



Best Of Wine Tourism

by GREAT WINE CAPITALS
THE AWARD OF EXCELLENCE

Best Of
Wine
Tourism
AWARDS
2024

Bewerbungsformular Mainz | Rheinhessen

2024



Willkommen zu den Best Of Wine Tourism Awards 2024!

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 (speziell Facebook und Twitter).

„Wir freuen uns sehr, dass unser Weingut den Preis für Nachhaltigkeit im Weintourismus erhalten hat. Wir legen sehr viel Wert darauf, unser Wurzeln und Traditionen zu pflegen. Dazu gehört der Anbau von historischen Rebsorten.

Ganz besonders stolz sind wir darauf, dass auch unser Konzept Wild&Wein ausgezeichnet wurde.

Es ist uns ein Anliegen, diese tolle Paarung aus Wild und Wein unseren Kunden und allen Interessierten näher zu bringen. Das ermöglicht uns diese Auszeichnung.“

**Weingut H. L. Menger,
Preisträger des Best Of Wine
Tourism-Awards 2020,
Kategorie Nachhaltigkeit**



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 2024 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 AKTZEPTIERE 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 2022 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 2022 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 2022 gemacht wurde:
(Bitte geben Sie den Betrag in Zahlen an.)

13 Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen in der unten stehenden Tabelle.

- Wieviel Prozent der Besucher/-innen sind weiblich?
- Wieviel Prozent der Besucher/-innen sind im Alter zwischen 18 bis 35, 36 bis 55 und über 56?
- 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 auf Ihrem Weingut 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 2024 weitere Gäste anzulocken? Wenn ja, bitte nennen:

JA NEIN

BESICHTIGUNGEN

16 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?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie viele Jahrgänge?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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 Französisch Spanisch Deutsch
 Italienisch Portugiesisch Andere:

SHOP

30 Gibt es einen Weinverkauf/eine Vinothek? JA NEIN

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

- eigene Weine Weine anderer Winzer Spirituosen Weinprodukte
 Bücher gastronomische Produkte heimisches Kunstgewerbe

BESUCHERSERVICE

32 Haben Sie ständige Catering-Einrichtungen? JA NEIN

Wenn ja, welche Art?

- Picknickbereich Restaurant Bar/Café
 Catering-Bereich Andere:

33 Haben Sie Gästezimmer? JA NEIN

Wenn ja, wie viele Zimmer:

Wenn ja, welche Art?

- Privatunterkünfte (inkl. Bed and Breakfast, Gästehaus, Pension) Hotel
- Apartment, Ferienwohnung 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 Twitter Instagram
-
-
-

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

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

43 Setzen Sie Werbebroschüren ein? JA NEIN

44 Sind sie:
 auf Englisch auf Deutsch auf Spanisch
 auf Italienisch auf Holländisch auf Portugiesisch
 auf Französisch Weitere Sprachen (bitte 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 2022 generiert? (Angabe in Zahlen)

48 Wieviel Prozent Ihres gesamten Umsatzes haben Sie 2022 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 2022 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 2022 investiert?

Infrastruktur <input type="checkbox"/>	Verbesserung des Services <input type="checkbox"/>	Positionierung auf dem Weinmarkt <input type="checkbox"/>
Mitarbeiter Training <input type="checkbox"/>	Strategische Partnerschaften <input type="checkbox"/>	Kulturelle Feste oder Unterhaltung vor Ort (inkl. Weinproben) <input type="checkbox"/>
Keine <input type="checkbox"/>		

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

Weinverkauf <input type="checkbox"/>	Einnahmen durch Weinproben <input type="checkbox"/>
Verkauf von regionalen Produkten <input type="checkbox"/>	Unterkunft <input type="checkbox"/>
Wohlfühlprogramme (Sport/Spa) <input type="checkbox"/>	Essensangebot <input type="checkbox"/>
Merchandise Artikel oder Souvenirs <input type="checkbox"/>	Veranstaltung von Events oder Ausstellungen <input type="checkbox"/>

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 Kulturrengagement 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 die GWC-Geschäftsstelle
- 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 die GWC-Geschäftsstelle 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:

.....

.....

.....

.....

Einsendeschluss Einsende-Formate

**Herzlichen Dank, dass Sie sich für den
Best Of Award 2024 bewerben.**

Wir wünschen viel Erfolg!

**Bei Rückfragen können Sie sich gern an die deutsche GWC-
Geschäftsstelle in Mainz wenden:
06131 12-2382**

EINSENDESCHLUSS

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen
bis zum **14. Juli 2023** an

Great Wine Capitals Geschäftsstelle

c/o Landeshauptstadt Mainz

Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 3820

55028 Mainz

oeffentlichkeitsarbeit@stadt.mainz.de