



DER OENOLOGE

Bund deutscher Oenologen e.V.

Zeitschrift für Führungskräfte des Weinbaus, der Oenologie, der Getränketechnologie und der Weinwirtschaft



HOCHSCHULE

Ein Wort vorab 90
Dipl. Ing. Edmund Diesler
BDO-Präsident

Geisenheim aktuell 90
Buchvorstellung
Sekt Schaumwein Perlwein

MENSCHEN

Geisenheim aktuell 91
Marketing-Wettbewerb für
Selbstvermarkter ist angelaufen

Heilbronn aktuell 91
Workshop „Neue Medien für
die Weinbranche“ erfolgreich

FORSCHUNG

Buchvorstellung 92
62 ster Jahrgang des Deutschen
Weinbau-Jahrbuchs erschienen

Diplomarbeiten / Theses . . 93
aus den Bereichen IWW, Weinbau &
Oenologie und Getränketechnologie

Mitglied im Internationalen Oenologenverband UIOE, Paris und im Deutschen Weinbauverband, Bonn



SEITZ® ist Mehrwert 
Mehrwert-Aktion ab 10.12.2010*

*solange der Vorrat reicht

Nur im ausgewählten Fachhandel erhältlich



EIN WORT VORAB

**Dipl. Ing. Edmund Diesler
BDO-Präsident**

Das zu Ende gehende Jahr barg etliche Überraschungen und bestätigte das Sprichwort: „Jeder Jahrgang ist anders“. Mit knapp 7 Mio. hl verzeichneten wir in Deutschland die kleinste Weinmosternernte seit 25 Jahren. Ein nicht mehr gewohnter Reifeverlauf bescherte uns Mostsäurewerte,



die viele von uns nur aus den Erzählungen älterer Kollegen kennen. Da waren und sind wir als Oenologen richtig herausgefordert, unser Können und Erlerntes in der Praxis zu beweisen. Dieser Herausforderung haben sich die meisten von uns sehr erfolgreich gestellt. „Oenologe“ ist eben nicht nur ein Titel, sondern eine Berufsbezeichnung, die für Wissen und Können steht.

2010 verzichteten wir auf unsere gewohnte Tagung und traten beim Tagungsteil der INTERVITIS als Mitveranstalter auf. Dadurch verlegten wir auch unsere Mitgliederversammlung in das Rahmenprogramm der ProWein in Düsseldorf. Die Teilnahme war sehr verhalten, sodass wir im kommenden Jahr am 15. März unsere Fachtagung wieder in Geisenheim abhalten und unsere Mitgliederversammlung in diesen Rahmen einbetten werden. In die Betriebsleitertagung werden wir uns auch im kommenden Jahr thematisch einbringen, denn diese Tagung ist auch ein Teil unserer beruflichen Weiterbildung. Die diesjährige Exkursion nach Slowenien fand große Zustimmung und Begeisterung.

Die ersten Anmeldungen für 2011 für die Schweiz/Italien-Exkursion sind bereits eingegangen, auch hier rechne ich mit einer großen Mitgliederresonanz. Die Arbeit der Gebietskreise wird derzeit von vielen jungen Mitgliedern neu befruchtet, Zeugnis für einen lebendigen Verband. Der Bund Deutscher Oenologen ist auf einem guten Weg, den neuen Anforderungen an einen modernen, aktiven Verband gerecht zu werden und sich zukunftsfähig zu präsentieren. 2011 werden hier die nächsten Schritte folgen.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien ein ruhiges, besinnliches und erholsames Weihnachtsfest sowie einen guten, erfolgreichen und gesunden Start in ein bewegendes Jahr 2011.

Sekt Schaumwein Perlwein

Buchvorstellung mit Fachvorträgen lockte Fachleute nach Geisenheim. Das von H.-P. Bach überarbeitete Sekt-Fachbuch von Prof. Gerhard Troost und Otto H. Rhein wurde vorgestellt.



Die Buchvorstellung mit Fachvorträgen war erfolgreich. Daraufstoßen an (v.l.): Johann Seckler, Hans-Peter Bach, Bernd Weik und Birgit Ritter

(wh) Am 18. November 2010 kamen Fachleute aus der Sektbranche, Studierende und sonstige Interessierte nach Geisenheim, um sich mit Fachvorträgen und später bei einem Glas Sekt rund um das Thema Sekt fortzubilden. Der Geisenheimer Absolvent Hans-Peter Bach, der die neue Auflage des Fachbuches überarbeitet hat, gab in seinem kurzen Vortrag einen historischen Rückblick über die Sektherstellung und deren Entwicklung. Gab es bei den frühen Versuchen noch 40 % Bruch, so hat die fortschrittliche Entwicklung der Sektherstellung heute sogar immobilisierte Hefen im Einsatz.

