

Coca-Cola, ein Fall für die Gerichte

Original von Michael Blanding

Der Festsaal des Hotels „Du Pont“ in Wilmington, Delaware, bietet ein Bild von Prunk. Beleuchtet von zwei kristallinen Kronleuchtern, jeweils in der Größe eines Mini Coopers, blicken griechische Götter und Göttinnen von den Gemälden an den Wänden herab. Hier wird im April die Aktionärsversammlung des Coca-Cola-Konzerns stattfinden, die Jahr für Jahr das Vertrauen von Kapitalanlegern stärken soll. Sollte die Versammlung allerdings der vom letzten Jahr ähneln, könnte es auf das Gegenteil hinauslaufen.

Als die Aktionäre im April 2005 einer nach dem anderen den Raum betraten, wussten sie bereits, dass der Getränke-riesen Coca-Cola kontinuierlich Marktanteile an Konkurrenten verloren hatte. Besorgte Investoren erwarteten Zusicherungen von dem Verwaltungsratsvorsitzenden Neville Isdell, einem irischen Aristokraten, der kürzlich den Top Job übernommen hatte. Kaum jemand der Anwesenden war jedoch darauf vorbereitet, was dann geschah. Während Isdell auf dem Podium stand, bildeten sich zwei lange Schlangen an den Mikrofonen. Als er die Sitzung eröffnet hatte, meldete sich zuerst Ray Rogers, ein Veteran unter den Gewerkschaftsführern und Leiter der Kampagne *Stop Killer Coke*, zu Wort. „Ich möchte endlich wissen, was der Coca-Cola-Konzern tun wird, um das Vertrauen der Konsumenten und seine Glaubwürdigkeit zurückzugewinnen um dem wachsenden weltweiten Boykott von Coca-Cola-Produkten entgegenzuwirken“, dröhnte der 62-Jährige.

Dies war erst der Anfang eines 90-minütigen Schlagabtausches, den die *Financial Times* später „eher als Studentenprotestkundgebung als eine Aktionärsversammlung“ bezeichnete. Der Reihe nach nahmen Studenten, Gewerkschaftler und Umweltschützer Coca-Colas Strafregister in Bezug auf internationale Menschenrechte unter Beschuss. Viele rückten dabei Kolumbien in den Brennpunkt, wo der Coca-Cola-Konzern angeprangert wird, sich mit paramilitärischen Todesschwadronen verschworen zu haben, um Gewerkschaftler zu foltern und zu töten. Andere hoben Indien hervor, wo Coca-Cola angeblich Wasservorräte verschmutzt und entleert haben soll. Wieder andere wollten das Unternehmen zur Verantwortung ziehen, weil es durch aggressive, auf Kinder bezogene Werbung Fettleibigkeit verursacht.

Der Coca-Cola-Feldzug ist seit der Kampagne gegen Nike wegen seiner ausbeuterischen Firmenpolitik zur größten anti-unternehmerischen Bewegung der letzten zwei Jahre geworden. Weltweit haben Dutzende von Gewerkschaften und mehr als zwanzig Universitäten Coca-Cola aus ihren Einrichtungen verbannt und Aktivisten waren der Firma von den World-Cup-Veranstaltungen in London bis zu den Olympischen Winterspielen in Turin hart auf den Fersen. Der Kampf gegen Coca-Cola ist aber mehr als nur eine Neuerscheinung des Firmenboykotts: Er bedeutet einen großen Schritt in Richtung internationaler Zusammenarbeit. Coca-Cola, mit seinem rot-weiß geschwungenen Logo, von Peking bis Bagdad unverkennbar, ist möglicherweise das Kernsymbol einer von den USA dominierten globalen Wirtschaft. Im Kampf, Coca-Cola zur Verantwortung zu ziehen, wurden im Gegenzug Probleme über Kontinente hinweg miteinander in Verbindung gebracht, so dass eine wahrhaft globalisierte Basisbewegung entstanden ist.

