



DER OENOLOGE

Bund deutscher Oenologen e.V.

Zeitschrift für Führungskräfte des Weinbaus, der Oenologie, der Getränketechnologie und der Weinwirtschaft



HOCHSCHULE

Ein Wort vorab. 34
Dipl. Ing. Wilma Herke
Redaktion DER OENOLOGE

Geisenheim aktuell. 34
Sommelier Spring Class
in Geisenheim

FORSCHUNG

Geisenheim aktuell. 35
Neues Weinmuseum
in Köln

Geisenheim aktuell. 36
Jährliches EcoStep-Treffen fand
in Geisenheim statt

MENSCHEN

Oenologen im Porträt 36
Karl-Josef Krötz vom
Bremer Ratskeller

Diplomarbeiten / Theses . . . 37
aus den Bereichen IWW, Weinbau &
Oenologie und Getränketechnologie

Mitglied im Internationalen Oenologenverband UIOE, Paris und im Deutschen Weinbauverband, Bonn

Der Korken ist ein Stück Weinkultur

Naturkorken
Sektorkorken
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

EIN WORT VORAB

**Dipl. Ing. Wilma Herke
Redaktion DER OENOLOGE**

Endlich. Nach einem strengen Winter wurde es wieder grün in den Weinbergen. Ein vielversprechendes Geschenk der Natur, kaum dass das Gros des 2009er Weines abgefüllt ist. Erbauliche, fruchtige und überzeugende Weine sind in den Verkauf gekommen. Diese zaubern schnell mal ein zufriedenes Lächeln auf die Gesichter. Vielleicht schafft das ja auch die Mai-Ausgabe des OENOLOGEN?



Die Gebietskreise des Bundes Deutscher Oenologen sind aktiv. Sie erfahren von einer Lembergerprobe, in der unter der Leitung von Dr. Blankenhorn unter anderem neue Projekte vorgestellt wurden. In der Pfalz wird man sich innerhalb des Gebietskreises bald mit kalifornischen Weinen vertraut machen und in Baden hat sich erfreulicherweise ebenfalls eine BDO-Gruppe Oenologen zusammengefunden. Über Italien berichten BDO-Vorstandsmitglieder Renth-Queins und Stocké. Um die Qualität des Weines zu erhalten, den Anforderungen auf dem Markt gerecht zu werden und die Eigenkontrolle zu verbessern, traf man sich zum jährlichen EcoStep-Workshop unter der Leitung von Dr. Maximilian Freund in Geisenheim.

Auch die Sommelier Spring Class der internationalen Sommeliers fand sich auf Einladung des Deutschen Weininstitutes zur Fortbildung in Geisenheim zu verschiedenen Verkostungen ein. Dass „Geisenheimer“ auch neue Wege gehen und zudem Grundlagen aus früheren und aktuellen Zeiten vermitteln, zeigt das Kölner Weinmuseum, das mit inhaltlicher Unterstützung des Campus Geisenheim durch Birgit Ritter vor einiger Zeit von den Brüdern Wittling eröffnet wurde. Zur Vermittlung von Kompetenz in Sachen Weinbau gehört auch das Buch von Rudolf Ries und Joachim Schmid, das nicht nur Laien bei der Bestimmung der Rebsorten Know How vermittelt. Dieses kann in den vielschichtigen Weiterbildungsangeboten der Campus Geisenheim GmbH noch vertieft werden. Im Gespräch mit Ratskellermeister Karl-Josef Krötz, der in altherwürdigem Gemäuer frische Ideen umsetzt, wird die Vielseitigkeit der Aufgabenfelder aufs Neue wieder deutlich. Spannend, oder?

Sommelier Spring Class – auch in Geisenheim

Internationale Sommeliers waren in Deutschland auf Einladung des Deutschen Weininstituts (DWI) unterwegs. Am Campus Geisenheim wurden durch Hendrik Thoma und weitere Weinfachleute den jungen Sommeliers verschiedene Themen vorgestellt.



52 Sommeliers aus der ganzen Welt besuchten auf ihrer Reise durch die deutschen Anbauggebiete auch den Campus Geisenheim. Dort gab es für die Sommeliers verschiedene Angebote zur Weiterbildung in Sachen Riesling & Co. (Foto: DWI)

(wh) Auf ihrer Reise durch deutsche Weinanbaugebiete waren 52 Sommeliers aus Spitzenrestaurants und –hotels aus der ganzen Welt auch auf dem Campus Geisenheim zu Gast. Sommelier und Internetfachmann Hendrik Thoma hatte zu den drei am Campus angebotenen Themenblöcken kompetente Partner, die mit ihm die Weine vorstellten. Zum Thema „Terroir, Riesling & Co.“ wurden Weine von verschiedenen deutschen Terroirs und Regionen mit dem Direktor der Forschungsanstalt Geisenheim Prof. Dr. Hans Reiner Schultz verkostet.

