



Österreichisches Programm für Ländliche Entwicklung 2014-2020

Vorhabensarten 7.5.1.a, 16.02.2.a und 16.03.1.b

**Bewilligende Stelle:
BMNT, Abteilung Pr/12 - Tourismus-Förderungen**

Bericht über die Umsetzung des Projekts

ENDBERICHT (Formblatt Ib)

Stand: 04.06.2018

| | |
|--------------------------------|--|
| Förderungsnehmer/in: | ARGE BK Slow Food Travel Ergänzungsregister Nr. 9110022304930 9635 Dellach, St. Daniel 17 |
| Vorhabensart und Projekttitle: | Entwicklung eines neuen Slow Food Travel- Reiseproduktes / Slow Food Travel Alpe Adria |
| Berichtszeitraum: | 1.06.2015 – 30.05.2018 |
| Projektwebseite: | www.slowfood.travel |

1. Touristische Bedeutung des Projekts

Der Gastronomietourismus bekommt für eine Destinationsentwicklung zunehmend eine große Bedeutung. Aus dem Global Report on Food Tourism der Welttourismus-Organisation UNWTO geht hervor, dass sich der Gastronomietourismus als neues touristisches Produkt entwickelt, weil unter anderem über ein Drittel der touristischen Ausgaben für Lebensmittel ausgegeben wird. Daher sind die Küche des Reiseziels und das Anbieten von regionalen Lebensmitteln von größter Bedeutung für die Qualität des Urlaubserlebnisses.

Demnach ist Food Tourism eine Erlebnisreise in eine gastronomische Region zu Erholungs- und Urlaubszwecken, die Besuche bei primären und sekundären Erzeugern von Lebensmitteln, gastronomischen Events und Essen einschließt ebenso wie Teilnahme an Kochkursen und Verkostungen von hochwertigen Lebensmitteln oder die Teilnahme an regionalen Herstellungsprozessen. Die Erfahrungen rund um die gastronomischen und lebensmittel-

produzierenden Erlebnisse stellt daher zunehmend die Motivation dar, in eine bestimmte Region zu reisen.

Dieses Ziel hat das Projekt „Slow Food Travel“ verfolgt und konnte dank der Förderung des Bundes und der Europäischen Union das Projekt erfolgreich umsetzen.

So wurde im Rahmen der Positionierungsstrategie der Marke Kärnten 2020 das Thema Alpe-Adria-Kulinarik/Genuss im Marken-Erlebnis-Dreiklang als eine der drei Entwicklungsstoßrichtungen definiert. Auch in der Pilotprojektregion Gailtal, Gitschtal und Lesachtal wird die Entwicklung einer nachhaltigen Genusskultur schon längere Zeit gelebt.

Mit dem Sichtbarmachen des kulinarischen Potenziales soll der regionale Identitätsraum erlebbar gemacht werden und mit dem Projekt Slow Food Travel Alpe Adria wird ein Leitprodukt geschaffen, das durch seine überregionale Strahlkraft, die Genussbotschafter und die hochwertigen, heimischen Produkte in die Auslage stellt und dadurch das Angebot und die Konkurrenzfähigkeit der Region Gailtal, Gitschtal und Lesachtal sowie des Tourismuslandes Kärnten stärkt.

Die Bedeutung des Projektes zielt auf die Positionierung Kärntens als kulinarischer Erlebnisraum mit dem regionalen Schwerpunkt im Gailtal, Gitschtal und im Lesachtal als deklarierte weltweit erste Slow Food Travel Destination ab.

Mit dem speziellen kulinarischen Leistungen und der Bündelung der Angebote ist die Einrichtung eines touristischen Ganzjahresproduktes vorgesehen. Es geht um die Entwicklung eines Reiseproduktes, das auf das regionale Potenzial aufmerksam macht: auf die Natur, die Lebensmittel, die Menschen und die Qualität der regionalen Ressourcen. Die Erlebnisleistungen binden den Kunden mit ein und ermöglichen somit ein intensives Erlebnis durch die aktive Beteiligung.

