

Schweiz. Seit rund zehn Jahren schwankt dieser Wert nur noch wenig. Das Potenzial scheint ausgereizt, für etwas Wachstum sorgt nur noch die Zunahme der Bevölkerung. In diesem verschärften Wettbewerb können sich Hersteller auf Nischen spezialisieren oder versuchen, auf Kosten der Konkurrenz zu wachsen.

Grosse schlucken Kleine

Die in einem solch gesättigten Markt typische Entwicklung hat auch beim Mineralwasser eingesetzt: Die Grossen fressen die Kleinen. Nestlé schluckte «Henniez», Coca-Cola die Valser Mineralquellen, und Feldschlösschen übernahm «Rhäzünser».

Die vorerst letzte grosse Übernahme gelang Coop. Der Grossverteiler übernahm im Wallis die Pearlwater Mineralquellen AG. Coop wird damit selbst zum Produzenten. Bevor Coop in

die Produktion einstieg, teilten sich gemäss «Handelszeitung» die sechs grössten Produzenten, unter diesen Nestlé und die Migros, 90 Prozent des Marktvolumens von rund einer Million Schweizer Franken auf. So hoch schätzt Marcel Kreber, Generalsekretär des Verbandes Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten, das Marktvolumen in der Schweiz.

Coop zielt mit der Übernahme der Pearlwater-Quelle im Wallis nicht nur auf den inländischen Markt. Der Grossverteiler betont, der Weltmarkt für Wasser habe für alle multinationalen Nahrungsmittelkonzerne eine enorme strategische Bedeutung.

Wachstumschancen im Mineralwassermarkt ortet der Grossverteiler vor allem in Schwellenländern und Nordamerika. «In vielen Entwicklungsländern ist das Leitungswasser oft so schlecht, dass die Verbraucher

keine andere Chance haben, als zu abgefülltem Wasser zu greifen. Dies bedeutet für Pearlwater zusätzliche Absatzchancen», schreibt Coop.

Die Strategien der Multischielen nach Weltmarkt für Wasser.

Zu einem erstaunlichen Ergebnis kommt auch eine neue repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstituts Demoscope im Auftrag des Schweizerischen Vereins des Gas- und Wasserfaches: Knapp 80 Prozent der Befragten trinken «jeden oder fast jeden Tag» oder mehrmals täglich Hahnenwasser. Vor zehn Jahren lag dieser Wert noch bei weniger als zwei Dritteln. Und der Anteil derjenigen, die finden, das kühlende Nass aus dem Hahn sei qualitativ

schlechter als Mineralwasser, ist von 26 auf 14 Prozent gesunken. Trinkwasser gilt für viele der Befragten als gesund, hat den Vorteil, ein regionales Produkt und ökologisch zu sein.

Weshalb die Schweizer Bevölkerung trotzdem immer mehr ausländisches Mineralwasser trinkt – diese interessante Frage stellte das Marktforschungsinstitut allerdings nicht. So bleibt der Widerspruch, dass Hahnenwasser in der Schweizer Bevölkerung zwar sein Image aufpolieren konnte und immer beliebter wird, sich gleichzeitig aber viele Konsumentinnen und Konsumenten beim Grossverteiler für ein ausländisches Mineralwasser entscheiden – «Wasserschloss Europas» hin oder her.

Da sind die Wasservögel unter den Zugvögeln konsequenter: Jedes Jahr überwinternd rund eine halbe Million in der Schweiz. Weil sie hier so viele Wasserstellen finden. **Webcode: @asgig**

Wie Nestlé Wasser in Gold verwandelt

Der Dokumentarfilm «Bottled Life» zeigt auf, wie der Schweizer Lebensmittelkonzern den Wassermarkt beherrscht. Ein Interview mit dem Rechercheur Res Gehrig. *Von Marc Krebs*

Wir wissen, dass Rohstoffe wie Öl oder Gas Gold wert sind. Aber was wissen wir über das Wasser? Nicht so viel wie Peter Brabeck, der Verwaltungsratspräsident von Nestlé. Als CEO des Schweizer Konzerns erkannte er früh, dass Wasser einen Wert hat. Einen Preis auch. Und eine hohe Rendite. Eine Lastwagenladung Wasser kostet Nestlé in den USA zehn Dollar. In Flaschen abgefüllt hat diese Menge im Laden einen Wert von 50 000 Dollar, wie wir im Dokumentarfilm «Bottled Life» erfahren.

