

WOUND UP (DORISRÖSCHEN 2)



Resistenzbildung ist einer der wesentlichen Faktoren, die Anpassung und Evolution überhaupt möglich machen. Es ist m. M. nach **nicht sehr intelligent, Produkte** zu entwickeln und zu brauchen, **die grossflächig NEUE Resistenzen erzeugen**. Genau das machen aber die Herbizide. Nach 5-10 Jahren sind die ‚Unkräuter‘ resistent geworden. Dann MUSS eine neues Produkt her, das wiederum..... So kann man die Landwirte abhängig machen, vor allem wenn das Saatgut mit einem spezifischen Herbizid gekoppelt wird. **Sehr clever! Der kurzfristige Profit ist gewiss**. Die Verantwortung müssen dann die nächsten Generationen übernehmen. Die Tabakindustrie der USA haben die Strategien und Praktiken vorgepflügt, die Pharma und Agrarindustrie verbessern diese Strategien laufend noch. Es geht um **VIEL GELD**: Jahresumsätze von Chinachem (mit Syngenta) 57, Monsanto 15, Bayer 12, Dupont 11, BASF 7, Dow Chem 7, Milliarden US Dollars.

O-Ton Monsanto: Wir schaffen Klarheit in Hinblick auf Zielrichtung, Rollenverteilung und Verantwortlichkeit, pflegen enge Beziehungen mit unseren Kunden und externen Partnern, **fällen WEITSICHTIGE Entscheidungen....** **Der Monsanto Wertekodex** enthält unsere Selbstverpflichtungen dahingehend, wie wir geschäftlich auftreten. Sie halten uns dazu an, **mehr zuzuhören**, unsere Handlungen und deren Auswirkungen umfassend abzuwägen, und verantwortungsbewusst zu führen.

Vorteile Durch solide und innovative wissenschaftliche Arbeit sowie **bewusst wahrgenommene, effektive Verantwortung** liefern wir qualitativ hochwertige Produkte, die für unsere Kunden und die Umwelt gleichermaßen vorteilhaft sind.

Respekt Wir respektieren die religiösen, kulturellen und ethischen Anliegen aller Menschen. **Die Sicherheit** unserer Mitarbeiter, der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind; **unserer Kunden, der Verbraucher und der Umwelt hat dabei für uns höchste Priorität.**

Das tönt dann aber im **Praxis-Fall** vom MonsantoTribunal **ganz anders**: Monsanto respects others' points of view, and we welcome the opportunity to have an open dialogue about agriculture and food production. However, this is not a real trial, and the results of this initiative have no legal substance—**it is simply a publicity stunt**. The organizers of the stunt have historically shown that they are not interested in dialogue, but rather seek to create headlines that misrepresent and mislead. (Nick Weber (Corp.Engagement), hat er den Zeugenaussagen zugehört? **Hallo: Kunden, Verbraucher, Umwelt, höchste Priorität s.o.?**