

Leitungswasser als Medium für eine fokussierte Zielgruppenansprache

Annika Brunner & Samuel Höller

Zusammenfassung Leitungswasser ist ein wunderbares Beispiel für nachhaltigen Konsum: ein regionales Produkt, verpackungsfrei, emissionsarm und gesund – und damit ein leichter Einstieg zu einem nachhaltigeren Lebensstil. Doch wie kann Leitungswasser als »Medium« eingesetzt werden, um verschiedene Zielgruppen anzusprechen und mit ihnen zum Thema Nachhaltigkeit zu arbeiten? In diesem Beitrag werden Beispiele aus der Arbeit des Vereins *a tip: tap* vorgestellt und gezeigt, wie die »Fünf Gründe für Leitungswasser« genutzt werden können, um Nachhaltigkeit für verschiedene Zielgruppen auf unterschiedliche Weise zu kommunizieren.

1. Einleitung: 5 einfache Gründe, um Menschen niedrigschwellig zu erreichen

Trink Wasser! Dieser Aufruf ist in Deutschland leicht umzusetzen, indem man an den nächsten Wasserhahn tritt und ihn aufdreht. Das Wasser kommt frisch, kühl, verpackungsfrei, günstig, lokal und emissionsarm aus dem Hahn. Dennoch wird heutzutage fast 15-mal mehr Flaschenwasser getrunken als noch in den 1970er Jahren (s. Abb. 2).

Der Begriff »Trinkwasser« wird in der Trinkwasserverordnung als Wasser für den menschlichen Gebrauch definiert, unabhängig von der Art der Bereitstellung. Da es in diesem Beitrag (in erster Linie) um Trinkwasser aus der Leitung geht, werden die Begriffe Trinkwasser und Leitungswasser hier synonym verwendet. Dem gegenüber steht das »Flaschenwasser«: Flaschenwasser ist hier als kommerziell abgefülltes und vermarktetes Wasser definiert. Dazu gehören Mineralwasser, Tafelwasser, Quellwasser und Heilwasser (vgl. Verbraucherzentrale 2023). Da der Begriff Mineralwasser jedoch allgemein für dieses Produkt verwendet wird, werden die Begriffe Flaschenwasser und Mineralwasser in diesem Beitrag synonym verwendet.

Wasser ist Leben und betrifft jede*n, denn der menschliche Körper besteht zum größten Teil aus Wasser – und wenn wir nicht genug trinken, sterben wir. Jede*r

in Deutschland sollte Zugang zu einem Wasserhahn haben. Jede*r hat schon einmal Wasser aus der Leitung getrunken oder zumindest Erfahrungen mit Leitungswasser gemacht. Somit bietet es sich an, durch Leitungswasser als Medium einfach und niedrigschwellig eine große Gruppe verschiedener Menschen zu erreichen (vgl. Techniker Krankenkasse 2019).

In diesem Beitrag wollen wir Beispiele aufzeigen, wie wir an Infoständen, in Bildungseinsätzen oder in der politischen Kommunikation Leitungswasser als Medium einsetzen, um mit Menschen zum Thema Wasser und darüber hinaus auf verschiedenen Ebenen der Nachhaltigkeit zu arbeiten.

Zentrales Kommunikationselement sind dabei die »Fünf Gründe für Leitungswasser« (s. Abb. 1). Auf Plakaten und Flyern werden in mehreren Sprachen fünf Gründe beschrieben, von Flaschen- auf Leitungswasser umzusteigen und damit einen nachhaltigen Lebensstil zu wählen: die Reduktion von Plastik, die Einsparung von CO₂-Emissionen, die Kosteneinsparung, der gesundheitliche Qualitätsaspekt oder die Bequemlichkeit des Leitungswasser-Trinkens. Die Vielfalt dieser Gründe ermöglicht es, für unterschiedliche Zielgruppen individuelle Zugänge zum Dialog zu öffnen.

Abb. 1: Fünf Gründe für Leitungswasser



Quelle: eigene Darstellung

1.1 Der Verein hinter den »5 Gründen«

Ziel des Vereins *a tip: tap* ist es, einen gesellschaftlichen Wandel anzustoßen, indem die Wertschätzung für die ständige Verfügbarkeit von frischem Trinkwasser in Deutschland gesteigert und Leitungswasser langfristig zum Hauptgetränk der Gesellschaft gemacht wird. In der über zehnjährigen Arbeit des Vereins wurden verschiedene Ansätze erprobt, um Menschen für Leitungswasser zu begeistern.

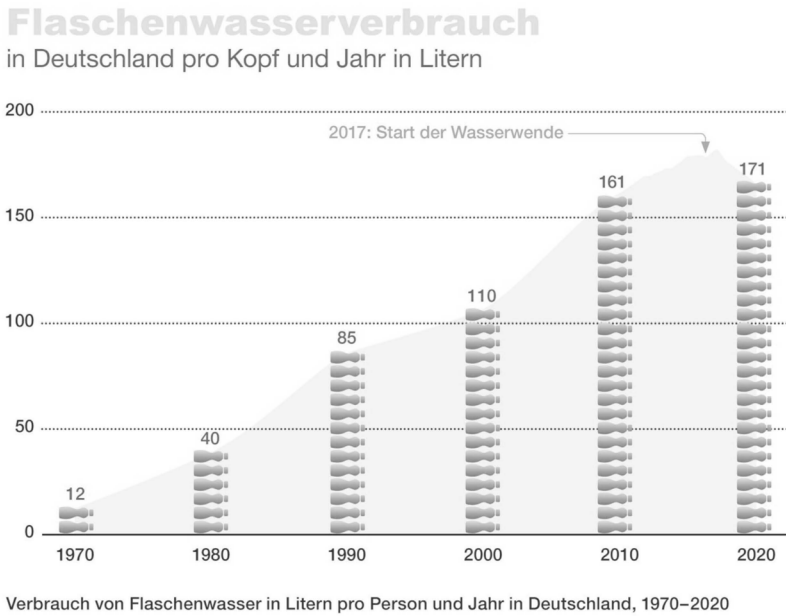
Für die Arbeit von *a tip: tap* ist es wichtig, dort anzusetzen, wo die Menschen stehen. Das sind zum Beispiel die individuellen Bedürfnisse, die emotionalen Bezüge und der Wissensstand. So kann eine zielgerichtete Ansprache erfolgen. Dabei werden zwei Gruppen unterschieden: Einerseits Menschen, die direkt angesprochen werden und andererseits Multiplikator*innen, die ihre Reichweite und Vorbildfunktion nutzen, um die Vorteile des Leitungswasserkonsums in ihre Netzwerke zu spielen.

