

Killer COKE

Fußball WM und ihr Sponsor Coca Cola im Kontext der Globalisierung

Veranstaltung an der Universität Düsseldorf am 30.6.2006

Ellen Diederich
Internationales Frauenfriedensarchiv

1. Versuch einer Bestandsaufnahme der Fußball WM

Morgens, mittags, abends – Seit dem Anpfiff der Fußball WM sehen und hören wir in jedem Programm zurzeit Ausschnitte aus Fußballspielen, aus Pressekonferenzen der Fußball- Manager und –spieler, sehen feiernde Menschen.

Es ist ein fröhliches, trotz der Beteiligung vieler Frauen absolut männlich dominiertes Fest. Jubelnde Menschen, angemalt in den jeweiligen Farben ihrer Landesfahnen singen, tanzen durch die Städte der Bundesrepublik Deutschland. Hunderttausende sind aus allen Teilen der Welt gekommen, werden willkommen geheißen.

Zur Begrüßung in Köln sehen die Gäste die neue Deckenbemalung des Kölner Hauptbahnhofes. Sie ist Michelangelos Bemalung der Sixtinischen Kapelle nachempfunden, nur dass hier nicht Gott und Engel schweben, sondern die derzeitigen Götter des Globus, die Fußballspieler. Das ist schon sehr absurd.

Willkommen geheißen werden in diesem Land solche Gäste, die es sich leisten können, hierher zu fahren. Ein argentinischer Zahnarzt erzählt, er gibt 10.000 Dollar für dieses Vergnügen aus. Die Anzahl von Menschen, die aus politischen Gründen hierher fliehen und Aufnahme finden, wird immer kleiner.

Die WM Eintrittskarten sind teuer. Auf dem Schwarzmarkt entsprechen die Preise für eine Karte dem mehrfachen Betrag, den Erwerbslose in diesem Land für einen Monat zur Verfügung haben.

Bei jedem Spiel gibt es VIP Lounges in den Stadien, in denen Sterne Köche kochen. Die 9 Liter Flasche Champagner kostet 1.400 Euro. Und von denen gehen viele über den Tisch, sagt einer, der dort als Kellner arbeitet, einem Reporter des WDR.

Brot und Spiele für das Volk sind anspruchsloser. In Open Air Areas mit Großbildleinwänden können die Menschen für kleinen Eintritt feiern. Der halbe Liter Bier kostet 4 Euro, (immerhin ist das mehr als der Betrag, den Erwerbslose an einem Tag für Essen und Trinken zur Verfügung haben). Gesoffen wird so viel, dass den Brauereien die Flaschen ausgehen.

Deutschland ist in einem schwarz-rot-gold Rausch. Jedes 3. Auto hat die Nationalfahne angesteckt, Kleidung, Häuser werden bemalt, fehlt nur noch die Ampelschaltung auf schwarz-rot-gold.

Es ist ja ohne wenn und aber klasse und gut, Taktik, Schnelligkeit, Schönheit des Spiels einer Mannschaft zu sehen, zu loben, zu feiern. Was das aber mit Nation, mit Patriotismus zu tun haben soll, bleibt mir wohl für immer verschlossen.

Ein Journalist, der unsägliche Hans-Ulrich Jörges vom Stern, schwafelt, dass einem übel wird: „Der kurze Sommer der Anarchie“, heißt ein Buch von Hans-Magnus Enzensberger“ weiß er. Und weiter: „Es (das Buch) meint den spanischen Bürgerkrieg. Der Titel trifft, was wir in diesen Tagen fühlen. Wir erleben den ersten wunderbaren Sommer deutscher Anarchie.“ Stern 26/06, S. 50

Ich bitte meine Lieblingsanarchistin Emma Goldman, Benvenuto Durutti und alle spanischen Anarchisten um Verzeihung für einen solch dümmlichen Vergleich. Anarchie hat etwas mit Infragestellung von Herrschaft zu tun. Der spanische Bürgerkrieg war ein Versuch, den Faschismus abzuwehren, zehntausende Freiwillige kamen aus allen Ländern, um diesen Kampf zu unterstützen, allzu viele bezahlten ihn mit dem Leben.

