

Teilnahmebedingungen Wettbewerb „Die Junge Pfalz“

1. Zur Teilnahme am diesjährigen Wettbewerb berechtigt sind Kellermeister*innen von Betrieben aus der Pfalz, die 1990 oder später geboren sind, und entscheidende Mitverantwortung an den Weinen des Betriebes haben. Außerdem sollten Sie Mitglied beim Bauern- und Winzerverband RLP Süd e.V. sowie bei Pfalzwein e.V. sein. Teilnahmeschluss ist der 30. Mai 2025.
2. Jede*r Teilnehmer*in stellt sowohl zur Vorentscheidung wie zur Endrunde 5 Weine zur Bewertung an, die er/sie selbst als Kellermeister*in verantwortet hat. Mit der Anmeldung zum Wettbewerb bestätigt der Jungwinzer/die Jungwinzerin, dass er/sie für die angestellten Weine verantwortlich ist. Dies ist zugleich auch ein Kriterium für die Zulassung zum Wettbewerb. Alle Weine werden mit Analysedaten und einer Preisangabe (Preis für Endverbraucher ab Erzeuger) in die Bottlebooks-Datenbank eingepflegt. Pro Wein werden 2 Flaschen benötigt (bitte jede Kollektion in einen eigenen Karton verpacken, also jeweils 5 verschiedene Weine pro Karton)
3. Zugelassen sind:
 - 3.1 ausschließlich trockene Rot- und Weißweine (Ausnahme: „Visitenkarte“, siehe 3.1.6.)
Unter den 5 angestellten Weinen müssen folgende Rebsorten mit mind. einem Wein vertreten sein.
 - 3.1.1 min. 1 weiße Burgundersorte (inkl. Chardonnay) max. 2
 - 3.1.2 min. 1 Riesling max. 2
 - 3.1.3 min. 1 Rote Burgundersorten (Frühburgunder, Spätburgunder, Schwarzriesling)
 - 3.1.4 Weitere Rebsorten sind möglich
 - 3.1.5 Cuvées sind zugelassen
 - 3.1.6 Die „Visitenkarte“ eines Weinguts: Dieser Wein muss keiner Kategorie angehören und benötigt auch keine AP Nummer. Es können Sekt, Stillwein, Süßwein, unfiltrierte Weine etc. angestellt werden. Dieser Wein soll die Ausrichtung eines Betriebes besonders verdeutlichen.
 - 3.1.7 Jungwinzer*innen, die diese Kriterien nicht erfüllen können, weil sie zum Beispiel zu wenige Flaschen vorhalten, ausschließlich auf die Produktion von Sekt fokussiert sind oder einen anderen nennenswerten Grund haben, können sich dennoch mit einer Kollektion bewerben. Über die endgültige Zulassung entscheidet der Pfalzwein-Vorsitzende Boris Kranz mit den Mitgliedern der Jury gemeinsam.
 - 3.2 Die Weine müssen bei Rotwein aus den letzten drei und bei Weißwein aus den letzten zwei Jahrgängen stammen.
 - 3.3 Fassproben sind nicht zugelassen.
 - 3.4 Mindestens einer der Weine muss ein Weißwein mit maximal 12,5 %Vol. Alkohol sein.
 - 3.5 Jeder Wein kann nur einmal bei dem Wettbewerb angestellt werden.
 - 3.6 Von den angestellten Weinen muss eine Partie mind. 2.000 Flaschen umfassen (Beleg durch AP-Antrag). Zum Zeitpunkt der Probe müssen mind. 200 Flaschen verfügbar sein.
 - 3.7 Die Teilnahme am Wettbewerb erfolgt über eine Anmeldung in Bottlebooks und der vollständigen Angabe aller geforderten Daten über den Link:
<https://app.bottlebooks.me/b/6821de7139e54279cab57c08>

3.8 Die 5 Weine bitte jeweils als Kollektion in einer (Karton-)Einheit verpacken (5 verschiedene Weine pro Karton).

Die Teilnehmergebühr beträgt 250,-- € + MwSt. Sie trägt zur Deckung der Kosten des Wettbewerbs bei und muss vor dem Wettbewerb entrichtet werden. Weitere Kosten die entstehen sind Unkostenbeiträge für die Tasting Tour von voraussichtlich 300 Euro pro Termin vor Ort für Logistik und Location.

