



2024

WIRKUNGSBERICHT

animaleQUALITY

INHALT

Vorwort	1
1. Einleitung	2
1.1. Vision, Mission und Ansatz	3
1.2. Werte und Organisationskultur	5
1.3. Gegenstand des Berichts	5
2. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum	6
2.1. Eingesetzte Ressourcen	7
2.2. Erbrachte Leistungen (Output)	8
2.3. Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)	9
3. Organisationsprofil und -struktur	11
3.1. Allgemeine Angaben	12
3.2. Governance der Organisation	13
3.2.1. Leitungs- und ggf. Geschäftsführungsorgan	13
3.2.2. Aufsichtsorgan	13
3.2.3. Interessenkonflikte	13
3.2.4. Internes Kontrollsystem	13
3.3. Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen	14
3.3.1. Eigentümerstruktur der Organisation	14
3.3.2. Mitgliedschaften anderer Organisationen	14
3.3.3. Verbundene Organisationen	14
3.4. Sozial- und Umweltprofil	15
3.5. Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke	16
4. Finanzen und Rechnungslegung	17
4.1. Buchführung und Rechnungslegung	18
4.2. Bilanz	17
4.3. Einnahmen und Ausgaben	19
Nachwort und Dank	23
Quellenverzeichnis	24
Impressum	25

2024 war ein bewegendes Jahr, in dem wir dank unserer Unterstützer*innen wichtige Erfolge für die Tiere erreichen konnten.

Wir haben gemeinsam Tierleid sichtbar gemacht, Unternehmen und Politik zur Verantwortung gezogen, Millionen Menschen über die Realität der Tierindustrie aufgeklärt und sind rechtlich gegen Tierquäl*innen vorgegangen.

Als Mitglied der Open Wing Alliance erreichten wir für die Hühner in den Lieferketten des Discounters LIDL einen wichtigen Erfolg, der die Leben von Millionen Tieren, die aktuell in diesem System gefangen sind, verbessern wird.

Mit zahlreichen Aktionen haben wir den Druck auf ALDI Süd konsequent erhöht. Gemeinsam haben wir die absolut inakzeptable Käfighaltung in den Zulieferbetrieben der US-Filialen und die Doppelmoral des Discounters an die Öffentlichkeit gebracht.

Wir haben uns für ein stärkeres Tierschutzgesetz in Deutschland eingesetzt. Durch unseren unermüdlichen Einsatz gemeinsam mit zahlreichen Tierschutzorganisationen sowie eine Petition mit rund 310.000 Unterschriften wurde erstmals ein EU-Kommissionsmitglied für Tierschutz ernannt – ein historischer Schritt für die Tiere.

Wir haben auch in 2024 die Realität der Tierindustrie durch die Veröffentlichung von zahlreichen Undercover-Recherchen sichtbar gemacht. Darunter der bisher längste Undercover-Einsatz in der Geschichte von Animal Equality. Er zeigt die Grausamkeiten in einem großen Schweine-Zuchtbetrieb mitten in Deutschland.

Danke, dass du dich gemeinsam mit uns für die Tiere starkmachst! Ohne unsere Fördermitglieder, Spender*innen und Unterstützer*innen, die uns auch 2024 zur Seite standen, wären all die wichtigen Erfolge und nachhaltigen Veränderungen für die Tiere nicht möglich.

Wir wissen es wirklich zu schätzen und sind sehr dankbar, dass engagierte Menschen wie du unsere Arbeit aktiv unterstützen und wir gemeinsam für dasselbe Ziel kämpfen: Eine Welt, in der alle Tiere frei von Ausbeutung leben.

In diesem Bericht erfährst du mehr über die Organisation von Animal Equality, wie wir deine Spende einsetzen und welche Wirkung wir damit 2024 erzielen konnten.

Gemeinsam kämpfen wir weiter und erschaffen eine Welt, in der alle Tiere respektiert und vor Ausbeutung geschützt sind.



VANESSA

DIREKTORIN VON ANIMAL EQUALITY DEUTSCHLAND





1. Einleitung

1.1. VISION, MISSION UND ANSATZ

Vision

Unsere Vision ist eine Welt, in der alle Tiere respektiert und vor Ausbeutung geschützt sind.

Mission

Animal Equality ist eine internationale Organisation, die gemeinsam mit Gesellschaft, Politik und Unternehmen daran arbeitet, die Grausamkeit gegenüber landwirtschaftlich genutzten Tieren zu beenden.

Ansatz

Wenn sie sehen, wie Tiere leiden, oder wenn sie Zeuge von Tierquälerei werden, wollen die meisten Menschen dies verhindern oder zumindest nicht unterstützen. Sie besitzen von Natur aus Empathie und Mitgefühl Tieren gegenüber.

Weltweit entsteht das mit Abstand größte von Menschen verursachte Tierleid bei der Produktion von Fleisch (inklusive des Fleisches von Fischen), Eiern sowie Milch und Milchprodukten. Einzelpersonen und Unternehmen können daher besonders effektiv Tierleid vermeiden, indem sie die landwirtschaftliche Tierhaltungsindustrie nicht länger finanziell unterstützen und stattdessen pflanzliche Alternativen wählen oder anbieten, anstatt die Ausbeutung von Tieren zu unterstützen. Deswegen stehen für die Arbeit von Animal Equality primär drei Bereiche im Fokus: Aufklärung über die Lebensrealitäten der Tiere in landwirtschaftlichen Haltungsbetrieben und Schlachthäusern, Förderung der pflanzlichen Ernährung sowie die Beendigung tierquälerischer Praktiken in der sogenannten „Massentierhaltung“.

