

EXPERIENCE
PEOPLE & CULTURE



CULTTRIPS 2.0

European Slow Travel Experience

ABSCHLUSSBERICHT

Office Régional du Tourisme Guttland asbl



Abschlussbericht für das Projekt

CULTRIPS 2.0

European Slow Travel Experience

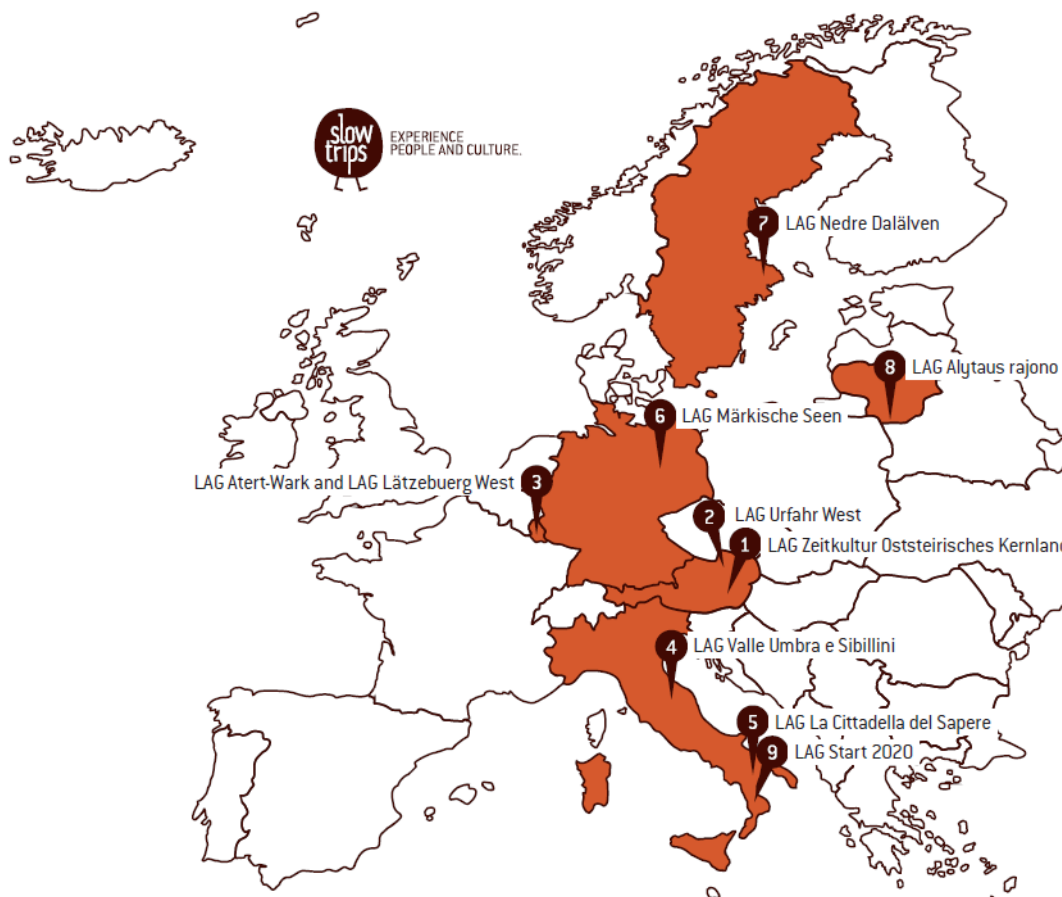
EINLEITUNG

Projektträger

Regionaler Projektträger : Office Régional du Tourisme Guttland asbl
(vorherige Bezeichnung 2016 -2023 : Office Régional du Tourisme du Centre et de l'Ouest asbl)

Projektpartner

Internationaler LEAD-Partner : LAG Oststeirisches Kernland, Steiermark, Österreich
Teilnehmende LEADER-Regionen :



Projektbeschreibung:

„Slow Trips – Zeit für Land und Leute“ ist ein grenzüberschreitendes Kooperationsprojekt unter der Schirmherrschaft der EU-LEADER-Initiative. Initial unter dem Projektnamen „CultTrips 2.0“ bekannt, setzt das Projekt die Bemühungen des Projektes „CultTrips 1.0“ fort um in Europa ein alternatives Reiseangebot aufzubauen, welches besonderen Wert auf den Kontakt zur lokalen Bevölkerung, auf Authentizität, Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Förderung der ländlichen Entwicklung legt.

Ein Bestreben des Projektes bestand von Anfang an darin, den aufkommenden Trend des partizipativen und nachhaltigen Tourismus zu fördern, indem der Fokus auf die Entdeckung und Erfahrung mit der lokalen Alltagskultur in Europa liegt. Anhand von Slow Trips haben Gäste die Möglichkeit, Einblicke in das Leben der Einheimischen zu gewinnen und unmittelbar an der Alltagskultur der verschiedenen Regionen teilzunehmen. Die Authentizität und Tiefe der Erlebnisse soll betont werden, anstatt oberflächliche Eindrücke zu vermitteln.

Neue Produkte zu entwickeln, erfolgreich zu vermarkten und ein europäisches Slow Travel Netzwerk aufzubauen – das war von Anfang an das Ziel und die Vision dieses Projektes. Die länderübergreifende Zusammenarbeit zwischen den 9 Partnerregionen aus 6 EU-Mitgliedstaaten konzentrierte sich in diesem Projekt auf drei Schlüsselphasen – Ideenfindung, Pilotierung und Popularisierung – mit ein und demselben Ziel: innovative und nachhaltige Tourismuserlebnisse zu schaffen.

Im Bereich der Innovation lag der Schwerpunkt auf der Schaffung von Tourismusprodukten durch die Einbeziehung neuer Gastgebergruppen, darunter unter anderem Lebensmittelproduzenten, Landwirte und Kulturschaffende. Diversifikation, also Change-Management, stellte Potenzial für kleine Familienunternehmen dar und öffnete während und nach der Pandemie neue Türen. Zusätzlich unterstützte die Präsentations- und Buchungsplattform die teilnehmenden ländlichen Tourismusverbände bei der Internationalisierung des Angebots. Diese Zugänglichkeit durch das neue Tool der Online-Buchbarkeit öffnet neue Türen und ermöglicht uns nach wie vor, die Leute besser und einfacher zu erreichen.

