

Medaillen für Winzer aus dem Markgräflerland

Beim „Mondial du Chasselas“

MARKGRÄFLERLAND (dop). Vor der Traumkulisse des Schlosses Aigle im Waadtland spielte sich die dritte Preisverleihung des 2012 ins Leben gerufenen Weinwettbewerbs „Mondial du Chasselas“ ab. Sie wurde kreiert als Plattform für den Gutedelwein in seinen vielen Spielarten. Auch wenn das Gros der 642 angestellten Weine aus dem Kernland des Chasselas, der Region um den Genfer See kamen, war wieder das Markgräflerland vertreten, wenn auch nicht so zahlreich wie in den Vorjahren.

Vier Silbermedaillen und eine Goldmedaille gab es für die Markgräfler. Zwei Trophäen konnte Wolfgang Löffler aus Ballrechten-Dottingen für seine Beerenauslese 2009 mit nach Hause nehmen, die der Jury 89,6 Punkte wert war: den ersten Preis für die Kategorie Weißweine ab vier Gramm Restzucker, sowie den Preis für den besten deutschen Wein, gestiftet vom Verein Markgräfler Wein. Diesen Preis überreichte Vorstandsmitglied Armin Sütterlin. Den zweiten Platz in der nicht trockenen Kategorie besetzte mit 85,8 Punkten der Winzerkeller Auggen mit einem 2013er Laufener Altenberg Gutedel Terroir Edition. Zwei Silbermedaillen gab es in der Hauptkategorie der trockenen Weißweine: Die Bezirkskellerei erhielt 87,4 Punkte für den 2013er Isteiner Kirchberg und die Erste Markgräfler Winzergenossenschaft Schliengen-Müllheim 86,9 Punkte für den 2013er Gutedel Sonnenstück „Winemaker“. In der Kategorie „Vinification spéciale“ erhielt ein 2013er, auf Hefe gelagerter Chasslie Qualitätswein trocken der Winzergenossenschaft Britzingen 85 Punkte.

Dass 40 Weine aus Deutschland dabei waren, wertete Paul Baumann, Gründungsmitglied des Mondial du Chasselas und Direktor des Weinhauses Obrist in Vevey, als ein Erfolg. Man lege Wert auf Internationalität. „Wir wollen hier nicht nur den Wettbewerb mit der Degustation, sondern auch die Vorteile der lange unterschätzten Traubensorte Gutedel/Chasselas vorstellen“, erläuterte er.

Gute Resonanz für die Markgräfler

Die Weinmesse rund um das Schloss, bei der am Tag nach der Prämierung die Öffentlichkeit die Siegerweine verkosten kann, nutzte die Werbegemeinschaft Markgräflerland erneut für eine Präsentation des Markgräflerlandes als Tourismusregion. „Wir haben hier eine gute Resonanz“, bilanziert Sabine Lang, Chefin der Müllheimer Tourist-Info. Sie lobt den Wettbewerb und das unvergleichliche Ambiente des 540 Jahre alten Schlosses als beste Rahmenbedingungen für touristische Imagepflege. Viele Gäste, die den Wein aus dem Markgräflerland probieren, würden sich auch für die Gegend interessieren, aus der er kommt. Auch von den Winzern habe sie gute Rückmeldungen bekommen. Aigle aber habe als „schönes Weindörfchen“ noch einen Pluspunkt: die Rebberge mitten im Ort. „Man wohnt mit dem Wein“, sagt sie. Auch für das Markgräflerland könnte sie sich vorstellen, dass mehr Reben an touristisch frequentierten Orten angepflanzt werden. Das präge das Bewusstsein und die Identifizierung mit dem Weinbau.