

Gurktaler Kräuterparadies

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | LEADER

PROJEKTREGION | KÄRNTEN

LE-PERIODE | LE 14–20

PROJEKTLAUFZEIT | 01.01.2016-31.12.2018 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 200.000,00 €

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 140.000,00 €

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 | TOURISMUSREGION MITTELKÄRNTEN - ERLEBNISREGION

HOCHOSTERWITZ KÄRNTEN:MITTE

KURZBESCHREIBUNG

Die Tourismusregion Mittelkärnten beschäftigte sich in den letzten Jahren intensiv mit dem Thema Wandern und hat, auf Basis einer Analyse und Strukturierung der vorhandenen Wanderwege, Leitwanderwege definiert. Neben diesen Leitwegen, die meist als Weitwanderwege konzipiert sind, sollen im Gurktal – entsprechend dem gegenwärtigen Trend zu Kurzwanderwegen – lokale Leitwanderwege unter dem übergeordneten Titel „Gurktaler Kräuterparadies“ errichtet und das Tal als „Kräutertal“ positioniert werden. Ausgangspunkte bilden die Hauptorte im Tal, durch Startportale kann man auf verschiedenen Rundrouten auf den „Gurktaler Kräuterwegen“ auf die südseitigen Abhänge der Wimitzer Berge gelangen. Die Wege sollen unter Einbeziehung der vorhandenen kleinstrukturierten Betriebe mit dem Thema „Kräuter“ inszeniert und adaptiert werden, wobei die Konzeption nicht in Richtung klassische Lehrwege, sondern der Schwerpunkt eher auf Wahrnehmung und Sensorik liegen soll.

AUSGANGSSITUATION

In diesem Projekt soll das Gurktal als „Kräutertal“ positioniert und die Hauptorte als Ausgangspunkte für Kräuterwanderungen insbesondere mit dem Thema „Kräuter“ inszeniert werden. Durch thematische Einbindung der Betriebe an den Wanderstrecken soll die Marke „Gurktaler Kräuterparadies“ ausgebaut, gefestigt und vermarktet werden (Marketing-Kooperation mit der Firma Schlumberger). Überlegungen zum öffentlichen Verkehr/Shuttle-Lösungen und Schaffung der Möglichkeit, das Gurktal „autofrei“ zu entdecken.

Es werden lokale Kräuterwege vom Talboden auf die südseitigen Hänge der Metnitzer Berge von den Ausgangsorten Straßburg, Gurk und Weitensfeld unter Einbindung von Glödnitz – Flattnitzer Wandergebiet geschaffen. Die Einbeziehung ausgewählter Betriebe soll zur Erhöhung der Gästezahlen im Gurktal beitragen, eine Umsatzsteigerung der touristischen Betriebe bewirken und somit die Wertschöpfung der Region ankurbeln. Die Qualität im Sinne der Gästezufriedenheit steht dabei im Vordergrund.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Die angesprochene Zielgruppe des Projektes "Gurktaler Kräuterparadies" sind sowohl Gäste als

auch die interessierte Bevölkerung. Auf diese Weise wird eine Steigerung des Bekanntheitsgrades, der Besucherzahlen und der Wertschöpfung innerhalb der Region erwartet. Weiters sollte eine Saisonverlängerung erzielt werden. Durch die Angebotsvielfalt der Kräuterlandschaft sollen erweiterbare Zielgruppen angesprochen werden, die dem Trend in Richtung „Slow Tourism“ folgen und Wert auf Entspannung unter dem Aspekt Naturerlebnis und Gesundheitsförderung legen. Die Entwicklung von Packages und speziellen Angeboten für mobil eingeschränkte Menschen und Kooperationsmöglichkeiten mit Gurktaler Betrieben und der Firma Schlumberger komplettiert das touristische Gesamtkonzept.

Im Rahmen dieses Projektes soll das Gurktal als „Kräutertal“ positioniert und die Hauptorte als Ausgangspunkte für Kräuterwanderungen insbesondere mit dem Thema „Kräuter“ inszeniert werden. Durch thematische Einbindung der Betriebe an den Wanderstrecken soll die Marke „Gurktaler Kräuterparadies“ ausgebaut, gefestigt und vermarktet werden.