Bernd Weik, ebenfalls Geisenheimer Absolvent, ist Mitarbeiter beim DLR Neustadt und stellte in seinem Vortrag die Voraussetzungen und Kosten der traditionellen Flaschengärung vor. Er stellte Vergleiche zu Kosten der Eigenversektung bezüglich der unterschiedlichen Mechanisierungsgrade dar und sprach auch das Thema der mobilen Lohnversektung an.



„Gab es bei den frühen Versuchen noch 40 % Bruch, so hat die fortschrittliche Entwicklung der Sektherstellung heute sogar immobilisierte Hefen im Einsatz“, referierte Hans-Peter Bach

Johann Seckler, der dritte Geisenheimer Absolvent im Referententeam des Abends, arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Institut für Kellerwirtschaft der Forschungsanstalt Geisenheim. Er stellte in seiner Präsentation, die auch Ergebnisse von Dr. Maximilian Freund und Miquel Essig enthielt und von Perlwein handelte, die Beeinflussung der Perlweinqualität durch unterschiedliche Bereitungsverfahren und Abfülltechnologien dar. Er zeigte auf, wie wichtig eine vorherige Entgasung des Weines für ein stabiles Perlweindprodukt ist. Seckler erwähnte ebenfalls das „Sektprojekt“ der Studierenden, das am Campus seit vielen Jahren professionell und mit großem Erfolg betreut und absolviert wird. Birgit Ritter, Campus GmbH, die diese Veranstaltung organisierte, freute sich über den großen Zuspruch. Auch Werner Baumeister vom Ulmer Verlag, der die Veranstaltung unterstützte, war froh über das große Interesse am Fachbuch, das wohl DAS Nachschlagewerk für den Fachmann und Studierenden ist.



Reges Interesse am überarbeiteten Nachschlagewerk zeugten von der Bedeutung des Fachbuches

Hochschule Heilbronn

1. Weiterbildungsworkshop „Neue Medien für die Weinbranche“ war erfolgreich: Zahlreiche Fachreferenten, Winzer, Verbands- und Genossenschaftsvertreter waren zu Gast. Wiederholungstermin ist am 24.01.2011 geplant

Rund 35 Verantwortliche aus Weingütern, Genossenschaften, regionalen Verbänden und dem Weinhandel waren beim 1. Weiterbildungsworkshop an der Hochschule Heilbronn zu Gast. Das Thema lautete „Internet und Neue Medien für die Weinbranche“.

„Professionelle Online-Vermarktung wird für Winzer, Weingüter und den Weinhandel immer wichtiger“, erklärte Prof. Dr. Ruth Fleuchaus, Professorin im Studiengang Weinbetriebswirtschaft und Prorektorin für Marketing und Internationalisierung an der Hochschule Heilbronn. „Daher haben wir die Initiative zur Einführung dieses speziell auf die Anforderungen der Branche zugeschnittenen Workshops ergriffen – eine richtige Entscheidung, wie das auf Anhieb große Interesse bezeugt.“

Fachkundige Vorträge hielten unter anderem Michael W. Pleitgen, Referent und Autor für Weinwirtschaft und Marketing, der Geschäftsführer und Herausgeber des Magazins Wein-Plus Utz Graafmann sowie Karl-Heinz Wenzlaff, Deutschlands bekanntester Social-Media-Trainer. „Alle Workshop-Teilnehmer waren von der Thematik begeistert und nah-

men praktische Anregungen für die Umsetzung im eigenen Betrieb mit nach Hause“, resümierte Fleuchaus. „Bereits aus dem Veranstaltungssaal wurden erste Eindrücke via Facebook und Twitter in die Onlinewelt getragen.“

„Wir müssen da sein, wo die Kunden sind“

Zur Einstimmung auf das Thema sammelte Michael W. Pleitgen zunächst individuelle Fragen der Workshopteilnehmer. Seine anschließenden Ausführungen zum Internetmarkt zeigten, dass dieses Medium einen geeigneten Weg darstellt, näher an die Kunden heranzurücken und Berührungängste abzubauen. „Wir müssen da sein, wo die Kunden sind und die sich bietenden Chancen aktiv nutzen“, appellierte er an die Teilnehmer. Wie dies bereits in anderen Branchen und auch im Weinsektor geschieht, zeigte Pleitgen anhand anschaulicher Beispiele.

Onlinemarketing & Onlinewerbung

Utz Graafmann befasste sich insbesondere mit klassischen Internetmedien. Hierbei ging er auf spezielle Aspekte des Online-Marketing

ein und gab praktische Tipps zum Umgang mit Onlinewerbung, Suchmaschinenoptimierung und Unternehmenswebsites. Beispiele von gelungenen Winzer-Homepage zeigten die Wichtigkeit, eine durchgängige Corporate Identity im Webauftritt zu implementieren.

