

Stefan Weinberger

Erlebnis Region Urfahr West

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | KULINARIK

UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | WISSENSTRANSFER | BILDUNG & LEBENSLANGES

LERNEN | LEADER | NAHVERSORGUNG | GESUNDHEIT | KULTUR | TOURISMUS | NACHHALTIGE

LANDSCHAFTSPFLEGE | GASTRONOMIE |

LEBENSMITTELVERARBEITUNG | VERMARKTUNG UND

VERTRIEB | KULINARIK | INNOVATION

PROJEKTREGION | OBERÖSTERREICH

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 19.06.2018-31.12.2020

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG

VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

PROJEKTTRÄGER | LAG REGION URFahr WEST

KURZBESCHREIBUNG

Die Region Urfahr West wird von vielen Freizeittouristinnen und -touristen als Naherholungsgebiet genutzt. Hierfür wurden zwölf Halbtages-Tourismuspakete entwickelt, die das Kennenlernen der Bevölkerung, die Möglichkeit selbst etwas zu produzieren und sich kulinarisch verwöhnen zu lassen, beinhalten. Heimischen Betrieben sollte dabei die Möglichkeit gegeben werden, neue Vermarktungsformen auszuprobieren und eigene unverwechselbare Angebote zu etablieren.

AUSGANGSSITUATION

Um auf die Großveranstaltung Ruder-Weltmeisterschaft Ottensheim 2018 und 2019 als Gastgeberregion bestmöglich vorbereitet zu sein, hat es sich die Region Urfahr West zum Ziel genommen, sowohl internationalen Gästen als auch Besucherinnen und Besuchern aus der Region ein Rahmenprogramm zu bieten, das einen authentischen Einblick in die vielfältigen Schätze der Region ermöglicht.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Die Region Urfahr West ist ein Naherholungsraum für viele Freizeittouristinnen und -Touristen, die Halbtage bei uns verbringen. Immer größer wird dabei die Nachfrage nach dem „Echten im Kleinen“. Um die Wertschöpfung in der Region zu erhöhen, entwickelte das Regionalentwicklungsbüro gemeinsam mit lokalen Betrieben zwölf Halbtages-Tourismuspakete. Die Vermarktung folgte über ein externes Reisebüro.

Jedes Paket beinhaltet das Kennenlernen der Bevölkerung, etwas selbst zu produzieren und sich regional kulinarisch verwöhnen zu lassen – die Angebote entsprechen somit exakt dem aktuellen touristischen Trend.

Ziel ist es, heimischen Betrieben die Möglichkeit zu geben, neue Vermarktungsformen auszuprobieren und eigene unverwechselbare Angebote zu etablieren. Kooperation ist in diesen Paketen großgeschrieben, mindestens zwei Betriebe kooperieren bei einem Angebot.

Zielgruppe: Touristinnen und Touristen sowie die lokale Bevölkerung

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Entwicklung der Pakete
- Verkaufsförderung für die Jahre 2018, 2019, 2020 (2020 entfiel wegen Covid 19)- Hier wurde eine Externe Firma beauftragt.
- Öffentlichkeitsarbeit und Entwicklung eines begleitenden Druckwerks



Stefan
Weinberg
er



Stefan
Weinberg
er



Stefan
Weinberg
er



Stefan
Weinberg
er

LINKS

www.slowtrips.eu (<https://www.slowtrips.eu/de/>)