Die Vielfalt der Kräuter im Gurktal soll dabei im Vordergrund stehen und dabei sowohl einheimischen Wanderern als auch Urlaubern einen besonderen Erlebnisfaktor bieten. Das Tal soll als „Kräuterlandschaft“ positioniert präsentiert werden, indem begehbare Kräutergärten, Kräuterwiesen, Kräuter-Parks inszeniert und auch Angebote bei Kräutermanern und Kräuter-Beherbergern entwickelt werden. Standorte für Kräuter-Informationspunkte sowie Einstiegsplätze für Wanderwege werden erarbeitet, geeignete Stellen für Rastplätze und Infopoints werden eruiert – eine „Kräuterlandkarte“ wird erstellt. Ausgewählte Wanderwege sollen unter Einbeziehung der vorhandenen kleinstrukturierten Betriebe unter dem Thema „Kräuter“ adaptiert und erlebbar gemacht werden.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Bei der Inszenierung von Erlebnis-Wanderwegen ist es das Ziel, möglichst alle Sinne anzusprechen, um eine nachhaltige Wirkung beim Gast zu bewirken. Je intensiver der Wanderer dabei aktiv und emotional am Erlebnis beteiligt wird, desto stärker bleiben die Eindrücke in Erinnerung. Daher soll am „Gurktaler Höhenweg“ das Leitthema „Kräuter“ durch den Wanderweg führen.

Folgende Maßnahmen werden für das Projekt notwendig sein:

Maßnahme 1: Erhebung und Grobkonzept

- Allgemeine Themensammlung zum Thema Kräuter
- Allgemeine Recherche Benchmarks
- Erhebung Potential zum Thema entlang der Wegführung
- Begehung des Kernabschnitts zur thematischen Aufnahme zwischen Gunzenberg und Zammelsberg
- Erstinterviews/Workshop mit Kräuterexpertinnen bzw. Kräuterexperten vor Ort zur Ermittlung der relevanten Inhalte
- Erhebung von möglichen Schnittstellen zum Produkt „Gurktaler“
- Genaue Zieldefinition und Grobkonzept

Maßnahme 2: Storytelling

- 2 halbtägige Workshops mit relevanten Akteuren vor Ort
- Entwicklung einer nachvollziehbaren, publikumswirksamen Story für den Weg
- Entwicklung von Inszenierungskonzepten unter Berücksichtigung
- des möglichen Kooperationspartners Schlumberger („Gurktaler“)

- Festlegung von thematischen Abschnitten
- Konkrete Inszenierungspunkte/Rastpunkte/Einstiegspunkte (Häufung im Abschnitt zwischen Gunzenberg und Zammelsberg)

Maßnahme 3: Einbindung Dienstleister

- Abhaltung einer Informationsveranstaltung für alle Dienstleister vor Ort
- Entwicklung eines gemeinsamen Produkts/Produktmerkmals für die teilnehmenden Betriebe in Rahmen eines Workshops (Was kann jeder Betrieb als USP beisteuern z. B. ein Form eines Gerichts, Give Aways, Rückholtaxis, besonderen Ausstattung des Zimmers etc.), Beispiel „Gurktaler Flaschen“.

Maßnahme 4: Beschilderung

- Adaptierung der Routen /Wanderwege

Maßnahme 5: Marketing

- Presstexte, Presseaussendungen
- Online-Anzeigen, Contentmarketing, Social Media
- Cross-Marketing-Maßnahmen mit der Firma Schlumberger

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

In den regionalen Medien gab es bereits Berichterstattungen zum LEADER-Projekt "Gurktaler Kräuterparadies". Bislang wurde mit dem "Gurktaler Kräuterparadies" eine Steigerung des Bekanntheitsgrades, der Besucherzahlen und der Wertschöpfung innerhalb der Region erzielt.

Im März 2017 wurde das Projekt im Rahmen der Veranstaltung „Was tut sich in der Tourismusregion Mittelkärnten – Einblicke und Ausblicke“ der Öffentlichkeit in Weitensfeld präsentiert. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden neben dem "Gurktaler Kräuterparadies" auch umfassend über weitere Tätigkeiten und die vielfältigen Bereiche in der Tourismusregion Mittelkärnten informiert.

Weiters wurden auch 4 Workshops in den beteiligten Gemeinden abgehalten. Das Ziel war eine Ideen- und Themenfindung gemeinsam mit den Akteuren vor Ort.



Fritz-Press Pressefoto und Bildagentur
G.m.b.H

LINKS

Vorstellung des LEADER-Projektes „Gurktaler Kräuterparadies“ (<http://www.region-kaerntenmitte.at/das-gurktal-wird-zum-kraeuterparadies/>)