

Qualitäts- und Beitreitskriterien der Weinstraße Niederösterreich



Stand: November 2013

I. KRITERIEN FÜR WEINSTRASSEN	Kriterien Muss (M) Kann/Soll (S)
Zusammensetzung aus mehreren (zumindest 5) repräsentativen Weinorten (d.h. Mitgliedsgemeinden, die die Kriterien für einen Weinstraßen-Ort erfüllen)	M
Überwiegende Führung der Weinstraßen-Routen durch Weinbaulandschaften , vorbei an Weingärten, Kellergassen, Heurigen und Winzerhäusern, die, wenn möglich, dem typischen Baustil der Region entsprechen und deren Häuserfassaden mit der Landschaft harmonieren	M
Die Strecke ist durchgehend mit Bussen befahrbar.	M
Mindestens 100 Gästebetten (gewerblich, bäuerlich oder privat) im Umkreis von 25 km ab der Weinstraße in Niederösterreich mit gehobenem Standard (siehe Kriterien); zumindest 1 busfähiger Beherbergungsbetrieb in 1 Std. Fahrdistanz in Niederösterreich	M
Eigene, ausreichende, niederösterreichweit einheitliche Beschichterung (Entfernung alter Weinstraßen-Tafeln) und Wartung der Beschilderung	M
Faltkarte , die das Angebot alleine oder kombiniert mit anderen Weinrouten und touristischen Routen niederösterreichweit einheitlich gestaltet präsentiert	S
Mind. 1 zentrale Informationsstelle , bevorzugt in Kooperation mit bestehenden Mitglieds-Vinotheken oder Mitglieds-Gasthäusern, wo Informationen zu folgenden Themen erhältlich sind: Ab Hof-Verkauf, Kellergassen, regionale Weinmarken, regionale Weinbautradition, Weinveranstaltungen, Infomaterial der Weinstraße Niederösterreich	M
Verfügbarkeit von weintouristischem Angebot (z.B. Weinlehrpfad, Musterweingärtner, Kellergassenführungen....)	M
Zumindest eine Vinothek , die Mitglied ist und den Weinstraßen-Kriterien entspricht	M

II. KRITERIEN FÜR WEINSTRASSEN-ORTE	Kriterien Muss (M) Kann/Soll (S)
Ein Weinstraßen-Ort gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekt etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen-Teilabschnittes zu erkennen. Logos und andere Hilfsmittel werden von der Weinstraße Niederösterreich zur Verfügung gestellt.	M
Eine Weinstraßen-Gemeinde ist Mitglied im jeweiligen Tourismusverband (Muss ab 30.Mai 2007).	M
Weinbau ist landschaftlich sichtbar und für den Besucher über Bewirtschaftung und Präsentation erlebbar.	M
Gepflegtes Ortsbild (saubere Fassaden, Blumenschmuck, Weinstöcke auch im Ortsbild etc.)	M
Weine der Region werden über zumindest einen Ab Hof-Verkauf oder eine Vinothek im Ort angeboten. Diese Betriebe müssen Mitglied der Weinstraße Niederösterreich sein und die Kriterien erfüllen.	M
Informationsstellen in den Hauptgemeinden (Tafel, Vinothek, Infostelle...), die 7 Tage die Woche verfügbar ist; Hauptorte zusätzlich mit elektronischer Unterstützung (nach Möglichkeit TIScover-Mitgliedschaft) und Verlinkung auf www.weinstrassen.at	S
Beschichterung: Niederösterreichweit einheitliche Beschilderung der Weinstraßen-Route und Kennzeichnung des weintouristischen Angebotes unter Berücksichtigung lokaler/regionaler Besonderheiten; Wartung der Schilder	M
Mind. 1 Heuriger und/oder Weingasthof pro Gemeinde ist Mitglied der Weinstraße Niederösterreich	M
Kennzeichnung wichtiger Rieden/Lagen	S

