



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



Simone Renth,
BDO Beirat IWW

Geisenheimer Wein-Frauen

Immer mehr Frauen agieren in der Weinwirtschaft – sei es in der Produktion und/oder in Verkauf und Marketing.

Gute Voraussetzungen schafft offensichtlich das Studium am Fachbereich Geisenheim mit den etablierten Studiengängen Weinbau und Oenologie, Internationale Weinwirtschaft oder Getränketechnologie.

Auch nach dem Abschluss des Studiums bilden sich die Absolventen am Campus Geisenheim weiter. Eine traditionelle Möglichkeit bietet hierzu die jährliche Fachtagung des Bundes Deutscher Oenologen. Dabei ist es immer wieder interessant, von den Kollegen zu erfahren, in welchen Bereichen der Weinwirtschaft Geisenheimer Absolventen tätig sein können.

Erstmals fand im Rahmen der neugestalteten BDO-Fachtagung eine Weinparty in Geisenheim statt, und auch hier konnte man Wein-Frauen erleben. Geisenheimer Wein-Frauen, die als Erzeuger, Vermarkter, Repräsentanten, Einkäufer, Manager und Berater beruflich erfolgreich sind, und das nicht nur in und für Deutschland, sondern in der gan-

zen Welt! An der Weinbar konnten die Gäste die Wein-Favoriten einiger Fachfrauen kennenlernen.

Außer dem Klassiker Riesling wurden Sauvignon Blanc, Silvaner, Scheurebe, Lemberger, Grüner Veltliner aus Österreich, Pinotage aus Südafrika und Carmenere aus Chile präsentiert.

Einige Weine und Wein-Frauen wurden im Laufe des Abends persönlich im Interview vorgestellt. Der Abend bot so die Möglichkeit von Erfahrungen und Visionen zu hören – Anregungen und neue Ideen mitzunehmen.

So ist es immer wieder spannend zu sehen, wie vielfältig sich das Berufsfeld rund um den Wein gestaltet – und das natürlich nicht nur für Wein-Frauen.

*Wilma Herke, Birgit Ritter und
Simone Renth-Queins*

INHALT

GEISENHEIM AKTUELL.	26
DEUTSCHER OENOLOGENPREIS.	29
DIPLOMARBEITEN / THESIS	30



SEITZ® - Filterschichten
Ihre Weinqualität zählt.



Im ausgewählten Fachhandel erhältlich

Stipendium für Weinbaustudium zugesagt

Beim Besuch in Hessen, das der Föderation Bosnien-Herzegowina wirtschaftliche Unterstützung zusicherte, haben der bosnisch-herzegowinische Premierminister Nedžad Brankovic und seine Delegation auch den Campus Geisenheim besucht.

Mit einer kurzweiligen Präsentation im Goethezimmer wurde der Delegation die international anerkannte Forschung und Lehre in Geisenheim vorgestellt. Im Rahmenprogramm führte Professor Hans-Reiner Schultz durch eine große Fachweinprobe, während Gourmetkoch Sébastien Loison die Delegation bekochte.

Dieter Kreuziger, Geschäftsführer der Hessen Agentur, signalisierte die Bereitschaft des Landes Hessen, ein Stipendium eines hochbegabten Studierenden aus Bosnien-Herzegowina für ein Weinbaustudium in Geisenheim zu übernehmen. Die Rebflächen in Bosnien-Herzegowina umfassen heute rund 4500 Hektar an der Küste und nördlich von Dubrovnik (Kroatien). Das bekannteste Gebiet ist Mostar, das früher das islamisch geprägte

Weinzentrum der Herzegowina war. Christian Schwarz-Schilling, ehemaliger Bundespostminister, der durch seinen Einsatz im ehemaligen Jugoslawien eine Ernennung zum "Hohen Repräsentanten für Bosnien und Herzegowina" erhalten hat, machte deutlich, dass Hessen derzeit eine besondere Rolle

beim Wiederaufbau des jugoslawischen Nachfolgestaates zukomme.

Robert Lönarz



Ranghohe Besucher aus Bosnien-Herzegowina zu Gast in Geisenheim

PROWEIN 2008

Erstmals war der Fachbereich Geisenheim auf der ProWein in Düsseldorf vertreten. Nächstes Jahr werden Forschungsanstalt (FAG), Weingut der FAG und die Campus Geisenheim GmbH ebenfalls dabei sein



5. Geisenheimer Weinbaugespräch am DLR Neustadt

Die alle drei Jahre stattfindende Tagungsreihe „Geisenheimer Weinbaugespräch“ war dieses Mal zu Gast in den Räumen des Dienstleistungszentrums Rheinpfalz in Neustadt an der Weinstraße.

Die Tagungsreihe „Geisenheimer Weinbaugespräche“ hat den Anspruch, Aspekte der Düngung der Rebe besonders intensiv zu durchleuchten und auch weniger bekannte Bereiche der Rebenernährung aufzugreifen und zu diskutieren. Sie steht unter der Schirmherrschaft der Firma Compo GmbH & Co. KG. Der erste Teil des umfangreichen Programms behandelte das Problem Stickstoff im Kreuzfeuer von Umwelt und Weinqualität und wurde von Prof. Dr. Otmar Löhnertz, Fachgebiet Bodenkunde und Pflanzenernährung der FA Geisenheim, geleitet.

