



IMW-KÖLN

Qualitative & Quantitative
Research & Consulting

Since 1970

IMW - KÖLN GmbH & Co. KG
Institut für Markt- und Werbeforschung
Stadtwaldgürtel 33
50935 Köln

+49 (0) 221 94 05 66-0
info@imw-koeln.com

bdew

Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

BDEW e.V.

Opportunitäten für die Imageentwicklung von
TRINKWASSER II

Psychologische Grundlagenstudie 2019

Präsentation

IMW-KÖLN 2019/7020

The German Member of

QUALIS
INTERNATIONAL

JUNI 2019

INHALT

SEITE

1. Einführung	3
2. Key Findings	14
3. Empfehlungen	73

1. Einführung

Hintergrund

- » Der BDEW e.V. setzt sich dafür ein, in der Bevölkerung das Bewusstsein für Trinkwasser als ein wertvolles Lebensmittel zu stärken, dem man vertrauen kann.
 - » *Denn: Trinkwasser in Deutschland ist qualitativ hochwertig und sicher.*
 - » *Es ist ein kalorienfreier Durstlöscher, der preiswert, umweltschonend und jederzeit und nahezu überall verfügbar ist.*

- » Der BDEW e.V. hat in 2019 die von IMW-KÖLN Ende 2008 durchgeführte psychologische Grundlagenstudie zu TRINKWASSER (2008/7600) erneut durchgeführt.
 - » *Erneut sollen Opportunitäten für die Imageentwicklung von TRINKWASSER erarbeitet werden, die als Basis für die Entwicklung der zukünftigen Kommunikation bzw. der Darstellung von Trinkwasser dienen sollen.*

- » Um eine hohe Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleisten zu können, wurde ein möglichst identisches Studiendesign umgesetzt.

- » Auf Basis der Erkenntnisse soll weiterhin eine "Emotionalisierung" von Trinkwasser vorangetrieben werden und nachhaltig die "soziale Akzeptanz" und "soziale Reflektion" erhöht werden.
 - » *Es geht um eine Etablierung und/oder Stärkung innerer emotionaler Bindungen zu Trinkwasser.*
 - » *z.B. Wertschätzung, Stolz und andere tiefliegende motivationale Verankerungen wie sie z.B. bei "Mineralwässern" (still, medium & sprudelnd) auftreten.*
 - » *Der Konsum von Trinkwasser soll selbstverständlich werden, und selbstbewusst Gästen angeboten oder im Restaurant bestellt werden.*

- » Eine dritte Facette ist, Trinkwasser im Kontext von aktuellen Trends im Zusammenhang mit verwendeten Lebensmitteln und Getränken zu verstehen und aufzugreifen.
 - » *Wie Sustainability, Naturalness, Authentizität und Regionalität.*
 - » *Hinzu kommen konkrete Aspekte wie zunehmende Vorbehalte gegen PET-Flaschen und der neue Blick der Millennials auf Mineralwasser und somit auch auf Trinkwasser.*

Zielsetzungen*

- » Die übergeordnete strategische Zielsetzung ist weiterhin die Positionierung von Trinkwasser als "emotionales" Getränk.
- » Diese Studie soll die Basis für die Umsetzung dieser Zielsetzung liefern.
- » Einzelne Zielsetzungen dieser Studie sind:
 - » *Die Identifikation der bewussten und unbewussten psychologischen Attraktoren und Barrieren bezüglich Leitungswasser im heutigen Sc*
 - » Szenario.
 - » *Sowie die Identifikation der Treiber, die zu einem verstärkten Konsum von Trinkwasser geführt haben.***
 - » *Die Identifikation der Entwicklungsoportunitäten des Images von Leitungswasser im Sinne der strategischen Zielsetzung.*
 - » *Welche psychologischen Benefits sind in diesem Kontext darstellbar und belebbar?*
 - » *Mögliche Umsetzungswege & Kommunikationspfade (verbal, visuell, symbolisch)*
- » Ergänzend gibt es noch weitere spezifische Fragen:
 - » *Exploration des Grundbildes von Leitungswasser*
 - » *Auch im Hinblick auf mögliche Unterschiede zwischen Stadt und Land und der Wahrnehmung von Befragten mit Migrationshintergrund.*
 - » *Identifikation diverser Barrieren und deren tiefliegende Gründe*
 - » *Exploration der manifesten und latenten Stärken und Werte von Leitungswasser, die bei der Umsetzung in Kommunikation relevant sind*
 - » *Gewinnung von Hypothesen zu möglichen Themen und Emotionalisierungsaspekten (wie z.B. "Trinken statt Tragen") innerhalb von Kommunikationsansätzen sowie "Touchpoints" entsprechender Zielgruppen.*
 - » *Wie wird die Wertigkeit des Trinkwassers erlebt? Welche Zahlungsbereitschaft besteht? Wie ist das generelle Preiserleben?*

* Die Ausführungen zu Zielsetzungen wurden weitgehendst aus der damaligen IMW-KÖLN Grundlagenstudie zu TRINKWASSER (2008/7600) übernommen und im Hinblick auf die aktuelle Situation bzw. Wahrnehmung von Trinkwasser angepasst.

** Laut einer repräsentativen Umfrage von Kantar EMNID trinken 74 Prozent der Bundesbürger und damit elf Prozent mehr als noch vor zwei Jahren regelmäßig Wasser aus der Leitung.
<https://www.forum-trinkwasser.de/presse/presse-mitteilungen/artikel/323/trinkwasser-liegt-im-trend.html>

Fragefelder

GRUNDBILD WASSER

- Deutungen und Bedeutungen von Wasser
- Werte und Symbolik von Wasser
- Grundsätzliche Funktionen von Wasser

TRENDS & VERÄNDERUNGEN

- Erlebte Veränderungen im soziokulturellen Kontext in Bezug auf Lebensmittel und Wasserverwendung
- Erlebte Veränderungen in Bezug auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit

WAHRNEHMUNG DES ANGEBOTS "WASSER ZUM TRINKEN"

- Wirkprofil der 5 Gruppen: Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure), Leitungswasser/ Trinkwasser (mit Kohlensäure), Mineralwasser (ohne Kohlensäure), Mineralwasser (mit Kohlensäure), gefiltertes Wasser
- Motivationaler Hintergrund der 5 Gruppen
- Attraktoren und Barrieren der 5 Gruppen

WAHRNEHMUNG VON TRINKWASSER

- Analyse der Begriffe Leitungswasser vs. Trinkwasser
- Status Quo der Wahrnehmung von Leitungswasser zum Trinken
 - *Auch im Hinblick auf mögliche Unterschiede Stadt vs. Land und bei Befragten mit Migrationshintergrund*
- Psychologische Benefits von Leitungswasser
- Mögliche neue Verwendungsbereiche

GENERELLES PREISERLEBEN

- Analyse der erlebten Wertigkeit von Trinkwasser
- Analyse der Zahlungsbereitschaft

ENTWICKLUNGS- RICHTUNGEN

- Aufzeigen möglicher Entwicklungsrichtungen zur Image-Erweiterung
 - *Ggf. Potenzial neuer Ansätze im Hinblick auf eine Image-Erweiterung*
- Hilfestellung bei der Definition neuer Kommunikationsziele

Inputüberblick (I)

ANSÄTZE ZUR EMOTIONA- LISIERUNG

- » Ansatz "Trinken statt Tragen"
 - » T1 "Heimquell"
 - » T2 "Rohrperle"
 - » T3 "Kraneberger"
 - » T4 "Leitinger"
 - » T5 "Hahneburger"
- » Ansatz "Trinkwasser"
 - » TW1 "Trinkwasser Glas"
 - » TW2 "Trinkwasser Karaffe"

VERKOSTUNGS- MUSTER

- » 3 Verkostungsmuster ohne Kohlensäure
 - » V1 "Leitungswasser / Trinkwasser"
 - » V2 "GEROLSTEINER Naturell"
 - » V3 "Gefiltertes Wasser"
- » 3 Verkostungsmuster mit Kohlensäure
 - » K1 "Leitungswasser / Trinkwasser (mit Kohlensäure versetzt)"
 - » K2 "GEROLSTEINER Sprudel"
 - » K3 "Gefiltertes Wasser (mit Kohlensäure versetzt)"

Ansätze zur Emotionalisierung (I)

"Trinken statt Tragen"



T1 "Heimquell"

T2 "Rohrperle"

T3 "Kraneberger"

T4 "Leitinger"

T5 "Hahneburger"

Ansätze zur Emotionalisierung (II)

"Trinkwasser"



TW1 "Trinkwasser Glas"



TW2 "Trinkwasser Karaffe"

Methodologie: Überblick

QUALITATIVER KOMPLEMENTÄRER ANSATZ

- » 3 psychologisch-explorative Fokusgruppen
 - » *Mix aus individuellen Reaktionen, explorativen, projektiven & assoziativen Techniken*
 - » *Dauer: 3,5h optional mit der Exploration neuer Ansätze für die Image-Erweiterung*
 - » *8 Teilnehmer pro Gruppe*
 - » *Durchgeführt von Diplom-Psychologen*
- » 12 psychologische Tiefeninterviews
 - » *Dauer: 2h*
 - » *Durchgeführt von Diplom-Psychologen*

SAMPLE

- » Nicht-Ablehner von Trinkwasser aus der Leitung zum Trinken
- » Unterteilung nach Life Stages
 - » *"YOUNG & INDEPENDENT" vs. "YOUNG FAMILIES" vs. "OLDER FAMILIES" & "YOUNGER EMPTY NESTERS"*
- » Weitere Details finden sich auf den folgenden Seiten.

