

WIEDERAUFBAU

Die Goldgräber von Bagdad

Während im neuen Irak schießwütig um die politische Macht gerungen wird, sind irakische Clans und ausländische Pioniere dabei, das Land wirtschaftlich aufzurüsten. Ihnen fehlen Macht, Geld und Sicherheit, aber sie wollen irgendwann die Gewinner dieses Krieges sein. *Von Mario Kaiser*

In einer Seitenstraße in Bagdad, im Labyrinth des Geschäftsviertels Karrada, rollt eine dunkle Limousine über den Gehweg. Vor dem Haus Nummer 124 stoppt der Wagen, und ein kleiner, gedrungenener Mann stemmt sich aus der Kühle des klimatisierten Innenraums. Er drückt ein silbernes Telefon an sein Ohr. Das Gelenk der Hand, die es hält, umschmiegt eine goldene Rolex-Uhr, ein Dutzend Diamanten umringt das Zifferblatt. Der Mann betritt das Gebäude und schreitet durch eine Empfangshalle aus Marmor, in der in goldenen Buchstaben sein Name an der Wand geschrieben steht.

Chalil Abd al-Wahhab al-Bunnia geht durch ein Spalier von Männern, die sich an Kalaschnikow-Gewehren festhalten. Er steigt hinauf in den zweiten Stock, wo auf einem langen Flur Menschen sitzen und seine Aufmerksamkeit begehren. Bunnia passiert die Wartenden wie ein Präsident, der eine Parade abschreitet.

So beginnt der Tag im Leben eines Kronprinzen, der sich auf den Moment vorbereitet, die Macht in einer der reichsten Familien des Irak zu übernehmen. Chalil Abd al-Wahhab al-Bunnia wird, wenn sein Vater den Zeitpunkt für gekommen hält, an die Spitze einer Wirtschaftsdynastie aufsteigen, deren Geschichte ein Jahrhundert zurückreicht. Was Mahmud Hadsch al-Bunnia im Jahr 1910 als Reishändler begann, wird sein Enkel als ein Konglomerat fortführen, das Brücken baut, Kaugummi herstellt, BMWs verkauft, Pepsi-Cola abfüllt, Rinder züchtet, Trinkwasser aufbereitet, Pestizide produziert. Es ist schwer, einen Tag im Irak zu verbringen, ohne den Reichtum der Bunnias zu mehren.

Als Chef der Al-Bunnia Trading Group wird Chalil, 49 Jahre alt, mehr als 40 Unternehmen und 4000 Mitarbeiter in einem halben Dutzend Ländern lenken. Er wird Anteile an einer Bank, einer Versicherung und dem Hotel Palestine in Bagdad kontrollieren. Der Kronprinz regiert nach einer einfachen Philosophie. „Es gibt nur drei Dinge, mit denen wir niemals Geschäfte machen“, sagt Bunnia und zählt sie an den Fingern seiner goldbeschwerten Hand ab. „Waffen, Drogen und Alkohol.“

Alles andere ist möglich in einem Land, das alles andere braucht. Ein Jahr nach dem Krieg ist jeder vierte Iraker arbeitslos.



Angestellte einer Al-Bunnia-Bank: Kriegsgewinnler tragen keine Waffen



Geschäftsmann Bunnia in seinem Autosalon: 40 Unternehmen und 4000 Mitarbeiter

In der Hitze eines Sommers, in dem das Land 7000 Megawatt elektrischer Leistung pro Tag braucht, produziert es 4100 Megawatt. Das Bruttosozialprodukt ist auf unter 17 Milliarden Dollar im Jahr geschrumpft. Gleichzeitig braucht der Irak so viel Geld wie nie zuvor. Fast 36 Milliarden Dollar, schätzt die Weltbank, wird der Wiederaufbau in den nächsten vier Jahren kosten.

Es wird nicht reichen. Allein die Ölindustrie zu modernisieren, eine Polizei und eine Armee aufzubauen wird 20 Milliarden Dollar im Jahr verschlingen.

