



DER OENOLOGE

50. Jahrgang | 5/2022

EDITORIAL

Krisen bieten auch Chancen

34

BDO

Einladung Mitgliederversammlung

35

GEISENHEIM

Tourismus-Aufschwung wird erwartet

37



Foto: Karl-Heinz Tappe

Krisen bieten immer auch Chancen!

Liebe BDO-Mitglieder,
liebe Leserinnen und Leser,

Veränderungen auf den Märkten verursachen Unsicherheiten. Manche Veränderungen werden zu Krisen und ziehen einen erheblichen Wandel in der Gesellschaft mit sich, wodurch ein sich änderndes Konsumverhalten begünstigt wird. Aus anfänglichen Unsicherheiten kann schnell Druck entstehen. Druck, die eigenen Geschäftsmodelle ebenfalls verändern zu müssen, um im Markt bestehen zu bleiben und mitspielen zu können.

Wer trotz geänderter Vorzeichen, wie wir sie in den letzten zwei Jahren erlebt haben, am Markt agieren möchte, muss schnell und unter Umständen radikal reagieren. Umdenken und kreativ werden war die Devise. In andere Märkte eintauchen und über den Tellerrand blicken. Und einige durften staunen, wie weit die Ebene dahinter sich doch zu erstrecken vermag. Veränderungen auf den Märkten bedeuten also schlussendlich auch immer Chancen und haben ungeahnte Potenziale.

Vor allem in der heutigen Zeit, in der wir mit Krisen nur so überschüttet werden, kann manch nüchterne, sachliche und vielleicht auch etwas schönredende Herangehensweise helfen; Insbesondere in unserer so traditionsreichen Branche.



„Wir müssen mehr denn je zusammenhalten und voneinander lernen, um zukunftsfähig zu bleiben.“

Es scheint der Zwang zur vielbeschriebenen Transformation größer als je zuvor. Die Herausforderungen werden größer und die Reaktionszeiten kürzer. Jahre wie die zurückliegenden haben uns angetrieben und vieles von dem, was entstanden ist, werden wir hoffentlich beibehalten. Doch innovatives Handeln auf

Druck ist reaktiv, nicht aktiv. Aber genau darum geht es. Märkte brauchen innovatives Handeln, um attraktiv zu bleiben. Neue Produkte beleben Märkte, neue Vermarktungskonzepte erreichen neue Zielgruppen, veränderte Vertriebswege führen zu bisher ungeahnten Zielen. Aber woher kommen all die Ideen, die es dafür braucht? Manch einer/em fallen sie nachts im Schlaf ein, doch das ist nicht die Regel.

Voneinander lernen und sich gegenseitig inspirieren ist eher angesagt. Vielleicht sogar gemeinsam Ressourcen bündeln, um Dinge überhaupt erst ermöglichen zu können. In jedem Fall sind innovative Konzepte Folge von Mut, Wandlungsfähigkeit und Offenheit. Attribute, die helfen, nicht nur Krisen als Herausforderungen sehen zu können.

Eigentlich ist die Botschaft eine Gute: Wir müssen in den Austausch gehen wie neue Konzepte die Branche weiterbringen können. Die Möglichkeiten zum Austausch sind vielfältig. Nutzen Sie diese! Auch der 12. Heilbronner Weinmarketingtag am 19. Mai bietet Ihnen eine solche Gelegenheit. Auch wenn die Verschiebung der ProWein ungünstig ist, freuen wir uns auf all diejenigen, die mitdenken und mitdiskutieren und wie so oft die ein oder andere Idee mitentstehen lassen wollen.

Prof. Dr. Ruth Fleuchaus

Karriereplattform

Stellen ausschreiben in der Branche: Für BDO-Mitglieder kostenfrei: Weinjobs.com und der BDO vermitteln Stellen in der Weinbranche. Der Bund Deutscher Oenologen möchte seinen Mitgliedern einen modernen und effektiven Career Service anbieten. Neben den Kooperationen mit den verbundenen Hochschulen wurde mit Dipl.-Ing. Franz Regner von weinjobs.com eine weitreichende Vereinbarung geschlossen.