Stickstoff im Zielkonflikt mit Qualität, Ertrag und Treibhauseffekt, Stickstoffbelastung in der aktuellen Klimadiskussion, Steigerung der Effizienz der Stickstoffaufnahme, Anpassung der Düngung an die Vegetation und Precision Farming sind nur einige Schlagworte, die in den Vorträgen von Prof. Dr. Schaller, Direktor der FA Geisenheim, Dr. Wolfgang Zerulla, BASF AG Limburgerhof, und Prof. Löhnertz erörtert und dargelegt wurden. In diesem Zusammenhang referierten die Doktoranden Inga Smit und Marco Pflieghinger des Fachgebiets Bodenkunde und

Pflanzenernährung der FA Geisenheim über die Bildung biogener Amine in Bezug mit Traubengesundheit und Stickstoff sowie Folgen von Stress am Rebstock auf das Qualitäts- und Alterungspotenzial von Wein, was auch im Fachpublikum für rege Diskussion sorgte. Eingeleitet wurde das Nachmittagsprogramm mit dem Vortrag von Prof. Dr. Ulrich Fischer, DLR Pfalz, der auch die Leitung des zweiten Tagungsteils übernahm, über die Ursachen für die schnelle Alterung von Weißweinen nicht nur unter weinbaulichen sondern auch unter kellerwirtschaftlichen Aspekten. Hierzu stellte Dipl. Ing. Horst Rudy, Dienstleistungszentrum Mosel, einige Untersuchungsergebnisse über die Lagerfähigkeit von Steillagen-Rieslingen im Kontext des Klimawandels dar.

Dass Weißweine auch heute noch positiv altern können, darüber konnten sich die Teilnehmer in der abschließenden und wirklich gelungenen und umfangreichen, von Prof. Fischer geleiteten Weinverkostung mit gereiften Weinen aus der Pfalz, aus Franken und dem Rheingau überzeugen.

Ruth Lehnart

Geburtstag eines bedeutenden Geisenheimers

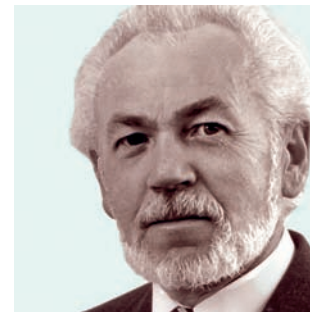
Am 14. Januar 2008 feierte Prof. Dr. H. Helmut Dittrich seinen 80. Geburtstag.

Dittrich studierte ab 1948 Naturwissenschaften an der Universität Würzburg, TH München und TH Stuttgart und promovierte 1956 zum Dr. rer. nat.

Nach einem Stipendiat der Deutschen Forschungs-Gesellschaft war er von 1959-1966 Abteilungsleiter für Mikrobiologie am Wein-

bau-Institut Freiburg im Breisgau. 1966 kam er dann nach Geisenheim in den Rheingau und war bis 1993 Professor und Fachgebietsleiter für Mikrobiologie und Biochemie an der Forschungsanstalt Geisenheim (FAG). 1971 bis 1972 war er Gründungsrektor der Fachhochschule Wiesbaden und arbeitete 1978 bis 1988 als geschäftsführender Direktor der FAG. Seine Bücher:

Autor: „Mikrobiologie des Weines“ 3 Auflagen. Herausgeber und Mitautor: „Mikrobiologie der Lebensmittel – Getränke“, 1. Auflage. Mitautor: „Chemie des Weines“ 2 Aufla-



Prof. Dr. H. Helmut Dittrich wurde 80. Der Campus Geisenheim gratuliert und wünscht noch viele gesunde Jahre!

gen; „Frucht- und Gemüsesäfte“ 3 Auflagen; „Biotechnology“ 2. Ed., Vol. 9; „Mikrobiologie der Lebensmittel – Getränke“, 2. Auflage.

Der BDO stellt seine Mitglieder vor. Dieses Mal: Sonja Ostermayer

Frau Ostermayer, wann haben Sie in Geisenheim abgeschlossen?

Mein Studium Weinbau & Oenologie habe ich im Januar 1992 abgeschlossen. Ich selbst bin im Weinbau groß geworden und konnte nach dem Abitur weitere praktische Erfahrungen im berufspraktischen Jahr vor dem Studium sammeln.

Was bedeutet die Studienzeit in Geisenheim für Sie?

Mein Studium in Geisenheim war natürlich in erster Linie die Qualifizierung fürs Berufsleben, aber auch wichtige Kontaktbörse für den Einstieg in die Praxis. Rückblickend ist Geisenheim die Kontaktstelle für alle wichtigen Leute der Weinbranche und auch international eine gute Visitenkarte. Das macht den Erstkontakt gerade im Ausland oftmals einfacher.

