**M1**

**Anforderungssituation**

Große Pause: Peter packt eine Flasche Mineralwasser und einen Schokoriegel aus. Gerade will er einen Schluck aus der Flasche nehmen, da spricht ihn sein Mitschüler an: „Weißt du, dass du gerade armen Menschen in Afrika das Wasser wegtrinkst? Ich habe neulich den Film ‚Bottled Life‘ gesehen, in dem gezeigt wird, dass die großen Konzerne sogar in afrikanischen Entwicklungsländern das Quell- und Grundwasser anzapfen und für teures Geld verkaufen. Für uns ist es einfach nur Wasser, für die Leute dort ein Luxusprodukt wie unser Champagner. Der Grundwasserspiegel sinkt und die Armen können es sich nicht leisten.“



Bild: wasser von [banneke-wilking](https://pixabay.com/de/users/banneke-wilking-115977/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=2161843) [[Pixabay License]](https://pixabay.com/de/service/license/) via [Pixabay](https://pixabay.com/de/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=2161843)

**Aufgabe**: Arbeite das moralische Problem heraus, das sich für Peter ergibt. Setze das Problem in Beziehung zu deinem Verbraucherverhalten. Formuliere eine Entscheidungsfrage.

**M2**

**Worin besteht das moralische Problem?**Um was geht es? Welche Entscheidungsfragen tun sich auf?

Welche Entscheidungsfrage möchte ich bearbeiten?

**Spontanurteil**Ich entscheide mich für …

**Metakognition**

Hat sich etwas an meinem Spontanurteil verändert? Warum?

Welchen Beitrag kann der RU zur Lösung dieses Problems liefern?

**Positionierung aus verschiedenen Blickwinkeln**

* *Argumente aus utilitaristischer Sicht*
* *Argumente aus deontologischer Sicht*
* *Argumente aus Sicht des christlichen Glaubens*

**Recherche 2: Ermittlung bisheriger Argumente**

Welche Argumentationsansätze gibt es bereits zu diesem Thema?

**Recherche 1: Fakten-Check**

beteiligte Personen - was wollen sie?

ökologische - politische - soziale Zusammenhänge

**Formulierung eines abschließenden Urteils**Das beste Argument ist für mich...

weil...

deswegen komme ich zu dem Schluss, dass...**Konstruktiver Entwurf**Welche konkreten Handlungsoptionen ergeben sich (für mich)?

**M3**

**Fakten-Check – eine Situationsanalyse zur Vermarktung von Trinkwasser durch Großkonzerne**

*Einige Wirtschaftsfakten zur Vermarktung von Wasser*

Vergleiche:

<https://netzfrauen.org/2014/01/21/trinkwasser-nestl-danone-coca-cola-und-pepsi-multinationale-konzerne-beherrschen-weltmarkt/>

(Zugriff am 30.09.2019)

**Aufgabe**

Besorgt euch weitere Informationen, indem ihr unter den folgenden Links recherchiert. Arbeitet dabei heraus, a) welche Personen(gruppen) beteiligt und was ihre jeweiligen Interessen sind; b) welche sozialen, politischen und ökologischen Zusammenhänge zu berücksichtigen sind.

* <http://www.focus.de/finanzen/news/marketing-und-ausbeute-das-dreckige-geschaeft-mit-dem-wasser-wie-viel-ist-uns-wasser-wert_id_6820659.html>
* <http://www.stern.de/wirtschaft/news/nestl%C3%A9s-fluessiges-gold-wenn-wasser-teurer-ist-als-benzin-3651272.html>
* <https://www.youtube.com/watch?v=CoOECk4UCkE>
* <https://www.youtube.com/watch?v=WTBl-0W2VGM>

Tipp: Geht bei eurer Recherche arbeitsteilig vor und tragt im Anschluss alle relevanten Fakten zusammen.

**M4 Verschiedene Positionen zu Vermarktung und Konsum von abgefülltem Trinkwasser**

**M4a**

**Die Vermarktung von Wasser aus der Sicht des Marktführers Nestlé**

Der ehemalige Nestlé-Chef Peter Brabeck-Letmathe äußerte zum 140-jährigen Bestehen von Nestlé: „Je mehr ich nachgedacht habe, was ist eigentlich der einzige, wichtigste Faktor, dass unsere Firma noch einmal hundertvierzig Jahre bestehen kann, bin ich ganz klar aufs Wasser gekommen. (…) Ohne Wasser gibt es keine Nachhaltigkeit für unser Unternehmen und unsere Aktionäre. Wasser muss unsere höchste Priorität sein. Die fortwährende Verfügbarkeit von Wasser ist der Schlüssel für unser anhaltendes Wachstum und für unsere Fähigkeit, Konsumentenbedürfnisse weltweit zu befriedigen.“ (Vgl. [https://www.bottledlifefilm.com/downloads-92](https://www.bottledlifefilm.com/downloads-92%20) Zugriff 26.09.2019)

Das Unternehmen ist der Auffassung, dass grundsätzlich Anreize bestehen sollten, verantwortungsbewusst mit der Ressource Wasser umzugehen: „Wenn etwas kein Wert gegeben wird, tendieren die Menschen dazu, es zu verschwenden“, so Konzernchef Paul Bulcke. Darum sollte Wasser einen Wert im Sinne von Wertschätzung haben, damit alle zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser angehalten werden. Wasser brauche darum einen Preis. Zudem habe, so wirbt das Unternehmen, „abgefülltes Wasser (…) in der Gesellschaft von heute, in welcher Lifestyle stetig anwächst, noch immer seinen Platz: Verbraucher entscheiden sich zum Kauf von abgefüllten Wasserprodukten, weil sie die Tatsache zu schätzen wissen, dass sie praktisch und tragbar sind, einen konstanten Geschmack haben, keine Kalorien enthalten und über die Qualitätsgarantie von Nestlé verfügen“. Außerdem wolle man, so die Werbung weiter, die Verbraucher dazu befähigen, von ihrem Recht auf eine bewusste Wahl von Getränken Gebrauch zu machen und damit eine gesündere Ernährung fördern. (Vgl. <http://de.bottledlife.tv/debatte.html> Zugriff 29.08.2017)

Nestlé orientiert sich an der Unternehmensphilosophie der „gemeinsamen Wertschöpfung“. Diese sei, so der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Mark R. Kramer (Harvard Business School), „ein ganz anderer Ansatz als die soziale Verantwortung von Unternehmen, da sie nicht darauf ausgerichtet ist, eine Reihe festgelegter externer Standardkriterien zu erfüllen, und auch nicht auf Philanthropie (d. h. Menschenfreundlichkeit)“. Es ginge vielmehr darum, die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens auf lange Sicht zu gewährleisten, indem man seine Produktion mit einem sozialen und ökologischen Nutzen verbindet. Nestlé tue dies z. B. dadurch, indem das Unternehmen in Entwicklungsländern Arbeitsplätze schaffe und sauberes Trinkwasser zur Verfügung stelle. Der ehemalige Konzernchef Brabeck-Letmathe räumt in diesem Zusammenhang ein: „Wir müssen besser verstehen, wie wir zur gesellschaftlichen Entwicklung beitragen können, sodass gleichzeitig unser Geschäftsmodell gestärkt wird. Wir müssen aber auch akzeptieren, dass andere uns als schädlich für die Gesellschaft oder die Umwelt empfinden.“

(Vgl. http://www.nestle.com/asset-library/Documents/Library/Documents/Corporate\_Social\_Responsibility/Concept-Corp-Social-Responsibility-Mar2006-DE.pdf Zugriff 07.08.2017)

**M4b**

**Wasser als „Wachstumsmarkt“ für Kapitalanleger**

Nestlé ist mit seinem Wasser-Geschäft seit Jahren sehr erfolgreich. Wirtschaftsanalysten gehen davon aus, dass die Sparte Nestlé Waters auch in der Zukunft dem Konzern noch mehr Gewinn einbringen wird, denn mit Wasser vermarkte man einen der wichtigsten Rohstoffe der Zukunft.