Entlang der oben genannten fünf Gründe für Trinkwasser soll im Folgenden aufgezeigt werden, wie eine Zielgruppe angesprochen und mit ihr gearbeitet werden kann und welche Wirkungen beziehungsweise Verhaltensänderungen sich aus dieser Arbeit ergeben können. Dabei wird mit der offensichtlichsten Problematik des Flaschenwasser-Konsums begonnen – der Plastikverschmutzung.

2. Grund 1: Leitungswasser spart Plastikmüll

Die Auswirkungen von Plastikproduktion, -verschmutzung und -abfall sind weltweit ein immenses Problem, und Plastikflaschen sind ein großer Teil davon (vgl. Defend our Health 2022). 500 Milliarden Flaschen werden jährlich weltweit verbraucht – in Deutschland sind es rund 14 Milliarden Flaschen pro Jahr allein für Wasser, davon circa 8 Milliarden Einwegflaschen – meist aus PET-Kunststoff (vgl. Bouhlei et al. 2023; Cayé/Leighty 2022).

Abb. 2: Verbrauch von Flaschenwasser in Litern pro Person und Jahr in Deutschland, 1970–2020



Quelle: a tip: tap, auf Basis Cayé/Leighty 2022 sowie Statista 2024a

Für die Produktion von PET-Einwegwasserflaschen werden allein in Deutschland jährlich über 320 Millionen Liter Erdöl und Erdgaskondensate benötigt.¹ Neben dem hohen Rohstoffeinsatz erfordert die Herstellung von PET-Flaschen viel Wasser und den Einsatz einer großen Anzahl von Chemikalien (Defend our Health 2023; Gerassimidou et al. 2022). Das Trinken von Leitungswasser schont dementsprechend Ressourcen, vermeidet Abfall und schützt sowohl die Umwelt als auch die menschliche Gesundheit vor Schadstoffen, auch weil diese durch eine reduzierte Plastikproduktion gar nicht erst in die Umwelt gelangen.

Kunststoff ist ein komplexes Material und auch die damit verbundenen politischen Prozesse sind ebenso vielschichtig und komplex. Die Fokussierung auf das einfache und allgegenwärtige Thema Leitungswasser kann dazu beitragen,

1 Die Berechnung beruht auf dem deutschen Jahresverbrauch an Einwegplastikflaschen für Mineralwasser im Jahr 2019 sowie dem gemittelten Gewicht verschiedener leerer PET-Flaschen. Es wurde die konservative Faustformel verwendet, dass pro Kilogramm PET ein Kilogramm Erdöl gebraucht wird. Nicht enthalten ist darin der Erdölverbrauch für den Warentransport und Einkaufsfahrten. Die reale Zahl liegt also noch höher (Cayé/Leighty 2022).

diesen komplexen Hintergrund für ein breiteres Publikum und für Menschen, die mit der Thematik nicht vertraut sind, zu übersetzen. Über das eingängige Beispiel der Plastikflasche gegenüber verpackungsfreiem Leitungswasser kann niedrigschwellig auf das Plastik-Problem aufmerksam gemacht und die Auswirkungen der Plastikproduktion auf die Gesellschaft aufgezeigt werden. Stellungnahmen und Kommentare zu laufenden politischen Prozessen zum Thema Plastik sind sinnvoll, um ein besseres Verständnis für den Zusammenhang zwischen Plastikproduktion und Trinkwasser zu schaffen. Dazu werden Inhalte konkreter Gesetze und die möglichen Auswirkungen einer Gesetzesänderung, wie zum Beispiel die Neufassung der EU-Verpackungsgesetzgebung, mit den Auswirkungen auf die Trinkwasserqualität und -versorgung verknüpft.

So verfasste *a tip: tap* zum Beispiel einen Kommentar zum Beschränkungs-vorschlag der European Chemical Agency (ECHA) zur Herstellung, zum Inverkehrbringen und zur Verwendung von Per- und Polyfluoralkylverbindungen (PFAS)². Begleitend wurde ein Hintergrundpapier zum Thema PFAS und Trinkwasser veröffentlicht und weitere Beiträge über die sozialen Medien geteilt (vgl. *a tip: tap* e.V. 2023). Damit konnte dieser spezifische Aspekt aus der Chemikalien- und Kunststoffpolitik über das Medium Leitungswasser an verschiedene Zielgruppen vermittelt werden.

Ein ebenso komplexer Aspekt des Flaschenwasserkonsums, der im Gegensatz zur Plastikverschmutzung für viele Menschen nicht so offensichtlich ist, sind die Auswirkungen von Flaschenwasser auf Klima und Umwelt durch erhöhte CO₂-Emissionen.

