

## ACTION MAP & PROJEKTBERICHT

### Klimafitte Besucherlenkung und zukünftige Ausrichtung des Tourismus

Die KLAR! Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzen (KLAR! = Klimawandel-Anpassungsmodellregion) hat mit der Einführung der klimafitten Besucherlenkung den Grundstein für die Nutzung der Chancen gelegt, die der Klimawandel bietet. Diese Kampagne, die während der Umsetzungsphase gestaltet wurde, wird nun in die Weiterführungsphase überführt. Ein zentrales Anliegen war es, gemeinsam mit lokaler Gastronomie, Beherbergungs- und Freizeitbetrieben sowie dem Tourismusverband die zukünftigen Projektideen eines klimawandelangepassten Tourismus zu erarbeiten.

Unter dem Motto „Regionaler Tourismus in Zeiten des Klimawandels – Chancen nutzen“ wurde eine „Action-Map“ entwickelt, welche sich auch im KLAR!-Programm widerspiegelt. Eine konkrete naturschutzfachliche Orientierung dient der Priorisierung von Maßnahmen, die umgesetzt werden sollen.

1. Den Naturpark bei den Einheimischen bekannter machen.
2. Den Geopark nutzen, um Naturschutzthemen zu vermitteln.
3. Die Salza vor den Auswirkungen des starken Bootstourismus schützen.
4. Wälder mehr für Naturvermittlung nutzen.
5. Wissen und Almen vor Nutzungsaufgabe schützen.
6. Erhaltung und Verjüngung des Streuobstbestandes fortsetzen.
7. Landwirtschaftliche Produkte stärker regional vermarkten.
8. Die Wildnisgebietserweiterung stärker im Naturpark kommunizieren.
9. Das Tourismuskonzept stärker auf Naturtourismus ausrichten.
10. Den Naturpark klimafit machen.

Im Rahmen der Weiterführungsphase der sollte dazu passend die Stoßrichtung für einen klimawandelangepassten Tourismus herausgearbeitet werden. Ziel war eine Action-Map zu erarbeiten, welche dem KLAR!- und Naturparkmanagement als Grundlage für weitere Projektumsetzungen dient und Verantwortungsträger:innen aus der Erlebnisregion Gesäuse sowie dem Gesäuse Partner-Netzwerk als Input dient.

#### Zusammenarbeit mit Stakeholdern

In Zusammenarbeit mit überregionalen Stakeholdern, darunter Tourismusverbände aus Oberösterreich und der Steiermark, Naturparke und Nationalparke sowie lokale Gastronomen, Beherbergungs- und Freizeitbetriebe wurden verschiedene Fragestellungen bearbeitet. Der Tourismusverband Gesäuse, das Gesäuse Partner-Netzwerk und die KLAR! sollen von diesem Input profitieren. Eine angepasste Tourismusdestination kann neue Märkte eröffnen und Wertschöpfung für die Region bringen.

Im Rahmen von zwei Workshops wurden Impulsvorträge zu den Saisonen Sommer/Winter und Frühling/Herbst gehalten. Der Fokus lag dabei auf der Frage, wie der Klimawandel in der Haupt- und Nebensaison am besten für die Region genutzt werden kann. Ideen wurden gesammelt und in dieser Action-Map zusammengeführt wurden. Zusätzlich wurde eine Onlinebefragung durchgeführt.

Im Rahmen der Initiative wurden zentrale Fragen beleuchtet, darunter:

- Was geschieht mit den Dorfskiliften?
- Wie kann der Herbst als Wandersaison besser genutzt werden?
- Was passiert bei Niedrigwasserständen der Salza?
- Ist Bootstourismus bei Niedrigwasser noch möglich und welche Alternativen gibt es?
- Kann ein Gesundheitstourismus in unserer Region etabliert werden?

