

2011.4

Driemaandelijks magazine
Winter 2011 – december/januari/februari
N° 92 – 23ste jaargang

40 jaar later...



- ✓ **Geweldloosheid**
- ✓ **Creatieve confrontatie**
- ✓ **Onafhankelijkheid**
- ✓ **Gezamenlijke actie**

3-6

.ACTUA

Volg het werk van Greenpeace in de voorbije drie maanden, in België maar ook wereldwijd.

I-VIII

.DOSSIER

40 jaar. 1971-2011

7

.INTERVIEW

“De Rainbow Warrior is een symbool van overwinning”

8-9

.ZOOM

Groene sportkleding ruikt frisser

10-11

.IN ACTIE

Het magazine van Greenpeace is voortaan ook digitaal beschikbaar.



Cris Toala Olivares / Greenpeace

Greenpeace is een internationale organisatie die tot doel heeft om milieubedreigingen aan te klagen en concrete oplossingen aan te dragen voor de bescherming van het milieu en de bevordering van de wereldwijde vrede. Onze waarden zijn geweldloosheid, confrontatie, onafhankelijkheid en de kracht van gezamenlijke actie.

Greenpeace magazine wordt gemaakt voor de sympathisanten van Greenpeace België – **Redactie en vertaling:** Caroline Vetter, Jelle De Mey en Lieve De Meyer – **Concept:** Page in extremis – **Druk:** Massoz - Gedrukt op Cyclus Print, 100% gerecycleerd, niet-chloorgebleekt papier – **Werken mee aan dit nummer:** Arnaud Collignon, Joëlle Herin, An Lambrechts, Elysabeth Loos – **Verantwoordelijke uitgever:** Michel Genet, Haachtsesteenweg 159, 1030 Brussel, tel 02 274.02.00, fax 02 274.02.30, www.greenpeace.be – erkenningsnummer: P501034

Volg ons op



www.facebook.com/greenpeace.belgium

www.twitter.com/greenpeace_be

www.youtube.com/greenpeacebelgium

Steun ons! IBAN BE03 0011 3807 0684 - BIC GEBABEBB

Na 40 jaar is Greenpeace meer dan ooit nodig



Michel Genet

Directeur

Greenpeace België

Wie had ooit vermoed dat het idee van een bende hippies uit Vancouver om met een gammele schuit kernproeven te gaan verhinderen nabij een beschermd eiland ter hoogte van Alaska veertig jaar later zou worden herdacht in de wereldpers?

Of dat de Franse geheime diensten veertien jaar later de eerste Rainbow Warrior met een ontploffing tot zinken zouden brengen in de haven van Auckland?

En dat 'hun' Greenpeace een essentiële rol zou spelen in de bescherming van Antarctica, Steve Jobs zou overtuigen om giftige stoffen uit zijn computers te verwijderen of van kritiek belang zou zijn voor het behoud van het Amazonewoud?

Konden zij zelf zich voorstellen dat hun gekke initiatief de respectabele leeftijd van veertig jaar zou halen? Droomden zij niet dat de mensheid intussen toch wel zou beseffen dat we zorg moeten dragen voor onze aarde die ons voedt?

Daarom is dit een verjaardag met gemengde gevoelens: enerzijds zijn wij wel trots vanwege de impact die we hebben gehad; anderzijds vinden we dat onze boten en vlaggen eigenlijk zouden moeten rusten in een museum over de strijd voor milieubescherming, op een planeet die eindelijk gered is!

Maar zover zijn we dus nog niet. De wereld verwacht van de 'rainbow warriors' dat zij hun acties opvoeren: daarvoor hebben we natuurlijk onze medewerkers en onze vrijwilligers, maar ook jij als sympathisant helpt ons financieel volledig onafhankelijk te blijven en politiek gewicht in de schaal te werpen, zoals met de 100.000 handtekeningen voor de petitie tegen kernenergie. Hartelijk dank daarvoor.

En nu we het toch over de 'Rainbow Warrior' hebben: ons nieuwe schip bood een mooie gelegenheid om te voelen hoezeer jij de waarden steunt waar Greenpeace voor staat: dat geeft ons enorm veel hoop!



Christophe Licoppe / © Photo News

100.000 stemmen voor de kernuitstap

Het is gelukt! Dankzij jou hebben we meer dan 100.000 handtekeningen verzameld¹ voor de kernuitstap. Bedankt voor jouw steun voor hernieuwbare energie.

Met meer dan 100.000 handtekeningen in de hand gingen we op 21 oktober samen met Renewable Man de petitie overhandigen aan formateur Elio Di Rupo. 100.000 handtekeningen, dat was een schot op doel dat Di Rupo niet kon negeren. Daarna lag de bal dus in zijn kamp.

En inderdaad, enkele dagen na de overhandiging van de petitie beslisten de onderhandelaars om het principe van een kernuitstap vanaf 2015 te behouden. Dat is uitstekend nieuws, ook al omdat slechts 8% van de Belgische bevolking openlijk voor kernenergie kiest en meer dan 60% zich ondubbelzinnig uitsprekt tegen kernenergie². Jammer genoeg sluiten de onderhandelaars de mogelijkheid niet uit om de sluiting van sommige reactoren met enkele jaren uit te stellen, en dat zet dan wel weer een domper op ons enthousiasme.

BEDANKT !

Het is volstrekt mogelijk om de drie oudste kernreactoren conform de wet in 2015 te sluiten: er staan voldoende alternatieven klaar om de taak over te nemen. Bovendien beschikken wij in België nog over enorm veel mogelijkheden om energie te besparen.

Het is ook realistisch om de vier overblijvende reactoren tussen 2022 en 2025 buiten dienst te stellen, op voorwaarde dat de beleidsmakers vanaf vandaag de investeringen massaal gaan richten op hernieuwbare energie en energie-efficiëntie.

Op langere termijn blijven wij de Energy [R]evolution promoten: tegen 2050 willen wij alle vervuilende energiebronnen uitschakelen om te komen tot een duurzame energievoorziening, op basis van bijna 100% hernieuwbare energie.

¹ De petitie is een initiatief van Greenpeace en werd nadien gedragen door het platform Stop and Go, dat pleit voor de kernuitstap en voor een duurzaam energiebeleid gebaseerd op hernieuwbare energie en energiebesparing.

² <http://www.ipsos-na.com/download/pr.aspx?id=10838>

Joëlle Herin

Het ware gelaat van VW in beeld

Volkswagen wil een autoproducent zijn die respect heeft voor het leefmilieu. In de praktijk oefent VW druk uit om te vermijden dat er wetten worden goedgekeurd die nodig zijn om de klimaatverandering af te remmen. Op ons verzoek namen cineasten over de hele wereld deel aan onze campagne. Zij maakten tachtig schitterende films om het ware gelaat van VW te tonen, het gezicht dat we niet te zien krijgen in de reclamespotjes.

Bekijk ze allemaal op films.vwdarkside.com



© Francisco Rivotti / Greenpeace

Zal de Sumatraanse tijger weer kunnen glimlachen?