Auf die einzelnen Formen von Social Media ging Karl-Heinz Wenzlaff näher ein. Dabei belegte er die immense Entwicklung, die in Blogs, Microblogs, Social Networks und Social Shopping Portalen begründet sind. „Die echte Interaktion mit den Konsumenten führt hierbei zu echtem Feedback“, meinte Wenzlaff, „und sollte zur weiteren Optimierung bestehender Produkt- und Serviceleistungen genutzt werden.“

Weitere Informationen:

Prof. Dr. Ruth Fleuchaus, Hochschule Heilbronn, Max-Planck-Str. 39, 74081 Heilbronn
Telefon: 07131 / 504-552

E-Mail: fleuchaus@hs-heilbronn.de

www.hs-heilbronn.de

Aufgrund der großen Nachfrage wird der Workshop am 24. Januar 2011 von 10.00 bis 17.30 Uhr im Know-Cube der Hochschule Heilbronn wiederholt. Teilnehmerbeitrag: 148 Euro, Getränke und Mittagessen sind inklusive. Anmeldung per E-Mail an weiterbildung@weinbetriebswirtschaft.de oder per Tel. 07131 / 504 327.

Marketing-Wettbewerb

Der Geisenheimer Marketing-Wettbewerb für Selbstvermarkter ist angelaufen

Der Marketing-Wettbewerb wird unter der Leitung von Prof. Dr. Robert Göbel vom Fachbereich Geisenheim, Hochschule RheinMain in Zusammenarbeit mit den Studierenden des 5. Semesters „Projektmanagement, Beratung & Kommunikation“ durchgeführt. Die Bewertung findet im Zeitraum November 2010 bis Februar 2011 statt. Das Projekt wurde mittlerweile gestartet und umfasst die Bewertung von direktvermarktenden Unternehmen aus Sicht eines Neukunden, der auf das Unternehmen aufmerksam wurde, es bislang aber nicht kannte. Vom Internetauftritt über das Sortiment in Struktur und Gestaltung bis hin zum Auftritt des Betriebes und der Verkaufsräume wird eine umfassende Bestandsaufnahme gemacht.

Es haben sich über 50 Betriebe zur Teilnahme angemeldet. Die Auswertung wird den Betrieben im April 2011 zugesandt.

TERMINE

■ 24.01.2011 Hochschule Heilbronn, Workshop: Internet und Neue Medien für die Weinbranche

Anmeldung per E-Mail an Bastian Klohr: weiterbildung@weinbetriebswirtschaft.de

■ 25.01.2011 18:00 Uhr Buchvorstellung: Terroir / Wetter Klima Boden von Dieter Hoppmann, Ort: Villa Monrepos, Hörsaal 13; Referent: Prof. Dr. Dieter Hoppmann, Eintritt: frei

Die Wechselfälle der Jahreswitterung, das Gelände- und Bestandsklima sowie der Boden beeinflussen in vielfältiger Weise das Wachstum der Reben und die Qualitätsbildung in den Trauben.

Das Buch bietet einen umfassenden Einblick über Ursachen und Wirkungen der

natürlichen Standortfaktoren auf die Traubenqualität, wobei diese sich dann auch in ihrer Summe im Wein widerspiegeln.

2010 erschienen im Verlag Eugen Ulmer. ISBN 978-3-8001-5317-6

Anmeldung und Informationen unter www.campus-geisenheim-gmbh.de oder per Telefon unter 06722 / 502 743

■ 4.02.2011

Akademische Verabschiedungsfeier der Geisenheimer Absolventen

■ 3. und 4.09.2011

OPEN CAMPUS in Geisenheim mit VEG-Mitgliederversammlung

Die Redaktion wünscht allen Leserinnen und Lesern frohe und gesegnete Weihnachten und einen guten Start ins neue Jahr.

Deutsches Weinbaujahrbuch 2011

62stes Deutsches Weinbau-Jahrbuch im Ulmer Verlag erschienen



Deutsches Weinbau Jahrbuch

2011

Der 62. ste Jahrgang des Deutschen Weinbaujahrbuches, herausgegeben von Prof. Dr. Hans Reiner Schultz und Dr. Manfred Stoll ist jetzt im Ulmer Verlag erschienen. Es ist Sprachrohr aller deutschsprachigen Weinbauregionen mit vielfältigsten Themen aus allen

Bereichen, die den Weinbau, den Wein und seine Geschichte tangieren. Der informative Tabellenanhang wird in Zukunft durch Daten zur „Struktur und Entwicklung des Weinmarktes in Deutschland“ ergänzt. Das Weinbaujahrbuch bleibt eine Fundgrube für alle Weinbauprofis in Praxis, Forschung und Lehre.

