

«Das Gastgewerbe spielt eine zentrale Rolle»

Mitte-Nationalrat **Martin Candinas** (44) ist Präsident der Interessengemeinschaft Mineralwasser und Präsident der Genossenschaft SwissDrink. Der Bündner ruft das Gastgewerbe dazu auf, mit dem Verkauf von Mineralwasser mehr Geld als mit Hahnenwasser zu erzielen.

INTERVIEW RETO E. WILD — FOTO MICHA EICHER, SCHARFSINN

Martin Candinas, Ihre Partei, die Mitte, hat einen neuen Bundesrat. Was erwarten Sie von ihm?

MARTIN CANDINAS: Von Bundesrat Martin Pfister erwarte ich, dass er das Departement mit eiserner Hand führt, eine Vision für die Zukunft entwickelt und sich für eine sichere Schweiz einsetzt. Er soll die hervorragende Arbeit von Viola Amherd für eine Stärkung der Armee und für Kooperationen mit dem Ausland weiterführen. Dort, wo Herausforderungen bestehen, soll er sehr genau hinschauen und für erfolgreiche Lösungen sorgen.

Ein anderes Thema: Es ist gerade sehr aktuell, dass der Staat den Bürgern immer mehr vorschreiben möchte. Zürich und Bern planen drastische Einschränkungen für die kommerzielle Werbung im Aussenbereich, der Import von Foie gras soll verboten werden, Altersheime führen fleischlose Tage ein und, und, und. Wie stehen Sie zu dieser Entwicklung? Meines Erachtens sollten wir mit Verboten und Vorschriften vorsichtig umgehen, wenn wir keinen Volksauftrag haben. Die Selbstverantwortung spielt in der Schweiz eine wichtige Rolle, und es kann nicht die öffentliche Hand sein, die dem Bürger immer sagt, was gut ist und was nicht.

Ihr Parteikollege Andreas Meier hat die parlamentarische Gruppe Genuss und Verantwortung mitgegründet. Wichtig ist Präventionsarbeit. Gerade

bei der jungen Bevölkerung ist es bedeutend, sie für gesundheitsrelevante Themen zu sensibilisieren, damit sie ein Bewusstsein entwickelt. Letztlich ist alles eine Frage des Masshaltens. Kinder sollten wissen, dass zu viele Softgetränke nicht unbedingt gesund sind. Zwischendurch ist es kein Problem, sie zu konsumieren. Natürliches Mineralwasser ist aber immer besser.

«Der Unternehmer fährt besser, wenn er mit dem Mineralwasser ein hochwertiges Produkt verkauft.»

Womit wir beim eigentlichen Thema sind: Im Juni 2009 wurde die IG Mineralwasser gegründet, die Sie präsidieren. Die IG engagiert sich unter anderem für die Akzeptanz von Mineralwasser in Flaschen. Weshalb ist Ihnen das Thema wichtig?

Natürliches Mineralwasser ist das natürlichste Getränk, das es gibt! Es hat sich jahrzehntelang durch die Schweizer Gesteinsschichten gekämpft und wird unbehandelt an der Quelle abgefüllt. Mineralwasser hebt sich mit den Spurenelementen und der Mineralisierung klar von aufbereitetem Leitungswasser ab und ist ein erstklassiges Produkt, das

dank seinem hohem Kalziumgehalt beispielsweise in Altersheimen zum Einsatz kommt. Wasser ist nicht einfach Wasser!

Wie stark leidet die IG unter staatlichen Einschränkungen?

Der Staat schreibt vor, wie das Mineralwasser durch Getränketechnologen und Qualitätsspezialisten kontrolliert werden muss, ebenfalls am Ort der Quelle. Das ist meist auf dem Land in Dörfern wie Henniez VD, Passugg GR oder Eptingen BL der Fall. Letztlich haben wir dank den Kontrollen jederzeit die Sicherheit, über ein hochwertiges, kontrolliertes und authentisches Naturprodukt zu verfügen. Das ist anders als beim Leitungswasser. Da stellt die Wasserversorgung die Qualität nur bis zum Hausanschluss sicher.

Wie bewirbt die IG natürliches Mineralwasser?

Wir wollen mit der IG sensibilisieren, und mit Botschaftern die Geschichte des Naturprodukts erzählen. Wohl keine Branche sorgt für so viele hochwertige dezentrale Arbeitsplätze auf dem Land. Unsere IG ist mit dem Produkt Mineralwasser ebenfalls eine Botschafterin der Getränkegrossisten, des Detailhandels, der Gastronomie und der Hotellerie.

