

Wasser und Wissen

Seminare machen Schule

Nach anderthalb Jahren Pause führte Getränke-Experte GEDIG im März wieder ein „Wasser-Seminar“ unter der Schirmherrschaft des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen (VDM) durch. Die Resonanz war groß. Mehr als 40 Teilnehmer informierten sich über Mineralwasser und dessen Zusammenspiel mit Wein.



Die Wasserexpertin Dipl.oec.troph. Birgit Becke von der Praxis für Ernährungs- und Diätberatung, führte zusammen mit Dipl.-Ing. Udo Bodenberger durch das facettenreiche Wasser-Seminar der GEDIG.

Damit hatte Dipl.-Ing. Udo Bodenberger kaum gerechnet. Das von ihm gemeinsam mit GEDIG-Geschäftsführer Udo Münz initiierte Fachseminar „Mineralwasser“ fand in seinem zweiten Anlauf einen Zuspruch wie nie zuvor. Vor gut zwei Jahren entstand die Idee eines Wasserseminars für die südwestdeutsche Einkaufskooperation. Gleich zwei Seminare wurden 2005 durchgeführt. Diesmal war der Zuspruch überwältigend: Mit mehr als 40 Teilnehmern war er in diesem Jahr beim ersten Seminartermin bereits doppelt so groß wie beim ersten Staffellauf in 2005.

Fachwissen gegen Discounter

Die GEDIG existiert seit über 32 Jahren, bietet ihren Mitgliedern eine Vielzahl Aktivitäten, namhafte Produkte von über 120 – meist regionalen – Lieferanten an

und führt auch Eigenmarken. Insgesamt werden über 170 Getränkefachmärkte betreut. Dort agiert genug Personal, das regelmäßig fortgebildet werden muss. Nur mit Fachwissen lässt sich den Dis-

countern Paroli bieten. Frei nach dem Motto: „Viele bewegen mehr“. In der Gedig sind immerhin über 88 Getränkehändler – darunter zehn neue Mitglieder aus Baden in 2006 – als Einkaufsgemeinschaft zusammengeschlossen. Sie bilden eine Marktmacht, die mit gut geschultem Personal in der Südwest-Region Deutschlands auf sich aufmerksam macht.

Das Konzept der Mitarbeiterschulung unter Einbindung von Verbänden/Lieferanten kommt an. Das von Münz und Bodenberger entwickelte Mineralwasser-Trainingskonzept beinhaltet vor allem die Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter und Marktbetreiber, die im Verkauf tätig sind. Ziel: Kompetente und gut informierte Mitarbeiter(innen) helfen sich nicht nur vom Discount-Wettbewerb abzusetzen, sondern auch Spannen zu sichern, Kundenbindung zu schaffen und zur Stärkung von Marken beizutragen.

Möglich gemacht haben die Seminarveranstaltungsreihe laut Münz vor allem die Sponsoren aus dem Brunnenbereich. Betuchte Namen wie Apollinaris, Bad Dürreheimer, Liebenzell, Ensinger, Imnauer Fürstenquelle, Winkels-Gruppe mit Fontanis und Griesbacher, Gerolsteiner, die Hassia-Gruppe mit Schwerpunkt Rosbacher, Mineralbrunnen AG (Teinacher), Romina Quellen, Peterstaler, Ripoldsauer, Teuser und Urbacher Mineralbrunnen zählten dazu wie auch die Unterstützung des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen.



Mehr als 40 Teilnehmer verfolgten interessiert die eintägige Veranstaltung in ihrer zweiten Auflage.

Wasser und Wein

Sie schickten Lehrmaterial und erneut ihre Wasserexpertin Dipl.oec.troph. Birgit Becke von der Praxis für Ernährungs- und Diätberatung (www.becke-ernaeh-rung.de) sowie Mitarbeiterin bei der Informationszentrale Deutsches Mineralwasser. Sie behandelte das Thema „Ernährungsphysiologische Aspekte der Mineral- und Heilwässer mit Exkurs: Wasser und Wein“. Letzteres war besonders für Gunter Hekel interessant. Er bietet in seiner Getränkehandlung in Murr im Schwerpunkt Wein an, wollte sich über die passenden Mineralwässer und ihr Zusammenwirken mit Wein informieren.

Becke konnte hier für Abhilfe sorgen. Sie informierte nicht nur darüber, dass besonders leicht mineralisierte Wässer mit weniger als 500 mg/l gute Weinbegleiter sind sondern auch darüber, dass bei Weinproben der Anteil an Sulfaten und Magnesium im Wasser niedrig sein sollte. „Die Aromen im Wein müssen sich mit dem Wasser vertragen“, so Becke. Auch wies sie darauf hin wie wichtig das richtige Glas zum Wasser ist. Als einfache Regel gab sie den Teilnehmern mit auf den Weg: Wässer in bauchigen Stielgläsern verlieren schnell an Kohlensäure, in geraden Stielgläsern nur langsam“.

