



# DER OENOLOGE

Bund deutscher Oenologen e.V.

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

## EDITORIAL



**Prof. Dr. Dieter Hoffmann,**  
FAG Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung

## 125 Jahre Müller-Thurgau

125 Jahre der Rebsorte Müller-Thurgau wurden am 31. August 2007 in einer wissenschaftlichen Feierstunde an der Forschungsanstalt Geisenheim beleuchtet. Neben dem Wirken ihres Züchters Prof. Dr. Herrmann Müller-Thurgau stand die Rebsorte und ihr Wein im Mittelpunkt der Vorträge. Anfangs ist dabei herauszustellen, dass sie ein frühes und erfolgreiches Beispiel für praxisrelevante Forschungsergebnisse ist. Zweifelsohne gibt es auch Weinfachleute, die die Verbrei-

tung von Müller-Thurgau in Deutschland nicht als Erfolg ansehen und dies mit den Rückgängen der Anbauflächen seit 10 Jahren begründen.

Müller-Thurgau Weine waren je nach Position des Betrachters häufig strittig. Aber wenn wir ehrlich mit dieser Frage umgehen, dann hat diese Rebsorte mehr Potenzial als wir es ausgeschöpft haben. Sie wurde von vielen Erzeugern oft als Notlösung statt als Chance verstanden. Man pflanzte sie auf Grenzstandorte und schöpfte die eine Dimension ihrer Leistungsfähigkeit, nämlich hohe Erträge einfacher Weine zu liefern, maximal aus. Die viel nützlichere Dimension ihrer Leistungsfähigkeit auch auf mittleren Standorten bei einfacher Weinbautechnik und niedrigen Stückkosten bei moderaten Erträgen frühreife, süffige Weine mit einer breiten Verbraucherakzeptanz zu liefern, wurde zu lange vernachlässigt. Die Entwicklung in Norditalien hat uns vor über 10 Jahren einen Spiegel vor die Augen

gehalten, den viele Erzeuger aufgegriffen haben und heute eine eigenständige gute Qualität von neuen Müller-Thurgau Weinen erfolgreich vermarkten. Hier sind vor allem die "fank und frei" Winzer aus Franken zu nennen, die mit schnellem und konsequentem Handeln bewiesen haben, dass es einfacher ist aus vorhandenen Rebsorten innovative Weine zu machen, als eine Vielzahl unterschiedlicher nationaler und internationaler Rebsorten auszuprobieren.

Junge erfrischende Müller-Thurgau Weine mit einem Aroma aus den Komponenten von Apfel, Birne, Quitte, Ananas, Zitrone, Honigmelone und ein wenig Muskat gepaart mit einem strukturierten Körper werden von vielen Konsumenten geliebt. Sie gibt es bisher zu wenig im Markt. Insofern sind die Chancen mit Müller-Thurgau Weinen im mittleren Qualitätsspektrum bei einem angemessenen Preis-Leistungsverhältnis erfolgreich zu sein, noch nicht ausgeschöpft. Auf manchen Flächen, auf denen z. Zt. Riesling angelegt werden, könnte die Rebsorte Müller-Thurgau nachhaltiger sein. Dies setzt aber eine Abkehr von der kritischen Distanz der Weinfachleute und -publizisten voraus, um ihr auch die Marktposition anzuerkennen, die ihr zusteht.

## INHALT

<b>GEISENHEIM AKTUELL</b> . . . . .	74
<b>DIPLOMARBEITEN</b> . . . . .	77
<b>WORLD WIDE OENOLOGY</b> . . . . .	79

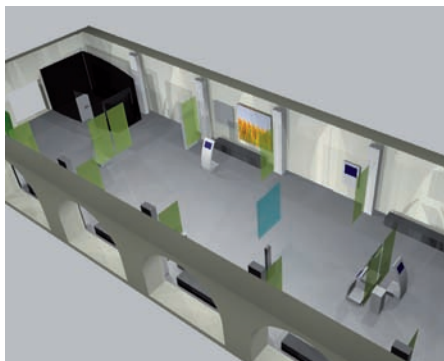
## Multimediale Präsentation WeinKulturLand Mosel

**(wh) Wein und Kultur auf ganz neue Art ist seit dem 20. September 2007 im ehemaligen Weinmuseum des St. Nikolaus Hospital Hofgutes in Bernkastel-Kues zu erleben.**

Das Geisenheimer EU-Projekt (EU-Gemeinschaftsinitiative Leader+) unter der Gesamtleitung von Prof. Dr. Otmar Löhnertz, dem Geisenheimer Dekan und Fachgebietsleiter für Bodenkunde und Pflanzenernährung, konnte nach einjähriger intensiver und vielschichtiger Vorbereitungszeit eröffnet werden. Die technische und inhaltliche Projektleitung liegt bei den Geisenheimer Weinbau-Ingenieuren Robert Lönarz und Birgit Ritter.

