



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



Professor
Dr. Klaus Schaller,
Direktor der
FA Geisenheim

Vorwärts Geisenheim!

Nach fast 37-jähriger Zugehörigkeit zur FA Geisenheim sollte es erlaubt sein, einen kurzen Blick auf deren Entwicklung zu werfen und einen etwas intensiveren auf Zukünftiges.

Das Geisenheim der vergangenen Jahre hat bis weit in die 70er Jahre viel Motivation aus seiner großen Vergangenheit geschöpft und hat diese auch mit großer Empathie an die ihr anvertrauten Studierenden weiter gegeben. Bereits damals haben aber schon die Bewertungen des Wissenschaftsrats zur landwirtschaftlichen Forschung

und Ausbildung in Deutschland Geisenheim aufgezeigt, dass dringende Veränderungen auch an diesem Standort notwendig sind. Das natürliche Beharrungsvermögen politischer Entscheidungsträger und Entscheider vor Ort hat verhindert, dass daraus schnelle Konsequenzen mit noch schnelleren Reaktionen gezogen wurden. Mühsame und steinige Wege durch die Instanzen waren die Folge, um die Entwicklung in Geisenheim auf den Weg zu bringen. Qualitätsvolle Forschungsarbeit und top ausgebildete Absolventen haben dann doch soweit überzeugen können, dass ein langfristiges Renovierungs- und Investitionsprogramm durch das Land Hessen für Geisenheim verabschiedet wurde, das mit der Sanierung von Weinbau und Kellerwirtschaft begann und mit dem jetzt fertig gestellten Laborgebäude endet. Mehr als 50 Mio. € wurden mittlerweile durch das Land investiert. Die Baumaßnahmen werden zielgerichtet weiter fortgeführt. Viele neue Kollegen gehören heute zur Führungsriege, die befruchtend auf Forschung und Ausbildung wirkte und noch wirkt. Die Studentenzahlen sind permanent angestiegen und der Lehrkörper wurde auch seitens der FH stetig ausgebaut, so dass heute ein Rundum-Angebot in allen Ausbildungsgängen vorhanden ist.

Was will man mehr? Keinen Stillstand, denn Stillstand ist Rückschritt! Vorwärts! Geisenheim hat die Herausforderung

angenommen, sich international zu positionieren: es will und muss im globalen Wettbewerb einen vorderen Platz einnehmen. Dank unserer engagierten Kollegen haben wir von der Forschungsseite her gesehen ein respektables Netzwerk vorzuweisen, das Geisenheim zu einer international sichtbaren Größe hat werden lassen. Es ist beeindruckend, die Freude und den Stolz zu spüren, mit dem Kollegen aus dem Ausland zu uns kommen und mit welchen positiven Eindrücken diese wieder nach Hause zurückkehren. Jeder Forschungsgast ist ein Mosaikstein beim Aufbau dieses Forschungsnetzes. Das Rudolf-Hermanns-Haus ist eine Keimzelle für internationale Begegnungen. Erfrischend, dies in Geisenheim zu erleben. Dieses Klima wirkt auch positiv auf die Studierenden. Die Auslandsaufenthalte zur Ableistung des berufspraktischen Semesters steigen stetig. Zu wünschen ist aber auch, dass noch mehr Absolventen verstärkt qualifizierte Arbeitsplätze im Ausland annehmen, die uns in den letzten Jahren konstant angeboten wurden. Es werden explizit „Geisenheimer“ gesucht! Die Arbeit der vergangenen Jahre hat sich doch gelohnt: Die Wahrnehmung unserer Leistungen in Politik und Berufsstand ist enorm gestiegen, die Weiterentwicklung zum echten „Campus Geisenheim“ ist eingeläutet. In wenigen Jahren wird Geisenheim einer der bedeutendsten Forschungs- und Ausbildungsplätze im Sektor der Sonderkulturen in Deutschland und Europa sein. Ich wünsche meinem Nachfolger und allen Kollegen, dass sie die eingeschlagene Marschrichtung konsequent weiter verfolgen, sich nicht beirren lassen, auch wenn gelegentlich ein Querschläger den Blick etwas verstellen mag.

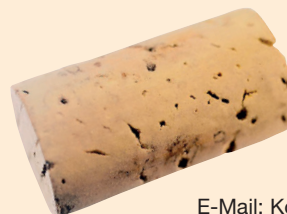
Ein herzliches Glückauf in eine vielversprechende Zukunft!

INHALT

GEISENHEIM AKTUELL	10
DIPLOMARBEITEN / THESIS	13

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

Geisenheim erschließt internationalen Ausbildungsmarkt

Prof. Dr. Emil Rückert stellt das Masterstudienprogramm „Vinifera EuroMaster“ vor

Mit der Harmonisierung der akademischen Ausbildung auf europäischer Ebene durch den Bologna-Prozess und die zunehmende Internationalisierung im Bildungssektor ergeben sich für Studieninteressierte aus aller Welt neue erweiterte Ausbildungsmöglichkeiten und für die Hochschulen neue Herausforderungen und Chancen.

