

Bühne frei für Biersommeliers!



Seit über 20 Jahren gibt es die Ausbildung zum Biersommelier, seit 20 Jahren den Verband der Biersommeliers. Als Biersommelier liegt uns der Biermarkt am Herzen, immer auf der Suche nach dem passenden

Bier für die unterschiedlichen Ansprüche der Konsumenten. Das Konsumverhalten ändert sich und als Biersommelier muss man darauf reagieren. Vor einigen Jahren während der Craft-Bier-Welle war es leicht Biersommelier zu sein, Vielfalt war gefragt und wollte erklärt werden. Aktuell scheint sensorische Vielfalt in den Hintergrund zu rücken und gerade dann sind gut ausgebildete Biersommeliers gefragt, um die „geschmacklichen Schätze“, die der Biermarkt bietet, ans Licht zu bringen.

Hell erleuchtet war auch die Bühne der Weltmeisterschaft der Biersommeliers zur Eröffnung der drinktec im September 2025. Die mediale Aufmerksamkeit bereits in den Vorbereitungen zur Weltmeisterschaft war enorm. Experten trainierten ihre Sinne, um für die Blindverkostungen perfekt vorbereitet zu sein. Präsentationen vor Publikum wurde geübt, um Aufmerksamkeit und Spannungsbogen vom Glas bis zu den Gästen zu bringen. Am besten gelungen ist das den Niederlanden mit Platz 1 und 2. Léon Rodenburg wurde verdient der neue Champion, Dennis Kort kam auf den zweiten Platz, der Österreicher Oliver Klammer wurde Dritter.

Das Interesse seitens Presse und Medien war dieses Jahr so groß, dass wir die unterschiedlichen Kamera-Teams im Raum koordinieren mussten. Der Livestream aus drei Kameraperspektiven auf unserem Youtube-Kanal gab einen eindrucksvollen Einblick auf das Event und auf die Bühne, die wir unserem Kulturgut Bier geboten haben.

Es ist Zeit, Danke zu sagen: Danke an alle Biersommeliers, die Teil dieser imposanten Weltmeisterschaft waren, Danke an alle Unterstützer und Sponsoren und Danke an die Brauer-Verbände. Besonders hervorheben möchte ich das Bierland Österreich, das Gastgeber der nächsten Weltmeisterschaft 2027 ist. Wir haben großartige Brauereien mit einzigartigen Bieren, die Biersommeliers setzen diese ins Rampenlicht, Spot an!

Ihr

Jens Luckart

Leiter Doemens Genussakademie

Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier 2026: komprimiert, knackig, gut!

Nach Einführung der Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier im Jahr 2019 in Zusammenarbeit mit confructa medien und erfolgreichen Durchführungen in den Folgejahren wurden die Inhalte neu strukturiert. Vom 12. bis 16. Januar 2026 profitieren die Teilnehmer von dem neuen Format mit überarbeiteten Inhalten. Im Interview schildern Dr. Peter Schropp, Lehrgangsleiter Fruchtsaft-Sommelier bei Doemens, und Klaus Heitlinger, Geschäftsführer des Verbandes der Deutschen Fruchtsaftindustrie, die Wichtigkeit von Fruchtsaft-Sommeliers für die Branche.

Doemens News: Die Fruchtsaftbranche erlebt seit Längerem unruhige Zeiten. Wie kann gerade in dieser Situation ein Fruchtsaft-Sommelier positiv einwirken?

Klaus Heitlinger: Fruchtsaft gehört zu den traditionellen Produkten, die in den letzten Jahren durch neue Getränke verstärkt unter Druck geraten sind. Zudem ist das Know-how über Fruchtsaft rückläufig, so dass die Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier dazu beitragen wird, wieder mehr über die positiven Effekte und den Genuss von Fruchtsaft beizutragen.

DN: Doemens bietet in Zusammenarbeit mit dem confructa colleg seit 2019 die Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier an. Wie beurteilen Sie diesen Schritt?

Heitlinger: Selbstverständlich begrüßen wir diesen Schritt sehr, da dies zu einer verbesserten Wahrnehmung von Fruchtsaft führt. Aus diesem Grund beteiligen wir uns auch an der Ausbildung zum Sommelier.

DN: Das Programm 2026 zum Fruchtsaft-Sommelier wurde neu strukturiert und auf eine kompakte Woche verdichtet. Welche Überlegungen haben zu diesem neuen Format geführt, und welche Vorteile sehen Sie für die Teilnehmer und deren Arbeitgeber?

Dr. Peter Schropp: Zeit ist natürlich kostbar! Heutzutage mehr denn je! Und



Foto: VdF

Die Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier wird dazu beitragen, wieder mehr über die positiven Effekte und den Genuss von Fruchtsaft beizutragen“, ist sich Klaus Heitlinger, VdF, sicher.

zwei Wochen für eine derartige Ausbildung zu investieren, ist für viele Betriebe und deren Mitarbeiter eine große Herausforderung. Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, das Programm auf eine Woche zu komprimieren, ohne aber den wesentlichsten Teil – die Sensorik – zu reduzieren. Durch die zeitliche Verkürzung werden natürlich auch die Kosten für mehrfache Anfahrten und Hotelübernachtungen reduziert. Durch diese Maßnahme wollen wir der Fruchtsaftbranche in dieser ohnehin äußerst schwierigen Zeit entgegenkommen, damit niemand auf diese Weiterbildung verzichten muss.

DN: Ein Schwerpunkt liegt klar auf der Sensorik mit vielen Verkostungen. Warum ist dieser Bereich für die Ausbildung von Fruchtsaft-Sommeliers so zentral, und welchen Mehrwert bringt er für die Branche?