Zahlreiche Vertreter der Presse wurden am Eröffnungstag über das Multimedia-Projekt informiert. Ihnen wurde Einblick in die umfangreiche, mehr als 1.000 Informationsseiten mit vielen Filmen und Animationen umfassende, Medienwelt gewährt.

Im Rahmen der Veranstaltung mit Festrednern wie Manfred Brand, dem Geschäftsführer der Kardinal Nikolaus von Kues Weinguts GmbH, Volker Emmrich vom DRK-Sozialwerk Bernkastel-Kues und Initiator des Projektes, Dr. Hoos vom rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, der Landrätin des Kreises Bernkastel-Wittlich Beate Läsch-Weber, dem Stadtbürgermeister der Stadt Bernkastel-Kues Wolfgang Port, dem Präsidenten des Bauern- und Winzerverbandes Adolf Schmitt, dem Direktor der Forschungsanstalt Geisenheim Prof. Dr. Klaus Schaller und dem Leiter des



Die Weinerlebniswelt ist in verschiedene Bereiche untergliedert, wie z.B. Terroir, Moselflug, Historie, Geologie etc. Öffnungszeiten: 10–18 Uhr (Grafik: Sievers)

DLR Bernkastel-Kues Hubert Friedrich konnte eine zahlreiche Gruppe interessierter, geladener Gäste aus der Weinwelt sich auf den Besuch der Weinerlebniswelt einstellen.

Der Projektleiter Prof. Dr. Otmar Löhnertz dankte allen, die das Projekt unterstützt und ermöglicht haben, wobei er u.a. den Kanzler der FH Wiesbaden Herrn Mertens begrüßte. Er betonte, dass hier ein dynamisches Konzept vorliege, zu dem Geldmittel zur Weiterentwicklung gefunden werden müssten. Robert Lönarz stellte den Gästen die technische Entwicklungsgeschichte des Projektes vor, während Birgit Ritter den Inhalt der

Moselweinerlebniswelt, der sich in die drei Bereiche Landschaft, Wein und Kultur gliedert, den Besuchern anhand verschiedenster Darstellungen schmackhaft machte. So vorbereitet war die Neugierde auf einen Besuch in der Weinerlebniswelt geweckt. Nach der Vergabe der Goldmedallien der Europäischen Organisation für Steillagenweinbau CERVIM an die Winzer vorort, gab es Gelegenheit das Moselweinemuseum zu besuchen und auf Entdeckungstour zu gehen. Dabei fiel das Original-Gemälde „Bremmer Calmont“ vom Künstler Michael Apitz besonders ins Auge.

Jeder, der sich dem Wein verschrieben hat, sollte sich dieses Erlebnis nicht entgehen lassen und es jedem Gast und Weinfreund weiterempfehlen, auch wenn er nicht von der Mosel kommt...

**Expertenteam:** Prof. Dr. Wolfgang Schiffler vom Fachbereich Medienwirtschaft der Fachhochschule Wiesbaden und Prof. Karl Bayer, der bereits emeritierte Marktwirtschaftler und langjährige Dekan aus Geisenheim. Dr. Ilona Schneider, DLR Bernkastel-Kues. Ralph Dejas, Marketing und PR Beauftragter beim Bernkasteler Ring. Eckhard Erz, Verkaufsleiter Mosel-Vinothek.

**Projektpartner:** Dipl. Ing. Norbert Bläsius, Architekt. Dipl.-Designer Wolf Gero Sievers. Initiator und Moderator: Volker Emmrich.

**Internet:** [www.moselweinemuseum.de](http://www.moselweinemuseum.de) oder [www.weinkulturland-mosel.info](http://www.weinkulturland-mosel.info)



Blick in die Aromabar. Hier können diverse Weinaromen "erschnuppert" werden (Foto: Herke)



Moselweinemuseum mit dem Original-Gemälde „Bremmer Calmont“ vom Künstler Michael Apitz (Foto: Apitz)



## Der Beerenreife auf der Spur: Berry-Sensory-Analyses Seminar

Am 18. September 2007 veranstaltete der Campus Geisenheim unter der Organisation von Dipl. Ing. Birgit Ritter zwei Seminare zur Bestimmung der Traubenbeerenreife.



Die Veranstaltung rief großes Interesse hervor, so dass im nächsten Jahr weitere Seminare angeboten werden sollen (Foto: Ritter)

Über die Methode der Berry-Sensory-Analyses (BSA) informierte Gianni Trioli / Vinidea s.r.l. 20 Praktiker renommierter Weingüter über die weltweit anerkannte Methode des Institut Cooperatif du Vin, Montpellier.

