

Der Terroirbegriff aus unterschiedlichen Blickwinkeln

Unit 7 – Diplomarbeit, Zusammenfassung

Mag. Dr. Thomas Petrik (Candidate No. 12015124)

2. Fassung, eingereicht im Juli 2014

Motivation

Der Begriff Terroir ist allgegenwärtig in der Weinwirtschaft, sei es im Marketing, in der wissenschaftlichen Literatur, auf Etiketten oder in Weinbeschreibungen. Die genaue Bedeutung ist oftmals unklar, variiert je nach Kontext, Region oder Zielgruppe. Abgesehen davon ist das Terroirkonzept seit Jahrhunderten die Basis aller herkunftsbezogenen Klassifikationssysteme, wodurch der Begriff umso mehr in den Fokus von Produzenten, Händlern und Konsumenten gleichermaßen gerückt wird.

Die Idee zu dieser Arbeit resultiert aus einem Gespräch mit Herrn HR Dr. Walter Flak vom Bundesamt für Weinbau in Eisenstadt, der in den letzten Jahren sehr umfangreiche Forschungsarbeit zur Charakterisierung der burgenländischen Weinbaugebiete und Bodentypen aus Sicht der Sensorik geleistet und im Zuge dieser Tätigkeit neue Methoden zur Korrelation von Kostergebnissen zu Herkunftsparametern vorgestellt hat.

Fragestellung / Zielsetzung

Ziel der Arbeit war es, den Terroirbegriff in all seinen Varianten und Komponenten zu erfassen, unterschiedliche Sichtweisen zu beschreiben, die historische Entwicklung zu beleuchten, seine Bedeutung in der Weinwirtschaft zu untersuchen und insbesondere das wissenschaftliche Fundament aus Sicht von Analytik und Sensorik aufzuarbeiten. Weiters galt es, das positive Potential des Begriffs einerseits aber auch die Kritik bezüglich der unreflektierten und übermäßigen Verwendung zu diskutieren und schließlich die weitere Entwicklung der Rolle des Terroirkonzepts zu evaluieren.

Methodik

Die Arbeit hat natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit (dafür ist die vorhandene Literatur viel zu umfangreich), es wurden aber - abgesehen von den klassischen und grundlegenden Arbeiten aus dem französischen Umfeld – Untersuchungen nationaler und internationaler Autoren einbezogen, um dem Anspruch der globalen Bedeutung dieses Themas gerecht zu werden. Insbesondere im Bereich Sensorik beinhaltet die Arbeit aktuelle (teils noch unveröffentlichte) Forschungsergebnisse von Flak et al.

Inhalt

Nach kurzer Einleitung (Kapitel 1) befasst sich Kapitel 2 mit der historischen Entwicklung des Terroirverständnisses und beleuchtet die unterschiedlichen regionalen Sichtweisen sowie die Position der OIV. Die Spannweite reicht von der ursprünglich französischen

Definition, die von naturgegebenen Standortfaktoren spricht und den Boden in den Vordergrund stellt, über philosophisch - mystische Betrachtungen, bis hin zu den Sichtweisen der Neuen Welt, wo der Konsumentengeschmack die führende Rolle übernimmt und Terroir mitunter geschaffen wird (Man Made Terroir).

Kapitel 3 gibt einen kurzen Überblick über jene natürlichen Standortfaktoren, die die Terroirexpression maßgeblich beeinflussen.

Kapitel 4 untersucht die Bedeutung des Terroirs für das moderne Qualitätsmanagement und geht insbesondere auf aktuelle Entwicklungen ein, die versuchen, diesen historisch belasteten Begriff zu ersetzen (Viticultural Zoning, Precision Viticulture).

Kapitel 5 diskutiert den Einfluss des Menschen (speziell des Winzers) und seine Rolle im Terroirverständnis. Neben prozentuellen Abschätzungen über den tatsächlichen Einfluss des Produzenten werden aktuelle Experimente zu diesem Thema präsentiert.

Kapitel 6 geht der Frage nach, wie bzw. ob Herkunft durch chemische Analyse charakterisiert werden kann und welche Methoden dafür derzeit eingesetzt werden. Im Speziellen wird die Charakterisierung österreichischer Weinbaugebiete mithilfe analytischer und statistischer Verfahren präsentiert.

Kapitel 7 stellt die Möglichkeiten und Methoden der quantitativen deskriptiven Sensoranalyse anhand der Charakterisierung österreichischer Weinbaugebiete bzw. einzelner geologischer Formationen vor. Aus diesen Studien ist das große Potential dieser Methode ablesbar, die mitunter der chemischen Analyse überlegen scheint aber auch ergänzend in Kombination mit künstlicher Intelligenz eingesetzt werden kann.

Kapitel 8 diskutiert die Bedeutung des Terroirbegriffs im Herkunftsmarketing, beleuchtet den Unterschied zwischen Markenwein und Terroirwein und adressiert die Problematik in der Kommunikation zwischen Produzent, Händler und Konsument.

In Kapitel 9 werden Entwicklungschancen und Risiken der missbräuchlichen bzw. übermäßigen Verwendung des Terroirbegriffs diskutiert sowie der Zwiespalt zwischen Wissenschaft und Marketing aufgezeigt bevor schließlich in der Conclusio zukünftige Entwicklungen angesprochen werden.

Fazit

Der Terroirbegriff hat eine lange historische Entwicklung hinter sich, ausgehend vom französischen Ansatz, der den Standort (mit Boden, Klima, Topologie und Rebe) voranstellt, über die Einbeziehung des Faktors Mensch bis hin zu sozioökonomischen und mystischen Faktoren. Als Konzept gesehen bildet der Begriff die Basis herkunftsbezogener Klassifikationssysteme und steht daher – abgesehen von seiner Bedeutung im Herkunftsmarketing - stark im Fokus wissenschaftlicher Untersuchungen. Zahlreiche Studien belegen, dass Qualität und Stil eines Weins ganz wesentlich von den Standortfaktoren aber auch vom sozioökonomischen Umfeld und der regionalen Tradition geprägt sind und diese spezifischen Herkunftsmerkmale sowohl durch chemische Analyse als auch sensorisch weitgehend dif-

ferenziert werden können. Als Konzept gegen Globalisierung und Industrialisierung birgt der Begriff noch reichlich positives Potential in sich.