Coca-Cola nimmt die Proteste gelassen hin, als würden sie nur von „einem kleinen Teil der Studentenschaft“ ausgehen, so der Arbeitsdirektor von Coca-Cola, Ed Potter. „Was hier versucht wird, sind allenfalls gut gemeinte Bestrebungen, auf tadelnswerte Sachverhalte aufmerksam zu machen, die allerdings nichts mit unseren Niederlassungen zu tun haben.“ Nichtsdestotrotz schlug der Coca-Cola-Konzern zurück, indem er mehr Werbung im Fernsehen und in Studentenzeitschriften schaltete, Teil eines gigantischen Werbebudgets, das in den letzten zwei Jahren um insgesamt 30% auf atemberaubende 2,4 Milliarden US-Dollar gestiegen ist. In dem Maße wie sich aber die Beweise gegen das Unternehmen vor der bevorstehenden Aktionärsversammlung häufen, gerät Coca-Cola zunehmend unter Druck, etwas gegen sein international wachsendes Image von Ausbeutung und Brutalität zu tun.

Am Morgen des 5. Dezembers 1996 stand der Generalsekretär von SINALTRAINAL, Isidro Segundo Gil am Eingangstor der Coca-Cola-Abfüllanlage in Carepa, Kolumbien, als zwei Paramilitärs auf einem Motorrad vorbeifuhren und ihn erschossen. Gewerkschaftlern zufolge ließen Paramilitärs alle Arbeiter eine Woche später auf dem Werksgelände antreten und zwangen sie, eine Rücktrittserklärung aus der kolumbianischen Nahrungsmittelgewerkschaft SINALTRAINAL zu unterschreiben, womit das Ende der Gewerkschaft in dieser Abfüllanlage besiegelt war.

Gewalt gegen Gewerkschaftsmitglieder gehört zum Alltag in Kolumbien, wo in den letzten zwanzig Jahren fast 4000 Menschen von Paramilitärs umgebracht wurden. Aber der Mord an Gil war anders, sagen seine Gewerkschaftskollegen. Zwei Monate zuvor hatten sie den Werksleiter zusammen mit einem paramilitärischen Kommandeur in der Cafeteria der Firma beobachtet. Und erst eine Woche vor seinem Tod hatte Gil mit der Firma über einen neuen Vertrag verhandelt. Arbeitern zufolge sind diese Ereignisse ein Beispiel von geheimen Absprachen zwischen Geschäftsführern von Abfüllfirmen und Paramilitärs. „Der Coca-Cola-Konzern wollte von Anfang an nicht nur die Gewerkschaft ausschalten, sondern auch ihre Arbeiter vernichten“, sagte der Präsident von SINALTRAINAL, Javier Correa, in einer Rede, die er kürzlich in den USA hielt.

Außerdem war der Mord an Gil kein Einzelfall, so Correa. Insgesamt wurden zwischen 1989 und 2002 acht Gewerkschaftsmitglieder und ein sympathisierender Werksleiter umgebracht. Sogar heute noch werden Gewerkschaftsführer routinemäßig mit dem Tode bedroht und es werden Mordanschläge auf sie verübt. Paramilitärs entführten und folterten im Jahre 2003 den 15-jährigen Sohn eines Gewerkschaftsführers und brachten den Schwager des Vizepräsidenten von SINALTRAINAL um. Im Januar dieses Jahres, so Correa, bedrängten die Manager des Coca-Cola-Werkes in Bogota ihre Arbeiter eine Stellungnahme zu unterschreiben, dass Coca-Cola nicht gegen Menschenrechte verstoße. Doch bereits eine Woche später erhielt der Gewerkschaftsführer eine Morddrohung gegen sich und seine Familie.

