „Pestizide am Limit“ veröffentlicht Greenpeace detaillierte Messergebnisse.



**Oktober:** Bis zur Brust im Wasser steht die Nachbildung der Freiheitsstatue vor dem US-Konsulat in Hamburg. Das Symbol drohenden Klimawandels ist eine Aufforderung an die USA, das Klimaschutz-Abkommen von Kyoto zu unterzeichnen. Greenpeace-Forderung an US-Präsident George W. Bush: „Mach es wie Putin. Sag Ja zu Kyoto!“

## STRUKTUR VON GREENPEACE INTERNATIONAL

Die rücksichtslose Ausbeutung der Natur macht nicht an Ländergrenzen Halt. Greenpeace arbeitet deshalb als internationale Organisation mit Hauptsitz in Amsterdam. Alle nationalen Büros koordinieren ihre Kampagnen und Aktionen gemeinsam, aber führen sie eigenverantwortlich durch.

Das höchste Entscheidungsgremium ist das Council, das sich aus Vertretern der einzelnen nationalen Büros zusammensetzt und auf jährlichen Treffen die Leitlinien der Arbeit festlegt. Das Council wählt den internationalen Vorstand, der wiederum die internationale Geschäftsführung einsetzt.



\* Greenpeace hat 27 nationale und 14 regionale Büros, die zu nationalen und internationalen Umwelt-Themen arbeiten. Darüber hinaus gibt es in weiteren 16 Ländern Greenpeace-Vertretungen, die an Kampagnen mitarbeiten (s. Karte »Greenpeace-Kontakte in aller Welt« auf dem Rücktitel).

\*\* »Stichting Greenpeace Council« koordiniert die internationalen Kampagnen, die Öffentlichkeitsarbeit sowie die Schiffsflotte und überwacht die Aktivitäten der nationalen Büros.

## DAS BUDGET VON GREENPEACE INTERNATIONAL

Als ein Länderbüro mit vergleichsweise hohen Einnahmen übernimmt Greenpeace Deutschland jährlich einen großen Teil der Kosten für die weltweite Kampagnenarbeit und fördert so Aktivitäten in Ländern, in denen die Armut es den meisten Menschen nicht erlaubt, Geld für Umweltschutzorganisationen

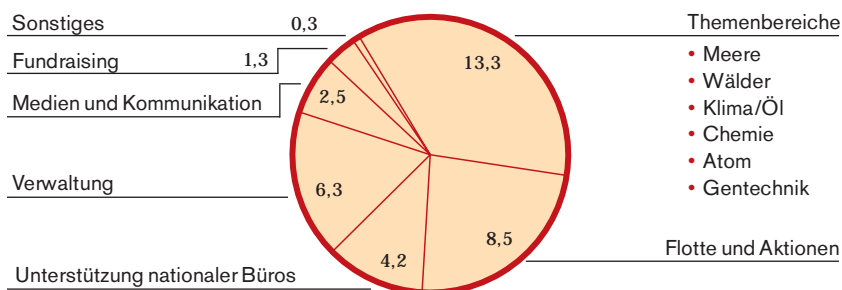
zu erübrigen. Aktivitäten gegen die Zerstörung des Regenwaldes in Amazonien beispielsweise könnten die lateinamerikanischen Greenpeace-Büros nicht allein finanzieren.

Folgende nationale Büros haben sich im Jahr 2004 finanziell an der internationalen Kampagnenarbeit beteiligt:

### Finanzierung internationaler Kampagnen gesamt in Mio EUR 37,2

Deutschland		12,0
Niederlande		7,4
USA		3,7
Großbritannien		3,2
Schweiz		2,8
Australien		1,6
Andere		6,5

### Ausgabenbudget Greenpeace International in Mio EUR 36,1



## STRUKTUR VON GREENPEACE IN DEUTSCHLAND

Das deutsche Büro hat seinen Sitz in Hamburg. Oberstes Beschlussgremium ist die Mitgliederversammlung, die aus 34 stimmberechtigten Mitgliedern besteht und den Aufsichtsrat wählt.

Die sieben ehrenamtlichen Aufsichtsratsmitglieder setzen die Geschäftsführung ein. Diese leitet den Verein und ist für die rund 200 festangestellten Mitarbeiter des Greenpeace e.V. verantwortlich.



