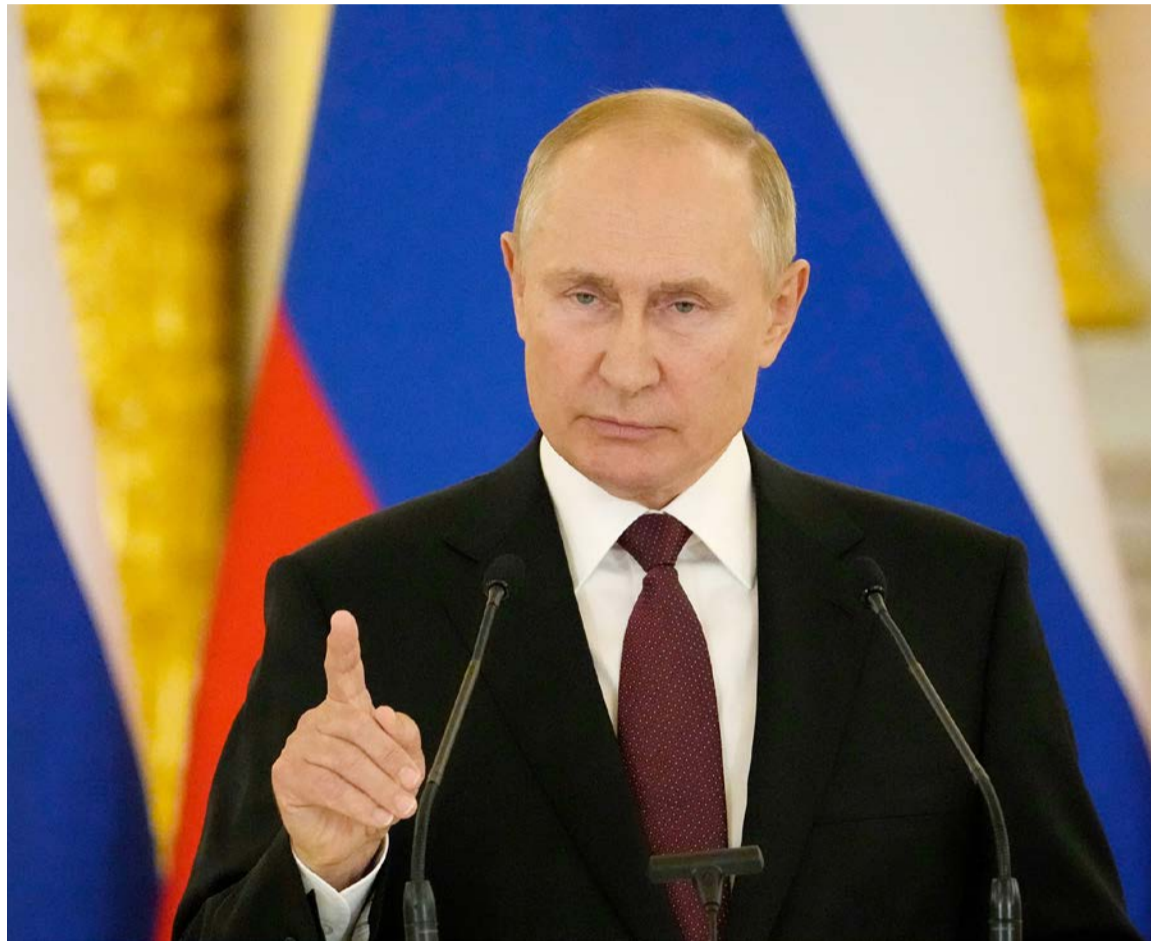


Winter mit Wladimir

Für Moskau scheint der Moment gekommen, Europa mit seiner Abhängigkeit von russischem Erdgas unter Druck zu setzen. | Von Henning Hoff



Wladimir Putin

Russlands Präsident Wladimir Putin kann sich zurücklehnen. Die Duma-Wahlen* gingen Mitte September wie gewünscht zugunsten der Putin-Partei Einiges Russland aus; sie behielt ihre Zweidrittel-Mehrheit im russischen Parlament. Der seit bald 22 Jahren amtierende Herr des Kremls kann ohnehin bis 2036 im Amt bleiben, dafür hatte bereits eine per Volksentscheid abgesegnete Verfassungsänderung gesorgt.

