



# DER OENOLOGE

Bund deutscher Oenologen e.V.

Zeitschrift für Führungskräfte des Weinbaus, der Oenologie und Getränketechnologie  
Mitteilungsblatt der Absolventen des Fachbereiches Geisenheim, Weinbau und Getränketechnologie  
Mitglied im Internationalen Oenologenverband UIOE, Paris • Deutscher Weinbauverband, Bonn

## EDITORIAL



Dipl. Ing.  
Wilma Herke,  
Redaktion  
DER OENOLOGE

## Alle Jahre wieder

So oder anders haben viele von uns sicher in den letzten Wochen oft gesungen. Es geht um eine Quelle der Zuversicht und der Hoffnung, die uns allen neue Lebens- und Schaffenskraft geben kann.

Nach Weihnachten hat nun aber auch ein neues Jahr begonnen. Es soll ein gutes und erfolgreiches Jahr werden, so ist unsere Hoffnung. Gute Vorsätze gibt es sicher bei jedem von uns, wie alle Jahre wieder, in unterschiedlich-

ster Form und in zahlreichen Bereichen.

Was nehmen wir uns vor für das Jahr 2009? Einem Wechsel der beruflichen Aufgabe, Suche nach neuen Kunden, Änderungen im Betrieb? Worauf hoffen wir? Erfolgreiche Geschäfte, eine gut verlaufende Vegetation ohne Witterungsextreme, reife, gesunde Trauben, treue Kunden, einen stabilen Markt u.v.m. Nicht alles können wir steuern und beeinflussen, aber im Dialog mit Kollegen und Mitbewerbern können wir vieles erreichen, was man alleine nicht sehen und schaffen würde. Manches müssen wir hinnehmen und darauf reagieren. Anderes entsteht erst durch kreative Ideen, die verwirklicht werden. Zu einer unserer wichtigsten Aufgaben, die wir im neuen Jahr ernst nehmen sollten, zählt, wie alle Jahre wieder, die Beobachtung, Unterstützung und Bewahrung der Natur. Das lohnt sich in vielerlei Hinsicht immer.

Ein neues Jahr mit 12 Ausgaben von DER OENOLOGE steht vor uns. Was bringt er uns im Januar Neues?

Der langjährige, verdiente FH-Präsident Prof. Dr. Clemens Klockner geht in den Ruhestand und sein

Nachfolger Prof. Dr. Detlev Reymann, der bereits im Dezemberheft vorgestellt wurde, übernimmt das Amt. Intensive und sorgfältige Arbeit wurde mit dem Volksbankpreis belohnt. So erhielt Felix Hößelbarth aus Radebeul einen Motivationspreis für seine Arbeit im Bereich Lockerbeerigkeit von Spätburgunder und Chardonnay.

Im neu erschienenen Buch von Kai Velten aus Geisenheim über mathematische Modellierung öffnen sich ganz neue Perspektiven zur Datenerfassung und -auswertung.

Ebenso findet sich von Prof. Dr. H. P. Schwarz eine Vorstellung und Beschreibung erneuerbarer Energien. Die Umsetzung und Anwendung in Weinbaubetrieben kann und wird zukunftsweisend sein.

Neu sind auch Weinbasis-Seminare der Campus-Geisenheim GmbH, die ab Februar angeboten werden. Viel Neues, das neugierig macht! Dazu gehört natürlich auch unser neues BDO-Portal, das im Januar frei geschaltet wird. Allen Mitgliedern liegt nun der persönliche Zugang zum Oenologenportal vor. Jetzt kann es also losgehen mit dem „Netzwerken“. Auch ein guter Vorsatz, der umgesetzt werden sollte.

Die Redaktion von DER OENOLOGE wünscht bei der Realisierung der guten Vorsätze viel Energie und Erfolg im Jahr 2009.

## INHALT

GEISENHEIM AKTUELL . . . . .	2
DIPLOMARBEITEN / THESIS . . . . .	5

## Der Korken ist ein Stück Weinkultur

- Naturkorken
- Sektkorken
- Scheibenkorken
- Diam-Stopfen
- Anrollverschlüsse
- Schrumpfkapseln
- Barriquefässer Magreñan



Industriegebiet  
In den Seewiesen  
67480 Edenkoben  
Tel. 06323/1412  
Fax 06323/3718  
www.montanergmbh.de  
E-Mail: Korken@montanergmbh.de

## „Heiße Getränke“

### Rückblick auf eine erfolgreiche Campus aktiv-Reihe über Kaffee und Schokolade

Die Deutschen konsumieren pro Kopf jedes Jahr etwa 150 l Kaffee. Mehr als Mineralwasser und Bier. Dies waren Gründe für die Campus-Geisenheim-GmbH, sich dem Thema der koffeinhaltigen Getränke zu widmen.



Gestalter des Gold-der-Azteken-Abends: Professor Dr. Bernd Lindemann (links) und Oliver Coppeneur (Foto: Lönarz)

Im Rahmen der Veranstaltung „CAMPUS|aktiv“ referierten fünf Fachleute aus der Kaffee-, Tee- und Kakaobranche über die „heißen Getränke“.

