



Natürliches Mineralwasser – erfolgreich in Szene gesetzt



Leitfaden für die Gastronomie







Inhalt

Mineralwasser näher kennenlernen	6
Klare Unterschiede bei den Wassergattungen	7
Mineralwasser – seine natürliche Entstehung	8
Streng kontrolliert und sicher abgefüllt – von der Quelle bis zum Gast	10
Transparenz und Information – das Etikett	12
Mineralwasser-Vielfalt – Ihre Region kann sich schmecken lassen!	15
Vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Mineralwasser	19
Den Umsatz steigern durch aktives Marketing	22
Mineralwasser verkaufen, aber richtig!	23
Die Psychologie des Verkaufens	24
Welches Mineralwasser passt zu meinem Gastro-Konzept?	26
Kalkulation und Preisgestaltung des Mineralwasser-Angebots	28
Mineralwasser richtig inszenieren	30
Die Mineralwasserkarte – Inhalt und Gestaltung	30
Auf den Service kommt es an!	33
Mineralwasser in der Hotellerie	36
Checkliste: In 10 Schritten zu mehr Umsatz mit Mineralwasser	38



Die IDM-Experten



Arno Steguweit,
Wein- und Mineralwassersommelier



Martin Schmitz,
Marketing-Manager, Dozent und Trainer



Liebe Leserinnen und Leser,

geschätzt als verlässlicher Umsatzbringer, ist Mineralwasser fester Bestandteil im Getränkeangebot nahezu jedes Restaurants und Hotels. Doch es lohnt sich, einen genaueren Blick auf das Naturprodukt zu werfen! Denn mit Know-how und der richtigen Präsentation eröffnet Mineralwasser neue Umsatzpotenziale und stärkt das Image Ihres Unternehmens.

Im ersten Teil geht es um Wissenswertes zum „Naturprodukt Mineralwasser“. Der zweite Teil gibt Hinweise, wie Sie Mineralwasser über ein aktives Marketing zur Umsatzsteigerung nutzen können. Abschließend haben unsere Experten wichtige Tipps zur perfekten Präsentation von Mineralwasser als erfrischender Durstlöscher, als Begleitgetränk zu Speisen und Wein sowie als spritziger Bestandteil in alkoholfreien Cocktails für Sie zusammengestellt. Über eine aktive und fachkundige Beratung fördern Sie den Abverkauf und profilieren sich als kompetenter Gastronom.

Die Tipps und Empfehlungen zum Thema Mineralwasser, die Sie in dieser Broschüre finden, sollen im hektischen Gastronomie- und Hotellerie-Alltag möglichst einfach umzusetzen sein. Auch aus diesem Grund hat die Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM) diese Broschüre gemeinsam mit zwei ausgewiesenen Experten entwickelt. [Arno Steguweit](#) hat sich als [Wein- und Mineralwasser-sommelier](#) einen Namen gemacht. Während seiner Stationen in führenden deutschen Hotels hat er gelernt, wie eine wirkungsvolle Beratung und Präsentation zum Thema Mineralwasser aussehen kann und zahlreichen Klienten in der Praxis das Umsatzpotenzial von Mineralwasser bewiesen. [Martin Schmitz](#) kennt das Gastronomie- und Hotelwesen ebenfalls aus dem Effeff. Bevor er sich als [Marketing-Manager, Dozent und Trainer](#) selbstständig machte, arbeitete der gelernte Hotelfachmann fast zehn Jahre im Gastronomie-, Hotellerie- und Tourismus-Marketing. Seit 2011 ist er Mitglied des Fachbeirats der Deutschen Hotelakademie (DHA), an der er zudem einen Lehrauftrag hat.

Wir wünschen Ihnen spannende Einblicke in die Welt des Mineralwasser-Marketings, die Sie dabei unterstützen, noch mehr aus dem Mineralwasser-Angebot im eigenen Betrieb zu machen!

Ihre Informationszentrale Deutsches Mineralwasser



Mineralwasser näher kennenlernen

Man kann nur erfolgreich verkaufen, was man gut kennt.

Daher sind hier die wichtigsten Argumente für Mineralwasser in Gastronomie und Hotellerie auf einen Blick zusammengefasst:

Natürlichkeit

Mineralwasser ist ein Getränk, das als Naturprodukt beim Gast ankommt. Dies entspricht dem Wunsch der Verbraucher nach naturbelassenen Produkten.

Qualitätsstandards

Mineralwasser gehört zu den am strengsten geprüften Lebensmitteln in Deutschland und ist das einzige Lebensmittel, das eine amtliche Anerkennung erhält.

Sicherheit

Mineralwasser bietet ein Höchstmaß an Sicherheit für Gast und Gastgeber. Die deutschen Mineralbrunnen gewährleisten die hohe Qualität ihres Produkts bis zum Gast.

Umsatzbringer

Mineralwasser hat im gastronomischen Angebot durch das attraktive Verhältnis von Einkaufs- und Verkaufspreis einen der höchsten Wertschöpfungsfaktoren. Zudem genießt Mineralwasser bei Gästen einen hohen Stellenwert. Diese Faktoren machen Mineralwasser zu einem herausragenden Umsatzbringer in der Gastronomie.

Zielgruppen

Mineralwasser lässt sich als kalorienfreier Durstlöcher für alle Gästegruppen bedenkenlos empfehlen.

Besondere Vielfalt

Aufgrund seiner natürlichen Entstehung gibt es in Deutschland eine Vielfalt von über 500 Mineralwässern. Jedes ist einzigartig in seiner Mineralisierung und seinem Geschmack und ist ein Spiegelbild seiner Entstehungsregion. Dadurch ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten und Anknüpfungspunkte für das Mineralwasser-Marketing.

Einfaches Handling

Mineralwasser bietet eine Arbeitserleichterung in den Abläufen von Gastronomie und Hotellerie, denn Aufwand und Verantwortung für Reinigung, Wartung und Qualitätskontrolle entfallen.

Transparenz

Mit dem Blick auf das Flaschen-Etikett können sich Gastronomen und Gäste genau über die Zusammensetzung und Herkunft des jeweiligen Mineralwassers informieren.

Image

Mit dem Angebot von Mineralwasser gibt der Gastronom ein klares Bekenntnis ab, höchste Ansprüche an die Qualität seiner Produkte zu stellen, ganz nach dem Motto: „Ich stehe für das, was ich verkaufe!“



Klare Unterschiede bei den Wassergattungen

Mineralwasser, Tafelwasser, Leitungswasser – für Gastronomen gibt es auf den ersten Blick verschiedene Möglichkeiten, dem Gast ein „Wasser“ anzubieten. Doch die Unterschiede in der Entstehung bzw. Herstellung der Wässer und in ihren Eigenschaften sind groß. Hier ein Überblick:

Natürliches Mineralwasser

Natürliches Mineralwasser ist ein reines Naturprodukt. Es stammt aus unterirdischen, vor Verunreinigungen besonders geschützten Quellen und muss laut Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO) direkt am Quellort in Flaschen abgefüllt werden. Seine ursprüngliche Qualität muss erhalten bleiben. Nur wenige Behandlungsverfahren sind erlaubt, wie die Zugabe oder Entnahme von Kohlensäure und der Entzug von Eisen und Schwefel. Außer Kohlensäure darf einem Mineralwasser nichts hinzugefügt werden. Zudem ist es das einzige amtlich anerkannte Lebensmittel in Deutschland. Das Anerkennungsverfahren umfasst über 200 geologische, chemische und mikrobiologische Untersuchungen.

Die MTVO legt genau fest, was ein natürliches Mineralwasser ausmacht, wie es etikettiert und verpackt sein muss. Strenge und kontinuierliche Kontrollen durch Behörden, unabhängige Institute und die Brunnenbetriebe garantieren Verbrauchern, Gastronomen und Hoteliers die konstant hohe natürliche Qualität von Mineralwasser – von der Quelle bis auf den Tisch des Verbrauchers.

Quellwasser

Quellwasser stammt aus unterirdischen Wasservorkommen und muss am Quellort abgefüllt werden. Es unterliegt der Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO), wird jedoch nicht amtlich anerkannt. In seiner Zusammensetzung muss es den Anforderungen an Trinkwasser entsprechen. An Quellwasser werden nicht dieselben hohen Reinheitsanforderungen gestellt wie an Mineralwasser.

Heilwasser

Auch Heilwasser entspringt unterirdischen und vor Verunreinigungen besonders geschützten Wasservorkommen. Aufgrund seines Mineralstoffgehalts besitzt es eine vorbeugende, lindernde oder heilende Wirkung, die anhand von wissenschaftlichen Studien belegt ist. Heilwasser ist eines der ältesten Naturheilmittel. Es muss als Arzneimittel amtlich zugelassen werden. Für Heilwässer gelten damit von allen Wasserarten die höchsten gesetzlichen Hürden.

Leitungswasser

Leitungswasser besteht in Deutschland zu etwa zwei Dritteln aus Grundwasser und zu einem Drittel aus Oberflächenwasser, also aus Flüssen, Seen oder Talsperren. Da Leitungswasser in den meisten Fällen aufbereitet werden muss, handelt es sich nicht um ein Naturprodukt. Für die Reinigung und Desinfektion sind zahlreiche Behandlungsverfahren und chemische Hilfsstoffe zugelassen. Die Qualität von Leitungswasser wird über die Trinkwasserverordnung geregelt. Die Trinkwasserversorger sind bis zur Wasseruhr, das heißt bis zum Hausanschluss, verantwortlich für die Qualität des Wassers. Die Verantwortung für Rohrleitungen und Wasserhahn trägt der Hauseigentümer.

Tafelwasser

Tafelwasser wird industriell hergestellt und ist daher kein Naturprodukt. Es kann ein Gemisch aus verschiedenen Wasserarten sein: Erlaubt sind Mineralwasser, Trinkwasser, Natursole und Meerwasser. Neben Kohlensäure dürfen auch Mineralstoffe hinzugefügt werden. Für die Mischungsverhältnisse gibt es keine gesetzlichen Vorschriften, es müssen jedoch die Anforderungen für Trinkwasser eingehalten werden.