Bunnia ist eine der mächtigsten Figuren einer irakischen Wirtschaftselite, die beim Wiederaufbau des Landes eine entscheidende Rolle spielen wird. Amerikanische Giganten wie das Energieunternehmen



Autobombenanschlag in Bagdad: „Wir dachten, sechs Monate nach dem Krieg würde alles stabil sein“

Halliburton und der Baukonzern Bechtel werden den größten Teil der Milliarden abschöpfen, die als Wirtschaftshilfe ins Land fließen. Doch sie werden, wenn sie Erfolg haben wollen, auf die Verbindungen der Bunnias und eines Dutzends anderer Dynastien angewiesen sein.

Über Generationen geformte Freundschaften und Feindschaften verbinden die Clans zwischen Euphrat und Tigris, sie sind eine Macht, gegen deren Willen niemand den neuen Irak bauen kann. Die Unternehmer, die im Windschatten der Armeen in das Land eindringen, agieren pragmatischer als die Generäle, die es überrannt. Sie haben sich mit den Bunnias arrangiert und die Bunnias sich mit ihnen. Sie vertrauen sich nicht. Aber sie paktieren miteinander. Sie wissen, dass die Gewinner dieses Krieges keine Waffen tragen.

An diesem Morgen kehrt Bunnia von einer Reise nach Amman, Dubai und Beirut zurück. Das Unternehmen hat dort Repräsentanzen, die während der Kommandowirtschaft Saddam Husseins zu wichtigen Brückenköpfen in die freien Märkte wurden. Jetzt sind sie die Einfallstore in den befreiten Irak. Bunnia legt seine beiden Mobiltelefone auf den Schreibtisch. Drei weiße und ein schwarzes Telefon stehen neben einem Monitor, auf dem er sehen kann, wer sein Vorzimmer betritt. Wenn die Telefone gleichzeitig klingeln, vermischt sich der amerikanische Klang der Bürotelefone mit den arabischen Melodien der Mobiltelefone, und Bunnia sitzt wie die personifizierte Schnittstelle zwischen dem Irak und dem Westen, Telefone an beiden Ohren, zwei Sprachen auf der Zunge.

Wenige navigieren durch das Labyrinth der irakischen Wirtschaft so geschickt wie Bunnia. Doch die Größe der Geschäfte befriedigt ihn nicht. „Das Problem sind die Banken“, sagt Bunnia. „Das Blut einer jeden Wirtschaft ist Geld, doch im Irak fehlt ein starker finanzieller Sektor.“ Das schwächt den privaten Sektor, dem die Banken Geld injizieren müssten. Als Vizepräsident der Commercial Bank of Iraq weiß Bunnia, wie wenig Kapital die Banken zu verteilen haben. „Sie können ein paar hunderttausend Dollar geben“, sagt er. „Aber wir brauchen Millionen. Und wir brauchen das Geld heute, nicht morgen.“

Auf Angst lässt sich kein Land bauen. Den irakischen Banken fehlt das Fundament und das Vertrauen einer argwöhnischen Klientel. Unternehmer wickeln ihre Geschäfte wie Geheimagenten ab. Es reisen in diesen Zeiten Männer mit Hunderttausenden Dollar am Körper durch das Land. Sie denken nicht an Innovation und Produktivität. Sie überlegen, wie sie überleben.

Bunnia hat den Krieg in Bagdad ausgesessen. Er hat auf den Moment gewartet, in dem die Zeit auf null gestellt wurde. Er träumte von neuen Märkten. Den Krieg nach dem Krieg hatte er nicht auf seiner Rechnung. „Wir dachten, sechs Monate nach dem Krieg würde alles stabil sein“, sagt er. „Und hier sind wir nun ein Jahr später. Viele Leute sind arbeitslos, Gehälter werden nicht bezahlt. Also was tun sie? Sie entführen und erpressen einander. Sie töten, um zu stehlen.“

Bunnia ist ungeduldig geworden, rastlos wie ein ganzes Volk, das auf die Früchte amerikanischer Versprechungen wartet. Die 18,6 Milliarden Dollar, die der US-Kon-

gress für den Wiederaufbau des Irak bewilligte, werden helfen, daran zweifelt Bunnia nicht. Und er ist pragmatisch genug, zu verstehen, dass amerikanische Steuergelder zuerst an amerikanische Firmen verteilt werden. Doch es verletzt seinen Stolz, dass irakische Firmen auch bei der Vergabe der Unterverträge oft übergangen werden. „Es ist unser Land, wir sollten es aufbauen“, sagt Bunnia. „Aber wir sollen wie Tiere vor ihren Toren warten.“