Der Fachbereich Geisenheim stellt sich diesen Herausforderungen. Die bereits bestehenden Beteiligungen an internationalen Austauschprogrammen und das über lange Jahre hinweg erfolgreich angebotene Doppeldiplomprogramm mit italienischen Partnern werden um ein international ausgerichtetes Ausbildungsangebot auf der zweiten akademischen Ausbildungsstufe, der Master-Ebene, ergänzt. Gemeinsam mit anderen in den Weinwissenschaften namhaften europäischen Hochschulen (Montpellier und Bordeaux, Madrid, Lisabon sowie zwei italienischen Hochschulnetzwerken angeführt von den Universitäten Turin und Udine) bietet der Fachbereich Geisenheim zusammen mit der Forschungsanstalt Geisenheim das Masterstudienprogramm „Vinifera EuroMaster“ an.

Das Studienprogramm gliedert sich in 2 Studienjahre mit insgesamt 120 Kredit Punkten. Das erste Studienjahr wird von allen Partnern gemeinsam in englischer Sprache in Montpellier angeboten. Für das zweite Studienjahr, das auch die Master Thesis einschließt, wechseln die Studierenden in die nationalen Angebote der Partner. Diese Angebote werden in der Regel in den jeweiligen Landessprachen angeboten. Geisenheim hat sich für die Schaffung eines Modulangebotes in englischer Sprache mit klarer Forschungsausrichtung entschieden. Elemente des Studienprogramms sind Module zu aktuellen Fragestellungen aus Weinbau, Oenologie und der Weinwirtschaft, die Bearbeitung einer Fragestellung zur aktuellen Forschung und die Master Thesis. Durch diese Profilierung sollen die Geisenheimer Potentiale und Kompetenzen zielgerichtet in die Ausbildung von Nachwuchskräften eingebracht werden. Mit dem Masterprogramm sollen motivierte Bachelor-Absolventinnen und

-Absolventen mit einem ausgeprägten Interesse an der Vielfalt der europäischen weinbaulichen und oenologischen Traditionen angesprochen werden. Für die Spezialisierung in Geisenheim wird darüber hinaus eine Neigung zur praktischen Teilnahme am Forschungsgeschehen erwartet. Angeboten wird der Studiengang auf dem internationalen Markt. Die Studentenschaft der beiden derzeitigen Jahrgänge gehört zehn Nationen an.

Der noch junge Masterstudiengang ist erfolgreich angelaufen. Ende des kommenden Sommersemesters werden die ersten Master Absolventen verabschiedet werden, darunter auch jene, die in Geisenheim in Kürze mit der Anfertigung ihrer Master Thesis beginnen werden.

Informationen für Studieninteressierte zum Studienprogramm, zum Bewerbungsverfahren, zu den beteiligten Institutionen und den Kosten enthält die Webseite www.vinifera-euromaster.eu. Ansprechpartner in Geisenheim sind Prof. Dr. Hans-Reiner Schultz und Prof. Dr. Emil Rückert.

AKTUELL

Einladung zur diesjährigen Mitgliederversammlung des Bundes Deutscher Oenologen e.V. in Geisenheim

Termin:

20. März 2009 im Rahmen der BDO-Fachtagung um 17.30 Uhr im Anschluss an die Mitgliederversammlung der VEG Geisenheim Alumni Association e.V.

Tagesordnung:

1. Begrüßung und Feststellung der Tagesordnung
2. Bericht des Präsidenten
3. Bericht von Forschungsanstalt und Fachbereich
4. Geschäfts- und Kassenbericht
5. Bericht der Kassenprüfer
6. Entlastung des Vorstandes
7. Vorstandswahlen laut Satzung:
Ein Vizepräsident
Ein Beirat
Ein Kassenprüfer
8. Verschiedenes

Anträge zur Tagesordnung sind bis zum 1. März 2009 schriftlich an die Geschäftsstelle zu richten: Bund Deutscher Oenologen e.V.: von Lade Str. 1, 65366, Geisenheim; info@oenologie.de

Jungweinprobe der BDO-Gebietsgruppe Württemberg

Ende November 2008 fanden sich 17 Mitglieder der Gebietsgruppe Württemberg des BDO zu einer Jungweinprobe zusammen.



Ziel der Verkostung: die Erstellung eines Rebsortenprofils für den Lemberger (Foto: Hofmeister)

Im Mittelpunkt der Jungweinprobe stand der Lemberger. Nach einer kurzen Begrüßung seitens des BDO führte Dr. Dieter Blankenhorn in einer offenen Runde durch die Proben. Neben zwölf verschiedenen Lemberger-Jungweinen konnten noch einige Versuchsweine der LVWO Weinsberg und weitere Weine von Mitgliedern des BDO verkostet werden.

Ziel dieser Verkostung und einer weiteren Verkostung im Frühjahr 2009 ist es, ein Rebsortenprofil für den Lemberger zu erstellen. Hierzu sollen die im November verkosteten Weine nochmals verkostet werden und zudem einige andere Weine der Rebsorte Lemberger bzw. Blaufränkisch/Kékfrankos.

Interessierte BDO-Mitglieder aus Württemberg, die bisher noch keine Einladung zu einem Treffen erhalten haben bzw. neu im Anbaugebiet Württemberg sind, mögen sich bitte unter folgender E-Mail registrieren: marcus-hofmeister@web.de.

TERMINE

- 12. März 2009
Eröffnung des zentralen Institutsgebäude in Geisenheim
- 26. März 2009
Verabschiedung Prof. Schaller
- 29. März 2009, Ostermarkt in Wiesbaden, "Wein für Bildung"
- 5. und 6. September 2009
Offene Tür der Forschungsanstalt Geisenheim



54. Fachtagung des Bundes Deutscher Oenologen

Programm und Workshopübersicht zur 54. Fachtagung des Bundes Deutscher Oenologen e.V. (20. März 2009, Campus Geisenheim) – in Kooperation mit der VEG Geisenheim Alumni Association e.V., der Forschungsanstalt Geisenheim, des Fachbereichs Geisenheim und der Betriebsleitertagung Weinbau und Kellerwirtschaft.