III. KRITERIEN FÜR WEINGASTHÄUSER	Kriterien Muss (M) Kann/Soll (S)
1.BETRIEB	
1.1 Ambiente/Atmosphäre	
Der Betrieb macht einen einladenden Außeneindruck durch eine ansprechende Fassade, einen sauberen und einladenden Eingangsbereich mit attraktivem Blumenschmuck sowie eine klare und informative Außeninformation (z.B. beleuchteter Speisekarten-Kasten, schwarze Tafel...)	M
Dekoration: Wein ist sichtbar und präsent: Weinschrank, Weinregal, Weinliteratur, Tafel mit Weinen des Tages (aus der Bouteille), entsprechende Dekoration nach Jahreszeit	M
Gepflegtes, saubere Tischwäsche, Teller, Besteck, Glaskultur, Weinkühler, Dekors, Blumenschmuck etc.	M
Ausgewiesener Nichtraucher-Bereich	S
Einwandfreie Sauberkeit: <ul style="list-style-type: none"> - Toilettenanlage in einwandfreiem hygienischen Zustand - Sauber und adrett gekleidete MitarbeiterInnen - Tischwäsche und Dekoration in einwandfreiem Zustand 	M
Eine Kennzeichnung des Betriebes als Weinstraßen Mitglied ist gegeben (Betriebstafel).	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekt, Speisekarte, Weinkarte etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen-Teilabschnittes zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel werden von der Weinstraße Niederösterreich zur Verfügung gestellt.	M
Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S
Weintouristische Informationen: Der Betrieb bietet Gästen die aktuellen Werbemittel der Weinstraße Niederösterreich, Informationsmaterial über die Region und über Wein im Allgemeinen an.	M
Vorhandensein einer Vinothek bzw. eines Weinkellers im Haus mit Besichtigungs-/Verkostungsmöglichkeit	S

1.2 Organisatorischer Rahmen	
Der Betrieb verfügt über eine saubere und fehlerfreie Speise- und Getränkekarte.	M
Der Betrieb beschreibt in einem kurzen Einleitungstext in der Speise- und/oder Weinkarte bzw. in einem attraktiv gestalteten Aushang die Weinstraße Niederösterreich bzw. den entsprechenden Teilabschnitt. Die Weinstraße Niederösterreich stellt Textpassagen und Logos zur Verfügung.	S
Der Betrieb verfügt über eine ausführliche und klar gegliederte Weinkarte mit Angaben über Jahrgang, Alkohol, Weingut etc. (kann in Gesamtkarte integriert sein).	M
Fixe, ausgewiesene Öffnungszeiten	M
Klare Deklaration, zu welchen Zeiten gekocht wird	M
Es gibt einen gepflegten Gastgarten.	S
2. SPEISEN- UND GETRÄNKE-ANGEBOT	
Das Speiseangebot ist überwiegend traditionell, bodenständig und mit klarem Regionsbezug. Es werden der Saison entsprechend frische Produkte verarbeitet. Es wird mit heimischen Produkten nach traditionellen Rezepten gekocht. Es gibt Angaben zur Herkunftsbezeichnung von landwirtschaftlichen bzw. regionalen Produkten.	M
Es gibt ganztägig eine kleine Karte mit Weinempfehlung („schwarze Tafel“)	S
Es wird ein zumindest saisonal wechselndes Speiseangebot mit korrespondierender Weinempfehlung/-begleitung angeboten.	S
Der Betrieb verfügt über ein überwiegend österreichisches Weinangebot (davon mind. 50% niederösterreichische Weine) und bietet auch regionale Weine an.	M
Der Betrieb bietet zusätzlich zum Schankwein eine ausreichende Auswahl an roten und weißen 0,75l Bouteillen-Qualitätsweinen an (zumindest 4 Sorten von verschiedenen Weingütern; Ausnahme: Eigenbauweine).	M
Mind. 2 Bouteillen-Qualitätsweine aus dem jeweiligen Teilabschnitt der Weinstraße werden glasweise ausgeschenkt.	M