Wasser könnte so zu einer der wichtigsten Anlageformen des 21. Jahrhunderts werden. Zwar besteht die Erde zu zwei Dritteln aus Wasser, davon ist jedoch nur ein Prozent als Trinkwasser verfügbar. Dieses ist zudem sehr ungleich verteilt und die vorausgesagte Bevölkerungsentwicklung zeigt, dass vor allem in Asien die Lage dramatisch werden könnte. Hinzu kommt, dass Europa zwar acht Prozent der weltweiten Wasserreserven besitzt, aber in Zukunft 13 Prozent brauchen dürfte. Die Ressourcen sind zudem weltweit nicht für jeden zugänglich. Wasser wird somit immer mehr zu einem knappen und kostbaren Gut und damit auch als Anlageobjekt zunehmend interessant. Kein Wunder also, dass seit einiger Zeit immer mehr Anleger in Unternehmen investieren, die abgefülltes Trinkwasser anbieten, beispielsweise in Lebensmittelkonzerne wie Nestlé und Danone. Wasser, so die Wirtschaftsanalysten, sollte als „Wachstumsmarkt“ betrachtet werden und vor allem für Anleger mit einem langfristigen Fokus von Interesse sein.

Vgl. <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/fonds-mehr/wasser-ein-kostbares-anlage-gut-11849568.html> Zugriff 07.08.2017

**M4c**

**Eine Filmdokumentation über den Konsum von Flaschenwasser**

Eine englische Filmdokumentation aus dem Jahr 2013 beschäftigt sich mit dem Konsum von in Flaschen abgefüllten Trinkwasser. Sie beinhaltet u. a. folgende Informationen und Argumente:

Viele Verbraucher trinken Wasser aus unterschiedlichen Quellen mit einem unterschiedlichen Mineralgehalt und unterschiedlichem Geschmack. Sie wollen die Freiheit haben, zwischen verschiedenen Anbietern wählen zu können. Ein wesentlicher Vorteil ist, dass man es mitnehmen kann, wenn man unterwegs ist. Abgefülltes Wasser hat Eigenschaften, die Leitungswasser nicht hat, zumindest glauben das die Verbraucher. Sie haben mehr Vertrauen in Flaschenwasser. Die Herkunft ist auf dem Etikett vermerkt, es lässt sich zurückverfolgen. In Notfällen, wenn die Versorgung mit Leitungswasser unterbrochen ist, sind die Menschen auf abgefülltes Wasser angewiesen.

Ein großer Unterschied zwischen Leitungswasser und Flaschenwasser ist der Transportweg. Die Flaschen werden über viele Kilometer in die Geschäfte oder zu anderen Vertreibern transportiert. Dabei wird eine große Menge Sprit verbraucht. Beim Abpumpen von lokalem bzw. regionalem Fluss- oder Quellwasser werden häufig nicht einmal ein Gramm CO-2 ausgestoßen, bei der Produktion und dem Transport von beispielsweise Volvic oder Evian (Danone) kommt es zu einem durchschnittlichen CO-2-Ausstoß von 170-185 Gramm. Für die Produktion von Wasserflaschen wird in England so viel Energie verbraucht, dass davon 17 Tausend Autos ein Jahr fahren könnten. Plastikflaschen stellen einen Großteil des Mülls dar, der die Weltmeere und Küsten verschmutzt. Die Kunststoffe sind über lange Zeit nicht abbaubar und belasten so die Umwelt nachhaltig. Immer mehr Seevögel verenden wegen Plastikrückständen und über die Fische gelangen diese auch in die Nahrungskette der Menschen.

Die Dokumentation kommt zu dem Ergebnis: Es wird sehr viel Geld für Wasser aus Flaschen ausgegeben, obwohl bei uns gutes Leitungswasser vorhanden ist und gleichzeitig die Wasserversorgung auf der Welt ein immer größeres Problem darstellt. Wenn wir unbedingt Geld für Wasser ausgeben wollen, dann sollten wir es dafür ausgeben, die Wasserversorgung und die Qualität des Wassers in Ländern in Afrika und Asien zu verbessern. Diese Länder brauchen es. Wir dagegen brauchen kein Wasser, das in Flaschen abgefüllt ist. Das zeigt, wie Bedürfnisse künstlich verdreht und erschaffen werden.

