

# SlowTrips 2.0?

**THEMENBEREICH** | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | UMWELT,  
 BIODIVERSITÄT, NATURSCHUTZ | KLIMASCHUTZ UND KLIMAWANDEL | KULINARIK  
**UNTERGLIEDERUNG** | LANDWIRTSCHAFT | LANDWIRTSCHAFTLICHE  
 DIENSTLEISTUNGEN | UMWELTSCHUTZ | KLIMASCHUTZ | KULTUR |  
 GESUNDHEIT | LEADER | INTERREGIONALE / TRANSNATIONALE  
 KOOPERATIONSPROJEKTE | BILDUNG & LEBENSLANGES  
 LERNEN | TOURISMUS | DIVERSIFIZIERUNG | FORSTWIRTSCHAFT | WALD |  
 KULINARIK | VERMARKTUNG UND  
 VERTRIEB | LEBENSMITTELVERARBEITUNG | GASTRONOMIE | NACHHALTIGE  
 LANDSCHAFTSPFLEGE | WERTSCHÖPFUNG | WISSENSTRANSFER  
**PROJEKTREGION** | OBERÖSTERREICH  
**LE-PERIODE** | LE 14-20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | NOVEMBER 2018-OKTOBER 2021  
**MASSNAHME** | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
**TEILMASSNAHME** | 19.3 VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON  
 KOOPERATIONSMASSNAHMEN DER LOKALEN AKTIONSGRUPPE  
**VORHABENSART** | 19.3.1. UMSETZUNG VON NATIONALEN ODER TRANSNATIONALEN  
 KOOPERATIONSPROJEKTEN  
**PROJEKTRÄGER** | 6 LEADER REGIONEN EUROPAS?

## KURZBESCHREIBUNG

Das Ziel von SlowTrips ist es, ein transnationales europäisches Netzwerk für Slow Travel zu etablieren und kultivieren und so zur regionalen Entwicklung beizutragen. Gemeint ist eine nachhaltige, partizipative und kreative Form des Kulturtourismus, in der Lernerfahrungen, aktive Teilhabe und das Erleben lokaler Alltagskultur die entscheidende Rolle spielen. Erreicht wird dies durch innovative Slow Travel Erlebnisse, welche den Kontakt zu heimischen Menschen und Betrieben in den Mittelpunkt stellen und Reisenden die Möglichkeit bieten, die besuchte Region authentisch zu erleben. Durch eine transnationale Kooperation kann aus dem soziokulturellen sowie touristischen Potential des vielfältigen europäischen Kulturerbes geschöpft werden. Der Fokus wird bewusst auf ländliche Zonen gelegt, die auf innovative Weise kennengelernt werden und so auch regionale Anbieterinnen und Anbieter vom Programm profitieren lassen.

## AUSGANGSSITUATION

Touristische Nischenangebote gewinnen in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung – wurde Tourismus viele Jahre grundsätzlich als wirtschaftliche Tätigkeit angesehen, so wird es heute für Reisende immer interessanter, eine Gegend authentisch zu erfahren, Kontakt mit den heimischen Menschen herzustellen und ihre Lebensweise und Geschichte kennenzulernen. – Hier knüpft das Konzept von „SlowTrips“ an.

Bereits in der Zeit von 2010 bis 2013 haben sich sieben LEADER-Regionen aus fünf Ländern (Luxemburg, Italien, Estland, Finnland und Österreich) zusammengeschlossen, um an der Entwicklung und Etablierung einer zeitgemäßen Form von Tourismus zu arbeiten – Stichwort „Slow Travel“. Gemeint ist eine nachhaltige, partizipative und kreative Form des Kulturtourismus, in der Lernerfahrungen, aktive Teilhabe und das Erleben lokaler Alltagskultur die entscheidende Rolle spielen. Als Resultat wurde das Projekt „SlowTrips“ verwirklicht, welches nun

wiederaufgenommen wird. In seiner zweiten Auflage soll die Marktrelevanz gesteigert werden, indem das Hauptaugenmerk auf transnationale Vertriebsbemühungen und einen Marketingplan gerichtet wird, der auch ausgewählte digitale Kommunikationsmittel berücksichtigt.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Das Hauptziel von SlowTrips ist es, ein transnationales europäisches Netzwerk für Slow Travel zu etablieren und kultivieren und so zur regionalen Entwicklung beizutragen. Erreicht wird dies durch innovative Slow Travel Erlebnisse, welche den Kontakt zu heimischen Menschen und Betrieben in den Mittelpunkt stellen und Reisenden die Möglichkeit bieten, die besuchte Region authentisch zu erleben.

Durch eine transnationale Kooperation kann aus dem soziokulturellen sowie touristischen Potential des vielfältigen europäischen Kulturerbes geschöpft werden. Der Fokus wird bewusst auf ländliche Zonen gelegt, die auf innovative Weise kennengelernt werden und so auch regionale Anbieter vom Programm profitieren lassen.

