

## Best Of Wine Tourism 2012 Wettbewerbsregeln



San Francisco | Napa Valley | San Francisco | Napa Valley | Firenze  
 Bilbao | Rioja | Mendoza | Cape Town | Bordeaux  
 Mainz | Rheinhessen | Bordeaux | Mainz | Rheinhessen  
 Christchurch | South Island | Porto | Firenze | Christchurch | South Island | Porto

## Einleitung

**Die Great Wine Capitals** sind ein Netzwerk von neun bedeutenden Großstädten der nördlichen und südlichen Hemisphäre, die einen besonderen wirtschaftlichen und kulturellen Aktivposten teilen: ihre international hoch angesehenen Weinregionen. **Das Ziel des Netzwerkes** ist die Förderung der wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Entwicklung in jeder der Mitgliedsstädte durch Austausch und von Gemeinschaftsprojekten im Bereich des Weintourismus.

Einer der Eckpfeiler der Arbeit des GWC ist die Entwicklung des Weintourismus innerhalb des Netzwerkes und darüber hinaus. Um den Weintourismus zu fördern und Spitzenleistungen in diesem Bereich zu würdigen, hat das Netzwerk im Jahr 2003 einen internationalen Weintourismus-Preis ins Leben gerufen: Den „**Best of**“. Die erste feierliche Verleihung des Preises fand 2003 in Bilbao statt, zu der sich 130 Betriebe in acht Kategorien beworben hatten. Seitdem haben sich insgesamt 2.099 Betriebe beworben, von denen 309 ausgezeichnet wurden.

Bei der 8. Auflage des Preises im vergangenen Jahr sind 311 Bewerbungen eingegangen und 59 Betriebe wurden ausgezeichnet, neun davon mit einem internationalen Award.

Die erste Etappe des Wettbewerbes findet in den jeweiligen Weinregionen (Bilbao-Rioja, Bordeaux, Kapstadt, Christchurch, Florenz, Mainz-Rheinhessen, Mendoza, Porto und San Francisco-Napa Valley) statt, bei denen die regionalen Preise verliehen werden.

In jeder Stadt wird eine lokale Jury eingesetzt, um den Wettbewerb vor Ort zu organisieren und die Auswahl der Bewerbungsmappen in den verschiedenen Kategorien fortzusetzen.

Entsprechend den eigenen Kriterien bewertet die Jury die Bewerbungen in den einzelnen Kategorien nach:

- Qualität von Service und Ausstattung
- Qualität und Originalität der angebotenen touristischen Leistungen
- Kundenservice
- Bestrebungen, sich auch für den internationalen Weintourismus zu öffnen

Dieses Dokument enthält:

- ✓ Die Wettbewerbsregeln
- ✓ Die Beschreibung der Wettbewerbskategorien

## Artikel

### Artikel 1: Lokale Durchführung

Auf der Basis eines allgemeinen Fragebogens, hat jede Stadt die Verantwortung den Wettbewerb zu organisieren. Aufgrund der vielen weltweiten Unterschiede im Weintourismus steht es jeder Mitgliedsstadt frei aus den sieben zur Verfügung stehenden Kategorien diejenigen auszusuchen, in denen jeweils ein Gewinner nominiert wird. **Der lokale Wettbewerb** muss bis Ende Oktober 2011 abgeschlossen sein. Eine regionale Veranstaltung wird in jeder Stadt für die Bekanntgabe des dortigen Gewinners organisiert. Die Bewerbungsunterlagen müssen unter der folgenden Adresse **bis zum 31. August 2011** eingereicht werden:

**Great Wine Capitals Geschäftsstelle**  
**C/O Landeshauptstadt Mainz**  
**Amt für Öffentlichkeitsarbeit**  
**Martin Beckenbach**  
**Postfach 3820, 55028 Mainz**  
**Tel. 061 31 – 12 23 82**  
**Email: [oeffentlichkeitsarbeit@stadt.mainz.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@stadt.mainz.de)**

Die lokalen "Best Of Wine Tourism"- Preisträger sind automatisch für den **International "Best Of Wine Tourism Award"** qualifiziert und werden auf internationaler Ebene gegeneinander antreten. Die internationalen Gewinner werden im Oktober 2011 während der Great Wine Capitals Global Network Hauptversammlung in Mainz ausgezeichnet.