FELDDARBEIT

- » Testorte
 - » *Die Städte, die bereits 2008 als Testorte dienten:*
 - » *Köln, Hamburg und Nürnberg*
 - » *Jeweils 50% aus der jeweiligen Stadt und 50% aus dem ländlichen Umfeld der jeweiligen Stadt*
 - » *Zeitpunkte der Untersuchung in 2019*
 - » *29.04. & 30.04. in Köln*
 - » *13.05. & 14.05. in Nürnberg*
 - » *20.05. & 21.05. in Hamburg*

Sample

3 Gruppendiskussionen & 12 tiefenpsychologische Interviews

	NICHT-ABLEHNER LEITUNGSWASSER ZUM TRINKEN		ABLEHNER LEITUNGSWASSER ZUM TRINKEN
	Gruppendiskussionen	Tiefeninterviews	
N = 36			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Young & Independent ➤ Frauen & Männer (jeweils 4 Befragte) ➤ 18 - 34 Jahre (18-25 Jahre 4 Befragte / 26-34 Jahre 4 Befragte) ➤ Mix Singles & Paare ohne Kind(er) 	1 GD (Köln)	2 TIs	2 TIs
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Young Families ➤ Frauen (6 Befragte) & Männer (2 Befragte) ➤ 30 - 45 Jahre ➤ Paare mit Kindern jünger als 12 Jahre 	1 GD (Nürnberg)	2 TIs	2 TIs
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Older Families / Younger Empty Nesters ➤ Frauen & Männer (jeweils 4 Befragte) ➤ 50 - 64 Jahre ➤ Paare mit älteren Kindern (16 J.) oder Kinder aus dem Haus 	1 GD (Hamburg)	2 TIs	2 TIs

Detaillierte Quoten: Gruppendiskussion

GENERELLE QUOTEN

- » Befragte im Alter von 18-64 Jahren.
- » Führen einen eigenen Haushalt.
 - » 18-24 Jährige Befragte dürfen noch zuhause bei den Eltern leben.
- » Entscheiden über den Getränkeeinkauf im Haushalt.
- » Lehnen Leitungswasser zum Trinken nicht grundsätzlich ab.
- » Lehnen die modernen Medien nicht grundsätzlich ab.
- » Soziales Milieu: Mitte bis gehoben.
- » Übliche Ausschlussquoten.

STREUUNG INNERHALB DER GRUPPEN

- » **AFFINITÄT ZU TRINKWASSER**
 - » 1/3 Regelmäßige Verwender: verwenden regelmäßig Leitungswasser zum Trinken
 - » 1/3 Gelegentliche Verwender: verwenden gelegentlich Leitungswasser zum Trinken
 - » 1/3 Nicht-Verwender: verwenden Leitungswasser nicht zum Trinken, lehnen allerdings Leitungswasser zum Trinken nicht grundsätzlich ab
- » **WOHNORT**
 - » 50% leben in der Stadt
 - » 50% leben im ländlichen Umfeld
- » **HERKUNFT**
 - » 2 Teilnehmer stammen aus dem Ausland (Türkei) und haben dort auch einige Jahre gelebt, bevor sie nach Deutschland gekommen

SPEZIFISCHE QUOTEN

» LIFESTAGES

» 1 GD: YOUNG & INDEPENDENT

- » 18 - 34 Jahre
 - » 18-25 Jahre 4 Befragte / 26-34 Jahre 4 Befragte
- » Frauen (4 Teilnehmer) & Männer (4 Teilnehmer)
- » Mix Singles & Paare ohne Kind(er)

» 1 GD: YOUNG FAMILIES

- » 30 - 45 Jahre
- » Frauen (6 Teilnehmer) & Männer (2 Teilnehmer)
- » Paare mit Kindern jünger als 12 Jahre

» 1 GD: OLDER FAMILIES / YOUNGER EMPTY NESTERS

- » 50 - 64 Jahre
- » Frauen (4 Teilnehmer) & Männer (4 Teilnehmer)
- » Paare mit älteren Kindern (16 J.) oder Kinder aus dem Haus

Detaillierte Quoten: Psychologische Tiefeninterviews

GENERELLE QUOTEN

- » Befragte im Alter von 18-64 Jahren.
- » Führen einen eigenen Haushalt.
 - » 18-24 Jähriger darf noch zuhause bei den Eltern leben.
- » Entscheiden über den Getränkeeinkauf im Haushalt.
- » Lehnen Leitungswasser zum Trinken nicht grundsätzlich ab.
- » Lehnen die modernen Medien nicht grundsätzlich ab.
- » Soziales Milieu: Mitte bis gehoben.
- » Übliche Ausschlussquoten.

STREUUNG ÜBER DIE INTERVIEWS

- » **AFFINITÄT ZU TRINKWASSER**
 - » 6 TIs: Regelmäßige Verwender: verwenden regelmäßig Leitungswasser zum Trinken
 - » 6 TIs: Nicht-Verwender: verwenden Leitungswasser nicht zum Trinken, lehnen Leitungswasser zum Trinken grundsätzlich ab
- » **WOHNORT**
 - » 6 TIs: Befragte leben in der Stadt
 - » 6 TIs: Befragte leben im ländlichen Umfeld

SPEZIFISCHE QUOTEN

- » **LIFESTAGES**
 - » 4 TIs: *YOUNG & INDEPENDENT*
 - » 18 - 34 Jahre
 - » 18-25 Jahre 2 Befragte / 26-34 Jahre 2 Befragte
 - » 2 Frauen / 2 Männer
 - » Mix Singles & Paare ohne Kind(er)
 - » 4 TIs: *YOUNG FAMILIES*
 - » 30 - 45 Jahre
 - » 4 Frauen
 - » Paare mit Kindern jünger als 12 Jahre
 - » 4 TIs: *OLDER FAMILIES / YOUNGER EMPTY NESTERS*
 - » 50 - 64 Jahre
 - » 2 Frauen / 2 Männer
 - » Paare mit älteren Kindern (16 J.) oder Kinder aus dem Haus

2. Key Findings

Grundbild Wasser (I)

Natur / Natürlich



**Leben, Ursprung
allen Lebens,
Lebensnotwendig**



Durst / Trinken



Erfrischung



**Haushalt (Kochen,
Waschen, Putzen)**



Neutral



Körperpflege / Waschen



Gesundheit



Reinheit / Klarheit



Grundbild Wasser (II)



- Das **Grundbild** von **Wasser** zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass es **häufig** spontan mit "**Leben**" **assoziiert** wird.
- Es wird oft als "**Ursprung allen Lebens**" sowie als "**lebensnotwendig**" für alle **Lebewesen** und **Pflanzen** sowie das **gesamte Ökosystem** erlebt.
- So stellt **Wasser** im Erleben der Befragten einen **essentiellen Bestandteil der "Natur"** dar und wirkt "**unabdingbar**" sowie "**elementar**".
- **Aufgrund der erlebten Wichtigkeit** wird **Wasser** meist als ein "**kostbares Gut**" **angesehen**, welches z.B. "in Deutschland" als "weit verbreitet" gilt, während es in anderen Regionen (z.B. "Afrika") nur begrenzt in Erscheinung tritt.
- Im **Kontext des Menschen**, wird es insbesondere in **Form von Trinkwasser interpretiert**, das **notwendig** ist um den **Durst** zu **löschen** und **gesund leben** zu können.

Grundbild Wasser (III)



- **Neben seiner Rolle in der Natur, wird Wasser teilweise auch schon spontan eine wichtige Rolle "im Haushalt" (z.B. "Kochen", "Waschen", "Putzen") sowie bei der "Körperpflege" zugeschrieben.**
- **Das Wasser für so viele Bereiche einsetzbar ist, wird überwiegend auf seine "neutrale" Eigenschaft zurückgeführt.**

Grundbild Wasser (IV)



➤ **Wasser** wird **meist** mit **positiven Emotionen** verbunden.

- Es wird **häufig** mit "**Lebensfreude**", "**Fröhlichkeit**" und "**Glück**" sowie **teils** mit "**Ruhe**" in Verbindung gebracht.
- **Vereinzelt** wirkt es zudem "**friedlich**", dient als eine "**Quelle für Energie und Kraft**" und vermittelt ein **Gefühl** von "**Freiheit**".
- **Teils** ruft Wasser **jedoch** auch **negative Emotionen** hervor.
- So wirkt es insbesondere **im Kontext von "Naturkatastrophen"** und bei der "**Übertragung bakterieller Krankheiten**" als "**bedrohlich**" und "**unberechenbar**".

Grundbild Wasser (V)



- Die **Wirkung** von **Wasser** auf **physischer Ebene** wird **durchweg** als **positiv** erlebt.
- Das **Trinken** von **Wasser** wird **grundsätzlich** mit **positiven Auswirkungen** auf die **Gesundheit** assoziiert.
- So wird **häufig** von einer **Reduktion von Kopfschmerzen** sowie von einer **generell erhöhten körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeit** berichtet.
- **Zudem** wird das **Trinken von Wasser** mit einer **positiven kosmetischen Wirkung** auf die **Haut** und die **Haare** assoziiert.
- **Teils** wird **Wasser-Trinken** zudem **mit** einer gewissen **"Entgiftung des Körpers"** verbunden.
- **Vereinzelt** wird das **Trinken von Wasser** **mit** einem **verstärkten Bluttransport** und einer **erhöhten Nährstoffverteilung** in Verbindung gebracht.

Grundbild Wasser (VI)



- Auf **psychischer Ebene** wirkt das **Trinken von Wasser** häufig "**befriedigend**" und "**belebend**".

- Das **Stillen von Durst** führt häufig zu einem "**befriedigtem**", "**zufriedenen**" und "**beruhigtem**" Gefühl.

- **Teils** wird zudem **von einem "guten Gefühl" berichtet**, da man **etwas für seine Gesundheit tut**.

- **Teils** wirkt sich auch das "**Waschen mit Wasser**" **positiv** auf das psychische Erleben aus, da man sich "**gereinigt**", "**sauber**" und "**einfach gut**" fühlt.