Seit Nestlé vor 20 Jahren den französischen Perrier-Konzern übernommen hat, ist die Firma weltweit Marktführerin. Heute setzen die Waadtländer mit abgepacktem Wasser jährlich zehn Milliarden Franken um. Tendenz steigend. Doch wem gehört das Wasser?

Dieser Frage wollte der Schweizer Filmregisseur Urs Schnell nachgehen und schickte den investigativen Journalisten Res Gehrig auf die Reise zu den Quellen des Wasser geschäfts – etwa in den Osten der USA, wo Nestlé in einem Naturschutzgebiet Testbohrungen macht, zum Ärger vieler Anwohner. Diese mobilisieren sich, wehren sich dagegen, dass ein Konzern ihr Quellwasser gratis abpumpt und dann für viel Geld verkauft. Ideologische Unterstützung erhalten sie dabei von Maude Barlow, der ehemaligen Chefberaterin für Wasserfragen der UNO. «Nestlé ist ein Wasserjäger, ein Raubtier auf der Suche nach dem letzten sauberen Wasser dieser Erde», sagt sie angrifflich.

Gehrig reist weiter, in Länder wie Nigeria oder Pakistan. Nestlé lässt ihn nicht in die Fabriken rein. Er spricht mit Leuten, die dort leben. Viele Brunnen seien ausgetrocknet, das Grundwasser der Bevölkerung nicht mehr sauber, erfährt er in der Industriestadt Sheikhpura. «Pure Life», das Flaschenwasser

von Nestlé, übersteigt die finanziellen Mittel vieler Einwohner. Die Bevölkerung kann nur um Hilfe bitten. Diese bleibt aber aus. Die Regierung kümmert sich zu wenig um die Wasserversorgung.

Wasser hat für Nestlé einen «Marktwert»

Und Nestlé? Die Firma gebe auch keine Unterstützung, klagt ein Einwohner. Während Nestlé in jenen Gemeinden der USA, wo Wasser gepumpt wird, als grosszügiger Sponsor von Dorfvereinen und Schulen auftritt, scheint der philanthropische Einsatz am anderen Ende der Welt begrenzt zu sein.

Was sagt Nestlé zu all dem? Im Abspann wird Peter Brabeck unter den Mitwirkenden aufgeführt, aber unfreiwillig. Er verweigerte den Filmemachern das Gespräch, weshalb sie auf Archivmaterial zurückgriffen und ihn bei Auftritten filmten. Brabeck gibt sich einerseits als Botschafter für Wasser, der auch in Entwicklungsländern helfen will, andererseits als Konzernchef mit Geschäftsideen. Dass Wasser für alle zugänglich sei, kommt für ihn einer «Extremlösung» gleich: Für ihn ist es ein Lebensmittel mit einem Marktwert. Am Ende des Films bleibt der Eindruck: Der Konzernchef predigt Wasser und meint Gold.

Res Gehrig, wenn Sie zum Italiener um die Ecke gehen, bestellen Sie dann zum Wein noch eine Flasche «San Pellegrino», eine Marke aus dem Wassersortiment von Nestlé?

Nein, ich bestelle eine Karaffe Hahnenwasser. Ich sehe nicht ein, weshalb ich zum Beispiel «Henniez» oder «Perrier» trinken soll, die im Vergleich zum Zürcher Leitungswasser ein Mehrfaches an Nitrat

enthalten. Nitrat ist eine Verunreinigung. Ich trinke lieber ein gutes Produkt, das gratis ist, als ein schlechtes, für das ich noch bezahlen muss.

«San Pellegrino», «Henniez», «Perrier»: Boykottieren Sie Nestlé-Produkte?

Ich kaufte schon früher wenig Produkte dieses Konzerns. Nach unseren Recherchen schmecken sie mir auch nicht besser.