Das Thema „Alterungspotenzial von trockenen und halbtrockenen Rieslingen“ stellte Thoma gemeinsam mit Katharina Prüm von der Mosel anhand von verschiedenen Weinen vor. Hierzu gab es beispielsweise Weine aus den Jahren 1946, 1971 und 1994. „Top Pinot Noir“ aus 5 verschiedenen deutschen Weinanbaugebieten präsentierte Thoma gemeinsam mit Konrad Salwey aus Baden. Die Betreuung der jungen Sommeliers oblag dem Deutschen Weininstitut und der Campus Geisenheim GmbH.

Erkundungen im Weinberg

Verfasser des Rebsortenbuches sind Rudolf Ries und Joachim Schmid

Immer mehr Weinfreunde interessieren sich neben der Qualität dessen, was in der Flasche reift, auch dafür, was im Weinberg wächst und gedeiht. Was aber tun, wenn Sie wissen möchten, welche Rebsorten Sie im Wingert (Wengart, Wengert) vor sich haben? Selbst bestimmen! Was auf den ersten Blick kaum unterscheidbar scheint, ist es sehr wohl. Die Autoren, erfahrene Rebsortenkundler an der renommierten Forschungsanstalt Geisenheim, haben ein Instru-

mentarium entwickelt, das es erstmals gleichermaßen Fachleuten und Laien ermöglicht, Sorten systematisch zu erkennen und zu unterscheiden. Sie haben die relevanten Bestimmungsmerkmale (Färbung und Behaarung der Triebspitze, Blattlappung und – ab einem gewissen Reifestadium – Beerenfarbe) systematisch in Tabellenform mit den jeweils in Frage kommenden Rebsorten verbunden und führen von dort weiter zu den differenzierten Einzeldarstellungen in präzisiertem Wort und brillantem Bild (jeweils Triebspitze, Blatt und Traube, zum Teil noch auffällige Besonderheiten). Ein waches Auge und etwas Übung und Geduld – mehr ist kaum nötig. Das Vergnügen am Weinwandern indes wächst beträchtlich.



Nicht nur für Laien, sondern auch für Fachleute informativ: „Rebsorten selbst bestimmen“

Verlag Manuscriptum, 117 Seiten, durchgehend farbig. 12,5 x 20 cm, ISBN 978-3-937801-58-2 € 19,80 Euro

Neues Weinmuseum in Köln

„Geisenheimer“ eröffnen Museum mit Unterstützung vom Campus

Im März eröffneten der Geisenheimer Markus Wittling und sein Bruder Frank in Köln ein Weinmuseum. Die Inhalte rund um die Themen Weinbau, Rebenzüchtung, Kellerwirtschaft und Wein wurden von Birgit Ritter (Campus Geisenheim GmbH) in Zusammenarbeit mit den Fachgebieten der FA Geisenheim, zusammengestellt und vorbereitet. Auf dem Gebäude des Museums befindet sich ein Weinberg mit 720 Rebstöcken der unterschiedlichsten Rebsorten, im Untergeschoss kann der Besucher in einer Weinhandlung einkaufen. Informationen unter: <http://www.web-flag.de/weinmuseum-koeln.html>

BDO-Gebietskreis Pfalz

Insider David Hastings stellt kalifornische Weine vor

Am Donnerstag, den 24. Juni 2010 findet im Rahmen einer Veranstaltung des BDO-Gebietskreises Pfalz in der Aula des DLR Rheinpfalz eine besondere Weinprobe statt. Top-Insider David Hastings stellt kalifornische Weine vor. Die Kosten belaufen sich auf 35 Euro/Teilnehmer, die bei der Anmeldung zu bezahlen sind. Nähere Informationen bei: Eberhard Fuchs 06341/962193 oder Bernd Weick 06321/671293.

Lemberger Verkostung

BDO-Gebietskreis Württemberg zu Gast in den neuen Sensorik-Räumen der LVWO Weinsberg: eine Lemberger-Jungweinkostung stand an

Ende April kam der BDO-Württemberg wieder zusammen, um einige Lemberger-Jungweine seiner Mitglieder und Lemberger-Weine aus Versuchen der LVWO Weinsberg zu verkosten. Zu Beginn der Verkostung stellte Cathrin Bihlmayer einige Ergebnisse aus ihrer Bachelorarbeit am Fachbereich Geisenheim vor. Cathrin Bihlmayer entwickelt in ihrer Arbeit ein Lembergerprofil im Kontext zum internationalen Wettbewerb. Sie ermittelte in einer Verkostung Unterschiede und Überschneidungen von württembergischen Lembergerweinen und verschiedenen Weinen aus der Sorte Blaufränkisch. Daraus sollen Empfehlungen und Maßnahmen für die Kellerwirtschaft abgeleitet werden.