Anhand vorbereiteter Traubenproben aber auch eigener Trauben konnten sich die Teilnehmer direkt mit der BSA-Methode vertraut machen.

Es wurden das Erscheinungsbild der Beeren, Beerenhaut, Kerne und Fruchtfleisch genauestens untersucht, beschrieben und bewertet. Simultan übersetzt wurde die internationale Veranstaltung von Simone Adams, Doktorandin am Fachgebiet Bodenkunde der Forschungsanstalt Geisenheim.

Der Kontakt mit G. Trioli kam auf Anregung von Prof. M. Großmann, Fachgebiet Mikrobiologie der Forschungsanstalt Geisenheim zustande. Nach diesem positiven Auftakt-Seminar wird der Campus Geisenheim im nächsten Jahr weitere Veranstaltungen mit G. Trioli zu verschiedenen Themen rund um die Traube und den Bereich Weinsensorik planen.

(Birgit Ritter)

## GEISENHEIMER ABSOLVENTEN STELLEN SICH VOR

*Der Bund Deutscher Oenologen interessiert sich für die Arbeitsfelder der Geisenheimer Absolventen. Wilma Herke hat für DER OENOLOGE nachgefragt bei Volker Emmrich vom Betrieb DRK-Sozialwerk Bernkastel-Wittlich GmbH, Leiter des Cusanus-Hofguts.*

**Wann haben Sie in Geisenheim abgeschlossen?**  
Im Januar 1989.

**In welchem Arbeitsfeld engagieren Sie sich derzeit?**

Ich bin als Leiter des Cusanus-Hofgutes, landwirtschaftlicher Teil einer anerkannten Werkstatt für behinderte Menschen, tätig. Neben den Bereichen Pferdepen-sion, Gastronomie, Landwirtschaft, Landschaftspflege, Gartenbau gehört zu meinem Arbeitsbereich auch eine Reihe von Weinbauabteilungen:  
Weinbau mit insgesamt 16 ha Weinbaufläche verteilt auf die beiden Weingüter „Cusanus-Hofgut“ und „St. Nikolaus-Hospital“, das vor 600 Jahren von Nikolaus von Cues gegründet wurde. Wir vermarkten ca. 150.000 Fl./Jahr. In der Sektkellerei werden ca. 12.000



Volker Emmrich

Flaschen Sekt (Lohnversektung + Eigenproduktion) abgefüllt. Außerdem verfügen wir über eine Rebenveredlung mit eigener Unterlagenproduktion. Die ca. 850.000 Pfropfreben werden international vermarktet. Unser Betrieb ist die älteste noch praktizierende Rebenveredlung in Deutschland und wurde 1912 gegründet. Das Cusanusstift beherbergt die größte deutsche Vinothek. Hier werden 170 Weine und Sekte von über 100 Moselwinzern vermarktet. Neu ist die einzige multimediale Weinerlebniswelt, die von Geisenheimer Wissenschaftlern mit ent-

wickelt und realisiert wurde. Darüberhinaus betreibe ich mit meiner Frau ein eigenes Weingut in Mehring und plane einen Hofladen in der Abtei Himmerod.

**Was ist in Ihrem Betrieb besonders/anders als bei anderen?**  
Wir arbeiten im grünen Bereich mit ca. 120 behinderten Menschen und geben ihnen damit einen interessanten und sicheren Arbeitsplatz mit einem entsprechenden Auskommen.

**Ihre Vision für Ihr Haus und die Weinbranche?**

Wir möchten uns in Projekte und Gemeinschaften einbinden und uns für eine schnellere Einführung des technischen Fortschritts einsetzen.

**Kontakt:**  
DRK-Sozialwerk Bernkastel-Wittlich GmbH, Cusanus-Hofgut  
Volker Emmrich  
Wehlener Plateau  
Tel. 06531/9603-0  
Fax 06531/9603-31  
Vemrich@drk-sozialwerk.de

## Rebsortentage

Am 3. und 4. September fanden, direkt nach den Tagen der offenen Tür, im Fachgebiet Rebenzüchtung und Rebenveredlung die Geisenheimer Rebsortentage statt. Diese speziell für das Fachpublikum ausgerichtete Veranstaltung stand – anlässlich seines 125-jährigen Geburtstages – in diesem Jahr unter dem Motto Müller-Thurgau und seine Weine. In der dafür ausgerichteten Probe konnten Weine der Jahrgänge 1996 bis 2005 mit Mostgewichten von 73° bis 202° Oe verkostet werden. Parallel dazu konnten die Besucher die Eigenschaften der neuen Geisenheimer Müller-Thurgau Klone im Feld beurteilen.