#### Kaffeesensorik

Mit dem Vortrag und Verkostung „Kaffeesensorik“ starteten die Referenten Matthias Böhm und Stephanie Kiesele von Azul Kaffee, Bremen die Veranstaltungsreihe. Im voll besetzten Degustationshórsaal verfolgten die Teilnehmer, Studierende wie auch extern Inter-

essierten die Ausführungen über Kaffeeanbau, Sensorik, Qualitätsmerkmale und konnten im Anschluss fünf unterschiedliche Kaffeesorten verkosten. Angefangen vom unteren Preissegment bis zum hochwertigen Arabica.

#### Röstkaffeemarkt

Die internationale Bedeutung des Kaffees als Rohstoff und Handelsprodukt wurde im zweiten Teil der Reihe „Heiße Getränke“ dargestellt. Volker Meyer-Lücke von Dallmayr in München präsentierte Zahlen und Fakten rund um den Röstkaffee.

#### Schokolade

Am 17. November 2008 lenkte Oliver Coppeneur von der Coniferie Coppeneur & Cie (CCC) aus Bad Honnef den Blick auf das süße braune Gold der Azteken. Anhand von Bildern und Fotos wurden die Besonderheiten des Kakaobaumes und die Schwierigkeiten seiner Kultivierung erläutert.

Um die notwendigen Eigenschaften der Kakaobohnen für die Schokoladenqualität zu gewährleisten ist aufwändige und fachkundige Handarbeit notwendig. Zur Herstellung von Schokolade werden die Kakaobohnen geröstet, gebrochen und gemahlen. Oliver Coppeneur demonstrierte anhand von sieben Schokoladentäfelchen, deren Kakao aus verschiedenen Anbaugebieten der Welt kam, die unterschiedlichen Geschmacksrichtungen, die Schokolade zeigen kann.

(Prof. Dr. Bernd Lindemann)

## Verabschiedung Klockner

### Professor Dr. h. c. mult. Clemens Klockner bekam das Bundesverdienstkreuz verliehen

Prof. Dr. h. c. mult. Clemens Klockner, der fast 24 Jahre lang die FH Wiesbaden geleitet hat und als engagierter Präsident allen in guter Erinnerung bleiben wird, ging zum 1. Januar 2009 in den Ruhestand. Bei seiner Verabschiedung in Wiesbaden wurde ihm von Staatssekretär Dr. Ralph Alexander Lorz das Bundesverdienstkreuz verliehen. Eine weitere Ehrung empfing er im Rahmen der Verabschiedungsveranstaltung und Sitzung der VEG Geisenheim Alumni Association am 12. Dezember 2008 auf der „Schönburg“ in Oberwesel: Klockner erhielt die Ehrenmitgliedschaft. Die Laudatio verlas Vorstandsmitglied Dipl. Ing. Martin Bahmann in Abwesenheit von Vize-Präsidentin Dipl.-Ing. Renate Werum. Eine beeindruckende Weinprobe mit Weinen aus dem Mittelrheintal, moderiert von Prof. Dr. Randolf Kauer, rundete die Feierlichkeit ab.



Bei der Verabschiedung: Staatssekretär (Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst) Prof. Dr. Ralph Alexander Lorz (links) und Professor Dr. h. c. mult. Clemens Klockner (Foto: Pressestelle FH Wiesbaden)

## TERMINE CAMPUS|aktiv

■ 26.01.2009, 19:00h; Weinmarkt Skandinavien; HS 32, Campus

Arne Ronold, Master of Wine, Journalist und Herausgeber der norwegischen Weinpublikation Vinforum berichtet über den Weinmarkt Skandinaviens und präsentiert Bestsellerweine aus dieser Region; Moderation: Prof. Dr. Monika Christmann; Eintritt: 25,00 €, VEG-Mitglieder 17,00 €, Studierende 10,00 €

■ 27.01.2009 von 16:30 bis 18:30h, HS 35, Campus; Workshop Wikipedia Teil 2; Qualitätsmanagement, Erstellung und Bearbeitung von Wikipedia-Inhalten; Dozent: Dipl. Ing. Martin Bahmann; Ein-

tritt: 18,00 €, Studierende 9,00 €; Mitarbeiter am Campus Geisenheim und VEG-Mitglieder 9,00 €

■ 02.02.2009 19:00h, HS 32, Campus, Weinpodcast

Referentin: Marlene Duffy; Marlene Duffy wird ihren überaus erfolgreichen weinpodcast "bottleplot" vorstellen, Weine zum Verkosten und Diskutieren mitbringen und live einen Weinpodcast erstellen. Ein spannender und unterhaltsamer Einblick in die Neuen Medien; Eintritt 25,00 €, VEG-Mitglieder 17,00 €, Studenten 10,00 €

Anmeldung unter:

## KURZ NOTIERT

Die diesjährige Verabschiedung der Geisenheimer Absolventen des Wintersemesters findet am Freitag, den 13. Februar 2009 wieder auf Schloss Johannisberg statt.

BDO-Mitgliederversammlung und VEG-Mitgliederversammlung jeweils am 20. März 2009 auf dem Campus Geisenheim

## Markus del Monego bringt Bordeaux nach Geisenheim



Mehr als 90 Besucher wurden durch die Bordeauxprobe von Markus del Monego (li.) begeistert (Foto: Lönarz)

Am 8. Dezember 2008 fand auf dem Campus Geisenheim eine Einführung in die Welt der Weine von Bordeaux statt. Prof. Dr. Dieter Hoffmann begrüßte den Referenten des Abends Markus Del Monego. Anhand von zwölf Weinen stellte der Master of Wine die Region und deren Weine mittels eines interessanten Vortrages mit Verkostung vor. Die Weine stammten u.a. aus dem Haut-Medoc, Terrois des Libournais, Terroir des Graves. Mit mehr als 90 Besuchern fand die Veranstaltung großes Interesse und begeisterte die meist studentischen Teilnehmer. Der Abend wurde von der Campus Geisenheim GmbH organisiert und vom Fachbereich Geisenheim und dem Alumniverband unterstützt. Weitere Fortbildungs-Veranstaltungen sind geplant.