Wasserarten

Leitungswasser



Mineralwasser (still, medium, sprudelnd)



Quellwasser



Destilliertes Wasser



Regenwasser



Salz- bzw. Süßwasser



Gesteinswasser



Heilwasser



Wasser mit Geschmack



Erscheinungsformen & Anwendungsformen und -bereiche (I)

- Als **bekannte Wasserarten** werden spontan häufig "**Mineralwasser**", "**Leitungswasser**" und "**Quellwasser**" benannt.
 - Dabei wird **Mineralwasser** häufig in "**still**", "**medium**" und "**sprudelnd**" unterteilt.
 - **Teils** werden **auch** "**destilliertes Wasser**", "**Regenwasser**", "**Salz- bzw. Süßwasser**" und "**Wasser mit Geschmack**" genannt.
 - **Vereinzelt** werden zudem "**Gesteinswasser**" und "**Heilwasser**" beschrieben.
- **Fast durchweg** wird die **Bezeichnung "Leitungswasser"** mit dem **Wasser aus der Leitung** in Verbindung gebracht.
 - **Teils** wird es auch als "**Wasser aus dem Hahn**" oder **einfach nur "Wasser"** bezeichnet.
 - In **Einzelfällen** wird es auch "**Rohrperle**" oder "**Kraneberger**" genannt.

Erscheinungsformen & Anwendungsformen und -bereiche (II)

- **Mehrheitlich** wird **Wasser** im **Haushalt** als ein "**Allrounder**" erlebt und ein **Alltag** ohne **wirkt grundsätzlich unmöglich**.
- **Häufig** wird **Wasser zunächst mit der Küche und dortigen Tätigkeiten** (z.B. "Kochen" oder "Geschirr abwaschen") **in Verbindung gebracht**.
- **Zudem** wird es **oft** mit dem "**Badezimmer**" und "**Körperhygiene**" assoziiert.
 - *Insbesondere "duschen", "baden" und "Zähne putzen" werden häufig beschrieben.*
- **Vereinzelt** wird **Wasser zudem im Kontext** von "**Keller**" (z.B. "Wäsche waschen") und **Garten** (z.B. "Blumen gießen") **benannt**.

Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (I)

Immer verfügbar



Leitungen / Rohre



Wasserhahn



Umweltfreundlich /
Nachhaltig



Günstig



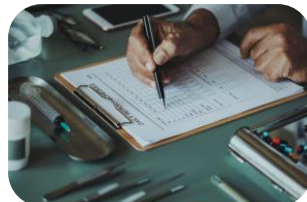
Ablagerungen (z.B. Rost)



Kalk



Kontrolliert



Durstlöscher



Klärwerk





Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (II)

- Leitungswasser (ohne Kohlensäure) wird **vordergründig** als **"ständig"** und **"einfach"** zugänglich erlebt.
- Im Grundsatz **wirkt es wie ein "Durstlöscher"**, den man **"einfach aus dem Wasserhahn"** abzapfen kann.
- Zudem wird es **meist** als **"kontrolliert"** und **"günstig"** beschrieben und die **Verwendung** wirkt teils **"umweltfreundlich"** und **"nachhaltig"**.
- Die **Herkunft** des Leitungswassers wird jedoch **spontan überwiegend** mit einem **"Klärwerk"** in Verbindung gebracht und wirkt **daher meist "wenig natürlich"** und **"irgendwie industriell"**. **Erst nach längerer Exploration** wird teils auch das **"Wasserwerk"** als **Herkunftsort** erlebt.
- Zudem wird bei Leitungswasser oft an **"Kalk"** gedacht, dessen **Menge** als **regionsabhängig** erlebt wird.
- Weiterhin werden **im Kontext** von **"Leitungen"** und **"Rohren"** teils **Assoziationen** an **"Ablagerungen"** hervorgerufen.



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (III)

- Die emotionale Erlebnisweise von Leitungswasser (ohne Kohlensäure) ist häufig ambivalent.
 - *Einerseits* wird Leitungswasser **grundsätzlich** mit einem gewissen Gefühl der "**Sicherheit**" und "**Verlässlichkeit**" verbunden, da dieses in **Deutschland** "**ständig kontrolliert**" wird und "**immer verfügbar**" ist.
 - *Andererseits* besteht "**Unsicherheit**" darüber, **ob** z.B. "**alte**" und "**verrostete Rohre**" das Leitungswasser "**verschmutzen**" und ob "**wirklich alles**" in den "**Klärwerken**" **herausgefiltert** werden kann (insbesondere Nicht-Verwender von Leitungswasser).



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (IV)

- Das **projektive Verwenderbild** teilt sich im Erleben der Befragten in **verschiedene Gruppen** auf.
- *Teils werden "**Umweltbewusste**", "**Ökos**" und "**Menschen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist**" als typische Verwender erlebt.*
- *Teilweise werden auch "**Faule**" und "**Ältere**" als projektive Verwender erlebt.*
- *Teils werden auch **finanziell schwächer gestellte** oder "**sparsame**" Menschen beschrieben.*



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (V)

- Eine **Verwendung** von **Leitungswasser (ohne Kohlensäure)** wird **mehrheitlich** in der **Küche** beschrieben.
- Die **Küche** gilt **allgemein** als "**näher dran an Lebensmitteln**" im Vergleich zum Badezimmer.
- Der **Wasserhahn** in der **Küche** ist i.d.R. "**höher**" und entsprechend "**geeigneter**", um **Gläser, Karaffen** oder **Flaschen mit Leitungswasser (ohne Kohlensäure) auf- und abzufüllen**.
- Außerdem sind **Gläser** sowie **Karaffen üblicherweise in der Küche** platziert und nicht im Badezimmer.
- Auch für **unterwegs** wird **Leitungswasser (ohne Kohlensäure)** i.d.R. **in der Küche** in 0,5l- oder 1l-Gebinden **abgefüllt**.
- Das "**Badezimmer**" wird **auffällig selten genutzt**, um bspw. bei nächtlichen Toilettengängen "mal kurz den Mund unter den Hahn zu halten" oder sich "ein Glas abzufüllen".
- Gefühlt wird Wasser im **Badezimmer eher mit Körperpflege (Toilette) anstatt mit Lebensmitteln (Küche) verbunden**.



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (VI)

- Als **Verwendungsmotive** werden insbesondere **"Bequemlichkeit"** und **"Kostensparnis"** benannt.
- *Dies insbesondere, wenn kein wirklicher Mehrwert von Mineralwasser gesehen wird.*
- *Weiterhin stellt die erlebte "Sicherheit" ein wichtiges Motiv dar, da Leitungswasser grundsätzlich "gut kontrolliert" wirkt.*
- *Bedenken hinsichtlich des Zustands der individuellen Rohre schwächen dies teils ab.*
- *Für Leitungswassertrinker (ohne Kohlensäure) stellen auch Frische sowie Pragmatik Attraktoren dar.*
- *Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit stellen zudem teils Motive dar.*
- *Insbesondere die bei Leitungswasser entfallenden Transportkosten und Verpackungsmaterialien werden an dieser Stelle angeführt.*



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (VII)

- Die **Wirkung** von **Leitungswasser (ohne Kohlensäure)** auf **physischer Ebene** wird **meist** als "**durstlöschend**" beschrieben.
- Durch die **Möglichkeit** den **Wasserhahn** auf "**kalt**" zu **stellen**, wirkt es **teils** zudem "**kühlend**".
- Da man es **durch** die "**stille**" **Eigenschaft** "**schnell wegtrinken**" kann, wirkt es **teils** "**förderlich für die Gesundheit**" und "**reinigend**".
- **Vereinzelt** wird von einer **Unterversorgung** des **Körpers** ausgegangen, **wenn angenommen** wird, **dass Leitungswasser weniger Mineralien** als Mineralwasser enthält.



Leitungswasser / Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (VIII)

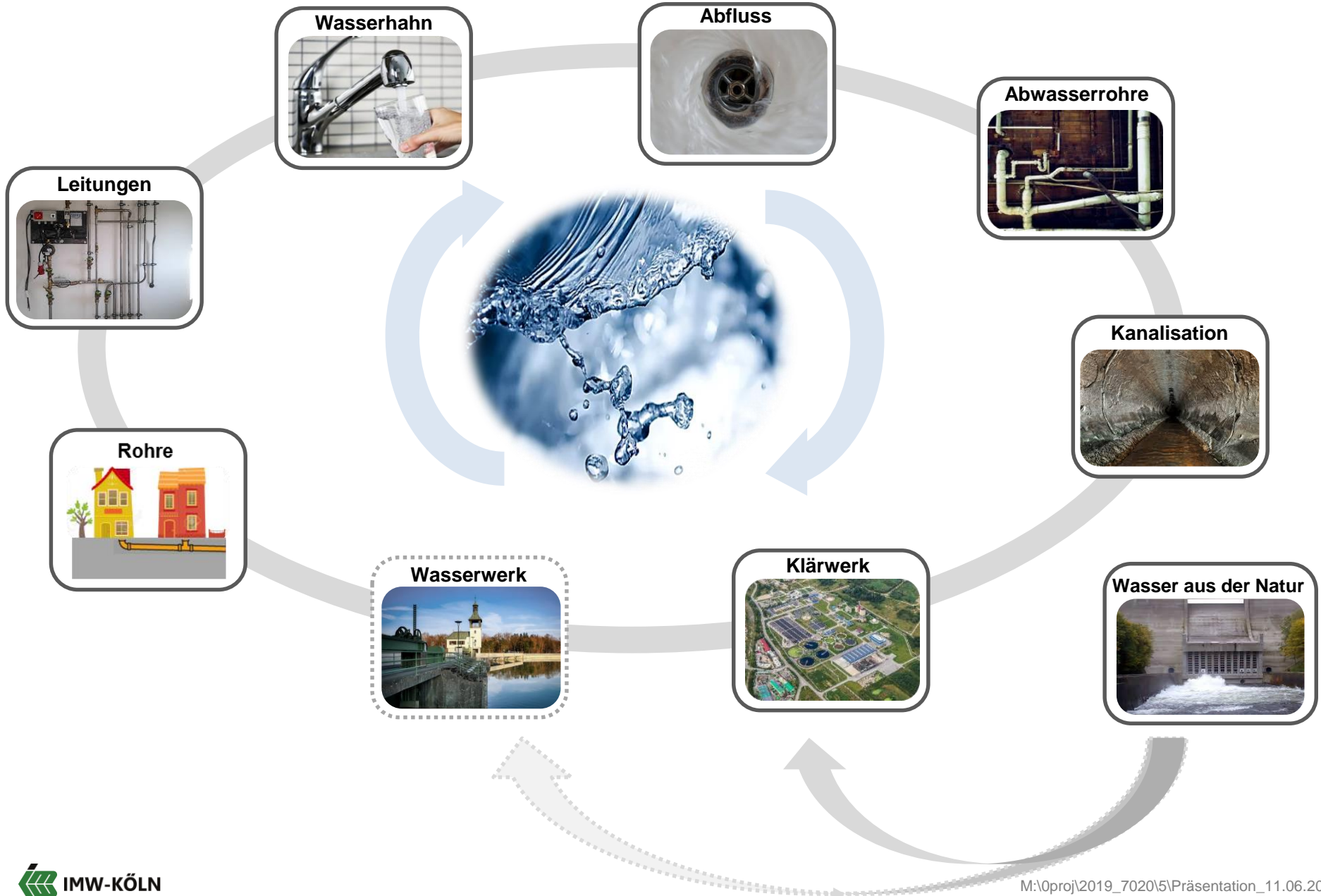
- Die Auswirkungen auf das psychische Befinden werden **ambivalent erlebt**.
- *Einerseits* fühlen sich die Befragten **durch die "ständigen Kontrollen" grundsätzlich "sicher"** beim Trinken.
- *Teils* wird zudem ein **"gutes Gefühl"** beschrieben, das mit der **"Schonung der Umwelt"** und der **"Nachhaltigkeit"** einhergeht. Somit dient es **teils** der **Gewissensentlastung**.
- *Andererseits* werden **"Zweifel"** bei der **Sicherstellung** der **Qualität** des **Leitungswassers** **"bis zum eigenen Wasserhahn"** beschrieben, wodurch ein **"unsicheres"** und **"unwohles Gefühl"** entsteht.