### Artikel 2: Ziele und Leistungen

**Die jährliche Internationale "Best of Wine Tourism" Prämie** bietet die Möglichkeit für Weingüter in den Weinbauregionen, repräsentiert durch die Great Wine Capitals Global Network, ihr Wissen und ihre Effizienz, sowie eigene innovative, internationale Tourismusprogramme zu bewerben.

#### **Weitere Ziele sind:**

- Kreativitätsförderung
- Start neuer Initiativen
- Verbesserung der Standards
- Die Bemühungen einzelner Weingüter zu fördern
- Wissensaustausch zwischen den verschiedenen Weinregionen
- Weingutsbesucher zu Plätzen der Extra-Klasse führen

#### **Best Of Wine Tourism -Gewinner werden folgende Leistungen erhalten:**

- Die Möglichkeit die " Best Of Wine Tourism" -Trophäe zu gewinnen.
- Die Möglichkeit für eine internationale Auszeichnung anzutreten.
- Online-Präsenz auf der GWC Website: [www.greatwinecapitals.com](http://www.greatwinecapitals.com).
- Präsenz in der "Best Of"- Werbung und Pressearbeit in lokalen und internationalen Medien (TV, allgemeine und spezielle Weinpresse / Gastronomiepresse / Tourismuspresse).
- Spezielle Werbung mit dem Fokus auf lokale und internationale Reiseveranstalter.
- Präsenz in einem „Best of“-Reiseführer, der bei bedeutenden lokalen und internationalen Wein- und Tourismusveranstaltungen eingesetzt wird.
- Eine Einladung zur Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und Weintourismuskonferenzen beteiligter Städte.
- Unterstützung bei der Nutzung des Preises zur Absatzförderung.

### Artikel 3: Bewertungskriterien

Da die Kandidaten bereits von der lokalen Jury ausgewählt wurden und ihren Beitrag zur globalen Weintourismusedwicklung dargelegt haben, wird sich die internationale Beurteilung auf die originellsten und innovativsten Aspekte jeder Bewerbung fokussieren.

Obwohl es **viele Unterschiede** zwischen den Weintourismusangeboten auf der ganzen Welt gibt, wird sich die Beurteilung hauptsächlich auf die bereits oben angeführten allgemeinen Grundlagen beziehen:

- Qualität von Service und Ausstattung
- Qualität und Originalität der angebotenen touristischen Leistungen
- Kundenservice
- Bestrebungen, sich auch für den internationalen Weintourismus zu öffnen

### Artikel 4: Verantwortung der Jury

- **Die internationale Jury** wird aus **neun Teilnehmern** bestehen; **je ein Repräsentant aus jeder Mitgliedsstadt/Region**.
- Zum Anlass der Great Wine Capitals Global Network AGM in Christchurch | South Island im November 2010 wird sich die internationale Jury treffen und jeder Repräsentant seiner Stadt wird seine Finalisten vorstellen.
- Die internationale Jury wird sich beraten und **einen Gewinner pro Stadt/Region** auswählen. **Hierbei werden alle Kategorien zusammen bewertet. Aus jeder der neun Netzwerkregionen wird jeweils ein Wettbewerber prämiert.**
- Falls ein Teilnehmer eine bestimmte Kategorie zweimal gewinnt, darf er in dieser Kategorie für die zwei nächsten aufeinander folgenden Jahren nicht antreten. Dasselbe gilt für die internationalen Gewinner.

**Die Preisverleihung** wird **im Oktober 2011** stattfinden, um die Ergebnisse des "Internationalen Best Of Wine Tourism" -Wettbewerbs bekannt zu geben.

### Artikel 5: Bewerbungsverfahren

Die internationalen Bewerbungsformulare müssen maschinell (bitte keine handschriftlichen Bewerbungen einreichen!) und in Englisch geschrieben sein und betreffen nur eine Kategorie. Die Bewerbung für den nationalen Award Mainz & Rheinhessen dürfen in Deutsch eingereicht werden. Im Falle einer Auszeichnung ist eine englische Version nachzureichen.

Die Bewerbung muss folgendes beinhalten:

1. Unterschriebene Einverständniserklärung des Teilnehmers
2. Das vollständige Bewerbungsformular mit:
  - Allgemeine Informationen
  - Categorieschwerpunkt
3. Zwei hochauflösende Fotos in digitaler Form (300dpi).

*Optional:* Broschüren, Werbematerialien und ein Pressespiegel mit relevanten Informationen bezüglich der Kategorie, in der die Bewerbung erfolgt.