## Geisenheimer Absolvent erhält Volksbank Preis



Den zweiten Preis, der von der Rheingauer Volksbank für die besondere Leistung im Studium der Oenologie und des Weinbaus in Geisenheim vergeben wird und mit 1000 Euro dotiert ist, erhielt im November 2008 Dipl. Ing. Felix Hößelbarth aus Radebeul (Foto: 3. von links). Hößelbarth befasste sich in seiner Diplomarbeit, die von Prof. Dr. Ernst Rühl und Dr. Joachim Schmid betreut wurde, mit dem Thema „Ausmaß klonaler Variationen bei ausgewählten Klonen der Sorte Blauer Spätburgunder und Chardonnay“. Er untersuchte die Lockerbeerigkeit der Klone, die die Widerstandsfähigkeit der Reben deutlich erhöht. Die Kurzfassung der Arbeit findet sich in diesem Heft.

## Erneuerbare Energien

**Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Energieversorgung kommt der Nutzung erneuerbarer Energie eine zentrale Bedeutung zu. Die Endlichkeit fossiler Rohstoffe gebietet es, wo immer sinnvoll möglich, auf nachwachsende Rohstoffe zu setzen.**

„Mit dem starken Wachstum der Weltbevölkerung wird der Energiebedarf bis zum Jahr 2020 voraussichtlich um fast 40% steigen. Umweltprobleme wie Treibhauseffekt, steigende Abfallmengen und die Übernutzung fossiler Ressourcen liefern der Diskussion um nachwachsende Rohstoffe entscheidende Argumente. Der immense "Energiehunger" hochentwickelter Gesellschaften verbraucht in wenigen Jahrzehnten die in Jahrmillionen gebildeten fossilen Ressourcen (FNR, 2006). Durch den Klimawandel, die Rohstoffknappheit und den globalen Wettbewerb wird die Energiewirtschaft in den kommenden Jahrzehnten vor gewaltigen Herausforderungen stehen. Auch die Energieversorgungssicherheit, sprich die Unabhängigkeit von der politischen „Großwetterlage“, sollte bei der Argumentation eine Rolle spielen. „Das langfristige Ziel ist eine vollständig regenerativ versorgte Gesellschaft. Deshalb gilt es, für alle Bereiche des Energie- und Stoffbedarfs frühzeitig möglichst viele Optionen zu entwickeln“ (Obama, 2008).

Die auf der Erde nutzbaren Energieströme entspringen drei grundsätzlichen unterschiedlichen Primärquellen:

- Solarstrahlung und damit die durch den Fusionsprozess auf der Sonne freigesetzte Energie
- Die Erdwärme, Geothermie, resultierend aus der in der Erde gespeicherten Energie
- Die Planetengravitation und -bewegung, die für die Gezeiten verantwortlich sind.

Dabei ist die von der Sonne eingestrahlte Energie mit Abstand die größte Quelle des regenerativen Energieangebotes. Der Sonnenenergie folgen die Erdwärme und die Gezeitenenergie (FNR, 2006). Durch verschiedene Umwandlungen innerhalb der Erdatmosphäre werden eine Reihe ganz unterschiedlicher Energieströme hervorgerufen. Umgewandelte Formen der Sonnenenergie stellen beispielsweise die Windenergie, Wasserkraft, Meeresströmung und die Biomasse dar.

„Der größte Anteil der Nutzung dieses Angebotes nimmt schon heute die Bioenergie ein. Diese ist mit einem Anteil von 62 % aller erneuerbaren Energien die „tragende Säule“

alternativer Energieformen (...). Nachwachsende Rohstoffe erweitern die Dimensionen in der Land- und Forstwirtschaft“ (Seehofer, 2006).

### Biomasse

„Biomasse ist die gesamte durch Pflanzen oder Tiere anfallende bzw. erzeugte organische Substanz, also die in der Natur lebende und wachsende Materie und die Abfallstoffe von lebenden und toten Lebewesen“ (FNR, 2006).

Beim Einsatz von Biomasse für energetische Zwecke, also zur Strom-, Wärme- und Treibstoffherzeugung, ist zwischen nachwachsenden Rohstoffen oder Energiepflanzen und organischem Abfall zu unterscheiden. Nachwachsende Rohstoffe lassen sich stofflich bzw. technisch in der Industrie (Industriepflanzen) und energetisch zur Erzeugung von Wärme, Dampf, Strom und Treibstoff nutzen. Nachwachsende Rohstoffe im Allgemeinen sind:

- schnell wachsende Baumarten und spezielle Energiepflanzen (z. B. Bambus, Chinaschilf) mit hohem Trockenmasseertrag, zum Einsatz als Brennstoffe

## BDO - TERMINE

■ 20. März 2009 BDO-Fachtagung auf dem Campus Geisenheim

Mit Vorträgen und Workshops, Verleihung des Deutschen Oenologen-Preises 2009, Mitgliederversammlung und Abendprogramm. Einer der Referenten wird Stuart Pigott sein, der derzeit in Geisenheim als Student eingeschrieben ist.