In het Indonesische oerwoud probeert de Sumatraanse tijger te overleven. Deze beschermde diersoort wordt met uitsterven bedreigd, maar dat is van weinig tel voor bedrijven als APP, een Indonesische producent van papierpulp die er niet voor terugdeinst regenwoud te kappen. Dankzij een massale mobilisatie hebben merken als Lego en Mattel beslist om al hun handelsrelaties met deze producent stop te zetten.



In de toekomst zal Barbie zich wikkelen in gerecycleerd papier. Zal Ken haar kunnen vergeven?

© Greenpeace

© Alan Compost

Barbie verpakt in kringlooppapier! Dat is het resultaat van het gezamenlijke werk van verscheidene kantoren van Greenpeace én de druk van honderdduizenden consumenten. Wauw! Maar dat alles is er niet zomaar gekomen... Wetenschappelijke tests in

combinatie met veldonderzoek midden in het bos in Indonesië hadden ons op het juiste pad gezet: vezels afkomstig uit het Indonesische oerwoud waren te vinden in de verpakking van Barbiepoppen en ander speelgoed van bekende merken zoals Lego.

Na die ontdekking namen we contact op met de betreffende merken en kwam er ook een publiekscampagne op gang, die hoofdzakelijk gericht was tegen Mattel, de producent van de wereldberoemde Barbie en Ken. Geschokt door de betrokkenheid van haar bedrijf bij ontbossing, kon Ken niet anders dan het uitmaken met Barbie... Terwijl Greenpeace acties voerde in Los Angeles, waar zich het hoofdkantoor van Mattel bevindt, en in Londen, verspreidde het gerucht zich via internet. Op enkele weken tijd ontving de CEO van Mattel zowat 500.000 e-mails met de vraag om alle banden met APP door te snijden. De Belgen droegen ook hun steentje bij voor de bescherming van het regenwoud in Indonesië: 9.851 e-mails werden van hieruit verstuurd.

Respijt voor de bossen

Enkele maanden later maakte Mattel bekend dat het had beslist om zijn leveranciers te vragen alle aankopen van vezels van verdachte herkomst stop te zetten. Die clausule geldt de facto voor de industriële groep APP. Mattel kondigde meteen ook aan het aandeel gerecycleerde en gecertificeerde vezels in zijn producten te willen verhogen. Oef. Dat geeft ons weer een beetje verademing voor de bossen.

Uit deze knalroze campagne valt er ten minste één zaak te onthouden: de trieste realiteit die we hebben aangeklaagd, kan verbeteren. Indonesië kent de hoogste mate van ontbossing ter wereld. Elk jaar wordt er 1,1 miljoen hectare bos verwoest. Maar dankzij de druk op de ondernemingen kan er verandering komen in deze dramatische situatie.

Er beweegt iets bij Delhaize

Ook in België hebben wij schot in de zaak gebracht. We hebben drie bedrijven van internationaal kaliber rechtstreeks aangesproken. Het filiaal van Delhaize in de Verenigde Staten, Food Lion, heeft aanvaard om niet langer toiletpapier te verkopen dat is geproduceerd door APP. De winkelketen heeft ook aanvaard haar aankoopbeleid te wijzigen, om in de toekomst alle producten uit ontbossing te vermijden.

Hetzelfde geluid horen we nu bij Cartamundi, dat vanuit Turnhout in de provincie Antwerpen de activiteiten stuurt van heel wat speelkaartenfabrieken: APP mag niet meer meespelen. En ook Van Genechten-Biermans, een bedrijf

dat verpakkingen maakt, heeft de boodschap van Greenpeace duidelijk begrepen.

Naast deze grote Belgische bedrijven doen zeker nog ondernemingen als Montblanc of ING een belletje rinkelen. Tot in Australië keren klanten van APP de Indonesische papiergigant de rug toe. Dat kan goed nieuws betekenen voor de ongeveer vierhonderd laatste Sumatraanse tijgers.

“Dankzij de druk op de ondernemingen kan de dramatische situatie in de Indonesische bossen veranderen.”

Op het terrein kunnen de dingen in werkelijkheid alleen maar verbeteren. Zo ziet Golden Agri Resources (GAR), een Indonesisch bedrijf dat palmolie produceert, nu geleidelijk aan internationale

klanten terugkeren, nadat zijn orderboekje was leeggelopen wegens zijn milieuonvriendelijke gedrag. Je herinnert je misschien nog wel onze campagne rond de palmolie van Nestlé, waarmee we deze multinational uit de voedingssector en ook Unilever of Carrefour in beweging wisten te brengen. In plaats van te denken dat wij ons zullen laten ontmoedigen, zou APP beter het voorbeeld van GAR volgen, want we laten ons niet intimideren.

Elysabeth Loos

Wat kan jij doen?

Volg onze blog over de bossen op www.greenpeace.be (rubriek Wat doen we?).



© Elizabeth Ruiz / Greenpeace

Zal de klimaattop van Durban van december 2011 leiden tot een opvolger van het Kyoto-protocol, dat in december 2012 verstrijkt? Zullen er eindelijk ambitieuze en bindende maatregelen worden goedgekeurd om de klimaatproblemen waarop wij afstevenen aan te pakken? Lees er meer over op www.greenpeace.be.



© Philip Reynaers / Greenpeace

Vlaams minister-president Kris Peeters heeft zijn fans ontgoocheld: hij heeft de toverformule niet uitgesproken, namelijk onvoorwaardelijke steun voor een strengere beperking van de CO₂-uitstoot, van - 20 naar - 30%. Meer informatie op www.krispeetersfilm.be



© Greenpeace/Dirven

Een goede duizend onder jullie waren aanwezig op Rock the Ring, ook al was het weer niet van de partij. Samen hebben wij geprotesteerd 'met muziek' tegen de plannen achter de verbreding van de Brusselse ring en voor een duurzame mobiliteit. Bedankt!



Uitgebreide uitleg in de stuurcabine.

© Greenpeace/Beentjes

De Rainbow Warrior III in cijfers

- Bouwjaar: 2011
- Lengte: 58 meter
- Breedte: 11 meter
- Hoogte van de masten: 55 meter
- Maximumsnelheid: 15 knopen

Een dag aan boord van de Rainbow Warrior

Op 4 november vertrekken wij 's ochtends vroeg met met medewerkers van Greenpeace, sympathisanten, vrijwilligers en journalisten naar Amsterdam, voor een bezoek aan de nieuwe Rainbow Warrior.

Na drie uur rijden zien wij de 55 meter hoge masten van de Rainbow Warrior achter een rij appartementsgebouwen opduiken. Wanneer we dan – eindelijk – dichterbij komen, kunnen wij de boot in volle glorie bewonderen. Net als bij zijn voorgangers prijkt op zijn romp het Greenpeace-logo, de bekende regenboog en een vredesduif.

Weldra zal de Rainbow Warrior geen enkel geheim meer voor ons hebben, want we krijgen een geleid bezoek onder leiding van de bemanning. Onze eerste halte is het landingsplatform voor helikopters aan de achterkant van het schip. Onze gids wijst ons op enkele specifieke kenmerken van de boot: "Het is de eerste keer dat Greenpeace zijn eigen boot bouwt. Wij wilden een schip dat zo milieuvriendelijk mogelijk is. En dat is gelukt: de Rainbow Warrior III is een zeilboot die voor 80% op wind vaart. Bovendien hebben wij helemaal geen verf met giftige stoffen gebruikt en is er een systeem voor de biologische behandeling van het afvalwater."

