

## Iva Findeis Mikroregión Laa a okolie

*Združenie pre inovácie  
v turizme Laa a okolie*

### Podujatie ako nositeľ rozvoja cestovného ruchu v regióne

Mikroregión Laa a okolie sa nachádza na severe Dolného Rakúska, v destinácii Weinviertel a zastrešuje 11 obcí. Silnou stránkou tejto malej destinácie cestovného ruchu je rôznorodosť ponúkaných možností. Hlavnými témami pre rozvoj cestovného ruchu sú wellness, cyklistika, víno, gastronómia a kultúra v spojení s miestnymi podujatiami.

Nielen vďaka termálnym kúpeľom Laa, krajine, ktorej dominujú vinice a vínne pivnice, nespočetným cyklotrasám a historickým pamiatkam sa Laa a okolie etablovali ako jeden z dovolenkových regiónov Dolného Rakúska. Sú to práve podujatia, ktoré región Laa a okolie preslávili aj mimo jeho územia. Celý región Laa a okolie zaznamenal úžasný nárast cestovného ruchu vďaka otvoreniu termálnych kúpeľov Laa a Hotelu Therme Laa. Dobrým príkladom tohto nárastu je napríklad počet prenocovaní. Kým v roku 2001 zaznamenali v regióne Laa a okolie 7 451 prenocovaní, v roku 2011 počet prenocovaní už prevýšil 87 tisíc.

### Čo predstavuje Združenie pre inovácie v turizme Laa a okolie

Združenie zamestnáva troch ľudí, pričom jeho predstavenstvo tvoria výlučne čestní členovia, ktorí sa spolu s ostatnými spolupracovníkmi venujú rozvoju cestovného ruchu v regióne Laa a okolie.

Združenie pre inovácie v turizme Laa a okolie bolo založené v roku 2005 a medzi jeho činnosti patria:

- zastupovanie 11 obcí v záležitostiach cestovného ruchu,
- podpora atraktivity regiónu Laa a okolie z pohľadu cestovného ruchu a dovolenky,
- koordinácia činností v regióne súvisiacich s cestovným ruchom so spoločnosťou cestovného ruchu Weinviertel a jej využitie pre spoločné projekty,
- aktívny marketing regiónu,
- podpora povedomia o cestovnom ruchu medzi obyvateľmi,
- spoluorganizovanie podujatí v regióne Laa a okolie,
- budovanie súladu s miestnymi podnikateľmi, združeniami a pod. za účelom vzájomnej podpory,
- snaha o zintenzívnenie spolupráce so susediacimi obcami v Českej republike.

### Prednosti regionálnej spolupráce

Úzka spolupráca umožňuje:

- plnohodnotné využitie synergických efektov aj orientovanie sa na rôzne ťažiskové oblasti ako sú cestovný ruch, hospodárstvo, kultúra, šport, tematická spolupráca,
- používanie jednotných propagačných prostriedkov cestovného ruchu, ktoré sú tým pádom aj lacnejšie,
- tvorbu viacjazyčných reklamných produktov,
- lepšie možnosti budovania marketingových konceptov súvisiacich s cestovným ruchom,
- výmenu skúseností v oblasti zahraničného cestovného ruchu medzi členmi organizácie / združenia,

- spoločné pôsobenie pri rozvíjaní regionálnych plánov cestovného ruchu, akým je napríklad Festival cibule a pod.

### Regionálny festival ako faktor rozvoja cestovného ruchu

V roku 1995 sa konal prvý ročník vtedy ešte malého a prvého miestneho podujatia – Festivalu cibule. Nápad sa zakladá na skutočnosti, že v danej oblasti sa v tej dobe pestovala cibuľa už viac ako 80 rokov. Táto plodina typická pre oblasť Weinviertel, ktorá sa predáva a spracúva po celom Rakúsku a dokonca sa aj vyváža do susedných krajín, sa tu pestuje na rozlohe viac ako 300 hektárov.

