



Spende, wem Spende gebührt

Zur Weihnachtszeit sind wir traditionell besonders großzügig. Doch welche Organisation hat unser Geld redlich verdient? Wir haben uns die Strukturen der großen Umwelt- und Naturschutzverbände etwas genauer angeschaut. Jetzt entscheiden Sie. **TEXT: TORSTEN SCHÄFER**

Kein anderes Buch hat in diesem Jahr für so viel Aufsehen gesorgt, für offenen Streit, Gerichtstermine – und hat dabei grundlegende Fragen zu Umweltorganisationen aufgeworfen. Das „Schwarzbuch WWF“ des Regisseurs Wilfried Huismann, der bereits den Dokumentarfilm „Der Pakt mit dem Panda“ produziert hat, ist gespickt mit Vorwürfen. Angefangen mit der Behauptung, der WWF nehme die Zerstörung von Regenwald in Kauf bis hin zur Aussage, die Umweltstiftung arbeite mit dem Gentechnik-Konzern Monsanto zusammen. Beides musste Huismann weitgehend zurücknehmen. Mittlerweile gibt es einen außergerichtlichen Vergleich mit der Vereinbarung, 21 Stellen im Buch zu überarbeiten oder zu streichen.

Viele grundsätzliche Fragen aber bleiben: Wie industriehoch kann ein Umweltverband wie der WWF überhaupt glaubwürdig arbeiten? Wie halten das andere Verbände? Und überhaupt: Wofür stehen die einzelnen Organisationen? Sprich: Wo ist mein Spendengeld am besten aufgehoben?

Zwei Trends machen diese Fragen besonders wichtig, aber auch besonders schwer zu beantworten: „Fast alle Umweltorganisationen haben, im Unterschied etwa zu Parteien, Gewerkschaften oder Kirchen, Zuwächse bei den Mitgliedern“, sagt der Berliner Soziologie-Professor Dieter Rucht. Und: „Sie spezialisieren sich inhaltlich immer stärker.“

Traditionell sind die Themenfelder weit, sie reichen vom reinen Tierschutz über Arten- und Umweltschutz bis hin zum Megathema Klimawandel, das mit Fragen der Welternährung und Agrarwende eng verknüpft ist. Es gibt neue Initiativen wie Shark Alliance, die nur eine Gattung oder Art im Blick haben, etwa Haie. Es gibt kleinste, militante Gruppen wie die Animal Liberation Front, die weltweit in Labors einbricht und Tiere freilässt. Und es gibt große, gemäßigte Dachverbände wie den Deutschen Naturschutzring, die öffentlich wenig präsent sind und viel mit der Koordination ihrer – in diesem Fall 96 – Mitgliedsverbände zu tun haben. Ähnliches gilt für den Deutschen Tierschutzbund, der 730 Tierheime vertritt und genau das hat, was eine allseits anerkannte Großorganisation ausmacht: eine Jugendabteilung, internationale Vernetzung und ein breites Aktionsspektrum.

So groß die Bandbreite ist, so hoch ist auch die Zahl der Vorwürfe, die den Umweltorganisationen gemacht werden: Sie seien undemokratisch organisiert – oder so sehr mit sich selbst beschäftigt, dass sie ihre Ziele aus den Augen verlieren. Sie seien zu groß und schwerfällig –

oder zu klein, um etwas zu bewirken. Sie seien zu radikal, um als Gesprächspartner anerkannt zu werden – oder zu liebedienerisch gegenüber Industrie und Politik. Um es gleich zu sagen: Eine Organisation, die es allen recht macht, gibt es nicht.

Greenpeace etwa hat wenig innere Demokratie und ist hierarchisch organisiert; die Themen setzt die nationale Führungsspitze, die dabei abhängig von den Vorgaben des internationalen Büros in Amsterdam ist. Greenpeace-Mitglieder sind Spender, die wesentlich weniger mitbestimmen dürfen als etwa bei NABU und BUND, wo einfache Mitglieder nicht nur bezahlen, sondern auch über Aktionen mitentscheiden und Vorstände wählen.

