



Donderdag 26 Februari 2026: thematische workshop

De psychologie van de wijnproever: wijnkennis of wijndwaling!

Hoe meer een wijnliefhebber zich verdiept in de wijnkunde, hoe groter het besef van zijn beperktheid van zijn wijnkennis. Of hoe blindproeverijen steeds een examen in nederigheid zijn. Meer nog, wijnkunde is geen exacte wetenschap waardoor steeds irrationele elementen de kundige wijnproever in de war brengen. Toch zijn er elementen die we zeer rationeel over wijn kunnen beoordelen en hebben druivenrassen toch herkenbare identiteiten. Ook bestaat er een olfactologische logica wanneer we wijn willen paren met culinaire hoogstandjes. Door het feit dat wijn een levend product is en ook diverse kwalitatieve standaarden heeft, kan wijnkennis de wijnproever een stuk verder helpen. Maar wanneer het over een kwalitatieve beoordeling van de wijn gaat of over een lyrische beschrijving van de wijn, dan verlaten we vaak het pad van de ratio. Wijn wordt dan een stuk emotie, zoals een kunstwerk uw zintuigen bespelen. En daar is ieder mens verschillend in en wordt wijn iets heel persoonlijks. Des goûts et des couleurs, on ne discute pas. Deze wijsheid laat zich in de wereld van de wijn vertalen als: de belangrijkste smaak is de eigen smaak. Om de uiterst persoonlijke beleving van de wijn beter te begrijpen, gaan we de wijnproever confronteren met zichzelf. We gaan de kundige EWOPper weer met de beide voeten op de grond brengen. De psychologie van de wijnproever zal worden ontrafeld en plots krijgt wijnproeven een nieuwe dimensie. Een experiment van een cognitieve beïnvloeding op het degusteren. Misschien wordt dit een ontvullende avond, ofwel wordt het lachen geblazen. Als de hersenen de zintuigen niet meer volgen, dan is de kennis ver weg en de dwaling nabij!

Zo werd de eerste EWOP-avond van het seizoen 2026 aangekondigd.

Dit bijzonder EWOP-experiment werd begeleid door **Timothy De Smet** (een experimentele psycholoog) en **Geert De Breucker** (forensisch psychiater), beide ook sommelier conseil en passionele wijnliefhebbers.

Het was duidelijk dat de geoefende proever met enige scepticisme naar deze avond toeleefde. Ondanks de snelle respons op de uitnodiging (na 2 uur compleet volzet) kreeg ik achteraf te horen dat het thema niet echt bestemd was voor het niveau van de EWOP-proever en dat 'wijndwaling' binnen onze wijnerudities niet meer aan de orde was. Dus wat

vraagtekens zijn we aan de avond begonnen waar 28 bevoorrechte aanwezigen de strijd aangingen tussen ‘wijn en brein’.



Na een korte introductie met een sappige ‘blanc de noirs’ Cremant d’Alzas van Domaine Regin, werden de EWOPpers in twee groepen van 14 ingedeeld. De degustatiezaal was zo ingedeeld, dat de twee tafelrijen parallel stonden, waarbij iedereen perfect de zeer significante powerpoint kon volgen. Alle wijnen werden gekarafeerd en blind geschonken, waarbij aan elke tafelrij de identieke dezelfde wijn werd uitgeschonken. Timothy stond in voor de begeleiding van de 8 oefening en Geert analyseerde op het moment zelf de resultaten van de twee tafelrijen.





De avond begon met een boeiende uitleg over de functionering van ons brein en de impact van externe prikkels die ons brein in een 'subjectieve' modus kan brengen.

De dia's van deze presentatie kan je hierbij in pdf terugvinden:



Slides EWOP 26 02
2026.pdf

Belangrijk was dat we proefondervindelijk via 8 experimenten enkele invloeden van externe factoren op ons brein gingen testen. De geoefende EWOP-proever was verwittigd en zette zich scherp, omdat iedereen er bijna van overtuigd was dat de vinologische misleiding niet echt kon lukken ben hen. Dit was tevens ook een grote uitdaging van de twee sprekers om hun experiment los te laten op een zeer deskundig publiek, waarbij de kans op mislukking reëel was. De spanning en vooral de nieuwsgierigheid was bij aanvang dan ook bijzonder groot.

