

Basisinfo (Mineral-) Wasserpreisdumping

Mineralwasser wird immer beliebter. Es ist gesund und günstig und wird von vielen KonsumentInnen durch den Wellness-Trend neu entdeckt. Im Jahr 2004 tranken die Menschen in Deutschland 125 Liter pro Person, am liebsten weiterhin mit Kohlensäure versetzt.

Doch das Angebot am beliebten Nass wandelt sich. Noch gibt es in vielen kleineren Supermärkten und beim Getränkehandel regionales Wasser. Noch gibt es die klassischen Glas-Mehrwegflaschen und die wiederauffüllbaren PET-Flaschen. Die ganz großen Anbieter und die Einwegplastikflaschen sind jedoch stark im Kommen. Es gibt einen zunehmenden Verdrängungswettbewerb. Das Ende der kleinen Brunnen geht einher mit weiterer Konzentration, längeren Transportwegen, weniger Arbeitsplätzen und einer Privatisierung von Quellen und Gewässern, die gravierende Folgen hat.

Ein Verhandlungstrick der Discounter hat diese Entwicklung drastisch verschärft:

Indem sie Druck auf Umweltminister Trittin ausübten, gelang es LiDL, Aldi und Co, in der Debatte um das Einwegpfand für ihre Flaschen eine sog. „Insellösung“ durchzudrücken: Wer eine Plastikflasche bei LiDL kauft, kann sie zwar in jeder LiDL-Filiale zurückgeben, aber nicht bei einer anderen Einzelhandelskette. Der von den Billig-Anbietern erhoffte Effekt ist eingetreten: Von 100 Plastikflaschen, für die LiDL an der Kasse Pfand entgegennimmt, werden über 30 nicht zurückgebracht (sog. „Pfandschlupf“). Die Mehreinnahme beim gesamten Einzelhandel ist erheblich: Laut einer Information des Bundeswirtschaftsministeriums (von 2003) rund 450 Millionen Euro. Mit solch einer pfand-gesicherten Gewinnspanne geht LiDL rabiat in die Einkaufs-Verhandlungen mit den Wasseranbietern. Die gestalten sich mittlerweile ruinös für die Mineralbrunnen, zumal sie wegen des dauernden Preiskampfes auch Maut- oder erhöhte Benzinkosten nicht an die KundInnen weitergeben können.

Lidl hat sich jetzt – zumindest vorübergehend - eingekauft in die Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH & Co. KG (MEG) in Sachsen-Anhalt, nach eigenen Angaben der größte deutsche Mineralbrunnen. Der drohte, Konkurs zu gehen und ist engstens mit Lidl verknüpft: 71% seines Umsatzes stammt aus dem Verkauf der Wässer bei Lidl. 51% sollen demnächst Lidl gehören, meldete das Bundeskartellamt im August 2005.

Wir fordern:

Faire Preise für Mineralwasser!

Mineralbrunnen dürfen weder durch Billigst-Preise ruiniert noch gezwungen werden, die Fördermengen über ein nachhaltiges Maß hinaus zu erhöhen oder beim Wasserschutz zu sparen.

Die Wasserentnahme darf nur in dem Maße geschehen, wie es für Natur und Mensch verträglich ist und darf nicht dazu führen, dass Menschen der Zugang zu Wasser verwehrt wird.

Weg mit dem Einwegmüll! Her mit echten Pfandflaschen!

Lidl hat keine echten Mehrweg-Flaschen im Sortiment. Wir wollen Wasser mit möglichst kurzer Anreise zum Discounter und ohne überflüssigen Verpackungsmüll. Einweg belastet Luft und Landschaft.

Demokratische Kontrolle zulassen!

LiDL kombiniert politische Lobbyarbeit mit harten Einkaufs-Verhandlungen. Wir fordern Transparenz statt Dumping-Tricks im Hintergrund. Es geht die Gesellschaft sehr wohl etwas an, ob Unternehmen mit Tricks wie Insellösungen den Wettbewerb nach unten noch forcieren. (Wichtig zu wissen: Die Insellösung gilt nur noch bis zum 1. Mai 2006 - *Mit Inkrafttreten der Dritten Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung vom 24.05.2005 (BGBl. I Seite 1407) werden die Insellösungen dann beendet. Damit wird den europarechtlichen Bedenken der Europäischen Kommission gegenüber den Insellösungen Rechnung getragen.*)

Wasser tut dem Menschen gut – das sagen nicht nur die Wellness-Apostel. Dennoch ist es an der Zeit zu überlegen, ob nicht Wasser plus gesundem Menschenverstand am gesündesten wäre: Immer am umweltverträglichsten und fast immer auch gesundheitlich voll zufriedenstellend ist Trinkwasser aus der Leitung – je nach Geschmack mit Kohlensäure versetzt oder nicht. Ist tatsächlich billig, aber ohne Einwegmüll, Dumping-Nebenwirkungen, Privatisierungsdruck und den Folgen des LKW-Transportes.

Referenzen

Sächsische Zeitung vom 13.08.05: "LiDL hat Durst"

<http://www.sz-online.de/nachrichten/artikel.asp?id=925082>

Erklärung von Bern: Das grosse Geschäft mit dem Flaschenwasser

http://www.evb.ch/index.cfm?page_id=2327&archive=none

Brot für die Welt: Aktion Schutzdeich gegen Wasserprivatisierung

http://www.brot-fuer-die-welt.de/index.php?/279_1668_DEU_HTML.php