Landwirtschaftliche Tierhaltung als gesellschaftliches Problem

Die Produktion von Fleisch (inklusive des Fleisches von Fischen), Eiern sowie Milch und Milchprodukten ist verantwortlich für millionenfaches Leid und den Tod unzähliger Individuen. Allein in Deutschland wurden im Jahr 2024 ca. 742 Millionen Tiere in Schlachthäusern getötet – Fische und andere Meerestiere noch ausgenommen^{1,2}.

Wir decken immer wieder Missstände in Zucht-, Haltungs- und Schlachtbetrieben sowie beim Transport der Tiere auf, die wir in Recherchen veröffentlichen³. Die im Tierschutzgesetz, der Tierschutz-Nutztierhaltungsverordnung und der Tierschutz-Schlachtverordnung gesetzlich vorgeschriebenen Mindeststandards sind unzureichend und schützen die Tiere nicht ansatzweise ausreichend. So ist es in Deutschland nach wie vor üblich, Ferkel zu kastrieren und ihnen ihre Schwänze abzutrennen, sowie Kälbern die Hornansätze auszubrennen⁴. Diese und ähnliche Eingriffe bedeuten für die Tiere trotz Betäubung und/oder Medikation extreme Schmerzen und Angst. Einige dieser Eingriffe dürfen auch ohne Betäubung durchgeführt werden.

Das Leid ist Teil des Systems der landwirtschaftlichen Tierhaltung: Die meisten dieser grausamen Praktiken dienen letztlich dazu, die katastrophalen Lebensbedingungen der Tiere in den Haltungsbetrieben aufrechtzuerhalten, da diese den Gewinn maximieren. Das Leid ist jedoch viel umfangreicher und geht noch tiefer. Die Tiere, die für unsere Nahrung sterben, wurden über Generationen gezielt so gezüchtet, dass sie in kürzester Zeit möglichst viel Gewicht zulegen, bzw. eine möglichst hohe Milch- oder Eierproduktion aufweisen^{5,6}. Die körperlichen Höchstleistungen, zu denen diese Tiere gezwungen werden, führen in vielen Fällen zu Verletzungen, Krankheiten und vorzeitigem Tod. Dabei sind entsprechende „Verluste“, also Todesfälle, in diesem System von vornherein einkalkuliert und werden wirtschaftlich durch maximale Ausbeutung der überlebenden Tiere kompensiert⁷.

All das lässt sich umso weniger rechtfertigen, als dass die Nutzung von Tieren für die Produktion von Nahrungsmitteln völlig unnötig ist. Denn eine ausgewogene Ernährung, ganz ohne Tierprodukte, ist erwiesenermaßen nicht nur unbedenklich, sondern kann sogar von Vorteil für die eigene Gesundheit sein⁸. Heutzutage besteht dank der zahlreichen pflanzlichen Alternativen keinerlei Notwendigkeit mehr, Fleisch (inklusive des Fleisches von Fischen), Eier sowie Milch und Milchprodukte zu verzehren.

- 1 Statistisches Bundesamt (2025). „Fleischproduktion im Jahr 2024 um 1,4 % gestiegen“. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/02/PD25_050_413.html
- 2 Die Zahl der jährlich weltweit getöteten Fische ist so hoch, dass sie nur geschätzt werden kann: Jedes Jahr werden etwa 0,79 bis 2,3 Billionen Tiere getötet: <http://fishcount.org.uk/fish-count-estimates-2/numbers-of-fish-caught-from-the-wild-each-year>
- 3 Animal Equality. „Undercover-Recherchen“. AnimalEquality.de. URL: <https://animalequality.de/undercover-recherchen/>
- 4 Potschka, Heidrun und Susanne Zöls (2016) „Chirurgische Ferkelkastration mit Betäubung“. Der Praktische Tierarzt 97, Heft 8 (2016).
- 5 Statista (2024). „Milchleistung je Kuh in Deutschland in den Jahren 1900 bis 2023“. Statista.com. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/153061/umfrage/durchschnittlicher-milchertrag-je-kuh-in-deutschland-seit-2000/>
- 6 Statistisches Bundesamt (2024). „Eierproduktion 2023 leicht gesunken“. Destatis.de. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/03/PD24_104_413.html
- 7 Bernhard Hörning (2013). „Qualzucht bei Nutztieren – Probleme & Lösungsansätze“. https://baerbel-hoehn.de/archiv/fileadmin/media/MdB/baerbelhoehn_de/www.baerbelhoehn.de/XXX_Qualzucht_bei_Nutztieren_Hoerning.pdf
- 8 ProVeg. „Veggie in jeder Lebensphase“. ProVeg.de. <https://proveg.com/de/5-pros/gesundheit/veggie-lebensphase/>

1.2. WERTE UND ORGANISATIONSKULTUR

Werte

Als Tierschutzorganisation werden wir von Mitgefühl, Entschlossenheit und Effektivität geleitet. Wir glauben an eine Gesellschaft, in der diese Werte verbreitet und gelebt werden. Mit innovativen Projekten und Kampagnen möchten wir die Praktiken der Tierindustrie sichtbar machen und abschaffen.

Organisationskultur

Unsere Werte spiegeln sich nicht nur in unserer Arbeit, sondern auch in unserer Organisationskultur wider. Schon seit Animal Equalitys Gründung im Jahr 2006 fördern wir eine Organisationskultur, die Vielfalt wertschätzt und auf engagierte Teammitglieder setzt – unabhängig von ethnischer und sozialer Herkunft, Nationalität, sexueller Orientierung und Identität, Religion/Weltanschauung, Behinderung, Geschlechtsidentität und -ausdruck sowie Alter.