280 S., zahlreiche Tabellen und Abbildungen
ISBN 978-3-8001-6983-2 Oktober 2010

AKTUELL

Termine von VEG und BDO

10.01.2011

VEG-Neujahrsempfang um 16:00 Uhr auf dem Campus Geisenheim

10.01.2011

BDO- Jungweinprobe des Gebietskreises Pfalz um 19:00 Uhr im Probierraum des DLR Rheinpfalz in Neustadt

18.01.2011

BDO-Jungweinprobe des Gebietskreises Rheingau und Hessische Bergstraße und der AG Rheingauer Weingutsverwalter um 16:30 Uhr in Geisenheim, Kontakt: b.gaubatz@fa-gm.de

15.03.2011

BDO-Fachtagung in Geisenheim mit BDO-Mitgliederversammlung und Verleihung des Deutschen Oenologen Preises 2011

DAS WHO IS WHO DES BUNDES DEUTSCHER OENOLOGEN

Der Bund Deutscher Oenologen interessiert sich für die Arbeitsfelder/ Wege seiner Mitglieder und Wilma Herke hat für DER OENOLOGE nachgefragt. Heute dreht sich alles um Nicole Schneiders vom Bürgerspital zum Hl. Geist in Würzburg



Nicole Schneiders: Absolventin des 2007er Jahrgangs

Wann haben Sie in Geisenheim abgeschlossen?

Im Sommer 2007 konnte ich mein Diplomzeugnis in den Händen halten.

Was bedeutet die Studienzeit in Geisenheim für Sie?

An die Studienzeit in Geisenheim denke ich gern zurück. Alle, ob Studenten oder Dozenten, hatten das gleiche Faible für Wein und das Bedürfnis, noch mehr darüber zu erfahren. Zu Geisenheim gehören spannende Vorlesungen von „echten“ Weinmachern, Exkursionen in die verschiedensten Wein herstellenden Betriebe und natürlich die Weinpartys.

In welchem Arbeitsfeld engagieren Sie sich derzeit?

Seit März 2010 arbeite ich im Bürgerspital-Weingut in Würzburg. Meine Aufgabenbereiche sind sehr vielfältig, angefangen vom Weinverkauf an Privatkunden über Veranstaltungsorganisationen bis hin zur Öffentlichkeitsarbeit.

Was ist in Ihrem Betrieb besonders bzw. anders als bei anderen?

Das Bürgerspital wird 2016 700 Jahre alt – doch wir sind keineswegs veraltet. Tradition bedeutet für uns Erfahrung, und genau das ist unsere Stärke. Wir sind ein bunt gemischtes und (wie man so schön sagt) dynamisches Team mit einem aufgeschlossenen Weingutsdirektor (Robert Haller, übrigens auch Geisenheimer), sind immer in Bewegung, wagen uns an Neues und entwickeln uns weiter.

Die Spezialität Ihres Hauses?

Der Riesling! Ganz untypisch für Franken, aber für mich als Moselanerin natürlich sehr angenehm. Nein, im Ernst, da wir seit so vielen Jahrhunderten Weinberge

rund um Würzburg zu unserem Besitz zählen, sind wir in den besten Lagen vertreten. Und auf außergewöhnlichen Lagen sollte auch die anspruchsvollste Rebsorte wachsen: der Riesling. Unsere Rieslinge haben einen eigenen (fränkischen) Charakter, sind sehr mineralisch und je nach Herkunft (z. B. Randersackerer Teufelskeller) auch verspielt und fruchtig. Eben Weine,

die sich auf nationaler Ebene nicht hinter den bedeutenden Riesling-Anbaugebieten verstecken müssen.

Geisenheim und dann?

Nach dem Studium führte mich mein Weg erst mal zurück in den elterlichen Betrieb an die Mosel. Mein Partner, den ich in Geisenheim kennengelernt habe, lebt und arbeitet allerdings in Franken. Eine Lösung musste gefunden werden, wie wir unsere Zukunft gestalten wollten. Letztendlich fiel nach zwei langen Jahren die endgültige Entscheidung, dass ich das Weingut meiner Eltern verlasse und nach Franken gehe. Obwohl ich doch immer eine Moselanerin bleiben werde, arbeite ich gerne mit bei den Franken, die mit Recht sehr stolz auf das sind, was sie herstellen.

Ihre Empfehlungen für die Studierenden?

Hans Reiner Schultz riet uns in einer unserer ersten Vorlesungen: „Geht auf Weinfeste und probiert überall, um möglichst viel kennenzulernen!“ Ich denke, das ist der beste Tipp, den man geben kann. Denn die Weinwelt, in der zwar jeder jeden kennt, ist in ihrem Weinumfang riesig und vieles lohnt, getrunken zu werden! Außerdem ist es überaus wichtig, dass man die Faszination und den Respekt vor dem Wein und seinen Machern nie verliert.

