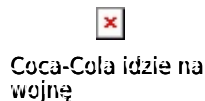


## Coca-Cola idzie na wojnę

---

8 maja 1886 r. aptekarz – dr John Pemberton – na tyłach swojego domu w Atlancie stworzył kombinację sody, cynamonu, liści koki, nasion krzewu róży brazylijskiej, dając początek Coca-Coli. Butelka Coca-Coli pierwotnie kosztowała pięć centów. Z czasem jej produkcja przerodziła się w przemysł wart 50 miliardów dolarów rocznie.

Z biegiem lat sukces komercyjny napoju przyczynił się do stworzenia publicznego wizerunku Coca-Coli jako produktu luksusowego. W czasie wojny reklamy przekonywały Amerykanów, że picie Coca-Coli jest w pewnym sensie synonimem walki o wolność oraz demokrację i niejako wspomaga amerykańskiego zaangażowanie w wojnę.



Natężenie tych reklam związane było z próbą odwrócenia uwagi od interesów, jakie firma prowadziła w Niemczech – drugiego co do wielkości rynku zbytu.

Hitler wprawdzie robił kąśliwe uwagi na temat samych Amerykanów, ciągle jednak był zazdrosny o wydajność tamtejszej gospodarki. Dziwił się temu zjawisku, tym bardziej, że – jak to sam określił – „Amerykanie mają kurze mózdzki, a ich kraj to domek z kart,

pełen problemów na tle rasowym i ekonomicznych”.

Nie przejmując się tą opinią, Coca-Cola otworzyła w Niemczech, za pomocą zależnych producentów, m.in. fabrykę butelek, opakowań czy drukarnię. Nie powstrzymała się też od wręczania łapówek tam, gdzie należało „uspokoić ksenofobicznych nazistowskich urzędników” (Eleonor Jones and Florian Ritzmann, xroads.virginia.edu).

Kiedy w 1936 r. Herman Goering przedstawił plan czteroletni, który zakładał minimalizację importu, łapówki stanowiły jeden z elementów strategii przetrwania firmy.

Samo przekonanie nazistów, że Coca-Cola to niemiecki biznes, nie było łatwe, dlatego przekupiono samego Goeringa. W chwilę po tym, Coca-Cola otrzymała pozwolenie na import niezbędnych do produkcji składników – No.5 oraz 7X, wytwarzanych poza granicami Rzeszy.

Wspomnianą strategią zarządzał Max Keith – dyrektor generalny Coca-Coli i faszystowski kolaborant, który schlebiał Niemcom wszelkimi metodami. To dzięki niemu Coca-Cola była jednym z trzech oficjalnych napojów olimpiady w Berlinie w 1936 r.

Strategia przetrwania raz jeszcze przyniosła korzyść firmie. W 1939 r. Ministerstwo Gospodarki Rzeszy ogłosiło, że wszystkie butelki produkowane w Niemczech powinny

mieć pojemność 200 cm<sup>3</sup> przy dotychczasowych 180cm<sup>3</sup>, jakie produkowała Coca-Cola. Wkrótce wstrzymano produkcję butelek o innej niż zalecana pojemności.

W sukurs Coca-Coli przyszedł Reinhard Spitz, były wysoko postawiony urzędnik w Ministerstwie Spraw Zagranicznych, który miał rozległe kontakty w rządzie. Ułatwił on firmie przeniesienie produkcji do zaanektowanych Sudetów, gdzie prawo niemieckie dotyczące pakowania jeszcze nie obowiązywało.

Kiedy Spitz spytał naczelnika tamtejszego okręgu - w jaki sposób miejscowy przemysł szklany radzi sobie z międzynarodowym embargiem nałożonym na Niemcy po zajęciu Czechosłowacji, ten odparł:

„Mój drogi towarzyszu Spitz, sytuacja na rynku szklanym jest gówniana, a maszyny w fabrykach pracują zaledwie kilka godzin dziennie.” Po czym ów naczelnik załatwił w Berlinie wyjątek dla importu produkowanych w Sudetach butelek Coca-Coli.

*Źródła: [xroads.virginia.edu](http://xroads.virginia.edu);  
[ciepac.org](http://ciepac.org); [leda.law.harvard.edu](http://leda.law.harvard.edu);  
[info.com](http://info.com); [diggerhistory.info](http://diggerhistory.info)*

*Opublikowano w dniu 8.05.2019 r.*

*przez Wydział Informacji i Edukacji Antykorupcyjnej GSz CBA*