Mineralwasser – seine natürliche Entstehung

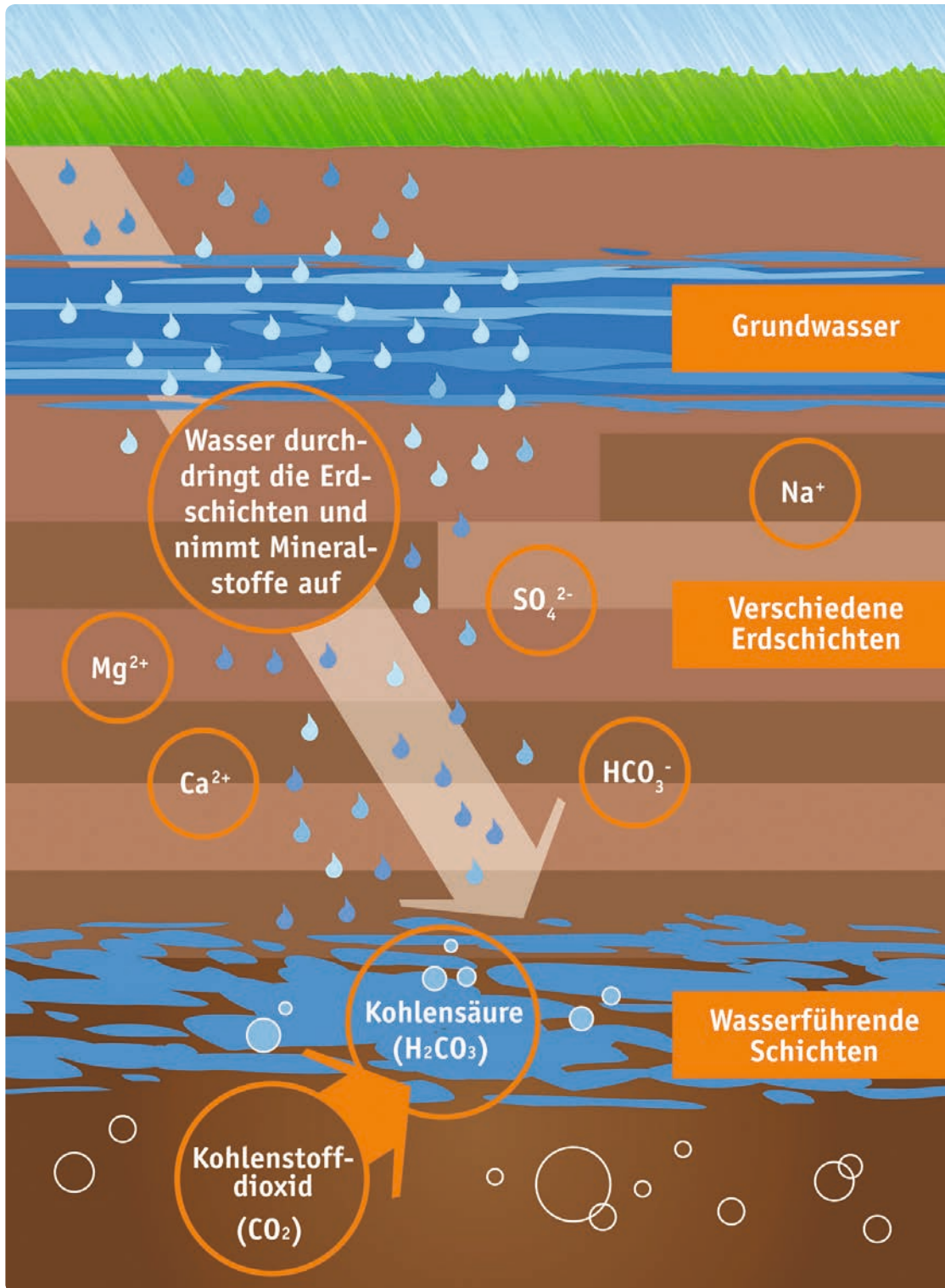
Das Besondere an natürlichem Mineralwasser ist seine Entstehung. Als Teil des natürlichen Wasserkreislaufs bleibt es von seinem Ursprung bis auf den Tisch des Gastes ein Naturprodukt. In Form von Regenwasser trifft es auf die Erde und sickert über Jahrzehnte – und manchmal sogar Jahrhunderte – immer tiefer ins Erdinnere. Auf diesem Weg wird es auf natürliche Weise durch den Boden und die verschiedenen Gesteinsschichten gefiltert und gereinigt. Gleichzeitig nimmt das Wasser natürliche Mineralstoffe und Spurenelemente auf, die es aus dem Gestein herauslöst, und erhält so seinen besonderen Charakter. Ob ein Mineralwasser zum Beispiel hauptsächlich Kalkstein oder Sandstein durchflossen hat, hat einen großen Einfluss auf seine Zusammensetzung.

Am Ende seiner Reise durch die Erd- und Gesteinsschichten sammelt sich das Mineralwasser unter einer schützenden Deckschicht, die es wie ein Dach vor Verunreinigungen schützt. Aus diesen Mineralwasser-Vorkommen fördern die Mineralbrunnenunternehmen das Naturprodukt und füllen es direkt am Quellort ab.

Welche Inhaltsstoffe in welcher Menge das Mineralwasser auf seinem Weg bis zur Quelle aufnimmt, hängt von vielen Faktoren ab. Zum einen von der Art der Gesteine im Untergrund, aber auch von der Temperatur im Erdinneren, der Fließgeschwindigkeit des Wassers, der Tiefe der Quelle oder auch davon, ob natürliche Kohlensäure vorhanden ist.

Jedes Mineralwasser zeichnet sich somit durch eine ganz eigene, je nach Region unterschiedliche Zusammensetzung aus. So ist jedes der über 500 deutschen Mineralwässer einzigartig in seinem Geschmack, doch sind alle nach den gleichen hohen Qualitätskriterien geprüft.

Das macht Mineralwasser auch für die Gastronomie und Hotellerie so attraktiv.
Ein natürliches und sehr vielfältiges Produkt mit einer spannenden Geschichte.
Damit birgt es jede Menge Potenzial!





Streng kontrolliert und sicher abgefüllt – von der Quelle bis zum Gast



Gesetzliche Grundlage für die Kontrolle und Abfüllung von natürlichem Mineralwasser ist die Mineral- und Tafelwasser-Verordnung (MTVO). Sie schreibt vor, wie Mineralwasser geprüft, abgefüllt und deklariert werden muss und unter welchen Bedingungen ein Wasser als „natürliches Mineralwasser“ bezeichnet werden darf. Die Qualitäts- und Sicherheitsstandards für deutsches Mineralwasser bewegen sich auf höchstem Niveau und bieten dem Gastronomen damit größtmögliche Produktsicherheit.

Amtliche Anerkennung

Zunächst bedarf es einer amtlichen Anerkennung des Mineralwassers. Dafür wird das Wasser in mehr als 200 Einzeluntersuchungen geologisch, chemisch und hygienisch-mikrobiologisch geprüft. Die MTVO schreibt unter anderem vor, dass Mineralwasser aus unterirdischen und vor Verunreinigungen geschützten Quellen stammen und direkt am Quellort abgefüllt werden muss. Darüber hinaus fordert die Verordnung, dass Mineralwasser von hoher natürlicher Qualität sein muss. Die Qualitätssicherung erfolgt bei den Mineralbrunnen kontinuierlich sowie zusätzlich in engmaschigen Kontrollen durch Behörden und unabhängige Institute.

Sichere Abfüllung

Bei der Mineralwasser-Abfüllung setzen die Mineralbrunnen auf vollautomatische Füllstraßen. Hygiene und Sicherheit stehen dabei an erster Stelle. Mehrwegflaschen werden sorgfältig sortiert und gereinigt. Nach dem Befüllen werden die Flaschen stets mit einem fabrikneuen Verschluss versehen und etikettiert.

Um die natürliche Qualität von Mineralwasser zu bewahren, darf außer Kohlensäure nichts hinzugefügt werden. Aus geschmacklichen und optischen Gründen dürfen dem Mineralwasser lediglich Eisen und Schwefel entzogen werden.



Verantwortung und Sicherheit

Die Qualitätsanforderungen, die der Gesetzgeber an Mineralwasser stellt, sind hoch. Für die Brunnenbetriebe bedeutet dies, dass die Fachkräfte für Qualitätssicherung ihr Mineralwasser mehrmals täglich genau unter die Lupe nehmen. Ein eigenes Labor zur Überprüfung des Mineralwassers gehört bei den Mineralbrunnen zum Standard. Zusammen mit Kontrollen der Lebensmittelbehörden und Untersuchungen unabhängiger externer Labore ergibt sich ein breites Sicherungsnetz. Moderne Abfüllanlagen und strenge Hygienevorschriften in den Brunnenbetrieben tragen ebenfalls dazu bei, dass natürliches Mineralwasser Verbrauchern und Gastronomen ein Höchstmaß an Sicherheit bietet.

Anders als bei anderen Wassergattungen und Wasserangeboten brauchen sich Gastronomen um die Qualitätssicherung von Mineralwasser nicht zu sorgen, denn die Sicherheit und Qualität von Mineralwasser in der verschlossenen Flasche gewährleisten die Mineralbrunnenbetriebe. Es liegt lediglich in der Verantwortung des Gastronomen, dass das Naturprodukt in seinem originalen Zustand – also ursprünglich rein, streng geprüft und hygienisch einwandfrei – den Gast erreicht.

Deshalb gilt:

Mineralwasser muss in der verschlossenen Flasche serviert werden

Ein „Glas Mineralwasser“ kann es in der Gastronomie und Hotellerie nicht geben, denn Mineralwasser muss in der verschlossenen Flasche serviert werden. Zwar nimmt der Mineralbrunnen dem Gastronomen die Qualitätssicherung für das Naturprodukt ab, jedoch steht der Gastronom in der Verantwortung, seinen Gästen das Mineralwasser auch im „Originalzustand“ zu servieren und die Flasche erst vor ihren Augen zu öffnen.