In welchem Arbeitsfeld engagieren Sie sich derzeit?

Derzeit arbeite ich bei Rheinhessenwein e.V. im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement. Bis Ende letzten Jahres habe ich die beiden Qualitätsprojekte RS Rheinhessen Silvaner und Selection Rheinhessen geleitet, habe in den beiden Projekten beratend gearbeitet, aber auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. In den letzten Monaten gewinnt das Thema Wein & Tourismus, speziell das Thema Wein & Gastronomie in meiner Arbeit mehr und mehr an Bedeutung. Dabei zählt mittlerweile sowohl die Erarbeitung von Konzepten als auch die Umsetzung zu meinen Aufgaben. Rheinhessenwein e.V. hat sich das Engagement in der regionalen Gastronomie schwerpunktmäßig auf die Fahnen geschrieben. Mit einem saisonalen Konzept soll das Thema Wein in der regiona-



Sonja Ostermayer (Foto: Oehl)

len Gastronomie zukünftig stärker beworben werden. Wir starten aktuell mit dem „Weinfrühling in Rheinhessen“ ein Programm rund um den neuen Jahrgang in der Gastronomie. Wichtig dabei ist das Zusammenspiel von Winzern und Gastronomen in der Region. Doch auch das Thema Qualifizierung von Servicekräften halten wir für entscheidend, um mit Wein noch erfolgreicher in der Gastronomie zu sein. Wir sind auch da aktuell an der Erarbeitung eines praxisgerechten Qualifizierungskonzepts.

Was ist in Ihrem Betrieb besonders/anders als bei anderen?

Rheinhessenwein e.V. ist die Gebietsweinwerbung für Deutschlands größte Weinregion. In Rheinhessen hat sich in den letzten 15 Jahren in Sachen Qualität und Image enorm viel getan. Junge Winzer sind mit guten Qualitäten und pffiffigen Ideen am Markt. Weintouristisch hat sich schon Einiges entwickelt und ist gerade Vieles am Entstehen. Rheinhessen zählt momentan zu den dynamisch-

sten Weinregionen Deutschlands. Der Wein ist die Kernkompetenz für diese große Region am Rhein.

Wie alle Weinwerbe-Einrichtungen in Deutschland arbeiten wir ausschließlich im Bereich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit und nicht im Vertrieb. Darüber hinaus bieten wir über Tochterfirmen, wie den Beratungsring „RS – Selection Rheinhessen“ e.V. oder die Winzerservice Rheinhessen GmbH den Mitgliedern des Vereins auch jede Menge Dienstleistung: Kooperationsangebote, Werbemittel, Beratung etc.

Die Spezialität Ihres Hauses?

Als besonders wertvoll schätze ich den fachlichen Background und den Bezug vieler unserer Mitarbeiter zum Produkt Wein und zur Region Rheinhessen. Da schwingt immer viel Engagement und Herzblut für gute Weine und für Rheinhessen in der täglichen Arbeit mit.

Ihre Vision für Ihr Haus und die Weinbranche?

Trends in der Region aufzuspüren und sie mit den Trends am Markt in Übereinklang zu bringen, ist eine der wichtigen Aufgaben in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mit vergleichsweise kleinen Werbebudgets. Wichtig dabei sind oft originelle und authentische Themen, gute Veranstaltungskonzeptionen und eine starke Präsenz in den Medien.

Kontakt: Sonja Ostermayer, Rheinhessenwein e.V., Otto-Lilienthal-Straße 4, 55232 Alzey. Tel. 06731/95 10 74 13, Fax: 06731/95 10 74 99.

E-Mail: Sonja.Ostermayer@rheinhessenwein.de
Internet: www.rheinhessenwein.de

Rekord: 6.000 Weinflaschen in 1 Stunde

(rl) „Wir haben 6000 Weinflaschen, verpackt in 6er Kartons zu 15 Euro in nur einer Stunde verkauft – das war ein Wahnsinn!“, erzählt Robert Lönarz, der bereits 2001 diese Spendenaktion mit der Verlegerfamilie Meininger in Neustadt an der Weinstraße initiiert hatte und fortan als Geisenheimer Campus Manager für die Durchführung verantwortlich zeichnet.

Der Verkaufserfolg der Benefiz-Aktion „Wein für Bildung – Bildung für Wein“ ist die Basis für die finanzielle Ausstattung des Daniel-Meininger-Scholarship.

Der Fachbereich Geisenheim der Fachhochschule Wiesbaden bildet in Zusammenarbeit mit der Forschungsanstalt Geisenheim derzeit über 600 Studierende u. a. in den Bereichen Weinbau, Oenologie, Getränketechnologie und Internationale Weinwirtschaft aus. Dekan Prof. Dr. Otmar Löhnertz verdeutlicht, dass mehr als 50 % aller Studierenden heute ein Praktikum im Ausland absolvieren und die Anzahl an Auslandsstudienaufenthalten ständig ansteigt. „Dabei ist die finanzielle Belastung der Studierenden natürlich sehr hoch“, so der Dekan. Der Wein-Wissenschaftler führt weiter aus, dass sich durch ein solches Scholarship viele begabte und motivierte Studierende auf das rein Fachliche konzentrieren könnten und dadurch letztendlich große Kompetenz für die deutsche Weinwirtschaft aufgebaut werden könne. Der Fachbe-

reich Geisenheim dankt der Verlegerfamilie für dieses soziale Engagement!