Dafür geben Greenpeace-Mitglieder ihr Geld der bekanntesten Stimme im Umweltchor, einer Organisation, die Maßstäbe in der PR-Arbeit setzt und mit ihren Themen die Öffentlichkeit erreicht wie keine andere. „Greenpeace ist ein Vorbild für die anderen, auch in der Kampagnenarbeit im Internet“, sagt die Hamburger Politologin Kathrin Voss, die zur Öffentlichkeitsarbeit von nicht-staatlichen Organisationen promoviert hat.

Wer der deutschen Sektion, der nationalen Vertretung mit dem größten Spendenaufkommen, sein Geld gibt, sollte wissen, dass Greenpeace – genauso wie der WWF – keine föderalen Strukturen hat. Im Gegensatz zu NABU und BUND, die in allen Bundesländern Büros haben und mit 2000 beziehungsweise 2300 Orts- und Kreisgruppen in der Fläche vertreten sind. Greenpeace und WWF haben solche Gruppen zwar auch, aber viel weniger und meist in größeren Städten. Und sie spielen für den Außenauftritt und das Wirken beider Organisationen – ganz im Unterschied zu BUND und NABU – keine entscheidende Rolle.

Der Vorwurf, undemokratisch und zentralistisch zu sein, hat Tradition und gehört zur Standardkritik an größeren Umweltorganisationen, angefangen bei Greenpeace, weshalb sich schon früh Organisationen wie Robin Wood oder Sea Shepherd abgespalten haben. Letztere macht als Öko-Marine mit Wasser-Kanonen und Buttersäure-Bomben auf den Weltmeeren Jagd auf Walfänger, Robbenjäger und Schwarzfischer; nie seien dabei allerdings, so betont Sea Shepherd, Menschen im Visier. Chef Paul Watson, der Greenpeace mitgründete, 1977 aber für den Aufbau von Sea Shepherd verließ, ist gerade auf der Flucht vor Interpol, weil Haifischjäger aus Japan ➤

ÖFFENTLICHKEIT IST NICHT ALLES
Laut Deutschem Naturschutzring spielt sich die Naturschutzpolitik in Europa zu 80 Prozent auf EU-Ebene ab. Umso wichtiger ist es, dort präsent zu sein – und zwar nicht nur mit spektakulären Aktionen, sondern auch mit geduldiger Lobbyarbeit, von der die Verbände in der Öffentlichkeit oft kaum Aufhebens machen. Die zehn nach eigenen Angaben bedeutendsten Verbände für die EU-Politik finden Sie hier: www.green10.org

Aktivisten von Sea Shepherd hindern ein japanisches Walfangschiff an der Jagd. Ist diese Art des Eingreifens der richtige Weg?

Foto: XXX

und Costa Rica ihn angezeigt haben (siehe *natur* 07/12). Er soll sie unter anderem mit Wasserkanonen vom Kurs abgebracht haben. Sea Shepherd ist stark auf Übertäter Watson zugeschnitten, den das *Time Magazine* zum „Helden des 20. Jahrhunderts“ ausrief – ein seltenes Beispiel für krasse Personalisierung im grünen Segment. Das Gegenteil ist bei den meisten Umweltgruppen der Fall: Eine Studie des *PR-Magazins* belegt auffallend unbekanntes Führungspersonal. Greenpeace bildet eine Ausnahme; sie versuchen, ihren internationalen Direktor Kumi Naidoo aus Südafrika bekannt zu machen, etwa, indem er bildstark eine Gazprom-Ölplattform vor Grönland besetzt.

