

Een wijnexpert kan men herkennen aan zijn manier van wijn drinken en aan het gebruik van wijnjargon. Een ervaren wijnexpert is ook beter in het herkennen van aroma's in wijn en het onderscheiden van verschillende wijnen. Maar wat heeft de wijnconsument daar nu aan? Afgaande op wetenschappelijk onderzoek naar de kennis en kunde van wijnkenners niet zo gek veel, betogen Remco Havermans en Anouk Hendriks. 'Experts hebben een heel ander idee van wijnkwaliteit dan consumenten.'

OVER DE WAARDE VAN EXPERTISE

DIE VAN DE WIJNKENNER IN HET BIJZONDER

In 1976 hield de Britse wijnhandelaar Steven Spurrier, samen met zijn Amerikaanse zakenpartner Patricia Gallagher, een wijnwedstrijd in Parijs. De wedstrijd behelsde de kwaliteitsbeoordeling van Californische wijnen (rood en wit) versus verschillende rode Bordeauxwijnen en witte wijnen uit de Bourgogne.

In Californië werd destijds al heel behoorlijke wijn gemaakt, maar zouden deze wijnen even voortreffelijk smaken als een Franse topwijn? Gallagher meende van wel. Spurrier had zo zijn twijfels, maar zag de wedstrijd als een aardige publiciteitsstunt voor zijn handelswaar. De deskundige jury bestond, naast Spurrier en Gallagher zelf, uit negen alom gerespecteerde Franse wijnkenners, onder wie Odette Kahn, hoofredacteur van de *Revue du Vin de France*. Het jaar 1976 was niet geheel toevallig gekozen. Dat was namelijk tweehonderd jaar na de Amerikaanse onafhankelijkheidsverklaring. Spurrier en Gallagher nodigden veel pers uit, maar geen Franse krant zag een verhaal in de wijnwedstrijd. Slechts een enkele verslaggever van *TIME Magazine* kwam opdagen (Taber, 2005).

De wijnen (tien wit en tien rood) werden blind geproefd. De jury werd gevraagd om scores te geven aan elke wijn, variërend van 1 tot 20. Hogere scores duiden op een hogere kwaliteit. De wijn met de hoogste gemiddelde score zou worden uitgeroepen tot winnaar.

Zo geschiedde. De witte wijnen werden als eerste geproefd en beoordeeld. De winnaar hier was de Californische Chateau Montelena uit 1973 die nipt een Bourgondische Meursault versloeg. De Franse juryleden waren ontsteld en erop gebrand om in elk geval bij de rode wijnen, de juiste (lees Franse) winnaar te identificeren. Maar ook nu was het een Californische wijn (Stag's Leap Wine Cellar 1973) die de hoogste waardering kreeg. Odette Kahn was naar het schijnt zo ontdaan over deze uitslag, dat ze woedend haar juryrapport terugeiste en nadien weigerde nog met Spurrier te spreken.

De Californische triomf werd in *TIME* beschreven als *The Judgment of Paris*. In Parijs was het ondenkbare gebeurd: Amerikaanse wijnen bleken in een rechtstreeks duel beter dan Franse wijnen. De proeverij in Parijs wordt in de Verenigde Staten alom beschouwd als een gebeurtenis van grote culturele en economische betekenis.¹ George Taber, de enkele verslaggever, schreef er uiteindelijk een boek over en er is zelfs een film over gemaakt.² In Frankrijk zelf werd (en wordt) de competitie stilgezwegen.

1 National Museum of American History: <https://www.youtube.com/watch?v=daUmHLeBrlo&t=552s>

2 *Bottle Shock* (2008), met Alan Rickman in de rol van Spurrier, van regisseur Randall Miller.

Volgens psycholoog Karl Anders Ericsson en zijn collega's (2007) toont *The Judgment of Paris* nog iets belangrijks, namelijk dat er grenzen bestaan aan expertise. De kenners waren niet in staat om Franse wijnen van de Californische te onderscheiden. Dat zegt veel over de kwaliteit van deze Californische wijnen, maar het zegt ook iets over hoe jarenlange ervaring met het proeven van wijn niet per se tot uitzonderlijke vaardigheid in het herkennen van wijn hoeft te leiden. Waarom niet?

