

Hintergrund „DER BESTE SCHOPPEN“

Wirte und Winzer sorgen für Aha-Effekt

Der Gastronomie-Wettbewerb „DER BESTE SCHOPPEN“

Eine Plakette weist den Weg zum guten Schoppenwein: Gastronomiebetriebe, die besonders gute Weine von Mosel, Saar und Ruwer im offenen – also glasweisen - Ausschank anbieten, dürfen sich mit dem Titel „HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“ schmücken.

Gastronomen, Winzer und Verbraucher bewerten seit 1999 einmal jährlich im Wettbewerb „**DER BESTE SCHOPPEN**“ die Qualität von Weinen verschiedener Rebsorten im offenen Ausschank. Alle Weine, die diese Qualitätsprüfung bestehen, erhalten die offiziellen Prüfsiegel „**DER BESTE SCHOPPEN - AUSGEZEICHNET**“. An diesen Siegeln in der Weinkarte kann jeder Gast einen Schoppenwein besonderer Güte erkennen. Die Plakette „**HAUS DER BESTEN SCHOPPEN**“ erhalten alle Gastronomiebetriebe, die sich drei Jahre in Folge besonders erfolgreich am Wettbewerb „**DER BESTE SCHOPPEN**“ beteiligt haben. Der Gast kann so gleich erkennen, wo ihm ein besonders guter Schoppenwein von Mosel, Saar und Ruwer serviert wird.

Dieses Prinzip von der Mosel machte Schule im gesamten Land Rheinland-Pfalz: Auch am Mittelrhein und in Rheinhessen findet der Wettbewerb jährlich statt. Die im Wettbewerb vergebenen Siegel und Auszeichnungen sind seit 2002 Teil der Landesweinprämierung.

Bereits 1997 wurde im Kreis Bernkastel-Wittlich die Idee zu einem Wettbewerb der besten Gastronomieweine von Mosel, Saar und Ruwer geboren. Das Ziel: Bereits der erste Wein, den ein Gast in einem Lokal an der Mosel genießt, soll Begeisterung für die Gewächse der heimischen Winzer wecken. Da der Urlauber meist zunächst mit dem Schoppenwein in der Gastronomie den Einstieg in die Weinwelt an Mosel, Saar und Ruwer wagt, kommt dieser ersten Begegnung besondere Bedeutung zu. Schmeckt der Schoppen nicht, ist der erste Eindruck der Weinregion eher negativ. Und der Gast wird auch kaum einen weiteren Schoppen bestellen, sondern eher auf Bier oder andere Getränke zurückgreifen. Keine gute Werbung für eine Weinregion, die auch stark vom Tourismus abhängig ist.

Vorteile für Winzer, Gastronomen und Gäste

Hier setzt der Wettbewerb „**DER BESTE SCHOPPEN**“ an. Die Qualität der offenen Ausschankweine muss besser werden, lautete die Erkenntnis der Initiatoren. Der Erstkontakt mit den Gewächsen der heimischen Erzeuger muss einen Aha-Effekt auslösen, neugierig machen auf weitere Entdeckungen in der Welt des Weines an Mosel, Saar und Ruwer.

Von dieser Zielsetzung profitieren nicht nur die Verbraucher, die eine bessere Orientierung bei der Weinauswahl und geprüfte Qualität im Schoppen-Glas erhalten. Auch der Gastronom freut sich über höheren Umsatz dank besseren Schoppenweines. Der Gast fühlt sich wohl, kommt gerne wieder und empfiehlt das Lokal weiter. Der Lieferant aus der Winzerschaft wird für die höhere Qualität mit häufigeren Nachbestellungen des Gastwirtes belohnt und erschließt sich über den Multiplikator Gastronom auch noch Neukunden-Kontakte für die Direktvermarktung ab Hof. Und die gesamte Wein- und Tourismusregion verbessert ihr Image bei den Gästen, die zu Hause von ihren Erfahrungen berichten.