Das Pilotprojekt „Slow Food Travel“ dient auch einer engen Verknüpfung und Kooperation von Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion mit der Gastronomie und den Beherbergungsbetrieben der Region Gailtal, Gitschtal und Lesachtal.

Den Kern dieser Initiative bilden die ARGE Betriebskooperationspartner, die gemeinsam mit den lokalen Produzenten und Tourismusorganisationen ein Programm entwickelt haben, das die Konsumenten zu Co-Produzenten von Lebensmitteln auf Basis der regionalen Ressourcen machen.

Das Programm von Slow Food Travel stellt auch als Kommunikationsinstrument für kulinarische Reisen in diese Region und als Impulsgeber für qualitätssteigernde Investitionen einen wesentlichen Bestandteil der touristischen Entwicklung im Gailtal, Gitschtal und Lesachtal dar.

Nach 3 Jahren Projektarbeit ist Slow Food Travel zu einem Modell für eine nachhaltige Entwicklung von regionalen Lebensmitteln in den abgeschiedenen Bergtälern Kärntens geworden. Das Projekt erfüllt auch die wesentlichen Ziele des neuen Österreichischen Regierungsprogramms für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum, in dem es hervorragende Qualitäten für Lebensmittel fördert und umfassende Maßnahmen im Bereich der Bewusstseinsbildung für Lebensmittel und Ernährung tätigt.

Zusätzlich wurde im Regierungsprogramm von Kärnten verankert, dass Kärnten mit der Bündelung der Maßnahmen im Kulinarikbereich und mit der Entwicklung von touristischen Leitprodukten die weltweit erste Slow Food Travel-Destination werden soll.

2. Beschreibung der erreichten Projektziele bzw. Begründung für Abweichungen

Dritte Projektphase vom 31.12.2016 bis 30.05.2018:

Produktentwicklung:

Die in den ersten Projektphasen begonnenen Programme wurden auf Grundlage des erarbeiteten Handbuches für Slow Food Travel konsequent umgesetzt und mit 6 weiteren Erlebnisbausteinen ergänzt.

Das Handbuch „Guidelines für Slow Food Travel“ wurde in sechs weitere Sprachen übersetzt und dient damit anderen Destinationen weltweit als Vorlage für die Entwicklung von Slow Food Travel-Projekten.

Gleichzeitig wurde mit der Umsetzung von Reiseprodukten begonnen und in Zusammenarbeit mit der Ö1-Reisesendung Ambiente und dem Ö1-Reiseprogramm ein interessantes Produkt entwickelt, das 2017 die ersten Reisenden in die Slow Food Travel-Destination gebracht hat.

Zusätzlich sind auch individuelle Reiseprogramme in Zusammenarbeit mit den ARGE-Betrieben entwickelt worden.

Für 2018 konnte ein neues Reiseprogramm mit Ö1 aufgelegt und auch mit dem Magazin BERGWELTEN eine Reise ausgeschrieben werden.

Entwicklung der Slow Food Travel-Erlebnisbausteine:

Auf der Basis der Erfahrungen von 2017 wurden für 2018 6 weitere neue **Slow Food Travel-Erlebnisbausteine** entwickelt und es konnten auch zusätzliche Betriebe für eine Beteiligung gewonnen werden.

Alle Slow Food Travel-Angebote wurden 2017 in der einer Broschüre „**Reisen zu den Wurzeln des guten Geschmacks**“ zusammengefasst und veröffentlicht.

Gesamtauflage: 10.000 Stk.

Auch für 2018 gibt es eine Neuauflage für Slow Food Travel mit der Broschüre „Reisen zu den Wurzeln des guten Geschmacks 2018“ in einer Auflage von 10.000 Stk.

Alle Erlebnisbausteine wurden auf der Webseite www.slowfood.travel über die regionale Datenbank buchbar gemacht. Jeder Gast und Interessierte konnte jederzeit bequem den gewünschten Slow Food Travel-Erlebnisbaustein direkt buchen.

