

**Schulungsplan
&
Kursinhalte**



*Wort-/Bildmarke markenrechtlich geschützt

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

Version: Oktober 2011

unter der Schirmherrschaft von

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.



Verein für Getränkebetriebswirtschaft e.V.



Bund der Getränkebetriebsmeister e.V.



Wir bedanken uns bei unserem Sponsor

SAHM
Gläser für Marken

Die beiden Kulturgetränke „natürliches Mineralwasser“ und „natürliches Heilwasser“ erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. So stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineral- und Heilwasser in Deutschland von 12,5 Liter im Jahre 1970 auf circa 130 Liter im Jahre 2010. 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 Getränkeshandels und der gehobenen Gastronomie im Markt stärken.

Grundsätze:

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 Wassereinkauf 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 Verkaufsfaktionen 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 sensorische Praktika, Gruppenarbeiten und Exkursionen diesen Kurs. Als Lern-Unterstützung stehen umfangreiche Schulungsunterlagen zur Verfügung.

Die Teilnehmer müssen ihre erworbenen Kenntnisse in einer vierteiligen theoretischen und praktischen Prüfung nachweisen, die alle Facetten und sämtliche Einsatzbereiche eines Wassersommeliers umspannt.

Die Trainer

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

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

Sommelier Rüdiger Meyer war in zahlreichen Unternehmen der Top-Gastronomie als Sommelier und ist nun als selbstständiger Berater tätig. Zugleich ist er Regionalsprecher der Sommelier-Union. Er ist Dozent an der deutschen Wein- und Sommelierschule und unterrichtet dort das Thema „Wasser & Wein“. Diesen Bereich übernimmt er auch im Doemens Wassersommelier-Kurs.

Braumeister Michael Eder ist Dozent an der Doemens Academy GmbH und unterrichtet den Bereich Verpackungs- und Gläserkunde.

Professor Dr. Armin Reller und Dr. Simon Meißner: Prof. Dr. Armin Reller ist Inhaber, Dr. Simon Meißner ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls für "Ressourcenstrategie" der Universität Augsburg. Sie bearbeiten im Wissenschaftszentrum Umwelt unter anderem globale Wasserfragen und referieren im Wassersommelier-Kurs über das Thema "Wasser weltweit - Situation und Entwicklung.

Weitere Dozenten der Getränkeakademie Doemens 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.

Inhalte erste Kurswoche:

| Zeit | Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag |
|-------------------|---|---|--------------------------------|---|---|
| Vormittag | | Definitionen und Rechtsgrundlagen | Wasser und Gesundheit | Wasserbehandlung und Wasserzusätze | Prüfung Teil I (schriftlich) |
| | Wasser weltweit – Situation und Entwicklung - | Kennzeichnungsrecht | Verkostung (Geschmack) | Exkursion (Besuch von zwei Mineralbrunnenbetrieben unterschiedlicher Ausrichtung) | Verkostung (Haptik - Die Rolle des Kohlendioxids) |
| | Die Bedeutung des Trinkens | Verkostung (Geschmack) | | | Konsumenten und Mineralwasser |
| | Wie man gutes Wasser findet | Mineralstoffe und Ernährungsphysiologie | Neue Sichtweisen auf Wasser | | Verkostung (Die Vielfalt der Wässer) |
| | | | | | |
| Nachmittag | Verkostung (Allg. Sensorik und Sinnesphysiologie) | Mineralstoffe und Ernährungsphysiologie | Verpackungen für Mineralwasser | | Verkostung (Die Vielfalt der Wässer) |
| | Verkostung (Geschmack) | Verkostung (Geschmack) | Verkostung (Geschmack) | | Mineralwasserqualität und Mineralwassertests |
| | Verkostung (Geschmack) | Mineralstoffe und Ernährungsphysiologie | Wasserprobleme | | |
| | Definitionen und Rechtsgrundlagen | | | | |
| | | Seminarabend | | | |

Inhalte zweite Kurswoche:

| Zeit | Montag | Dienstag | Mittwoch |
|-------------------|---|---|--|
| Vormittag | Marketing- grundlagen | Mineralwasser- beschreibungen | Prüfung Teil II (Sensorik) |
| | Verkostung (Die Vielfalt der Mineralwässer) | | |
| | Marken- positionierungen | Verkostung (Potentielle Fehler im Wasser) | Der Wassermarkt in D, A und CH und mögliche Perspektiven |
| | Verkostung (Geruch) | Mineralwasser- marketing in der Gastronomie (Kleingruppen- arbeit mit Ergebnis- präsentation) | Verkostung (Wasser zur Zubereitung von Kaffee und Tee) |
| | | | Gläser und Service in der Gastronomie |
| Nachmittag | Verkostung (Die Vielfalt der Mineralwässer) | Mineralwasser- marketing im Handel | Prüfung Teil III (Getränke- handel) |
| | Mineralwasser und Gastronomie | | |
| | Verkostung (Wasser und Wein) | Mineralwasser- marketing im Handel (Kleingruppen- arbeit mit Ergebnis- präsentation) | Prüfung Teil IV (Gastronomie) |
| | | | Seminar- abschluss mit Zertifikats- überreichung |

Kursinhalte & Kursziele

(1 SCHULUNGSEINHEIT (SE) = 45 MINUTEN)

THEORETISCHE INHALTE

WASSER WELTWEIT - SITUATION UND ENTWICKLUNG (1 SE)

Kursinhalte:

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

DIE BEDEUTUNG DES TRINKENS (2 SE)

Kursinhalte:

- 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 (1 SE)

Kursinhalte:

- 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 (4 SE)

Kursinhalte:

- 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.