Een nieuwe strijder

Deze boot moest een platform voor acties worden. En ook dat is gelukt, zo kunnen wij duidelijk vaststellen tijdens het vervolg van het bezoek. De conferentiezaal, die plaats biedt aan vijftig mensen, is de ideale plaats voor een bijeenkomst met journalisten. Net daarnaast bevindt zich een kantoor voor de

organisatie van campagnes. De ruimte kan hermetisch worden afgesloten, waardoor coördinatoren van een actie kunnen blijven communiceren met de buitenwereld ook wanneer de boot zou worden gepraaid. In een andere ruimte kunnen wetenschappers meteen al hun analyses uitvoeren... En ten slotte maken kranen voor- en achteraan het mogelijk om heel snel onze opblaasbare rubberboten te water te laten.

Met deze boot, die uniek is in zijn soort, zal het mogelijk zijn om onze acties op zee voort te zetten, om vervuilers aan te klagen en oplossingen voor te stellen. Na enkele uren vertrekken we weer richting Brussel. De reis is lang, maar dat is niets in vergelijking met het geduld dat de Rainbow Warrior en zijn bemanning zullen moeten oefenen om ons een duurzame toekomst te garanderen.

Caroline Veter

Vier sympathisanten getuigen

Géraldine (36 jaar): "De Rainbow Warrior is echt iets mythisch. Ik heb meegedaan met de wedstrijd en ik had al beslist dat ik Merlin zou meenemen als ik zou winnen. We stonden allebei perplex toen we het schip zagen. We hadden niet verwacht dat het zo groot zou zijn." Merlin was vooral onder de indruk van alle knopjes in de controlekamer en was opgetogen dat hij even mocht plaatsnemen op de stoel van de kapitein.

Françoise (70 jaar): "We zagen onszelf al op zee, op deze gloednieuwe Rainbow Warrior, met bovendien zo'n vriendelijke bemanning. Als je deze boot ziet, beseft je dat onze giften het mogelijk maken om iets 'onafhankelijk' te doen, iets wat niet is aangetast door het winstdenken." Jacqueline (54 jaar) voegt daaraan toe: "De Rainbow Warrior zien is als even een droom aanraken, vooral voor mij, want ik heb nog nooit een voet op een boot gezet. Dit overtreft alle verwachtingen!"

Op de brug van de Rainbow Warrior. Vooraan Géraldine en rechts haar zoon Merlin.



© Greenpeace/Beentjes



Joel en Mike, bij de plechtige overhandiging van de Rainbow Warrior II.

“De Rainbow Warrior is een symbool van overwinning”



Joel Stewart (op de linkse foto) en Mike Finken (rechtse foto) zijn kapitein op de boten van Greenpeace. Dat is geen rustig leventje, maar dat vinden zij niet erg.

Joel, je bent de kapitein van de nieuwe Rainbow Warrior. Wat betekent dat voor jou?

Het is een eer, maar ook een grote verantwoordelijkheid. Het is een nieuw schip, je moet de nieuwe systemen leren gebruiken en de risico's inschatten. Ik was erg opgewonden toen ik de boot eindelijk van wal zag gaan. En ik vind het ontroerend dat hij wordt aangedreven door de wind. Je voelt echt de wind in de zeilen.

Wat zal jouw eerste expeditie zijn?

Wij organiseren eerst een rondreis door Europa om de vele sympathisanten te bedanken die het schip hebben gefinancierd. Wij zijn hen bijzonder dankbaar. We zijn nu aangekomen in Hamburg. Van daaruit zetten wij koers naar Nederland en vervolgens naar Londen, Stockholm, Marseille, Genua, Barcelona, Las Palmas en New York. In de Verenigde Staten zal onze boot ondersteuning bieden bij de campagne tegen steenkool en olie. De VS zijn namelijk een van de landen met de grootste CO₂-uitstoot. De Rainbow Warrior zal daarna doorreizen naar Mexico om er zich te verzetten tegen olieboringen in de diepzee, en vervolgens naar het Amazonegebied om er mee een eind te helpen maken aan de ontbossing.

Hoe lang werk je al als kapitein voor Greenpeace?

Sinds 1989. Ik ben begonnen als kapitein van de Rainbow Warrior II. Sindsdien heb ik op de meeste schepen van Greenpeace gewerkt, waaronder de Arctic Sunrise en de Esperanza.

Wat is jouw meest bijzondere ervaring?

Het feit dat ik overal ter wereld mensen ontmoet die zich zorgen maken over het milieu en dat ik met hen kan samenwerken. Hun engagement, hun enthousiasme en hun wil om positieve veranderingen te bereiken, vormen voor mij echt een bron van inspiratie.

Waarom heb je gekozen voor een leven als kapitein bij Greenpeace?

Simpel: ik wilde iets positiefs doen voor het milieu en mijn steentje bijdragen aan een betere wereld.

Is het niet moeilijk dat je telkens voor een lange periode de zee op moet?

Meestal vertrekken wij voor een opdracht van drie maanden. Het valt mee omdat ik mijn werk zo graag doe, maar soms is het inderdaad wel wat lang.

Mike, wat was jouw laatste opdracht?

Ik heb de eer gehad om de laatste kapitein te zijn van de Rainbow Warrior II. Ik was aan boord tot de allerlaatste actie, tegen kernenergie in Zuid-Korea. Ik ben erg gehecht aan deze boot. Daarom was ik erg opgelucht toen ik hoorde dat hij nog dienst zal doen als drijvend hospitaal voor een ngo uit Bangladesh.

Hoe is de plechtige overhandiging van de Rainbow Warrior verlopen?

Dat was een aangrijpend moment, vooral toen wij de regenboog aan de voorkant van de boot moesten verwijderen. Tijdens de plechtigheid hebben wij ook de drie symbolen van de Rainbow Warrior weggehaald: Dave, de houten dolfin, de klok en het roer die allebei nog van de Rainbow Warrior I kwamen. Maar als er een einde aan iets komt, begint er elders al iets nieuws.

Waar ben je met de schepen van Greenpeace overal geweest?

Ik heb in de Zuidelijke IJszee gevaren, om er de Antarctische diepzeehaak te beschermen, en in de Noordelijke IJszee om er de aanwezigheid van oliemaatschappijen aan te klagen. Ik heb geprotesteerd tegen de walvisjacht in IJsland en tegen steenkool in Europa... Ik ben getuige geweest van milieumisdrijven, maar ik heb ook beseft hoe fantastisch deze planeet toch is.

Vind je het niet moeilijk om zo lang op zee te zijn?

Mijn leven speelt zich af in twee delen: steeds drie maanden op zee en dan drie maanden thuis. Het valt mij zwaar om mijn verloofde vaarwel te zeggen, maar achteraf voel ik me zo supergoed als ik weer naar huis terugkeer. Het is hard, maar de zee is gewoon een deel van mijn bestaan.