Leitungswasser /Trinkwasser (ohne Kohlensäure) (IX)

- **Oft** fungiert die "**Angst vor Rückständen und Verschmutzungen**" als **Verwendungsbarriere**
- **Verschmutzungen**, die sich entweder **aus den Hausleitungen** (z.B. "Rost") ergeben, **oder im Klärwerk nicht ganz rausgefiltert** werden, **bedingen diese Angst**. Zudem erlebt man es **oft als negativ**, wenn das **Leitungswasser "zu viel Kalk"** enthält.
- Auch der "**mangelnde Mineraliengehalt**" sowie der **Geschmack** werden **teils als Barrieren** angeführt.
- **Vereinzelt** wird auch auf ein "**generell verschmutztes Leitungswasser**" hingewiesen.
- **Einige Befragte beschreiben** zudem eine **mangelnde Vorzeigbarkeit in sozialen Situationen**.

Trinkwasserkreislauf im Erleben der Befragten



Leitungswasser / Trinkwasser (mit Kohlensäure versetzt) (I)





Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (II)

- Wird **spontan** mehrheitlich mit Wassersprudlern der Marke **"SODASTREAM"** und den benötigten **"Kartuschen"** assoziiert.
- *Während es häufig positiv erlebt wird, dass man es "zuhause" machen kann und daher "kein Schleppen / kein Tragen" notwendig ist, wird die Notwendigkeit die Kartuschen austauschen zu müssen teils als "aufwendig", "umständlich" und meist als "teuer" erlebt.*
- *Es wirkt grundsätzlich "erfrischend" und der Kohlensäuregehalt erscheint nach eigenen Vorlieben "individuell dosierbar".*
- *Teils wird es zudem als "umweltfreundlich" und "nachhaltig" erlebt, da keine Transportkosten und Verpackungen anfallen.*
- *Die Herkunft wird durchweg wie die von Leitungswasser (ohne Kohlensäure) im "Klärwerk" imaginiert und wirkt weiterhin "wenig natürlich".*



Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (III)

- Auf **emotionaler Ebene** wird **Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt)** **ambivalent** erlebt.
- *Teils* wird ein **"gutes Gefühl"** beschrieben, was darauf beruht, dass man dadurch **"umweltbewusster"** und **"nachhaltiger"** lebt. So dient es der **Gewissensentlastung**.
- *Teils* wird es, **aufgrund** der erlebten **eingeschränkten Verfügbarkeit** der **Kartuschen**, als **"aufwendig"**, **"nervig"** und **"umständlich"** erlebt, woraus im Erleben der Befragten eine gewisse **"Lustlosigkeit"** und **"Ablehnung"** resultieren.



Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (IV)

- » Das **projektive Verwenderbild** wird **ähnlich zu dem des "normalen Leitungswassers"** erlebt.
- » So werden **teils** erneut "**Umweltbewusste**", "**Ökos**" und "**Menschen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist**" beschrieben.
- » **Teilweise** werden weiterhin "**Ältere**" bzw. "**Faule**" beschrieben.
- » **Zudem** werden nun **teils** auch "**Großfamilien**" als projektive Verwender angeführt.
 - » In denen viele verschiedene Vorlieben bezüglich des Kohlensäuregehalts bestehen.



Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (V)

- » **Öfter** wird eine **verstärkte Verwendung** in **sozialen Situationen** beschrieben.
- » Da **Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt)** "**edler**" und "**abwechslungsreicher**" als "**bloßes**" Leitungswasser empfunden wird.
- » **Häufig** wird "**keine Kästen schleppen**" zu **müssen** als **Verwendungsmotiv** angegeben.
 - » Dies **insbesondere**, wenn **kein wirklicher Mehrwert von Mineralwasser gesehen** wird.
- » **Teils begründet** auch der **regulierbare Kohlensäuregehalt** eine **Verwendung**.
- » **Vereinzelt** wird die **Lust** auf "**geschmackliche Variation**" als **Verwendungsgrund** benannt (z.B. durch den Einsatz von "Sirup").



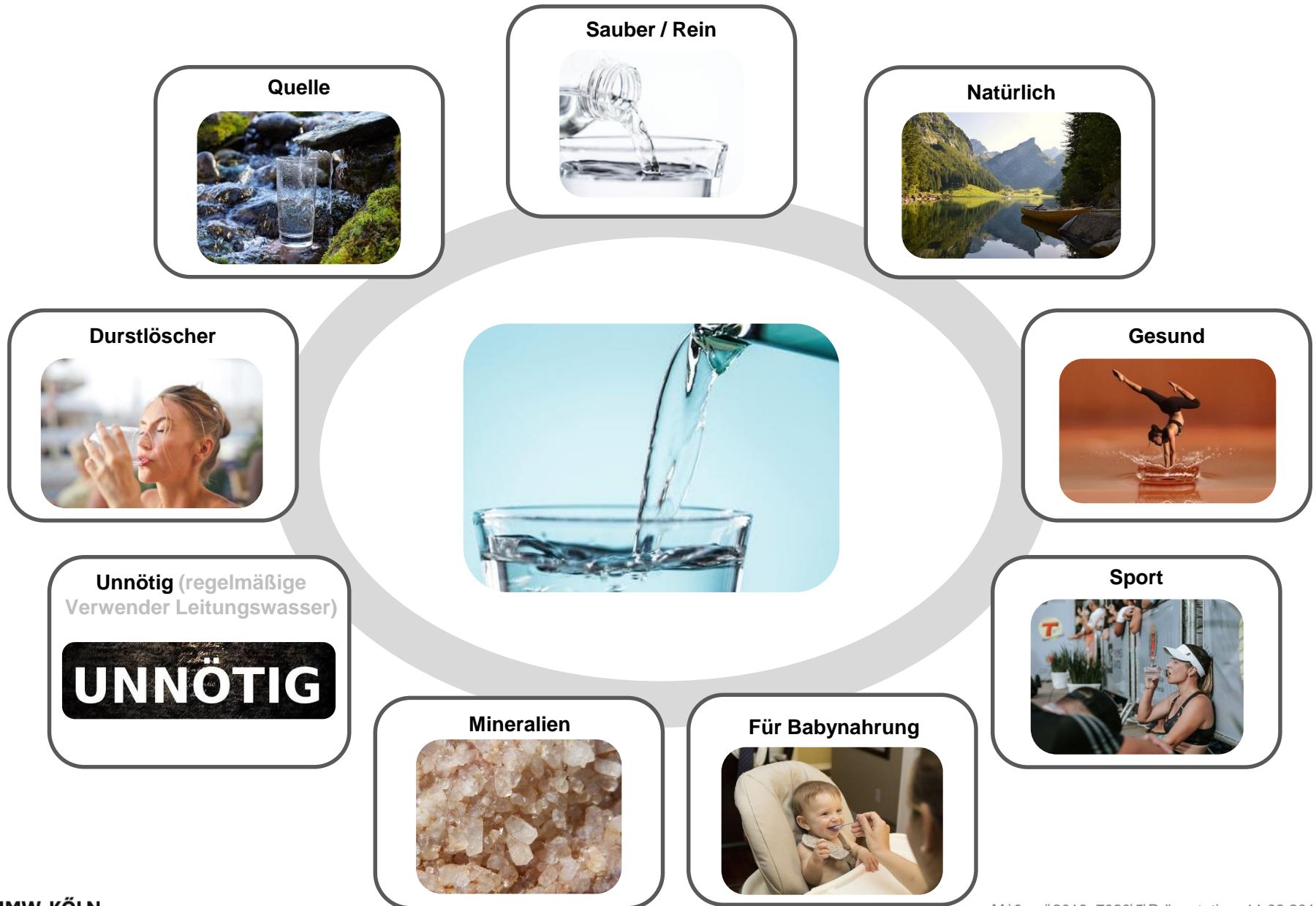
Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (VI)

- Die **Auswirkungen auf das physische Befinden polarisieren** im Erleben der Befragten.
- Die **Kohlensäure wirkt teils "belebend"**, wodurch man sich "**aktiver**" und **generell "fitter"** fühlt.
- **Teils** werden ein "**aufgeblähtes Gefühl**" sowie "**Rülpsen**" und "**Aufstoßen**" als **negative Auswirkungen auf den Körper** beschrieben.
- **Vereinzelt** wird davon ausgegangen, dass der **Körper nicht richtig versorgt** wird, da **Leitungswasser "weniger Mineralien"** enthält.

Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt) (VII)



- Die **Auswirkungen auf das psychische Befinden** werden **ambivalent** erlebt.
 - **Einerseits** fühlen sich die Befragten, wie bei Leitungswasser (ohne Kohlensäure, durch die "ständigen Kontrollen" **grundsätzlich "sicher"**.
 - **Zudem** wirkt **Kohlensäure generell "erfrischend"**, wodurch **teils ein "lebendigeres" Gefühl** beschrieben wird.
 - Des Weiteren verbinden die Befragten die **individuelle Dosierung des Kohlensäuregehalt teils mit "Abwechslung"**.
 - **Teils** wird zudem ein **"gutes Gefühl"** beschrieben, da es als **"umweltfreundlicher"** und **"nachhaltiger"** als Mineralwasser erlebt wird.
 - **Andererseits** bestehen jedoch **weiterhin "Bedenken" und "Unsicherheit"**, da das **"Wasser aus der Leitung" kommt**.
 - Diese **Zweifel bezüglich der Wasserqualität resultieren in einem "unwohlen" und "unsicheren" Gefühl**.





Stilles Mineralwasser (II)

- **Stilles Mineralwasser** wirkt meist **"sauber"** und **"rein"** und wird als **"Durstlöscher"** erlebt.
- Wirkt daher **mehrheitlich "gesund"** sowie **insbesondere** für die **Zubereitung** von **Babynahrung** geeignet.
- **Oftmals** als **"natürlich"** erlebt, da eine **Herkunft aus "Quellen in der Natur"** **imaginiert** wird.
 - **Dabei** werden **meist "Quellen tief aus der Erde"** **umgeben von "Natur"** beschrieben.
- **Stilles Mineralwasser** wird **überwiegend** mit **"Mineralien"** assoziiert.
 - Die **Verwender** von **Mineralwasser** erleben dies als **besonders wichtig** und **differenzierend zu Leitungswasser**. **Regelmäßige Leitungswasser-Verwender** **beschreiben stilles Mineralwasser** jedoch **öfter** als **"unnötig"**, da sie **keinen relevanten Unterschied zu Leitungswasser** sehen.



Stilles Mineralwasser (III)

- Die hervorgerufenen Emotionen **polarisieren** im Erleben der Befragten.
- **Mineralwasser-Verwender** beschreiben ein **Gefühl** der "**Sicherheit**", da es als "**sauber**", "**rein**" und "**natürlich**" empfunden wird.
- **Zudem** vermittelt die **Herkunftsimagination** ein "**ruhiges**", "**entspanntes**" und "**ausgeglichenes**" Gefühl.
- **Regelmäßige Leitungswasser-Verwender** reagieren hingegen **öfter** "**genervt**" und "**ablehnend**".
- **Zudem** reagieren sie insbesondere **in Anbetracht anfallender Transportkosten** und **Verpackungsmaterialien** "**unverständlich**".



Stilles Mineralwasser (IV)

- » Als **typische Verwender** werden **insbesondere "gesundheitsbewusste Menschen"** sowie **"Vieltrinker"** erlebt.
- » *Die **stilles Mineralwasser** bevorzugen, da es **"leichter runtergeht"** und so **"größere Mengen" trinkbar sind.***
- » *Die zudem **Wert auf die Zufuhr** von **ausreichend Mineralien** legen.*
- » ***Vereinzelt** wirken zudem **Menschen als projektive Verwender**, denen **soziale Vorzeigbarkeit wichtig** ist.*



Stilles Mineralwasser (V)

- » Die **Verwendung** von **stillem Mineralwasser** wird **typischerweise "nebenbei im Alltag"** gesehen.
- » Wirkt zudem **häufig insbesondere** zum **Sport- oder Essenskontext** passend.
- » Als **Verwendungsmotiv** werden **häufig** die **Reinheit** und **Sauberkeit** angeführt, die ein **"sicheres" Gefühl** vermitteln.
- » Wird **im Grundsatz** als **sozial vorzeigbar** erlebt.
- » **Teils** wirken **insbesondere** die **enthaltenen Mineralien** als **Attraktor**.
- » **Zudem begründet** die **"idyllische" Quellimagination** **teils eine Verwendung**.



Stilles Mineralwasser (VI)

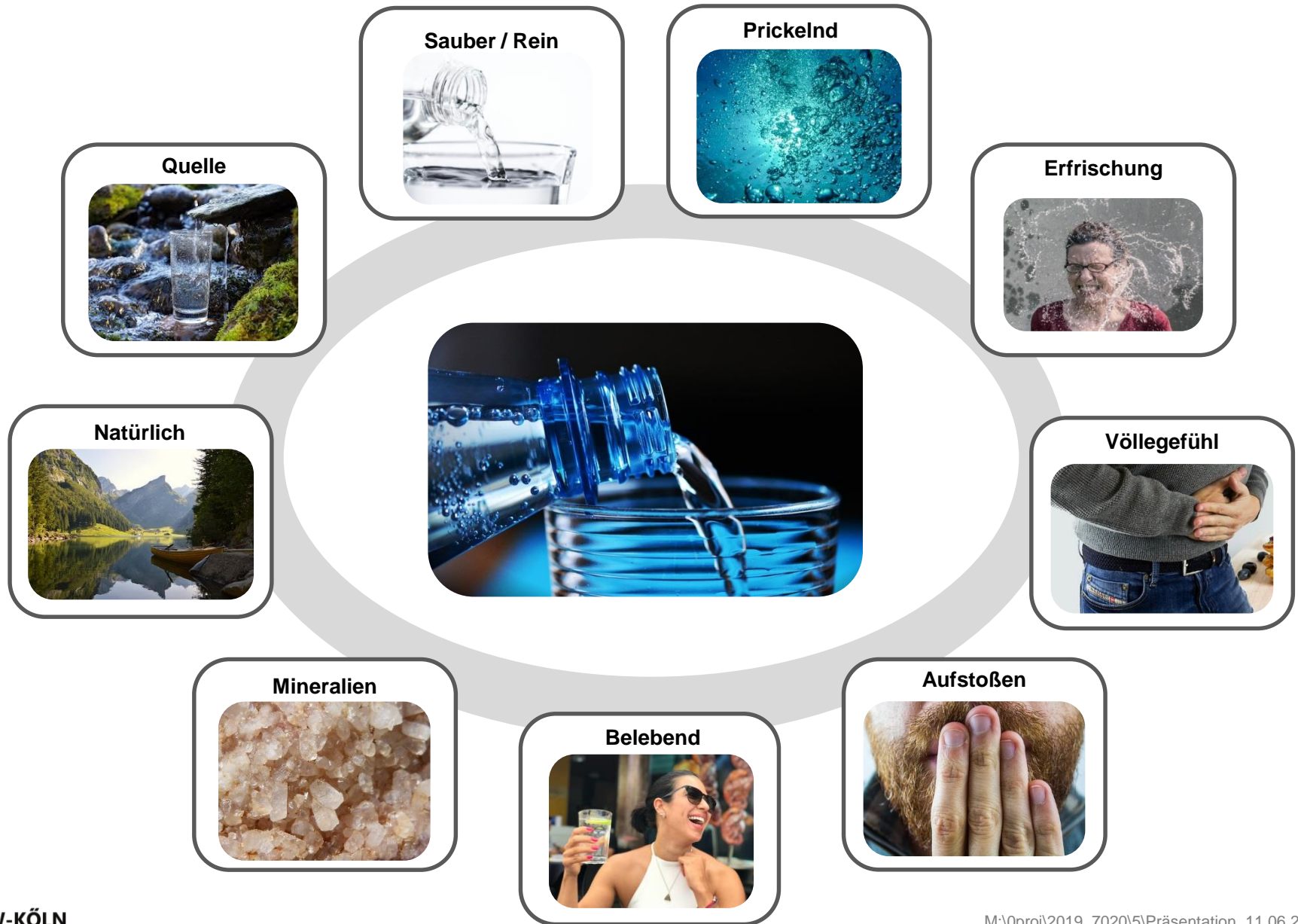
- Die **Auswirkungen auf das körperliche Befinden** werden **mehrheitlich positiv** erlebt.
- *Wirkt meist "durstlöschend" sowie "gesundheitsfördernd".*
- *Da man durch die "stille" Eigenschaft "schnell und viel trinken" kann, wirkt es zudem teils reinigend.*
- *Teils stellen die enthaltenen Mineralien im Erleben der Befragten sicher, dass der Körper ausreichend versorgt wird.*



Stilles Mineralwasser (VII)

- Die **Auswirkungen auf das psychische Befinden polarisieren** im Erleben der Befragten.
- Für die **Mineralwasser-Verwender** äußert sich das Trinken von stillem Mineralwasser darin, dass man sich **"sicher" fühlt**, da es **"rein und sauber"** sowie **"natürlich"** ist. Zudem beschreiben sie ein **"gutes Gefühl"**, da man **"etwas für seine Gesundheit tut"**.
- Weiterhin **wirkt** es, **insbesondere wegen der Quellimagination**, teils **"beruhigend"** und **"entspannend"**.
- Die **Leitungswasser-Verwender** erleben öfter **negative Auswirkungen auf ihr psychisches Befinden**, da das Trinken, insbesondere **im Anbetracht angefallener "Transportkosten"** sowie **verwendeter "Plastikflaschen"**, teils mit einem **"schlechten Gewissen" einhergeht**.