■ Fach-Exkursion in die Steiermark und nach Slowenien in der Zeit vom 19. bis zum 23. August 2009

Nähere Informationen folgen in Kürze. Wer Interesse an dieser Wein-Bildungsreise hat, meldet sich bitte ab sofort in der BDO-Geschäftsstelle unter [info@oenologie.de](mailto:info@oenologie.de) oder Telefon 06722-502742

■ Donnerstag, den 5. Februar 2009 Jungweinprobe BDO-Regionalgruppe Rheingau / Hessische Bergstraße

16.00 Uhr im Steinbergkeller der Hessischen Staatsweingüter; Jungweinprobe der BDO-Regionalgruppe Rheingau / Hessische Bergstraße und der Arbeitsgemeinschaft Rheingauer Weingutsverwalter; Moderation: Prof. Dr. Monika Christmann

– zucker- und stärkehaltige Ackerfrüchte für die Umwandlung in Äthanol, sowie Ölfrüchte für die Gewinnung von Bioölen bzw. Biodiesel (Rapsölmethylester) und deren Einsatz als Schmier- und Treibstoff

– organische Reststoffe, anfallend bei der Forst- und Landwirtschaft, in Industrie und Haushalten

– organischer Hausmüll, Klärschlamm, Stroh, Gras, Laub und Dung.

Unter Biomasse ist also grundsätzlich die gespeicherte Sonnenenergie zu verstehen. Diese Energie wird durch unterschiedliche Umwandlungsprozesse in nutzbare und nach Möglichkeit auch speicherbare Energie umgewandelt.

### **Kraft-Wärme-Kopplung**

Mit Hilfe von Verbrennungsmotoren wird in einem BHKW Strom und Wärme erzeugt. Bei der KWK wird der Motor mit Heizungswasser um- bzw. durchströmt. Motor und Generator werden somit gekühlt und die Abwärme kann zur Heizwassererwärmung verwendet werden. Selbst die Abgaswärme kann von modernen Geräten noch zu Energiegewinnung genutzt werden. Besonders in dezentralen Strom- und Wärme-Aggregaten wird die Primärenergieausnutzung gegenüber zentraler und getrennter Strom- und Wärmeherstellung erheblich gesteigert und damit der Ausstoß von Luftschadstoffen wie CO<sub>2</sub>, SO<sub>2</sub> usw. erheblich reduziert.

### **Geothermie**

Die Geothermie erfüllt die Kriterien der Nachhaltigkeit und gehört somit zu den regenerativen Energiequellen, da ihr Potenzial sehr groß und nach menschlichem Ermessen unermesslich ist.

„Theoretisch würde allein die in den oberen 3 Kilometern der Erdkruste gespeicherte Energie ausreichen, um die Welt für etwa 100.000 Jahre mit Energie zu versorgen“ (Lund, 2005). Geothermische Energie, auch als Erdwärme bezeichnet, ist die in Form von Wärme gespeicherte Energie unterhalb der Erdoberfläche. Der geothermische Wärmefluss durch die Erdoberfläche beträgt über 40 Milliarden Kilowatt.

### **Sonnenenergie**

Als Sonnenenergie oder Solarenergie bezeichnet man die von der Sonne durch Kernfusion erzeugte Energie, die in Teilen als elektromagnetische Strahlung (Strahlungsenergie) zur Erde gelangt. Als die größte Energiequelle liefert die Sonne pro Jahr eine Energiemenge von 1,5 x 10<sup>18</sup> kWh auf die Erdoberfläche (Sachs und Maul, 1996). Diese Energiemenge entspricht etwa dem 10.000-fachen des Weltprimärenergiebedarfs. Ein Teil der direkt und diffus bis zur Erdoberfläche strahlenden Energie kann durch direkte Umwandlung in Strom (Photovoltaik) oder Wärme (Solarthermie) genutzt werden.

(Prof. Dr. H.-P. Schwarz)

## **Buch über mathematische Modellierung aus Geisenheim**

**Kai Velten, der Mathematikprofessor am Fachbereich Geisenheim, bringt ein Buch über Modellierung und Simulation auf den Markt**

"Es gibt noch mehr als Tennis auf der Welt" soll Boris Becker einmal gesagt haben. "Es gibt noch mehr als Excel auf der Welt" könnte das Motto des Buchs über mathematische Modellierung und Simulation sein, das der Geisenheimer Mathematikprofessor Kai Velten geschrieben hat.

Das Buch ist im Dezember 2008 in englischer Sprache im international renommierten Wiley-VCH-Verlag erschienen und es ist ein weiterer Beleg für die Anerkennung, die Geisenheimer Dozenten und ihre Kurse in aller Welt finden.