Wat vind je van de Rainbow Warrior III?

Ik heb het schip voor het eerst gezien toen het in Bremen te water werd gelaten. De zon stond toen aan een helderblauwe hemel, waardoor de 55 meter hoge masten nog sterker uitkwamen. Ik had de indruk dat ik voor een kathedraal stond. De Rainbow Warrior is een symbool van overwinning en ik denk dat deze boot zal dienen als een nieuwe bron van inspiratie, overal ter wereld.

Opgetekend door Caroline Veter



Groene sportkleding ruikt frisser

Deze zomer hing Greenpeace de vuile was buiten van enkele grote sport- en kledingmerken. Het is geen geheim dat de meeste textielproductie vandaag in China gebeurt, maar minder bekend zijn de giftige stoffen die hun fabrieken in de rivieren lozen. Al vrij snel beloofden verschillende multinationals tegen 2020 het roer volledig om te gooien. Wat een instant overwinning lijkt, is eigenlijk een minutieus voorbereide campagne waar jaren onderzoek aan vooraf ging.



Wie op de site van Greenpeace België de zoekterm “detox” ingeeft, krijgt een reeks hoopgevende titels te zien. Eerst “Puma neemt voorsprong op Adidas en Nike”, dan “Nike snelt Puma achterna”, “Ook Adidas detoxt” en als kers op de taart “H&M zet trend in gifvrije mode”. Het zijn recente berichten van overwinningen in een internationale campagne die Greenpeace deze zomer aftrapte. Toegegeven, de buit is nog niet binnen. Maar deze multinationals hebben wel officieel aangekondigd dat er bij de productie van hun kleding geen giftige stoffen meer zullen geloosd worden in Chinese rivieren.

Striptease

De waarheid kwam in twee fasen aan het licht. Eerst bracht Greenpeace de studie *Dirty Laundry*¹ naar buiten, over de verantwoordelijkheid van grote kledingmerken zoals Puma, Adidas en Nike bij de dumping van schadelijke stoffen in waterlopen in China. Zeven weken later verscheen als vervolg daarop een tweede rapport² over het gebruik van nonylfenolethoxylaate (NPE), dat in water afbreekt tot een giftige en

hormoonverstorende stof. In kleren van veertien internationaal bekende merken, naast de bovengenoemde namen ook Lacoste, Calvin Klein en Kappa werd NPE teruggevonden.

Hoe wetenschappelijk onderbouwd rapporten ook zijn, als niemand ze leest halen ze weinig uit. Om er de aandacht op te vestigen, voerde Greenpeace meteen na de publicatie het aantal acties wereldwijd op. In het weekend van 23 juli gingen groepen dansers – in totaal 600 van onze sympathisanten – simultaan uit de kleren voor winkels van Adidas en Nike in 29 steden wereldwijd waaronder Amsterdam en Bangkok. Meer dan 50.000 mensen hebben de petitie getekend waarin Nike en Adidas worden opgeroepen om schadelijke chemicaliën uit hun productielijn te halen. Duizenden anderen hebben de informatie verspreid via sociale media. Het nieuws werd ook opgepikt door de internationale media, van de VS en Brazilië via China tot Groot-Brittannië.

Vervuilde vis

Martin Besieux, Belg en expert bij Greenpeace International, heeft een

sleutelrol gespeeld voor de ommekeer in de textielsector. “Ik werk al 25 jaar voor de campagne Giftige Stoffen van Greenpeace. Het begon me te dagen dat er wel vooruitgang werd geboekt in het Noorden, maar nog niet in het Zuiden. Een bezoek aan het kantoor van Greenpeace in China heeft me de ogen geopend. Samen hebben we besloten om van deze campagne een prioriteit te maken. De idee hierachter is: als we in China de zaken in beweging krijgen, zullen andere landen in het Zuiden volgen. Daarbij hebben we de textielsector gekozen als doelwit”, legt hij uit.

Besieux blikt terug op een campagne waar heel veel voorbereiding aan voorafging. “Twee jaar en half hebben we terreinwerk verricht. Je moet weten dat er in China ongeveer 50.000 textielfabrieken actief zijn. Ze lozen het merendeel van hun afvalwater in de Jangtsekiang (Blauwe Rivier) en de Parelrivier. In vier dorpen aan de oevers van de Jangtsekiang hebben we vis gekocht die we lieten onderzoeken op de aanwezigheid van bepaalde hormoonverstorende chemicaliën. Deze



“We hebben Nike, Puma en Adidas voor hun verantwoordelijkheid geplaatst: zij kunnen van hun leveranciers eisen dat die gifvrij produceren.”

Martin Besieux, verantwoordelijke van de campagne Giftige Stoffen.



Actievoerders in Bangkok strippen om "groene" kleding te eisen.

© Athit Perawongmetha / Greenpeace



Actie voor de Europese hoofdzetel van Nike, in Nederland.

© Greenpeace / Gerard Til

stoffen zijn verboden in Europa, maar de Chinese overheid knijpt een oogje dicht. De resultaten bleken positief. Natuurlijk eten duizenden mensen in China deze vissen. Onze studie deed dan ook heel wat stof opwaaien in de media”

“Vervolgens hebben we het afvalwater uit de afvoerbuizen van enkele fabrieken langs de Jangtsekiang en de Parelrivier laten analyseren: dezelfde chemische stoffen werden teruggevonden. Het zijn fabrieken die draad, stof of kleding leveren aan multinationals als Nike, Puma en Adidas. Deze laatste hebben we voor hun verantwoordelijkheid geplaatst: ze moeten van hun leveranciers eisen producten eisen zonder giftige stoffen en zware milieu-impact”, vertelt hij.

Chinese consument

Nike, Puma en Adidas voelden zich eerst niet geroepen om te reageren, aldus Besieux. “Maar de acties die we voerden in China en twintig andere landen veroorzaakten heel wat deining. Tegelijk publiceerden we de resultaten van onze analyses in het laboratorium op kledingstukken van vijftien verschillende

merken. Daar kwam ook heel wat reactie op.”

“Voor Nike, Puma en Adidas was het ondenkbaar dat ze het vertrouwen van de Chinese consument zouden verliezen. Na lange onderhandelingen hebben ze uiteindelijk beloofd om zich op termijn uitsluitend nog te bevoorraden bij ondernemingen die proper produceren. Vandaag is het wachten op hun actieplan om in detail te weten welke maatregelen ze zullen nemen om deze doelstelling te halen. Ook niet onbelangrijk: wat ze van hun Chinese leveranciers verlangen, eisen ze ook van hun leveranciers in Thailand, Cambodja, Argentinië, India, enzovoort. Een grote stap vooruit, met andere woorden”, besluit Besieux.

Ook H&M

Na de drie grote sportmerken ging ten slotte ook H&M overstag, de tweede grootste modeketen in de wereld. Zijn beslissing volgde op 20 september, nadat actievoerders in twaalf landen bleven aandringen op een gifvrije toekomst. Ze hingen stickers met het opschrift “Detox our future!” op het uitstalraam van H&M-

winkels. Online gebruikten activisten Twitter en Facebook om de keten tot actie aan te manen. Met het nieuwe modeseizoen voor de deur gaf H&M met zijn beslissing ook een signaal aan andere merken dat giftige stoffen gebruiken om kleding te maken niet langer en vogue is.