Kontaktadresse:

Nicole Schneiders

Weingut Bürgerspital z. Hl. Geist
Theaterstr. 19, 97070 Würzburg

Tel/Fax: 0931-3503-441

weingut@buergerspital.de

Weinbau und Oenologie



Muffang, Thorsten

Planung des Ausbaus bestehender Betriebsgebäude eines Weingutes unter verfahrenstechnischen und betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten

Ref.: M. Mend – J. Seckler

Die Ansprüche an ein Produktionsgebäude sind zwar von Betrieb zu Betrieb verschieden, moderne Produktionsmethoden sind, neben der Qualität des Lesegutes, jedoch ausschlaggebend für qualitativ hochwertige Weine. Hierzu zählen eine schonende Verarbeitung des Lesegutes möglichst ohne Pumpvorgang, eine Vorklärung der Moste, eine kontrollierte Vergärung sowie eine qualitätsorientierte Abfüllung und Lagerung der Weine. Bei der Umnutzung vorhandener Betriebsgebäude kann eine optimale Raumnutzung im Gegensatz zur kompletten Neuplanung eines Betriebsgebäudes zwar nicht erzielt werden, jedoch besteht die Möglichkeit durch Entwicklung eines Gesamtkonzeptes unter Berücksichtigung der betrieblichen Gegebenheiten eine individuelle Lösung zu erarbeiten. Die Diplomarbeit kann hierzu als Leitfaden herangezogen werden.

Eine Flächenbedarfsanalyse, unterschiedliche Funktionsschemen zur Einteilung der Produktionsbereiche sowie die persönlichen Produktionsziele stellen hierfür die Rahmenbedingungen dar. Darüber hinaus stehen eine Vielzahl unterschiedlicher Ausstattungsvarianten zur Verfügung, die hinsichtlich der Arbeitsabläufe aufeinander abgestimmt werden müssen. Da auch stets die finanziellen Mittel über Art und Umfang der Durchführung entscheiden, sollte immer eine Relation zwischen Investitionskosten und Erträgen bestehen.

Des Weiteren beschreibt die Arbeit das Recyclingsystem „Flaschenspülung“ sowie eine Umstellung auf Schraubverschluss hinsichtlich der dadurch anfallenden Kosten. Das Spülen von Flaschen im eigenen Betrieb stellt, bei vorhandener und bereits abgegebener Spülanlage, eine kostengünstige Variante dar. Die Neuanschaffung einer Spülanlage kann jedoch für kleine und mittlere Betrie-

be als nicht erstrebenswert angesehen werden. Bei der Umstellung der Verschlussart von Kork- auf Schraubverschluss sind hohe Kosten zu verzeichnen, die jedoch langfristig durch die geringeren Materialkosten ausgeglichen werden können.



Graf, Tobias

Vergleich verschiedener Baugruppen von Weinbergsschleppern unter besonderer Betrachtung der Zukaufskomponenten

Ref.: H.-P. Schwarz – Th. Rademacher

Diese Diplomarbeit durchleuchtet den bisweilen recht undurchsichtigen Weinbergsschleppermarkt und zeigt die vordergründigen Handelsbeziehungen zwischen den einzelnen Traktorenherstellern und deren Zulieferern auf.

Hierzu wird zunächst der geschichtliche Hintergrund der einzelnen Traktorenhersteller beleuchtet um Fusionen, Aufkäufe und Zusammenschlüsse untereinander darzustellen. Danach werden ganz allgemeine Ansprüche an einen Weinbergsschlepper genannt, um zu veranschaulichen, welches komplexes Produkt ein solcher Schlepper ist und wie hoch die Ansprüche an ihn sind. Hierfür wurden neunzehn ausgewählte Schlepperhersteller nach der Herkunft bestimmter Baugruppen befragt. Nach einer kurzen Beschreibung der Vorgehensweise bei der Befragung wurden die Ergebnisse präsentiert, hinterfragt und diskutiert.

Dabei kommt zum Vorschein, dass sich der Schmalspurschleppermarkt auf vier Großkonzerne und Produktionsgemeinschaften beschränkt, der von kleineren Familienherstellern und selbstständigen Unternehmen ergänzt wird.

Auch die Anzahl der selbst- und eigenständigen Zulieferer hat sich in den vergangenen Jahren stark verringert. Vor allem die Motorenlieferanten sind heute vor allem unter dem Dach der Großkonzerne zu finden. Die Zulieferer, die noch selbstständig sind, haben sich vielfach auf einen Bereich spezialisiert und beliefern fast alle Traktorenhersteller, siehe Bosch Einspritzpumpen. Die Bereiche, in denen die Entwicklung nicht einen solchen Verlauf genommen hat, sind die, die nicht

zwingend und direkt mit der Landwirtschaft zu tun haben, wie die Elektrik/Elektronik und die Bereifung.

Diejenigen, die bei dieser Entwicklung das Nachsehen haben, sind die Familienunternehmen, die nach wie vor auf kleine Stückzahlen und große Kundennähe setzen. Es wird interessant sein zu sehen, ob sie sich am Markt halten können, was nicht zuletzt von der Unterstützung und vom Zuspruch der Kunden abhängig sein wird.