## WOHIN FLIESSEN DIE SPENDENGELDER?

### *Die Plünderung der Meere stoppen*

Im Sommer 2004 startet Greenpeace europaweit eine Kampagne zum Schutz der Meere. Ziel ist es, mindestens 40 Prozent von Nord- und Ostsee als Schutzgebiete auszuweisen. Greenpeace schlägt insgesamt 17 Schutzgebiete vor, in denen zerstörerische Aktivitäten wie Fischerei, Öl- und Gasförderung sowie Sand- und Kiesabbau verboten werden müssen.

Vom Schiff „Esperanza“ aus markieren Aktivisten im August 2004 symbolisch ein erstes Schutzgebiet: Die „Doggerbank“, ein 85.000 Quadratkilometer großes Gebiet mitten in der Nordsee. Als Markierung dienen fünf Meter hohe Bojen. Die Doggerbank, Laichgrund für einige der kommerziell genutzten Fischarten, zählte früher zu den fischreichsten Regionen der Nordsee. Heute ist sie massiv überfischt.

Die industrielle Fischerei mit Grundschleppnetzen richtet hier und anderswo enorme Schäden an. Große Netze mit schweren Ketten durchpflügen den Meeresboden. In den Netzen verfangen sich auch unzählige Fische und andere Lebewesen, die als „Beifang“ ungenutzt – meist tot – wieder über Bord gehen. Aktivisten zeigen die skrupellose Verschwendung: Am Brandenburger Tor, vor dem Kölner Dom und vor dem Münchner Rathaus präsentieren sie auf meterlangen Tischen 11.000 tote Tiere. Dies ist der Bei-

fang eines einzigen Fischtrawlers nach nur zwei Stunden Fangzeit. Die Greenpeace-Forderung: Fangmethoden müssen verändert, Beifänge vermieden werden. „Leben ist kein Abfall“ lautet die Botschaft insbesondere an die Fischereipolitik. An die Adresse der Europäischen Union geht die Forderung, endlich Strategien zum ganzheitlichen Meeresschutz zu entwickeln. Nur die Einrichtung von Schutzgebieten sichert den Meeren – und der Fischerei – eine Zukunft.

Insgesamt fließen rund 344.000 Euro in die Meereskampagne. Ein Großteil, rund 245.000 Euro, werden für regionale und bundesweite Aktionstage der Gruppen sowie für Schiffsaktionen auf der Nord- und Ostsee verwendet. Rund 21.000 Euro gehen in Recherchen. Eine bundesweite „Marktschreier-Tour“ durch 34 Städte kostet knapp 30.000 Euro. Diese Tour, bei der ein „Fischfiete“ lautstark für Aufsehen sorgt, macht deutlich: Für jede Scholle, die gegessen wird, müssten neun weitere Teller mit Meerestieren aus dem Beifang auf den Tisch kommen. Broschüren, Flugblätter und Unterschriftenlisten bieten Informationen zum Thema sowie Mitmach-Möglichkeiten. Die Produktion dieser Materialien kostet rund 29.000 Euro. Ein Report mit aufwändigem Kartenmaterial soll vor allem Politikern und Fachleuten das Schutzgebiet-Konzept von Greenpeace vermitteln, Kosten: knapp 12.000 Euro.



2004 kämpft Greenpeace verstärkt für den Meeresschutz von Nord- und Ostsee: Aktivisten markieren erste Schutzzonen. Nur mit großflächigen Schutzgebieten lässt sich die Artenvielfalt der Meere langfristig erhalten. Außerdem präsentiert Greenpeace in deutschen Großstädten, was bei der Industriefischerei als Beifang alles mit ins Netz geht.