Das Buch umfasst die Geisenheimer Grundkurse in Mathematik, Statistik und Computersimulation, und es stellt eine umfassende kostenlose Programmsammlung zur Lösung aller Standardprobleme (von Mischungsproblemen über statistische Probleme bis hin zu Weingärungsmodellen, Modellen zur Berechnung von dreidimensionalen Strömungen/

Temperaturverteilungen in Tanks etc.) zur Verfügung. Einer der ersten Nutzer dieser Programmsammlung war Dipl. Ing. Jan Ruzycki vom getränketechnologischen Zentrum, der auf der Grundlage eines Programms für die "nichtlineare Regression mit 2 Variablen" ein Verfahren entwickelt hat, mit dem eine bei 80° C gemessene Stammwürze (i.w. der Zuckeranteil in einer Bierwürze) auf 20° C umgerechnet werden kann. Mit Excel war das übrigens nicht möglich...

Nähere Informationen zum Buch gibt es im Internet auf den folgenden Seiten:

<http://www.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-3527407588.html> oder

<http://www.wiley-vch.de/publish/dt/books/bySubjectPH00/ISBN3-527-40758-8/description/>

ISBN-10: 3-527-40758-8

ISBN-13: 978-3-527-40758-3 - Wiley-VCH, Berlin; Preis 79 Euro.

## AKTUELL

### **Weinbasis-Seminar**

07. Februar 2009 von 10:00 bis 18:00h  
Hörsaal 32, Campus Geisenheim

Das Einsteigerseminar, das Ihnen unbekümmerte Weinfreude vermitteln möchte. Mit dem Glas in der Hand erfahren wir Details einiger Weinanbaugebiete und Rebsorten. Ganz viel Schwenken, Riechen und Schmecken ist angesagt! Abgerundet wird der Tag durch einen Ausflug in die praktische Weinbereitung oder den Weinberg, kurzweilige Einblicke in die fachliche Weinbeschreibung oder die Geheimnisse der Wein- und Speisenkombination.

Der Referent Dr. Steffen Maus (41) fährt sehr gerne mit dem Fahrrad durch Frankfurt und trinkt auch hin und wieder einen Apfelwein. Seine (Trauben-)Weinbegeisterung teilt er seit mehr als 5 Jahren in Seminaren für den Handel und Weinliebhaber. Er kann die Weinemotionen eindrucksvoll vermitteln, denn „hauptberuflich“ arbeitet er als Weinjournalist für Weinzeitschriften und ist Mitautor von Weinbüchern. Hat in Hessisch, Englisch oder Italienisch mit den Winzern persönlich gesprochen! In der Branche wird er als sehr gute Weinspürnase und kompetenter, unabhängiger Autor geschätzt. Das analytische Denken möchte der promovierte Chemiker dennoch hinten anstellen, viel mehr möchte er in den Seminaren gemeinsam der Seele eines Weines mit dem Herzen näher kommen. Und fürs Übergeordnete gilt: „Die Konzeption und Weiterentwicklung des Seminarangebotes für die Campus GmbH Geisenheim in Zusammenarbeit mit Geschäftsführerin Birgit Ritter ist eine spannende und reizvolle Herausforderung.“ Preis: 120 Euro.

### **Achtung: Zweiter Termin !**

Eine zweite Möglichkeit für dieses Seminar wird Ihnen am 7. März 2009 von 10:00 bis 18:00h geboten. Veranstaltungsort ist der Hörsaal 32 am Campus Geisenheim.

Der Referent, Weinjournalist und Seminarleiter Dr. Steffen Maus, bringt Ihnen auch hier die Welt des Weines näher. Preis: 120 Euro.

Anmeldung unter:

[www.campus-geisenheim-gmbh.de](http://www.campus-geisenheim-gmbh.de)

## Weinbau und Oenologie



Städter, Michel

### **Kundenakzeptanz alternativer Flaschenverschlüsse und Verwendung auf dem deutschen Weinmarkt**

Ref.: D. Hoffmann – R. Jung

Alternative Flaschenverschlüsse stellen zurzeit ein sehr aktuelles Thema dar. Die Diskussionen sind zahlreich, beim Konsumenten, aber auch beim Weinerzeuger. Die technische Eignung der einzelnen Verschlussalternativen ist nur ein kleines Diskussionsfeld. In diesem Bereich können Forschungsergebnisse für Klarheit sorgen. Letztendlich entscheidet der Konsument über Erfolg oder Misserfolg verschiedener Verschlussalternativen.

Diese empirische Arbeit handelt von der Akzeptanz alternativer Flaschenverschlüssen auf Konsumentenseite und die Verwendung von Verschlussalternativen in Weinbaubetrieben.

Naturkorken, Kunststoffstopfen, Drehverschluss, Kronenverschluss und Glasstopfen bilden den Umfang der Verschlussauswahl. Ein standardisierter Fragebogen stellte das Datenerhebungsinstrument da.

Bei den Weinerzeugern hat sich der Drehverschluss stark etabliert. Für viele stellt er die optimale Lösung da. Wiederverschließbarkeit, Kosten und Erhalten der Weinqualität sind die Hauptbeweggründe. Aber seine schlechte Akzeptanz beim Konsumenten, vor allem bei höheren Weinqualitäten, lässt viele Erzeuger den Naturkorken beibehalten. Bei der technischen Eignung des Glasstopfens in Hinblick auf Gasdichte sind noch viele Betriebe skeptisch, jedoch besitzt der Glasstopfen eine sehr hohe Kundenakzeptanz, auch bei teuren Weinen. Der Kronenverschluss findet noch kaum Verwendung und ist durch sein „Bierflaschen-Image“ beim Konsumenten negativ behaftet. Die Technische Eignung ist hervorragend. Der Kunststoffstopfen findet starke Verwendung bei einfachen Qualitäten und ist dort beim Kunden akzeptiert. Bei Premiumweinen jedoch nicht. Für lange Flaschenlagerzeiten ist er nicht geeignet. Im Lebensmitteleinzelhandel sind alternative

Flaschenverschlüsse schon sehr verbreitet, aber es ist eine Abhängigkeit vom betrachteten Preissegment zu erkennen. Im unteren Preissegment bis 3 Euro werden die Flaschen fast ausschließlich mit dem Kunststoffstopfen und dem Drehverschluss verschlossen, bei teureren Weinen nimmt der Naturkorkenanteil stark zu. Ab 5 Euro Flaschenpreis werden hauptsächlich Naturkorken verwendet.