Dies ist in der Mineral- und Tafelwasser-Verordnung gesetzlich verankert. Sie gilt für „Inverkehrbringer“ von Mineralwasser, zu denen auch Gastronomie, Hotellerie sowie Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung zählen (§ 1 MTVO).

Mit Blick auf die Abfüllung und die Verpackung von natürlichem Mineralwasser ist § 7 der MTVO zu beachten: Mineralwasser muss am Quellort in die für den Endverbraucher bestimmten Fertigpackungen abgefüllt (§ 7 Abs. 1) und mit einem Verschluss versehen werden, der geeignet ist, Verfälschungen und Verunreinigungen zu vermeiden (§ 7 Abs. 2). Zweck dieser Bestimmung ist es, Reinheit und Quellfrische des Produktes bis auf den Tisch des Verbrauchers zu garantieren. Das bindet den Inverkehrbringer. Er muss die Originalität gewährleisten und das bedeutet: Er muss dem Gast die original verschlossene Flasche servieren und darf sie erst am Tisch vor den Augen des Gastes öffnen.

Lagerung und Haltbarkeit

Für den optimalen Mineralwassergenuss empfiehlt es sich, Mineralwasser stets kühl und lichtgeschützt zu lagern. Ein Mindesthaltbarkeitsdatum ist gesetzlich vorgeschrieben und meist auf zwei Jahre bei Glasflaschen bzw. ein Jahr bei PET-Flaschen datiert.



Transparenz und Information – das Etikett

① **MUSTERQUELLE**

② **SPRUDELHAUSEN**

③ **Natürliches Mineralwasser
mit Kohlensäure versetzt**

Kationen:		Anionen:	
④ Natrium	0,0 mg/l	Fluorid	0,0 mg/l
Kalium	0,0 mg/l	Chlorid	0,0 mg/l
Calcium	0,0 mg/l	Sulfat	0,0 mg/l
Magnesium	0,0 mg/l	Bicarbonat	0,0 mg/l

⑤ Zusammensetzungen entsprechen den Ergebnissen der amtlich anerkannten Analyse vom 01.06.2018, Institut Wasserius

⑥ Mineralquelle Sprudelhausen
Sprudelstraße 1, 12345 Sprudelhausen

⑦ **0,7 l**

⑧ **MINDESTENS HALTBAR BIS ENDE „DATUM“**

Das Flaschenetikett ist die Visitenkarte eines Mineralwassers. Es bietet Gastronomen und Gästen Transparenz durch eine Vielzahl wichtiger Informationen, die verbindlich vorgeschrieben sind:

- ① Name der Quelle
- ② Ort der Quellanutzung
- ③ Verkehrsbezeichnung „Natürliches Mineralwasser“, ggf. ergänzt um Kohlensäure-Deklaration
- ④ Deklaration der charakteristischen Inhaltsstoffe
- ⑤ Optional: Hinweis auf Analysedatum und Name des Prüfinstituts
- ⑥ Inverkehrbringer/Abfüller mit zustellungsfähiger Anschrift
- ⑦ Füllmenge
- ⑧ Mindesthaltbarkeitsdatum

Gut zu wissen:

Ist das Analysedatum schon etwas älter, ist das kein Grund zur Beunruhigung. Das Datum zeigt nicht den Zeitpunkt der letzten Prüfung an, sondern belegt, dass das Mineralwasser seitdem in seiner Zusammensetzung unverändert geblieben ist.



Kohlensäure – das verrät das Etikett

Auf dem Etikett ist auch die Herkunft der Kohlensäure vermerkt:

- **Natürliches kohlenstoffhaltiges Mineralwasser**
Das Mineralwasser enthält die gleiche Menge eigener Quellsäure in der Flasche wie am Quellaustritt.
- **Natürliches Mineralwasser mit eigener Quellsäure versetzt**
Das Mineralwasser enthält mehr Kohlensäure in der Flasche als am Quellaustritt; das zugesetzte CO₂ (Kohlenstoffdioxid) muss aus dem gleichen Quellvorkommen stammen.
- **Natürliches Mineralwasser mit Kohlensäure versetzt**
Das Mineralwasser enthält CO₂ anderer Herkunft.

Kohlensäure im Mineralwasser

Kohlensäure (H₂CO₃) entsteht, wenn Kohlenstoffdioxid (CO₂) in Wasser (H₂O) gebunden wird. Das Kohlenstoffdioxid wird beim Abkühlen und Erstarren von Magma tief im Erdinneren freigesetzt. Das Gas steigt durch die Erdschichten empor. Trifft es auf eine wasserführende Schicht, nimmt das Wasser das Kohlenstoffdioxid auf und bindet es als Kohlensäure.

Das Prickeln der Kohlensäure ist zumeist das erste, was wir beim Trinken eines klassischen bzw. kohlenstoffreduzierten Mineralwassers wahrnehmen. Kohlensäure löst am Gaumen und auf der Zunge einen leichten Reiz aus, der von vielen Menschen als angenehm empfunden wird. Je stärker dieser Reiz durch einen höheren Kohlensäuregehalt im Mineralwasser hervorgerufen wird, desto mehr tritt der Geschmack der Mineralstoffe in den Hintergrund. Dafür werden Säure und Bitterkeit geschmacklich stärker wahrgenommen. Wer dies einmal selbst testen möchte, probiert zunächst ein klassisches Mineralwasser und schüttelt anschließend die Kohlensäure heraus. Der Unterschied wird deutlich zu schmecken sein.

Da Kohlensäure die Geschmackspapillen auf der Zunge reinigt, sorgt sie auch für ein angenehm frisches Mundgefühl. Daher eignet sich ein kohlenstoffhaltiges Mineralwasser auch hervorragend zwischen zwei Menü-Gängen, da durch die Kohlensäure Geschmacksunterschiede wieder besser wahrgenommen werden und somit der Genuss beim nächsten Gang erhöht wird. Als Aperitif ist Mineralwasser mit Kohlensäure nicht nur eine gute Erfrischung, sondern regt beim Gast auch den Appetit an.



Angaben zu Mineralstoffen auf dem Etikett

Mineralstoff	Hinweis auf dem Etikett	Bedeutung
Magnesium	„magnesiumhaltig“	Das Mineralwasser enthält mehr als 50 mg/l Magnesium.
Calcium	„calciumhaltig“	Das Mineralwasser enthält mehr als 150 mg/l Calcium.
Natrium	„natriumhaltig“ „geeignet für eine natriumarme Ernährung“	Das Mineralwasser enthält mehr als 200 mg/l Natrium. Das Mineralwasser enthält weniger als 20 mg/l Natrium.
Bicarbonat/ Hydrogencarbonat*	„bicarbonathaltig“ oder „hydrogencarbonathaltig“	Das Mineralwasser enthält mehr als 600 mg/l Bicarbonat/ Hydrogencarbonat.
Sulfat	„sulfathaltig“	Das Mineralwasser enthält mehr als 200 mg/l Sulfat.

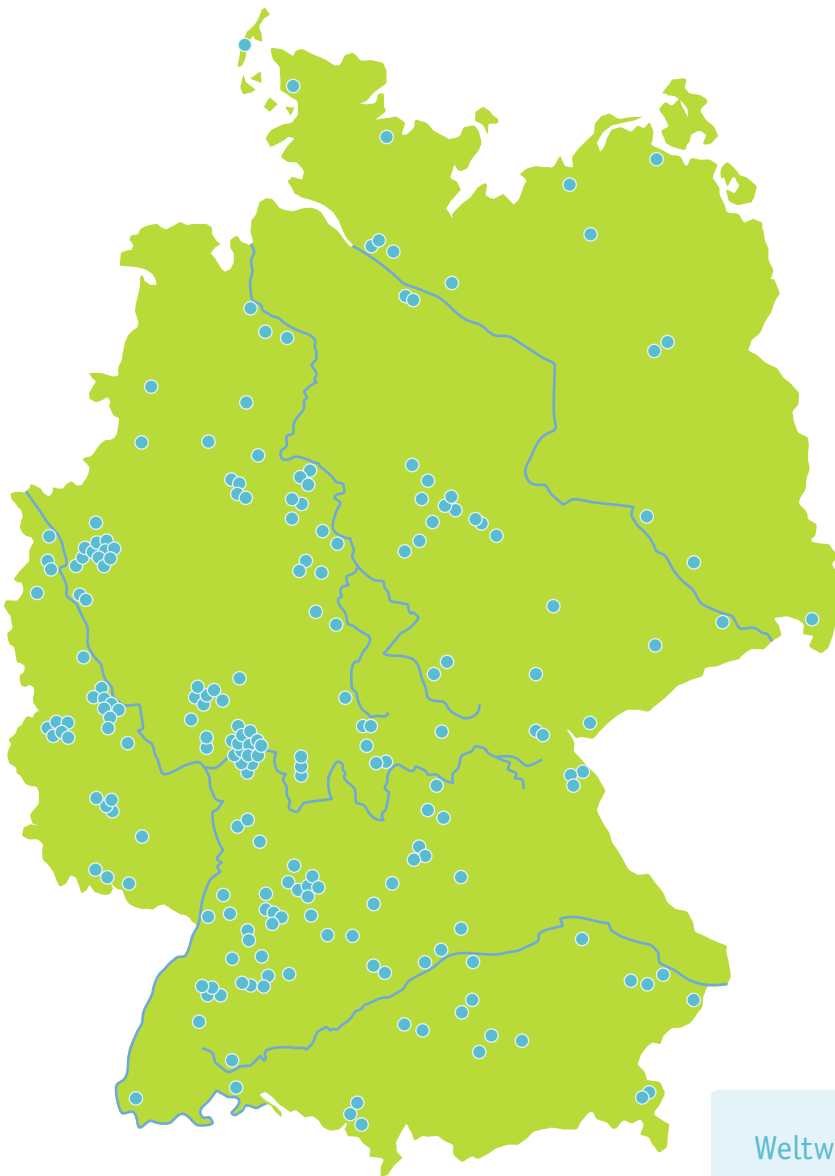
* Die Begriffe „Bicarbonat“ und „Hydrogencarbonat“ können synonym verwendet werden und bezeichnen beide den Stoff HCO_3^- .