Derzeit werden folgende Positionen neu besetzt:

- **Weintechnologe / Winzer (m/w/d) Vollzeit**
Friedrich Kiefer KG
- **Referent*in für Weinseminare in München (m/w/d)**
einfach geniessen GmbH

- **Vertriebsprofi HoReCa (m/w/d)**
Weingutsverwaltung Schloss Vollrads

Mehr Stellenangebote gibt es unter:



Besondere BDO-Mitgliederversammlung am 27. Juni 2022

Liebe BDO-Mitglieder,
der BDO-Vorstand lädt sie ganz herzlich zu einer besonderen Mitgliederversammlung in Präsenz nach Geisenheim ein.

Bedingt durch eine Satzungsänderung wird der BDO-Vorstand komplett neu für zwei Jahre gewählt. Nutzen sie die Chance, mit ihrer Stimme Einfluss auf die Zusammensetzung und die Ver-

tretung ihrer Interessen zu nehmen. Selbstverständlich besteht die Möglichkeit für jedes Mitglied, sich auch selbst wählen zu lassen oder Vorschläge für weitere potenzielle Kandidaten zu unterbreiten.

Insbesondere für die Beiräte „Praxis“ und „Junge Gruppe“ gibt es viele interessante Positionen, sich einbringen und aktiv mitgestalten zu können.

Vorschläge, Bewerbungen und Ideen nimmt der Vorstand gerne im voraus an:

geschaefsstelle@oenologie.de

Auch während der Mitgliederversammlung können sich Kandidaten melden und gewählt werden.

Zur Übersicht, welche Vorstandsposten zu wählen sind, nebenstehend ein Organigramm der Zusammensetzung des neuen Vorstandes.

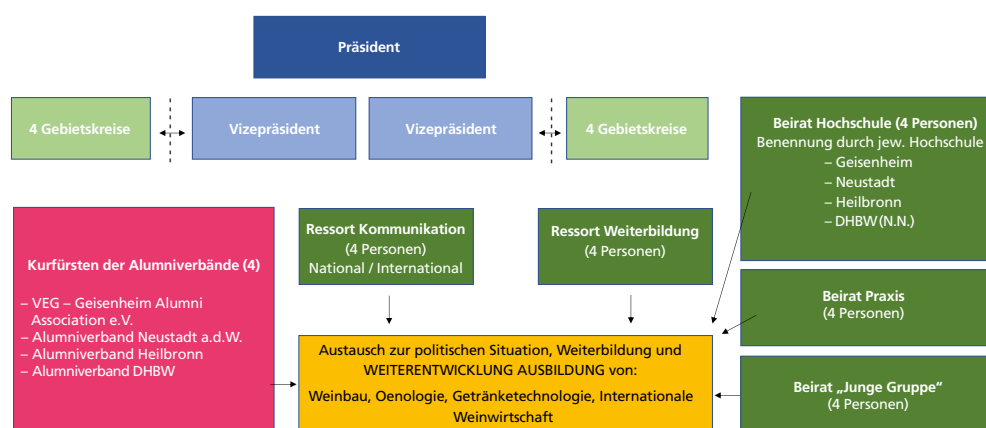
Wir freuen uns auf Sie!

Erik Schweickert

BDO-Präsident



Organigramm BDO erweiterter Vorstand



BDO Mitgliederversammlung Offizielle Einladung zur Mitgliederversammlung am 27. Juni 2022

Datum:

Montag, den 27. Juni 2022

Ort:

Hochschule Geisenheim University

Uhrzeit:

19:00 Uhr

Tagesordnung

1. Begrüßung und Feststellung der Tagesordnung
2. Bericht des Präsidenten
3. Berichte aus den Hochschulen und den Alumnivereinen
4. Geschäfts- und Kassenbericht
5. Entlastung des Vorstandes
6. Neuwahlen des Vorstandes
 - a) der Präsidentin/des Präsidenten
 - b) der beiden Vizepräsidentinnen/Vizepräsidenten
 - c) je ein/e Vertreter/in der Alumnivereine der Hochschulstandorte, sog. „Kurfürsten“
 - d) bis zu 4 gewählte Vertreterinnen/Vertreter im Ressort KOMMUNIKATION (national / international)
 - e) bis zu 4 gewählte Vertreterinnen/Vertreter im Ressort WEITERBILDUNG
7. Verschiedenes

Ergänzungen zur Tagesordnung können bis zum 10. Juni 2022 unter geschaefsstelle@oenologie.de eingereicht werden.