Im zweiten Teil des Abends moderierte Dr. Dieter Blankenhorn, Referatsleiter Kellerwirtschaft an der LVWO Weinsberg, die Probe der Lembergerweine. Er stellte unter anderem einige Praxisversuche vor. Die Versuche mit Lemberger waren dahingehend aufgestellt, dass weinrechtlich zulässige Verschnitte, Versuche mit Kaltmazeration und Extraktionen sowie unterschiedliche Rotwein-Maischeverfahren ausprobiert wurden. Dr. Blankenhorn wird zusammen mit dem BDO-Württemberg darauf aufbauend noch weitere Versuche im Praxistest durchführen. Betriebe, die



an einer Versuchsreihe mit Lemberger Interesse haben, können sich bei Dr. Blankenhorn melden (Dieter.Blankenhorn@lvwo.bwl.de). Weiterhin wurden einige interessante Lembergerweine aus den Betrieben der einzelnen BDO-Mitglieder verkostet.

(Marcus Hofmeister)

Wer Interesse an der Arbeit des BDO-Württemberg hat, kann sich auf die Email-Verteilerliste eintragen lassen. Emails hierzu bitte an m.hofmeister@oenologie.de. Des Weiteren freut sich der BDO-Württemberg immer über Themenwünsche und Anregungen.

TERMINE AM CAMPUS

■ 7.6.2010 von 18:00 bis 20:30 Uhr
Ein Weinjournalist plaudert aus dem Nähkästchen: Rudolf Knoll

Ort: Hörsaal 32; Eintritt: 9 Euro, Studierende 5 Euro

Wie wird man eigentlich Weinjournalist? Wie arbeitet ein Weinjournalist und vor allem: Wie komme ich als Winzer an den Weinjournalisten ran? Mit welchen Anlässen komme ich in die Presse? Wie schreibe ich selbst einen Presstext? Diese und viele weitere Fragen werden im Vortrag beantwortet und auch sicherlich die oft gestellte Frage nach der Bestechlichkeit.

■ 14.6.2010 von 18:00 bis 21:00 Uhr
Die Württembergische Weingärtner-Zentralgenossenschaft – Partner für Württembergische Weine; Vortrag mit Verkostung im Hörsaal 32; Bibliotheksgebäu-

de; Referent: Edmund Diesler, BDO-Präsident; Eintritt: Weinliebhaber 25 Euro, VEG-Mitglieder 18 Euro und Studierende 10 Euro

Weinland Württemberg: Die landschaftliche Vielfalt spiegelt sich in den neun Anbaubereichen mit ca. 11.500 Hektar in 17 Großlagen und 210 Einzellagen wieder.

Die WZG, ein Gescheinschaftsunternehmen der Württembergischen Weingärtnergenossenschaften stellt sich vor. Während der Weinanbau von den Weingärtnern in eigener Regie vorgenommen wird, übernimmt die Zentralgenossenschaft den Weinausbau, die Weinpflge und die Vermarktung.

Jährlich werden hier ca. 25 Millionen Liter Wein von den Kellermeistern mit größtem Fachwissen und Engagement ausgebaut, um die Qualität zu erhalten.

■ 17.6.2010 von 19:00 bis 21:00 Uhr
Aus dem Leben eines Weinjournalisten: Dr. Steffen Maus;

Vortrag mit kleiner Verkostung; Ort: Hörsaal 32, Eintritt: Interessenten 9 Euro, Studierende 5 Euro

Dr. Steffen Maus erzählt über seinen Job und gibt Tipps, was die Winzer beachten sollten, wenn sie mit der Presse in Kontakt treten. Zehn Jahre als Italienspezialist des Meininger Verlages und 5 Jahre als Verantwortlicher beim Weinführer Gault Millau für die Region Baden sind nur zwei Stationen auf dem kurvigen Weg zum geschätzten Weinjournalisten.

Mehr Infos: www.steffenmaus.com

Anmeldung und Info zu den Veranstaltungen:
www.campus-geisenheim-gmbh.de
oder per Telefon unter: 06722-502 743

Jährliches EcoStep-Treffen fand in Geisenheim statt

Workshop und Erfahrungsaustausch zum Thema HACCP

Anfang April fand im Goethezimmer der Forschungsanstalt Geisenheim der jährliche Workshop des Managementsystems EcoStep statt. In diesem speziell für kleinere und mittelständische Weinbaubetriebe entwickelten integrierten Managementsystem geht es darum, die Anforderungen des Handels und internationaler Normen (Qualitätsmanagement, Umwelt, Lebensmittelsicherheit und Arbeitsschutz) sowie die zahlreichen Rechtsbestimmungen in einem System praktikabel zu managen. Entwickelt wurde dieses System im Auftrag des hessischen Umweltministeriums unter Mitwirkung u.a. der Forschungsanstalt Geisenheim. Im Mittelpunkt des Workshops stand neben einem Erfahrungsaustausch die Überprüfung und Erweiterung des gesetzlichen Eigenkontrollsystems nach dem HACCP-System. Mehr Informationen über EcoStep finden Sie unter <http://www.ecostep-online.de>. Ansprechpartner von Seiten der FA Geisenheim ist Dr. Maximilian Freund, Fachgebiet Kellerwirtschaft (freund@fa-gm.de, Tel. 06722 502-183). Workshops zum Thema HACCP-System können am Campus Geisenheim belegt werden. Infos und Anmeldung unter: www.campus-geisenheim-gmbh.de

