

PROJEKTÜBERSICHT

rad.spritz.tour - Weinviertel West

PROJEKTTÄGER:

Weinviertler Weinstraße West
Seeweg 2, 2070 Retz
+43 660 214 62 06
office@weinstrasse.co.at

LAUFZEIT:

08.04.2025 – 31.12.2025

ZUORDNUNG:

AKTIONSFELD 1 - „Steigerung der Wertschöpfung in Tourismus, Wirtschaft und Gewerbe“

Entwicklungsziel:

„Die Region ist als ‚Ausflugs- und Genussregion‘ etabliert und es gibt attraktive Ausflugs- und Gesamtpackages der Region“

FÖRDERQUOTE: 50% + 10% Bonus

KOSTEN: € 9.302,88

EIGENMITTEL: 40%, d.s.
€ 3.721,15

FÖRDERUNG: 60%, d.s.
€ 5.581,73



Co. WTG, Markus Frühmann

KURZBESCHREIBUNG:

Die „rad.spritz.tour“ kombiniert Radfahren mit Wein- und Kulinarikerlebnissen und soll den Tourismus sowie die wirtschaftliche Entwicklung im Weinviertel stärken. Durch Verkostungen, Jausenstationen und Führungen entlang der Route wird die regionale Identität gefördert. Die Zusammenarbeit zwischen Winzern, Gastronomen und Tourismusorganisationen steht im Mittelpunkt.

ALLGEMEINE ZIELE:

- Förderung des Tourismus und der Wirtschaft durch die Verbindung von Radfahren, Weinkultur und kulinarischen Erlebnissen
- Stärkung der regionalen Identität und Gemeinschaft durch die Einbindung lokaler Winzer und Gastronomen
- Erhöhung der Besucherzahlen aus Österreich und Tschechien
- Nachhaltigkeit durch Förderung klimafreundlicher Mobilität
- Erschließung neuer Zielgruppen für sportliche und genussorientierte Besucher
- Langfristige Etablierung der „rad.spritz.tour“ als jährliches Event zur Förderung des Weinviertels

MASSNAHMEN:

- Fotoshooting zur Erstellung professioneller Werbematerialien
- Aufstellung von Startbögen und Fotopunkten für ein einheitliches Branding
- Einsatz von Beachflags zur Kennzeichnung der Stationen
- Markierung der Route mit umweltfreundlichem Kreidespray
- Erstellung und Druck zweisprachiger (Deutsch/Tschechisch) Werbematerialien
- Printwerbung in regionalen und nationalen Medien
- Social Media-Kampagnen zur Reichweitensteigerung
- Erwartet werden ca. 100 aktive Teilnehmer*innen an der Veranstaltung im ersten Jahr.
- Durch begleitende Marketingmaßnahmen wie Social Media, Pressearbeit und Kooperationen mit Tourismusorganisationen wird eine Reichweite von etwa 10.000–15.000 Personen generiert.