



Best Of Wine Tourism

by GREAT WINE CAPITALS
THE AWARD OF EXCELLENCE

Best Of
Wine
Tourism
AWARDS
2026

Bewerbungsformular Mainz | Rheinhessen

2026



Willkommen zu den Best Of Wine Tourism Awards 2026!

Dieser Wettbewerb findet jährlich weltweit statt. Er wurde ins Leben gerufen, um Betriebe in den Mitgliedsstädten für hervorragende weintouristische Angebote in insgesamt sieben Kategorien auszuzeichnen: von Kunst und Kultur bis zu Nachhaltigkeit im Weintourismus.

Der Best Of ist eine große Chance, die eigene Bekanntheit im Wein- und Tourismussektor weiter auszubauen und bietet dank des großen Interesses der Medien eine großartige Werbeplattform. Die internationalen Wein- und Tourismuspublikationen berichten regelmäßig über den Wettbewerb sowie die damit ausgezeichneten Betriebe und Touristik-Agenturen.

Die Gewinner des Best Of werden jedes Jahr in eine international bedeutende Werbekampagne eingebunden, die vom Great Wine Capitals Netzwerk finanziert wird:

Die Broschüre *Best Of Weintourismus* wird jährlich herausgebracht und beworben, Anzeigen und Advertorials werden in renommierten Formaten (decanter.com, Dr. Vino sowie nationale Presse) geschaltet, über Soziale Netzwerke werden die Aktivitäten der Best Of-Gewinner verbreitet (Instagram, Facebook etc.).

„Wir freuen uns sehr über den Preis des
GWC 2025!

Er honoriert unseren Ansporn, dem Gast unsere rheinhessische Lebensart näher zu bringen. Mit der Kombination aus Architektur diverser Jahrhunderte, historischem Gutshaus, parkähnlichem Garten und veganen Bio-Wein, verbunden mit unserer familiären Lebensart, erleben unsere Gäste ein besonderes Ambiente.

Das war der Jury es wert, uns den Preis in der Kategorie Unterkunft 2025 zu erteilen.

Wir freuen uns riesig darüber, nach 2011 und 2016 den 3. Preis in Händen halten zu können.“

Bio-Weingut + Gästehaus Bernhard-Räder

**Preisträger des
Best Of Wine Tourism-Awards 2025,
Kategorie Unterkunft**



EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

DA IM FALLE EINER AUSZEICHNUNG DIE VON IHNEN ANGEGEBENEN DETAILS AUTOMATISCH IN DEN VERSCHIEDENEN WERBEMITTELN ÜBERNOMMEN WERDEN, MÖCHTEN WIR SIE BITTEN, ALLE FRAGEN MÖGLICHST SORGFÄLTIG ZU BEANTWORTEN.

GWC Region: Mainz | Rheinhessen

Name des Unternehmens:

Name der Ansprechperson:

Telefon:

E-Mail:

Kategorie, für die Sie sich bewerben:

Bitte beachten Sie, dass im Falle einer Bewerbung in mehreren Kategorien für jede Kategorie ein Satz Bewerbungsunterlagen benötigt wird.

DISKRETION

Keine der angegebenen ökonomischen Daten über individuelle Weingüter wird über das GWC-Team hinaus kommuniziert. Jegliche Nutzung ökonomischer Daten geschieht unter kompletter Anonymität aller in den Wettbewerb involvierten Weingüter und Betriebe/Unternehmen.

MIT MEINER UNTERSCHRIFT BESTÄTIGE ICH

die Teilnahme am Best Of Weintourismus Award 2026 und erkenne die allgemeinen Geschäftsbedingungen an.

dass die Informationen korrekt sind und bei Bedarf überprüft werden können.

stimme ich der Nutzung und Reproduktion der eingereichten Bilder und Informationen für Publikationen und Werbemittel zu.

das anschließende Urteil der Jury zu akzeptieren.

werde ich im Falle einer Auszeichnung das Logo des Netzwerkes auf meiner Unternehmens-Webseite verlinken und Postings sowie Filme auf den Social Media-Kanälen des Unternehmens teilen bzw. einbinden.

ICH AKZEPTIERE DIE OBEN AUFGELISTETEN BEDINGUNGEN:

Datum:

Unterschrift:

WEINGUT PROFIL

Firmenname des Teilnehmers (Firmenname/Weingut/Weintourismusveranstalter):

.....