Hinweis auf dem Etikett	Bedeutung
„Mit hohem Gehalt an Mineralien“	Der Gehalt aller Mineralstoffe in diesem Mineralwasser beträgt zusammen mehr als 1.500 mg/l.
„Mit geringem Gehalt an Mineralien“	Der Gehalt aller Mineralstoffe in diesem Mineralwassers beträgt zusammen nicht mehr als 500 mg/l.
„Mit sehr geringem Gehalt an Mineralien“	Der Gehalt aller Mineralstoffe in diesem Mineralwasser beträgt zusammen nicht mehr als 50 mg/l.



Mineralwasser-Vielfalt – Ihre Region kann sich schmecken lassen!

Die Frage nach der Herkunft der Lebensmittel, die wir verzehren, beschäftigt immer mehr Menschen. Und damit einher geht auch die Nachfrage nach regionalen und heimischen Produkten. Diesen Trend kann Mineralwasser optimal bedienen, denn jedes Mineralwasser ist ein Spiegelbild seiner Entstehungsregion und mit über 500 Mineralwässern ist Deutschland ein echtes Mineralbrunnenland. Diese Vielfalt ist weltweit einzigartig und den geologischen Gegebenheiten im Zusammenspiel mit günstigen Niederschlagsverhältnissen zu verdanken.



Weltweit einzigartig:
die Vielzahl der Mineral-
brunnen in Deutschland



Auch das Thema Nachhaltigkeit von Lebensmitteln hat für viele Verbraucher einen hohen Stellenwert. Die deutschen Mineralbrunnen unterstützen den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen, indem sie der sogenannten „Entnahmeregelung“ unterliegen. Das bedeutet, dass sie höchstens so viel Mineralwasser aus ihren Quellen entnehmen, wie in Folge des natürlichen Wasserkreislaufs nachfließt. Durch die Vielzahl an Mineralbrunnen in Deutschland ist an jedem Ort des Landes die nächste Mineralwasserquelle nicht weit. Die Entscheidung, regionale Mineralwässer in das gastronomische Angebot aufzunehmen, ist damit auch ein Bekenntnis zur eigenen Region, das sich positiv auf das Image des Betriebs auswirkt.

Geschmackliche Vielfalt

Häufig liest man die Aussage: Mineralwasser ist geschmacksneutral. Weit gefehlt! Jedes Mineralwasser zeichnet sich durch ein individuelles geschmackliches Profil aus, das maßgeblich von den darin gelösten Mineralstoffen geprägt wird. Folgende Übersicht zeigt, welche geschmackliche Wirkung einzelne Mineralstoffe haben:

Natrium	=	salzig
Magnesium	=	bitter
Calcium	=	säuerlich
Chlorid	=	bitter
Sulfat	=	herb-bitter

Jedes der rund 500 Mineralwässer in Deutschland verfügt über eine ganz individuelle Zusammensetzung an verschiedenen Mineralstoffen. Zusammengenommen bietet das Mineralbrunnenland Deutschland eine vielfältige Genusswelt, die Gastronomen die Möglichkeit gibt, ihren Gästen eine geschmackliche Auswahl anzubieten.

Die sensorische Beschreibung eines Mineralwassers erfordert ein wenig Erfahrung. Mithilfe eines Mineralwassersommeliers lassen sich aber schnell die Besonderheiten der angebotenen Mineralwässer identifizieren und für die Beratung der Gäste aufbereiten.

Unser Tipp

Sprechen Sie Ihren Mineralwasser-Anbieter an und fragen Sie nach dem Geschmacksprofil seines Mineralwassers. Nutzen Sie diese Informationen aktiv für das Mineralwasser-Angebot Ihres Hauses! Die deutschen Mineralbrunnen finden Sie über den „Brunnenfinder“ auf www.mineralwasser.com.



Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs im Laufe der Jahre

Das im Laufe der Jahre gewachsene Qualitäts- und Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher spiegelt sich auch im Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser wider. Waren es 1970 noch 12,5 Liter Mineralwasser, die jeder Deutsche pro Jahr trank, überschritt der Verbrauch bereits zur Jahrtausendwende die 100-Liter-Marke. Der positive Trend hat sich seitdem weiter fortgesetzt, sodass der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser im Jahr 2017 über 144 Litern lag.



Was trinken die Deutschen am liebsten?

Es ist eine Eigenart der Deutschen: Nirgendwo auf der Welt mögen Verbraucher die Kohlensäure im Glas so gerne wie bei uns. Kohlensäurehaltige Mineralwässer sind hierzulande noch immer erste Wahl. Über 80 Prozent des verkauften Mineralwassers entfallen auf kohlensäurehaltige Wässer, also den klassischen Sprudel und „Medium“-Wässer mit reduziertem Kohlensäuregehalt. Die Nachfrage nach stillem Mineralwasser wächst allerdings seit Jahren stetig an und macht inzwischen etwa 17 Prozent des gesamten Mineralwasser-Absatzes aus.



Wie denken Ihre Gäste über Mineralwasser?

Im Rahmen einer repräsentativen *forsa*-Umfrage im Auftrag der Informationszentrale Deutsches Mineralwasser wurden Verbraucher zum Thema „Natürliches Mineralwasser“ befragt. Die Ergebnisse unterstreichen die hohe Akzeptanz und Beliebtheit des Naturprodukts hierzulande:

- Alle Altersgruppen schätzen die Natürlichkeit, die Qualität und den Geschmack von Mineralwasser: 89% geben Mineralwasser das Attribut „natürlich“, 87% „qualitativ hochwertig“ und 76% „lecker“.
- Natürliches Mineralwasser ist grundsätzlich für nahezu jeden Gast interessant – nur 2% der Befragten schmeckt Mineralwasser nicht.
- Die Potenziale, die Mineralwasser als Begleitgetränk bietet, sind groß. Denn bisher bestellen nur 2% der Befragten zu einem alkoholischen Getränk wie Bier oder Wein ein Mineralwasser.
- Verbraucher kennen die Eigenschaften von Mineralwasser und schätzen es wegen seiner hohen Qualität und der Sicherheit.

Gründe für die Bestellung von Mineralwasser im Restaurant:





Vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Mineralwasser

Gastronomen können Mineralwasser als Natur- und Qualitätsprodukt auf vielfältige Art und Weise in ihr Getränkeangebot integrieren. Wer mit Mineralwasser seinen Getränkeumsatz steigern will, sollte die Einsatzmöglichkeiten kennen und dem Gast diese konkret vor Augen führen.



Mineralwasser als genussvoller Aperitif oder Begleiter zum Essen

- Kohlensäurehaltiges Mineralwasser ist ein optimaler **Erfrischer vor dem Essen**. Es regt den Magen an und verhindert, dass alkoholhaltige Getränke zu schnell ihre Wirkung zeigen. Auf den gesamten Abend gesehen, erhöht das die Trinkmenge des Gastes und ist damit auch für den Gastronomen von Vorteil.
- Ein besonderer **Wein** ist für viele Gäste ein Ausdruck von Genuss. Das begleitende Wasser sollte in seiner Qualität nicht zurückstehen. Mineralwasser bereitet den Gaumen auf das Weinerlebnis vor und kann – bei der richtigen Auswahl – die Wesensarten eines Weins positiv unterstreichen.
- Mineralwasser ist auch ein optimaler **Speisenbegleiter und Muntermacher** bei ausgiebigen Menüs. Individuell ausgewählte Mineralwässer runden das Gourmeterlebnis des Gastes ab. Ein leicht mineralisiertes Mineralwasser zur Vorspeise, gefolgt von einem Mineralwasser mit hohem Mineralstoffgehalt zum Hauptgericht und zum Dessert ein kohlensäurereduziertes Mineralwasser: Dies sind nur einige Beispiele, wie Gastronomen mit passend ausgewählten Mineralwässern die Service-Qualität ihres Betriebs unterstreichen und ihren Gästen darüber hinaus eine kleine „Reise“ durch die vielfältige Mineralwasser-Welt bieten können.



Eine kleine Weinkunde

Stammen Mineralwasser und Wein aus derselben Gegend, passen sie gewöhnlich gut zueinander. Es sind die gleichen Böden, deren Mineralstoffe den Geschmack bestimmen. Die Ausnahme zur Regel: Sind die Böden stark mineralstoffhaltig, sind Wein und Mineralwasser zumeist Einzelgänger. Für eine individuellere Auswahl bieten sich folgende harmonische Kombinationen an:

- Zu jungen, säurebetonten Weißweinen wie Riesling oder Sauvignon Blanc passen Mineralwässer mit wenig Kohlensäure.
- Junge, dezente Weißweine können durch Mineralwässer mit viel Kohlensäure belebt werden.
- Bei Weißweinen aus dem Holzfass helfen ein wenig Kohlensäure und eine höhere Mineralisierung, damit der Wein lebendiger erscheint.
- Bei Rotweinen ist die Wahl klar. Ein stilles, leicht mineralisiertes Mineralwasser eignet sich am besten als Begleiter!



Mineralwasser als Zutat in Mixgetränken

Die Beliebtheit hausgemachter Cocktails, Limonaden oder Schorlen eröffnet Gastronomen bei der Preisgestaltung interessante Spielräume. Dies weckt aber auch große Erwartungen beim Gast. Wer sie nicht enttäuschen möchte, muss auf hochwertige, natürliche Zutaten setzen. Mineralwasser eignet sich durch seine Qualität und Spritzigkeit optimal als Füllgetränk und sollte daher in jedem gastronomischen Betrieb erste Wahl sein.