Ein Weingasthof bietet zumindest einen für das Gebiet regionstypischen Qualitätswein kontrollierter Herkunft in der Flasche und im Glas an (Beispiel Weinstraße Weinviertel -> Weinviertel DAC)	S
Es gibt neben den üblichen alkoholfreien Getränken naturbelassene Säfte (z.B. naturtrüber Apfelsaft, Traubensaft, Birnensaft, Ribiselsaft).	M
Der Betrieb hat Edelbrände im Angebot und verfügt über eine ausreichende Palette von Destillaten aus der Umgebung oder aus österreichischen Markenbetrieben .	S
Es werden jeweils für die Jahreszeit und die Region typische (nieder-) österreichische Getränke wie Glühwein oder Sturm und Most angeboten.	S
3. DIENSTLEISTUNG	
Anwesenheit von mind. 1 Person im Service mit vertieften Weinkenntnissen , die Weinempfehlungen geben kann	M
Mitgliedsbetriebe der Kategorie Gastronomie bieten während der Weinherbst-Zeit für die Dauer von mind. 1 Woche Weinherbst-Menüs an. Jene Betriebe erhalten ein Gratis-Werbemittelpaket (Tischaufsteller, Menükarten) und sind im Internet besonders hervorgehoben.	M
Ausreichende Deutschkenntnisse der ausländischen Mitarbeiter im Service	M
Mind. 1 Person im Betrieb spricht Englisch .	S
Kinderspielplatz/- spielecke (z.B. Rutsche, Schaukeln und Sandspielplatz, Malstifte) und Kindersessel	S

KRITERIEN FÜR WEINBARS	Kriterien Muss (M) Kann/Soll (S)
1. Ambiente/Atmosphäre/Ausstattung	
Der Betrieb macht einen einladenden Außeneindruck durch eine ansprechende Fassade sowie einen sauberen und einladenden Eingangsbereich. Falls vorhanden, gelten diese Anforderungen auch für den Gastgarten	M
Die Innenausstattung ist einladend, stimmig und hochwertig und macht einen gepflegten und sauberen Eindruck.	M
Dekoration: Wein ist sichtbar präsent , z.B. über Weinklimaschrank, Weinregal, Weinliteratur, Tafel mit Weinen des Tages aus der Bouteille, entsprechende Dekoration nach Jahreszeit usw.	M
Einwandfreie Sauberkeit: Toiletteanlagen in einwandfreiem hygienischen Zustand Sauber und adrett gekleidete MitarbeiterInnen Gepflegte, saubere Tischwäsche (soweit vorhanden), Teller, Besteck, Gläser, Weinkühler, stimmige Dekoration, Blumenschmuck (keine Plastikblumen etc.)	M
Vorhandensein einer Vinothek bzw. eines Weinkellers im Haus mit Besichtigungs-/Verkostungsmöglichkeit	S
2. Kennzeichnung als Weinstraßen-Mitglied	
Eine Kennzeichnung des Betriebs als Weinstraßen-Mitglied ist gegeben (Betriebstafel).	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekte, Speisekarte, Weinkarte, etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen-Teilabschnittes zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel (z.B. kurze Textpassagen) werden von der Weinstraße Niederösterreich zu Verfügung gestellt.	M
Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S

3. Organisatorischer Rahmen	
Der Betrieb verfügt über eine saubere, ansprechende, fehlerfreie und klar gegliederte Wein- und Getränkekarte (wenn vorhanden gilt dies auch für die Speisekarte). In der Weinkarte finden sich Angaben über Rebsorte, Herkunft (Weingut und Weinbaugebiet) und Jahrgang.	M
Die einzelnen Weine werden in der Weinkarte kurz beschrieben.	S
Der Betrieb hat fixe, ausgewiesene Öffnungszeiten .	M
4. Speisen- und Getränke- Angebot	
Falls (kleinere) Speisen angeboten werden, sind diese frisch und nach Möglichkeit bodenständig und regional .	M
Es gibt Angaben zur Herkunft von landwirtschaftlichen bzw. regionalen Produkten.	S
Der Betrieb verfügt in der Flasche und glasweise über ein überwiegend niederösterreichisches Weinangebot (davon mind. 50% regionale Weine).	M
Eine Weinbar bietet zumindest zwei für das Gebiet regionstypische Qualitätsweine kontrollierter Herkunft (DAC) in der Flasche und im Glas an, wenn es diese in der eigenen Region gibt (Beispiel: Weinbar an der Weinstraße Weinviertel ->Weinviertel DAC)	M
Es gibt neben den üblichen alkoholfreien Getränken naturbelassene Säfte (z.B. naturtrüber Apfelsaft, Traubensaft, Birnensaft, Ribiselsaft).	S
Der Betrieb hat Edelbrände im Angebot und verfügt über eine ausreichende Palette von Destillaten aus der Umgebung oder aus österreichischen Markenbetrieben .	S
Es werden jeweils für die Jahreszeit und die Region typische (nieder-) österreichische Getränke wie Glühwein oder Sturm und Most angeboten.	S
5. Dienstleistung	
Alle Personen im Service haben vertiefte Weckenntnisse , kennen das eigene Angebot sowie die niederösterreichischen Weinbaugebiete und können Weinempfehlungen geben.	M
Ausreichende Deutschkenntnisse der ausländische Mitarbeiter im Service	M
Mind. 1 Person im Betrieb spricht Englisch .	S