Warum?

Ein Beispiel, das im Film keine Verwendung fand: In Texas traf ich Leute, die neben einer Nestlé Pumpsta-



tion leben. Nachdem die Firma begonnen hatte, Wasser abzupumpen, sassen die Nachbarn auf dem Trockenen. Sie prozessierten und verloren. Nestlé pochte auf ein Gesetz, wonach sich der mit der grössten Wasserpumpe unbeschränkt bedienen könne. Vor Gericht sagte der Nestlé-Anwalt: «Wir können mit dem Grundwasser tun, was wir wollen, ohne auf unsere Nachbarn Rücksicht nehmen zu müssen.» Das ist ein eklatanter Widerspruch zu Nestlés «Good Neighbour»-Politik, die die Firma gerne präsentiert.



Nestlé expandiert vermehrt in Entwicklungs- und Schwellenländer und füllt dort sauberes Wasser in Flaschen ab. Das hat seinen Preis. Foto: zVg/Doklab

Peter Brabeck beteuert doch, Nestlé agiere zum Wohl der Menschheit, man wolle die Wasserversorgung garantieren. Dagegen ist ja nichts einzuwenden.

Das stimmt. Aber Brabeck trägt zwei verschiedene Hüte: jenen des Verwaltungsratspräsidenten eines Nahrungsmittelkonzerns, des grössten Flaschenwasserverkäufers. Der andere Hut ist jener des gemeinnützigen Wasserbotschafters. Das muss man auseinanderhalten.

Inwiefern?

Nestlé betont gerne die soziale Verantwortung des Unternehmens. Die entspricht in meinen Augen aber nicht einer Firmenphilosophie, sondern ist eher ein Marketinginstrument. Am stärksten fiel mir das in Äthiopien auf. Nestlé hat dort vor einigen Jahren eine Wasserversorgung für ein Flüchtlingslager bereitgestellt. Gute Sache. Bei meiner Recherche fand ich heraus, dass das Geld dafür aus einem Prozess stammt, den Nestlé gegen den Staat Äthiopien geführt und gewonnen hatte. «Nahrungsmulti verklagt Hungerstaat» hiess es 2002 in der Presse. Aus Imagegründen versprach Nestlé darauf, das Geld für wohltätige Zwecke zu spenden. Als ich mir die Pumpanlage dann angeschaut habe, war sie in schlechtem Zustand. Und ich erfuhr vor Ort, dass sich Nestlé stillschweigend aus dem Projekt zurückgezogen hat, schon 2005. Peter Brabeck trat aber noch 2007 vor die Kamera und behauptete, Nestlé ginge es im Flüchtlingslager um ein langfristiges Projekt.

Offenbar entspricht das nicht der Wahrheit. Was Fragen zur Moral aufwirft.

Und solche hätte ich Peter Brabeck gerne gestellt. Aber leider verweigerte er jedes Gespräch.

Warum?

Nestlé behauptet neuerdings, es sei uns bloss darum gegangen, den Konzernen zu verunglimpfen. Was nicht stimmt. Wir haben Nestlé sogar nach unseren Dreharbeiten noch einen ganzen Fragenkatalog zugeschickt. Aber Nestlé weigerte sich, die Fragen zu beantworten.

Womöglich fürchtete Nestlé einen angriffigen Stil, so wie ihn der amerikanische Dokumentarfilmer Michael Moore pflegt.

Mag sein. Doch das lag uns fern. Ich bin nicht so witzig und auch nicht so schlagfertig wie er. Wir gingen ohne ideologische Scheuklappen auf Recherche. Es wäre nicht aufschlussreich und interessant gewesen, wenn wir Nestlé zum Vornherein als bösen Multi positioniert hätten. Man kann einem Unternehmen ja nicht vorwerfen, dass es Profit machen will. Wir wollten uns kritisch mit den Argumenten von Nestlé auseinandersetzen, leider wollten sie uns diese aber nicht liefern. Also mussten wir auf bereits existierende Zitate und Aussagen zurückgreifen.

