

animaleQUALITY
GERMANY

WIRKUNGSBERICHT

2025



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 (Input)	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	18
4.3 Einnahmen und Ausgaben	19
Herzlichen Dank!	23
Quellenverzeichnis	24
Impressum	25

2025 stand im Zeichen von Zusammenhalt, kompromisslosen Protesten und bewegenden Aufdeckungen. Unsere Botschaft an die Tierindustrie, an Unternehmen und die Politik war eindeutig: Die systematische Ausbeutung von Tieren muss beendet werden.

Gemeinsam mit tausenden engagierten Menschen wie dir haben wir Millionen fühlende Lebewesen in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt und Veränderung bewirkt.

Hunderte Unterstützer*innen haben bei der großen Foto-Aktion zu unserer Kampagne „Tierschutz ist nicht verhandelbar“ Gesicht für echten Tierschutz in Deutschland gezeigt – ein starkes Zeichen der Solidarität mit den Tieren.

Als Teil der Open Wing Alliance konnten wir entscheidende Fortschritte für Hühner erreichen: Die internationale Hotelkette Best Western macht wichtige Schritte weg von Käfigeiern – dank der Petitionsunterschriften und Protest-E-Mails von Menschen wie dir.

Ein Jahr lang haben wir unermüdlich für Millionen Tiere in den US-Lieferketten von Ahold Delhaize gekämpft. Und unser Einsatz hat gewirkt! Der Lebensmittelgigant hat sich mittlerweile mit einer starken öffentlichen Verpflichtung bereit erklärt, die Käfighaltung von Hühnern und Schweinen zu beenden.

Bei der EU-Konsultation zum Tierschutz erreichten wir eine Rekord-Teilnahmezahl! Hunderttausende Menschen – die meisten davon aus Deutschland – forderten strengere Gesetze und echten Schutz für alle Tiere. Ein historisches Signal an die EU-Kommission.

Auf Festivals wie dem Highfield und Vainstream sowie bei Konzerten von Lorde und Billie Eilish erreichten wir zehntausende Menschen mit unserer Botschaft – und durch iAnimal konnten sie hautnah die Realität der Tierindustrie erleben.

Mit unserer Undercover-Recherche aus einem deutschen Milchbetrieb haben hunderttausende Menschen „den wahren Preis von Milch“ erfahren. Wir haben die grausamen Zustände aufgedeckt und fordern mit Strafanzeigen Konsequenzen für die Betriebsleitung und verantwortliche Mitarbeitende.

Dein Einsatz trägt zur Veränderung bei. Jede Petitionsunterschrift, jede Protestteilnahme, jede geteilte Nachricht und jede Spende machen einen entscheidenden Unterschied für Millionen Schweine, Hühner, Rinder und andere landwirtschaftlich genutzte Tiere! Wir sind sehr dankbar, dass engagierte Menschen wie du unsere Arbeit 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 2025 erzielen konnten.

Herzliche Grüße



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 2025 ca. 745,8 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 keine Notwendigkeit mehr, Fleisch (inklusive des Fleisches von Fischen), Eier sowie Milch und Milchprodukte zu verzehren.

1 Statistisches Bundesamt (2026). „Fleischproduktion im Jahr 2025 nahezu unverändert“. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/02/PD26_049_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 (2026). „Eierproduktion 2025 leicht gestiegen“. Destatis.de. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/03/PD26_086_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/gesundheitsveggie-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 2025.

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 2025 seine Programmausgaben in Höhe von 696.655 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	7 veröffentlichte Recherchen
■ Bildungskampagnen (Offline)	
Anzahl der iAnimal-Aktionen	Mind. 89 ⁹
intern	8
extern	Mind. 81 ⁹
Anzahl der Infostände	7
■ Bildungskampagnen (Online)	
Anzahl der Webseitenartikel	26
Anzahl der gesendeten Newsletter	182
Anzahl der Instagram-Posts	158
Anzahl der Facebook-Posts	156
Anzahl der Tweets	40
Anzahl der YouTube-Videos	17
■ Kampagnen, die sich an Unternehmen und Politik richten	9

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	8.898.551
davon Facebook (Total Reach)	5.728.514
davon X / Twitter (Impressionen)	3.370
davon YouTube (Views)	1.989.280
davon Instagram (Total Reach)	1.268.027
davon über Webseitenbesuche	449.294
Anzahl der Newsletter-Abonnent*innen (Höchstwert)	77.076
Anzahl der Views von iAnimal-Videos bei Aktionen	Mind. 3710 ⁹
intern	1880
extern	Mind. 1830

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.



