



DOEMENS AKADEMIE

Online-Seminar „Mineralwasser versus Leitungswasser“

Dr. Peter Schropp

Die Mineralbrunnenbranche sieht sich im Spannungsfeld von Leitungswasser und dem Naturprodukt Mineralwasser vielfältigen kommunikativen Herausforderungen gegenüber. Neben einem steigenden Anteil von Haushaltssprudlern und anderen Endverbrauchergeräten zur Aufbereitung von Leitungswasser stehen staatlich unterstützte Initiativen sowie offizielle ministeriale Empfehlungen, die das Trinken von Leitungswasser fördern, im Fokus der Situationsbeschreibung. Nicht selten wird dabei das in Flaschen abgefüllte Naturprodukt Mineralwasser diskreditiert und sein Beitrag zur Versorgung der Menschen mit Wasser infrage gestellt. Vor diesem Hintergrund hat sich die Doemens Akademie zusammen mit Experten und Kommunikationsverantwortlichen der Mineralbrunnenbranche im Rahmen des Online-Seminars „Mineralwasser vs. Leitungswasser“ im November 2020 ausführlich beschäftigt.

Wasser ist nicht gleich Wasser. Doch was unterscheidet natürliches Mineralwasser, Heilwasser und Quellwasser von Leitungswasser und wie kommuniziere ich dies in Richtung Verbraucherinnen und Verbraucher? Diese und weitere Fragen standen im Mittelpunkt des eintägigen Online-Seminars der Doemens Akademie.

» **Während natürliches Mineralwasser und Heilwasser von ursprünglicher Reinheit sind und aus unterirdischen, vor Verunreinigung geschützten Wasservorkommen entstammt, wird Leitungswasser sowohl aus Grund- als auch aus Oberflächenwasser gefördert und darf mit einer Vielzahl erlaubter chemischer Stoffe – 92 an der Zahl – aufbereitet werden.**

Als einziges Lebensmittel in Deutschland bedarf natürliches Mineralwasser einer amtlichen Anerkennung. Gesetzliche Grundlage hierfür ist die Mineral- und Tafelwasserverordnung. Damit sind Reinheit und Qualität des Naturprodukts Mineralwasser garantiert. Das Anerkennungsverfahren umfasst mehr als 200 Einzeluntersuchungen. Die Trinkwasserverordnung (TrinkwV) regelt die strengen Vorgaben und Kontrollen für die Aufbereitung von Trinkwasser.

Grundsätzlich haben Verbraucherinnen und Verbraucher ein großes Vertrauen in das deutsche Trinkwasser. Aktuelle Umfragen zeigen, dass in mehr als einem Drittel der deutschen Haushalte hauptsächlich Leitungswasser getrunken wird. Damit liegt der Konsum von Mi-

neralwasser erstmals leicht hinter dem von Wasser aus dem Hahn. Ullrich Schweitzer, Leiter Dialog Natürliches Mineralwasser, machte in seinem Vortrag deutlich, dass die Kommunikation für Mineralwasser dann erfolgreich sein kann, wenn – wo immer sinnvoll und möglich – der Unterschied zu Leitungswasser aufgezeigt wird. Insbesondere durch die Gegenüberstellung würden die zahlreichen Vorteile von natürlichem Mineralwasser greifbar gemacht werden können und wirkten damit überzeugend. Gerade die wichtigen Argumente und Eigenschaften, die für Mineralwasser sprechen wie „hervorragend im Geschmack“, „wertvoll für die Gesundheit“ und „einzigartige Reinheit“ müssten deutlicher vermittelt werden.

Dr. Uwe Lebok, Vorstand der K&A Brand Research AG, verdeutlichte am Beispiel der Wahrnehmung des Verbrauchers zu Themen der Wassernutzung, dass dieser seiner Meinung nach heutzutage mit einer Flut von Informationen konfrontiert ist, die er gar nicht mehr verarbeiten bzw. verstehen könne. Daher käme es auf kurze, simple Botschaften an, die beispielsweise von Vertreibern von Wasseraufbereitern und -sprudlern genutzt werden: „Nie wieder schleppen!“ oder „Kein Müll!“.



» **Die Mineralbrunnen ruft Lebok zu noch mehr Kreativität und Mut auf, um die Vorteile von natürlichem Mineralwasser wie „Mineraliengehalt“, „Regionalität“, „Reinheit“, „Genuss“ oder „Fitness und Vitalität“ noch eindrucksvoller zu kommunizieren.**

Mögliche strategische Antworten für die vielfältigen Herausforderungen für die Mineralbrunnenbranche formulierte Manfred Mödinger, Branchenexperte und Unternehmensberater. Seiner Meinung nach müssten die Mineralbrunnen noch entschlossener agieren und Gesamtkonzepte in den Fokus nehmen, die Qualität, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Verpackungsthemen miteinander vereinen. Vergleichende Darstellungen seien dafür bestens geeignet. Dr. Peter Schropp, Geschäftsführer der Wasser Sommelier Union (WSU), bekräftigte dies in seinem abschließenden Vortrag. Geschmack, Lebensart und Genuss stehen im Mittelpunkt. Dreh- und Angelpunkt ist für ihn die sensorische Beschreibung von Mineralwasser.

Jedes Mineralwasser sei einzigartig in der Mineralisierung und demzufolge auch im Geschmack. Dieses Argument der Sensorik würde bislang jedoch viel zu selten in der Kommunikation zu Mineralwasser eingesetzt. Hier böte sich beispielsweise die Schulung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Wassersommelier-Kursen an.

Im Rahmen des Online-Seminars wurde deutlich, dass die adäquate Antwort auf Argumente und Aussagen gegen Mineralwasser nicht in der Kommunikation gegen Leitungswasser liegen kann. Es ist zielführend, sich auf die eigenen Vorteile und Eigenschaften von natürlichem Mineralwasser zu fokussieren und verstärkt die zahlreichen Argumente „Pro Mineralwasser“ zu kommunizieren. Vor dem Hintergrund der Aktualität dieses Themas und des großen Interesses hat die Doemens Akademie bereits ein Folgeseminar für 2021 in Planung.



Rote-Grütze-Drink

TIPP:
Zum Passieren sollte man ein feinmaschiges Sieb nutzen.

Für 2 Gläser:

Drink

100 g Beerenmix, TK

100 g Zucker

1 Zimtstange

2 Sternanis

3 Nelken

Eiswürfel aus natürlichem

Mineralwasser (still)

300 ml natürliches Mineralwasser

Deko

2 Zimtstangen

Und so geht's:

Die tiefgekühlten Beeren mit Zucker, Zimtstange, Sternanis und Nelken in einen Topf geben und für ca. 3 Minuten köcheln lassen. Die Beerenmasse durch ein Sieb passieren, den Sirup auffangen und abkühlen lassen.

Beerensirup auf die Gläser verteilen, Eiswürfel in die Gläser geben und mit natürlichem Mineralwasser auffüllen.

Zur Dekoration je eine Zimtstange in die Gläser geben.