

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 120 (1994)
Heft: 47

Artikel: Der Grüne Panda : das Magazin für bio-bleiche Stunt(wo)men
Autor: Fleckenstein, Eugen U. / Schuler, Christoph
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-612361>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Natursekte sucht liquide Sponsoren

Vor wenigen Wochen kursierte die Meldung, dass Greenpeace Schulden in Millionenhöhe habe. Nachdem sich herausgestellt hat, dass es sich hierbei weder um eine besonders originelle Aktion gegen Gewässerverschmutzung durch Geldwäsche, noch um den Schutz freilaufender Geldscheine (amerikanisch: Greenbacks) handelt, fragt man sich, wie es soweit kommen konnte. Unglaublich, dass eine Organisation am Rande des Ruins steht, die sogar unsere Sprache auf nachhaltige Weise geprägt hat: Greenhorn, Green berets, Peter Greenaway, Grünkernsuppe, Gründungsversammlung – der Einfluss von Greenpeace ist unübersehbar.

Die Geburtsstunde von Greenpeace fiel in eine Zeit, als die Umwelt noch nicht nur zum Mountainbikefahren existierte, sondern auch als reales Gebilde, das durch allerlei Unbill gefährdet war. Demonstrationen waren damals an der Tagesordnung, und obwohl sie nichts bewirkten, wurden sie als gelungene Abwechslung zu langweiligen Love-Ins betrachtet. Gewissen Aktivistinnen reichte dies jedoch nicht, also entsannen sie sich eines jungen Mannes, der schon vor rund zweitausend Jahren vorexerziert hatte, dass man mit spektakulären Aktionen Aufsehen erregt, und dass Mystifizierung, gekoppelt mit Merchandising, den Volljute-Geldsäckel wohlfeil anschwellen lässt.

Die Erfolgsstory

Nachdem der junge Langhaarige nämlich über einen See wandelte, um zu beweisen, dass dieser mit ausgedienten tönernen Gesetzestafeln gefüllt war, hatte er sich an ein Konstrukt aus Holzstämmen nageln lassen, um gegen Experimente mit Löwen zu protestieren. So wurde er zum Vorbild für kommende Generationen von Umweltschützern.

Wo sich andere mit dem Verteilen von Flugblättern begnügten,



Rainbow-Warriors ignorieren die Gefahr, wenn es gilt, die Öffentlichkeit aufzurütteln. Sei es bei wagemutigen Ankettungsaktionen an giftspeiende Fabrikschornsteine ...



... oder bei halsbrecherischen Blockaden von Gebäuden, in denen Möbel aus Tropenholz in eisig kalten Räumen gehalten werden.

besetzten schwindelfreie Greenpeace-Aktivisten meterhohe Fabrikschlote, um gegen schmutzige Luft zu demonstrieren. Andere machten auf die engen Unterkünfte von Ölsardinen aufmerksam, indem sie mit winzigen Schlauchbooten riesige Fischfangflotten umkreisten. Und selbstverständlich gierten die Medien, der Demonstrationszüge mit gelangweilten Sandalenträgerinnen überdrüssig, nach solchen Aktionen, die manchem Stuntman zur Ehre gereicht hätten.

Lange vor Benetton verhalf diese Art der Gratiswerbung den Greenpeace-Shops zu regem Zulauf. Aufgerüttelte Menschen kauften unverbleite Auto-Aufkleber, tropenholzlose T-Shirts, tierversuchsfreies WC-Papier und andere todshicke Accessoires, um gegen ihr eigenes Luxusleben zu protestieren.

Der Erlös aus dem Verkauf dieser Sympathieträger, kombiniert

mit einer modernen Form des Ablassbriefes, der steuerabsetzbaren Geldspende, machte aus Greenpeace ein florierendes Unternehmen und sicherte Millionen von Arbeitsplätzen.

Der Erfolg findet Nachahmer

Es kam, wie es kommen musste. Bald ahmten andere Organisationen das Erfolgsrezept von Greenpeace nach. Die Serben machten einen Krieg, um auf die Amselfelder Bio-Weine aufmerksam zu machen, die Iraker entzündeten ihre Ölfelder, um ihren Bio-Katzensand zu propagieren, und Bill Clinton liess die Katze seiner Tochter sterilisieren, um sich nicht mit Abtreibungsgegnern anlegen zu müssen. Da Gefahr bestand, in diesem Aktions-Overkill unterzugehen, wurden nun auch die Aktionen von Greenpeace immer spektakulärer und kostspieliger.



Dank zahlreicher Spendengelder konnten schon viele Tierarten vor dem drohenden Aussterben bewahrt werden.

ger. Ihre letzte Aktion, das Verlegen eines riesigen Ölteppichs in Sibirien, brachte die Firma in arge finanzielle Bedrängnis. Eine Redimensionierung des multinationalen Grünkonzerns ist dringend angesagt. Neue Ideen werden verwirklicht. Um gegen Genversuche zu protestieren, muss ja nicht gleich ganz Basel mit Schlauchbooten angegriffen werden, es reicht auch, die Metzgerei in der Nachbarschaft zu besetzen. Beim anschliessenden Grillfest (Bio-Holzkohle aus rezyklierten Yucca-Palmen!) können gleichzeitig viel Sympathien in der Nachbarschaft erworben werden. Anstatt sich beim Anketten an Strommasten die teuren Overalls zu beschmutzen, protestieren kostenbewusste Greenpeace mit Velofahren ohne Licht gegen Atomstrom.

Der Pressesprecher der Organisation gibt sich bereits wieder optimistisch: «Greenpeace wird gestärkt aus dieser Krise her-



Im Greenpeace-Shop finden sich Produkte, mit deren Kauf gegen alles mögliche protestiert werden kann.

vorgehen, und wir hoffen, dass es auch in Zukunft noch genügend Katastrophen geben wird, gegen die wir ankämpfen können.»

FRAGEN AN GREENPEACE

Ich habe schon oft Umweltschützer gesehen, die Abzeichen tragen, mit einer Sonne drauf. Sind die auch so ein Verein wie die Sonnentempler, wo man sich totmachen lassen muss?

Panda: Die beiden Organisationen haben nichts miteinander zu tun. Die grösste Gefahr für ein Passivmitglied von Greenpeace ist ein überzogenes Bankkonto durch zu häufiges Spenden.

Ich fühle mich echt betroffen durch die vielen Naturkatastrophen und will Greenpeace helfen, habe jedoch kein Geld, da ich so hohe Leasingraten für mein neues Auto bezahlen muss. Kann ich bei Greenpeace auch Organspender werden?

Panda: Halt! Schickt bitte keine Organe mehr! Bedenkt auch, dass Ihr die Natur schädigt, wenn Ihr zum Zweck der beschleunigten Organspende Eure Motorräder in Schluchten und Wäldern parkiert.

Ich habe mir neulich ein T-Shirt mit dem tollen Greenpeace-Logo gekauft. Darf ich das mit der anderen Wäsche in die Waschmaschine stecken oder muss ich da extra biologisches Waschmittel kaufen?

Panda: Schütte einfach ein wenig Rohöl in die Waschmaschine. So erreichst Du den megageilen Bio-Gilb-Effekt, und das so gesparte Geld kannst du erst noch deiner Greenpeace-Ortsgruppe spenden.