

## 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 war lange durch Grenzen, die den Fluss der Menschen und Ideen eingeschränkt haben, getrennt. Auch im Tourismusbereich waren wir zu wenig verbunden, weshalb sich die Sichtbarkeit am touristischen Markt jeder einzelnen Region auf unterschiedlichen Niveaus befindet. Im Rahmen der gemeinsamen Projektarbeit soll sich zum Einen der slowenischen Teil dem österreichischen annähern, und zum Anderen gemeinsam neue Themen entwickelt werden. Ziel ist es, attraktive Potenziale in gemeinsamen thematischen Tourismusprodukten zu vereinen.

Thematische Tourismusprodukte werden unter dem Dach möglichst einheitlicher Qualitätsstandards (Beherbergung und Verpflegung) entwickelt und in der Vermarktung des gesamten Projektgebietes dargestellt. Die gemeinsam vereinbarten Themen sind: Weinkultur-Alte Rebe, Wein und Landschaftsarchitektur, Tradition und Brauchtum (Volkskultur) und regionale Kulinarik und Wein (incl. Biowein).

Die Realisierung der Projektziele wird die Entwicklung des touristischen Angebots entlang der Weinstraßen fördern und die Sichtbarkeit des gesamten grenzüberschreitenden Gebiets mit dem Angebot echter, auf den Menschen wohltuend wirkenden Wein-Kulinarik-Erlebnissen verstärken. Ziel ist ein Netzwerk reicher lokaler Tradition der Wein-Kulinarik-Kultur mit modernen Zugängen.

## 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 - 31. 05. 2012 –31 Monate

## PROJEKTERGEBNISSE:

- Konzept zur der Beschilderung des touristischen Angebots auf den Weinstraßen (nur Slowenien)
- Vorbereitung der Vergleichsanalyse (Wein-Kultur-Kulinarik) und den thematischen Qualitätskriterien sowie Entwicklung touristischer Produkte zu den oben genannten Projekt-Themen.
- Digitalisierung der touristischen Produkte (Einbau digitaler kartographischer Modelle bei allen Partnern)
- Anschaffung der Navigationsausstattung für die Digitalisierung der touristischen Produkte
- Studententouren und Workshops für Anbieter touristischer Leistungen
- Werbematerialien (Broschüren, Faltblätter, Plakate, Video)
- PR-Aktivitäten (Insertionen, Veranstaltungen und Aktionismus, Messen und Workshops)
- Pressekonferenzen