1.3. GEGENSTAND DES BERICHTS

Geltungsbereich, Berichtszeitraum und -zyklus:

Der Bericht bezieht sich auf die gesamte Arbeit von Animal Equality Germany e.V. im Kalenderjahr 2024.

Ansprechpartnerin:

Fragen zum Inhalt dieses Berichts können über die in Kapitel 3.1 genannten Kontaktmöglichkeiten an Vanessa Raith gestellt werden.

2.

Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum



2.1. EINGESETZTE RESSOURCEN (INPUT)

Animal Equality hat 2024 seine Programmausgaben in Höhe von 633.426 Euro in die fortlaufende Realisierung der Vision investiert. Die eingesetzten Ressourcen wurden ausschließlich für die kontinuierliche Umsetzung von Mission und Werten verwendet, unter anderem durch die Veröffentlichung von Undercover-Recherchen, Bildungskampagnen (On- und Offline) sowie Kampagnen, die sich an Unternehmen und Politik richten.



2.2. ERBRACHTE LEISTUNGEN (OUTPUT)

ERBRACHTE LEISTUNGEN	PERSONEN/VIEWS
■ Undercover-Recherchen	12 veröffentlichte Recherchen
■ Bildungskampagnen (Offline)	
Anzahl der iAnimal-Aktionen	Mind.70 ⁹
intern	5
extern	Mind. 65 ⁹
Anzahl der Infostände	5
■ Bildungskampagnen (Online)	
Anzahl der Webseitenartikel	41
Anzahl der gesendeten Newsletter	212
Anzahl der Instagram-Posts	183
Anzahl der Facebook-Posts	182
Anzahl der Tweets	60
Anzahl der YouTube-Videos	40
■ Kampagnen, die sich an Unternehmen und Politik richten	12



⁹ Es fanden ggfs. weitere extern organisierte iAnimal-Aktionen statt, deren Anzahl nicht sicher bestimmt werden konnte.

2.3. ERREICHTE WIRKUNGEN (OUTCOME/IMPACT)

ERREICHTE WIRKUNGEN	REICHWEITE/VIEWS
■ Gesamt-Reichweite	
Potenzielle Reichweite ¹⁰	43.473.050
Geschätzte Reichweite ¹¹	14.998.110
davon über Presse-Berichterstattung	
Potenzielle Reichweite ¹⁰	36.219.716
Geschätzte Reichweite ¹¹	7.744.776
davon über Social Media-Kanäle	7.051.607
davon Facebook (Total Reach)	3.255.321
davon X / Twitter (Impressionen)	12.120
davon YouTube (Views)	190.842
davon Instagram (Total Reach)	3.593.324
davon über Webseitenbesuche	201.727
Anzahl der Newsletter-Abonnent*innen (Höchstwert)	77.147
Anzahl der Views von iAnimal-Videos bei Aktionen	Mind. 900 ⁹
intern	300
extern	Mind. 600

¹⁰ Die „Potenzielle Reichweite“ beschreibt die Anzahl der Personen, die theoretisch maximal erreicht wurden. Dieser Wert ist der Standard in der Medienlandschaft und basiert auf Erhebungen des Medienanalyseunternehmens Landau Media AG.

¹¹ Die „Geschätzte Reichweite“ ist eine berechnete Schätzung der Anzahl der Personen, die realistischerweise tatsächlich erreicht wurden.

ERREICHTE WIRKUNGEN



KAMPAGNEN

- Start der Kampagne [„System des Leidens“](#) basierend auf unserer Undercover-Recherche in einem von Deutschlands größten Schweine-Zuchtbetrieben, mit der wir eine wirkungsvolle Prävention von Tierschutzverstößen innerhalb der landwirtschaftlichen Tierhaltung fordern. Bis Ende 2024 haben über 28.000 Menschen die dazugehörige Petition unterschrieben.
- Fortführung der Kampagne [ALDI: Eine Frage der Haltung!](#), mit der wir ALDI Süd auffordern, die Käfighaltung von Hühnern sowie trächtigen Schweinen in den Lieferketten der US-Filialen des Unternehmens zu beenden. Bis Ende 2024 haben über 30.000 Menschen unsere Petition unterzeichnet.
- Fortführung der internationalen Kampagne [„Beende das Schlachten von Pferden!“](#), mit der wir die Gesetzgebung auffordern, das Schlachten von Pferden in Deutschland und der Europäischen Union zu verbieten. Die dazugehörige Petition wurde bis Ende 2024 über 61.000 Mal unterschrieben.
- Start und Ende einer Kampagne zur Überarbeitung des deutschen Tierschutzgesetzes mit zwei eingesendeten Stellungnahmen.
- Fortführung der Kampagne [„Das Ende der Zwangsmast“](#): Bis Ende 2024 über 87.000 Unterschriften für eine EU-weite Abschaffung der Zwangsfütterung für die Produktion von Stopfleber.
- Darauf aufbauend Start und Ende der Kampagne [„Keine Zwangsmast bei den Olympischen Spielen“](#) mit der wir das Olympische Komitee aufforderten, Stopfleber von der Speisekarte der Olympischen Spiele in Paris zu streichen. Über 70.000 Menschen unterstützten diese Forderung mit ihrer Unterschrift.
- Abschluss der Kampagne [„Lohnt sich das, LIDL?“](#), in der wir als Teil der Open Wing Alliance LIDL aufforderten, der Europäischen Masthuhn-Initiative beizutreten. Insgesamt unterstützen über 600.000 Menschen die Kampagne mit ihrer Unterschrift.
- Fortführung der Kampagne [„No Animal Left Behind“](#) gemeinsam mit anderen Organisationen für eine gründliche Überprüfung der europäischen Tierschutzgesetzgebung mit über 9.000 Unterschriften bis Ende 2024 sowie einer eingesendeten Stellungnahme zum Entwurf einer neuen Transportverordnung.
- Fortführung der Kampagne [„Massaker beenden“](#), mit der wir die nepalesische Regierung auffordern, das Gadhimai-Tieropferfest gesetzlich zu verbieten. Über 120.000 Menschen unterstützten bis Ende 2024 die Petition.
- Fortführung der Kampagne [„Das Ende der industriellen Tierhaltung“](#). Die dazugehörige Petition wurde bis Ende 2024 über 31.000 Mal unterschrieben.
- Abschluss der Kampagne [„EU for Animals“](#) mit dem Ziel und Resultat der Schaffung eines EU-Kommissionsmitglieds für Tierschutz.
- Abschluss der Kampagne [„Gequält für Milch und Leder“](#) mit über 53.000 Unterschriften, mit der wir uns an die indische Botschaft in Berlin richteten, um die indische Regierung zu veranlassen, durch Richtlinien gegen das Leid der Kühe und Büffel in Indien vorzugehen.