IV. KRITERIEN FÜR BEHERBERGER (GEWERBLICHE, URLAUB AM BAUERNHOF, PRIVATZIMMERVERMIETER)	Kriterien Muss (M) Kann/Soll (S)
Kategorisierung mit mind. 3 Sternen, Blumen oder Sonnen	M
Angebot eines Frühstücksbuffets bzw. eines erweiterten Frühstücks	M
Erweiterte Frühstückszeiten	S
Angebot von jeweils mind. 1 Wochenend-Paket und/oder 1 mehrtägigem Paket , z.B. zu den Themen: Wein, Weinherbst, Weinfrühling, Weinstraße,...	M
Bereitstellung von Gästeinfo-Blättern mit mind. 3 Tagesausflugstipps in der Region zu den Themen Wein, Genuss, Radfahren,...	M
Mind. 1 Kreditkarte wird akzeptiert	S
Eine Kennzeichnung des Betriebs als Weinstraßen-Mitglied ist gegeben (Betriebstafel)	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekte, Speisekarte, Weinkarte, etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen-Teilabschnittes zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel (z.B. kurze Textpassagen) werden von der Weinstraße Niederösterreich zu Verfügung gestellt.	M
Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S

V. KRITERIEN FÜR HEURIGE	Kriterien Muss (M) Soll/Kann (S)
Der Betrieb bietet Eigenbauweine an.	M
Ein regionaltypisches , bodenständiges Speisenangebot , vorwiegend aus landwirtschaftlicher Produktion, ist vorhanden.	M
Wein und Weinbau ist sichtbar und präsent.	M
Speisen und Getränke werden ansehnlich präsentiert.	M
Rustikale, regionaltypische und saubere Ausstattung	M
Ansprechende Tischkultur , dh. saubere Tischwäsche, gute Servietten, einheitliches Geschirr, saubere Menagen, etc.	M
Ansprechende Weinkultur , dh. Angebot von mind. 2 Qualitätsweinen glasweise, mit der entsprechenden Glaskultur (Stielgläser).	M
Toiletteanlagen sind in einem einwandfreien hygienischen Zustand.	M
Ausreichende Parkmöglichkeiten (auch für Busse bei entsprechender Größe)	S
Ansprechender Gesamteindruck (Blumen, Fassade und Parkplatzgestaltung)	M
Kinderspielplatz/- spielecke (z.B. Rutsche, Schaukeln, Sandspielplatz, Malstifte,...) und Kindersessel	S
Eine Kennzeichnung des Betriebs als Weinstraßen-Mitglied ist gegeben (Betriebstafel)	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekte, Speisekarte, Weinkarte etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen-Teilabschnittes zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel werden von der Weinstraße Niederösterreich zur Verfügung gestellt.	M
Der Betrieb beschreibt in einem kurzen Einleitungstext in der Speise- und/oder Weinkarte bzw. in einem attraktiv gestalteten Aushang die Weinstraße Niederösterreich bzw. den entsprechenden Teilabschnitt. Die Weinstraße Niederösterreich stellt Textpassagen und Logos zur Verfügung.	S
Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S

