

## «Höchst willkommene Errungenschaften»

«Ein Kult der Zerstörung»  
NZZ am Sonntag vom 2. Juli

Sind Espressomaschinen, Waschmaschinen, Geschirrspüler, Bügelautomaten, Autos oder PC nicht höchst willkommene Errungenschaften der Automatisierung? Ist es nicht viel einfacher und zeitsparender, eine Mahlzeit auf einem elektrischen Kochherd oder in der Mikrowelle zu erwärmen, als Bäume zu fällen, Holz zu spalten und Feuer zu entfachen?

Ben Palmer [f](#)

Ob die Zahl der Arbeitsplätze bei (stark) steigender Arbeitsplatzproduktivität steigen wird, ist im Wesentlichen einzig und alleine davon abhängig, ob die Wirtschaftsleistung mit der steigenden Produktivität mitwachsen wird und kann (wie das in der Vergangenheit immer der Fall war).

Das setzt voraus, dass das Wirtschaftswachstum in Zukunft nicht von einem Mangel an wichtigen Ressourcen gebremst wird, insbesondere von einem Mangel an billiger und beliebig verfügbarer Energie.

Domi Wipp [f](#)

Die Frage nach dem gesellschaftlichen Zweck der Digitalisierung stellt am Ende keiner. Was technisch geht und mindestens einem (Hersteller oder Nutzer) einen Vorteil verspricht, wird auch gemacht. Der Entwickler eines Roboters will die Nase gegenüber der Konkurrenz vorne haben und mehr verkaufen. Der Nutzer eines Roboters will rationaler arbeiten, Kosten sparen und mehr für sich verdienen. Keiner von beiden fragt vorrangig, ob er damit der Gesellschaft nutzt. Und der Rest muss früher oder später nachziehen, um den Anschluss nicht zu verlieren.

Daniel Gottmann [f](#)

## «Leichter und weniger gefährlich»

«Fluch der Avocado»  
NZZ am Sonntag vom 2. Juli

Ich esse drei bis vier Avocados die Woche, und in der Tat habe ich mich auch schon geschnitten. Und jedes Mal, wenn ich eine aufschneide, denke ich, woher kommt das «Zeugs» eigentlich genau, und was sind die Umstände des Anbaus? Es schmeckt dann aber so gut, dass der Gedanke schon beim Kauen wieder verfliegen ist. Ich muss jetzt wohl endlich einmal genauer hinschauen.

Gerhard Ramm [f](#)

Zitat: «Will man Verletzungen vermeiden, sollte man die Avocado der Länge nach, rundherum aufschneiden. Die Avocado lässt sich nun durch die entgegengesetzte Drehung der beiden Hälften öffnen. Mit dem Messer hackt man in den Kern, so dass es stecken bleibt und man es mit dem Kern aus der Frucht heben kann.»

Die Autorin des Kästchens scheint noch nie einen Kern aus einer Avocado entfernt zu haben. Man hackt nie mit dem Messer in den «schliferigen» Kern der Frucht, weil die Klingenspitze so leicht abrutschen kann. Viel leichter und weniger gefährlich ist das seitliche Eindrücken der Messerklinge in den glatten Kern. So hebt man sachte und langsam den Kern aus der untern Hälfte heraus. Es geht auch mit einem Löffel.

Claude Lüscher, Zürich

Entweder gar nichts mehr essen, oder locker machen und - wie früher - einfach essen, was schmeckt. Ein Zitat aus einem anderen Artikel bringt es auf den Punkt:

## «Bewusster Verzicht auf Profit»

«Wer den Gästen das Hahnenwasser verrechnet, schadet sich selbst»  
NZZ am Sonntag vom 2. Juli

Der Autor dieses Gastbeitrags wirft Wasser für Wasser (WfW) vor, Betrieben zu helfen, aus dem Leitungswasserverkauf Profit zu schlagen, und unterstellt den WfW-Partnern, den «Löwenanteil» des Leitungswasserverkaufs in ihre Taschen zu stecken. Er hat mit WfW nicht Kontakt aufgenommen. Eventuell verwechselt der Autor WfW mit einer anderen Organisation und zieht deshalb aus einer falschen Faktenlage falsche Schlüsse. Unabhängig davon werden WfW und WfW-Partner im Artikel unsachgemäß dargestellt und verunglimpft. Deshalb hier eine Richtigstellung:

WfW entstand 2012 vor dem Hintergrund, dass immer mehr Gastrobetriebe Leitungswasser neben Flaschenwasser verkaufen und gleichzeitig Millionen Menschen keinen sicheren Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. Daraus ging das erste Konzept «WfW Classic» hervor: Gastronomiebetriebe verkaufen neben Markenwasser auch Leitungswasser und spenden diese Einnahmen (abzüglich MWSt.) zu 100 Prozent für WfW-Projekte in Sambia. «WfW Classic»-Partner verzichten also bewusst auf Profit aus dem Leitungswasserverkauf zugunsten einer Spende für sicheren Trinkwasserzugang.