Het hoofddoel van onderhavig artikel is om meer licht te werpen op wat wijnexpertise inhoudt. Om een antwoord te vinden op de vraag of er überhaupt zoiets bestaat als wijnexpertise, en, zo ja, of deze enige waarde heeft voor de wijnconsument. Een secundaire doelstelling is helder te krijgen wat het betekent een expert te zijn en welke rol ervaring speelt.

WIJNEXPERTISE

Wijnexpertise wordt veelal gedefinieerd als het bovengemiddelde vermogen om wijnen te onderscheiden, te herkennen en te beschrijven (Hughson & Boakes, 2002). Dit vermogen is verworven door herhaalde ervaring en oefening. Expertise is aangeleerd en domein-specifiek. Van een wijnkenner mag men verwachten dat hij veel verschillende wijnen kan onderscheiden, niet per se dat hij ook verschillende vogelsoorten of Ikea-meubelen (om maar iets te zeggen) kan benoemen.

Onderzoek van Parr, White en Heatherbell (2004) suggereert dat wijnexperts een betere neus voor wijn hebben. Dat wil zeggen, wijnexperts zijn beter in het herkennen van verschillende geuren die geassocieerd zijn met wijn. Ze kunnen echter niet beter ruiken dan wijnleken. Dat laatste is belangrijk, want het betekent dat de superieure wijngeurherkenning bij experts een domein-specifieke, aangeleerde vaardigheid is – een duidelijk teken van expertise.

Ook wijnkennis speelt een rol bij het herkennen van de geur van wijn. Hughson en Boakes (2002) lieten wijnleken aan verschillende wijnen snuffelen. Wanneer zij bij iedere geur een korte, betekenisvolle beschrijving van de wijn kregen, konden zij later deze beschrijvingen gebruiken om de verschillende wijngeuren beter te identificeren. Zonder geassocieerde beschrijvingen was deze taak een stuk moeilijker.

Hierop voortbordurend lieten Russell en Boakes (2011) wijnleken (studenten) herhaaldelijk ruiken aan een shiraz, een pinot noir en een lambrusco. Ze moesten proberen de wijn te identificeren – ofwel aan de hand van de druif (shiraz, pinot noir, of lambrusco), ofwel aan de hand van een korte beschrijving van het aroma van de wijn (bijvoorbeeld 'floral and raspberry' voor de lambrusco). In de aanleerfase kregen de proefpersonen feedback op hun prestatie op de taak. In de testfase kregen ze deze feedback niet meer; nu bleken alle proefpersonen in staat om de wijnen boven kansniveau correct te identificeren. Ze konden dit echter het beste op basis van concrete geurbeschrijvingen.

Kortom, het identificeren en onderscheiden van wijnen is aan te leren en dat leren wordt gefaciliteerd als meer betekenisvolle labels worden gebruikt. Het lijkt dus niet voor niets dat de wijnexpert een heus wijnjargon gebruikt. Wanneer hij een wijn kwalificeert als 'knisperend' of 'vlezig', klinkt dat wellicht als dikdoenerij, maar Russell en Boakes betogen dat het heel functioneel is. Het verwerven van een wijnvocabulaire stelt de kenner immers in staat om wijnen beter te herkennen en preciezer te omschrijven. Hopfer en Heymann (2014) toonden dat de gemiddelde wijndrinker inderdaad niet zo uitgebreid wijnen kan omschrijven als een wijnkenner.

Men zou verwachten dat het vermogen om wijn uitgebreid te beschrijven de wijnkenner tevens in staat stelt om de consument beter te informeren, maar dat valt tegen. Sauvageot, Urdapilleta en Peyron (2006) lieten wijnkenners zes chardonnay-wijnen uit Beaune tweemaal proeven en beschrijven. Dit waren wijnen die niet zo heel verschillend van elkaar waren. Het belangrijkste verschil tussen de wijnen was de wijze van bewaren en rijpen in houten vaten. De wijnen werden alle bewaard in eikenhouten vaten, maar deze vaten waren gemaakt van verschillende soorten eik (de wintereik of zomereik) en gerooid in verschillende bossen (loofbos of gemengd bos). De wintereik en zomereik verschillen niet alleen van elkaar in uiterlijke kenmerken, maar ook in de hoeveelheid aromatische componenten (zoals lacton) in het hout. Het soort bos beïnvloedt de groei van de