Vgl. "Flaschenwahn statt Wasserhahn" Dokumentation Großbritannien 2008 von Sandy Smith

**M4d**

**Zugang zu sauberem Trinkwasser – ein Menschenrecht?**

*Der Zugang zu unbedenklichem Wasser ist ein menschliches Grundbedürfnis und daher ein grundlegendes Menschenrecht.*

*Verschmutztes Wasser gefährdet sowohl die körperliche als auch die soziale Gesundheit aller Menschen und ist ein Angriff auf die Menschenwürde.*

(Kofi Anan, ehemaliger UN-Generalsekretär)

<http://www.bpb.de/internationales/weltweit/menschenrechte/38745/menschenrecht-wasser?p=all> Zugriff: 01.08.2017

**M4e**

**Die europäische Bürgerinitiative right2water setzt sich dafür ein, dass alle Bürger und Bürgerinnen das Recht auf Wasser und sanitäre Grundversorgung haben:**

Das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung bedeutet, dass alle Menschen das Recht auf den Zugang zu sauberem Wasser sowie auf Dienstleistungen der Abwasserreinigung haben. Diese Dienstleistungen müssen für die Menschen verfügbar, physisch zugänglich, bezahlbar und von annehmbarer Qualität sein. Diese Kriterien können von Land zu Land, ja sogar innerhalb eines Landes unterschiedlich ausgelegt werden. Sie bedeuten, dass Regierungen dafür sorgen müssen, dass diese Dienstleistungen allen BürgerInnen zur Verfügung stehen. Im Jahre 2010 hat sich die Generalversammlung der Vereinten Nationen auf diese Forderung geeinigt. Die Regierungen müssen diese Rechte durchsetzen und dürfen sie nicht dem Markt überlassen.

Der wichtigste Aspekt des Menschenrechts auf Wasser ist darin zu sehen, dass es die Selbstbestimmung der Menschen fördert. Wasser und Sanitärversorgung als Rechte sind keine wohltätigen Gaben mehr, die eine Regierung gewähren oder vorenthalten kann. Es sind vielmehr Menschenrechte, die die BürgerInnen einfordern können. Staaten können eher zur Verantwortung gezogen werden, und sobald die Menschen wissen, dass sie dieses Recht haben, entsteht mit der Möglichkeit, die Behörden zur Rechenschaft zu ziehen, eine ganz neue Dynamik.

Wir setzen uns für mehr öffentliche Ausgaben ein, damit auch für die Armen eine Versorgung mit Trinkwasser und eine Sanitärversorgung gewährleistet sind. Das Menschenrecht auf Wasser verpflichtet die Regierungen dazu, für alle BürgerInnen eine verfügbare, physisch zugängliche, bezahlbare und von der Qualität her annehmbare Wasserversorgung und Sanitärversorgung sicherzustellen. Dies ist das genaue Gegenteil des marktwirtschaftlichen Modells, bei dem die Menschen zunächst zahlen müssen, um überhaupt Anspruch auf die Dienstleistung zu bekommen. Von einkommensschwachen BürgerInnen kann man nicht verlangen, dass sie im Voraus bezahlen, damit sie überhaupt an die Wasserversorgung angeschlossen werden. Wasser als Menschenrecht hilft den Armen – eine Wasserversorgung nach marktwirtschaftlichen Prinzipien hilft ihnen nicht. Dies ist eine vielfach belegte Tatsache.

<http://www.right2water.eu> Zugriff 08.08.2017

**M4\***

**Mögliche Lösungen für Argumente aus utilitaristischer, deontologischer und christlicher Sicht**

Utilitaristische Argumentation

Nur eine Minderheit, nämlich die Unternehmen, profitieren von den Wasserquellen,

* während ein Großteil der Bevölkerung, die im Bereich der Wasserquellen lebt, kaum etwas davon hat,
* und zudem durch das Sinken des Grundwasserspiegels noch größere Probleme mit der Trinkwasserversorgung entstehen.

