

Konzerne, die Flaschenwasser herstellen, haben rücksichtslose Marketingstrategien und exorbitante Lobbyaktivitäten praktiziert, um den Menschen weiszumachen, dass abgefülltes Wasser sauberer und sicherer sei als Wasser aus der Leitung. [Mitarbeiter](#) von [N.](#) sagen, Quellwasser, definiert als Wasser aus natürlich fließenden Quellen, verkaufe sich besser, weil es als authentischer und gesünder angesehen werde. 2014 bewarb N. mit mehr als 5 Milliarden US-\$ sein „Pure Life“, wovon 3,8 Milliarden auf Werbespots in spanischsprachigen Fernsehkanälen entfielen.

Wasser ist kostbar, darüber haben wir schon [ausreichend berichtet](#). Doch war Ihnen Folgendes bekannt?

[Weiterlesen →](#)

Quelle: netzfrauen.org