3.

Organisationsprofil und -struktur

3.1. ALLGEMEINE ANGABEN

Name	Animal Equality Germany e.V.
Sitz	Berlin
Gründung	Mai 2012
Rechtsform	Eingetragener Verein
Kontaktdaten	Animal Equality Germany e.V. Pappelallee 78/79 10437 Berlin Tel.: (+49) 30 23 32 94 580 E-Mail: info@animalequality.de Webseite: www.animalequality.de
Link zum Leitbild	www.animalequality.de/wer-wir-sind
Link zur Satzung	www.animalequality.de/satzung
Gemeinnützigkeit	Animal Equality Germany ist seit der Gründung im Mai 2012 ohne Unterbrechung im Sinne des §§ 51 ff. AO als gemeinnützig anerkannt.



3.2. GOVERNANCE DER ORGANISATION

3.2.1 Leitungs- und ggf. Geschäftsführungsorgan

Animal Equality versteht sich als internationale Organisation, die 2006 von Sharon Núñez, José Valle und Javier Moreno gegründet wurde. Diese drei Personen agieren als Internationale Leitung der Organisation.

Animal Equality Germany wurde 2012 als gemeinnütziger Verein gegründet und versteht sich als Teil dieser Organisation. Die drei Gründer*innen von Animal Equality sind die Vorstandsmitglieder von Animal Equality Germany e.V.

Die Leitungsorgane von Animal Equality Germany sind der Vorstand und der Vorstandsbeirat. Mitglieder des Vorstands sind: Sharon Núñez – Vorstandsvorsitzende, José Valle – Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Javier Moreno – Schatzmeister. Mitglieder des Vorstandsbeirats sind: Sharon Núñez, José Valle, Javier Moreno.

Die Vorsitzende, der stellvertretende Vorsitzende und der Schatzmeister sind jeweils einzeln vertretungsberechtigt. Der Vorstand wird vom Vorstandsbeirat (den Gründungsmitgliedern) für die Dauer von drei Jahren gewählt. Die aktuellen Vorsitzenden und Mitglieder des Vorstandsbeirats sind ehrenamtlich tätig.

Der Vorstand entscheidet vor allem über die strategische Ausrichtung der Organisation und tagt nach Bedarf.

3.2.2 Aufsichtsorgan

Das Aufsichtsorgan ist die Mitgliederversammlung. Sie besteht aus den Vorstandsbeiratsmitgliedern.

3.2.3 Interessenkonflikte

Ein möglicher Interessenkonflikt liegt in der personellen Überschneidung zwischen Vorstand und Mitgliederversammlung.

3.2.4 Internes Kontrollsystem

In Zusammenarbeit mit unserem Steuerberater haben wir für alle Vorgänge eine Verfahrensanweisung erstellt, in der die Arbeitsschritte sowie die jeweils verbundenen Kontrollvorgänge vorschriftsgemäß dokumentiert sind.



3.3. EIGENTÜMERSTRUKTUR, MITGLIEDSCHAFTEN UND VERBUNDENE ORGANISATIONEN

3.3.1. Eigentümerstruktur der Organisation

Weder private noch juristische Personen halten Anteile an Animal Equality Germany e.V.

3.3.2. Mitgliedschaften anderer Organisationen

Seit Januar 2016 ist Animal Equality Germany e.V. Fördermitglied der Allianz "Rechtssicherheit für politische Willensbildung". Außerdem ist Animal Equality ein Teil der Open Wing Alliance, einer internationalen Koalition von Tierrechtsorganisationen, die sich für ein Ende besonders grausamer Praktiken für Hühner einsetzt. Animal Equality ist zudem Mitglied bei der Eurogroup for Animals, einer Organisation, die sich für verbesserten Tierschutz in der EU einsetzt.

3.3.3. Verbundene Organisationen

Animal Equality Germany e.V. ist mit keinen anderen Organisationen juristisch verbunden und hält auch keine Anteile an anderen Organisationen.

