



# Mineralwasser in seiner ganzen Vielfalt

Ein Kursangebot der Doemens Academy GmbH Gräfelfing in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung M. Mödinger Siegsdorf

# Unter der Schirmherrschaft von

---

**VDM**

Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.

Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.



Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V.

BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN  
GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS E.V.



Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.

Verband  
des Deutschen  
Getränke-  
Einzelhandels e.V.

Verband des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V.



Verein für Getränkebetriebswirtschaft e.V.



Bund der Getränkebetriebsmeister e.V.



forum-mineralwasser.at Forum Natürliches Mineralwasser

**SAHM**

Sahm: Wir bedanken uns bei unserem Sponsor!

Gläser für Marken



# „Natürliches Mineralwasser“ und „natürliches Heilwasser“

---

**Die beiden Kulturgetränke „natürliches Mineralwasser“ und „natürliches Heilwasser“ erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. So stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser in Deutschland von 12,5 Liter im Jahre 1970 auf über 135 Liter im Jahre 2012. Trotz dieses einzigartigen und bis heute ungebrochenen Siegeszugs hat die Mineral- und Heilbrunnenbranche mit vielen Problemen zu kämpfen. So können die Umsatzerlöse schon lange nicht mehr mit der Absatzentwicklung mithalten, da vor allem im Discount-Bereich Mineralwasser zu Dumping-Preisen verschleudert wird. Eine von vielen Ursachen für diese Entwicklung ist das drastische Informationsdefizit der Verbraucher und die oftmals fehlende Wertschätzung des Konsumenten für unsere Wässer.**

Um dieser unerfreulichen Entwicklung gegenzusteuern bedarf es einer fundierten Ausbildung derjenigen Personenkreise, die auf Herstellerseite, im Handel und in der Gastronomie die Chance haben, im Gespräch und in der Beratung dem Verbraucher gegenüber die Wertigkeit und Vielfalt dieses kostbaren und genussreichen Getränks herauszustellen.

Aus diesem Grund hat sich die Doemens Academy GmbH Anfang 2010 entschlossen, den bislang einzigartigen Kurs zum „Wassersommelier“ ins Leben zu rufen. Dieser Kurs rückt insbesondere die Vielfalt der Mineralwässer in den Mittelpunkt, die beispielsweise auch von den mehr als 200 Brunnenbetrieben in Deutschland abgefüllt wird. Bereits der römische Naturforscher Plinius der Ältere wusste von dieser Vielfalt, als er sagte: „Tales sunt aquae, qualis terra per quam fluunt“ (frei ins Deutsche übersetzt: „Die Gewässer sind so beschaffen wie der Untergrund, durch welchen sie fließen“). Aufgrund der unterschiedlichen

Bodenbeschaffenheit und des unterschiedlichen Entstehungsprozesses verfügt jedes Mineralwasser über einen unverwechselbaren Geschmack und eine einzigartige Komposition gesundheitlich unerlässlicher Mineralstoffe.

Nach erfolgreichem Abschluss des Doemens Wassersommelier-Kurses haben die Getränkeexperten auf Herstellerseite, im Handel und in der Gastronomie die Möglichkeit, ihre Fachkompetenz an die Endverbraucher weiterzugeben, damit jeder Kunde und jeder Gast das für seine Lebenssituation und seine Geschmacksvorlieben optimale Wasser erhält.

Die Doemens Academy GmbH möchte dazu beitragen, dem kostbaren und genussreichen Kulturgut „Mineral- und Heilwasser“ seinen verdienten Stellenwert zu geben und hierdurch nicht zuletzt auch die Position der gesamten Brunnenbranche, des Getränkefachhandels und der gehobenen Gastronomie im Markt zu stärken.

# Grundsätze und die Schulung zum Wassersommelier

## Der Sommelier ...

... war ursprünglich der Vorkoster am Hof und hatte die Aufgabe, Speisen und Getränke auf ihre Qualität zu prüfen. Auch heute ist dies immer noch die Kernaufgabe eines jeden Sommeliers.

## Der Wassersommelier ...

konzentriert sich vornehmlich auf das Kulturgetränk Mineralwasser, versteht sich aber auch als kompetenter Berater für andere Wässer.

Der Wassersommelier berät im Restaurant die Gäste und den Inhaber über das Mineralwasserangebot des Hauses und hilft, das passende Wasser zur gewählten Speise sowie zum gewählten Wein / Kaffee auszuwählen. Darüber hinaus ist er verantwortlich für die perfekte Präsentation des Getränks beim Gast, für den Wasser-Einkauf und für die Erstellung der Wasserkarte.