Miljoenen mensen zijn voor hun drinkwater afhankelijk van de rivieren waarin kledingfabrikanten hun gifstoffen dumpen. Het water wordt ook gebruikt voor de irrigatie van landbouwgronden. De honderdduizenden mensen die rond de fabrieken leven, hebben daarom het recht om te weten wat er wordt geloosd in hun water. We mogen niet toestaan dat de productie van onze schoenen en trainingsjasjes de gezondheid van mensen in China in gevaar brengt.

Jelle De Mey

- 1 *Dirty Laundry*, Greenpeace International, juli 2011. Beschikbaar op www.greenpeace.be (rubriek Publicaties).
- 2 *Dirty Laundry II*, Greenpeace International, augustus 2011. Beschikbaar op www.greenpeace.be (rubriek Publicaties).



Word ambassadeur van Greenpeace

Heb je een passie voor ecologie en ben je sociaal, overtuigend en flexibel? Wil jij helpen om onze sympathisantengroep uit te breiden en zo een steentje bijdragen aan verandering? Dan ben jij de ambassadeur die we zoeken!

Het jaar rond verspreiden onze teams zich over het land om mensen kennis te laten maken met onze campagnes en hen te overtuigen Greenpeace te steunen. Natuurlijk sturen we je niet

meteen de straat op. Je krijgt een opleiding van twee dagen, waarna Greenpeace geen geheimen meer heeft voor jou.

Geïnteresseerd?

Surf naar www.greenpeace.be (rubriek Wie zijn we, vacatures) om alle details over de functie te kennen en je kandidaat te stellen. Vanaf 2012 werven we nieuwe ambassadeurs aan. We kijken uit naar jouw reactie...

Beter communiceren om jou beter van dienst te zijn



Jullie waren met meer dan duizend om onze enquête bij het vorige magazine in te vullen. Dankzij jouw steun en de antwoorden die je gegeven hebt, kunnen we onze manier van communiceren verbeteren om nog beter aan je verwachtingen te voldoen.

Via deze enquête waren jullie ook met velen om kans te maken op een bezoek aan de nieuwe Rainbow Warrior in Amsterdam. Op de vraag waarom jullie graag het nieuwe Greenpeace-schip willen bezoeken, werd vaak erg ontroerend gereageerd. Michel Genet, onze directeur, was één van de mensen die de gelukkigen selecteerden. "Het waren zeer motiverende antwoorden. Ik heb jullie enthousiasme gelezen, jullie band met de Rainbow Warrior als symbool gevoeld, en gelachen met jullie gevoel voor humor. Dat geeft ons de kracht en energie om feller te strijden voor de bescherming van onze planeet."

Gefeliciteerd aan de 10 winnaars. Lees onze reportage over het bezoek aan de Rainbow Warrior op p. 6.

Voor al je vragen, aarzel niet om contact op te nemen met de donateursdienst van maandag tot vrijdag, 9u30 tot 12u30 en 13u00 tot 17u00 op het nummer **02 274 02 41**.



© Greenpeace

Greenpeace Magazine gaat digitaal

Op algemeen verzoek is het magazine van Greenpeace voortaan ook beschikbaar in digitale vorm. Dat wil zeggen dat je ervoor kan kiezen om het magazine online te lezen, op een computerscherm maar ook op iPad, smartphone of andere dragers.

De online versie verschijnt ook viermaal per jaar, vlak na het versturen van het papieren magazine. De inhoud van beide versies is grote mate dezelfde, al kunnen we in de digitale versie wel beter inspelen op de actualiteit. Deze laatste heeft ook een veel ruimer aanbod aan foto's, en je kan er rechtstreeks filmpjes van onze acties bekijken.

Klinkt goed? Ontdek ons eerste nummer van het digitale magazine op www.greenpeace.be/onlinemagan



Laat uw kinderen een behouden planeet na

De milieu-uitdagingen voor de toekomst zijn immens. Om die uitdagingen aan te pakken, hebben wij aanzienlijke en langdurige financiële steun nodig. Indien u iets wilt doen en op duurzame wijze wilt getuigen van uw engagement voor het behoud van ons leefmilieu, **steun Greenpeace dan met een testament of een schenking.**

Door ons aan te duiden als begunstigde, biedt u ons de nodige middelen om onze opdracht ook op lange termijn uit te voeren. Concreet zal uw gebaar helpen om de toekomstige generaties een leefomgeving van een betere kwaliteit na te laten.



“Ik sta klaar om in alle vertrouwen uw vragen te beantwoorden.”

Frederic Diependaele

Meer weten?

Neem rechtstreeks contact op met Frederic Diependaele, verantwoordelijke testamenten en schenkingen.

Tel.: 02.274.19.33

E-mail: frederic.diependaele@greenpeace.org

U kunt ook de onderstaande antwoordbon invullen.

U ontvangt dan gratis, vertrouwelijk en zonder enige verbintenis van uw kant onze brochure **Testamenten en schenkingen**.

ANTWOORDBON

☐ Ik wil graag de brochure 'Testamenten en schenkingen' ontvangen.

Naam:

Voornaam:

Straat:

Nr.: Bus:

Postnummer:

Gemeente:

Tel.:

Geboortedatum:

Terugsturen aan:

Greenpeace, t.a.v. Frederic Diependaele,
Haachtsesteenweg 159, 1030 Brussel



© Greenpeace

© Greenpeace / Isolde Woudstra

Bedankt!

Adidas, Nike, Puma en H&M beloven giftige stoffen uit te bannen bij de productie van hun kleding (zie p. 8). Overwinningen als deze hebben we volledig aan jou te danken.

dossier



© Greenpeace / Robert Keziere

GREENPEACE

40 jaar 1971 – 2011



2011.4
Winter 2011

© Oliver Tjaden / Greenpeace

De gezichten van Greenpeace

Greenpeace staat voor mensen van alle leeftijden en beroepen die werken aan hetzelfde doel: een gezonder en beter leefmilieu. Naar aanleiding van onze veertigste verjaardag, laten wij hen aan het woord.



Isabelle Bollaert, 31 jaar

Actievoerster, België

"Mensen strijden voor de toekomst van hun kinderen"

"Toen ik nog klein was, besepte ik al welke impact onze manier van leven heeft op het milieu. Als 21-jarige heb ik aangeboden om deel te nemen aan de acties van Greenpeace. Ik was heel enthousiast. De daaropvolgende jaren waren de meest intense van mijn leven. Drie jaar lang werkte ik als matroos voor Greenpeace.

