



www.publiceye.ch

Kandidatur für den
POSITIVE AWARD
2006
Eingereicht von: India Resource Center, San Francisco, USA

India Resource Center

Hauptsitz:	San Francisco, USA
Gegründet:	2003
Website:	www.indiaresource.org
Anzahl MitarbeiterInnen:	1
Anzahl Mitglieder:	keine Mitgliederorganisation.
Tätigkeitsbereich:	Kampagnen zu Konzernen die in Indien tätig sind.
Allg. Zielsetzung der NGO:	Das India Resource Center unterstützt Bewegungen, die sich gegen die unternehmerische Globalisierung in Indien wehren. Bereitstellung von Information über international tätige Konzerne, Ausbildung und Mobilisierung der Wählerschaft zur Unterstützung der Kampagnen in Indien gehören zu den Hauptaufgaben der Organisation.

In Kürze

Das kleine India Resource Center (IRC) kann dem Giganten Coca-Cola nicht gleichgültig sein. Mit seiner Kampagne gegen Coca-Cola unterstützt die US-amerikanische NGO den Kampf lokaler Gemeinden in Indien, die sich gegen die Aktivitäten von Coca-Cola wehren. Gleichzeitig engagiert sich das IRC in der Heimat des Konzerns. Seine Kampagne bewirkte, dass mehrere Universitäts- und Mittelschulcafeterias den Verkauf von Coca-Cola-Produkten einstellten. In Indien ist der Konzern unterdessen in verschiedene juristische Auseinandersetzungen verwickelt. Der Konzern versucht, die Kritik mit PR-Kampagnen zu entkräften.

Begründung der Kandidatur

Gleich mehrere Gemeinden in Indien leiden unter den Aktivitäten von Coca-Cola. Der weltgrößte Hersteller von Softdrink Konzentraten wird beschuldigt, für Wasserknappheit, Verschmutzung des Grundwassers und Bodens rund um seine Abfällanlagen und den Vertrieb von giftigen Abfällen als Dünger verantwortlich zu sein. In verschiedenen Regionen – u.a. Plachimada, Mehdiganj, Kala Dera, Sivaganga – haben Leute begonnen, sich gegen Coca-Cola zu wehren und das Unternehmen zur Rechenschaft zu ziehen.

Das India Resource Center (IRC) hat zusammen mit der indischen Lokalbevölkerung und Studentenorganisationen aus den USA und England eine Kampagne zur Unterstützung der indischen Gemeinden in ihrem Kampf gegen Coca-Cola gestartet. Die Kampagne hat zum Ziel, weltweit Leute zu mobilisieren, die sich für die betroffenen Gemeinden in Indien einsetzen. Dazu wurde - mit Hilfe verschiedener Studien - eine solide Argumentation gegen Coca-Cola aufgebaut. Die von der Kampagne verwendeten Argumente haben sich über die Jahre ausgeweitet: zuerst

ging es ausschliesslich um Umweltanliegen, heute sind Menschenrechte, Lebensmittelsicherheit und lokale Regierungsführung dazugekommen.

Durch seine strategische Position in den USA und England einerseits, in Indien andererseits, gelingt es dem IRC die in Indien stattfindenden Proteste gegen Coca-Cola in die Welt hinauszutragen. Dazu dient insbesondere das Internet (im Juli 2005 besuchten 80'000 Personen die Internetseite des India Resource Center), aber auch Massenmedien wie das Wall Street Journal und die BCC berichten über die Kampagne. Sprech Touren durch die USA und England dienen der Verbreitung von Informationen und helfen, Unterstützer für die Kampagne zu finden. An der Generalversammlung von Coca-Cola im April 2005 veranlasste das IRC, dass knapp zwanzig kritische Aktionäre im Namen der Kampagnen das Geschäftsgebaren von Coca-Cola anprangerten.

In den USA und Europa ermuntert das IRC College-Studenten, an der Kampagne gegen Coca-Cola teilzunehmen. Unter dem Druck von Studentenprotesten haben fünfzehn Colleges und Universitäten Lieferverträge mit Coca-Cola nicht erneuert oder dessen Produkte boykottiert. Weitere Campus erwägen, ähnliche Aktionen durchzuführen.

In Indien ist das IRC ein wichtiger Partner zahlreicher Basisorganisationen. Die NGO unterstützt deren Aktivitäten, hilft ihnen, sich auf lokaler Ebene zu organisieren und öffnet den Organisationen mit seiner Website und zahlreichen Medienkontakten „ein Fenster zur Welt“. Für viele Aktivisten in ganz Indien dient das IRC als Anlaufstelle, wenn es darum geht, sich untereinander zu vernetzen.

Resultate der Kampagne

Die strategische Partnerschaft zwischen betroffenen Gemeinschaften in Indien und einer NGO aus der Heimat von Coca Cola stellte sich für die Sache als entscheidend heraus. Die Aktivitäten gegen Coca-Colas Untaten in Indien wurden zu einer bedeutenden internationalen Kampagne. Dank der Unterstützung des IRC und der harten Arbeit und dem Einsatz der lokalen Gruppen steht Coca-Cola unter öffentlichem Druck. In mehreren Orten in Indien ist der Konzern in juristische Auseinandersetzungen verwickelt. Mit einer PR-Kampagne versucht Coca-Cola nun, seinen Kritikern entgegenzutreten.

Wie geht es weiter?

Noch muss viel mehr getan werden, um Coca-Cola zur Rechenschaft zu ziehen. Der Druck auf den Konzern muss hochgehalten werden, damit dieser auf die Forderungen der lokalen Gemeinden eingeht. Dazu wird die Kampagne auch in Zukunft weiterhin Leute für die Unterstützung der Betroffenen mobilisieren.

Ausführliche Kandidatur: www.publiceye.ch/nominierungen

Weitere Informationen und Links:

- www.indiaresource.org

Eingabefrist Kandidatur: 26. August 2005. Spätere Entwicklungen wurden soweit bekannt berücksichtigt.