Wijnexperts zijn beter in het herkennen van verschillende geuren die geassocieerd zijn met wijn; ze kunnen echter niet beter ruiken dan wijnleken

Het verwerven van een wijnvocabulaire stelt de kenner in staat om wijnen beter te herkennen en preciezer te omschrijven

eik en daarmee vermoedelijk ook de samenstelling van aroma's in het hout. De kenners richtten zich vooral op de unieke kenmerken van de wijnen en meenden goed de verschillen tussen de wijnen te proeven, ook al waren die klein. De verschillen waren echter niet af te lezen in de beschrijvingen van de kenners. Sterker, bij een tweede keer proeven, beschreven zij de wijnen anders dan de eerste keer. Een groot consumentenpanel (meer dan honderd deelnemers die gewoon waren wijn te drinken en proeven) kon geen chocola maken van de beschrijvingen van de wijnexperts. Dat wil zeggen, het panel was niet in staat om twee beschrijvingen van dezelfde wijn van dezelfde kenner boven kansniveau met elkaar te matchen. Wijnjargon lijkt precisie te ontberen en dat maakt het weinig informatief voor de gemiddelde consument.

Deze conclusie is in lijn met eerder onderzoek. Zo liet Solomon (1990) zijn proefpersonen (liefhebbers van wijn, doch geen kenners) in verschillende experimenten proeven van verschillende wijnen. Elke wijn was voorzien van twee beschrijvingen: de ene beschrijving had betrekking op de geproefde wijn en de andere niet. De beschrijvingen kwamen soms van een leek en soms van een kenner. De taak van de proefpersoon was om telkens aan te geven welke beschrijving hoorde bij de geproefde wijn. De wijnliefhebbers waren niet in staat om de juiste beschrijving boven kansniveau aan te wijzen, zelfs niet wanneer de beschrijvingen afkomstig waren van een wijnexpert.

WIJNVERWACHTINGEN

Experts bogen vaak op hun kennis en ervaring om snel een situatie te lezen en tot een oordeel te komen. Het risico van zo'n heuristisch denkproces is dat de plank behoorlijk wordt misgeslagen.

Dat lijkt ook op te gaan voor wijnexperts. Gewoonlijk wordt de smaak of het aroma van rode wijn beschreven in termen van donkere kruiden (kaneel of kruidnagel bijvoorbeeld) en rode vruchten. Bij witte wijn wordt er vaak juist verwezen naar lichtgekleurde etenswaren en vruchten, zoals

honing en peer. Studenten aan een Franse wijnopleiding beschreven zo de geur van een rode wijn in termen van kersen en pruimen in een studie van Morrot, Brochet en Dubourdieu (2001). Maar wat deze studenten niet wisten, was dat Morrot en collega's hen een roodgekleurde witte wijn hadden laten proeven. De rode kleurstof zette de wijnstudenten, die al heel wat ervaring hadden met wijnproeven, op het verkeerde been en deed ze vleugels van kersen, pruimen en bessen ontdekken in dezelfde witte wijn waarin ze zojuist nog stro en appel roken.

Pangborn, Berg en Hansen (1965) kleurden wijnen zodat ze meer leken op een rosé of op een sherry. Ook hier beïnvloedde de kleur wat de proefpersonen meenden te proeven. Een roze gekleurde witte wijn werd als zoeter beschouwd als dezelfde ongekleurde witte wijn bijvoorbeeld, maar alleen de experts werden beïnvloed door deze kleurmanipulaties. Dat is logisch wanneer verwachtingen over smaak een zekere mate van kennis over en ervaring met het product vereisen.

Verwachtingen kleuren ook de waardering voor wijn. Maria-Pilar Saenz-Navajas, Ballester en collega's (2013) testten een groep wijnconsumenten uit Avignon en omstreken en een Spaanse groep consumenten uit La Rioja. Beide groepen consumenten kregen liefst twaalf rode wijnen te proeven en dienden de kwaliteit te beoordelen: zes uit Frankrijk (Côtes des Rhone) en zes uit Spanje (Rioja). Dezelfde taak kreeg een Spaans en een Frans expertpanel. De kwaliteitsoordelen stemden aardig overeen tussen de twee consumentengroepen en tussen de twee expertpanels, maar de oordelen van de experts en de consument onderling correleerden helemaal niet. Experts hebben kennelijk een heel ander idee van wijnkwaliteit dan consumenten.