Zubereitungstipps für Mixgetränke mit Mineralwasser

- Mineralwasser muss als Zutat kalt und frisch sein.
- Mineralwasser immer als letzte Zutat hinzugeben, am besten direkt in das Glas unmittelbar vor dem Servieren.
- Fruchtcocktails schmecken am besten mit einem stillen Mineralwasser.
- Cocktail-Klassiker wie Mojito oder Gin Fizz gelingen perfekt mit kohlenstoffhaltigem Mineralwasser.

Die Mineralwasser-Vielfalt gibt Barkeepern kreativen Freiraum: Durch Verwendung unterschiedlicher Mineralwässer können sie den Geschmack immer wieder leicht verändern und perfektionieren. Zusätzliche Inspiration für die Entwicklung besonderer Mixgetränke mit Mineralwasser finden Gastronomen auf der Website der Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM) – www.mineralwasser.com.



Mineralwasser und Kaffee



Mineralwasser und Kaffee sind die beiden beliebtesten alkoholfreien Getränke der Deutschen und auch in Kombination eine stimmige Sache. Sie steigern nicht nur den Genuss des Gastes, sondern bescheren dem Gastronomen einen doppelten Getränkeabsatz – wenn die richtigen Argumente für ein Mineralwasser zum Kaffee genannt werden.

Jedes Kaffeegetränk – ob Latte Macchiato, Espresso oder der klassische Filterkaffee – findet in Mineralwasser einen guten Begleiter. Gründe dafür gibt es genügend: Mineralwasser bereitet die Geschmacksknospen im Mund auf die intensiven Aromen des Kaffeegetränks vor und rundet den Geschmack ab. Insbesondere Mineralwässer ohne Kohlensäure passen in vielen Situationen hervorragend zum Kaffeegetränk.

i Mineralwasser-Tipps

- Bei einem zu stark gekühlten Mineralwasser ziehen sich die Geschmacksknospen im Mund zusammen. Die Folge: Der Geschmack von Kaffee und Mineralwasser kommt nicht mehr optimal zur Geltung. Servieren Sie daher zum Kaffee ein Mineralwasser mit Zimmertemperatur.
- Mineralwässer ab einem Gehalt von 1.300 Milligramm Hydrogencarbonat pro Liter wirken wie ein Säurepuffer. Sie neutralisieren die Gerbsäure im Kaffee und machen ihn so bekömmlicher.

Mineralwasser und Whisky



Whisky steht wie kaum ein anderes alkoholhaltiges Getränk für stilvollen Genuss. Dementsprechend anspruchsvoll können Gäste sein, die in einem Restaurant oder einer Bar ein Glas Whisky bestellen. Für den bestmöglichen Whisky-Genuss sollte der Service auch ein passendes Mineralwasser empfehlen können. Hier die wichtigsten **Tipps** für die Beratung der Gäste:

- Zwischen zwei Whiskys eignet sich ein Mineralwasser mit viel Kohlensäure ideal, um Gaumen und Geschmacksnerven zu reinigen und auf den nächsten Schluck vorzubereiten.
- Beim sogenannten „Nosing“ wird durch Zugabe von etwas Wasser erreicht, dass der Whisky seine gesamte Duftwelt von rauchig bis fruchtig freigibt. Um das Aroma des Whiskys zu erhalten, empfehlen sich leicht mineralisierte Mineralwässer ohne Kohlensäure.
- Ob als Begleitgetränk oder um das Aroma zu steigern: Ein weiches, gering mineralisiertes Mineralwasser hebt die Geschmacksvielfalt eines hochwertigen Whiskys perfekt hervor.



Den Umsatz steigern durch aktives Marketing



Es gibt viele Möglichkeiten für Gastronomie- und Hotelbetriebe, den Umsatz mit Hilfe von Mineralwasser zu steigern. Die einmalige Entstehungsgeschichte und die positiven Produkteigenschaften machen Mineralwasser für Konsumenten besonders attraktiv. Gastronomen bieten sich hierbei viele Anknüpfungspunkte für aktives Marketing. Darüber hinaus liegt das Verkaufspotenzial von Mineralwasser in seinem besonders attraktiven Verhältnis von Kosten und Ertrag.

Die Möglichkeiten, die Mineralwasser-Vermarktung im eigenen Haus zu optimieren und den Umsatz mithilfe von Mineralwasser zu steigern, sind vielfältig. Das Spektrum reicht von der richtigen Präsentation über verkäuferische Schulungen der Servicemitarbeiter bis hin zur eigenen Mineralwasserkarte. Insbesondere im Marketing schlummern häufig noch ungenutzte Potenziale. Für eine erfolgreiche Vermarktung von Mineralwasser empfiehlt Marketing-Experte Martin Schmitz vor allem die folgenden sechs Bereiche zu aktivieren, die auch als „Marketing-Mix“ bezeichnet werden:

- Personalpolitik: „Ihr Personal wird fit für den Mineralwasser-Verkauf.“
- Prozesspolitik: „Ihre Service- und Beratungsstandards für mehr Mineralwasser-Umsatz.“
- Distributionspolitik: „Ihre Anreize für den Mineralwasser-Verkauf.“
- Preispolitik: „Ihre Preisgestaltung für verschiedene Mineralwässer und entsprechende Einsatzbereiche.“
- Produktpolitik: „Ihr Mineralwasser-Angebot abgestimmt auf Ihr Gastro-Konzept.“
- Kommunikationspolitik: „Ihre Präsentation von Mineralwasser auf der Karte.“



Mineralwasser verkaufen, aber richtig!

Gute Service-Mitarbeiter zeichnen sich unter anderem dadurch aus, dass sie gute Verkäufer sind. Damit leisten sie einen erheblichen Beitrag zum wirtschaftlichen Wohlergehen des Betriebs. Wichtig ist daher neben der Produktkenntnis jedes Service-Mitarbeiters auch dessen Einstellung. Um spürbare Umsatzsteigerungen durch Mineralwasser zu erreichen, ist es sinnvoll, Service- und Beratungsstandards einzuführen und die Mitarbeiter darin zu schulen.

Wie lässt sich der Verkauf von Mineralwasser optimieren?

Jeder Service-Mitarbeiter kennt die Situation: Bei der Getränkeauswahl herrscht oft eine gewisse Ratlosigkeit unter den Gästen. Das bietet dem Service die große Chance, den Gast zu beraten und ihm einen echten Umsatzbringer, wie zum Beispiel Mineralwasser, zu empfehlen.

Verkaufen sollte immer als motivierende Beratung des Gastes verstanden werden, die ihn bei der Wahl seines Getränkes unterstützt. Es geht darum, die positiven Eigenschaften eines Produkts hervorzuheben, was bei einem hochwertigen Naturprodukt wie Mineralwasser spielend leicht gelingt.

Die richtigen Argumente: Unterstützung der Service-Mitarbeiter

Überlegen Sie – auch mithilfe dieser Broschüre –, welche positiven Eigenschaften Ihres Mineralwasser-Angebots den Gast zur Bestellung motivieren könnten. Fassen Sie maximal zehn kurze Stichworte auf einem Merkblatt zusammen, das Sie Ihren Mitarbeitern zur Verfügung stellen, zum Beispiel in einem Warenkunde-Ordner im Thekenbereich. Die Argumente für Mineralwasser können von den Service-Mitarbeitern schnell und einfach nachgelesen und später im Verkaufsgespräch mit dem Gast genutzt werden.



Die Psychologie des Verkaufens

Aus wirtschaftlicher Sicht ist es für Gastronomen wichtig, die Umsatzbringer der Getränkekarte – und dazu zählt Mineralwasser – besonders häufig zu verkaufen. Damit sich der Gast auch genau für diese Umsatzbringer entscheidet, ist ein wenig psychologisches Hintergrundwissen auf Verkäuferseite wichtig.

Für den Gast gibt es zahlreiche Gründe, eine Flasche Mineralwasser zu bestellen. Eines haben all diese **Motive** jedoch gemeinsam: einen bestimmten Wunsch, der mit der Bestellung von Mineralwasser einhergeht. Zum Beispiel:

- Der Wunsch nach einem kühlen und erfrischenden Durstlöscher.
- Der Wunsch nach natürlicher Ernährung ohne künstliche Zusätze.
- Der Wunsch nach einem kalorienfreien Lebensmittel.
- Der Wunsch nach dem perfekten Weingenuss durch das begleitende Mineralwasser.
- Der Wunsch, einen feierlichen Abend lange genießen zu können.
- Der Wunsch nach einer optimalen Speisenbegleitung durch Mineralwasser.

Service-Mitarbeiter sind nicht nur zum Aufnehmen von Bestellungen da. Gute Service-mitarbeiter machen dem Gast Lust auf die angebotenen Produkte, indem sie deren positive Eigenschaften vermitteln. Dieses Rollenverständnis im eigenen Betrieb zu verankern, ist ein großer Schritt auf dem Weg zu mehr Umsatz mit Mineralwasser.

Gastronomen erzählen eine Story

Eng verbunden mit dem Aspekt „Wünsche erkennen“ ist auch das „Storytelling“. Was für nahezu jedes Geschäftsmodell zutrifft, ist bei einem emotionalen Thema wie Essen und Trinken noch bedeutender. Denn die Ernährung hat im täglichen Leben einen großen Stellenwert. Nahrung ist „Motor“ des Körpers und beeinflusst Fitness und Wohlbefinden. Wer hier individuelle Dinge zum Produkt erzählen kann, steigert seine Erfolgsaussichten.

Studien bestätigen immer wieder, dass sich Kunden insbesondere für Geschichten rund um die angebotenen Produkte interessieren. Für den Mineralwasser-Service bieten sich hier verschiedene Anknüpfungspunkte für eine Story: Das kann die spezifische Mineralisierung eines Mineralwassers sein, wenn Sie zum Beispiel eine Sportlerbar oder ein Vereinslokal führen und aus diesem Grund ein natriumhaltiges Mineralwasser anbieten. Das kann aber auch der besondere Ursprung des von Ihnen angebotenen Mineralwassers sein, das aus Ihrer Region stammt oder über dessen Entstehung oder Quelle Sie interessante Details berichten können.



