

'10

Greenpeace in 2010



Greenpeace in 2010



Greenpeace is een van de grootste internationale milieuorganisaties. We zijn actief in meer dan veertig landen verspreid over alle continenten. Wereldwijd steunen zo'n drie miljoen donateurs en duizenden vrijwilligers onze campagnes. Samen pakken we milieuproblemen wereldwijd krachtig aan en komen we met creatieve oplossingen. Nederlandse donateurs maken met hun bijdragen ook het werk mogelijk van minder draagkrachtige Greenpeace-kantoren. Daarmee kunnen zij hun organisatie versterken en lokale campagnes voeren.

Mensen en milieu

Bevlogen en deskundig zetten in Nederland zo'n 600 vrijwilligers zich in om een succes te maken van de Greenpeace-campagnes. Ook de 6 leden van ons onafhankelijke bestuur doen hun werk voor onze organisatie met plezier onbetaald. Eind 2010 waren bij Greenpeace Nederland 64 vrouwen en 39 mannen in dienst.

Nieuwe strategie

In 2010 ontwikkelde Greenpeace Nederland een nieuwe strategie voor de periode tot 2015, met als motto 'Greenpeace beweegt!'. Om ons succes voort te zetten, moeten we zelf in beweging blijven én anderen in beweging krijgen. Inspelen op nieuwe kansen en ontwikkelingen, ons profiel versterken en onze sterke punten nog beter benutten. We willen hoop en inspiratie bieden en onze achterban mobiliseren om samen oplossingen te bedenken en te realiseren. In onze campagnes richten we de focus op beslissers en beleidsmakers bij overheid en bedrijven, en we gaan nog nauwer samenwerken met andere Greenpeace-kantoren. Hiermee willen we urgente, wereldwijde milieuproblemen, zoals klimaatverandering, ontbossing en overbevissing, nóg krachtiger aanpakken.

Greenpeace' doelen

De groene draad in onze campagnes is het herstellen van een duurzaam evenwicht tussen mens en milieu. We willen oplossingen stimuleren die leiden naar een groene, duurzame samenleving in 2050.

ONZE DOELEN

- ◇ gevaarlijke klimaatverandering tegengaan door efficiënt energiegebruik en een overgang naar volledig schone opwekking van energie, zonder kernenergie en fossiele brandstoffen;
- ◇ bossen en natuurgebieden beschermen vanwege de biodiversiteit én omdat ontbossing een belangrijke oorzaak is van het klimaatprobleem;
- ◇ onze zeeën en oceanen, en alles wat daarin leeft, beschermen;
- ◇ schone (gifvrije) en efficiënte productiemethoden en diensten, en volledig hergebruik van materialen en afval;
- ◇ duurzame en biologische land- en bosbouw, zonder genetisch gemanipuleerde gewassen.

Het huidige kabinet lijkt veel te gedogen, ook op milieugebied. Energiebedrijven krijgen helaas alle ruimte om vervuilende kolencentrales en risicovolle kerncentrales te bouwen. Gelukkig zien steeds meer bedrijven de kansen voor duurzaamheid wél. Unilever, Philips, TNT en Eneco bijvoorbeeld willen een beter klimaatbeleid en begrijpen dat duurzaamheid een noodzaak is. Dat is een goed begin.

Maar te vaak is druk op bedrijven nog nodig voor ze overstap gaan hun beleid aan te passen. Zoals Nestlé deed na onze intensieve, innovatieve campagne. Het bedrijf zette daarmee een belangrijke stap in de richting van betere bescherming van de bossen in Indonesië en de daar levende orang-oetan.

De noodzaak om campagnes te voeren voor een groene, duurzame samenleving blijft dus onverminderd belangrijk. Daar gaat Greenpeace onvermoeibaar mee door de komende jaren, met veel inzet, passie en liefde voor onze kwetsbare blauw-groene planeet. Wij danken u voor uw steun in 2010 en hopen dat u ons werk de komende jaren blijft ondersteunen.

