Zusammenfassung der Diplomarbeit

„Zwischen Herkunft und Wahrnehmung: Wie wird Weinqualität konstruiert?“

Motivation

Wein begegnet uns überall mit Versprechen von Qualität – durch Herkunftsangaben, Klassifikationen, Punktebewertungen oder den Namen eines bekannten Weinguts. Trotzdem bewerten unterschiedliche Menschen denselben Wein oft völlig verschieden: Manche orientieren sich an offiziellen Systemen, andere an ihrem eigenen Geschmack, wieder andere an Expertenurteilen oder aktuellen Trends. Genau dieses Spannungsfeld zwischen vermeintlich objektiven Regeln und sehr persönlicher Wahrnehmung war für mich der Auslöser, mir den Begriff „Weinqualität“ einmal genauer anzusehen.

Fragestellung und Zielsetzung

Daraus ergibt sich die zentrale Forschungsfrage der Arbeit: Wie wird Weinqualität zwischen Herkunft, Klassifikationssystemen, Marktmechanismen und individueller Wahrnehmung konstruiert? Ziel ist es zu zeigen, welche Faktoren die Bewertung eines Weins prägen – von Terroir und Klassifikation über Sensorik und Psychologie bis hin zu Marketing und Erwartung. Die Hypothese lautet, dass Weinqualität nicht ausschließlich durch objektive Kriterien bestimmt wird, sondern auch durch kulturelle Konzepte, institutionelle Systeme und individuelle Wahrnehmung.

Methodik

Die Arbeit ist als qualitative Literatur- und Analysearbeit angelegt. Ich habe wissenschaftliche Fachliteratur, Studien und Branchenberichte gesammelt und systematisch ausgewertet. Im Mittelpunkt stand der Vergleich verschiedener Ansätze zur Definition von Weinqualität – mit besonderem Augenmerk auf Herkunft, Klassifikationssysteme und sensorische Bewertung. Studien zur Wahrnehmung von Weinqualität wurden herangezogen, um Unterschiede zwischen Experten und Laien herauszuarbeiten. Ergänzend habe ich praxisnahe Beispiele wie die Klassifikationen aus Burgund und Bordeaux sowie das österreichische DAC-System einbezogen, um die Theorie an realen Strukturen zu prüfen.

Inhalt

Die Arbeit beginnt mit philosophischen und ökonomischen Definitionen von Qualität und arbeitet heraus, dass Qualität bei einem Genussmittel wie Wein nie nur an messbaren Merkmalen hängt, sondern immer auch an Erwartung, Erlebnis und Bedeutung. Anschließend wird die menschliche Wahrnehmung in den Blick genommen: Sensorik (Sehen, Riechen, Schmecken), der Einfluss von Erfahrung und Wissen sowie psychologische Faktoren wie Preis, Marke und Herkunft, die Erwartungen formen, bevor das Glas überhaupt am Mund ist.

Ein eigenes Kapitel widmete ich dem Terroir, also dem Zusammenspiel aus Klima, Boden und Topographie. Es zeigt, dass Terroir sowohl ein wissenschaftlich greifbares als auch ein kulturell und marketingstrategisch genutztes Konzept ist. Darauf aufbauend werden zwei historische Klassifikationssysteme verglichen: Burgund definiert Qualität primär über die Lage (Climat, Grand Cru, Premier Cru), Bordeaux dagegen über den Produzenten und seine Marktstellung. In der Arbeit wurde hierbei die Klassifikation von 1855 als Beispiel herangezogen. Ein eigenes Unterkapitel widmete ich Österreich, von der historischen Entwicklung über den Weinskandal 1985 als Wendepunkt bis hin zum heutigen DAC-System mit Gebietsweinen, Ortsweinen und Riedenweinen.

Im letzten Teil geht es um Expertenurteile und Konsumentenurteile: Bewertungssysteme wie die 100-Punkte-Skala, Unterschiede zwischen Profis und Laien sowie Studien und Blindverkostungen, die zeigen, wie stark Erwartung, Preis und Etikett das Ergebnis beeinflussen. Eine zitierte Untersuchung zu US-Weinwettbewerben verdeutlicht das eindrücklich: Rund 98 Prozent der Goldmedaillen-Weine erhielten in einem anderen Wettbewerb gar keine Auszeichnung oder nur Bronze.

Fazit

Stellt man objektive Merkmale und subjektive Wahrnehmung nebeneinander, zeigt sich: Weinqualität lässt sich weder rein objektiv noch rein subjektiv erklären. Sensorik, Terroir, rechtliche Kategorien und Bewertungsskalen schaffen einen Rahmen, in dem über Qualität vergleichbar gesprochen werden kann – aber erst Erfahrung, Wissen, Emotionen und Erwartungen füllen diesen Rahmen mit Bedeutung.

Damit bestätigt sich die eingangs formulierte Hypothese: Weinqualität entsteht im Zusammenspiel von Herkunft, Klassifikationssystemen, Marktmechanismen und individueller Wahrnehmung. Qualität liegt also nicht nur im Auge des Betrachters – ohne ihn wäre sie gar nicht beschreibbar –, aber sie ist ebenso an den Wein, seinen Ort und die institutionellen Strukturen gebunden, die definieren, was als „guter“ Wein gilt.