Gesundheitliche Aspekte

Linda Aschbacher von Getränkefachgroßhändler Ulmer Aschbacher aus Zell u. Aichelberg besuchte das Seminar bereits schon zum zweiten Mal. „Nach dem letzten Seminar haben wir für unsere Kunden einen Mineralwasserpass



Udo Münz, Geschäftsführer der GEDIG, hält eine Fortführung des Seminars aufgrund der bereitwilligen Sponsoren auch für kurzfristig durchführbar.

erstellt“. Jetzt wird vor allem über den Aspekt einer Ausweitung des Mineralwasserangebots im Abholmarkt nachgedacht, obwohl das Angebot mit über 30 verschiedenen Wässern schon umfangreich ist. „Mir bringt das Seminar sehr viel“, so Frau Aschbacher. „Hier lerne ich die Zusammenhänge von Unterschieden und Wirkungen verschiedener Wässer kennen. Unsere Kunden schätzen Informationen und Vielfalt im Angebot“.

Auch sie bekam von Frau Becke wertvolle Tipps: Sie zeigte auf, wie sich beispielsweise der tägliche Wasserbedarf eines Menschen im Laufe seines Lebens verändert und zunimmt und welche Aufgaben die einzelnen Mineral-

stoffe nach dem Genuss eines Mineralwassers im Körper erfüllen, welche therapeutischen Vorteile sie mit sich bringen. Wer weiß schon, dass ein Mineralwasser mit viel Fluorid fast wie ein teures Mundspülwasser wirkt oder dass Kalium gut fürs Herz ist.

Auch machte Becke deutlich, dass gute Mineralwässer dank ihres ausgewogenen Mineralienmix teure Nahrungsergänzungsmittel und verkeimungsgefährdete Wassersprudler sprichwörtlich überflüssig machen. Allein der Hinweis, dass sich jede Menge Keime an jedem Wasserhahn tummeln und der Strahlregler – auch als Perlator bekannt – ein Sammelbecken für Keime ist und eigentlich wöchentlich richtig gereinigt werden müsste, sorgte für Aufmerksamkeit unter den Teilnehmern.

Am Anfang des Seminars entführte Seminarexperte Udo Bodenberger die Teilnehmer in die Welt der Warenkunde und Marktdaten aus Handels- und Verbraucherpanels für Deutschland und Baden-Württemberg. Dabei kam einiges Interessante zu Tage. Im Vergleich zum Jahr 2005 sind vergangenes Jahr die Durchschnittspreise für eine Kiste Mineralwasser Glas-Mehrweg nur um 1 Cent auf 2,48 Euro gesunken.

Bei der Neuner Kiste PET waren es 2 Cent weniger auf durchschnittlich 4,61 Euro. Beliebtestes Wasser der Deutschen sind nach wie vor die „CO“-haltigen mit knapp unter 50 Prozent Anteil. Die Wässer mit wenig Kohlensäure legen allerdings seit Jahren stetig zu, nähern sich der 40 Prozent Marke. Der Rest verteilt sich primär auf stille Wässer und die rückläufigen Heilwässer. Letztere werden zu Unrecht vernachlässigt: Sie müssten eigentlich Gesundheitswässer heißen. In Baden-Württemberg ist nach wie vor Glas-Mehrweg dominant.

Zwei von drei Mineralwasserflaschen werden in Glas-Mehrweg verkauft, auch wenn der Anteil zugunsten von PET sinkt. Bodenberger sah generell einen „Silberstreifen am Horizont für Mineralwässer“. Sie sind seiner Meinung nach durchaus bereit mehr zu zahlen, wenn die Leistung stimmt, sie gut informiert werden.

Natürliches Mineralwasser muss in Deutschland immerhin direkt an der Quelle abgefüllt werden und benötigt als einziges Lebensmittel in Deutschland „eine amtliche Anerkennung“, so der Fachmann. „Dazu sind rund 200 Einzeluntersuchungen durch ein unabhängiges Analyse-Institut notwendig“.

