



## Tropenwald im Einkaufswagen

Tropenwald im Einkaufswagen  
WWF: Viele Papierprodukte im deutschen Einzelhandel beinhalten Tropenholz  
Papierprodukte aus dem deutschen Einzelhandel sind häufig mit Tropenholz belastet, wie Analysen des WWF ergeben haben. Insgesamt 144 unterschiedliche Artikel ließen die Umweltschützer in den letzten Monaten auf ihre Zusammensetzung untersuchen, darunter Briefpapier, Notizhefte, Fotoalben oder Adressbücher. Ergebnis: In fast 20 Prozent der Fälle fand sich Tropenholz. "Das Resultat wirft ein schlechtes Licht auf die Unternehmen", so Johannes Zahnen, Referent für Biodiversität beim WWF Deutschland. "Sie lassen billig in Südostasien produzieren, ohne sich ernsthaft um die Herkunft des Holzes zu kümmern." Zu den Unternehmen, bei denen Produkte mit Tropenholz gefunden wurde, zählen unter anderem Depesche, Iden und Carstensen, deren Artikel überall im Einzelhandel zu kaufen sind. Nach Gesetzeslage sind Erstimporteure verpflichtet, die legale Herkunft bestimmter Papierwaren bei der Einfuhr in die Europäische Union nachzuweisen. Ein erster Schritt hierfür sind Kenntnisse über Herkunft und Art des verwendeten Holzes. Doch bereits an dieser notwendigen Minimalbedingung seien die Firmen gescheitert: "Sie wussten entweder nicht, dass ihre Produkte Tropenholz enthielten, oder haben es einfach geleugnet. Ein klarer Gesetzesverstoß", sagt Johannes Zahnen. Der WWF prüfe daher, Anzeigen zu erstatten. Neben den gesetzlichen Anforderungen besteht laut WWF auch eine ökologische und soziale Verpflichtung der Unternehmen. Wenn Tropenhölzer in Papier gefunden werden, stammten diese meist aus Naturwäldern. "Die Regenwälder Südostasiens sind ein wichtiger Lebensraum für viele seltene Tier- und Pflanzenarten. Und auch für das weltweite Klima spielen sie eine entscheidende Rolle", so Zahnen. Besonders ärgerlich sei die Zerstörung der Tropen für die Papierproduktion auch deshalb, da längst umweltverträgliche Alternativen bereitstünden, wie Recyclingpapier oder solches aus FSC-zertifizierter Produktion. Der WWF fordert die Unternehmen auf, ihrer Verantwortung endlich gerecht zu werden und die Herkunft ihrer Papierwaren gewissenhaft auszuwählen und zu prüfen. Weitere Informationen: Immo Fischer  
Pressestelle WWF  
Tel.: 030-311 777 427  
immo.fischer@wwf.de  


## Pressekontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

## Firmenkontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

Der WWF will die Umwelt entlasten und er braucht finanzielle Mittel für den Naturschutz. Um diese Ziele zu erreichen, können Unternehmen wichtige Partner sein. Es gibt unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit. Sie reichen von Firmenspenden und Sponsoring-Maßnahmen über Lizenzkooperationen bis hin zu strategischen Kooperationen. Unser Ziel ist es, Gelder von Unternehmen in den Naturschutz umzuleiten. Aus diesem Grund arbeitet der WWF mit kleinen, mittleren und großen Unternehmen zusammen, die die Ziele des WWF unterstützen. Jede Kooperation ist individuell. Zu unseren Grundsätzen gehört es, konstruktiv und lösungsorientiert zu agieren, aber auch ein kritischer Sparringpartner zu sein. Ein wichtiger Baustein der Zusammenarbeit ist stets die Förderung des Umweltbewusstseins bei Kunden, Mitarbeitern und anderen Interessengruppen. Auch die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage bestätigen unser Handeln: Drei Viertel der Bevölkerung befürworten eine finanzielle Unterstützung des WWF durch Unternehmen (76%). Durch strategische Kooperationen mit wichtigen Wirtschaftsträgern nimmt der WWF Einfluss auf die Förderung von ökologisch nachhaltigem wirtschaftlichem Handeln. Wir arbeiten mit Unternehmen zusammen, um sie zu verändern. Die Wirtschaft schätzt den WWF als kompetenten, verlässlichen aber unabhängigen Partner, weil er wichtige Probleme anspricht und innovative Lösungswege aufzeigt. Jahr für Jahr erfreut sich der WWF einer wachsenden Zahl von Unterstützern. Immer mehr Menschen empfinden es als selbstverständlich, wo immer nötig der bedrängten Natur und Umwelt zu helfen. Sie sehen im WWF einen sachverständigen, lösungsorientiert arbeitenden Partner. Insgesamt wurden 54,3 Millionen Euro für Projekte, satzungsgemäße Kampagnen und Aufklärungsarbeit, Fördererbetreuung und -gewinnung sowie allgemeine Verwaltung verwendet. Der Anteil der Ausgaben für die allgemeine Verwaltung lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei fünf Prozent. Insgesamt wurden 2,8 Millionen Euro für die Finanz- und Personalverwaltung, die Büroorganisation sowie die IT-Administration aufgewendet. Hier konnten Einsparungen in Höhe von rund 160.000 Euro realisiert werden. Über 438.000 Menschen ? mehr als je zuvor ? haben zum Ende des Jahres 2011 auf diese Weise ihre Überzeugung zum Ausdruck gebracht und zu rund 60 Prozent der Gesamteinnahmen verholfen, das zeigt der aktuelle Jahresbericht des WWF. Die Jahreseinnahmen bei Spenden und Erbschaften betragen 32,1 Millionen Euro in 2011/12. Dies bedeutet ein Wachstum von drei Prozent gegenüber 2010/11. Im Jahresdurchschnitt des Geschäftsjahres beschäftigte der WWF Deutschland an seinen drei Standorten (Berlin, Frankfurt, Hamburg) und in den vier Projektbüros (Dessau, Stralsund, Mölln und Husum) 186 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 122 Vollzeitkräfte. Im Vergleich zu 2011 (171 Mitarbeiter) entspricht das einem Zuwachs von neun Prozent. Der Anteil der Mitarbeiterinnen beträgt 68 Prozent.