Vormittagsprogramm

9.00 – 12:30 Uhr

Campus Geisenheim, Gerd-Erbslöh-Hörsaal

Eröffnung

Dipl.-Ing. Edmund Diesler, Präsident BDO

Begrüßung

Prof. Dr. Klaus Schaller, Direktor der Forschungsanstalt Geisenheim

- Fakten und Konsequenzen der neuen EU-Verordnung zum Zulassungsstand und zur Anwendung von Pflanzenschutzmitteln (Prof. Dr. Beate Berkemann-Löhnertz)

- Lagerungsverhalten abgefüllter Weine (Dr. Rainer Jung, FA Geisenheim)

- Entwicklungen bei der Kennzeichnung von Wein in Deutschland und Folgerungen für ein künftiges Kennzeichnungssystem (Prof. Dr. Dieter Hoffmann, FA Geisenheim)

- Wein: Wort und Bild (Stuart Pigott)

Workshops

zeitgleich am Campus Geisenheim
jeweils von 14.00 bis 16.30 Uhr

1. Betriebswirtschaft Kennzeichnungsrecht

Diskussion der Bedeutung der vorhandenen Kennzeichnungsbegrifflichkeiten und Erfahrungsaustausch der Workshopteilnehmer über die Einführung neuer – möglicherweise nicht geregelter – Kennzeichnungen aus den letzten 10 bis 15 Jahren.

(Prof. Dr. Dieter Hoffmann)

2. Bodenkunde/Weinbau Alterungspotenzial in Abgrenzung zu UTA

Der Workshop befasst sich mit der Fragestellung, wie sich verschiedene Umweltfaktoren auf die Rebe, die Traube und den daraus resultierenden Wein auswirken. Es wird nach einer theoretischen Einführung zur Weißweinalterung einen praktischen Teil geben, in dem von

UTA abgegrenzt und jenseits von TDN diskutiert wird.

(Prof. Dr. Otmar Löhnertz / Prof. Dr. Hans Reiner Schultz / Simone Adams)

3. Hygieneverordnung: Erfüllung der Lebensmittelhygieneverordnung in der Getränkeindustrie

Der Gesetzgeber verlangt von Getränkeproduzenten die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen. In einem im Fachbereich Geisenheim entwickelten, Internet-gestützten Weiterbildungsprogramm werden die Anforderungen, die die Lebensmittelhygiene-Verordnung von Unternehmern in Bezug auf die Betriebsstätte fordert, erläutert und visualisiert. Die Workshopteilnehmer haben die Möglichkeit, eine Einstufung zu verschiedensten Sachverhalten vorzunehmen. Des Weiteren wird der entwickelte Kurs vorgestellt.

(Anne Grimmich, Carola Lipp)

4. Kellerwirtschaft und Mikrobiologie Mikrobielle Qualitätskontrolle bei Wein

- Aus der Praxis der kaltsterilen Abfüllung (Dipl. Ing. Johann Seckler)

- Produktendkontrolle und Identifizierung von Hefen (Dr. Christian von Wallbrunn)

In den zurückliegenden Jahren waren die Fachgebiete immer wieder Ansprechpartner in diesem Bereich. Die Aktivitäten umfassten komplette mikrobielle Untersuchungen bei der Inbetriebnahme neuer Abfüllanlagen, präventive Routineuntersuchungen sowie Hilfestellung bei aufgetretenen mikrobiologischen Problemen. Die in 30 Jahren gesammelten Ergebnisse über Infektionsquellen und deren Hauptursachen werden dargestellt.

5. Vermarktung

Wein und Internet – ein Erfahrungsaustausch

Internet und Wein – ein Erfahrungsaustausch über Webseiten, Weblogs – Statik und Dynamik der Weblogs im Web. Wie ist über das Medium Internet eine Verkaufsförderung zu erreichen, welches sind die Zielgruppen, welches sind die schmerzlichen Wahrheiten? (Stuart Pigott, Autor)

BDO-Mitgliederversammlung 17:30

Weinparty: BDO WINE & TALK (ab 18 Uhr)

Im Rahmen des Abendprogramms werden unter dem Motto der Weinbar „Sauvignon Blanc“ ausgewählte Weine und leckere Speisen angeboten. In lockerer Atmosphäre wird es Gelegenheit geben, gemeinsame Erinnerungen, Erfahrungen und Visionen auszutauschen. Ein Highlight des Abends, der musikalisch mit Traute Mittlmeier am Saxophon abgerundet wird, ist die Verleihung des Deutschen Oenologen Preises 2009.