- Rechtsgrundlagen für die Gesundheitsauslobungen von Mineralwasser
- Vorschriften in der Gastronomie

KENNZEICHNUNGSRECHT (1 SE)

Kursinhalte:

- Etikettierungsvorschriften für die unterschiedlichen Wässer, mit Schwerpunkt auf Mineralwasser und Heilwasser
- Vorstellung und Beurteilung von Beispieticketten

MINERALSTOFFE UND ERNÄHRUNGSPHYSIOLOGIE (4 SE)

Kursinhalte:

- 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 (3 SE)

Kursinhalte:

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

NEUE SICHTWEISEN AUF WASSER (2 SE)

Kursinhalte:

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

VERPACKUNGEN FÜR MINERALWASSER (2 SE)

Kursinhalte:

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

WASSERPROBLEME (2 SE)

Kursinhalte:

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

WASSERBEHANDLUNG UND WASSERZUSÄTZE (3 SE)

Kursinhalte:

- Die Kohlensäure – Bedeutung, Herkunft und Unterschiede
- Kohlensäuregehalte und deren Deklaration
- Zulässige Behandlungsverfahren bei Mineralwasser
- Zusatznutzen bei Wässern (Zusatz von O₂, Jod, Coffein, etc.)
- „Flavoured Water“

KONSUMENTEN UND MINERALWASSER (2 SE)

Kursinhalte:

- 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?

MINERALWASSERQUALITÄT & -TESTS (2 SE)

Kursinhalte:

- 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?

MARKETINGGRUNDLAGEN (2 SE)

Kursinhalte:

- Marketingsprache und -fachausdrücke
- Grundlagen von Kommunikation und ihrer Wirksamkeit
- Markenbildung und Markenstrategien

MARKENPOSITIONIERUNGEN (2 SE)

Kursinhalte:

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

MINERALWASSER UND GASTRONOMIE (2 SE)

Kursinhalte:

- Möglichkeiten der Profilierung mit Mineralwasser in der Gastronomie (z.B. Wasserkarte, POS-Marketing in der Gastronomie, Aktionen, usw.)
- Einsatzmöglichkeiten verschiedener Mineralwässer in verschiedenen Gastronomien und gastronomischen Bereichen (Zielgruppenorientierung, Kombination zu verschiedenen Getränken, Kochen mit Mineralwasser, usw.)

MINERALWASSERBESCHREIBUNGEN (2 SE Vorlesung + 2 SE Gruppenarbeit)

Kursinhalte:

- Möglichkeiten der Auslobung von Mineralwasser
- Darstellung der Bandbreiten hinsichtlich hydrogeologischer, ernährungsphysiologischer, gesundheitlicher, qualitativer, sensorischer, regionaler und sozialer Aussagen
- Kleingruppenarbeit mit anschließender Ergebnispräsentation und Diskussion (z.B. „Erstellen einer Mineralwasserkarte aus einer Liste vorgegebener Mineralwässer“)

MINERALWASSERMARKETING IM HANDEL (2 SE Vorlesung + 2 SE Gruppenarbeit)

Kursinhalte:

- 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 DEUTSCHSPRACHIGE WASSERMARKT UND SEINE PERSPEKTIVEN (2 SE)

Kursinhalte:

- 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

GLÄSER UND SERVICE (2 SE)

Kursinhalte:

- Wassergläser für die Gastronomie
- Gläserpflege
- Der Mineralwasser-Service beim Gast

PRAKTISCHE INHALTE

VERKOSTUNG (14 SE Praktikum)

Kursinhalte:

- Allgemeine Sensorik
 - Grundlagen sensorischer Prüfung
 - Die Wahrnehmung der unterschiedlichen sensorischen Eindrücke beim Menschen
 - Psychologische Faktoren bei der sensorischen Wahrnehmung
- Der Geschmack der Wässer
 - 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
 - Der Geschmack niedrig mineralisierter Wässer
- Die haptische Wahrnehmung im Wasser: das Kohlendioxid
 - Die unterschiedliche CO₂-Bindung im Wasser
 - Einordnung verschiedener Wässer nach dem Kohlendioxid-Gehalt
- Der Geruch der Wässer
 - 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
- 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 (3 SE Praktikum)

Kursinhalte:

- 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)

Kursinhalte:

- 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.