

Waldviertel–ganz mein Geschmack

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | KULINARIK

UNTERGLIEDERUNG | LEADER | KULINARIK | VERMARKTUNG UND VERTRIEB

PROJEKTREGION | NIEDERÖSTERREICH

LE-PERIODE | LE 14–20

PROJEKTLAUFZEIT | 01/2017-12/2019 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 64.556,30 €

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 41.316,03 €

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.3 VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON

KOOPERATIONSMASSNAHMEN DER LOKALEN AKTIONSGRUPPE

VORHABENSART | 19.3.1. UMSETZUNG VON NATIONALEN ODER TRANSNATIONALEN

KOOPERATIONSPROJEKTEN

PROJEKTTRÄGER | DESTINATION WALDVIERTEL GMBH

KURZBESCHREIBUNG

Was wäre das Waldviertel ohne Erdäpfel, Karpfen und Mohn? Kulinarik, Genuss und Geschmack sind zentrale touristische Themen des Waldviertels. Im Jahr 2010 wurde von der Destination Waldviertel die Initiative „Waldviertel – ganz mein Geschmack!“ ins Leben gerufen und seitdem stetig weiterentwickelt. Sie ist DIE kulinarische Offensive des Waldviertels und sehr erfolgreich am Markt.

AUSGANGSSITUATION

Kulinarik, Genuss und Geschmack sind zentrale touristische Themen des Waldviertels (siehe Tourismusstrategie Waldviertel 2020 und Tourismusstrategie Niederösterreich 2020).

Im Jahr 2010 wurde seitens der Destination Waldviertel GmbH die Initiative „Waldviertel – ganz mein Geschmack!“ ins Leben gerufen. Zuerst wurden 72 Geschmackserlebnisse vereint. Und mit bereits 83 Geschmackserlebnissen bei der 2. Auflage ist die Initiative nun seit 2012 als DIE kulinarische Offensive und Angebotsgruppe des Waldviertels sehr erfolgreich am Markt.

Erstmals lässt sich die ganze Vielfalt der besonderen Waldviertler Geschmackswelt gesammelt und übersichtlich erfahren. Nun gilt es diese Initiative weiterzuentwickeln und voranzutreiben.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Die Zusammenarbeit und Vernetzung von lokalen Produzentinnen und Produzenten, Gastronominnen und Gastronomen, Beherbergerinnen und Beherbergern und Handelsunternehmen zu stärken bzw. zu intensivieren.

Einerseits soll dadurch die Wertschätzung den lokalen Produkten gegenüber gesteigert werden, andererseits soll die Wertschöpfung in der Region nachhaltig erhöht werden.

Die Steigerung des Know-Hows zu den Themen Regionalität, Nachhaltigkeit und Bio.

Im Zuge eines jährlich stattfindenden Symposiums sollen v.a. Betriebe und Unternehmen des

Waldviertels einen Wissenszuwachs erfahren.

Weiters gilt es die Professionalisierung und Intensivierung des Marktauftritts in OÖ, Salzburg sowie dem gesamten Westösterreich voran zu treiben. Neue Zielmärkte sollen bearbeitet werden - neue Besucherinnen und Besucher/Gäste gewonnen werden.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Werbemittelproduktion 2017
- Marketing- und Onlinemarketing-Maßnahmen 2017, 2018, 2019
- Verkaufsreise 2017 und 2018
- Fachexkursion 2019
- Symposium 2017, 2018, 2019
- Produktentwicklung 2017
- Vernetzungs- und Vertiefungsmaßnahmen 2017
- Suchmaschinenoptimierung 2017, 2018, 2019 Kampagnenbeteiligung Content Media House, Niederösterreich-Werbung 2017, 2018, 2019
- Service, Verkauf, Incoming 2017, 2018, 2019



Waldviertel Tourismus

LINKS

Homepage Waldviertel Tourismus (<http://www.waldviertel.at/waldviertler-spezialitaeten>)