Ansprechpartner/in:

Weinregion: Mainz | Rheinhessen

Straße:

Postleitzahl:

Ort:

Land: Deutschland

Telefon:

Fax:

Internet-Adresse:

E-Mail:

Kontaktperson (zuständig für Kundenbetreuung) ☐ Frau ☐ Herr

Vorname:

Name:

Position:

E-Mail:

GPS: N|_____|°|_____|'|_____|" W|_____|°|_____|'|_____|"

Nur für Weingüter: Wie viel Wein wurde 2024 in Ihrem Weingut produziert?

.....

ÖFFNUNGSZEITEN

1 Monate, in denen **nicht** geöffnet ist:

J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

2 Wochentage, an denen geöffnet ist:

M	D	M	D	F	S	S

3 Öffnungszeiten:

☐ Vormittags ☐ Mittags ☐ Nachmittags ☐ Abends

4 Haben Sie während der Ferienzeiten geöffnet? ☐ JA ☐ NEIN

5 Haben Sie während der Erntezeit und der Vinifikation geöffnet? ☐ JA ☐ NEIN

6 Haben Sie spezielle Räumlichkeiten, um Gäste zu empfangen? ☐ JA ☐ NEIN

7 Sind Ihre Räumlichkeiten barrierefrei? ☐ JA ☐ NEIN

8 Haben Sie Parkmöglichkeiten? ☐ JA ☐ NEIN

9 Bieten Sie auf Wunsch eine Kinderbetreuung? ☐ JA ☐ NEIN

BESUCHERDETAILS

10 Wie viele Besucher haben Sie 2024 empfangen?

11 Schätzen Sie die Zu-/Abnahme der Besucheranzahl im Vergleich zur vorherigen Saison:%

12 Bitte schätzen Sie in etwa den Umsatz, der pro Besucher 2024 gemacht wurde:
(Bitte geben Sie den Betrag in Zahlen an.)

- 13 Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen in der unten stehenden Tabelle.
- a. Wieviel Prozent der Besucher/-innen sind weiblich?
 - b. Wieviel Prozent der Besucher/-innen sind im Alter zwischen 18 bis 35, 36 bis 55 und über 56?
 - c. Wieviel Prozent der Besucher/-innen sind Einheimische, deutsche Bürger oder Ausländer?

Art der Besucher	%
Weiblich	
Männlich	

Alter	%
18 bis 35 Jahre	
36 bis 55 Jahre	
Über 56 Jahre	

Geographische Herkunft	%
Einheimische	
Deutsche Bürger (nicht einheimische)	
Ausländer	

14 Welche Besucheraktivitäten verbunden mit Weintourismus bieten Sie an?
(Sie können mehr als eine Option auswählen)

Gastronomie	Museum oder Historische Ausstellungen	Weinproben/-events/-feste	Spa/Weintherapie
Weinverkostung und Führungen	Unterkunft/Hotels	Konferenz- oder Tagungsräume	Sport (oder soziale Aktivitäten)
Musik, Konzerte/ Entertainment	Fotografie-, Skulptur- oder Gemäldeausstellung	Hochzeiten	Onlineshop inkl. Verkauf von regionalen Produkten und/oder Souvenirs

15 Planen Sie andere Aktivitäten/Attraktionen, um 2025 weitere Gäste anzulocken? Wenn ja, bitte nennen:

☐ JA ☐ NEIN

BESICHTIGUNGEN

16 Bei Bewerbung von Weingütern: Welche Teile Ihres Weingutes sind für Besucher zugänglich?

☐ Weinbaugebiet ☐ Park/Garten ☐ Gebäude ☐ Weinlagerbesichtigung ☐ Herstellungsbereiche
☐ Keller ☐ Weiteres:

17 Sind die Besichtigungen: ☐ geführt ☐ frei ☐ sowohl als auch

18 Gibt es eine Besichtigungsgebühr?

Einzelperson: ☐ JA ☐ NEIN
Gruppe: ☐ JA ☐ NEIN

19 Empfangen Sie Einzelpersonen?

☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, in welcher Form:

☐ ohne Anmeldung ☐ nur mit Anmeldung

20 Empfangen Sie Gruppen?

☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, in welcher Form:

☐ ohne Anmeldung ☐ nur mit Anmeldung

21 Wer ist verantwortlich für Besichtigungen?

☐ Weintouristisch oder gastronomisch qualifizierte/geschulte Personen ☐ Mitarbeiter auf Zeit
☐ andere Mitarbeiter ☐ Praktikanten

22 Ist Ihr Personal speziell geschult, um Besucher in Empfang nehmen zu können?

☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, welche Art von Schulung?.....