Das Geld fließt nur langsam. Bürokratische Hindernisse verzögern die Vergabe von Verträgen, und der alltägliche Terror verhindert ihre Erfüllung. Unternehmen müssen mindestens ein Viertel ihrer Etats für Sicherheitsmaßnahmen ausgeben. Wenn der amerikanische Prokonsul Paul Bremer in dieser Woche seine Kampfstiefel auszieht und die Besatzungsbehörde auflöst, wird er von den 18,6 Milliarden Dollar, die er zu verteilen hatte, erst 3,2 Milliarden ausgegeben haben.

Bunnia war der erste irakische Subunternehmer, mit dem der US-Konzern Bechtel ein Projekt verwirklichte. Er baute für die Amerikaner eine Umgehungsstraße neben der zerstörten Mat-Brücke auf dem Highway 10. Amerikanische Kampfflugzeuge hatten die Brücke während des Krieges bombardiert und die Arterie zwischen dem Irak und Jordanien durchtrennt. Der Bypass, den Bunnia baute, verband die beiden Länder wieder. Tausende Lastwagen pendeln seitdem jeden Tag zwischen Bagdad und Amman. Es war ein Anfang. Aber Bunnia will keine Umgehungsstraßen bauen. Er will Brücken bauen.

Ein Manager des Technologiekonzerns Alcatel betritt jetzt Bunnias Büro, er ist



THOMAS GRABKA

Al-Bunniya-Moschee in Bagdad: Totenhallen sind Messehallen

unangemeldet gekommen. Er trägt ein Hemd aus Seide, ein goldenes Armband am Gelenk und einen goldenen Siegelring am kleinen Finger. Er küsst Bunnia auf beide Wangen und legt ihm ein Papier vor, das Bunnia unterschreibt, ohne es zu lesen. Der Manager entschuldigt sich nicht für seinen überraschenden Besuch. „Im Irak funktionieren die Geschäfte anders“, sagt er, als er zur Tür hinausgeht, und senkt die Stimme, damit Bunnia ihn nicht hören kann. „Es klingt vielleicht zynisch, aber im Irak kann Ihr Geschäftspartner tot sein, wenn Sie den nächsten Termin bei ihm haben.“

Die Gewalt der Gegenwart überschattet die Verbrechen der Vergangenheit. Doch in einem Land, das so verflochten war mit einem Apparat, der es durchleuchtete und verdunkelte, in einem Land, in dem Gerüchte die Wahrheit überwuchern, in diesem Land konnte es nicht lange dauern, bis ein Verdacht auf die Bunniyas fiel. Dokumente tauchten auf.

Sie kamen aus dem Land, in dem die Konten keine Namen haben. Im Schweizer Handelsregister in Lugano war Chalils Onkel Sadun al-Bunniya als Gründungsgesellschafter der Malaysian Swiss Gulf and African Chamber (Miga) eingetragen. Das Unternehmen wird nach Angaben des amerikanischen Finanzministeriums von zwei Männern geführt, die Osama Bin Laden finanziell unterstützen. Das Ministerium setzte Miga auf seine Liste der „Specially Designated Global Terrorists“. Kein amerikanisches Unternehmen darf mit Firmen, die auf der Liste stehen, Geschäfte machen.

Es blieb ein Verdacht. Er streifte die Bunniyas. Ihr Name tauchte im Umfeld von

Terroristen auf, doch sie selbst standen nicht auf der Liste des Ministeriums, und das allein zählte. In der Unaufgeräumtheit der Vergangenheit wird vieles verborgen bleiben.

Die Unschuldigen können den ersten Stein werfen, aber sie können das neue Land nicht bauen. Es ist der faustische Pakt nach jeder Diktatur: Niemand kennt die Statik des Systems so gut wie jene, die es stützten. Sie werden gebraucht, wenn aus den Trümmern eine neue Architektur entstehen soll. Ein Verdrängungswettbewerb hat begonnen, und er findet nicht nur auf

Die amerikanischen Unternehmer agieren pragmatischer als die amerikanischen Generäle.

dem Markt statt, sondern auch in der Erinnerung.

