

Weingüter werden die neue Touristenattraktion Bulgariens sein

Автор(и): Растителна защита
Дата: 25.10.2017 Брой: 10/2017



Die Initiative „Share Bulgaria“ wird das Konzept des „Slow“-Tourismus (Langsam) in Bulgarien entwickeln, dessen Idee mit der Bewahrung der Traditionen und Kultur der Regionen verbunden ist, mit einem Schwerpunkt auf der Förderung lokaler Speisen, Weine und Bräuche. Auf einer Pressekonferenz am 23.10.2017 beschlossen das Ministerium für Tourismus und das Ministerium für Landwirtschaft, ihre Kräfte in einem gemeinsamen Projekt zu bündeln, das unser Land als Ziel für Wein-, Kulinarik- und Kulturhistoriktourismus bewerben wird.*

Das Projekt „Share Bulgaria“ wird dazu beitragen, Bulgarien in ein Ganzjahresreiseziel zu verwandeln. In den letzten Jahren wurden immer mehr Weingüter mit Verkostungs- und Unterkunftsmöglichkeiten gegründet. Viele von ihnen befinden sich in der Nähe bekannter touristischer Sehenswürdigkeiten, was es ermöglicht, sie zu

einem integrierten Tourismusprodukt zu bündeln und als Orte der Erholung nicht nur bulgarischen, sondern auch ausländischen Touristen anzubieten.

„Wein- und kulinarische Destinationen sind nicht nur für den Tourismus wichtig, sondern auch für bulgarische Produzenten. Sie werden eine Möglichkeit bieten, dass einzigartige einheimische Weine und Produkte mehr Verbraucher, einschließlich Ausländer, erreichen“, sagte bei dem Treffen der Minister für Landwirtschaft, Ernährung und Forstwesen, Rumen Porozhanov. Neben der Erschließung neuer Märkte für bulgarische Produzenten wurden Diskussionen über die 12 Wein- und Kulinarikdestinationen begonnen, die Gäste willkommen heißen und den guten Namen unseres Landes wahren werden. Die Destinationen werden zunächst einer öffentlichen Konsultation mit allen Beteiligten – Hoteliers, Reiseveranstaltern, Produzenten von Wein und Lebensmitteln, Gemeinden – unterzogen, bevor sie offiziell bekannt gegeben werden.

Die Tourismusministerin Nikolina Angelkova merkte an, dass die Destinationen digitalisiert und in die Plattform „I Love Bulgaria“ aufgenommen werden, die die 100 nationalen touristischen Stätten bewirbt.

In den letzten Jahren hat Bulgarien erfolgreich sein Image als Weinland aufgebaut. Dies zeigt auch sein Bestreben, aktiv an bestimmten spezifischen Aspekten der globalen Weinproduktion im Rahmen der Internationalen Organisation für Rebe und Wein zu arbeiten. Bei der Schließung des 40. Jubiläumskongresses für Rebe und Wein, der im Sommer stattfand, unterstützte der Vorsitzende der Nationalen Kammer für Rebe und Wein in Bulgarien, Radoslav Radev, die Idee, einen speziellen QR-Code zu entwickeln und zu integrieren. Dank ihm wird bulgarischer Wein auf der ganzen Welt leicht erkennbar sein.

** Der Begriff „Slow Tourism“ entstand in den 1980er Jahren in Italien. Die Idee ist, lokale traditionelle Produktion als Gegenpol zum immer weiter verbreiteten Fast Food und den damit verbundenen sozioökonomischen Problemen zu fördern. Später, Anfang der 2000er Jahre, spaltete sich die Bewegung in zwei Richtungen auf – „Slow Food“ und „Slow Tourism“. In Bulgarien blieb die Initiative bis 2004 wenig bekannt, als unser Land der Jugendbewegung von Slow Food beitrug und damit Teil dieser internationalen Nichtregierungsorganisation wurde, die sich für den Erhalt lokaler kulinarischer Traditionen einsetzt. In den letzten Jahren hat sich der Slow Tourism auch zunehmend als Konzept für Reisen und Erholung etabliert.*