Hößelbarth, Felix

### **Ausmaß klonaler Variationen bei ausgewählten Klonen der Sorten Blauer Spätburgunder und Chardonnay - Stielgerüst und Verrieselung**

Ref.: E. Rühl – J. Schmid

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurden Versuche durchgeführt, um den Wachstumsverlauf des Stielgerüsts und die Verrieselung der Blüte als mögliche Ursachen für Lockerbeerigkeit bei den Sorten Blauer Spätburgunder und Chardonnay zu untersuchen. Des Weiteren wurde versucht mittels eines mathematischen Modelles eine Möglichkeit zu finden, um Lockerbeerigkeit messen zu können.

Die Untersuchungen wurden an Trauben des lockerbeerigen Blauen Spätburgunder-Klones 1-84 Gm und des kompakten Blauen Spätburgunder-Klones 18 Gm sowie an Trauben des lockerbeerigen Chardonnay-Klones 1-45 Gm und des kompakten Chardonnay-Klones 54 Gm im direkten Vergleich auf dem Versuchsgelände des Fachgebietes Rebenzüchtung und Rebenveredlung der Forschungsanstalt Geisenheim durchgeführt. Als Ergebnis wurde herausgefunden, dass bei den untersuchten Blauen Spätburgunder-Klonen die Lockerbeerigkeit des Klones 1-84 Gm durch eine größere Traubenlänge und größere Beerienstielchenlänge verursacht wird. Bei den untersuchten Chardonnay-Klonen hingegen wird die Lockerbeerigkeit des Klones 1-45 Gm nur durch eine größere Traubenlänge verursacht. Für die Verrieselung zeigt sich bei beiden untersuchten Rebsorten, dass sie keine Ursache für Lockerbeerigkeit darstellt. Um Lockerbeerigkeit messen zu können, wurde ein multivariates Messsystem auf der

Grundlage eines Logitmodelles entwickelt. Damit ist es gelungen anhand mehrerer Variablen zu messen, ob Lockerbeerigkeit bei einer Traube vorliegt.



Clüsserath, Christoph

### **Fusion zweier Weingüter – Strategieüberprüfung mit Hilfe der Kosten- und Leistungsrechnung**

Ref.: M. Mend – R. Göbel

Dieser Teil der Diplomarbeit "Fusion zweier Weingüter" beschäftigt sich mit der Strategieüberprüfung der im ersten Teil ausgearbeiteten unternehmensstrategischen Planung und Ausrichtung (vgl. Eifel, 2008, Fusion zweier Weingüter – Strategische Planung und Ausrichtung). Neben der Kosten- und Leistungsrechnung als Hauptinstrument der Überprüfung wurde zusätzlich eine betriebswirtschaftliche Kennzahlenanalyse durchgeführt. Als Erstes wurden die Betriebsstrukturen abgebildet und die Kennzahlen der beiden Betriebe berechnet. Anschließend wurden die Ergebnisse mit Vergleichszahlen von Weingütern in Deutschland verglichen und beurteilt.

Als Nächstes erfolgte die Überprüfung der Planung und die Analyse des neuen Betriebes mithilfe der Kostenrechnung. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden alle Plandaten im Betriebsabrechnungsbogen (BAB) erfasst. Die Kapitalkosten der Flächen, Gebäude, Betriebsvorrichtungen, Maschinen und Geräte (BMG) wurden zuvor in Hilfsdatenblättern kalkuliert und anschließend in den BAB übertragen. Plandaten aus der GuV wurden direkt in den BAB übertragen. Die erfassten Daten wurden dann im Betriebsabrechnungsbogen auf die definierten Kostenstellen verteilt. Hierzu wurden Hilfskostenstellen für Weinbau, Fassweinausbau, Flaschenfüllung und -ausstattung, Vertrieb sowie eine Gemeinkostenstelle eingerichtet. Die Kosten der Hilfskostenstellen werden dann mittels Verteilungsschlüsseln auf die Hauptkostenstellen verteilt. Die Hauptkostenstellen im Weinbau wurden analog mit den Kostenträgern benannt. Hier entstanden als

Hauptkostenstellen die verschiedenen nach Bewirtschaftungsart, Ausbaustil oder Ausstattungsart zusammengefassten Weingruppen. Diese Vorgehensweise ermöglichte abschließend eine Deckungsbeitragsrechnung, um die wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit von einzelnen Produktgruppen zu beurteilen. Dies war notwendig, um insgesamt die strategische Unternehmensausrichtung nach der Fusion auf ihre Machbarkeit zu überprüfen.