Rochade-Spielchen mit jemandem wie Dmitri Medwedew, der zwischen 2008 und 2012 den Präsidentenstuhl für Putin warmhalten durfte, sind überflüssig. Der „Robin“ zu Putins „Batman“, wie US-Diplomaten seinerzeit scherzten, ist nach langen Jahren als Premierminister dem Ewig-Präsidenten derzeit als Vizechef des Sicherheitsrates zu Diensten. Das „System Putin“ tut gar nicht mehr so, als ob.

Gesteigerte Repression

Dass dies zum Preis nochmals gesteigerter Repression geschieht, bereitet Russlands Mächtigen keine schlaflosen Nächte. Die populäre Unterstützung und damit die – behauptete – Legitimität der Putin'schen Kleptokratie mögen bröckeln, die Erfahrung der vergangenen Jahre aber besagt: Druck wirkt.

Alexei Nawalny, der sich die Frechheit leistete, den Mordanschlag des russischen Militärgeheimdienstes mit dem geächteten Nervenkampfstoff Nowitschok zu überleben, ist in Lagerhaft, die Strukturen seiner Organisationen weitgehend zerschlagen. Apple und Google löschten lieber Nawalyns „Smart Voting“-App, die zeigte, wo und wie sich gegen Einiges Russland wählen ließe, als sich mit den russischen Sicherheitsbehörden anzulegen. Ähnlich wie Nawaly ging es vor den Wahlen auch anderen Oppositionellen, die oft gezwungen sind, sich als „ausländische Agenten“ brandmarken zu lassen. Von den Überresten einer freien Presse in Russland ganz zu schweigen.

Mag der diesjährige Friedensnobelpreis an den Journalisten Dmitri Muratow, Mitgründer und Chefredakteur der *Nowaja Gazeta*, gehen, die Potsdamer M100-Medienkonferenz mit FPD-Chef Christian Lindner als Laudator und diese Woche das Europaparlament mit der Vergabe des Sacharow-Preises Nawalny ehren und unterstützen – Auswirkungen auf die russische Politik wird all dies nicht haben. Nicht nur ist das Maß öffentlicher Empörung über die Verhältnisse in Putins Russland weit von jeder „kritischen Masse“ entfernt. Wichtiger noch: Land und Präsident stehen mächtiger da denn je – eine Folge auch der verfehlten deutschen Russlandpolitik der vergangenen Jahrzehnte.

Mythos des Untergangs

Der „Mythos“ des zum Scheitern verurteilten Russlands, ein von demographischer Schrumpfung bedroht-

ter „Petrostaat“, der auf „Atomwaffen und Ölquellen sitzt und sonst nichts“ (so US-Präsident Joe Biden noch diesen Juli), ist nicht nur falsch, wie Michael Kofman und Andrea Kendall-Taylor kürzlich in *Foreign Affairs* schrieben. Sondern er hat in Washington auch zur gefährlichen, aber weit verbreiteten Ansicht geführt, man müsse Russland nicht mehr sonderlich ernst nehmen.

Der oft zitierte Satz, Russlands Wirtschaftsgröße reiche ja gerade mal an die (hierzulande auch nicht so besonders gut beleumundete) Italiens heran, erweist sich als trügerisch, schreiben Kofman und Kendall-Taylor unter anderem. Rechnet man Kaufkraftparität ein, ist Russland plötzlich Europas zweitgrößte Volkswirtschaft – ausgestattet mit der bei weitem größten Militärmacht des Kontinents, die in den vergangenen Jahren zielstrebig aufgerüstet hat, Nuklearwaffenarsenale samt Überschallraketen und diverser *Doomsday*-Waffen inklusive.

