



# SCHWEIZER WEINTOURISMUSPREIS

## WETTBEWERBSREGLEMENT

### Artikel 1 – Teilnahmebedingungen und Auswahlkriterien

Die Wettbewerbsteilnehmer müssen mit ihrem Projekt die unten stehenden Bedingungen erfüllen. Sie müssen:

- seit mindestens 12 Monaten eine Aktivität im Bereich Weintourismus anbieten;
- einen klar definierten Projektträger benannt haben, der in der Lage ist, die am Angebot beteiligten Akteure zusammenzubringen;
- die Umsetzung eines realisierbaren kommerziellen Angebots.

### Artikel 2 – Auswahlkriterien

Um für den grossen Weintourismuspreis in Frage zu kommen, muss der Projektträger mindestens die nachfolgenden Kriterien in Bezug auf die folgenden Punkte erfüllen:

- Produkt
- Stärkung des Netzwerks
- Der Ansatz von Offenheit und Zusammenarbeit
- Marketing und Kommunikation
- Berücksichtigung von Kundenmeinungen und Optimierungsbemühungen

Entwicklung eines Produkts, das

- eine Destination vorstellt, die touristisch genutzt werden kann bzw. touristische Aktivitäten bietet;
- Weinkeller, Hotelbetriebe, Restaurants, Kultur- oder Naturschauplätze oder die regionale Kultur (Handwerk, Produkte usw.) einbezieht;
- den Weintourismus im Rahmen einer umfassenden Aktion zum Thema Wein oder in Zusammenarbeit mit mehreren Akteuren fördert;
- die Welt des Weins mit dem kulturellen Erbe der Region verbindet;
- zusätzliche, ergänzende Aktivitäten identifiziert und fördert, die den Bedürfnissen des Zielpublikums entsprechen (z. B. Sport, Freizeit, Wellness, Gesundheit usw.).

Stärkung des Netzwerks durch

- Entwicklung einer gemeinsamen Standortentwicklungsstrategie, welche die Nutzung von Synergien zwischen verschiedenen Akteuren fördert.
- Informations- oder Bildungsaktivitäten (als Initiator oder Vermittler).
- Förderung und Entwicklung von Aktionen im Bereich des Schutzes von Kultur- und Naturschauplätzen.
- Förderung und Entwicklung eines nachhaltigen Entwicklungsansatzes.

Ein offener Ansatz, der

- eine Vernetzung der Partner sicherstellt;
- das Entdecken von Natur- und Kulturschauplätzen ermöglicht, und zwar durch Identifizieren und Bezeichnen von Kulturdenkmälern sowie durch Verweise auf Touren, die der Würdigung des Kulturgutes dienen.

Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen, welche

- die Kommunikationsinstrumente, die der Projektträger entwickelt hat, offenlegen;
- das Marketing der Partner des Gebiets, das als Projektträger auftritt, insbesondere mithilfe von Kommunikationsmitteln sicherstellen;
- die Verbreitung der Kommunikationsmittel über die Partner organisieren und den korrekten Einsatz dieser Kommunikationsmittel sicherstellen;
- die Vermarktung und die prioritäre Berücksichtigung der Partner durch Tourismus-Multiplikatoren (Presse, Händler) fördern.

Berücksichtigung von Kundenmeinungen und Optimierungsbemühungen durch

- Entwicklung und Einsatz von kontextgerechten Tools zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit;
- Einführung eines kontextgerechten internen Evaluationsinstruments zwecks Ermittlung von Verbesserungspotential;
- Einführung eines Testkäufer-Systems für die Destination.

### Artikel 3 – Anmeldeverfahren

- Die Anmeldefrist beginnt am 1. März, das vollständige Dossier muss bis zum Anmeldeschluss, das heisst bis spätestens 31. Juli um Mitternacht eingetroffen sein.
- Die Anmeldung zum Wettbewerb erfolgt, indem dem Organisationskomitee per Post oder auf elektronischem Weg ein vollständiges Projektdossier eingereicht wird.
- Damit das Dossier zur Teilnahme zugelassen wird, muss es mit ausreichend Anschauungsmaterial illustriert und mit konkreten und detaillierten Informationen versehen sein, damit die Qualität des Projekts beurteilt werden kann.
- Das Bewerbungsdossier darf nicht mehr als 20 A4-Seiten umfassen. (Anhänge nicht eingeschlossen).
- Das Formular zum Bewerbungsdossier ist auf der folgenden Website erhältlich: [www.swissoeno.ch](http://www.swissoeno.ch).