KAMPAGNEN, DIE SICH AN UNTERNEHMEN UND POLITIK RICHTEN	ERREICHTE WIRKUNGEN
Start der Kampagne „ Tierschutz ist nicht verhandelbar “, mit der wir von der Bundesregierung fordern, das im Grundgesetz verankerte Staatsziel Tierschutz konsequent zu verfolgen und bestehende Missstände sowie Gesetzeslücken zu beseitigen.	Bis Ende 2025 wurde die Petition von über 26.000 Menschen unterschrieben.
Start der Kampagne gegen die Käfighaltung von Hühnern sowie Schweinen in den US-Lieferketten von Ahold Delhaize .	Bis Ende 2025 wurde die Petition über 30.000 Mal unterschrieben.
Fortführung 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 2025 haben über 35.000 Menschen die dazugehörige Petition unterschrieben.
Fortführung der Kampagne „ Eine Frage der Haltung “, mit der wir ALDI Süd auffordern, die Käfighaltung von Hühnern sowie Schweinen in den Lieferketten der US-Filialen des Unternehmens zu beenden.	Bis Ende 2025 haben über 40.000 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 2025 über 71.000 Mal unterschrieben.
Fortführung der Kampagne „ Das Ende der Zwangsmast “, mit der wir die EU-weite Abschaffung der Zwangsfütterung bei der Stopfleberproduktion fordern.	Bis Ende 2025 haben über 101.000 Menschen die dazugehörige Petition unterschrieben.
Fortführung der Kampagne „ No Animal Left Behind “ gemeinsam mit anderen Organisationen für eine gründliche Überprüfung der europäischen Tierschutzgesetzgebung.	Die dazugehörige Petition wurde bis Ende 2025 über 10.000 Mal unterschrieben.
Fortführung der Kampagne „ Massaker beenden “, mit der wir die nepalesische Regierung auffordern, das Gadhimai-Tieropferfest gesetzlich zu verbieten.	Über 130.000 Menschen unterstützten bis Ende 2025 die Petition.
Fortführung der Kampagne „ Das Ende der industriellen Tierhaltung “.	Die dazugehörige Petition wurde bis Ende 2025 über 32.000 Mal unterschrieben.



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-kraefte-buendel.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 2025 anhand des Betriebsvermögensvergleichs im Sinne des § 4 Absatz 1 des Einkommensteuergesetzes (EStG).

4.2. BILANZ

AKTIVA	2024	2025
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	51.430	30.149
II. Sachanlagen	2.441	5.332
III. Finanzanlagen	41.950	42.691
IV. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	2.747	680
V. Kasse, Bank	667.424	712.821
VI. Rechnungsabgrenzungsposten	12.900	23.164
Summe Aktiva	778.892	814.837
PASSIVA	2024	2025
I. Vereinskaptal	55.381	55.381
II. Gebundene Rücklagen	0	0
III. Freie Rücklagen	707.965	751.769
IV. Ergebnisvortrag lfd. Jahr	-36.997	-74.176
V. Rückstellungen	26.485	33.416
VI. Verbindlichkeiten	26.058	48.447
Summe Passiva	778.892	814.837