Amerika unterschätzt Russland letztlich auf eigene Gefahr; aber ebenso gefährlich ist die in Europa gespiegelte Haltung von „Putin-Verstehern“ aller Couleur. Nach deren Ansicht habe Russlands Präsident die Krim 2014 nur deshalb annektiert und sei in die Ukraine einmarschiert, weil ihn „der Westen“ dazu gezwungen habe. Auch Putins Eingreifen im syrischen Bürgerkrieg auf Seiten von Machthaber Baschar al-Assad (samt Bombardierung von Krankenhäusern) und in Libyen wird so erklärt. In dieser Sichtweise agiert der Kreml stets defensiv – wie auch im seinem „hybriden Krieg“ gegen den Westen samt Desinformationskampagnen und Hacking-Attacken. Das sei kostengünstig und ein Mittel des Schwächeren (das Auswärtige Amt beschwerte sich vor den Bundestagswahlen nicht ohne Grund, aber ohne Erfolg, bei Moskau).

Statt Putin „in die Enge“ – oder in Chinas Arme – zu treiben, müsse man nur mehr verhandeln, russische Interessen einbeziehen. Was Putin allerdings davon hält, „den Gesprächsfaden nicht abreißen zu lassen“, hat er vergangene Woche zum x-ten Male klargemacht: Die Nato-Vertretung in Moskau musste schließen – eine Antwort sicherlich auf die Ausweisung russischer Diplomaten aus Brüssel, denen Spionage vorgeworfen wird. Aber eben doch ein deutliches Signal: Wir haben es gar nicht nötig, mit der Nato zu reden. Deutsche Stiftungen, allen voran die Heinrich-Böll-Stiftung, könnten in Kürze folgen.

Ungemütliche Aussichten

Einiges spricht dafür, dass sich russischer Druck diesen Winter stark auf Deutschland und Europa richten wird. Die Knappheit auf dem europäischen Gasmarkt, die die Preise hat explodieren lassen und dem Kreml Extraeinnahmen beschert, geht nicht allein auf die russische Politik zurück. Doch zeichnet

Krimineller Klickfang

Wie dubiose bis kriminelle Webseiten und Plattformen mit herkömmlicher Online-Werbung reich werden | Von Sabina Wolf

Ob Online-Werbung für True-Wireless-Kopfhörer von Panasonic, einen Privatkredit der Postbank, Besteck von WMF oder grüner Strom von eprimo, die Werbefbanner dieser Firmen prangen breit auf illegalen Webseiten. Davon wissen diese Firmen nichts. Doch die Werbefinanzierung illegaler und dubioser Plattformen ist ein riesiges Geschäft. Kriminelle weltweit verdienen damit 1,34 Milliarden US-Dollar allein auf den 6000 Top-Piraterie-Seiten im Internet, wie Experten berechneten.

Führend im illegalen Business mit Online-Werbung sind derzeit Portale im Netz, die im Musik- und Filmbereich Urheberrechte verletzen. Das Muster ist immer das gleiche: Werbefbanner legaler Firmen landen auf dubiosen Webseiten. Klickt ein Besucher beispielsweise einer illegalen Streaming-Download-Webseite auf das Werbefbanner, fließt Geld an die Betreiber der Seite.

SIPI-ip, Asiens führende Online-Markenschutzfirma hat in einer Stichprobe für den *Hauptstadtbrief* bereits mehr als 20 Fälle betroffener deutscher Firmen aufgespürt – aus verschiedenen Branchen, bekannte und weniger bekannte Marken. „Badvertising“ – also „bad advertising“ nennen die Experten von SIPI-ip das Phänomen. Sie haben genau analysiert, welche Werbefirmen in den Beispielfällen jeweils genutzt wurden und auf welchen Webseiten die Online-Werbungen gelandet sind. Bharat Kapoor, CEO von SIPI-ip: „Kriminelle verdienen hier viel Geld. Es ist, als ob Kleinstbeträge einer 455 Milliarden Dollar schweren Industrie gestohlen würden. Das wird oft, bewusst oder unbewusst, nicht zur Kenntnis genommen. Bei nur 0,5 Prozent der Online-Werbung, die auf illegalen oder dubiosen Webseiten platziert wird, verdienen Kriminelle 2,2 Mrd. Dollar.“