Mineralwasser mit Kohlensäure (I)





Mineralwasser mit Kohlensäure (II)

- **Mineralwasser mit Kohlensäure** wird **überwiegend** als "**prickelnd**" beschrieben und mit **Mineralien** assoziiert.
- **Wegen der Kohlensäure** wird es zudem **grundsätzlich** als "**erfrischend**" sowie **teils** "**belebend**" erlebt
- **Teils** wird die **Kohlensäure** jedoch auch mit **negativen körperlichen Auswirkungen** (z.B. "Völlegefühl", "häufiges Aufstoßen") **assoziiert**.
- **Mineralwasser mit Kohlensäure** wirkt **mehrheitlich** "**sauber**" und "**rein**".
- Die **Herkunft** wird, **wie** beim **stillen Mineralwasser**", in Form von "**natürlichen Quellen tief aus der Erde**" imaginiert.
- Die **Kohlensäure** wird im Erleben der Befragten **überwiegend** "**nachträglich**" in der "**Fabrik**" des Wasserunternehmens **zugesetzt**.



Mineralwasser mit Kohlensäure (III)

- Wird **mehrheitlich** mit **positiven Emotionen** assoziiert.
- **Vermittelt grundsätzlich ein Gefühl von "Sicherheit"**, da es **"sauber"**, **"rein"** und **"natürlich"** wirkt.
- **Zudem wirkt es teils "lebendig" und "energiespendend"**.
- **Vereinzelt ruft es auch negative Emotionen hervor**, da die **"viele Kohlensäure"** ein **"belastendes" Gefühl** vermittelt.
- **Einige Befragte äußern zudem die Sorge**, dass **"Weichmacher"** und **"Mikroplastiken"** von **"Plastikflaschen"** ins Wasser übergehen und sich **negativ auswirken** können.



Mineralwasser mit Kohlensäure (IV)

- **Spontan** werden häufig **"unternehmungslustige Leute"** als **typische Verwender** erlebt.
- Dies **insbesondere wegen** der **"prickelnden" Eigenschaft** sowie **wegen** der teils erlebten **"belebenden" und "energiespendenden" Wirkung**.
- **Teils** werden **zudem "Sportler"** als **projektive Verwender** erlebt, die sich **"nach dem Training richtig erfrischen"** wollen.



Mineralwasser mit Kohlensäure (V)

- **Grundsätzlich** wird die **Verwendung** von **Mineralwasser mit Kohlensäure "nebenbei im Alltag"** gesehen.
- **Verstärkt** werden **Momente mit erhöhtem Erfrischungsbedürfnis** (z.B. "nach körperlichen Anstrengungen") beschrieben.
- Die Befragten benennen **jedoch auch Situationen** (z.B. "beim Sports"), **in denen es durch die Kohlensäure weniger geeignet** wirkt.
- Es wird **des Öfteren mit "Essenssituationen"** ("alleine" und "mit anderen") **verbunden**.
- Da es mit **mehr Trinkqualitäten** verbunden wird und **sozial vorzeigbar** wirkt.
- **Einige Befragte** erleben zudem eine **Verwendung "nach dem Essen"**, da es "**magenaktivierend**" erlebt wird.
- **Vereinzelt** wirkt es **geschmacklich** zudem "**aufregender**" und "**genussvoller**" als "**stilles Mineralwasser**".



Mineralwasser mit Kohlensäure (VI)

- **Mineralwasser mit Kohlensäure** wirkt **grundsätzlich "erfrischend"** auf den Körper. Die **weiteren Auswirkungen polarisieren** im Erleben der Befragten.
- **Teils** wird die **Wirkung** als **"belebend"** und **"energiespendend"** beschrieben. **Zudem stellen die enthaltenen "Mineralien"** im Erleben der Befragten **teils die "ausreichende Versorgung"** des **Körpers sicher**.
- **Teilweise** werden aber auch **"unangenehme" Effekte** beschrieben, wie beispielsweise **"Aufstoßen", "Völlegefühl" und "aufgebläht sein"**.



Mineralwasser mit Kohlensäure (VII)

- » Die **Auswirkungen auf das psychische Befinden** werden **mehrheitlich positiv** erlebt.
- » Es wird **grundsätzlich ein Sicherheitsgefühl** verspürt.
- » Zudem werden **durch die Kohlensäure teils "Abwechslung" sowie ein "lebendigeres Gefühl"** beschrieben
- » In **einigen Fällen** werden **negative Auswirkungen** beschrieben, wenn die **Sorge besteht, dass "Schadstoffe" von den "Plastikflaschen" ins Wasser übergehen.**

Gefiltertes Wasser (I)

Leitungswasser



BRITA



Sauber / Rein



Sicherheit



Zweifel



Höherpreisig



Keine Mineralien



**Umständlich /
Zeitaufwendig**



**Anderer / Komischer
Geschmack**



Filter



Kalk / Ablagerungen





Gefiltertes Wasser (II)

- Wird **mehrheitlich** mit den **Geräten** der **Marke "BRITA"** sowie mit den **benötigten "Filtern"** assoziiert.
- **Gefiltertes Leitungswasser** wirkt **grundsätzlich "sauber" und "rein"**, da **"Kalk" und "Ablagerungen" herausgefiltert** werden.
- **Teils** bestehen jedoch auch **Zweifel**. Insbesondere, wenn **angenommen** wird, dass **neben den "Schmutzpartikeln" auch "Mineralien herausgefiltert"** werden.
- **Zudem** wird gefiltertes Wasser **teils mit einem "anderen" und "komischen Geschmack" assoziiert, der "seltsam" erscheint**.
- Die **Notwendigkeit** den **Filter regelmäßig austauschen** zu **müssen** wird **teils** als **"umständlich", "zeitaufwendig" und mehrheitlich als "höherpreisig"** erlebt.
- Die **Herkunft** wird **durchweg wie die von Leitungswasser (ohne Kohlensäure) im "Klärwerk"** imaginiert und wirkt weiterhin **"wenig natürlich"**.



Gefiltertes Wasser (III)

- Die hervorgerufenen **Emotionen polarisieren** im Erleben der Befragten.
 - *Teils* erleben die Befragten ein **erhöhtes "Sicherheitsgefühl" aufgrund des "Reinigungsprozesses"**. **Durch** die empfundene **"Unbedenklichkeit"** werden zudem **vereinzelt "Wohlfühlen"** sowie **"Leichtigkeit"** vermittelt.
 - **Zum Teil** beschreiben die Befragten jedoch auch **"Zweifel"** und damit verbunden **"Unsicherheit" darüber, "was genau herausgefiltert" wird und ob auch "Mineralien" dabei "entfernt" werden.**



Gefiltertes Wasser (IV)

- » Als **typische Verwender** werden **teils "Ökos"** erlebt.
- » Die **"kein Mineralwasser aus Plastikflaschen" trinken** wollen, es **aber dennoch so "unbedenklich wie möglich"** wollen.
- » **Teils** werden auch **"Menschen mit gesundheitlichen Problemen"** und **"sehr ängstliche Menschen"**, die **kein Risiko eingehen** wollen, benannt.



Gefiltertes Wasser (V)

- **Öfter** wird eine **Verwendung** im **Alltag** beschrieben, wenn **"kein Zeitdruck"** besteht.
 - *Der **Prozess** des **Filterns** wird **teils** als **"zeitaufwendig"** wahrgenommen, **weswegen** er **passend zu Situationen** erlebt wird, die **"weniger stressig"** sind.*
 - ***Teils** wird die **Verwendung** von **gefiltertem Wasser** mit **gesundheitlichen Problemen** oder **Ängsten** in Verbindung gebracht.*
 - *Wenn man den **Körper schonen** muss und **"auf Nummer sicher gehen"** möchte.*
 - ***Teilweise** wird eine **Verwendung** im **"Arbeitsalltag im Büro"** beschrieben, wo das **Wasser** **"morgens durchläuft"** und **"im Laufe des Tages genutzt"** wird.*



Gefiltertes Wasser (VI)

» Die **physischen Auswirkungen polarisieren** im Erleben der Befragten.

» *Teils* wirkt es "**besonders sauber**" und "**rein**" und wirkt daher "**gesünder**".

» *Teilweise* wird von einer **Unterversorgung des Körpers** ausgegangen, **wenn angenommen** wird, **dass die Mineralien mit herausgefiltert** werden.



Gefiltertes Wasser (VII)

- Die **Auswirkungen auf das psychische Befinden polarisieren** ebenfalls im Erleben der Befragten.
- **Teils** wird ein **"stärkeres Gefühl von Sicherheit"** empfunden, **da das Wasser "gereinigt"** wurde. Dies sorgt bei **einigen Befragten** für ein **gesteigertes "Wohlbefinden"**.
- **Teils** wird jedoch auch die **"Sorge"** beschrieben, **dass "Mineralien ebenfalls herausgefiltert"** werden, **wodurch** ein **"Mangel für den Körper"** entstehen könnte. **Vereinzelt** besteht zudem die **"Angst"**, **dass der Filter nach einer gewissen Zeit "verschmutzt"** bzw. **"verkeimt"**.

Erlebte Trends & Veränderungen (I)

- In der Wahrnehmung der Befragten wird **generell** eine "**bewusstere Lebensweise**" angestrebt.

- So wird **neben** einer "**gesunden und ausgewogenen Ernährung**" in ihrem Erleben **insbesondere darauf geachtet, genug Flüssigkeit (Wasser) zu sich zu nehmen.**

- **Zudem wird generell und insbesondere mit zunehmendem Alter "mehr Wasser" anstelle anderer Getränke, z.B. "Säfte" oder "Limonaden", getrunken. Insbesondere, da sich das "Gesundheitsbewusstsein" und das Wissen, welchen Beitrag das Trinken von Wasser zum eigenen "Wohlbefinden" beiträgt, steigern.**

Erlebte Trends & Veränderungen (II)

- **Befragte nehmen ein zunehmend verändertes Bewusstsein im Kontext von Wasser wahr.**

- ***"Umweltgedanken", Nachhaltigkeit und Regionalität spielen gefühlt eine größere Rolle bei der Wahl bzw. Kaufentscheidung.***

- ***"Ein Trend zurück zu Glas" wird erlebt und oft befürwortet. Auch wird gefühlt mehr auf die anfallenden Transportwege geachtet.***

Erlebte Trends & Veränderungen (III)

» Es wird **fast durchweg** ein **erweitertes "Getränkeangebot"** erlebt.