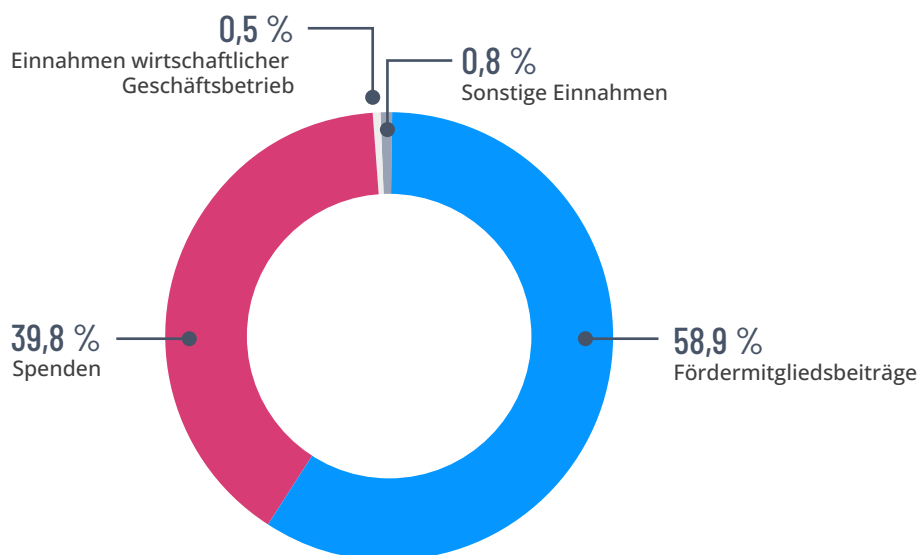
4.3 EINNAHMEN UND AUSGABEN

— Einnahmen

EINNAHMEN [EURO]	2024	2025	VERÄNDERUNG [%]
Fördermitgliedsbeiträge	485.690	526.999	9
Spenden	344.445	356.124	3
Umsatzerlöse wirtschaftl. Geschäftsbetrieb	6.612	4.615	-30
Sonstige Einnahmen	4.837	6.866	42
Summe Einnahmen	841.584	894.604	6

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 2024 stieg die Summe an Fördermitgliedsbeiträgen in 2025 um 9 %. Bei den Einzelspenden gab es einen Anstieg von 3 %. Die Einnahmen des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs (Onlineshop) gingen um 30 % zurück. Bei den sonstigen Einnahmen handelt es sich vorwiegend um Erstattungen. Insgesamt ist die Summe aller Einnahmen im Vergleich zum Vorjahr um 6 % gestiegen.

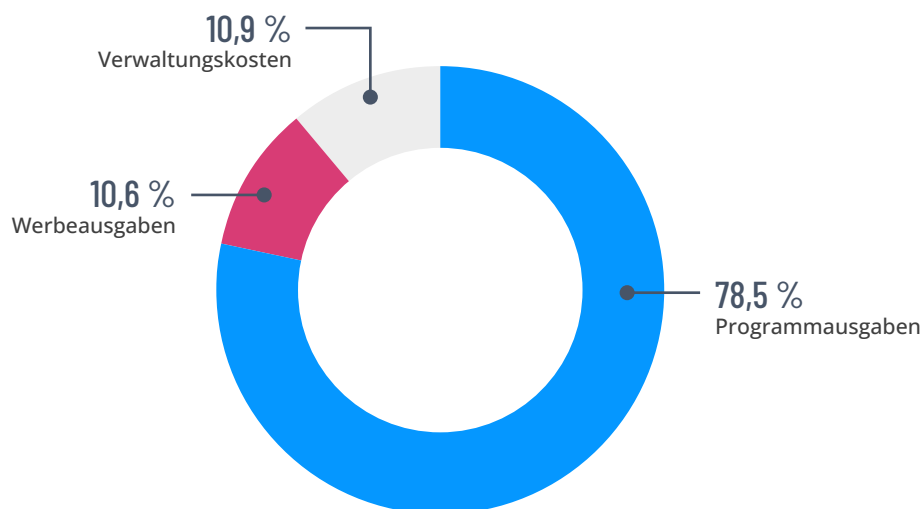


Wir hatten 2025 keine Einnahmen aus öffentlichen Aufträgen.

— Ausgaben

AUSGABEN [EURO]	2024	2025	VERÄNDERUNG [%]
Programmausgaben	633.426	696.655	10
Verwaltungsausgaben	134.479	96.959	-28
Werbekosten	129.586	94.364	-27
Summe Ausgaben	897.491	887.978	-1

Im Vergleich zum Vorjahr haben sich die Programmausgaben um 10 % erhöht, was auf die gezielte Intensivierung unserer Kampagnenarbeit zurückzuführen ist. Gleichzeitig konnten die Werbeausgaben um 27 % und die Verwaltungskosten um 28 % gesenkt werden. Insgesamt ist die Summe aller Ausgaben im Vergleich zu 2024 um 1 % zurückgegangen.