Sylvia Borren,

directeur sinds 15 februari 2011

Radboud van Delft,

waarnemend directeur in 2010



© RANTE/GP



© GP/TOALA OLIVARES

Sterke bossen

In 2010 zijn er een paar belangrijke stappen gezet voor de bescherming van bossen wereldwijd. Naar aanleiding van onze - vooral online - acties paste Nestlé zijn duurzaamheidsbeleid aan. Het bedrijf verzekert nu geen producten meer af te nemen waarvoor is ontbost en alle banden met palmolieleverancier Sinar Mas verbroken te hebben. In Brazilië is het sojamaratorium met een jaar verlengd tot eind 2011. En in juli stemde het Europees Parlement met een overweldigende meerderheid voor nieuwe wetgeving, die de handel in illegaal hout in Europa verbiedt. Binnen twee jaar moeten Europese importeurs zich hieraan houden.

Een leefbaar klimaat

De grote aandacht voor klimaatverandering heeft nog niet geleid tot een wereldwijd beleid, ook niet na de VN-klimaatconferentie in Cancún. Ook in eigen land staat het klimaatbeleid onder druk: het kabinet-Rutte stelt de plannen op klimaat- en energiegebied flink naar beneden bij. In plaats van vermindering van de CO₂-uitstoot met 30 procent wordt ingezet op slechts 20 procent. Er staat bovendien een kerncentrale gepland. Positief is dat onze campagne tegen de bouw van de kolencentrales van Essent en Nuon veel publieke steun kreeg. En de plannen voor twee nieuwe kolencentrales, van C.GEN en van Shell/Essent, zijn geschrapt. Dat is pure milieuwinst.



Levende oceanen

De steun van de Nederlandse overheid voor Nederlandse schelpenvissers om de wateren voor de Mauritaanse kust in West-Afrika te plunderen, is officieel van de baan. Een mooi resultaat van onze campagne, maar eigenlijk symptoombestrijding. De overcapaciteit van de Europese vissersvloot wordt namelijk alleen opgelost door schepen uit de vaart te nemen. Daarnaast ondernam bliktonijnproducent Princes

helaas niets na onze campagne 'Blikken kunnen doden'. De massale oproep aan het bedrijf om maatregelen te nemen om de tonijn en onze oceanen te sparen, haalde onvoldoende uit. In 2011 gaan we door tot Princes overstapt op meer duurzame visserijmethodes. Ook de supermarktbranche maakte weinig haast haar belofte waar te maken: de verkoop van écht duurzame vis komt nog niet echt van de grond.

Een gifvrije wereld

Philips bracht in 2010 de Econova op de markt, de eerste 'groene' televisie na ruim zestig jaar productie van televisies met giftige stoffen. Een belangrijke stap in de richting van een gifvrije toekomst. Onze druk op bedrijven als Dell bleef dit jaar helaas nog zonder direct resultaat. Wel werd Trafigura door de Amsterdamse rechtbank veroordeeld voor de illegale export van giftig afval naar Ivoorkust, na aangifte door Greenpeace. En de Reclame Code Commissie oordeelde dat Trafigura het publiek had misleid in een advertentie waarin het zei het beste voor te hebben met de West-Afrikaanse regio.

Duurzame landbouw

Een mooi resultaat van de samenwerking met online belangengroep Avaaz was het eerste Europese burgerinitiatief om nieuwe gentechtoleringen te verbieden. Eén miljoen Europeanen spraken hiermee hun zorg uit over de mogelijke komst van gemanipuleerde gewassen op de akkers en in de winkelschappen. Het maakt duidelijk dat de bevolking deze gewassen niet wil, tegenover een paar grote bedrijven die gentech in de landbouw door willen drukken om er winst mee te maken.

Inkomsten en kosten in 2010

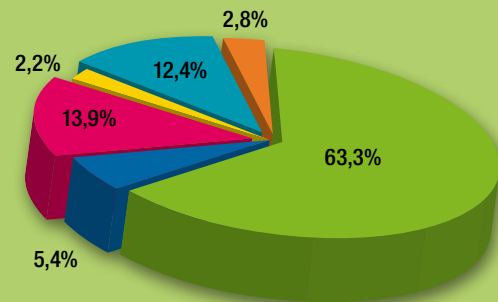
Greenpeace is onafhankelijk en accepteert dus geen giften van bedrijven of subsidies van overheden. Onze milieucampagnes zijn alleen mogelijk dankzij de financiële steun van onze donateurs.