Um das touristische Potential dieser ländlichen Gegenden zu etablieren sind ebenso lokale, nationale und internationale Marketing- und Vertriebsaktivitäten vorgesehen, um den Erfolg und die Nachhaltigkeit des Projekts zu garantieren.

### Lokale Anbieterinnen und Anbieter

Die Zusammenarbeit mit lokalen Anbieterinnen und Anbietern ist an die genaue Auswahl dieser geknüpft. Kooperiert wird mit Betrieben und Personen, die hohen Kriterien dahingehend entsprechen, was SlowTrips als nachhaltigen, lokalen und erlebbaren Tourismus definiert. Lokale Dienstleisterinnen und Dienstleister und Betriebe sollen motiviert und dabei unterstützt werden, lokale Erlebnisse (buchbare Tourismusprodukte) im Bereich Reisen, Gastronomie, regionale Kultur, lokales Handwerk, Landwirtschaft und Kultur zu schaffen und anzubieten.

Diese Zielgruppe aus lokalen Anbieterinnen und Anbietern meint:

- Lokale Gastgeberinnen und Gastgeber, die ihren Gästen besondere Erfahrungen und Erlebnisse anbieten können
- Andere Mitglieder der lokalen Hotel- und Gastronomieindustrie, lokale Landwirtinnen und Landwirte (Direktvermarkterinnen/Direktvermarkter)
- Lokale und regionale Tourismusverbände und Destinationsmanagementorganisationen

Für interessierte SlowTrips-Gastgeberinnen und -Gastgeber soll ein Qualifizierungsprogramm, basierend auf Motivation und Beteiligung, in allen beteiligten Partnerregionen etabliert und durchgeführt werden. Im ersten der drei Projektjahre soll jede Partnerregion 10 bis 15 lokale Dienstleisterinnen und Dienstleister beziehungsweise Gastgeberinnen und Gastgeber motivieren, an der SlowTrips-Akademie teilzunehmen.

## PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

### A. Transnationale Caretaker

Auf drei Jahre wird die Stelle eines internationalen Caretakers besetzt, der mit einem vielfältigen

Aufgabenfeld an der Schnittstelle aller Projektbeteiligten eingesetzt wird.

Grundsätzlich wird diese Person damit betraut, alle Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartner und involvierten Betriebe zu koordinieren und die Kommunikation zwischen allen Beteiligten sicherzustellen, wie die Vorbereitung der internationalen und lokalen Treffen. Darüber hinaus werden vom internationalen Caretaker Berichte zum aktuellen Stand der Projekte verfasst sowie allgemeine Infos auf der „Projekt“ Homepage aktualisiert.

Ebenso fallen in den Tätigkeitsbereich des Caretakers Teile der Öffentlichkeitsarbeit, wie die Herstellung und Wahrung des Kontakts mit Journalistinnen und Journalisten, Bloggerinnen und Bloggern und Agenturen.

## **B. Marketing**

Auf der Basis von effektiver Motivation und Training der lokalen Anbieterinnen und Anbieter ist das Herz des Projekts ein Bündel an Marketing-Werkzeugen und Maßnahmen.

Zu Beginn der Marketing- und Vertriebsmaßnahmen steht die Entwicklung eines Marketingplans für drei Jahre, der alle geplanten Maßnahmen umfasst. Ebenso wurden hier Besprechungskosten für transnationale Meetings zur Koordination budgetiert sowie das Training für involvierte Akteurinnen und Akteure beziehungsweise transnationale Guides, welches in Form von „train the trainer“-Seminaren umgesetzt wird, die auf internationaler Ebene für ein bis zwei Schlüsselpersonen durchgeführt werden.

In den Bereich der Marketingwerkzeuge fallen verschiedene Aktivitäten, welche je nach Phase des Projekts umgesetzt werden. Zu Beginn steht hier die Erstellung des PR-Konzepts und -Managements mit der Entwicklung eines Leitfadens zum corporate wording. Darüber hinaus fallen in diesen Bereich Aktivitäten und Vorhaben wie Suchmaschinen-Marketing, das Verfassen von Werbetexten, Suchmaschinenoptimierung, die Erstellung eines Newsletters, die Organisation, Betreuung und Begleitung von Pressereisen, das Einladen und Betreuen von Bloggerinnen und Bloggern und Influencerinnen und Unfluencern, die Schaffung einer „Must-See-Landkarte“ (ein teil- und druckbarer Guide von bevorzugten SlowTrips -Angeboten/Tipps), das Kampagnen-Management für Voucher-Marketing (Verkauf von SlowTrips Erlebnissen als Geschenk/Voucher als Schlüsselfaktor für den Online-Vertrieb) sowie die Schaffung eines Tools für den Online-Verkauf und Vertrieb.

## **C. Publikationen**

Der dritte Teil des Budgets betrifft die Veröffentlichung einer Publikation in Form eines Abschlussberichts und Handbuchs zum Projekt SlowTrips.



Lehner-Ölweiner



WGD Donau Oberösterreich Tourismus



Reiter Josef



Josef Reiter



Josef Reiter

## LINKS

[www.slowtrips.eu](https://www.slowtrips.eu) (<https://www.slowtrips.eu/>)