Die Portugal Wine Trophy 2022 in Madeira

Seit 2012 ist die Portugal Wine Trophy fester Bestandteil der internationalen Weinwettbewerbe unter dem Patronat der OIV. Edmund Diesler war in diesem Jahr dabei.

Ihren Ursprung nahm die Trophy als Co-Wettbewerb der Berliner Wine Trophy in Porto. Man startete mit 825 internationalen Weinen. Schwerpunkt des Wettbewerbs waren portugiesische und europäische Weine und Sekte, so wie sie im europäischen Handel den Weinverbrauchern angeboten wurden. Organisiert wurde die erste Probe in Zusammenarbeit mit dem portugiesischen Oenologenverband, der auch heute noch zusammen mit dem BDO die fachliche Organisation kontrolliert und betreut. Sie benannt und benennen die Verkoster, stellen die Reihenfolge der zu verkostenden Produkte zusammen und prüfen die Logik der Anstellungen. Während der Verkostung kontrollieren sie die Blindproben und die Befolgung aller Vorgaben der OIV- Vorgaben der Patronage.

Nach drei Jahren, erhielt die Portugal Wine Trophy auch die Patronage des UIOE mit einigen weiteren zusätzlichen Vorgaben für die Durchführung. Die Durchführung des Weinwettbewerbs wanderte von Porto nach Anadia, dem Weinanbaugebiet Bairrada. Coronabedingt konnte sie im Jahre 2020 nicht stattfinden, so dass der diesjährige Wettbewerb nicht der zehnte und somit der erste Jubiläumswettbewerb, sondern erst der neunte seit 2012 ist. Aber trotzdem stellt der Wettbewerb in Funchal etwas Besonderes dar. Das Weininstitut von Madeira und die Regionalregierung unterstützen die Trophy mit Räumlichkeiten, Personal und Logistik, damit die ordnungsgemäße Durchführung und ein reibungsloser Ablauf gewährleistet sind. Denn es stellt ja schon eine Herausforderung dar, auf einer Insel eine solche Verkostung zu organisieren. Als Verkehrswege kommen nur Wasser und die Luft in Frage, wenn was fehlt kann es nicht einfach mit dem Auto oder LKW gebracht werden.

Noch eine Woche vor dem Start waren etliche Probleme zu lösen, waren angemeldete Weine nicht eingetroffen. Am Vortag stand das Netzwerk für die Verkoster noch nicht, das notwendig und unabdingbar ist für die elektronische Eingabe und Auswertung der Verkostungsergebnisse, da die Papierauswertung vor drei Jahren abgeschafft wurde.

Eröffnet wurde der Wettbewerb vom Präsidenten von Madeira Miguel Albuquerque, gemeinsam mit dem Landwirtschaftsminister, dem Tourismusminister und der Präsidentin des Ma-

deira Weininstitut, Paula Jardim Duarte mit einem selbstbewussten Statement für die Landwirtschaft und den Weinbau von Madeira.

63 Verkoster aus 17 Nationen, 867 Rotweine 530 Weißweine, 180 Roséweine, 70 Sekte und 84 Likörweine aus insgesamt 23 Ländern stellten sich dem Wettbewerb, der an vier Tagen durchgeführt wurde. Ein etwas instabiles Inter-

In diesem Jahr stellten sich 624 portugiesische Weine, Schaumweine und Likörweine dem internationalen Weinwettbewerb und dem Urteil der internationalen Verkoster.

Die Austragung der Weintrophy in Madeira war natürlich auch Werbung für ein eher unbekanntes Weinbaugebiet in Portugal. Der Likörwein Madeira ist zwar weltbekannt und fester



Blick in den Verkostungsraum im Hotel Pestana in Funchal

net verzögerte zwar ab und zu die Verkostung, konnte sie aber nicht aufhalten. Ein besonderer Höhepunkt in der Verkostung waren etliche alte Madeiras, wobei der älteste aus dem Jahr 1929 stammte.

Schaut man sich die Entwicklung der Weintrophy in den letzten 10 Jahren an, so kann man feststellen, dass sich die Teilnahme der portugiesischen Winzer von Neugierde zu einem echten Wettbewerb gesteigert und verändert hat. Die Qualitäten vieler portugiesischer Weine haben mittlerweile internationalen Standard und schneiden im Vergleich mit Weinen anderer Länder hervorragend ab.