Projektlaufzeit:

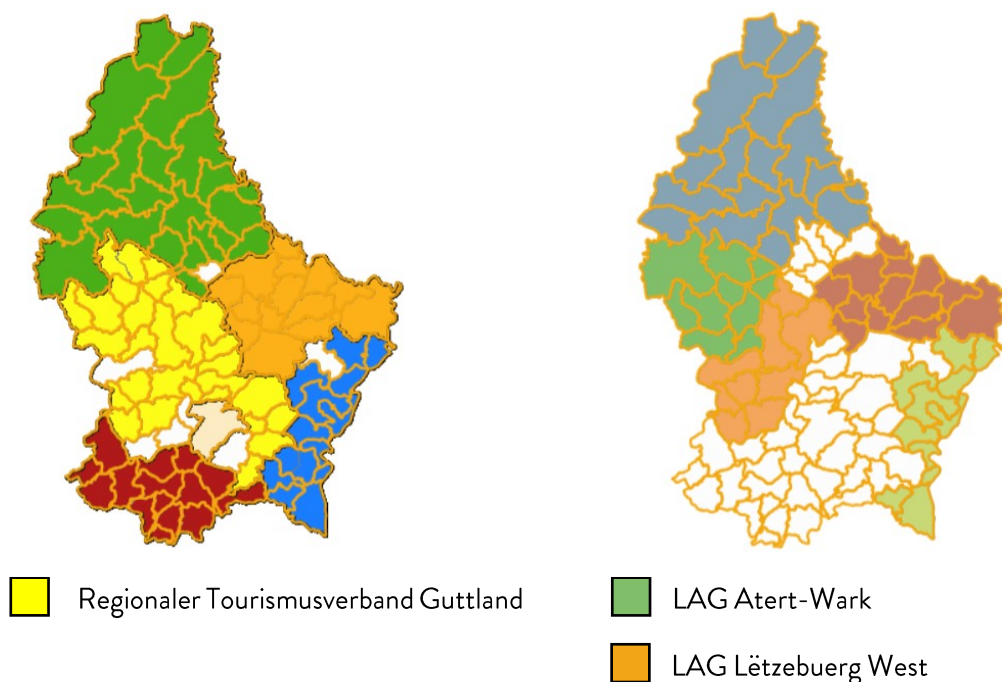
2018-2020 (geplant), verlängert bis 2024

PROJEKTABLAUF

Vorbereitung des Projektes:

Die Grundsteine für das Projekt „CultTrips 2.0“ wurden bereits 2007 gelegt, als die damalige LEADER-Aktionsgruppe Redange-Wiltz, die Idee für ein „CultTrips“ Projekt in ihre LEADER-Strategie einbaute. 2008 begann die Suche nach passenden Projektpartnern. Von 2009 bis 2010 wurde gemeinsam an einem ersten Projektentwurf gearbeitet. 2010 startet die Umsetzung mit der Millen asbl als Lead-Partner. 7 Partnerregionen aus Estland, Finnland, Italien, Österreich und Luxemburg beteiligen sich daran. Ziel des Projektes war es, ein „anderes Reisen“ möglich zu machen. Besonderer Wert wurde dabei auf den Kontakt zur lokalen Bevölkerung, auf Authentizität, Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Förderung der ländlichen Entwicklung gelegt. Eines der Resultate dieses Projektes war ein „Handbuch für die Entwicklung eines partizipativen Kultur-Tourismus-Konzeptes im ländlichen Europa“. Auch das CultTrips Logo sowie der Slogan „Experience People and Culture in Europe“ wurde im Rahmen des Projektes entwickelt. Als das Projekt 2013 endete war klar, dass dies erst der Anfang einer langen Reise war.

Von 2015 bis 2018 wurde an der Vorbereitung eines Folgeprojektes, mit Fokus auf der Entwicklung und Vermarktung neuer Angebote, gearbeitet. 2016 wurde der regionale Tourismusverband Zentrum/Westen (Visit Guttland) gegründet, welche fast alle Gemeinden der LEADER-Regionen Atert-Wark und Lëtzebuerg-West abdeckt. Um die Nachhaltigkeit des Projektes sicherzustellen, lag es auf der Hand, dass der regionale Tourismusverband der ideale Projektträger darstellte. Im September 2017 wurde das Projekt im Vorstand des Verbandes vorgestellt und einstimmig bewilligt.



2018 wurde die Projektbeschreibung finalisiert und beim Ministerium für Landwirtschaft, Weinbau und ländliche Entwicklung eingereicht. Im Herbst kam die offizielle Genehmigung, so dass der Auftaktveranstaltung im Januar 2019 in Österreich nichts mehr im Weg stand.

Projektbeginn

Im Januar 2019, fand die Kick-off Veranstaltung in Hartberg (Österreich) statt. Der Austausch zwischen den Projektpartnern stand hier im Vordergrund; Was zeichnet die teilnehmenden Regionen aus? Warum möchten sie am Projekt teilnehmen? Was sind ihre Erwartungen? Welche Ideen gibt es bereits? Was sind potentielle regionale Partner? Auch wurden die Stärken und Schwächen aus CultTrips 1.0 analysiert um wichtige Lektionen in dieses Folgeprojekt zu integrieren. Ein wichtiges Ergebnis des Austausches war auch, dass entschieden wurde in der Vermarktung auf den Namen „Slow Trips“ anstelle von „CultTrips“ zurückzugreifen, da dies im Einklang mit dem „Slow Tourism/Slow Travel“ Trend ist. Der praktische Teil durfte natürlich auch nicht fehlen; erste Slow Trips Angebote in der Region wurden getestet.



Im Februar veröffentlichte der regionale Tourismusverband Guttland die Stellenausschreibung für den/die Projektbetreuer/in, welche(r) zu 25 % diesem LEADER-Projekt gewidmet war und zu 75 % dem LEADER-Projekt „Kurze Qualitätswanderwege in der Region Guttland“. Ab Mai war diese Stelle durch Max Zacharias besetzt und erste Termine mit lokalen Partnern fanden statt um erste Ideen für neue Produkte zu entwickeln.

Mitte Juni, fand die erste Train-the-Trainer Veranstaltung in Rumänien statt. Ziel dieser Workshop-Reihe war es lokale Trainer:innen in jeder Region auszubilden, die ein ausführliches Wissen zu den Slow Trips Kriterien besitzen und somit regional Slow Trips Angebote entwickeln können.



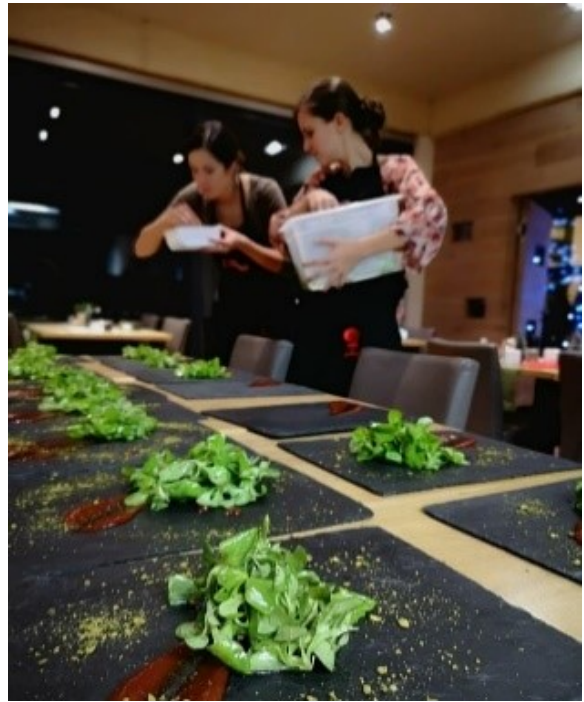
Leider konnte das Slow Trips Projekt in Rumänien nicht weitergeführt werden, so dass die rumänischen Partner noch vor dem nächsten Projekttreffen das Projekt verliessen.

Im Herbst 2019, hat sich das Team des regionalen Tourismusverbandes Guttland umstrukturiert und die neu eingestellte Projekt-Koordinatorin Nadine Schanck übernahm ab Oktober das „Slow Trips“ Projekt.

Nadine Schanck konnte auch gleich am zweiten internationalen Projekttreffen teilnehmen, welches Ende Oktober in Foligno (Italien) stattfand.



Im November 2019 fand das zweite Train the Trainer Seminar in Luxemburg statt. Neben den Arbeitssitzungen wurden auch einige Slow Trips Angebote an Ort und Stelle getestet.