„Coca-Cola ist seit langem dafür bekannt, eine äußerst gewerkschaftsfeindliche Firma zu sein“, sagt Lesley Gill, Anthropologieprofessorin an der *American University* in Washington D.C. Sie war schon zweimal in Kolumbien, um die Gewalt zu dokumentieren. „Sie wurde und wird genau geplant und gezielt eingesetzt. Normalerweise passiert so etwas während Tarifverhandlungsphasen.“ Eine Ermittlung, die 2004 unter der Leitung des New Yorker Stadtrates Hisham Monserrate durchgeführt wurde, dokumentierte 179 „wesentliche Menschenrechtsverletzungen“ gegen Coca-Cola-Arbeiter und außerdem zahlreiche Aussagen, „dass paramilitärische Gewalt gegen Arbeiter mit dem Wissen von und wahrscheinlich auch unter Anweisung von Werksleitern durchgeführt wurde“. Die Gewalt hat die Gewerkschaft stark dezimiert. In den letzten zehn Jahren schrumpfte

die Mitgliederzahl von Coca-Cola-Arbeitern in der Gewerkschaft SINALTRAINAL von über 1400 auf weniger als 400.

Vertreter von Coca-Cola bestreiten eine Beteiligung der Firma oder ihrer Abfüllpartner und behaupten, dass die Morde ein Nebenprodukt des Bürgerkrieges seien. Als Antwort preist die Firma Sicherheitsmaßnahmen an, die sie Gewerkschaftsführern anbietet, wie z.B. Anleihen für private Alarmanlagen und Versetzung derjenigen, die sich in Gefahr befinden. Darüber hinaus betont der Coca-Cola-Konzern, dass er in mehreren Prozessen in kolumbianischen Gerichten freigesprochen wurde. SINALTRAINAL wirft diesen Gerichten jedoch Unwirksamkeit vor - auf 4000 Morde kommen nur fünf für Mord schuldig befundene Paramilitärs - und wandte sich deswegen 2001 an den *International Labor Rights Fund*, eine in Washington ansässige Solidaritätsorganisation. Unter Berufung auf das US-Gesetz Alien Tort Claims Act, das Klagen gegen im Ausland begangene Verbrechen vor US-Gerichten ermöglicht, erhoben der *International Labor Rights Fund* und die US-Stahlarbeiter Gewerkschaft, *United Steelworkers*, im gleichen Jahr am Supreme Court in Miami, Florida, Klage gegen den Coca-Cola-Konzern und seine Abfüller. Im Jahr 2003 ließ ein Richter die Klage gegen Coca-Cola fallen, da der Konzern nicht für das Vorgehen seiner Abfüller verantwortlich gemacht werden könne, setzte aber den Prozess gegen die Abfüller fort. Laut Terry Collingsworth, einem Anwalt vom *International Labor Rights Fund*, ist diese Entscheidung grotesk, da der Coca-Cola-Konzern Eigentumsanteile an seinen kolumbianischen Abfüllfirmen sowie äußerst detaillierte Abfüllvereinbarungen habe. „Ich bin absolut sicher, dass wenn Coca-Cola in Atlanta ihnen sagen würde, sie sollen ihre Uniformfarbe von Rot in Blau wechseln, sie es tun würden“, so Collingsworth. „Sie haben genug Einfluss um diese Aktivitäten sofort zu unterbinden.“

Obwohl der *International Labor Rights Fund* Berufung gegen das Urteil eingelegt hat, kann wegen verfahrensrechtlicher Satzungen der Fall gegen Coca-Cola so lange nicht wieder aufgenommen werden, bis der Fall gegen die Abfüller abgeschlossen ist. Und dieser Prozess kann Jahre dauern. „Wir mussten es irgendwie erreichen, dass Coca-Cola eine Zeitverzögerung als negativ ansieht“, sagt Collingsworth. SINALTRAINAL rief 2003 zu einem internationalen Boykott gegen Coca-Cola-Produkte auf. Zur gleichen Zeit kontaktierte der *International Labor Rights Fund* Ray Rogers, den Leiter von *Corporate Campaign Inc.*, einer Organisation, die mit Gewerkschaften zusammenarbeitet, um Tarifverträge mittels unkonventioneller

Methoden abzuschließen. In den letzten dreißig Jahren hat Rogers Zugeständnisse von einem Dutzend Firmen erzwungen, unter ihnen *American Airlines*, *Campbell's Soup* und die öffentlichen Verkehrsbetriebe von New York, die *Metropolitan Transportation Authority*. Dies erreichte er eben nicht durch Streiks oder Verhandlungen, sondern durch die offensive Strategie, jeden Involvierten der Gegenseite öffentlich zu blamieren.