BDO international

Vom 29. März bis 2. April fand in Verona der 18. internationale Weinwettbewerb „Concorso Enologico Internazionale“ statt. Rolf Stocké und Simone Renth-Queins nahmen in Vertretung für den BDO an der Verkostung teil. Unter dem Patronat und den Richtlinien des O.I.V. (Internationales Amt für Rebe und Wein) wurden hierbei ca. 3500 Weine von 31 verschiedenen Ländern verkostet. Die Richtlinien des O.I.V. schreiben u.a. vor, dass die absolute Mehrheit der Jurymitglieder bei internationalen Verkostungen nicht die Staatsbürgerschaft des Veranstalterlandes besitzen darf. So trafen sich in Verona über 100 Oenologen und Journalisten – Deutschland war mit 5 Verkostern vertreten. Die Weine wurden nach dem internationalen 100-Punkte-Schema des OIV bewertet. Unter der Schirmherrschaft des O.I.V. finden jährlich ca. 30 Internationale Weinwettbewerbe in der ganzen Welt statt. In Deutschland gibt es zwei davon, „MUNDUSvini“ und die „Berliner Weintrophy“. Weitere Infos finden Sie unter: www.vitality.com und www.oiv.int

DAS WHO IS WHO VOM BUND DEUTSCHER OENOLOGEN

Der Bund Deutscher Oenologen interessiert sich für die Arbeitsfelder/Wege seiner Mitglieder. Wilma Herke hat für DER OENOLOGE nachgefragt. Heute dreht sich alles um Ratskellermeister Karl-Josef Krötz vom Bremer Ratskeller



77er Jahrgang in Geisenheim: Karl-Josef Krötz

Wann haben Sie in Geisenheim abgeschlossen?
In der Zeit von September 1974 bis Juli 1977 war ich als Student in Geisenheim

eingeschrieben. Mit jugendlichen 20 Jahren erhielt ich am 7.7.1977 die Urkunde als „Ingenieur für Weinbau und Kellerwirtschaft“. Später erfolgte dann die Nach-Diplomierung zum „Diplom-Ingenieur FH“.

Was bedeutet die Studienzeit in Geisenheim für Sie?

Die Studienzeit bedeutete für mich – aus dem engen Moseltal kommend – eine große Erweiterung meines bisherigen Weinwissens. Das Kennenlernen neuer Weinbaugebiete, Einschärfung des Begriffs „Qualität“, gebietsübergreifende Kontakte zu vielen Berufskollegen u.v.m. prägten mich in meiner Zeit nach Geisenheim.

Wie war Ihr beruflicher Werdegang und in welchem Arbeitsfeld engagieren Sie sich derzeit?

Nach meinem Studium ging ich in den elterlichen Betrieb und war nebenbei verantwortlich für den Ausbau der hauptsächlich trockenen Rieslinge im Weingut Lenz-Dahm in Pünderich (Mosel), das zur damaligen Zeit als „Pionier für trockene Weine“ galt. Im Jahr 1989 wurde die Stelle des Ratskellermeisters im Bremer Ratskeller ausgeschrieben. Im Nachhinein habe ich erfahren, dass nur Geisenheimer Absolventen zum Bewerbungsgespräch zugelassen wurden, obwohl dieser Hinweis in der Stellenausschreibung fehlte. Als 19. Ratskellermeister seit 1627 bin ich für den Ein- und Verkauf der Weine verantwortlich und stehe als Repräsentant dieser besonderen Institution vor.

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

Restaurant, Fachhandlung, Versandhandel, Kellerei, Museum, Botschaft des deutschen Weines – unser Haus ist von allem etwas und passt in kein gängiges Schema.

Die Spezialität Ihres Hauses?

Größte Weingaststätte Deutschlands, umfangreiche Auswahl an deutschen Weinen, „Gralshüter“ der erlesensten Ansammlung deutscher Schatzkammerweine zurückgehend bis ins Jahr 1727 und „Ruhestätte“ der ältesten Fassweine Deutschlands (bis 1653) sind absolute Superlative außerhalb der Anbaugebiete.

Jede Flasche Wein, die unser Haus verlässt, ist mit dem Hinweis auf den Bremer Ratskeller als Qualitätssiegel versehen.