Animal Equality versteht sich als internationale Organisation. Igualdad Animal (span. für „Animal Equality“) wurde 2006 in Spanien von Sharon Núñez, Javier Moreno und José Valle gegründet.



3.4. SOZIAL- UND UMWELTPROFIL

Animal Equality ist bemüht, das Arbeitsklima für Angestellte durch folgende Punkte zu optimieren:

- Arbeitszeiten können im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben weitestgehend flexibel und individuell gestaltet werden.
- Der Vorstand ist jederzeit für alle ansprechbar.
- Projekte werden in kleinen Gruppen bearbeitet, in denen alle Beteiligten viele Gestaltungsmöglichkeiten haben.
- Das Team wird in regelmäßigen Abständen über die wichtigsten Entwicklungen in der Organisation informiert.
- Weiterbildung innerhalb der Arbeitszeit wird gefördert und finanziert.
- Mitarbeiter*innengespräche finden in regelmäßigen Abständen statt.
- Das gesamte Team arbeitet aus dem Home-Office in Deutschland.

Wir versuchen, alle unsere Projekte so umweltfreundlich wie möglich umzusetzen. Zum Umweltschutz tragen wir konkret durch folgende Punkte bei:

- Wir haben in unserem Büro bis Juni 2022 Ökostrom bezogen. Seit Juli 2022 verzichten wir auf die Anmietung einer Bürofläche.
- Wir haben keine Dienstwagen.
- Die meisten Reisen innerhalb Deutschlands erfolgen, sofern möglich, mit der Bahn.
- Wir arbeiten überwiegend digital und halten den Papierverbrauch so gering wie möglich.
- Wir haben unseren gesamten Prozess in den Bereichen HR und Finanzen digitalisiert.



3.5. PARTNERSCHAFTEN, KOOPERATIONEN UND NETZWERKE

Animal Equality ist Teil der internationalen Koalition Open Wing Alliance¹², die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die schlimmsten Praktiken in der Hühnerhaltung zu beenden.

Des Weiteren sind wir Mitglied bei der Eurogroup for Animals¹³, einer Organisation, die sich für verbesserten Tierschutz in der EU engagiert und dem Tierschutznetzwerk Kräfte bündeln¹⁴, das sich für einen nachhaltigen Umgang mit der Natur und für ein Ende der Tierausbeutung einsetzt. Darüber hinaus sind wir in keinen weiteren Netzwerken oder Verbänden vertreten und sind auch keine Partnerschaften oder Kooperationen eingegangen.



12 <https://openwingalliance.org/>

13 <https://www.eurogroupforanimals.org/>

14 <https://www.tierschutznetzwerk-kräfte-buendeln.de/>



4.

Finanzen und Rechnungslegung

4.1. BUCHFÜHRUNG UND RECHNUNGSLEGUNG

Die Erfassung der laufenden Geschäftsvorfälle wurde extern durch die BW ORENDI Partnerschaft mbB durchgeführt mittels DATEV Unternehmen online. Den Jahresabschluss erstellte die BW ORENDI Partnerschaft mbB für 2024 erstmals anhand des Betriebsvermögensvergleichs im Sinne des § 4 Absatz 1 des Einkommensteuergesetzes (EStG) und nicht mehr durch eine Einnahmenüberschussrechnung im Sinne des § 4 Absatz 3 EStG.

Aufgrund dieser Umstellung der Gewinnermittlungsart waren erstmals Rückstellungen zu bilden. Durch die Bildung von Rückstellungen werden später zu leistende Ausgaben der Periode ihrer Verursachung zugerechnet. Die Rückstellungsbildungen belasteten das vorläufige Ergebnis damit zusätzlich in Höhe von insgesamt 30.485 Euro. In den Folgejahren wird nur noch die Veränderung der Rückstellungen ergebniswirksam.

4.2. BILANZ

AKTIVA	2023	2024
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	72.711	51.430
II. Sachanlagen	1.930	2.441
III. Finanzanlagen	59.156	41.950
IV. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	328	2.747
V. Kasse, Bank	649.567	667.424
VI. Rechnungsabgrenzungsposten	0	12.900
Summe Aktiva	783.692	778.892
PASSIVA	2023	2024
I. Vereinskaptal	55.381	55.381
II. Gebundene Rücklagen	45.065	0
III. Freie Rücklagen	663.667	707.965
IV. Ergebnisvortrag lfd. Jahr	18.143	-36.997
V. Rückstellungen	0	26.485
VI. Verbindlichkeiten	1.436	26.058
Summe Passiva	783.692	778.892