## Regionaler Tourismus in Zeiten des Klimawandels – Chancen nutzen

Die Region verfügt über ein bedeutendes Potenzial an intakten Natur- und Kulturlandschaften – darunter Trittsteine, Biotopverbünde, ausgedehnte Wälder und Streuobstflächen. Diese Naturräume erhöhen die Widerstandsfähigkeit gegenüber den Folgen des Klimawandels. Trotz der zunehmenden Häufigkeit von Hitzetagen kann die Region dank geringer Versiegelung sowie der kühlenden Effekte der Wälder, Wiesen und Flüsse attraktive Angebote für Gäste aus hitzegeplagten Städten bieten – und damit auch wirtschaftlich profitieren. Auch in der Tourismusstrategie des TV Gesäuse steht die Positionierung als naturbasierte, klimafitte Ganzjahresdestination im Zentrum der strategischen Entwicklung. Dabei werden insbesondere die intakten Naturräume, die kulturelle Eigenart und die hohe Erlebnisqualität als zentrale Wettbewerbsvorteile hervorgehoben. Durch die Verbindung von Naturerlebnis, Nachhaltigkeit und regionaler Wertschöpfung entsteht ein klares Profil, das nicht nur auf aktuelle Klimaherausforderungen reagiert, sondern auch langfristig tragfähig ist.

## Allgemeine Trends im Tourismus

- **Phänomen der Herde:** Social-Media-Bilder lenken Reisewünsche, 83 % der Entscheidungen werden von anderen beeinflusst.
- **Landlust:** Hektik und Stadthitze steigern das Interesse an kleinen, authentischen Angeboten.
- **Belohnungskonsum:** Hohe Zahlungsbereitschaft für Entlastung und besondere Erlebnisse.



## Sehnsüchte und Kulinarik

- Angebot muss „für mich“ sein – ich muss es mitgestalten/anpassen können
- Gefühl des letzten Moments – „wenn ich das jetzt nicht sehe, kann ich es nicht mehr genießen“
- Anschauen und mitmachen – passiv, passiv und staunend
- Gemeinsam
- Gasthaus als dritter Ort: einziger Ort der Welt, wo ich nicht weiß, was passiert
- Essen & Trinken ist das wichtigste Reisemotiv der Zukunft -> Essbare Umgebung, Essen an außergewöhnlichen Plätzen

## Herbst / Winter / Sommer

- 70 % der Menschen möchten im Herbst (2024) wegfahren – Herbst wird zum neuen Sommer -> alle müssen mitmachen und das Angebot muss eine Belohnung sein.
- Im Sommer fahren die Menschen nicht mehr weg (in Ö) – 20 % Wegfall im Burgenland

- Lech am Arlberg – September ausgebucht, Oktober läuft sehr gut bis November – Kulinarik ist der Zieher. Alle haben offen und machen mit.
- Winter: Ferien im Schnee, ohne Skifahren ist gewünscht. Eggental (bei Bozen) haben sich auf das Thema Winterwandern konzentriert – 3 Routen, geräumt mit Hütten.

### Es braucht neue Angebote für die Gäste von morgen! Gäste werden:

- urban und anonym (aus Städten) -> Urbanisierung
- digital und einsam -> meiste Digitalkontakte und hohe Einsamkeit der Menschen
- Zeit und Lust -> Menschen haben Zeit und Lust auf Urlaub
- Dauernder Inspirationsmodus -> inspirierende Momente und Flow-Erlebnisse

### UNESCO-Welterbe

- Verein „Österreichische Eisenstraße“ -> Steiermark, Nieder- und Oberösterreich
- Vorstudie zum UNESCO-Prozess: Einzigartigkeit, Chancen, gibt es global etwas Vergleichbares?
- Serielle Einreichung: Einzelne Objekte werden eingereicht (wie Jakobsweg). Viele Gebäude stehen bereits unter Denkmalschutz usw.
- Besonders an der Eisenstraße: hohe Dichte an aktiven Betrieben und gelebter Kultur. Wichtig, weil im nächsten Schritt beantwortet werden soll, wie das Kulturerbe erhalten werden soll.
- UNESCO als Qualitätssiegel -> Identifikation und übergreifende Verbindung
- Thema als Themenleitfaden, um gemeinsam touristische Aktivitäten zu schaffen
- Synergie zwischen Industrie und Naturschutz (Freizeitangebote)

## 1. Workshop am 06.09.2024



Der Stakeholderworkshop wurde für Entscheidungs- und Verantwortungsträger:innen aus dem regionalen Tourismus gestaltet. Es gab es einen Impulsvortrag sowie drei World Café-Runden. Beleuchtet wurden ungenutzte Potenziale, mögliche Synergien und bestehende Ansätze.

