

# ZUSAMMENFASSUNG KOOPERATIONSPROJEKT

## „BEWERBUNG WEINVIERTEL IN WIEN 2.0“

### PROJEKTRÄGER

Weinviertel Tourismus GmbH  
Wiener Str. 1, 2170 Poysdorf  
Telefon: 02552/3515-0  
info@weinviertel.at

### LAUFZEIT

01.10.2019 – 30.09.2022

### ZUORDNUNG

#### AKTIONSFELD 1

Output 14: Die Region ist als ‚Ausflugs- und Genussregion‘ etabliert und es gibt attraktive Ausflugs- und Gesamtpackages der Region‘

**FÖRDERQUOTE:** 55 %

**KOSTEN Weinviertel:** € 212.362,55  
(davon LEADER Region: € 52.750)

**EIGENMITTEL:** € 23.737,50

**FÖRDERUNG:** € 29.012,50



© Weinviertel-Tourismus GmbH

### KURZBESCHREIBUNG

Der Zielmarkt Wien ist aufgrund der geografischen Nähe und den Einwohnerzahlen einer der wichtigsten Märkte für touristische Betriebe im Weinviertel. Viele Betriebe wünschen sich daher einen abgestimmten Auftritt und die Entwicklung von gemeinsamen Aktionen. Aufgrund des großen Interesses in der Region Straßenbahnen in Wien zu branden, sind Straßenbahngarnituren mit Weinviertel-Bekleidung geplant. Um diese Straßenbahn auch zu inszenieren, wird es 2020 den ersten ‚fahrenden Heurigen‘ geben. Mit diesem Event soll bei Influenzern und Medien auf das Weinviertel aufmerksam gemacht werden.

Eine Wien-Studie zeigte auf, dass die Wienerinnen und Wiener zu wenig über die Nähe des Weinviertels zu Wien wissen und ihnen die Orientierung fehlt. In einer Medienkooperation über drei Jahre sollen diese Wissenslücken geschlossen werden. Durch die Straßenbahnwerbung soll Anreiz geschaffen werden, ins Weinviertel zu kommen.

Das Projekt wird als nationales Kooperationsprojekt in den 4 LEADER Regionen des Weinviertels (Weinviertel-Manhartsberg, Weinviertel Ost, Weinviertel Donauraum und Marchfeld) eingereicht.

### PROJEKTZIELE

- Erhöhung der Tagestouristen im Weinviertel
- Steigerung der Bekanntheit des Weinviertels in Wien
- Erhöhung des Absatzes regionaler Produkte
- Kommunikationsziele:
  - Wahrnehmung und Vermittlung der Nähe des Weinviertels zu Wien
  - Orientierung und Anbindung: Informationen zur Anbindung ins Weinviertel, z.B. Öffi-Angebote
  - Aufzeigen der Angebotsvielfalt: Marke Weinviertel dem Wiener Gast vermitteln (Bilder & Emotionen)
- Stärkung und Verbesserung der internen Kommunikation und Vernetzung

### MASSNAHMEN

- Straßenbahnbranding: mit Motiven von Weinviertler Betrieben in einer einheitlichen Gestaltungslinie mit dem Weinviertel-Logo
- Event in der Straßenbahn im 2. Quartal 2020: Sonderfahrt rund um den Ring – ‚1. fahrender Heuriger‘
- Medienkooperation: klassische Advertorials und interaktive Werbeformen
- 2021 und 2022 Schwerpunktwochenende gemeinsam mit Weinviertler Ausflugszielen: Die Betriebe bieten an einem Wochenende einen besonderen Vorteil oder ein Goodie