Tischleder, Christoph

Reduktion der Rückstände allergener Weinbehandlungsmittel im Endprodukt Wein durch technologische Verarbeitung*

Ref.: M. Christmann – J. Seckler



Weigel, Philipp

Planungsalternativen für einen landwirtschaftlichen Gemischtbetrieb mit Schwerpunkt Direktvermarktung*

Ref.: M. Mend – H.-P. Schwarz



Gonçalves, Jorge

Das Rebsortenspektrum des portugiesischen Weinbaus – Analyse und Ausblick

Ref.: J. Schmid – W. Pfeifer

Die Analyse des derzeitigen portugiesischen Rebsortenspektrums – welches nach neuesten Erkenntnissen 258 autochthone Sorten umfasst – und der Ausblick auf dessen zukünftige Entwicklung sind Bestandteil dieser Bachelorthesis. Hierzu bedient sich der Autor des Literaturstudiums, der aktuellsten statistischen Daten des portugiesischen

Weinbauinstituts (Instituto da Vinha e do Vinho, IVV) sowie einer von ihm selbst entwickelten und durchgeführten Umfrage, bei der über 800 portugiesische Weingüter befragt wurden.

Der Sortenspiegel wurde in einem ersten Schritt feiner strukturiert und die Bedeutung einzelner Sortengruppen dargestellt.

Im zweiten Schritt wurden die Weinregionen Minho (Vinho Verde), Trás-os-Montes, Douro, Beiras (u.a. Dão und Beira Interior) und Alentejo auf ihr spezifisches Sortenspektrum hin analysiert. Die weißen Sorten Alvarinho, Azal, Loureiro und Sória sowie die roten Sorten Aragonez, Castelão, Tinta Barroca, Touriga Franca, Touriga Nacional und Trincadeira erfuhren in einem dritten Schritt eine ampelographische, weinbauliche, önologische und sensorische Analyse. Abschließend wurde anhand der durchgeführten Umfrage erörtert, was die portugiesische Vielfalt letztendlich für die Vermarktung portugiesischer Weine wert ist. Das Fazit der Arbeit ist eine gespaltene Aussicht für die Biodiversität in den Weinbergen Lusitaniens. Auf der einen Seite wird von allen Marktteilnehmern die Meinung geteilt, dass der Wert der einheimischen Sorten unschätzbar ist. Die Vielfalt bringt viele Chancen auf den Exportmärkten, da durch die individuellen und einzigartigen Sorten ebenso individuelle und einzigartige Weine ausgebaut werden können. Die unbegrenzten Cuvéevariationen werden ebenso als großer Vorteil gewertet. Auf der anderen Seite sehen sich viele Winzer derzeit vor dem Problem, dass die portugiesischen Sorten noch zu unbekannt sind und hierdurch Vermarktungsprobleme auftreten. Auch kann die enorme Anzahl an Sorten nicht komplett durch Marketingmaßnahmen aufgegriffen werden. So scheint alles darauf hinzudeuten, dass auch in Portugal in den nächsten 20 Jahren weniger und weniger Sorten überleben bzw. ihre weinbauliche Relevanz einbüßen werden. Bestenfalls werden diese Schätze in

staatlichen oder privaten Versuchsanlagen darauf warten müssen, wiederentdeckt zu werden – wie die heute so bekannte Touriga Nacional vor über 30 Jahren.



Laible, Stefan

Einfluss der Méthode rurale auf die Sektqualität bei Roten und Weißen Burgundern

Ref.: W. Pfeifer – R. Amann

In dieser Arbeit wurden die Chancen und die Problematik bei der *Méthode rurale* im Vergleich zur klassischen Flaschengärung durch praktische Sektbereitung mit den Produkten Grauer Burgunder, Pinot Noir blanc de Noirs und Blauer Spätburgunder Rotwein-Sekt geprüft. Da das Verfahren der *Méthode rurale* heute aus der Sicht des Sektverkaufes kaum mehr wahrgenommen werden kann, galt es als Herausforderung, einen solchen Vergleich systematisch vorzunehmen. Die Druckmessungen haben bei der *Méthode rurale* für die Erzeugnisse Grauer Burgunder und Pinot Noir blanc de Noirs die Problematik aufgezeigt. Aus weinrechtlicher Sicht wären die Erzeugnisse nicht als aromatischer Qualitätsschaumwein verkehrsfähig. Die sensorische Untersuchung hat ergeben, dass die Ausbauvarianten des Grauen Burgunders und des Pinot Noir blanc de Noirs nicht unterschiedlich bewertet wurden. Lediglich der Spätburgunder Rotwein *Méthode rurale* wurde signifikant besser bewertet.

Bei der Aromenanalytik ergab sich, dass alle Sekte aus dem Bereitungsverfahren *Méthode rurale* etwa einen 50 % geringeren Gehalt an Bernsteinsäureethylester aufwiesen. Das daraus ableitbare, höhere Alterungspotenzial der Sekte kann für die Bereitung von besonderen, hochwertigen und folglich auch hochpreisigen Marktprodukten im Bereich Spezialität und Originalität genutzt werden.