Die Bunniyas hatten sich mit dem System Saddam arrangiert. Dass sie zum Schaden ihrer Geschäfte Widerstand geleistet hätten, ist nicht bekannt. Doch sie waren offenbar klug genug, sich nicht an Firmen zu beteiligen, die der Diktator kontrollierte. Die Vergangenheit konnte die Familie nicht einholen. Sie gehörte ihr schon. „Wir waren schon reich“, sagt Bunnia, „als noch niemand wusste, wer Saddam Hussein ist.“

Auf Bunniyas Schreibtisch steht eine mechanische Rechenmaschine. Sie steht dort wie ein Symbol. Am Hof Bunniyas ist alles dem Schein untergeordnet.

Telefone, Autos, Unternehmen, alles ist befrachtet mit einer Botschaft. Die Nummer seines Handys ließ er aus der höchsten aller Ziffern komponieren: 999999. Möge niemand sie vergessen. Unten auf dem

Gehweg krümmt sich ein sehniger Mann über Bunniyas BMW 745 Li und poliert die Flanken. Möge kein Staub seinen Glanz bedecken. In Bunniyas Fuhrpark steht auch ein Rolls-Royce. Doch mit dem traut er sich im Moment nicht auf die Straße.

Die größte seiner Requisiten steht gegenüber dem Hauptbahnhof. Wo jeden Tag Tausende schiitische Pilger aus den Zügen strömen, bevor sie in die heiligen Städte Nadschaf und Kerbela ziehen, ragen die türkisfarbene Kuppel und das blaue Minarett der Bunniya-Moschee in den Himmel über Bagdad. Es ist die größte privat erbaute Moschee in der Stadt.

Ein einbeiniger Bettler kriecht über den Boden vor dem Portal. Er hebt die Hände und streckt sie nach Männern in dunklen Anzügen aus. Die Männer lassen Geldscheine in die zur Schale geformten Hände des Krüppels fallen. Dann gehen sie in die Totenhalle neben der Moschee. Sie sind gekommen, um einem Verstorbenen und seinen Hinterbliebenen ihre Aufwartung zu machen. Das Wehklagen der Frauen und der Singsang des Koranlesers schallen aus der Totenhalle.

Es ist das Hintergrundgeräusch, vor dem Bunniya Geschäfte anbahnt. Er war schon am Morgen hier, um seine Trauer zu bezeugen und die Trauernden zu umwerben. Die Totenhallen des Irak sind die Messehallen der Bunniyas. So wurde die Moschee der Familie zu einem der wichtigsten Konferenzräume ihres Unternehmens. Jeder Tod verändert die Dynamik einer Familie, hinterlässt ein Vakuum, in dem die Hinterbliebenen eine neue Position besetzen. In der Intimität der Trauer verteilt Bunniya Visitenkarten, greift Arme, fasst Hände und bereitet den Boden für neue Geschäfte. Der Tod ist ein Verlust, den er in Gewinn zu verwandeln weiß.

Als der alte Irak kollabierte, operierte Bunniya nach derselben Methode. Er erschien als einer der Ersten, um das Übriggebliebene zu taxieren. Er mag klagen über die Arroganz der Amerikaner, die Ohnmacht der Banken, die Allgegenwart der Gewalt. Doch wenn man ihn fragt, ob der Nebel des Krieges auch Chancen eröffnet für jene, die das Territorium kennen, dann grinst Bunniya. „Alles, was privatisiert wird – die Petrochemie, Immobilien, Banken –, bekommt man für Peanuts.“ Seine Augen glänzen jetzt. Dann sagt er es. „Die goldene Zeit im Irak ist heute.“

Die Bunniyas sind die mächtigste und schillerndste der Wirtschaftsdynastien im Irak. Doch in ihrem Gefolge schürft ein Dutzend anderer Unternehmerfamilien den Reichtum des Landes. Die Chudairis, die eines der größten Bauunternehmen kontrollieren und die größte Arzneimittel-firma besitzen. Die Kubbas, die ihre eigene Cola produzieren und einen Teil ihres Vermögens über eine Stiftung verschenken. Die Suchtians, die mit Chemie und Pharmazie in den Kreis der Oligarchen auf-



Schlange vor Handy-Laden von „Iraqna“: Hunger nach Unterhaltung

stiegen. Über die Schanschals, die Dulaimis und die Charbits ist wenig außer ihrem Reichtum bekannt.

