

Buchtipp: Schwarzbuch WWF

Wilfried Huismann: Schwarzbuch WWF. Gütersloher Verlagshaus. ISBN 978-3-579-06675-2.

„Dunkle Geschäfte im Zeichen des Panda“ lautet der Untertitel des vom früheren Entwicklungshelfer und nunmehrigen Drehbuch- und Sachbuchautor Wilfried Huismann geschriebenen Buchs. Der Sozialwissenschaftler hat die umfangreichen Geschäfte der Naturschutzorganisation in mühsamer Kleinarbeit recherchiert und deckt auf, dass der *World Wide Fund for Nature* kein blütenreines Unternehmen ist. Der WWF kooperiert mit den größten Umweltsündern der Erde – die Liste der Partner umfasst unter anderem Konzerne wie Monsanto, Shell, Exxon oder BP. Man arbeitet mit Diktatoren und Adeligen zusammen, während man in Plakat- und Werbekampagnen kuschelige Pandabären, traurige Elefanten oder hungernde Orang-Utans zeigt, um das Herz der kleinen Spender zu erweichen.

Die geschickte Vermarktung der WWF-Aktivitäten bringt jährlich mehr als eine halbe Milliarde Euro an Spendengeldern. Dazu kommen etwa die Gelder des „Club der 1001“, der die Gehälter des zentralen Sekretariats am Genfer See zahlt. Die früheren und gegenwärtigen Mitglieder des von Prinz Bernhard der Niederlande gegründeten Klubs sind geheim. „Nur einzelne Namen sind durchgesickert“, so Huismann, *„Henry Ford, Baron von Thyssen, der pakistanische Milliardär Prinz Aga Khan, Prof. Bernhard Grzimek, Robert McNamara, Fiat-Chef Agnelli und Mitglieder aus den europäischen Königshäusern.“*

Huismann schildert, wie Informationen, die dem WWF unangenehm sind, verborgen und kritische Journalisten mundtot gemacht werden. Wie der WWF mitbeteiligt ist an der Abholzung des Regenwalds, an der Verwendung von Pflanzengiften dort, wo sie eigentlich verboten sind, und mit schuld am Tod von Helfern. Und es geht in dem Buch auch um die WWF-Geschäfte rund um Palmöl, Soja und Lachse. Auch um die seltsamen Deals des WWF für den Naturschutz – um nur einen Teil der gegenwärtig rund 30 Prozent der Erdoberfläche, die mehr oder weniger unberührte Naturräume sind, zu schützen: *„Er ist bereit, große Waldflächen zu opfern, solange ein Rest von etwa 10 Prozent der Erdoberfläche als geschützte Naturräume erhalten bleiben – in Form von Nationalparks. Diese 10-Prozent-Faustregel ist für die globalen Konzerne ein attraktiver Deal. Denn sie bedeutet freie Fahrt für die Eroberung der südlichen Erdhälfte. Noch gibt es dort riesige Wälder und Savannen, die nicht Nationalparks sind.“*

Ein Buch, das die Augen öffnet und zeigt, was sich hinter der Fassade einer Organisation verbirgt, die sich mit hohem Marketingaufwand ein lupenreines Image schafft – wenn man nicht näher hinsieht.