Stolz ist Greenpeace auf die eigene Unabhängigkeit: Die Regenbogen-Krieger nehmen kein Geld von Unternehmen, Parteien oder Regierungen. Diese Unabhän-

gigkeit bedeutet umgekehrt allerdings auch Abhängigkeit von vielen tausend kleinen privaten Spendern (siehe Tabelle, Seite 79). Auch deshalb hat Greenpeace eine zentrale Währung für Erfolg: Öffentlichkeit. Diese verschafft der Organisation Einfluss. Greenpeace, das ist große Schlagkraft und maximale Professionalität, das sind zugemauerte Ministerien, geenterte Schiffe oder Flashmobs mit nackter Haut, kluge Kampagnen, mutige Manöver und starke Bilder.

Allerdings bringt dieser Fokus auf die öffentliche Aufmerksamkeit Greenpeace den Vorwurf ein, Kampagnen-Themen zuerst nach der Öffentlichkeitswirkung zu beurteilen und erst in zweiter Linie nach der sachlichen Notwendigkeit. „Das war etwa bei der Robben-Kampagne der Fall, die eine hohe Emotionalisierung erlaubt, ökologisch aber eher ein Randthema

ist“, sagt Soziologe Rucht. Aktuell wirft die Kampagne gegen den Konzernriesen VW, dessen sogenanntes „Umweltauto“ hinter seinen Möglichkeiten zurückbleibt, die Frage auf, ob es nicht ökologisch rückständigere Autofirmen gibt.

Dem WWF hätte ein offener Umgang mit Schwächen gleich zu Beginn des Streits um Huismanns Buch gut zu Gesicht gestanden. „Der WWF hat auf die Kritik am Anfang sehr aufgeregt und ablehnend reagiert“, erinnert sich Experte Dieter Rucht. Nach und nach veröffentlichten sie dann aber immer mehr Internetseiten, Videos und Pressemitteilungen zu den Vorwürfen – es gab Eingeständnisse: Der WWF räumt heute ein, dass sein europäischer Partner Marine Harvest in Chile tatsächlich Lachsfarmen hält, in denen katastrophale ökologische Zustände herrschen. Und die spanische Sektion hat

nach 44 Jahren König Juan Carlos als Ehrenpräsidenten abgewählt, nachdem der in Botswana auf Elefantenjagd gegangen war. Trotz solcher Maßnahmen und manch falscher und extrem zugespitzter Behauptungen, die in Film und Buch aufgestellt werden, hat der WWF ein Glaubwürdigkeitsproblem, weil der Eindruck bestehen bleibt, dass die Nähe zur Industrie teils zu groß ist. Problematisch erscheint weniger die Herkunft der Umweltstiftung, die 1961 als reine Artenschutzstiftung vom Chef der britischen Naturschutzbehörde gegründet und mit dem Geld und den Kontakten von reichen Unternehmern und Adligen aufgebaut wurde; auch heute noch sitzen viele Geschäftsleute und Politiker in den Gremien. Problematisch ist vielmehr die Strategie, mit möglichst vielen Unternehmen zusammenzuarbeiten – 24 sind es allein beim WWF Deutschland (??). ➤

Kinder der BUND-Jugend besprühen einen „Lockstock“, an dem sich Wildkatzen reiben sollen, mit Baldrian. Ihre Haare werden später analysiert, um ihren Bestand zu bestimmen.



Foto: XXX

	WWF	NABU	BUND	Greenpeace
Einnahmen 2011	50,7 Mio.	27,3 Mio.	16,9 Mio.	48,9 Mio.
Anteil der Spenden (ohne Erbschaften)	54%	12,8%	36,6%	92,8%
Anteil Verwaltungskosten	5%	3,4%	5,5%	2,8%
Mitglieder und/oder Spender 2011	435 000 Spender	462 000 Mitglieder und 40 000 Spender	464 000 Mitglieder und Spender	580 353 Spender
Regionale Schwerpunkte	Deutschland: Nord- und Ostsee, Küsten, Flusssysteme, Feuchtgebiete, Wälder Weltweit: Afrika, Asien, Lateinamerika	Deutschland: flächendeckend Weltweit: Afrika, Kaukasus, Mittelasien	Deutschland: flächendeckend Weltweit (in Kooperation mit Friends of the Earth): südliche Erdhalbkugel	Deutschland: Berlin, Lausitz, Bayern, Nord- und Ostsee Weltweit: Arktis, Brasilien, Europa, Westafrika und Ägypten, China, Indien
Themenswerpunkte	Artenschutz, Wälder, Fischerei, Klimaschutz, Welt-ernährung	Artenschutz, Lebensräume, Klimaschutz, EU-Agrarreform, Energiewende und Energiesparen	Klimaschutz, Energiepolitik, Landwirtschaft, Verbraucherschutz, Ernährungssicherheit (v.a. international)	Klimawandel, Energiewende, Wälder, Meere, chemiefreie Textilien, Landwirtschaft