Ihre Vision für Ihr Haus und die Weinbranche?

Der Bremer Ratskeller ist als städtische Institution seit über 600 Jahren das Weinhaus für den deutschen Qualitätswein mitten im Herzen der Hansestadt. Im Jahre 2004 wurde dem Bremer Rathaus/Ratskeller der Status „UNESCO – Welterbe“ verliehen. Dieser Auszeichnung verpflichtet wollen wir weiterhin am qualitativ guten deutschen Wein festhalten. Dass in unserem Hause neben der Tradition auch Innovationen und neue Ideen geschätzt und gefördert werden, versteht sich von selbst.

Ihre Empfehlungen für die Studierenden?

Nutzt die Zeit in Geisenheim, neben der fachlichen Ausbildung auch zum Aufbau von persönlichen Kontakten und eines breiten Netzwerkes. Seid offen für viel Neues und bringt die Begeisterung und die Leidenschaft mit, dem guten Wein den Stellenwert zu geben, den er auch verdient.

Bremer Ratskeller GmbH
Weinhandel & Versand
Karl-Josef Krötz
Schoppensteel 1
28195 Bremen
Tel: 0421 / 33778-8
Fax: 0421 / 33778-78
Mail: office@ratskeller.de

Vorschläge für „BDO-Mitglieder und ihr Wirkungskreis“ gesucht!

Bitte senden Sie Informationen und Kontaktdaten an redaktion@oenologie.de oder telefonisch an Wilma Herke 06722-502742.

GETRÄNKETECHNOLOGIE



Ackermann,
Jan - Henrik

Wertstoffgewinnung aus Apfeltrester mittels Extraktion

Ref.: H. Dietrich – M. Ludwig

Der Verzehr von Obst und Gemüse gilt als gesundheitsfördernd. Dieser Effekt wird zum einen den pflanzlichen Sekundärstoffen wie den Polyphenolen zugeschrieben. Sie können als Antioxidantien, freie Radikale und reaktive Sauerstoffspezies im Körper inaktivieren und ihn somit vor oxidativem Stress schützen. Apfeltrester als Nebenprodukt der Apfelverarbeitung stellt dabei eine reichhaltige, bislang wenig genutzte Quelle von Wertstoffen, den Polyphenolen dar.

Das Ziel der Arbeit war, herauszufinden welches Extraktionsverfahren sich am besten zur Gewinnung von Wertstoffen aus Apfeltrester eignet. Extraktionsverfahren waren das Diffusionsverfahren nach DDS, die B-Saft Herstellung mittels Tresterwässerung und zweiter Pressung und ein Mazerationsgefäß nach Wüstenfeld. Zur Durchführung wurde zunächst aus homogener Rohware Trester hergestellt und dieser im Anschluss mittels der verschiedenen Verfahren mit Wasser extrahiert. Während der Extraktionsverfahren wurden Rückstellproben zur späteren Analyse gezogen. Anhand von gewonnen Erkenntnissen bei der Durchführung der einzelnen Verfahren und der Auswertung der Analysen ließ sich schlussfolgern, dass sich die Diffusionsanlage nach dem DDS-Verfahren nur bedingt für die Wertstoffgewinnung bei Apfeltrester eignet. Die Diskrepanzen zwischen der Mazeration und der B-Saft-Herstellung waren nur sehr gering. Bei diesen beiden Verfahren konnte eine Wertstoffgewinnung verzeichnet werden, welche in Verbindung mit der Extraktionszeit anstieg.

Es gilt aber zu untersuchen, ob sich der Phenolgehalt mit anderen Extraktionsmitteln steigern lässt und welche Antioxidationsmittel einen Einfluss auf die Phenolgewinnung bei den Extraktionsverfahren mit sich bringen. Als Extraktionsmittel wären ein Wasser-Alkohol-Gemisch und als Antioxidationsmittel Ascorbinsäure ebenfalls interessant.

Die in der Diplomarbeit erhaltenen Erkenntnisse über die Wertstoffgewinnung mittels Extraktion waren viel versprechend und zeigen ein großes Potenzial, welches in weiteren Untersuchungen noch intensiviert werden muss.