Wo wir mit der Meinung des Autors einig gehen, ist, dass es aus Gründen des Genusses wie auch aus ökologischen Gründen unbedingt zu befürworten [ist], anstelle von oftmals importiertem Mineralwasser den Gästen köstliches lokales Hahnenwasser zu offerieren». WfW hat diesen Ansatz konsequent weitergedacht und daraus das Konzept «WfW Green» entwickelt. «WfW Green» ermöglicht Gastronomie, Markenwasser ganz aus dem Sortiment zu streichen und ausschliesslich gekühltes und auf Wunsch mit Kohlensäure versetztes Leitungswasser auszuschenken. Logischerweise können diese Partner ihre Einnahmen aus dem Leitungswasserverkauf nicht vollumfänglich spenden, da Markenwassereinnahmen entfallen. Dies würde kaum ein Wirt wirtschaftlich verkraften. Jedoch verpflichten sie sich vertraglich, einen fixen Anteil (in der Regel 10 Prozent) der Einnahmen des gesamten Wasserausschanks für WfW-Projekte zu spenden. Was bedeutet dies? Die Gäste gewinnen, da die Wasserpreise im Schnitt günstiger werden. Die Gastrobetriebe gewinnen, da Einkauf, Lagerung und Entsorgung von Markenwasser entfallen. Die Umwelt gewinnt, da auf Herstellung, Transport und Recyclingsaufwände von Millionen von Flaschen verzichtet wird. Und letztlich ermöglicht «WfW Green» Zehntausenden Menschen Zugang zu sicherem Trinkwasser und somit ein würdevolleres Leben.

WfW verwendet die Spenden aus der Gastronomie zu 100 Prozent für die Projektarbeit in Sambia. So ermöglicht WfW seit 2013 zusammen mit lokalen Partnern 50 000 Menschen Zugang zu sauberem Trinkwasser und über 200 Studierenden Berufsbildung



Ein Wasserkiosk der Schweizer Organisation Wasser für Wasser in Lusaka, Sambia.

im Wassersektor. Die Projektarbeit in der Schweiz finanziert WfW durch Gönner-, Stiftungs- und Corporate-Responsibility-Beiträge sowie Partnerschaften mit öffentlichen Institutionen. Umso mehr empört die Verdrehung der Tatsachen und der Affront gegenüber 400 WfW-Partnerbetrieben in 18 Kantonen.

Lior Etter, Co-Geschäftsführer WfW

Die Redaktion bedauert die unrichtige Darstellung der Fakten im Gastbeitrag.

Ja, wir könnten Gratis-Hahnenwasser auszuschenken. Wer trägt dann die Betriebskosten? Der Gast am Nebentisch, der ein Glas Mineral für 4 Franken bestellt. Wo liegt nun der Unterschied zwischen dem, der ein Glas Mineral und dem, der ein Glas Hahnenwasser bestellt? Ausser den Warenkosten für das Mineralwasser, je nach Marke zwischen 15 und 40 Rappen pro Glas, verursachen beide Gäste gleich viel Kosten. Korrekt wäre also: 3 Deziliter Mineralwasser für 4 Franken, 3 Deziliter Hahnenwasser für 3 Franken 60. Beide Gäste gehen vielleicht auf ein sauber geputztes WC, lesen eine aktuelle Tages-

zeitung, lassen sich von derselben Person bedienen, verschmutzen ein Glas und besetzen einen Platz. Ihr Vorschlag, die Kosten auf das Essen abzuwälzen, zeugt von mangelnder Kenntnis der Branche. Zu erklären warum, sprengt den Rahmen eines Leserbriefs. Natürlich liegt es in der Kompetenz des Gastgebers, treuen Gästen ab und zu das Wasser zu offerieren, oder einen Kaffee, Dessert oder sonst etwas.

Roger Portmann, Sursee (LU)

Die Forderung nach gratis Hahnenwasser in Restaurants ist für mich nicht nachvollziehbar. Als Gast bezahle ich im Restaurant doch hauptsächlich für den Service. Eine Cola kostet ja auch nicht nur einen Franken - was in etwa dem Einkaufspreis entspricht. Beim Leitungswasser entsteht dem Gastronom zudem noch ein Mehraufwand, weil er die Karaffe abwaschen muss, während er die Cola-Flasche einfach zurück in den Harass gestellt wird. Der Beizer sollte dies dem Gast kommunizieren und sagen, dass das Wasser gratis ist, man aber für den Service einen gewissen Betrag verlangt.

