

Ympäristöjärjestö Greenpeacen suurin rahoittaja yllätti viime keväänä. Saksan toimisto valitsi johtajakseen entisen pankkiirin, kirjankustantajan ja juutalaisen rabbin - samassa persoonassa. Walter Homolka aikoo tosissaan laittaa mammonan luonnon palvelukseen.

TEKSTI LAURA HAKOKÖNGÄS KUVAT SABINE VIELMO HAMPURI

Greenpeacen Hampurin konttorissa Elben varrella on kesäisenä perjantaina hiljaista, kun suurin osa toimiston 120 ammattiympäristönsuo-jelijasta pitää lomiaan.

Toiminnanjohtajan ovelle ilmestyy kuitenkin suurikokoinen, hymyilevä herrasmies, joka ohjaa vieraat koivukalusteiseen työhuoneeseensa. Walter Homolka, 34, ei vastaa ansioluettelonsa tarjoamia mielikuvia julkaisuja suoltavasta tutkijanörtistä, piinkovasta pankkiirista tai vakavahenki-sestä sielunhoitajasta. Hän puhuu paljon ja mielellään, kertoo kaskuja ja nauraa hersyvästi.

Urasta maailman kolmanneksi suurimman viestintäalan yrityksen Bertelsman-nin kustannusosaston johtotehtävissä muistuttavat huomaavainen käytös ja räätälin leikkaama puku. Nämä hämäsivät kerran esitelmätilaisuudessa yleisöäkin, joka sekoitti Greenpeacen ja Mercedes Benzin johtajat keskenään.

Taloustieteen ja juutalaisuuden tohtori

»Olen aina yllättänyt läheiseni», sanoo Homolka. Katolisessa Baijerissa varttunut nuorukainen kasvatettiin 1960-luvun vapaaseen tyyliin. Koti ei ollut uskonnollinen.

»Isoäitini oli juutalainen, joten kunnan rabbina minun kuuluisi sanoa syntyneeni juutalaiseksi. Siltä minusta ei kuitenkaan tuntunut, vaan kasvoini uskontoon omasta tahdostani. Pienestä eteläsaksalaisesta juutalaisyhteisöstä oli vaikea saada opastusta, mutta löysin 13-vuotiaana Berliinistä nykyaikaisen rabbin, jonka kanssa aloin käydä pitkiä puhelinkeskusteluja joka sunnuntai», hän kertoo.

Seurasi intensiivinen tutustuminen juutalaisuuden opinkappaleisiin koulunkäynnin ohessa. Hän alkoi opiskella laajemmin: kieliä, uskontotieteitä, juutalaisuutta, viestintää - Münchenissä, Leipzigissa ja Lontoossa. Ammattisielunpaimenen ura-haaveista hän kuitenkin luopui, koska Saksan 90 000 juutalaisen yhteisö vaikutti vapaamielisestä teologian opiskelijasta kovin vanhakantaiselta. Hän päätti seurata liikemiesisänsä jälkiä ja opiskella vielä taloustiedettä, josta hän väitteli tohtoriksi Lontoossa vuonna 1990.

Hän palasi Lontoosta Saksaan ja innostui vielä väittelemään Miinchenissä juutalaisuudesta tohtoriksi.

Homolka kuittaa ihmelapsipuheet viittaamalla pohjattomaan uteliaisuuteensa. »En ole koskaan opiskellut oppiarvo mielessäni. Haluan jatkuvasti laajentaa tietojani ja taitojani. Esimerkiksi aikuiskasvatuksen opintoihin minut vei halu perehtyä aikuistenväliseen kommunikaatioon. Olin sitä ennen opiskellut jesuiittojen viestintää - hehän olivat kommunikaation mestareita, mutta viesti ei ehkä aina mennyt

halutulla tavalla perille», hän huomauttaa silmät vilkkuen.

Sattumalta sijoittajaksi

Taloustieteen opintojen harjoittelujakson aikana tapahtunut inhimillinen erehdys johdatti Walter Homolkan opiskeluaikoina sattumalta sijoitustoimintaan.