Verkaufsaktion 9. März 2008, Mauritiusplatz

Der Wiesbadener Ostermarkt bietet seit Beginn der Aktion die Plattform für den erfolgreichen Verkauf. Über 150 Menschen kämpften sich in einer ersten Welle an den LKW mit Weinkartons heran, um die begehrten Oster-Schnäppchen zu erhalten.

Daniel-Meininger-Scholarship

Hinter dem "Daniel Meininger Scholarship" steht der bekannte Wein- und Getränkeverlag Meininger aus Neustadt an der Weinstraße. Zu Ehren des Urgroßvaters Daniel Meininger, der mit einer Weinzeitschrift den Verlag vor über 100 Jahren gründete, benannte Christoph Meininger diese Stipendiums-Aktion. Deren Reinerlös soll überdurchschnittlich begabten Studenten am Campus Geisenheim der Fachhochschule Wiesbaden zu Gute kommen, um sich im Ausland weiterzubilden.

CAMPUS|AKTIV - VERANSTALTUNGEN

■ 8. Mai 2008, 19:00 Uhr in HS 32 Campus Geisenheim

Vortrag zur Unternehmensnachfolge

Die Referenten der IHK Wiesbaden, Christian Ritter, und der RKW Hessen, Roland Nestler, werden zu rechtlichen Belangen der Unternehmensnachfolge informieren. Im Anschluss werden zwei Unternehmensnachfolger aus Sicht der Praxis berichten. Diese Veranstaltung findet in Kooperation mit Gründernetz Route A66 statt.

Anmeldung: info@campus-geisenheim-gmbh.de. Eintritt frei.

■ 9. Juni 2008, 19:00 Uhr Campus Geisenheim

Vortrag und Verkostung zum Weinmarkt Australien

Stephen Charters, Master of Wine. 20 Euro, VEG Mitglieder 15 Euro, Studierende 10 Euro. Anmeldung unter info@campus-geisenheim-gmbh.de.

Christoph Meininger sieht in dieser Stiftung eine sinnvolle Verwendung der zahlreichen Rückstellflaschen, die jährlich zu Tausenden aus den immer größer werdenden Vergleichs- und Prämierungsverkostungen des Verlages anfallen. Homepage: www.meininger.de

KURZ NOTIERT

Verkostung australischer Weine

Am 31. März 2008 fand auf dem Campus Geisenheim ein bestens besuchter Vortrag mit Verkostung von australischen Weinen statt. Der Leiter des australischen Wine Research Instituts AWRI Sakki Pretorius stellte in einem interessanten und unterhaltsamen Vortrag die Zusammenarbeit von Forschungsinstitut



Sakki Pretorius, Leiter des australischen Wine Research Instituts AWRI, präsentierte Weine in Geisenheim. Foto: Ritter

und Weinkellerei mit dem Ziel der Realisierung von Verbraucherwünschen vor. Hierzu präsentierte er fünf australische Weine.

Masterstudiengang „Vinifera“ erfolgreich gestartet

Der europäische Masterstudiengang „Vinifera“ hat im Wintersemester 07/08 sein Programm aufgenommen. Getragen wird der Studiengang von einem Konsortium aus Universitäten und Forschungseinrichtungen aus fünf europäischen Ländern, die selbst auf den Gebieten Weinbau und Oenologie nationale Masterstudiengänge anbieten. Die Geisenheimer Institutionen sind über den gemeinsam mit der Justus Liebig Universität Gießen angebotenen Masterstudiengang Oenologie beteiligt. Weitere Informationen und Bewerbungsunterlagen im Internet:

<http://www.agro-montpellier.fr/web/pages/?idl=20&page=429>.

Deutscher Oenologenpreis 2008

Der Bund Deutscher Oenologen e.V. zeichnete seit dem Jahr 2003 jährlich bisher maximal drei Absolventinnen und Absolventen des Fachbereichs Geisenheim der Fachhochschule Wiesbaden für deren hervorragende Leistungen im Studium in Verbindung mit herausragenden Abschlussarbeiten aus. Der Preis ist mit je 300 Euro dotiert. Auf Vorschlag des Dekans und der jeweiligen Referenten wertet eine vom BDO-Vorstand berufene Fachjury (Weinbau, Oenologie, Betriebswirtschaft und Getränketechnologie) die Eingänge aus und bestimmt die Preisträger.