Brabeck verweist darauf, dass die Landwirtschaft ein Vielfaches an Wasser pumpt.

Das stimmt. Global betrachtet ist die Landwirtschaft ein grösseres Problem. Nestlé packt Wasser in Flaschen ab, deshalb trocknet die Welt nicht aus. Aber es kann lokal Einfluss haben auf den Grundwasserspiegel. Uns ist es wichtig, dass man sich überlegt, wie es in jenen Ländern um die öffentliche

Wasserversorgung steht, wo Nestlé seine neuen Märkte erschliesst.

Zum Beispiel in Pakistan.

Genau. Gleich neben der Nestlé-Fabrik hat mir dort eine Frau das gelblich gefärbte Wasser gezeigt, das bei ihnen aus dem Handbrunnen kommt. Die Kinder bekommen davon Durchfall. Und auf der anderen Seite des Zauns pumpt Nestlé mit einem Tiefbrunnen sauberes Trinkwasser. Das wird dann als «Pure Life» verkauft. Aber die Frau kann es sich gar nicht leisten.

Sie reisten für Ihre Recherchen um die halbe Welt. Abgesehen von Nestlé spielt die Schweiz keine Rolle. Warum eigentlich nicht?

Mineralquellen haben bei uns Tradition, ihre Nutzung wird nicht gross hinterfragt. Wir entschieden uns in die USA zu reisen, weil dort eine Kontroverse in Gang ist. Nestlé expandiert, pumpt immer mehr Wasser und stösst auf erheblichen Widerstand.

Man könnte Ihnen vorwerfen, dass Sie sich auf Nestlé fixieren. Konzerne wie Coca-Cola, Pepsi oder Danone kämpfen um den gleichen Markt.

Das stimmt. Aber Nestlé ist weltweit die Nummer 1 und hat das Zukunftspotenzial des abgepackten Wassers vor allen anderen erkannt. Zudem gibt es kaum Dokfilme, die sich mit diesem Konzern kritisch auseinandergesetzt haben. **Webcode: @asgig**

«Bottled Life» feiert am 22. Januar an den Solothurner Filmtagen Premiere. www.solothurnerfilmtage.ch Ab 26. Januar ist der Film auch in Basel zu sehen.

Die stille Katastrophe

Der Zugang zu Trinkwasser ist ein Menschenrecht. Doch der Verteilungskampf um das seltene Gut wird härter – angeheizt durch Konzerne, die die Quellen kommerzialisieren wollen. *Von Christian Rentsch*



Lukrative Umwandlung von Trinkwasser in eine Ware: Grosse Nahrungsmittelkonzerne graben in Entwicklungsländern Wasser ab – um es der armen Bevölkerung in Flaschen zu verkaufen.
Foto: Prisma/Montage: Nils Fisch

Wo Wasser jederzeit unbeschränkt und in bester Qualität aus jedem Wasserhahn sprudelt, kann man sich nur schwer vorstellen, dass weltweit noch immer rund 900 Millionen Menschen, weit mehr als die gesamte Bevölkerung Europas, keinen gesicherten Zugang zu sauberem Trinkwasser haben – und 2,6 Milliarden Menschen, fast 40 Prozent der gesamten Weltbevölkerung, auf Toiletten und Waschelegenheiten verzichten müssen.

Unter diesem unvorstellbaren Wassermangel leidet aber nicht, wie man vermuten könnte, bloss die Bevölkerung der wasserärmsten Regionen, den grossen Trocken- und Wüstengebieten der Welt, sondern auch ein Teil der Bevölkerung in Weltgegenden, die durchaus über ausreichende Wasservorräte verfügen würden. Etwa die Bewohnerinnen und Bewohner der riesigen Slums fast aller Megacities der Welt – von Mumbai und Kalkutta über Lagos und Kinshasa bis Mexico City und São Paulo, aber auch zahlloser mittelgrosser Städte in vielen Entwicklungsländern.