## Ungenutzte Potenziale in der Region

### Strategische Nutzung und Infrastruktur

- **Alleinstellungsmerkmale:** Die Region hat bereits Tourismusangebote, die durch gezielte Kommunikation und eine klar definierte Strategie gestärkt werden können.
- **Grenznahe Potenziale:** Die Nähe zum Mostviertel als Tourismusregion könnte durch verstärkte Kooperation und gemeinsame strategische Ausrichtung genutzt werden, um Gäste zu gewinnen und Angebote regional zu vernetzen.
- **Winter- und Herbstangebote:** Durch die Verschiebung der Vegetationsphasen, sollen vor allem im Herbst Angebote angepasst werden. Durch flexiblere Öffnungszeiten können zusätzliche Tourismusmöglichkeiten geschaffen werden. Im Winter können Gäste Naturerlebnisse im Schnee und Winterwanderungen genießen.
- **Ungenutzte Einnahmen:** Bestehende Infrastruktur aber auch neue, wie etwa Parkmöglichkeiten, könnten durch gezielte Nutzung und Abwicklung finanziell besser ausgeschöpft werden. Sie dienen auch der Besucher:innenlenkung
- **Neue Zielgruppen:** Sowohl bei der Gestaltung von Angeboten, sowie als Nutzer:innen gibt es Zielgruppen, die noch nicht angesprochen werden. So könnten etwa Pensionist:innen bei der Gestaltung zB im Kulturbereich mitarbeiten. Unter dem Motto „Neo trifft heimische“ können „Neueinheimische“ angesprochen werden, etwa regionalen Kulinarik kennenzulernen.

### Stärkung der Gastronomie und des Tourismus

- **Leerstände aktivieren:** Betriebsflächen sollen durch moderne Gestaltung und gezielte Nachfolgekonzepte revitalisiert werden. Dies bietet Chancen, neue Gästegruppen und besonders auch „gehobeneren“ Gästegruppen anzusprechen.
- **Naturerlebnisse und Erholung:** Angebote für *heiße Sommer und kühle Nächte* („kühle Oasen“, Natururlaub, Zeltoasen).
  - *Erholung an kühlen Orten:* leerstehende Gebäude/Grundstücke können als „kühle Oasen“ beworben und buchbar gemacht werden (zB als Campingplätze).
  - *Kühlere Nächte und durchgehender Schlaf:* Mit einem Schwerpunkt auf kühlen Nächten kann eine Werbestrategie rund um die Erholung und bessere Schlafqualität entwickelt werden.
- **Individueller Natururlaub:** Gäste stellen ihren Natururlaub selbst zusammen und greifen auf erfahrene Ranger zurück, wie es in Oberösterreich (Spielplan) erfolgreich umgesetzt wird.
- **Kulinarische Erlebnisse:** Veranstaltungen mit regionaler Küche und Spitzenköchen an besonderen Orten, können die touristische Attraktivität steigern. Denkbar wären hier Konzepte wie z. B. Picknicks oder kulinarische Wochen, Konzepte wie die „Vollmondnacht“ in Graz dienen als Vorbild.
- **Green Care:** Angebote wie Urlaub, Schule oder Therapie am Bauernhof integriert werden, um soziale, therapeutische und erholsame Aufenthalte zu fördern.

## Mögliche neue Synergien

### Stärkere Vernetzung und Kooperation

- **Abstimmung der Tourismusverbände:** Die drei Tourismusverbände der beteiligten Bundesländer sollten enger zusammenarbeiten, um eine gemeinsame Strategie zu entwickeln und Synergien zu schaffen. Eine koordinierte Abstimmung fördert eine stärkere Identifikation mit gemeinsamen Inhalten und Themen.
- **Gesäuse Partner und Betriebe vernetzen:** Ein regionales Netzwerk zwischen Gesäuse Partnern und anderen Tourismusbetrieben kann Austausch und innovative Ideen fördern. Gemeinsame Aktivitäten wie Netzwerkausflüge, Stammtische oder Betriebsbesichtigungen können den Zusammenhalt und die Zusammenarbeit stärken. Auch die Identifikation mit Inhalten und Themen wird gefördert.
- **Grenzüberschreitender Austausch:** Ausflüge ins Dreiländereck und überregionaler Austausch ermöglichen einen Einblick in die Arbeitsweisen anderer Regionen und könnten Inspiration für die eigene Entwicklung liefern.