Solche **Details** könnten sein:

- Die Quelle liegt in einem ehemals vulkanisch aktiven Gebiet, sodass ihr Wasser aufgrund seiner Entstehungsgeschichte viel natürliche Kohlensäure enthält.
- Bereits seit mehreren Hundert Jahren wird die Quelle von Menschen genutzt und hat damit eine herausragende historische Bedeutung für die Region.
- Das Wasser stammt aus einer sogenannten „artesischen Quelle“, die durch Überdruck von allein an die Erdoberfläche gelangt, ohne dass der Mensch mit Pumpen nachhelfen muss.

Sie können Ihre Gäste aber auch sachkundig darüber informieren, dass Mineralwasser immer in der verschlossenen Flasche serviert werden muss und dies ein besonderes Qualitätsmerkmal von Mineralwasser ist. Solche „Wussten Sie eigentlich, dass...“-Geschichten sind stets geeignet, um eine emotionale Bindung zu den Gästen aufzubauen und ihnen als guter Gastgeber im Gedächtnis zu bleiben.

Auf folgende Fragen sollte der Service immer vorbereitet sein bzw. die genannten Aspekte aktiv im **Verkaufsgespräch** einsetzen:

1. Warum bieten Sie dieses Mineralwasser an?
2. Welche Besonderheiten weist das Mineralwasser auf?
3. Woher stammt das Mineralwasser?
4. Was zeichnet den Mineralbrunnen aus?
5. Was macht dieses Mineralwasser so empfehlenswert?

Um diese Fragen problemlos beantworten zu können, reicht meist schon ein Besuch der jeweiligen Internet-Präsenz des Mineralbrunnens. Hier können Sie ganz leicht einige spannende Zahlen, Daten und Fakten in Erfahrung bringen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich beim jeweiligen Mineralbrunnen über die wichtigsten Fakten und Besonderheiten der Produkte zu informieren.

Mitarbeiter-Briefing

Wer zu jedem Mineralwasser eine unterhaltsame Geschichte erzählen kann, wird vermutlich mehr von dem Getränk verkaufen. Die interessantesten Fakten sollten im Theken-Bereich hinterlegt und für die Service-Mitarbeiter jederzeit gut einsehbar sein.



Welches Mineralwasser passt zu meinem Gastro-Konzept?

Kennzeichen eines stimmigen gastronomischen Konzeptes ist, dass es sich in allen Bereichen des Betriebs – von der Einrichtung bis zum Speisen- und Getränkeangebot – widerspiegelt. Der Rat an alle Gastronomen kann nur lauten: Seien Sie Perfektionist, natürlich auch bei der Mineralwasser-Auswahl! Die enorme Vielfalt an heimischen Mineralwässern macht es möglich.

Folgende Beispiele zeigen, wie besondere Eigenschaften von Mineralwässern sinnvoll in ein gastronomisches Konzept integriert werden können:

Regionalität

Wer Spezialitäten aus der Region anbietet, stärkt seine Marke durch eine Auswahl regionaler Mineralwässer.

Fine Dining

Das Versprechen, dem Gast gehobenes Niveau zu bieten, sollte sich auch im Mineralwasser-Angebot niederschlagen. Eine größere Auswahl an Mineralwässern und ein edles Flaschen-design, wie es die Mineralbrunnen exklusiv für Gastronomie und Hotellerie anbieten, gehören hier zu den wichtigen Kriterien.

Cafés

Stehen Süßspeisen im Zentrum des kulinarischen Angebots, passen leicht mineralisierte Mineralwässer gut auf die Karte. Sie eignen sich ideal als Begleiter zu feinem Backwerk.

Wellness

Restaurants, die in den Betrieb eines Wellnesshotels integriert sind, können Mineral- und Heilwässer mit anerkannter ernährungsphysiologischer Wirkung anbieten und damit den Wohlfühl-Faktor des Hotels unterstreichen.

Ausflugslokal

Wer einen gastronomischen Betrieb führt, der viele Tagesreisende – z. B. Radfahrer oder Wanderer – anzieht, hat die Möglichkeit, ein „Sportler-Mineralwasser“ mit einer bestimmten Mineralisation (wie zum Beispiel Natrium oder Magnesium) anzubieten.

Steak-Restaurant

Stehen würzige Fleischgerichte auf der Karte, empfehlen sich verschiedene Mineralwässer ohne Kohlensäure, die auch einen höheren Mineralstoffgehalt haben können. Die Weichheit des stillen Wassers und die Mineralstoffe unterstützen den intensiven Geschmack der Gerichte.



Diese Beispiele sollen Gastronomen Anregungen für die Auswahl passender Mineralwässer im eigenen Betrieb geben. Entscheidend hierbei ist die Vermarktung nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“. Die bewusste Entscheidung für ein bestimmtes Mineralwasser-Angebot sollte dem Gast auch vermittelt werden, zum Beispiel in der direkten Ansprache oder über eine Mineralwasserkarte, um einen größeren Effekt zu erzielen. Werden die Erwartungen des Gastes dadurch übertroffen, steigen die Chancen auf eine wertvolle Weiterempfehlung. Der aus Marketing-Sicht ideale Leitsatz lautet dann: „Tue Gutes und lasse jemand anderen darüber reden“.



Kalkulation und Preisgestaltung des Mineralwasser-Angebots

Natürliches Mineralwasser zählt neben Kaffeegetränken zu den wichtigsten Umsatzbringern für Gastronomen. Das liegt zum einen am attraktiven Verhältnis von Einkaufs- und Verkaufspreis, welches durch die hohe Akzeptanz von Mineralwasser als Natur- und Qualitätsprodukt möglich wird. Außerdem entfallen bei Mineralwasser Investitions- und Instandhaltungskosten für technische Geräte, wie sie für andere Getränkesorten üblich sind (Beispiel: Kaffeefullautomaten). Als Begleitetränk – zum Beispiel zu Speisen, Wein oder Whisky – liefert Mineralwasser dem Gastronomen zusätzliche Umsatzpotenziale.



Die Voraussetzungen, die Mineralwasser für eine erfolgreiche Wertschöpfung bietet, sind ausgezeichnet. Die Grundlage für erfolgreiches Wirtschaften ist aber auch bei Mineralwasser die korrekte und solide Kalkulation. Dabei gilt: Umsatz allein ist noch lange kein Gewinn. Daher sollte nicht mit starren Aufschlägen oder althergebrachten Faustregeln wie dem bekannten „Faktor Vier“ kalkuliert werden. Stattdessen sollte für jedes Mineralwasser-Angebot eine stimmige Deckungsbeitragsrechnung erstellt werden. Das bedeutet auch, dass sich Mineralwasser-Preise bei einer Tagungsbewirtung mit Selbstbedienung von denen einer arbeitsintensiven Hochzeitsfeier unterscheiden sollten.

Hintergrund: Deckungsbeitrag

Mit Hilfe des Deckungsbeitrags wird die Differenz aus Umsätzen und variablen Kosten sichtbar. Variabel bedeutet, dass diese Kosten von der Absatzmenge abhängig sind. Die Differenz ist somit der Betrag, der zur Deckung der Fixkosten (Miete, Nebenkosten, Personalkosten etc.) zur Verfügung steht. Die Deckungsbeitragsrechnung ist ein wichtiger Orientierungspunkt für den Verkaufspreis eines Mineralwassers.



Hinweise zur Preisgestaltung von Mineralwasser:

- Bei der Preiskalkulation sollten alle Variablen, insbesondere aber die wahrscheinlich größte Position – der jeweilige Personalaufwand – immer mit einbezogen werden. So wird das Frühstücksbuffet beispielsweise einen deutlich geringeren Arbeitsaufwand im Mineralwasserservice mit sich bringen als das À-la-carte-Geschäft, das auch die Beratung der Gäste beinhaltet.
- Bei der Preisgestaltung ist es hilfreich, das Mineralwasser-Angebot an das gastronomische Konzept und damit die Kernzielgruppen anzupassen. Wer „Fine Dining“ bietet, kann eine gewisse Preistoleranz seiner Gäste erwarten, da die Gäste mit den höheren Preisen auch einen exklusiveren Service erwarten dürfen. Bei einem Angebot, das mit weniger Service verbunden ist, sollten die Mineralwasser-Preise moderater kalkuliert sein.
- Wer seinen Gästen eine größere Auswahl an Mineralwasser bieten möchte, kann dabei auch mit unterschiedlichen Preisangeboten arbeiten und so jedem Gast einen persönlichen „Wohlfühlpreis“ bieten. Dabei sollten die verschiedenen Mineralwässer aber in entsprechender Form auf der Mineralwasserkarte beschrieben und der Mehrwert eines Produktes Wassers herausgestellt werden.
- Für Gastronomen zahlt es sich aus, die Verkaufspreise ihrer Mineralwässer regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen und je nach Nachfrage, Einkaufspreis etc. anzupassen.
- Grundsätzlich gilt: Je höherpreisiger der Gastronom das Mineralwasser anbietet, umso deutlicher muss der Mehrwert für den Gast erkennbar sein, den er über das Produkt hinaus erhält. Ein exzellenter Service, die Beratung durch das Personal und das Ambiente müssen den Preis rechtfertigen.