3. Grund 2: Leitungswasser spart CO₂

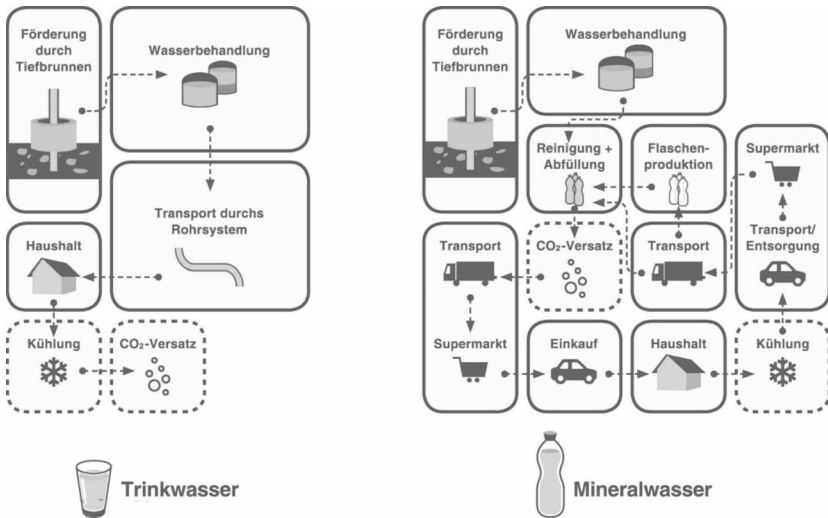
Durch den Konsum von Leitungswasser werden CO₂-Emissionen vermieden. Dies quantifizieren zwei Studien zum Vergleich der Emissionen von CO₂-Äquivalenten zwischen Trinkwasser und Mineralwasser (vgl. Kroll/Blume/Buck 2020; Meili et al. 2023). In allen berechneten Szenarien schneidet Trinkwasser umweltfreundlicher ab als Mineralwasser, auch wenn Kühlung und CO₂-Versatz eingerechnet werden. Den größten Einfluss hat der Transport: Je weiter das Mineralwasser transportiert werden muss, desto mehr CO₂-Emissionen werden ausgestoßen.

Flaschenproduktion, Abfüllung und Transport erzeugen laut den Studien einen durchschnittlichen Emissionsfaktor zwischen 102 Gramm und 596 Gramm CO₂ für ein Liter abgefülltes Wasser. Bei Leitungswasser ist nur die Förderung und Aufbereitung des Wassers notwendig, was zu deutlich geringeren CO₂-Emissionen von 0,35

2 PFAS sind in vielen Kunststoffprodukten enthalten und haben großen Einfluss auf Mensch und Umwelt, z.B. auch auf das Trinkwasser, weswegen hier ein Bezug sowohl zu Plastik als auch zu Trinkwasser besteht.

bis 1,0 Gramm CO₂-Äquivalenten pro Liter führt, wenn keine Kühlung oder CO₂-Versatz eingerechnet werden. In Abbildung 3 sind die verschiedenen Arbeitsschritte für Trinkwasser (links) sowie Mineralwasser (rechts) dargestellt. Die Arbeitsschritte beim Trinkwasser bestehen aus Brunnenförderung, Wasserbehandlung im Wasserwerk sowie Transport in die Haushalte. Die Arbeitsschritte beim Mineralwasser sind deutlich aufwändiger. Nach der Brunnenförderung und Wasserbehandlung kommen noch Schritte zur Flaschenproduktion, Abfüllung, Transport in den Supermarkt sowie die Einkaufsfahrt in die Haushalte hinzu. Somit ist Trinkwasser aus der Leitung je nach Studie 100- bis 586-mal weniger emissionsintensiv als Mineralwasser.

Abb. 3: Arbeitsschritte zur Lieferung von Trinkwasser (links) und Mineralwasser (rechts) in die Haushalte als Basis für die Lebenszyklusanalyse



Quelle: a tip: tap e.V.

Ein wichtiger Teil der Arbeit von *a tip: tap* besteht darin, im direkten Kontakt mit Menschen an Informationsständen, auf Straßenfesten, Märkten, Festivals oder Messen über umweltbewussten Konsum zu sprechen. Durch den Ausschank von Leitungswasser und das Angebot eines begleitenden Wasserquiz per Glücksrad werden Menschen spielerisch dazu ermutigt, sich zu informieren und für das Trinken von Leitungswasser sensibilisiert. Fragen (z.B. über alte Leitungen oder Schadstoffe) werden auf Basis von wissenschaftlichen Recherchen und Expert*inneninterviews beantwortet. Ziel der Arbeit am Infostand ist es, Unsicherheit zu nehmen, leckeres Wasser vor Ort anzubieten und neue Denkanstöße für den Trinkwasserkon-

sum zu Hause oder am Arbeitsplatz zu geben. Neben der Überzeugungsarbeit an Flaschenwassertrinker*innen sind gerade Multiplikator*innen, die bereits Trinkwasser konsumieren, eine wichtige Zielgruppe, die bestärkt werden soll, ihr Umfeld zu Leitungswasserkonsum motivieren.

Bei der Kommunikation ist dabei Vereinfachung beziehungsweise Verbildlichung abstrakter Sachverhalte ein erprobtes Mittel: Zur Verdeutlichung des Einsparpotenzials von CO₂ durch Leitungswasser-Trinken hat sich zum Beispiel der Vergleich »Leitungswasser zu trinken spart pro Jahr anderthalbmal so viele Emissionen wie der innerdeutsche Flugverkehr im selben Zeitraum verursacht.« bewährt.