»Olin alun perin suuntautunut arvopa-peripuolelle, mutta jouduin vahingossa Bayerische Hypotheken- und Wechsel-Bankin sijoitusosastolle, koska minut vastaanottanut henkilöstöpäällikkö luuli minua joksikin toiseksi», hän muistelee nauraen. Virhe huomattiin kahden viikon päästä, mutta nuoreen kykyyn oltiin sijoitusosastolla tyytyväisiä ja Homolka palkattiin vakituiseksi.

Moraalisesta pohdiskelusta jo nuorena kiinnostunut sijoittaja alkoi miettiä, miten yksityisiä asiakkaita ja kokonaisia liikelaitoksia rahavirtoineen voitaisiin ohjata ottamaan huomioon ympäristönäkökohdat ja sosiaaliset kysymykset.

Homolka oli itse perustamassa Saksan ensimmäistä ekologista sijoitusrahastoa. H.C.M.

Umweltfondia. Rahastolla on erikseen toimisto, joka rankkaa sijoituskohteet tiukkojen

ekologisten kriteerien mukaan. Kerrallaan listalla on sadasta kahteensataan kohdetta. Niiden

liiketaloudellinen kasvupotentiaali arvioidaan aina tietysti erikseen. Saksassa on nykyisin pitkälle erikoistunut ekologisen investoinnin ammattikunta ja kysyntä sen neuvoille lisääntyy koko ajan.

Liike-elämän etiikka »rakas harrastus»

Walter Homolka tutki vuosikaudet työkseen yritystoiminnan arvoja. Liike-elämän etiikka on hänelle edelleen rakas harrastus. Greenpeace-johtaja etsii linkkejä yrityksen moraalien ja liiketoiminnan menestymisen välillä.

»Pitkällä tähtäyksellä sellaiset yritykset, jotka todella ottavat ympäristöasiat huomioon eivätkä vain kirjoita niistä vuosikertomuksissaan, menestyvät todistetusti keskimääräistä paremmin», Homolka väittää. »Tämä johtuu siitä, että yritys joutuu ekologista kestävyytään ja eettisiä käytäntöjään pohtiessaan toimimaan luovasti. Orituista mekanismeista on apua muidenkin kriisitilanteiden hallinnassa.»

»Luovat yritykset ovat vähemmän haavoittuvia kuin muut, ja eettinen ja ekologinen käyttäytyminen johtaa menestymiseen. Tämä avaa aivan uusia näköaloja niin sanottujen markkinavoimien merkitykseen liikkeelle panevana yhteiskunnallisena voimana», ennustaa Homolka.

Hän pitää ekologiseen sijoittamiseen ohjaamista hyvänä pankkitoimintana ja esimerkillisenä asiakaspalveluna. »Raha ei ole koskaan neutraalia. Mutta kylmästä rahasta voi tulla lämmintä rahaa, jos sen avulla saadaan aikaan muutoksia», Homolka vakuuttaa.

Lehtien suosiota uhkaa välinpitämättömyys

Walter Homolka toimi Bertelsmannin kirjakustannuspuolen johdon oikeana kätenä vuonna 1993, kun Greenpeace ryyditti kampanjaansa vanhojen metsien suojelemiseksi ottamalla Saksassa kohteekseen Bertelsmannin suurilevikkisiä viikkoleh tiä julkaisevan tytäryhtiön Gruner+Jahrin. Kirjakustannusväki oli jo muutama vuosi aiemmin oppinut ymmärtämään ympäristöjärjestön taktiikkaa, ja Bertelsmannin nykyinen toimitusjohtaja Thomas Mid-delhoff oli ollut yksi kloorivalkaisematto-man kirjapainopaperin ensimmäisistä puolestapuhujista.

»Kuluttajakampanjointi ei voi olla tasapuolista, sillä sen tarkoitus on saada markkinajohtajat muuttamaan käytäntöjään ja muut seuraamaan pakosta perässä.»

Gruner+Jahrilla ja sen paperintuotimien konttoreissa Greenpeacen protestit kuumensivat tunteita. Greenpeacea syytettiin jopa salaliitosta sähköisen median kanssa, mutta Homolkaa väitteet painetun sanan vastaisesta juonesta naurattavat. Alan tulevaisuus huolettaa silti:

»Kirjojen ja lehtien suosiota uhkaa ihmisten henkinen laiskuus, halu passiivisesti vastaanottaa yhtenäistettyä audiovisuaalista viestintää. Tämä on minusta pitkällä tähtäyksellä todellinen ongelma yhteiskunnan moniarvoisuudelle ja demokratialle.»