Reges Interesse fand auch die Präsentation „Einfluss des Lesezeitpunktes auf die Aromaausbildung des Weines“. Exemplarisch an den Rebsorten Blauer Spätburgunder, Weißburgunder und Weißer Riesling wurden je vier verschiedene Lesezeitpunkte separat ausgebaut und konnten verglichen werden, was gerade beim nicht einfachen Jahrgang 2006 sehr viel Anlass zur Diskussion bot. Die Veranstaltung fand sehr viel positive Resonanz und war trotz der schon beginnenden Lese gut besucht. (J. Schmid)

## Siegreiche WEINELF

Die WEINELF, die durch einige BDO-Mitglieder unterstützt wird, gewann am 1. Oktober im Münchener Stadion im Olympiapark gegen die „Schweizer Nationalmannschaft der Sternköche“ ein grandioses 4:2 durch die Torhüter Peter B. Kühn (Weingut Peter Jakob Kühn) und Peter Kaul (Weingut Kaul). Auf dem Oktoberfest wurde anschließend gemeinsam gefeiert.

## Vergünstigtes DDW-Abo

Jedes Mitglied beim Bund Deutscher Oenologen e.V. (BDO) erhält einmal im Monat kostenlos eine Ausgabe von Der Deutsche Weinbau mit eingeleiteter Verbandszeitschrift DER OENOLOGE. Die zwischenzeitlich erscheinenden zwölf DDW-Hefte können von BDO-Mitgliedern zum halben Abonnementpreis bezogen werden (Inland 37,50 Euro, Ausland 51 Euro). Eine gute Gelegenheit, bestens informiert zu sein und noch ein Grund mehr, als "Geisenheimer" BDO-Mitglied zu werden.

Infos zum Abo unter Tel.: 06321 890836

## Italian High-End-Taste oder eine Weinprobe der besonderen Art

**Der Tignanello von Marchese Antinori, als Supertoskaner gefeiert und Vorbild einer ganzen Region, gehörte zu den Weinen, die im Rahmen einer besonderen Italienweinprobe am Campus Geisenheim unter Leitung von Prof. Dr. Otmar Löhnertz auf der Probepiste standen.**



Besondere Weine mit "großen Namen" und großen Geschichten standen zur Verkostung und Diskussion (Fotos: M. Brunner)

Begonnen hat eigentlich alles mit der Vorlesung „Weltweibau/Internationale Weine“, die von Prof. Löhnertz koordiniert wird. Lange schon hatte er die Idee einige besondere Weine mit so genannten großen Namen und großen Geschichten mit den Studierenden der Studienrichtung Weinbau und Oenologie, sowie des Studiengangs Internationale Weinwirtschaft zu verkosten, Meinungen auszutauschen und über die Weine zu diskutieren. Einen gelungenen Auftakt bildete die Rotweinsorte Teroldego aus dem Weingut der Elisabetta Foradori, die sich kompromisslos dieser Rebsorte verschrieben hat.

Weiter spannte sich der Bogen der zu verkostenden Weine vom Trentino, über Piemont, der Toskana bis nach Sizilien.

Große italienische Spitzenrotweine wie "Brunello di Montalcino" und "Guidalberto", der so genannte "kleine Bruder" des Sassicaia rundeten die Veranstaltung ab. Übertroffen

hätte das Ganze vielleicht noch ein Ornellaia, aber der Zweitwein „Le Volte“ der Tenuta dell' Ornellaia bot eine überragende Qualität mit vielfältigen Aromen und günstigerem Preis. Auch ein Barolo der „alten Schule“, der Monprivato aus dem Haus von Mauro Mascarello, reihte sich in die Probenfolge außergewöhnlicher Weine ein. Kurzweilig führte Prof. Löhnertz durch die Probe, die er mit detailliertem Wissen über die italienischen Weinregionen, Rebsorten und historischen Entwicklungen spickte und durch persönliche Erfahrungen vor allem aus den letzten beiden Italienexkursionen ergänzte.

(Ruth Lehnart)



Prof. Löhnertz führte durch die Probe

## AKTUELL

### Pflanzenschutzmittellagerung: Erst informieren, dann planen

„Wie lagert man Pflanzenschutzmittel ordnungsgemäß?“ Landwirte und Winzer sind für diese Fragen zunehmend sensibilisiert. Obwohl die Lagerung von Pflanzenschutzmitteln gesetzlich geregelt ist, liegt eine fast unübersichtliche Situation vor. Erschwerend kommt hinzu, dass sich Vorgaben von Bundesland zu Bundesland unterscheiden bzw. von Landkreis zu Landkreis individuell ausgelegt werden können. Der Industrieverband Agrar bietet auf seinen Internetseiten umfangreiche Informationen zu den Themen: „Sichere Lagerung von Pflanzenschutz und Schädlingsbekämpfungsmaßnahmen“ sowie Excel Anwendungstabellen über „Pflanzenschutzmittelbestandslisten“ an. Informationen können unter: [www.iva.de](http://www.iva.de) abgerufen werden. (Dr. Manfred Stoll)

## Internationale Weinwirtschaft (IWW)



Enders, Julia

### **Bestandsaufnahme und Perspektiven des Marketings einer kleinen Genossenschaft**

Ref.: D. Hoffmann – M. Mend

Beginnend mit einer Bestandsaufnahme wurden vor allem das Sortiment, die Präsentation sowie Ausstattung und Werbematerialien der Genossenschaft analysiert.