Gut gemeinte Millenniumsziele

Diese Situation ist deshalb so bedrückend, weil diese grossstädtischen Armenviertel rasant wachsen. Jedes Jahr strömen Hunderttausende oder gar Millionen Menschen in der Hoffnung auf Arbeit und Wohlstand aus ländlichen Gebieten in die Städte. Allein Mexico City wächst jährlich um rund zwei Millionen Menschen. Derzeit lebt über die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten – in zehn Jahren werden es laut Experten der UNO rund drei Viertel sein. Und: Bereits

heute lebt jeder dritte Stadtbewohner der Welt in einem Elendsviertel; in 25 Jahren, so prognostiziert eine Studie des UNO-Programms Habitat, wird jeder dritte Weltbürger in einem Armutsviertel leben.

Rund 900 Millionen Menschen weltweit haben keinen gesicherten Zugang zu frischem Wasser.

Vor elf Jahren haben die Regierungen dieser Welt am sogenannten Millenniumsgipfel beschlossen, den Anteil der Menschen, die keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben, bis 2015 um die Hälfte zu reduzieren. Am Erdgipfel von Johannesburg im Jahr 2002 wurden die Millenniumsziele noch um den Zusatz ergänzt, auch den Zugang zu sanitären Einrichtungen bis 2015 in gleichem Mass zu verbessern. Gemeint sind damit allerdings nicht sprudelnde Wasserhähnen in jedem Haus, sondern, wie die Experten es später definierten, eine tägliche Wasserration von 20 Litern pro Person mit Wasseranschlüssen und sanitären Einrichtungen, die nicht weiter als einen Kilometer von den jeweiligen Haushalten entfernt sind.

Es ist durchaus möglich, dass das Millenniumsziel hinsichtlich des Trinkwasserzugangs rechnerisch sogar erreicht wird. Das liegt vor allem daran, dass China und Indien in den vergangenen Jahren die Wasserversorgung vor allem in den ländlichen Ge-

bieten und mittelgrossen Städten enorm ausgebaut haben. Das gilt aber nicht für die meisten anderen Entwicklungsländer – etwa die afrikanischen Staaten südlich der Sahara, wo sich die Zahl der Menschen, die keinen Zugang zu Trinkwasser haben, seit 1990 fast verdoppelt hat.

Die Gründe dafür sind regional sehr unterschiedlich: die Bevölkerungsentwicklung in Afrika, der Klimawandel, der in den subtropischen Regionen für Wasserknappheit sorgt und auf dem indischen Subkontinent zu immer häufigeren Überschwemmungskatastrophen, zum Zusammenbruch und zur Verschmutzung der Wasserversorgungssysteme führt.

Privatisierung verschärft Wasserknappheit

Und meist spielen auch die politischen Verhältnisse eine zentrale Rolle, wie der Film «Bottled Life» des Schweizer Regisseurs Urs Schnell, der dieser Tage in den Schweizer Kinos anläuft, aufzeigt. Wo die Regierungen und Kommunen den Aufbau entsprechender Infrastrukturen vernachlässigen und die Wasserversorgung privaten Firmen überlassen, kommt es oft zu gefährlichen Monopolsituationen: etwa in Nigeria oder Pakistan, wo Nestlé mit ihrem Produkt «Pure Life» den Markt erobert hat (siehe auch Seite 10). «Was in den letzten 15 Jahren passierte, ist die Verdrängung des normalen Trinkwassers, die Umwandlung des Wassers in eine Ware», kritisiert der pakistanische Rechtsanwalt Ahmad Rafay Alam in Schnells Film die Entwicklung in seinem Land.

Hier könnte eine Resolution der UNO-Vollversammlung vom 18. Juli 2010, die den Zugang zu Wasser als Menschenrecht deklariert, eine Wende zum Besseren bringen. Vorausgegangen war diesem wichtigen Entscheid eine jahrzehntelange, völlig unerregte Diskussion zwischen entscheidenden internationalen Institutionen. Auf der einen Seite erklärten Unterorganisationen der UNO wie die Ernährungs-

Konzerne mit Einfluss auf die UNO pochen darauf, dass Wasser ein kommerzielles Gut sei.

und Landwirtschaftsorganisation FAO, die Weltgesundheitsorganisation WHO, die Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur Unesco, das Umweltprogramm UNEP oder das Entwicklungsprogramm UNDP schon seit Langem in ihren Grundsatzklärungen, Resolutionen und Empfehlungen, dass der Zugang zu Wasser ähnlich wie der Anspruch auf eine gesunde Umwelt ein Menschenrecht und deshalb eine Aufgabe der Öffentlichkeit, der Regierungen und der Weltgemeinschaft sei.

