

Glanz und Elend der Önologie

In: Das Deutsche Weinmagazin, No. 21 vom 12. 10. 2002, Seite 3

Önologie ist eine multidisziplinäre Wissenschaft, die Chemie, Mikrobiologie, Physik und Wahrnehmungsphysiologie in sich vereinigt. Sie bedient sich wissenschaftlicher Instrumente, mit deren Hilfe Erkenntnisse erarbeitet und abgesichert werden. Ihr Ziel ist die Erzeugung von Weintypen unter Ausnutzung natürlicher Inhaltsstoffe und Reaktionen. Das Wissen um die Fakten liefern spezifische Studiengänge, sofern diese außer dem Namen auch entsprechende Inhalte aufweisen. Dies alles macht die Önologie zu einem noblen Tätigkeitsfeld.

Mit zunehmender Tendenz werden die Winzer vor, während und nach der Lese mit einer wahren Flut von hochglanzbroschürtem Werbematerial überflutet. Ziel ist, einem verunsicherten Publikum die ultimative Neuigkeit an Hefen, Behandlungsmitteln und Zusatzstoffen schmackhaft zu machen, ohne deren Einsatz der Wein nicht mehr zeitgemäß und sein Erzeuger mega-out wäre. Diese Tendenz erstreckt sich bis in den maschinentechnischen Bereich. In der Tat sind weite Kreise der deutschen Winzerschaft zu zahlungswilligen Kunden geworden, denen man fast alles verkaufen kann. Illusionen, Wunder und Quacksalberei einbegriffen. Dazu muß das Produkt ein Gefühl der Sicherheit vermitteln, die man so sehr vermisst. In einer Branche, in der die wenigsten Beteiligten über eine Ausbildung in exakten Naturwissenschaften verfügen, können die versprochenen Vorteile auf einer rationalen, sprich molekularen Basis kaum nachvollzogen werden. Dementsprechend werden die meisten kellertechnischen Entscheidungen auf emotionaler Basis getroffen.

Persönliche Unsicherheit, kritiklose Übernahme paraphrasierter Lehrmeinungen und griffiger Werbeaussagen führen dazu, dass gedankenlos in den Wein alles hineingeschüttet wird, was das Gesetz erlaubt und der Markt hergibt. Als Geheimtipps werden die Marken am Stammtisch gehandelt. Zumindest solange noch keine Allergien auftreten.

Es entspricht dem Zeitgeist, die Dinge ins Extrem zu treiben. Doch was hat das alles noch mit Önologie zu tun? Wenig oder nichts. Es entspricht einer fachlichen Verelendung, die Önologie auf das Niveau von Verkauf und Anwendung schlecht verstandener Behandlungs- und Zusatzstoffe degradieren zu wollen. Man muß kein Purist sein um einzusehen, dass diese Entwicklung mit dem Ursprung in der Traube und den Erwartungen des Verbrauchers kaum noch etwas gemeinsam hat. Qualität ist keine Frage der eingekauften Päckchen, sondern von guten Trauben und Sachverstand. Damit werden die meisten der angebotenen Präparate überflüssig.

Wenig ist oft mehr. Es wäre sicher eine dankbare Aufgabe für die Weinlabors und Lehranstalten, diese Tatsache wieder verstärkt in die Beratung einfließen zu lassen.

Volker Schneider