

Kräuterregion Wechselland

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | UMWELT, BIODIVERSITÄT, NATURSCHUTZ

UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | LEADER |

NAHVERSORGUNG | GESUNDHEIT | KLIMASCHUTZ | BIODIVERSITÄT |

NATURSCHUTZ | TOURISMUS | WERTSCHÖPFUNG | GASTRONOMIE | VERMARKTUNG UND

VERTRIEB | KULINARIK | ALM- & BERGLANDWIRTSCHAFT | BILDUNG & LEBENSLANGES

LERNEN

PROJEKTREGION | STEIERMARK

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 1.09.2019-31.08.2021 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 150.000,00€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 90.000,00€

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

PROJEKTTRÄGER | TOURISMUSVERBAND WECHSELLAND

KURZBESCHREIBUNG

Im Projekt "Kräuterregion Wechselland" ist eine auf dem bereits entwickelten Konzept „Wechsel wirkt“ basierende Markenweiterentwicklung im Bereich „Kräuter“ und der damit einhergehenden Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit mit Kräuterfibel, Wanderkarte, Image-Film mit Schwerpunkt Kulinarik und Kräuter, Plakate, Integration in die Gemeindewebsites und Inseraten essentiell. In Workshops werden Angebote adaptiert und entwickelt und in die Genuss-Card eingebunden. Die Ausbildung von KräuterpädagogInnen sind ebenso geplant wie die Entwicklung eines Qualitätssicherungssystems für Beherberger (Frühstück unter der Verwendung von frischen Kräutern). Ein Kräuter-Kunstwerk am A2-Kreisverkehr Pinggau begrüßt Ankommende in der Kräuterregion. Eine einheitliche Beschilderung führt den Gast durch die Region. In künstlerischer Form produzierte Holztröge werden in Gemeindezentren (Hauptplatz, Gemeindeamt, Kirche, Schule) aufgestellt und gemeinsam mit der Bevölkerung bepflanzt, 6 Veranstaltungen sind geplant.

AUSGANGSSITUATION

Nachdem die Aktivitäten des Tourismusverbandes (Steirisches) Wechsellandes („TV“) aufgrund verschiedener Probleme keine innovativen Akzente im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Werbung mehr setzen konnte, gilt es nun, wieder mit neuem Konzept und neuem Team den Agenden des TV und des Oststeiermark-Tourismus gerecht zu werden. Nach Abwägung verschiedener Positionen der einzelnen Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnte in einer Klausur mit Eva Luckerbauer (Tourismusregionalverband Oststeiermark) herausgearbeitet werden, dass sich die Region Steirisches Wechselland als „Kräuterregion“ neu positionieren soll. Dadurch ist es möglich, die bisherigen Zielgruppen zu bespielen und neue Zielgruppen zu gewinnen.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Zur Profilschärfung sollen die 4 am TV beteiligten Gemeinden untergeordnet die Möglichkeit

erhalten, sich selbst entlang des neuen Konzepts zu positionieren um die Vielfalt der Region widerzuspiegeln: Badesees-Gemeinde Pinggau, Historische Stadt Friedberg, Theater- und Kulturgemeinde Dechantskirchen sowie Wander- und Naturgemeinde bzw. „Blumendorf“ St. Lorenzen am Wechsel.

Zielgruppen

Folgende Personengruppen sind Zielgruppen, werden aber auch als Multiplikator_innen gesehen:

- Regionale Bevölkerung aller Altersgruppen
- Touristinnen und Touristen
- Schülerinnen und Schüler – speziell im Rahmen der Wandertage
- Bildungsrelevante Institutionen
- Gesellschaftliche/kirchliche Institutionen
- Politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger
- Touristische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Im Zentrum des LEADER-Projekts steht die Innovation, die Region als „Kräuterregion“ wahrzunehmen und in ein touristisches Angebot umzumünzen.

Arbeitspaket 1 – Entwicklung und Ausschöpfung von Angeboten

Im Fokus dieses Arbeitspakets steht, die politischen, gesellschaftlichen, bildungsrelevanten, touristischen und wirtschaftlichen Institutionen entlang des Konzepts der „Kräuterregion Wechselland“ dahingehend einzubinden, dass bestehende Konzepte angepasst oder neue Angebot geschaffen werden. Zur Meinungsbildung ist ein Workshop angedacht, bei dem interessierte Akteure, Betriebe und Vereine innovative Ideen entwickeln sollen. Umsetzbare Ideen sollen in das Konzept integriert werden und gegebenenfalls im Rahmen von Angeboten beworben werden. Sofern möglich, sollen diese neuen Angebote in das GenussCard-Konzept integriert werden. Es soll im Zuge der Meinungsbildung „Give Aways“ und Tischschmuck erdacht werden, die dann die touristischen Betriebe auf Eigenkostenbasis für ihre Gäste bereitstellen können.