Bis zu Ende des Jahres, wurde hauptsächlich am „Brand Book“ (Markenhandbuch & Designleitfaden) gearbeitet.

Aufbau des Netzwerkes, Produktentwicklung & Vermarktung

Im Jahr 2020 nahm das Projekt Fahrt auf und zahlreiche internationale Projekttreffen sowie weitere Train the Trainer Sessions waren geplant, doch leider hat die Pandemie allen einen Strich durch die Rechnung gemacht.

Durchgeführte Maßnahmen im Jahr 2020:

- Geplante Treffen, wie das internationale Projekttreffen in Italien und das Train the Trainer Seminar in Deutschland, konnten aufgrund der Umstände leider nicht wie geplant stattfinden und wurden stattdessen per Videokonferenz abgehalten. Im Jahr 2020 gab es somit insgesamt 8 digitale Konferenzen.
- Das erste Angebot in der Guttland Region („*Beertasting & local food – A unique culinary experience*“ - *Restaurant Bräiläffel, Kleinbettingen*) konnte fertiggestellt werden und wurde im November getestet.
- Trotz der strengen Gesundheitsempfehlungen, die die Fortsetzung des Projektes während der Pandemie immer wieder erschwerten, konnten nach und nach weitere neue Angebote geplant, entwickelt und in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern ausgearbeitet werden.
- Um weitere geplante Angebote umsetzen zu können, hat der regionale Tourismusverband eine professionelle Theaterausbildung in Zusammenarbeit mit Natalia Sanchez (Kultrun asbl) organisiert. Im Jahr 2020 konnten aufgrund der Pandemie nur zwei Sitzungen stattfinden. Weitere Trainingseinheiten der Theaterschulung mussten auf später vertagt werden.
- Das Markenhandbuch & Designleitfaden wurde in deutscher und englischer Ausgabe überarbeitet, ergänzt und festiggestellt. Dies war ein wichtiger Meilenstein, um eine zielgruppengerechte Sprache zu gewährleisten und um eine gemeinsame Slow-Trips-Identität in Form von Grafiken, Bildunterschriften und Bildern zu schaffen.



MARKENHANDBUCH & DESIGNLEITFADEN



www.slowtrips.eu
facebook.com/SlowTripsEuropa



The European
Agricultural Fund for
Rural Development.
Europe investing in
rural areas



Markengeschichte.

Beschreibt die Destination als roten Faden, in einer „Core Story“ und in Narrativen, d.h. individuell interpretierbare Erzählstränge in fesselnden Geschichten der Marke („Sub Stories“).

[Unsere Kerngeschichte in einem Satz]

Slow Trips sind eine teilhabende Art des Reisens und bieten eine tiefgründige Begegnung mit der Alltagskultur in Europa.

[Die Geschichte der Marke, etwas länger]

Slow Trips sind Reisen zu authentischen „alltäglichen“ Erfahrungen, die partizipatives Lernen miteinschließen. Slow Trips verbinden Reisende mit den Menschen, die in der besuchten Region leben und ermöglicht einen Austausch zwischen lebendigen Kulturen - denen der Besucher und der Gastgeber. Die Reisenden erkunden die faszinierende lokale Umgebung Europas, entdecken verborgene oder vergessene Orte, begegnen Alltagskulturen und lokalen Lebensgeschichten.

Zeit für Land und Leute — 23

Slow Trips. — Slow Trips Manifesto

1. MARKENIDENTITÄT

Wir sind eine transnationale LEADER-Kooperation mit dem Ziel, partizipative Tourismuserlebnisse zu gestalten. Als nachhaltiges Tourismusangebot inszenieren wir das Begegnen mit der lokalen Lebens- und Alltagskultur. Durch partizipatives Einbinden der lokalen Bevölkerung schaffen wir sinnvolle Beziehungen zwischen Gästen und Einheimischen. Unser Ziel ist das interkulturelle Lernen und das nachhaltige Ausrichten der Slow Trips Erlebnisse. Unsere Leidenschaft ist die Teilhabe an lokalen Traditionen durch Begegnungen mit Einheimischen und der lokalen Umgebung. Der transnationale Austausch mit anderen ländlichen Regionen in Europa ist unsere Stärke und macht Slow Trips alleinstehend.

2. MARKENWERTHE

Authentizität ist der Schlüssel und wird als kritischer Konflikt zwischen den Gegensätzen Illusion & Sein und Kopie & Original verstanden. Wir suchen nach dem „Edlen“. Wir zeigen städtische oder „unverzezte“ Bilder unserer ländlichen und städtischen Regionen und noch mehr: Wir eröffnen einen Diskurs über einen neuen touristischen Schönheitsbegriff. Wir nennen es „Localhood“ – das Entdecken & Erleben der lokalen Alltagskultur. Unsere Markenprinzipien beschreiben, wie wir idealtypische Slow Trips gestalten:

Versteckte & verborgene Schätze
KONTAKT ZU EINHEIMISCHEN
Authentizität GEMEINSAM LERNEN
ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT Soziale Nachhaltigkeit
Ökologische Nachhaltigkeit
STORYTELLING

3. MARKENWERTE

Wir handeln umweltfreundlich, sinnvoll, regional und nachhaltig. Aber wir lieben auch das Ungewöhnliche.

4. MARKENERLEBNIS

Wir laden unsere Besucher ein als teilnehmende Beobachter zu reisen, die das tägliche Leben der lokalen Bevölkerung miterleben. Egal ob wir unsere Slow Trips Erlebnisse als „nachhaltig“, „grün“, „kreativ“ oder „Kulturtourismus“ bezeichnen: Wir bieten immer bedeutsame Erfahrungen als Kernleistung unseres Markenerlebnisses an. Slow Trips ermöglicht Besuchern ungewöhnlich einfache Erfahrungen, überraschende Begegnungen, vergessene Orte, Zeitreisen, ungewöhnliche Gastfreundschaft und ihr kreatives Potenzial aktiv zu entwickeln.

5. MARKENVERSPECHEN

Zeit für Land und Leute.

Wir machen den Genius Loci spürbar - den Geist des Ortes; die charakteristische Lebenskultur, die atmosphärische Qualität und seine nicht reproduzierbare „Aura“.

10. MARKENKERN



9. GESTALTUNG



8. LIEBLINGSGÄSTE

Entdecker: Wollen auf ihren Reisen Abenteuer erleben, großartige Landschaften und vergessene Orte.
Aktive Kreative: Sie lieben das gemeinsame Handwerk und erhalten Einblicke in das, was es ist, was sie tun und wie sie es selbst tun können.
Kultur Puristen: Wollen die lokale Lebenskultur erleben, Einheimische, die lokale Umgebung kennenlernen und ihren Geschichten zu hören.
Entschleuniger: Sind Liebhaber des Lokalen Essens, reisen aufmerksam und nutzen Langsamkeit und Achtsamkeit, um Energie zu tanken.

7. TONALITÄT

Im Grunde wird die Marke durch Wortmalerei definiert; wir wollen eine Szenerie beschreiben, in die sich der Gast einfühlen und sich spüren kann. Dies geschieht mit einer Vielzahl von Adjektiven. Wir versuchen, die Erfahrungen von Slow Trips wie „in einem Film“ zu beschreiben, als ob wir unseren Lesern eine malerische Nachzeichnung einer Szene aus diesem Genre bieten würden. Wir verwenden klare Strukturen bei der Wortwahl, vermeiden verschachtelte Sätze und betonen das Menschliche und Reale, das Nahe und Greifbare, das Fühlbare und Langsame.