Der WWF setzt also auf Kooperation statt Konfrontation, leises Verhandeln statt lautes Drängen wie bei Greenpeace, der medial präsenteren Konkurrenz des WWF – dem Gegenentwurf, der nicht als elitäres Charity-Projekt, sondern als Grassroots-Initiative aus dem alternativen Milieu der 70er Jahre heraus entstanden ist. Was ist effektiver, besser? Und wann riskiert eine Organisation ihr höchstes Gut, die Glaubwürdigkeit?

Die Unternehmenskooperationen, die beim WWF intern durchaus umstritten sind, gehören zum Wesenskern der Stiftung. Sie arbeitet unter anderem mit Edeka, O₂, Danone und Vaude zusammen. Der WWF berät Firmen, verkauft ihnen Lizenzen für die Nutzung des Panda-Logos und baut gemeinsame Institutionen auf wie eine Regenwald-Stiftung im Fall der Brauerei Krombacher. Zur Strategie gehört auch die Zertifizierung: Die Stiftung hat Organisationen und „Runde Tische“ mitgegründet, die Öko-Siegel für Fisch (MSC), Holz (FSC), Palmöl (RSPO) und Soja (RTRS) vergeben.

An allen Siegeln wird die Kritik laut, sie dienen dem Greenwashing der beteiligten Unternehmen, und die Vergabekriterien seien zu lasch. Und es bleiben Zweifel, was die Strenge der Kriterien, Kontrollen und Sanktionen angeht, gerade bei Palmöl und Soja. Allerdings gibt es zu den Siegeln bisher wenig Alternativen.

Zudem sind eben auch Erfolgsgeschichten für nachhaltige Wirtschaftsweisen zu erkennen, die selbst Kritiker würdigen. So empfiehlt etwa der Kieler Fischereibiologe Rainer Froese trotz seiner Kritik am Zustand der MSC-zertifizierten Fischbestände, diese Fische zu kaufen. Denn sie stammen insgesamt viel seltener aus überfischten Gebieten als vollkommen unkontrollierte Ware. „Die Kooperationsstrategie hat einige Erfolge gebracht“, bestätigt Martin Jänicke, langjähriger Leiter der Forschungsstelle für Umweltpolitik an der Freien Universität Berlin. „Das muss man bei aller berechtigten Kritik an einzelnen WWF-Projekten anerkennen.“

In mindestens neun Bundesländern ist der Wolf wieder heimisch – der NABU hat dazu maßgeblich beigetragen.



Foto: XXX

Interview

»Nicht jeder Euro fließt in die Projekte«

Welche Umweltorganisation nutzt meine Spende am besten? Welche ist besonders transparent? Und was sollte mich stutzig machen? Antworten gibt Burkhard Wilke vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen. INTERVIEW: TORSTEN SCHÄFER



Burkhard Wilke: Der Diplom-Volkswirt arbeitet seit 1993 beim Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen, das ein Spendensiegel für Nichtregierungsorganisationen entwickelt hat. Seit 2000 ist er Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter. Zudem fungiert er als Vorstandsmitglied des „International Committee on Fundraising Organizations“, eines Zusammenschlusses unabhängiger Spendenprüforganisationen.

natur: Was muss ich wissen, bevor ich einer Umweltorganisation Geld gebe?