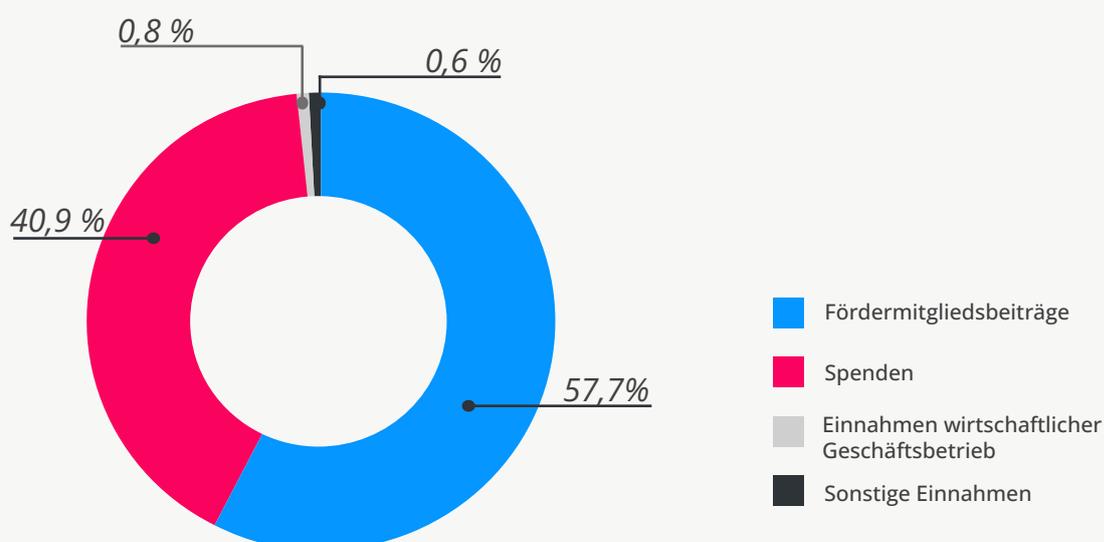
4.3 EINNAHMEN UND AUSGABEN

— Einnahmen

EINNAHMEN [EURO]	2023	2024	VERÄNDERUNG [%]
Fördermitgliedsbeiträge	475.148	485.690	2
Spenden	384.368	344.445	-10
Umsatzerlöse wirtschaftl. Geschäftsbetrieb	11.443	6.612	-42
Sonstige Einnahmen	8.638	4.837	-44
Summe Einnahmen	879.597	841.584	-4

Die beiden Haupteinnahmequellen sind Fördermitgliedsbeiträge und Spenden. Einen kleinen Teil machen Umsatzerlöse aus dem Onlineshop durch den Verkauf von z. B. T-Shirts aus.

Im Vergleich zum Jahr 2023 gab es in 2024 einen leichten Anstieg von 2 % bei den Fördermitgliedsbeiträgen, der Anteil der Einzelspenden reduzierte sich um 10 %. Die um 42 % geringeren Einnahmen im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb (Onlineshop) resultieren aus einer Umstellung und damit verbundenen zeitweiligen Pausierung des Onlineshops. Insgesamt ist die Summe aller Einnahmen im Vergleich zum Vorjahr um 4 % gesunken.

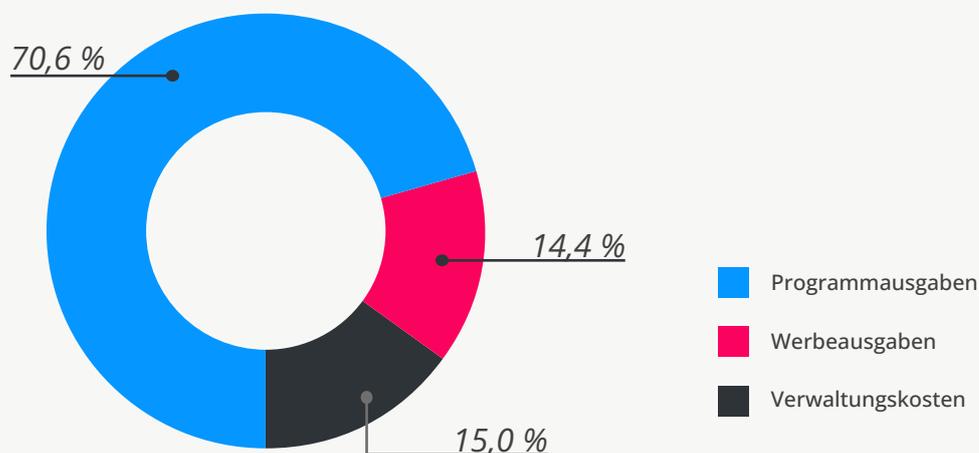


Wir hatten 2024 keine Einnahmen aus öffentlichen Aufträgen.

— Ausgaben

AUSGABEN [EURO]	2023	2024	VERÄNDERUNG [%]
Programmausgaben	547.202	633.426	16
Verwaltungsausgaben	101.862	134.479	32
Werbekosten	116.349	129.586	11
Summe Ausgaben	765.413	897.491	17

Die um 16 % höheren Programmausgaben sind auf eine gezielte Intensivierung unserer Kampagnenarbeit zurückzuführen. Der um 32 % höhere Verwaltungskostenanteil resultiert aus einem erhöhten administrativen Bedarf aufgrund des personellen und programmatischen Wachstums des Vereins. Mit den höheren Gesamt-Ausgaben gab es auch bei den Werbekosten einen Anstieg, der mit 11 % jedoch unter dem Wachstumsdurchschnitt aller Ausgaben von 17 % liegt. Die in Kapitel 4.1 angesprochene erstmalige Rückstellungsbildung im Zuge der Umstellung der Buchführung trägt in 2024 ebenso zu den gestiegenen Gesamt-Ausgaben bei.