Im Getränkehandel versteht sich der Wassersommelier als kompetenter Ansprechpartner, um den Kunden über die verschiedenen Wassergattungen „natürliches Mineralwasser“, „natürliches Heilwasser“, „Quellwasser“ und „Tafelwasser“ zu informieren und über die positiven gesundheitlichen Auswirkungen der individuellen Wässer aufzuklären. Er hilft dem Kunden, das für ihn und seine Bedürfnisse optimale Wasser auszuwählen. Darüber hinaus ist der Wassersommelier für Präsentationen und Verkaufsaktionen im Getränkehandel zuständig.

Im Mineralbrunnenbetrieb wird der Wassersommelier hauptsächlich im Marketing- und Vertriebsbereich eingesetzt. Er informiert und berät die Kunden aus Gastronomie und Handel fundiert über die speziellen Eigenschaften und Vorzüge der eigenen Wassermarken. Durch aktives Wassermarketing steigert er Akzeptanz und Umsatz des Mineralbrunnenbetriebs.

## Die Schulung zum Wassersommelier

Die Schulung zum Wassersommelier ist weltweit einzigartig und findet an der international renommierten Doemens Academy in Gräfelfing bei München statt. Neben der theoretischen Wissensvermittlung über die unterschiedlichsten Wässer und deren Eigenschaften bereichern zahlreiche sensorische Praktika, Gruppenarbeiten und Exkursionen diesen Kurs. Insgesamt werden an den neun Seminartagen circa 80 Schulungseinheiten durchgeführt. Die Teilnehmer müssen ihre erworbenen Kenntnisse in einer vierteiligen theoretischen und praktischen Prüfung nachweisen, die alle Facetten und Einsatzbereiche des Wassersommeliers umspannt.



Wassersommelier-Kurs 2011



Wassersommelier-Kurs 2012



Wassersommelier-Kurs 2013

# Die Trainer

---



**Dr. Peter Schropp** betreut bei Doemens den Bereich alkohol-freie Getränke sowie Sensorik und ist Leiter des Wassersommelier-Kurses. Unter seiner Obhut werden die Verkostungen des Wassersommelier-Kurses durchgeführt. Peter Schropp ist darüber hinaus

Geschäftsführer der Wassersommelier Union e.V.



**Joachim Kuppert** (GEFAKO-Fachmarktbetreuung und Mineralwasserschulungen, Doemens Wassersommelier) betreut bei der GEFAKO die Getränkemarkte der GEFAKO Gesellschafter hinsichtlich der Umsetzung von Vertriebs- und Vermarktungsaktivitäten. Im Bereich

von Messen, Gewerbeschauen und Werbeveranstaltungen in Fachmärkten werden die Umsetzungen von Mineralwasserschulungen und Verkostungen durchgeführt.



**Dipl.-Ing. Manfred Mödinger** ist seit vielen Jahren renommierter Wasserexperte. Er ist Mitinitiator des Doemens Wassersommelier-Kurses und verantwortet einen Großteil der theoretischen Inhalte zum Wassersommelier.



**Braumeister Michael Eder** ist Dozent an der Doemens Academy GmbH für den Biersommelier- und Wassersommelier-Kurs. Im Wassersommelier-Lehrgang unterrichtet Michael Eder unter anderem den Bereich Hydrogeologie und Wert der Mineralien.



**Jessica Strohmayer** hat über 10 Jahre Berufserfahrung in der Schweizer Top Hotellerie und war in zahlreichen Unternehmen (unter anderem dem Grand Resort Bad Ragaz) als Restaurantleiterin tätig. Als zertifizierte Wassersommelière führt sie Mineralwasser-Degustationen sowohl mit Gästen, Mitarbeitern oder auch Journalisten durch und erstellt Mineralwasserkarten für die Gastronomie. Im Wassersommelier-Kurs übernimmt

Frau Strohmayer das Thema „Mineralwasser in der Gastronomie“ sowie „Wasser & Wein“.



**Dr. Simon Meißner** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls für „Ressourcenstrategie“ der Universität Augsburg. Er bearbeitet im Wissenschaftszentrum Umwelt unter anderem globale Wasserfragen und referiert im Wassersommelier-Kurs über das Thema „Wasser

weltweit – Situation und Entwicklung“.

**Weitere Dozenten** stehen je nach Anforderung, Zahl und Umfang für die Ausbildung zur Verfügung. Doemens sichert zu, dass durch die geeignete Dozentenwahl Kursniveau und Kursinhalte gesichert sind.