Hopfer en Heymann (2014) onderzochten in hoeverre wijnexperts en ongetrainde consumenten verschillende wijnen beoordelen. De experts waren in hun oordeel meer eensgezind; in tegenstelling tot de consumenten verwezen hun beschrijvingen van de wijnen duidelijk naar hun oordeel. Voor zowel consument als expert gold dat lekkerder

gevonden wijnen als hoger van kwaliteit werden geacht. Alleen vonden sommige consumenten geheel andere wijnen lekkerder (en beter) dan de experts.

Er lijkt een gat in wijnbeleving te bestaan tussen liefhebber en kenner. Dit kan voor een deel worden verklaard door het verschil in ervaring met het proeven van verschillende wijnen. Lanseng en Sivertsen (2019) stellen dat enige discrepantie tussen verwachting en eigenlijke smaak de wijn spannender maakt. De gemiddelde wijnconsument houdt daar helemaal niet van, maar deze discrepantie maakt een wijn juist interessant voor de wijnkenner. Door de ruime ervaring met een heleboel verschillende wijnen is het voor de kenner lastiger om nog te worden verrast door de smaak van een wijn. Dit betekent dat een wijncriticus zeer enthousiast kan zijn over een wijn, maar dat dit niet de wijn is waar de consument per se veel geld aan wil besteden (zie ook Goldstein, Almenberg & Dreber, 2008; Schiefer & Fischer, 2008).

Er lijkt een gat in wijnbeleving te bestaan tussen liefhebber en kenner

DE BESTE WIJN?

Wijn wordt vaak gedronken bij een maaltijd. Volgens wijnkenners kan de juiste wijn bij het eten het maaltijdgenot aanzienlijk verhogen. Maar wat is dan de beste wijn? Kan een wijnkenner de consument hier zinvol in adviseren? De algemene stelregel is nog altijd dat een rode wijn bij een rood vleesgerecht (een entrecote bijvoorbeeld) hoort en witte wijn bij witvis (zoals schelvis) of krab. Dat is niet alleen harmonieus omwille van de kleur. Rode wijnen hebben in de regel meer tannine dat zorgt voor een drogend mondgevoel. Een witte wijn is vaker lichter en friszuur van smaak, wat dan weer beter zou passen bij de milde smaak van witvis (Jackson, 2017).

Een klassieke combinatie is die van wijn en kaas. Sommige wijnen gaan beter samen met een bepaalde kaas dan andere, zo is de overtuiging van velen. Maar welke wijnen zijn nu in het bijzonder compatibel met specifieke kazen? Dit onderzochten King en Cliff (2005). Zij lieten een panel van wijnextperts blind proeven van combinaties kaas

en wijn (zes witte, zes rode en zes speciale wijnen). De witte wijnen bleken het soepelst te combineren met de kazen, maar het viel vooral op dat de experts het onderling zelden eens waren over de perfecte wijn-kaas-combi. Een favoriete combinatie is dus sterk afhankelijk van individuele smaakvoorkeuren. King en Cliff (2005) raden derhalve de individuele wijnconsument aan om zelf te experimenteren, om zo de eigen ideale combinatie van wijn en kaas te ontdekken.

In een meer recente studie lieten Koone en collega's (2014) een grote groep horeca-studenten (en -professionals) binnen het kader van een wijncursus vier verschillende wijnen proeven - twee witte wijnen (een Canadese sauvignon blanc en een chardonnay), een rode cabernet sauvignon en een rode port -, waarbij elke deelnemer telkens de vraag kreeg in hoeverre de geproefde wijn past bij geitenkaas, brie, salami, of chocolade op een schaal van 0 ('helemaal niet') tot 10 ('perfect'). Volgens dit panel paste de sauvignon blanc het beste bij de geitenkaas en de chardonnay het beste bij de brie. De rode wijn paste dan weer beter bij de salami en de port bij de chocola. Het interessante aan deze studie is nu dat de onderzoekers een grote groep deelnemers hadden getest die varieerden in wijnextpertise. Die kennis deed ertoe. Bij de proevers met veel wijnextpertise was de match tussen bijvoorbeeld de sauvignon blanc en geitenkaas en tussen de port en de chocola veel hoger dan bij de wijnleken. Een voor de hand liggende reden voor deze hogere scores is dat de meer ervaren wijn drinker waarschijnlijk ook meer ervaring heeft met specifieke combinaties van wijn en eten, zoals geitenkaas met een sauvignon blanc. Die hogere scores berusten dan ook niet zozeer op een beter inzicht in welke wijn bij welk eten past, of op een natuurlijke match tussen eten en wijn, maar slechts op een sterkere aangeleerde associatie tussen een bepaalde wijn en bepaalde etenswaar.