Wilke: Hat sie transparente, aussagekräftige Jahresberichte und eine ebensolche Internetseite, mit Angaben zu ihrer Struktur, ihren Finanzen und der Zusammensetzung ihrer Organe? Das sind die ersten Fragen. Bisher haben nur wenige Umwelt- und Naturschutzorganisationen wie EuroNatur, Prima Klima, die NABU-Stiftung oder Tropica Verde unser Spendensiegel beantragt und bekommen. Doch wir haben viele Informationen über Umweltorganisationen auf www.dzi.de zusammengetragen. Spender sollten auch danach fragen, ob es in den Jahresberichten Wirkungsanalysen gibt, die zeigen, welche Projekte gut, welche weniger gut laufen. Wichtig ist dann auch zu wissen, ob Konsequenzen aus schlecht laufenden Initiativen gezogen werden.

Wie finde ich die Organisation, die zu mir passt?

Man sollte zunächst prüfen, welchen Tätigkeitsfeldern man sich besonders verbunden fühlt. Aufklärung und politische Kampagnenarbeit spielen im Umweltbereich eine viel größere Rolle als etwa in der sozialen oder humanitären Hilfe. Nicht jeder Euro fließt also direkt in Aufforstungen oder in den Artenschutz. Sondern eben auch in Lobby-, Aufklärungs- und Kampagnenarbeit. Die Kosten sollten daher getrennt voneinander offengelegt werden, damit der Spender weiß, ob er eine Umweltorganisation wählt, die stärker auf Kampagnen setzt und damit die öffentliche Debatte beeinflusst. Oder einen Verband, der den Fokus mehr auf Schutzprojekte vor Ort legt.

Was sollte mich stutzig machen?

Das berühmte-berühmte 100-Prozent-Versprechen, dass also alles Geld direkt in die Projekte fließt und nichts über die Höhe von Werbe- und Verwaltungs-

ausgaben gesagt wird. Dann sollte man hartnäckig nachfragen, denn es geht dabei häufig um Verschleierung zu hoher Kosten.

Was sollte ich noch beachten?

Spendenwerbung und Kampagnenarbeit sind bei Umweltverbänden oft miteinander vermischt. Für den Spender ist es deshalb besonders wichtig, dass er beides auseinanderhalten kann: die Kampagneninformation und die Ansprache an den Spender. Außerdem sollte es Abschlussberichte zu Schutzprojekten geben. Im Umwelt- und Naturschutz ist es schwer, die konkreten Erfolge der Arbeit zu bemessen. Wenn es diese Berichte gibt, ist klarer, welche Chancen mein Beitrag hat, etwas zu bewirken.

Wie beurteilen Sie die vier bekanntesten Organisationen: WWF, Greenpeace, NABU und BUND?

Wir haben zu Greenpeace, die kein Siegel von uns haben, eine „positive Spendenauskunft“. Das bedeutet: Greenpeace hat uns alle Unterlagen für diese Basis-Auskunft gegeben, wie etwa den Jahresabschluss. Und dass wir bei kritischen Punkten wie der Aufschlüsselung der Ausgaben nichts Negatives finden konnten. Das gilt für den NABU auch – die NABU-Stiftung Naturerbe hat bereits das Spendensiegel. BUND und WWF werden gerade von uns überprüft.

Die Wachhunde

Das „Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen“ hat ein Spendensiegel eingeführt, das vertrauenswürdige Organisationen erhalten. Auf der Internetseite gibt es außerdem eine Online-Spenderberatung (www.dzi.de/spenderberatung). Dort finden Sie auch Organisationen, vor denen das DZI warnt.