In diesem Jahr gibt es erstmals vier junge Preisträger: Matthias Aldinger, Martin Häfelle, Manuela Roth und Cornelia Schlepper. Neben einem Scheck über 300 Euro erhält jeder Preisträger eine Weinkaraffe mit Aufschrift „Deutscher Oenologen Preis 2008“, die dankenswerter Weise von der Firma Schott Zwiesel gesponsert werden. Der Bund Deutscher Oenologen gratuliert! Rechts die Kurzfassungen der Preisträgerarbeiten.

Beim Deutschen Oenologen-Preis 2008 gibt es in diesem Jahr erstmals vier Gewinner: Manuela Roth, Matthias Aldinger, Martin Häfele und Cornelia Schlepper. Nachfolgend die Kurzfassungen der Preisträgerarbeiten.

Getränketechnologie



Roth, Manuela

Herstellung und analytische Charakterisierung von Ganzfruchtprodukten aus Äpfeln

Ref.: H. Dietrich – F. Will

Bei der Verarbeitung von Äpfeln zu Saft verbleiben über die Hälfte der gesundheitlich wertvollen Polyphenole im Trester. Um diesem Verlust entgegenzuwirken, bestand die Aufgabe der Arbeit darin Ganzfruchtprodukte aus Äpfeln mit einem möglichst hohen Polyphenolgehalt herzustellen.

Dazu wurde naturtrüber Apfelsaft und Apfelmarmelade aus den Apfelsorten Topaz und Boskoop hergestellt. Zur Produktion des Apfelmarmelades wurde die hergestellte Maische enzymiert und anschließend über die Passiermaschine passiert. Als Variation wurden zwei Passiersiebe mit unterschiedlichen Lochweiten eingesetzt (0,6 mm, 1,2 mm). Das Apfelmarmelade wurde mit naturtrübem Apfelsaft rückverdünnt und ein Teil der Apfelmarmelade mit der Supratonmaschine homogenisiert. Da es zur Bestimmung der Polyphenole in Apfelmarmeladen bisher keine Erfahrungen gab, wurde eine Extraktionsmethode für die spätere HPLC-Bestimmung entwickelt und optimiert.

Der Polyphenolgehalt des Apfelsaftes der Sorte Topaz liegt bei 613 mg/L und der Sorte Boskoop bei 963 mg/L (FCR). Die hergestellten Apfelmarmeladen zeigen gegenüber den sortengleichen Apfelsäften deutlich erhöhte Polyphenolgehalte. So konnten im Durchschnitt für die Sorte Topaz 208 mg/L und für die Sorte Boskoop 410 mg/L mehr Polyphenole quantifiziert werden (Gesamtphenolbestimmung aus dem Überstand der zentrifugierten Säfte). Vor allem der Gehalt an Flavonolen, Dihydrochalconen, Flavonolen

(Quercetinen) und Chlorogensäure konnte gegenüber der Kontrolle gesteigert werden. Mit der Variante 2 (1,2 mm) fand ein vermehrter Polyphenolübergang in den Saft statt. Die Verarbeitung mit Homogenisierung zeigt tendenziell einen verbesserten Aufschluss der Polyphenole.

In Lagerversuchen wurde festgestellt, dass die Apfelmarmeladen nicht längerfristig trübungsstabil sind.

Weinbau und Oenologie



Aldinger, Matthias

Auswirkungen von Laubarbeiten auf die Aromausprägung der Rebsorte Sauvignon-Blanc

Ref.: H. R. Schultz – D. Rauhut

In den vergangenen Jahren wurden immer häufiger internationale Rebsorten in deutschen Weinanbaugebieten kultiviert. Zweifelsfrei dominiert hierbei derzeit die Rebsorte Sauvignon blanc die Weißwein-Szene. Bisher war allerdings noch nicht bekannt, welche Auswirkungen das hiesige Klima auf die Aromausprägung der Sorte Sauvignon blanc hat.

Die Diplomarbeit, bei der Feldversuche in den Jahren 2005 und 2006 durchgeführt wurden, gab erste Hinweise darüber, inwieweit mikroklimatische Veränderungen der Traubenzone Einfluss auf bestimmte Weinhaltstoffe haben.

Neben dem Entblättern vor der Blüte und bei Veraison wurde auch durch Auslegen von reflektierenden Folien Einfluss auf das Mikroklima in der Traubenzone genommen. Des Weiteren sollte ein Schattennetz über der entlaubten Traubenzone die Bedeutung der basalen Blätter herausstellen.

Die Ergebnisse der Diplomarbeit zeigten auf, dass alle oben aufgeführten Maßnahmen im Vergleich zur Kontrollvariante zu höheren Beerentemperaturen führten. Bei der Entblätterung vor der Blüte traten geringere Traubengewichte auf als bei der Kontrolle. Es war ersichtlich, dass die Beerentemperaturen weniger Einfluss auf die Gehalte an Zucker und Äpfelsäure hatten als das Lichtverhältnis.

So hatten sowohl die entblätterten Varianten als auch die Variante mit reflektierender Folie die deutlich höchsten Mostgewichte. Gleichmaßen hatten die entlaubten Varianten die höchsten Aromapotenziale (G-G), wobei frühe Entblätterungstermine höhere Phenolgehalte zur Folge hatten.