Die Recherchen zeigen, dass Online-Werbung, die über das Netzwerk von Google AdSense platziert wurde, in den vorliegenden Beispielfällen auf illegalen Seiten aufpoppte. Eine Anfrage dazu ließ der Konzern bisher unbeantwortet.

Den betroffenen Firmen ist beileibe nicht egal, wo ihre Anzeigen landen. Zum einen erwecken die Anzeigen bekannter Markenfirmen den Anschein, die illegalen Webseiten seien legal. Viel schlimmer noch: „Legale Unternehmen finanzieren Kriminelle, das ist ein Skandal“, so Peter Szyszko von White Bullet. Es fließe über einer Milliarde Euro von Firmen direkt in kriminelle Netzwerke – pro Jahr! „Wenn Marken so viel Geld ausgeben würden, um kriminelle Geschäfte zu finanzieren, die Drogen verkaufen, würde es einen Aufschrei geben“, so Peter Szyszko. Eigentlich sei es das Gleiche. Doch der Aufschrei bleibe aus.

Auch die Anzeige der Münchner Firma Knuspr.de, ein Lebensmitteldienst, der sich „Supermarkt & Hofladen auf einen Klick“ nennt, befindet sich auf einer illegalen Webseite. Dies sei nicht beauftragt, teilt die Firma auf Anfrage mit, wie die Anzeige dort gelandet sei, könne man sich nicht erklären. „Wir möchten uns ganz deutlich von einer Schaltung einer Anzeige in diesem Kontext distanzieren.“ Man buche diese Seiten nicht einzeln, sondern die Banner würden über das Google Network ausgespielt. Knuspr.de wartet auf Antwort von Google, wie die Anzeige auf der Piraterie-Webseite landen konnte, erklärt knuspr.de dem *Hauptstadtbrief*. Auch die Firma SIXT zeigt sich überrascht über ihre Anzeige in dubioser Umfeld. Für die Firma stehe fest, dass „wir unsere Werbung nicht in einem kritischen Umfeld sehen wollen, dies berücksichtigen wir selbstverständlich bei der Buchung von



Auch das britische Technologieunternehmen White Bullet spürt illegale Online-Webseiten und deren Betreiber auf und dreht ihnen den Geldhahn zu. Dazu, so erklärt White-Bullet-Chef Peter Szyszko im Gespräch mit dem *Hauptstadtbrief*, setze die Firma Künstliche Intelligenz ein: „Wir überwachen täglich etwa zwei Milliarden Werbeanzeigen. Live verfolgen wir, wie sie auf Piraterie-Seiten aufpoppen. Wir schauen uns dann die Seite genau an, und wenn wir die Verletzung geistigen Eigentums feststellen, setzen wir einen Prozess in Gang, um die Werbung zu stoppen.“ Diesen Service stellt White Bullet Markeninhabern, Werbetechnologieunternehmen, aber auch Regierung und Strafverfolgungsbehörden zur Verfügung, genauso wie SIPI-ip.

Der *Hauptstadtbrief* hat einige Firmen darüber informiert, dass ihre Werbung auf illegalen und dubiosen Seiten auftaucht. Große Online-Werbeanbieter, wie etwa Google AdSense, haben die Platzierung der Anzeigen möglicherweise nicht vollständig im Griff.