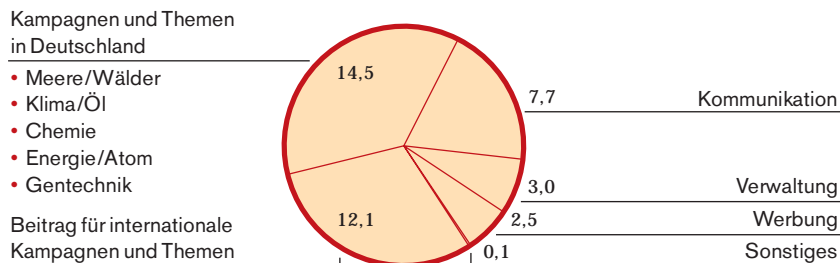
## GREENPEACE DEUTSCHLAND: ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Im Jahr 2004 erreichten die Gesamterträge von Greenpeace e.V. 41,5 Millionen Euro. Greenpeace Deutschland finanziert sich zu über 90 Prozent aus Spenden und Förderbeiträgen. Im Dezember 2004 haben knapp 548.000 Förderinnen und Förderer Greenpeace unterstützt, 13.000 mehr als im Vorjahr. Die tragende Säule sind dabei die vielen

Zuwendungen von bis zu 100 Euro. Die breite Basis der Förderer sichert dem Verein die für die Umweltschutzarbeit unerlässliche Unabhängigkeit. Greenpeace nimmt kein Geld von der Industrie, dem Staat oder Parteien und akzeptiert kein Sponsoring. Weitere Einnahmen erzielte Greenpeace aus Erbschaften, Bußgeldern, Sachspenden und Zinserträgen.

<b>Erträge</b> in Mio €		<b>41,54</b>
Spenden unter € 100		29,27
Spenden unter € 500		5,50
Spenden von € 500 und mehr		1,30
Zinserträge, sonstige Erträge		2,16
Erbschaften, sonstige Spenden		3,31
Industriesponsoring		0
Staatliche Zuwendungen		0

<b>Aufwendungen</b> in Mio €		<b>39,9</b>
------------------------------	--	-------------

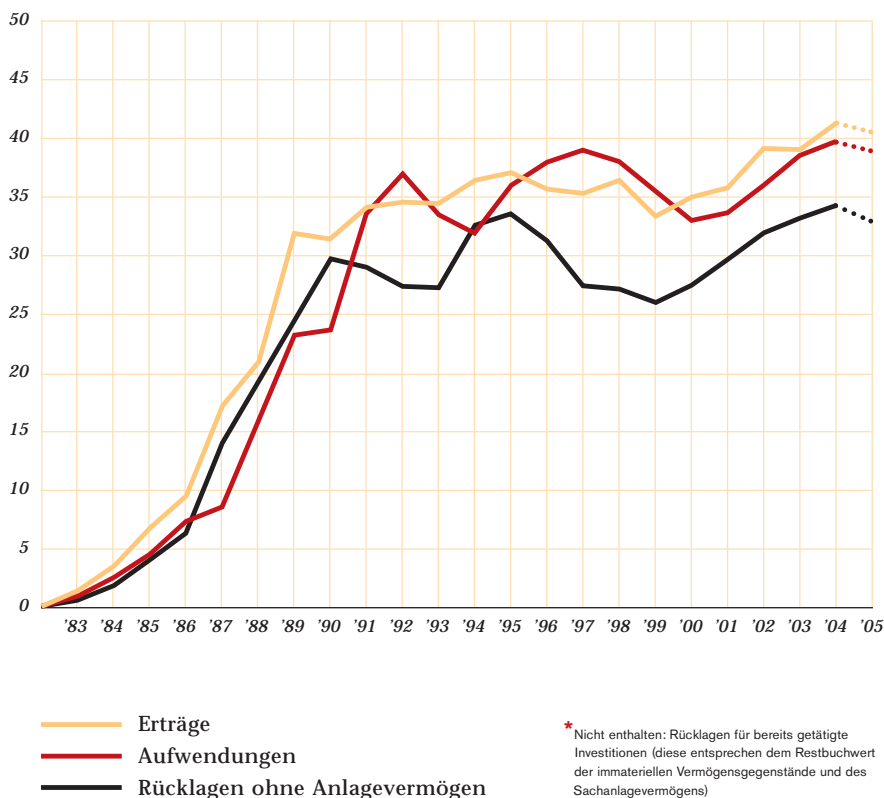




Den Erträgen von 41,5 Millionen Euro standen Aufwendungen in Höhe von 39,9 Millionen Euro gegenüber. Die Differenz von 1,6 Millionen Euro wurde in die Rücklagen eingestellt. Die Rücklagen garantieren die kontinuierliche Arbeit auch im Fall von Einnahmeschwankungen und ermöglichen es, auf Unvorhergesehenes reagieren zu können.