Experten-Tipp von Mineralwassersommelier

Arno Steguweit:

„Aus meiner Erfahrung schauen viele Gäste bei der Bestellung von Mineralwasser vorher nicht genau auf den Preis. Doch beim Blick auf die Rechnung wissen sie ein moderat kalkuliertes Mineralwasser zu schätzen. Der Gastronom kann dadurch die Kundenbindung steigern.“



Mineralwasser richtig inszenieren

Die Mineralwasserkarte – Inhalt und Gestaltung

Natürliches Mineralwasser hält viele spannende, möglicherweise unerwartete Informationen bereit, mit denen Gastronomen ihren Gästen ein „Aha“-Erlebnis bereiten können. Eine Form, diese Informationen zu präsentieren, ist die Mineralwasserkarte. Neben dem Mineralwasser-Angebot kann sie weitere begleitende Informationen zu jedem Wasser bieten. Die Mineralwasserkarte ist zudem eine Möglichkeit, sich von Wettbewerbern abzuheben.



Je nach Breite des Mineralwasser-Angebots sind verschiedene Formen der Umsetzung sinnvoll:

- **Die Mineralwässer werden auf einem Einleger in der Getränkekarte präsentiert.**
Ein Einleger bietet den Vorteil, dass er schnell ausgetauscht werden kann, wenn das Angebot regelmäßig angepasst wird.
- **Die Mineralwässer werden auf einer besonders gestalteten Seite innerhalb der Getränkekarte präsentiert, die sich vom Design des übrigen Angebots abhebt.**
Diese Lösung bietet sich für ein kleineres, feststehendes Mineralwasser-Angebot an. Durch die Gestaltung der Seite wird zusätzliche Aufmerksamkeit darauf gelenkt.
- **Die Mineralwässer werden in einer separaten Karte präsentiert.**
Bei einer höheren Anzahl an Mineralwässern lohnt sich eine separate Karte. Sie garantiert die höchste Aufmerksamkeit für das Angebot und bietet den größten Spielraum für die Präsentation der Mineralwässer.



Beispiel für eine Mineralwasserkarte

MINERALWASSER

Wasser A

SPRUDELQUELLE

Herkunft: Deutschland, Mittelgebirge

Classic

0,75 l – 5,50 Euro

Die „Sprudelquelle“ stammt aus einer Region mit abklingendem Vulkanismus. Dies erklärt auch ihren natürlichen Kohlensäuregehalt. Seine angenehme Mineralisierung macht dieses Mineralwasser zu einem idealen Begleiter von exquisiten Speisen und Weinen.

Wasser B

DIGESTO

Herkunft: Deutschland, Norddeutsche Tiefebene

medium

1 l – 7,50 Euro

In einem küstennahen Naturschutzgebiet liegt die „Digesto“-Quelle in fast 1.000 Metern Tiefe. Von Natur aus mit Calciumsulfat angereichert, schmeckt dieses Mineralwasser süßlich bis leicht bitter.

Wasser C

ALPENSCHATZ

Herkunft: Deutschland, Alpenvorland

still

0,75 l – 7,00 Euro

Diese geschichtsträchtige Quelle, die schon von den Germanen genutzt wurde, liegt in 150 Metern Tiefe. Die besondere Zusammensetzung der Gesteinsschichten im Alpenvorland hat ein ausgesprochen mildes Mineralwasser hervorgebracht, das sich als „Allrounder“ zu Speisen und Getränken empfiehlt.



Für welche Option sich ein Gastronom auch entscheidet – diese **Grundregeln** helfen bei der Erstellung einer Mineralwasserkarte:

- Die richtige Anzahl: Drei Mineralwässer, die sich im Kohlensäuregehalt unterscheiden (classic, medium und still), sollte eine Mineralwasserkarte mindestens enthalten. Um eine gewisse Angebotsbreite zu geben, aber den Gast nicht zu überfordern, sollte die Obergrenze bei acht bis zehn Mineralwässern gezogen werden. Es sei denn, ein Gastronom möchte damit Aufsehen erregen, dass er die größte Mineralwasserkarte Deutschlands bietet. Das ist auch eine mögliche Marketing-Strategie.
- Die Herkunft: Je nach Gastro-Konzept bietet es sich an, bestimmte Mineralwässer aufgrund ihrer Herkunft auszuwählen oder mit regionalen und überregionalen Mineralwässern Vielfalt zu bieten.
- Die Charakterisierung: Eine verständliche Beschreibung der charakteristischen Merkmale des jeweiligen Wassers bietet dem Gast nicht nur einen perfekten Service, sondern erregt auch seine Aufmerksamkeit für das Naturprodukt Mineralwasser. Neben dem Quellort und der Zusammensetzung des Wassers interessieren sich viele Gäste auch für eine Beschreibung des Geschmacks.
- Die Geschichte: Auch auf der Mineralwasserkarte kann die Story zu jedem Mineralwasser präsentiert werden. Sie ist mit wenig Aufwand recherchiert, bietet jedoch hohe Ertragspotenziale, da sie eine emotionale Brücke zwischen Gast und Produkt baut.
- Die Bebilderung: Nicht vergessen, das Auge trinkt mit. Ein schönes Element kann es deshalb sein, die Flaschenformen in der Karte abzubilden.

Um auch an anderen Stellen auf die besondere Mineralwasser-Kompetenz Ihres Gastronomiebetriebs hinzuweisen, ergänzen Sie in den Speise- und Menükarten den Hinweis: „Fragen Sie nach unserer Mineralwasser-Empfehlung.“

Unser Tipp

Für die erste Erstellung einer Mineralwasserkarte und die Charakterisierung der einzelnen Mineralwässer kann es hilfreich sein, einen Mineralwassersommelier hinzuzuziehen. Möglicherweise können Sie ihn in Ihrer Karte auch als Experten präsentieren. Das schafft zusätzliche Aufmerksamkeit bei den Gästen. Die Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM) unterstützt Sie gerne bei der Vermittlung eines Mineralwassersommeliers.



Auf den Service kommt es an!

Präsentation des Mineralwassers und Beratung des Gastes

Bei der Umsatzsteigerung mit Mineralwasser ist ein gelungener Service von entscheidender Bedeutung. Auch die beste Mineralwasserkarte kann ihre Wirkung kaum entfalten, wenn die Service-Mitarbeiter das Angebot nicht detailliert kennen und präsentieren können. Regelmäßige Schulungen und Team-Besprechungen sollten fest in die Abläufe des Betriebs integriert werden. Die Informationen sollten zudem an zentraler Stelle gesammelt werden, wo sie für die Mitarbeiter immer griffbereit sind. Dadurch können sie auch im hektischen Gastronomie-Alltag schnell die wichtigsten Informationen nachlesen.



Für Gastronomen lohnt es sich, für den Kontakt mit dem Gast genaue **Standards** zu definieren, die dem Ziel der Umsatzsteigerung dienen. Folgende Punkte sind dabei zu beachten:

- Bei der Ansprache des Gastes gilt es, offene Fragestellungen zu vermeiden. Der Gast sollte direkt angesprochen werden, z. B. beim Aushändigen der Karte mit der Frage „Darf ich Ihnen schon einmal eine Flasche Mineralwasser bringen?“ oder mit der Frage: „Haben Sie einen bevorzugten Geschmack?“ Hier kommt erneut eine genaue Produktkenntnis zum Tragen. Denn die Service-Mitarbeiter müssen in der Lage sein, den Wunsch des Gastes mit einem konkreten Angebot auf der Mineralwasserkarte zu verknüpfen.



- Dass die Mineralwasserflasche erst vor den Augen des Gastes geöffnet werden darf, ist gesetzlich vorgeschrieben. Doch das Einschenken und ein aktives Nachschenken von Mineralwasser wird von Gästen im Allgemeinen als Zeichen eines aufmerksamen Service gewertet. Für Gastronomen interessant ist aber natürlich auch der umsatzfördernde Aspekt, den diese Geste nach sich zieht.
- Auch ein gezieltes Anbieten einer weiteren Mineralwasserflasche, wenn die vorherige geleert ist, signalisiert Aufmerksamkeit und sorgt für ein Plus beim Absatz.
- Um die Service-Mitarbeiter zu einem verkaufsfördernden Verhalten zu motivieren, bieten sich Anreize oder Bonussysteme an, die mit dem Mineralwasser-Absatz verknüpft sind.

Übung:

Produktkenntnis ist ein wichtiger Schlüssel zu einer erfolgreichen Beratung. Eine Mineralwasser-Verkostung, bei der die Service-Mitarbeiter die geschmackliche Vielfalt von Mineralwasser und stimmige Kombinationen zu Speisen und Getränken kennenlernen, kann die Qualität der Beratung merklich verbessern. Die Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM) unterstützt Gastronomen bei der Vermittlung eines Mineralwassersommeliers, der einen solchen Workshop im Betrieb leitet.

Mineralwasser „No-Gos“



Eiswürfel: Da sie häufig aus Leitungswasser hergestellt werden, verändern sie die Zusammensetzung des Mineralwassers und verfälschen damit seine charakteristischen Eigenschaften. Außerdem kühlen sie das Mineralwasser zu stark herunter. Für optimalen Geschmack und Absatz – zu kalt bedeutet eine langsamere Trinkgeschwindigkeit – sollte die Serviertemperatur bei etwa 10 Grad liegen.



Die Zitrone im Glas: Sie ist in der Gastronomie beliebt, dabei aber überflüssig und ein Überbleibsel aus Zeiten, in denen Kronkorken auf der Mineralwasserflasche Rost ansetzten und der Flaschenrand mit einer Zitronenscheibe gereinigt wurde. Die Zitrone verfälscht den Geschmack von Mineralwasser und stellt häufig ein Hygienierisiko dar, wenn die Schale nicht gründlich genug gewaschen wurde.

Selbstverständlich gilt für diese „No-Gos“: Der Kunde ist König. Wenn Gäste auf Eiswürfel oder Zitrone im Glas bestehen, sollte ihnen dieser Wunsch selbstverständlich nicht verwehrt bleiben.