Die sozialen Unterschiede werden für den Großteil der Bevölkerung weiter verschärft,

* denn das abgefüllte saubere Trinkwasser ist aufgrund des Preises für die große Mehrheit der Menschen in Entwicklungsländern nur ein Luxusprodukt, das deswegen nur Wenigen zugutekommt,
* so kostet z. B. eine Flasche „Pure Life“ von Nestlé fast so viel wie ein durchschnittlicher Tageslohn in Pakistan.

Es liegt nicht im Interesse der Mehrheit, dass nur wenige internationale Konzerne die weltweiten Wasserressourcen kontrollieren,

* so ist eine zunehmende Marktkonzentration führender Getränkehersteller wie Coca-Cola, Pepsi und Nestlé zu beobachten,
* und eine zunehmende Marktkonzentration schadet am Ende (z. B. durch höhere Preise, abnehmende Produktvielfalt) auch dem Verbraucher.

Wenn Unternehmen im Sinne der „gemeinsamen Wertschöpfung“ in Entwicklungsländern aktiv werden, wird der Nutzen für alle Beteiligten gesteigert,

* denn die Unternehmen schaffen Arbeitsplätze,
* sorgen für eine verbesserte Infrastruktur und in diesem Zusammenhang auch für einen Zugang zu sauberem Trinkwasser sowie für Sanitärversorgung.

Deontologische Argumentation

Alle Menschen sind zur Einhaltung der Menschenrechte verpflichtet,

* so auch zu dem Menschenrecht, dass jeder Mensch das Recht auf freien Zugang zu einwandfreiem, sauberem Trinkwasser sowie zu entsprechender Sanitärversorgung hat,
* die Kommerzialisierung von Wasser unterläuft dieses Menschenrecht,
* der Zugang zu unbedenklichem Wasser ist ein menschliches

Grundbedürfnis, denn Menschen können ohne Wasser weder überleben noch ihre Fähigkeiten entfalten,

* insofern ist das Vorenthalten des freien Zugangs zu sauberem Trinkwasser auch ein Angriff auf die Menschenwürde.

Wir sind zum Schutz unserer Umwelt verpflichtet,

* so ist die Herstellung von abgefülltem Trinkwasser mit hohen Energiekosten sowie einem vermehrten CO-2-Ausstoß verbunden,
* aufgrund der bereits schon guten Qualität des trinkbaren Leitungswassers in den Industrieländern besitzt abgefülltes Trinkwasser eine negative Ökobilanz,
* zudem wird das Wasser häufig in Plastikflaschen abgefüllt, was das Problem um weltweit zunehmenden Plastikmüll noch weiter verschärft.

Weltweit agierende Konzerne mit vielen Mitarbeitern sind dazu verpflichtet, ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern,

* denn damit werden viele Arbeitsplätze gesichert und ggf. neu geschaffen,
* so ist z. B. laut Nestlé „die fortwährende Verfügbarkeit von Wasser der Schlüssel für anhaltendes Wachstum“,
* auch Wirtschaftsanalysten betrachten die Ressource Wasser als Wachstumsmarkt und für langfristige Anlagestrategien geeignet.

Jeder Mensch hat ein Recht auf selbst bestimmten Konsum,

* der Verzicht auf Flaschenwasser würde die Freiheit vieler Menschen einschränken,
* so auch die bewusste Wahl von Getränken, um damit eine gesündere Ernährung zu fördern.

Christliche Argumentation

Eine Vermarktung von lebensnotwendigem Wasser ist aus christlicher Sicht kritisch zu hinterfragen, denn…

* Wasser ist für die gesamte Natur lebensnotwendig – und als solches von Gott allen Menschen und Tieren gegeben worden (vgl. Gen 2,5f. + 10),
* Wasser als geschenkte Gabe Gottes sollte nicht von einer Gruppe von Menschen für deren eigene kommerzielle Zwecke genutzt werden (vgl. Ps 104,10f. + 24),
* Wasser gehört zur lebensnotwendigen Grundversorgung, die jedem zukommen (vgl. Mt 20,1-15) und selbst dem größten Feind nicht vorenthalten werden (vgl. Spr 25,21) sollte.