### Finanzsituation in Mio €

Erträge, Aufwendungen und Rücklagen (ohne Anlagevermögen)\* seit 1983



## WOHIN FLIESSEN DIE SPENDENGELDER?

### *Gegen Gen-Pflanzen in Futtermitteln*

Die Kampagne gegen Gentechnik auf dem Acker und im Essen läuft 2004 weiter: Greenpeace fordert von der Unternehmensgruppe Theo Müller (Müllermilch) und anderen Herstellern tierischer Produkte, auf Futter ohne Gen-Pflanzen umzustellen, um so deren Anbau nicht länger zu fördern. Denn Gen-Pflanzen breiten sich in der Natur unkontrolliert aus und machen eine gentechnikfreie Landwirtschaft langfristig unmöglich.

Auftakt ist am 30. April 2004: Greenpeace veröffentlicht Recherche-Ergebnisse, wonach auf Müllermilch-Höfen Gen-Soja verfüttert wird. Vor der Konzernzentrale in Aretsried/Bayern protestieren Aktivisten mit großen Plakatwänden: „Gen-Skandal bei Müllermilch?“ Mehr als 60 ehrenamtliche Greenpeace-Gruppen sind bundesweit aktiv. Sie informieren Verbraucher beim Supermarkt-Einkauf über Müllermilch-Produkte und warnen vor Gen-Pflanzen in Futtermitteln. Über 80 Prozent der weltweit angebauten Gen-Pflanzen landen im Tierfutter.

Der Müller-Konzern reagiert auf die Aktivitäten gereizt. Mehrfach versucht er, die Kampagne gerichtlich zu stoppen. Anstatt den Verbrauchern zu garantieren, dass bei der Milchproduktion keine

Gen-Pflanzen eingesetzt werden, zerrt Müller Greenpeace vor Gericht. Doch Greenpeace lässt sich nicht mundtot machen und ist überzeugt: Produktqualität und Produktverantwortung beginnt beim Tierfutter. Milcherzeugung ohne Gen-Pflanzen ist problemlos möglich. Denn Futtermittelhersteller bieten gentechnikfreie Soja und Mais an. Sojaschrot lässt sich zudem durch Rapsschrot ersetzen.

In die Kampagne gegen Gentechnik Futtermittel fließen 2004 insgesamt rund 379.000 Euro. 69.000 Euro gehen in vorbereitende Recherchen. Für überregionale Aktionen und die zahlreichen lokalen Aktivitäten der Gruppen werden knapp 167.000 Euro aufgewendet. In die Produktion von Infomaterial gehen rund 43.000 Euro.

Intensive Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Gentechnik macht Greenpeace unter anderem auf Verbrauchermessen. Der zehntägige Messeauftritt bei der Internationalen Grünen Woche in Berlin kostet beispielsweise 10.000 Euro. Zehntausende Verbraucher nutzen das Info-Angebot, etwa den kostenlosen Einkaufsratgeber „Essen ohne Gentechnik“. Dieser Ratgeber wird das ganze Jahr über verteilt und erscheint allein 2004 in sechs Auflagen, ab Dezember mit dem Schwerpunkt „Molkerei-Produkte“. Ein Beispiel: Die 5. Auflage des Ratgebers (300.000 Exemplare) kostet 31.500 Euro.



Gegen Gen-Pflanzen im Tierfutter: Mit lebensgroßen Kühen protestiert Greenpeace gegen Gen-Futter bei Zulieferern für Müllermilchprodukte. Anstelle einer inhaltlichen Auseinandersetzung zieht Müller vor Gericht und versucht, Greenpeace mundtot zu machen.

## Kampagnen 2004

**Saubere Energien und Klimaschutz**

Großer Auftritt der Greenpeace-Jugend im Juni 2004: Bei der internationalen Energie-Konferenz „Renewables“ in Bonn demonstrieren 80 junge Umweltschützer aus elf Ländern für eine klimafreundliche, saubere Energieversorgung. Sie fordern von den Konferenzteilnehmern, verbindliche Ziele festzuschreiben. Die Europäische Union soll garantieren, dass der Anteil Erneuerbarer Energien im Jahr 2020 mindestens 20 Prozent beträgt. Für die Politiker haben die Jugendlichen ein Begrüßungspaket vorbereitet, das auch einen Bumerang enthält, denn „Alles, was Sie jetzt entscheiden, kommt in Zukunft auf uns zurück“.