Man muss also sehr genau hinschauen. Für keine Organisation und ihre Spender ist das so wichtig wie beim WWF, der jetzt klarer machen will, wo die Grenzen der Zusammenarbeit liegen. Wichtig ist auch, zwischen einzelnen Ländersektionen zu differenzieren. Denn anders als bei Greenpeace arbeiten beim WWF die nationalen Vertretungen weitgehend frei von Vorgaben des WWF International mit Sitz im schweizerischen Gland, der eigene Projekte vorantreibt und sonst eher im Hintergrund koordiniert. Diese lose Konstruktion einer weltweit weitgehend einheitlich auftretenden Organisation und Marke ist verwirrend und führt zu Missverständnissen: „Es gibt nicht den einen WWF“, sagt Bernhard Pötter, Umweltredakteur der taz. „Das ist auch eine der Schwächen des Schwarzbuches, das manchmal so tut, als sei dies der Fall.“ So gibt es keine einheitliche Position zu Gentechnik – weshalb sich der WWF in Europa dagegen ausspricht, in den USA eher dafür. Gerne wird so etwas dann von Kritikern über einen

Kamm geschoren. Im Übrigen trifft die Kritik nur selten die deutsche Sektion, sondern verschiedene internationale WWF-Vertretungen. Das allerdings schadet der Organisation insgesamt und nötigt den WWF Deutschland, sich zu verteidigen. Die Kommunikationslücke ist groß, die die Panda-Leute über die Kontinente hinweg schließen müssen – im eigenen Interesse.

Mit internationaler Vielstimmigkeit haben NABU und BUND kein Problem. Sie sind Teile von Netzwerken, die andere Namen tragen: Birdlife International und Friends of the Earth, die sie national unbehelligt arbeiten lassen, aber dennoch die internationale Schlagkraft erhöhen, etwa in Brüssel. Dort läuft die Zusammenarbeit der verschiedenen Umweltgruppen enger und kollegialer ab. „In Deutschland bleibt immer die direkte Konkurrenz um Spendengelder und Mitglieder“, sagt Soziologe Rucht. Das gilt vor allem für NABU und BUND, die sich trotz ihrer unterschiedlichen Ursprünge stärker ähneln als WWF und Greenpeace.



1/ Dass Deutschland aus der Atomkraft aussteigt, ist auch dem Druck von Greenpeace zu verdanken – hier eine Protestaktion am AKW Niederaichbach.

2/ WWF und Krombacher wollen 176 000 Hektar ausgetrocknete Feuchtmoorwälder in Nigeria wieder vernässen, indem sie Dämme bauen.



Foto: XXX

Der NABU wurde 1899 von der schwäbischen Unternehmer-Gattin Lina Hähnle als „Bund für Vogelschutz“ gegründet. Sie wollte den Mord an Zugvögeln im Süden stoppen – mithilfe von Königen und US-Präsidenten. Mit der Wiedervereinigung erhielt der Verband den Namen NABU – Naturschutzbund Deutschland. Bis heute ist er stark im konservativen Milieu verankert.

Der BUND hatte bei seiner Gründung 1975, an der Prominente wie Bernhard Grzimek und Horst Stern beteiligt waren, einen breiteren Ansatz: Es ging um Naturschutz, um Ökosysteme, saubere Luft und Flüsse. Das konservative Element war aber auch hier vertreten.

NABU und BUND – Seite an Seite streiten sie heute, im Stil eher abseits von WWF und Greenpeace, oft für die gleichen Belange, sei es für Schutzgebiete oder weniger Flächenverbrauch. Beide sind durch ihre föderale Struktur mit mächtigen, eigenständig arbeitenden Landesverbänden und Tausenden ehrenamtlichen Mitarbeitern stark im ländlichen Milieu verankert – wo die städtisch geprägten Spendenriesen WWF und Greenpeace schwach bleiben. Und NABU sowie BUND sind basisdemokratisch verfasst: Mitglieder wählen den lokalen Vorsitzenden, es gibt Kreisverbände und Delegierte für die Wahl des Landes- und Bundesvorstands – wie bei einer Partei. Wer also direkt mitbestimmen will, ist bei den beiden Flächenverbänden gut aufgehoben. Und auch, wer direkt eingreifen möchte, also Nester bewachen, Bestände zählen, Bäche säubern oder Biotope aufräumen. Es gehört zu ihrem Kerngeschäft, Naturschutzgebiete zu betreuen und dafür Flächen aufzukaufen. Und sie dürfen gegen Bauprojekte klagen, was sie teils erfolgreich und öfter auch gemeinsam tun. Im Unterschied zu WWF und Greenpeace, die beim Umweltbundesamt das Klagerecht noch nicht beantragt haben, unter anderem wegen der geringen Chancen, dieses Recht zu erhalten.

