



for a living planet

WWF Deutschland
Fachbereich Süßwasser
Rebstöcker Straße 55
60326 Frankfurt a. M.

Tel.: 0 69/7 91 44-0
Direkt: -140
geiger@wwf.de
www.wwf.de

Hintergrundinformation

Frankfurt, 18.03.2009

5. Weltwasserforum

Globale Wasserkrise – Unternehmen müssen Verantwortung übernehmen

Süßwasser wird weltweit immer knapper. Diese Erkenntnis ist zwar nicht neu, wurde aber diese Woche auf dem Weltwasserforum in Istanbul bei der Veröffentlichung eines aktuellen Berichtes der Vereinten Nationen noch einmal besonders alarmierend herausgestellt. Neben dem täglichen direkten Verbrauch von 20 bis 300 Liter für den Haushalt, werden weitere 2000 bis 3000 Liter bei der Produktion der Nahrung verbraucht. Hinzu kommt das Wasser für die täglich genutzten und verbrauchten Industrieprodukte, deren Herstellung große Wassermengen verschluckt. Insgesamt sind es damit jährlich 1,7 Millionen Liter pro Person in einem Jahr. Weltweit nimmt der Verbrauch mit der wachsenden Bevölkerung und dem Wohlstand weiter dramatisch zu.

Weil die Angst umgeht, dass sich der Zugang zu Wasser durch den dessen Kommerzialisierung in Zukunft noch dramatischer verschlechtern wird, wird die Privatisierung der Wasserversorgung deshalb immer wieder als Teufel an die Wand gemalt und mit Kampagnen und Aktionen bekämpft. Die Privatisierung der Wasserversorgung ist angesichts der globalen Wasserkrise aber nur ein Problem unter vielen. Auch wenn die türkische Regierung überlegt in diesem Jahr Flüsse zu privatisieren, so stellt dies weltweit doch zum Glück noch die Ausnahme dar. Auch die Unternehmen, die Wasser als Ware sehen und mit dem Eigentum an Wasser und der Trinkwasserversorgung Geschäfte machen

sind eindeutig in der Minderheit und sind international sogar bereits wieder auf dem Rückzug.

Viel wichtiger ist enorme Abhängigkeit der Weltwirtschaft vom Wasser, dem neuen blauen Gold. Wasser ist eine elementare Grundlage für die Produktion von Rohstoffe und in der Verarbeitung. Ohne Süßwasser in ausreichender Qualität und Quantität ist kein wirtschaftliches Wachstum möglich, wir hängen im wahrsten Sinne des Wortes am „Wasser-Tropf“. Die Risiken lassen sich grob in die folgenden Kategorien einteilen: zu viel, zu wenig oder verschmutztes Wasser, generell höhere Kosten von Wasser, Energie, Versicherungen und Transport, ständige Veränderungen und Unsicherheit bei den gesetzlichen Rahmenbedingungen und Vorgaben und schließlich das Risiko den Ruf der Firma oder ihrer Produkte zu gefährden. In 2006 wurde Coca-Cola beispielsweise in Kerala in Indien vorgeworfen, dass eine Abfüllanlage Grundwasser übernutzt und Pestizide in den Getränken gefunden wurden. Selbst wenn diese Vorwürfe nicht stimmen, so trifft dies sehr schmerzhaft das Ansehen der Coca Cola Gruppe. Sechs weitere Bundesstaaten verboten sogar zeitweilig den Verkauf. Das Oberste Gericht von Kerala erklärte die Vorwürfe als unhaltbar und hob dann das Verbot der Regierung wieder auf, der wirtschaftliche Schaden ist trotzdem enorm.

Einige multi-nationale Unternehmen haben dies erkannt und daher in den letzten Jahren begonnen die Risiken und Unwägbarkeiten zu untersuchen, die ihnen durch die globale Wasserkrise und die Abhängigkeit vom Wasser entsteht. Auch der Finanzsektor ist sich dieser Risiken bewusst, kann er doch die Kreditwürdigkeit aufgrund der reduzier-



Hintergrundinformation

10.03.09 · Landwirtschaft Türkei

ten Gewinnerwartung der Unternehmen erheblich einschränken. JP Morgan hat sich in 2008 in einer umfassenden Studie mit der Thematik auseinandergesetzt. Neben der Getränkeindustrie sind auch viele andere Sektoren gleichermaßen betroffen, wie beispielsweise Computerfirmen bei der Chipproduktion, das Spielerparadies Las Vegas mitten in der Wüste, Tourismus, die Nahrungsmittelindustrie, Bergbau und Kohleförderung, die Papier- und Zellstoffproduktion, Textilindustrie, Kühlwasser für Atom- und Kohlekraftwerke und die Versicherungsbranche. In der Studie selbst wurden aber keine konkreten Lösungswege aufgezeigt.

