



Flaschenwasser

1. Begriffe

Flaschenwasser

Alle Arten von Wasser, die von Firmen in Flaschen abgefüllt und verkauft werden. Dabei kann es sich um Mineral-, Quell- oder Leitungswasser mit oder ohne Kohlensäure handeln. Diese Flaschenwasser haben - je nach Land - gewissen Qualitätsstandards zu genügen. Die meisten dieser Wasser werden heute in Pet-Flaschen abgefüllt. **Im Jahr 2000 wurden 96 Milliarden Liter Flaschenwasser verkauft, dies entspricht rund 15l für jeden Menschen auf dieser Erde.**

(Natürliches) Mineralwasser

Der Begriff "Natürliches Mineralwasser" ist gesetzlich durch verschiedene Verordnungen geregelt. Die Schweizerische Lebensmittelverordnung besagt: "Natürliches Mineralwasser ist mikrobiologisch einwandfreies Wasser, das aus einer oder mehreren natürlichen Quellen oder aus künstlich erschlossenen unterirdischen Wasservorkommen besonders sorgfältig gewonnen wird." Es zeichnet sich aus durch "besondere geologische Herkunft, Art und Menge der mineralischen Bestandteile, ursprüngliche Reinheit sowie durch die im Rahmen natürlicher Schwankungen gleichbleibende Zusammensetzung und Temperatur". Natürliches Mineralwasser kann mit oder ohne Kohlensäure angeboten werden.

Stilles Wasser

Die Bezeichnung stilles Wasser bezieht sich auf seinen Gehalt an Kohlensäure. Stilles Wasser enthält ganz wenig oder gar keine Kohlensäure. Bei den stillen Wässern sind drei Kategorien zu unterscheiden:

1. Natürliches Mineralwasser: Es wird in einer klar definierten Quelle abgefüllt und muss eine konstante Menge an Mineralien und Spurenelementen aufweisen. Beispiele: Henniez, Aproz, Valser, Perrier (Nestlé), Evian (Danone).
2. Quellwasser: Es muss aus einer bestimmten Quelle stammen, braucht aber neben der Reinheit keine weiteren Kriterien zu erfüllen. Beispiele: Aquarel (Nestlé), Dannon Natural Spring Water (Danone).
3. Trinkwasser oder Tafelwasser: Sie werden industriell hergestellt aus Mineral-, Quell-, Leitungs- oder Meerwasser. Es muss gesetzlichen Bestimmungen genügen, aber keine Herkunftsangabe tragen. Tafelwasser wird gereinigt und mineralisiert. Ziel ist ein standardisiertes Wasser, das unter gleichem Namen in gleicher Qualität in mehreren Ländern produziert werden kann (ähnlich Coca Cola, Fanta etc.). Grosse Lebensmittelkonzerne forcieren diese Art Wasser vor allem für die Märkte in armen Ländern. Beispiele: Pure Life (Nestlé), Aquafina (Pepsi), Dasani (Coca-Cola), Aqua (Danone).

2. Was ist im Mineralwasser enthalten und was bewirkt es

Wie der Name sagt, enthalten Mineralwasser Mineralien und Spurenelemente, die für den Körper wichtig sind (die aber auch über andere Lebensmittel aufgenommen werden können). Einige Mineralwasserfirmen (z.B. Fachinger in Deutschland) verkaufen ihre Produkte auch als Heilwasser, weil sie Heilerfolge medizinisch nachweisen können (www.heilwasser.com).

Natrium: bildet zusammen mit Chlorid Kochsalz. Kochsalz ist ein sehr wichtiger Bestandteil der Körperflüssigkeit. Dem Körper sollte weder zu viel noch zu wenig Kochsalz zugeführt werden; das eine wie das andere kann schädlich sein.

Chlorid: Das Chlorid tritt fast immer zusammen mit Natrium (als Natriumchlorid = Kochsalz) in Erscheinung. Es unterstützt die Magensäfte.

Sulfat: Das im Mineralwasser vorkommende Sulfat fördert die Darmtätigkeit.

Hydrogencarbonat: Es hilft mit, das Gleichgewicht zwischen den sauren und alkalischen Tendenzen im Körper zu finden.

Spurenelemente: Für den Körper wichtig sind Kalium und Fluor. Bedeutung haben auch Metalle wie etwa Eisen und Aluminium.