WICHTIGE INFORMATIONEN

Tagungsgebühr vormittags:
Mitglieder, Studenten und Dozenten frei
Nichtmitglieder 25,00 €

Workshops:
Teilnahmegebühr 25,00 €
Mindestteilnehmerzahl Workshop:
Sechs Personen; Teilnahmezusage erfolgt nach der Reihenfolge der Anmeldungen und nach Zahlungseingang

Weinparty:
Eintritt 28,00 €/Person
(Weinbar & Buffet)
Studierende 10,00 €/Person

Anmeldung zu allen kostenpflichtigen
Tagungsteilen unter:
www.campus-geisenheim-gmbh.de

E-Mail: info@campus-geisenheim-gmbh.de
Fax: 06722 – 502 740

Überweisung der jeweiligen Gebühr bis zum 12. März 2009 an:
Bund Deutscher Oenologen e.V.
Kontonummer 39 853
BLZ 510 915 00, Rheingauer Volksbank
Stichwort: „Tagungsgebühr“, „Workshop Nr.“ oder „Weinparty“

Kontakt:
Wilma Herke / Birgit Ritter
Tel. +49 (0) 6722 – 502 742 / 743
www.oenologie.de

Informationen zu Hotels und
Übernachtungsmöglichkeiten unter
www.rheingau.de/uebernachten/hotels
oder unter www.kloster-johannisberg.de

BDO-Fachexkursion Steiermark und Slowenien

Vorläufiges Programm der Reise vom 19.-23. August 2009

Lufthansa-Flug von Frankfurt nach Graz, Weingutsbesuche in Gamlitz, ganztägiges Fachbesichtigungsprogramm in der Südost-Steiermark, Fahrt auf der Sausaler Weinstraße nach Kitzack-Fresing. Fachbesichtigung mit Probe z.B. im Weingut Wohlmuth.

Weiter auf die Schilcher-Weinstraße mit Betriebsbesichtigung, Kulinarische Weinprobe im Weingut Kästenburg (Jakopé & Bart-hau) in Ratsch an der Weinstraße, Ausflug nach Slowenien mit Besuch im Weingut Kupljen im Anbaugebiet Jeruzalem-Ljutomer. Fachbesichtigung im Anbaugebiet Ormoz, Besuch im Weingut Valdhuber in Svecina, Führung durch den über 300 Jahre alten Weinkeller mit Probe auf Schloss Seggau bei Leibnitz. Führung durch Graz, Rückflug nach Frankfurt. Änderungen vorbehalten.

Eingeschlossene Leistungen:

Flüge mit der LUFTHANSA in der Economy Class von Frankfurt nach Graz und zurück mit

20 kg Freigepäck, Rundreise in einem modernen Komfortreisebus. 4 Übernachtungen im ****Hotel Staribacher in Leibnitz-Kaindorf, 4 x reichhaltiges Frühstücksbuffet. 3 x Abendessen, 1 x Abendessen als kulinarische Weinprobe, ganztägige deutsch-/slowenischsprachige Reiseleitung am 4. Tag, Besuch der Kernölmühle Labugger mit Verkostung, Stadtführung in Graz und Versicherung.

Reisepreis:

Pro Person im Doppelzimmer: 950 Euro
Einzelzimmerzuschlag: 95 Euro
Anmeldefrist ist der 30. April 2009 mit einer Anzahlung von 300 Euro pro Person.

Kontakt und Information:

www.campus-geisenheim-gmbh.de
E-Mail info@campus-geisenheim-gmbh.de
Fax: 06722 – 502 740
Konto 39 853 Bund Deutscher Oenologen e.V.
BLZ 510 915 00 / Rheingauer Volksbank

Wilma Herke / Birgit Ritter

Tel. +49 (0) 6722 – 502 742 / 743

info@campus-geisenheim.de oder
www.oenologie.de

Campus Geisenheim goes public

Internationale Weinwirtschaft – Ergebnisse der studentischen Markt- forschung aus Geisenheim

Am 15. Januar 2009 luden die Geisenheimer Weinökonominnen Prof. Dr. Robert Göbel, Prof. Dr. Dieter Hoffmann, Prof. Dr. Eric Schweickert, Dr. Gergely Szolnoki, Caroline Jung und Matthias Mend zu einer interessanten Tagung, bei der der Öffentlichkeit ein Einblick in die Themen, mit denen sich die Studenten in ihrem Studium an der Fachhochschule in Geisenheim befassen, gewährt wurde. Zudem wurden neueste Ergebnisse aus interessanten Forschungsprojekten, die von Studenten bearbeitet wurden, präsentiert.

Internationale Märkte:

- Prof. Dr. Dieter Hoffmann: Einführung zur Entwicklung auf dem internationalen Weinmarkt
- Kaori Mori: Wettbewerbsposition deutscher Weine in Japan
- Iwan Kunisch: Das Weinangebot in Moskau und St. Petersburg
- Florian Schönleber: Werbung für Wein in England
- Lisa Meding: Weintourismus in Südafrika
- Tom Helmann: Die Weinwirtschaft in Israel
- Axel Pauly: Marktpotenziale für deutsche Weine in Schweden

Vertriebswege in Deutschland:

- Mathias Schmitt, Maike Schmitt, Simon Scheurer, Torsten Lomparski, und Caroline Jung: Struktur und Marketing von Weinfachhändlern
- Martin Hirche: Weinangebot und -beschaffung in der Drei-Sterne-Gastronomie

Verbraucherforschung:

- Simon Bleich, Nina Heußler und Gergely Szolnoki: Wirkung von Produkteigenschaften bei Rotwein
- Oliver Giering, Sven Lieba und Gergely Szolnoki: Wirkung von Ausstattungselementen bei Weißwein
- Jeanine Rupp: Neuroforschung bei Weinkonsumenten
- Christine Freund: Einstellungen junger Verbraucher zu Wein

Nähere Infos im Internet:

www.weinoekonomie-geisenheim.de

INFOS IN KÜRZE

Weinbasis-Seminar

7. März 2009 von 10:00 bis 18:00h
Veranstaltungsort: HS 32

Das Einsteigerseminar, das Ihnen unbekümmerter Weinfreude vermitteln möchte. Mit dem Glas in der Hand erfahren Sie 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.