Werden etliche Weine anderer Wettbewerbsländer schon schmeckbar auf die Ansprüche der möglichen Absatzländer vinifiziert, so überzeugen die meisten portugiesischen Weine noch mit einem individuellen Qualitätsanspruch. Zwar will man sich mit einer überzeugenden Qualität und guten Verkostungsergebnissen auch neue Absatzwege erschließen, so ist der Antrieb bei den meisten portugiesischen Winzern noch der persönliche Wettkampf um den besten Wein, bzw. die beste Punktzahl.

Bestandteil in der Bar-Szene und der internationalen Küche, jedoch sind die Spezialitäten, wie Likörweine älter als 50 Jahre und die normalen Weinqualitäten eher unbekannt. Die Gesamte Anbaufläche für Wein in Madeira beträgt 2000 ha, davon können 400 ha für Madeira als Qualitätswein genutzt werden, 1600 ha sind mit roten und weißen Reben für normale Trinkweine bepflanzt. Es sind meist Steillagenweingebirge mit einem sehr geringen Ertragspotenzial und großem Arbeitsaufwand.

Das Madeira Wine Institut hatte für die internationalen Verkoster, ein sehr interessantes Rahmenprogramm erstellt, das alle Belange der Insel vereinte. Neben den sicher bekannten touristischen Highlights wie die Aussichts-Glasplattform Cabo Girao, 589 m direkt über dem Meer, das Fischerdorf Camara de Lobos mit Ponchaverkostung, wurde das Weingut Quinto do Barbusano, die Madeiraerzeugung der Privatkellerei Blandy und die Rumproduktion Engenhos do Norte in zwei Exkursionen besucht. Alle Verkoster hatten daneben auch Gelegenheit, die touristischen Besonderheiten von Funchal kennenzulernen.

Edmund Diesler

Geisenheimer Forschende erwarten langfristig einen Aufschwung für den Weintourismus

Der Frühling bringt in diesem Jahr nicht nur wärmere Temperaturen, die zu Ausflügen einladen, sondern auch das vorsichtige Versprechen, dass die umfassenden Lockerungen der Corona-Regeln Gastronomie und Tourismus beleben. Prof. Dr. Gergely Szolnoki vom Institut für Wein- und Getränkewirtschaft der Hochschule Geisenheim ist davon überzeugt, dass sich darüber hinaus grundlegende Trends in Markt und Gesellschaft langfristig positiv auf den Weintourismus in den 13 deutschen Anbaugebieten auswirken werden.

Die Corona-Pandemie und die mit ihr einhergehende abrupte Veränderung des Konsumverhaltens hat auch die Weinbranche stark beeinflusst. Forschungsergebnisse aus dem Bereich Weintourismus zeigten im ersten und zweiten Jahr der Pandemie, dass viele Betriebe kreative Lösungen für die Weiterführung weintouristischer Aktivitäten fanden. Damit konnten sie – zumindest teilweise – die durch den Lockdown verursachten Verluste kompensieren und sogar neue Zielgruppen ansprechen. Gleichzeitig veränderten sich die Konsumenteneinstellungen und -wünsche: Regionaler Tourismus gewann plötzlich deutlich an Bedeutung und diese Entwicklung öffnete den Weingütern neue Türen. Nicht nur dieser Trend spricht nach Aussage von Prof. Dr. Gergely Szolnoki, Professor für Marktforschung an der Hochschule Geisenheim, dafür, dass der Weintourismus in den 13 deutschen Anbaugebieten in den nächsten Jahren einen Aufschwung erfahren wird. „Der Weintourismus wird vom allgemeinen Trend hin zum Individual- und Qualitätstourismus profitieren. Ebenso wird sich das in der gesamten Gesellschaft gesteigerte Bewusstsein für Nachhaltigkeit und den Wert der Natur für das eigene Wohlbefinden positiv auswirken. Dabei handelt es sich nach unserer Einschätzung nicht nur um eine kurzfristige Erholung und die Rückkehr zum Pre-Covid-Niveau; wir erwarten, dass die Bedeutung des Weintourismus für die Weinbauregionen und -betriebe mittel- und lang-

fristig steigen wird“, so der Wissenschaftler. Er beruft sich dabei auf die Ergebnisse zweier Umfragen zum Thema Weintourismus, die er und sein Team 2021 gemeinsam mit dem schwedischen Tourismusunternehmen WineTourism.com durchgeführt haben.