Kohlensäure (CO₂): Das Prickeln der Kohlensäure bewirkt, dass der Geschmack des Wassers als angenehm empfunden wird. Kohlensäure hat eine konservierende Wirkung, sie hemmt Mikroorganismen und macht das Wasser haltbar. Die Kohlensäure erleichtert auch die Verdauung. Mineralwasser enthält kaum mehr als 6g Kohlensäure pro Liter. Steigender Beliebtheit erfreuen sich Mineralwässer mit geringem Kohlensäuregehalt (um die 4.5g pro Liter). 20% des konsumierten Flaschenwassers ist ohne Kohlensäure. Im Segment dieser „stillen Wasser“ sind ausländische Produkte beliebter als schweizerische (Anteil stille Wasser CH: 10%).

Quelle: http://www.mineralwasser.ch/frame_fragen.htm

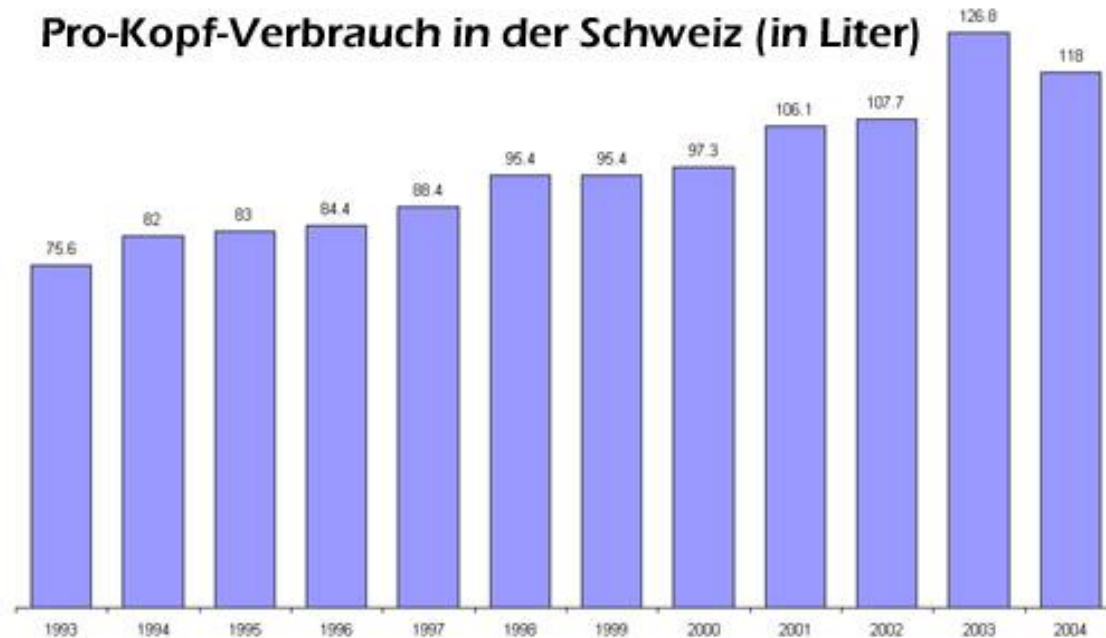
3. Mineralwasserkonsum in der Schweiz

In der Schweiz hat das in Flaschen abgefüllte Mineralwasser erst im Lauf des 20. Jahrhunderts Bedeutung erlangt. Vor 100 Jahren betrug der Pro-Kopf-Verbrauch an Mineralwasser weniger als zwei Liter im Jahr. Um die Mitte des Jahrhunderts lag er noch unter zehn Litern pro Person. 1964 überschritt der schweizerische Verbrauch erstmals die Grenze von 100 Mio. Litern (knapp 20 Liter/Person). Danach legte der Konsum konstant zu. Heute erreicht er gegen 900 Mio. Liter (rund 120 Liter/Person).

Der Mineralwassermarkt Schweiz im europäischen Vergleich

Jahr	Produktion Schweiz (in Mio. Liter)	Produktion Europa (in Mio. Liter)	Anteil Schweiz am europäischen Markt
1990	409	20'116	2%
2002	531	31'894	1.6%

Quelle: www.mineralwasser.ch/frame_mineral.htm



4. Internationaler Markt

Der Markt mit Flaschenwasser ist eine Industrie mit einem Umsatz von 55 Milliarden \$ (2000). Während er bis vor wenigen Jahren vor allem ein Markt in den reichen Ländern war, so entsteht in den letzten Jahren ein Markt in armen Ländern. Speziell erfolgversprechend für die grossen Lebensmittel- und Getränkehersteller (Danone, Nestlé, Coca-Cola, Pepsi) scheinen die bevölkerungsreichen Länder Asiens (China, Indien, Indonesien).