6. MARKENGESCHICHTE

Slow Trips sind eine teilhabende Art des Reisens und bieten eine tiefe Begegnung mit der Alltagskultur in Europa. Slow Trips sind Reisen zu authentischen „alltäglichen“ Erfahrungen, die partizipatives Lernen miteinschließen. Slow Trips verbinden Reisende mit den Menschen, die in der besuchten Region leben und ermöglicht einen Austausch zwischen lebendigen Kulturen - denen der Besucher und der Gastgeber. Die Reisenden erkunden die faszinierende lokale Umgebung Europas, entdecken verborgene oder vergessene Orte, begegnen Alltagskulturen und lokalen Lebensgeschichten.

Zeit für Land und Leute — 7

- Auch die Webseite wurde weiter ausgearbeitet (Veröffentlichung: März 2021)
- Deutschsprachige Einschulung in mehreren Sessionen mit dem Onboarding-Koordinator von der Firma Regiondo. (Buchungsportal, über das die verschiedene Angebote zugänglich/buchbar sind) Somit wurden erste Bausteine im Rahmen der Platzierung und dem Vertrieb gelegt.

Ticket Shop



Als Emma Wolff, eine junge Bauerntochter, Useldingen in Richtung Amerika verlässt, verspricht sie, nach ihrer Rückkehr die Burg zu kaufen. Einige Jahre später kehrt die inzwischen wohlhabende Emma zurück und wird Eigentümerin von der Burg Useldingen. Dies brachte ihr unter anderem den Spitznamen „Dollarmatti“ ein.

Begib dich auf eine Reise in die Vergangenheit und triff die einzigartige und faszinierende Dollarmatti, eine in Useldingen geborene Dame, die viele Jahre in den Vereinigten Staaten gelebt hat. Erfahre mehr über ihr Leben und die Useldinger Burg, die sie in den 1930er Jahren erwarb. Krönender Abschluss ist das gemütliche Beisammensein in Dollarmatti's Küche mit regionalen Produkten.

Dieses Erlebnis ist in Zusammenarbeit zwischen dem Regionalen Tourismusverband Guttland und den "Kultur- a Buergfrënn Useldeng" entstanden.

Kontaktinformationen: Tourismusverband - Region Zentrum/Westen VoG (Visit Guttland)
T. +352 2822 7862
info@visitguttland.lu

Ab 220.00€

Wunschtermin auswählen und Erlebnis buchen.

1. Termin:

< JANUAR 2024 >

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

2. Zeit:

In den Warenkorb

Tickets

- Begegnung mit dieser einzigartige Persönlichkeit
- Entdecke die Geschichte der Burg von Useldingen auf eine ganz besondere Art und Weise
- Genieße einen atemberaubenden Blick auf das Dorf Useldingen in 28 Metern Höhe
- Erfahre mehr über das Leben der Einwohner von Useldingen vor dem Zweiten Weltkrieg
- Ausgiebige Verkostung typisch amerikanischer und luxemburgischer Produkte

Preis

220.00€

Dauer

120 Minute(n)

Anzahl der Teilnehmer

min. 4 - max. 11 Teilnehmer



Die strengen Gesundheitsmaßnahmen die während der Pandemie galten und zwischendurch mehrmals angepasst wurden, entschleunigten den Entwicklungs- und Entstehungsprozess der neuen Angebote. Dieses Projekt lebt davon aufeinander zu treffen, sich auszutauschen, voneinander zu lernen und zusammen etwas Wertvolles zu schaffen. Lösungen für alle Art von Bedenken und Problemen mussten gefunden werden. Viele lokale Partner und potenzielle Anbieter, die doch größtenteils aus dem HORESCA Bereich kamen, hatten zu diesem Zeitpunkt mit Existenzängsten zu kämpfen und befanden sich in einer sehr schwierigen Lage. Zumals, da lange Zeit nicht gewusst war, wie lange die Pandemie und die damit verbundenen Umstände andauern würden. Ungewissheit und Unsicherheit erforderten viel Fingerspitzengefühl und Zukunftspläne waren zu Pandemie-Zeiten nur schwer zu schmieden. Umso wichtiger war es zu diesem Zeitpunkt, die Betroffenen dort abzuholen wo sie sich gerade befanden und jeden von ihnen auf eine andere Art und Weise zu unterstützen. Nichtsdestotrotz, wurde die Zeit bestmöglich genutzt, um auch mit neuen möglichen Partnern in Kontakt zu treten, um ihnen das Projekt vorzustellen. Außerdem wurde sich stets mit der Angebotsfindung auseinandergesetzt, Angebote wurden weiter ausgearbeitet und es wurde sich mit jenen Partnern ausgetauscht die an einer Zusammenarbeit interessiert waren. Der Slogan „Zeit für Land und Leute“ passte nach wie vor zum Projekt, bekam zu jenem Zeitpunkt allerdings eine ganz neue Bedeutung.



Parallel konnten nach mehreren Onlineschulungen über grundlegende Einstellungen und der Angebotserstellung auf Regiondo losgelegt werden. Wir haben uns in erster Linie mit dem neuen Tool auseinandergesetzt, um in einer zweiten Phase auch unseren Partnern, die Vorgehensweise und die Vorteile dieses Buchungstools näher zu bringen. Schritt für Schritt wurde sich herangetastet und getestet. Durch das Einspeisen der Angebote auf Regiondo begann eine wichtige Umsetzungsphase, da die Angebote auf diese Weise eine andere Reichweite erreichen konnten und über diesen Weg beispielsweise auch zukünftig mit weiteren Erlebnis-Plattformen verknüpft werden können.

Das erste Angebot, welches auf der Webseite veröffentlicht und somit im TicketShop zu finden war, war das *Beer Tasting* Angebot in Zusammenarbeit mit dem Restaurant Bräiläffel.

Durchgeführte Aktionen/Maßnahmen auf regionaler Basis im Jahr 2021:

- Wir waren in ständigem Austausch mit unseren Gästeführern, die im Rahmen dieses Projektes an einer spezifischen Schulung teilgenommen haben und die bei der Ausarbeitung von 2 SlowTrips Angeboten mitgewirkt haben.

Diese Schulung/Theaterausbildung, die unter der Leitung von Natalia Sanchez stattgefunden hat, konnte im Jahr 2021 abgeschlossen werden. (*Einzelsitzungen, Gruppensitzungen, Test-Sitzungen vor Ort/„Examen“ => Schmugglertour – Lass dich nicht erwischen! (BECKERICH) und Auf den Spuren der Dollarmatti (USELDANGE)*)

- Auch mit unseren lokalen Partnern und Anbietern waren wir in regelmäßigem Kontakt, um weitere Schritte bezüglich der Angebotserstellung zu besprechen. 13 Termine haben beispielsweise vor Ort stattgefunden, um sich auszutauschen, um herauszufinden ob die jeweiligen Kriterien sich im Angebot wieder spiegeln und die Voraussetzungen erfüllen und ob beziehungsweise welches Potenzial besteht.