Die Erfahrung zeigt, dass *a tip: tap* häufig für Veranstaltungen angefragt wird, die einen Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbezug haben (z.B. auf dem jährlichen Umweltfestival der Grünen Liga Berlin, einer Freiluftveranstaltung am Brandenburger Tor zum Thema Umweltschutz). Auf diesen Veranstaltungen sind die Gäste in der Regel bereits am Thema Nachhaltigkeit interessiert und trinken bereits Leitungswasser. Somit können sie gezielt als Multiplikator*innen angesprochen werden, um den Aspekt der Emissionseinsparungen durch den Umstieg auf Leitungswasser zu verbreiten. Bei Veranstaltungen, wo Umweltthemen nicht im Vordergrund stehen, wie bei Kiezfesten und Großveranstaltungen wie dem Tag der offenen Tür der Bundesregierung oder dem Karneval der Kulturen in Berlin, liegt das Hauptaugenmerk auf der Vermittlung von Grundlagen und der Beantwortung von Fragen. Diese Veranstaltungen finden hauptsächlich im Sommer statt, wenn es heiß ist und die Gäste durstig sind. Dabei besteht besonders bei sehr heißen Temperaturen die Herausforderung, nicht nur Trinkwasser an die Gäste auszuschenken, sondern auch ins Gespräch mit ihnen zu kommen. Der Fokus liegt dann auf der reinen Versorgung der Menschen mit Wasser. Das Interesse der Gäste, am Infostand auch über Leitungswasser zu sprechen, bleibt jedoch gering, zumal die Standbetreuung neben dem Ausschank wenig Kapazität für längere Gespräche hat.

Offen bleibt die Frage, ob durch diese kleine Intervention (Trinken von Leitungswasser) bereits eine Verhaltensänderung im Alltag eingeleitet werden kann und damit auch ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet wird. Die Gäste freuen sich auf den Veranstaltungen über ein kostenloses Glas Leitungswasser. In den Haushalten der Menschen führt der Umstieg auf Leitungswasser ebenfalls zu Kosteneinsparung und stellt einen weiteren, alternativen Motivationsfaktor für den Konsum von Leitungswasser dar.

4. Grund 3: Leitungswasser spart Geld

Trinkwasser ist viel günstiger als Flaschenwasser. Für einen Euro bekommt man im Schnitt 200 Liter Trinkwasser, Abwasser bereits mit eingerechnet. Flaschenwas-

ser kostet dagegen ein Vielfaches. Dies zeigt das Beispiel in Tabelle 1, in der die Ausgaben eines Drei-Personen-Haushalts für den Konsum von ausschließlich Leitungswasser im Vergleich zu ausschließlich Flaschenwasser berechnet werden. Pro Person wird ein Konsum von 1,5 Litern pro Tag angenommen. Als Differenz ergibt sich eine Summe von jährlich 1.141 Euro, die ein Haushalt durch das Trinken von Leitungswasser einspart gegenüber einem Haushalt von Flaschenwassertrinker*innen.

Tab. 1: Vergleich der Ausgaben für Flaschen- gegenüber Trinkwasser aus der Leitung eines Drei-Personen-Haushalts

	Wasserkonsum Tag/Person	Wasserkonsum 3-Personen- Haushalt/Jahr	Preis pro Liter	Ausgaben Haus- halt/Jahr
Mineralwasser	1,5 Liter	1.642 Liter	70 Cent ³	1.149,40 Euro
Trinkwasser	1,5 Liter	1.642 Liter	0,5 Cent ⁴	8,21 Euro
Differenz				1.141,19 Euro

Quelle: eigene Darstellung

Ein Beispiel für einen erfolgreichen Bildungsworkshop zu diesem Thema fand mit »Stadtteilmüttern« in Berlin-Neukölln statt. Die sogenannten »Stadtteilmütter« sind Mütter mit Migrationshintergrund, die im Rahmen eines Peer-to-Peer-Ansatzes andere Mütter zu Erziehungsfragen, Kindergesundheit und vielen anderen Themen rund um die Familie und das Familienleben beraten und unterstützen. Es wurden Flyer und Poster auf mehreren Sprachen mitgebracht und spielerisch über die verschiedenen Vorteile von Leitungswasser informiert.

Ein Beispiel aus dem Bildungsworkshop verdeutlicht, inwiefern die Möglichkeit der Kosteneinsparung mit anderen Faktoren wie dem Vertrauen in die Trinkwasserqualität zusammenspielen und Menschen für einen Wechsel vom Flaschen- zum Trinkwasserkonsum gewinnen können: Eine Frau aus dem Irak berichtete, dass sie beim Urlaub in der Heimat immer Leitungswasser trinke, da es frisch aus einer Quelle aus den Bergen komme. Sie zeichnet damit ein positives, vertrauensvolles Bild von Leitungswasser. In Berlin kauft die Familie jedoch seit 20 Jahren Wasser

3 Mineralwasserpreis angelehnt an das meistverkaufte stille Mineralwasser in Deutschland (Statista 2024b.)

4 Durchschnittlicher Wasserpreis inkl. Abwasser in Deutschland.

beim Discounter. Das jeweilige Verhalten ist also in erster Linie durch ortsgebundene Gewohnheiten geprägt, die sich über die Jahre verfestigen. Insgesamt gilt die Gewohnheit des Flaschenwasserkonsums als großes Hemmnis zum Umstieg auf Leitungswasser (vgl. Schaub 2022). Als die irakische Familie nach Deutschland kam und die vielen abgepackten Wasserflaschen im Supermarkt sah, ging sie davon aus, dass man das Wasser besser kauft und nicht aus der Leitung nimmt. Im Workshop wurde ausgerechnet, dass die Familie im Laufe ihrer Zeit in Deutschland insgesamt ca. 10.000 Euro für Wasser ausgegeben hat. Das war für die Familie viel Geld und ein richtiges Erweckungserlebnis. Beim Follow-up-Workshop zwei Wochen später berichtete die Frau aus dem Irak, dass sie den Umstieg auf Leitungswasser in ihrer Familie bereits vollzogen hat. Dies gelang kurzfristig, da in ihrer Community die Frauen für den Einkauf verantwortlich sind und sie somit leicht die Entscheidung treffen konnte. Neben der Information zur Trinkwasserqualität hat sie insbesondere die Kostenersparnis überzeugt und den letztendlichen Umstieg befördert. Das Beispiel verdeutlicht anschaulich den Zusammenhang mit Qualitätsaspekten, die die Basis für den Konsum von Leitungswasser in Deutschland darstellen und daher für viele Menschen ein wichtiges Kriterium sind, wie das folgende Kapitel zeigt.