Ik heb met mijn eigen ogen de gevolgen kunnen zien van de ontbossing en de overbevissing. Gelukkig waren er niet alleen negatieve zaken. Overal ter wereld strijden de plaatselijke bewoners om de toekomst van hun kinderen veilig te stellen. Greenpeace biedt hoop en steun aan die lokale initiatieven. Nu heb ik zelf een kind en het tweede is op komst, dus een leven op zee is momenteel niet meer mogelijk. Maar ik blijf strijdbaar: met een groep moeders proberen wij andere gezinnen te overtuigen om te kiezen voor een ecologische levensstijl. Het is te hopen dat onze kinderen die principes zullen doorgeven aan de volgende generaties."

Caroline Donatti

Adjunct-directeur van de Amazonecampagne, Brazilië

"Wij werken in team"

"Ik heb enorm veel bewondering voor het vermogen van Greenpeace om snel mensen op de been te brengen - als dat dringend nodig is. Met name via die grootschalige mobilisatie proberen wij de regeringen en de bedrijven te dwingen om zich beter te gedragen op sociaal en ecologisch vlak. De voorbije vijf jaar ben ik een jaar bezig geweest om de online strategie van de organisatie uit te werken. In die tijd is het voor mij duidelijk geworden dat de Brazilianen bereid zijn om meer te doen om tot positieve veranderingen te komen. Het geeft mij bijzonder veel voldoening dat ik deel uitmaak van deze beweging. Ik werk ook heel graag in team. En dat is precies wat we doen bij Greenpeace."



© Rodrigo Baleia / Greenpeace



Paul Johnston, 55 jaar

Hoofd van wetenschappelijke afdeling van Greenpeace, Verenigd Koninkrijk

"Onze campagnes berusten op wetenschappelijke argumenten"

"Het eerste wat ik mij herinner van Greenpeace, is de aanslag tegen de Rainbow Warrior. Ik kende Greenpeace al, maar dat was een beslissend moment voor mij. Ik wilde iets concreets doen om de organisatie te helpen. Twee jaar later hoorde ik dat Greenpeace op zoek was naar een wetenschapper om

deel te nemen aan een sensibiliseringsronde over giftige stoffen in het Verenigd Koninkrijk. Ik kreeg die baan! Vandaag heb ik het geluk dat ik de wetenschappelijke afdeling van Greenpeace mag leiden, die gevestigd is binnen de universiteit van Exeter, in een van de mooiste delen van Engeland. Wij werken hier met zeven personen op voltijdse basis, maar we krijgen ook ondersteuning van allerlei andere wetenschappers. De evolutie van de afdeling toont hoe belangrijk het is dat al onze campagnes berusten op stevige en onweerlegbare argumenten."



© Marco Okhuizen / Greenpeace

Kumi Naidoo, 46 jaar

Directeur van Greenpeace International, Nederland

"Nauw samenwerken met zo veel mogelijk mensen"

"De voorbije veertig jaar is de Rainbow Warrior tot zinken gebracht, zijn actievoerders gearresteerd en zijn wij voor het gerecht gedaagd. Maar we bestaan nog altijd en we zijn nu zelfs aanwezig in India, China en Brazilië. Wat mij opvalt sinds ik bij Greenpeace ben, is dat ze naar ons luisteren. Grote bedrijven spreken ons aan, ongetwijfeld ook omdat ze hopen dat ze zo niet het doelwit van onze acties zullen worden. Wij hebben al heel veel veldslagen gewonnen tegen bedrijven als H&M en Mattel. Maar toch verdwijnt er nog alle twee seconden een stuk bos zo groot als een voetbalveld en is het vijf voor twaalf voor het klimaat. Om het tij te keren, moeten we nauw samenwerken met zo veel mogelijk groepen en individuele personen. En we moeten druk uitoefenen zodat er meer wordt geïnvesteerd in milieuvriendelijke technologieën."

Sven Teske, 44 jaar

Hoofd van de afdeling Hernieuwbare Energie, Greenpeace International, Duitsland
"De acties maken Greenpeace zo bijzonder."

"Ik was 19 jaar toen de kernreactor in Tsjernobyl ontplofte. De ramp van Tsjernobyl heeft mij ertoe aangezet om ingenieur te worden, om alternatieven te ontwikkelen voor kernenergie. Een week na het ongeluk werd ik vrijwilliger bij een lokale Greenpeace-groep. Sindsdien ben ik mij blijven inzetten voor de organisatie. Wat Greenpeace zo speciaal maakt, zijn de acties. Wij combineren die met degelijk wetenschappelijk werk en een brede mobilisatie van de publieke opinie. Bovendien werken wij met een internationaal team dat bestaat uit mensen die niet altijd dezelfde mening hebben, maar wel dezelfde visie delen. Ook dat is echt uniek."



Jan Vande Putte, 46 jaar

Verantwoordelijke voor de nucleaire campagne van Greenpeace International, België

"Onafhankelijkheid is een kernwaarde van Greenpeace"

"Ik werk sinds 1994 voor Greenpeace. Vandaag maak ik deel uit van een internationaal team dat ijvert voor een hernieuwbare energietoekomst. Die overstap zou talrijke arbeidsplaatsen scheppen en meer dan twee miljard mensen die vandaag geen elektriciteit hebben, van stroom voorzien. Er bestaan wel degelijk duurzame technologieën. Sinds de ramp van Fukushima breng ik een groot deel van mijn tijd in Japan door. Wij meten de radioactiviteit rond de centrale. Met die bewijzen in de hand tonen wij de politici dan dat het dringend nodig is om af te stappen van kernenergie. Een van de essentiële kenmerken van Greenpeace is dat wij onafhankelijk zijn van de politiek en de industrie. Die onafhankelijkheid maakt het mogelijk om op internationale schaal onze prioriteiten vast te leggen en vervolgens na te denken over de beste manier om de milieuproblemen aan te pakken. Dat zou gewoon onmogelijk zijn zonder de miljoenen mensen die ons steunen."



Patricia Lerner

Beleidsadviseur, Greenpeace International, Nederland

"Veranderingen realiseren in het milieubeleid"

"Wat mij bevalt bij Greenpeace is de mix van personen die voor hun mening durven uitkomen, die niet geloven in compromissen als het gaat om de toekomst van de planeet, haar bewoners en haar biodiversiteit. Ik persoonlijk probeer vooral veranderingen



te bereiken in het milieubeleid. Vooral het klimaatbeleid ligt mij bijzonder na aan het hart. Ik denk bijvoorbeeld aan de meest kwetsbare staten in de Caraïben, waar de stijging van de zeespiegel vandaag al het bestaan van de mensen in de regio bedreigt. Door mijn functie heb ik enorm veel contact met politici. Ik probeer hun positie te doorgronden en te zien of zij open staan voor eventuele veranderingen. Ik hoop dat de onderhandelingen over een nieuw klimaatakkoord de komende drie jaar kunnen worden afgerond zodat er eindelijk werk wordt gemaakt van een koolstofarme economie."

Eddie Cauters, 54 jaar

IT-manager bij Greenpeace, België

"Ik ben één van de pioniers van Greenpeace België."