Kommentare vieler Journalisten sehen Deutschland endlich von der Geschichte des Faschismus befreit in diesem schwarz-rot-goldenen Sommer. Endlich dürfen wir auch. Noch nicht so wie in den USA, „Wenn wir das US-Trikot anziehen, ziehen wir für unser Land in die Schlacht“, sagte der US Nationalspieler Eddie Johnson. „Das dürfte und würde ein deutscher Spieler nie sagen.“ (Zum Glück, denn die USA haben die Vorstellung ja nicht nur für das Fußballspiel, sondern sehr real indem sie Länder mit Kriegen überziehen, um ihnen ihre Vorstellung von Freiheit und Demokratie herbeizubomben. E.D.) „... Die Weltmeisterschaft aber kann, zumindest eine Zeit lang, die Deutschen einen, über alle Parteigrenzen hinweg... Rechte, Liberale und auch Linke.“ Stern 26/2006 S38 f. Das muß Gregor Gysi, „Der endgültige Triumph des Kleinbürgers über die Arbeiterbewegung“ (Der Spiegel), auch so meinen, er hätte sich sein TAZ Interview wirklich sparen können.

Die Einheit dieses Sommers wird geschützt. Und wie! Nach innen und gegen außen. Die Schutzmaßnahmen für die „Sicherheit“ sind enorm. Viele tausend PolizistInnen, SoldatInnen, ÄrztInnen, Krankenpfleger und –schwestern, private Sicherheitsdienste, sonstige Kräfte von der Feuerwehr bis zum Katastrophenschutz, sowie 15.000 ehrenamtliche HelferInnen sind im Einsatz.

Besonders scharf waren die Sicherheitsmaßnahmen, wenn die Mannschaft der Vereinigten Staaten von Nordamerika, die inzwischen ausgeschieden ist, spielte. Die Mannschaft hatte ihr Quartier auf der größten US amerikanischen Basis in Europa, das ist Ramstein, in der Pfalz, Dreh- und Angelpunkt für die Einsätze der US Army in ihre Kriege im Nahen und Mittleren Osten. Die US Spieler sagten:

Wir sind daran gewöhnt, vom Militär beschützt zu werden, dort fühlen wir uns sicher.

Zu ihrem letzten Spiel in Nürnberg war eine Zeltstadt für medizinischen und Katastropheneinsatz aufgebaut, einige hundert Ambulanzwagen aus ganz Bayern zusammengezogen, Spezialfahrzeuge ausgerüstet mit Messgeräten für einen Angriff mit atomaren, biologischen oder chemischen Waffen. „Wir nehmen die Messwerte auf und informieren dann die Bevölkerung über Schutzmaßnahmen“ sagte der Einsatzleiter dieses Spezialkommandos allen Ernstes dem Reporter des bayrischen Fernsehens. Und dann? Aktentasche über den Kopf wie in den 50er Jahren empfohlen?

„Die Welt zu Gast bei Freunden“, ist das Motto dieser Fußball WM.

In Köln beim größten Bordell Europas, dem Pascha, ist dieser Slogan etwas umgeändert: Auf einem 11 Meter langen Spruchband steht: „Pascha sein ist fein“, dann über den Körper einer nackten Frau: Die Welt zu Gast bei FreundInnen“, darunter die Fahnen der teilnehmenden Länder.

Nach Protest und Blockierung der Eingänge durch Saudis und Iraner sind die Fahnen dieser beiden Länder übermalt. Die Auslastung der Prostituierten beträgt 99%, sie müssen Übersichten machen, teilweise in so genannten „Verrichtungsboxen“, Containern, die in der Nähe der Stadien eingerichtet

sind. (Verrichtungsboxen ist mein Vorschlag für das Unwort des Jahres 2006)

Die Zahl der extra hierher gebrachten Zwangsprostituierten wird auf viele Tausend geschätzt.

2. Die Sponsoren

So ein Fest kostet Geld. Viel Geld.