Um diese Analyse auch objektiv beurteilen zu können, besteht ein Teil der Arbeit aus einer Umfrage am Standort der Genossenschaft. Die Befragung der Konsumenten ergab eine sehr enge Bindung an den regionalen Markt, es ist eine starke traditionelle Käuferstruktur vorhanden. Aufgrund der zusätzlichen soziodemographischen Angaben konnte dieser Personenkreis in das Segment des traditionellen Mainstreams eingeteilt werden. Die Auswertung der Erhebung ergab, dass die Konsumenten zum einen das traditionelle Erscheinungsbild der Weine präferieren und zum anderen auch den heimischen Weinmarkt favorisieren.



Ramershoven, Marc

### **Marktpositionierung von Wine Estates in Australien und deren Marktchancen in Deutschland**

Ref.: D. Hoffmann – M. Tiggelmann

Ziel der Arbeit war es, unter Anwendung einer SWOT-Analyse (Strength-Weakness-Opportunities-Threats), die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken von kleineren und mittleren Wine Estates aus Australien aufzuzeigen und die sich daraus ergebenden Marktchancen abzuleiten. Die erzielten Ergebnisse resultieren dabei überwiegend aus den Aussagen australischer Wine Estates, deut-

scher Fachhändler und Konsumenten, die mit Hilfe von schriftlichen Befragungen gewonnen wurden. Aufbauend auf dem Ergebnis der SWOT-Analyse wird zusätzlich eine Marketingempfehlung speziell für Wine Estates gegeben.

Es lässt sich festhalten, dass Marktchancen in Deutschland vor allem im Fachhandel, bei Handelshäusern oder in der Gastronomie bestehen. Diese Chancen sind jedoch noch begrenzt. Da die Anzahl bestehender Importeure und Distributeure limitiert ist und der Bekanntheitsgrad australischer Weine bisher gering ist, bevorzugen Konsumenten überwiegend Weine aus anderen Herkunftsländern. Um die Chancen auszubauen, wird den australischen Wine Estates empfohlen, vor allem ihr Profil und ihre Philosophie durch mehr Öffentlichkeits- und Pressearbeit nach Deutschland zu transportieren. Ziel sollte sein, dem deutschen Konsumenten dadurch zu vermitteln, dass auch in Australien Spitzenweine hergestellt werden.



Stauß, Christina

### **Der Weinmarkt Finnland – unter besonderer Berücksichtigung des Alkohol-Monopols**

Ref.: D. Hoffmann – K. Lösch

Die Änderungen der privaten Alkoholimportbestimmungen und die Alkoholsteuersenkung in 2004 haben das Umfeld des Monopols grundlegend geändert. Aus diesem Grund sollte in dieser Arbeit die aktuelle und zukünftige Situation des Monopols, unter anderem mit Hilfe von Meinungen aus Expertenkreisen, bewertet werden.

Die befragten Experten waren sich grundsätzlich darüber einig, dass aufgrund der aktuellen, gefestigten Position des Monopols, in den nächsten Zeiten wohl mit keinen grundlegenden Änderungen zu rechnen sein wird. Eine Liberalisierung des Systems, wenn überhaupt, wäre für die meisten Befragten im Weinsektor denkbar.

Mit dem wachsenden Weinkonsum und der eventuellen Liberalisierung des Weinverkaufes stellt Finnland einen interessanten Markt dar, den man in den nächsten Jahren beobachten sollte.



Geil, Christian

### **Analyse der Kundenrotation (Verluste und Neugewinnung) im direkt vermarktenden Weingut**

Ref.: D. Hoffmann – R. Göbel

Diese Thesis soll einen Überblick über die Instrumente, Bedeutung und Begriffe des Customer Relationship Management der Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung verschaffen und die Beziehungen dieser Instrumente zueinander aufdecken. Nachdem zu Beginn die Problematik des Wandels von der Güterwirtschaft zum Customer Relationship Management vorgestellt werden, geht es im zweiten Teil der Arbeit um die Arten, Begriffsbestimmung, Zusammenhänge und Ziele von Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Customer Relationship Management. Ein Ausblick auf die Bedeutung und Entwicklung des Customer Relationship Managements in der Zukunft schließt die Arbeit ab.