Preto sa 11 obcí rozhodlo spojiť svoje sily a zorganizovať festival, ktorý sa za posledné roky stal magnetom pre návštevníkov. Každým rokom ponúkajú organizátori nielen kulinársky zážitok, ale dávajú možnosť aj poľnohospodárom a propagáciou regiónu Laa a okolie položili základy dobrej prezentácie svojich produktov. Či už sa jedná o výstavy, priamy predaj, prípadne výlety po okolí k jednotlivým hospodárom.

V dnešnej dobe sa počas víkendu na Festivale cibule vystrieda približne 12 až 15 tisíc návštevníkov. Aj napriek úspechom ale nezabúdame na pôvodné určenie festivalu, ktorým je zvýšenie povedomia o cibuli z regiónu Laa, čím zároveň zvyšujeme povedomie aj o samotnom regióne Laa. Keďže návštevníci neprichádzajú iba z blízkeho okolia, na svoje si prídu aj ubytovatelia (hotely, penzióny, farmy a pod.).

Mnohí hostia, ktorí sa prišli prvýkrát pozrieť do regiónu Laa a okolie na Festival cibule a strávili tu nejaký čas, sa stali pravidelnými návštevníkmi a využívajú aj iné možnosti poskytované našim regiónom:

- návštevu termálnych kúpeľov,
- cykloturistiku,
- návštevu múzeí,
- iné podujatia v priebehu roka (vinárske, tekvicové, adventné, kultúrne a iné) a pod.

V skratke sa dá povedať, že sa zvýšil nielen počet prenocovaní a ožil cestovný ruch, ale aj hospodárstvo.

**Udržateľnosť** Festivalu cibule sa odzrkadľuje v cestovnom ruchu aj v ponuke poľnohospodárov a gastronómov, pričom nesmieme zabúdať ani na pozitívny vplyv úzkej spolupráce celého regiónu na jeho rozvoj.

### Spoločne za našimi cieľmi

*„Najväčším konkurentom nie je susedná obec, ale Toskánsko.“*

Spojenie obcí do mikroregiónu prinieslo výhody nielen cestovnému ruchu, ale aj hospodárstvu ako takému. Toto spojenie umožňuje aktiváciu synergických efektov a sústredenie sa na rôzne ťažiskové oblasti – výraznejšia prezentácia ako destinácie cestovného ruchu, používanie spoločných reklamných prostriedkov, ktoré sú vďaka tomu aj lacnejšie, miestna aj cezhraničná spolupráca, hospodárska spolupráca, výmena skúsenosti v oblasti kultúry a posilnenie športu.

## Iva Findeis Kleinregion Land um Laa

*TourismusInnovationsverein  
Land um Laa*

### Veranstaltung als ein Faktor der Tourismusentwicklung in der Region

Die Kleinregion Land um Laa liegt in Niederösterreich, in nördlichen Weinviertel und besteht aus 11 Gemeinden. Die Stärke dieser kleinen Tourismusdestination ist die Angebots-Vielseitigkeit. Wellness, Radfahren, Wein, Kulinarik und Kultur auch in Verbindung mit regionalen Veranstaltungen sind die Hauptthemen die touristisch aufgearbeitet werden.

Nicht nur durch die Therme Laa, die Landschaft mit Weinbergen und Kellergassen, unzählige Radwege und historische Sehenswürdigkeiten hat sich das Land um Laa als Urlaubsregion in Niederösterreich etabliert. Mittlerweile sind es auch Veranstaltungen die das Land um Laa weit über die Landesgrenzen bekannt machen. Die ganze Region Land um Laa konnte in den letzten Jahren sicherlich auch durch die Inbetriebnahme der Therme Laa sowie des Hotels Therme Laa einen sensationellen touristischen Aufschwung verzeichnen. Man sieht es beispielweise an den Nächtigungszahlen – im Jahr 2001 wurden im Land um Laa 7.451 Nächtigungen und im Jahr 2011 mehr als 87.000 Nächtigungen aufgezeichnet.

#### Für was steht der TourismusInnovationsverein Land um Laa

Der TourismusInnovationsverein Land um Laa beschäftigt 3 Mitarbeiter und der Vorstand besteht aus ehrenamtlichen Personen, welche gemeinsam mit den MitarbeiterInnen an der touristischen Entwicklung des Landes um Laa arbeiten.