VI. KRITERIEN FÜR WINZER	Kriterien Muss (M) Soll/Kann (S)
Die Winzer Mitgliedsbetriebe haben eine Betriebsbeschreibung , die dem Besucher folgende Informationen vermittelt: Öffnungszeiten für Besucher bzw. Weinverkauf geg. Voranmeldung mit Tel. Nr., Kontakt, Sortiment, besondere Spezialitäten, evtl. Auszeichnungen.	M
Der Betrieb hat seine Öffnungszeiten und eine Kontakttelefonnummer am Kundeneingang und auf der Homepage (falls vorhanden) gut sichtbar vermerkt.	M
Auflegen einer Weinkarte <ul style="list-style-type: none"> - mit Preisauszeichnung - und kurzer Weinbeschreibung. 	M
Unter den Angeboten Weinen sind mind. 4. Qualitätsweine mit staatlicher Prüfnummer .	M
Falls DAC-Weine im Weinbaugebiet nominiert sind, ist zumindest ein DAC der jeweiligen Region im Angebot.	S
Ein Kostrum und/oder Kellerstüberl mit entsprechender Glaskultur und einer sauberen Toilette in zumutbarer Nähe ist vorhanden.	M
Kellerführung und/oder kommentierte Verkostungen/Weinproben werden auf Anfrage bzw. nach vorheriger Anmeldung angeboten.	M
Ansprechender Gesamteindruck (Blumen, Fassade und Parkplatzgestaltung) und verkaufsförderndes Umfeld (sauber, rein, übersichtlich).	M
Eine Kennzeichnung des Betriebes als Weinstraßen-Mitglied ist gegeben (Weinstraßentafel und / oder Weinstraßenfahne ist beim Kundeneingang angebracht)	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekte, Speisekarte Weinkarte etc.) klar als Mitglied der regionalen Weinstraße zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel werden von der Weinstraße zur Verfügung gestellt.	M
So die regionale Weinstraße Drucksorten herstellt, sind diese im Kostrum und/oder Kellerstüberl aufgelegt.	M
Der Winzer oder die Winzerin hat Kenntnisse über die Region und nahe Ausflugsziele.	S

Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S

VII. KRITERIEN FÜR VINOTHEKEN	Kriterien Muss (M) Soll/Kann (S)
Die Vinothek präsentiert eine für den Ort bzw. das Gebiet typische Sortenvielfalt an Weinen.	M
Nach Möglichkeit werden regionaltypische bäuerliche/landwirtschaftliche Produkte (Edelbrände, Brände, Säfte) und Zusatzprodukte präsentiert und verkauft.	S
Ansprechender Gesamteindruck (Blumen, Fassade und Parkplatzgestaltung)	M
Weinverkostungen mit entsprechender Glaskultur werden durchgeführt (für Individual- und Gruppenreisende)	M
Weinverkauf mit Weinkarte und Preisliste	M
Weinkundiges Personal (weinfachlich geschult)	M
Vinotheken haben während der Saison (7Monate im Jahr) 4 Tage pro Woche geöffnet , wobei die Ruhetage nicht auf das Wochenende (FR-SO) fallen.	M
Die Vinothek fungiert auch als (wein)touristische Informationsstelle und hat entsprechendes Informationsmaterial aufliegen. Zusätzlich kann Auskunft über Zimmervermieter gegeben werden.	M
Die Vinothek nimmt Teil am Bonuspunkteprogramm der Niederösterreich-CARD.	M
Eine Kennzeichnung des Betriebs als Weinstraßen-Mitglied ist gegeben (Betriebstafel)	M
Der Betrieb gibt sich in seinen Werbemitteln (Website, Prospekte, Speisekarte, Weinkarte, etc.) klar als Mitglied der Weinstraße Niederösterreich bzw. des regionalen Weinstraßen Teilabschnitts zu erkennen . Logos und andere Hilfsmittel werden von der Weinstraße Niederösterreich zu Verfügung gestellt.	M
Der Betrieb ist per E-Mail kontaktierbar und verwaltet eine aktuelle Homepage.	S
Sollte der Betrieb über eine eigene Homepage verfügen, ist eine Verlinkung zur Weinstraße Niederösterreich www.weinstrassen.at oder zum regionalen Weinstraßen-Teilabschnitt gegeben.	S