4. Pfalzwein e.V. überprüft die Einhaltung der Teilnahmebedingungen.
5. Von den Finalisten wird erwartet, dass sie sich an den von Pfalzwein e.V. angebotenen Veranstaltungen beteiligen. Alternativ ist selbstständig für Ersatz zu sorgen.
6. Die Siegerehrung findet in diesem Jahr am Dienstag, 24. Juni ab 18 Uhr statt. Der Ort wird noch bekannt gegeben.

Durchführung

1. Die Durchführung des Wettbewerbs organisiert Pfalzwein e.V.. Die Weine werden nach Betriebskollektion blind verkostet und bewertet. Die Bewertung der Weine erfolgt durch eine Jury mit voraussichtlich 6 Personen die sich ausschließlich aus überregionalen Vertretern zusammen setzt.
2. Der Wettbewerb besteht aus einer Vorausscheidung und einer Endrunde. An der Vorausscheidung nehmen alle Teilnehmer*innen teil, die die Teilnahmebedingungen erfüllen. Die Endrunde bestimmt die 15 Kellermeistern*innen, welche „Die Junge Pfalz“ vertreten.
3. Die Auswahl der Betriebe wird von der Jury mit jeweils einer textlichen Beschreibung begründet. Dieser begründet die Auswahl und charakterisiert den jeweiligen Betrieb in seiner individuellen Ausrichtung.

Marketing und Pressearbeit

1. Im Anschluss an die Siegerehrung wird ein PR-Foto sowie Einzelporträts erstellt und eine Pressemitteilung herausgegeben. Ausgewählten Pressevertretern wird die Möglichkeit gegeben, die Weine zu verkosten. Die Sieger*innen und deren unterschiedlichste Weine finden auch bei überregionalen Veranstaltungen der Pfalzwein besondere Beachtung.
2. Mitglieder*innen der Jungen Pfalz nehmen an verschiedenen Weinwerbemaßnahmen teil. Sofern die Maßnahme mit großen Weinmengen verbunden ist, wird der Wein zu den üblichen Konditionen (mindestens ab Hofpreis abzüglich 30 %) erstattet. In Sonderfällen müssen individuelle Absprachen getroffen werden. Sind geringe Mengen erforderlich (Weinverkostung / Tischpräsentationen) trägt die Kosten der teilnehmende Betrieb.
3. Folgende Veranstaltungen sind für die Junge Pfalz verpflichtend: Siegerehrung Junge Pfalz; Fototermin; Workshop 2025; Tasting Tour im Herbst 2025; möglichst Teilnahme ProWein; Wein am Dom; Tasting Tour Junge Pfalz im Frühjahr 2026.

4. Alle Betriebe werden mit Fotos und Verlinkung zur eigenen Homepage sowie den eigenen Social-Media-Kanälen auf der Pfalzwein Homepage www.die-junge-pfalz.de vorgestellt. Auf den Social Media Seiten der Pfalzwein werden die Betriebe über das Jahr vorgestellt und besonders beworben.
5. Pfalzwein e.V. stellt den beteiligten Weingütern für Marketingzwecke das Logo mit dem Siegerjahr der Jungen Pfalz zur Verfügung. Dies kann nach Rücksprache genutzt werden, aber immer nur zur allgemeinen Bewerbung des Betriebs, nicht zur Bewerbung einzelner Produkte. Im Zusammenspiel mit der Benutzung muss immer eine Verlinkung des Logos auf www.diejungepfalz.de erfolgen.
6. Weiterentwicklung: Nach dem Wettbewerb können aufgrund der gesammelten Erfahrungen Verbesserungen am Konzept vorgenommen werden.