Schmitt, Kai

### **Die Evolution der chilenischen Weinwirtschaft – Eine Analyse der Einflussfaktoren auf Struktur & Entwicklung**

Ref.: D. Hoffmann – R. Göbel

Im Jahre 2004 exportierte Chile 72% seiner Jahresproduktion von Wein. Kein anderes Land exportierte einen ähnlich hohen Anteil seiner Gesamtproduktion. Da die Weltweinemärkte durch wachsenden Wettbewerb und Überproduktion gekennzeichnet sind, ist diese Tatsache ein deutliches Zeichen für Chiles Wettbewerbsfähigkeit.

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, die Einflussfaktoren auf Struktur und Entwicklung der chilenischen Weinwirtschaft zu analysieren und darzustellen. Eine Untersuchung der



internen und externen Antriebskräfte sollte klären, welche Bedingungen dafür verantwortlich sind, dass Chile in den vergangenen 20 Jahren seine Weinexporte, trotz steigender Überproduktion auf den Weltweinemärkten, kontinuierlich ausbauen konnte.

Die Weinwirtschaft Chiles durchlief in den vergangenen zwei Jahrzehnten einen erstaunlichen Transformationsprozess. Sie ist ein Musterbeispiel für eine erfolgreiche Umorientierung von Inlandsmärkten hin zu Exportmärkten, denn in den vergangenen zehn Jahren konnte Chile seine Position auf den globalen Weinmärkten kontinuierlich ausbauen. So steigerte Chile das durchschnittliche Volumen seiner Weinexporte von 17,4 Millionen Liter im der Periode von 1985-1989 auf 359,4 Millionen Liter in der Periode von 2000-2004; oder, in anderen Worten, von durchschnittlich 4,3% auf 57% seiner Produktion. Dadurch wuchs der Anteil der chilenischen Weinexporte am Volumen der globalen Weinexporte von durchschnittlich 0,4% (1985-89) auf 4,9% (2000-04), während sich der Anteil am Wert von durchschnittlich 0,3% auf 4,5% steigerte.



Vombach, Dominik

### **Vertriebskanalanalyse für Biowein im süddeutschen Raum**

Ref.: D. Hoffmann – R. Kauer

Im Rahmen der Arbeit wurde die Stellung von Biowein in ausgesuchten Vertriebstypen des ladengebundenen Einzelhandels analysiert. Hierzu wurden Storechecks durchgeführt, welche Aufschluss über die Distributionsdichte von Biowein zum Zeitpunkt der Erhebung geben sollten. Zusätzlich wurden in ausgewählten Vertriebstypen Parameter wie Preis, Herkunft und die Positionierung der vorhandenen Bioweine erhoben. Um die Informationen aus den Storechecks zu vertiefen und mögliche Tendenzen und Chancen erkennen zu können, wurde eine Expertenbefragung durchgeführt.

Die Ergebnisse erlauben den Rückschluss, dass sich Biowein zukünftig aus der bestehenden Nische heraus entwickeln wird. Im Untersuchungsraum war Biowein bereits in

weiten Teilen fester Bestandteil der Sortimente. Lediglich im Weinfachhandel führte nur ein geringer Anteil der Händler Biowein im Sortiment. Im LEH führte außer bei Discountern eine breite Anzahl an Lebensmitteleinzelhandelsketten Biowein. Durch die einheitliche Kennzeichnung in Form des Bio-Siegels konnten hier in den letzten Jahren Kaufbarrieren abgebaut werden und ein Großteil der Verbraucher ist inzwischen erfahren im Umgang mit Bio-Produkten. Zieht man die Ergebnisse zu Rate, zeigt sich, dass auch Biowein in den letzten Jahren von dieser Entwicklung profitierte. Dies äußerte sich in gestiegenen Umsätzen mit Biowein. Zudem scheint ein Teil der Verbraucher bereit zu sein, den Zusatznutzen „Bio“ durch einen entsprechend höheren Preis zu honorieren. Vor diesem Ausblick werden auch zukünftig Umsatzsteigerungen erwartet.



Leckron, Marcus

### **Analyse des Aufbaus von Internetangeboten deutscher Weingüter**

Ref.: D. Hoffmann – M. Mend

Hauptsächlich wird das Internet zur Suche nach Informationen von Produkten und Dienstleistungen verwendet. 67 % der deutschen Haushalte haben einen PC und 58 % Zugang zum Internet. Gekauft werden im Internet vorwiegend Bücher, Zeitschriften und Kleidung. Das Internet bedeutet für Unternehmen Kosten- und Zeiteinsparungen durch E-Commerce.