Die Entwicklung der Slow Food Travel-Erlebnisbausteine war äußerst arbeitsintensiv, da jeder interessierte Lebensmittelproduzent und Lebensmittelhandwerker intensiv beraten und laufend betreut werden muss. Die Qualitätsvorgaben gemäß Slow Food Travel-Handbuch sind sehr umfangreich und müssen im Detail jeweils vor Ort mit den teilnehmenden Betrieben erarbeitet werden.

Im Herbst 2016 wurde mit der Entwicklung der **Slow Food Travel-Erlebnisbausteine für 2017** begonnen und neue Lebensmittelproduzenten in das Pilotprojekt aufgenommen. So stehen für 2018 insgesamt **19 Erlebnisbausteine** mit mehr als **130 Terminen** zur Verfügung.

Marketing:

Während der Projektdauer von Juni 2016 bis Mai 2018 wurden die Slow Food Travel-Programme über diverse **Presseaktivitäten** nach außen kommuniziert, um die Buchung der Erlebnisbausteine bestmöglich zu unterstützen.

In Zusammenarbeit mit den Pressestellen der Kärnten-Werbung und der regionalen Tourismusorganisation NLW konnten zahlreiche Medien, Journalisten und Blogger über das Pilotprojekt informiert werden.

Zur Bewerbung der Erlebnisbausteine wurden **umfassende Fotoproduktionen** durchgeführt, die die Produkte und Produzenten am Ort ihres Handelns darstellen.

Im Rahmen einer **Recherchereise der ORF Ö1-Redaktion Ambiente** wurden die Aufnahmen für ein Radiofeature und zwei begleitende Ö1-Reisen organisiert.

Für die laufende Planung von Werbemitteln und Anzeigen sowie Produktpräsentationen wurde ein detailliertes **Manual für das Corporate Design** (Markengestaltungshandbuch) entwickelt, das die Grundlagen für die grafische Umsetzung von Werbematerial und Werbeeinschaltungen liefert.

Mit der Teilnahme der ARGE Betriebskooperation Slow Food Travel Alpe Adria an der **weltweit größten Slow Food Messe – Terra Madre Salone del Gusto – in Turin** im September 2016 erfolgte dann die offizielle Präsentation des Pilotprojektes Slow Food Travel bei Slow Food International. Damit ist dieses Pilotprojekt **das** Vorzeigeprojekt für alle weiteren internationalen Interessenten. Mit großer Begeisterung haben die Mitglieder der ARGE dieses Projekt der Weltöffentlichkeit in Turin präsentiert und weltweit Interesse geweckt.

In den Jahren 2017 und 2018 wurde das Projekt SLOW FOOD TRAVEL bei Messen, PR-Veranstaltungen und Pressereisen der Öffentlichkeit präsentiert.

Qualitätssicherung:

Alle Slow Food Travel-Erlebnisbausteine wurden durch einen externen Mysteryshopper anonym überprüft und mit einem schriftlichen Bericht einschließlich Fotos dokumentiert und den Partnern zur Verfügung gestellt.

Die Schulungen der Slow Food Travel-Erlebnispartner über die Qualitätskriterien wurden laufend mit speziellen Vorträgen und persönlichen Beratungen vor Ort intensiv fortgesetzt.

Fazit:

In der Projektperiode von Juni 2016 bis Mai 2018 wurden alle Projektziele erreicht und die Weichen für eine erfolgversprechende, nachhaltige Weiterentwicklung gestellt. Die Mitglieder der ARGE Betriebskooperation Slow Food Travel Alpe Adria sind mit großer Begeisterung und viel Engagement bei der Arbeit. Zahlreiche Veröffentlichungen in Print- und Online-Medien tragen zur Bekanntmachung des neuen Slow Food Travel-Projektes bei.