23 Welche Sprachen werden von Ihren Gästeführern gesprochen?

☐ Englisch ☐ Französisch ☐ Deutsch ☐ Italienisch
☐ Spanisch ☐ Portugiesisch ☐ Andere:

24 Nutzen Sie Audioguides?

☐ JA ☐ NEIN

25 Bieten Sie Werbegeschenke am Ende der Führungen?

☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, welche Art von Geschenken/Souvenirs:

.....

.....

WEINPROBEN

26 Bieten Sie Weinproben an?

☐ JA ☐ NEIN

27 Umfang der Weinprobe:

	1	2	3	Mehr
Wie viele verschiedene Weine präsentieren Sie?	☐	☐	☐	☐
Wie viele Jahrgänge?	☐	☐	☐	☐

28 Bieten Sie verschiedene Arten/Themen von Weinproben?

☐ JA ☐ NEIN

29 Bieten Sie spezielles Informationsmaterial zu den Weinproben? (*Broschüren, etc.*) Wenn ja, in welchen Sprachen?

☐ JA ☐ NEIN

☐ Englisch
☐ Italienisch

☐ Französisch
☐ Portugiesisch

☐ Spanisch
☐ Andere:

☐ Deutsch

SHOP

30 Gibt es einen Weinverkauf/eine Vinothek?

☐ JA ☐ NEIN

31 Welche Produkte bieten Sie an? (*Mehrere Antworten möglich*)

☐ eigene Weine
☐ Bücher

☐ Weine anderer Winzer
☐ gastronomische Produkte

☐ Spirituosen
☐ heimisches Kunstgewerbe

☐ Weinprodukte

BESUCHERSERVICE

32 Haben Sie ständige Catering-Einrichtungen?

☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, welche Art?

☐ Picknickbereich
☐ Catering-Bereich

☐ Restaurant
☐ Andere:

☐ Bar/Café

33 Haben Sie Gästezimmer? ☐ JA ☐ NEIN

Wenn ja, wie viele Zimmer:

Wenn ja, welche Art?

- ☐ Privatunterkünfte (inkl. Bed and Breakfast, Gästehaus, Pension)
☐ Apartment, Ferienwohnung

- ☐ Hotel
☐ Campingplatz

34 Organisieren Sie spezielle Empfänge? (*Empfänge, Hochzeiten, etc.*) ☐ JA ☐ NEIN

35 Bieten Sie Konferenzräume an? ☐ JA ☐ NEIN

Anzahl der Räume und maximale Personenzahl pro Gruppe:.....

36 Verfügen Ihre Räume über Internetzugang? ☐ JA ☐ NEIN

37 Bieten Sie Räumlichkeiten für Kunst-/Kulturausstellungen an? Wenn ja, welche Art von Ausstellungen veranstalten Sie? ☐ JA ☐ NEIN

- | | |
|---|--|
| ☐ Museum | ☐ Ständige Sammlung |
| ☐ Wechselausstellung | ☐ Andere: |
| | |

CUSTOMERS FOLLOW-UP

38 Nehmen Sie neue Gäste am Ende des Besuchs in Ihre Kundendatei auf? ☐ JA ☐ NEIN

39 Wie halten Sie mit Ihren Kunden Kontakt?

- | | |
|--|--|
| ☐ durch Zusendung von Souvenirs/Werbefotos | ☐ durch erneute Einladung zu einem Besuch |
| ☐ durch Einladungen zu Ausstellungen/Sonderaktionen | ☐ durch Zusendung von Newslettern |
| ☐ durch Anmeldung bei einem „Wein Club“ | ☐ durch Zusendung von Preislisten |

40 Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, ihre Meinung und den Zufriedenheitsgrad wiederzugeben? (*Gästebuch, Kundenzufriedenheitsumfragen...*) ☐ JA ☐ NEIN

