

Region der Wege - Herzwärts

Modul II

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN
UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | GESUNDHEIT | LEADER
PROJEKTREGION | STEIERMARK
LE-PERIODE | LE 14-20
PROJEKTLAUFZEIT | 17.12.2018-17.12.2020 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 97.620,00€
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
PROJEKTRÄGER | ARGE MARIAZELLERLAND MÜRZTAL

KURZBESCHREIBUNG

Wege entstehen beim Gehen! Aufbauend auf dieses 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 über die Region hinaus bekannte Bründlweg am Pogusch. Daneben finden sich aber auch eine ganze Reihe weiterer besonderer Wege im Mariazellerland-Mürztal. Im aktuellen Projekt Region der Wege-Herzwärts soll das Thema Wege weiterentwickelt werden. Zu diesem Zweck werden weitere sogenannte Erlebnispunkte geschaffen, die durch die gemeinsame Klammer des Weges durch die Region verbunden werden und mit Hilfe von digitale Marketingmaßnahmen noch bekannter gemacht werden. Die regionale Bevölkerung soll sich mit dem Thema „Wege“ identifizieren und so als Multiplikator für die Gäste wirken. Durch das Ansprechen der Gäste bzw. die Erhöhung der Aufenthaltsdauer über das Thema Wege wird ein Beitrag zur regionalen Wertschöpfung geleistet.

AUSGANGSSITUATION

Das Projekt „Region der Wege“ wurde schon in der letzten Leader Periode sehr erfolgreich umgesetzt. In dieser Periode soll der Schwerpunkt auf Vermarktung und Vernetzung liegen. Die regionale Bevölkerung soll sich mit dem Thema „Wege“ identifizieren und so als Multiplikator für die Gäste wirken, was in Teilbereichen bereits gelungen ist. Durch das Ansprechen der Gäste bzw. die Erhöhung der Aufenthaltsdauer über das Thema Wege wird ein Beitrag zur regionalen Wertschöpfung vor allem in den Bereichen Tourismus und Land- und Forstwirtschaft geleistet.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ziele sind die Intensivierung der Marketingaktivitäten mit besonderem Fokus auf das digitale Marketing und die Zusammenführung aller Marketingaktivitäten unter dem Dach der Leitmarke „Region der Wege – Herzwärts“.

Die unmittelbaren Zielgruppen des Projektes sind TouristInnen, die eine Affinität zum Thema „Bewegen in der Natur“ haben. Damit sind sowohl die klassischen Wanderer, die Pilger als auch die Radfahrer (vor allem MTB) gemeint.

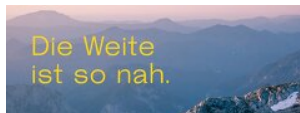
Eine mittelbare Zielgruppe ist die regionale Bevölkerung, die über eine hohe Identifikation mit den

regionalen Wegen (z.B. Bründlweg) als Themenbotschafter agiert.

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

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Eine Marketingstrategie mit besonderem Fokus auf digitale Inhalte ist die Basis für die Vermarktung der „Region der Wege“. Basierend auf der Marketingstrategie werden konkrete Umsetzungsmaßnahmen entwickelt. 2020 bricht eine neue Ära in der „Region der Wege“ an. Gemeinsam mit einem neuen Logo und Look geht man nun neue Wege – und zwar digitale. Nun ist man auch auf Facebook und Instagram vertreten. Zusätzlich zum digitalen Auftritt hat man auch ein analoges Produkt in Form einer Wanderkarte entwickelt in der alle Wege der digitalen Plattform eingezeichnet sind.



ARGE Mariazellerland Mürtal

LINKS

@regionderwege (<http://#regionderwege>)