Als erstes sind Jahre lang die 12 Stadien für Hunderte Millionen Euro aufgemotzt worden.

Wer kann dieses Geld herbeischaffen? Der Weltfußballverband (FIFA)? Mitnichten, Also braucht es Sponsoren.

Das sind dieses Mal: Adidas, Anheuser-Busch, Avaya, Coca-Cola, Continental, Deutsche Telekom, Emirates, Fujifilm, Gillette, Hyundai, Mastercard, McDonald's, Philips, Toshiba und Yahoo. An die Information über die genaue Höhe der Gelder kommt man schlecht. „Bis zu unglaublichen 40 Millionen Euro rücken die Werbepartner für ihre exklusive Lizenz raus. Nicht inkludiert in diese Berechnungen sind die weiteren Sachleistungen: Adidas rüstet zum Beispiel die Ballkinder, Schiedsrichter und andere wichtige Personen am Spielfeld mit Trikots und Turnschuhen aus. Hyundai stellt den gesamten Fuhrpark zur Verfügung und Coca-Cola löscht den Durst der FIFA-Delegation.

Umfassende Sponsoren-Rechte

Doch die Millionen von Euros, die die Sponsoren für die WM ausgeben, machen sich auch bezahlt. Die Sponsorenlizenzen beinhalten die exklusiven Rechte, innerhalb und rund um die Stadien zu werben, das WM-Logo bei Marketingkampagnen zu nutzen und Tickets zu verlosen.“ Internet Info „Sponsoren der WM“

Bei jeder Pressekonferenz sitzen die Informanten vor den Logos der Sponsoren. Diese Logos sind mit Bildern assoziiert:

Es sind zum großen Teil Logos von Firmen, die weltweit an unzähligen Verbrechen gegen die Menschlichkeit und Verletzung der Menschenrechte beteiligt sind. Sie tragen dazu bei, dass Menschen nicht genügend Nahrung und Wasser haben, zahlen Hungerlöhne, agieren mit ausbeuterischen Methoden der schlimmsten Form des Kapitalismus, profitieren von Kinderarbeit, lassen Arbeiter ermorden, wenn sie sich für ihre Rechte einsetzen.

3. Hauptsponsor der WM - Coca Cola Company (CCC)

Die Coca Cola Company verletzt Menschenrechte rund um den Globus

Coca-Cola und Mac Donald's sind die globalen Markenartikel schlechthin. Coca-Cola ist nach okay das bekannteste Wort der Erde. Jeden Tag fließen mehr als eine Milliarde Coca-Cola-Getränke die Kehlen hinab. Jährlich gibt Coca-Cola über eine Milliarde US-Dollar für Werbung aus.

Coca-Cola und Gesundheit

In jeder 0.33 l Flasche Coca-Cola sind zwölf Stück Würfelzucker.

Die Zusammensetzung besteht aus: Wasser, Zucker, Kohlendioxyd, Zuckerkulör, Orthophosphorsäure, Zitronensäure, Koffein, Theobromin, Aromamix aus Colasamen, Limetten-, Zitronenschalen-, Kakao-, Kaffe-, Mate-, Zitwer-Destillat, Johannisbrot-, Mandarinenblätter-, Bittere Orangen-, Ingwer-, Holunderblüten-, Macisblüten-, Kalmus-Tinktur, Zimt und Vanille-Extrakt, sowie aus verschiedenen ätherischen Ölen.

Bei ständigem Konsum sind nachgewiesen: Zahn-, Leberschäden, Knochenbrüche. Trinken Mäuse statt Wasser Coca-Cola, so lassen sich bereits nach vier Wochen Schäden im Erbgut der Leberzellen nachweisen. DNA Addukte gelten als entscheidender Schritt bei der Entstehung von Krebs und sie werden als Ursachen von Herz-Kreislauf-Krankheiten diskutiert.

Durch die Verbindung von Coca-Cola-Dosen und dem Inhaltsstoff Orthophosphorsäure entstehen Auswirkungen auf die Knochengesundheit. Diese Säure ist sehr aggressiv, sie löst Aluminiumen-

gen heraus. Alzheimer PatientInnen haben besonders hohe Aluminiumgehalte im Gehirn.

Coca Cola und Krieg

Der 2. Weltkrieg war der Glücksfall für Coca-Cola. Hier begann der Siegeszug der braunen Brause. Die amerikanischen Soldaten tranken mehr als 5 Milliarden Flaschen Coca-Cola in diesem Krieg. Sie waren in allen Teilen der Welt stationiert. Die Brause folgte den Soldaten. Einer der Soldaten, Colonel Robert L. Scott, stationiert bei den Flying Tigers in China, schrieb: "Ich weiß nicht genau, was Demokratie bedeutet, aber bei unseren Gesprächen in China stellte sich heraus, daß wir für dieses amerikanische Mädchen (die Coca-Cola-Flasche) kämpften. Sie bedeutet für uns Amerika, Demokratie, Coca-Cola, Hamburger, saubere Betten und amerikanischen Lebensstil." Für Gott, Vaterland und Coca Cola, die unautorisierte Geschichte der Coca Cola Company

Sieben in Algerien stationierte amerikanische Soldaten schrieben einen Brief an Coca-Cola: "Wenn uns irgendjemand fragt, wofür wir eigentlich kämpfen, sagt bestimmt die Hälfte von uns, für das Recht, wieder Coca Cola kaufen zu können." Ebda.

Im jetzigen Irak-Krieg versorgte Coca-Cola alle US-amerikanischen Soldaten mit Sonnenbrillen.

(Informationen zu Coca Cola und Mc Donald's: Siegfried Pater, Zum Beispiel Mc Donalds, derselbe: Zuckerwasser, Vom Coca Cola Imperium, Für Gott, Vaterland und Coca Cola, die unautorisierte Geschichte der Coca-Cola Company)

4. Coca Cola im Kontext der Globalisierung

Thomas Friedman, Kolumnist der New York Times stellte zu Beginn des Irak Krieges fest, dass für eine funktionierende Globalisierung die USA als unüberwindliche Macht handeln müssten. Die unsichtbare Hand des Marktes brauche die sichtbare Faust der amerikanischen Streitkräfte. Mac Donalds mit seinem Fast Food („Frankensteinnahrung“ und „Coca Cola mit seiner Zuckerlimonade“ ED.) könne nicht ohne die Kampfjets von McDonnellDouglas expandieren. (zit. Nach Jean Ziegler)

Die USA als Weltmacht

Die Vereinigten Staaten von Nordamerika erheben sowohl militärisch und ökonomisch den weltweiten Führungsanspruch.

In den USA ist die größte Konzentration der ökonomischen und militärischen Macht. Das heißt aber nicht, dass die Finanz- und Herrschaftsstrukturen ausschließlich in den USA zu finden sind. Das globale System der Dominanz ist überall auf der Welt. "Das Empire ist kein amerikanisches System, sondern schlicht kapitalistisch. Kein Staat kann das Empire führen. Es ist eine neue Form der Souveränität - das Netzwerk vieler Mächtiger. Das Empire regiert die Welt. Es ist global und dezentral, es kennt kein Außen mehr, es unterwirft alles und jeden." Sagen Toni Negri und Michael Hardt in ihrem Buch: Empire, London 2000

"Die globalen Konzerne wollen die Kommerzialisierung unserer Ernten, unseres Trinkwassers, unserer Atemluft und unserer Träume durchsetzen. Die Länder des Nordens, die die so genannte zivilisierte Welt bilden, horten Massenvernichtungswaffen und führen ihre neuen Kriege im Rahmen des so genannten Krieges gegen den Terrorismus. "Empire bedeutet: Die obszöne Akkumulation von Macht, die permanent wachsende Distanz zwischen den Entscheidungsträgern und denen, die die Folgen dieser Entscheidung tragen müssen." Arundhati Roy Rede in Porto Alegre in Le Monde diplomatique März 2003, S. 15

Symbole und Protagonisten dieses ökonomischen Imperialismus sind Coca Cola und Mc Donald's, die Produzenten von Zuckerlimonade und Frankenfood. „No Frankenfood“ war einer der Slogans in Seattle. Frankenfood bedeutet: Frankensteinfood, also Frankensteinnahrung, genetisch manipulierter und industriell hergestellter Fraß. Coca Cola und Mac Donald's tragen weltweit zu einer ab-

soluten Verschlechterung der Gesundheit bei. Sie sind die großen Verbreiter von Frankenfood.

Coca Cola zerstört Wasserreservoir, Anbauflächen der Armen, lässt Gewerkschafter ermorden, beeinträchtigt die Gesundheit von Millionen Menschen in den Industrieländern.

Drei Beispiele:

1. Fall Kolumbien (Lateinamerika): PANAMCO

„Bei Coca Cola-Kolumbien wurden seit 1990 neun Gewerkschafter von Paramilitärs ermordet. Ganze Belegschaften wurden gezwungen, aus der Gewerkschaft auszutreten“, heißt es auf einem Plakat der [Kolumbienkampagne](#). Nimmt der Getränkehersteller hin, dass für billige Arbeitskräfte Menschen drangsaliert und sogar umgebracht werden? Die PR-Maschinerie von Coca Cola verneint das, wie sollte es anders sein, und übertrumpft die schlechte Presse mit immer neuen Werbespots.

“ In keinem Land der Welt wurden seit den 80er Jahren so viele Gewerkschafter ermordet wie in Kolumbien. Fast 184 waren es im vergangenen Jahr, nahezu 4000 im Laufe des vergangenen Jahrzehnts. Von diesen Morden wurden 99,9 Prozent nicht aufgeklärt und die Verantwortlichen somit auch nicht bestraft. Der einzige Fall, in dem es bislang ein Urteil gab, betraf die Ermordung des Gewerkschafters Isidro Segundo Gil auf dem Werksgelände eines Coca Cola-Abfüllers in Carepa. Gegen den Direktor der Coca-Cola-Fabrik sowie gegen seinen Produktionsleiter wurde Haftbefehl erlassen. Die beiden sollen die Paramilitärs beauftragt haben, den Gewerkschafter zu ermorden. Der Produktionsleiter wurde festgenommen. Nach einigen Tagen im Gefängnis konnte er entkommen.

Seit Jahren betreiben die Coca Cola- Abfüller in Kolumbien eine extrem gewerkschaftsfeindliche Politik, die auch vor Morden nicht zurückschreckt. Denn Anfang der 90er Jahre arbeiteten in den verschiedenen Coca-Cola-Niederlassungen Kolumbiens etwas über 10.000 Arbeiter, sie verfügten alle über unbefristete Verträge und ein durchschnittliches Einkommen von 600-700 US-Dollar. Aber durch die Zerschlagung der Beschäftigtenvertretungen wurde der Widerstand gegen Umstrukturierungen aus dem Weg geräumt. Heute, nach einer grundlegenden Umstrukturierung des Unternehmens, haben nur noch etwa 2.500 Arbeiter Verträge von Coca-Cola, nur 500 davon feste Verträge, weitere 7.500 sind über Subunternehmer beschäftigt. Ihr durchschnittliches Monatseinkommen beträgt nur noch etwa 150 US-Dollar. Im Zusammenhang mit 2 Streiks wurden bei Coca-Cola Kolumbien 1995/1996 sieben Gewerkschaftsführer ermordet.

Besonders auffällig ist die Zunahme der Morde während Arbeitskämpfen und Betriebskonflikten. Die Methoden reichen von Drohungen, Verschleppungen und Folter bis hin zu Mord. Obwohl die zum Dachverband CUT gehörende Branchengewerkschaft, die lokale Gewerkschaft der Lebensmittelindustrie SINALTRAINAL, aufgrund von Anschlägen und Entlassungen auf inzwischen unter 2000 Mitglieder geschrumpft ist, gehen von ihr immer noch zahlreiche Initiativen aus.