WEINBAU UND OENOLOGIE



Hiltl, Kathrin

Leitfaden zur Konzeption eines Internetauftrittes für Weingüter*

Ref.: R. Göbel – R. Lönarz



Winterling, Sebastian

Sensorische Relevanz biogener Amine und Möglichkeiten ihrer Abreicherung*

Ref.: M. Großmann – U. Fischer



Schmitt, Daniel

Untersuchungen zu Bewirtschaftungsalternativen zweier Weinbaubetriebe unter besonderer Berücksichtigung einer Bewirtschaftungs-GbR*

Ref.: H.-P. Schwarz – M. Mend



Zublasing, Georg

Die Escaerkrankung in Südtirol

Ref.: B. Berkelmann-Löhnertz – I. Pertot

Im Spätsommer 2008 wurde in 50 Südtiroler Ertragsanlagen ein Monitoring zum Auftreten der Esca-Krankheit durchgeführt. Die bonitierten Anlagen unterschieden sich hinsichtlich Alter der Rebstöcke, Rebsorte sowie Erziehungssystem. Zusätzlich erfolgte eine Befragung der Bewirtschafter der Monitoring-Flächen, die zur Aufklärung epidemiologischer Zusammenhänge beitragen sollte. In den Anlagen konnte eine Befallshäufigkeit von 2,1% festgestellt werden. Eine ausgeprägte Sortenanfälligkeit war nicht zu verzeichnen. Die chronische Erscheinungsform trat deutlich häufiger auf als die akute Verlaufsform. Die Streuung der Befallshäufigkeit war zwar hoch, dennoch kann die Esca-Krankheit aufgrund dieser Ergebnisse in Südtirol aktuell nicht als schwerwiegendes Problem angesehen werden. Von 64 Stöcken wurden jeweils zwei Querschnitte angefertigt und auf die Querschnitts-Symptomatik hin untersucht. Dabei wurden Weißfäule-Symptome und typische Schadsymptome einer Tracheomykose in unterschiedlich starker Ausprägung ermittelt. Eine direkte Korrelation zwischen dem Auftreten der Blattsymptome und der Ausprägung der Holzsymptome konnte nicht festgestellt werden. Der Stammkopf war insgesamt stärker mit Weißfäule befallen als die Stammbasis. Im Rahmen der Befragung der Bewirtschafter konnten keine signifikanten Ergebnisse gewonnen werden. In Anlagen mit Holzstickeln waren allerdings vermehrt akute Esca-Symptome zu beobachten.



Reinbott, Katrin

Einfluss von Rebsorten und Weinarten auf die sensorische Ausprägung halogenierter Kohlenwasserstoffe als Weinkontaminanten

Ref.: R. Jung – V. Schäfer

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurde der Einfluss von Rebsorten und Weinarten auf die sensorische Ausprägung halogenierter Kohlenwasserstoffe als Weinkontaminanten untersucht.

Dazu wurden 2 Weissweine (Riesling Classic Qualitätswein und Gewürztraminer Qualitätswein lieblich beide aus dem Rheingau), 2 Rotweine (Spätburgunder Qualitätswein trocken

Rheingau; yellow tail Merlot trocken, south eastern Australia), ein Riesling Sekt Brut aus dem Rheingau und demineralisiertem Wasser mit den Weinkontaminanten 2,4,6 Trichloranisol, 2,4,6 Tribromanisol, 2,3,4,6 Tetrachloranisol und Pentachloranisol in verschiedenen Konzentrationen kontaminiert. Die Geruchsschwellenwerte wurden mit zwei sensorischen Prüfverfahren ermittelt.

Im Rahmen der Untersuchungen konnte ein signifikanter Einfluss der Rebsorten auf den Geruchsschwellenwert aufgezeigt werden.

Die beiden Anisole TeCA und PCA wurden im lieblichen Gewürztraminer bei einer niedrigeren Konzentration herausgeschmeckt als beim Riesling Classic. Der Sekt mit seinem hohen Kohlensäuregehalt und das Wasser benötigten eine geringere Menge der Anisolverbindungen (Ausnahme TeCA) um von den Prüfern erkannt zu werden. Es ist anzunehmen, dass durch die CO₂-Ausgasung das TBA und TCA leichter in die Gasphase übergehen können und dadurch eine Absenkung des Geruchsschwellenwertes induziert wird.

Des Weiteren konnte festgestellt werden, dass Konzentrationen von 0,5 ng/l im Weißwein mit TCA und TeCA einen deutlichen, im Rotwein dagegen aber noch nicht feststellbaren, muffig-dumpfen Geruch erzeugen.

Beim Vergleich der Geruchsschwellenwerte zwischen einem Rotwein aus Australien und einem deutschen Spätburgunder-Rotwein aus dem Rheingau konnten interessanterweise keine wesentlichen Unterschiede herausgearbeitet werden.



Koch, Martin

Strategische Neuausrichtung eines Familienunternehmens. Dargestellt am Beispiel eines Weingutes in Verbindung mit einer Weinkellerei

Ref.: R. Göbel - Wollstädter

Ziel der Arbeit war es, die Grundlagen für eine strategische Neuausrichtung eines Familienunternehmens zu erarbeiten. Basierend auf dieser Entscheidungsgrundlage sollte es dann möglich sein, die langfristige Ausrichtung auszuwählen und in einzelnen Schritten zu konkretisieren. Grundlage dieser Arbeit ist der Leitfaden für die Entwicklung einer

Unternehmens- und Marketingstrategie von R. Göbel (2003, Geisenheimer Berichte Band 50). Die Analyse der persönlichen Ziele und Ausgangsbedingungen ist dabei der wesentliche Baustein. Die anschließende Ist-Analyse der Unternehmen verdeutlicht den aktuellen Stand und zeigt Potenziale und Veränderungsbedarf auf.