Ein rücksichtsloses Abschöpfen von Trinkwasserquellen in Ländern mit Trinkwassermangel widerspricht Gottes Willen, denn…

* nicht selten werden Interessen an wirtschaftlichem Gewinn über soziale Verantwortung gestellt, und die sozial Schwachen können ihre Rechte auf freie Trinkwasserzugang gegenüber z. B. Großkonzernen nur schwer einklagen (vgl. Jer 5,26-28),
* damit klafft die soziale Schere zwischen Arm und Reich noch weiter auseinander (vgl. Am 6,1-6),
* rücksichtsloses Gewinnstreben richtet sich auch direkt gegen Gott (vgl. Spr 14,31).

Jesus nachzufolgen bedeutet sich von der Not anderer Menschen berühren zu lassen und damit auch Egoismus-Verzicht, denn…

* die Not anderer fordert mich zu einem Handeln in Nächstenliebe heraus (vgl. Mk 12, 29-31),
* wir sind in der Verantwortung, gerade den Blick auf den Armen und Schwachen, der Not leidet, zu richten (vgl. Mt 25,37-40).

**M5 Biblische Perspektive**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Biblische Aussagen | Impulse zum Weiterdenken (optional) | Diese Aussage könnte meine Argumentation unterstützen, weil … |
| Gen 2, 5f. + 10 | Welche Bedeutung kommt dem Wasser in dieser Schöpfungserzählung zu? |  |
| Ex 20, 15 + 17b | Wie lässt sich die Bedeutung dieser zwei Gebote Gottes auf die weltweite Kontrolle über immer mehr Wasserquellen durch wenige Konzerne übertragen? |  |
| Ps 23, 1ff. | Was gehört dazu, dass wir sagen können: Gott kümmert sich gut um uns? |  |
| Ps 104, 10f. + 24 | Was bedeutet diese Stelle für die private Vermarktung von Wasser durch Konzerne? |  |
| Spr 14, 31 | Gibt es auch bei der Vermarktung von Wasser Verlierer? |  |
| Spr 25, 21 | Warum darf Wasser nicht vorenthalten werden? |  |
| Klgl 5, 4 | Hier geht es um eine Klage der Überlebenden in Jerusalem, nachdem die Stadt vom babylonischen König Nebukadnezar eingenommen und zerstört worden war (587 v. Chr.). Lässt sich dieser Zustand mit den Ländern vergleichen, in denen Wasser von Unternehmen abgeschöpft wird? |  |
| Jer 5, 26-28 | Hier spricht der Prophet Jeremia eine Sozialkritik gegenüber den Mächtigen aus. Kann man dies auch auf das Verhalten von manchen Konzernen beziehen? |  |
| Am 6, 1-6 | Der Prophet Amos spricht hier soziale Missstände offen an. Lässt sich dieses Bild auch auf die Situation in den Entwicklungsländern übertragen? |  |
| Mt 20, 1-15 | Hier wird ein unerwartetes Gerechtigkeitsverständnis für das Reich Gottes dargestellt. *Info*: Der Silbergroschen steht für den Betrag, den eine Familie benötigt, um an einem Tag gut versorgt zu sein. |  |
| Mk 12, 29-31 | Wer ist mein Nächster? |  |
| Mt 25, 37-40 | Hier wird im Rahmen einer Weltgerichtsrede ein ethisches Kriterium genannt, an welchem Handeln zu bewerten ist. Was bedeutet dies für das Problem mit der Vermarktung von Trinkwasser? |  |