Rogers erkannte die Schwachstelle des Getränkeriesens sofort: sein Markenzeichen. „Sie gehören zu den schlimmsten Firmen der Welt und dennoch tun sie so, als seien sie der Inbegriff der amerikanischen Lebenskultur“, sagt er. „Wenn Menschen an Coca-Cola denken, sollten sie stattdessen große Not und Verzweiflung unter Menschen auf der ganzen Welt assoziieren.“ Von Anfang an benutzte Rogers den roten Coca-Cola-Schriftzug, um das *Killer-Coke*-Logo zu entwerfen und verdrehte dem Konzern mit Sprüchen wie „*The drink that represses*“ oder „*Murder- it's the real thing*“ die Werbeslogans. Vor zwei Jahren endete sein erster dramatischer Auftritt bei Coca-Colas jährlicher Aktionärsversammlung damit, dass Polizisten Rogers vom Mikrofon wegrißen und ihn gewaltsam aus dem Raum schleiften.

Zuvor hatte Rogers SINALTRAINALS Boykottaufruf gegen Coca-Cola-Produkte abgelehnt, weil er befürchtete, dieser könne erfolglos sein und Gewerkschaften, die mit Coca-Cola arbeiten, abschrecken. Er versuchte vor allem, „Absatzmärkte auszuschalten“, indem er auf umfassenderer Ebene Einfluss nahm. Er überzeugte mehrere Gewerkschaften, u.a. die *American Postal Workers*, mehrere größere lokale Gewerkschaften von den *Service Employees International* und *UNISON*, die größte Gewerkschaft in Großbritannien, Coca-Cola aus ihren Einrichtungen und von ihren Veranstaltungen zu verbannen. Außerdem veranlasste er u.a. die Pensions-Fond-Manager, die Gelder für die Angestellten der Stadt New York verwalten, Beschlüsse zu erlassen, in denen gedroht wurde, dem Konzern Aktieninvestitionen im Wert von Milliarden zu entziehen, sofern Coca-Cola nicht die Verstöße in Kolumbien untersuche. Er überzeugte nicht nur die Gewerkschaft der *Service Employees International*, sondern auch die größte US-Gewerkschaft von Coca-Cola-eigenen Angestellten, *Teamsters*, einen Beschluss zur Unterstützung der *Stop Killer Coke* Kampagne zu verabschieden und sich auf der Aktionärsversammlung 2005 zu äußern. (*Teamsters* ging nicht so weit, Coca-Cola in ihren eigenen Einrichtungen zu boykottieren.) „Was uns zu Ohren kommt, ist entsetzlich“, sagt David Laughton, Sekretär-Schatzmeister der Getränkeabteilung der Gewerkschaft. „Die Untätigkeit

der Firma wirkt sich allmählich in Schulen und Colleges des ganzen Landes aus, was für uns wiederum den Verlust von Arbeitsplätzen bedeutet. Sie müssen endlich aufwachen und ihre Fehler eingestehen.“

Den größten Erfolg hat die Kampagne an Colleges und Universitäten verbucht. Rogers richtete eine Website ein, auf der Studenten anhand einer Schritt-für-Schritt-Anleitung lernen, wie sie ihre jeweilige Institution davon überzeugen können, Multimillionen-Dollar-schwere Verträge mit Coca-Cola zu lösen. Außerdem besuchte er Schulen, um Kundgebungen abzuhalten und Studenten zu beraten. Nach und nach entschieden mehr als ein Dutzend Schulen in den USA und einige mehr in Irland, Italien und Kanada, lukrative Getränkeverträge auf Eis zu legen oder Coca-Cola ansonsten von ihrem Campus zu verbannen. Die Unterstützung von *United Students Against Sweatshops*, einer der größten Organisationen im Nike-Boycott der 90er, forcierte durch das Mobilisieren ihrer eigenen Gruppen den Erfolg der Kampagne. Mittlerweile gibt es weltweit an ca. 130 Hochschulen *Anti-Coke*-Kampagnen. „Diese Kampagne gegen Coca-Cola hat eine neue Studentengeneration politisiert“, findet Camilo Romero, nationaler Veranstalter von *United Students Against Sweatshops*. „Studenten können sich damit identifizieren, weil es so konkret ist“, sagt Aviva Chomsky, Professorin am Salem State College in Massachusetts, das die Geschäftsverbindungen zu Coca-Cola vor zwei Jahren abbrach. „Es ist so einfach zu sagen, ‘Ich konzentriere mich nur auf mein eigenes Leben, da es ja eh so viele schlechte Dinge auf der Welt gibt’. Dieser konkrete Hintergrund ist greifbar.“