Als een wijnkenner niet de voor u meest geschikte wijn voor bij kaas of chocola kan aanwijzen, kan hij dan wel de beste wijn selecteren uit een reeks bij een wijnwedstrijd? Robert Hodgson (2008) meent van niet. Hij betoogde dat de betrouwbaarheid van wijnextperts bij de beoordeling van de wijnkwaliteit binnen een wedstrijd bijzonder laag is. Wanneer Hodgson de scores van de jurypanels binnen opeenvolgende edities van de *California State Faire* wijncompetitie analyseerde, zag hij weinig overeenstemming in beoordelingen tussen juryleden. Over edities heen bleken juryleden telkens anders te scoren. Omdat juryleden liefst drie keer elke wijn kregen te proeven en te beoordelen, kon Hodgson ook berekenen hoe consistent elk jurylid een score toebedeelde aan elke wijn. Deze consistentie was ver te

zoeken. Scores konden uiteenlopen van een winnende gouden score van 100 punten (de maximumscore) tot een veelal verliezende score van 80 punten.

Dat stemt overeen met de bevindingen van Ashenfelter en Quandt (1999) die de cijfers uit de juryrapporten van de *Judgment of Paris* opnieuw analyseerden. Ook zij observeerden aanzienlijke inconsistentie tussen de juryleden. De ironie wil dat de uitslag in 1976 van de wijnwedstrijd in Parijs dus net zo goed in het voordeel van de Franse wijnen had kunnen uitpakken. Dat dit niet gebeurde, bewijst slechts dat Californische wijnen inmiddels zo goed waren dat ze niet langer eenvoudig konden worden onderscheiden van een Franse wijn, doch niet dat ze per se *beter* zijn.

Toen Hodgson (2009a) overeenstemming van kwaliteitsbeoordelingen analyseerde van dertien verschillende wijncompetities, ontdekte hij dat voor wijnen die in minstens vier competities waren beoordeeld (2440 wijnen), bijna de helft minstens één keer een gouden medaille won. De ruime meerderheid van deze 'gouden' wijnen (zo'n 80%) viel echter in overige competities volledig buiten de prijzen. Het winnen van een medaille lijkt derhalve eerder een kwestie van dom geluk. Hoe vaker u deelneemt aan de loterij des te groter is de kans dat u ooit eens iets wint. Dat lijkt dus ook te gelden voor wijnen in een wijncompetitie.

OVER KENNEN EN KUNNEN

Wat betekent het om een expert te zijn? Shanteau (1992) formuleert vijf criteria. Allereerst domein-specifieke kennis: een expert weet bovengemiddeld veel van een specifiek kennisdomein. Een wijnexpert weet ook veel van en over wijn; waar wijn wordt gemaakt, hoe die wordt gemaakt, hoe een wijn hoort te worden gedronken en beschreven, enzovoorts. Daarnaast is een expert te herkennen aan zijn gedrag. Om te worden gezien als expert, dient de expert zich als zodanig te gedragen. Een wijnexpert wordt bijvoorbeeld pas beschouwd als kenner wanneer hij vol overtuiging en zelfverzekerd het 'bouquet' en de 'afdrank' van een wijn weet te prijzen. Ten derde weet een expert wat relevant is en wat juist niet (of minder). Zo zal de wijnkenner minder gewicht toekennen aan land van herkomst bij het evalueren van een wijn (D'Alessandro & Pecotich, 2013). Een vierde criterium is het gebruik van strategieën om competentie te vergroten of op zijn minst te behouden, zoals – in het geval van de wijnkenner – het herhaald vergelijken van verschillende wijnen.