Werbeplätzen. Wir arbeiten mit globalen Medienpartnern zusammen, die unsere Werbeplatzierungen in ihrem kuratierten Netzwerk nach unseren Kriterien ausspielen. Diese Werbepartner verpflichten sich, ihr globales Netzwerk nach kritischen Inhalten zu filtern, wir nehmen hier keine manuellen Platzierungen vor.“

Bharat Kapoor von SIPI-ip erläutert, warum das Bad Business funktioniert. Betrugsanfällig sei das sogenannte Programmatic Advertising, das automatisierte Verteilen der Werbefbanner. Werbefirmen würden beim Programmatic Advertising oft nicht prüfen, wer alles in der Kette vom Online-Werbefbanner am Kauf und Verkauf mitverdienen würde. „Es ist ein Gebot- und Verkaufsverfahren. Das ist wie eine digitale Börse für Online-Werbung. Eine ausreichende „Due Diligence“ (Prüfung der Beteiligten, Anmerkung d. Redaktion), findet oft nicht statt.“

AUF DEN ZWEITEN BLICK



INGE KLOEPPER

ist freie Journalistin. Sie schreibt u.a. für die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* und veröffentlichte zahlreiche Bücher, darunter die Biographie Friede Springers, für die sie als Wirtschaftsjournalistin des Jahres ausgezeichnet wurde.

Wirtschaftsweise

Schauen wir uns die weltweite Lieferkrise einmal aus einer persönlichen Perspektive an: Da bringt man sein Fahrrad zum Händler, um einen neuen Schlauch aufziehen zu lassen, und betrachtet, während man in einer endlos langen Käufer-Schlange wartet, die neuen E-Bikes, die sich aufgereiht vor der Ladentür anbieten. Während man noch überlegt, ob ein E-Bike nicht eine feine Sache wäre, schaut der Fahrradhändler bedeutungsvoll die Warteschlange entlang: „Wer so ein E-Bike haben möchte, der kaufe am besten noch heute eins“, ruft er uns zu. Wenn keine mehr da seien, sagte er weiter, hieße es warten. Und das mindestens ein halbes Jahr.

Das Warten ist keiner mehr gewohnt. Just-in-time ist das endlos verzweigte Netz an Lieferketten über den Globus organisiert, nicht nur den Kunden zuliebe, sondern weil Ware zu lagern schiefhaft teuer ist. Jetzt aber ist alles anders. Die wirtschaftlichen Nachwirkungen des harten Lockdowns zeigen sich inzwischen. Denn einmal jäh durchbrochene Lieferketten sind schwierig wieder in Gang setzen. Deren Unterbrechung löst Kettenreaktionen aus, die sich zweifelsohne auf Unternehmensbilanzen niederschlagen, vielleicht sogar in Einkommenseinbußen münden oder gar in einem Anstieg der Erwerbslosigkeit. Sicher ist: Dieses neuartige Phänomen kostet die deutsche Wirtschaft in diesem Jahr mindestens 40 Milliarden Euro.

Zurück zum E-Bike. Tatsächlich steht man kurz davor, sich das rote genauer anzusehen, um vielleicht doch noch diese Woche zuzuschlagen. Wer würde schon ein halbes Jahr warten wollen?

Vielleicht wäre es tatsächlich zu einem Kauf gekommen, hätten da nicht diese Woche die fünf Wirtschaftsforschungsinstitute ihr traditionelles Gemeinschaftsgutachten vorgelegt, in dem vor allem eine Stimme besonderen Nachhall fand. Es war die von Oliver Holtemöller, dem Präsidenten des IWH in Halle: „Wie man es auch dreht und wendet, ohne einen Konsumverzicht ist eine spürbare CO₂-Reduktion nicht zu erreichen.“ Effektive Klimapolitik sei nur möglich, wenn wir alle den Gürtel enger schnallten, mahnte er.

Ausgerechnet von Ökonomen hört man derlei selten, nicht zuletzt, weil sie wissen, was Konsumverzicht für das Wirtschaftswachstum real bedeutet.

Was aber haben nun der Konsumverzicht und die Lieferkrise miteinander zu tun?