Während sich die Studentenkampagnen hauptsächlich gegen die Menschenrechtsverletzungen in Kolumbien gerichtet haben, gibt es auch Kampagnen, die Forderungen anderer Länder berücksichtigen. Nur wenige Firmen haben eine derart globale Reichweite wie der Coca-Cola-Konzern. Er verfügt über ein Netzwerk von Abfüllpartnern auf der ganzen Welt, das durch niedrige Vertriebskosten und Ausnutzung laxer ökologischer Gesetze und Arbeitsrechte im Ausland Gewinnmaximierung garantiert. Diesbezüglich kamen die ersten Unmutsäußerungen aus Indien, wo Dorfbewohner in der Nähe mehrerer Coca-Cola-Abfüllanlagen berichteten, dass der Grundwasserspiegel teilweise bis zu mehr als 15 Meter abgesunken und das noch verfügbare Wasser mit übel riechenden Chemikalien verseucht war. Dorfbewohner in der Nähe von Plachimada, im südindischen Bundesstaat Kerala, begannen 2002 mit einer durchgehenden

Mahnwache vor der örtlichen Anlage. Schließlich erreichten sie im März 2004 eine Stilllegung der Anlage auf unbestimmte Zeit, obgleich der Fall immer noch eine Streitfrage am Kerala High Court, dem Obersten Gerichtshof des Bundesstaates Kerala, ist.

In diesem März begannen Dorfbewohner mit einer weiteren Mahnwache in Mehdiganj in Zentralindien. Sich ausweitende Proteste dort und in einer dritten Anlage im Wüstenstaat Rajasthan führten zu polizeilichen Übergriffen auf Dorfbewohner, die wie ihr Vorbild Ghandi völlig gewaltfrei demonstriert hatten. Amit Srivastava vom *Indian Resource Center* lastet die Übergriffe Coca-Cola an. „Wir wissen, dass der Konzern die Polizei davon abbringen kann, Gewalt anzuwenden“, so Srivastava, „aber er hat die Sache laufen lassen, ohne etwas zu unternehmen.“

Das *Indian Resource Center* wird in seiner Mission von der Nicht-Regierungsorganisation *Corporate Accountability International* unterstützt, die Coca-Cola wegen seiner offensiven Bestrebungen, Wasser in Flaschen zu verkaufen, anprangert. „Wenn Wasser zum Markenprodukt wird, untergräbt dies eindeutig die Nachfrage nach und somit die Unterstützung für öffentlich verwaltete Wasseranlagen“, sagt die Geschäftsführerin von *Corporate Accountability Inc.*, Catherine Mulvey. „Und dabei kommen natürlich diejenigen schlecht weg, die nicht die Mittel haben, teures Geld für ihr Wasser zu bezahlen.“ Als erfahrene Kampagnenführerin gegen Unternehmen sieht Mulvey in der Coca-Cola-Kampagne ein neues Modell. „Die Menschen beschäftigen sich mit den weltweiten Skandalen und konfrontieren die Konzernzentrale Coca-Colas in Atlanta damit“, sagt sie. „Globale Unternehmen als die dominierenden wirtschaftlichen und politischen Institutionen werden wichtiger als der Nationalstaat. Gesellschaftliche Reformbewegungen müssen Wege finden, sich über Grenzen hinweg zu vereinen und gemeinsam Strategien zu entwickeln.“