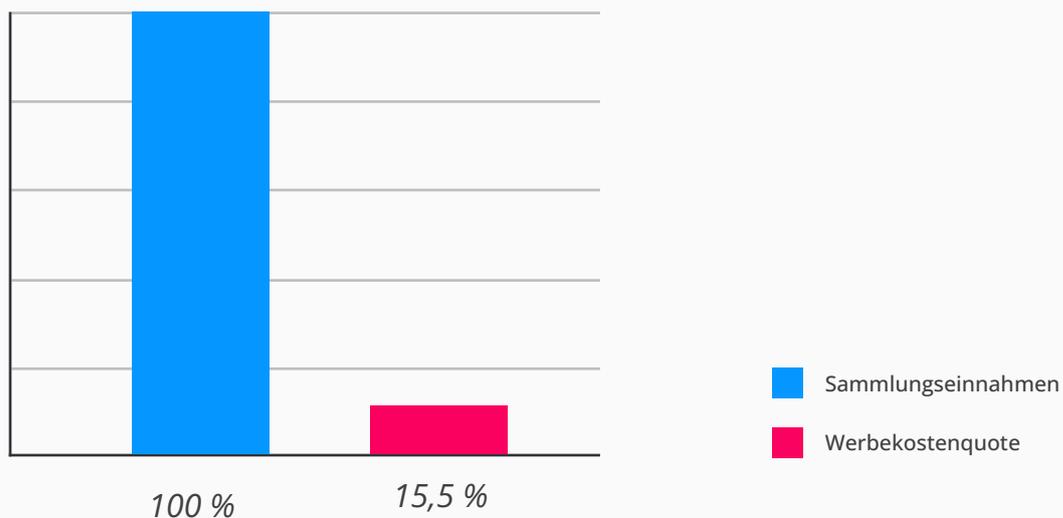


Zu den Verwaltungskosten gehören auch die Kosten für die Infrastruktur einer Organisation, welche ein effektives Arbeiten überhaupt erst ermöglicht. Um die tatsächliche Effizienz und Effektivität einer Organisation zu beurteilen, ist des Weiteren die Berücksichtigung der konkreten Wirkungen notwendig.

— Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen

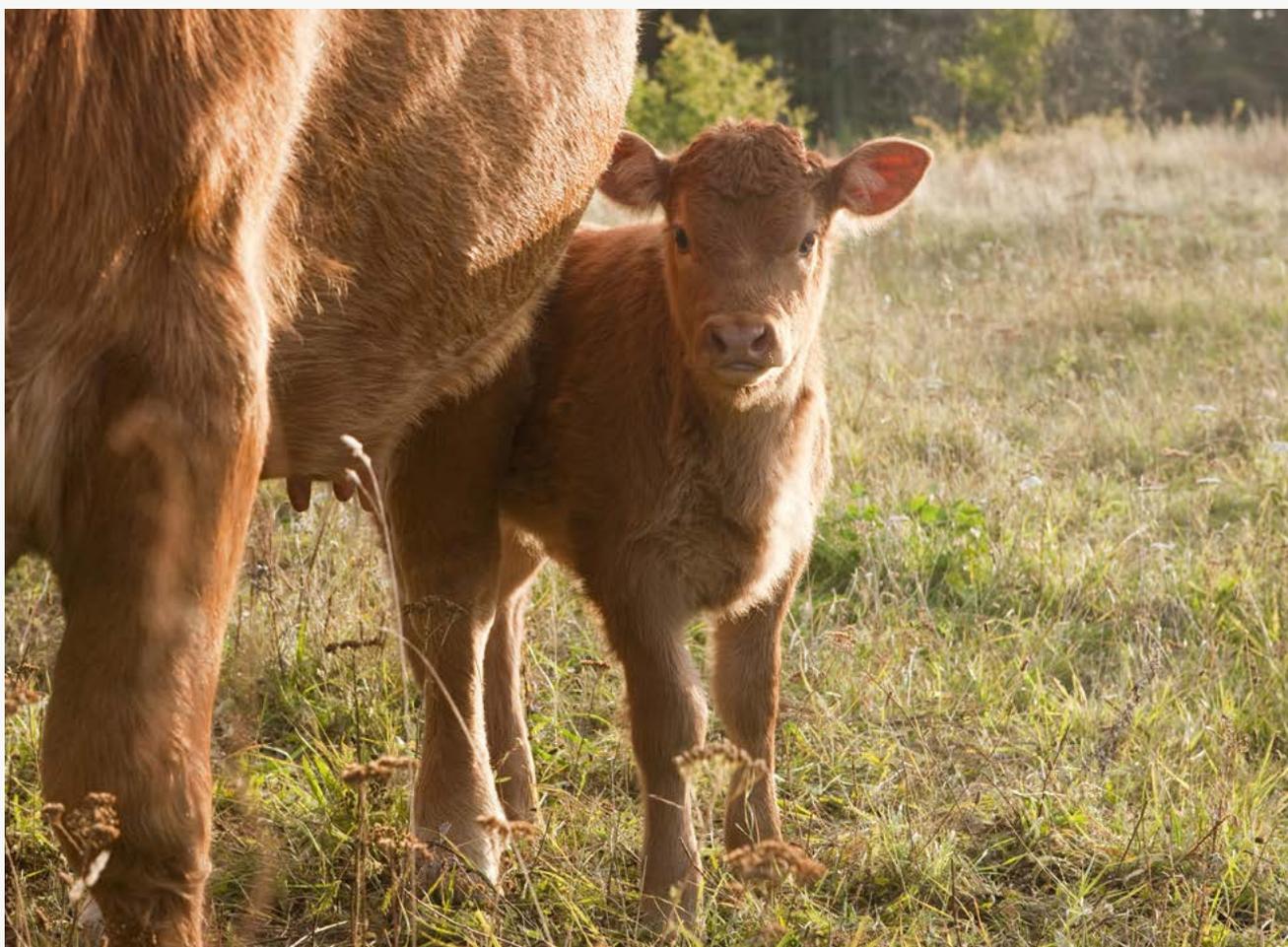
Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen	2022	2023	2024
Fördermitgliedsbeiträge	483.329	475.148	485.690
Spenden	306.753	384.368	344.445
Sammlungseinnahmen	790.082	859.516	830.135
Werbung	137.839	116.349	129.586
Prozentualer Anteil Werbekosten an Sammlungseinnahmen	17,45 %	13,54 %	15,61 %

Die Werbekostenquote definiert sich aus dem Anteil der Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (kurz: Werbeausgaben) an den jährlichen Sammlungseinnahmen. Der Durchschnitt unserer Werbekostenquote der vergangenen drei abgeschlossenen Geschäftsjahre liegt bei 15,5 % und ist als positiv zu bewerten.