*Eifel, Alexandra*

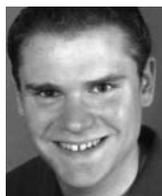
### **Fusion zweier Weingüter – Strategische Planung und Ausrichtung**

Ref.: M. Mend – R. Göbel

In diesem Teil (vgl. Clüsserath, 2008, Fusion zweier Weingüter - Strategieüberprüfung mithilfe der Kosten- und Leistungsrechnung) der Diplomarbeit "Fusion zweier Weingüter" wurde ein Konzept erarbeitet, wie zwei Weingüter nach der Zusammenführung der Betriebe, wirtschaftlich erfolgreich arbeiten können. Weiter wurde geprüft, ob neben einer Fusion, eine Kooperation der zwei Betriebe eine wirtschaftlich sinnvolle Alternative darstellt. Hauptziel der Arbeit war hierbei die strategische Planung und Ausrichtung des neu entstandenen Unternehmens.

Die betriebliche Organisation und Produktion der beiden Betriebe ist vor der Fusion sehr unterschiedlich. Deshalb musste als erstes für die Punkte Marktsegmentierung, Zielgruppe, Sortimentsplanung, Sortimentsstrukturierung, Produktionsplanung, Distribution, Preisgestaltung, Kommunikation und Corporate Identity eine geeignete gemeinsame Unternehmensstrategie entwickelt werden, bei der möglichst wenige Stammkunden nach der Fusion verloren gehen. Dies sollte unter Berücksichtigung der jeweiligen, derzeitigen Betriebsituationen realitätsnah geschehen. Im ersten Teil der Arbeit wurden grundlegende Daten der beiden Betriebe, wie u. a. Rebfläche, Rebsortenstruktur, Vermarktung, Preisgestaltung sowie Zielkunden näher analysiert um die Stärken und Schwächen der einzelnen Betriebe deutlich darzustellen. Das zentrale Thema des Hauptteils ist, neben der

Erörterung theoretischer Grundlagen, die Strategieentwicklung für das neue Unternehmen. Neben den bereits genannten Punkten des Marketing-Mix ist die Auswahl des zukünftigen Standorts sowie die Namensgebung für den neuen Betrieb ein wichtiger Punkt, die in diesem Teil diskutiert werden. Abschließend wurden die gewonnen Erkenntnisse nochmals diskutiert und die zukünftige Unternehmensstrategie zusammenfassend abgebildet.



*Buscher, Jean Raphael*

### **Markenmanagement bei Wein am Beispiel der Marke „Dornröschen“\*\***

Ref.: D. Hoffmann – M. Mend



*Wallhäuser, Alexander*

### **Optimierung der vertikalen Verteilung bei Weinbausprühgeräten, im besonderen Hinblick auf ein- und zweireihige Behandlung**

Ref.: G. Bäcker – H. Koch

Die "Gute Fachliche Praxis" bei der Pflanzenschutzmittelapplikation im Weinbau sieht ab dem Stadium der abgehenden Blüte die beidseitige Behandlung der Rebzeile vor. Aus arbeitswirtschaftlichen Gründen drängt sich die Diskussion um die Möglichkeit einer einseitigen Behandlung über die gesamte Vegetationsperiode als Alternative zu konstruktiv aufwendigen mehrreihigen Verfahren und die Frage nach den dafür erforderlichen technischen Voraussetzungen immer mehr in den Vordergrund. Im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit wurden ein- und beidseitige Behandlung beim Einsatz unterschiedlicher Gebläse- und Düsentekniken anhand der Belagsqualität an den für die biologische Lei-

stung relevanten Zielpositionen verglichen und untersucht, inwieweit durch Optimierung der Luftstromgeometrie und der Vertikalverteilung die Leistungsfähigkeit einseitiger Behandlungsmethoden gesteigert und der Qualität der beidseitigen Applikation angenähert werden kann.

Neben Untersuchungen zur Luftstromgeometrie der eingesetzten Geräte wurden an allen ausschlaggebenden Zielpositionen umfangreiche Belagsmessungen nach einer neu entwickelten, höhendifferenzierenden Meßmethode durchgeführt. Wie bei den Blattbelägen konnten mit dieser Methode erstmals auch bei Traubenbelägen oberflächenbezogene Belagswerte ermittelt werden, die im Vergleich zur früher angewandten Meßmethode mit gewichtsbezogenen Ergebnissen weitaus bessere Aussagen zur Belagsentwicklung im Verlauf des Beerenwachstums zulassen. Mit dem Versuch einer Bilanzierung der Wirkstoffverteilung über das gesamte Zielobjekt wurden die Untersuchungen abgerundet. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die beidseitige Behandlung der Rebanlagen, wie sie im Rahmen der "Guten Fachlichen Praxis" gefordert wird, grundsätzlich die höchsten Beläge zur Folge hat. Unter bestimmten Voraussetzungen können jedoch auch bei einseitiger Applikation akzeptable Applikationsqualitäten erzielt werden. Für eine endgültige Bewertung hinsichtlich der Sicherheit des Behandlungserfolges bedarf es jedoch weiterer Untersuchungen. Hinsichtlich der Bewertung der Vertikalverteilung wurde festgestellt, dass bei einer der Laubwandgeometrie der Rebanlage optimal angepassten Einstellung und Düsenauswahl mit allen untersuchten Gebläsetypen ein zufriedenstellendes Ergebnis erreicht werden kann. Generell liefern die Ergebnisse auch hinsichtlich der Entwicklung eines zeitgemäßen Dosiermodells wertvolle Erkenntnisse.