Ziel dieser Arbeit war die systematische Analyse der Internetauftritte von ausgewählten Weingütern. Die Qualität der Websites deutscher Weingüter lässt in vielen Fällen noch sehr zu Wünschen übrig. Teilweise sind die Texte der Internetauftritte nicht zu lesen oder man findet sich dank der schlechten Navigation nicht zurecht. Eine Präsentation des Weingutes ist häufig gar nicht zu finden. Falls ein Onlineshop vorhanden ist, verfügt dieser selten über einen Zusatznutzen. Die Möglichkeit einer sicheren Übertragung persönlicher Daten ist eine Seltenheit und die gebotenen Optionen der Bezahlung sind nicht fortschritt-

lich. Es finden sich jedoch auch Weingüter mit vorbildlich gestalteten Websites, die kaum Wünsche offen lassen.



Wu, Carola

### **Vermarktung von griechischem Wein auf dem deutschen Markt aus Sicht der Erzeuger und des Handels**

Ref.: D. Hoffmann – R. Göbel

Griechenland spielt im weltweiten Vergleich sowie auf seinem wichtigsten Exportmarkt in Deutschland eine kleine Rolle. Obwohl die Weingüter in den letzten 15 bis 20 Jahren modernisiert wurden und 2004 die Aufmerksamkeit durch die gewonnene Europameisterschaft und die Olympischen Sommerspiele auf sich gezogen haben, konnte Griechenland langfristig seine Absätze in Deutschland nicht steigern.

Ziel dieser Arbeit war es, die aktuelle Stellung des griechischen Weins auf dem deutschen Markt darzustellen. Nach den Untersuchungen des griechischen Inlandsmarktes sowie des deutschen Weinmarktes wurden zwei Befragungen von Fachleuten durchgeführt. Zunächst wurden griechische Erzeuger hinsichtlich ihres Auftritts auf dem deutschen Markt mithilfe von standardisierten Interviews befragt. In der zweiten Umfrage wurden griechische sowie nicht-griechische Händler in Deutschland interviewt, die Auskunft über die Zusammenarbeit mit den Weinproduzenten geben sollten.

Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem Stellenwert der griechischen Weine innerhalb der Weinsortimente der Händler, d.h. der Griechen bzw. Deutschen, und der Produktvielfalt, der Preisklassen, und der Absatzwege. Ferner wurde herausgefunden, dass der Aufbau der Geschäftsbeziehungen eher Probleme aufweist als die darauf folgende Zusammenarbeit. Zudem ist Griechenland von den Problemen zwischen der „Alten“ und der „Neuen Welt“ betroffen. Als problematisch wird angesehen, dass z.T. die Bedeutung der Wahl der Vertriebswege sowie die des Einsatzes der Marketinginstrumente insbesondere der Kommunikationspolitik nicht erkannt wird.

## GETRÄNKEANALYTIK

Redaktion: Prof. Dr. Helmut Dietrich,  
FA Geisenheim

**Nachweis und Entstehung von Pyroglutaminsäure-Ethylester im Wein**  
Pfeiffer, P., Schlander, M. König, H.  
*Deutsche Lebensmittel Rundschau* 103, 8-10 (2007)

Pyroglutaminsäure-Ethylester wurde nach Festphasenextraktion durch GC-MS mit einer Nachweisgrenze von 0,4 mg/L analysiert. Die Verbindung entsteht aus Pyroglutaminsäure und Ethanol, jedoch nicht chemisch, sondern biologisch in der Anwesenheit von Hefen. Der Ester verursacht eine leicht bittere und stumpfe Geschmacksnote im Wein. Die Geschmacks- und Geruchsschwelle ist von der Rebsorte und dem Alter des Produkts abhängig und wird in Rotweinen und besonders fruchtigen Weißweinen maskiert. Sensorische Tests ergaben eine negative Beeinflussung des Geruchs (stumpfe Note) und Geschmacks (Bitterkeit im Abgang) ab einer Konzentration von ca. 2 mg/L.

**Einfluss der Weinherstellung auf die Konzentration von seltenen Erdelementen in Weißweinen, die mit ICP-Massenspektrometrie untersucht wurden**  
Influence of winemaking practises on the concentration of rare earth elements in white wines studied by inductively coupled plasma mass spectrometry  
Rossano, E. C., Szilagyi, Z., Malorni, A. Pocsfalvi, G.  
*Journal of Agricultural and Food Chemistry* 55, 311-317 (2007)