Im Gegensatz zum Strategieleitfaden und zur üblichen Herangehensweise wurde für diese Arbeit zuerst nach realistischen, weil zu der Unternehmerfamilie passenden, Themen der Profilierung gesucht. Erst anschließend wurde die sich daraus ergebende Zielgruppe bestimmt und näher untersucht.

Für die interessantesten Themen der Profilierung wurden außerdem existierende Marktanalysen herangezogen, um eine genauere Einschätzung des tatsächlichen Potentials zu ermöglichen.

Im Rahmen dieser Arbeit ist es gelungen, einige Themen für eine Profilierung, aber auch eine Reihe von Vermarktungsstrategien zu erarbeiten. Die Arbeit macht deutlich, dass auch in diesem Fall die Unternehmensentwicklung nicht nur durch ökonomische Parameter, sondern vor allem durch die Unternehmerpersönlichkeit bestimmt wird.



Geil, Andreas

Kostencontrolling des Marketing Mix am Beispiel eines mittelständischen Weingutes

Ref.: M. Mend - D. Hoffmann

Die Entwicklung eines Kosten-Kontrollsystems stand im Mittelpunkt der Arbeit. Es wurden verschiedene Dokumentationsbögen auf Excelbasis entworfen, die es erleichtern, Daten über die Arbeitszeit, Einsaat-, Düng- und Pflanzenschutzmaßnahmen zu erfassen und zu dokumentieren. Es wurden „Produkt-datenblätter“ entwickelt, die es den Entscheidungsträgern im Betrieb in Zukunft ermöglichen, in kürzester Zeit einen genauen Überblick zu erhalten, welche Arten von Arbeiten in einem Weinberg wann, wie lange und von wem durchgeführt wurden. Ebenfalls ermöglichen die Produktdatenblätter einen Überblick über die Kosten, die in jedem einzelnen Weinberg angefallen sind.

Ein Betriebsabrechnungsbogen wurde erstellt, der auf die Bedürfnisse des Weingutes zugeschnitten ist. In diesem Betriebsabrechnungsbogen werden sämtliche im Betrieb anfallenden Kosten so aufbereitet und verrechnet, dass in der Kostenträgerstückrechnung das Stückergebnis für jedes einzelne Produkt zu sehen ist. Zuletzt wurden Berechnungen zu einem Planbetrieb angestellt. Diese Berechnungen zeigen ein Modell, wie sich der Betrieb möglicherweise in fünf Jahren darstellen könnte.

INTERNATIONALE WEINWIRTSCHAFT



Goethert, Doris

Markengestaltung in Bezug auf Wein-etiketten unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen der Bundesrepublik Deutschland und der Beneluxstaaten

Ref.: R. Göbel - H. Dittmar

Weinetiketten dienen der Information und sind auf gleiche Weise ein Kommunikationsmittel mit dem Verbraucher.

Die Schaffung von Marken ist für andere Branchen oft die erfolgreiche Grundlage zur Differenzierung und Profilierung von Produkten und ein wichtiger Weg, beim Verbraucher einen Vertrauensvorsprung zu erwerben.

Die Etikettierung von Weinen und deren Gestaltung verfolgt das gleiche Ziel und unterliegt in gleicher Weise, wie sie auch Werbe- und Informationsfläche bietet, gesetzlichen Regelungen. Marken können ein erfolgreiches Mittel der differenzierten, betriebsbe-

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.

zogenen Beschreibung von Wein auf Weinetiketten sein und somit zum wertvollen Alleinstellungsmerkmal eines Betriebes werden. Die Arbeit zeigt auf, dass gesetzliche Hürden bei der Anmeldung von Marken für kleine und mittlere Weingüter überwindbar sind, und das Konzept einer Marke erfolgreich und zukunftsorientiert umgesetzt werden kann. Hierzu sind im Vorfeld der Markenanmeldung sorgfältige Recherchen und ein fundiert erarbeitetes Gesamtkonzept Voraussetzung.



Schreiber, Simone

Optimierung von Kundenbeziehungen durch die Implementierung eines CRM-Systems*

Ref.: D. Hoffmann – Th. Horn



Linke, Michael

Analyse des Einflusses nichtsensorischer Eigenschaften auf die Geschmackswahrnehmung

Ref.: G. Szolnoki – D. Hoffmann

Ziel der Bachelor Thesis war zu untersuchen, welchen Einfluss die Ausstattung eines Weines auf die Geschmacksbewertung nimmt. Zu diesem Zweck wurden die Verbraucher hinter Licht geführt, indem zwei Weine von objektiv unterschiedlicher Qualität, großem Preisunterschied und unterschiedlich hochwertiger Ausstattung miteinander vertauscht worden sind.