Mehrere Angebote wurden erstellt, getestet, angepasst und fertiggestellt:

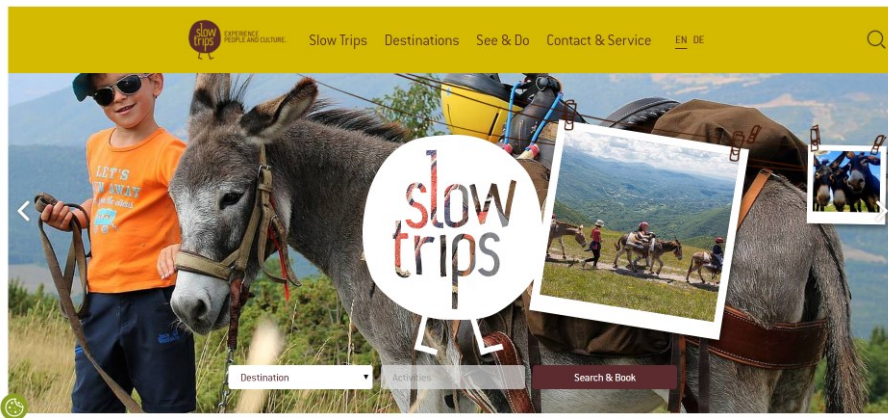
- 1) **KLEINBETTINGEN - Biergenuss & Gaumenschmaus – Verkostung**
(Partner: Restaurant Bräiläffel, Kontaktperson: Ralph Schmitt)
- 2) **REGION GUTTLAND - “Drëpp” - ein edler Topfen (Brennerei Tour)**
(Partner, u.a.: Brennerei Conter/Saeul, Brennerei Fisch/Calmus usw)
- 3) **REGION GUTTLAND - So schmeckt das Guttland (Produzenten Tour)**
(Partner, u.a.: Lynn Jemming/Kohler, Michel Colette/Hollenfels, Familie Goedert/Ospenn, Jean-Marc Freilinger/Hovelange,..)
- 4) **RINDSCHLEIDEN - Slowtrip durch das kleinste Dorf des Landes**
(Partner: Musée Thillenvogtei - André Kirsch, Reiseleiter: Visit Guttland)
- 5) **RINDSCHLEIDEN - Reise in die Vergangenheit**
(Partner: Musée Thillenvogtei - André Kirsch, Reiseleiter: Visit Guttland)
- 6) **BECKERICH - Schmugglertour – Lass dich nicht erwischen!**
(Partner: D’Millen ASBL, Reiseleiter: Visit Guttland)
- 7) **USELDANGE - Auf den Spuren der Dollarmatti**
(Partner: Kultur- a Buergfrënn Useldeng, Reiseleiter: Visit Guttland)

Eindrücke von einigen Angeboten, die im Jahr 2021 in der Region Guttland getestet wurden:



Kommunikation:

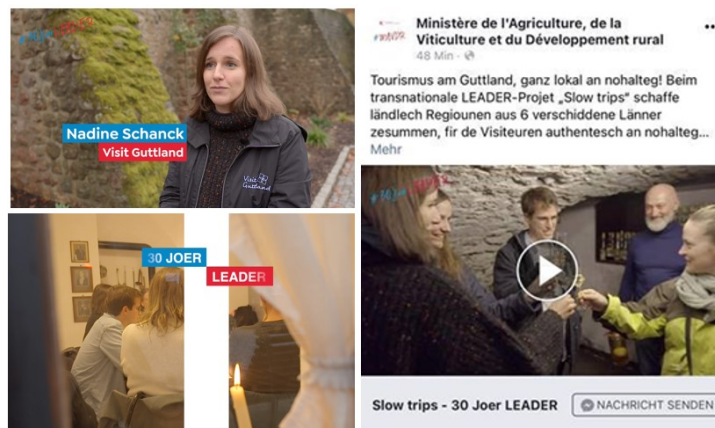
- März 2021: Veröffentlichung der Webseite www.slowtrips.eu



- März 2021: SlowTrips wurde für den „rural inspiration award“ in der Kategorie „resilient future“ nominiert und stand unter den Finalisten.
- 6 Slow Trips Angebote wurden in der „Guided Tours & Group Experiences“ Broschüre vorgestellt (Herausgeber: Visit Guttland)
- Planung und Bewerbung der SlowTrips Angebote zu festen Terminen im Rahmen unserer Freizeitprogramme *GUIDED SUMMER TOURS & GUIDED AUTUMN TOURS* (z.Bsp.: 03/11/21: *Auf den Spuren der Dollarmatti*, 11/11 Teilnehmer)
- Planung der Slow Weeks Kampagne: Um die „Slow Trips“ Angebote der Region Guttland bekannter zu machen und um Feedback zu den bestehenden Angeboten zu sammeln, hat das ORT die Organisation von 2 „Slow Weeks“ für 2022 geplant (Karnevalferien & Pfingstferien). Die Teilnehmer die an den Slow Weeks teilnahmen, stimmten zu, dass Fotos und Videos von den Angeboten gemacht wurden. 2021 wurden erste Werbemaßnahmen für die Slow Weeks gestartet: unter anderem im Gästemagazin „Guttland Stories“ (Herausgeber: Visit Guttland), SYNERGIE, Luxemburger Wort (18/12/21 + 07/01/21), Guttland Winter Moments, Facebook, Instagram, Webseite, usw.

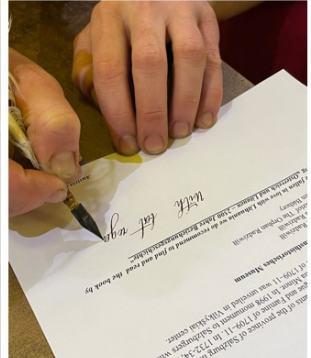


- Weitere SlowTrips Angebote wurden auf Regiondo buchbar gemacht
- Auf Initiative des Landwirtschaftsministeriums: Umsetzung eines Videos zum Projekt



Zusammenarbeit auf internationaler Ebene:

- 7 digitale Austausche via ZOOM
 - 2 transnationale Austausche: 09/2021 in Litauen & 10/2021 in Italien
- => Neue Erlebnisse werden in transnationaler Zusammenarbeit entwickelt, pilotiert und zwischen den Regionen gegenseitig evaluiert und getestet.



Im Jahr 2022 standen der Projektleitung einige Wechsel bevor;

- Im April 2022 begann der Mutterschaftsurlaub von Nadine Schanck. Tiago Santos, der seit 2018 Marketingbeauftragter des Visit Guttland – Teams war, übernahm die Leitung dieses LEADER-Projektes.
- Im November 2022, verlässt Tiago Santos das ORT. Das Projekt wurde weitergeführt durch die Marketing-Beauftragte des regionalen Tourismusverbandes Katrin Maus & die Geschäftsführerin Isabelle Hermes (bis zur Rückkehr von Nadine Schanck im Mai 2023)

Durchgeführte Aktionen/Maßnahmen im Jahr 2022

Zusammenarbeit auf internationaler Ebene:

- Digitaler Austausch hat mehrmals via ZOOM stattgefunden
- 3 transnationale Austausche: in Deutschland (03/22), Schweden (05/2022) und Österreich (06/22)
- Bei den transnationalen Treffen 2022 standen folgende Themen im Vordergrund : „Lessons Learned“ Austausch, Planung der Netzwerkerweiterung (4 neue Regionen aus Österreich, den Niederlanden, Belgien und Deutschland sind interessiert, zukünftig Teil des SlowTrips Netzwerkes zu werden), „Onboarding process“ wurde erstellt, Planung der Weiterentwicklung des Projektes nach Abschluss des aktuellen LEADER-Projektes (Unterzeichnen einer „Letter of intent“ der teilnehmenden Regionen für ein Folgeprojekt)



- 11. - 14. Mai 2022: Umsetzung von 2 Werbevideos im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit (Leistungserbringer: Johanna Tschautscher-Höfler aus Österreich)



Durchgeführte Aktionen/Maßnahmen auf regionaler Ebene:

- Vertrag mit Regiondo (Buchungsplattform) wurde erneuert.
- Ständiger Austausch mit unseren lokalen Partnern und neuen potenziellen Anbietern, um weitere Schritte bezüglich neuer Angebotserstellungen zu besprechen.