Die Profiteure des Krieges beugen sich über ein Land, das am Boden liegt. 120 Milliarden Dollar Schulden lasten auf dem Irak. Der Krieg und die Plünderungen, die ihm folgten, haben die Wirtschaft noch einmal um 22 Prozent schrumpfen lassen. Doch es gibt sie, die Optimisten, die unter den Trümmern einen Markt sehen, eine Zukunft, in der die Wirtschaft im nächsten Jahr um 45 Prozent wachsen soll. Wenn das Öl wieder fließt. Wenn das Blut aufhört zu fließen.

Während in Bagdad mordend um die Macht gerungen wird, haben jene, die auf die Zukunft spekulieren, das Land still unter sich aufgeteilt. Die neuen Herren sind alte Clans wie die Bunnias, mächtige Invasoren wie Halliburton und Bechtel. Und manchmal ist es ein Manager wie der Schotte Allan Richardson, einer, der mit einem Plan und einem Koffer voller Geld in Bagdad landet.

In einer Stadt, in der man die Macht der Manager an der Kraft ihrer Klimaanlage messen kann, regiert Allan Richardson in einer der kühleren Residenzen. In einer sandsteinfarbenen Villa in Mansur, Bagdads gediegenem Botschaftsviertel, führt der Weg zu Richardson vorbei an drei Männern mit Maschinengewehren, über weißen Marmor, zwischen weißen Säulen hindurch, vorbei an einer schönen Assistentin, deren Vater Saddam einst assistierte.

Richardson ist der Mann, der Bagdad einen neuen Klang gegeben hat. Die Melodien der Mobiltelefone, die zur Hintergrundmusik der Stadt wurden, sind seine Symphonie. Innerhalb weniger Monate

baute der 49-Jährige das erste Netzwerk für Mobiltelefone im Zentralirak. Der Hunger nach Mitteilung ist groß in einem Volk, das die Wahrheit jahrzehntelang nur flüstern durfte.

Jetzt ruft das Volk alles in seine Handys. Die Wahrheit, die Lügen, die Gerüchte. Es ist die Freiheit, Geld für überflüssige Worte zu verschwenden. So wurden die Handys zu einem der begehrtesten Statussymbole in einer statushungrigen Gesellschaft. Die Frauen halten sie wie Amulette in den Händen. Die Männer tragen sie wie Waffen an den Gürteln.

Richardson kontrolliert das Netz, das sie verbindet. Dem Vorstandsvorsitzenden ist

„Hier kann Ihr Geschäftspartner tot sein, wenn Sie den nächsten Termin bei ihm haben.“

es gelungen, den Mobilfunkanbieter Iraqna zu einer der bekanntesten Marken im Irak zu machen. Und dabei unerkannt zu bleiben. Der Kopf des Unternehmens will ein Mann ohne Gesicht sein. Er verbietet Fotografieren, das Objektiv auf ihn zu richten, weil er fürchtet, in das Visier von Männern zu geraten, die nach mehr als seinem Abbild trachten. „Ich habe es meiner Frau versprochen“, sagt Richardson.

Als Richardson im Herbst vergangenen Jahres der Ruf nach Bagdad erreichte, saß er in der Elfenbeinküste fest und erlebte Gefechte, die das Land in einen neuen Bürgerkrieg zu stürzen drohten. Rebellen plünderten und mordeten, in den Straßen lagen Leichen. Es war vielleicht kein schlechter Ort, um über den Irak nachzudenken.

Richardson war Finanzvorstand bei Orascom Telecom, einem ägyptischen Mobilfunkunternehmen. Er kreuzte durch Afrika und Asien, wo Orascom mehr als sechs Millionen Kunden hat. Doch der Chef des Unternehmens glaubte an das Potenzial des Irak, und er wollte Richardson als seinen Mann in Bagdad.