Der Einfluss der Klärung, Filtration und Lagerung von Weißweinen auf die Gehalte an seltenen Erdelementen wurde mit ICP-MS untersucht. Die Klärung mit Bentoniten führte zu einer generellen Zunahme der Elemente, wobei sich die Chondrit-normalisierten Plots parallel nach oben verschoben. Filtration mit Silikaten (SiO<sub>2</sub>) änderte die Chondritplots auf nichtparallele Art und Weise, bedingt durch höhere Freisetzung von La, Ce, Pr, Nd und Gd als der anderen seltenen Erden. Filtration mit Cellulosepulver verursachte eine geringe Zunahme der leichten seltenen Erden, während die Konzentration anderer seltener Erden unverändert blieb. Bei der Lagerung



Der Einfluss von Edelstahl stellte sich als geringer heraus als die Lagerung in Glas  
(Foto: Photocase)

stellte sich der Einfluss von Glas als größer heraus als die Lagerung in Edelstahl oder Holz. Eine Untersuchung von kommerziellen Weißweinen aus derselben Region zeigen stark differierende seltene Erden-Muster in Abhängigkeit der Weinproduktion.

**Einfluss von Wein Pektinpolysacchariden auf die Wechselwirkungen zwischen kondensierten Tanninen und Speichelproteinen**

Influence of wine pectic polysaccharides on the interactions between condensed tannins and salivary proteins  
Carvalho, E., Mateus, N., Plet, B., Pianet, I., Dufourc, E. De Freitas, V. A. P.  
*Journal of Agricultural and Food Chemistry* 54, 8936-8944 (2006)

Prolinreiche Proteine (PRPs) bilden etwa 70% der Speichelproteine, gefolgt von  $\alpha$ -Amylase. Die Wechselwirkungen von  $\alpha$ -Amylase und IB8c (ein prolinreiches Protein) mit Traubenkern-tanninen wurde in Aggregationsstests untersucht. Es wurden vier Weinpolysaccharide eingesetzt mit dem Ziel, ob diese die Adstringenz und das Fällungsverhalten beeinflussen.

Die sauren Arabinogalactanproteine (AGP) hemmen die Fähigkeit zur Aggregatbildung zwischen Tannin und Speichelprotein. Rhamnogalacturonan II hat einen hemmenden Einfluss auf die Aggregatbildung bei Amylase, nicht aber bei IB8c. Polysaccharide zeigen schon Effekte bei weinüblichen Konzentrationen (AGP 100-200 mg/L und RG-II 100-150 mg/L) und können die Adstringenz von Rotweinen bzw. Bitterkeit günstig beeinflussen.

**Hopeaphenol: das erste Resveratrol-tetramer in Weinen aus Nordafrika**  
Hopeaphenol: the first resveratrol tetramer in wines from North Africa  
Guebailia, H. A., Chira, K., Richard, T., Mabrouk, T., Furiga, A., Vitrac, X., Monti, J.-P., Delauny, J.-C. Mérillon, J.-M.  
*Journal of Agricultural and Food Chemistry* 54, 9559-9564 (2006)

Aus algerischem Merlotwein wurden sechs Polyphenole mit Säulenchromatographie, CPC und semiprep-HPLC isoliert und mit NMR charakterisiert. Fünf davon waren bekannt: trans-Resveratrol, trans-Piceid, trans-epsilon-Viniferrin, Pallidol und Astilbin. Eine Substanz wird zum ersten Mal für Weine beschrieben: (+)-Hopeaphenol, ein Stilbentetramer. Diese Substanzen wurden in zehn nordafrikanischen Weinen mit HPLC-DAD quantifiziert: 4,6-45 mg/L trans-Piceid; 0,66-3,45 mg/L trans-Resveratrol; 0,2-1,2 mg/L trans-epsilon-Viniferrin; 0,2-9,2 mg/L Pallidol; 0,3-3,8 mg/L Hopeaphenol und 10,8-24,2 mg/L Astilbin. Solch hohen Werte wurden bisher für Weine nicht beschrieben.

**Einflüsse der Mostkonzentriertechniken auf Wein Isotopenparameter**  
Effects of must concentration techniques on wine isotopic parameters  
Guyon, F., Douet, C., Colas, S., Salagoity, M.-H. Medina, B.; *Journal of Agricultural and Food Chemistry* 54, 9918-9923 (2006)

Der Einfluss der Mostkonzentrierung mittels Umkehrosiose bzw. Vakuumverdampfung auf die Deuterium- und C13-Isotopenverhältnisse von Wein, Wasser und Ethanol wurde untersucht. Die NMR- und IRMS-Daten zeigen, dass die Umkehrosiose einen sehr kleinen Effekt auf die Isotopenzusammensetzung hat, während die Verdampfertechnik die Werte beeinflusst: Wasserverdampfung führt zu einer Änderung von O18/O16-Verhältnissen von Most, infolgedessen wird auch die Deuteriumkonzentration des Ethanols verändert.

WWW

Infos zum Bund Deutscher Oenologen (BDO) im Internet unter:

[www.oenologie.de](http://www.oenologie.de)