

## Mexiko: Milliardengeschäft mit einem Menschenrecht

von Sandra Schaftner

**In Mexiko kommt größtenteils kein Trinkwasser aus der Leitung, stattdessen wird es per Transporter an die Haustür geliefert. In keinem anderen Land trinken die Menschen so viel Flaschenwasser. Konzerne wie Danone, Coca-Cola und Pepsi machen damit ein Milliardengeschäft. Dieses System, in dem das Geld in Werbekampagnen statt Wasserleitungen fließt, muss sich ändern.**

„Agua! Agua!“, ruft die kräftige Männerstimme durch eine Wohnsiedlung in der mexikanischen Großstadt Querétaro. Das ist das Zeichen für die Einwohner\*innen, Kleingeld aus ihrem Portemonnaie zu kramen und sich vor das Haus zu stellen. Kurz darauf läuft der „Wasser! Wasser!“ rufende Mann um die Straßenecke. Hinter ihm erscheint ein großer roter Transporter mit dem weißen Coca-Cola-Schriftzug. Die Tür zum Laderaum steht offen. Darin stapeln sich nicht etwa Coca-Cola-Kästen, sondern Wasser in 20-Liter-Behältern aus Plastik, die man in Mexiko „Garrafones“ nennt.

Coca-Cola und Wasser? In Mexiko – und auch in vielen anderen Ländern weltweit – ist das kein Widerspruch. Im Gegenteil, Wasser macht in Mexiko laut dem Unternehmen über 20 Prozent der Verkäufe aus. Es bringt dem Multi laut Expertenschätzungen jährlich mehr als drei Milliarden US-Dollar Umsatz in dem nordamerikanischen Land. Ungefähr 450 Millionen US-Dollar verbleiben als Gewinn. Die Rendite pro Liter ist höher als beim Verkauf von Cola.

Dabei ist Coca-Cola nicht einmal der größte Anbieter von Flaschenwasser in Mexiko. Der französische Konzern Danone hat laut dem Forbes Magazin 26,5 Prozent des Markts inne, Coca-Cola folgt mit 23,5 Prozent und Pepsi mit 13 Prozent. Demnach kontrollieren die Großkonzerne 63 Prozent des Markts. Den Rest teilen sich tausende lokale Anbieter.

### Recht auf Wasser in Verfassung verankert

Trinkwasser ist in Mexiko ein Milliardengeschäft. Dabei ist das „Recht auf Zugang zu Wasser in ausreichender, sauberer und leicht zugänglicher Form“ in Artikel 4 in der mexikanischen Verfassung festgeschrieben. Doch das Menschenrecht ist für die Mehrheit der Bevölkerung nicht erfüllt. In 57 Prozent der Haushalte kommt laut einem Bericht der Weltgesundheitsorganisation von 2017 kein trinkbares Wasser aus der Leitung. Das Misstrauen gegenüber der öffentlichen Dienstleistung ist groß. Laut einer Umfrage des mexikanischen Statistikamts von 2017 glauben nur 24 Prozent der Mexikaner\*innen, dass sie das Leitungswasser in ihrem Haus trinken können, ohne krank zu werden. Im Süden Mexikos glaubt das nur etwa jede\*r Zehnte. „Das ist ein Glaube, der sehr schwierig zu brechen ist, vor allem weil der Markt das Gegenteil behauptet und die Bürger nicht informiert sind“, erklärt Margarita Gutiérrez Vizcaino von der Organisation Cántaro Azul, die sich in Mexiko für sauberes Trinkwasser einsetzt.

Die Wasseranbieter machen seit Jahren Werbung damit, dass ihr Wasser besonders gesund sei. Marktführer Danone richtet sich mit seiner Wassermarke Bonafont vor allem an Frauen. Das Etikett ist aprikosenfarben, und unter dem Markennamen steht „Das leichte Wasser“. Darüber ist eine schlanke Frauen-Silhouette abgebildet. Coca-Cola bewirbt sein Wasser mit „Was dich bewegt“ und Pepsi mit „Liebe deinen Körper“.

Seit Jahren trinken die Mexikaner\*innen weltweit am meisten Flaschenwasser, jährlich mehr als 250 Liter pro Person. In

Deutschland sind es knapp 150 Liter. 98 Prozent der mexikanischen Haushalte kaufen abgefülltes Wasser. Im Wohnviertel in Querétaro bleibt der Coca-Cola-Transporter alle paar Meter stehen. Ein Mitarbeiter hebt „Garrafones“ aus dem Laderaum und trägt sie zu den Haustüren. Von den Bewohner\*innen nimmt er 38 Pesos pro Behälter und ein leeres „Garrafón“ entgegen. 38 Pesos, umgerechnet etwa 1,50 Euro, sind ein vergleichsweise hoher Preis in Mexiko. In manchen Teilen des Landes kostet ein „Garrafón“ nur zehn Pesos. Auch sind kleine Anbieter oft günstiger als die Großkonzerne. Laut der Interamerikanischen Entwicklungsbank BID gibt ein mexikanischer Haushalt durchschnittlich fünf bis zehn Prozent des Einkommens für abgefülltes Wasser aus. Bei der armen Bevölkerung sind es bis zu 20 Prozent. Das macht die Ungerechtigkeiten im Land noch größer.



Einige Indigene in Chiapas erhielten Wassertanks von der Regierung.

### Coca-Cola im indigenen Dorf

In manchen Regionen können es sich die Bewohner\*innen nicht leisten, Trinkwasser zu kaufen. In den indigenen Gemeinschaften im südlichen Bundesstaat Chiapas etwa leben die meisten Bewohner\*innen von dem, was sie auf ihren Feldern anbauen. Was sie nicht selbst essen, verkaufen sie auf dem lokalen Markt. Der Erlös reicht, um Salz, Zucker und Öl zu kaufen, aber nicht für Flaschenwasser.