VIII. KRITERIEN FÜR VERANTALTUNGEN AN DER WEINSTRASSE NÖ	Kriterien Muss (M) Soll/Kann (S)
Alle Veranstaltungen weisen einen starken Weinbezug auf. Keine Weinstraßen- oder Weinherbst-Feste sind z.B. Weinkost beim Feuerwehr-Heurigen, Wildwochen in einem Restaurant, Kirtage, Sportfeste, Ausstellungen, etc.	M
Mitgliedschaft bei der Weinstraße Niederösterreich: Entweder der Veranstalter von Festen ist Mitglied, oder die Teilnehmer daran sind mehrheitlich Mitglieder bei der Weinstraße Niederösterreich. Mitglied kann man in folgenden Kategorien sein: Gemeinde, Gastronomie, Beherberger, Vinothek, Winzer und Heuriger.	M
Bewerbung der eigenen Veranstaltungen. Möglichkeiten gibt es in Regionalzeitungen, durch Mailings, auf Plakaten etc. Hilfestellung erfolgt durch die Weinstraße Niederösterreich.	M
Anbringen des Weinstraßen- bzw. Weinherbst-Logos auf regionalen Werbemitteln (Kataloge, Folder, Plakate, Einladungen, Eintrittskarten, etc.); Die Logos werden von der Weinstraße Niederösterreich zur Verfügung gestellt.	M
Aktives Verteilen des Weinstraßen-Kalenders und des Weinherbst-Journals: Auflegen in den Gemeinden, in Betrieben, in Infostellen, bei Weinfesten, etc.	M
Gezielter und effizienter Werbemittel-Einsatz , z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Weinstraßen-Briefpapier für Aussendungen - Weinstraßen-Menükarten für Weinkulinarien - Weinstraßen-Eindurckplakate zum Ankündigen von Veranstaltungen 	M
In einer zentralen Informationsstelle (Büro des Weinstraßen-Abschnitts) bekommt man konkrete Auskunft über Gasthöfe, Beherbergungsbetriebe (Urlaub am Weinbauernhof), Ausstecktermine, Gastronomie und Ab Hof-Verkauf.	M
Änderung des Programms - Weinstraßen- oder Weinherbst-Fest - werden der Weinstraße Niederösterreich gemeldet, auch nach Fertigstellung des Weinstraßen-Kalenders bzw. es Weinherbst-Journals. Zusätzlich werden Veranstaltungen in TIScover ergänzt, korrigiert bzw. geschrieben.	M

XI. ZUSÄTZLICHE KRITERIE FÜR WEINHERBST-VERANSTALTUNGEN	Kriterien Muss (M) Soll/Kann (S)
Alle Veranstaltungen mit Weinbezug in einer Weinstraßen Gemeinde, die während der Weinherbst-Saison stattfinden, können nach Wunsch in das Weinherbst-Programm aufgenommen werden. Die Bestimmung von Schwerpunktwochen ist nicht mehr Notwendig. Termine während der Woche sind aber trotzdem undbedingt erforderlich.	M
Einsatz der Weinherbst-Werbemittel: <ul style="list-style-type: none"> - Weinherbst-Wegweiser zum leichteren Auffinden von Veranstaltungen - Weinherbst-Transparente: je ein Transparent von Mitte August bis Ende November gut ersichtlich am Ortsende und Ortsanfang - Weinherbst-Fahnen und -Wimpelleinen als Hinweis bei Betrieben 	M
Ein Informations-Telefon (Weinherbst-Hotline) ist durchgehend von Mitte August bis Ende November, auch am Wochenende, von jemandem besetzt, der über das Weinherbst-Programm des Weinstraßen-Abschnitts umfassend Auskunft geben kann (z.B. Weinstraßen-Vinotheken)	M
Durchgehendes Einsetzen des Weinherbst-Begriffs bei allen Veranstaltungen sowie auf Drucksorten (Weinherbst-Kellergassenfest, Weinherbst-Weinlesefest, Weinherbst-Weintaufe, etc.)	S
Mitgliedsbetriebe der Kategorie Gastronomie bieten während der Weinherbst-Zeit für die Dauer von Mindestens 1 Woche Weinherbst-Menüs an. Jene Betriebe erhalten ein Gratis-Werbemittelpakt (Tischaufsteller, Menükarten) und sind sowohl im Weinherbst-Journal als auch im Internet besonders hervorgehoben.	S