Vor allem eines: Die Lieferkrise zwingt einem Bedenkenzeit auf, um über die Logik des Konsumverzichts allgemein und die Notwendigkeit eines neuen E-Bike im Besonderen nachzusinnen. Muss das denn wirklich sein? Zwar fährt das mit Strom betriebene Zweirad emissionsfrei, doch wurde es ganz sicher nicht emissionsfrei hergestellt. Mehr noch: Ein ordentliches Fahrrad hat man längst. Eines, das keinen Strom verbraucht, der so oder so noch längst nicht „ökö“ ist, sondern nur Muskelkraft und damit Kalorien. Das hat doch was. Das E-Bike wurde schließlich nicht gekauft.

Winter mit Wladimir

FORTSETZUNG VON SEITE 1 >

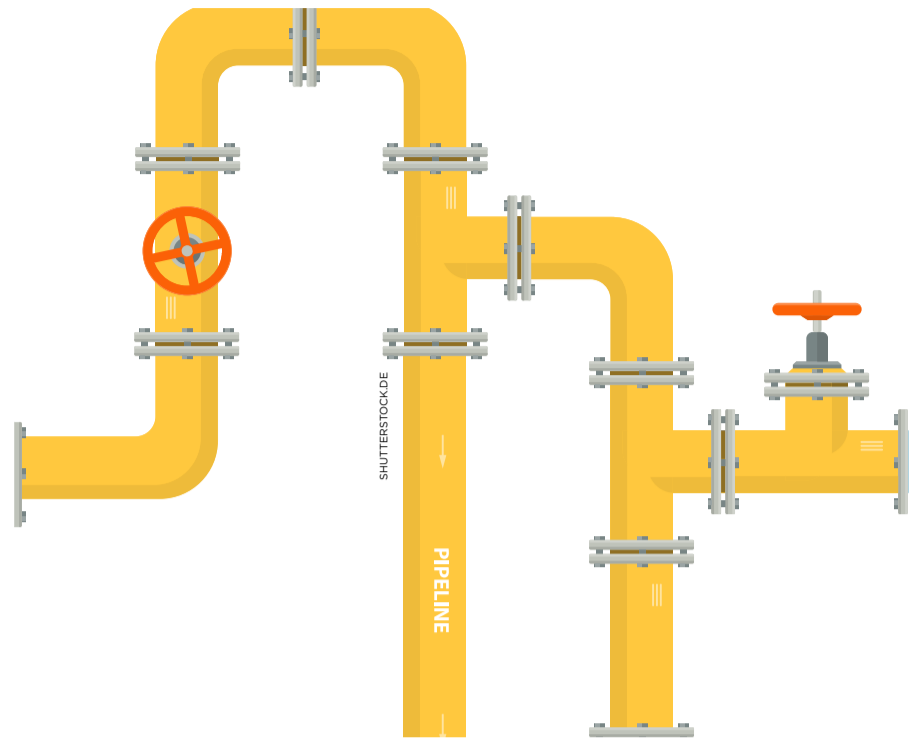
sich ab, dass Putin die unsichere Situation – samt Regierungsbildung in Deutschland – nutzen will, um weitere Fakten in Sachen Europas energiepolitischer Abhängigkeit zu schaffen.

So ist die russische Aufforderung an Deutschland zu verstehen, der Gaspipeline Nord Stream 2 nun schnell die Betriebsgenehmigung zu erteilen (die Bundesnetzagentur hat dazu noch bis zum 8. Januar Zeit), nur dann könne man die Liefermenge erhöhen. Warum dies nicht über die durch die Ukraine führende Pipeline möglich ist, wird nicht erklärt. Denn dem Gasmolekül mag es, in den Worten der scheidenden Bundeskanzlerin Angela Merkel – die übrigens für ihre jahrelange Unterstützung von Nord Stream 2 von Putin nie eine Gegenleistung erhalten hat – egal sein, auf welchem Weg es Europa erreicht. Dem Kreml ist es nicht egal. Nord Stream 2 soll kommen, und zwar jetzt.