TourismusInnovationsverein Land entsteht seit 2005 und:

- vertritt in touristischer Hinsicht elf Nachbargemeinden,
- fördert die Attraktivität des Landes um Laa als Reise- und Urlaubsregion,
- koordiniert die Tourismusarbeit der Region im Kontakt mit der Weinviertel Tourismusgesellschaft und nutzt diese für gemeinsame Projekte,
- betreibt aktives Marketing für die gesamte Region,
- fördert das Tourismusbewusstsein in der Region,
- ist zusätzlich Mitveranstalter und Begleiter der Veranstaltungen in der Region Land um Laa,
- schafft Synergien mit ansässigen Unternehmen, Vereinen, etc. zwecks gegenseitiger Unterstützung,
- bemüht sich um eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit tschechischen Nachbargemeinden.

#### Vorzüge einer „Regionsgemeinschaft“

Die Zusammenschließung ermöglicht die Aktivierung von Synergieeffekten und kann sich auf unterschiedliche Schwerpunkte konzentrieren – Tourismus, Wirtschaft, Kultur, Sport, themenbezogene Kooperationen.

- Verwendung von einheitlichen Tourismus-Werbemittel, die auch kosteneffizienter sind,
- Herstellung von mehrsprachigen Werbemitteln,
- Bessere Gestaltungsmöglichkeiten der Tourismus-Marketingkonzepte,
- Erfahrungsaustausch zum Fremdenverkehr unter den Mitgliedern der Organisation/Vereines,

- Gemeinsame Mitwirkung an regionalen Tourismuskonzepten wie z.B. Zwiebfest, etc.

### Regionsfest als ein Faktor der Tourismusedwicklung

Im Jahr 1995 wurde damals eine kleine und erste regionale Veranstaltung ins Leben gerufen – Das Zwiebfest. Die Idee beruht an der Tatsache, dass im Land um Laa schon seit über 80 Jahren Zwiebel angebaut wurde. Auf über 300 ha wächst hier diese typische Weinviertler Feldfrucht, die in ganz Österreich verkauft und verarbeitet und auch ins benachbarte Ausland exportiert wird.

So schließen sich die 11 Gemeinden zusammen und veranstalteten gemeinsam ein Fest, das sich in den letzten Jahren zu einem wahren Publikumsmagneten entwickelte. Jedes Jahr bieten die Organisatoren nicht nur der Gastronomie sondern den Landwirten und Vermarktern aus dem Land um Laa eine gute Basis für deren Produktpräsentation. Seien es Ausstellungen, direkt Verkauf oder Ausflüge in der Region zu den Landwirten.

Mittlerweile werden an dem Zwiebfest-Wochenende zwischen 12.000 und 15.000 Besucher gezählt. Bei allem Erfolg wird aber nicht vergessen auf die ursprüngliche Bedeutung des Festes, nämlich den Bekanntheitsgrad der Laaer Zwiebel und damit auch den Bekanntheitsgrad des Landes um Laa zu erhöhen. Da die Besucher nicht nur aus der Region stammen, sind dadurch auch die Beherberger (Hotels, Frühstückspensionen, Bauernhöfe, etc.) gefördert.

Viele Gäste die zum ersten Mal in das Land um Laa wegen des Zwiebfestes anreisen und hier verweilen, sind mittlerweile Stammgäste und nutzen auch die anderen Angebote der Region: Thermenbesuch, Radfahren, Museenbesuche, Veranstaltungen zu anderen Jahreszeiten (Thema Wein, Kürbis, Advent, Kulturveranstaltungen, etc.) usw.

Kurz gesagt, nicht nur der Tourismus (Nächtigungszahlen) sondern auch die Wirtschaft wird belebt. Die **Nachhaltigkeit** des Zwiebfestes spiegelt sich nicht nur im Tourismus sondern auch in dem Angebot der Landwirte und Gastronomen wieder und zusätzlich wird die Entwicklung der gesamten Region durch die enge Zusammenarbeit der Gemeinden positiv beeinflusst.

