

Warum wir keine Coca-Cola trinken

Soziale und ethische Unternehmens-Verantwortung sieht für uns anders aus.

Geschichte

- 2007: Boykott-Beschluss: „Ethische Verantwortung von multinationalen Unternehmen gefragt“
- 2008: Bekräftigung des Beschlusses & Ausweitung auf kritischen Konsum
- 2010: Kritisch konsumieren für die weltweite Umsetzung von Menschenrechten

Begründung

Im Dialog mit Partnerorganisationen in Indien und Kolumbien stellen wir fest, dass folgende Missstände auch im fünften Jahr des Boykotts fortbestehen:

Menschen- und Arbeitsrechte

- Beeinträchtigung und Demotivierung von Gewerkschaftsarbeit, Bedrohungen von Gewerkschafter/-innen
- Mangelnde Bereitschaft zur Aufklärung der Mordfälle von Mitarbeitenden
- Prekäre Arbeitsverhältnisse, mangelnder Arbeitsschutz, keine Existenz sichernden Löhne
- Sponsoring und CSR-Maßnahmen ersetzen nicht die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen

Umwelt

- Produktion in wasserarmen Gebieten Indien nimmt der lokalen Bevölkerung das Recht auf Wasser
- Das Ziel „Wasserneutralität“ ist utopisch und berücksichtigt nicht die gesamte Wassermenge, die für jeden Liter Coca-Cola benötigt wird
- Regenwasserrückgewinnungs-Systeme sind ein Tropfen auf den heißen Stein
- Für Folgeschäden (Ernteauffälle, gesundheitliche Beeinträchtigungen) durch die Verschmutzung von Wasser, Böden und Umwelt fühlt sich der Konzern nicht verantwortlich.

Kommunikation

- Mangelnder Dialog, keine Berücksichtigung der Bedürfnisse der betroffenen Bevölkerung
- Werbeausgaben sind für das Image effektiver als Maßnahmen für die Leidtragenden der Praktiken des Konzerns

Wirkung

Seit 2007 zieht der Boykott weite Kreise und setzt deutschlandweit Zeichen. Das haben wir erreicht:

- Alle **rund 80 katholischen Jugendbildungsstätten**, sowie zahlreiche weitere kirchliche Bildungs- und Tagungshäuser sind **Coca-Cola-frei** und bieten jetzt öko-faire Produkte an. Wir befördern damit den Umstieg auf regionale und faire Getränkeanbieter.
- Wir haben mit dafür gesorgt, dass beim **Katholikentag (2008)** und beim **Ökumenischen Kirchentag (2010)** vom Veranstalter keine Coca-Cola Produkte angeboten wurden.
- Weil der Weltjugendtag in Madrid (2011) von Coca-Cola gesponsert wurde, haben mit **20.000 Aufklebern** internationale Jugendliche für das Thema sensibilisiert.
- Seit 2007 sind wir mit der **Coca-Cola-Company Deutschland im Dialog**. Es gab vier Treffen. Konkret geändert hat sich allerdings nicht.
- Der Boykott zieht Kreise: Organisationen und Verbände schließen sich an; zuletzt die **Landessynode der Evangelischen Kirche im Rheinland**
- Mit Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit stoßen wir **Auseinandersetzung** mit den Praktiken und der Verantwortung multinationaler Unternehmen an und tragen sie weiter. Damit bieten wir den Einstieg in die Beschäftigung mit globalen Fragen wie Unternehmensverantwortung, Menschen- und Arbeitsrechte, Welthandel, regionale Wirtschaftskreisläufe und Fairer Handel
- Der Boykott setzt Impulse und ist **Anstoß für bewusstes, nachhaltiges Konsumverhalten**

Unsere Forderung

Verantwortung übernehmen, Versprechen wahr machen: Make it real, **now!**

Weitere Infos www.kritischerkonsum.de