Welche Rolle spielt dabei das Gastgewerbe?

Eine zentrale Rolle! Das Gastgewerbe kann ein qualitativ hochstehendes Naturprodukt verkaufen und dazu eine Geschichte erzählen. Ganz nebenbei ist das



Nationalrat Martin Candinas: «Es muss im Interesse der Gastronomie sein, den Unterschied zwischen Leitungs- und Mineralwasser aufzuzeigen.»

natürliche Mineralwasser auch wichtig für die Marge. Dazu eine einfache Rechnung: Wenn ein Betrieb Leitungswasser in der Karaffe für 4 Franken verkauft, hat er eine Marge von 4 Franken auf das Produkt. Wenn er jedoch einen Liter Mineral für 10 Franken verkauft und diesen zum Einstandspreis von 1 Franken eingekauft hat, verdient er 9 Franken! Deshalb muss es im Interesse der Gastronomie sein, den Unterschied zwischen Leitungs- und Mineralwasser aufzuzeigen.

Laut einer Studie beurteilen Konsumenten durchschnittlich 1.38 Franken für einen halben Liter Hahnenwasser als fair – bei einem Preis von 6 Franken

für das Mineral. Was empfehlen Sie den Betrieben?

Für mich ist klar, dass der Unternehmer besser fährt, wenn er mit dem natürlichen Mineralwasser ein hochwertiges und sicheres Qualitätsprodukt verkauft. Das heisst aber nicht, dass er einen überhöhten Preis verlangen muss. Aber weil die Zahlungsbereitschaft für Mineral so viel höher ist, gibt es für mich keinen Grund, Leitungswasser anzubieten – ausser der Kunde wünscht das explizit.

Ist dieser Unterschied zwischen Mineral und Leitungswasser in den Betrieben tatsächlich so wenig bekannt?

Viele Betreiber kennen die Thematik. Aber im Gastgewerbe ist der Personalwechsel relativ gross. Darum müssen wir immer dranbleiben. Ich bin froh, dass es heute Angebote wie die Ausbildung zum Wassersommelier gibt. Beim Wein kennt man diese Ausbildungen schon lange. Ein Wassersommelier weiss, welches Mineral am besten zu welchem Gericht passt. Wichtig ist auch, dass alle Akteure der Branche enger zusammenarbeiten. Swiss Drink, der Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten und GastroSuisse führen laufend Gespräche dazu. Letztlich entscheidet der Kunde. Unsere Aufgabe ist es, die Unterschiede bei den Produkten aufzuzeigen.

Die Interessengemeinschaft strebt ein friedliches Nebeneinander von Mineral- und Hahnenwasser an.

Genau. Es gibt kaum jemanden, der nur Leitungs- oder nur Mineralwasser trinkt. Zuhause trinke ich regelmässig Leitungswasser. Aber aufbereitetes Hahnenwasser im Restaurant ist nicht das Gleiche wie Schweizer Mineralwasser. Deshalb bin ich gegen diese Gleichmacherei. Es braucht ein friedliches Nebeneinander. Und klar, es gibt einen Preisunterschied, weil das Mineralwasser mehr Sicherheit, Qualität und Mineralien bietet.

Seit rund einem Jahr sind Sie zusätzlich Präsident der Genossenschaft SwissDrink und damit Nachfolger von Alois Gmür. Was haben Sie mit der Verbundgruppe unabhängiger Getränkegrossisten vor?

Wir wollen für unsere Getränkehändler möglichst gute Konditionen bei den Lieferanten aushandeln. So können wir unseren Kunden inklusive des Gastgewerbes zu besseren Konditionen verhelfen. Wir unterstützen unsere Grossisten bei der Entwicklung neuer Geschäftsprozesse und bei der Digitalisierung. Dadurch können wir unseren Kunden in der Gastronomie moderne Bestellsysteme und nützliche digitale Tools zur Optimierung der Geschäftsprozesse anbieten. Das natürliche Mineralwasser macht fast 50 Prozent der Getränkeliieferungen aus. Danach folgen Bier und Erfrischungsgetränke. Als Genossenschaft profitieren wir vom Vorteil der Grösse, ohne dass unsere Händler grösser werden müssen.