Es konnten semiquantitative Gehalte für die Verbindung 2-Methoxy-3-isobutylpyrazin (ibMP), welche für das vegetative Aroma verantwortlich ist, in deutschen Sauvignon blanc Weinen angegeben werden. Darüber hinaus wurde empirisch ermittelt, inwieweit sich dieser Aromastoff durch weinbauliche Maßnahmen beeinflussen lässt.

Die Prüfergruppen bevorzugten in der sensorischen Prüfung jene Weine, die niedrige Pyrazingehalte aufwiesen. Es konnte sensorisch und analytisch gezeigt werden, dass die Kontrolle die höchsten, die entblätterten Varianten hingegen die niedrigsten Pyrazingehalte hatten.

Bisherige Ergebnisse deuten darauf hin, dass die basalen Blätter den größten Einfluss auf den ibMP-Gehalt hatten. Des Weiteren hatten die Beerentemperaturen stärkere Auswirkungen auf den ibMP-Abbau als die erhöhten Lichtverhältnisse in der Traubenzone.



Häfele, Martin

Der Einfluss verschiedener Faktoren auf die Anthocyanextraktion während einer Rotweinausgärung mit Pinot Noir

Ref.: W. Pfeifer – K. Bernath

Im Verlauf einer Rotweinausgärung wird die maximale Anthocyankonzentration noch während der alkoholischen Gärung erreicht. Die Höhe des maximalen Anthocyangehaltes wird dabei in erheblichem Maße von den vorherrschenden Extraktionsbedingungen beeinflusst. Das Ziel der Untersuchungen war eine Gewichtung der extraktionsrelevanten Faktoren Ethanol, Temperatur und traubenbürtige Enzymaktivität. Der Versuchsplan war darauf ausgelegt, eine möglichst isolierte Betrachtung der einzelnen Faktoren zu ermöglichen.

Die Resultate zeigen die Relevanz der Temperatur bezogen auf die Extraktion der Anthocyane. Der maximale Anthocyangehalt

einer bei 18°C vergorenen Variante lag 22% unter einer bei 30°C vergorenen Variante. Eine an die Gärung anschließende Nachmazeration der kühl vergorenen Variante bei 30°C konnte dieses Farbdefizit nicht kompensieren.

Bei Maischegärungen, innerhalb deren Gärverläufen (4% vol; 9% vol.) die Temperatur von 20°C auf 30°C erhöht wurde, konnte der maximale Anthocyangehalt einer Gärung, die unter optimalen Bedingungen (30°C) durchgeführt wurde nicht erreicht werden. Je später die Temperaturerhöhung vorgenommen wurde, desto größer war die Differenz zum maximalen Anthocyangehalt der bei 30°C vergorenen Variante.

Des Weiteren zeigen die Ergebnisse, dass die traubenbürtige Enzymaktivität nur einen vergleichsweise geringen Einfluss auf die Extraktion der Anthocyane nimmt. Einen gewichtigeren Einfluss nimmt die extrahierende Wirkung des Ethanol. Durch eine Extraktion mit 12% vol. Ethanol bei 30°C (Gärung und proteolytische Aktivität der Trauben unterbunden) konnten 25% des Anthocyanpotentials der Trauben extrahiert werden. Dieser Wert lag jedoch deutlich unter dem maximalen Anthocyangehalt einer Gärung mit optimalen Extraktionsbedingungen (30°C). Hierbei lag die Anthocyanausbeute bei 50% des Anthocyanpotentials der Trauben.

Die Ergebnisse der gemachten Untersuchungen führen zu dem Schluss, dass die Extraktion der Farbstoffe aus der Traubenhautzelle in den Wein nicht alleine durch einen Diffusionsvorgang erklärt werden kann. Es wird vermutet, dass die Hefeaktivität, insbesondere die Enzyme der Hefe, die Extraktion der Anthocyane positiv beeinflusst.

IWW



Schlepper, Cornelia

Leitfaden zur Sortimentsstrukturierung in Weingütern mit Direktvermarktung

Ref.: R. Göbel – M. Mend

Wie kann ein Winzer mit Direktvermarktung sein Angebot an Weinen, Sekten, Bränden, usw. so zusammenstellen, dass es zum

grundsätzlichen Charakter seines Weinguts passt?

Hinter dieser Frage, verbergen sich zwei Anforderungen an die Sortimentsstruktur:

Zum einen sollte in ihr der Charakter des Weinguts seinen Ausdruck finden. D.h. über welche Aspekte möchte es sich profilieren, von Mitbewerbern differenzieren? Zum anderen sollte sich der Winzer darüber im Klaren sein, welche Zielkunden er mit seinem Angebot anspricht und sein Sortiment dahingehend optimieren.

Während den sieben Schritten der Leitfadenerarbeitung werden Tipps und Anregungen gegeben, mit dessen Hilfe der Unternehmer seinen Weingutscharakter stärken und sein Sortiment gezielter auf seine Kunden ausrichten kann.