Der Umfang des Angriffs gegen den Getränkeriesen hat die Kampagne gestärkt, indem verschiedenste Gruppen die Möglichkeit haben, Informationen auszutauschen und bei Protestaktionen größere Unterstützung heranzuziehen. Außerdem stellen sie so eine schwierigere Zielscheibe für Gegenangriffe dar. „Der Konzern hat die Kontrolle verloren“, so Rogers. „Sie begreifen jetzt, dass es sich nicht nur um Einzelpersonen oder eine kleine Gruppe handelt, die man schnell loswerden kann, womit man die Sache aus der Welt geschafft hätte.“ Zeitgleich wirft allein die Anzahl von Klagen gegen Coca-Cola die Frage auf, wie und wann die Kampagne ihren Sieg

endgültig davontragen kann. In dieser Hinsicht sind sich die verschiedenen Gruppen über ihre genauen Ziele im Klaren. Die *Stop-Killer- Coke*-Kampagne z.B. hat sieben Forderungen von SINALTRAINAL übernommen, u.a. eine Menschenrechtspolitik für die Mitarbeiter von Abfüllanlagen und Schadensersatz für Familien von getöteten Arbeitern. Die Kampagne in Indien fordert die Stilllegung mehrerer Anlagen, die Wiederherstellung des ökologischen Gleichgewichts bei anderen und Schadensersatz für betroffene Dorfbewohner.

Vielen Studentenkampagnen ist es am wichtigsten, dass eine unabhängige Untersuchung der Verbrechen in Kolumbien durchgeführt wird. Coca-Cola versuchte bei der Aktionärsversammlung des letzten Jahres, Kritiker mit der Veröffentlichung von Ergebnissen einer von der Firma durchgeführten Studie zu besänftigen, die von den Studenten als beklagenswert parteiisch zurückgewiesen wurde. Da Coca-Cola immer noch Boykotts an mehreren Universitäten drohen - z.B. an der Universität *Rutgers* des US-Bundesstaates New Jersey, an der *New York University*, der größten Privatuniversität der USA und an der *University of Michigan* - stellte der Coca-Cola-Konzern eine Kommission aus Studenten, Schulverwaltern und Gewerkschaftsführern zusammen, die ein Konzept für eine unabhängige Erhebung entwickeln sollte. „Vielleicht war ich zu naiv, aber ich habe mir wirklich Hoffnung gemacht“, sagt Romero von *United Students Against Sweatshops*. „Es sah endlich so aus, als würde der Konzern durch diese neue Investition etwas zum Besseren verändern wollen.“ Aber dann bestand die Firma von Anfang an darauf, selbst Mitglied der Kommission zu sein. Und sogar nachdem der Coca-Cola-Konzern von den Studenten hinausgeworfen wurde, beeinträchtigte er weiterhin die Untersuchung, z.B. durch ein Stillhalteabkommen über Verstöße in der Vergangenheit nachzuforschen. Coca-Colas Bestehen darauf, dass jegliche Enthüllungen bei der Gerichtsverhandlung in Miami unzulässig sein sollten, war der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen brachte. Laut Collingsworth verstoße dies gegen jede Form der Rechtsethik. „Wir können doch unseren Klienten nicht schaden, indem wir Beweise verbergen, die ihre Behauptungen stützen würden“, schrieb er in einem wütenden Brief an Ed Potter von Coca-Cola.

Ungefähr zur gleichen Zeit wurden neue Vorwürfe gegen Coca-Colas arbeitsrechtsfeindliche Taktiken laut: Zum einen in Indonesien, wo laut *United Students Against Sweatshops* Arbeiter beim Versuch, sich gewerkschaftlich zu organisieren, eingeschüchtert wurden, und zum anderen in der Türkei, wo mehr als

hundert Gewerkschaftler entlassen und dann während eines Protestes von der Polizei verprügelt und mit Tränengas angegriffen wurden. Im letzten November erhob der *International Labor Rights Fund* erneut Klage gegen Coca-Cola auf Antrag der türkischen Arbeiter. Nun wurde es den Studenten zu viel: Alle bis auf einen verließen die Kommission.