Auf der anderen Seite bestanden Institutionen, in denen die grossen multinationalen Konzerne entscheidenden Einfluss haben, so die Weltbank, der Weltwasserrat, das Netzwerk Global Water Partnership und die Welthandelsorganisation WTO darauf, dass Wasser vor allem ein kommerzielles wirtschaftliches Gut sei, also wie andere Wirtschaftsgüter dem freien Markt überlassen werden soll.

Hoffnungslose Situation in Megastädten

Allerdings: Die Resolution der UNO-Vollversammlung hat zwar grosses «symbolisches» Gewicht, aber keinen völkerrechtlich verbindlichen Status. Was die Resolution konkret bedeutet, welche politischen Folgen sie haben wird, ist eines der Themen, die im kommenden März in Marseille am 6. World Water Forum des Weltwasserrats diskutiert werden.

Mit dieser Frage befasst sich seit Längerem auch ein UNO-Ausschuss, der an der Konkretisierung des



Kampf ums Wasser im Tschad: Das lebenswichtige Gut muss aus 70 Metern Tiefe geschöpft werden. Foto: Michael Würtenberg

von 149 Staaten ratifizierten, völkerrechtlich verbindlichen Paktes über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte arbeitet. Er versucht, unklare Formulierungen dieses Abkommens zu präzisieren und interpretatorische Schlupflöcher zu eliminieren. Über die Festlegung von konkreten Kriterien könnte so der Zugang zum Wasser schrittweise zu einklagbaren Rechtsnormen führen. Während so das Ziel, auch den Ärmsten einen sicheren Zugang zu sauberem Trinkwasser zu gewährleisten – auch gegen den heftigen Widerstand von multinationalen Getränke- und Lebensmittelkonzernen wie Nestlé, Danone oder Coca-Cola – schrittweise erreicht werden könnte, ist das beim anderen Millenniumsziel, dem verbesserten Zugang zu sanitären Einrichtungen, kaum mehr möglich. Vor allem in den Megacities und grossen Städten der Dritten Welt ist die Lage nahezu hoffnungslos.

Menschen können Wasserpreise nicht zahlen

Beim schnellen Wachstum der Armutsviertel übersteigt der dafür notwendige Aufwand alle finanziellen Möglichkeiten dieser Megastädte. Jede dieser Metropolen müsste ihre Wasserversorgung und -entsorgung jährlich um die gesamte Infrastruktur einer Stadt wie Zürich erweitern: Rund 1500 Kilometer Leitungen müssten jedes Jahr verlegt werden, mehrere Wasser- und Klärwerke, zahlreiche Reservoirs und Pumpstationen gebaut werden.

Zugleich müssten jedes Jahr neue Wasserquellen mit einer Kapazität von mehreren Hundert Millionen Kubikmetern erschlossen werden. Der Unterhalt der bestehenden Leitungsnetze würde weitere und stetig steigende Kosten zeitigen. Zum Vergleich: Der Neuwert der Wasserversorgung der wasserreichen, nur knapp acht Millionen Einwohnerinnen und Einwohner zählenden Schweiz beläuft sich auf rund 80 Milliarden Franken, die jährlichen Betriebs- und Erhaltungskosten auf über zwei Milliarden.

In den vergangenen drei Jahrzehnten haben die Weltbank und der Internationale Währungsfonds ihre diesbezüglichen Kreditzusagen an die Bedingung geknüpft, dass die Wasserversorgung teilweise oder vollständig privatisiert wird. Einige wenige weltweit operierende Wasserkonzerne haben sich die meisten dieser Aufträge in der Hoffnung auf grosse Profite gesichert. Inzwischen sind viele dieser Privatisierungen vorhaben gescheitert oder mussten auf Druck der Bevölkerung, welche die immer teureren Wasserpreise nicht bezahlen kann, rückgängig gemacht werden.