### Gemeinsam statt einsam

*„Der größte Konkurrent ist nicht der Nachbarort, sondern die Toskana“*

Dadurch, dass sich elf Gemeinden zu einer Kleinregion zusammengeschlossen haben, hat es nicht nur Vorteile im Tourismus sondern auch wirtschaftliche Vorteile gebracht. Diese Zusammenschließung ermöglicht nun die Aktivierung von Synergieeffekten und kann sich auf unterschiedliche Schwerpunkte konzentrieren – stärkere Auftritte als Tourismusdestination, Verwendung von einheitlichen Werbemitteln die damit auch kosteneffizienter sind, lokale und grenzüberschreitende Kooperationen, Wirtschaftskooperationen, kultureller Austausch sowie der Bereich Sport.

**Bronislava Skalová**

*Združenie  
Malokarpatská  
vínna cesta*

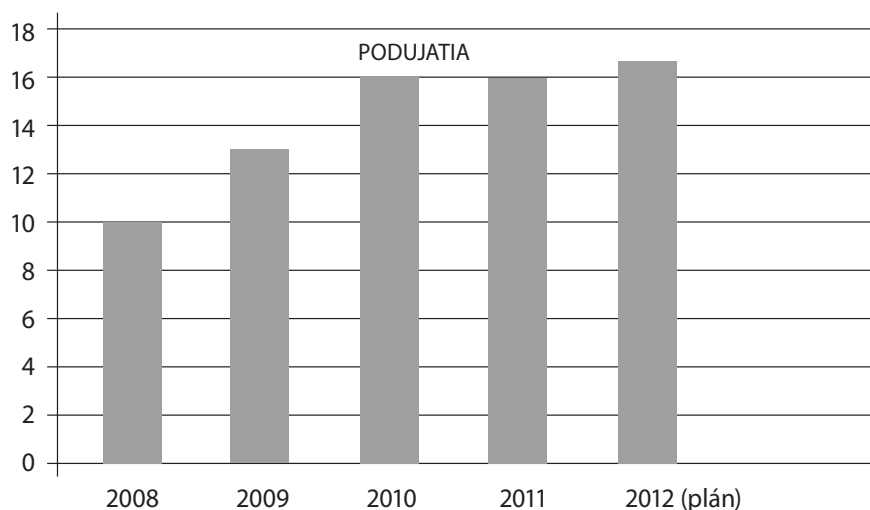
**Vinárske podujatia  
a partnerstvo  
ako predpoklad  
rozvoja Malokarpatskej  
vínnej cesty  
a regiónu**

Združenie Malokarpatská vínna cesta® je záujmovým združením fyzických a právnických osôb, ktoré majú záujem o rozvoj malokarpatského regiónu, najmä jeho tradičných hospodárskych odvetví, kultúry a ich využitia pre rozvoj cestovného ruchu.

Cieľom Združenia je aktívne sa podieľať na regionálnom rozvoji v malokarpatskom regióne, najmä so zameraním na rozvoj vinohradníctva a vinárstva a ich spojením s cestovným ruchom a ďalšími aktivitami, ktoré prispievajú k všestrannému rozvoju regiónu.

Malokarpatská vínna cesta je ako územie (destinácia) ohraničené pohorím Malých Karpát a spojnicami sídiel Bratislava, Senec, Trnava a Smolenice.

Jednou z hlavných činností, ktorou združenie prispieva k zvyšovaniu atraktivity regiónu, je **organizovanie podujatí**, ktoré sú spojené najmä s vinárskymi, vinohradníckymi a kultúrnymi tradíciami.

**Najvýznamnejšie podujatia Malokarpatskej vínnej cesty**

Graf znázorňuje stúpajúcu tendenciu organizovaných podujatí

**Deň otvorených pivníc®**

- Podujatie sa prvýkrát uskutočnilo v roku 2000 a odvtedy sa koná každý rok v novembri. V roku 2011 bolo pre návštevníkov otvorených až 130 pivníc v 28 mestečkách a dedinkách od Devína po Smolenice, pričom sa odprezentovala takmer tisícka vín od 180 vinárov. Vyše 6 000 účastníkov okrem degustácie mohlo stretnúť aj osobnosti slovenského vinohradníctva a nazrieť do tradičných aj ultramoderných vinárskych pivníc.