### Zusammenarbeit

- **Einbeziehung neuer Zielgruppen:** Es ist wichtig, jüngere Generationen für die Arbeit in der Region zu begeistern und einzubinden. Ebenso können Pensionist:innen für Gästeführungen oder besondere Aktivitäten (z. B. Schwammerlsuchen) gewonnen werden, um die lokale Expertise und den Charme der Region erlebbar zu machen.
- **Natur- und Gastroerlebnisse:** Neue buchbare Angebote, wie ein „Naturguide“, könnten Schutzgebiete, Gastronomie und Tourismus zusammenführen. Diese Angebote sind vor allem für den Herbst attraktiv. Dabei sollen auch Gastronomiebetriebe aktiv in die Entwicklung einbezogen werden sollten, um ihre Perspektive zu berücksichtigen und als „Verkaufsstelle zur Verfügung zu stehen.
- **Einbindung aller relevanten Betriebe:** Von Gastronomie und Tourismus bis hin zu lokalen Unternehmen sollten alle Akteure gehört und ernsthaft eingebunden werden. Eine stärkere Verschränkung zwischen verschiedenen Sektoren fördert ein ganzheitliches Verständnis und unterstützt die langfristige Entwicklung.
- **UNESCO als verbindendes Element:** Die UNESCO könnte als übergeordnete Klammer fungieren, die alle Beteiligten und ihre Initiativen in einen gemeinsamen Rahmen bringt und die internationale Bedeutung der Region betont.



Bestehende Ansätze / Ideen / Kooperationen

Kulinarik und Gastronomie als Bindeglied

- **Zusammenarbeit zwischen Jung und Alt:** Eine engere Verbindung zwischen jungen und erfahrenen Akteur:innen der Gastronomie, einschließlich lokaler Produzent:innen, kann wiederbelebt und gestärkt werden. Innovative Wirte, die sich über den Betrieb hinaus engagieren, sollen unterstützt werden. Veranstaltungen können die Region aufwerten (zB Blindverkostung von Wein).
- **Gemeinsame Vermarktung:** Ein gemeinsamer Folder („junge Gesäusekulinarik“) könnte regionale Gastronomiebetriebe und Schutzgebiete bewerben und Synergien schaffen. Vorbild: Schutzhütten, die Werbung für andere Hütten machen.
- **Reaktivierung der Gesäuse Partner:** Das bestehende Partnernetzwerk sollte organisatorisch wiederbelebt werden, um Kooperation und Austausch zu fördern.

Angebote, Produkte und Service

- **Leitprodukte und lokale Identität:** Gesäuseprodukte könnten als Leitprodukte gestärkt und in ihrer Vermarktung weiterentwickelt werden, unter aktiver **Einbindung** junger Akteure.
- **Saisonale Angebote:** Die Herbstferien sollen durch spezielle Angebote genutzt werden, bei denen alle Beteiligten mitziehen. Rad- und Wanderangebote (z. B. Luchstrail, Weitwandern, Weitradeln) könnten stärker beworben und bis in den späten Herbst verlängert werden. Biken bis November, ausgehend von zentralen Beherbergungsbetrieben, könnte ebenfalls etabliert werden.
- **Book-a-Ranger:** Schutzgebiete könnten ihre Ressourcen teilen, etwa durch einen „Rangerverleih“, der die Gäste direkt betreut. Ein „Book-a-Ranger“-Service, bei dem besondere Aktivitäten empfohlen und vermittelt werden, stärkt das Erlebnis. Die persönliche Empfehlung ist dabei zentral.
- **Ausbau von Touchpoints:** Schlüsselstellen, wie Verkäufer:innen, Tankwart:innen oder Infomitarbeiter, können durch Trainings in die regionale Vermittlungsstrategie eingebunden werden, um Gästen authentische Empfehlungen zu geben.