## **SIE WÜNSCHEN – WIR SCHREIBEN!**

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

## Internationale Weinwirtschaft



Wolf, Christian Peter

### Standortanalyse eines filialisierten Wein-fachhandelskonzeptes\*

Ref.: D. Hoffmann – C. Jung



Streiftau, Tobias

### Visuelle und emotionale Produktpräsentation im Internet am Beispiel eines Perlweins

Ref.: R. Göbel – K. Nikolai

Das Internet - ein bedeutendes Massenmedium - befindet sich auf dem Weg zu dem führenden Medium der Zukunft. Sich vor dem Internet oder vor einer Webseitengestaltung zu verschließen, bedeutet, sich vor der Zukunft zu verschließen.

Diese Arbeit soll Einblick darüber geben, welche Problemstellungen bei der Gestaltung einer Produktpräsentation im Internet auftreten. Empirisch wurde herausgestellt, wie die theoretischen Vorgaben umgesetzt werden müssen, um eine bestmögliche Internetpräsenz zu gewähren. Hierbei kommt es hauptsächlich auf die Wahrnehmung, die Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung an. Diese Kriterien müssen ständig bei der Gestaltung der Seite und ihrer Inhalte beachtet werden.

Die Produktpräsentation im Internet unterliegt anderen Gesetzen als eine persönliche Verkaufspräsentation. Es gibt keinen Augenkontakt, keine Gestik und keine Mimik. Alle Informationen müssen per Wort und Bild übermittelt werden.

Gestalterisch muss man auffällige Elemente benutzen, um sich vom Umfeld abzuheben. Auffällig ist alles von außergewöhnlichem

Reiz: emotional, plakativ, provokativ, schrill, farbig, schräg, bildhaft, witzig.

Werden all diese Aspekte beachtet und das Produkt durch treffende, emotionale Texte präsentiert, steht einem Imagegewinn durch das Internet nichts mehr im Weg.



Reuter, Julia

### Erfolgsfaktoren der sensorischen Produktforschung innerhalb des Produktmanagements in der Lebensmittelindustrie

Ref.: R. Göbel – B. Lindemann

Der Lebensmittelmarkt ist heute gekennzeichnet durch kurze Innovationszyklen der Produkte, sich ständig ändernde Kundenbedürfnisse sowie intensiven Wettbewerb. Gerade bei Nahrungsmitteln liegt der jährliche Misserfolg von Produkteinführungen bei rund 83 Prozent und ist insbesondere bedingt durch fehlende sensorische Akzeptanz beim Konsumenten. Die sensorische Produktforschung nimmt infolgedessen eine immer wichtigere Rolle zur Steuerung von Produktentwicklungsprozessen ein, um Produktflops am Markt zu reduzieren.

Zusätzlich erfordert die Entwicklung von verbrauchergerechten Lebensmitteln eine effiziente Zusammenarbeit der beteiligten Funktionsbereiche im Unternehmen. Allerdings sind in der Praxis Defizite in der Planung und

Durchführung der Verfahren sowie organisatorische Defizite in der Gestaltung des Produktentwicklungsprozesses offenkundig. Das Produktmanagement wird hierfür als geeigneter Ansatz zur Reduzierung von Abstimmungsproblemen gesehen.

Es ist Aufgabe und Herausforderung des Produktmanagements, den Innovationsprozess zu koordinieren und für eine zentrale Positionierung der Sensorik im Unternehmen zu sorgen.

Zukünftig wird sich die sensorische Produktforschung für Unternehmen der Lebensmittelindustrie zu einem noch entscheidenden Wettbewerbsfaktor entwickeln.



Reber, Carolin

### Qualitätsentwicklung für Weißwein unter den Lagerbedingungen des Lebensmittel-einzelhandels

Ref.: D. Hoffmann – R. Göbel

Die große Auswahl von Weinen aus Deutschland und der ganzen Welt in den Märkten wird zunehmend gern von den Konsumenten zum Weineinkauf genutzt. Die große Spielwiese bietet eine Reise durch die ganze Weinwelt. Für die Mehrheit der Kunden ist der Weinkauf im Lebensmitteleinzelhandel jedoch in gewisser Hinsicht ein Risikokauf, da sie vorher nicht wissen, was sie später erwartet.

Im Rahmen dieser Thesen konnte festgestellt werden, dass in den besuchten Märkten die zum Verkauf angebotenen Weine als eine Art „Selbstläufer“ gesehen werden, um die man sich nicht zu kümmern braucht.

Deutliche Mängel wie die Regalpflege auf. Nicht selten standen von einem Wein gleich zwei Jahrgänge im Regal, was den Kunden unnötig verwirrt und was von wenig Engagement hinsichtlich eines gut gepflegten Regals zeugt.

Aufgrund der in den Märkten vorherrschenden suboptimalen Lagerbedingungen erwirbt sich ein Kunde unfreiwillig einen vorzeitig gealterten Weißwein. In den Märkten fehlen geeignete Kühlmöglichkeiten für den Wein. Dieses warme Umfeld sorgt automatisch für eine schnellere Alterung der Weine.

## 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](http://www.oenologie.de) oder auf der Homepage der FA Gm: [www.forschungsanstalt-geisenheim.de](http://www.forschungsanstalt-geisenheim.de)