**Otvorené pivnice na sv. Urbana®**

- História tohto podujatia sa začala písať v roku 2007 a jeho popularita medzi návštevníkmi výrazne rastie. Priaznivci vína môžu ochutnať vína malokarpatských vinárov vo viac ako 100 pivniciach od Bratislavy – Devína až po Trnavu. Záujem účastníkov významne podporil aj fakt, že v cene vstupenky je zahrnutý bonus na nákup vína v určenej hodnote.

**Víno, ženy a vůně®**

- Podujatie venované ženám, ktoré pôsobia vo vinohradníctve aj tým, ktoré sa s vínom stretávajú pre potešenie.

**Deň vo vinohradoch**

- Podujatie vzniklo s cieľom upriamiť pozornosť návštevníkov na to, kde sa začína cesta dobrého vína, teda vo viniciach. V roku 2011 sa konalo tretíkrát.

**Propagácia podujatí:**

- webová stránka a sociálne siete (webovú stránku v roku 2006 navštívilo 20 000 návštevníkov, v roku 2011 až 80 000 návštevníkov),
- od roku 2002 sa každoročne vydáva kalendár podujatí Vinohradnícky a vinársky rok, kde sú uvedené podujatia, ktoré organizuje Malokarpatská vínná cesta a jej členovia (vinári, hotelieri, múzeá, samospráva, vinárske spolky),
- prostredníctvom médií (napr. úspešný seriál o vinároch Veľké víno Malých Karpát v rádiu, ktorého sa v minulom roku zúčastnilo 54 vinárov), pravidelné tematické prílohy o víne v denníkoch, pravidelné články o podujatiach Malokarpatskej vínnej cesty a pod.,
- účasť na veľtrhoch cestovného ruchu na Slovensku i v zahraničí
- návšteva novinárov zo Slovenska i zahraničia (Poľsko, Maďarsko, Česká republika).

**Návštevnosť podujatí:**

Príkladom trvalej udržateľnosti podujatí a ich rastúceho vplyvu na rozvoj turizmu v regióne je aj najúspešnejšie podujatie Malokarpatskej vínnej cesty Deň otvorených pivníc, ktoré sa koná každoročne v novembri.

Rok	Počet otvorených prevádzok	Počet návštevníkov
2000	17	500
2001	30 (60 vinárov)	1 260
2002	42	1 076
2003	57	2 000
2004	63	2 500
2005	63 (100 vinárov)	2 800
2006	81 (120 vinárov)	3 500
2007	96 (130 vinárov)	3 800
2008	101 (150 vinárov)	4 500
2009	103 (160 vinárov)	5 200
2010	129 (176 vinárov)	5 600
2011	130 (174 vinárov)	6 300

Tabuľka znázorňuje počet otvorených prevádzok a počet návštevníkov od začiatku existencie podujatia po súčasnosť. Za 11 rokov sa podarilo vytvoriť podujatie, ktoré je známe nielen na Slovensku, ale i v zahraničí.

**Hlavné prínosy podujatí a činnosti združenia:**

Najväčší úspech - spoločne sa podarilo vytvoriť fungujúce partnerstvo a systém spolupráce podnikateľov s mestami, obcami, mikroregiónmi, spolkami a ďalšími partnermi. Podujatia upevňujú kooperáciu súkromného a verejného sektora.

Veľmi dôležité bolo, že potreba spolupracovať i organizovať podujatia vznikla zdola, z potreby ľudí, ktorí boli priamo zainteresovaní na cestovnom ruchu v regióne (vinári, hotelieri, reštaurácie, cestovné kancelárie, ale i múzeá a samospráva). V roku 1996 malo združenie približne 50 členov, v súčasnosti sa počet zvýšil na takmer 700 členov.