- » Die **Auswahl der Wassermarken**, die sich **in ihrer "Qualität" und ihrem "Angebot" unterscheiden**, ist in der Wahrnehmung der Befragten **gestiegen** (z.B. mehr Wasser in "Bio-Qualität").
- » **Besonders häufig** wird "**Wasser in immer mehr verschiedenen Geschmacksrichtungen**" erlebt. Neben **neuen "exotischen Sorten"** bspw. "Maracuja" werden auch "**saisonale Sorten**", wie etwa "Rhabarber" oder "Holunder", **vermehrt wahrgenommen**.
- » **Einige Befragten beschreiben eine stärkere Verbreitung und Präsenz** von "**exotischen Wässern**", wie z.B. "**FIJI Wasser**".
- » **Zudem** wird ein **wachsendes Angebot** von "**zuckerarmen Getränken**" wahrgenommen. Als Beispiel wird öfter die "**neue COCA-COLA light**" Range angeführt.

Erlebte Trends & Veränderungen (IV)

- **Teils** wird die **Sorge** beschrieben, dass **PET-Flaschen** sich "**negativ**" auf den **Körper** auswirken können.

- *In der Wahrnehmung der Befragten könnten **PET-Flaschen** "**giftige Stoffe**" abgeben, die "**krebserregend**" sein können, was zu **Bedenken** bei der **Verwendung von Plastikflaschen** führt.*

- *Vereinzelt* wird zudem **in Frage gestellt, ob** ein **Mineralwasser** auch **wirklich** das **enthält, was es verspricht**. Weiterhin wird **vereinzelt** die **Angst** beschrieben, dass **Mineralwasser länger in den Flaschen steht** und die "**Qualitätskontrolle**" somit "**schon länger her**" ist.

Erlebte Trends & Veränderungen (V)

- » **Öfter** führen die Befragten an, dass **in Zukunft** die "**Schonung der Umwelt**" immer **wichtiger** werden wird.

- » So gehen sie davon aus, dass die **Bedeutung** von "**Regionalität**", "**Umweltschutz**" und "**Nachhaltigkeit**" **zunehmen** wird.

- » In der Wahrnehmung einiger Befragter wird, in **Anbetracht der Flut** von **Werbe- und Produktversprechen**, zudem die "**Reduzierung aufs Wesentliche**" an **Bedeutung gewinnen**.

Verkostung (I)

- Im Rahmen der **Verkostung der drei stillen Wasserarten (V1-V3)** werden **fast durchweg Geschmacksunterschiede** wahrgenommen.



- Dabei wird **V2 (GEROLSTEINER Naturell)** mit **leichtem Vorsprung, dicht gefolgt** von **V1 (Leitungswasser ohne Kohlensäure)**, als **das am besten schmeckende Wasser** beschrieben.
- Somit erweist sich die **geschmackliche Ablehnung von Leitungswasser grundsätzlich als unbegründet.**

Verkostung (II)

- Bei den 3 Wasserarten mit Kohlensäure (K1-K3) werden **durchweg geschmackliche Unterschiede** erlebt.



K1
"Leitungswasser
(mit Kohlensäure versetzt)"



K2
"GEROLSTEINER Sprudel"



K3
"Gefiltertes Wasser
(mit Kohlensäure versetzt)"

- **Insgesamt wird K1 "Leitungswasser (mit Kohlensäure versetzt)" am ansprechendsten erlebt. Gefolgt von K3 "Gefiltertes Wasser (mit Kohlensäure versetzt)".**
- **Bezüglich der vorher von den Befragten geäußerten Präferenzen zeigt sich, dass diese in beiden Verkostungsrunden teils herausgeschmeckt werden und sich bestätigen.**
 - *Teils jedoch auch nicht.*

Exploration von Trinkgefäßen (I)

➤ Die Idee "Trinken statt Tragen" wird spontan oftmals nicht verstanden.



Exploration von Trinkgefäßen (II)



- So werden die **Bezeichnungen auf den Gläsern nur selten direkt mit Namen für Leitungswasser assoziiert.**
- **Einige Befragte denken stattdessen spontan an "eher unbekannte Mineralwassermarken".**
- **Wird die Idee verstanden, so polarisiert sie im Erleben der Befragten.**
- **Teils wirkt sie "kreativ" und "lustig" und wertet daher die Verwendung von Leitungswasser auf.**
- **Teilweise wird sie als "albern" empfunden und wirkt sich negativ auf die Verwendung von Leitungswasser auf.**
- **Zudem wirken die Worte "Rohr-", "Leit-" und "Kran-" meist nur "wenig natürlich" und lassen die Befragten teils an "Ablagerungen denken".**

Exploration von Trinkgefäßen (III)

- Die **Gläser** und **Karaffe** mit dem **Aufdruck** des **Trinkwasser-Logos** wirken im **Grundsatz ansprechend**.



Exploration von Trinkgefäßen (IV)



- Die **Gläser** und die **Karaffe** wirken aufgrund ihrer **Form** sowie **durch** die **Dicke** des **Glases** oft "**hochwertig**" und wirken im **Grundsatz sozial vorzeigbar**.
- **Insbesondere** die **Karaffe** wird als "**praktisch**" erlebt, **um** sie "**gemeinsam mit Gästen**" zu **nutzen**, da nicht ständig einzelne Gläser am Wasserhahn aufgefüllt werden müssen.
- **Teils vermittelt** die **Nachhaltigkeit**, die **mit der Verwendung** der **Karaffe einhergeht**, zudem ein "**gutes Gefühl**".
- **Des Öfteren** wird jedoch das **Logo** und **dessen Bezug** zum **Wasserhahn** bzw. zur **Leitung bemängelt** (insbesondere in Köln).
- **Wirkt mehrheitlich** nur "**wenig natürlich**" und ruft **teils Assoziationen** an "**Ablagerungen**" hervor.

3. Empfehlungen



Empfehlungen (I)

- Wir **empfehlen grundsätzlich** eine stärkere **Aufklärung** über den **Trinkwasserkreislauf**. Dabei sollten insbesondere die folgenden Aspekte berücksichtigt werden:

 - Die **Betonung der Rolle des Wasserwerks**:

 - Da sich **im Rahmen dieser qualitativen Studie vorrangig das Klärwerk mit dem Wasserkreislauf verbunden zeigt, empfehlen wir insbesondere die Rolle des Wasserwerkes stärker zu betonen** und es auf diese Art und Weise **in den Köpfen der Menschen zu etablieren**.
 - Dies erscheint **besonders zentral, da das Wasserwerk grundsätzlich positiver konnotiert ist als das Klärwerk**.
 - Da das **Klärwerk spontan fast durchweg mit Fäkalien und höhergradig verschmutzten Wasser assoziiert wird**.

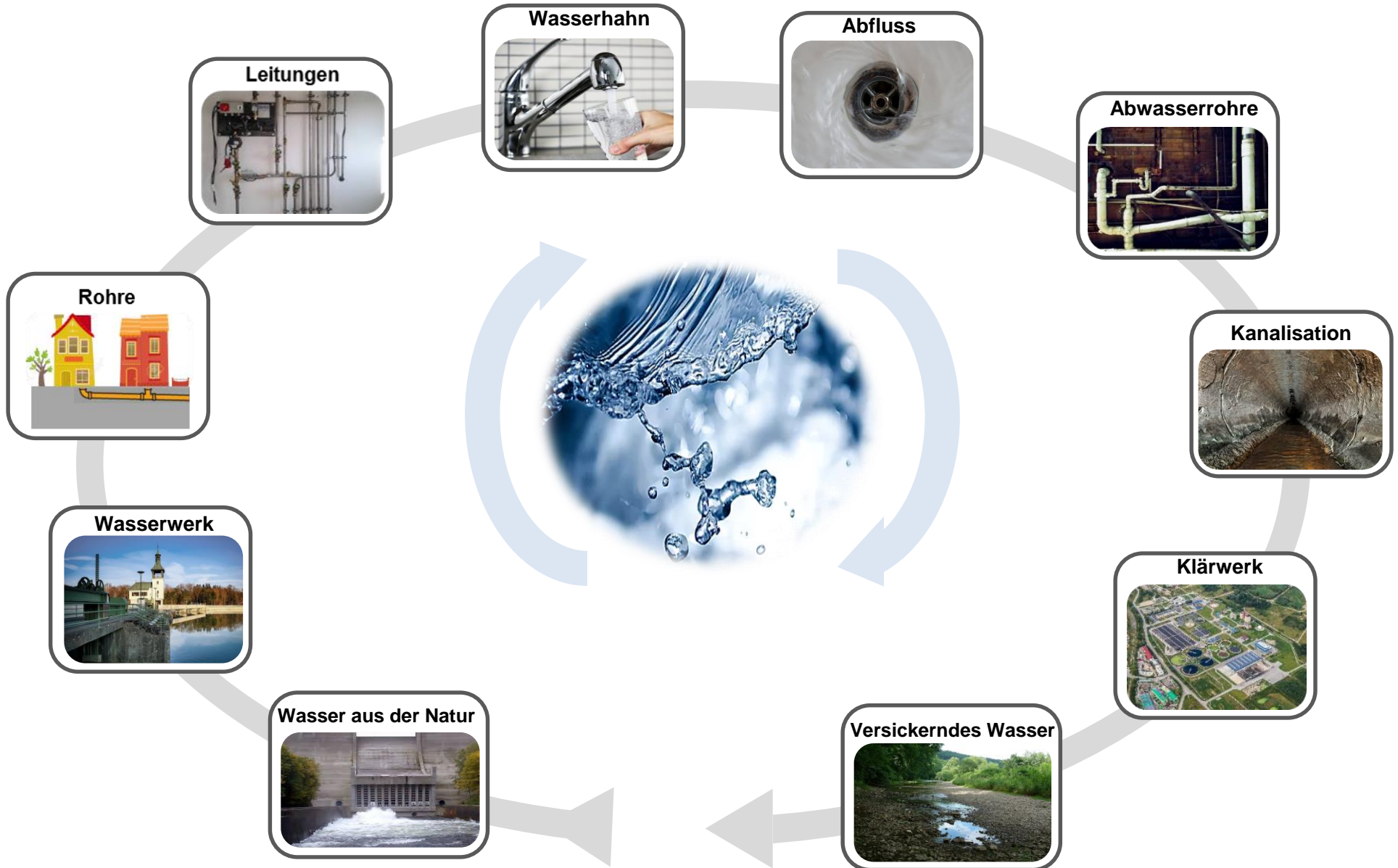


Empfehlungen (II)