Angesichts solch vielfältigen Nutzens wurde die Idee schon bald in die Tat umgesetzt. In Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, der Weinwerbung und dem Bernkasteler Ring wurde 1999 im Kreis Bernkastel-Wittlich der erste Wettbewerb um die besten Schoppenweine ausgelobt. 41 Gastronomiebetriebe mit 138 Weinen aus 95 Weingütern beteiligten sich. 78 Weine werden ausgezeichnet.

Bereits im folgenden Jahr, 2000, wird der Wettbewerb auf das gesamte Anbaugebiet Mosel-Saar-Ruwer und die angrenzenden Regionen Eifel und Hunsrück ausgedehnt (auch am Mittelrhein findet erstmals ein Schoppen-Wettbewerb statt). 67 Gastronomen reichen 222 Weine aus 101 Weinbaubetrieben der Mosel-Region ein. 128 Weine in fünf Kategorien erhalten die Auszeichnung „**DER BESTE SCHOPPEN**“ – **AUSGEZEICHNET**“.

DER BESTE
SCHOPPEN



MOSEL
WEINKULTURLAND



ZWIESEL KRISTALLGLAS



Seitdem belegt die Statistik eine beeindruckende Entwicklung. Heute beteiligen sich etwa 230 bis 250 Gastronomiebetriebe aus ganz Deutschland mit mehr als 1.200 Weinen von Mosel, Saar und Ruwer jährlich am Wettbewerb. Und die Zahlen belegen auch, dass sich die Qualität der geprüften Weine beständig nach oben entwickelt hat. Lag die Quote der Auszeichnungen anfangs noch bei rund 56 Prozent, so erhielten in den vergangenen Jahren mehr als 90 Prozent der angestellten Weine eine Prämierung. Dies ist auch ein Zeichen für die insgesamt stark gestiegene Weinqualität an Mosel, Saar und Ruwer.



Kooperationsvertrag ist das Fundament

Getragen wird das Projekt seit 2005 von fünf Trägern: Weinwerbung Moselwein e.V., Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Industrie- und Handelskammer Trier und Koblenz, Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz sowie Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel. Sie haben in einem Kooperationsvertrag die Aufgabenverteilung geregelt. Bereits 2002 schlossen Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Industrie- und Handelskammer Trier und Weinwerbung einen ersten Kooperationsvertrag zur Durchführung des Wettbewerbs, der zuvor in lockerer Kooperation organisiert und neben den drei genannten Organisationen auch vom Bernkasteler Ring und dem Hotel- und Gaststättenverband Rheinland unterstützt worden war.

Wichtige Unterstützung erfährt der Wettbewerb „**DER BESTE SCHOPPEN**“ von weiteren Partnern. Die Volks- und Raiffeisenbanken der Region sind seit Jahren treue Partner des Projektes. Das passende Mineralwasser zum Schoppenwein kommt auch aus der Region: Der Gerolsteiner Brunnen ist Partner des Wettbewerbs, denn Gerolsteiner Mineralwasser bildet eine hervorragende Ergänzung zu Wein und Küche der Region. Die Wein- und Sommelierschule in Koblenz attestiert Gerolsteiner Mineralwasser aufgrund seiner ausgewogenen Mineralisierung und dem harmonischen Geschmack eine hervorragende Eignung als Begleiter zum Wein.

Der Wettbewerb läuft nach einem bestens erprobten Muster ab. Im April erfolgt der Startschuss mit einer Pressekonferenz und dem Versand der Ausschreibungsunterlagen an konzessionierte Gastronomiebetriebe im Mosel-Eifel-Hunsrück-Raum. Über Winzer der Region werden aber auch Gastronomen in anderen Regionen bis hin nach Bielefeld, Bremen und Schwerin auf den Wettbewerb aufmerksam und beteiligen sich mit den Moselweinen, die sie im offenen Ausschank anbieten. Selbst aus Belgien beteiligt sich ein Lokal. Voraussetzung für eine Teilnahme ist neben der gastronomischen Konzession, dass der Betrieb einen oder mehrere Weine von Mosel, Saar und Ruwer als Schoppenweine anbietet und diese den Wettbewerbskategorien entsprechen.