## Artikel 4 – Die Wettbewerbsjury

- Die Jury besteht aus zwei Teilen: einer «professionellen» Jury, bestehend aus 8 bis 10 Vertretern der mit dem Weintourismus verbundenen Berufe und Branchen (Wein, Gastronomie, Hotellerie, regionale Produkte Handel, Marketing usw.), und einer «Publikumsjury», bestehend aus doppelt so vielen Mitgliedern.
- Die Jury wird vom Organisator und dem Vertreter des Hauptpartners (bzw. deren offiziell eingesetzten Vertretern) präsiert und besteht aus einem Vertreter jedes Wettbewerbspartners und weiteren qualifizierten Personen.
- Die Juries bestimmen die Preisträger und den Gewinner des Schweizer Weintourismuspreises aus.
- Alle Teilnehmenden anerkennen die Unanfechtbarkeit der Jury und akzeptieren mit ihrer Teilnahme die Bestimmungen des vorliegenden Reglements. Die Jury entscheidet Anfang September. Die Entscheidung der Jury wird dem Organisationskomitee spätestens 48 Stunden vor der Preisverleihung mitgeteilt. Der JURYentscheid ist definitiv. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## Artikel 5 – Betrug

Bei nachgewiesenem Betrug oder Betrugsversuch schliessen die Organisatoren das entsprechende Projekt vom Wettbewerb aus und behalten sich rechtliche Schritte vor.

## Artikel 6 – Haftung

Im Falle einer Absage des Wettbewerbs aus Gründen, die nicht im Verantwortungsbereich des Organisators liegen, kann dieser nicht haftbar gemacht werden.

## Artikel 7 – Nutzungsrechte

- Ausser bei einem Verzicht auf die Auszeichnung akzeptieren die Preisträger die kostenlose Nutzung ihrer Bilder zu Dokumentationszwecken. Die in den Bewerbungsdossiers preisgegebenen Informationen werden mit Informatiksystemen verarbeitet und dürfen in der Kommunikation über die Veranstaltung verwendet werden.
- In Übereinstimmung mit dem Datenschutzgesetz hat jeder Teilnehmer das Recht, auf einfache Anfrage an die Wettbewerbsadresse seine Daten einzusehen, zu korrigieren oder löschen zu lassen.

## Artikel 8 – Auswahl der Dossiers

Die Auswahl der Kandidaten erfolgt in zwei Phasen:

- Die *Auswahlkommission* überprüft, ob die Dossiers mit dem vorliegenden Reglement konform sind und trifft eine Vorauswahl.

- Der Jury wird eine Auswahl von zehn bis fünfzehn Dossiers zur eingehenden Analyse vorgelegt. Die ausgewählten Projekte werden kommuniziert und detailliert vorgestellt («Schweizer Finalist »).

Jedes dieser Dossiers wird von der Jury geprüft. Nach der Beratung wählen die Jury-Mitglieder vier Finalisten aus («Schweizer Weintourismuspreis – Finalist»). Die Prüfung der vier Finalistendossiers erfolgt nach einem streng geregelten Verfahren:

- Jedes Dossier wird nach einem vorgegebenen Raster bewertet.
- Die Finalistenprojekte können von einer Delegation des Organisators/der Jury vor Ort geprüft werden.

## Artikel 9 – Kategorien

Die eingegangenen Dossiers werden in verschiedene Kategorien eingeteilt. In jeder Kategorie wird jährlich ein Preis verliehen. Je nach Angebot positioniert sich der Kandidat in mehreren Kategorien. Folgende Kategorien stehen zur Auswahl:

- **Architektur/Landschaften**  
(für den Besuch geöffnete Weinlager/Kellereien, Landschaft, Architektur, bemerkenswerte Umwelt usw.)
- **Kunst/Kultur**  
(Kunstsammlung, Ausstellung, Animation, Konzert, Kulturevent usw.)
- **Entdeckung/Innovation**  
(Kundenerfahrung, neues oder originelles Konzept, Workshop, Internet, Marketingaktion usw.)
- **Umwelt/Entwicklung**  
(innovativer Ansatz, Label, Förderung von Umweltpraktiken bei Besuchern usw.)
- **Restauration/Hotellerie**  
(Kombiangebot, Food- und Weinpairing, lokale Küche, Themenübernachtung, Hütte usw.)
- **Dienstleistungen/Organisation**  
(œnotouristisches Angebot/Service, prof. Eventorganisator, Themenprogramm usw.)
- **Lokales Gewerbe**  
(unabhängige Winzer, lokale Produkte, Degustationen usw.)

Der grosse Gewinner des Schweizer Weintourismuspreises wird in einer dieser Kategorien ausgezeichnet.

## Artikel 10 – Best of Wine Tourism Lausanne

Dieser jährlich stattfindende internationale Wettbewerb prämiert die Weinbauggebiete der Städte innerhalb des Netzwerks der Weinmetropolen (Lausanne für die Schweiz) Im Rahmen des Schweizer Weintourismuspreises werden die Teilnehmer aus der Romandie für das internationale Finale "Best of Wine Tourism" selektioniert. Um für die Selektion in Frage zu kommen, muss die Kandidatur aus einem Westschweizer Weinbauggebiet kommen.