Laut Sustainable Wine Tourism Survey, an der rund 1.600 Weingüter aus über 40 Ländern teilnahmen, haben etwa 70 Prozent der Betriebe in Deutschland bereits weintouristische Angebote im Portfolio. „Deutsche Betriebe sind im internationalen Vergleich besonders gut aufgestellt, was die Aktivitäten außerhalb der Weingüter anbelangt. Das kommt dem wachsenden Bedürfnis der Gäste, Tourismus und Bewegung zu verbinden, Natur und Biodiversität zu entdecken, entgegen“, hebt Szolnoki hervor. „Ebenso sind deutsche Betriebe stark, was digi-

digitale Angebote anbelangt. Auch hier liegen sie im Trend, denn für viele Konsumentinnen und Konsumenten sind solche Angebote, die sie zeiteffizient in ihren Tagesablauf einbauen können, auch zukünftig noch attraktiv, und ergänzen das weintouristische Angebot vor Ort perfekt.“ Dass die deutschen Weinbaubetriebe das erkannt haben, bestätigt die Wine Tourism Survey „Online Wine Tastings“. Demnach wollen 74 Prozent derjenigen, die Online-Weinproben eingeführt haben, diese in jedem Fall weiterführen, weitere 23 Prozent spielen mit dem Gedanken. Und das ist wenig überraschend: Nur für fünf Prozent der deutschen Betriebe,



die sie anbieten, waren Online-Weinverkostungen unprofitabel.

„Prognosen für die Tourismusbranche insgesamt zeigen, dass der Umsatz im Markt für in-nerdeutsche Reisen jenen des Jahres 2019 in den kommenden Jahren noch übersteigen wird. Die Weinbaubetriebe können davon profitieren, wenn sie nachhaltige und individuelle Angebote entwickeln, die im Einklang mit der Kulturlandschaft stehen, in die sie eingebunden sind“, lautet Szolnokis Fazit.

Weitere Informationen zu Forschung und Wissenstransfer zum Thema Weintourismus an der Hochschule Geisenheim finden Sie unter www.hs-geisenheim.de/winetourism.



WIR BIETEN DIR ALLES – DU ENTSCHIEDEST, WAS DU WERDEN WILLST.



STUDIENINFOTAG

1. JUNI 2022

13:00 BIS 17:30 UHR

LIVE VOR ORT

www.hs-geisenheim.de/studieninfotag

150
1872

WIR SCHAFFEN STRATEGIEN FÜR EINE NACHHALTIGE UND LEBENSWERTE ZUKUNFT!

Nachhaltiges Wirtschaften in der Weinbranche

Das Forum Markt und Wein betrachtet aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen

Bereits zum dritten Mal hat am 28. April 2022 das Forum Markt und Wein in Kooperation mit dem Deutschen Weininstitut (DWI) am Weincampus Neustadt stattgefunden. Die beiden Schwerpunkte bei den Vorträgen und Diskussionen waren die Themen Nachhaltigkeit in der Weinvermarktung und Weintourismus.

Monika Reule, Geschäftsführerin des DWI, präsentierte gleich zu Beginn der Veranstaltung in ihrem Vortrag zum „Weinmarkt Deutschland“ aktuelle Zahlen. Im Jahr 2021 hielten sich Absatz und Umsatz in der Weinbranche demnach weitestgehend auf Vor-Corona-Niveau.

Im 1. Quartal 2022 ließen sich jedoch erste Hinweise auf einen deutlichen Umsatzrückgang finden. „Das Kriegsgeschehen in der Ukraine und die wachsende Inflation, sowie eine hohe Teuerungsrate verunsichern die Kunden in Deutschland. Es steht zu befürchten, dass gerade bei den Genussmitteln jetzt gespart wird“, meint DWI Geschäftsführerin Monika Reule. In



Christine Freund (Weincampus Neustadt), Prof. Dr. Marc Dreßler (Weincampus Neustadt), Saskia Teucke (Deutsche Weinprinzessin), Prof. Dr. Laura Ehm (Weincampus Neustadt), Monika Reule (DWI), Prof. Dr. Gergely Szolnoki und Dr. Maximilian Tafel (beide Hochschule Geisenheim)

dieser Situation sei eine Veranstaltung wie das Forum Markt und Wein besonders wichtig, um auf den sich wandelnden Markt reagieren zu können.

