

Wirtschaft



Holcim Der Zementkonzern ist in Südafrika von der Regierung enteignet worden und musste grosse Abschreiber machen. 41



Abgefülltes Mineralwasser für Gegenden, in denen nur schlechtes Trinkwasser aus den Leitungen fliesst: Pure-Life-Lastwagen von Nestlé in Pakistan. Foto: Frenetic Films

Dokufilm übt massiv Kritik an Nestlé

«Bottled Life» zeigt, wie der Konzern das Geschäft mit abgefülltem Wasser betreibt. Von Romeo Regenass

Es ist eine der Schlüsselszenen im Dokumentarfilm «Bottled Life» des Berner Filmemachers Urs Schnell und des Zürcher Journalisten Res Gehrig: Ein früherer Gemeinderat aus Bhati Dilwan, dem Standort von Nestlés Wasserabfüllfabrik Sheikhpura in Pakistan, klagt über das dreckige Trinkwasser, das Kinder krank mache. Mit seinem Tiefbrunnen nehme der Nahrungsmittelkonzern der Bevölkerung das Wasser weg. «Jetzt ist unser Wasser sehr dreckig, der Wasserspiegel sank von 100 auf 300 bis 400 Fuss.» Den Wunsch des Dorfes nach einer Leitung mit sauberem Wasser oder zumindest einem tiefen Ziehbrunnen habe Nestlé abgelehnt.

Das notorisch schlechte Trinkwasser, das in Pakistan und anderswo aus öffentlichen Wasserleitungen fliesst, ist die Grundlage des Erfolgs der Marke Pure Life. Vor gut zehn Jahren hat der Nahrungsmittelkonzern begonnen, Grundwasser mit Mineralien zu versetzen und in Flaschen abzufüllen. Vor der Lancierung der Marke in Pakistan hatte Nestlé über ein PR-Büro Seminare organisiert, in denen Beamte aus dem Gesundheitsministerium die Qualität des Trinkwassers bemängelten und darauf hinwiesen, dass lokale Wassermarken kontaminiertes Wasser enthielten. «Pure Sicherheit, pures Vertrauen», bewarb Nestlé sein Wasser. Heute ist Pure Life die grösste Wassermarke der Welt, für John Harris, Chef von Nestlé Waters, ist sie «ein Juwel in unserem Portfolio».

Angesichts der Tatsache, dass jeden Tag mehr Kinder an verschmutztem Wasser sterben als an Aids, Krieg, Verkehrsunfällen und Malaria zusammen, ist für Maude Barlow, eine frühere Cheferberaterin für Wasserfragen der UNO, die Sache klar: «Wenn ein Unternehmen wie Nestlé kommt und sagt, Pure Life ist die Antwort, wir verkaufen euch Wasser, das wir aus euren eigenen Grundwasservorkommen nehmen, während aus den Leitungen nichts rauskommt oder nur eine ungeniessbare Brühe, dann ist das mehr als unverantwortlich, das ist fast schon ein krimineller Akt.»

Auf Anfrage des TA schreibt Nestlé heute, in Pakistan habe man zwei Wasserfilteranlagen installiert, die über 10 000 Personen in der Region Sheikhpura mit sauberem Trinkwasser versorgen. Der Bau einer weiteren Filteranlage sei für 2012 geplant, zudem habe Nestlé in dem Ort zwei Schulhäuser gebaut.

Kontrast zur Selbstdarstellung

Nestlé ist nicht der einzige Konzern, der in abgefülltem Grundwasser ein Riesenbusiness mit grossem Gewinnpotenzial sieht - auch Danone oder Coca-Cola tun dies. Doch die Art und Weise, mit der Nestlé laut den Vor-Ort-Recherchen der Dokumentarfilmer vorgeht, kontrastiert aufs Heftigste mit der Selbstdarstellung der Westschweizer.

Nestlé sieht sich gern in der Rolle des globalen Problemlösers und will nicht nur Gewinn erzielen, sondern auch «ge-

meinsam Werte schaffen». «Creating Shared Value» heisst das dafür geschaffene Konzept. Verwaltungsratspräsident Peter Brabeck wird nicht müde, weltweit über die Bedeutung der Ressource Wasser zu predigen. «Nestlé arbeitet an Imagekorrektur», hatte der TA vor fünf Monaten getitelt und geschildert, wie der Konzern in der Kommunikation neue Wege geht und einen Prozess der Öffnung eingeleitet hat.

In «Bottled Life» ist davon nichts zu spüren: Das sei «der falsche Film zur falschen Zeit», hatte der damalige Sprecher François-Xavier Perroud den Filmern 2007 mitgeteilt - und stattdessen einen Film über Wasserverschwendung in der Landwirtschaft vorgeschlagen. Interviews mit Nestlé-Managern oder Besuche in Abfüllfabriken wurden mehrfach abgelehnt, zuletzt im Herbst 2009.