Die Delegierten betonen zwar die große Bedeutung der Erneuerbaren, am Ende sagen jedoch nur wenige Staaten, etwa China und Ägypten, einen massiven Ausbau Erneuerbarer Energien zu. Die Jugendlichen selbst machen es besser. Mit dem Projekt „SolarGeneration“ sind sie weltweit für saubere Energien aktiv. Für ein indisches SOS-Kinderdorf finanzieren sie mit gesammelten Spenden eine Dach-Solaranlage und installieren sie auf der Dorfschule.

In Deutschland sind die Jugendlichen der „SolarGeneration“ unter anderem bei der Jobparade in Schwerin dabei und bei mehreren Jugendfestivals. Ein großer Solar-Truck dient als Blickfang und bietet

neben Informationen über das große Potenzial der Erneuerbaren Energien auch ein Gewinnspiel und eine Solarstromstation zum Aufladen von Handys. Bundeswirtschaftsminister Clement bekommt bei Terminen in Hamburg und Köln deutlich die Forderungen der Jugendlichen zu hören: Sie erwarten Investitionen in Solarjobs und nicht in klimaschädliche Energiequellen wie Kohle.

Rund 185.000 Euro fließen 2004 in das Projekt SolarGeneration. Die Teilnahme an der Jobparade in Schwerin kostet rund 12.000 Euro, die Auftritte bei den Jugendfestivals rund 20.000 Euro. Das mehrtägige Zelt-Solarcamp zur Energiekonferenz in Bonn und die zahlreichen medienwirksamen Aktionen dort schlagen mit 37.000 Euro zu Buche. Für Schlagzeilen sorgt auch eine Klimaschutz-Aktion im Oktober 2004, die rund 6000 Euro kostet: Greenpeacer protestieren vor dem Konsulat der USA in Hamburg. Eine vier Meter hohe Nachbildung der Freiheitsstatue, bis zur Brust in der Alster versunken, symbolisiert den drohenden Klimawandel. Forderung an US-Präsident Bush: „Mach es wie Putin. Sag Ja zu Kyoto!“ Durch die russische Zustimmung kann das weltweit wichtigste Umweltabkommen Anfang 2005 in Kraft treten. Doch globaler Klimaschutz wird nur mit den USA funktionieren: Das Land verursacht mehr als ein Viertel der klimaschädlichen Treibhausgase weltweit.



Zur Internationalen Konferenz für Erneuerbare Energien in Bonn fordern Greenpeace-Jugendliche (JAGs) mehr Klimaschutz. Auch praktisch legen die JAGs Hand an und bauen im Rahmen des Projektes „SolarGeneration“ in einem indisches SOS-Kinderdorf eine Solaranlage.

**JAHRESABSCHLUSS ZUM 31. 12. 2004**

Greenpeace legt jedes Jahr seine Bücher offen, um nachzuweisen, dass die Gelder ausschließlich für die in der Satzung festgelegten Zwecke eingesetzt werden. Der vollständige Jahresabschluss 2004 wurde freiwillig zur Prüfung an KPMG Deutsche

Treuhand-Gesellschaft AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gegeben. Der mit einem hinweisenden Zusatz versehene uneingeschränkte Bestätigungsvermerk für diesen Jahresabschluss datiert vom 31. März 2005.

<b>AKTIVA</b> in Tausend €	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>A. Anlagevermögen</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	686	346
II. Sachanlagen	5.411	4.554
III. Finanzanlagen	6.250	5.923
	<b>12.347</b>	<b>10.823</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen gegen andere GP-Organisationen	45	1.124
2. Sonstige Vermögensgegenstände	361	178
II. Sonstige Wertpapiere	37	0
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	29.488	28.372
	<b>29.931</b>	<b>29.674</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>116</b>	<b>114</b>
<b>Summe</b>	<b>42.394</b>	<b>40.611</b>

Bilanz zum 31. 12. 2004

## Finanzen Deutschland 2004

Der hinweisende Zusatz begründet sich aus der zum Jahresabschluss aktuellen Prüfung der Finanzverwaltung, ob Greenpeace der Status für die Gemeinnützigkeit entzogen wird. Aktuelle Informationen zur Prüfung finden Sie

im Internet bei [www.greenpeace.de](http://www.greenpeace.de) unter der Rubrik „Über uns“. Wir veröffentlichen an dieser Stelle eine Zusammenfassung des geprüften Abschlusses 2004 mit Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung.