5. Grund 4: Leitungswasser hat eine Topqualität

Das hohe Qualitätsniveau des deutschen Trinkwassers wird durch die bundesweit geltende Trinkwasserverordnung sichergestellt. Sie regelt unter anderem die Pflichten der Wasserversorgungsunternehmen sowie der Überwachungsbehörden und legt darüber hinaus die zu kontrollierenden mikrobiologischen und chemischen Parameter sowie die Häufigkeit ihrer Untersuchung fest. Leitungswasser ist damit eines der am strengsten kontrollierten Lebensmittel in Deutschland. Die Trinkwasserverordnung wurde 2023 neu gefasst und gilt an jedem Wasserhahn. Sie legt nun für einige Stoffe strengere Grenzwerte fest und sieht eine Überwachung von weiteren Stoffen wie PFAS oder Bisphenol A vor (vgl. Trinkwasserverordnung 2023). Insgesamt werden 34 Parameter untersucht, das sind mehr als bei Mineralwasser. Unabhängige Tests wie von der Stiftung Warentest bestätigen die hohe Qualität von Leitungswasser regelmäßig (vgl. Stiftung Warentest 2022). Wir verfügen somit in Deutschland über das Privileg, eines der besten Wasser der Welt einfach aus dem Hahn zu bekommen.

Viele Menschen haben jedoch trotz der geprüften Qualität Bedenken und vertrauen dem Leitungswasser nicht uneingeschränkt. Dies ist nicht immer rational begründet, sondern auch emotional bedingt (vgl. Brouwer/van Aalderen/Koop 2021; Grothman et al. 2022). Erfahrungsgemäß kann es lange dauern, manche Flaschenwassertrinker*innen von der guten Qualität des Trinkwassers zu überzeugen und das auch in den Köpfen der Menschen zu verankern. *a tip: tap* hat daher

Ärzt*innen als wichtige Vorbilder und Multiplikator*innen adressiert. Sie genießen großes Vertrauen in der Gesellschaft und haben in ihrem Tätigkeitsfeld Kontakt zu einer breiten Vielfalt von Menschen. Im Projekt *Wasserwende – Trinkwasser ist Klimaschutz* wurde ein Leitfaden für Praxen erstellt, der auf zwei DIN-A4-Seiten anhand eines Best-Practice-Beispiels relevante Informationen zusammenstellt und eine Checkliste enthält, wie eine Praxis leitungswasserfreundlich werden kann. »Leitungswasserfreundlich werden« heißt konkret, den Patient*innen Leitungswasser auszuschenken, über gesundes Trinken zu informieren und Wassertrinken im Rahmen gesunder Ernährung zu empfehlen beziehungsweise sogar ärztlich zu verschreiben.

Als Format wurde bewusst der Leitfaden als Mittelweg zwischen sehr ausführlichen Hintergrundinformationen und einem kurzen Flyer gewählt, um der Zielgruppe der Ärzt*innen gerecht zu werden. Das heißt einen wissenschaftlichen Hintergrund zu kreieren, von dem wir erwarten, dass er bei Ärzt*innen wichtig ist, aber auch das Material so zu gestalten, dass es direkt an die Patient*innen ausgehändigt werden kann, um im oft hektischen Praxisalltag Zeit zu sparen. Teil der Kontaktaufnahme war das Versenden von Briefen an 500 Praxen und die Bereitstellung von Online-Materialien. Der Erfolg der Maßnahme in den Praxen konnte von *a tip: tap* nicht evaluiert werden, da die Rückmeldung auf die Briefaktion sehr gering war. Daher ist unklar, welche Veränderungen sich vor Ort ergeben haben. Es scheint daher zielführender, über Verbände oder direkte persönliche Kontakte weitere Überzeugungsarbeit zu leisten und Produkte, wie Leitfäden oder Online-Materialien, zu verteilen beziehungsweise zu verbreiten. Aus der Leitfaden-Initiative sind dennoch Presse- und Vortragsanfragen im Gesundheitssektor entstanden, die *a tip: tap* ermöglichen, das Thema »Gesundes Trinken« bei Kooperationspartner*innen weiter zu verankern (vgl. HCM 2023).