Arbeitspaket 2 – Darstellung der Region an ausgesuchten Plätzen zur Bewerbung

Damit die „Kräuterregion Wechselland“ auch im Bereich der Außenwerbung wahrgenommen wird, ist es angedacht, die Region an ausgesuchten Plätzen darzustellen. Hauptaugenmerk sind natürlich diese Plätze, die beim Durchzugs- und Zielverkehr die höchste Frequenz aufweisen. Ein Platz bei der A2-Südautobahn-Abfahrt Pinggau/Friedberg ist jener, an dem die stärkste Verkehrsfrequenz herrscht

und bei dem die auswärtigen Besucher_innen des Steirischen Wechsellandes am ehesten die Region erstmals sehen. An diesem Standort soll sich die Region und das dahinterstehende Konzept innovativ und modern präsentieren. Ein, dem Thema Kräuter angepasstes, Kunstwerk am A2-Kreisverkehr Pinggau, begrüßt Ankommende in der Kräuterregion. Zusätzlich soll sich die Region an den anderen Zufahrtswegen zur Region in Form von Tafeln darstellen und förmlich die Reisenden begrüßen.

Arbeitspaket 3 – „Kräuterkisterl“ (Holztröge)

Innerhalb der Region soll das Thema mit „Wechselland-Kräuterkisterl“ (künstlerisch gestaltete Holztröge), die an zentralen Plätzen positioniert werden, mitgetragen werden. Wie auch die Produkte der Außenwerbung so soll auch die Gestaltung der Kräuterkisterl durch eine Jury des TV ausgewählt und bestimmt werden. Die Kräuterkisterl sollen hergestellt werden. Eine erstmalige Befüllung mit Blumenerde und Kräuter soll über das Projekt ermöglicht werden. In künstlerischer Form produzierte Holztröge (circa 1x1 Meter) werden in Gemeindezentren (Hauptplatz, Gemeindeamt, Kirche, Schule) aufgestellt und gemeinsam mit der Bevölkerung bepflanzt.

Arbeitspaket 4 – Veranstaltungen zum Thema „Kräuter“

Damit das Thema „Kräuter“ durch die lokale Bevölkerung erfahrbar gemacht wird, soll in Rahmen von Veranstaltungen das Thema in all seinen Facetten bearbeitet und ausgereizt werden: Kochworkshops, Kräuterwanderungen, Kräuter-Info-Veranstaltungen für Kindergarten- bzw. Schulkinder, alternativen Veranstaltungen zum Thema Kräuter. Ausgewählte Institutionen (Schulen, Pfarren) sollen eingeladen werden, das Thema „Kräuter“ selbst zu bearbeiten und so zur Weiterverbreitung des Konzepts beitragen. Ziel soll es sein, Veranstaltungen zum Thema „Kräuter“ forcieren und in ein einheitliches Bewerbungsschema (Veranstaltungskalender) einzugliedern.

Arbeitspaket 5 – Kräuterpädagogik-Ausbildung

Ausgewählte Personen aus dem Steirischen Wechselland sollen im Rahmen von Weiterbildung(en) und sonstigen Qualifizierungsmaßnahmen zu Kräuterpädagoginnen und -pädagogen beziehungsweise Kräuter-Expertinnen und Experten ausgebildet werden. Die dadurch gewonnenen Qualifikationen sollen wiederum bei den Veranstaltungen, bei der Positionierung und bei der Entwicklung von Angeboten zum Tragen kommen. Zusätzlich sollen diese Personen langfristig greifbar für Veranstaltungen des TV sowie anderer Vereine und Instanzen (zB Schulen) zum Thema „Kräuter“ bleiben.

Arbeitspaket 6 – Öffentlichkeitsarbeit / Grafik

In enger Abstimmung mit den anderen im Wechselland umgesetzten LEADER-Projekten und weiteren etablierten Angebote sollen Unterlagen zum touristischen Potential des Steirischen Wechsellandes gemacht und eine Logo- und Markenentwicklung angedacht werden. Als wesentliche Produkte der Öffentlichkeitsarbeit/Grafik werden Wanderkarten, Beherbergungsverzeichnis, Infobroschüren, Image-Film und eine Kräuterfibel angesehen.

Zusätzlich soll ein Ganzjahresveranstaltungskalender entstehen, aus dem Termine und Veranstaltungen zum Thema „Kräuter“ und „Kräuterregion Wechselland“ ersichtlich sind. Ziel der Öffentlichkeitsarbeit/Grafik ist es, das Konzept und die zentralen Angebote der „Kräuterregion Wechselland“ der breiten Öffentlichkeit zu präsentieren und die Region im Dreiländereck (Steiermark, Burgenland, Niederösterreich) dementsprechend zu positionieren. Die Bewerbung der „Kräuterregion Wechselland“ erfolgt durch Inserate in Gemeindezeitungen, in der Wechsellandzeitung, in der „Meine Steirische“ sowie anderer Medien.

Die Vermarktung des neuen Konzepts und des neuen Angebots erfolgt auch auf den Websites der beteiligten Gemeinden und des TV. Zusätzlich soll das entworfene Konzept in die grafische Gestaltung der Speisekarten und anderer Drucksorten der touristischen Betriebe implementiert werden.

Mit der Umsetzung des Projektes konnte aufgrund der Coronamaßnahmen erst verzögert jetzt gestartet werden, es sollen jedoch alle Maßnahmen nach Plan durchgeführt werden.



Tourismusverein Steirisches
Wechselland

LINKS

www.wechselland.st (<http://www.wechselland.st>)