"In 1984 deed ik vol enthousiasme mee aan de allereerste Greenpeace-actie van het Belgisch kantoor, tegen de zure regen. Ik ben trouwens één van de pioniers van Greenpeace België! Toen ik later voltijds begon voor Greenpeace België te werken, hield ik mij hoofdzakelijk bezig met fondsenwerving. Ik vind het vooral



goed dat Greenpeace, als een van de weinige milieuorganisaties, actief is op wereldschaal. Wij zetten ons in voor wereldwijde problemen, zoals de klimaatverandering. Wij houden ook steeds meer rekening met de Noord-Zuiddimensie en wij zijn aanwezig in landen in het zuiden van de planeet, waar wij verscheidene kantoren hebben geopend."



© Athit Perawongmetha / Greenpeace

40 jaar later blijven onze waarden dezelfde

Greenpeace is vandaag Patricia, Jan, Sven en anderen. Zonder natuurlijk de miljoenen sympathisanten en donateurs te vergeten, die samen schot in de zaak brengen. Bij zijn oprichting was Greenpeace een groepje van twaalf personen. De organisatie is gegroeid, maar haar waarden zijn dezelfde gebleven.

In 1971 had je onder meer Marie, Jim, Dorothy, Ben en Bob. Ze waren allemaal gekant tegen Amerikaanse kernproeven op het eilandje Amchitka, voor de kust van Alaska. Samen wilden ze een boot charteren om "getuige" te zijn van wat er zich afspeelt op die afgelegen plaats. Het idee sloeg aan. Ze organiseerden een concert in Vancouver om het nodige geld in te zamelen voor de reis. Joni Mitchell en James Taylor stonden op het podium, voor een publiek van 16.000 mensen. Op één avond hadden ze de nodige fondsen bijeen gekregen. Volledig onafhankelijk...

Niet veel later waren ze met twaalf aan boord van een oude sleepboot, de Phyllis Cormack. Zo is alles begonnen. Het gezelschap is nooit tot in de zone

van de kernproeven geraakt, maar heeft wel de manier van actievoeren grondig veranderd.

De pers smulde van het verhaal van dit groepje militanten dat bereid was kernproeven fysiek tegen te houden. De druk vanuit de publieke opinie maakte in 1972 een einde aan de Amerikaanse nucleaire tests hier. Het eiland Amchitka werd een vogelreservaat.

Uit deze reis ontstond de internationale milieuorganisatie zoals we die vandaag kennen.

Mind Bombs

Het voorstel van Marie, activiste van het eerste uur, om ter plaatse te gaan en verslag uit te brengen ("bearing witness") van milieuproblemen maakt sindsdien integraal deel uit van het werk van Greenpeace. Net als de "Mind Bombs", een idee van Bob: beelden en ideeën die zo krachtig zijn dat ze de zaken in beweging kunnen brengen. Beelden van vreedzame actievoerders die zehonden redden, zich tussen de walvissen en harpoenen werpen of varen naar nucleaire testzones hebben een ware mobilisatiegolf voor het milieu op gang gebracht.

Vanaf het prille begin kreeg Greenpeace uitsluitend geld van particulieren. Vandaag zijn het de giften van onze 2,8 miljoen sympathisanten over de hele wereld die ons in staat stellen om volledig onafhankelijk in actie te komen. Net als 40 jaar geleden aanvaardt Greenpeace geen financiële steun van overheden of bedrijven.

Globale actie

Onze waarden zijn de rode draad doorheen ons werk, ongeacht de campagne waarvoor we werken of het land waar we actief zijn. Greenpeace is sterk ontwikkeld in de voorbije veertig jaar: vandaag zijn we aanwezig in 40 landen in alle continenten, met een internationale zetel in Amsterdam. En we werken rond ingewikkelde thema's als de klimaatverandering, de bescherming van oceanen en bossen, de opkomst van duurzame landbouw en hernieuwbare energiebronnen, de uitstap uit kernenergie en giftige stoffen enzovoort.

Al deze milieuproblemen die geen grenzen kennen, hebben globale oplossingen nodig: het volstaat niet langer om onderzoek te voeren op het terrein om de schuldigen aan te wijzen. Het volstaat ook niet langer om te getuigen van een milieuvervuiling.



© Greenpeace / Nicolas Fojtu



© Greenpeace/Dieter Telemans

“Er zijn beleidsmakers nodig met visie die moedige beslissingen durven nemen. Daarnaast zijn er vastberaden burgers nodig die de leiders uit de politiek en het bedrijfsleven voor hun verantwoordelijkheid plaatsen.”

Kumi Naidoo, directeur Greenpeace International

Meer dan ooit is het essentieel om ook oplossingen aan te dragen op wereldschaal: ja, het is nog mogelijk om de opwarming van de aarde af te remmen, op voorwaarde dat we volledig gaan voor hernieuwbare energiebronnen en energie-efficiëntie. Ja, we kunnen een eind maken aan de overbevolking op voorwaarde dat de vlistechnieken worden herzien...

Druk van sympathisanten

De problemen die we het hoofd willen bieden zijn enorm en vereisen een globale aanpak. Met kantoren over de hele wereld kunnen we informatie verzamelen aan een kant van de wereld en de situatie aanklagen aan de andere kant van de wereld. Dat werk doen we niet alleen. We hebben het “mandaat” van 11,6 miljoen online sympathisanten en de giften van 2,8 miljoen donateurs. Sympathisanten en donateurs geven ons niet zo maar een blanco cheque voor onze campagnes. We treden in dialoog met hen zo vaak we kunnen, en stellen hen voor om hun deel van het werk te doen. Die tactiek heeft al verschillende keren vruchten afgeworpen. Recent kreeg de directeur van Mattel 500.000 e-mails waarin hem werd gevraagd niet langer medeplichtig te zijn aan de

ontbossing in Indonesië. De druk van consumenten vormt een ongelooflijke hefboom voor het werk op het terrein. Zo wordt ook een brug gebouwd tussen onze sympathisanten en de

vrijwilligers die aan geweldloze acties deelnemen. Alles hierbij draait rond creatieve confrontatie, een van onze fundamentele waarden.

Onze waarden

Geweldloosheid

Ook al kunnen ze soms provocerend overkomen, onze acties zijn nooit gewelddadig. Geweldloosheid is altijd de kern van ons werk.

Creatieve confrontatie

Het is onze missie om de confrontatie aan te gaan met wie het milieu schade berokkent. Doorheen zijn geschiedenis heeft Greenpeace dat op een creatieve manier proberen doen. We maken van alle denkbare communicatiekanalen gebruik, vaak op innovatieve manier.

Onafhankelijkheid

Greenpeace wordt gesteund door individuele personen. Wij blijven volledig onafhankelijk door elke financiering van politieke partijen, regeringen of industriële groepen te weigeren.

De kracht van gezamenlijke actie

Voor onze acties krijgen we de steun van miljoenen sympathisanten. Samen vormen we een “kritische massa” die zijn nut al bewezen heeft, vooral om industriële praktijken in de goede richting te duwen.

Er valt geen tijd meer te verliezen

40 jaar na onze oprichting duurt onze reis voor een duurzaam leefmilieu voort: No more time to waste, er valt geen tijd meer te verliezen. Wat niet betekent dat we niet mogen terugblikken op enkele historische overwinningen die de planeet in het verleden een beetje meer ademruimte hebben gegeven.