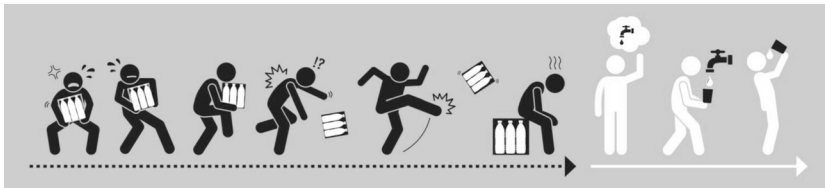
Die Leitfaden-Initiative wurde mit der von *a tip: tap* vergebenden Auszeichnung »Leitungswasserfreundlich« verknüpft. Diese Auszeichnung zielt darauf ab, Organisationen zu belohnen, wenn sie Leitungs- statt Flaschenwasser für Mitarbeitende und Gäste nutzen und darüber nach innen und außen kommunizieren. Es wurde beispielsweise das Senior*innenheim der AWO in Saal an der Donau in Bayern ausgezeichnet. Dort wurde der Umstieg zum Leitungswasserausschank honoriert, der durch den Einbau von drei Trinkwasserspendern Kosten und Lagerplatz eingespart hat. Darüber hinaus berichtete die Leitung, dass die Bewohner*innen des Pflegeheims insgesamt mehr trinken würden, da es ihnen Spaß mache das Wasser an den Trinkwasserspendern zu zapfen und auch der Geschmack gut ankomme. Dem guten Beispiel der AWO Saal a. d. Donau folgend, haben sich noch viele weitere Einrichtungen durch Berichterstattung und Beratung von *a tip: tap* auf den Weg der Umstel-

lung gemacht und wurden bereits zum Teil ebenfalls als »leitungswasserfreundlich« ausgezeichnet.⁵

6. Grund 5: Leitungswasser ist bequem

Trinkwasser aus dem Hahn zu trinken, erspart das Schleppen von Kisten, denn Trinkwasser ist in Deutschland in jedem Haushalt rund um die Uhr verfügbar. Das ist ein einfacher, pragmatischer Motivationsfaktor für das Trinken von Leitungswasser zu Hause. Die bereits beschriebenen Beispiele zeigen, wie es gelingen kann, sich von einer Kistenschlepper*in zur Leitungswassertrinker*in weiterzuentwickeln. Um diesen Sachverhalt noch direkter zu vermitteln, wurde die in Abbildung 4 gezeigte Grafik für Poster, Präsentationen und Social Media von *a tip: tap* erstellt. In Anlehnung an die ikonische Grafik, die den Weg vom Affen zum Homo sapiens zeigt, wird hier die Evolution vom Kistenschleppen zum Leitungswassertrinken dargestellt, um den Aspekt einer Weiterentwicklung zu betonen. Durch die einfache Darstellung und den humorvollen Ansatz sollen die Menschen einen leichten und verständlichen Zugang zum Thema Leitungswasser finden und ein positives Aha-Erlebnis haben (vgl. Abb. 4).

Abb. 4: Evolution vom Kistenschleppen zum Leitungswassertrinken



Quelle: *a tip: tap* e.V.

Anders als zu Hause gestaltet sich der Zugang zu Trinkwasser unterwegs jedoch häufig schwierig. Wenn in einer Stadt viele Trink-Orte⁶ existieren, wird der Motivationsfaktor der Bequemlichkeit für Leitungswasserkonsum erhöht. Im ganzen Bundesgebiet gab es im Jahr 2022 schätzungsweise 1.300 Trinkbrunnen (vgl. BMUV 2022). Das ist keine ausreichende Anzahl, um Menschen flächendeckend unterwegs

5 Auf der Vereinswebseite von *a tip: tap* findet sich im Unterpunkt »Leitungswasserfreundlich« eine Übersicht über die bisher ausgezeichneten Organisationen und ebenso Informationen darüber, welche Voraussetzungen für eine Auszeichnung gegeben sein müssen.

6 Trink-Orte sind Orte wie öffentliche Trinkbrunnen oder Refill-Stationen außerhalb von privaten Wohnungen, an denen Trinkwasser getrunken oder abgefüllt werden kann.

– besonders bei hohen Temperaturen – mit wichtigem Trinkwasser zu versorgen und stellt somit ein Hemmnis des Leitungswasserkonsums dar. Außerdem ist eine gute Auffindbarkeit dieser Trink-Orte durch Hinweisschilder und die Kommunikation durch die Kommunen wichtig, oft jedoch nicht ausreichend gegeben.

Um zusätzliche Trink-Orte zu schaffen und damit auch unterwegs das Credo »Leitungswasser ist bequem und einfach verfügbar« hochzuhalten, wurden verschiedene Prozesse angestoßen. Zum einen die 2017 in Hamburg gestartete Initiative *Refill-Deutschland*, welche ein Netz von Refill-Stationen (Geschäfte, Cafés usw.) vereint, an denen jede*r seine Flasche oder ihr Glas kostenlos mit Leitungswasser auffüllen kann. Im Jahr 2023 gab es bundesweit ca. 7.000 Refill-Stationen. Die Teilnahme am Refill Netzwerk ist sehr niedrigschwellig. Um eine Refill-Station zu werden, benötigt man lediglich feste Öffnungszeiten und einen Wasseranschluss. Und um die Station zu nutzen, muss man lediglich ein aufzufüllendes Gefäß mitbringen. *a tip: tap* hat von Anfang an die Refill-Initiative unterstützt und im Sommer 2023, die zentrale Koordination und Organisation von Refill Deutschland übernommen.