Een laatste, vijfde criterium betreft taakkenmerken. Een expert presteert beter dan een leek op taken waarbij de kenner een oordeel moet vormen over statische stimuli waar

Om te worden gezien als expert, dient de expert zich als zodanig te gedragen

overeenstemming over bestaat tussen experts, waarbij het mogelijk is om de stimuli objectief te analyseren en systematische feedback te krijgen over de waarde van het oordeel. En dat is waarom wijnexpertise er soms weinig toe doet. Een belangrijke taak van de wijnkenner, van de professionele wijnexpert (zoals een sommelier of wijnhandelaar) is het oordelen wat nu een goede of betere wijn is. De wijn zelf is een statische stimulus en de aanwezige smaakcomponenten in een wijn kunnen tegenwoordig objectief worden bepaald, maar de wijnexpert zelf is geen objectief stuk meetapparatuur. De expert ervaart de wijn anders naar gelang hij de wijn blind proeft, op welk tijdstip hij zijn oordeel moet vormen, hoeveel ervaring hij heeft met het proeven van verschillende wijnen en onder welke omstandigheden er geproefd wordt. Geen wonder dat de oordelen van juryleden in een wijncompetitie zo weinig betrouwbaar zijn.

Het zijn de kenmerken van een taak die bepalen of grotere ervaring en kennis tot overeenkomstige kundigheid leidt. Zo stelde Shanteau (1992) vast dat ook psychotherapeuten met veel ervaring niet effectiever zijn dan de startende therapeut. Shanteau wijt dit voornamelijk aan het gebrek aan feedback. Wanneer een cliënt vooruitgaat bij de behandeling wordt dit al gauw toegeschreven aan de eigen kunde. Dat is zeker een mogelijkheid, maar het is ook heel goed mogelijk dat dezelfde cliënt bij een willekeurige collega-therapeut veel sneller en veel grotere vooruitgang zou hebben geboekt. Wanneer de cliënt geheel geen vooruitgang boekt, kan dit worden geweten aan de behandelvorm, of de uniciteit van de verstandhouding tussen behandelaar en cliënt. Anders gezegd, aan de eigen competentie hoeft de therapeut nimmer te twijfelen.

Een cynicus zou kunnen opperen dat psychotherapie flauwekul is en ipso facto *expertise* in psychotherapie. Maar psychotherapie werkt (zie Lemmens & Huibers, 2011). Bovendien, zo merken Wampold, Lichtenberg en Goodyear (2014) op, behalen sommige therapeuten consistent betere behandelresultaten dan andere. Dat suggereert dat er een zekere competentie bestaat om te leren. Louter ervaring in

het behandelen van cliënten lijkt echter niet voldoende om die competentie te ontwikkelen. Zonder inzicht in behandeluitkomsten en in de kenmerken van een effectieve behandelbaar, valt dergelijke opbouw van competentie ook niet te verwachten. Men kan een leven lang in een diepe kuil in de achtertuin naar de zwarte aarde staren zonder hoop ooit bodemexpert te worden.

Welke wijn goed past bij welk gerecht, is sterk afhankelijk van individuele smaakvoorkeuren

De criteria van Shanteau (1992) zijn oud maar waardevol; ze tonen immers wanneer men mag spreken van een expert en in hoeverre dit tot uitdrukking komt in meesterschap. Soms slaan experts een modderfiguur, zoals de wijnstudenten die rode vruchten menen te ruiken in roodgekleurde witte wijn (Morrot, Brochet & Dubourdieu, 2001), of de juryleden in een wijncompetitie die dezelfde wijn in de ene competitie brandmerken als winnaar en in de andere competitie als de grote verliezer (Cicchetti, 2006; Hodgson, 2009b). Maar soms tonen experts juist een superieure competentie, zoals de schaakgrootmeesters in het promotieonderzoek van Adriaan de Groot (1946). Grootmeesters, in tegenstelling tot mindere schakers, konden vlot en doeltreffend een adequate zet bij een gegeven stelling ontdekken door alleen de meest relevante opties door te rekenen. De kenmerken van een schaakstelling – een statisch probleem dat objectief kan worden geanalyseerd – biedt de expert de kans om zijn meesterschap te tonen. Had De Groot echter aan zijn schakers gevraagd om de allermooiste schaakpartij van de voorbije vijftig jaar te selecteren, dan hadden de grootmeesters zich waarschijnlijk niet onderscheiden van hoofdklassespelers.