SINALTRAINAL beschränkt sich nicht auf die Interessenvertretung der Belegschaften. Sie begreift gewerkschaftlichen Kampf auch als politische Auseinandersetzung. In diesem Zusammenhang unterstützt die Gewerkschaft die Organisierung von Kleinbauern oder führt Solidaritätsaktionen für Flüchtlinge durch. Bei den Tarifverhandlungen bringt die Gewerkschaft Sozialprogramme in Slums, die Verwendung genetisch manipulierter Produkte und ökologische Fragen der Getränkeproduktion zur Sprache.

Die Kampagne fordert:

Vom kolumbianischen Staat: - ein Ende der Kriminalisierung des sozialen Protestes bzw. der ungerechtfertigten Verhaftung von Gewerkschaftsführern!

Von der Coca Cola Company: Sich öffentlich von den Aktionen der Paramilitärs gegen die Gewerkschaft SINALTRAINAL zu distanzieren - die Verleumdungsklagen gegen SINALTRAINAL zurück-

zuziehen und keine weiteren Verfahren dieser Art gegen die Gewerkschaft anzustrengen - direkt mit SINRLTRAINAL zu verhandeln und mit unparteilicher Vermittlung über die Ereignisse in Kolumbien und eine Lösung zu sprechen“ Infopakete – Die Killercoca-Kampagne

2. Fall: Indien, Coca Cola, Privatisierung und Aneignung von Wasser

„Auf ihrem globalen Siegeszug haben sich die Cola-Getränke auch in Indien durchgesetzt - mit fatalen Folgen ausgerechnet für den Wasserhaushalt. Da die Produktion von einem Liter Coca-Cola neun Liter Wasser verbraucht, trocknen in der Umgebung der Produktions- und Abfüllanlagen immer häufiger die Brunnen aus. Dagegen beginnen sich die Bauern zu wehren, und vor allem die Frauen, die das Trinkwasser oft über große Entfernungen heranschleppen müssen

Die 52 Anlagen von Coca-Cola und die 38 von Pepsi-Cola pumpen völlig unkontrolliert riesige Mengen Grundwasser aus dem Boden. Pro Tag verbraucht jede einzelne dieser Anlagen zwischen 1 Million und 1,5 Millionen Liter Wasser - pro Jahr insgesamt an die 40 Milliarden Liter.

Die Softdrinkbetriebe sind in dreifacher Hinsicht eine Gefahr. Erstens führt der enorme Wasserverbrauch zum Verlust von Trinkwasser. Zweitens produzieren die Anlagen eine Menge Giftmüll. Drittens sind die Softdrinks gesundheitsschädlich.

Dass sich Cola-Getränke auf dem "Durstmarkt" gegen gesündere einheimische Produkte durchsetzen, hat noch eine Nebenwirkung. Als Süßungsmittel setzt die Branche immer stärker auf Maissirup, der einen hohen Fruktosegehalt hat. Mais ist aber gerade für die ärmeren Bevölkerungsschichten ein Grundnahrungsmittel. Heute dienen bereits 30 Prozent der Maisernte als Rohstoff für die Produktion von industriellem Viehfutter und Fruchtzuckersaft. Dadurch sinkt wiederum die Nachfrage nach sehr viel gesünderen traditionellen Süßungsmitteln wie *gur* und *khandsari*, die aus Zuckerrohr gewonnen werden. Ein weiterer bäuerlicher Erwerbszweig ist damit existenziell bedroht. Die Produktion von Cola und Pepsi hat also weit reichende Folgen für die Nahrungsmittelkette und für die Wirtschaft insgesamt. Mit dem Abfüllen der Flaschen ist die Sache keineswegs zu Ende.“

Vandana Shiva, Coca Cola löscht den Durst nicht in: Le monde diplomatique, 11.3.2005