- Planung und Bewerbung der SlowTrips Angebote durch unsere Slow Weeks, die im Jahr 2022 gleich zweimal stattgefunden haben. Zu festen Terminen, hatte eine begrenzte Anzahl an Personen die Möglichkeit, verschiedene SlowTrips Angebote zu testen. Als Slow-Trip-Tester konnten sie unter anderem verborgene Schätze der Region mit allen Sinnen erleben. Die Teilnahme war kostenlos und im Gegenzug waren die Teilnehmer gebeten, uns ihr Feedback mitzuteilen und uns ihre Erlaubnis zu geben, bei den Aktivitäten Fotos machen zu können. Vom 15/02 - 18/02 während den Karnevalferien gab es eine Erstausgabe. Eine weitere Ausgabe der Slow Weeks gab es anschließend vom 23/05 - 27/05 während den Pfingstferien. Um bei dieser zweiten Ausgabe noch zuverlässigeres Feedback zu bekommen und besser darauf aufbauen zu können, haben wir die Teilnehmer für die Pfingstferien, nach Rücksprache mit den jeweiligen Partnern gezielt gewählt. Es gab dem zufolge demnach keinen Aufruf mehr an die Öffentlichkeit. Insgesamt haben etwa 70 Personen an den Slow Weeks teilgenommen. (Februar + Mai 2022)



Projektabschluss


Durchgeführte Aktionen/Maßnahmen auf internationaler Ebene:

- Der offizielle internationale Teil des Projektes endet 2022. Doch da das Netzwerk weiterbesteht und auch an einem Folgeprojekt geplant wird, fanden auch 2023 einige digitale Treffen statt : 3 digitale Meetings (Planung der Übergangsperiode, Austausch zwischen Partnern über die regionale Entwicklung usw.)

Durchgeführte Aktionen/Maßnahmen auf regionaler Ebene:

- Letzte Arbeiten und Anpassungen an den im Jahr 2022 erstellten Videos
- Umsetzung von Fotoshooting Sessions vor Ort um die neu erstellten Angebote bewerben zu können (Jeniska Photography)
- Austausch mit lokalen Partnern, um die Organisation bestehender Angebote zu verbessern. (z.Bsp. Dollarmatti, Schmugglertour)
- Austausch mit neuen lokalen Partnern um die Entwicklung neuer SlowTrips zu besprechen, wie zum Beispiel: REGION GUTTLAND – Waldbaden – Shinrin Yoku (Partner: Karen Decker) & NOSPELT - Péckvillchen Workshop (Partner: Syndicat d’Initiative Nospelt)
- Neue Angebote wurden auf Regiondo erfasst
Call to action - We are looking for you! - Aufruf zur Einreichung von Ideen für neue Slow-Trip-Angebote in der Publikation "Guttland Moments", Herbst-Winter-Ausgabe (2023/2024), die an alle Haushalte in der Region Guttland verteilt wird.
- Herbst 2023: Abschlussarbeiten für das Projekt: Erste Arbeiten am Abschlussbericht und Vorbereiten der Endabrechnung
- 2023 + 2024: Pro Angebot Erstellung eines Flyers (9 x 1500 Stück)

Einige Beispiele an erstellten Flyer:



Forest Bathing

Buche ein einzigartiges Erlebnis
Réservez une expérience unique
Book a unique experience

📍 Guttland Forest

Visit
Guttland

DE Entfliehe dem Alltag und begib dich auf eine erholsame Reise durch die zauberhaften Wälder der Guttland Region. Herzlich willkommen zu deinem persönlichen Waldbad! Lass dich von der Natur umarmen, in Begleitung der Waldexpertin Karen Decker, Waldbader, oder „Shinrin-Yoku“ auf japanisch, läßt dich ein, dein Tempo zu verlangsamen und dich mit der heilenden Energie des Waldes zu verbinden. Es ist nicht einfach nur ein Spaziergang im Wald; es ist eine Erfahrung die alle deine Sinne weckt und Entspannung, Stressreduktion und allgemeines Wohlbefinden fördert.

Interesse geweckt? Buche deinen Wunschtermin für deine Gruppe auf Anfrage oder nimm im Rahmen unserer Freizeitprogramme an einem festen Termin an diesem Erlebnis teil.

FR Échappez à la vie quotidienne et embarquez pour un voyage serein à travers les forêts magiques de la région Guttland. Bienvenue à votre séance de bain de forêt sur demande, où vous vous reconnectez avec la nature, guidé par l'expérimentée coach en forêt, Karen Decker. Le bain de forêt, ou « Shinrin Yoku » en japonais, vous invite à ralentir et à vous reconnecter avec l'énergie curative de la forêt. Ce n'est pas seulement une promenade dans les bois ; c'est une expérience qui vous permet d'engager tous vos sens, favorisant la détente, la réduction du stress et le bien-être général.


Intéressé(e) ? Réservez la date de votre choix pour votre groupe sur demande ou participez à cette expérience à une date fixe dans le cadre de nos programmes de loisirs.

EN Escape the hustle and bustle of everyday life and embark on a serene journey through the enchanting forests of the Guttland region. Welcome to our on-demand Forest Bathing session, where you'll immerse yourself in the soothing embrace of nature, guided by the experienced forest coach, Karen Decker. Forest Bathing, or "Shinrin Yoku" in Japanese, invites you to slow down and reconnect with the healing energy of the forest. It's not just a walk in the woods, it's an experience that allows you to engage all your senses, promoting relaxation, stress reduction and overall well-being.


Interested? Book your desired date for your group on request or take part in this experience on a fixed date as part of our leisure programmes.

AG Individual session / 1,5 h / 90 €
Family session (2 adults + their kids) / 2 h / 145 €
Group session (on demand)

📍 LU / DE / FR / EN
📍 Dréps - Mamer / Hunnebour - Mersch / Schätzel - Gréngewald
📍 Regional Tourism Office Guttland
T +352 28 22 78 62
info@visitguttland.lu
www.visitguttland.lu

Buchen | Observer | Book
 

Wir sind Teil des Slow Trips Netzwerkes, entdecken mehr Slow Trips Angebote in Europa.
Nous faisons partie du réseau Slow Trips, découvrez plus d'expériences en Europe.
We are part of the Slow Trips network, discover more Slow Trips experiences in Europe.
www.slowtrips.eu





Fonds européens de développement régional
Le projet soutient les zones rurales.



Travel back
in time

Buche ein einzigartiges Erlebnis
Réservez une expérience unique
Book a unique experience

📍 Rindschleiden

Visit
Guttland

DE Kömt ihr euch vorstellen, wie Menschen vor etwa 100 Jahren in Luxemburg auf dem Land gelebt haben? Dann ist dies genau das richtige Angebot für euch! Besucht Rindschleiden, das kleinste Dorf des Landes mit seinem ländlichen Museum „Thillenvogtei“. Hier könnt ihr die Vergangenheit mit allen Sinnen erleben. Krönender Abschluss ist das gemütliche Beisammensitzen in der rustikalen Küche bei Kaffee und einer Kleinigkeit zu Essen.