Organizovanie podujatí má priaznivý ekonomický dosah pre všetky priamo zúčastnené subjekty:

- OZ Malokarpatská vína cesta získala zisk z podujatí zväčša využije na propagáciu regiónu (mapy, propagačné materiály) a ďalších podujatí
- Vinári, vinárske spolky majú osôh z predaja vína, predaja občerstvenia, reklamy vinárstva
- Aj subjekty, ktoré sa priamo nezúčastňujú podujatí, majú ekonomický prínos vďaka faktu, že do regiónu prídú zvýšený počet návštevníkov (múzeá, reštaurácie, hotelieri, remeselníci, predajne so suvenírmi, ale i obchody v mestečkách).
- Využitie medzinárodnej spolupráce pri organizovaní spoločných podujatí a skúseností zo zahraničia pri organizovaní podujatí v regióne.
- Zvýšenie regionálnej identity (rastie počet podujatí v regióne, nárast počtu subjektov, ktoré sa chcú aktívne zapájať do podujatí, nárast záujmu návštevníkov o podujatia).
- Spolupráca medzi jednotlivými subjektmi, združenie finančných prostriedkov jednotlivých subjektov a organizovanie podujatí v súčasnosti prinášajú finančné prostriedky na propagáciu regiónu (mapa, kalendár podujatí, propagačné materiály, účasť na výstavách).

Združenie Malokarpatská vína cesta za 16 rokov svojej pôsobnosti prispelo k vytvoreniu zaujímavej a navštevovanej turistickej destinácie v blízkosti Bratislavy a svojou činnosťou sa značne podieľa na celkovom rozvoji regiónu.

## Bronislava Skalová

*Kleinkarpatische  
Weinstrasse Verein*

### Weinveranstaltungen und die Partnerschaft als Voraussetzungen für die Entwicklung der Kleinkarpatischen Weinstrasse und der Region

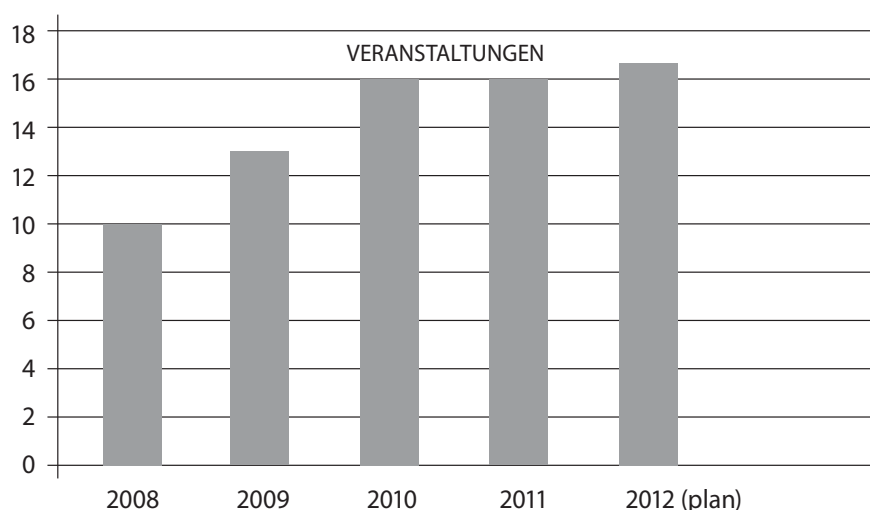
Der Kleinkarpatische Weinstrasse Verein® ist eine Interessenvereinigung von natürlichen und Rechtspersonen, die Interesse an der Weiterentwicklung der Kleinkarpatenregion, und vor allem deren traditionellen Wirtschafts- und Kulturzweigen haben und diese zur Entwicklung von Tourismus nutzen wollen.

Ziel des Vereines ist es, aktiv an der regionalen Entwicklung in der Kleinkarpatenregion teilzunehmen, vor allem mit Hinsicht auf die Entwicklung von Weinbau und Kellerwirtschaft und deren Verbindung mit Tourismus und weiteren Aktivitäten, die zu der allseitigen Entwicklung der Region beitragen.

Die Kleinkarpatische Weinstrasse ist als ein Gebiet (Destination) durch das Kleinkarpatengebirge und die Städte Bratislava, Senec, Trnava und Smolenice abgegrenzt.

Eine der Haupttätigkeiten, durch die der Verein der Attraktivität der Region beiträgt ist die **Organisation von Veranstaltungen**, die hauptsächlich mit Weinbau, Kellerwirtschaft und Kulturtraditionen verbunden sind.