Hinsichtlich des Ausbaus der öffentlichen Trinkbrunnen konnte die erste erfolgreiche Europäische Bürgerinitiative *Right2Water - Wasser ist Menschenrecht* erreichen, dass in der Überarbeitung der EU-Trinkwasserrichtlinie ein Artikel aufgenommen wurde, der die Anerkennung des Menschenrechts auf Wasser und die Verbesserung des Zugangs zu Trinkwasser vorsieht. Dieser Artikel 16 (»Zugang zu Wasser für den menschlichen Gebrauch«) enthält unter anderem Hinweise und Empfehlungen zur Bereitstellung von Leitungswasser an öffentlichen Orten (vgl. Trinkwasserrichtlinie 2020). Die Richtlinie wurde in Deutschland durch Änderungen der Trinkwasserverordnung 2023 und des Wasserhaushaltsgesetzes (WHG) 2022 in nationales Recht umgesetzt. Bezüglich der Verfügbarkeit von Trinkwasser in der Öffentlichkeit wurde in §50 WHG aufgenommen, dass im Rahmen der Daseinsvorsorge Trinkwasser aus dem Leitungsnetz an öffentlichen Orten durch Innen- und Außenanlagen bereitgestellt werden soll. Die Bundesregierung möchte die Daseinsvorsorge mit der Planung der Aufstellung von 1.000 zusätzlichen Trinkbrunnen durch Städte und Gemeinden verbessern (vgl. BMUV 2022). Für den Aspekt der bequemen und einfachen Zugänglichkeit zu Trinkwasser unterwegs sind sowohl Trinkbrunnen als auch Refill-Stationen wichtige Bausteine von regionalen Hitzeaktionsplänen oder Konzepten zum kommunalen Hitzeschutz (z.B. in Düsseldorf, Osnabrück oder Kiel). Sie sind dadurch in den letzten Jahren ins Bewusstsein der Kommunen gerückt. Bei zunehmenden Hitzetagen in den kommenden Jahren können Quellen frischen Wassers in Stadtzentren überlebenswichtig sein. Dabei handelt es sich nicht um eine rechtliche Verpflichtung zur Errichtung von Trink-Orten, sondern um die Empfehlung beziehungsweise den politischen Wunsch zum Ausbau. Das Ziel wurde nicht mit einem Budget im Haushalt hinterlegt, dennoch hat die Änderung des Wasserhaushaltsge-

setzes eine breite Öffentlichkeit erreicht und es wurde durch die Gesetzesänderung rechtliche Klarheit geschaffen, dass Kommunen Trinkbrunnen aufstellen dürfen.

Der Ausbau von öffentlichen Trinkbrunnen und Trink-Orten in Deutschland war ein Grund zur Gründung von *a tip: tap* und bleibt eines der politischen Ziele des Vereins, um allen Menschen bequem und einfach Zugang zu Trinkwasser auch außer Haus zu ermöglichen. Im Jahr 2024 wird begleitend zur Fußball Europameisterschaft der Männer (EURO 2024) eine Trinkbrunnen-Kampagne durchgeführt. Dabei wird durch das Bundesumweltministerium bundesweit die Errichtung von 51 Trinkbrunnen finanziert und kommunikativ unterstützt. Städte, Gemeinden und Wasserversorger können sich auf einen der 51 Trinkbrunnen bewerben, die per Losverfahren vergeben werden. Die 51 Gewinner*innen sollen die Trinkbrunnen öffentlichkeitswirksam eröffnen. Diese 51 Neuinstallationen der Trinkbrunnen werden mit einer Kommunikationskampagne begleitet und zusätzlich wird ein Kommunikationspaket für die Gemeinden und Städte zur Verfügung gestellt, um die Aktivitäten stärker in der lokalen Berichterstattung zu platzieren und die Nutzung der Trinkbrunnen zu fördern. Neben der praktischen Installation von zusätzlichen Trinkbrunnen bietet die Plattform der EURO 2024 einen passenden Kommunikationsanlass, um die Vorteile von Leitungswasser und die Notwendigkeit eines besseren Zugangs zu öffentlichen Trinkbrunnen an die breite Bevölkerung zu platzieren.

7. Fazit: Leitungswasser kann Medium zur Ansprache verschiedener Zielgruppen sein

Trinkwasser aus dem Hahn zu konsumieren ist ein banaler Akt, trägt jedoch zur Verpackungsvermeidung und zum Klimaschutz bei. Die vielfältigen thematischen Anknüpfungspunkte an das Thema Leitungswasser und deren Umsetzung zur (Interventions-)Arbeit mit unterschiedlichen Zielgruppen wurde in diesem Text detailliert aufgezeigt.

Zusammenfassend lassen sich die folgenden Erkenntnisse festhalten: Zur Erreichung der jeweiligen Zielgruppe ist es wichtig, im Vorfeld entsprechende Bedürfnisse abzustecken sowie passende Multiplikator*innen und Partner*innen auszumachen. So konnte durch Workshops mit Stadtteilmüttern die migrantische Community erreicht werden. Die Verbreitung eines Leitfadens zu Trinkwasser im Gesundheitsbereich an hunderte von Arztpraxen ohne weitere Vernetzung und intensive Kommunikationsbegleitung ist dagegen eher verpufft.

Es ist auch wichtig, die Ausrichtung des Informationsstandes entsprechend der besuchten Veranstaltung zu wählen, um die Menschen dort auf geeignete Weise zu erreichen. Auf dem Umweltfestival gibt es andere Gespräche als beim Tag der offenen Tür im Bundespresseamt.

Das Feedback zur Auszeichnung als »leitungswasserfreundlich« ist durchweg positiv und die ausgezeichneten Organisationen können als Vorbilder für ihre Branchen herangezogen werden.

Eine wichtige Grundlage der Arbeit des Vereins bildet die politische Arbeit, die zu mehr öffentlichen Trinkbrunnen, einer ambitionierten Trinkwasserrichtlinie auf EU-Ebene und deren Umsetzung in Deutschland beigetragen hat. Somit wurden die systemischen Weichen für den gesellschaftlichen Transformationsprozess für mehr Leitungswasserkonsum gestellt.