Die Farbprägung konnte den Bereitungsverfahren zugeordnet werden. Beim Grauen Burgunder führte die *Méthode rurale* zu einem deutlich erhöhten Wert der Farbe Gelb, was die Hochfarbigkeit des Sektes verursacht. Die Risiken der unkontrollierten Endvergärung sowie des spontan ablaufenden BSA in der Flasche, die mit der *Méthode rurale* einhergehen, sind heutzutage in einem Großbe-

trieb für die Standardproduktion finanziell nicht tragbar. Die Probleme der mangelnden Gärsteuerung, der mangelnden Gärkontrolle in der Flasche sowie des hohen Trub- und Hefedepots im Flaschenhals beim Degorgieren wurden aufgezeigt und bewertet.

Der sehr begrenzte Einsatz der *Méthode rurale* im Vergleich zur klassischen Flaschengärung konnte somit begründet werden. Ob für die Erzeugung spezieller Marktprodukte das Verfahren *Méthode rurale* in begrenztem Umfang überhaupt zur Anwendung gelangt, ist somit in jedem Einzelfall differenziert zu entscheiden.



Bihlmayer, Cathrin

Die Entwicklung eines Lembergerprofils im internationalen Wettbewerb

Ref.: M. Freund – D. Blankenhorn

Die Rebsorte Lemberger ist in Deutschland hauptsächlich im Weinanbaugebiet Württemberg vertreten und gilt dort als Vorzeigesorte. Auch im österreichischen Burgenland gilt der Blaufränkisch als die Toprebsorte schlechthin. Lemberger und Blaufränkisch ist ein und dieselbe Sorte, die jedoch stets differenziert betrachtet wird.

In der Diplomarbeit wurde daher beleuchtet, welche Stilistiken von Lemberger auf dem Markt zu finden sind und wie sich Lemberger und Blaufränkisch in die Stilistik einordnen lassen. Dies wurde mittels Verkostungen und deren statistischen Auswertung untersucht. Es konnte eine breite Heterogenität der Lembergertypen festgestellt werden, die sich im Großen und Ganzen in drei Stilistiken trennen lassen. Dabei unterscheiden sich die Stilistiken der trockenen, reinsortig ausgebauten Lemberger in der Bewertung hauptsächlich in den Attributen Komplexität, Länge, Gerbstoff und Holzaromatik. Es kann nachgewiesen werden, dass Blaufränkisch eine eigene Stilistik prägt.

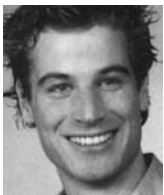
Des Weiteren wurde untersucht, wie bestimmte oenologische Maßnahmen in die Charakteristik des Lemberger unterstützend eingreifen. Diese Maßnahmen sind im einzelnen die temperierte Mazeration nach der Maischegärung, die Maischegärung mit Kernzusatz, die Spontangärung und der Verschnitt mit ande-

SIE WÜNSCHEN – WIR SCHREIBEN!

Interessiert Sie eine der hier abgedruckten Kurzfassungen ganz besonders? Nennen Sie uns Ihren Favoriten (E-Mail: ddw@meininger.de, Fax 06321 890821). Der Beitrag mit den meisten Nennungen wird in einer der nächsten Ausgaben von DER DEUTSCHE WEINBAU ausführlicher veröffentlicht.

ren Rebsorten. Außerdem wurde untersucht, welche sensorische Auswirkung die Vollnerterausdünnung auf das Geschmacksbild des Lemberger hat.

Es wird gezeigt, dass die oenologischen Maßnahmen temperierte Nachmazeration, Kernzugabe und Verschnitt den größten Einfluss auf die Analytik und Sensorik gegenüber den Kontrollvarianten aufweist. Die Varianten der Nachmazeration werden sensorisch besser, die Variante der Kernzugabe wird sensorisch schlechter bewertet als die Kontrollen. Bei den Verschnittvarianten zeigen die Ergebnisse eine erhebliche Varianz, die stark vom Verschnittpartner abhängt. Die Maßnahmen der Spontangärung und der Vollnerterausdünnung zeigen kaum sensorische Auswirkung.



Rieser, Georg

Selektion von Hefen aus Spontangärungen*

Ref.: Ch. von Wallbrunn – H. König

INTERNATIONALE WEINWIRTSCHAFT



Steinmann, Stefanie

Bestandsaufnahme zur Aktivierung des Regionalkonzepts „Weinparadies Franken“

Ref.: D. Hoffmann - H. Kolesch

Für eine positive Weiterentwicklung einer Weinregion ist es für das Fortbestehen der einzelnen Betriebe immer wichtiger sich zu differenzieren. Dies ist vor allem durch den Weintourismus möglich. Jedoch entwickelt sich eine Weinregion nicht automatisch in ein für Touristen attraktives Urlaubsziel. Es müssen Ideen, Zeit, sowie finanzielle Mittel aufgebracht werden, um den Erfolg einer weintouristischen Region zu sichern. Dies haben die Verantwortlichen der fränkischen Wein-

wirtschaft bereits erkannt und es sich zur Aufgabe gemacht, das Anbaugebiet durch ein groß angelegtes Weintourismuskonzept strukturell weiterzuentwickeln. Einen Teil dieses Konzeptes integriert die Unterstützung des ländlichen Raumes rund um den Frankenberg an der Grenze zwischen Unter- und Mittelfranken: Gemeinsam mit sieben dort ansässigen Winzergemeinden wurde das „Weinparadies Franken“ im Jahr 1999 ins Leben gerufen.