Im ersten Schritt des Leitfadens strukturiert der Unternehmer sein Sortiment. Dabei wird sich an den Konsumanlässen der Kunden orientiert und auf Basis der Unternehmensstrategie passende Weine jeder Sortimentslinie untergeordnet. Die einzelnen Linien sollen sich durch geschmackliche und qualitative Anforderungen voneinander unterscheiden. Diese Anforderungen gelangen in Schritt 2 durch eine Kette vom Vertrieb über den Keller in den Weinberg, wo die Trauben entsprechend produziert werden. Schritt 3 dient der Definition von Wertigkeitsmerkmalen, durch die sich die einzelnen Linien voneinander unterscheiden. Im sich anschließenden Schritt 4 macht sich der Winzer Gedanken über Darstellungsformen des Sortiments und plant diese einheitlich. Im Rahmen der Schritte 5 bis 7 wird die Umsetzung der Pläne erarbeitet. Dabei werden dem Winzer Tipps gegeben, wie er seine Produktion konsequent planen, umsetzen und kontrollieren kann.

Aus dem Leitfaden heraus ergeben sich drei Möglichkeiten. Zum einen erhalten Kunden eine bessere Übersicht bei der Auswahl eines Weines, den sie zu einem bestimmten Anlass suchen. Daneben wird durch die Gestaltung der Sortimentslinien die Produktion besser planbar. Eine dritte Möglichkeit eröffnet sich durch eine Orientierung des Sortiments an der grundsätzlichen Ausrichtung des Weinguts und den damit verbundenen passenden Zielkunden. Dadurch kann das Weingut einen roten Faden von der Strategieentwicklung bis zum Sortiment spannen.

WWW.

www.fa-gm.de

Diplomarbeiten / Thesis

IWW



Kunstmann, Philipp

Analyse des Marketing-Mix des Weinregals ausgesuchter Lebensmitteleinzelhändler in Norddeutschland

Ref.: D. Hoffmann – E. Rühl

Diese Untersuchung befasst sich mit Analyse der Abverkäufe von Wein in drei ausgesuchten Edeka-Aktivmärkten in Norddeutschland. Die gewonnenen Informationen haben interessante Erkenntnisse über die Struktur der Märkte und der am stärksten nachgefragten Weine in dieser Region bezogen auf ihre Herkünfte, Farben und Rebsorten hervorgebracht.

Generell lässt sich eine erhöhte Nachfrage nach europäischen, vor allem aber deutschen und italienischen Weinen feststellen, wobei gerade bei der Nachfrage nach deutschen Weinen ein deutliches Wachstum zu erkennen ist. Diese Tendenz lässt sich anhand der am besten verkauften Rebsortenweine bestätigen. Die im Rotweinbereich am meisten gekaufte Rebsorte ist der Dornfelder, gefolgt von internationalen Rebsorten wie Merlot und Cabernet Sauvignon oder Weinverschnitten, sog. Cuvees. Im Weißweibereich sind Grau-, Weißburgunder und Chardonnay mit Abstand die nachgefragtesten Rebsorten; Weine, die unter anderem in großen Mengen in Deutschland und Italien kultiviert werden. Die momentanen deutschen „Moderebsorten“ Riesling und Spätburgunder spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Das Weinsortiment der drei Märkte ist allerdings weitaus umfangreicher. Zum einen werden eine Reihe von „Neue-Welt-Weinen“ mit teilweise weniger bekannten Rebsorten wie Zinfandel oder Pinotage angeboten, zum anderen gibt es häufig neben gut verkauften Weinen ein zu breites Angebot an ähnlichen Produkten unter den weniger guten Abverkäufen.

Es ist also nicht verwunderlich, dass alle Märkte mit ihren „Rennern“, die in der Regel etwas mehr als ein Drittel des Weinangebots ausmachen, mehr als 80% ihres Umsatzes

erreichen. Dabei verkaufen sich vor allem sonderplatzierte Weine, neben den bekannten Markenweinen im Regal, wie z.B. Pont Chale, hervorragend und verzeichnen gute Wachstumsraten.

Eine Reduzierung des Angebotes auf die wesentlichen, am meisten nachgefragten Weine und die Eliminierung von Dubletten, zusammen mit einer klareren Strukturierung und Pflege des Weinregals, gerade in den beiden kleineren Märkten, würde den Weinabsatz zusätzlich verbessern und die empfundene Weinkompetenz aller Märkte bei den Verbrauchern erhöhen.



Herz, Judith

Entwicklung eines Corporate Designs am Beispiel eines mittelständischen Weinguts

Ref.: R. Göbel – M. Mend

Das Corporate Design ist eines der Elemente einer Corporate Identity. Diese Arbeit zielt in erster Linie darauf ab, grundlegende Schritte und Gedankengänge bei der Entwicklung eines Corporate Designs zu veranschaulichen und den Begriff im Marketing einzuordnen. Zur Darstellung wurde das Vorgehen bei der Gestaltung eines Corporate Designs in einem mittelständigen Weingut als Beispielbetrieb begleitet.