1974 Frankrijk maakt een einde aan kernproeven in het zuiden van de Stille Oceaan.

In 1974 hoort de Canadees David McTaggart over de plannen van Frankrijk om een groot gebied in de Stille Oceaan bij Moruroa te gebruiken voor bovengrondse kernproeven. Samen met actievoerders van Greenpeace zet hij koers naar het koraaleiland. Zijn aanwezigheid in de verboden zone verplicht de Franse regering om de proeven uit te stellen.

Het jaar daarop vertrekt McTaggart opnieuw naar Moruroa waar een nieuwe reeks proeven aangekondigd wordt. Zeven personen enteren zijn schip en vallen David McTaggart en de bemanning aan. De foto's van de aanval halen de pers, wat leidde tot international protest tegen de Franse kernproeven. Als gevolg hiervan zet Frankrijk in 1974 de kernproeven in de Stille Oceaan stop.

En sindsdien? Greenpeace ging ook na 1974 door met deze campagne, want Frankrijk had dan

wel zijn openluchtproeven gestaakt, maar bleef ondergronds kernproeven uitvoeren. Toen de Rainbow Warrior I in 1985 op het punt stond zijn anker te lichten om naar Moruroa te varen, heeft de Franse geheime dienst de boot tot zinken gebracht. De fotograaf van Greenpeace kwam bij de explosie om het leven. De Rainbow Warrior II keerde in 1995 terug naar Moruroa. De druk op Frankrijk werd zo groot dat het land in 1996 zijn handtekening zette onder een totaalverbod op kernproeven.

1982 Verbod op de commerciële walvisjacht

Greenpeace start kort na zijn oprichting de campagne tegen de walvisjacht. Sinds 1973 gaan onze schepen de confrontatie met walvisjagers aan op volle zee: moedige activisten in zodiacs plaatsen zichzelf letterlijk tussen de dieren en de harpoenen. De beelden gaan de wereld rond en schokken een groot deel van de publieke opinie, die voor het eerst de praktijken van de commerciële walvisvaart te zien krijgt. Terwijl vrijwilligers de acties op zee verderzetten, worden er aan land

petities verzameld. Greenpeace houdt de druk op de zaak tot de Internationale Walvisvaartcommissie in 1982 een moratorium op de commerciële walvisvangst instelt. Deze overwinning is het resultaat van meer dan tien jaar campagne voeren.

En sindsdien? Vandaag voert Greenpeace nog steeds actie omdat drie landen, Japan, Noorwegen en IJsland het bestaande moratorium met de voeten treden.

1991 De Zuidpool wordt beschermd natuurgebied.

Aan het begin van de jaren 1980, wordt het gevaar van uitbuiting van de Zuidpool voor commerciële belangen tastbaar. Er is steeds meer bewijs van de aanwezigheid van olie en mineralen onder de rotsen en het ijs. Verschillende bedrijven en overheden hebben hun zinnen gezet op de natuurlijke rijkdommen in de regio.

Op het eerste gezicht lijkt het onhaalbaar om de plannen van overheden tegen te houden. Deze campagne is nochtans een voorbeeld geworden van wat je

kan bereiken met een combinatie van vier ingrediënten: gedurfde acties, wetenschappelijk onderzoek, politieke lobby en doorzettingsvermogen.

In 1987 vestigt Greenpeace een permanente basis op Antarctica. Ze zal vijf jaar operationeel zijn. Het doel: een onderzoeksprogramma op poten zetten om de gevolgen van menselijke activiteit op het ecosysteem in kaart te brengen om meer gewicht in de schaal te kunnen werpen bij de onderhandelingen over de toekomst van het gebied. De professionaliteit van Greenpeace valt op en er wordt geluisterd naar de stem van de organisatie. Tegelijkertijd zetten kantoren van Greenpeace wereldwijd druk op regeringen om zich uit te spreken voor de bescherming van de Zuidpool. Dat gebeurt in 1991, wanneer Antarctica officieel wordt erkend als beschermd natuurgebied gewijd aan de vrede en de wetenschap. Alle ontginningsactiviteiten worden verboden voor een periode van 50 jaar.

En sindsdien? Greenpeace is vandaag actief in het noordpoolgebied

om de plundering van deze regio tegen te houden. Het gebied is erg gegeerd door oliemaatschappijen.

2010 Nestlé koopt niet langer palmolie uit ontbossing.

Onze teams in Indonesië vinden op het terrein onthutsend bewijsmateriaal: Voedingreus Nestlé is betrokken bij ontbossing. Het zit namelijk zo: Nestlé koopt zijn palmolie aan bij Sinar Mas, een Indonesisch bedrijf dat bekend staat voor zijn verwoestende praktijken in het Indonesische regenwoud.

Begin 2010 voert Greenpeace directe en geweldloze acties tegen Nestlé. Tegelijk steunen duizenden sympathisanten onze campagne via sociale media: ze sturen e-mails naar het bedrijf of verspreiden onze boodschap via Facebook, Twitter en andere kanalen. Deze campagne is een van de sterkste illustraties ooit van de macht van consumenten die met gebundelde krachten een multinational tot de orde roepen. Eind 2010 kondigt Nestlé kondigt aan geen palmolie meer te kopen die afkomstig is van bedrijven die betrokken zijn bij ontbossing.

En sindsdien? We voeren vandaag actie tegen andere industriële groepen die betrokken zijn bij de ontbossing in Indonesië.

Samen maken we het verschil

Onze overwinningen zijn stappen in de richting van een betere planeet. Maar ook al winnen we een veldslag, de strijd is nog niet gewonnen. En er valt geen tijd meer te verliezen. De kracht van de gezamenlijke actie, een kernwaarde van Greenpeace, is vandaag belangrijker dan ooit. Samen moeten we de uitdagingen aangaan, de milieuproblemen aan de kaak stellen en vooral, oplossingen voorstellen en verdedigen. Greenpeace is volwassen geworden maar heeft zijn pioniersrol uit de begindagen behouden. 40 jaar na onze oprichting hebben we nog voldoende bestaansredenen. Samen komen we in actie om het verschil te maken.

Caroline Veter

Wat kan jij doen?

Schrijf je in op www.greenpeace.be en neem deel aan onze online acties

No More Time to Waste, tijd voor actie

Misschien herinner je je onze T-shirts "No Time to Waste" uit de jaren 1980 nog? De bekende slogan liet er geen twijfel over bestaan: er valt geen tijd te verliezen om de planeet te redden. Naar aanleiding van onze veertigste verjaardag wilden we de slogan in een nieuw jasje steken, om de urgentie extra in de verf te zetten. Vandaar het idee om een T-shirt uit te brengen met als opschrift "No More Time to Waste", er valt geen tijd meer te verliezen.

Wil je graag rondlopen met deze boodschap?
Surf dan naar www.greenpeace-shop.be
en bestel jouw T-shirt.





GREENPEACE

Steun ons! **IBAN** BE03 0011 3807 0684 - **BIC** GEBABEBB

Greenpeace Haachtsesteenweg 159, 1030 Brussel – tel: 02 274.02.00

www.greenpeace.be

© Nick Cobbing / Greenpeace