Das Ziel der Arbeit war es, den Entwicklungszustand sowie die Akzeptanz des „Weinparadieses Franken“ zu überprüfen. Die Umsetzung fand mittels Befragung aller involvierten Parteien statt. Im Anschluss wurden die gewonnenen Daten anhand eines statistischen Programmes ausgewertet. Als Ergebnis konnte festgestellt werden, dass die Resonanz auf das Regionalkonzept „Weinparadies Franken“ bei allen Beteiligten positiv war. Die übergeordneten Ziele wurden bisher erreicht, jedoch ist das Konzept weiter ausbaufähig und eine Überarbeitung in einigen Bereichen notwendig.



Engehausen, Katrin

Nachhaltigkeit in der Weinwirtschaft – eine Status quo Analyse

Ref.: M. Freund – E. Kaim

Das Thema der Nachhaltigen Entwicklung wird in vielen Branchen diskutiert. Oft wird das Wort „nachhaltig“ mit anderen Adjektiven wie „andauernd“, „beeindruckend“, „wichtig“ oder „nachdrücklich“ sinngleich verwendet.

In der Arbeit wird der aktuelle Stand der nachhaltigen Entwicklung in der Weinwirtschaft geschildert. Nach der Einführung in die Entstehung des Begriffs Nachhaltige Entwicklung und einen Blick auf die globalen Herausforderungen, liegt das Augenmerk der Thesis auf Problembereiche in der Weinwirtschaft. Darin werden neben dem Hauptprozess des Weinbaus und der Weinbereitung auch vor- und nachgelagerte Prozesse, wie zum Beispiel Aus- und Weiterbildungssituation im Weinbereich, Distribution und Glasrecycling betrachtet.

Im landwirtschaftlichen Bereich sollte nach-

haltig als Synonym für „zukunftsfähig“ verstanden werden. Zukunftsfähig sind Leitbilder, die eine gute Balance finden zwischen ökologischer Verantwortung, ökonomischer Rentabilität und sozialem Bewusstsein. Die Idee der Nachhaltigkeit soll dabei nicht in Konkurrenz stehen zu den bestehenden Leitbildern, sondern die Vorzüge der einzelnen Ansätze herausnehmen und in eine gute Balance bringen. Nachhaltige Bewirtschaftung beinhaltet sowohl Aspekte der integrierten, organischen und biodynamischen Wirtschaftsweise aber auch Aspekte, die in den drei genannten nicht enthalten sind.

In der Arbeit werden Potenziale herausgearbeitet, unter anderem: Beim Einsatz von Pflanzenschutz- und Düngemitteln werden Einsparmöglichkeiten bisher noch unzureichend ausgenutzt. Es lohnt sich durch den gezielten Einsatz von Begrünungspflanzen wie Leguminosen den Stickstoffbedarf zu decken. Dadurch kann auf mineralischen Stickstoffdünger, der nur mit hohem Energiebedarf produziert werden kann, weitestgehend verzichtet werden. Die vielen Vorteile einer artenreichen Begrünungseinsaat werden noch viel zu stark ignoriert, obwohl dabei sowohl ökologische als auch finanzielle Vorzüge sofort zu Buche schlagen. Auch der Einsatz von pilzwiderstandsfähigen Rebsorten findet in der traditionellen Weinbranche noch zu wenig Aufmerksamkeit. Ließen sich die Konsumenten durch Kommunikation von den Vorteilen dieser noch unbekannteren Rebsorten überzeugen, könnten teure Pflanzenschutzmittel und Zeit eingespart werden. Die Thesis fasst auch Ansätze zur nachhaltigen Weinwirtschaft aus der Neuen Welt und Projekte in Europa zusammen; Forschungsprojekte aus Geisenheim werden ebenfalls vorgestellt.

ANMERKUNG DES FACHBEREICHS

Arbeiten, die für Dritte nicht zugänglich sind, werden mit einem *gekennzeichnet. Alle Diplomarbeiten werden seit 1972 in der Hauptbibliothek der FA Geisenheim aufgenommen und die freigegebenen Arbeiten können dort eingesehen werden.

Die Kurzfassungen stehen auch im Internet auf der Homepage unter www.oenologie.de oder auf der Homepage der FA Gm: www.forschungsanstalt-geisenheim.de