

Informationsblatt

WTTD – Vermarktungsprojekt 2019-2020



Projektbeschreibung

- Bündelung der Kräfte in der Region, gemeinsam sollen die wichtigsten touristischen Aktivitäten koordiniert und umgesetzt werden
- Nutzung von Synergien zwischen Winzern und Tourismus
- Integration der touristischen Aktivitäten in die übergeordneten Strukturen (Mostviertel, Donau Niederösterreich, Niederösterreich Werbung, Winzervereinigungen)
- Steigerung der regionalen Wertschöpfung bei den regionalen Partnern und in den Gemeinden
- Frequenzsteigerung bei regionalen Veranstaltungen, Koordination, Vernetzung
- Image- und Identitätssteigerung an der Weinstraße Traisental
- Professionalisierung der touristischen als auch der Weinvermarktungsaktivitäten in der Region
- Etablierung der Region als Naherholungsraum zw. Krems, Tulln und St. Pölten
- Aufmerksamkeit für die touristischen Aktivitäten und deren Nutzen mittels Einbindung der Bevölkerung nach innen generieren

Ein kurzer Überblick

Projekträger:

Mostviertel Tourismus GmbH

Gesamtkosten:

€ 139.975,23 €

Fördersatz:

60%

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

Maßnahmen im Projekt

- Ausweitung der Kooperationsinitiative „Schau rein und huck di zuwa“ auf weitere Themenbereiche (z.B. Ab-Hof, Beherberger, regionale Vermarkter)
- Entwicklung von Angeboten im Rahmen der Mostviertler Feldversuche im Traisental, Durchführung von Veranstaltungen
- Weiterentwicklung und Attraktivierung der Angebote im Weinfrühling und Weinherbst im Traisental
- Zeitgemäße Aufbereitung und Darstellung des touristischen Angebotes der Region sowohl im **Print- und vor allem im On-line-Bereich**
- Maßnahmen um ein attraktives, gut gekennzeichnetes und vernetztes **Radwegeangebot** gemeinsam mit dem Leaderprojekt Radregion Mostviertel-Mitte zu erarbeiten
- Maßnahmen im Bereich der **Wanderwege** in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsgemeinden um ein attraktives Angebot zu erstellen und dieses auch entsprechend zu vermarkten.
- Aufbereitung von **Tagesangeboten** für Gäste mit dem Rad oder zu Fuß
- Erstellung von **Individual- und Genussreiseangeboten** im Traisental
- Stabilisierung der organisatorischen Einheiten und Professionalisierung der **Zusammenarbeit zwischen den Leistungsträgern**
- Bewusstseinsbildung nach innen zur Stärkung der Identität

Aktionsfeld 1:

Wertschöpfung

Thema 2:

Touristische Schwerpunkte der Region entwickeln und vermarkten

Output 5:

In Abstimmung zwischen LEADER-Region und Destinationen „Mostviertel“ & „Donau NÖ“ werden bestehende und neuentwickelte touristische Produkte gezielt vermarktet

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union