

**Presseinformation anlässlich ITB 2016  
„50plus Hotels“, Kreativ Reisen Austria  
EUROPETOUR**

**10.3.2016**



### **Best Ager: Kern-Zielgruppe im Kulturtourismus**

**ITB Berlin. Sie sind 50+, gebildet, meist gut-situiert, mobil und reisebereit – Europas Best Ager sind die Kern-Zielgruppe im „Megatrend Kulturtourismus“. Damit sich diese attraktive Zielgruppe zunehmend auch die Kulturschätze des ländlichen Raums erschließt, dafür setzt sich EUROPETOUR ein, ein europäisches Vorhaben zur Stärkung des Kulturtourismus im ländlichen Raum.**

Bislang wurde Kulturtourismus weitgehend gleichgesetzt mit Städtetourismus. Doch die ländlichen Regionen Europas bieten herausragende Kulturerbe-Stätten, lebendiges Brauchtum, Kreativangebote, (Kunst)Handwerk und hochklassige Kunst- und Kulturfestivals von Klassik bis Avantgarde. „Dafür sind die 50plusHotels und Anbieter wie Kreativ Reisen Austria ideale Partner“, ist Dr. Karin Drda-Kühn, Geschäftsführerin von Kultur und Arbeit e.V., überzeugt.

Sie leitet mit ihrer Einrichtung EUROPETOUR, ein Vorhaben des ERASMUS+ - Berufsbildungsprogramms, unterstützt von der Europäischen Kommission. Darin arbeiten fünf kulturtouristische Netzwerke zusammen. Neben dem österreichischen Netzwerk „Kreativ Reisen Austria“ sind es das KIRA-Netzwerk der deutschen Region Heilbronn-Franken, das deutsch-polnische „Klosterland“-Netzwerk, das Netzwerk der moldawischen Kirchen in der rumänischen Region Bukowina und das europäische Netzwerk „Future for Religious Heritage“.

Zwei weitere europäische Regionen – das spanische Kantabrien und die italienische Region Marke – sind im Aufbau kulturtouristischer Netzwerke begriffen. Fachliche Unterstützung geben der österreichische Bildungsanbieter E-C-C und der bulgarische Spezialist für Regional- und Geschäftsentwicklung INI-Novation.

### **Qualifizierung für Touristiker und Kulturschaffende**

Per europaweiter Umfrage wurden im Januar 2016 die Voraussetzungen für erfolgreichen Kulturtourismus im ländlichen Raum erfasst. Die Analyse liegt Anfang Mai vor. Daraus abgeleitet entstehen Qualifizierungsangebote für lokale Akteure, die im Kulturtourismus aktiv sind oder es werden wollen – denn die attraktive Gruppe kulturell interessierter Gäste soll angemessen angesprochen werden. In einem nächsten Schritt werden die europäischen Partner einen Leitfaden zur Nutzung Sozialer Medien im ländlichen Kulturtourismus und zum erfolgreichen Online-Marketing von Kulturschätzen erstellen. Er wird in mindestens sieben europäischen Sprachen erstellt und europaweit vertrieben.

### **Europäische Gäste auf kultureller Entdeckungstour**

Zudem werden alle Beteiligten bis Sommer 2018 attraktive, kulturtouristische Angebote für Gäste erstellen. Ziel ist es, dass Gäste, die an kulturellen Themen wie beispielsweise historischen Burgen oder Kreativangeboten interessiert sind, ein europäisch vernetztes Angebot erhalten. So sollen Gäste der italienischen Region Marke oder der rumänischen Bukowina für ähnliche Themen in den anderen beteiligten Regionen begeistert werden – und umgekehrt. Die Möglichkeiten Sozialer Medien und mobiler Endgeräte wie Handys und Tablets werden dabei gezielt eingesetzt.

Dr. Karin Drda-Kühn: „Es geht um Wertschöpfung für den ländlichen Raum: Generierung von Einkommen für Kulturschaffende, Steigerung der Besucherzahlen für Kultureinrichtungen und die Gewinnung von Übernachtungsgästen.“

Mehr: [www.europetour.tips](http://www.europetour.tips);

Kontakt: Dr. Karin Drda-Kühn Tel. 07931-56 36 374 oder [info@europetour.tips](mailto:info@europetour.tips)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union