Bekanntheit, weltweite Schlagkraft, große Finanzstärke – da sind die beiden Vertretungen der internationalen, zentraler geführten Organisationen WWF und Greenpeace oben auf. Gerade der NABU fällt im medialen Konzert zurück, ist weniger kampagnestark. Dafür ist er aber kooperativer und unternehmensfreundlicher als der BUND; ein NABU-Partner ist etwa der aktuelle Greenpeace-Gegner VW. „Am stärksten ist der

NABU in der Fläche, in der Arbeit in den zahlreichen Ortsgruppen, die zum Beispiel aufgekaufte Naturgebiete betreuen“, sagt Umweltjournalist Martin Meister, selbst NABU-Mitglied. Thematisch setzt der Naturschutzbund Deutschland besonders stark auf Arten- und Naturschutz, kämpft etwa federführend mit der Kampagne „Willkommen Wolf“ für die Rückkehr der Raubtiere, hält sich aber bei manchen Themen wie der Atomkraft zurück – ganz im Gegensatz zum BUND, der „sehr breit aufgestellt ist und fast alles abdeckt“, wie Umweltpolitologe Martin Jänicke erklärt. „Er ist vielleicht der rundeste Player“, sagt auch taz-Autor Bernhard Pötter, der vor allem die Lobbyarbeit in Berlin hervorhebt. Eine Besonderheit des BUND ist seine intellektuelle Note: In 20 Arbeitskreisen stellen sich 1000 Wissenschaftler ehrenamtlich zur Verfügung, die ein wissenschaftlicher Beirat zusammenhält, der Positionspapiere veröffentlicht – das Gremium ist in Fachkreisen geschätzt, aber auch als Berater in der Politik.

Der BUND steht auch für die verstärkte Zusammenarbeit der Umweltverbände untereinander, in Form gemeinsamer Kampagnen, Pressemitteilungen und Einladungen – ein Trend, den Soziologe Dieter Rucht bei allen Umweltorganisationen schon länger beobachtet. „Man schließt sich zusammen, um mehr Schlagkraft zu entwickeln“, sagt er. „Auch Greenpeace, die gerne alleine arbeiten, machen da gelegentlich mit.“ Andere Angleichungen sind zu erkennen, etwa mehr politische Mäßigung und sogar eine stärkere Offenheit für Kontakte mit Unternehmen – selbst bei Greenpeace, das den Ökostrom-Anbieter Greenpeace Energy ins Leben gerufen und mit BILD eine Klimakampagne gestartet hat.

Spender und Sympathisanten stehen trotz steigender Ähnlichkeiten vor der Qual der Wahl, mitten in einem Dschungel der Stil- und Zielunterschiede. Da bleibt nur noch der Rat von Spendenexperte Burkhard Wilke (siehe Interview, Seite 81): sich Zeit nehmen, sich selber Gedanken machen und seine eigenen Prioritäten setzen. Der passende Partner wird dabei sein – sei es eine der großen vier Organisationen, sei es ein kleiner Naturschutzverband, den kaum jemand kennt. Oder vielleicht mag der eine oder andere sogar eine eigene Gruppe gründen, aus schierer Aktionslust.



Autor Torsten Schäfer
Klimapolitik, Artenvielfalt und Fischerei sind die Hauptthemen des Umweltjournalisten. Außerdem gibt er Seminare für Journalisten. „Obwohl ich oft mit Umweltverbänden zu tun habe, wusste ich vor der Recherche nicht, wie stark sie sich doch unterscheiden.“