41 Welche der folgenden Onlinetools benutzen Sie, um Ihr Weingut zu bewerben (inklusive Weinfeste und Verkaufsaktionen)?

- | | | |
|--|--------------------------------------|--|
| ☐ Eigene Website | ☐ Mobile Apps | ☐ Pinterest |
| ☐ Online Newsletter | ☐ Facebook | ☐ Andere (bitte auflisten): |
| ☐ Blog | ☐ X | |
| | ☐ Instagram | |
| | | |

42 Welche sind die drei effektivsten Werbemaßnahmen, die Sie momentan in Bezug auf Weintourismus benutzen?
(Bitte nur drei Kategorien ankreuzen)

Reisebüro ☐	Teilnahme an touristischen Ausstellungen ☐	Weinproben ☐	Traditionelle Werbung (TV, Zeitung, Radio) ☐	Verlass auf Klassifizierungssysteme wie Q. b. A., Weinpyramide (Guts-, Orts-, Lagerwein) etc. ☐	Touren (Besichtigungen etc.) ☐
Touristen-Information ☐	Spezielle Medien ☐	Social Media Seiten (Facebook, andere) ☐	Auslage von Broschüren ☐	Weingut wird auf der Website der Region oder der Tourismuseite erwähnt ☐	
Verlass auf Attraktivität/Beliebtheit der Region ☐	Teilnahme an Weinwettbewerben ☐	Weingut hat eigene Website ☐	Vertretung auf Weinfesten ☐	Speziellen Wein anbieten ☐	Mailing/Newsletter ☐
Mobile Apps ☐	Identifikation mit authentischer Erfahrung ☐	Empfehlung von Importeuren oder Großhändlern ☐	Erwähnung in Handelsmagazinen ☐	Marketing als nachhaltiges und/oder umweltfreundliches Weingut ☐	

43 Setzen Sie Werbebroschüren ein?

☐ JA ☐ NEIN

44 Sind sie:

☐ auf Englisch

☐ auf Deutsch

☐ auf Spanisch

☐ auf Italienisch

☐ auf Niederländisch

☐ auf Portugiesisch

☐ auf Französisch

☐ Weitere Sprachen (auflisten):

(Bitte fügen Sie je ein Exemplar Ihrer Broschüre in der jeweiligen Sprache bei.)

45 Ist Ihre Website mehrsprachig?

☐ JA ☐ NEIN

46 Enthält sie folgende Informationen?

☐ Standortkarte

☐ Öffnungszeiten

☐ Besuchergebühren

☐ Allgemeine Information

☐ Beschreibung Ihrer weintouristischen Angebote

☐ Name und Angaben zu Kontaktpersonen

47 Wie viel Umsatz haben Sie durch Weintourismus 2024 generiert?(Angabe in Zahlen)

48 Wieviel Prozent Ihres gesamten Umsatzes haben Sie 2024 für touristisches Marketing (inklusive Kellertür und direkte Verkaufsaktivitäten) ausgegeben? % (Bitte geben Sie eine numerische Antwort an, wie zum Beispiel 10%.)

49 Wie waren die Einnahmen 2024 verteilt? (Bitte komplette 100 Prozent verteilen.)

Weinverkauf	
Merchandise Artikel oder Souvenirs	
Einnahmen durch Weinproben	
Essensangebot	
Unterkunft	
Veranstaltung von Events oder Ausstellungen	
Verkauf von regionalen Produkten	
Wohlfühlprogramme (Sport/Spa)	
Anderes:	
Total	100%

50 Wie viele Vollzeitkräfte beschäftigen Sie im Bereich Weintourismus, Events? (Bitte geben Sie eine numerische Antwort an.)

.....

51 In welche Bereiche (wenn überhaupt) haben Sie 2024 investiert?

Infrastruktur ☐	Verbesserung des Services ☐	Positionierung auf dem Weinmarkt ☐
Mitarbeiter Training ☐	Strategische Partnerschaften ☐	Kulturelle Feste oder Unterhaltung vor Ort (inkl. Weinproben) ☐
Keine ☐		

52 Was sind momentan die drei profitabelsten Einnahmequellen im Weintourismus für Sie? (Bitte setzen Sie Ihre Haken nur bei drei Kategorien.)