Stefan Jauk, Hochdorf (LU)

## So schreiben Sie uns

Leserbriefe müssen bis Donnerstagmittag eintreffen und mit der vollständigen Postadresse des Absenders versehen sein. Sie sollen sich auf die letzte Ausgabe beziehen. Publiziert werden auch Reaktionen, die auf nzz.ch/nzzas, Facebook [f](#) und Twitter [t](#) erschienen sind. Bearbeitungen sind vorbehalten.

Schreiben Sie an:  
NZZ am Sonntag,  
Leserbriefe,  
Postfach,  
CH-8021 Zürich.  
leserbrief.sonntag  
@nzz.ch

«Doch so aufgeladen wie heute, in der Zeit der Globalisierung, war das Thema Essen noch nie. Inzwischen lastet auf dem Teller jedes Einzelnen die Zukunft der Welt: das Wohl des Klimas, der Tiere, der Böden und der Meere. Um die Erde zu retten, so ist täglich zu hören und zu lesen, müssen wir nachhaltig und tierschonend Produziertes zu uns nehmen und weniger Fleisch essen.»

Auf meinem Teller lastet gar nichts. Ich freue mich nur immer, dass ich jeden Tag genug zu essen habe. Und dazu eine supergrosse Auswahl. Dieses Glück ist auf dieser Welt den wenigsten beschieden.

Christina Annelies [f](#)

Avocados benötigen sehr viel Wasser; wenn aber in Ländern, die unter Wasserman-

gel leiden, diese herrlichen Früchte gezüchtet werden, ist das sehr problematisch.

Beatrice Obrecht [f](#)

Avocados bedeuten nicht fleischloses Essen. Sie sind allerdings eine hervorragende Beilage zu Chicken, Steak und Fisch! Gerne mehr davon.

Volker Baaske [f](#)

## Impressum

Herausgeberin: Neue Zürcher Zeitung AG

### REDAKTION

Chefredaktor: Felix E. Müller (fem.)

Assistentin: Sandra Cassani-Zeiler (sz.)

Mitglieder der Chefredaktion: Nicole Althaus (na.) (Stv./Magazine), Francesco Benini (be.) (Stv.), Chanchal Biswas (bis.) (Stv./Digital), Alain Zucker (azu.) (Blattmacher).

Projekte, Ltg., Produktion, Geschäftsführung Magazine: Larissa Bieler (lab.).

International: Victor Merten (vmt.) (Ressortleitung interm.), Matthias Knecht (maz.), Anna Trechsel (at.).

Schweiz: Francesco Benini (be.) (Ressortleiter), René Donzé (rd.), Lukas Hauptli (luh.), Christina Neuhaus (cn.), Andreas Schmid (asc.). Büro Bern: Kathrin Alder (ald.), Stefan Bühler (sbü.), Daniel Friedli (dli.).

Hintergrund: Michael Furger (fur.) (Ressortleiter), Christine Brand (cb.), Anja Burri (ria.), Thomas Isler (tis.) (Leitung Meinungen), Daniel Meier (dme.), Gordana Mijuk (ami.).

Sport: Elmar Wagner (wag.) (Ressortleiter), Sebastian Bräuer (smb.), Remo Geisser (reg.) (verantwortlich NZZas), Ursina Haller (ush.), Stephan Ramming (ram.), Christine Steffen (cen.).

Wirtschaft: Daniel Hug (dah.) (Ressortleiter), Beat Kappeler (kap.), Ueli Kneubühler (knu.), Franziska Pfister (frp.), Markus Stadel (stä.), Albert Steck (sal.), David Strohm (dst.) (Leitung Beilagen), Birgit Voigt (vob.).

Kultur: Christian Jungen (cj.) (Ressortleiter), Christian Berzins (bez.), Denise Bucher (dbc.), Gerhard Mack (gm.). «Bücher am Sonntag»: Claudia Mäder (cmd.) (Leitung), Simone Karpf (ska.), Kathrin Meier-Rust (kmr.).

Autor Kultur: Manfred Papst (pap.).

Wissen: Andreas Hirstein (hir.) (Ressortleiter), Martin Amrein (mna.), Regula Freuler (ruf.), Patrick Imhasly (pim.), Theres Lüthi (llu.).

Gesellschaft: Christoph Zürcher (cz.) (Ressortleiter), Katharina Bracher (brk.), Martin Helg (mah.), Zuzi Speckert (zs.).

Stil/Magazin «Z»: Nicole Althaus (na.) (Ressortleiterin), Kim Dang (kid.), Anton J. Erni (aje.), Claudio Gmür (clg.), Alexandra Kojic, Christina Hubbell (chu.), Peter Keller (kep.), Malena Ruder (rud.) (Leitung Magazin Z), Oliver Schmuki (ols.), David Streiff Corti (das.), Florian Zobl (fzo.) (Leitung Stil).

NZZas Digital: Chanchal Biswas (bis.) (Leitung), Marco Metzler (mtz.).

NZZ Bellevue: Jeroen van Rooijen (jvr.).

Ständige Mitarbeiter: Patrick Chappatte, Bänz Friedli, Jürgen Lewandowski (jle.), Claude Settele (set.), Andrea Six (six.), Felicitas Witte (wit.).

Korrespondenten: Amsterdam: Elsbeth Gugger (gug.), Belgrad: Andreas Ernst (ahn.), Berlin: Silke Mertins (sme.), Susanne Ziegert (suz.), Dublin: Martin Alioth (ali.), Istanbul: Inga Rogg (iro.), Kapstadt: Christian Putsch (cpk.), Kopenhagen: Niels Anner (nan.), Mailand: Patricia Arnold (arn.).

Mexiko-Stadt: Sandra Weiss (saw.), Moskau: Klaus-Helge Donath (khd.), New York: Roman Elsener (rte.), Jens Korte (jko.), Andreas Mink (mnk.), Paris: Hans-Hagen Bremer (hhb.), Peking: Michael Radunski (rad.), Rio de Janeiro: Alexander Busch (bu.), Singapur: Ulrike Putz (puz.), Tel Aviv: Gisela Dachs (gid.), Tokio: Sonja Blaschke (bso.), Warschau: Paul Flückiger (flü.), Wien: Wolfgang Rössler (wro.).

Produktion: Art Director: Björn Vondras. Infografik: Elisa Forster. Bildredaktion: Oswald Eggenschwiler (Leitung), Sonja Brunner, Urs Schilliger, Patrizia Trebbi. Layout: Marianne Birchler, Eleni Bolovinos, Daniela Salm, Thomas Trüb, Mark Walter. Korrektorat: Ueli Hottinger, Eva Koenig.

Adresse Redaktion: NZZ am Sonntag, Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 258 1111, E-Mail: redaktion.sonntag@nzz.ch

Redaktionsbüro Bern: Marktgasse 3, Postfach, 3000 Bern 7, Tel. 031 312 23 71

VERLAG  
Adresse Verlag: Falkenstrasse 11, Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 258 1111, E-Mail: verlag@nzz.ch, www.nzz.ch/verlag

Leserservice: Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 258 10 00, E-Mail: nzzamsonntag@nzz.ch - www.nzz.ch/Sonntag

Inserate: NZZ Media Solutions AG, Falkenstrasse 11, 8021 Zürich, Tel. 044 258 16 98, E-Mail: inserate@nzz.ch - www.nzzmediasolutions.ch

NZZ-MEDIENGRUPPE  
Jörg Schnyder CEO (a. i.).

DRUCK  
DZZ Druckzentrum Zürich AG, Bubenbergstr. 1, 8045 Zürich

Preise (inkl. MWSt): «NZZ am Sonntag» inkl. des digitalen Angebots (E-Paper, NZZas.ch) Fr. 264.- (12 Mte.), Fr. 150.- (6 Mte.), Fr. 84.- (3 Mte.).

Studenten und Lernende:  
40% Rabatt auf Abonnementspreise (mit gültigem Studenten- oder Lehrlingsausweis).

Schnupperabonnement:  
10 Ausgaben «NZZ am Sonntag» Fr. 30.-.

Kombi-Abonnement:  
«Neue Zürcher Zeitung» und «NZZ am Sonntag» inkl. des digitalen Angebots (E-Paper, NZZas.ch, NZZ.ch) Fr. 816.- (12 Mte.), Fr. 456.- (6 Mte.), Fr. 246.- (3 Mte.).

Digital-Abonnement «NZZ am Sonntag»:  
Fr. 204.- (12 Mte.), Fr. 120.- (6 Mte.), Fr. 69.- (3 Mte.).

Ausland-Abonnemente: Preise auf Anfrage.  
Umleitungen: Bearbeitungsgebühr Fr. 8.-.  
Anzeigen: gemäss Preisliste vom 1. 1. 2016.  
Verbreitete Auflage: 121 406 Ex. (Wemf 2016).

© Neue Zürcher Zeitung AG, alle Rechte vorbehalten.