Interesse geweckt? Buche deinen Wunschtermin für deine Gruppe auf Anfrage oder nimm im Rahmen unserer Freizeitprogramme an einem festen Termin an diesem Erlebnis teil.

FR Pourriez-vous vous imaginer comment vivaient les gens dans les zones rurales du Luxembourg il y a 100 ans ? Alors cette visite est faite pour vous! Dans le plus petit village du Luxembourg Rindschleiden, remontez le temps et découvrez la vie d'autrefois avec tous vos sens au musée rural « Thillenvogtei ». Pour terminer en douceur, vous êtes invités dans la cuisine rustique afin d'apprécier un café et un petit morceau en toute tranquillité.

Intéressé(e) ? Réservez la date de votre choix pour votre groupe sur demande ou participez à cette expérience à une date fixe dans le cadre de nos programmes de loisirs.

EN Ever imagined how people used to live in the rural areas of Luxembourg about 100 years ago? Then this offer is for you! Come to Rindschleiden, the smallest village of Luxembourg and travel back in time with all your senses in the rural museum "Thillenvogtei". The crowning glory is a cozy get-together in the rustic kitchen with coffee and a small bite to eat.

Interested? Book your desired date for your group on request or take part in this experience on a fixed date as part of our leisure programmes.

🕒 2 h
👤 Min. 1 p / Max. 10 p
📍 LU / DE / FR
💰 110 € (1 - 10 p) + 10 € per person (meal included)
📍 Grevels - Iewechten Eck (800 m)
📍 Regional Tourism Office Guttland
T +352 28 22 78 62
info@visitguttland.lu
www.visitguttland.lu

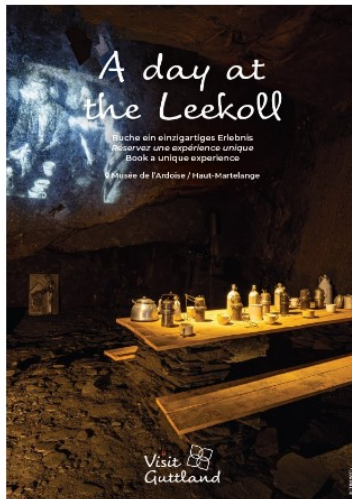
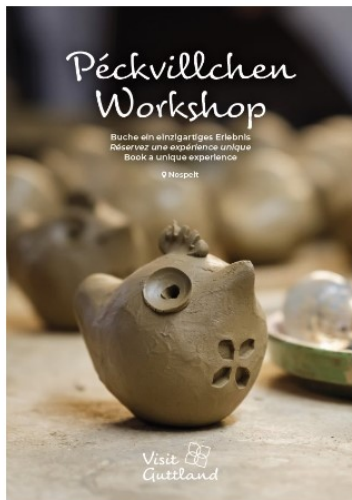
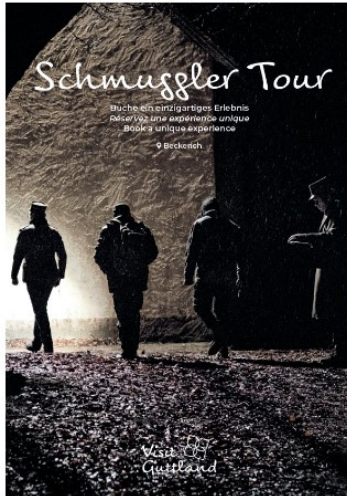
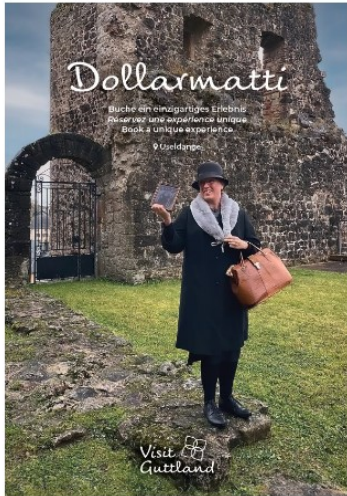
Buchen | Observer | Book
 

Wir sind Teil des Slow Trips Netzwerkes, entdecken mehr Slow Trips Angebote in Europa.
Nous faisons partie du réseau Slow Trips, découvrez plus d'expériences en Europe.
We are part of the Slow Trips network, discover more Slow Trips experiences in Europe.
www.slowtrips.eu





Fonds européens de développement régional
Le projet soutient les zones rurales.



Alle Slow Trips Angebote der Region im Überblick



Schmuggler Tour – BECKERICH



Dollarmatti – USELDINGEN



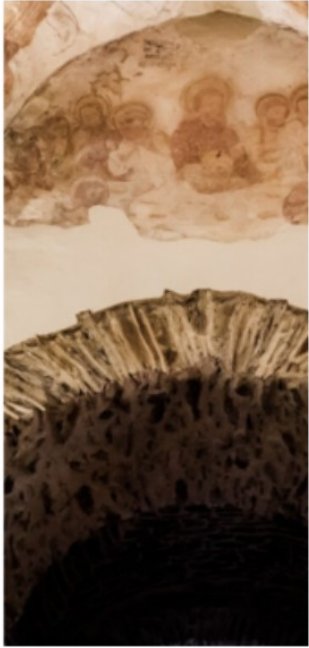
Péckvillchen Workshop – NOSPELT



Forest Bathing – Guttland Forest



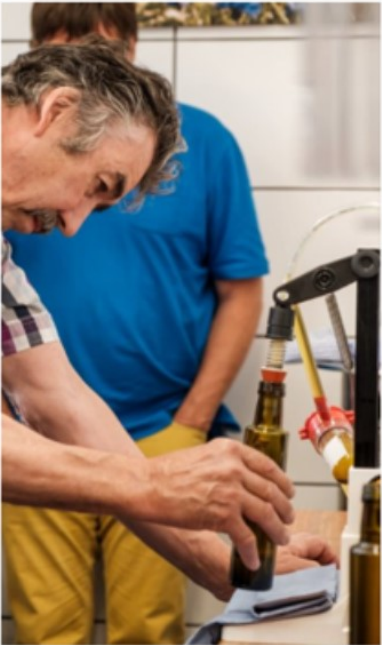
Slow Trip through the country's smallest village - RINDSCHLEIDEN



Travel back in time - RINDSCHLEIDEN



Meet the local food producers



Meet the local distillers



A Day at the Leekoll – HAUT-MARTELANGE



2024

Die Slow Trips Reise geht weiter:

- Regelmäßiger Austausch mit lokalen Partnern, um u.a. die Organisation bestehender Angebote zu verbessern
- Zusammenarbeit mit der Illustratorin Lynn Cosyn zur Entwicklung und Erstellung von Geschenkgutscheinen (*aktuell noch in Bearbeitung*)



- Ausarbeiten weiterer Slow Trips Angebote ; jetzt und auch in Zukunft (u.a. Follow-Up Aufruf für neue Ideen in den “Gutland Moments”)
- Slow Trips sind fester Bestandteil unserer Freizeitprogramme (Im Laufe der letzten Jahre haben etwas mehr als 400 Personen an einer Slow Trips Aktivität im Rahmen unserer Programme oder bei einer Buchung auf Anfrage teilgenommen)
- Internationales Follow-up durch weiteres LEADER-Projekt wird geplant