Seminarleitung: Dr. Steffen Maus

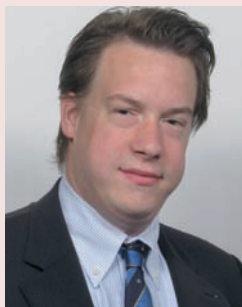
Teilnahmegebühr: 120,00 €

Anmeldung unter:

www.campus-geisenheim-gmbh.de

Einladung auf der ProWein 2009

Im Rahmen der ProWein findet am Sonntag, den 29. März um 18 Uhr nach Messeschluss ein Treffen der BDO-Mitglieder zum Kennenlernen und fachlichen Austausch statt. Der BDO-Vorstand begrüßt seine Oenologen in diesem Jahr



Moritz Nikolaus
Lüke ist
Beiratsmitglied
Weinwirtschaft
im BDO-Vorstand
und BDO-
Ansprechpartner
beim Kooperations-
partner
Wein-Plus.de

erstmalig am Stand von Wein-Plus.de (Halle: 4 J 12).

BDO-Ansprechpartner von Wein-Plus.de Moritz Lüke und das Team des Kooperationspartners werden Vorort sein und Gelegenheit zum Dialog bieten. Fränkische Spezialitäten und Geisenheimer Bier sorgen für eine angenehme und anregende Atmosphäre.

Aufruf in eigener Sache:

Der Vorstand des BDO bittet seine Mitglieder, ihre Mailadresse an die BDO-Mitgliederverwaltung zu schicken. Dadurch wird die Kontaktpflege deutlich vereinfacht. Besten Dank für Ihre Kooperation. Kontakt: info@oenologie.de

Getränketechnologie



Eisert, Thomas

Einfluss der Rohware auf die Qualität von Heidelbeerfruchtwein

Ref.: F. Will – H. Dietrich

Es wurden verschiedene Heidelbeer-Rohwaren auf ihre Eignung zur Fruchtweinherstellung untersucht. Dazu wurden vier Partien Früchte, zwei Saftkonzentrate und ein Muttersaft im Versuchsmaßstab sortenrein verarbeitet und vinifiziert. Da es sich bei der Rohware sowohl um die Wildform *Vaccinium myrtillus L.* als auch um die Kulturform *Vaccinium corymbosum L.* handelte, kam der Unterscheidung hinsichtlich Verarbeitung, Gärverlauf und Zusammensetzung besondere Beachtung zu. Die ausführliche Analytik der sekundären Pflanzeninhaltsstoffe (Polyphenole, Anthocyane) und deren Bewertung war Bestandteil der Arbeit.

Säfte und Weine wiesen signifikante Unterschiede in der Zusammensetzung auf. Hohe Gesamtphenolgehalte (Höchstwert 4.154 mg/l bei dem Saft aus rumänischen Wildheidelbeeren) und der in *Vaccinium*-Arten natürlich enthaltene Konservierungsstoff Benzoesäure sorgten insbesondere bei den Anstellmosten aus Wildformen für schleppende Gärverläufe. Die Versuche aus Kulturheidelbeeren konnten durch geringere Gesamtphenolgehalte und Benzoesäurekonzentrationen neben dem Muttersaft die schnellsten Fermentationen vorweisen.

Mittels HPLC/PDA und kombinierter ESI-MS konnten 14 Anthocyane in den unterschiedlichen Proben identifiziert und quantifiziert werden, die für die jeweilige Rohware typische Profile zeigten. Die Anthocyanengehalte nahmen während der Gärung ab, was auch zu Verlusten in der Farbintensität führte. In den Heidelbeersäften wurden sehr hohe antioxidative Kapazitäten gemessen. Diese wurden in der Gärung wegen der Polyphenolverluste signifikant reduziert, lagen jedoch in den fertigen Heidelbeerweinen mit TEAC-Werten von 13,6-28,2 mmol/l Trolox immer noch deutlich über den Werten üblicher Rotweine aus Trauben. Untersuchungen des Monomerindex ergaben hohe Anteile mono-

merer Anthocyane in den Säften, die sich im Verlauf der Verarbeitung durch Polymerisation verringerten. Bei den farblosen Polyphenolen dominierten die Flavonole (Quercetin-derivate). Sensorisch konnten bei den Varianten mit schleppenden Gärverläufen teilweise negative Beeinflussungen erkannt werden. Als harmonisch und reintonig verkosteten sich die Varianten aus *Vaccinium corymbosum*. Neben der besseren Vergärbarkeit ist dies ein weiteres Indiz der Eignung dieser Sorte für die Fruchtweinherstellung. Aufgrund der geringeren Extrakt- und Säuregehalte der Kulturfrüchte bieten diese aus analytischer und ökonomischer Sicht nicht das Potenzial der Rohware aus Wildfrüchten (Will F., Eisert T., Dietrich H. (2008) Einfluss der Rohware auf die Zusammensetzung von Heidelbeerfruchtweinen. Deutsche Lebensmittel-Rundschau 104/10:25-32).