**M5\* Biblische Perspektive – mögliche Lösungen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Biblische Aussagen | Impulse zum Weiterdenken (optional) | Diese Aussage könnte meine Argumentation unterstützen, weil … |
| Gen 2, 5f. + 10 | Welche Bedeutung kommt dem Wasser in dieser Schöpfungserzählung zu? | Es zeigt, dass Wasser für die gesamte Natur lebensnotwendig ist – und als solches von Gott allen Menschen gegeben wurde. |
| Ex 20, 15 + 17b | Wie lässt sich die Bedeutung dieser zwei Gebote Gottes auf die weltweite Kontrolle über immer mehr Wasserquellen durch wenige Konzerne übertragen? | Gottes Gebote werden missachtet, wenn manche Großkonzerne die wirtschaftliche und politische Schwäche von Entwicklungsländern ausnutzen und sich ihrer Wasserressourcen bemächtigen. Das erscheint habgierig und wie Diebstahl. |
| Ps 23, 1ff. | Was gehört dazu, dass wir sagen können: Gott kümmert sich gut um uns? | Gott wird den Menschen auch in der Not eine Alternative aufzeigen. *Oder*: Gerade Wasser wird als „Rettungsort“ Gottes bezeichnet. Den Zugang dazu versperren manche Großkonzerne. |
| Ps 104, 10f. + 24 | Was bedeutet diese Stelle für die private Vermarktung von Wasser durch Konzerne? | Wasser ist eine Gabe Gottes. Sie sollte nicht für kommerzielle Zwecke genutzt werden. |
| Spr 14, 31 | Gibt es auch bei der Vermarktung von Wasser Verlierer? | Wir müssen gerade bei der Vermarktung von Wasser auf die Geringen schauen. Rücksichtsloser Gewinn richtet sich gegen Gott direkt. |
| Spr 25, 21 | Warum darf Wasser nicht vorenthalten werden? | Wasser gehört zur lebensnotwendigen Versorgung. *Hinweis*: Durch die Güte, dem Feind Grundnahrungsmittel zukommen zu lassen, wird er in Verlegenheit gebracht, sodass er seine Feindseligkeit aufgibt. |
| Klgl 5, 4 | Hier geht es um eine Klage der Überlebenden in Jerusalem, nachdem die Stadt vom babylonischen König Nebukadnezar eingenommen und zerstört worden war (587 v. Chr.). Lässt sich dieser Zustand mit den Ländern vergleichen, in denen Wasser von Unternehmen abgeschöpft wird? | Für Wasser zu bezahlen ist ein Kennzeichen der tiefsten Erniedrigung und Zeichen des Ausgeliefertseins an fremde Mächte. |
| Jer 5, 26-28 | Hier spricht der Prophet Jeremia eine Sozialkritik gegenüber den Mächtigen aus.  Kann man dies auch auf das Verhalten von manchen Konzernen beziehen? | Hier wird bildhaft ausgedrückt, wie die Schwächsten skrupellos ausgenutzt werden. Die Konzerne benutzen die Unwissenheit, um die Arbeitskraft der Leute (und das Wasser) für den eigenen Gewinn zu missbrauchen. |
| Am 6, 1-6 | Der Prophet Amos spricht hier soziale Missstände offen an. Lässt sich dieses Bild auch auf die Situation in den Entwicklungsländern übertragen? | Es wird das Auseinanderklaffen der sozialen Schere beschrieben. Die sozial Schwachen werden zusätzlich über den Tisch gezogen und sie können ihr Recht nicht einklagen. Auf der anderen Seite stehen die Mächtigen (Konzerne?), die eine Art Parallelgesellschaft bilden. |
| Mt 20, 1-15 | Hier wird ein unerwartetes Gerechtigkeitsverständnis für das Reich Gottes dargestellt. *Info*: Der Silbergroschen steht für den Betrag, den eine Familie benötigt, um überleben zu können. | Vor Gott sind alle gleich. Nach diesem Gerechtigkeitsverständnis sollte jeder das bekommen, was er zum (guten) Überleben benötigt. |
| Mk 12, 29-31 | Wer ist mein Nächster? | Aus der Liebe zu meinem Nächsten entsteht auch Verantwortung für meinen Nächsten. Dies sind z.B. die hilfsbedürftigen Menschen in den Entwicklungsländern, die selbst keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. |
| Mt 25, 37-40 | Hier wird im Rahmen einer Weltgerichtsrede ein ethisches Kriterium genannt, an welchem Handeln zu bewerten ist. Was bedeutet dies für das Problem mit der Vermarktung von Trinkwasser? | Nicht rücksichtslose Bereicherung, sondern Fürsorge für die Geringsten ist Maßstab für gutes Handeln. Die Vermarktung von Trinkwasser muss also nicht per se abgelehnt werden, jedoch sollten damit parallel soziale Unterstützungsprojekte im Zentrum stehen: z.B. in armen Ländern eine funktionierende und erschwingliche Trinkwasserversorgung. |