

Kellergassen als Markenzeichen



Weinviertel Tourismus GmbH
2170 Poysdorf,
Wiener Straße 1
info@weinviertel.at
+43 (2552) 3515 - 0

19.2.1_Umsetzung der Lokalen
Entwicklungsstrategie

Aktionsfeld:

Wertschöpfung (WS_02_07,
WS_02_09)
Natur und Kulturgut (NR_01_03)
Output: WS-14, WS-16, WS-23,
NR-4

Laufzeit:

01.01.2023 - 31.12.2024

Zuordnung:

Einzelprojekt

Kosten: € 85.878,99 (netto)

Fördersatz: 60 %

Förderung: € 51.527,39

Zielerreichung der LES:

Positionierung als Wein- & Ge-
nussregion, Steigerung der tou-
ristischen Wertschöpfung, Stär-
kung des Bewusstseins um Kul-
turrressourcen

Projekt Nr. 124

KURZBESCHREIBUNG

Touristisch wurden die Weinviertler Kellergassen schon lange als DAS Markenzeichen von Österreichs größtem Weinbaugebiet auserkoren. Wer dem Weinviertel einen Besuch abstattet, kommt an den meist weiß gekalkten Presshäusern nicht vorbei. Egal ob Radfahrer, Wanderer und Genussliebhaber: Die Kellergassen sprechen verschiedenste Zielgruppen an Ausflüglern und Urlaubern an. Sie können auf unterschiedlichste Weise erkundet werden – beispielsweise auf dem Fahrrad, im Rahmen einer (Pilger-)Wanderung oder bei geselligen Kellergassenfesten. Kundenanfragen zeigen jedoch, dass oft falsche Erwartungshaltungen bestehen und Bewusstseinsbildung rund um die Weinviertler Kellergassen erforderlich ist. Fragen wie beispielsweise „Wann hat die Kellergasse geöffnet?“ oder Kunden-Feedbacks in Richtung „Wir waren da, aber es hatte kein Keller offen!“ verdeutlichen die Notwendigkeit, Ausflugs Gästen und Urlaubern bereits in der Werbung offensiv Möglichkeit aufzuzeigen, in welcher Form Weinviertler Kellergassen erlebbar sind. Das bedeutet, dass konkrete Termine für Kellergassenführungen oder Kellergassenfeste in den Fokus gerückt werden oder Rad- und Wanderwege, die durch Kellergassen führen, hervorgehoben werden müssen.

PROJEKTUMFANG

- Fotoshooting
- Bewerbung auf einer österreichweiten Online-Plattform
- Medienkooperationen
- Projektmanagement

INNOVATION & KOOPERATION

- Weiterentwicklung der Weinviertler Kellergassen als Markenzeichen der Region
- Auswahl neuer Quellmärkte (Salzburg, Steiermark)

ZIELE & Meilensteine bis Projektende

- Aufmerksamkeitsgenerierung & Imagewirkung über das Markenzeichen „Kellergasse“ für die Region Weinviertel
- Bewusstseinsbildung rund um das Thema Kellergasse (z.B. Was ist eine Kellergasse, Was erwartet mich in einer Kellergasse, Welche Aktivitäten sind in einer Kellergasse möglich)

