

# KOST.bares Weinviertel 2.0

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
WERTSCHÖPFUNGSKETTE | KULINARIK  
UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | KURZE  
VERSORGUNGSKETTEN | DIREKTVERMARKTUNG | KULINARIK | VERMARKTUNG UND  
VERTRIEB | HANDEL  
PROJEKTREGION | NIEDERÖSTERREICH  
LE-PERIODE | LE 14-20  
PROJEKTLAUFZEIT | 1.8.2018-31.7.2021 (GEPLANTES PROJEKTENDE)  
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 291.469,27€  
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 204.028,49€  
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 | LEADER REGION WEINVIERTEL OST

## KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt „KOST.bares Weinviertel 2.0“ soll Produkte aus dem Weinviertel noch mehr in den Vordergrund rücken und deren Wertschöpfung in der Region steigern.

Ein wesentlicher Bestandteil des Projekts ist die Vernetzung der Betriebe untereinander, die Forcierung eines gemeinsamen Auftritts der Weinviertler Produzenten und ihren Produkten sowie der überregionale Austausch mit ähnlichen Initiativen. Den Betrieben werden gemeinsame Werbematerialien, aber auch individuelle Marketingmaßnahmen zur Verfügung gestellt.

Ein klares Regionsbekenntnis der Betriebe ist dabei ein wesentlicher Bestandteil. Hier gilt es den Auftritt unter der Marke (KOST.bares) Weinviertel zu nutzen und zu forcieren.

## AUSGANGSSITUATION

Das Projekt KOST.bares Weinviertel soll die Basis für weitere Ansätze in der Entwicklung rund um die Steigerung der Wertschöpfung regionaler Produkte sein. Grundlage dafür ist die Zusammenarbeit mit Betrieben aus dem landwirtschaftlichen und handwerklichen Bereich.

Auch die Vernetzung mit anderen Sparten, wie der regionalen Gastronomie, der Nahversorgung und der Wirtschaft soll Inhalt des Projekts sein.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Projekts ist die Stärkung des Bewusstseins für Weinviertler Produkte in der Bevölkerung. Durch die Zusammenarbeit mit Schulen soll bereits Kindern die Bedeutung regionaler Produkte vermittelt werden.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Steigerung der Wertschöpfung & -schätzung reg. Produkte
- Vernetzung der Betriebe und Austausch untereinander

- Gemeinsamer Auftritt der Betriebe unter der Marke (KOST.bares) Weinviertel
- Produkte aus dem Weinviertel gemeinsam vermarkten und verfügbar machen
- Bewusstsein für regionale Produkte in der Bevölkerung und im Speziellen bei Kindern schaffen
- Vernetzung der Betriebe mit anderen Sparten, wie der Gastronomie, Nahversorgung und Wirtschaft



LEADER Region Weinviertel Ost

## LINKS

[Projekt Details](https://bit.ly/2xuhueK) (https://bit.ly/2xuhueK)

[Projekt Webseite](https://www.kostbares-weinviertel.at/) (https://www.kostbares-weinviertel.at/)