Anhand einer indirekten Methodik der Befragung wurde der Einfluss der nichtsensorischen Eigenschaften untersucht. Die direkte Befragungsmethode wäre in diesem Fall ungeeignet gewesen, da die Beeinflussung im Unterbewusstsein stattfindet und die Befragten bei einer direkten Befragung sozial erwünschte Antworten geben würden. Für die indirekte Befragung wurde ein Fragebogen mit relevanten Eigenschaften für die

Geschmacksbewertung entworfen. Anhand zweier Befragungen mit Verkostung und unterschiedlichen Gruppen wurden die Daten für diese Arbeit gewonnen.

Eine Befragung fand im regulären Barverkauf im Weingut von Winning in Deidesheim, die andere im Rahmen des Moduls „Internationale Produktprofile“ an der Hochschule RheinMain im Fachbereich Geisenheim statt. An diesem Modul nehmen vorrangig Studenten des Studiengangs Internationale Weinwirtschaft aus dem dritten Fachsemester statt. Die Auswertung der Daten erfolgte mit dem Statistik-Programm SPSS.

Zunächst wurden die Daten der unterschiedlichen Befragungen getrennt voneinander ausgewertet, aber dann in einem späteren Kapitel miteinander verglichen.

Bei der Befragung im Weingut bewerteten die Probanden bei der Eigenschaft „Geschmack“ auf einer Skala von 1-7 den eigentlich schlechteren Wein besser.

Bei den Studenten wurde zusätzlich zu der Eigenschaft „Geschmack“ auch die Bewertung einer DLG-Punktzahl verlangt. Hierbei kam es zu gegensätzlichen Bewertungen. Der objektiv schlechtere Wein erhielt die höhere DLG-Punktzahl, wurde aber im Geschmack auf einer Skala von 1-7 schlechter bewertet. Bei beiden Urteilen war der Unterschied zwischen den beiden Weinen nur sehr gering. Die Ergebnisse zeigten, dass die Ausstattung einen erheblichen Einfluss auf die Geschmackswahrnehmung nimmt.



Baum, Katharina

Kundenanalyse in einem ausgewählten Weinfachhandel

Ref.: G. Szolnoki – C. Jung

In der Bachelorarbeit „Kundenanalyse in einem ausgewählten Weinfachhandel“ werden die aktuellen Probleme des Weinabsatzes im Fachhandel aufgezeigt. Die Arbeit beschäftigt sich mit dem aktuellen Weinkonsum und Weinmarkt in Deutschland. Hierbei werden Vergleiche zwischen FH, LEH und Discounter gezogen. Aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage in Deutschland verändert sich der Markt zum günstigen Weinsor-

timent. Ziel der Arbeit war es, den Trend des Konsumenten im Fachhandel rechtzeitig zu erkennen. Durch eine Kundenbefragung vor Ort, Weinhaus Baum, Hussenstraße 2, 78462 Konstanz, sollte dies analysiert werden. Insgesamt nahmen 556 Kunden, in einem Zeitraum von vier Wochen teil. Die Befragung fand vom 08.10.2009 bis zum 07.11.2009 statt. Um das Kaufverhalten besser analysieren zu können, wurden die Käufer in drei Gruppen aufgeteilt:

1. Kundengruppe: gutes bis sehr gutes Fachwissen;
2. Kundengruppe: gutes bis ausreichendes Fachwissen;
3. Kundengruppe: kein Fachwissen.

Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass der Verbraucher, trotz Wirtschaftskrise, gerne im Fachhandel kauft. Der Verbraucher legt Wert auf Beratung, Sortiment und Qualität. All dies findet er im Fachhandel. Priorität ist Qualität, nicht Quantität. Dies zeigt sich auch bei den durchschnittlichen Einkaufswerten. Auffällig war, dass die junge Käuferschicht im Alter von 18-25 Jahren am Fachhandel interessiert ist. Diese Käufer sind die Zukunft des Fachhandels!



Sassenhagen, Verena

Förderungsmanagement in der Weinwirtschaft – Analyse des Mahnwesens und branchenspezifische Besonderheiten*

Ref.: E. Schweickert – D. Hoffmann

**ANMERKUNG
DES FACHBEREICHS**

Arbeiten, die für Dritte nicht zugänglich sind, werden mit einem *gekennzeichnet. Alle Diplomarbeiten werden seit 1972 in der Hauptbibliothek der FA Geisenheim aufgenommen und die freigegebenen Arbeiten können dort eingesehen werden.

Die Kurzfassungen stehen auch im Internet auf der Homepage unter www.oenologie.de oder auf der Homepage der FA Gm: www.forschungsanstalt-geisenheim.de