Heute sagt Sprecherin Melanie Kohli dem TA, Nestlé sei damals zum Schluss gekommen, dass es sich beim Filmprojekt um eine einseitige und unfaire Darstellung der Geschäftstätigkeiten und Mitarbeiter handeln würde. «Konsequenterweise haben wir während der gesamten Drehzeit auf eine Zusammenarbeit verzichtet. Unser damals abwägend gefällter Entscheid war der richtige Entscheid zu jenem Zeitpunkt.»

Journalist Gehrig liess sich nicht abwimmeln. In Äthiopien besuchte er ein Flüchtlingslager, für das Nestlé 2003 mit 750 000 Dollar die Wasserversorgung erstellt hatte. Zwei Jahre später zog sich

der Konzern zurück, seither funktioniert die kaum noch gewartete Anlage mangelhaft, Wasserknappheit ist wieder Alltag. In Nigerias Hauptstadt Lagos erfährt Gehrig, dass Familien die Hälfte ihres Budgets für Wasser in Kanistern aufwenden. Wer es sich leisten kann, trinkt Pure Life von Nestlé.

Oder die Dorfgemeinschaften im US-Bundesstaat Maine, die gegen das Abpumpen von Grund- und Quellwasser durch Nestlé kämpfen. Es gilt das Recht der stärksten Pumpe: Wer Land besitzt, darf darauf so viel Wasser pumpen, wie er will. Nestlé schöpft jährlich mehrere Millionen Kubikmeter ab und transportiert das Wasser per Tanklastwagen zu den Abfüllanlagen.

«Die wollen mit unserem Wasser Profit machen, zahlen pro Liter den Bruchteil eines Cents», empört sich eine Kleinunternehmerin. «Die verkaufen das Wasser, das wir fürs WC und zum Händewaschen verwenden, als teures Quellwasser», höhnt ein anderer. Doch weil Nestlé den Gemeinden Steuern bringt, empfangen viele Behörden den Konzern, der von einer Armada von Anwälten und PR-Beratern unterstützt wird, mit offenen Armen. Im Film läuft der Kampf zwischen David und Goliath auf ein Patt hinaus: Am einen Ort gewinnt Nestlé, am anderen die lokale Opposition.

«Bottled Life» läuft am 22. und 24. Januar an den Solothurner Filmtagen und ist ab 26. Januar im Kino zu sehen.

Börse

SMI 6031 Punkte	+0.58%
Dow Jones Industrial geschlossen	-
Stoxx Europe 50 2417 Punkte	+0.85%
Euro in Franken	1.21 -0.02%
Dollar in Franken	0.95 -0.04%
Euro in Dollar	1.27 +0.03%
Rendite Bundesobligationen, in %	0.65 -2 Bp
Öl (Nordsee Brent) in Dollar	111.15 -
Gold (Unze) in Dollar	1645.20 +0.65%

Nachrichten

Pensionskassen Mindestverzinsung 2011 deutlich unterschritten

Die Schweizer Pensionskassen haben im vergangenen Jahr mit ihren Anlagen Einbussen erlitten. Im Schnitt resultierte laut einer Erhebung der Credit Suisse (CS) eine negative Rendite von 0,56 Prozent. Die gesetzliche Mindestverzinsung sei damit um 2,56 Prozent untertroffen worden. Seit Beginn der Datenerhebung Anfang 2000 beträgt die erzielte Jahresrendite im Schnitt 1,85 Prozent. (SDA)

Regulierung Bankiervereinigung für mehr Systemstabilität

Die Schweizer Banken unterstützen im Grundsatz die Massnahmen des Bundes, um die Finanzstabilität zu erhöhen; allerdings müssten kumulative Auswirkungen vermieden werden. Abgelehnt wird die Revision der Eigenmittelverordnung in Bezug auf das Hypothekengeschäft. Am Montag lief die Frist für die Anhörung zu vier Verordnungen ab, die vor allem den Eigenkapitalbedarf von Banken betreffen. Dabei geht es um die «Too big to fail»-Thematik, die Umsetzung von Basel III, die sogenannten antizyklischen Eigenkapital-Puffer sowie die Eigenmittelunterlegung im Hypothekemarkt. (SDA)

Hörgeräte Sonova-Mitbegründer Andy Rihs verkauft erneut Aktien

Andy Rihs, einer der Mitbegründer und Hauptaktionäre des Hörgeräteherstellers Sonova, will über die nächsten 6 bis 9 Monate seine Beteiligung am Unternehmen von rund 9 Prozent auf 7 bis 8 Prozent reduzieren. Die Sonova-Aktien stellten seinen weitaus wichtigsten Vermögenswert dar. Er plant die Mittel für die Finanzierung seiner privaten unternehmerischen Tätigkeiten einzusetzen. Die Sonova-Aktien sollen entweder über die Börse verkauft oder bei langfristigen orientierten privaten und institutionellen Investoren platziert werden. (SDA)