Das Auge trinkt mit – Mineralwasser schön präsentiert

Das Glas gibt dem Gastronomen die Möglichkeit, das Naturprodukt Mineralwasser stilvoll in Szene zu setzen. Ein ideales Mineralwasserglas spiegelt dabei den Charakter seines Inhalts wider: Es ist klar, rein und erfrischend leicht. Außerdem unterstützt es durch seine Form den Geschmack des Wassers. Hier die wichtigsten [Tipps zum passenden Mineralwasserglas](#):

- Bei einem Getränk wie Mineralwasser, das sich durch feine geschmackliche Nuancen auszeichnet, ist ein absolut geruchsfreies Glas besonders wichtig, um den Trinkgenuss des Gastes nicht zu schmälern.
- Ein Glas, das nicht zu 100 Prozent sauber ist, fällt bei einem klaren Getränk wie Mineralwasser sofort auf – und wird vom Gast negativ wahrgenommen.
- Ein kohlenstoffhaltiges Mineralwasser sollte in einem schlanken, schmalen Glas serviert werden. Denn darin bleibt die Kohlensäure besser erhalten.
- Mineralwässer ohne Kohlensäure eignen sich hingegen sehr gut, um in einem Glas mit großer Öffnung – ähnlich einem Rotweinglas – präsentiert zu werden.
- Stiel bringt Stil: Als hochwertiges Naturprodukt verdient Mineralwasser eine entsprechende Präsentation. Im Stielglas kommt es daher besonders gut zur Geltung. Dünnwandige Gläser verbessern außerdem das Trinkgefühl.



Mineralwasser in der Hotellerie

Auch in der Hotellerie gibt es Möglichkeiten, Mineralwasser für Image und Umsatz gewinnbringend einzusetzen – beispielsweise an heißen Sommertagen als Gratis-Durstlöscher beim Check-out. Oder im Hotelzimmer, wo eine Flasche Mineralwasser den Gästen als „Geschenk des Hauses“ eine Überraschung bietet. In der Hotelbar kann Mineralwasser ebenfalls den Umsatz ankurbeln, wobei die Gastronomie-Empfehlungen dieses Leitfadens hier von Nutzen sein können.

Ideen für das Hotelmarketing

- **Die Minibar „neu denken“**
Wer sich vom Standard abheben will, kann seine Gäste mit einer kleinen Auswahl verschiedener Mineralwässer in der Minibar überraschen.
- **Eine Flasche Gratis-Mineralwasser auf dem Hotelzimmer**
Nach einer langen Anreise ist der Durst nach der Ankunft im Hotel oft groß. Das Gratis-Mineralwasser auf dem Zimmer wird von vielen Reisenden dankend angenommen und bei der Hotel-Bewertung positiv angerechnet.
- **Mineralwasser im Wellness-Bereich**
Für viele Hotels ist der Wellness-Bereich ein Aushängeschild. Zu dessen besonderem Ambiente sollte auch ein hochwertiges Mineralwasser zählen, das den Gästen nach Sauna oder Pool zur Verfügung steht.
- **Platzierung von Mineralwasser in Hotelfotos**
Wer seinen Gästen Mineralwasser anbietet, zum Beispiel kostenfrei auf dem Zimmer, sollte seine Service-Orientierung auch nach außen zeigen und das Mineralwasser auf Hotelfotos sichtbar werden lassen.
- **Mineralwasser auf dem Frühstücksbuffet**
Ein Glas Mineralwasser am Morgen wirkt belebend und gleicht Flüssigkeitsverluste aus. Ein gut sichtbares Mineralwasser-Angebot – natürlich in den Originalflaschen – sollte daher auf keinem Frühstücksbuffet fehlen.
- **Mineralwasser in Lunch-Paketen**
In zahlreichen Hotels, zum Beispiel Aktiv- und Sport-Hotels, sind Lunch-Pakete sehr beliebt. Auch die Flüssigkeitsversorgung der Gäste sollte bedacht und Mineralwasser fester Bestandteil der Lunch-Pakete werden.



Das passende Mineralwasser-Angebot im Hotel

Die Auswahl eines passenden Mineralwassers ist im Hotelwesen noch etwas komplexer als in der Gastronomie. Denn die Anlässe, zu denen in einem Hotel Mineralwasser getrunken wird, sind vielfältig. Wer diesen Anlässen mit einer Angebotsbreite an Mineralwässern gerecht wird – und dies seinen Gästen auch entsprechend vermittelt – wird als besonders aufmerksamer Gastgeber wahrgenommen.

Mineralwassersommelier Arno Steguweit gibt Mineralwasser-Empfehlungen für bestimmte Anlässe:

- **Tagungen**
„Wo Kopfarbeit und hohe Aufmerksamkeit gefordert sind, ist das richtige Mineralwasser besonders wichtig. Für Tagungen empfehle ich daher ein Mineralwasser mit viel Kohlensäure. Das belebt, regt die Atmung an und lässt die Gedanken sprudeln.“
- **Wellness**
„Die Sauna ist ein beliebtes Angebot in den Wellness-Bereichen vieler Hotels. Für die Gäste ist es wichtig, nach dem Saunieren ihre Flüssigkeitsverluste wieder aufzufrischen. Über den Schweiß gehen dem Körper außerdem Mineralstoffe verloren. Ein Mineralwasser oder auch Heilwasser mit hoher Mineralisierung ist in diesem Fall ideal.“
- **Minibar**
„Hoteliere sollten sich unter anderem fragen, welches Mineralwasser ihre Gäste trinken möchten, bevor sie abends schlafen gehen. Da Kohlensäure den Körper aktiviert, ist es in dieser Situation nicht ideal. Ein stilles Mineralwasser passt besser und sollte – am besten auch mit diesem Hinweis – in jeder Minibar präsent sein.“

Wie in der Gastronomie gilt auch für Hotels: Wer beim Mineralwasser-Angebot mitdenkt, differenziert sich positiv von seinen Mitbewerbern und schafft für die Gäste einen echten Mehrwert.



Checkliste: In 10 Schritten zu mehr Umsatz mit Mineralwasser

✓ **Produktkenntnis**

Wer Mineralwasser in seinem Betrieb erfolgreich in Szene setzen will, muss über das Produkt genau Bescheid wissen. Das bedeutet vor allem: Kenntnis über die Alleinstellungsmerkmale von Mineralwasser in Abgrenzung zu anderen Wassersorten sowie über das Angebot und die unterschiedlichen Charakteristika einzelner Wässer.

✓ **Einsatzmöglichkeiten**

Eng verbunden mit der Produktkenntnis sind die verschiedenen Möglichkeiten, Mineralwasser in das gastronomische Angebot zu integrieren. Neben Basiswissen sind hier Kreativität und Experimentierfreude gefragt, um den Gast mit überraschenden Angeboten zu begeistern.

✓ **Marketing**

Der Marketing-Mix zeigt die verschiedenen Bereiche auf, die zur Umsatzsteigerung mit Mineralwasser aktiviert werden können. Eine genaue Analyse der einzelnen Bereiche kann sehr nützlich sein, um Defizite aufzudecken und neue Ideen für das Marketing zu entwickeln.

✓ **Kalkulation**

Individuell kalkulierte Preise, zum Beispiel um bestimmte Gästegruppen gezielt zur Bestellung von Mineralwasser zu motivieren, sind ein wichtiger Eckpfeiler auf dem Weg zu mehr Mineralwasser-Umsatz. Starre Formeln zur Preiskalkulation sind für Umsatzsteigerungen eher hinderlich.

✓ **Identität**

Bei der Suche nach dem idealen Mineralwasser-Angebot muss Klarheit über das eigene Gastro-Konzept herrschen. Nur wem die „DNA“ seines Betriebs klar ist, kann für den Gast ein stimmiges Bild schaffen. Mineralwässer, die in dieses Bild passen, verkaufen sich besser!

✓ **Schulungen**

Anhand von Schulungen und regelmäßigen Updates zu neuen Produkten kann die Service-Qualität merklich gesteigert werden. Insbesondere bei einem facettenreichen Produkt wie Mineralwasser sind die Verkaufspotenziale durch besseren Service groß. Zusätzlich geben Verkaufsschulungen den Mitarbeitern wichtige Instrumente an die Hand, die sie in ihrer täglichen Arbeit gewinnbringend nutzen können.

✓ **Präsentation**

Die richtige Präsentation von Mineralwasser beim Gast ist ein entscheidender Umsatzfaktor. Insbesondere eine Mineralwasserkarte bietet den Gästen einen echten Mehrwert und lenkt ihre Aufmerksamkeit auf den Umsatzgenerator Mineralwasser.

✓ **Abläufe**

Die Techniken zur Steigerung des Mineralwasser-Absatzes müssen in die Routine-Abläufe des Betriebs integriert werden. Ob aktives Nachschenken oder die Frage nach dem Mineralwasserwunsch zu Beginn der Beratung: Eine zuverlässige Umsetzung durch jeden Mitarbeiter ist entscheidend.

✓ **Unterstützung**

Ein Blick von außen kann das eigene Profil schärfen. Externe Unterstützung, zum Beispiel durch einen Mineralwassersommelier bei der Auswahl der Mineralwässer, sollte immer in Betracht gezogen werden.

✓ **Perfektionismus**

Viele der Empfehlungen, die dieser Leitfaden ausspricht, behandeln Detailfragen. Und genau hier liegt einer der Schlüssel zum Erfolg, um mit Mineralwasser die Umsätze zu steigern: Ein stimmiges Angebot, perfekter Service und eine attraktive Präsentation müssen jeweils bis ins letzte Detail durchdacht sein. Die Gäste werden Sie mit gesteigerter Mineralwasser-Nachfrage belohnen!





Herausgeber:

IDM – Informationszentrale Deutsches Mineralwasser
c/o WPR COMMUNICATION GmbH & Co. KG
Schulstr. 25, 53757 Sankt Augustin

Service-Leitungen*:

Telefon: 0180 5 478888, Fax: 0180 5 478877
(*0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 0,42 Euro/Min.
aus deutschen Mobilfunknetzen)

E-Mail: IDM@mineralwasser.com
www.mineralwasser.com
www.trinken-im-unterricht.de
www.facebook.de/natuerlichesmineralwasser
www.youtube.com/mineralwassercom
www.instagram.com/mineralwassernatuerlich

Auflage 2019