In den in dieser Arbeit dargestellten neuen Ausführungen von Logo und Etiketten sollte die Philosophie des Beispielbetriebes nach außen verdeutlicht werden. Die bisherige Sortimentsstruktur war parallel dazu neu aufgebaut und in drei Linien gebündelt worden. Für jede Linie sollte die Qualitätseinstufung für den Kunden klar kommuniziert werden. Diese Vorgaben wurden durch eine Zielkundenbefragung überprüft. Hier war es notwendig einerseits die Zielgruppe genau zu bestimmen. Andererseits musste ein einfaches und kurzes Frageschema entwickelt werden. Es galt dabei festzustellen, ob die vom Beispielbetrieb beabsichtigte Wirkung tatsächlich beim Kunden erzielt wird.

Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass die Ziele noch nicht bei jeder neu entwickelten Etikettenlinie erreicht werden konnten. Der Beispielbetrieb steht nun vor der Aufgabe, die entsprechenden Entwürfe vor ihrer Einführung positiv zu verändern.

Weinbau und Oenologie



Michel, Nicolas

Einfluss einer variierten Entblätterung auf Traubengesundheit und verschiedene Qualitätsparameter bei den Sorten Riesling, Weißburgunder, Grauburgunder und Chardonnay

Ref.: H.-R. Schultz – C. Deppisch – M. Lafontaine

In dieser Diplomarbeit wurde der Einfluss einer variierten Entblätterung teilweise in Kombination mit der ertragsregulierenden Maßnahme der Traubenhäufung auf die Traubengesundheit und die Trauben-, Most- und Weinqualität im Jahr 2006 analysiert. Bei den Rebsorten Grauburgunder, Weißburgunder, Chardonnay und Riesling wurden zwei Varianten gleichzeitig nach der Blüte entblättert, allerdings variierte der Lesezeitpunkt. Neben der frühen Entblätterung nach der Blüte wurde bei den vier Rebsorten auch die Methode der Häufung der Trauben angewendet. Des Weiteren wurde die Maßnahme einer späten Entblätterung im September in Kombination mit einer Negativauslese der faulen Trauben bei allen vier Rebsorten durchgeführt.

Die Ergebnisse für die Rebsorten Chardonnay, Grauburgunder und Weißburgunder können sich folgendermaßen zusammenfassen lassen: Die frühe Entblätterung konnte trotz höherer Beerengewichte einen Mostgewichtsanstieg gegenüber der Kontrolle verzeichnen. Der Ertrag dieser früh entblätterten Variante war bei den drei Rebsorten aufgrund des besseren Gesundheitszustandes der Trauben deutlich höher im Vergleich zur Kontrolle. Somit konnte durch die maschinelle Entblätterung kurz nach der Blüte die Struktur der Laubwand erheblich verbessert und dadurch der Botrytisbefall gesenkt werden. Die Entblätterung der Traubenzone nach der Blüte in Kombination mit der Häufung der Trauben erbrachte die besten Ergebnisse in Bezug auf die Steigerung des Mostgewichtes und die Senkung des Botrytisbefalls. Des Weiteren wies die traubenhäufte Variante im Vergleich zur früh entblätterten Variante und der Kontrolle sowohl die höchsten Aromapotenzialwerte als auch die höchsten Gehalte an

phenolischen Substanzen bei allen drei Rebsorten auf. Beim Riesling führte die beidseitige Entblätterung kurz nach der Blüte zu einer erheblich verbesserten, luftigen Laubwandstruktur. Die Kombination aus der frühen Entblätterung und der Traubenhäufung resultierte im höchsten Mostgewicht aller Varianten bei dem gleichzeitig höchsten Einzelbeerengewicht. Die frühe Entblätterung und Traubenhäufung des Rieslings führte zu einem signifikant höheren Aromapotenzialwert dieser Variante im Vergleich zur früh entblätterten Variante. Die Kontrollvariante hatte den niedrigsten Aromapotenzialwert aller Varianten vorzuweisen. Hinsichtlich der untersuchten Parameter der Phenole verzeichnete die entblätterte und traubenhäufte Variante die höchsten Messwerte. Die früh entblätterte Variante des Rieslings wurde sowohl vor als auch nach einer simulierten künstlichen Alterung am negativsten hinsichtlich der bewerteten sensorischen Attribute beurteilt. Die entblätterte und traubenhäufte Variante schnitt bei dieser sensorischen Verkostung am besten auch im Vergleich zur Kontrolle ab.

Getränketechnologie



Arribas, Tomàs

Erhebung und Identifizierung einer möglichen Kontamination im Wein*

Ref.: Chr. von Wallbrunn – M. Großmann

Arbeiten, die für Dritte nicht zugänglich sind, werden mit einem Stern gekennzeichnet. In der Hauptbibliothek der FA Geisenheim können alle Diplomarbeiten eingesehen werden

SIE WÜNSCHEN – WIR SCHREIBEN!

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