Mittel für Verkaufsförderungsmaßnahmen

Bodenberger referierte in einem weiteren Vortrag auch zum Thema „Verkaufsförderungsmaßnahmen (VKF)“. Dabei

Die beliebtesten VKF-Mittel aus Teilnehmersicht

VKF-Mittel	Punkte (mehrfachnennung möglich)
Probeausschank	19
Trockenverkostung	14
Zw.Su. Produktproben	33
Handzettel	22
Anzeige (TZ; Werbeblatt)	20
Display	11
Handschrift auf Fenster	6
Kasteneinleger	3
Mailing	2
Fensterkleber	1
Rollende Werbung (Lkw, ...)	1
Kastenstecker/Deckenhänger	0

Quelle: GEDIG; Udo Bodenberger

brachte er die Teilnehmer richtig in Bewegung. Bei einer kleinen Umfrage zu den Themen „VKF-Mittel“ und „VKF-Maßnahmen“ mussten alle jeweils drei Punkte zu verschiedenen Vorschlägen an einer Tafel vergeben. Das Ergebnis ließ aufhorchen, brachte Überraschungen. Bei Thema „VKF-Maßnahmen“ lag der „Treuepass“ eindeutig an erster Stelle vor Kasten-Zugaben und Sammelpunkten sowie Preisausschreiben. Bei den VKF-Mitteln“ siegte der klassische „Handzettel“ klar vor Anzeigen sowie Probeausschank und Trockenverkostung (kostenlose Abgabe einer Probeflasche an Kunden).

Addiert man die letzten beiden Punkte allerdings zusammen, sind „Verkostungen“ der Renner. Weit abgeschlagen in der Gunst der Teilnehmer landeten übrigens Verbundaktionen sowie Kastenstecker und Mailings. Fazit des kleinen Tests: Da können sich Wasseranbieter noch einiges einfallen lassen. Preisausschreiben – so wurde deutlich – sind nur dann interessant, wenn mehrere Kunden was davon direkt vor Ort haben, beispielsweise bei Ideen wie Essensgutscheine oder ähnliches.

Denn eins wurde bei diesem Thema auch deutlich: Stammkunden sind im Getränkefachgroßhandel und Getränkefachmarkt (GFM) relativ treue Kunden. Nach Angaben von Bodenberger schätzen zwei von drei Kunden vor allem die Nähe eines GFM, jeder zweite die guten Parkmöglichkeiten und die Angebotsvielfalt. Weniger als ein Drittel der Kunden achtet primär auf günstige Preise. Weit über 90 Prozent schätzen gar die hohe Qualität im GFM-Bereich und die Sauberkeit. Was häufig noch fehlt, ist aber die kompetente Beratung. Damit ist nach Erhebungen nur jeder zweite Kunde im GAM-Bereich zufrieden. Dies zeigt, wie wichtig regelmäßige Schulungen sind.

Fazit

Richard Schweizer von Getränke Schweizer aus Filderstadt, hat die Seminarteilnahme in dieser Hinsicht einiges gebracht. Sein Fazit am Ende der Veranstaltung: „Ich will meinen Kunden besser Rede und Antwort stehen können, wenn sie mich über Mineralwasserinhalte und ähnliches befragen. Ich erfahre hier einiges über wichtige Fragen wie Gesundheitsauswirkungen oder wofür einzelne Inhaltsstoffe im Mineralwasser gut sind. Die Anregung, mit Kunden eine Mineralwasserverkostung durchzuführen, finde ich besonders interessant und plane, diese durchzuführen.“

Laut Münz sind durchaus weitere Mineralwasserschulungen denkbar. „Wir können dies bei Bedarf kurzfristig realisieren“, so der GEDIG-Geschäftsführer. Mit Hilfe der Sponsoren konnte der Bei-

Programm des Fachseminars Mineralwasser im Überblick

- Alles Wasser oder was ? – Warenkunde und Markt – Referent Udo Bodenberger
 - Ernährungsphysiologie des Mineralwassers mit Exkurs: Wasser und Wein?! Referentin Birgit Becke
 - Der Wasser-Markt in Deutschland und Baden-Württemberg – Referent Udo Bodenberger
 - Verkaufsförderungsmaßnahmen und ihre Bewertung – Referent Udo Bodenberger
- In Zusammenarbeit mit VDM und liefernden Mineralbrunnen-Partnern
Leitung: Dipl.-Ing. Udo Bodenberger

trag für die Teilnehmer für das 1-Tages-Seminar einschließlich Abendessen mit 20 Euro recht günstig gestaltet werden. Ein Modell, das in anderen Bundesländern durchaus Schule machen könnte und sich – was die Ernährungsphysiolo-

gie betrifft auch gut als Modell in Schulen einsetzen ließe – zum Beispiel als Praxisangebot im Leistungskurs Biologie. –

Herbert Latz-Weber

natürlich: Frische & Genuss



Auf der Suche nach dem Besonderen Mineralwasser ist ARIENHELLER Premium Mineralwasser der Favorit. Exklusiv für die Hotellerie und Gastronomie ist ARIENHELLER klassisch feinperlend oder Medium im Mittelpunkt.

ARIENHELLER
PREMIUM MINERALWASSER
*Feinperlende
Frische für
Feinschmecker*