#### Zu den wichtigsten Veranstaltungen der Kleinkarpatischen Weinstrasse gehören:



Der Graf zeigt uns die steigende Tendenz der Anzahl der Veranstaltungen

#### ■ Tag der offenen Weinkeller®

Diese Veranstaltung hat zum ersten Mal im Jahre 2000 stattgefunden und seitdem wird sie jedes Jahr im November organisiert. In 2011 haben 130 Keller in 28 Gemeinden und Dörfern von Devín bis Smolenice im Rahmen dieser Veranstaltung ihre Türe geöffnet, wobei ungefähr ein tausend Weine von 180 Winzern präsentiert worden. Mehr als 6 000 Teilnehmer konnten außer Weinproben auch Persönlichkeiten des Slowakischen Weinbaus treffen und traditionelle, sowie auch hochmoderne Weinkeller besuchen.

#### ■ Offene Keller am St. Urbanstag®

Die Geschichte dieser Veranstaltung hat im Jahre 2007 angefangen und ihre Popularität ist seitdem rapide angestiegen. Weinliebhaber können



Weine von Winzern aus der Kleinkarpatenregion in mehr als 100 Weinkeller von Bratislava – Devín bis Trnava probieren. Das Interesse der Besucher liegt sicherlich auch in der Tatsache, dass im Preis der Eintrittskarte schon auch ein Weincoupon in einem gewissen Wert sich befindet.

#### ■ **Frauen, Wein und Düfte®**

Diese Veranstaltung ist den Frauen gewidmet, die im Weinbau tätig sind und die mit Wein aus reiner Freude in Kontakt kommen.

#### ■ **Ein Tag im Weinberg**

Diese Veranstaltung wurde mit dem Ziel gegründet, den Besuchern auch zu zeigen, wo der Weg eines jeden guten Weines anfängt, d.h. die Weinberge vorzustellen. In 2011 hat diese Veranstaltung schon zum dritten Mal stattgefunden.

### **Vermarktung der Veranstaltungen:**

- Eine Website und die "social networks" (die Website hatte in 2006 20 000 Besucher und in 2011 schon 80 000 Besucher),
- Ab 2002 wird jedes Jahr ein Kalender mit den Veranstaltungen unter dem Titel „Weinbau und Kellerwirtschaftsjahr“ verlegt, in dem sich all die Veranstaltungen befinden, die von dem Kleinkarpatische Weinstrasse Verein und dessen Mitglieder (Winzer, Gastwirte, Museen, Selbstverwaltung, Weinbauvereine) veranstaltet werden,
- Mittels Medien (z.B. die erfolgreiche Funkserie „Großer Wein der Kleinkarpaten“ an der im letzten Jahr 54 Winzer teilgenommen haben), regelmäßige thematische weinbezogene Beiblätter in Zeitungen, regelmäßige Artikel über die Veranstaltungen auf der Kleinkarpatischen Weinstrasse, usw.,
- Teilnahme an Tourismus-Messen in der Slowakei und im Ausland,
- Besuche von Reportern aus der Slowakei und dem Ausland (Polen, Ungarn, Tschechische Republik).

### **Besucherzahlen auf den Veranstaltungen:**

Ein gutes Beispiel einer nachhaltigen Veranstaltung und deren steigenden Einfluss auf die Entwicklung der Region ist auch die erfolgreichste Veranstaltung der Kleinkarpatischen Weinstrasse, der Tag der Offenen Weinkeller, der jedes Jahr im November stattfindet.

Jahr	Anzahl der offenen Weinkeller	Anzahl der Besucher
2000	17	500
2001	30 (60 Winzer)	1 260
2002	42	1 076
2003	57	2 000
2004	63	2 500
2005	63 (100 Winzer)	2 800
2006	81 (120 Winzer)	3 500
2007	96 (130 Winzer)	3 800
2008	101 (150 Winzer)	4 500

2009	103 (160 Winzer)	5 200
2010	129 (176 Winzer)	5 600
2011	130 (174 Winzer)	6 300

Die Tabelle zeigt uns die Anzahl der offenen Weinkeller und der Besucher ab der Gründung der Veranstaltung bis heute. In den 11 Jahren hat der Verein eine Veranstaltung geschaffen, die nicht nur in der Slowakei, sondern auch im Ausland bekannt ist.