## 2. Workshop am 26.11.2024



Im zweiten Stakeholderworkshop wurden die Betreiber von verschiedenen touristischen Angeboten eingeladen. Nach einem Impuls zu aktuellen Trends sowie einem Einblick in die Ergebnisse des ersten Workshops fand auch hier ein Workshop statt. Dabei wurden konkrete Projektideen erarbeitet.

### Allgemeine Diskussion

#### Schutzhütten und ihre Öffnungszeiten

- Der Wandertourismus in der Region hängt stark mit den Öffnungszeiten der Schutzhütten zusammen. Diese sind meist als Familienbetrieb geführt und können / wollen ihre Öffnungszeiten nicht in die Herbstferien verlängern.
- Ein Ruhetag ist notwendig, ansonsten schaffen sie keine weiteren Angebote (Egger).
- Randzeiten-Angebote (Anfang Mai – Ende Oktober) würden eine Lösung bieten.
- Zu beachten, bei frühen Randzeiten, sind Angebote wie etwa die Führungen zu Birkhähnen. Aktuell ist es bei späten Randzeiten so, dass vor allem unter der Woche merklich weniger Menschen kommen, weil die Tage kürzer werden.

#### Besonderheiten der Region

- Salza – ein Juwel der Region – (Genuss-)Wanderweg entlang der Salza (inkl. Radweg) -> im Rahmen des Wildnisgebietes gab es Bestrebungen, den ehemaligen Wanderweg wiederzubeleben – mit Steig über die Klamm. (Neues darf nicht geschaffen, nur Altes darf revitalisiert werden)
- Schneeschuhwandern: wird immer schwieriger, weil unten kein Schnee ist und oben alles sehr steil und schattig ist.
- UNESCO Eisenstraße
- Dunkelheit/Nachthimmel könnten Klammer für Region bilden: Ruhiger Schlaf, Nachtwanderungen und „Sternderlschauen“, Vor- und Nachsaison



Bestehende Möglichkeiten

- Ranger, die Sternenkundig sind und Führungen anbieten (auf Hütten)
- Zertifizierung als größte Naturnachtregion Österreichs -> läuft aktuell
- Gesäuse-Infopoints sollen neu erstellt werden -> Sternenthema soll aufgegriffen werden - > Gedanke kann transformiert werden.
- „Sternderlliegen“ -> Gäste können sich eine Liege mieten und Sterne schauen

Ziele

- Natur den Schüler:innen näherbringen (Bildungsauftrag)
- Aufzeigen der Möglichkeiten, den Winter ohne Ski zu erleben
- Spaß an Bewegung fördern und Gesundheitsförderung
- Nebensaison beleben – ganzjährige Beschäftigung

Gruppenarbeiten

|             | <br>Winterwoche<br>ohne Ski | <br>Nacht und<br>Sterne | <br>Kunst und<br>Kultur |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Idee        | Alternative Winterangebote                                                                                     | Nachterlebnisse                                                                                            | Kulturtourismus                                                                                              |
| Aktivitäten | Waldläufercamp, Wanderungen, Bogenschießen, Iglu bauen uvm.                                                    | Sterne schauen, Vollmondwanderungen, Sterndal-Menü, Sterneliegen                                           | Herbstmärchen, Vertical Art, Graffiti Hieflau, Saunaerlebnis                                                 |
| Ziele       | Natur näherbringen, Winter ohne Ski erleben                                                                    | Sternenhimmel erlebbar machen, Gesundheitsförderung                                                        | Ortsentwicklung, Tourismusförderung, Saunaerlebnis                                                           |
| Zielgruppe  | Schulklassen und Familien                                                                                      | Naturliebhaber und Gäste                                                                                   | Touristen und KünstlerInnen                                                                                  |
| Budget      | 50.000 €                                                                                                       | N/A                                                                                                        | 70.000€ - 200.000€                                                                                           |