Die Weine werden angemeldet und bis Anfang Mai bei den Prüfstellen der Landwirtschaftskammer eingereicht. Dort werden die Weine registriert und sortiert. Im Juni finden an drei Orten im Anbaugbiet die Regionalproben statt: in Cochem für die Terrassenmosel, in Bernkastel-Kues für die Mittelmosel und in Trier für den Raum Trier/Saar/Ruwer/Obermosel. Zu diesen sensorischen Prüfungen werden die am Wettbewerb teilnehmenden Gastronomen, ihr Personal und die liefernden Winzer eingeladen.

In verdeckten Proben stehen die eingereichten Weine nach dem bewährten und vielen bekannte 5-Punkte-Schema zur Bewertung (bis 2013 Ja/Nein-Entscheidung). Erhält ein Wein mindestens 2,5 Punkte, so ist ihm die Auszeichnung „**DER BESTE SCHOPPEN**“ – **AUSGEZEICHNET**“ sicher. Ansonsten fällt er durch. Die Gebühren für den Wettbewerbsteilnehmer sind erfolgsorientiert: Nur für ausgezeichnete Weine zahlt der Gastronom eine Erfolgsgebühr als Obolus. Die verdeckten Proben dienen nicht nur dazu, die Qualität der Schoppenweine zu bewerten, sie sind auch Schulungen für die Wettbewerbsteilnehmer. Gastronomen und Winzer können sich dabei ein Bild von der Weinqualität machen. In den vergangenen Jahren haben diese Proben den Qualitätsdialog zwischen Wirten und Weinlieferanten angekurbelt.

Weine stehen in acht Kategorien auf dem Prüfstand

Die Weine werden in acht Kategorien geprüft: Elbling trocken, Rivaner trocken, Weiße Burgundersorten trocken, Riesling trocken, Riesling halbtrocken, Riesling lieblich, Rotwein trocken, Rosé/Blanc de noir (trocken und halbtrocken). Ursprünglich waren es nur fünf Kategorien: Rotwein und Weiße Burgundersorten wurden später aufgenommen, als zunehmend Schoppenweine dieser Kategorien in der Gastronomie angeboten wurden. Rosé kam 2010 als achte Kategorie hinzu.



ZWIESEL KRISTALLGLAS



Zugelassen sind nur Qualitätsweine, keine Prädikatsweine. So wird sichergestellt, dass der echte Schoppenwein prämiert wird. Jeder teilnehmende Gastronom muss alle in die acht Kategorien passenden Schoppenweine anmelden. Er kann sich also nicht nur seine „Stars“ aussuchen, um mit diesen die Auszeichnung einzuheimsen. Das komplette Schoppenangebot steht auf dem Prüfstand. Ein komplexes Regelwerk, das aus den Erfahrungen der ersten Jahre immer wieder verbessert wurde, stellt die Qualität des Schoppenwettbewerbes sicher.



Die besten Gewächse der jeweiligen Regionalproben qualifizieren sich für die Finalprobe, in der amtliche Weinprüfer und weitere Fachjuroren Anfang Juli in Trier oder Bernkastel-Kues in verdeckter Probe die Siegerweine in den Kategorien ermitteln. Unter allen Betrieben, die einen Siegerwein stellen, werden anhand der Punktwertung für den Siegerwein und der Gesamtwertung für alle vom Betrieb eingereichten Weine die Wettbewerbsieger ermittelt. Nur Betriebe, die mindestens drei Weine zum Wettbewerb eingereicht haben, können eine der Betriebsauszeichnungen erhalten. Somit wird die Leistung von Gastronomiebetrieben honoriert, die ihren Gästen ein breites und besonders gutes Schoppenwein-Angebot von der Mosel bieten.