»On tunnettava ero oikean ja väärän välillä»

Walter Homolka myöntää kernaasti olevansa »maailmanparantaja». Hän arvelee sen johtuvan juutalaisesta taustastaan.

»Juutalaisuus korostaa ihmisen oman tahdon ja valintojen merkitystä. Pidän sen optimismista: juutalainen uskoo, että maailmaa voi muuttaa. On vain tunnettava ero oikean ja väärän välillä.»

»Yhtymäkohta rabbiin tehtävien ja nykyisen päätyöni välillä on juuri usko radikaaliin muutokseen, parempaan tulevaisuuteen. Olen aina ollut hyvin kiinnostunut luonnosta ja ekologiasta. Kun näin, että Greenpeace etsii toiminnanjohtajaa Hampuriin, palapelin palaset loksahdivat kohdalleen. Uusi toimeni on loogista jatkoa saarnamiehen elämäntehtävälleni ja minulle paras mahdollinen työpaikka tällä hetkellä», hän suitsuttaa. Vinosti hymyillen hän lisää, ettei aio patistaa kampanja-väkeään pakollisiin rukoushetkiin.

Homolka pitää ympäristönsuojelua suurimpana mahdollisena lähimmäisenrakkautena ja yhtenä korkeimmista inhimillisistä päämääräistä. Hän valmistele parhaillaan kirjaa luonnon merkityksestä juutalaisuudessa ja aikoo kiistää väitteet siitä, että sekä kristinusko että juutalaisuus olisivat riistäneet luonnolta sen itseisarvon.

»Juutalaisuus on täynnä ajatusmalleja, joissa ihmisen ja luonnon välillä vallitsee kumppanuus ja yhteys. Ihminen ei voi asettua luonnon yläpuolelle, sillä luonto on Luojan omaisuutta. Jos ihminen ahneuttaa kajoaa siihen, seuraa jokin rangaistus», rabbi pohtii.

»Oikeassa elämässä taikuri ei palaa»

Homolka vertaa luonnon ja ihmisen suhdetta Goethen tarinaan taikurin oppipojasta. Taikuri on asioitaan hoitamassa ja oppipoika vartioi työpajaa yksinään. Taikuri on kieltänyt häntä

kutsumasta henkiä omin nokin, sillä seuraukset ovat arvaamattomia. Mutta oppipoika ei voi vastustaa kiusausta, vaan alkaa kokeilla taitojaan. Hän tunaroi ja tulee päästäneeksi valloilleen voimia, joita ei pysty hallitsemaan. Seuraa kaaos, mutta kotiin palaava taikuri saa tilanteen haltuunsa ja palauttaa pahat henget paikoilleen.

»Oikeassa elämässä taikuria on turha odottaa. Esimerkiksi jo alkaneen ilmastonmuutoksen kanssa ihminen jää yksin», Homolka toteaa.

Greenpeacen tehtävä on hänen mukaansa puolustaa luonnon koskemattomuutta. »Luonnon hyväksikäyttöön tarvitaan lupa, jota Jumala ei ole antanut. Ihminen ei siis saisi tarvella luontoa, mutta tekee sen joka tapauksessa. Tarvitaan Greenpeacen kaltaisia 'kolmansia osapuolia' osoittamaan väärinkäytökset ja palauttamaan luonnolle sen oikeudet.»

»Luonnon itseisarvon tunnustaminen ja puolustaminen eivät ollenkaan riipu siitä, minkä nimiseen jumalaan uskomme. Tämä hyvin kaunis ajatus on minulle vielä tärkeämpi kuin se rationaalinen ja sinänsä painava argumentti, että ihminen itse viime kädessä kärsii luonnon tuhoutumisesta.» D

Kirjoittaja on Frankfurt am Mainissa asuva vapaa toimittaja ja kääntäjä. Hän on myös Suomen Greenpeacen entinen toiminnanjohtaja.