Das Millenniumsziel, den Anteil der unversorgten Bevölkerung bis 2015 auf die Hälfte zu reduzieren, ist in weite Ferne gerückt: In den vergangenen Jahren hat die Zahl der Menschen ohne Zugang zu sanitären Einrichtungen sogar jedes Jahr um rund 50 Millionen zugenommen. [Webcode: @asgii](#)

Wasserschloss Schweiz im Visier von Vittel & Co.

In der Schweiz vertrauen immer mehr Leute dem Hahnenwasser: Über 80 Prozent trinken es täglich. Dennoch boomt der Mineralwasser-Import. Warum eigentlich? *Von Matieu Klee*

Keiner käme auf die Idee, Wasser in den Rhein zu tragen. Doch genau das passiert im übertragenen Sinn beim Mineralwasser: Die Schweiz als «Wasserschloss Europas» importiert mehr und mehr Mineralwasser aus dem Ausland. Bereits jedes dritte Flasche, die in der Schweiz getrunken wird, ist mit Wasser von jenseits der Grenze gefüllt. Dabei fällt in der Schweiz dermassen viel Regen und Schnee, dass wir nur rund drei Prozent davon für die gesamte Wasserversorgung benötigen, inklusive Verbrauch von Haushalten, Industrie und Landwirtschaft.

Doch jetzt erobern «Contrex», «Evian», «Perrier», «Vittel», «San Pellegrino», und wie all die Wässer sonst noch heissen, die Schweiz. In den letzten 20 Jahren konnten die Wasserimporteure ihren Marktanteil mehr als verdreifachen. Das bekommen die inländischen Produzenten zu spüren. «Der Preiskampf ist härter geworden. Nicht nur die Produzenten, auch die Händler leiden darunter», sagt Simon Völlmin, Leiter Finanzen und Verwaltung der Mineralquelle Eptingen.

Der Preis zerfällt

Konzerne wie Nestlé oder Danone lassen im Ausland billiger produzieren und setzen mit tiefen Preisen die Konkurrenz unter Druck. Konsumentinnen und Konsumenten profitieren und bezahlen für Mineralwasser im Laden immer weniger: So kostet zum Beispiel eine 1,5-Liter-Mineralwasserflasche von «M-Budget» nur noch 25 Rappen, ein Sechserpack «Prix Garantie»-Wasser bei Coop noch Fr. 1.45. Das entspricht beim Coop-Wasser einer Preissenkung von über 40 Prozent in fünf Jahren.

Die Pressestelle von Coop schreibt denn auch nicht nur von einer «Preissenkung», sondern von einem «Preiszerfall». «Die Marktpreise sind heute teilweise kaum noch höher als die Herstellungskosten», sagt Simon Völlmin von der

Mineralquelle Eptingen, die Coop noch bis im Februar mit Wasser der Quelle in Lostorf das «Prix Garantie»-Mineralwasser beliefert. Danach wird Coop das Wasser von einer eigenen Quelle im Wallis beziehen.

Der Kampf um Marktanteile beim Mineralwasser wird immer härter.

Doch nicht nur tiefere Preise haben ausländischen Marken den Weg in die Schweiz geebnet. Es sind vor allem auch die grossen Marketinganstrengungen der Wassergiganten. So konnte etwa «Evian»-Wasser beim Grossverteiler Coop in den letzten Jahren deutlich zulegen. «Diese Entwicklung ist wohl eher dem Produkt und der guten Kommunikation zuzuordnen als der ausländischen Herkunft», sagt Coop-Sprecher Urs Mei-

Wasserverbrauch in der Schweiz

Niederschlag: 60,1 Mrd. m³ pro Jahr



Davon für die öffentliche Wasserversorgung 2,2 Mrd. m³



Ausländische Wassermarken wie «Vittel» erobern die Schweiz und verdrängen im gesättigten Markt die kleinen Produzenten. Im Bild: Die Abfüllanlage von Nestlé Waters Supply Est im französischen Vittel. Foto: Fred Marvaux/REA/laif