# Kursinhalte & Kursziele

1 SCHULUNGSEINHEIT (SE) = 45 MINUTEN

---

## Theoretische Inhalte

### Wasser weltweit – Situation und Entwicklung (2 SE)

- Die globale Wassersituation
- Wasserverbräuche und virtuelles Wasser
- Wasserprobleme in Deutschland und weltweit

### Die Bedeutung des Trinkens (1 SE)

- Was ist Wasser?
- Weshalb ist gutes Wasser für uns Menschen so wichtig?
- Die physiologische Bedeutung des Trinkens
- Wasserbilanz des Körpers
- Trinken in speziellen Situationen (Sportler, Kinder, etc.)

### Wie man gutes Wasser findet (2 SE)

- Allgemeine hydrogeologische Zusammenhänge
- Wie sucht bzw. findet man eine Quelle?
- Die Herkunft unseres Mineralwassers
- Zusammenhang zwischen Gesteinstypen und Mineralisation
- Quelltypen
- Erschließung, Brunnenbau und Brunnentest

### Definitionen und Rechtsgrundlagen (3 SE)

- Das Wasserrecht
- Lebensmittelrechtliche Bestimmungen in der europäischen Union zur Definition und Abgrenzung von:
  - ▶ „Natürlichem Mineralwasser“
  - ▶ „Natürlichem Heilwasser“
  - ▶ „Quellwasser“
  - ▶ „Tafelwasser“
  - ▶ „Trinkwasser“
- Das unterschiedliche Wasserverständnis in Deutschland und den romanischen Staaten
- Vorschriften in der Gastronomie

### Kennzeichnungsrecht (1 SE)

- Etikettierungsvorschriften für die unterschiedlichen Wässer, mit Schwerpunkt auf Mineral- und Heilwasser
- Vorstellung und Beurteilung von Beispieltiketten

### Mineralstoffe und Ernährungsphysiologie (4 SE)

- Vorkommen und Bedeutung verschiedener Mengen- und Spurenelemente im Wasser
- Gesamtmineralisation und Bioverfügbarkeit
- Die Eignung zur Zubereitung von Babynahrung
- Der gesundheitliche Wert mineralarmer Wässer
- Fasten und basische Wässer
- Wasser für Sportler

### Wasser und Gesundheit (2 SE)

- Welches Wasser für welches Gesundheitsziel?
- Rechtsgrundlagen für die Gesundheitsauslobungen von Mineralwasser
- Wasserwirkungen und gesundheitsorientierte Wasserempfehlungen
- Die Gesundheitsgeschichte von Wasser, von der Bädertradition bis zur Neuzeit

### Neue Sichtweisen auf Wasser (2 SE)

- Physikalische Eigenschaften von Wasser
- Neuartige Methoden zur Beurteilung der Wasserqualität
- Wassergedächtnis, Wasserbelebung
- Ganzheitliche Beschreibung der Wasserqualität

### Mineralwasserqualität & -tests (2 SE)

- Zusammenfassende Darstellung, was Mineralwasserqualität ist, sein kann und wie sie sich ganzheitlich ausdrückt
- Blick hinter Tests und Auszeichnungen, welche für Mineralwasser eine besondere Marketingbedeutung haben (z.B. Ökotest, Stiftung Warentest, DLG-Prämierung, Monde Selection-Prämierung, Bio-Mineralwasser-Siegel, usw.)
- Wie sollte man solche Tests und Prämierungen lesen und beurteilen?

### **Verpackungen für Mineralwasser (2 SE)**

- Beurteilung verschiedener Verpackungsmaterialien (Glas, PET, PLA, Dose, Karton) und Verschlüsse hinsichtlich ökologischer, qualitativer und gesundheitlicher Auswirkungen
- Abfülltechnik PET

### **Wasserbehandlung und Wasserzusätze (2 SE)**

- Die Kohlensäure – Bedeutung, Herkunft und Unterschiede
- Kohlensäuregehalte und deren Deklaration
- Zulässige Behandlungsverfahren bei Mineralwasser
- Zusatznutzen bei Wässern (Zusatz von O<sub>2</sub>, Jod, Coffein, etc.)

### **Konsumenten und Mineralwasser (1 SE)**

- Was wissen die Menschen über die unterschiedlichen Wässer
- Welche Vorstellungen hat der Kunde bezüglich eines „idealen“ Mineralwassers?
- Welche Erwartungen stellt der Kunde an Handel und Gastronomie?