Timothy bouwde zijn verhaal uit via 8 mogelijke dwalingen in ons perceptievermogen. Die werden één per één ontrafeld via een voorgeschonken wijn en een vragenlijst. De vragenlijst van beide tafelreien was verschillend (wat de deelnemers niet wisten). De proevers moesten de wijn beoordelen in functie van de tekst die zij lazen en de wijn die ze op dat moment blind te proeven kregen.



De oefening werd telkens gedaan met twee wijnen en daaraan gekoppeld twee beïnvloedingseffecten. Na de bespreking van de psychologische effecten en de ontbloting van de twee wijnen werden de antwoordformulieren opgehaald en geanalyseerd. De respons en resultaten van elk experiment werd ter plaatse geprojecteerd, waardoor er een leuke interactie ontstond met het publiek.

Onderstaande grafieken werden voor dit verslag wat geactualiseerd, waarbij onze oefening met expert-proevers (28 personen) wordt vergeleken met een gelijkaardige oefening met een grote groep (meer dan 100 personen-sommeliers)

Algemene uitleg



BIJ BESCHIKBARE GRAFIEKEN:

DE LINKER GRAFIEK IS DE GRAFIEK DIE RESULTAAT WAS VAN EEN GROTE EXPERIMENTELE GROEP

DE RECHTER GRAFIEK IS DEZE DIE IS BEKOMEN UIT DE METING TIJDENS DE AVOND VAN DE PRESENTATIE

Interpretatie van de grafieken

- ▶ De twee kleuren in de histogrammen identificeren de twee groepen in de experimentele opstelling.
- ▶ (Links: telkens de metingen bij grote groep, Rechts: de metingen op het ogenblik van de presentatie).
- ▶ Bij wijn 8: verwachting van prijs bij laatste wijn (resultaat van meting de avond zelf).
- ▶ Interpretaties hangen af van het specifieke experiment.
- ▶ Zie hiervoor de slides van de presentatie.

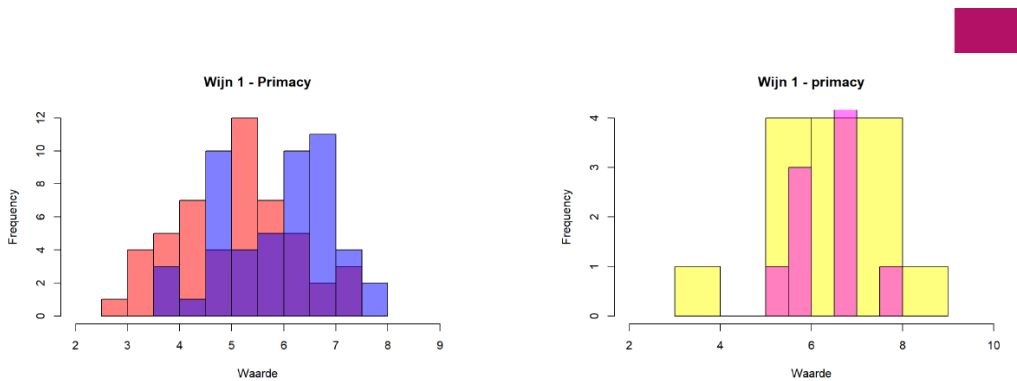
Experiment 1 & 2

PRIMACY-effect: de impact van de eerste indruk

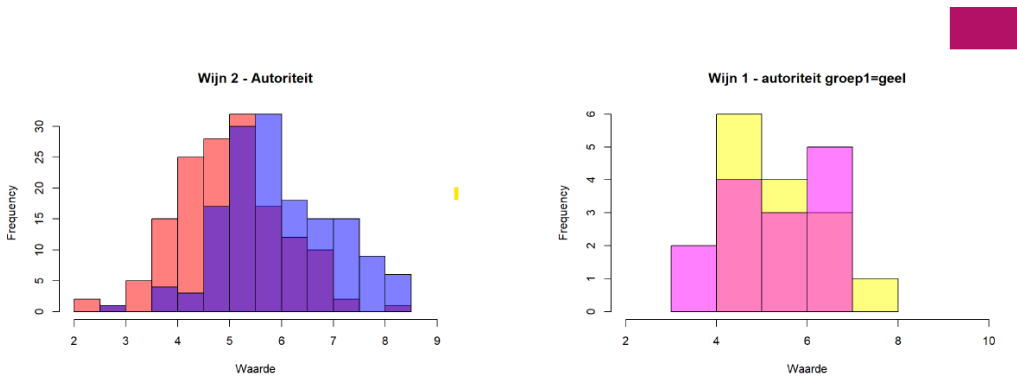
Le Domaine d'Edouard, Les Collines de Vaux, Côtes d'Auxerre, Bourgogne 2019: een fruitbommetje met zeer lekkere kersentoetsen. Niet complex, maar speels. Een wijn om mee te starten en het pallet in positie te brengen, tenzij jullie er anders over denken. Prijsvork rond €17