GREENPEACE

lähestyy yrityksiä

Greenpeacen ei Walter Homolkan mielestä jatkossakaan tarvitse luopua perustoimintatavoistaan, ym-päristörökollisten paljastamisesta ja hälytyskellojen soittamisesta. Uusi Saksan toimiston johtaja haluaa kuitenkin vahvistaa uusien ratkaisujen etsimisen merkitystä. »Parhaimmillaan teknologinen ratkaisu - esimerkiksi aurinkoenergia tai vähän bensaa kuluttava auto - pakottaa teollisuuden tuotekehittelyyn pyrkimään vielä parempaan. Jos Greenpeace kykenee kehittämään kolmen litran auton, miksei Daimler-Chrysler pystyisi siihen?»

Greenpeace on aloittanut Saksassa energiantuotantoon liittyvän kampanjan, joka jakaa tuotantomarkkinat puhtaan ja likaisen energian tuottajiin - voittajiin ja häviäjiin.

»Tarjoamalla kuluttajille todellisia vaihtoehtoja ja luomalla niille kysyntää saamme yritykset muuttamaan strategioitaan. Poliitikoilta vaadimme vastauksia yksinkertaisiin mutta heille kiusallisiin peruskysymyksiin». Homolka vihjaa.

Monelle ympäristöaktivistille puheet liittoutumisesta yritysmaailman kanssa ovat yhä myrkyä. Homolka vakuuttaa, ettei yhteistyössä ole kysymys Greenpeacen keski-ikäistymisestä tai ajautumisesta kompromisseihin.

»Yritysmaailmasta löytyy paljon ekologista pohdintaa, ja Greenpeace auttaa fiksuja, 'vihreitä' yrityksiä menestymään. Toisaalta osoitamme ympäristöä tuhoavat tahot ja käytännöt.»

»Mutta Greenpeacenkin on aika opetella uusia ajattelu- ja toimintatapoja, koska vanhat vievät aina samoihin johtopäätöksiin. Ei riitä, että lobbarimme pukeutuvat korrektisti. Meidän on opittava yhdistämään erilaisia näkökulmia, liittoutumaan eri tavalla ajattelevien ihmisten kanssa, etsimään luovia ratkaisuja», Homolka luettelee. »Liike-elämän tuntemuksestani on tässä hyötyä.»

Greenpeacekin elää taloudellisessa kriisissä

Greenpeace on rajussa muutoksessa. 1980-luvun voimakkaan ja ikuiselta vaikuttaneen kasvun jälkeen kannattajaluvut ovat vakiintuneet maailmanlaajuisesti 4,5 miljoonan huipusta (1991) nykyiseen 2,5 miljoonaan. Nettotulojen väheneminen on johtanut kampanjoiden ja henkilökunnan leikkaamiseen.

Pahiten lama on runnellut järjestön Yhdysvaltain toimistoa, joka joutui kesällä 1997 irtisanomaan 75 prosenttia henkilökunnastaan. Myös pienet toimistot ovat kärsineet, ja viime vuonna järjestö sulki Suomen toimistonsa lisäksi konttorinsa Norjassa ja Irlannissa.

Hengenmiehen nimitystä koko kansainvälisen järjestön suurimman rahoittajan Saksan toimiston johtoon on Saksan lehdissä irvailtu: joko puhkuvat sateenkaaren satureille tuomiopäivän pasuunat?

Homolka hymähtää kommenteille. »Saksaa jo jonkin vuoden ravistellut lama ei juuri ole vaikuttanut tuloihimme, jotka ovat laskeneet vain yhden prosentin vuodesta 1995 ja olivat viime vuonna 68,6 miljoonaa Saksan markkaa (n. 212 miljoonaa Suomen markkaa).

Kannattajaluvut ovat Saksassa jopa hiukan nousseet: meillä on nyt 520 000 tukijaa, kun heitä

kaksi vuotta sitten oli 500 000.»

»Minusta tämä osoittaa, että ihmiset odottavat Greenpeacen jatkavan työtään 1990-lukulaisen tehokkaasti. Mikään kuk-kaislapsi-imago ei ole koskaan pätenytkään Greenpeaceen. Liike syntyi keskiluokkaisten ihmisten henkilökohtaisesta suuttumuksesta ja määrätietoisesta halusta estää ydinkokeet, vastustaa suurvaltaa. Siitä on hip-piys kaukana», hän huomauttaa.