Reiche Länder

Dank des Gesundheits- und Fitnessbewusstseins und entsprechendem Marketing hat sich die Flaschenwasser-Industrie in den letzten Jahren geboomt mit Zuwachsraten von jährlich 10%. In Europa scheint der Markt jetzt aber mit gegen 100 Litern pro Person und Jahr gesättigt und verspricht nur noch mässige Wachstumsraten (Schweiz 2000: Knapp 2%). Hier geht es nun um Verteilungskämpfe, wobei vor allem bei den stillen Wässern internationale Marken zulegen.

Die USA (Jahreskonsum pro Person 45 Liter) haben noch Potential. Dort stieg der Flaschenwasserkonsum im Jahre 2000 um 9.3%, (Umsatz 5.7 Mrd.). Damit legte der Flaschenwassermarkt viel stärker zu als der Markt für Fruchtsaftgetränke, Bier (0.8%) und Softdrinks.

Europa und die USA sind allerdings nicht ganz vergleichbar, weil sie eine andere Trinkwasserkultur besitzen: Die USA haben eine lange Tradition mit öffentlichen Trinkwasserbrunnen in Schulen, Betrieben und öffentlichen Gebäuden. Zudem erhält man in den Restaurants noch immer unaufgefordert gratis Wasser auf den Tisch. Früher war dieses „Gratiswasser“ meist Leitungswasser (oft stark gechlort), in den letzten Jahren aber immer mehr mit Wasser aus Grossbehältern, die von Firmen geliefert werden. Auch in der Schweiz versuchen Wasserfirmen, solche Trinkbrunnen mit angeliefertem Wasser in Grossbehältern und Wegwerf-Plastikbechern in Betrieben zu etablieren (ökologisch ein ziemlicher Unsinn, da das gleiche Produkt mit einem Glas von jedem Schweizer Wasserhahn erhältlich ist!!).

Arme Länder

In den armen Ländern Afrikas, Asiens, Südamerikas kann sich nur eine kleine Oberschicht importierte Mineralwasser als Statussymbol leisten. Die grossen Lebensmittelhersteller (Nestlé, Danone, Coca Cola, Pepsi) haben in diesen Ländern jetzt aber die Armen als Kunden entdeckt. Sie profitieren davon, dass es der öffentlichen Hand nicht gelingt, genug und einwandfreies Trinkwasser durch öffentliche Wasserversorgungen bereit zu stellen. Die internationalen Konzerne nutzen dieses Unvermögen. Sie haben Mitte der 90iger Jahre begonnen, spezielle Tafelwasser für diesen Massenmarkt zu entwickeln. Zudem kaufen sie in Ländern wie Indien, Pakistan, Indonesien einheimische Flaschenwasserproduzenten systematisch auf oder suchen enge Kooperationen. Die Flaschenwasser für den Massenmarkt werden lokal produziert und abgefüllt, das spart Transportkosten. Solche Tafelwasser mit klingenden Namen wie Pure Life oder Health, sind in allen Ländern von der gleichen Qualität und Zusammensetzung. Sie werden in den Ländern auch intensiv beworben. Diese Tafelwasser sind nach westlichen Massstäben billig (0.2 bis 0.5 Franken pro Liter), für arme Länder, wo die Menschen pro Monat nur ca. 100–500 Franken verdienen, aber ein Luxus. Entwicklungsfachleute befürchten, dass Regierungen in armen Ländern weniger Geld in öffentliche Wasserversorgungen investieren, weil es sich etabliert, dass die Menschen (zwangsläufig) solches Tafelwasser kaufen, um den täglichen Trinkwasserbedarf zu decken.

Die Grössten Märkte und die fleissigsten Flaschenwassertrinker

Konsum in Mrd. Liter pro Jahr		Liter pro Person und Jahr	
USA	17.7	Italien	155
Mexiko	13.0	Mexiko	136
Italien	8.7	Belgien	123
Deutschland	8.3	Frankreich	112
Frankreich	6.6	Deutschland	101
China	4.5	Spanien	98
Indonesien	4.0	Schweiz	97
Spanien	3.9	USA	45
Thailand	3.0	China	2
Brasilien	2.2	Indien, Pakistan	0.5
Schweiz	0.7		

(Quellen: Pictet, Ernest Beck)

5. Links

http://www.menschen-recht-wasser.de/ware-wasser/40_216_DEU_HTML.php

Romeo Regenass: Wasser wird zum Milliardengeschäft Tages-Anzeiger 13.8.01:

www.tagesanzeiger.ch/archiv

Catherine Ferrier: Bottled Water: Understanding a social phenomen April 2001 (Englisch, mit vielen Zahlen und Grafiken): www.panda.org/livingwaters/pubs/bottled_water.pdf

<http://www.bottledwaterweb.com/>

<http://www.mineralwasser.ch/>

September 2005