Schäfer, Mathias

Bentonite als Überträger von Mufftönen bei der Weinbereitung*

Ref.: D. Rauhut – Meinl



Henrich, Ralf

Einfluss der verfahrenstechnischen Prozessparameter auf die Aromaqualität bei der Konzentrierung und Entaromatisierung von Fruchtsäften

Ref.: M. Hey - M. Ludwig

Thema der Diplomarbeit war die Optimierung der Fahrweise der Verdampferanlage Unipektin PAV 103B in der Forschungsanstalt Geisenheim.

Insgesamt wurden drei Versuchsreihen mit jeweils mehreren Versuchen behandelt. Als erstes wurde untersucht, welchen Einfluss die Aufkonzentrierungszeit des Aromareflux auf die Qualität und die Konzentration des Aromas hat. Die zweite Versuchsreihe befas-

te sich mit der Durchflussgeschwindigkeit des zu entaromatisierenden Saftes und in der dritten wurde abschließend ermittelt, wie sich die Aromaentnahmegeschwindigkeit auf die erzeugte Aromamenge auswirkte.

In allen drei Versuchsreihen zeigten die Analysen, dass die Summe der Aromakonzentration und die mittlere Aromawiederfindung am Anfang der Aromaentnahme die besten Ergebnisse erzielten, die Qualität nach kurzer Zeit aber stark abfiel. Eine stabile Aromafraktion wurde erst nach frühestens 4 Stunden Fahrzeit erzielt. Eine hohe Durchflussgeschwindigkeit führte im Vergleich zu langsameren Fahrweisen zu einer stärker konzentrierten Aromaphase. Da bei längerer Fahrzeit aber große Saftmengen benötigt werden, ist diese Einstellung an der Anlage nicht praktikabel.

Als optimale Aromaentnahmegeschwindigkeit wurde eine Menge von 0,8 g/l ermittelt. Unter Einbezug des Konzentrierungsfaktors und den daraus resultierenden Gesamtaromamengen und einer langfristigen Anwendbarkeit, ist die optimale Fahrweise der Aromakonzentrationanlage PAV 103 B wie folgt: eine Aufkonzentrierungszeit des Reflux von vier Stunden, mit einer Durchflussgeschwindigkeit von 50 % und einer Aromaentnahmegeschwindigkeit von 0,8 g/l.

Aromaverluste über das Brüdenwasser und den entaromatisierten Saft wurden als vernachlässigbar erkannt, da die ermittelten Werte nur einen Bruchteil (< 0,3-3 %) der Aromamenge vom Ausgangssaft darstellten.

Weinbau und Oenologie



Finger, Andreas

Test und Weiterentwicklung eines Auswertungsbogens zur Analyse der Außendarstellung von Weingütern aus Kundensicht

Ref.: R. Göbel – M. Mend

Laut Marktforschungsbrief des Deutschen Weininstituts sind die Ab- und Umsätze heimischer Direktvermarkter im Jahr 2007 rückläufig gewesen. Dagegen konnten Discounter wie Lidl mit Weinen aus der „Neuen Welt“ erneut Wachstumsraten erzielen. Um diesem

Trend entgegen zu wirken und die eigene Existenz langfristig zu sichern, können sich vor allem die kleineren Familienunternehmen auf ihren Wettbewerbsvorteil der individuellen Kundenansprache konzentrieren.

Voraussetzung hierfür ist unter anderem eine attraktive Außendarstellung. Dazu zählen die Punkte: äußeres Erscheinungsbild, Corporate Identity, Öffentlichkeitsarbeit, Service und Sortimentsgestaltung. Um sie analysieren und verbessern zu können, wurde im Rahmen dieser und drei weiterer Abschlussarbeiten ein Auswertungsbogen entwickelt. Schwerpunkt und Thema der Arbeit war der Test und die Weiterentwicklung des Auswertungsbogens. Dazu wurden zunächst im theoretischen Teil die Grundlagen der einzelnen Bereiche der Außendarstellung erarbeitet. Daraufhin konnte der Auswertungsbogen im empirischen Teil an insgesamt neun Weingütern weiterentwickelt werden. Aus den Ergebnissen der Testphase konnten offene Fragen der vorausgegangen Arbeiten wie z.B. die generelle Tauglichkeit des Auswertungsbogens beantwortet werden. Des Weiteren kamen in einem stetigen Entwicklungsprozess notwendige Erweiterungen wie das Einführen einer Bewertungsskala hinzu. Um auf den unterschiedlich starken Einfluss der einzelnen Fragen in Bezug auf die Außendarstellung eingehen zu können, wurden Gewichtungsfaktoren eingeführt. Da laut Zielsetzung das Ergebnis der Analyse die Meinung der Kunde berücksichtigen soll, wurden die Gewichtungsfaktoren anhand einer Umfrage unter Weinkonsumenten ermittelt. In seiner jetzigen Form besteht der Auswertungsbogen aus 22 Fragen. Durch die Gewichtungsfaktoren bietet er die Möglichkeit leicht auf individuelle Betriebsziele einzugehen.



Pedrini, Martino

Qualitätskontrolle durch genetische Analyse des Rebenveredlungsprozesses eines genossenschaftlichen Betriebes in Trentino: Entwicklung des Rebsortenunterscheidungstests

Ref.: T. Wolf – S. Grando

Mit dieser Studie wurde versucht, die Qualitätsüberprüfung der Rebenveredlerten

schaft Vivai Cooperativi Padergnone in Italien zu implementieren. Es wurde daher ein Kontrollsystem entwickelt, das auf der direkten DNA-Analyse basiert, um die Homogenität und die Übereinstimmung der Sortenpartie zu überprüfen. Das ist sehr wichtig bei diesem Betrieb, da er ca. 60% der Pflanzproduktions in der Region Trentino und ca. 4,5% in Italien herstellt.