Abhängigkeiten verringern

Denn mit der Inbetriebnahme der Pipeline erhöhte sich erst einmal Deutschlands und Europas Gas-Abhängigkeit; und die Ukraine kann als Transitland fortan umgangen werden. Was werden Merkels gegenüber Washington gemachte Zusagen, man werde Sanktionen verhängen, sollte Putin Energielieferungen als Waffe einsetzen, demnächst wert sein?

All dies sollte der sich bildenden Bundesregierung Anlass sein, die Russlandpolitik grundlegend zu überdenken. Die Grünen zu



mindest pochen darauf, bei Nord Stream 2 zumindest EU-Vorgaben einzuhalten, wozu Pipeline-Betreiber und Gaslieferant nicht ein und das gleiche Unternehmen sein können (bei Nord Stream 2 beides Gazprom). Richtig ist auch, sich nicht erpressen lassen zu wollen.

Letztlich aber muss die Antwort auf Moskauer Augenhöhe erfolgen: Europa muss schnellstmöglich seine Gasabhängigkeit von Russland verringern – ein Ziel, das sich mit Dekarbonisierung und Klimaneutralität deckt und nur europäisch zu erreichen ist, nicht aber mit deutsch-russischen Sonderbeziehungen. Berlin muss die Herausforderungen, die von der russischen Korruptions- und Untergrabungspolitik ausgehen, endlich ernst nehmen und ihr etwas entgegensetzen. Und

nicht zuletzt gehört eine starke Bundeswehr dazu, die ihre Bündniszusagen einhält und Europa militärisch stärkt. Denn bei Moskauer Druck, das lehnen die ernüchternden Erfahrungen der Schröder- und Merkel-Jahre, hilft nur glaubhafter Gegendruck.



DR. HENNING HOFF

ist Editor-at-Large von *Internationale Politik* und Executive Editor deren englischsprachiger Ausgabe, *Berlin Policy Journal*, herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP). Er ist Mitgründer des Verlags WELTKIOSK.

Krimineller Klickfang

FORTSETZUNG VON SEITE 1 >

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW, der Spitzenverband der Werbewirtschaft in Deutschland, teilt mit: „Praktisch nehmen Werbungtreibende, wenn es zu solchen Schaltungen kommt, in der Regel die Werbung schnell und effektiv auf entsprechende Hinweise zurück. Aus nachvollziehbaren Gründen reagieren insbesondere Marken („Brand Safety“) hier sehr sensibel. Blacklists sowie Compliance-Tools auf der Angebots- wie auch Nachfrageseite sind etabliert, die Fehlschaltungen verhindern. Angesichts der Komplexität der digitalen Werbewertschöpfungskette mit unterschiedlichsten Werbungtreibenden auf der einen wie auch der Entwicklungen im Pirateriesektor auf der anderen Seite hat dies aber nicht dazu geführt, dass solche Fehlschaltungen nirgends mehr zu beobachten sind. Auch deshalb haben sich seit 2018 auf EU-Ebene strukturierte Formen der Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten zur Demonetarisierung von Piratierangeboten herausgebildet, die über den Einsatz von Listen auf individueller Ebene hinausgehen. Sie sind laut Kommission erfolgreich und werden fortgeführt.“

Die EU-Kommission hat im Juli dieses Jahres eine Studie veröffentlicht, die sich unter anderem mit den Einkünften von Webseitenbetreibern, die Urheberrechte verletzen, beschäftigt. White Bullet hat im Auftrag der EU ein AD Monitoring durchgeführt für 19 EU-Länder. Es wurden 8143 Webseiten überprüft, die

Rechte verletzen. Davon waren 59 Prozent illegal, 41 Prozent galten als Hochrisikoseiten. 8345 Zwischenhändler von Online-Werbung wurden identifiziert. Deutschland wies nach Frankreich die zweitmeisten Werbebanner auf den überprüften illegalen oder Hochrisikoseiten auf. In einem Memorandum of Understanding (MoU) verständigten sich die Unterzeichner aus der Werbewirtschaft, die Schäden zu minimieren.