Diskussion in Istanbul

Auf dem Weltwasserforum diskutieren aktuell verschiedene Firmen im Rahmen des 2007 gegründeten CEO Wasser Mandates, einem Ableger der UN Initiative zu verantwortungsvoller Unternehmensführung, wie sie sich in Zukunft den Herausforderungen der Wasserknappheit stellen wollen. Auch die deutschen Firmen Siemens und Bayer AG sind Mitbegründer der Initiative, sind aber in den Diskussionen in Istanbul leider nicht aktiv beteiligt.

Weltweit sind sich die meisten der Unternehmen der Risiken nicht bewusst, ignorieren sie und haben weder ihre Geschäftsbereiche daraufhin untersucht, noch haben sie logischerweise daraus eine Lösung entwickelt. Einige der im Rahmen des CEO Wasser Mandates engagierten Firmen wie Coca Cola, die IKEA, H&M, Nestlé und Unilever arbeiten daran ihren Wasserfußabdruck zu definieren, ihre Risiken zu erfassen und eine Strategie zu entwickeln, mit der zunehmenden Herausforderung umzugehen. Neben dem CEO Wasser Mandate, in dem der WWF aktiv mitwirkt, wurde auch in 2008 das Netzwerk Wasserfußabdruck von verschiedenen Firmen, dem WWF und weiteren Organisationen gegründet, um auch methodisch die Firmen bei der Erfassung des Fußabdruckes und der Wasserrisiken zu begleiten.

Bei der Analyse des Fußabdruckes und der Risiken geht es nicht nur darum den direkten Wasserverbrauch und die Entstehung von Abwasser zu betrachten, sondern das in den Produkten enthaltene virtuelle Wasser zu quantifizieren und herauszufinden, wo Wasser für deren Rohstoffe und Verarbeitung verbraucht und genutzt wird. Bei einem T-Shirt ist es für die Auswirkung des Fußabdruckes nicht alleine entscheidend wie viel Wasser bei der Produktion der Baumwolle verbraucht wird, sondern woher das Wasser kommt, zu welchem Zeitpunkt es entnommen wird und ob die Regierung in der Region die Wasserressourcen sorgfältig bewirtschaftet oder nicht. Beispielsweise ist die Bewässerung der Felder in der Regenzeit weniger kritischer als während einer Dürreperiode. Bei einer unzureichenden Kontrolle und Management der Wassernutzung durch die Regierung und Kommunalverwaltungen, entstehen zwangsläufig Konflikte mit anderen Wassernutzern.

Wenn Firmen die mit ihren Produktionsprozessen, Zulieferern und Handelsketten sowie Rohstoffen verbundenen Risiken erkannt haben, müssen sie versuchen, diese durch eine angepasste Strategie zu reduzieren. Sie müssen sich aber auch politisch engagieren und aktiv auf eine integrierte und effiziente Bewirtschaftung von Wasser hinwirken. Es gibt aber auch viele Risiken, die nicht direkt, sondern nur indirekt beeinflussbar sind. Es macht volkswirtschaftlich überhaupt keinen Sinn, wenn beispielsweise die von Coca-Cola im Produktionsprozess geklärten Abwässer wieder in verschmutzte Flüsse eingeleitet werden, weil es keine öffentlichen Kläranlagen gibt.

Weitere Möglichkeiten des Engagements von Firmen sind die Finanzierung von Gemeindeprojekte, die zu einem gewissen Grad eine Umverteilung der Gewinne der Unternehmen darstellt, die durch die Wassernutzung und Entnahme entsteht. Dies schafft Vertrauen und sichert langfristig die notwendige Akzeptanz von Unternehmen.



Hintergrundinformation

10.03.09 · Landwirtschaft Türkei

Aktuell entwickelt der WWF auch mit verschiedenen anderen Organisationen eine neuen Wasserstandard und ein Zertifizierungssystem, mit dem Ziel in Zukunft einen verantwortungsvollen und effizienten Umgang mit der Ressource zu fördern. Die „Alliance for Water Stewardship“ hat auf dem Weltwasserforum erste konkrete Ideen der Öffentlichkeit und Firmen gegenüber präsentiert. Vielleicht können Verbraucher dann in ein paar Jahren an großen und kleinen Wassertropfen auf dem Produkt auch die Firmen honorieren, die Verantwortung für „unser“ Süßwasser übernehmen.

Firmen sollten öffentlich auch über ihren direkten und indirekten Wasserverbrauch berichten und damit für Investoren und die Öffentlichkeit transparent offen legen, welchen ökologischen Fußabdruck sie haben, welchen Risiken sie bei zunehmender Wasserknappheit ausgesetzt sind und was sie konkret dagegen unternehmen.

Weitere Informationen:

Martin Geiger, Fachbereichsleiter Süßwasser,
WWF Deutschland, Tel.: 0 69/7 91 44-140,
Fax: -231, geiger@wwf.de

Diese und weitere Hintergrundinformationen finden Sie im Internet unter: www.wwf.de. Hier können Sie sich auch in unseren kostenlosen WWF-News-Verteiler eintragen.