WWF will Zensur; Buchhändler nehmen „Schwarzbuch WWF“ aus dem Sortiment!

geschrieben von Michael Limburg | 2. Juni 2012

"Mit ungewöhnlicher Schärfe geht die Naturschutzstiftung WWF Deutschland gegen ein Buch vor, das sich kritisch mit dem „World Wildlife Fund“ auseinandersetzt. In seinem Auftrag hat eine Anwaltskanzlei bei großen Buchhändlern wie Amazon oder Libri interveniert und Unterlassungsansprüche geltend gemacht. Zahlreiche Buchhändler haben daraufhin das „Schwarzbuch WWF“ des Journalisten Wilfried Huismann aus ihrem Programm genommen, obwohl der WWF vor Gericht bislang keine einstweilige Verfügung gegen den Titel erreichen konnte. Das Landgericht Köln will erst nach einer mündlichen Verhandlung am 15. Juni darüber entscheiden. Somit bleibt das Buch vorerst erlaubt und ist dennoch praktisch vom Markt verschwunden. Über den Verlag kann es noch bezogen werden." Lesen Sie den ganzen Artikel hier

Der Inhalt des Buches: Wenn der Naturschutz auf der Strecke bleibt – Greenwashing, Vetternwirtschaft und Co.

"*Es ist leichter, in die Geheimnisse der CIA einzudringen, als in die des WWF*" (Raymond Bonner, New York Times)

Die Welt bringt in ihrer Ausgabe vom 2.6.12 ebenfalls eine ausführliche Besprechung des Buches von Wilfried Huismanns. Unter der Überschrift

Die Macht hinter dem Panda

Nachhaltig beschädigt: Wilfried Huismanns Reportagen über den WWF bringen Licht in die dunklen Machenschaften der hoch angesehen Naturschutzorganisation schreibt Marion Lühe

Laut Marktforschung zählt der Panda des WWF zu den glaubwürdigsten Markenzeichen der Welt. Kein Wunder, dass Firmen wie Coca-Cola, Unilever und Shell sich darum reißen, ihre Produkte mit dem sympathischen Wappentierchen zu schmücken. Dafür verpflichten sie sich nicht nur, "nachhaltig" und ressourcenschonend zu produzieren, sondern zahlen dem WWF auch hohe Summen. Die weltgrößte

Naturschutzorganisation mit Hauptsitz in Genf und einem jährlichen Spendenaufkommen von 500 Millionen Euro betont immer wieder Sinn und Zweck einer solch engen Kooperation mit führenden Industrieunternehmen: "Man kann die Welt nicht mit Nein-Sagen verändern." Ihr Projekt "Green Economy" verspricht vollmundig mehr Wachstum und Konsum bei gleichzeitigem Erhalt der natürlichen Ressourcen…

Lesen Sie den ganzen Artikel hier
Die Website des Autors erreichen Sie hier: Dort finden Sie auch Bezugsquellen.
Passend dazu unser Bericht vom 5.11.2011

Geld stinkt nicht: WWF lässt sich von Coca Cola 2 Mio $ anweisen.

Wie immer misst die grüne Ökolobby mit zweierlei Maß. Während sich die grünen Lobbyisten medial über alle Kanäle hinweg heftig darüber erregen, dass die vermeintliche böse Öllobby Institutionen wie EIKE und andere Geld zukommen lässt, allerdings ohne auch nur den Hauch eines Beweises dafür vorzulegen, wird freudig hingenommen, dass sich das Aushängeschild der weltweiten Ökologiebewegung WWF (World Wide Fund for Nature) ungerührt von Coca Cola mal so eben 2 Millionen Dollar zuschieben lässt. Natürlich für einen vermeintlich guten Zweck: Die Rettung der Eisbären vor dem anthropogenen Klimawandel!

hier