„Durch die derzeitige Entwicklungen ist auch das Thema Nachhaltigkeit noch einmal stärker in den Vordergrund gerückt“ erklärt Marc Dreßler, Professor für BWL und Entrepreneurship am Weincampus Neustadt. Ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit wird in der

Zukunft bei der Vermarktung von Wein eine immer größere Rolle spielen, ist sich Marc Dreßler sicher. Nachhaltigkeit kann für deutschen Wein ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal sein und hat das Potenzial, neue Absatzoptionen zu eröffnen.

Ein neuer Termin für das Forum Markt und Wein steht bereits fest. Im nächsten Jahr wird das Branchentreffen am 27. April 2023 wieder am Weincampus Neustadt stattfinden.

12. HEILBRONNER WEINMARKETINGTAG

Krise heißt immer auch Chance - INNOVATIVE KONZEPTE

Donnerstag, 19. Mai 2022

mit diesen **Themen:**

- » Die unverzichtbaren Erfolgsfaktoren für Unternehmen – *Johannes Josnik*
- » Innovative Genossen erobern Export – *Wendelin Grass*
- » Wandel: Offensiv den Markt gestalten! – *Marian Kopp*
- » Nachhaltige Markenführung in Zeiten des Wandels – *Christian Rasch*
- » be extraordinary: Vorreiter einer neuen Tradition – *Philipp Röble*
- » Beschwingter Tanz aus der Reihe - neue Märkte erschließen – *Christoph Graf*
- » Krise: Es hätte uns nichts Besseres passieren können – *Anna-Lisa Wenzler*

» Weitere Infos & Anmeldung unter:
www.weinmarketingtag-heilbronn.de

» Teilnahmebeitrag: 150 Euro | Anmeldeschluss: 15. Mai 2022

FFN

HOCHSCHULE HEILBRONN



Friedrich, Felix Ullrich

Referenten:
Gergely Szolnoki
Katharina Hauck

Analyse von Social Media-Nutzung deutscher Weingüter im B2B-Bereich

In dieser Thesis wird die Frage geklärt, ob es notwendig ist, einen gepflegten Social Media Account zu besitzen, um als Weingut im B2B-Vertriebsweg Erfolg zu haben. Dabei wurden insgesamt 10 Weinhändler befragt, wie sie zum Thema Social Media stehen und wie wichtig es ihnen ist, dass ein Weingut Social Media benutzt. Zudem wird auf verschiedene Social-Media-Plattformen eingegangen und geklärt, was B2B für Wein eigentlich bedeutet. Hinzu kommt der aktuelle Einblick auf den deutschen Weinmarkt und dessen Zukunft. Auch werden die verschiedenen Vor- und Nachteile von Social Media für Weingüter geklärt.



Bernd,
Alexander

Referenten:
Joachim Schmid
Elvira Bleser

Einfluss verschiedener Unterlagen auf verschiedene Parameter der Rebsorte Blauer Spätburgunder

Das Ziel dieser Arbeit ist es, den Einfluss von fünf etablierten und drei neugezüchteten Unterlagen auf die aufgepfropfte Edelreissorte Blauer Spätburgunder unter Berücksichtigung des Standortes und der besonderen Witterungsbedingungen des Jahres 2018 zu untersuchen. Primär wurden die Blatthaltstoffe und die gerbenden und farbbringenden Stoffe in der Beerenhaut mittels nicht-invasiver