Wegen des Scheiterns der Untersuchungskommission hatten einige Schulverwalter nun keine Ausreden mehr, die Coca-Cola-Verträge einzuhalten. Sowohl die Universität von New York als auch die von Michigan setzten die Verträge im Dezember aus. Die Bedeutung der *New York University* als größte Privatuniversität des Landes brachte der Kampagne nationale und internationale Presse. „Wir wussten, wenn wir Coca-Cola verbannen, würde unser Statement in der ganzen Welt widerhallen“, sagt Crystal Yakacki, eine junge Absolventin und Mitbegründerin der Protestgruppe an der *New York University*.

Vor dem Hintergrund der immer näher rückenden jährlichen Aktionärsversammlung ist Coca-Cola in die Offensive gegangen und hat sein Vorhaben verkündet, eine Reihe neuer Arbeitsplatzstandards zu entwerfen. Außerdem bat die Firma die *International Labor Organisation*, eine internationale Arbeitsorganisation der UN, eine Arbeitsplatzevaluierung in den kolumbianischen Abfüllwerken durchzuführen. Lautstark protestierend machten Rogers und Collingsworth darauf aufmerksam, dass Potter seit fünfzehn Jahren der Arbeitgeberrepräsentant der US-Unternehmensverbände bei der *International Labor Organisation* ist. „Entweder wissen sie etwas, was wir nicht wissen, oder sie denken, die *International Labor Organisation* arbeitet so langsam und bürokratisch, dass sie die Evaluierung hinauszögern können.“ Potter hingegen beruft sich auf die Größe der Organisation; sie als Einzelperson zu beeinflussen, sei vollkommen unmöglich. Trotzdem ein geschickter Schachzug: Unter Berufung auf „den guten Ruf der *International Labor Organisation* und deren Erfolgsgeschichte“ hob die *University of Michigan* ihren Bann im April auf.

Am 19. April im Hotel „Du Pont“ hoffen die Organisatoren mit einem noch größeren Aufgebot an teilnehmenden Aktivisten das Verhör des letzten Jahres wiederholen zu können. In diesem Frühling stehen für die *Michigan State University*, die *University of California in Los Angeles*, die *University of Illinois*, die katholische Universität *De Paul* mit Hauptsitz bei Chicago und einige Fakultäten der *City University of New York* ihre

Coca-Cola-Verträge zur Debatte. In Großbritannien verfehlte die Kampagne im April nur knapp die Mehrheit, um die *National Union of Students*, die 750 Hochschulen repräsentiert, zu überzeugen, einen Multimillionen-Pfund-schweren Vertrag zu kündigen. Dennoch setzen viele britische Universitäten einzelne Boykotts fort, so wie auch Hochschulen in Italien, Irland, Deutschland und Kanada. „Wir erleben gerade einen einzigartigen Moment in der Geschichte, in dem Studenten die Macht haben, eines der größten Unternehmen der Welt zu verändern“, so Romero. Den jüngst erzielten Triumph an Hochschulen nach zu urteilen, scheint die Kampagne an Schwung zu gewinnen. „Während sich der Absatzmarkt von Coca-Cola verringert, wird unser Interessentenkreis immer größer“, sagt Rogers. „Ich will, dass Coca-Cola endlich erkennt, dass der Konzern durchaus mehr verlieren kann, wenn er so weitermacht wie bisher. Er muss dazu gebracht werden, seine Politik zu ändern, auch wenn es aus reinem Eigeninteresse heraus geschieht.“

Bis der Coca-Cola-Konzern dies tut, wird Aktivisten zufolge die Gewalt gegen seine Arbeiter anhalten. „Es ist alles andere als leicht für mich, meine Familie zu überzeugen, dass sie mit diesen Sorgen leben muss und eines Tages vielleicht traurige Nachrichten erhält“ sagt Correa von SINALTRAINAL. „Meine Kinder sagen, das Leben mit mir sei wie mit einer tickenden Zeitbombe. Aber ich muss weiterkämpfen, solange die Übergriffe um mich herum nicht aufhören. Die Wahrheit ist: Es ist falsch zu glauben, man sei ohne gewerkschaftliche Organisation besser dran“.

Übersetzung: Anne von Gladiss