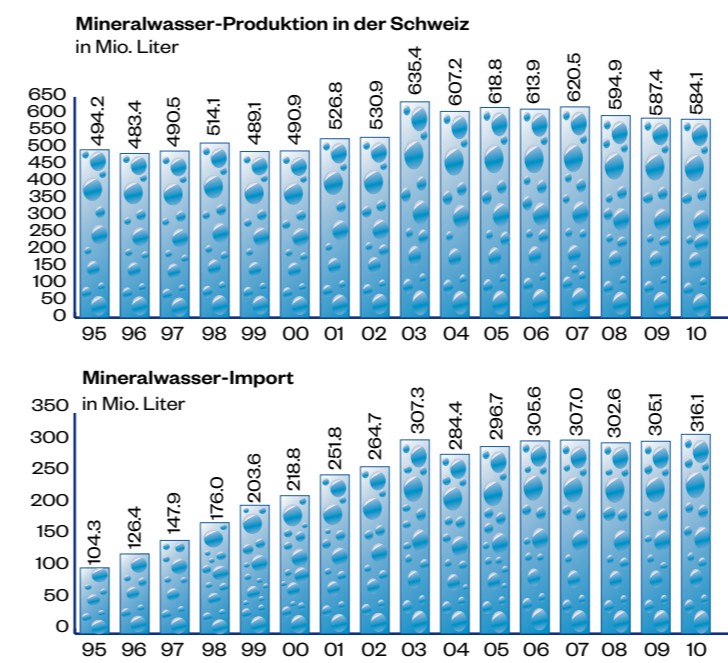
er. Gekonnt nehmen verschiedene Marken den Gesundheits- und Fitnesstrend auf und deklarieren ihr Produkt geschickt als besonders gesund, obwohl der Mineralienanteil im Vergleich zur Konkurrenz bescheiden daherkommt.

Transporte belasten die Umwelt

Dabei vergessen viele Konsumentinnen und Konsumenten, dass sie mit dem Kauf von importiertem Wasser auf Kosten der Umwelt sparen. Denn Wasser, das in der Schweiz im Überfluss vorhanden wäre, über Hunderte von Kilometern in die Schweiz zu karren, ist schlecht für die Ökobilanz. Was viele nicht wissen: Die weiten Transportwege belasten die Umwelt wesentlich stärker als etwa die Verpackung. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie im Auftrag des Schweizerischen Vereins des Gas- und Wasserfaches. Eine Einschätzung, die auch Nestlé-Präsident Peter Brabeck teilt. An einer Pressekonferenz der Interessengemeinschaft Mineralwasser im Sommer 2010 gab er unumwunden zu, dass Mineralwasser nicht weiter als 250 Kilometer transportiert werden sollte.

Gemäss der Studie schneidet Hahnenwasser punkto Umweltbelastung mit Abstand am besten ab. Abfüllung, Verpackung und Transport, die sich beim Mineralwasser negativ in der Umweltbilanz niederschlagen, fallen beim «Hahnenburger» weg. Insgesamt belastet das Wasser aus dem Hahn die Umwelt rund 100-mal weniger stark als Mineralwasser. Selbst wer das Hahnenwasser mit einem Sodagerät zum Sprudeln bringt, schneidet in Sachen Ökobilanz um ein Mehrfaches besser ab als die Konsumenten von Mineralwasser – allerdings nur, wenn das Soda-Gerät für mehr als einen Liter pro Tag und mehrere Jahre lang zum Einsatz kommt.

113 Liter: So hoch ist der Pro Kopfverbrauch von Mineralwasser in der



Pro-Kopf-Konsum von Mineralwasser



Jahr	Pro-Kopf-Konsum (Liter)
2010	113.1
2009	113.1
2008	115.1
2007	121.1
2006	120.1
2005	121.1
2004	118.1
2003	126.1
2002	108.1
2001	106.1
2000	97.1

Seit 2008 werden aromatisierte Mineralwasser nicht mehr dazugerechnet.