### **Markenpositionierungen (3 SE)**

- Klärung grundlegender Marketingbegriffe
- Darstellung von Positionierungsmöglichkeiten
- Besprechung zahlreicher Beispiele
- Ideen zur Vermarktung und Kommunikation

### **Mineralwasserbeschreibungen (2 SE)**

- Möglichkeiten der Auslobung von Mineralwasser
- Darstellung der Bandbreiten hinsichtlich hydrogeologischer, ernährungsphysiologischer, gesundheitlicher, qualitativer, sensorischer, regionaler und sozialer Aussagen

### **Wasserprobleme (3 SE)**

- Risiken mikrobieller Verunreinigung in Quellen, abgefüllten Flaschen und Betrieben
- Die Chemie der Wässer: unerwünschte Substanzen im Wasser
- Zukünftige Bedrohungen von Trink- und Mineralwasser

### **Gläser und Gläserpflege (1 SE)**

- Wassergläser für die Gastronomie
- Gläserpflege

### **Mineralwassermarketing in der Gastronomie (2 SE Vorlesung + 3 SE Gruppenarbeit)**

- Möglichkeiten der Profilierung mit Mineralwasser in der Gastronomie
- Einsatzmöglichkeiten verschiedener Mineralwässer in verschiedenen Gastronomien und gastronomischen Bereichen (Zielgruppenorientierung, Kombination zu verschiedenen Getränken, Kochen mit Mineralwasser, usw.)
- Der Mineralwasser-Service beim Gast
- Kleingruppenarbeit mit anschließender Ergebnispräsentation und Diskussion (z.B. „Erstellen einer Mineralwasserkarte aus einer Liste vorgegebener Mineralwässer“)

### **Mineralwassermarketing im Handel (2 SE Vorlesung + 3 SE Gruppenarbeit)**

- Vorstellung von Beispielen erfolgreichen POS-Marketings im Handel
- Beispiele, Ideen und Anregungen für Aktionen und Präsentationen
- Kommunikationsmöglichkeiten des Handels
- Erfahrungsaustausch der Teilnehmer über bereits durchgeführte Marketingaktionen
- Kleingruppenarbeit mit anschließender Ergebnispräsentation und Diskussion (z.B. „Entwerfen eines Handzettels für vorgegebene Wässer“ oder „Entwickeln einer Verkaufsaktion für vorgegebene Wässer“)

### **Der Wassersommelier in der Praxis (1 SE)**

- Erfahrungen mit dem Titel „Wassersommelier“
- Mögliche Tätigkeitsfelder eines Wassersommeliers
- Vorstellung der „Wassersommelier Union“

### **Der deutschsprachige Wassermarkt und seine Perspektiven (2 SE)**

- Entwicklung des Wassermarktes in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Marktentwicklungen bei Verpackungen
- Die Entwicklung in speziellen Märkten (Gastronomie, Naturkosthandel, und weiteren speziellen Märkten)
- Mögliche Perspektiven zukünftiger Entwicklungen



## Praktische Inhalte

### Verkostung von Wässern

#### (2 SE Theorie + 20 SE Praktikum)

- Allgemeine Sensorik
  - ▶ Grundlagen sensorischer Prüfung
  - ▶ Die Wahrnehmung der unterschiedlichen sensorischen Eindrücke beim Menschen
  - ▶ Psychologische Faktoren bei der sensorischen Wahrnehmung
- Der Geschmack der Wässer
  - ▶ Sinnesphysiologie „Geschmack“
  - ▶ Erkennen der vier Grundgeschmacksarten in wässrigen Lösungen
  - ▶ Erkennen von Intensitätsunterschieden der vier Grundgeschmacksarten
  - ▶ Einordnen verschiedener Mineralwässer nach dem salzigen Geschmackseindruck
  - ▶ Erkennen der unterschiedlichen geschmacklichen Ausprägungen verschiedener Mineralstoffe im Wasser
  - ▶ Die Sensorik niedrig mineralisierter Wässer
- Die haptische Wahrnehmung im Wasser: das Kohlendioxid
  - ▶ Sinnesphysiologie „Haptik“
  - ▶ Beeinflussung des Geschmacks durch den Kohlendioxid-Gehalt
  - ▶ Die unterschiedliche CO<sub>2</sub>-Bindung im Wasser
  - ▶ Einordnung verschiedener Wässer nach dem Kohlendioxid-Gehalt
- Der Geruch der Wässer
  - ▶ Sinnesphysiologie „Geruch“
  - ▶ Die Fruchtaromen im Flavoured Water
  - ▶ Erkennen unterschiedlicher Fruchtaromen in Flavoured Water
  - ▶ Prüfen der Aromenqualität am Beispiel der Citrus-Aromen
- Die Vielfalt der Mineralwässer
  - ▶ Verkostung von Bandbreiten bestimmter Mineralwassertypen
  - ▶ Beschreiben der unterschiedlichen Ausprägung der Wässer, mögliche Begrifflichkeiten sensorischer Beschreibung
  - ▶ Beschreiben von Mineralwässern nach dem „Watercodex“
  - ▶ Positive Beschreibungsmöglichkeiten für Mineralwasser
  - ▶ Wasser und Terroir