Dr. Schropp: Den Begriff „Sommelier“ bringt man natürlich in erster Linie mit Sensorik in Verbindung. Somit muss auch ein Fruchtsaft-Sommelier über eine entsprechende Kompetenz verfügen. So soll er beispielsweise imstande sein, einen Fruchtsaft umfassend und detailliert zu beschreiben. Fruchtsaft ist für mich ein Genuss-Produkt und gerade bei solchen Produkten möchte der Kunde im Getränkehandel oder der

Doemens-Seminare

Ausbildung zum Destillat-Sommelier

10. bis 21. November 2025

Getränkeliieferungsrecht

17. bis 28. November 2025

Zertifizierter Schankanlagenreiniger

08. bis 09. Dezember 2025

Doemens Impulse 2026

Impulse-Thema: „Mut zum Morgen: Erfolgsfaktoren für Brauer von Morgen“
29. bis 30. Januar 2026

Praxisseminar Abfülltechnik

02. bis 06. Februar 2026

Mikrobiologische Qualitätssicherung im AfG-Betrieb

04. bis 06. Februar 2026
(optional: Ergänzungstag CTA am 03. Februar 2026)

Ausbildung zum Genuss-Sommelier alkoholfrei

09. bis 12. März 2026 (Modul 1)
27. bis 30. April 2026 (Modul 2)
08. bis 11. Juni 2026 (Modul 3)

Ausbildung zum Wassersommelier

16. bis 20. März 2026 (Woche 1)
13. bis 17. April 2026 (Woche 2)

Weitere Informationen zu unseren Seminaren unter <https://doemens.org/bildungsfinder>

Impressum:

V.i.S.P. Dr. Werner Gloßner
Doemens e.V.
Lohenstraße 3
D-82166 Gräfelfing/München
Tel. +49(0)89/85805-0
E-Mail: info@doemens.org
www.doemens.org

Ansprechpartner der Redaktion:
Thomas Eisler
Verlag W. Sachon GmbH
Tel. +49(0)8261/999-311
E-Mail: eisler@sachon.de

Gast im Restaurant auch wissen, welche sensorischen Charakteristika dieses Produkt aufweist. Eine solche Beschreibung ist mit Sicherheit auch ein wertvolles Tool, um den Verkauf anzukurbeln.

DN: Herr Heitlinger, wie schätzen Sie das neue Ausbildungskonzept ein?

Heitlinger: Auf den Punkt gebracht: kurz, knackig, gut!



Foto: confucta medien

Sensorik ist elementarer Bestandteil der Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier

DN: Herr Heitlinger, worin sehen Sie den größten Benefit des neuen Ausbildungskonzeptes?

Heitlinger: Die bisherigen Inhalte werden nun in komprimierter Form dargestellt. Vor allem das neuerwachte Interesse vor allem der jüngeren Generation für Mocktails, die zum großen Anteil Fruchtsaft erhalten, erachten wir als sehr zukunftsweisend.



Foto: confucta medien

„Ein Fruchtsaft-Sommelier muss einen Saft nicht nur sensorisch objektiv beschreiben, sondern den Verbraucher auch auf den Genuss dieses Produkts neugierig machen können“, betont Dr. Peter Schroppa

DN: Die Ausbildung verknüpft Sensorik und Vermarktung. Inwiefern stärkt dieses Zusammenspiel die Rolle des Fruchtsaft-Sommeliers als Botschafter für Qualität und Genuss?

Dr. Schroppa: Ein Fruchtsaft-Sommelier muss einen Saft nicht nur sensorisch objektiv beschreiben, sondern den Verbraucher auch auf den Genuss dieses Produkts neugierig machen können, beispielsweise durch eine gekonnt positive Beschreibung. Und da kommt natürlich auch die Vermarktung mit ins Spiel. Egal ob bei der Kommunikation des Herstellers, im Getränkehandel oder in der Gastronomie. In all diesen Bereichen gibt es wertvolle Möglichkeiten, mit dem im Kurs erworbenen Wissen die Vermarktung von Fruchtsaft zu verbessern.

DN: Absolventen erhalten ein anerkanntes Zertifikat und werden zu Multiplikatoren. Welche Wirkung erhoffen Sie sich davon langfristig für die Fruchtsaftbranche – gerade in Zeiten, in denen der Markt unter Druck steht?

Dr. Schroppa: Ich denke, gerade in dieser für die Fruchtsaftbranche äußerst schwierigen Zeit ist es besonders wichtig, die Wertigkeit von Fruchtsaft zu kommunizieren. Fruchtsaft ist ein sehr hochwertiges, gesundes und genussvolles Erzeugnis. Eigenschaften, die gerade heutzutage sehr wichtig sind. Nur muss man diese wertvollen Eigenschaften auch entsprechend kommunizieren. Gerade heute, wo aufgrund rasant steigender Rohstoffpreise auch die daraus hergestellten Säfte im Preis steigen müssen, ist dies unbedingt notwendig. Leider weiß der Verbraucher von den positiven wertgebenden Eigenschaften von Saft erdenklich wenig. Dies gilt es zu kommunizieren, denn der Verbraucher ist sicherlich dafür bereit, dann auch das entsprechende Geld auszugeben.

DN: Wie würde Ihre Werbebotschaft für die Ausbildung zum Fruchtsaft-Sommelier lauten?

Heitlinger: Mocktails und Fruchtsäfte – eine wundervolle Verbindung.

DN: Meine Herren, vielen Dank für das Gespräch!