Die junge Maya-Nachfahrin Elena Gómez López besitzt zusammen mit ihrer Familie einen kleinen Laden, in dem sie zusätzlich zur Feldarbeit Getränke, Süßigkeiten und haltbare Lebensmittel verkauft. Sie erzählt, dass die Bewohner\*innen der Gemeinschaften ihr gesamtes Ersparnis für Coca-Cola ausgeben – eine Folge der Werbung. „Trink das Gute“, steht auf den Werbeplakaten, die an vielen Hauswänden kleben.

Elena Gómez López kann sich ungefähr einmal pro Woche einen halben Liter Cola für neun Pesos leisten, umgerechnet 35 Cent. Sonst trinkt sie abgekochtes Regenwasser und selbst zubereiteten Kaffee. Wasserleitungen gibt es in ihrem Dorf nicht. Bis vor einem Jahr mussten sie und ihre Familie eineinhalb Stunden zum nächsten Brunnen laufen. Vergangenes Jahr hat die Regierung am kleinen Laden, am Wohnhaus und bei

einigen Nachbar\*innen Tanks installiert, die den Regen vom Dach auffangen. Gómez López ist der Regierung dafür dankbar: „Seitdem mussten wir kein Wasser mehr tragen“, sagt sie. Ihr ist nicht klar, dass ihr laut der mexikanischen Verfassung schon seit 2012 trinkbares Wasser zusteht.

Viele benachbarte Gemeinschaften haben noch keine Tanks bekommen. Sie sammeln das Wasser von ihren Dächern provisorisch mit Planen und Tonnen. Zuständig für die Trinkwasserversorgung sind in Mexiko die Gemeinden. In den indigenen Gebieten fehlt es diesen jedoch an Geld, ausgebildetem Personal und Infrastruktur. Deshalb springen mancherorts die Regierung oder private Initiativen ein.

Doch auch in anderen Teilen Mexikos – selbst in der Hauptstadt – funktioniert die Versorgung nicht. Schuld sind laut Expert\*innen vor allem Korruption und ineffiziente Verwaltung. Dabei ist Mexiko kein wasserarmes Land. Dass die Probleme nicht mit einem generellen Mangel zusammenhängen, zeigt die gute Versorgung im reichen, aber trockenen Norden. Paradoxiere Weise bleiben die Leitungen eher im wasserreichen Süden trocken.

Die Mexikaner\*innen haben sich laut Margarita Gutiérrez Vizcaino längst daran gewöhnt, abgefülltes Wasser zu kaufen: „Die Bevölkerung fordert von der Politik nicht einmal mehr eine bessere Bereitstellung“. Und die Politik entzieht sich der Verantwortung, weil die Bewohner\*innen ihr Trinkwasser von den Konzernen beziehen. Das ist für die Bevölkerung nicht nur teuer, sondern führt auch zu viel Plastikmüll und einem hohen Energieverbrauch. Wiederverwendet werden nur die 20-Liter-Behälter. Die Plastikflaschen und kleinere „Garrafones“ mit fünf oder zehn Litern wandern in den Hausmüll. Dazu kommt der Energieverbrauch für den Transport.

### Fettleibigkeit ist weit verbreitet

Nicht zuletzt macht die mangelnde Trinkwasserversorgung die Menschen dick und krank. Drei Viertel der Erwachsenen sind übergewichtig oder fettleibig. Mexiko hat nach den USA die zweithöchste Rate an Fettleibigkeit und die weltweit höchste Diabetes-Rate. Viele Expert\*innen sehen einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem ersten Platz an Flaschenwasserkonsum und dem ersten Platz an Diabetes. Sie argumentieren,



„Trink das Gute“: omnipräsente Werbung von Coca-Cola

dass die Bevölkerung daran gewöhnt ist, Getränke in Flaschen zu kaufen, und deshalb auch mehr Softdrinks konsumiert. Denn Mexikaner\*innen trinken weltweit nicht nur das meiste Flaschenwasser, sondern auch am meisten Cola. Der hohe Zuckerkonsum wiederum führt zu Übergewicht und Zuckerkrankheit. Diabetes-Patient\*innen müssen in Mexiko pro Jahr durchschnittlich 300 Euro aus eigener Tasche für die Behandlung zahlen. Viele Expert\*innen fordern Trinkbrunnen an öffentlichen Plätzen und in Schulen. Die erhoffte Wirkung: Die Menschen würden weniger Flaschenwasser trinken, weniger Softdrinks kaufen, weniger Übergewicht haben und obendrauf Geld sparen. Laut einigen Expert\*innen ist es jedoch vor allem wichtig, dass die Initiativen von der Politik ausgehen. Wenn wie bisher private Initiativen für Trinkwasser sorgen, lenkt das davon ab, dass die Wasserversorgung Aufgabe des Staates ist. In Mexiko ist ein kompletter Systemwechsel notwendig. Nicht die Coca-Cola-Transporter sollten das Wasser liefern, sondern die öffentlichen Wasserleitungen. Und die Milliarden sollten nicht in die Taschen der Getränke-Multis und deren Werbekampagnen fließen, sondern in öffentliche Wasseraufbereitungsanlagen und gute Leitungen.

*Sandra Schafner ist freie Journalistin und Master-Studentin. Für diesen Artikel hat sie im Auslandssemester in Mexiko recherchiert. Der Artikel erschien zuerst im Magazin Südlink.*



Laden von Elena Gómez López im indigenen Dorf