Großbritannien geht einen anderen Weg. Dort verfolgt die Police Intellectual Property Crime Unit (PIPCU), eine eigene Abteilung der London Police, Rechtsverletzer und ihr Geschäft mit Online-Werbung. In Deutschland gibt es keine eigens für diese Form der Kriminalität zuständige Behörde. Das Geschäft mit Werbebannern auf illegalen Websites wird international unterschätzt, heißt es in Londoner Polizeikreisen.

Volker Rieck, Geschäftsführer von File Defense Service (FDS), bietet seit zehn Jahren sogenannte *Content-Protection*-Dienstleistungen an. Er kritisiert, Deutschland habe das Problem keineswegs in Griff: „In der Piraterie gibt es nur noch sehr wenig Monetarisierung über direkte Zahlungen. Diese Zeiten sind vorbei. Mittlerweile gibt es andere Wege, wie solche Seiten Geld verdienen. Werbung ist eine davon.“

Eine behördliche Anlaufstelle aus einem Guss gibt es weder auf EU-Ebene noch auf nationaler Ebene. Zwar gab es den Versuch, das Problem zwischen Rechtein-

habern und der Werbewirtschaft mittels einer Schiedsstelle zu lösen, die Blacklists bereithalten könnte. Doch das ist am deutschen Kartellrecht gescheitert. Für diesen Zweck, so fordert Volker Rieck, sollte ein Kartell erlaubt werden. Sein Fazit ist ernüchternd: „Grundsätzlich hat die Bundesregierung, aber auch die EU es bis heute nicht begriffen, bei Beteiligten an Geschäften im Internet das Thema Verantwortung zu definieren. Es wurden verantwortungsfreie Räume geschaffen. Das Resultat davon, der digitale Fallout, bringt immense wirtschaftliche und gesellschaftliche Schäden.“ Volker Rieck fordert die Politik dazu auf, genauso wie in der analogen Welt Haftungsregime zu schaffen.

Die neue Bundesregierung sollte das Problem zügig angehen und nicht zusehen, wie Kriminelle Gewinne mittels Werbung legaler Firmen machen.



SABINA WOLF

berichtet über Cyber- und IT-Sicherheitsthemen sowie der Hetze extremistischer Gruppen im Netz für Fernsehen, Hörfunk und Online. Ihre Dokumentationen und Reportagen wurden mit dem Ernst-Schneider-Preis der Deutschen Wirtschaft, dem Bayerischen Fernsehpreis sowie dem Journalistenpreis für Informatik ausgezeichnet.

GEGRÜNDET IM NOVEMBER 1999: Ernst Dieter Lueg (*), Fernsehjournalist, Prof. Diether Huhn (*), Richter und Publizist, Detlef Prinz, Verleger, und Bruno Waltert (*), Chefredakteur der Berliner Morgenpost a. D.

IMPRESSUM *Der Hauptstadtbrief* am Samstag ist eine Publikation von *PrinzMedien* und erscheint wöchentlich online auf www.derhauptstadtbrief.de | Verleger: Detlef Prinz | Herausgeber: Ulrich Deyendorf | Chefredakteur: Lutz Lichtenberger (verantwortlich im Sinne des Pressegesetzes) | Layout: Gordon Martin
Anschrift für alle: Hauptstadtbrief Berlin Verlagsgesellschaft mbH | Tempelhofer Ufer 23-24 | 10963 Berlin | Tel. 030/21 50 54 00 | info@derhauptstadtbrief.de | www.derhauptstadtbrief.de | © Der Hauptstadtbrief 2021

Frauen und Mädchen stärken

Ihre Spende für weltweite Gleichberechtigung.
IBAN: DE 93 3705 0198 0000 0440 40

www.care.de

 **care**® **wirkt. weltweit.**

