HolzweltMURAU Netzwerk

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN
UNTERGLIEDERUNG | LEADER
PROJEKTREGION | STEIERMARK
LE-PERIODE | LE 14–20
PROJEKTLAUFZEIT | 01.04.2019-31.03.2021 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 269.524,98€
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 161.714,99€
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 | LAG HOLZWELT MURAU

KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt zielt darauf ab, der Bevölkerung die Aktivitäten rund um den Regionalentwicklungsverein "Holzwelt Murau" aufzuzeigen. Im Vordergrund stehen dabei die Aktivitäten des Vereins und die Projekte, die mit Unterstützung von EU-, Bundes- und/oder Landesförderungen umgesetzt werden. Das Projekt "HolzweltMURAU Netzwerk" verbindet die klassischen "analogen" mit den digitalen Informations- und Öffentlichkeitsarbeiten. Dies soll dazu beitragen, dass die Bevölkerung einerseits sensibilisiert wird und andererseits dazu motiviert wird an Beteiligungsprozessen teilzunehmen und somit "ihre" Region aktiv mitzugestalten. Somit ist die Hauptzielgruppe die Bevölkerung des Bezirks Murau, insbesondere junge Menschen, lokale Stakeholder, Unternehmer*innen sowie Vereine und Organisationen. Des Weiteren alle Mitglieder und der Vorstand des Vereins Holzwelt Murau, potenzielle Anspruchsgruppen für LEADER-Projekte und Partner innerhalb und außerhalb des Bezirks.

AUSGANGSSITUATION

Entstanden ist das Projekt auf Grundlage des vorangegangenen LEADER-Projekts "Holzwelt Murau PR". Hier wurde bereits ein Printmedium initiiert, das 2x jährlich einen Überblick über die Tätigkeiten der Holzwelt Murau, allen voran in LEADER, verschafft und an alle Haushalte des Bezirks ergeht. Ebenso wurde eine Facebook-Seite erstellt und mit regelmäßigen Postings bespielt. Jedoch wurden keine Maßnahmen getroffen, um aussagekräftige Analysen aus diesen Aktivitäten zu ziehen.
Im Bereich den Web- und Social Media Marketing gibt es aber durchaus sinnvolle Instrumente, um zu überprüfen, welche Informationsmaßnahmen und Beiträge ein breites Publikum erreichen. Dadurch entsteht die Möglichkeit interessantere Beiträge zu gestalten und zu verfassen und damit die Zielgruppe besser zu informieren.
Zusätzlich wurde die Idee einer Regionalmarke für den Bezirk Murau aufgegriffen, um die Bereiche Regionalentwicklung, Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Klima- und Energiemodellregion mit einem einheitlichen Erscheinungsbild zu präsentieren. Diese Maßnahme dient der Identifikationsstiftung und repräsentiert den Zusammenhalt im Bezirk über Themenschwerpunkte hinaus.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Alle Maßnahmen tragen dazu bei in der Bevölkerung Bewusstsein zu schaffen und Identifikation zu stiften. LEADER und weitere Förderprogramme werden sichtbar gemacht und der Verein Holzwelt Murau positioniert sich als treibende Kraft in der ländlichen Entwicklung. Dadurch soll die Bereitschaft gesteigert werden, den eigenen Lebensraum aktiv mitzugestalten. Auch potenzielle Anspruchsgruppen für LEADER-Projekte wie z.B. Unternehmer*innen, Vereine und Organisationen sollen über die Möglichkeiten des Förderprogramms Bescheid wissen. Außerdem sollen Vereinsmitglieder und der Vorstand des Vereins sowie die Bürgermeister*in und die Gemeinderäte als Multiplikatoren fungieren, indem sie das positive Bild nach innen und außen mittragen.
Übergeordnete Ziele sind also: Regionalentwicklung sichtbar und verständlich machen, den Verein Holzwelt Murau als bezirksweite aktive Organisation der ländlichen Entwicklung zu positionieren, Zusammenhalt zu stärken und Identifikation zu stiften sowie potenzielle Projektträger zu akquirieren.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Der Maßnahmenplan umfasst folgende Punkte:

- Qualifizierung: die professionelle Betreuung der sozialen Medien und die analytische Auswertung erfordert ein großes Know-How. Um nicht dauerhaft von externen Dienstleister*innen abhängig zu sein, wird in die vertiefte Ausbildung der Mitarbeiter*innen gesetzt.

- Regionalmarke Murau: Ausschreibung einer Regionalmarke mit Entwicklung einer Corporate Identity und eines Corporate Designs für die Bereiche Regionalentwicklung (Holzwelt), Kultur, Energie, Wirtschaft, Tourismus und Kulinarik.

- Web und Social Media: Planung der Beiträge anhand von Redaktionsplänen. Vorstellung von Projekten und Projektträgern sowie -partnern der Holzwelt Murau in den sozialen Medien. Erfassung der Zugriffe, Aufrufe und Interaktionen zu den Postings mit Analyse und Auswertung. Einbindung der Erkenntnisse in die strategische Ausrichtung.

- Website, Newsletter: Die Website ist derzeit nicht kompatibel für mobile Endgeräte, was nicht mehr zeitgemäß ist. Hier erfolgt eine Neugestaltung im Sinne der Regionalmarke im neuen Corporate Designs. Die Häufigkeit der Aussendung des Newsletters erfolgt anhand der Anzahl relevanter Themen, mindestens jedoch ein Mal monatlich.

- Printmedium: Zeitschrift/Magazin soll mindestens 2x hährlich in ansprechender Qualität erscheinen und an alle Haushalte im Bezirk Murau und weitere Adressen in der Steiermark und in Österreich gesendet werden. Die Gestaltung des Mediums erfolgt ebenfalls im CD der neuen Regionalmarke.

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Hauptsächlich soll redaktionelle Berichterstattung in unterschiedlichen Medien erreicht werden. Dafür sind professionelle Pressetexte und Presseaussendungen nötig, aber auch eigene Veröffentlichungen sowie Einschaltungen in klassischen Printmedien (Tages- und Wochenzeitungen).

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die Qualifizierung der Mitarbeiter*innen ist teilweise abgeschlossen. Die Ausschreibung und das

Auswahlverfahren zur Entwicklung der Regionalmarke ist beendet. Die Social Media Aktivitäten werden überwacht und die Auswertungen wöchentlich exportiert. Im Zeitraum April - Juli konnten auf Facebook 50 neue Abonnenten gewonnen werden. Der Newsletter erscheint bereits mind. 1x monatlich und ergeht an 1.400 Abonnenten.