Um dieses Ziel zu erfüllen, wurden drei anerkannte Analyse-Methoden adaptiert und ausprobiert: RAPD, SSR und SNP.

Die Qualitätskontrollimplementierung durch die genetische Analyse gestattet eine Überprüfung in jedem Veredelungsprozesspunkt für jede Art von Veredelungsmaterial (grüne Teile wie Triebspitze und Blätter, Holz und Wurzeln). Sie gewährleistet deshalb mit höherer Sicherheit die Beibehaltung der genetischen Reinheit, die schon von der Klonenselektion und den jeweiligen folgenden Kontrollen festgestellt werden kann. Darüber hinaus bietet sie die Möglichkeit an vielen kritischen Prozessstellen an, durch eine Musteranalyse eventuelle Fehler zu entdecken und unbekannte oder unbestimmte Rebsorten zu überprüfen und zu charakterisieren. Das war und ist möglich dank der Erstellung einer eigenen SSR-Profilen-Datenbank mit einem automatischen Rundungs- und Befragungssystem für die beim Betrieb benutzten Rebusarten. Für die Schaffung solch eines Systems wurden 50 Unterlagssorten von vielen unterschiedlichen Klonen und aus verschiedenen geprüften Kollektionen in Italien und in Deutschland gesammelt. Insgesamt beläuft sich die Sammlung auf ca. 200 Proben.

Zudem wurden für die Traubensorten Profile aus internationalen Datenbanken entnommen, mit denen es möglich ist, den Test für

die Sortenübereinstimmung durchzuführen. Diese Daten sind aber nicht immer vollständig und brauchen eine Konversion am Punkt des Austauschs. Man müsste deshalb auch eine eigene Traubensorten-Profil-Datenbank schaffen. Das System von Datenbanken wäre konvertierbar und anwendbar auch für andere Methoden, zum Beispiel für die ausprobierte SNP-Methode.



Landwehr, Sabine

Beeinflussung der Aromastoffe durch die Unterlage

Ref.: M. Hey – J. Schmid

Ziel der durchgeführten Untersuchungen war es, den Einfluss der Unterlage auf die vegetativen und generativen Leistungseigenschaften und die Aromastoffausprägung der Rebsorte „Weißer Riesling“ zu ermitteln.

Differenzen in der Terpenkonzentration wurden bei den verwendeten Unterlagen (Sori, 101-14 MgT, Börner, Richter 110, Teleki 8B) ermittelt. Besonders die Unterschiede zwischen schwach- und starkwüchsigen Unterlagen fielen zum Teil deutlich aus. Sori und 101-14 MgT, beide schwachwüchsig, zeigten hohe Terpenegehalte in beiden Versuchslagen. Ebenso waren die Beeren dieser Unterlagen kleiner und die Trauben hierdurch lockerbeeriger. Bei Börner, Teleki 8B und Richter 110 zeigte sich ein Lageneinfluss. Alle drei erreichten in der ertragswirtschaftlichen Bewirtschaftung der Lage Steinberg höhere Gehalte als in der Vergleichslage Feld H der Rebzüchtung, welche betriebsnormal bewirtschaftet wurde.

Die Einflussnahme durch weitere Faktoren wie zum Beispiel Wassermangel, Exposition, Ertragsmenge oder Bewirtschaftungsform ist jedoch weitaus größer als die der Unterlage. Somit sind Unterlagen als Sekundärfaktor in der Terpenbildung zu betrachten.

Des Weiteren wurden zwei Analysemethoden zur Ermittlung der freien und glycosidisch gebundenen Terpene verglichen. Zum einen wurden die Untersuchungen mit der standardisierten GC-Analyse durchgeführt, zum anderen wurde eine photometrische Bestimmung der Terpene vorgenommen. Es zeigte sich, dass eine weitergehende Forschung nicht zu

SIE WÜNSCHEN – WIR SCHREIBEN!

Interessiert Sie eine dieser Kurzfassungen ganz besonders und würden Sie gerne mehr über die Untersuchungsergebnisse erfahren?

Dann schicken Sie uns eine E-Mail an ddw@meininger.de oder ein Fax an 06321 8908-21. Teilen Sie uns mit, welcher Beitrag Sie interessiert und nennen Sie den Namen des betreffenden Diplomanden. Der Beitrag mit den meisten Nennungen wird in einer der nächsten Ausgaben von DER DEUTSCHE WEINBAU veröffentlicht.

umgehen sein wird, da die Differenzen zwischen den erhaltenen Werten der Methoden zu groß ausfielen. Besonders die Werte der photometrisch ermittelten glycosidisch gebundenen Terpene lagen weit hinter denen der GC-Analyse.

Internationale Weinwirtschaft



Schmitt, Maïke

Analyse des Marketing-Mix ausgewählter Weinfachhändler in Stuttgart

Ref.: D. Hoffmann – C. Jung

Die Gesellschaft für Konsumforschung erhebt seit 1960 im Auftrag des Deutschen Weininstituts die Weineinkäufe privater Haushalte. Es werden täglich die Weineinkäufe von etwa 20.000 Haushalten über einen Haushaltspanel erfasst. Dies ist die Grundlage für einen differenzierten Einblick in das Weineinkaufsverhalten. Trotz der oben genannten Erhebungen herrschen große Unsicherheiten über die Bedeutungsanteile der verschiedenen Einkaufsstätten.