AUTORITEITS-effect : de impact in het geloof van een autoriteit

Domaine Colinot, aop Irancy, Très vieilles vignes 2018, Bourgogne. Een wat oxidatieve oerklassieke pinot noir van een onderbelichte appellatie. Een zot van een wijnbouwer, des interessanter is de wijn. Hierover zal kwalitatief over gediscussieerd worden, zeker over de stijl van deze wijn. Perfect op dronk; prijsvork rond €17-25



Primacy effect



Autoriteits effect

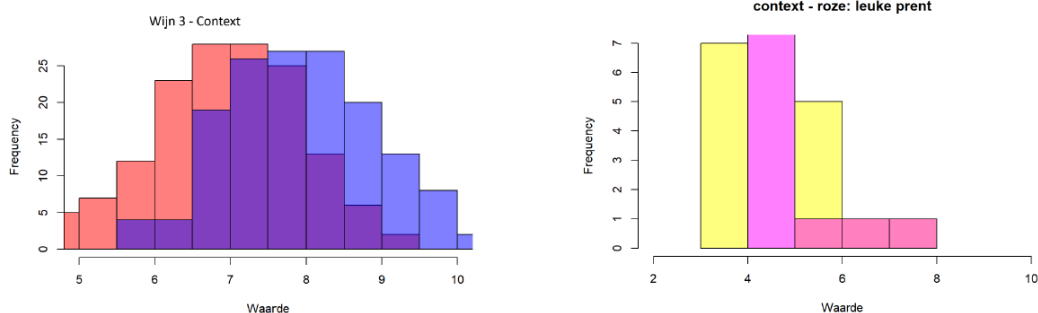
Experiment 3 & 4

CONTEXT-effect: context heeft een disproportionele impact op onze ervaring

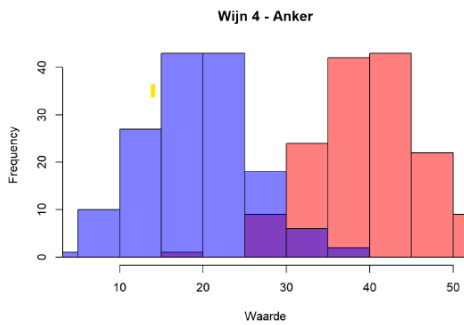
Brutal (Farid Yahimi), Vin de France rouge 2022, 100% gamay : een speciale in pure natuurwijn, als antwoord op de klassieke stijl van wijnmaken met een knipoog naar 'cool climate'-regio's; prijsvork: rond €16. Een atypische wijn, wat reductief en licht van kleur, zeer fruitig en ja...natuur in het glas. Een controversiële wijn (wat de bedoeling was) gekenmerkt met aroma's die helemaal niet eigen waren aan de druif (gamay) maar aan het vinificatieproces. Een 'principe'-wijn voor hardliners and haters!

ANKER-effect: prijsreferentie heeft een invloed op de perceptie

Allegrini, Amarone della Valpolicella, Classico 2010, Italië: compleet iets anders en weg finesse, leve kracht, body en structuur. Een wijn met evolutie waardoor zijn tannine stevig blijven kleven. Geen simpele wijn; prijsvork rond €65. Een wijn met zeer traditionele structuur en grote complexiteit. De full-body-perceptie in kleur en viscositeit, krijgt in de mond toch iets subtielere tonaliteiten. Compleet tegenovergesteld tov van de Brutal Gamay 2022. Maar dat was ook de bedoeling.



