

PROJEKTTITEL

WEIN-KULTUR-KULINARIK – WEINSTRASSEN ERLEBEN

KURZTITEL

VINO COOL

ZWECK DES PROJEKTES

Das ausgewählte Projektgebiet ist ein Raum, der zu dem gleichen historischen, geographischen und kulturellen Rahmen gehört. Dieser Raum ist zu lange durch Grenzen, die den Fluss der Menschen und Ideen eingeschränkt haben, getrennt gewesen. Auch im Tourismusbereich sind wir zu wenig verbunden gewesen, weshalb sich die Marktsichtbarkeit jeder einzelnen Region auf unterschiedlichen Niveaus befindet. Wir möchten den slowenischen Teil dem österreichischen annähern und attraktive Potenziale in gemeinsamen thematischen Tourismusprodukten vereinen.

Thematische Tourismusprodukte werden unter dem Dach einheitlicher Qualitätsstandards das gesamte Projektgebiet über die vereinbarten gemeinsamen Themen verbinden, wie Alte Rebe, Architektur, Tradition und Sitten und Gebräuche, sowie gesunde Ernährung, präsentiert in Öko-Wein und Kulinarik.

Die Realisierung der Projektziele wird die Entwicklung des touristischen Angebots auf den Weinstraßen fördern und die Sichtbarkeit des gesamten grenzüberschreitenden Gebiets mit dem Angebot echter, auf den Menschen wohltuend wirkenden Wein-Kulinarik-Erlebnissen erreichen, aufgebaut als Netzwerk reicher lokaler Tradition der Wein-Kulinarik-Kultur und moderner Zugänge.

PROJEKTPARTNER:

- Maribor Tourismus
- Verein Weinland Steiermark
- Entwicklungs- und Informationszentrum Slovenska Bistrica
- Entwicklungsagentur Prlekija
- Entwicklungagentur Maribor
- Halo-Edil Ing
- Entwicklungsagentur Sotla

PROJEKTWERT: 1.026.290,00 €

PROJEKTDAUER

1. 11. 2009 - 30. 11. 2011 –25 Monate

PROJEKTERGEBNISSE:

- Elaborat der Aufstellung der Signalisierung des touristischen Angebots auf den Weinstraßen
- Vorbereitung der Vergleichsanalyse (Wein-Kultur-Kulinarik) und den thematischen Qualitätskriterien sowie Gestaltung touristischer Produkte (Alte Rebe, Architektur, Klopotez-Sitten, Bräuche und Tradition, Öko-Wein-Kulinarik)
- Digitalisierung der touristischen Produkte (Einbau des digitalen kartographischen Modells bei allen Partnern)
- Anschaffung der Navigationsausstattung für die Digitalisierung der touristischen Produkte
- Studentouren und Workshops für Anbieter touristischer Leistungen
- Promotionsmaterialien (Broschüren, Faltblätter, Plakate, Video)
- Promotionsaktivitäten (Inserierung, Veranstaltungen, Messen und Workshops)
- Pressekonferenzen