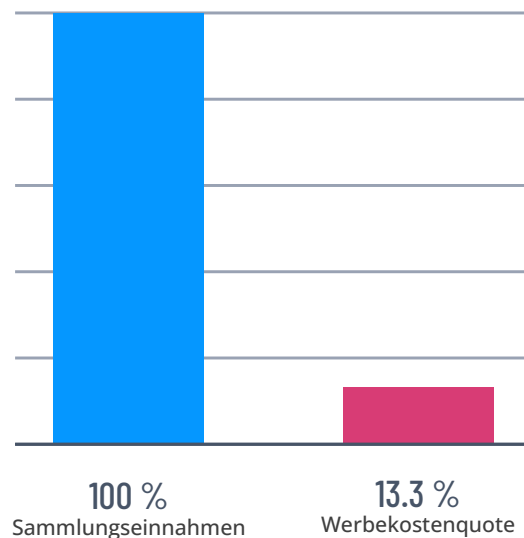


Zu den Verwaltungskosten gehören auch die Kosten für die Infrastruktur einer Organisation, welche ein effektives Arbeiten überhaupt erst ermöglicht. Um die tatsächliche Effizienz und Effektivität einer Organisation zu beurteilen, ist des Weiteren die Berücksichtigung der konkreten Wirkungen notwendig.

— Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen

	2023	2024	2025
Fördermitgliedsbeiträge	475.148	485.690	526.999
Spenden	384.368	344.445	356.124
Sammlungseinnahmen	859.516	830.135	883.123
Werbung	116.349	129.586	94.364
Prozentualer Anteil Werbekosten an Sammlungseinnahmen	13,54 %	15,61 %	10,69 %

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 13,3 % und ist als positiv zu bewerten.



Durchschnitt der Werbekostenquote der vergangenen drei Jahre.

EINNAHMEN [EURO]	2024	2025
Ideeller Bereich und Zweckbetrieb		
Geldspenden	830.135,30	883.122,62
Sonstige Einnahmen	2.611,00	6.115,26
Gesamteinnahmen	832.746,30	889.237,88
Programmausgaben	633.425,75	696.654,59
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	123.993,56	88.888,54
Verwaltung	134.479,12	96.950,47
Gesamtausgaben	891.898,42	882.493,60
Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb		
Einnahmen	6.611,91	4.615,09
Ausgaben	5.592,98	5.475,84
Vermögensverwaltung		
Einnahmen	2225,89	750,65
Ausgaben	0	9,00



HERZLICHEN DANK!

Danke, dass du dich für die Tiere starkmachst! Ohne unsere Fördermitglieder, Spender*innen und Unterstützer*innen, die uns auch 2025 zur Seite standen, wären all die wichtigen Erfolge, wegweisenden Kampagnen und wirksamen Aktionen für die Tiere nicht möglich gewesen.

Unser Einsatz für die Tiere geht natürlich auch 2026 entschlossen weiter. Unter anderem kämpfen wir für eine echte EU-Tierschutzreform und fordern ein Ende der Käfighaltung von über 300 Millionen Tieren sowie das sofortige Verbot der systematischen Tötung männlicher Küken.

Wir hoffen, dass du auch weiterhin Seite an Seite mit uns für die Tiere aktiv bist. Gemeinsam verändern wir das Leben der Tiere.



QUELLENVERZEICHNIS

- [1] Statistisches Bundesamt (2026). „Fleischproduktion im Jahr 2025 nahezu unverändert“. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/02/PD26_049_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] [6] Statistisches Bundesamt (2026). „Eierproduktion 2025 leicht gestiegen“. Destatis.de. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/03/PD26_086_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.: Javier Moreno

Spendenkonto:

Kontoinhaber: Animal Equality Germany eV

IBAN: DE52 4306 0967 7023 5753 00

BIC: GENODEM1GLS

GLS Gemeinschaftsbank

animaleQUALITY
GERMANY

