

Zusammenfassung der Diplomarbeit Weinakademie Rust:

Kopf-, Herz- und Basisnoten als Modell zur Veranschaulichung der Duft-/Aromenwahrnehmung im Wein

Verfasserin: Silvia Zuberbühler

Kandidatennummer: 12026570

Anzahl Wörter: 4951

Zürich, 2. Januar 2023

Motivation für diese Arbeit

Im Alltag in der Weinbranche fällt mir immer wieder auf, dass es Personen schwerfällt, die Aromen eines Weines zu beschreiben und zu verstehen, warum diese im Wein vorkommen. Bei Weinkursen/Degustationen ist es mein Ziel, dies möglichst unkompliziert und auf dem jeweiligen Grundwissen der Kursteilnehmer aufbauend zu vermitteln.

Auf Grund meines eigenen großen Interessens an der olfaktorischen Wahrnehmung ist vor längerem eine Zusammenarbeit mit einer Parfumeurin entstanden. Dieser Austausch bietet mir Zugang zu einem vertiefteren chemischen Verständnis der Düfte und Aromen. Wenn man sich mit der Parfümerie beschäftigt, stößt man schnell auf das Modell der Kopf-, Herz- und Basisnoten zur Veranschaulichung des Verhaltens und der Wahrnehmung der einzelnen Duftstoffe.

Nach meiner Ansicht könnte dieses Modell auch ein spannendes Hilfsmittel in der Weinsensorik darstellen. Dies möchte ich mit dieser Arbeit ausarbeiten.

Zielsetzung dieser Arbeit

Ziel der Arbeit ist das Aufzeigen der Gemeinsamkeiten der beiden Branchen Parfümerie und Weinsensorik sowie diese Synergien zu nutzen und spezifisch die Anwendbarkeit des Modelles der Kopf-, Herz- und Basisnoten auf den Wein aufzuzeigen und dessen Anwendbarkeit zu eruieren.

Methodik

Zum grundlegenden Verständnis der Duftwahrnehmung werden im ersten Teil die Gemeinsamkeiten der beiden Branchen aufgezeigt. Im nächsten Schritt wird auf die Flüchtigkeit der Duftstoffe eingegangen. Beim Parfum geschieht dies durch das Erklären des

Modells der Kopf-, Herz- und Basisnoten und beim Wein durch das Aufzeigen der verschiedenen Einflüsse, welche die unterschiedlichen Flüchtigkeiten der Aromastoffe auf die Wahrnehmung haben. Zur Verdeutlichung dessen wurde eine Feldstudie im Rahmen einer Weinblinddegustation organisiert. Die Resultate dieser Studie dienen des Weiteren zur Veranschaulichung einer potenziellen Anwendungsmöglichkeit des Modells auf den Wein.

Zur Recherche wurde Fachliteratur der beiden Branchen beigezogen sowie Interviews geführt. Die Feldstudie wurde mit geschulten Degustatoren durchgeführt. Gleichzeitig wurden die Weine gaschromatographisch analysiert, um potenzielle Kongruenzen aufzuzeigen.

Inhalt

Der Hauptteil der Arbeit ist in 5 Kapitel gegliedert und fokussiert sich zuerst auf die Gemeinsamkeiten der beiden Branchen. Anschließend wird das Modell der Kopf-, Herz- und Basisnoten erläutert. Gefolgt von einer Aufzählung von verschiedenen Faktoren, welche die Flüchtigkeit der Aromastoffe im Wein beeinflussen können. Im Anschluss folgen der Aufbau und die Auswertung der Feldstudie. Als Abschluss werden Möglichkeiten zur Anwendung des Modells der Kopf-, Herz- und Basisnoten im Wein aufgezeigt.

Fazit

Aus meiner persönlichen Erfahrung, dem Austausch mit Kollegen vor oder während der Diplomarbeit sowie durch die Resultate der Feldstudie ist für mich der Nutzen des Wissens und besseren Verständnisses der Flüchtigkeiten der Aromastoffe im Wein nochmals unterstrichen worden.

Mit der Einteilung der Aromen im Wein in die drei Gruppen Kopf-, Herz- und Basisnoten könnte der Einfluss von Alterung, Glasauswahl, Temperatur und weiteres auf eine einfache Art verständlich vermittelt werden.

Wie auch bei der Einteilung in Primär-, Sekundär- und Tertiärnoten ist die Einteilung in Kopf-, Herz- und Basisnoten nicht immer eindeutig und erfordert, wenn sie ins tiefste Detail eruiert werden möchte, ein chemisches Wissen, welches bei den meisten Leuten nicht vorausgesetzt werden kann.

So wie das Modell in der Parfumerie etabliert ist, ergibt sich aber eben genau diese spannende Möglichkeit, die Einteilung einerseits sehr wissenschaftlich auf der Basis von Duftmolekülen und andererseits auf eine sehr vereinfachte Weise durch Anwendung der Duftpyramide zu nützen.

Somit bietet das Modell der Kopf-, Herz und Basisnoten eine interessante Möglichkeit, in der Weinwelt als Modell zu Schulungszwecken in der sensorischen Wahrnehmung und gleichzeitig im Marketing für einfache, aber aussagekräftige Weinbeschriebe genutzt zu werden.