- Einige weitere Regionen (Belgien, Niederlande, Österreich, ...) sind interessiert dem Slow Trips – Netzwerk beizutreten
- Am 17. April 2024 fand in Rindschleiden eine Abschlussfeier im Rahmen des transnationalen LEADER Projektes Slow Trips statt. Zu dieser Gelegenheit wollten wir allen Beteiligten ein großes Dankeschön aussprechen, die an irgendeiner Art und Weise am Projekt beteiligt waren und die Angebote zu dem gemacht haben, was sie heute sind. Vor Ort hatten die Teilnehmer die Möglichkeit an einigen Aktivitäten teilzunehmen und diese somit zu testen. Nach der Präsentation mit einem globalen Rückblick des Projektes, wurde sich anschließend bei einem Glässchen und einem Happen ausgetauscht. Außerdem haben es sich einige lokale Partner nicht nehmen lassen um ihre Spezialitäten vor Ort zur Verkostung anzubieten oder eine Demonstration zu präsentieren. Somit haben die einen im Laufe des Abends in gemütlicher Atmosphäre an einer Bier- oder lokalen Lebensmittel Verkostung teilgenommen, andere wiederum wurden selbst aktiv und haben ihren eigenen „Péckvillchen“ hergestellt.

Hier einige Eindrücke der Abschlussfeier:





ANALYSE – KPI

Projektziele laut Projektbeschreibung:

- ✓ Auf- und Ausbau des internationalen Slow Travel - Netzwerkes

Das Slow-Trips Netzwerk welches im Rahmen des Projektes entstanden ist, wird auch in Zukunft weiterbestehen. Die Partner haben schriftlich vereinbart weiter am Netzwerk zu arbeiten und auch ein LEADER-Folgeprojekt ist geplant. Da weitere europäische Regionen Interesse an einem Beitritt zum Netzwerk haben, wurde für diese ein „Onboarding“ Prozess definiert, damit sie alle notwendigen Informationen und Schulungen erhalten um Teil des Netzwerkes zu werden.

- ✓ Erstellen buchbarer Slow Travel Erlebnisse in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern & eines Qualifizierungsprogramms für CultTrip- Gastgeber in allen teilnehmenden LEADER-Regionen. Im ersten Jahr des 3-jährigen Projekts muss jede LEADER-Region 10 bis 15 lokale Gastgeber / Unternehmen zur Teilnahme an der „Cult.Trips-Akademie“ motivieren.
 - ✓ Insgesamt 10 Angebote sind in der Region Guttland finalisiert worden (A Day at the Leekoll, Meet the local Food Producers Tours, Distillery Tour, Beer Tasting, Péckvillerchers Atelier, Waldbaden, Slow Trip Randschelt, Zeitreise Randschelt, Dollarmatti & Schmugglertour). Einige weitere sind in Planung. Von 2021 bis 2024 haben etwas mehr als 400 Personen an einer Slow Trips Aktivität im Rahmen unserer Programme oder bei einer Buchung auf Anfrage teilgenommen.
 - ✓ In 3 transnationalen Train-the-Trainer-Seminaren wurden lokale Trainer: innen in jeder Region ausgebildet. Diese besitzen umfangreiches Wissen um in ihrer Region weitere Slow Trips Erlebnisse zu entwickeln.
 - x Die „Cult.Trips-Akademie“ wurde nicht umgesetzt.
- ✓ Erstellen eines dreijährigen „Marketing & Sales Masterplanes“ für die „Customer Journey“ lokaler, nationaler und internationaler Reisender

Initial war mit der Firma HMC Marketing ein mehrjähriger Marketingplan entwickelt worden. Aufgrund von Differenzen betreffend der Umsetzung dieses Planes, wurde die Zusammenarbeit im Laufe des Projektes beendet. Weitere Marketingmaßnahmen wurden dennoch umgesetzt, jedoch als einzelne Initiativen. Auch die verschiedenen Partner haben regional eigene Marketinginitiativen umgesetzt.

Noch einige Meilensteine und Zahlen auf einen Blick – auf INTERNATIONALEM Level :

- Einrichtung einer Social-Media-Fanpage auf Facebook und Instagram (Juni 2019)
www.facebook.com/SlowTripsEurope und www.instagram.com/slowtrips.eu
- Mitarbeit bei der Einrichtung der Website, des Corporate-Identity-Handbuchs und Beauftragung aller externen Partner (einschließlich transnationaler Fotografen für die ersten Fotos unserer Webseite)
- Fertigstellung des Corporate-Identity-Handbuchs (Brandbook und Workbook) zusammen mit unserem externen Experten St. Elmo's Tourismusmarketing (Januar 2021)
- Ausschreibung für den Rural Inspiration Award 2021 (nominiert in der Kategorie ResilientFutures – Ranking Top 5)
- Website-Launch von www.slowtrips.eu und www.slowtrips.at gemeinsam mit unserem externen Experten crosseye Marketing (März 2021)
- Start von Google-Ad-Kampagnen zusammen mit unserem externen Experten crosseye Marketing (März 2021)
- Slow Trips auf Pinterest eingerichtet (Mai 2021)
- Slow Trips auf Google My Business eingerichtet (Mai 2021)
- Abschluss des Onboardings unseres Buchungstools Regiondo und Integration der ersten Slow-Trips-Erfahrungen auf unserer transnationalen Website (Oktober 2020)
- laufende Analyse unserer Slow-Trips-Erfahrungen, externe Unterstützung beim Texten, Lektorat und Übersetzen mit Grumpy Girl Communication, Kai Andi Katschtaler
- Unterstützung bei der Pflege von Social Media durch unseren wichtigsten Partner in Litauen, Henrieta, ab September 2021
- Fertigstellung aller Filmclips in allen Regionen zusammen mit Johanna Tschautscher-Höfler (September 2022)
- Abschluss aller Train-the-Trainer-Seminare in (1) Rumänien, Cluj-Napoca, (2) Luxemburg, Guttland und (3) Litauen, Alytus zusammen mit unseren externen Experten Martin Schobert und Julia Schrell
- Abschluss aller transnationalen Projekttreffen in (1) Österreich, Hartberg im Jahr 2019, (2) Italien, Foligno im Jahr 2019, (3) Italien, Basilikata im Jahr 2021, (4) Deutschland, Seenland Oder-Spree im Jahr 2022, (5) Schweden, Nedre Dalälven im Jahr 2022 und (6) Österreich, Donau Oberösterreich im Jahr 2022
- Während der Pandemie begann der leitende Partner, regelmäßige Zoom Calls zu organisieren – insgesamt hatten wir 22 Zoom Calls.

BUDGET & GESAMTAUSGABEN

	Budget	Gesamtausgaben
Project Management & Awareness Rising (Transnational & Regional Management, Transnational Meetings)	91 517,33 €	118 816,49 €
Product Development & Testing (Train the Trainer etc.)	26 915,45 €	9 509,57 €
Distribution/Marketing (Website, Regiondo, Photoshootings etc.)	35 485,13 €	44 993,11 €
PR/Communication (Local product development, local flyers etc.)	71 788,76 €	55 950,93 €
Final report	4 753,33 €	123,60 €
Gesamt	230 460,00 €	229 393,71 €