Durchschnitt der Werbekostenquote der vergangenen drei Jahre.

EINNAHMEN [EURO]	2023 EURO	2024 EURO
Ideeller Bereich und Zweckbetrieb		
Geldspenden	859.516,26	830.135,30
Sonstige Einnahmen	7.914,39	2.611,00
Gesamteinnahmen	867.430,65	832.746,30
Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb		
Programmausgaben	547.202,56	633.425,75
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	105.781,50	123.993,56
Verwaltung	101.853,28	134.479,12
Gesamtausgaben	758.957,28	891.898,42
Vermögensverwaltung		
Einnahmen	723,09	2225,89
Ausgaben	9,00	0,00



HERZLICHEN DANK!

Danke, dass du dich für die Tiere starkmachst! Ohne unsere Fördermitglieder, Spender*innen und Unterstützer*innen, die uns auch 2024 zur Seite standen, wären all die wichtigen Erfolge, Kampagnen und Aktionen für die Tiere nicht möglich.

Dieses Jahr konnten wir nicht nur das Leid bei einem von Deutschlands größten Schweine-Zuchtbetrieben ans Licht bringen und Konsequenzen für Tierquäl*innen fordern, sondern auch wichtige Kampagnen weiterführen. Unter anderem haben wir mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen den Druck auf ALDI Süd erhöht, unsere Forderungen für ein Verbot von Pferdeschlachtungen sowie ein Ende der Zwangsmast von Enten und Hühnern in der Stopfleberproduktion gestärkt. Auch in 2025 geht unser Kampf für landwirtschaftlich genutzte Tiere weiter.

Wir wissen es wirklich zu schätzen und sind sehr dankbar, dass engagierte Menschen wie du unsere Arbeit aktiv unterstützen und wir gemeinsam für dasselbe Ziel kämpfen: Eine Welt, in der alle Tiere frei von Ausbeutung leben.



QUELLENVERZEICHNIS

- [1] Statistisches Bundesamt (2025). „Fleischproduktion im Jahr 2024 um 1,4 % gestiegen“. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/02/PD25_050_413.html
- [2] Die Zahl der jährlich weltweit getöteten Fische ist so hoch, dass sie nur geschätzt werden kann: Jedes Jahr werden etwa 0,79 bis 2,3 Billionen Tiere getötet: <http://fishcount.org.uk/fish-count-estimates-2/numbers-of-fish-caught-from-the-wild-each-year>
- [3] Animal Equality. „Undercover-Recherchen“. AnimalEquality.de. <https://animalequality.de/undercover-recherchen/>
- [4] Potschka, Heidrun und Susanne Zöls (2016) „Chirurgische Ferkelkastration mit Betäubung“. Der Praktische Tierarzt 97, Heft 8 (2016).
- [5] Statista (2024). „Milchleistung je Kuh in Deutschland in den Jahren 1900 bis 2023“. Statista.com. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/153061/umfrage/durchschnittlicher-milchertrag-je-kuh-in-deutschland-seit-2000/>
- [6] Statistisches Bundesamt (2024). „Eierproduktion 2023 leicht gesunken“. Destatis.de. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/03/PD24_104_413.html
- [7] Bernhard Hörning (2013). „„Qualzucht‘ bei Nutztieren – Probleme & Lösungsansätze“. https://baerbel-hoehn.de/archiv/fileadmin/media/MdB/baerbelhoehn_de/www_baerbelhoehn_de/XXX_Qualzucht_bei_Nutztieren_Hoerning.pdf
- [8] ProVeg. „Veggie in jeder Lebensphase“. ProVeg.de. <https://proveg.com/de/5-pros/gesundheit/veggie-lebensphase/>
- [9] Es fanden ggfs. weitere extern organisierte iAnimal-Aktionen statt, deren Anzahl nicht sicher bestimmt werden konnte.
- [10] Die „Potenzielle Reichweite“ beschreibt die Anzahl der Personen, die theoretisch maximal erreicht wurden. Dieser Wert ist der Standard in der Medienlandschaft und basiert auf Erhebungen des Medienanalyseunternehmens Landau Media AG.
- [11] Die „Geschätzte Reichweite“ ist eine berechnete Schätzung der Anzahl der Personen, die realistischerweise tatsächlich erreicht wurden.
- [12] <https://openwingalliance.org/>
- [13] <https://www.eurogroupforanimals.org/>
- [14] <https://www.tierschutznetzwerk-kraefte-buendeln.de/>

IMPRESSUM

Animal Equality Germany e.V.

Pappelallee 78/79

10437 Berlin

Telefon: (+49) 030 23 32 94 58 0

E-Mail: info@animalequality.de

Webseite: www.animalequality.de

V.i.S.d.M.: Sharon Núñez

Spendenkonto:

Kontoinhaber: Animal Equality Germany eV

IBAN: DE52 4306 0967 7023 5753 00

BIC: GENODEM1GLS

GLS Gemeinschaftsbank

animaleQUALITY