Als er im Oktober in Bagdad landete, betrat Richardson ein Land, in dem die Bomben detonierten. Mehr als 100 Millionen Dollar sollte Richardson investieren, um den Zentralirak zu vernetzen. Es ging um den lukrativsten Markt im Land, und niemand sollte ihm zuvorkommen. Der Name des Unternehmens war Programm: Iraqna – unser Irak.

Richardson und vier Orascom-Manager mussten Mitarbeiter rekrutieren, Standorte für 36 Funktürme suchen, 36 Funktürme installieren, vernetzen, beschützen. Sie operierten in einem Land, dessen Infrastruktur zerstört war. Das seine Gesetze noch schreiben musste. In dem Ministerien um 14 Uhr die Pforten schlossen. Sie hatten Satellitentelefone, die selten funktionierten, und mussten ihre E-Mails aus Internet-Cafés verschicken. In der ersten Woche schliefen sie bei den Alcatel-Kollegen auf dem Boden. „Wir lebten wie in einer Endlosschleife“, erzählt Richardson. „Wir standen früh auf, machten unsere Arbeit, tranken ein paar Bier und gingen spät ins Bett.“

Doch sie schafften es. Zwei Monate später stand das Netzwerk, und am 22. Dezember unterzeichneten Richardson und der Kommunikationsminister den Lizenzvertrag. Der Himmel über dem Irak wurde in drei Zonen aufgeteilt. Im Norden, in der Mitte und im Süden hatte jeweils ein Mobilfunkanbieter ein Monopol. Richardson war nun der Herr der Frequenzen im Zentralirak.

Und das Land schien langsam zur Ruhe zu kommen. Der Diktator kroch aus seinem Erdloch, und die Bombenleger verloren ihre Symbolfigur. Der Irak schien nicht länger ein Schlachtfeld zu sein, sondern ein Markt, Millionen von Konsumenten, die er, Richardson, miteinander verbinden würde.

Jetzt sitzt Richardson in seinem Büro, das so kalt ist und still, dass er vergessen könnte, in Bagdad zu sein. Er hat einen runden Schädel und kurz geschorene Haare. Er verkörpert die drahtige Diszipliniertheit eines Ausbildungsoffiziers, an seinem Hals stehen Stränge von Sehnen und Venen hervor. Er sieht erschöpft aus an diesem Morgen. „The game has changed“, sagt Richardson und reibt sich die Augen. „Als ich hier ankam, dachte ich, die Situation würde sich nach und nach verbessern. Doch das Land ist von Tag zu Tag unsicherer geworden. Ich hatte mal einen Plan für die nächsten zwölf Monate, aber in Wahrheit weiß ich nicht einmal, was in zwölf Tagen sein wird.“ Es gab eine Zeit,



ANTONIO SCORZA / AFP

Bewaffnete Bodyguards in Bagdad: Auf Angst lässt sich kein Land bauen

in der ging er abends in Restaurants essen. Im Mount Lebanon Hotel war er häufig zu Gast. „Das Essen war gut“, sagt Richardson, und es klingt, als gebe der Chefkoch sich jetzt weniger Mühe. Am Abend des 17. März, drei Tage vor dem Jahrestag der Invasion, näherte sich ein Auto dem Hotel. Der Fahrer transportierte mehr als eine halbe Tonne Plastiksprengstoff. Die Wucht der Explosion riss die Fassade des Hotels ab, aus den oberen Etagen fielen Menschen auf die Straße. Sieben Menschen starben in dieser Nacht.

Am nächsten Morgen verließen die Kollegen von Motorola das Land. Richardson blieb, und seine Zahlen sind gut. Er blickt auf den Monitor seines Laptops und verliert sie wie auf einer Bilanzpressekonferenz. Mehr als 200 Funktürme stehen. Mehr als 200 000 Kunden telefonieren. Mehr als 400 Mitarbeiter betreuen sie. Mehr als 300 Filialen verkaufen Telefone und Karten. So war es geplant.

