

Das Geschäft mit dem Wasser

Experten gehen davon aus, dass der Mensch zum Trinken, Kochen und Waschen rund 20 Liter am Tag braucht. Sehr sparsam verwendet würden auch zehn Liter reichen. In Regionen mit Wassermangel müssen Bewohner mit gerade einmal fünf Liter auskommen. Da Trinkwasser schon jetzt ein knappes Gut ist, lockt es eine Reihe von Geschäftemachern an. Einer der größten, umtriebigen und umstrittensten ist Nestlé.

Sogar in China hat man nun festgestellt, dass die ursprüngliche Auswahl von zehn auf drei Besitzer geschrumpft ist – Nestlé, Danone und Coca Cola.

Bottled Water Brand	Owner	Category
1. Perrier	Nestlé	Sparkling Mineral Water
2. San Pellegrino	Nestlé	Sparkling Mineral Water
3. Acqua Panna	Nestlé	Mineral Water
4. Vittel	Nestlé	Mineral Water
5. Poland Spring	Nestlé	Spring Water
6. Evian	Danone	Mineral Water
7. Volvic	Danone	Mineral Water
8. Badoit	Danone	Mineral Water
9. Bonaqua/Bonaqa	Coca-Cola	Table / Flavoured Water
10. Vitamin Water, Glacieu	Coca-Cola	Flavoured Water

Sechs Milliarden Euro verdienen die Schweizer mit ihren weltweit 73 Wassermarken. Die bekannteste heißt **“Pure Life”** und wird vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern verkauft. 34,6 Liter Flaschenwasser werden weltweit pro Kopf und Jahr getrunken. Tendenz stark steigend. Der Verbrauch variiert allerdings von Region zu Region: Mexikaner trinken jährlich 201 Liter, Deutsche 135 Liter und Chinesen 21 Liter. Der Clou für die Wasserhändler: Der Rohstoff ist spottbillig, die Weiterverarbeitung einfach, der Verkaufswert hoch. In Nigeria ist ein Liter Wasser teurer als ein Liter Benzin.

Quelle:  newtopson
aktiv mobilize „ffredde“ 543in anio 2017