Weinverkauf ☐	Einnahmen durch Weinproben ☐
Verkauf von regionalen Produkten ☐	Unterkunft ☐
Wohlfühlprogramme (Sport/Spa) ☐	Essensangebot ☐
Merchandise Artikel oder Souvenirs ☐	Veranstaltung von Events oder Ausstellungen ☐

Erklären Sie bitte, warum Sie sich für die gewählte Kategorie bewerben. Bitte orientieren Sie sich an der beiliegenden Kategoriebeschreibung. (400 Worte Maximum)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kurzbeschreibung Ihres Unternehmens und Ihres Angebotes bezogen auf die Kategorie. (600 Zeichen Maximum inklusive Leerzeichen)
Dieser Text wird im Falle einer Auszeichnung im Internet und in der Best Of Broschüre Verwendung finden.
Bitte beachten Sie, dass dieser Text unverändert für die Best Of Website und die Best Of Broschüre genutzt wird.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sollten Sie einen der begehrten Awards erhalten, wie planen Sie dies für Ihr Unternehmen zu nutzen?
(Bitte geben Sie möglichst präzise Beispiele.)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was sind die Motive für Ihr touristisches Engagement auf lokaler/regionaler, nationaler und internationaler Ebene?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kategorieübersicht

Bitte begründen Sie, warum Sie Ihr Unternehmen gerade in dieser Kategorie bewerben.

UNTERKUNFT

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen und Dienstleistern, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Die Art der Unterkunft, die Sie anbieten
- Ihre Lage (z. B. Teil eines Weingutes, in den Weinbergen etc.)
- Anzahl der Räume
- Ihre Zusatzangebote für Gäste
- Ihre Zimmerpreise und Ihre Preisgestaltung
- Ihre Mitgliedschaft bei einer Kette oder zu einer Gruppe
- Hotel- und Reiseführer, in denen Sie gelistet sind
- Touristikpreis und Auszeichnungen, die Ihnen bisher verliehen wurden

WEINGASTRONOMIE

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im Speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Der Stil Ihres Restaurants, Cafés oder Ihrer Vinothek
- Ihre Lage (z.B. Teil eines Weinguts, in den Weinbergen etc.)
- Die Philosophie Ihrer Menüangebote und die Nutzung regionaler Produkte (*Bitte fügen Sie Ihre Speisekarte und die Referenzen des Chefkochs der Bewerbung als Anhang bei.*)
- Ihre Weinliste (*Bitte fügen Sie Ihre Weinkarte der Bewerbung als Anhang bei.*)
- Zahl der Gäste, die Sie pro Tag empfangen können
- Restaurantführer, in denen Sie gelistet sind
- Ihre Marketing-Strategie und Aktionen, die Ihre Bemühungen zeigen, den Weintourismus in Ihrer Region weiter voran zu bringen

ARCHITEKTUR, PARKS UND GÄRTEN

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im Speziellen zu Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Ihre besondere architektonische Bedeutung (*Fügen Sie bitte Informationen zur Geschichte Ihres Anwesens bei.*)
- Wie nutzen Sie die architektonische Bedeutung Ihres Anwesens und Ihres Parks in der Vermarktungsstrategie Ihres Weingutes?
- Renovierungsmaßnahmen/Anbauten in den letzten Jahren, um den Gesamteindruck für Besucher/die Umgebung zu steigern
- Ihr Park, Gartenlandschaft, Panoramaaussicht
- Wie können die Besucher Ihren Park nutzen? (Bieten Sie geführte Rundgänge an, können Sie das Anwesen selbst erkunden, gibt es einen Besucherrundgang mit Informationstafeln?)
- Presseberichte über Ihr Anwesen aus Fachpublikationen für Architektur
- Architekturpreise, die Sie gewonnen haben?

KUNST UND KULTUR

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen und Dienstleistern, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Ihre besonderen Räumlichkeiten für Ausstellungen und Kulturveranstaltungen (Museum, Kunstsammlung, temporäre Ausstellungen, Sonderveranstaltungen etc.)
- Ihre Philosophie, um Kunst- und Kulturtourismus mit einem Weingut zu verknüpfen
- Eintrittspreis/e
- Bitte beschreiben Sie auch, wie Sie die kulturellen Aspekte in Ihre Werbemaßnahmen einbinden und zählen Sie jede Auszeichnung für Kunst- und Kulturengagement auf, die Sie in den letzten Jahren erhalten haben

INNOVATIVE WEINTOURISMUS-ERLEBNISSE

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen und Dienstleistern, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Ihre originellen und innovativen Angebote mit Weinbezug, die Ihren Besuchern ein unvergessliches Erlebnis garantieren (Reiten, Spaziergänge durch die Weinberge, besondere Veranstaltungen im Weinkeller...)
- Wie bewerben Sie diese Veranstaltungen (Broschüre etc.)?