Alle Wettbewerbsteilnehmer, die erstmals die Plakette **„HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“** erhalten, qualifizieren sich für den 2014 erstmals vergebenen Preis „Neuentdeckung des Jahres“. Diese Auszeichnung erhält der Betrieb mit der besten Gesamtwertung für seine Weine.

In der Kategorie „Weingut mit Gastronomie“ werden ab 2014 gastronomische Betriebe geehrt, die zu einem Weingut gehören. Hier gilt die gleiche Vorgehensweise wie in der Hauptkategorie.

Die Sieger werden schließlich Ende Juli in einer feierlichen Präsentation mit rund 400 Gästen ausgezeichnet. Aber auch für einzelne Weine können die Teilnehmer weiterhin die Siegel und Urkunden **„DER BESTE SCHOPPEN“** erhalten. Diese offiziellen Prüfsiegel der Landesweinprämierung dürfen auf Flasche und Weinkarte verwendet werden. Die erfolgreichen Teilnehmer profitieren durch höheren Weinumsatz und sichern sich einen Bonus für eine Zertifizierung als Qualitätsbetrieb im Rahmen der „Dachmarke Mosel“.

Dann dürfen sich viele Gastronomen auch über eine weitere Auszeichnung freuen: Sie erhalten Urkunde und Plakette **„HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“**. Diese Plakette ist neben den Siegeln für die einzelnen prämierten Weine ein sehr wichtiges Instrument, denn damit werben die Gastronomen schon außen für ihre geprüfte Schoppen-Qualität und heben sich von den Mitbewerbern ab.

Plakette weist dem Gast den Weg zum Schoppengenuss

Vergeben wird die Plakette **„HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“** nur an Betriebe, die mindestens drei Jahre in Folge für mehr als zwei Drittel der zum Wettbewerb eingereichten Weine auch das Siegel **„DER BESTE SCHOPPEN - AUSGEZEICHNET“** erhalten haben. 2001 – im dritten Jahr des Wettbewerbs – wurde der Titel **„HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“** erstmals an zwölf Gastronomen. 2011 nahmen 183 Lokale diese Urkunde entgegen, viele davon schon zum wiederholten Male. Im Jubiläumsjahr 2008 erhielten langjährige **„HÄUSER DER BESTEN SCHOPPEN“** für ihre besonders gute Umsetzung und Darstellung des Projektes den Sonderpreis **„HAUS DER BESTEN SCHOPPEN – PREMIUM“**. In diesen Lokalen wird der Gast besonders kompetent und gelungen über die Schoppenweine informiert und animiert, diese prämierten Weine zu genießen.



ZWIESEL KRISTALLGLAS



Aus kleinen Anfängen hat sich mit dem Wettbewerb **„DER BESTE SCHOPPEN“** ein weingastronomisches „Netzwerk“ von mehr als 500 Unternehmen in Gastronomie und Weinwirtschaft entwickelt, die in regelmäßigem Austausch stehen und permanent an der Qualität der Schoppenweine von Mosel, Saar und Ruwer arbeiten. Der Wettbewerb **„DER BESTE SCHOPPEN“** im Weinanbaugebiet Mosel und seine Träger blicken bereits auf 14 Jahre erfolgreichen Wirkens zurück.

Weshalb ist der Wettbewerb so erfolgreich? Sicherlich spielt eine Rolle, dass der erfolgreiche Gastronom – sofern er die Auszeichnungen werbewirksam einsetzt und sein Personal entsprechend schult – deutliche Umsatzzuwächse im Offen-Wein-Geschäft verzeichnen kann. Der Wettbewerb gibt dem Wirt die Möglichkeit, sich mit einem guten Schoppenweinangebot zu profilieren. Bei Gästen und Einheimischen spricht sich schnell herum, wo man verlässliche Qualität und einen guten Service erhält. Zudem winken den Teilnehmern nicht nur Urkunden und Siegel, sondern auch Geld- und Sachpreise, die von den Kooperationspartnern Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG, Volksbanken Raiffeisenbanken der Region und der Zwiessel Kristallglas AG und dem Moselwein e.V. zur Verfügung gestellt werden.

