

# Region der Wege - Herzwärts

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN  
UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | TOURISMUS | LEADER | WISSENSTRANSFER  
PROJEKTREGION | STEIERMARK  
LE-PERIODE | LE 14-20  
PROJEKTLAUFZEIT | 2015-2018 (GEPLANTES PROJEKTENDE)  
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 220.918,04€  
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 132.550,82€  
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  
PROJEKTRÄGER | ARGE MARIAZELLERLAND - MÜRZTAL

## KURZBESCHREIBUNG

Die Vermarktung der Region als „Region der Wege“ erfolgt in enger Abstimmung mit allen regionalen Partnern und insbesondere den Tourismusverbänden. Nachdem die Thematik der Wege immer ein verbindendes Element hat, soll über dieses Projekt auch eine Vernetzung in andere Leader Regionen erfolgen.

In dieser Leader Periode wird der entscheidende Entwicklungsschritt hin zum Ziel einer anerkannten Wege-Region gesetzt. Die regionale Bevölkerung soll sich mit dem Thema „Wege“ identifizieren. Durch das Informieren der Gäste kann es zu einer Erhöhung der Aufenthaltsdauer und somit zu einem Beitrag für die regionale Wertschöpfung, vor allem in den Bereichen Tourismus und Land- und Forstwirtschaft, kommen.

## AUSGANGSSITUATION

Das Projekt „Region der Wege“ wurde schon in der letzten Leader Periode sehr erfolgreich umgesetzt. Neben der Schaffung von Attraktionen entlang des sogenannten „Weges durch die Region“ wurde vor allem mit der Entwicklung verbindender Erlebnisse begonnen. Es steht aktuell eine gute Infrastruktur hinsichtlich der Wege zur Verfügung, die sich entlang eines Hauptweges durch die Region erstreckt. In der kommenden Leader Periode soll der Schwerpunkt auf dem Ausbau der Marke „Region der Wege – Herzwärts“ und der Vermarktung der gesamten Leader Region als eine „Region der Wege“ liegen. Diese Vermarktung soll so weit gehen, dass die Region als überregional bekannte Wegedestination wahrgenommen wird.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

### Ziele und Zielgruppen:

Ziel 1: Weitere Vertiefung sowie Integration der Marke „Region der Wege – Herzwärts“ innerhalb und außerhalb der Leader Region Mariazellerland-Mürztal

Ziel 2: Schaffung weiterer verbindender Erlebnisse in der „Region der Wege“

Ziel 3: Ausbau der Leader Region Mariazellerland-Mürztal zu einer überregional wahrgenommenen Wegedestination

Ziel 4: Vermarktung der „Region der Wege“ unter der Markenbezeichnung „Region der Wege – Herzwärts“

Ziel 5: Vernetzung der Leader Region Mariazellerland-Mürztal über die thematische Klammer „Wege“ mit anderen Leader Regionen.

### **Unmittelbare Zielgruppen:**

Die unmittelbaren Zielgruppen des Projektes sind TouristInnen, die eine Affinität zum Thema „Bewegen in der Natur“ haben. Damit sind die klassischen Wanderer, die Pilger und Radfahrer (vor allem MTB) gemeint. Mittelbare Zielgruppen: Eine mittelbare Zielgruppe ist die regionale Bevölkerung, die über eine hohe Identifikation mit den regionalen Wegen (z.B. Bründlweg) als Themenbotschafter agiert.

Eine weitere mittelbare Zielgruppe sind alle Touristinnen und Touristen, welche ein grundsätzliches Interesse an Erlebnissen in der Natur haben und somit für das Thema „Wege“ begeistert werden können.

### **PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN**

„Wege – entstehen beim Gehen!“ Aufbauend auf diesem Zitat wurde das Projekt „Region der Wege“ in den letzten Jahren umgesetzt. In der Leader Region Mariazellerland-Mürztal haben sich eine ganze Reihe von thematischen Leitwegen positioniert. Allen voran der Bründlweg am Pogusch, welcher über die Grenzen der Region hinaus bekannt ist. Daneben finden sich aber auch eine ganze Reihe weiterer Wege im Mariazellerland-Mürztal die es wert sind begangen zu werden.

Im aktuellen Projekt „Region der Wege – Herzwärts“ soll das Projekt weiter entwickelt werden. Zu diesem Zweck werden weitere sogenannte Erlebnispunkte geschaffen, die durch die gemeinsame Klammer des „Weges durch die Region“, welcher sich vom Semmering beginnend bis nach Bruck an der Mur durch die ganze Region schlängelt, verbunden werden. Neben der Schaffung weiterer Erlebnispunkte spielt das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit eine ganz wesentliche Rolle.

### **ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN**

Mit Hilfe von klassischen und modernen Marketingmaßnahmen soll sich die Marke „Region der Wege – Herzwärts“ weiter entwickeln und die Leader Region Mariazellerland-Mürztal zu einer überregional anerkannten Wege-Destination werden. Es gibt österreichweit keine andere Region, die sich mit dem Thema Wege in dieser Tiefe auseinandersetzt und es zu einem regionalen Leitthema macht.



Oliver Königshofer



Oliver Königshofer



Oliver Königshofer



Oliver Königshofer



Oliver Königshofer

## LINKS

[www.regionderwege.at](http://www.regionderwege.at) (<http://www.regionderwege.at/>)