"Ein weiteres Beispiel über die Auswirkungen der Privatisierung von Wasser ist ein Dorf in Südindien, in Kerala. Der Staat Kerala ist einer der wasserreichsten Staaten auf der Welt; es herrscht nie Wasserknappheit. Aber vor zwei Jahren kam der Coca-Cola-Konzern dorthin, und durch einen geheimen Deal mit den regionalen Politikern haben sie begonnen, das Grundwasser anzuzapfen, in Flaschen zu füllen und unter dem Markennamen Kinley zu verkaufen: bis zu 1.5 Millionen Liter Wasser täglich. Ich nenne das Wasserdiebstahl, weil sie die Natur niemals um Erlaubnis gebeten haben. .. Innerhalb von nicht einmal begann der Grundwasserspiegel zu sinken. .. Jetzt gibt es in einem Radius von 2 Meilen keinen Tropfen Wasser mehr. Jeder Brunnen ist trocken, jede Zisterne ist leer, jeder Fluss ist ausgetrocknet."

Vandana Shiva, Rede beim GATS Kongress Köln, Mai 2003

„Nun kommt verschärfend hinzu, dass schon seit zwei Jahren der Monsun ausgeblieben ist. Die Frauen müssen kilometerweit bis zum nächsten Brunnen laufen. Landwirtschaft ist kaum noch möglich, der Reisanbau, die Hauptnahrungsquelle, brach praktisch völlig zusammen. Besonders die Kinder vieler armer Familien sind von Unterernährung betroffen. Mit dem Zusammenbruch der Landwirtschaft gibt es keine Verdienstmöglichkeiten mehr für die zahlreichen Kleinbauern.

Zu dem Verlust von Trinkwasser kommen durch die Handlungsweise von Coca-Cola noch zwei weitere Gefahren. Zum einen produzieren die Anlagen eine Menge Giftmüll, der das verbliebene Grundwasser verseucht. Denn der Restmüll wurde mit den Produktionsabwässern in die ausgetrockneten Brunnen gespült, die auf dem Fabrikgelände übrig geblieben waren. Zuvor hatte Coca-Cola seinen Abfall einfach außerhalb der Anlage deponiert, der dann während der Regenzeit in die

Reisfelder, Kanäle und Brunnen geschwemmt wurde. Noch gravierender ist allerdings die Tatsache, dass Coca-Cola seinen Giftmüll als kostenlosen Dünger an die Bauern der Umgebung verteilt. Tests haben ergeben, dass der Müll extrem hohe Dosen an Kadmium und Blei enthält. Auch die Softdrinks selbst stehen im Verdacht, aufgrund dieser Produktionsbedingungen gesundheitsschädlich zu sein. Deshalb hat das indische Parlament vor kurzem eine Kommission eingesetzt um zu untersuchen, wie hoch die Pestizidrückstände in den Softdrinks sind.“ Infopaket Killercoke Kampagne

3. Fall Mexiko, Chiapas Lateinamerika

Konzessionen für Wasserförderung und Müllentsorgung.

„Präsident Fox – selbst früher Vorstandsvorsitzender der Coca Cola Company - unterstützt bereits seit 2000 multinationale Konzerne durch großzügige Konzessionen mit weit reichenden Zugeständnissen für Zeiträume von bis zu 50 Jahren. Darin enthalten sind Optionen, den Vertrag um den gleichen Zeitraum zu verlängern, selbst wenn sich die Abfüllanlagen in Gebieten mit extremer Wasserarmut befinden sollten. Seit seinem Amtsantritt kamen für die CCC allein bis 2003 zehn neue Konzessionen zur Wasserförderung von über 4 Mio. cbm pro Jahr dazu. Den Konzernen werden außerdem Steuervergünstigungen gewährt und sie kommen in den Genuss verminderter Zollgebühren für die Herstellung ihrer Produkte.

Im September 2000 meldete das Unternehmen Kampe S.A. bei dem Abfüller von Coca-Cola FEMSA in der Stadt San Cristóbal de Las Casas den hohen Bleigehalt des Wassers. Es handelte sich um das doppelte der durch die Ordnungsbehörden erlaubten Bleimenge. Die Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (Amedec), die mexikanische Studiengesellschaft für den Verbraucherschutz, beklagt lautstark die schlechte Qualität des Wassers.