Context effect



In presentatie:
5 euro verschil tussen de
beide groepen.
Hoger anker= hoogste
prijs

Anker effect

Experiment 5 & 6

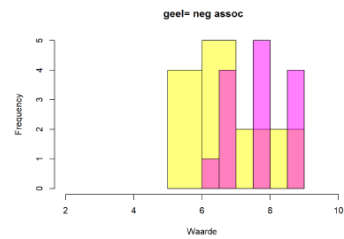
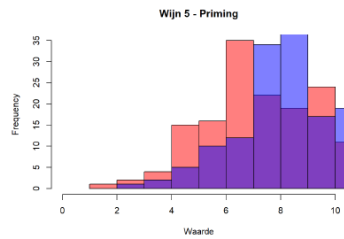
PRIMING-effect: sensitieve associaties beïnvloeden onze beoordeling

Domaine Simian, Les Grandes Grenachières d'Hippolyte 2010, Châteauneuf-du-Pape. Een vrij unieke cuvée van een domein gelegen in Uchaux (Rhône) en die over zeer oude grenaches beschikt in C-d-P. Hij vinifieert deze op een traditionele manier, waarbij zijn grenaches visueel vrij vlug verouderen. Pure elegantie, maar tegelijkertijd oude school (dus wat rustiek). Deze 2010 zou mogelijks wat te lijden hebben van zijn ouderdom, maar dit maakt hem dan ook interessant; prijsvork rond €50-100. Uiteindelijk werd deze wijn prachtig geëvalueerd en was perfect op dronk. Een topwijn in zijn genre.

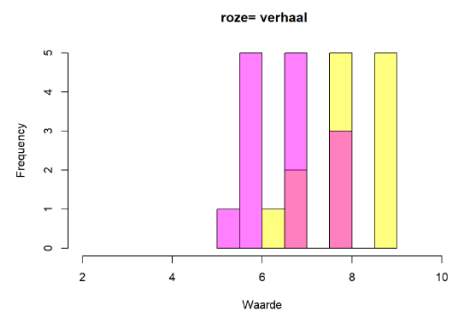
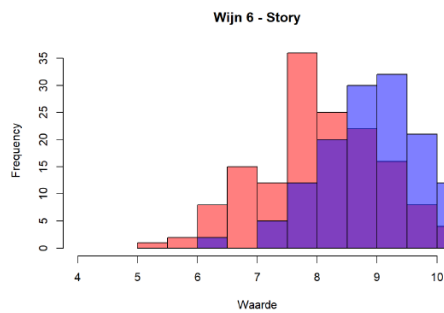
STORY-effect : onze hersenen zijn verslaafd aan verhalen

Domaine de Vacceli, cuvée Granit 2020, Ajaccio, Corsica. Een spetter van een wijn van één van de beste Corsicaanse wijnbouwers. Hier wordt de sciaccarello-druif op een edele manier verbouwd, alsof het een perfect pinot noir is. De kleur is iets donkerder, maar de mond is subtiel, fijn, elegant met een joekel aan complexiteit. Grote wijn en enkel bekend bij freaks; prijsvork rond €80-120. Deze wijn werd samen met de Châteauneuf als een topwijn geëvalueerd.

Deze twee topwijnen waren nodig om de verwarring rond de twee-effecten mogelijk te maken