## 1) Gruppe: Winterwoche ohne Ski

Gruppenmitglieder: Lisa Münzer, Jaqueline Egger, Lukas Strobl

- Winterurlaub ohne Skifahren soll für Schulklassen angeboten werden. Da immer mehr Kinder nicht Schifahren können, werden alternative Angebote gesucht.
- Es gibt immer mehr Möglichkeiten, das Personal ganzjährig zu beschäftigen (zB durch das Wiederbeleben der Basecamps).
- Aktivitäten: einfache Dinge, die sich finanziell auszahlen -> Waldläufercamp, Rangereinsatz, Wanderungen, Bogenschießen, Orientierung/Geocaching, Eislaufen, Survivaltraining, Iglu bauen.
- **Mögliche Projektträger:** Gemeinsame Projektträgerschaft zwischen der Sportagentur Strobl und dem Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzen.
- **Umfeldanalyse:** Nationalparklodge, Unterkünfte, Nationalpark, mögliche Anbieter, Suche nach Orten, Wandern mit Alpaka, Indoorbogenparcour
- **Umsetzungsschritte:** Umfeldanalyse, Konzepterarbeitung, Kundenakquise (vor allem bei Sommerschulen),
- **Kostenschätzung:** 50.000 €
- **Finanzierungsvorschläge:** Förderung (LEADER, LE), Einbindung vom Tourismusverband
- **Umsetzungszeitraum** -> Konzeption bis Frühsommer 2025

## 2) Gruppe: Nacht und Sterne

Gruppenmitglieder: Christoph Unterberger, Ernst Brunnmayer, Dagmar Zwettler

- Überregionales und -saisonales Schwerpunktthema oder -woche (bei speziellen Ereignissen)
- USP: dunkle Nacht & Ruhe, Sternenhimmel und Mond
- Nachterlebnis im Rahmen von Führungen -> Sterne schauen, Nachtstimmung einfangen
- Kompetenzen sollen vermittelt werden -> Betriebe und Mitarbeiter:innen
- Nachthimmel-Elemente überregionale ausspielen
- Produktentwicklung zur Naturnacht
- Gesundheitsförderung/Wellness -> Kommunikation -> HRV-Messung
- Naturschutz + wirtschaftlicher Nutzen + Biodiversität

### Möglichkeiten zur Ausrollung

- Vollmondwanderungen (abgestimmt mit Waldbesitzer:innen und Jagdpächter:innen)
- Mobiles Planetarium
- Sternenliegen

- Kulinarik: „Sterndal-Menü“, 1.000-Sterne-Dinner, Blindverkostungen
- Vollmond-/Sterndal-Picknick

### Sternenliegen

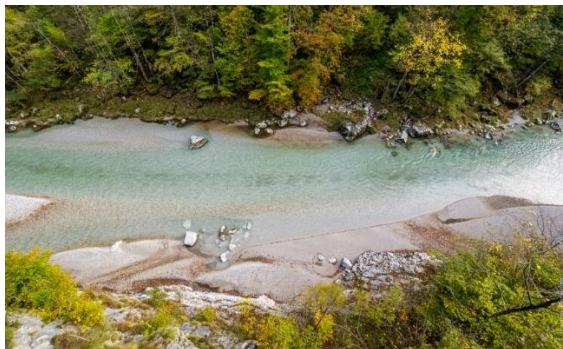
- Liegen für Gesäuse Partner = verteilt in der gesamten Region
- ev. in Verbindung mit einer Wanderkarte (keine Nachtwanderungen!!!)
- ermöglicht „schlafen unter Sternenhimmel“
- Bewerbung von Natur + Sternenhimmel -> USP der Region

## 3) Gruppe: Kunst und Kultur in der Steirischen Eisenwurzen

Gruppenmitglieder: Martin Gebeshuber, Susanne Posegga, Burgi Brunnmayer

### 1) "GOLDENE ZEITEN" – ein Herbstmärchen im Gesäuse

- Tourismusprojekt - Werbelinie für den Herbsttourismus.
- Bietet viel Platz für die individuelle Ausgestaltung in den Betrieben.
- Vermittlung über Fotografie, Farbgestaltung, herbstliche Küche, Kochkurse, Waldspaziergänge ...  
-> kann auch Wellness beleben!
- Die schönste Herbstfärbung haben wir im Oktober/September -> Belichtung/Nebel
- Schätzung: 70.000 €



(Posegga, Oktober 2023)

### 2) "VERTICAL ART"

- Jährliches Festival für Bildende Kunst & Musik auf allen topografischen Ebenen
- 25. Oktober bis 2. November
- Schwerpunkt Landart, ortsspezifische Kunst, Auftragsarbeiten, Residencies und Workshops, Indoor und Outdoor.