In Chiapas sind Auseinandersetzungen zwischen indigenen Gemeinden aufgrund der Nutzung und Verteilung des Wassers keine Seltenheit. Wegen der Wasserknappheit werden indigene Gemeinden unmittelbar gezwungen, „Limonaden“ wie Coca Cola zu konsumieren, dadurch wird das Wasser faktisch durch Coca Cola ersetzt!“

Infopaket – Killercoke

Widerstand ist das Geheimnis der Freude
Alice Walker

Es wäre einfach nur gerecht, wenn es bei internationalen Konzernen - genau wie im Fußball auch - einen Schiedsrichter geben würde, der bei Foulspiel eingreift. Jemand, der Fairness belohnt und die Brutalos vom Platz schickt. Doch auf eine rote Karte für weltumspannende Markenkonzerne werden wir sicher länger warten müssen als auf einen WM-Titel für Deutschland.
Henning Onken Info Internet zu Sponsoren der WM

Da die Betroffenen und wir als potentielle KonsumentInnen aber bis dann nicht warten wollen, sehen wir uns an, welcher Widerstand möglich ist.

- Im Homeland der CCC, den USA, in Kanada und dem UK gibt es einen inzwischen großen Boykott von mehr als einhundert Universitäten, Colleges und Highschools. Teilweise wurden Sponsorenverträge zurückgegeben, Coca Cola darf auf dem Gelände nicht mehr verkauft werden.

- In der Bundesrepublik Deutschland ist es vor allem die Kolumbienkampagne, die sich seit Jahren bemüht, den Boykott von Coca Cola zu verbreiten. Es gibt eine Reihe alternativer Kneipen, in denen kein Coca Cola mehr ausgeschenkt wird. Aber auch die ersten Universitäten rufen zum Boykott auf, z.B. Köln, hoffentlich heute ist der Boykottbeginn an der Universität Düsseldorf.
- Die Gewerkschaft Ver.di hat bereits 2.003 einen Boykottaufruf verabschiedet.
- Der 22. Juli ist vom Weltsozialforum 2002 zum internationalen Aktionstag gegen Coca Cola ausgerufen worden.
- Die kolumbianische Gewerkschaft Sinatrainal reichte erneut eine Klage gegen Coca Cola ein,
- In Italien liefen landesweite Kampagnen gegen Coca Cola als Sponsor der Olympischen Winterspiele, der Lauf der Olympischen Fackel wurde 40 mal unterbrochen,
- Es gab mehrere Tribunale gegen Coca Cola:
- Am 22. Juli 2003 in Atlanta, am 10. Oktober 2005 in Brüssel und am 5. Dezember 2005 in Bogota
- Die Forderungen der Coca Cola Kampagne:
- Achtung der Arbeitsrechte weltweit durch CCC
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den weltweiten Tochterunternehmen
- Wiedereinstellung und Entschädigung aller entlassenen ArbeiterInnen
- Respektierung der Rechte auf gewerkschaftliche Organisation und Mobilisierung
- Wiederaufrholung des gerichtlichen Prozesses gegen CCC in Atlanta und Verurteilung der Verantwortlichen
- Schließung der CCC-Werke, die den Anwohnern die Naturressource Wasser entziehen und die Böden mit chemischen Rückständen aus der Getränkeproduktion belasten
- Eine moralische und ökonomische Entschädigung für die Opfer der durch CCC ausgeübten Gewalt.

Infos über: www.kolumbienkampagne.de

www.killercoke.org

Das Internationale Frauenfriedensarchiv hat zum Thema „Zuckerlimonade und Frankensteinnahrung – Coca Cola und Mac Donald's“ eine Ausstellung erarbeitet, in der viele der Informationen verarbeitet sind. Die Ausstellung kann dort ausgeliehen werden.

Ellen Diederich
 Internationales Frauenfriedensarchiv
 Lothringer Str. 64 - 46045 Oberhausen
 Tel: 0208/853607 - Email: Friedensa@aol.com