Schokolade Lindt verkauft mehr, leidet aber unter hohem Franken

Der starke Franken sowie die Schuldenkrise haben beim Schokoladenhersteller Lindt & Sprüngli 2011 auf den Umsatz gedrückt: Das Unternehmen hat Produkte im Wert von 2,49 Milliarden Franken verkauft. Das sind rund 3,5 Prozent weniger als im Vorjahr. In lokalen Währungen gerechnet, legte der Umsatz allerdings um 6 Prozent zu. Das strategische Ziel sei damit erreicht. Zudem sei man in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld schneller gewachsen als der Gesamtmarkt und habe in den wichtigsten Märkten USA, Deutschland, Frankreich und Schweiz Marktanteile dazugewonnen. In Italien und Spanien litt auch Lindt & Sprüngli unter der schlechten Konjunktur. (TA)

Reisen Trotz Krise steigt die Zahl der Touristen

Die Reisebranche hat trotz der Wirtschafts- und Finanzkrise weltweit ein kräftiges Wachstum erzielt. Wie die Welttourismusorganisation mitteilt, stieg die Zahl der Reisenden in aller Welt 2011 um 4,4 Prozent auf den Rekordwert von 980 Millionen. Für 2012 rechnet die Organisation erneut mit einem - wenn gleich abgeschwächten - Wachstum von 3 bis 4 Prozent. (SDA)

Badesalz-Hersteller leidet unter dem Monopol der Rheinsalinen

Die Powder Company in Einsiedeln hat das Privileg verloren, den Rohstoff für ihr Badesalz direkt zu importieren.

Von Erwin Haas, Einsiedeln

Für die Powder Company war es eine Hiobsbotschaft. Die auf die Fabrikation von Kosmetika, Babypudern und Badesalzen spezialisierte Firma hat im vergangenen Herbst die Spezialerlaubnis verloren, ihren Produktionsrohstoff direkt einzuführen. Verantwortlich für diesen Entscheid sind die Schweizer Rheinsalinen in Pratteln BL, die für die Kantone das Salzregal verwalten und damit im Namen der Versorgungssicherheit über ein Landesmonopol verfügen. Die Powder Company muss das Meersalz, das sie an ihrem Sitz in Einsiedeln

veredelt und zum grössten Teil wieder exportiert, künftig bei den Rheinsalinen einkaufen - zu einem Preis auf Schweizer Niveau. Dies verteuert das Salz je nach seiner Feinkörnigkeit um 30 bis 53 Prozent. Der Einstandspreis steigt von gut 200 auf über 300 Franken pro Tonne.

«Das neue Kaufdiktat der Rheinsalinen ist existenzbedrohend», sagt Felix Matter (64), Verwaltungsratspräsident des Familienunternehmens. Seine Firma, die mit 25 Vollzeitstellen 40 Angestellte beschäftigt, beliefert hauptsächlich deutsche Drogerieketten, hänge daher vom Exportgeschäft ab und habe mit dem teuren Franken schon genug zu kämpfen. Laut Matter machen die gut 200 Tonnen Badesalz jährlich 30 bis 40 Prozent des Umsatzes aus. Wertschöpfung und Margen seien allerdings niedrig, sodass schon ein Preisaufschlag von ein paar Rappen pro Beutel genüge, um einen Auftrag zu verlieren.

Sukkers erhielt Matter, der das 60-jährige Unternehmen mehrheitlich besitzt, von zwei Einsiedler SP-Kantonsräten. Es liege nicht im Interesse der Schweiz, dass Vertreter der öffentlichen Hand exportorientierte Firmen mit Sondersteuern derart behinderten, dass sie ihre Produktion schlimmstenfalls ins Ausland verlegen müssten, schrieben sie in einer kleinen Anfrage an den Schweizer Finanzdirektor Kaspar Michel. Er sitzt von Amtes wegen im Verwaltungsrat der Rheinsalinen. Diese gehören den Kantonen - mit Ausnahme der Waadt, die in Bex selber Salz fördert - sowie Liechtenstein.

Bewilligung nur befristet

In seiner Antwort schliesst sich Michel allerdings der Argumentation von Rheinsalinen-Direktor Jürg Lieberherr an. Die Sonderbewilligung für den Direktimport von Salz sei zeitlich und mengenmässig befristet gewesen, einen Anspruch

könne die Powder Company daraus nicht ableiten. Im Klartext: Die Firma habe dieses Geschäftsfeld auf eigenes Risiko aufgebaut. Im Zeichen der Gleichbehandlung aller Schweizer Salzbezügler sei der Entzug der Ausnahmegewilligung gerechtfertigt, auch wenn diese seit 2005 jährlich verlängert worden sei. Zudem wäre es - etwa für die Exporteure von Nahrungsmitteln mit Salz - administrativ viel zu aufwendig, die importierten Salz mengen, die in der Schweiz bleiben, von jenen zu unterscheiden, die nach der Veredelung wieder exportiert werden.

Felix Matter bedauert es, dass er nicht mehr gleich lange Spiesse habe wie die Konkurrenten in Europa. Ob er Beschwerde einlegt, ist noch offen. Als Option sieht Matter, sich wieder vermehrt dem Stammgeschäft Babypuder zuzuwenden. Die Badesalzproduktion will er im Fall von roten Zahlen an deutsche Konkurrenten verkaufen.