- Inhaltliche Auseinandersetzung mit der Region unter dem Aspekt des Klimawandels
- jährlich 200.000 €
- Zielgruppe: Publikum aus Wien, Graz, Linz

### 3) GRAFFITY HIEFLAU

- Ortsentwicklungsprojekt – LEADER
- Alle Ebenen der Region sollen gezeigt und bespielt werden
- Graffitykunst an Gebäuden und Musik soll neues Publikum anziehen und das Ortsbild attraktiveren
- Ausgangsbasis: Das Ortsbild von Hieflau ist besonders in den Wintermonaten deprimierend. Wer möchte dort Urlaub machen?
- Das Ortsbild muss dringend für Tourist:innen attraktiv gestaltet werden. Mit diesem Projekt sollen aber auch junge Kreative in den Ort gezogen werden, um Leerstände dauerhaft zu beleben, denn Kunst & Kultur sind das Fundament für die Entwicklung einer Gemeinde. Es sind immer die Künstler:innen, die Stadtteile und Orte als erste beleben, danach folgt der wirtschaftliche Aufschwung.
- Vergabe von Auftragsarbeiten für die Fassadengestaltung in Hieflau zu regionsbezogenen Arbeiten.
- Thema: Biodiversität

### 4) Urkraft der Elemente: Saunaerlebnis unter dem Himmelszelt

- Anlehnung an die Waldsauna in Wildalpen (zeitgemäßes Design, größerer Ruhebereich)
- Zwei verschieden große Saunahütten (zb. 8 und 16 Personen), die man wahlweise einzeln oder bei größerem Andrang beide beheizen kann.
- Anbieten würde sich die Nutzung/Erweiterung von vorhandener Infrastruktur.
- Wichtig ist die Saisonverlängerung bis nach den Herbstferien.

#### Mögliche Locations:

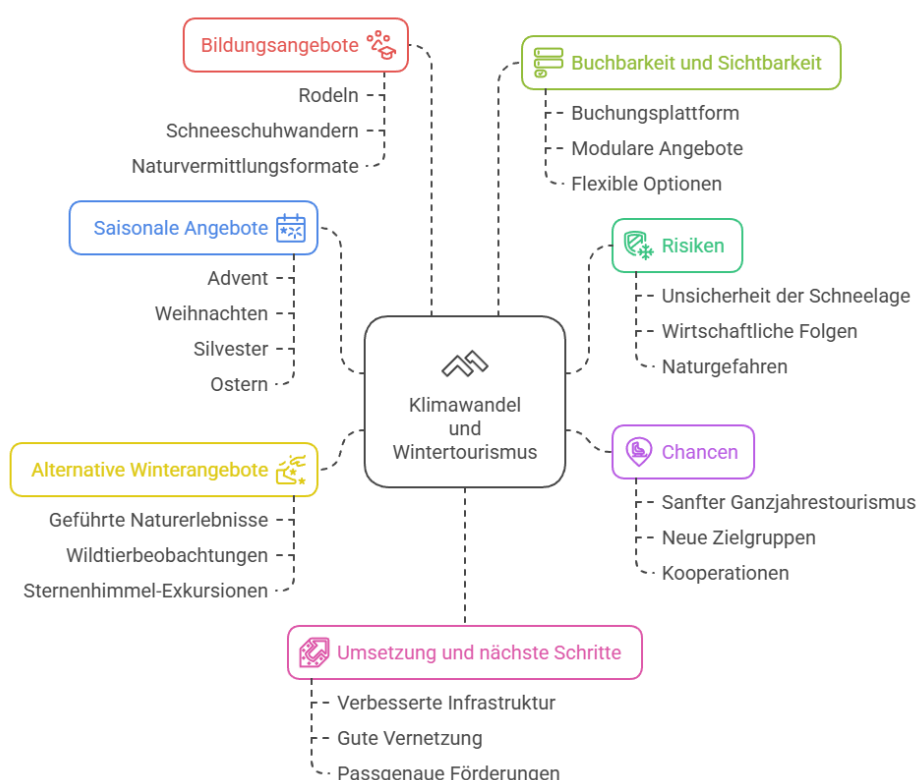
1. Freibad Landl: Eine schwimmende Sauna auf dem Badensee wäre möglich.
2. Freibad Hieflau: Im Zuge dessen könnte eine komplette Überarbeitung inklusive Gartenanlage unterzogen werden.