Aber die Zahlen erzählen die Geschichte nicht. Sie erzählen nicht, dass jeder Turm einen Generator braucht. Dass Diesel oft knapp ist. Dass die Türme Tag und Nacht bewacht werden müssen. Sie erzählen nicht, dass es keine Post gibt, mit der man Rechnungen verschicken kann. Und keine Bank, bei der man sie bezahlen kann. Sie erzählen nicht, dass Richardson das Unternehmen in fünf Villen untergebracht hat, weil sie niedrig und mit Raketen schwer zu treffen sind. Und dass sein Büro auf der Rückseite liegt, damit man ihn an seinem Schreibtisch nicht erschießen kann. „Es ist frustrierend“, sagt Richardson. „Sicherheit ist das Erste, an das ich denke, wenn ich morgens aufstehe, und

das Letzte, an das ich denke, wenn ich abends ins Bett gehe.“

Jede Berührung mit dem Westen kann fatale Folgen haben. Ein deutscher Ingenieur muss sterben, weil er eine Wasserpumpe installieren will. Eine irakische Frau wird erschossen, weil sie amerikanischen Soldaten die Uniformen wäscht. Einem amerikanischen Geschäftsmann wird der Kopf abgeschnitten, weil amerikanische Soldaten irakische Häftlinge folterten.

In seiner Villa in Mansur sitzt Richardson und fragt sich, wie weit er noch gehen

Es reisen Männer mit Hunderttausenden Dollar am Körper durch das Land.

muss, um sich und seine Mitarbeiter zu schützen. Mansur hat sich in einen Hochsicherheitstrakt verwandelt, ein Labyrinth von Schranken und Barrieren, in dem Straßen plötzlich zu Sackgassen werden, an deren Enden sich Männer mit Maschinengewehren aufbauen. „Ich hätte nie gedacht, dass ich einmal sechs Meter hohe Mauern aufstellen müsste“, sagt Richardson, „aber ich will keine Schuld auf mich laden.“

Er hat sich Feinde gemacht, und er weiß es. Er brüstet sich damit, dass die meisten Mitarbeiter des Unternehmens Iraker sind. Und verschweigt, dass der einzige Iraker im Vorstand aus Amerika kommt. Das Netz ist oft überlastet, die Gebühren sind hoch. Das Unternehmen, das sich „unser Irak“ nennt, bekam auf den Straßen Bagdads einen neuen Namen: Iraqhum – deren Irak.

Das Nervenzentrum des Unternehmens liegt in einer Villa nahe dem Hauptquartier.

Hinter verdunkelten Fenstern, in einem von Neonlicht erhellten Saal im Erdgeschoss, sitzen 30 junge Frauen, die so schön sind und so schick, als würden sie in einer Modelagentur arbeiten.

Es ist das erste Callcenter des Landes, und es wirkt wie die Vollversammlung eines modernen Irak, die in Erfüllung gegangene Vision amerikanischer Propaganda. Um den Hals tragen die Mitarbeiter ihren Dienstaussweis am roten Band. Er öffnet elektronisch verriegelte Türen. Doch die Ausweise sind mehr als eine Sicherheitsmaßnahme. Sie tragen eine Botschaft. In diesem Saal sind sie keine Sunniten, keine Schiiten, keine Kurden. Sie gehören jetzt zu einem neuen Stamm, dem Stamm der Iraker, die Karriere machen wollen.

Es zählt nicht mehr, wo sie herkommen, sondern wo sie hinwollen.

Allan Richardson weiß, wo er hinwill. Er will weg aus diesem Land. Doch er hat einen Auftrag, ein Ziel, das er erreichen will, bevor er geht. Mehr als eine Million Kunden will er gewinnen. Das Potenzial sieht er. „Ich will, dass dieses Unternehmen ein Teil des Gewebes des neuen Irak wird“, sagt Richardson. „Ich will Kinder auf den Straßen sehen, die sich gegenseitig SMS-Nachrichten schicken.“

Dann schließt er seinen Aktenkoffer und hängt einen Passierschein für die Green Zone von Bagdad um seinen Hals. Er hat einen Termin bei den Amerikanern, er fährt die Strecke nicht gern. Dann öffnet sich das Tor der Villa, und eine schwarze Limousine rast aus der Einfahrt. Hinter den verdunkelten Scheiben verbirgt sich Allan Richardson, und es ist schwer zu erkennen, ob er auf der Flucht ist oder auf dem Weg zu etwas. ♦