Betrokken donateurs

Greenpeace zag in 2010 het aantal donateurs teruglopen: met 5 procent tot 495.000. Desondanks lieten honderdduizenden trouwe fans onze inkomsten stijgen met bijna 11 procent ten opzichte van 2009. Dit komt onder andere door de bereidheid hogere bedragen te done-

ren, de grote giften van de Nationale Postcode Loterij én doordat we veel geld ontvingen uit nalatenschappen. We merken dat de betrokkenheid bij onze doelstellingen toeneemt. Dat blijkt ook uit de groeiende groep online actievoerders die zich inzet voor Greenpeace.

Inkomsten



- DONATIES DOORLOPEND
- INCIDENTELE GIFTEN
- NALATENSCHAPPEN
- NOTARIËLE AKTEN
- BATEN ACTIES VAN DERDEN
- BATEN BELEGGINGEN

Samenvattend financieel overzicht

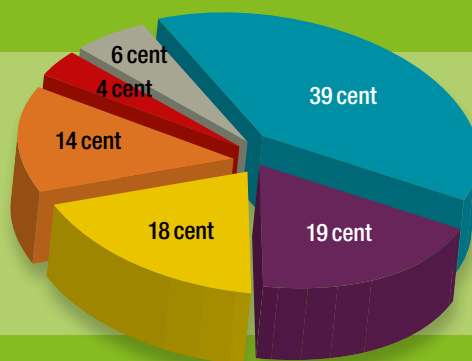
Alle bedragen zijn in euro's

| Omschrijving | 2009 Realisatie | 2010 Begroting | 2010 Realisatie | 2011 Begroting |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Som der baten | 22.692.828 | 21.861.000 | 25.162.204 | 23.843.533 |
| Besteed aan doelstellingen | 18.839.811 | 19.551.950 | 19.212.622 | 18.365.876 |
| Kosten werving baten | 3.619.636 | 4.136.805 | 3.509.896 | 4.025.583 |
| Beheer en administratie | 1.129.733 | 1.151.510 | 958.687 | 928.665 |
| Flexibiliteit/onvoorzien | - | 631.574 | - | 488.232 |
| Som der lasten | 23.589.180 | 25.471.839 | 23.681.205 | 23.808.356 |
| Resultaat | -896.351 | -3.610.839 | 1.480.999 | 35.177 |

Baten en lasten

In 2010 ontving Greenpeace Nederland 11 procent meer inkomsten dan in het vorige jaar: ruim € 25 miljoen. Het extra geld kwam goed van pas: we besteedden in 2010 ongeveer € 0,9 miljoen meer aan internationale campagneactiviteiten dan in 2009. De bestedingen aan nationale campagnes stegen licht, terwijl de kosten voor educatie en voorlichting, werving baten, en beheer en administratie daalden. Overigens zullen de bestedingen aan internationale campagnes de komende jaren verder stijgen, in lijn met de vastgestelde strategie. De onafhankelijke accountant heeft een goedkeurende controleverklaring afgegeven met betrekking tot de jaarrekening 2010.

Wat gebeurt er met een donatie van € 1 ?



- INTERNATIONALE CAMPAGNES
- NATIONALE CAMPAGNES
- EDUCATIE & VOORLICHTING
- WERVING BATEN
- BEHEER & ADMINISTRATIE
- NAAR RESERVES

GREENPEACE

colofon

© april 2011 Greenpeace in 2010
Stichting Greenpeace Nederland
Foto cover: GP/Toala Olivares
Papier: gedrukt op 100% hergebruikt
en chloorvrij gebleekt papier



Dit is een samenvatting van ons jaarverslag over 2010. Alles weten? Bekijk dan het complete, digitale verslag op www.greenpeace.nl/jaarverslag2010