3. Beschreibung der durchgeführten Maßnahmen

Gegenüberstellung der im Berichtszeitraum geplanten und tatsächlich durchgeführten Aktivitäten (gegliedert nach Arbeitspaketen analog zum Kostendatenblatt)

| Geplante Arbeitspakete | Durchgeführte Arbeitspakete (inkl. näherer Beschreibung) |
|--|---|
| A) Projektbetreuung inkl. externer fachlicher Betreuung | laufende Betreuung der ARGE BK Slow Food Travel Alpe Adria in Kooperation mit Slow Food International durch professionelle Projektbetreuung; Die externe Projektbetreuung umfasst seit Projektstart ca. 1.900 Arbeitsstunden und umfasst: Betreuung der Projektpartner bei der Produktentwicklung, Durchführung von 14 Arbeitssitzungen zur Koordination der vielfältigen Arbeitsschritte; regelmäßige Beratung der SFT-Partnerbetriebe bei der individuellen Umsetzung der Qualitätsleistungen; begleitende Finanzplanung und Durchführung der Buchhaltung; |
| B) Potenzialanalyse, Markenentwicklung, Produktentwicklung | Lfd. Erhebung des regionalen Potenzials an landwirtschaftlichen und bäuerlichen Produkten, Ausfindigmachen von interessierten Lebensmittelproduzenten und Lebensmittelhandwerkern sowie von interessierten Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben; |

| | |
|--|---|
| | <p>Erarbeitung des Slow Food Travel-Handbuches in Zusammenarbeit mit Slow Food International als Grundlage für die Entwicklung der Programme und Angebote;</p> <p>Ausarbeitung von konkreten, buchbaren Erlebnisbausteinen in Zusammenarbeit mit den regionalen Slow Food Travel-Partnern;</p> <p>Schulung der 19 Slow Food Travel-Partner in Bezug auf Organisation und Durchführung der Erlebnisbausteine für die TeilnehmerInnen (Gäste, Einheimische);</p> <p>Schulung der Beherbergungsbetriebe zur Umstellung des Frühstücks für Gäste auf ein spezielles, regionales Slow Food-Frühstück;</p> <p>Entwicklung von SFT-Reiseprogrammen und Organisation und Betreuung während der Durchführung der Reiseprogramme;</p> |
| <p>C) Investitionen in Anlagen (z.B. Lebensmittelwerkstätten, Schaulinien, etc.)</p> | <p>Bei der Investition von Einrichtungen zur Förderung der Slow Food Travel-Erlebnisbausteine haben sich die ARGE-Partnerbetriebe für die Anschaffung von CO²-freien Fahrzeugen in Form von Elektrorollern und Elektrobikes entschieden. Slow Food Travel verlangt auch ein ökologisches Mobilitätsprogramm, das Gästen ein umweltfreundliches und lärmfreies Reisen zu den SFT-Erlebnisstationen ermöglicht.</p> <p>Detailbeschreibung im Anhang.</p> <p>Zusätzlich wurde im Lesachtal ein Brot- und Morendenwanderweg geschaffen, der die</p> |

| | |
|--|---|
| | kulinarischen Slow Food Erlebnisse auf einem Rundwanderweg einbindet. |
| D) Marketing, Kommunikation, Vertrieb | <p>Produktion einer stilisierten Erlebniskarte mit Darstellung der Slow Food Travel-Erlebnisstationen und einer Basisinformation für Medien und Meinungsbildner (Karte und ausführliche Broschüre mit allen Erlebnisbausteinen);</p> <p>Produktion von SFT-Broschüren „Reisen zu den Wurzeln des guten Geschmacks“ mit 3 Ausgaben von jeweils ca. 10.000 Stück;</p> <p>Durchführung von Foto- und Textproduktionen für die Kommunikationsarbeit;</p> <p>Organisation von Pressereisen und Unterstützung von Reisejournalisten bei individuellen Rechercheisen;</p> <p>Teilnahme an Slow Food-Messen zur Präsentation der Slow Food Travel-Programme und Kontaktaufnahme mit zukünftigen Vertriebspartnern;</p> <p>Erstpräsentation auf der weltweit größten Slow Food Messe Terra Madre Salone del Gusto in Turin in Kooperation mit Slow Food International;</p> <p>Entwicklung und Aufbau der Webseite www.slowfood.travel in Kooperation mit der regionalen Tourismusorganisation zur Buchbarmachung der Erlebnisbausteine und Information über die vielfältigen Aktivitäten;</p> <p>Kooperation mit Spezial-Reiseveranstaltern zum Vertrieb der Programme ab 2017;</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Ausarbeitung von konkreten und individuellen Reiseangeboten;</p> <p>Entwicklung von Spezialreisen für den Ö1-Reisekatalog und für das Magazin SERVUS-Magazin (2018)</p> |
| E) Qualitätssicherung, Erfolgskontrolle, Evaluierung | <p>Check der Slow Food Travel-Erlebnisbausteine durch Mystery-Tester mit Testberichten und Darstellung von Verbesserungsmöglichkeiten;</p> <p>Auswertung durch die Projektleitung;</p> |

Allfällige ergänzende Beschreibung:

Die umfangreichen Projektaktivitäten sind in zahlreichen Arbeits- und Medienberichten nachzulesen, die wir diesem Endbericht beilegen. Die erfreulichen und positiven Ergebnisse der Projektarbeit fördern die Entwicklung neuer landwirtschaftlicher Initiativen und auch den Ausbau der bestehenden Einrichtungen. Das Ziel Stärkung des ländlichen Raumes in abgelegenen Bergregionen kann mit diesem Projekt schneller erreicht werden.

4. Bisher erzielte Ergebnisse (Meilensteine)

Die seit Projektstart im Juni 2016 erzielten Ergebnisse bilden die Grundlage für die Positionierung und Differenzierung der touristischen Erlebnisräume Gailtal, Gitschtal und Lesachtal für Slow Food-Reisen nach Kärnten.

Mit der Ausarbeitung der Guidelines für Slow Food Travel gibt es ein einzigartiges Produkthandbuch für Lebensmittelproduzenten und Lebensmittelhandwerker in der Region, die die Grundlage für eine qualitätsvolle Weiterentwicklung von regionalen Lebensmitteln entsprechend der Gut-Sauber-Fair-Philosophie von Slow Food bildet.

2018 stehen 24 Slow Food Travel-Erlebnisbausteine (=Angebote, an denen Konsumenten aktiv an der Herstellung und Verarbeitung von bäuerlichen Lebensmitteln teilnehmen können) zur Verfügung. Zusätzlich sind 11 Slow Food Travel-Partnerbetriebe Teil des neuen Netzwerkes, die nun an mehr als 150 Terminen im Jahr interessante Workshops und Erlebnisse rund um das Reisen zu den Wurzeln des guten Geschmacks anbieten.

Umfangreiche Presseartikel in österreichischen und deutschen Medien haben den Bekanntheitsgrad der Region Gailtal, Gitschtal und Lesachtal

für kulinarische Reise verbessert, womit auch die Nachfrage nach Reisen in diese Region steigt.

Das Interesse von anderen Regionen nach Exkursionen in die weltweit erste Slow Food Travel-Destination steigt ebenfalls. Im Herbst 2017 war bereits eine Delegation aus Luxemburg im Gailtal.

5. Begründung allfälliger zeitlicher Verschiebungen im Berichtszeitraum

Es gab keine Verschiebungen, alle Maßnahmen wurden termingerecht umgesetzt.

6. Begründung, warum nach vollständiger Umsetzung des Projekts bei der Endabrechnung 80 % der förderbaren Gesamtkosten nicht erreicht wurden?

(Vgl. § 14 Abs. 4 des Förderungsvertrags)

Die förderbaren Gesamtkosten wurden mehr als erreicht.

7. Informations- und Öffentlichkeitsarbeit¹

Welche PR-Maßnahmen wurden gesetzt? Welche PR-Materialien wurden erstellt? Bitte Belegexemplare beilegen.

Die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit wurde über zahlreiche Kanäle durchgeführt.

- PR-Maßnahmen mit Berichten über das Projekt Slow Food Travel hatten das Ziel, Menschen zu einer Reise zu den Wurzeln des guten Geschmacks zu begeistern. Im Mittelpunkt standen die Lebensmittelproduzenten und -handwerker, die ihr Wissen und Ihr traditionelles handwerkliches Können an die KonsumentInnen weitergeben.

Berichte in:

- Slow Food Magazin Deutschland
- SLOW-Magazin Österreich als Beilage zum Magazin a la carte
- Reiseberichte in zahlreichen Zeitungen und Magazinen nach Rechercheisen von Journalisten (PR-Reporting);

- 3 Ausgaben von Slow Food Travel-Broschüren „Reisen zu den Wurzeln des guten Geschmacks“ mit den jährlichen SFT-Programmen;

¹ Bitte um Beachtung der LE-Publizitätsbestimmungen! Nähere Informationen dazu unter:
https://www.bmnt.gv.at/land/laendl_entwicklung/foerderinfo/publizitaetsbestimmungen.html

- ❑ Ö1-Reisekatalog (Ausschreibung Reiseprogramm 2017 und 2018)
- ❑ Teilnahme an der Terra Madre – Slow Food Messe in Turin 2016
- ❑ Teilnahme an Slow Food-Messe in Stuttgart 2017 und 2018
- ❑ Teilnahme an Brotfestival „Kruste&Krume“ in Wien 2017
- ❑ Auf der Webseite www.slowfood.travel sind alle relevanten Informationen rund um das Thema „Slow Food Travel“ einsichtig.

8. Maßnahmen zur Nutzung und Verbreitung der Projektergebnisse²

Sind die Projektergebnisse öffentlich zugänglich? Wie werden Projektergebnisse zukünftig weiter verwendet? Sind Folgeaktivitäten geplant?

Die Projektergebnisse sind jederzeit öffentlich zugänglich. Auf der Webseite www.slowfood.travel sind alle Programme und Inhalte ausführlich dokumentiert.

Das Projekt „Slow Food Travel“ wird in der regionalen Destinationsstrategie auch zukünftig eine Leuchtturm-Funktion einnehmen und die kulinarische Kompetenz sowie die Stärken der regionalen, traditionellen landwirtschaftlichen und kleingewerblichen Lebensmittelproduktion unterstützen. Für den Tourismus in der Region Lesachtal, Gailtal, Gitschtal und Weissensee bedeutet das Slow Food Travel-Projekt die Spitze der kulinarischen Erlebnisleistungen, mit der eine Profilierung und Positionierung nachhaltig gelingen kann.

Die Slow Food Travel-Erlebnisbausteine und Reiseprogramme werden weiter ausgebaut und verstärkt als Begeisterungsleistung in den Beherbergungsbetriebe angeboten.

Auch die Zusammenarbeit mit spezialisierten Reiseveranstaltern soll weiter forciert werden, um neue Gästezielgruppen erschließen zu können.

Die im Zuge dieses Leuchtturmprojektes ausgearbeiteten Guidelines für Slow Food Travel stehen nun auch anderen Regionen zur Verfügung und können in Kooperation mit Slow Food International Anwendung finden.

² Für VHA 16.02.2.a sind Angaben dazu unbedingt erforderlich!

9. Ergebnisse und Wirkungen des umgesetzten Projekts

| Welche zusätzlichen „Leistungen“ wurden durch das Vorhaben gefördert? (Mehrfachnennungen sind möglich) | JA | NEIN |
|--|----|------|
| Wurden neue, innovative Produkte/Dienstleistungen, Technologien oder Prozesse entwickelt? | JA | |
| Wurden branchenübergreifende Kooperationen eingegangen? | JA | |
| Wurden lokale Märkte und Dienstleistungen (in der Wertschöpfungskette) genutzt? | JA | |
| Wurden überregionale und grenzüberschreitende Märkte erschlossen? | JA | |
| Nachhaltige Gestaltung des Vorhabens/der Aktivität in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: | JA | |
| ökologisch – sparsamer und schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen | JA | |
| ökonomisch – Beitrag im Bereich regionaler Wertschöpfung und Beschäftigung | JA | |
| sozial – Beitrag zum sozialen Miteinander | JA | |
| Das Projekt hat zu einer Verbesserung/Steigerung in folgenden Bereichen beigetragen: | JA | |
| Behindertengerechte Adaptierung | | NEIN |
| Konkrete Umweltaspekte (z.B. Einsatz von erneuerbarer Energie) | JA | |
| Gender Mainstreaming-Gedanke | JA | |
| Sonstiges (bitte anführen!): | | |

Welche zusätzlichen „Wirkungen“ wurden durch das umgesetzte Vorhaben erreicht?

A) Umfang (in Arbeitsstunden pro Woche) der neuen Tätigkeit, die geschaffen wurde (Die Arbeitsstunden sind mit den Ergebnissen etwaiger betriebswirtschaftlicher Berechnungen abzustimmen):

Schaffung neuer Arbeitsplätze: _____ Std./W. männlich _____ Std./W. weiblich

Sicherung von Arbeitsplätzen: _____ Std./W. männlich _____ Std./W. weiblich

Die Schaffung neuer Arbeitsplätze ist nicht ermittelbar, weil Betriebe einer großen Destination wechselnde Mitarbeiterstände haben und eine direkte Zuordnung zu den Projektergebnissen nicht möglich ist.

B) In welchem Umfang hat das Projekt zur Einführung innovativer Ansätze in der Region beigetragen?

Anzahl der Betriebe/Unternehmen, die aus dem Projekt entstandene Innovationen übernommen bzw. eingeführt haben:

3 gewerbliche Betriebe (Biermanufaktur, Bäckerei,
Edelgreißler)

23 Hotel- und Gastbetriebe sowie Lebensmittelproduzenten

Anzahl der Betriebe/Unternehmen, die von der innovativen touristischen Produktentwicklung bzw. von der neuen Kooperation in der Region profitieren:

26 Betriebe profitieren direkt (Slow Food Travel-
Partnerbetriebe),

zahlreiche andere Beherbergungsbetriebe erhalten mit den
Slow Food Travel-Programmen neue Angebote;

C) Touristische Kennzahlen

[Angaben für das Kalenderjahr 2017 für das Projektgebiet (bitte Gemeinde- bzw. Destination anführen) bzw. für den Einzelbetrieb]:

| | |
|---|-----------------------------|
| Die Angaben beziehen sich auf: | Lesachtal/Gailtal/Gitschtal |
| Anzahl der Besucher/Jahr: | 336.707 Ankünfte |
| allenfalls: Anzahl der zusätzlichen Besucher: | _____ |
| Anzahl der Nächtigungen/Jahr: | 1.631.050 Übernachtungen |
| allenfalls: Anzahl der zusätzlichen Nächtigungen: | _____ |
| Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (in Tagen): | 4,3 Tage |

Klientennummer:
Projekttitel:

Ich (Wir) bestätigen die Vollständigkeit und Richtigkeit der auf diesem Formblatt gemachten Angaben.

| | | | | |
|-----------------------------------|----------|--------------|-------|------------|
| Familienname (Blockbuchstaben) | Funktion | Unterschrift | Datum | Stampiglie |
|-----------------------------------|----------|--------------|-------|------------|

| | | | | |
|-----------------------------------|----------|--------------|-------|------------|
| Familienname (Blockbuchstaben) | Funktion | Unterschrift | Datum | Stampiglie |
|-----------------------------------|----------|--------------|-------|------------|