<b>PASSIVA</b> in Tausend €	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>A. Rücklagen</b>		
I. Langfristige Rücklagen	38.624	33.773
II. Andere Rücklagen	0	3.180
	<b>38.624</b>	<b>36.953</b>
<b>B. Rückstellungen</b>	<b>1.768</b>	<b>1.401</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.227	1.266
2. Verbindlichkeiten gegenüber anderen GP-Organisationen und Greenpeace Media GmbH	418	619
3. Sonstige Verbindlichkeiten	357	372
	<b>2.002</b>	<b>2.257</b>
<b>Summe</b>	<b>42.394</b>	<b>40.611</b>

Die Glaubwürdigkeit von Greenpeace ist auch auf die finanzielle Transparenz zurückzuführen, nicht zuletzt auch durch den Hinweis auf verbundene Unternehmen: Greenpeace e.V. ist alleiniger Gesellschafter der *Greenpeace Media GmbH*, die das Greenpeace Magazin herausgibt und als deutscher Lizenzhalter des Namens ‚Greenpeace‘ für Drittfirmen fungiert, zum Beispiel für umweltschonende Produkte wie Kalender und Schulhefte aus Recyclingpapier. Die *Greenpeace Energy eG* ist eine eingetragene Genossenschaft, die sich der Produktion und dem Verkauf um-

weltverträglicher Energie verschrieben hat. Greenpeace e.V. hält symbolisch zwei Genossenschaftsanteile. An der *Umweltstiftung Greenpeace* ist Greenpeace e.V. finanziell nicht beteiligt. Alle drei Unternehmungen agieren rechtlich unabhängig, jedoch im Sinne von Greenpeace. Zuwendungen oder Gewinnausschüttungen an Greenpeace e.V. gab es im Jahr 2004 nicht. Weitere Informationen dazu finden Sie als Link zu den Unternehmen auf unserer Homepage: [www.greenpeace.de](http://www.greenpeace.de).

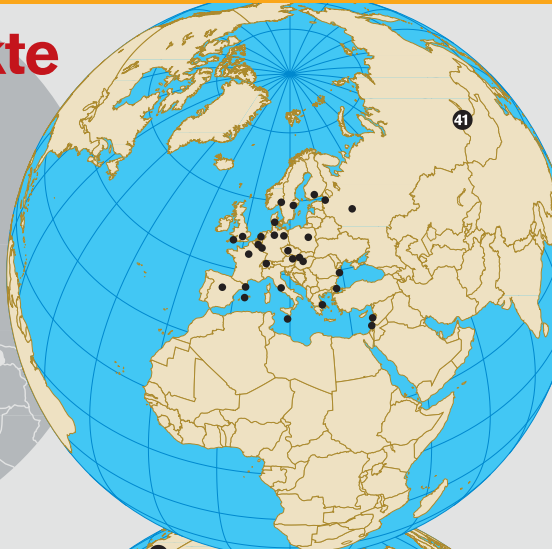
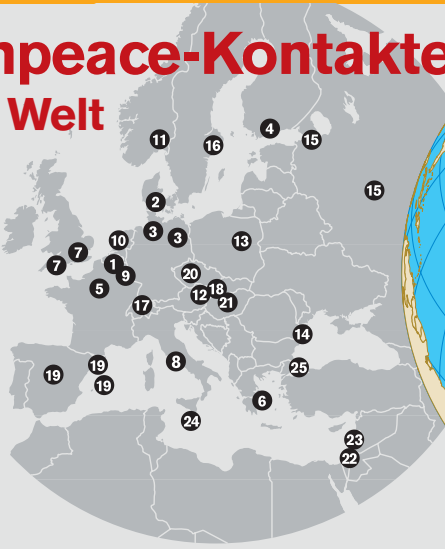
<b>ERTRÄGE</b> in Tausend €	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>Beiträge und Spenden</b>	<b>39.375</b>	<b>37.022</b>
<i>insbesondere Geldspenden von Förderern; auch Erbschaften, Bußgelder, Dienstleistungsspenden und Sachspenden</i>		
<b>Sonstige Erträge</b>	<b>1.236</b>	<b>507</b>
<b>Zinsergebnis</b>	<b>927</b>	<b>1.062</b>
<b>Gesamterträge</b>	<b>41.538</b>	<b>38.591</b>
Netto-Entnahmen aus den Rücklagen	0	0
<b>Summe</b>	<b>41.538</b>	<b>38.591</b>

Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. 12. 2004

## Finanzen Deutschland 2004

<b>AUFWENDUNGEN</b> in Tsd. €	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>Kampagnenkosten</b>	<b>26.589</b>	<b>25.996</b>
<i>Nationale und internationale Aktionen und Projekte, Informationskampagnen, Aktionsaufrufe für Kampagnen, Studien, Rechercheaufträge</i>		
<b>Kommunikation</b>		
Greenpeace Nachrichten	1.248	1.216
Fördererbetreuung	2.547	2.214
Informationsmedien: z.B. Pressestelle, Broschüren, Plakate, Filme, Kinospots, Fotodokumentationen, sonstige Öffentlichkeitsarbeit	3.923	3.529
	<b>7.718</b>	<b>6.959</b>
<b>Werbekosten</b>	<b>2.517</b>	<b>2.028</b>
<i>Anzeigen, Mailings, Erbschaftsbroschüren, Standwerbung, Neuförderergewinnung</i>		
<b>Verwaltungskosten</b>	<b>2.967</b>	<b>2.733</b>
<i>Geschäftsführung, Buchhaltung, Poststelle, IT-, Personalabteilung, Geldverkehr, Rechts- und Beratungskosten, Versicherungen, Gebühren</i>		
<b>Sonstige Aufwendungen</b>	<b>76</b>	<b>513</b>
<b>Gesamtaufwendungen</b>	<b>39.867</b>	<b>38.229</b>
Netto-Einstellung in Rücklagen	1.671	362
<b>Summe</b>	<b>41.538</b>	<b>38.591</b>

# Greenpeace-Kontakte in aller Welt



- 1 Belgien**  
Brüssel
- 2 Dänemark**  
Kopenhagen
- 3 Deutschland**  
Hamburg, Berlin
- 4 Finnland**  
Helsinki
- 5 Frankreich**  
Paris
- 6 Griechenland**  
Athen
- 7 Großbritannien**  
London, Exeter
- 8 Italien**  
Rom
- 9 Luxemburg**  
Esch/Alzette
- 10 Niederlande**  
Amsterdam
- 11 Norwegen**  
Oslo
- 12 Österreich/  
Zentral- und  
Osteuropa**  
Wien
- 13 Polen**  
Warschau
- 14 Rumänien**  
Baia Mare
- 15 Russland**  
Moskau,  
St. Petersburg
- 16 Schweden**  
Stockholm
- 17 Schweiz**  
Zürich
- 18 Slowakei**  
Bratislava
- 19 Spanien**  
Madrid, Palma  
de Mallorca,  
Barcelona
- 20 Tschechien**  
Prag
- 21 Ungarn**  
Budapest
- 22 Israel**  
Tel Aviv
- 23 Libanon**  
Beirut
- 24 Malta**
- 25 Türkei**  
Istanbul
- 26 Argentinien**  
Buenos Aires
- 27 Brasilien**  
São Paulo,  
Manaus
- 28 Chile**  
Santiago
- 29 Guatemala**
- 30 Kanada**  
Toronto, Mont-  
real, Vancouver
- 31 Mexiko**  
Mexiko City
- 32 USA**  
Washington,  
San Francisco,  
Anchorage
- 33 Australien**  
Sydney,  
Canberra
- 34 China**  
Hongkong,  
Peking
- 35 Indien**  
Neu Delhi,  
Bangalore
- 36 Japan**  
Tokio
- 37 Neuseeland**  
Auckland
- 38 Papua  
Neu Guinea**
- 39 Pazifik**  
Suva/Fiji
- 40 Philippinen**  
Manila
- 41 Russland**  
Irkutsk/  
Baikalsee
- 42 Salomonen**
- 43 Thailand**  
Bangkok

