

Coca-Cola und Charité-Direktorin beenden Kooperation

29.02.2016



Nach Kritik von foodwatch haben Coca-Cola und eine Direktorin der Berliner Charité-Klinik ihre Kooperation offenbar beendet. Jahrelang hatte der Limo-Hersteller für seine Frauen-Gesundheitsinitiative „Hör auf dein Herz“ prominent mit der Kardiologin Prof. Dr. Vera Regitz-Zagrosek geworben – obwohl Zuckergetränke wie Coca-Cola selbst die Entstehung von Diabetes Typ II und Herz-Kreislauferkrankungen fördern.

Die Charité-Direktorin und Coca-Cola hatten ihre Werbepartnerschaft in der Öffentlichkeit gegen Kritik verteidigt – jetzt wurde die Kooperation aber offenbar beendet: Sowohl Coca-Cola als auch die von Frau Regitz-Zagrosek ins Leben gerufene „Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin“ haben ihre Internetseiten entsprechend geändert.

Eine Million Euro an die Charité

foodwatch hatte Coca-Cola im Oktober 2015 aufgefordert, alle Zahlungen an Wissenschaftler und Gesundheitsprojekte in Deutschland offenzulegen. Der Weltmarktführer für Zuckergetränke veröffentlichte daraufhin eine Liste seiner „Gesundheitspartnerschaften“. Daraus geht hervor, dass Coca-Cola zwischen 2010 und 2015 mehr als eine Million Euro an die renommierte Charité-Klinik überwiesen hat – ausgerechnet zur Finanzierung von Forschung zum Thema Herzerkrankungen, für deren Entstehung zuckerhaltige Getränke wie Coca-Cola mitverantwortlich sind. Über eine von foodwatch gestartete E-Mail-Protestaktion hatten mehr als 14.000 Bürgerinnen und Bürger die Charité aufgefordert, die Kooperation zu beenden. Die Klinik wies die Kritik zurück; die Forschungsprojekte seien abgeschlossen. Eine Verlängerung der Unterstützung durch Coca-Cola sei jedoch „nicht geplant“.

Charité-Direktorin als „Partnerin“ von Coca-Cola

Prof. Dr. Vera Regitz-Zagrosek blieb allerdings zunächst prominentes Werbegesicht der Coca-Cola-Initiative „Hör auf dein Herz“. Zusammen mit ihrer Deutschen Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin trat sie als „Partnerin“ des Projekts auf. In einem Flyer wurde „Hör auf dein Herz“ zudem als „gemeinsame Initiative“ der Professorin und Coca-Cola light bezeichnet. Auch auf der Seite der Deutschen Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin, deren Gründungspräsidentin Frau Regitz-Zagrosek ist, wurde weiterhin für „Hör auf dein Herz“ geworben: In einer eigenen Rubrik auf der Webseite wurde die Initiative beworben und Informationsmaterial von Coca-Cola zum Download


bereitgestellt.

Kooperation heimlich, still und leise beendet

Jetzt haben aber Coca-Cola und die Charité-Direktorin ihre Kooperation offenbar heimlich, still und leise beendet – entsprechende Angaben im Internet wurden geändert. Frau Regitz-Zagrosek wird nicht mehr als „Partnerin“ von „Hör auf dein Herz“ genannt, ihr Foto auf der Startseite ist ebenso verschwunden wie der gemeinsame Flyer. Stattdessen heißt es unter „Hintergründe“, dass Frau Regitz-Zagrosek und ihre Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin zwischen 2010 und 2015 die „Partner der Initiative“ waren. Auch auf der Coca-Cola-Homepage wird die Zusammenarbeit nur noch in der Vergangenheitsform erwähnt. Die Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin hat ebenfalls reagiert: Die gesamte Rubrik zu „Hör auf dein Herz“ ist verschwunden, mitsamt des Informationsmaterials von Coca-Cola.

Flüssige Krankmacher

foodwatch begrüßte, dass die Zusammenarbeit zwischen Coca-Cola und dem Uni-Klinikum nun endgültig eingestellt wurde. Ausgerechnet der größte Limo-Produzent der Welt sponserte Projekte zur Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen – aus Sicht von foodwatch ist das, als ob Marlboro Forschung zu Lungenkrebs unterstützen würde. Zuckergetränke wie Coca-Cola sind flüssige Krankmacher, sie fördern Übergewicht, Diabetes und auch Herzerkrankungen. Diese Debatte will Coca-Cola unbedingt vermeiden – das Sponsoring von Gesundheits- und Sportprojekten ist nur ein Feigenblatt, um von der eigenen Verantwortung abzulenken.

Der foodwatch-Newsletter 

Bleiben Sie mit **3 7 7 7 9 4** anderen immer auf dem Laufenden – mit dem foodwatch-Newsletter!

[Datenschutzhinweis](#)

Coca-Cola als uneigennütziger Sponsor?

Auch in anderen EU-Ländern tritt Coca-Cola als vermeintlich uneigennütziger Sponsor in Erscheinung. In Frankreich finanziert der Konzern ausgerechnet die Diabetesgesellschaft (Fédération Française des Diabétiques), in Großbritannien die British Nutrition Foundation. In den USA sorgte insbesondere der Geldfluss an die Universität Colorado Denver zur Errichtung des „Global Energy Balance Network“ für erhebliche Kritik – die Hochschule zahlte daraufhin eine Million US-Dollar an Coca-Cola zurück. Das Global Energy Balance Network stellte im Dezember 2015 den Betrieb ein – laut Internetseite aufgrund fehlender Mittel.

Übergewicht und Fettleibigkeit (Adipositas) bei Kindern sowie Erwachsenen haben in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch zugenommen. Adipositas wird inzwischen als das am schnellsten wachsende Gesundheitsproblem eingestuft. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) sowie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sprechen in diesem Zusammenhang von einer globalen „Adipositas-Epidemie“. Gesundheitsexperten schreiben zuckerhaltigen Getränken eine besondere Rolle in dieser Entwicklung zu. Der Konsum dieser Getränke fördert nachweislich die Entstehung von Übergewicht sowie Diabetes Typ II und wird zudem mit einem erhöhten Risiko für Herzinfarke in Verbindung gebracht.

Downloads:

[Vorher-Nachher-Screenshots der geänderten Internetseiten \(PDF, 2.9 MB\)](#)

[ÄLTERE NACHRICHT](#)

[NEUERE NACHRICHT](#)

[ALLE NACHRICHTEN ZUM THEMA](#)

foodwatch e.v. | brunnenstraße 181 | 10119 berlin | germany | info-telefon +49 (0)30 / 28 09 39 95 | info@foodwatch.de