### Hauptbeiträge der Veranstaltungen und Aktivitäten des Vereines:

- Größter Erfolg – zusammen haben wir eine funktionierende Partnerschaft und ein System der Zusammenarbeit von Unternehmern, Städten, Gemeinden, Mikroregionen, Vereinen und anderen Partnern geschaffen. Die Veranstaltungen stärken die Zusammenarbeit des öffentlichen und privaten Sektors.
- Wichtig ist, dass der Bedarf nach Zusammenarbeit und Organisation von Veranstaltungen von unten kam, das heißt von den Menschen, die direkt am Tourismus in der Region beteiligt waren (Winzer, Gastwirte, Gasthöfe, Reisebüros, Museen und die Selbstverwaltung) In 1996 hatte der Verein ungefähr 50 Mitglieder, wobei es heute mehr als 700 sind.
- Die Organisation von Veranstaltungen hat einen positiven wirtschaftlichen Einfluss auf alle beteiligte Subjekte:  
Der Kleinkarpatische Weinstrasse Verein nutzt die Einkommen aus den Veranstaltungen hauptsächlich zur Vermarktung der Region (Landkarten, Vermarktungsdokumente) und der weiteren Veranstaltungen. Winzer und Weinbauvereine verdienen am Wein- und Erfrischungsverkauf, sowie der Vermarktung des Weinbaues.
- Aber auch Subjekte, die sich nicht direkt an den Veranstaltungen beteiligen, haben wirtschaftliche Vorteile dank der Tatsache, dass eine erhöhte Anzahl von Besuchern in die Region kommt (Museen, Restaurants, Gastwirte, Handwerker, Souvenirläden, aber auch andere Läden und Betriebe in den Gemeinden).
- Man nutzt die internationale Zusammenarbeit bei der Organisation von gemeinsamen Veranstaltungen und die eingesammelten Erfahrungen aus dem Ausland bei der Organisation von regionalen Veranstaltungen
- Die regionale Identität wird erhöht (die Anzahl der Veranstaltungen in der Region wächst, sowie auch die Anzahl der Subjekten, die aktiv an diesen Veranstaltungen teilnehmen wollen und letztendlich auch das Interesse der Besucher für unsere Veranstaltungen).
- Die Zusammenarbeit zwischen einzelnen Subjekten, die Vereinigung der Finanzmitteln der einzelnen Subjekten und die Organisation der Veranstaltungen schaffen Finanzmittel für die weitere Vermarktung der Region (Landkarte, Kalender der Veranstaltungen, Vermarktungsmaterialien, Teilnahme an Messen und Ausstellungen).
- Der Kleinkarpatische Weinstrasse Verein hat in den 16 Jahren seiner Existenz zu der Schaffung einer interessanten und besuchten Tourismusdestination beigetragen, die sich in der Nähe von Bratislava befindet. Durch seine Aktivitäten hat der Verein auch zu der ganzheitlichen Entwicklung der Region beigetragen.

---

**Vedúci partner / Lead Partner**  
Niederösterreich-Werbung GmbH  
Niederösterreichring 2, Haus C  
3100 St. Pölten  
Österreich / Rakúsko  
[www.niederoesterreich.at](http://www.niederoesterreich.at)

**Projektový partner / Projektpartner**  
Bratislavský samosprávny kraj / Kreis Bratislava  
Sabinovská 16  
P.O. Box 106  
820 05 Bratislava 25  
Slovensko / Slowakei  
[www.bratislavskykraj.sk](http://www.bratislavskykraj.sk)

Projekt DESTINATOUR 2013  
je realizovaný v rámci Programu cezhraničnej spolupráce  
Slovenská republika – Rakúsko 2007 – 2013  
a je spolufinancovaný z prostriedkov Európskeho fondu regionálneho rozvoja.

Das Projekt DESTINATOUR 2013  
wird im Rahmen des Programms  
der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit  
Slowakische Republik – Österreich 2007 – 2013 realisiert und aus Mitteln  
des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung kofinanziert.