**Bitte ziehen Sie in Erwägung, dass die Jury auch das Layout, Design und das Format der Bewerbung für eine abschließende Bewertung berücksichtigen wird.**

## BEST OF WINE TOURISM 2012 7 Ausschreibungskategorien

### 1. Unterkunft

Diese Kategorie ist für Betriebe, die örtliche Unterkünfte anbieten, wie einem Hotel, einem Motel, Gasthaus, einem Bed and Breakfast oder einem Ferienhaus. Sie ist darüber hinaus auch offen für Hotellerie und Gästehäuser in der Region, die nachweisen können, dass sie eng in den Bereich Weintourismus involviert sind. Bewerber, die kein Weingut besitzen, müssen eine Verbindung oder eine starke Beteiligung im Marketing des Weintourismus der Region belegen (z.B. beteiligt sich das Unternehmen für Weintourismus in der Region, bietet es spezielle Links mit Weingüter in der Region an, wirbt es in Veröffentlichungen für regionalen Weintourismus etc.).

### 2. Weingastronomie

Diese Kategorie ist für Betriebe, die ein Restaurant auf dem Weingut betreiben und über hohes Wissen bei Wein und Speisen verfügen, die aus lokalen und regionalen Produkten erzeugt werden. Die Kategorie ist auch für regionale Restaurants offen, die ein bedeutsames Mitwirken im regionalen Weintourismus zeigen. Dieses Restaurant muss in der Lage sein, seine Verbindung und starke Beteiligung im Marketing des regionalen Weintourismus zu belegen. (z.B. bietet es ein umfangreiches Sortiment an regionalen Weinen auf seiner Weinkarte an, beteiligt es sich in Werbung für regionalen Weintourismus, bietet das Unternehmen spezielle Links mit regionalen Weingüter an, wie zum Beispiel regionale Winzerabende, wirbt es in Veröffentlichungen für regionalen Weintourismus etc.)

### 3. Architektur, Parks & Gärten

Diese Kategorie ist für Betriebe mit kommerziell genutzten Gebäuden (historisches Hofgut, Weinkeller) und/oder Arbeitsgebäude (Lagerhallen, Keller, Fasskammern) von Bedeutung, die Teile des Weinguts sind und besondere oder nennenswerte architektonische Gestaltung oder Eigenschaften haben, die entweder historisch oder auch modernzeitgenössisch sind. Die Weingüter können auch Parks, Landschaftsgärten, Panorama oder Aussicht anbieten, deren Anblick den Gästen als eine besondere Erinnerung ihres Besuches im Gedächtnis bleibt.

### 4. Kunst & Kultur

Diese Kategorie ist für Betriebe, die ein örtliches Museum oder eine Galerie mit kurzzeitigen oder permanenten Kollektionen beherbergen, die im Bezug zu Kunst und Kultur stehen. Es ist auch für Weingüter, die spezielle Veranstaltungen anbieten, die mit einer Art von Kunst in Beziehung stehen (Konzerten, Vorstellungen, Ballette, artistische Arbeitskreise etc.).

### 5. Innovative Weintourismus-Angebote

Diese Kategorie ist für Betriebe relevant, die besondere und innovative, informative Aktionen und/oder Freizeitaktivitäten und Erlebnisse für Einzelpersonen oder Gruppen im Weingut, dem Weinkeller oder in den Weinbergen anbieten. Es umfasst auch Weingüter, die vor Ort Wein- und Gourmetveranstaltungen organisieren oder Weingüter, die zusammenarbeiten und ein gemeinsames Besucherprogramm entwickelt haben, das auf einem bestimmten Thema basiert.

### 6. Weintourismus & Service

Diese Kategorie ist für Einrichtungen und Veranstalter, die einen bedeutenden Service für die Weintourismusindustrie anbieten (z.B. Touristenführungen durch Weingüter, Tourführer und Großhändler und/oder Agenturen, die spezielle Reisearrangements mit signifikante Wein- und Essenserlebnissen, Weinfachschulen etc.). Es richtet sich auch an Weingüter, deren Fokus auf der Organisation von Konferenzen und Fachkongresse liegt und die professionelle Konferenzen und Tagungen organisieren.

### 7. Nachhaltigkeit im Weintourismus

Diese Kategorie ist entsprechend für Betriebe, die Umweltpraktiken und tragfähige Innovationen und Entwicklungen auf dem Weinberg (z.B. mit ökologisch geführtem Weinbau), auf dem Weingut (z.B. durch reduziertem Energieverbrauch) in ihrem Produktionsprozess und im touristischen Bereich integriert haben.