

Qualitätsstandards „Haus der Baden-Württemberger Weine“



An		Von	
	DEHOGA Tourismus Baden-Württemberg GmbH Hausener Straße 21 73337 Bad Überkingen		
		Kd-Nr.	G
Fax	07331 - 984429	Fax	
Seiten		Datum	

Qualitätsgastgeber für „Haus der Baden-Württemberger Weine“

Diese Auszeichnung wendet sich an Betriebe, die klar und deutlich Ihre überdurchschnittliche Weinkompetenz und Ihre Vorliebe für heimische Gewächse zeigen. Sie dokumentiert, dass Sie eine tolle Leistung liefern. Noch dazu, wenn Sie unter anderem von Vertretern der Weinbauverbände vergeben wird. Und, weil „klappern“ heute zum Handwerk gehört.

Kurz gesagt: zeigen Sie doch Ihren Gästen, dass auch „offizielle“ Stellen Ihre hohe, regionale Weinkompetenz anerkennen. Präsentieren Sie sich mit diesem Thema zusätzlich im Internet, bei Ihren touristischen Vermarktern, usw.

Die Auszeichnung nach „Haus der Baden-Württemberger Weine“ kann nur erfolgen, wenn alle Qualitätsstandards erfüllt und von der Jury bestätigt werden. Die Jury überprüft alle drei Jahre die Standards vor Ort. Erfüllen Sie einen Standard nicht, kann in begründeten Fällen die Auszeichnung dennoch vergeben werden. Die Entscheidung obliegt der Jury und den Projektträgern. Die Auszeichnung ist drei Jahre gültig. Bei der Teilnahme am „Wein des Monats“ wird eine einmalige Umlage von 100,00 Euro pro Jahr, zzgl. Mehrwertsteuer fällig. Die Teilnahme und die Auszeichnung „Haus der Baden-Württemberger Weine“ ist kostenlos (Stand Februar 2016).

Ansprechpartner/-in für weintouristisch relevante Themen in der Region ist:

Ich/Wir möchte(n) den Betrieb als „Haus der Baden-Württemberger Weine“-Betrieb auszeichnen lassen.

Ort, Datum

Unterschrift & Stempel

Qualitätsstandards „Haus der Baden-Württemberger Weine“



Restaurant und Gasträume

- 1 Die besondere regionale Weinkompetenz wird am Eingang sichtbar (Karte, Plakat, Tafel, oder andere Hinweise)
- 2 Die Inneneinrichtung ist gepflegt
- 3 Eine sehr gute Lüftung ist vorhanden (kein Küchen-/Essensgeruch)

Lagerung und Kühlung

- 4 Gut organisierte fachgerechte Weinlagerung (aufgeräumt, beschriftet, Temperaturkontrolle, abseits von Lebensmitteln oder geruchsintensiven Waren ...)
- 5 Weinkühlung im Theken- oder rückwertigen Bereich vorhanden (inkl. Temperaturkontrolle)
- 6 Kontrollsystem, damit Weine nicht zu lange im Anbruch stehen

Getränke- und Weinkarte

- 7 Mehrzahl der Weine sind aus Baden-Württemberg
- 8 Heimische Weinvielfalt deckt einen Großteil der Speisen begleitend ab
- 8 Mindestens 5 unterschiedliche Weinbetriebe sind im Angebot
- 10 Mind. zwei Weine aus 0,75l Flaschen werden als 0,1l angeboten
- 11 Speisen-Wein-Empfehlungen werden in der Karte aufgeführt
- 12 Ein heimischer Winzersekt befindet sich im Angebot
- 13 Zusätzliche Weinerzeugnisse werden angeboten
- 14 Weitere heimische Getränke werden mit Name, Herkunft und Marke ausgewiesen und angeboten (z.B. AfG, Wasser ...)
- 15 „Wein des Monats“ (wenn vorhanden) wird gesondert herausgestellt
- 16 Erläuterungen zum „Wein des Monats“ (Weinbeschreibung, Weininhaltsstoffe) sind enthalten
- 17 Darstellung und Erläuterung des HdBW-Logo in der Weinkarte und im Internet und Auslage der Informationsflyer

Weinservice

- 18 Ohne Nachfrage werden Weinempfehlungen ausgesprochen
- 19 Wertige Gläser, Dekanter oder Karaffen stehen zur Verfügung

Qualitätsstandards „Haus der Baden-Württemberger Weine“



- 20 Weinempfehlungen enthalten Hintergrundinformationen zum empfohlenen Wein (Sorte, Art, Jahrgang, Erzeuger ...)
- 21 Auf Nachfrage können weitere Empfehlungen ausgesprochen werden
- 22 Zum ausgewählten Essen können Alternativen vorgeschlagen werden
- 23 Probierportionen/-größen (Probiergläser) werden angeboten
- 24 Zusätzliche Weinprodukte werden zum Außer Haus Verkauf angeboten

Weinwissen

- 20 Im Betrieb liegen Beschreibungen zum Weinland Baden-Württemberg und zu den angebotenen Weinen aus
- 21 Allgemeine Weininformationen (Rebsorten, Weinarten, Anbaugebiete ...) können dem Gast auf Nachfrage vermittelt werden
- 22 Ausgewählte Weinbaubetriebe präsentieren sich im Betrieb (z.B. Prospekte)
- 23 Analysewerte (Alkohol, Restzucker, Säure ...) können vermittelt werden
- 24 Häuser ohne Gastronomie zeichnen sich aus durch eine gute Kooperation mit fußläufiger Erreichbarkeit mit hochwertigen, regionalen Angeboten an Speisen und Weinen. Dies wird dem Gast auch im Vorfeld (Internet, Angebote) kommuniziert (Weinhotel)
- 25 Es besteht ein aktives Angebot für regelmäßige Weinproben oder Weinevents mit regionalem Weinangebot (Weinhotel).
- 26 Zusatzangebote wie Weinwanderung, Weinmenü, Kochkurs, Besichtigung, „Kultur und Wein“ werden mindestens 1 x im Monat aktiv angeboten

Folgende Qualitätsstandards werden nicht erfüllt:

Nr.

Hiermit bestätigen wir die Richtigkeit an Angaben.

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift