

# Pielachtal Marketing 2017-2018

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN  
UNTERGLIEDERUNG | KULINARIK | VERMARKTUNG UND  
VERTRIEB | WERTSCHÖPFUNG | DIREKTVERMARKTUNG | TOURISMUS |  
BIODIVERSITÄT | LEADER  
PROJEKTREGION | NIEDERÖSTERREICH  
LE-PERIODE | LE 14-20  
PROJEKTLAUFZEIT | 12/2016-06/2019  
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 187.900,00€  
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 112.740,00€  
MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM  
RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR  
LOKALE ENTWICKLUNG  
VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE  
PROJEKTTRÄGER | MOSTVIERTEL TOURISMUS GMBH

## KURZBESCHREIBUNG

Im Pielachtal sollen die touristische Angebotsentwicklung und die Vermarktung vorangetrieben werden. Dadurch wollen wir noch mehr Gäste ins Tal bringen und so die Wertschöpfung in der Region nachhaltig steigern. Bei den Maßnahmen geht es vor allem um drei Themenfelder: die Entwicklung regionaler, attraktiver Angebote, die enge Einbindung der Mariazellerbahn und die Stärkung der Marke „Pielachtal das Dirndltal“ nach außen. Konkret sollen Angebote rund um das kulinarische Handwerk ebenso entwickelt werden wie eine Genussreise Pielachtal oder Packages für Individualreisende und Gruppen. Weitere Projektpunkte sind eine Attraktivierung des Bahnmuseums Kirchberg, touristische Angebotsmaßnahmen rund um die Bahnstationen der Mariazellerbahn im Pielachtal und die Integration der Mariazellerbahn in das touristische Angebot.

## AUSGANGSSITUATION

Mostviertel Tourismus betreut und begleitet seit vielen Jahren erfolgreiche regionale Kooperationen, wie beispielsweise die Moststraßenbetriebe oder die Winzer an der Weinstraße Traisental.

Seit über 15 Jahren gibt es auch im Rahmen der Mostviertel Tourismus eine sehr enge Zusammenarbeit mit dem Pielachtal, die auch in Zukunft in bewährter Art und Weise fortgesetzt werden soll.

Im Zuge der Ausarbeitung des vorliegenden Projektes wurden die bisherigen Initiativen evaluiert und mit den regionalen Partnern kritisch reflektiert. In gemeinsamen Abstimmungssitzungen wurden die Schwerpunkte der kommenden Jahre ausgearbeitet.

Gemeinsam mit der Niederösterreich Werbung und den 6 Destinationsgesellschaften Niederösterreichs wurde in einem Organisationsentwicklungsprozess die Arbeitsteilung zwischen Niederösterreich Werbung und Destinationen neu definiert. Den neuen Schwerpunkten der Destinationen entsprechend wurden die im vorliegenden Projekt angedachten Maßnahmen und Schwerpunkt definiert.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ein Ziel ist, den Tourismus mit der Natur und Nachhaltigkeit zu verbinden. Das Pielachtal soll als Naturerlebnis hervorgehoben werden – und die Region für Wanderer, Pilger und Radfahrer beworben werden. Das Gartenreich und der Rundwanderweg können hier mit integriert werden. Indirekt wird ein Beitrag zur Erhaltung und/oder Verbesserung regionstypischer Landschaftselemente (Streuobstwiesen, Dirndlsträucher, etc.) geleistet, indem eben solche kulturlandschaftlichen Highlights in die Auslage gestellt werden. Damit sollen die Gäste aber auch die regionale Bevölkerung davon überzeugt werden, die Region entsprechend attraktiv landschaftlich zu gestalten.

Auch im Bereich der Einstellung und Werthaltungen der Umwelt gegenüber liefert das vorliegende Projekt einen indirekten Beitrag, indem die Bevölkerung auch damit konfrontiert wird, wie und warum Gäste die Region Pielachtal besuchen sollen. Weiter kann eine ressourcenschonende Anreise zu touristischen Angeboten bei der Bevölkerung entsprechend positive Auswirkungen bewirken.

Ebenfalls kann die Zusammenarbeit mit renommierten Produzenten der Region dazu beitragen, dass altes Wissen aber auch Brauchtum (beispielsweise Herstellungsverfahren) erhalten, fortgeführt aber auch revitalisiert werden können.

Weiter kann als Ziel genannt werden, die Mariazellerbahn verstärkt als Beförderungsmöglichkeit in der Region zu etablieren. Die bereits genannten Angebote sollen mit einer Anreise per Bahn angeboten werden.

Als Zielgruppen wurden in erster Linie Genießer und Entdecker definiert, die unter den Wanderern, Pilgern, Bergabenteurern, Naturliebhabern, aber auch Familien mit Kindern zu finden sind. Die Genießer und Entdecker sind sowohl bei Gruppenreisenden aber auch Individualreisenden zu finden.

## PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

In den vergangenen Jahren wurde bereits erfolgreich an der Markenentwicklung der Region Pielachtal gearbeitet. Darauf aufbauend wird im Zuge dieses Projektes im Zeitraum der kommenden beiden Jahre angesetzt werden. Mit Hilfe von Mostviertel Tourismus soll die touristische Angebotsentwicklung und Vermarktung weiter vorangetrieben werden.

Für den Projektzeitraum sind folgende Maßnahmen geplant:

- Entwicklung von Angeboten rund um das kulinarische Handwerk in der Region
- Entwicklung einer Genussreise Pielachtal
- Erstellung von Individual- und Gruppenreisen im Pielachtal
- Maßnahmen rund um das Bahnmuseum Kirchberg
- Aufbereitung und Attraktiveren des touristischen Angebotes rund um die Bahnstationen der Mariazellerbahn im Pielachtal
- Integration der Mariazellerbahn in die touristischen Angebote der Region

- Bewusstseinsbildung nach innen zur Stärkung der Identität
- Stärkung der Marke „Pielachtal, das Dirndltal“ nach außen
- Verbindung von Tourismus und Natur – Kommunikation des Naturerlebnis Pielachtal nach außen

Ein Schwerpunkt des Projektes ist die Steigerung der regionalen Wertschöpfung in der Region Pielachtal. Dies soll erreicht werden, indem touristische Angebote mit Kooperationspartnern vermarktet werden und beinhaltet die Entwicklung, Kommunikation/Bewerbung und auch den Verkauf dieser Packages. Durch Kooperationen mit regionalen Unternehmen wurde eine Stärkung bzw. größere Ausschöpfung des regionalen Arbeitskräftepotentials anvisiert. Ein weiterer Bestandteil des Projektes sind Maßnahmen rund um das neu entstehende Bahnmuseum in Kirchberg an der Pielach.

## ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Folgende Maßnahmen wurden umgesetzt:

### **Angebotsentwicklung:**

- Planung und Entwicklung der Genussreise „Pielachtal“
- Aufbereitung der Wege im Pielachtal
- Marketing für das Bahnmuseum in Kirchberg an der Pielach

### **Werbemittel:**

- Erstellung des neuen Genussführer Pielachtal
- Erstellung von Werbemitteln für das Bahnmuseum in Kirchberg
- Erstellung von Werbemitteln für Veranstaltungen im Pielachtal (Pielachtaler Advent)
- Beteiligung an Werbemitteln des Mostviertel und der Gästezeitung

### **Insertionen Print und TV:**

- Insertionen regional und überregional
- Bewerbung in Kooperation mit dem Content Media Haus der NÖ

### **Werbung**

- Live-Sendung des Radio 4/4 (Veranstaltung)

### **Maßnahmen Online:**

- Betreuung und Weiterentwicklung der Website pielachtal.info

- Online-Marketing-Maßnahmen u.a. zur Bewerbung von Veranstaltungen im Pielachtal und des Bahn museums

#### **Werbemaßnahmen „Messen“:**

- Präsentation der Region bei Messen (Modellbahnmesse, Messe in Wien, Ferienmesse, Neustifter Kirtag)

#### **Maßnahmen „Veranstaltungen“ und begleitende Pressearbeit**

- Betreuung der Eröffnungsfeier des Bahnmuseum „Bahn im Bahnhof“
- Betreuung weitere Veranstaltungen des Dirndltals (Schmalspurfestival)



weinfranz.at

#### **LINKS**

[Das Pielachtal](https://www.pielachtal.info) (https://www.pielachtal.info)

[Das Mostviertel](https://www.mostviertel.at/) (https:// www.mostviertel.at/)