- Wasser zur Zubereitung von Kaffee und Tee
  - ▶ Einfluss des Wassers auf die Sensorik von Kaffee und Tee
  - ▶ Vergleichende Sensorik von Tee, zubereitet mit unterschiedlichen Wässern
- Sensorisch wahrnehmbare Fehler im Wasser
  - ▶ Erkennen potentiell vorkommender Off-Flavour-Substanzen in Wasser
  - ▶ Beschreiben des potentiell auftretenden Off-Flavours

### Wasser & Wein (4 SE Praktikum)

- Mineralstoffe und ihre Wirkung auf Weine
- Die Wirkung der Kohlensäure im Wasser bei verschiedenen Weintypen
- Wasser als perfekter Begleiter zum Wein
- Welche Wassertypen zu welchem Wein?
- Verkostung verschiedener Wässer zu Rot-, Rosé- und Weißweinen

### Exkursion zu Mineralwasserunternehmen (8 SE)

- Besichtigung der Mineralwasserabfüllung bei zwei Brunnenbetrieben (Glas- und PET-Abfüllung)
- Trends bei Produkten und Produktinnovationen
- Unterschiedliche Marketingstrategien im Mineralbrunnenbetrieb



## Prüfungen

### Prüfung Teil I: Theorie

- Schriftliche Prüfung über die theoretischen Inhalte der ersten Kurswoche

### Prüfung Teil II: Verkostung

- Praktische Prüfung, bei welcher der Kursteilnehmer nachweisen soll, dass er sensorische Eigenheiten verschiedener Wässer wahrnehmen, unterscheiden und beschreiben kann

### Prüfung Teil III: Getränkehandel

- In einem großen Getränkemarkt zeigen die Kursteilnehmer wie sie interessierte Kunden qualifiziert beraten. Im Rollenspiel suchen die Kunden (=Prüfer) optimale Wässer für bestimmte Anlässe bzw. haben bestimmte (z.B. gesundheitliche) Probleme

### Prüfung Teil IV: Gastronomie

- In einer mineralwasserorientierten Gastronomie sollen die Kursteilnehmer die Gäste (=Prüfer) bezüglich der Mineralwasserauswahl richtig beraten, servieren und präsentieren



# Gebühren

---

**Kursgebühr: 1.950 € (zuzüglich MwSt.)**

**In den Kursgebühren sind enthalten:**

- sämtliche Kurseinheiten inklusive Schulungsunterlagen
- alle sensorischen Proben und Verkostungen
- Kosten für Exkursion
- sämtliche Prüfungsgebühren
- Mittagessen und Pausenverpflegung
- Seminargetränke
- Abendveranstaltung zum persönlichen Kennenlernen
- Abendveranstaltung mit Verleihung der Urkunden
- Zertifikat und Anstecknadel „Wassersommelier“

Anreise- und Übernachtungskosten sind nicht enthalten.

Mit der Anmeldung fällt eine Anmeldegebühr von 200 € an, die auf die Kursgebühr angerechnet wird. Bei Abmeldung bis zwei Monate vor Kursbeginn werden davon 150 € zurückerstattet. Bei Abmeldung bis vier Wochen vorher erfolgt keine Rückerstattung der Anmeldegebühr. Bei einer Abmeldung von weniger als vier Wochen wird die volle Kursgebühr zur Zahlung fällig. Ersatzanmeldungen werden angenommen.

**Der nächste Lehrgang findet vom 10. bis 20. Februar 2014 statt.**

**Bei Interesse an anderen Terminen wenden Sie sich bitte an folgende Kontaktpersonen:**

## KONTAKT UND ANMELDUNG

**Dr. Peter Schropp** (Kursleiter)  
E-Mail: [schropp@doemens.org](mailto:schropp@doemens.org)  
Telefon: (+49) 89 85805-22  
Telefax: (+49) 89 85805-26

**Gisela Drosta** (Sekretariat)  
E-Mail: [drosta@doemens.org](mailto:drosta@doemens.org)  
Telefon: (+49) 89 85805-11  
Telefax: (+49) 89 85805-26

**Doemens Academy GmbH**  
Stefanusstraße 8  
82166 Gräfelfing  
[www.doemens.org](http://www.doemens.org)