

QUELLCODE

TIPPS VOM WASSERSOMMELIER

Mineral- und Tafelwässer sind alles andere als langweilig und bieten jede Menge Chancen, sich zu profilieren und Zusatzumsätze zu kreieren – Chancen, die nicht immer ausgenutzt werden. Das weiß niemand besser als **Dr. Peter Schropp**, Geschäftsführer der Wassersommelier Union.

Interview: Barbara E. Euler



48
49

Wasser ist Geschmackssache: Stellen Sie Veränderungen hinsichtlich der Gästevorlieben fest?

Schon seit mehreren Jahren zeigt sich ein eindeutiger Trend zu weniger Kohlensäure. Medium-Mineralwasser ist die Nr. 1. Aber auch die stillen Mineralwässer gewinnen zunehmend Liebhaber. Wenn es um den Geschmack der Mineralstoffe geht, zeichnet sich – gerade in der Gastronomie – ein Trend hin zu harmonischen neutralen Wässern mit geringerem Mineralstoffgehalt ab.

Regional boomt, auch bei Mineralwasser. Haben die Exoten aus aller Welt endgültig ausgedient?

Regionalität ist auch bei Mineralwasser ein wichtiger Faktor, der immer bedeutender wird, und das auch zu Recht. Die rund 200 überwiegend kleinen und mittleren deutschen Mineralbrunnen-Betriebe füllen über 500 verschiedene Mineralwässer mit verschiedenen Mineralisierungen ab. Somit besteht – objektiv betrachtet – keine Notwendigkeit, exotische Wässer aus fernen Ländern zu kaufen. Diese bieten meines Erachtens auch geschmacklich gar keinen Mehrwert.

Immer mehr Gastronomen setzen erfolgreich auf aufbereitetes Leitungswasser anstatt oder zusätzlich zu Mineralwasser und führen dafür viele gute Gründe auf – kurzer Hype oder neuer Trend?

Wie sich dieser Trend in der Zukunft entwickelt ist schwer absehbar. Gerade erst wurde die neue EU-Trinkwasserrichtlinie

verabschiedet, die unter anderem vorsieht, Trinkwasser in Restaurants kostenlos oder gegen geringe Gebühr abzugeben. Dies kann sicherlich nicht im Interesse des Gastronomen liegen. Für mich ist Mineralwasser ein essentieller Bestandteil der Gastronomie. Ein adäquates Mineralwasserangebot kann das Image des Restaurants verbessern, verfügt Mineralwasser doch über zahlreiche Vorteile gegenüber Leitungswasser. Ursprüngliche Reinheit, Sicherheit und Exklusivität sind hier nur eine kleine Auswahl davon.

Die riesige Wasserkarte muss es heute nicht mehr sein. Nach welchen Regeln stelle ich meine optimale Wasserkarte zusammen?

Eine optimale Wasserkarte richtet sich immer nach der Art der Gastronomie. Als Weinbegleiter sollte das Mineralwasser harmonisch und neutral im Geschmack sein. Zu Wellness-Hotels passen höher mineralisierte Wässer, die den Mineralstoff-Verlust beispielsweise nach dem Sauna-Gang ausgleichen. Und für Bio-Hotels gibt es seit ein paar Jahren sogar Bio-Mineralwässer.

Es gibt professionelle Auswahlkriterien für das jeweils passende Wasser zu Wein, Kaffee und Speisen. Sollte man sich unbedingt daran halten oder darf man seinem eigenem Geschmack folgen?

Selbstverständlich gibt es zahlreiche Kriterien für die Auswahl. Ein Sommelier kann aber immer nur Empfehlungen aussprechen, die Entscheidung trifft letztendlich der Gast. Und wenn dieser experimentierfreudig

ist, kann er auch exotischere Kombinationen ausprobieren. Und diese sind oftmals ganz spannend!

Lohnt es sich, einen Wassersommelier im Betrieb zu haben oder zu Rate zu ziehen?

Um eine Mineralwasser-Karte zu kreieren, ist der Rat eines Wassersommeliers sehr wertvoll. Und um sie zu führen, ist eine kompetente Beratung der Gäste durch einen Wassersommelier bzw. einen Weinsommelier mit Wasser-Wissen unbedingt notwendig.

Welche Fehler machen Gastronomen in Sachen Wasserangebot – bei der Zusammenstellung, beim Empfehlen, beim Präsentieren?

Das Mineralwasserangebot muss natürlich zur Location passen. Bei der Präsentation sollte man auf jeden Fall die rechtlichen Vorgaben einhalten. Das bedeutet, die geschlossene Flasche Mineralwasser erst vor dem Gast zu öffnen. Außerdem ist es eine Unsitte, ungefragt eine Zitronenscheibe ins Mineralwasserglas zu geben.

Welche Ideen, mehr Umsatz mit Mineral- oder Tafelwasser zu machen, kennen die meisten Gastronomen noch nicht?

Durch aktives Handeln kann der Sommelier neugierig machen auf den Mineralwassergenuß. Nämlich indem er seine Kompetenz zeigt, interessante Geschichten rund um das Mineralwasser erzählt und Empfehlungen ausspricht. Und dies bringt dann sicherlich auch den gewünschten Umsatz!