CONCLUSIE EN IMPLICATIES

Recapitulerend: wijnexpertise bestaat. De wijnexpert kan net wat beter wijnen herkennen, onderscheiden en beschrijven dan de gemiddelde wijnrinker. En deze wijnexpertise lijkt aan te leren te zijn. Maar bij hele moeilijke taken, zoals het

blind onderscheiden van kwaliteitswijnen, schiet zelfs de grootst mogelijke ervaring te kort. Voor de consument is de grotere ervaring en kennis van de wijnexpert ook niet altijd even waardevol. Wijnkenners hebben geen groter vermogen om eenduidig te kunnen stellen welke kwaliteitswijn 'prima' is en welke 'excellent'. Wijnbeschrijvingen zijn weinig precies en weinig betekenisvol voor de gemiddelde wijnconsument. En welke wijn goed past bij welk gerecht, is sterk afhankelijk van individuele smaakvoorkeuren. Buiten algemeenheden als een rode wijn bij donker vlees of chocola en witte wijn bij witvis of bleke kazen, voegt het gerichte advies van een kenner – behalve een plukje romantiek – niets toe voor de wijnconsument.

Psychotherapeuten zijn anders dan wijnkenners in de zin dat ze überhaupt weinig expertise lijken te ontwikkelen bij meer ervaring, terwijl sommige psychotherapeuten toch echt kundiger zijn dan andere. De huidige *Routine Outcome Monitoring* (ROM) zou kunnen worden gebruikt om te leren van therapeuten die het consistent beter doen en vervolgens tips toe te passen en te toetsen op hun effectiviteit in de eigen praktijk. Op deze wijze kan ervaring ook bijdragen aan het vergroten van expertise en kunde (Wampold, et al., 2014).

Samenvattend kan men stellen dat ervaring niet per se tot expertise leidt, en dat expertise zich niet altijd in meesterschap vertaalt. Dat laatste is afhankelijk van wat we nu eigenlijk verwachten van de expert. Sommige taken behoeven expertise noch experts. Of zoals Hopfer en Heyman stelden (2014, p.232): '*... the general public ... is clearly capable of tasting and making a choice.*'

OVER DE AUTEURS

Remco Havermans is bijzonder hoogleraar Jeugd, Voeding en Gezondheid en onderzoeksleider van het Laboratory of Behavioural Gastronomy, binnen het centrum Healthy Eating and Food Innovation van Maastricht University Campus Venlo. Email: r.havermans@maastrichtuniversity.nl. Anouk Hendriks is promovenda en werkt bij het Laboratory of Behavioural Gastronomy. Email: anouk.hendriks@maastrichtuniversity.nl. Het Laboratory of Behavioural Gastronomy wordt gesteund door de Provincie Limburg.

Summary

ON THE VALUE OF WINE EXPERTISE

R.C. HAVERMANS & A.E.M. HENDRIKS

Wine expertise can be defined as the superior ability to recognize, discriminate, and describe wines, acquired through experience and practice. The value of wine expertise is often viewed as the ability to guide the wine consumer in selecting and enjoying wine. With respect to that latter task, wine

experts have been found wanting. Research has shown that experts are better at describing wine, but these descriptions often lack consistency and precision, rendering them relatively uninformative from the standpoint of the consumer. In terms of food and wine pairings, wine experts appear to be more confident than regular consumers in selecting pairings. However, among experts,

specific pairings appear to be selected on the basis of idiosyncratic subjective preferences. The lack of consistency among and within experts is further found in judging wine quality, rendering wine ratings by experts largely useless for the regular wine consumer. Clearly, expert competence is not only domain specific but also task specific.