Fluoreszenztechnik betrachtet. Unterschiede könnten Anzeichen einer unterschiedlichen Reife, Stressreaktionen oder eine bessere oder schlechtere Anpassung der Unterlage an die vorliegende Bodenstruktur sein. Die Ergebnisse dieser Arbeit sollen eine Optimierung der Frage nach der Standorteignung der verwendeten Unterlagen liefern. Der immer noch bestehende und zum Teil noch wachsende Reblausdruck erfordert die Notwendigkeit der stetigen Züchtung neuer reblausresistenter Unterlagen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen deutliche Unterschiede der Spätburgunderreben auf den verschiedenen Unterlagen als Reaktion der vorherrschenden Standortbedingungen und des Witterungsverlaufes in der Vegetationsperiode. Generell kann man sagen, dass die bestehenden Kategorisierungen für die Wuchskraft und die Chloroseneigung auf einem Kalkstandort für die Unterlagsorten SO4, Fercal, 125 AA, Börner und 3309 C bestätigt wurden. Die Unterlagen aus dem verwendeten Neuzüchtungsprogramm zeigten gute Ergebnisse in ihrem Wuchsverhalten und eine geringere Chloroseneigung als die Unterlage Börner. Des Weiteren wurde ein Zusammenhang zwischen den Reifeparametern und dem Anthocyanengehalt in den Beerenschalen festgestellt, der sich unter anderem durch Fluoreszenztechnik ermitteln ließ.

Breit, Tobias

Referenten:
Rainer Keicher
David Brunner

Optimierung des Verfahrens zur Charakterisierung des Gebläseluftstroms von Weinbergssprühgeräten mittels Ultraschallprüfstand

Sprühgerätgebläse werden bereits seit vielen Jahren im Pflanzenschutz eingesetzt, um den Sprühnebel möglichst zielgenau und wirkungsvoll in einer Pflanzenkultur, wie zum Beispiel im Obst- und Weinbau auszubringen. Um jedem Anwender die Möglichkeit zu geben, ein verständliches Arbeitsbild von seinem Gerät zu bekommen, wurde ein Prüfstand entwickelt, der es ermöglicht die gesamte Luftmenge sowie die Luftabströmwinkel und Luftstromgeschwindigkeiten zu messen und in einer Grafik

verständlich darzustellen. In einem Ringversuch mit einem Axial Sprühgerät ist aufgefallen, dass es bei jeder Messung zu unterschiedlichen Ergebnissen des Abströmwinkels im oberen Luftstrombereich kommt. Um dies zu überprüfen, wurde exakt der gleiche Versuch an dem Windprüfstand WP5000 der Firma Ernst Herbst Prüftechnik e.K. im Technikum der Hochschule Geisenheim University nochmals durchgeführt.



Bünngel,
Stella Sophia

Referenten:
Maximilian Freund
Ludwig Pasch

Der Einfluss verschiedener Maischegärvarianten auf die Alkoholausbeute

Anhand der in dieser Arbeit durchgeführten Versuche wurde der Einfluss verschiedener Varianten der Maischegärung auf die Alkoholausbeute untersucht. Sowohl die Erhöhung der natürlichen Alkoholgehalte durch die Beeinflussung der Temperatur und der Anreicherungsverfahren, als auch die Beeinflussung durch verschiedene Varianten der Maischegärvarianten werden analysiert. Neben einer theoretischen Betrachtung dieser Parameter wurden drei Versuchsdurchgänge mit verschiedenen Varianten durchgeführt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde zu jedem Versuch eine Kontrollvariante erstellt. Zudem wurden jeweils zwei Varianten offen vergoren, zwei Varianten gestaffelt angereichert, sowie der Einfluss einer alkoholmindernden Hefe betrachtet. Auch der Einfluss der Unterstoßhäufigkeit, eines Saftabzugs und einer größeren Maischemenge wurde untersucht. Diese wurden in dieser Arbeit zunächst beschrieben, dargestellt und danach diskutiert. So konnte eine negative Korrelation der Alkoholausbeuten durch erhöhte Temperaturen festgestellt werden. Die offen vergorenen Varianten hatte ebenfalls eine geringere Alkoholausbeute. Positiv beeinflusst wurden die Alkoholgehalte durch eine gestaffelte Anreicherung und geringere Unterstoßhäufigkeiten. Neben diesen Ergebnissen wird ein Überblick über weitere Möglichkeiten zur Untersuchung der Alkoholausbeuten gegeben.

360° wein & getränke

- MAGAZINE PRINT & DIGITAL
- TASTINGS
- PRÄMIERUNGEN
- MESSEN & KONGRESSE

Wir sehen uns auf der
ProWein 2022!
15.-17.05., Messe Düsseldorf

MEININGER VERLAG – **Halle 4**, Stand 4A20

MUNDUS VINI TASTING AREA – **Halle 4**, Stand 4A19

Alle Infos zu unserem Standprogramm finden Sie auf
www.meininger.de/prowein