- Die **Betonung der Versickerung im Rahmen des Klärwerks:**
- Im Rahmen der **Abwasserreinigung im Klärwerk empfehlen wir den Aspekt des Versickerns** (durch bewachsenen Boden) **stärker zu betonen.**
- **Dabei** sollten insbesondere die **Parallelen zur Filterung in der Natur herausgestellt** werden, **um die Natürlichkeit stärker hervorzuheben.**
- **Zudem** sollte die **Entlastung der Natur durch solche Kläranlagen akzentuiert** werden, **die mit den Mengen des vom Menschen produzierten Abwassers völlig überfordert** wäre.
- **Auf diese Art und Weise** werden verstärkt die **Aspekte der Umweltfreundlichkeit** und der **Nachhaltigkeit zum Ausdruck gebracht.**

Empfehlungen (III)

Zu vermittelnder Trinkwasserkreislauf



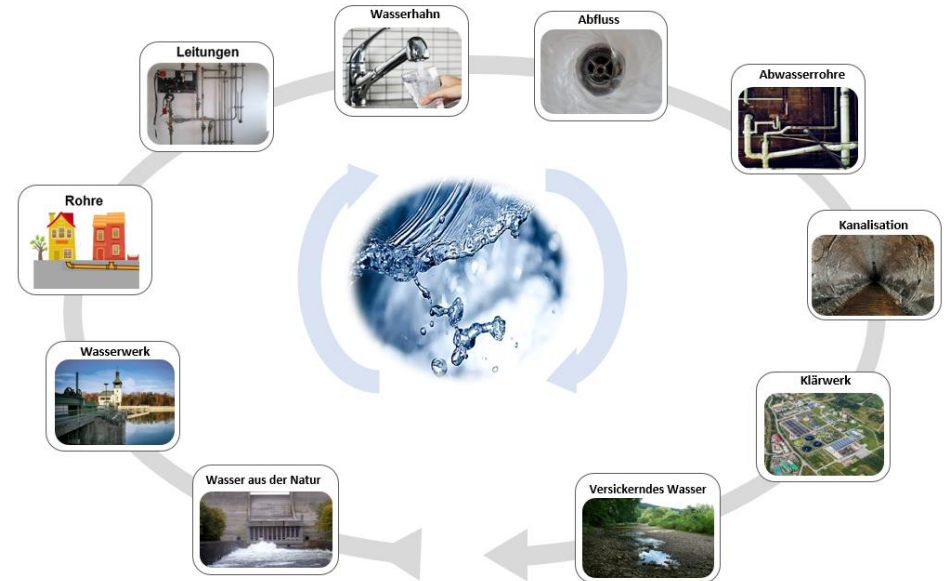
Empfehlungen (IV)

Erlebter vs. zu vermittelnder Trinkwasserkreislauf

Trinkwasserkreislauf im Erleben der Befragten



Zu vermittelnder Trinkwasserkreislauf



Empfehlungen (V)

➤ Weiterhin **empfehlen** wir die **folgenden Maßnahmen** im Rahmen einer besseren sozialen **Vorzeigbarkeit** von **Trinkwasser** zu treffen:

➤ *Überarbeitung des **Trinkwasser-Logos**:*





Empfehlungen (VI)

- **Obwohl** sich die **Trinkwasser-Karaffe** sowie die –**gläser im Grundsatz als ansprechend** herausgestellt haben, wurde **des Öfteren das Trinkwasser-Logo und dessen Bezug zum Wasserhahn bzw. zur Leitung bemängelt.**
- Im Rahmen dessen **empfehlen** wir das **Logo weg von der Leitung und verstärkt Richtung Naturalness auszurichten.**
- Dies **erscheint insbesondere zentral, da** sich die **Tatsache, dass das Trinkwasser aus der Leitung kommt als eine der zentralen Barrieren** gezeigt hat: **Leitungen werden als potenzieller Herd für Bakterien und Verschmutzungen (z.B. Rost, Kalk) angesehen und wirken nur wenig ansprechend.**



Empfehlungen (VII)

- **Unter dem Gesichtspunkt der Überarbeitung des Logos erscheint die Idee der Trinkwasser-Karaffen und Gläser im Hinblick auf eine gesteigerte soziale Vorzeigbarkeit als zielführend.**



- Die Verwendung der Gläser "Trinken statt Tragen" kann nicht empfohlen werden.
- Die Idee wird meist **nicht verstanden** und weist eine zu starke **gestalthafte Nähe** zu "Leitungen" auf.



Empfehlungen (VIII)

➤ Grundsätzlich empfehlen wir **Trinkwasser stärker** mit **Naturbildern** aufzuladen.



z.B. Trinkwassertalsperre
Frauenau



z.B. Trinkwassertalsperre
Muldenberg



z.B. Trinkwassertalsperre
Stollberg

➤ So zum Beispiel durch die **Abbildung** von **Talsperren** oder **Grundwasserreservaten**, die **vordergründig möglichst unberührte Naturlandschaften aufzeigen**.

➤ Auf diese Art und Weise soll die **Illusion** der "**Natur aus der Leitung**" erzeugt und die **Natürlichkeit** von **Trinkwasser stärker betont** werden.

Empfehlungen (IX)

- *Im Rahmen dessen empfehlen wir erneut den **Schritt weg von der Leitung** an sich.*
- *So sollte z.B. auch die **Trinkwasser-Broschüre nicht bereits auf dem Cover auf die Leitung referenzieren** ("Frisch gezapft aus der Leitung").*
- ***Stattdessen** kann man jedoch eine mögliche **Verbindung von Wasserhahn und Natur** in Betracht ziehen und so z.B. einen Quellbach aus dem Wasserhahn laufen lassen.*



Empfehlungen (X)

- Die Bezeichnung "**Trinkwasser**" wird von den Befragten **nicht verwendet**, wenngleich das **Wording** als **zielführend** einzuschätzen ist.
- Weil "**Trinkwasser**" im Erleben der Verbraucher aus der "**Leitung**" **kommt**, wird es quasi **durchweg** als "**Leitungswasser**" **bezeichnet** sowie verstanden und **belebt** die damit oft **verbundenen negativen Assoziationen** zu den "**Leitungen**".
- "**Trinkwasser**" **belebt nicht** die **negativen Assoziationen** zu den "**Leitungen**", wird dafür **aber oft eher global verstanden** und wirkt **nicht** zu den **vielfältigen Einsatzbereichen** von **Wasser** aus der **Leitung passend**.
- Dies mag **erklären**, warum der **Begriff** sich seit der **Vorstudie** von vor **10 Jahren nicht weiter** im **Sprachgebrauch durchgesetzt** hat.
- Um den Begriff "**Trinkwasser**" **stärker** in den Köpfen der Befragten zu **verankern**, empfehlen wir die Nennung von "**Leitungen**" und "**Leitungswasser**" in der **Kommunikation möglichst konsequent zu vermeiden**.

Empfehlungen (XI)

- Es bestehen oft **Befürchtungen** gegenüber **Stoffen / Partikeln**, die sich in den **Rohren absetzen**, deren **Abmilderung** wir **empfehlen**.
- *Primär sind dies "Kalk" und "Rost".*
- *Hinzu kommen **nebulöse Vorstellungen** über "**Bakterien**" und "**Keime**", die sich ebenfalls in den **Rohren befinden**.*
- *Hier erscheint eine **Aufklärung** denkbar, dass **Ablagerungen** von **Kalk** und **Rost** nur **selten** in **relevanten Mengen** vorkommen und dass diese Stoffe **nicht gesundheitsschädlich** sind.*
- ***Gestalthaft** erscheint sogar eine **positive Aufladung** von **Kalk** denkbar, da er z.B. auch aus den **lebensnotwendigen Mineralien Calcium** und **Magnesium** besteht.*
- *Zudem empfehlen wir eine **Aufklärung**, dass "**Keime**" und "**Bakterien**" nur sehr selten in den **Leitungen vorkommen**.*

Empfehlungen (XII)

- Zudem empfehlen wir **über Maßnahmen nachzudenken, die dem Verbraucher potenzielle Ängste nehmen** können.
- So zum Beispiel **Teststreifen**, um die **Wasserqualität im eigenen Zuhause selbstständig überprüfen** zu können.
 - Hiermit könnte auch den **Befürchtungen gegen Keime und Bakterien entgegengewirkt** werden.
- Weiterhin **empfehlen** wir die **Vorteile** gegenüber **Mineralwasser stärker zu betonen**, die sich über **Umweltfreundlichkeit** und **Nachhaltigkeit** ergeben.
 - Indem die **aufgezeigten Aspekte der Umweltfreundlichkeit** sowie der **Nachhaltigkeit stärker betont** werden.
 - Im Rahmen dessen sollten speziell die **entfallenden Transportwege herausgestellt** werden.