Der jährlich durchgeführte Schoppenwein-Wettbewerb bringt viele weitere positive Effekte: Bessere Zusammenarbeit zwischen Gastwirten und Weinproduzenten, ein verbessertes Angebot und besserer Service für die Verbraucher und Urlaubsgäste, damit Imagepflege für die Wein- und Tourismusregion und letztlich eine Stärkung des Absatzes der Weinwirtschaft und des Umsatzes in der Gastronomie. Damit trägt das Projekt zum Erhalt der Weinkulturlandschaft an Mosel, Saar und Ruwer bei. Ein wichtiger Bestandteil des Wettbewerbs ist die Schulung des gastronomischen Personals im Umgang mit Wein, um dem Gast Informationen über das Anbaugebiet, die Rebsorten und Weine zu geben. Die prämierten Schoppenweine sind die Visitenkarte der Weinregion. Der in Sachen Wein unerfahrene Gast erhält durch die im Wettbewerb verliehenen Siegel und Auszeichnungen eine einfache und sichere Orientierung zum ungetrübten Weingenuss. Denn die ausgezeichneten Weine sind in den Gastronomiebetrieben einfach zu erkennen: Die Prüfsiegel heben in der Weinkarte die „Besten Schoppen“ deutlich hervor, am Eingang weist schon die Plakette „HAUS DER BESTEN SCHOPPEN“ den Weg.



Bedeutung über die ursprünglichen Ziele hinaus

Das Schoppen-Netzwerk hat inzwischen weit über sein eigentliches Ziel hinaus Bedeutung erlangt. Dank der vorbildlichen, Branchen verbindenden Kooperation von Gastronomie und Weinwirtschaft entwickelte sich der Wettbewerb von der Mosel zum Modellprojekt für andere rheinland-pfälzische Weinanbaugebiete. Für die Mosel-Region hat „**DER BESTE SCHOPPEN**“ aber noch eine viel weitergehende Bedeutung. Denn das Projekt in Trägerschaft verschiedener Organisationen, Kammern und Behörden ist mit seiner Zusammenarbeit über Branchen hinweg ein Baustein der Regionalinitiative Mosel und damit auch der Dachmarke „MOSEL WeinKulturLand“ geworden.

Die Prämierung im Wettbewerb „**DER BESTE SCHOPPEN**“ spielt eine Rolle bei der Zertifizierung von Gastronomie- und Hotelbetrieben, die sich nach den Qualitätskriterien der Dachmarke Mosel zertifizieren lassen. Im „Besten Schoppen“ wird die Marke „Mosel“ bereits seit Jahren mit Leben erfüllt.

Das jährlich durchgeführte Qualitätsprojekt hat zu Dialog und verbesserter Zusammenarbeit zwischen Weinmachern und Gastronomen geführt, zu Informationsfluss und Schulung des Personals – alles mit dem Ziel, dem Kunden und Gast bessere Produkt- und Servicequalität zu liefern. Zufriedene Gäste steigern nicht nur den Umsatz für Gastwirt und Winzer, sondern tragen auch wesentlich zu einem positiven Image der Wein- und Ferienregion bei. Damit setzt „**DER BESTE SCHOPPEN**“ schon seit Jahren wesentliche Ziele der Dachmarke um.

Weitere Informationen zum Wettbewerb, alle ausgezeichneten „**HÄUSER DER BESTEN SCHOPPEN**“ und die Teilnahmebedingungen im Internet: www.derbesteschoppen.de

V.i.S.d.P.: Ansgar Schmitz, Moselwein e.V., Gartenfeldstraße 12a, 54295 Trier
Tel. 0651/71028-12, as@weinland-mosel.de



ZWIESEL KRISTALLGLAS