Der vernetzte Ansatz, den *a tip: tap* für das Thema Leitungswasserkonsum verfolgt, um an seinen verschiedenen Aspekten zu arbeiten, kann auch in anderen Bereichen sinnvoll sein: Ein zunächst eng definiertes und damit einfaches Thema wird in viele verschiedene Unterthemen zerlegt, die wiederum auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten werden können, so dass spezifische Bausteine entstehen. Für jeden dieser Bausteine kann dann eine sinnvolle Intervention entwickelt und umgesetzt werden, wie hier entlang des Beispiels der »Fünf Gründe für Trinkwasser« vorgestellt wurde. Die Interventionen sind nicht alle gleichermaßen erfolgreich, generieren aber laufend wichtige Erfahrungen, um die Wirkung der Arbeit zu erhöhen. *a tip: tap* passt laufend die Formate und Inhalte zielgruppenadäquat an, um die Menschen genau dort abzuholen, wo sie stehen. Sei es auf dem Wochenmarkt, in der Arztpraxis oder im Rathaus.

Literaturverzeichnis

- a tip: tap* e.V. (2023): Hintergrundpapier PFAS (Per- und Polyfluoralkylsubstanzen) Für den Gesundheitsschutz heutiger und künftiger Generationen Online verfügbar: <https://atiptap.org/wasserwissen/material/> (abgerufen am 15.03.2024).
- BMUV (2022): Städte und Gemeinden müssen Trinkwasser im öffentlichen Raum kostenlos bereitstellen Pressemitteilung vom 10.08.2022. Online verfügbar: <https://www.bmuv.de/pressemitteilung/staedte-und-gemeinden-muessen-trinkwasser-im-oeffentlichen-raum-kostenlos-bereitstellen> (abgerufen am 15.03.2024).
- Bouhlef, Zeineb/Köpke, Jimmy/Mina, Mariam/Smakhtin, Vladimir (2023): Global Bottled Water Industry: A Review of Impacts and Trends. United Nations, University Institute for Water. Online verfügbar: <https://inweh.unu.edu/global-bottled-water-industry-a-review-of-impacts-and-trends/> (abgerufen am 15.03.2024)
- Brouwer, Stijn/van Aalderen, Nicolien/Koop, Steven (2021): »Assessing tap water awareness: The development of an empirically-based framework«, in: PLOS ONE, 16(10), e0259233.

- Cayé, Nicolas/Leighty, Anke (2022): Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen, Texte 131/2022, Bezugsjahr 2020, Mainz: Umweltbundesamt.
- Defend Our Health (2022): Problem Plastic: How Polyester and PET Plastic Can Be Unsafe, Unjust, and Unsustainable Materials. Online verfügbar: <https://defendourhealth.org/campaigns/plastic-pollution/problem-plastic> (abgerufen am 29.05.2024)
- Defend Our Health (2023): Hidden Hazards: The Chemical Footprint of a Plastic Bottle. Online verfügbar: <https://defendourhealth.org/campaigns/plastic-pollution/hiddenhazards/> (abgerufen am 15.03.2024)
- Gerassimidou, Spyridoula/Lanska, Paulina/Hahladakis, John N./Lovat, Elena/Vanzetto, Sylvia/Geueke, Birgit/Groh, Ksenia J., Maricel/Muncke, Jane/Martin, Olwenn V./Iacovidou, Eleni (2022): »Unpacking the complexity of the PET drink bottles value chain: A chemicals perspective«, in: *Journal of Hazardous Materials*, 430, 128410.
- Grothmann, Thorsten/Frick, Vivian/Harnisch, Richard/Münsch, Marlene/Kettner, Sara E./Thorun, Christian (2023): Umweltbewusstsein in Deutschland 2022, Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Kroll, David/Blume, Frank/Buck, Felicitas (2020): Vergleich des CO₂-Fußabdrucks von Mineral- und Trinkwassers. Kurzbericht zur Datenerhebung und Berechnung. Ein Überblick über die spezifischen Treibhausgasemissionen unterschiedlicher Wässer entlang des gesamten Lebenswegs (from cradle to grave). Berlin: GUT Zertifizierungsgesellschaft.
- Meili, Christoph/Jungbluth, Niels/Scanu, Savian/Malinverno, Nadia (2023): Ökobilanz von Trinkwasser und Mineralwasser in Deutschland. Schaffhausen: wvgw Wirtschafts- und Verlagsgesellschaft Gas und Wasser mbH.
- Schaub, Simon (2022): Leitungswasser oder Flaschenwasser? Ergebnisse einer Befragung zur Akzeptanz von Leitungswasser. Vortrag WasserwendeForum. Unveröffentlichte Studie.
- Statista (2024a): Pro-Kopf-Konsum von Mineral- und Heilwasser in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2022. Online verfügbar: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2809/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-mineral-und-heilwasser/> (abgerufen am 25.01.2024).
- Statista (2024b): Beliebteste Mineralwasser- und Tafelwassermarken (Konsum in den letzten 4 Wochen) in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2020. Online verfügbar: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171516/umfrage/konsum-mineralwassermarken-im-letzten-monat/> (abgerufen am 30.01.2024).
- Stiftung Warentest (2022): FAQ Wasser – Leitungswasser besser als Mineralwasser? <https://www.test.de/FAQ-Wasser-ist-Leitungswasser-besser-als-Mineralwasser-4745742-0/> (abgerufen am 07.12.2023).

Techniker Krankenkasse (2019): Trink Was(ser), Deutschland!

Trinkwasserrichtlinie (2020): Richtlinie (EU) 2020/2184 des Europäischen Parlaments und des Rates über die Qualität von Wasser für den menschlichen Gebrauch. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A32020L2184>

Verbraucherzentrale (2023): Trinkwasser, Mineralwasser, Tafelwasser – was sind die Unterschiede? Online verfügbar: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/gesund-ernaehren/trinkwasser-mineralwasser-tafelwasser-was-sind-die-unterschiede-13225> (abgerufen am 25.01.2024).