Literatuur

- Ashenfelter, O. & Quandt, R. (1999). Analyzing a Wine Tasting Statistically. *Chance*, 12(3), 16–20. <https://doi.org/10.1080/09332480.1999.10542152>
- Bastian, S.E.P., Payne, C.M., Perrenoud, B., Joscelyne, V.L. & Johnson, T.E. (2009). Comparisons between Australian consumers' and industry experts' perceptions of ideal wine and cheese combinations. *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 15, 175–184. <https://doi.org/10.1111/j.1755-0238.2008.00043.x>
- Cicchetti, D.V. (2006). The Paris 1976 Wine Tastings Revisited Once More: Comparing Ratings of Consistent and Inconsistent Tasters. *Journal of Wine Economics*, 1(2), 125–140.
- D'Alessandro, S. & Pecotich, A. (2013). Evaluation of wine by expert and novice consumers in the presence of variations in quality, brand and country of origin cues. *Food Quality and Preference*, 28(1), 287–303. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.10.002>
- De Groot, A.D. (1946). *Het denken van den schaker. Een experimenteel-psychologische studie*. Amsterdam: Noord-Hollandse Uitgevers Maatschappij.
- Ericsson, K.A., Prietula, M.J. & Cokely, E.T. (2006, november). The making of an expert. *Harvard Business Review*, 85(7–8), 114–121.
- Goldstein, R., Almenberg, J. & Dreber, A. (2008). Do More Expensive Wines Taste Better? Evidence from a Large Sample of Blind Tastings. *Journal of Wine Economics*, 3(1), 1–9.
- Hodgson, R.T. (2008). An examination of judge reliability at a major U.S. wine competition. *Journal of Wine Economics*, 3(2), 105–113. <https://doi.org/10.1017/S1931436100001152>
- Hodgson, R.T. (2009a). An analysis of the concordance among 13 US wine competitions. *Journal of Wine Economics*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.1017/S1931436100000638>
- Hodgson, R.T. (2009b). How Expert are "Expert" Wine Judges? *Journal of Wine Economics*, 4(2), 233–241. <https://doi.org/10.1017/S1931436100000821>
- Hopfer, H. & Heymann, H. (2014). Judging wine quality: Do we need experts, consumers or trained panellists? *Food Quality and Preference*, 32, 221–233. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.10.004>
- Hughson, A.L. & Boakes, R.A. (2002). The knowing nose: The role of knowledge in wine expertise. *Food Quality and Preference*, 13(7–8), 463–472. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(02\)00051-4](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(02)00051-4)
- Jackson, R. (2017). *Wine Tasting: A Professional Handbook*. London: Elsevier.
- King, M. & Cliff, M. (2005). Evaluation of ideal wine and cheese pairs using a deviation-from-ideal scale with food and wine experts. *Journal of Food Quality*, 28, 245–256.
- Koone, R., Harrington, R.J., Gozzi, M., McCarthy, M., Koone, R. et al. (2014). The role of acidity, sweetness, tannin and consumer knowledge on wine and food match perceptions. *Journal of Wine Research*, 25(3), 158–174.
- Lemmens, L.H.J.M. & Huibers, M.J.H. (2011). Psychotherapie voor depressie werkt! Maar hoe? *GZ-Psychologie*, 8, 10–17.
- Lanseng, E.J. & Sivertsen, H.K. (2019). The roles of schema incongruity and expertise in consumers' wine judgment. *Food Quality and Preference*, 71, 261–269. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.07.004>
- Morrot, G., Brochet, F. & Dubourdieu, D. (2001). The color of odors. *Brain and Language*, 79(2), 309–320.
- Parr, W.V., White, K.G. & Heatherbell, D.A. (2004). Exploring the nature of wine expertise: What underlies wine experts' olfactory recognition memory advantage? *Food Quality and Preference*, 15(5), 411–420. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2003.07.002>
- Sáenz-Navajas, M.P., Ballester, J., Pêcher, C., Peyron, D. & Valentin, D. (2013). Sensory drivers of intrinsic quality of red wines. Effect of culture and level of expertise. *Food Research International*, 54(2), 1506–1518. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2013.09.048>
- Sauvageot, F., Urdapilleta, I. & Peyron, D. (2006). Within and between variations of texts elicited from nine wine experts. *Food Quality and Preference*, 17(6), 429–444. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.05.007>
- Schiefer, J. & Fischer, C. (2008). The gap between wine expert ratings and consumer preferences: Measures, determinants and marketing implications. *International Journal of Wine Business Research*, 20(4), 335–351. <https://doi.org/10.1108/17511060810919443>
- Shanteau, J. (1992). Competence in Experts: The Role of Task Characteristics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 53, 252–266.
- Solomon, G.E.A. (1990). Psychology of novice and expert wine talk. *The American Journal of Psychology*, 103(4), 495–517.
- Taber, G.M. (2005). *The judgment of Paris: California vs. France and the historic 1976 Paris tasting that revolutionized wine*. New York: Scribner.
- Wampold, B.E., Lichtenberg, J.W. & Goodyear, R.K. (2014). Expertise in Psychotherapy. *American Psychologist*, 69(3), 218–229. <https://doi.org/10.1037/a0035099>