WEINTOURISMUS-SERVICE

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Ihre Veranstaltungen mit Bezug zum Weintourismus
- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen und Dienstleistern, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Welche Initiativen wurden in den letzten Jahren unternommen, um den Gästen außergewöhnliche Erlebnisse zu garantieren?
- Ihre Preisstruktur
- Wie unterstützen Ihre Angebote den regionalen Weintourismus?

NACHHALTIGKEIT IM WEINTOURISMUS

Was macht in Bezug auf diese Kategorie für Ihre Gäste das Besondere aus? Erläutern Sie dies bitte bevorzugt anhand der folgenden Kriterien:

- Die Bedeutung Ihrer Dienstleistung und Ihr Beitrag zum Tourismus, im speziellen zum Weintourismus und der Wirtschaft in Ihrer Region
- Die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Organisationen und Dienstleistern, hier besonders jene mit Bezug zum Weintourismus
- Welche Art von nachhaltigen Lösungen und Entwicklungen setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein?
- Wie binden Sie Ihr Engagement und Ihre Philosophie in Sachen Nachhaltigkeit in Ihre weintouristischen Aktivitäten mit ein?
- Wie kommunizieren Sie Ihre nachhaltigen Maßnahmen bei Ihren Besuchern und machen Sie so auf Ihre Bemühungen aufmerksam?

CHECKLISTE FÜR DOKUMENTE/DATEIEN, DIE DER BEWERBUNG BEILIEGEN MÜSSEN

ZWINGEND ERFORDERLICHE DOKUMENTE UND DATEIEN (MÜSSEN ALLE AUCH ELEKTRONISCH VORLIEGEN)

- ☐ Ausgefüllte Einverständniserklärung inklusive Angabe der Mitgliedsstadt und dem Namen des Bewerbers
- ☐ Vollständige, unterschriebene Unterlagen getippt oder leserlich geschrieben per Mail an den Partner Poppe Reisen
- ☐ Mindestens zwei hochauflösende Bilder (300dpi, 80cm x 60cm) Ihres Unternehmens: Ein allgemeines Bild, das Ihren Betrieb zeigt und ein Foto, das die gewählte Kategorie unterstreicht, auf CD/DVD oder USB-Stick
- ☐ Dieselben Bilder in geringer Auflösung als Anhang an die Bewerbungsunterlagen per Mail (72 dpi)

WICHTIGE ANMERKUNG

Bewerbungen per Mail sind erst gültig, wenn Sie durch den Partner Poppe Reisen, eine schriftliche Eingangsbestätigung erhalten haben.

OPTIONALE DOKUMENTE, MIT DENEN SIE IHRE BEWERBUNG ERGÄNZEN KÖNNEN

- ☐ Broschüren und Werbematerial
- ☐ Pressemappe mit relevanten Meldungen hinsichtlich der ausgewählten Kategorie
- ☐ Sonstige: Bitte auflisten:

.....
.....
.....
.....

KONTAKT UND EINSENDESCHLUSS

KONTAKT

Bei Rückfragen können Sie sich gern an unseren Partner wenden, der den diesjährigen Wettbewerb organisatorisch begleitet:

Poppe Reisen GmbH & Co. KG
z. Hd. Matthias Junker
Wilhelm-Theodor-Römheld Str. 14
55130 Mainz
Tel. 06131 270 66-16
E-Mail: matthias.junker@poppe-reisen.de

oder an die deutsche
GWC-Geschäftsstelle in Mainz
Tel. 06131 12-2382

EINSENDESCHLUSS

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen **bis zum 15. Juli 2025** an die oben stehenden Kontaktdaten von Poppe Reisen GmbH & Co. KG.

**Herzlichen Dank, dass Sie sich für den
Best Of Award 2026 bewerben.**

Wir wünschen viel Erfolg!