Das zentrale Problem der Datenerfassung über das Haushaltspanel liegt in der Einschränkung, keine spezifische Ergebnisse über Teilmärkte abgeben zu können, da die Einkäufe beim Erzeuger oder im Weinfachhandel unzureichend in die Datenerfassung der Haushalte einfließen.

Die gewonnenen Daten auf Basis dieser Beobachtung und Befragung geben einen Einblick in die aktuelle Situation der Weinfachhändler im Raum Stuttgart.

Die empirische Untersuchung wurde im August 2007 durchgeführt. Die erhobenen Daten zur Analyse des Marketing Mix wurden mittels des Programms SPSS ausgewertet. Die Analyse im Bezug auf die marketingpolitischen Instrumente zeigt, dass große Unterschiede zwischen den einzelnen Fachhändlern bestehen. Auf der einen Seite haben einige Fachhändler eine klar durchdachte und strukturierte Unternehmensstrategie und setzen diese auch konsequent um. Auf der anderen Seite existieren einige Unternehmen, die ohne Strategie agieren.



Hirche, Martin

Analyse des Weinangebotes der 3-Sterne-Gastronomie in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung der Rolle des Sommeliers

Ref.: D. Hoffmann – C. Jung

In ganz Deutschland existieren aktuell insgesamt 9 Restaurants, die vom Guide Michelin nach strengen Kriterien mit der Höchstbewertung von drei Sternen ausgezeichnet sind. Diese Sonderstellung in der Gastronomie in Deutschland weckt ein enormes öffentliches Interesse.

Das Bedürfnis von Seiten Wein produzierender Betriebe sowie des Weinhandels, ihre Produkte in das streng vom Sommelier ausgewählte Sortiment zu integrieren und langfristig eine erfolgreiche Kooperation zu realisieren, bedarf der intensiven Auseinandersetzung mit diesem komplexen Bereich der Gastronomie.

Diese Arbeit bietet grundlegende Informationen über die Angebotsgestaltung der 3-Sterne-Gastronomie in Deutschland, unter besonderer Berücksichtigung der Rolle des Sommeliers, für eventuelle Entscheidungen des Marketings von Produzent und Händler.

Basis der Analyse bildeten Expertengespräche mit Sommeliers. Die protokollierten Texte der halbstandardisierten Interviews wurden anschließend mit Hilfe einer computergestützten Internetanalyse qualitativ interpretiert und diskutiert.

Unter anderem wurde untersucht, welche Rolle der Sommelier als Einkäufer und Verkäufer, als Absatzmittler von Wein, in dieser Art von Gastronomie spielt, welche allgemeinen Kriterien die Angebotsgestaltung beeinflussen und welche Kriterien erfüllt sein sollten.

Ein ebenfalls interessanter Aspekt, der im Zuge dieser Analyse studiert wurde, ist die Wahrnehmung des Sommeliers von wesentlichen Entwicklungen und Veränderungen bezüglich der Gastronomie, des deutschen Weines, des Weinangebotes, oder auch der Einflussnahme gegenüber dem Gast.

Die Arbeit informiert jene, die Wein über Feinschmeckerrestaurants vermarkten oder vermarkten wollen, über die vielfältigen Dimen-

sionen des Weinangebotes der 3-Sterne-Gastronomie und das sehr individuelle Vorgehen der Sommeliers.



Schmitt, Matthias

Strukturanalyse des Weinfachhandels in ausgesuchten Städten des Ruhrgebietes

Ref.: D. Hoffmann – C. Jung

Durch diese Arbeit sollte anhand einer Strukturanalyse der Weinfachhandel in den Städten Essen, Bochum und Dortmund untersucht werden. Es sollten Erkenntnisse über den Wettbewerb und die ihn beeinflussenden Kräfte, sowie über die einzelnen Wettbewerber erzielt werden.

Die aufgesuchten Weinfachhandlungen sind meist inhabergeführte Einzelunternehmen. Sie unterscheiden sich jedoch stark anhand einiger Kriterien wie zum Beispiel der Größe, gemessen in Bruttojahresumsatz und jährlichem Absatz, dem Weinsortiment und dem Grund der unternehmerischen Tätigkeit. Die Mehrheit der befragten Weinfachhändler kontrolliert und steuert die eigene wirtschaftliche Lage unzureichend. Es werden meist keine klaren Ziele definiert, welche auch nicht überwacht werden. Nahezu zwei Drittel der Weinfachhändler sehen den Wettbewerbsdruck als hoch bis sehr hoch an. Auf der anderen Seite sehen sich die Befragten unabhängig von der Betriebsgröße als überdurchschnittlich wettbewerbsfähig an.

Die befragten Weinfachhändler sehen sich vorrangig durch den Lebensmitteleinzelhandel und Discounter in ihren Absatzchancen bedroht. Ein starker Wettbewerb zwischen den jeweiligen Weinfachhändlern konnte nicht ermittelt werden. Auf der anderen Seite bestehen kaum Kooperationen zwischen den jeweiligen Weinfachhändlern.

Die befragten Weinfachhändler beschreiben die Verhandlungsmacht der Lieferanten zusammenfassend als gering.

Die Verhandlungsmacht der Kunden kann jedoch als hoch angesehen werden. Sie äußert sich bei den Weinfachhändlern nicht in Preisschlachten sondern in einem ausgeprägten Serviceangebot.