Priming

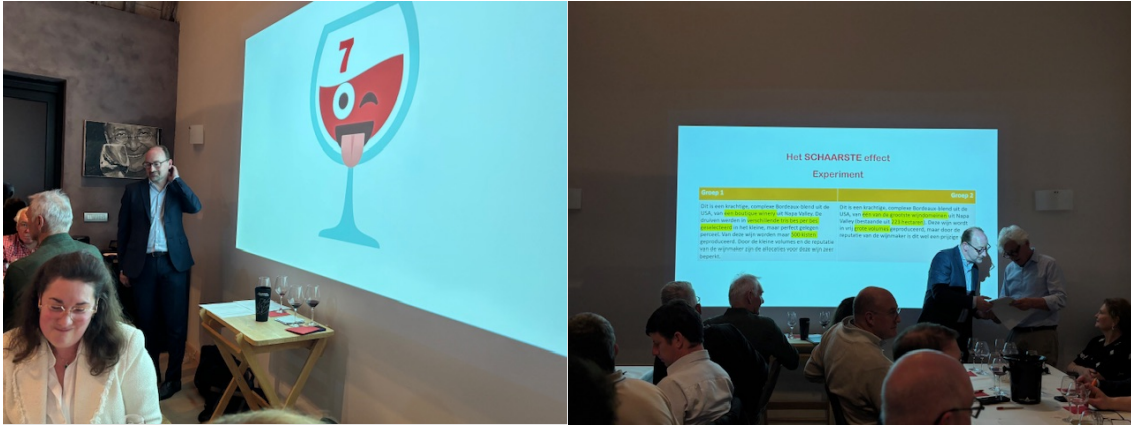


Story effect

Experiment 7 & 8

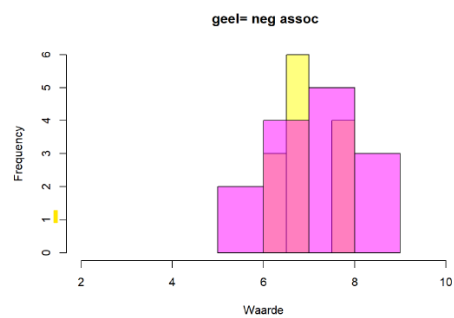
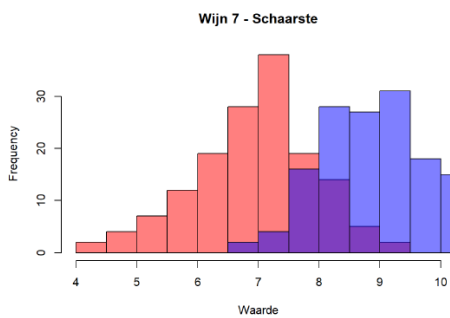
SCHAARSTE-effect: schaarste leidt tot woekerprijzen en krijgt een andere realiteit

Dominus Estate, Napanook 2020, Napa Californië. Een Mouïex-wijn in de USA (verwijzend naar de eerste EWOP-avond in 2024) met groot karakter en stevige complexiteit. Een echte Bordeaux-blend van het hoogste niveau. Deze 2020 moet perfect op dronk zijn en is geen doetje om zonder handschoenen aan te pakken; prijsvork €80 (nu 200 euro). De wijn kwam zeer jong en kruidig over, waarbij de cabernet-typiciteit uit het glas vloog. Uiteindelijk een zeer toegankelijke en bijzonder herkenbare wijn. Enkel was de Californië-toots niet voor door iedereen een evidentie.



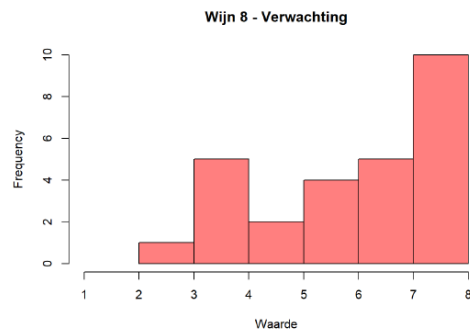
FRAME-effect: verwachtingspatroon beïnvloed uw perceptie (Beste Wijn Laatst)

Château La Conseillante, Pomerol 2006, Bordeaux: een zeer klassieke Bordeaux van het hoogste niveau, maar 20jaar oud. Dus secudaire aroma's in finesse zijn hier aan zet. Een prachtige wijn, die normaal weinig in degustaties wordt gestoken. In EWOP moet dit kunnen: prijsvork rond €145 (nu 310 euro). Deze wijn was een indrukwekkende afsluiter bij het laatste experiment en helemaal geen sleet. Deze Pomerol kan gerust nog wat jaartjes mee en een perfect decante meedrinker bij de stoverij die achteraf werd geserveerd.



Schaarste effect

Verwachting (grafiek van de groep)



Conclusie:

Deze eerste EWOP-avond van 2026 werd iets onverwachts en leuk. De experimenten werden gesmaakt, maar de resultaten waren niet echt representatief. Dit komt door het hoog niveau van de proevers, de kwaliteit van de wijnen en de te kleine groep om statistisch relevant te kunnen zijn. Toch waren de experimenten bijzonder interessant en waren het voor velen een ontzuivering met het besef dat ons brein op een zeer gemakkelijk (en zelf doorzichtige) manier kan worden afgeleid en ons beoordelingsvermogen kan worden verstoord. Het werd een 'eye-opener' voor velen. Dit werd versterkt door de sterke (soms grappige) begeleiding van de twee specialisten. De oefeningen maakten duidelijk welk impact goede marketing kan hebben op ons koop- en beoordelingsvermogen. Wijnproeven in een compleet onafhankelijke omgeving is quasi onmogelijk, waardoor ons bewustzijn voor beïnvloeding van externe factoren zeer groot moet zijn. Deze boodschap was voor de aanwezige EWOPpers meer dan duidelijk. Alleen om dit leermoment was de avond meer dan geslaagd. Het feit dat er veel interactie was tussen de aanwezige proevers maakte deze avond boeiend en plezierig. De vijf nieuwe EWOPpers van de shortlist weten nu wat het betekent om EWOPper te zijn.

De originele avond werd afgesloten met een typisch vlaamse gerechtje met een duidelijke Tamis-touch.