## Befragung „Winter im Wandel“ im Frühjahr/Sommer 2025

Die Umfrage beleuchtet Chancen, Risiken und neue Wege für den Wintertourismus abseits klassischer Schneesportangebote. Es zeigt sich eindrucksvoll, dass neue, ruhige und naturnahe Winterformate stark nachgefragt werden – sowohl von regionalen Akteur:innen als auch von Gästen. Sie liefert fundierte Argumente für eine strategische Weiterentwicklung der Wintersaison in der Region – jenseits klassischer Schneesportangebote.

Die 23 Teilnehmenden der Umfrage spiegeln ein breites Spektrum an Perspektiven wider. Über die Hälfte der Befragten (52,2 %) lebt in der Region. Weitere 30,4 % betreiben einen touristischen Betrieb. Neben Betreiber:innen von Gastronomie und Beherbergung nahmen auch regelmäßige Gäste, fachlich Interessierte sowie Personen mit beruflichem Bezug zur Tourismusentwicklung teil. Auf die Frage, ob sie im Tourismus oder in einem tourismusnahen Beruf tätig seien, antworteten 56,5 % mit Ja, 26,1 % teilweise und 17,4 % mit Nein. Die Umfrage berücksichtigte somit sowohl die Perspektiven der Bevölkerung als auch der touristischen Praxis.

### Ergebnisse im Überblick



## Klimawandel: Risiken und Chancen für den Wintertourismus

Als größte Risiken des Klimawandels für die Erlebnisregion Gesäuse wurden vor allem die zunehmende Unsicherheit der Schneelage, wirtschaftliche Folgen für Schneesport-orientierte Betriebe sowie Naturgefahren und landschaftliche Veränderungen genannt. Die Kombination aus abnehmender Planbarkeit und steigenden Betriebskosten wurde vielfach als kritischer Punkt betont.

Gleichzeitig sehen viele Befragte auch Chancen: So könnten sich durch eine bewusste Neuausrichtung auf sanften Ganzjahrestourismus neue Zielgruppen erschließen. Die Region könnte sich – gestützt auf ihre Naturqualität – als Rückzugsort und Inspirationsraum abseits klassischer Wintersportangebote positionieren. Auch Kooperationen und regionale Wertschöpfung wurden als positive Entwicklungsmöglichkeiten genannt.

## Wahrnehmung des derzeitigen Winterangebots

Das bestehende Winterangebot – insbesondere abseits von Skitouren und Skifahren – wird von den Teilnehmenden überwiegend als ausbaufähig (42,9 %) oder kaum vorhanden (28,6 %) eingeschätzt. Nur 14,3 % bewerten es als ausreichend oder sehr gut. Als derzeit aktive Zielgruppen wurden vor allem Wanderer:innen, Familien, Ruhesuchende, Skitourengeher:innen und Schüler:innen genannt. Die klassische Wintersportklientel tritt zunehmend in den Hintergrund.

## Ideen für alternative Winterangebote

Die Vielzahl an offenen Antworten zeigt ein starkes kreatives Potenzial. Zu den häufig genannten Ideen zählen geführte Naturerlebnisse, Wildtierbeobachtungen, Sternenhimmel-Exkursionen, Winterpicknicks, handwerklich-kreative Workshops, Brauchtumsangebote, Achtsamkeitsformate sowie Winterwellness und kulinarische Events.

Hervorgehoben wurde das Bedürfnis nach Ruhe, Rückzug und sinnlichen Erfahrungen – oft in Verbindung mit naturnahen Aktivitäten und dem Wunsch nach Authentizität. Gleichzeitig wurde mehrfach betont, dass Angebote möglichst flexibel, individuell zugänglich und generationenübergreifend gestaltbar sein sollten.

Ergänzend wurden auch Beispiele aus anderen Regionen eingebracht, etwa das Mobilitätskonzept in Werfen-Weng oder das Slow-Food-Format "Dunkelgenuss". Auch das Thema "Stille im Winter" wurde mehrfach als USP genannt.



## Saisonalität und Brauchtum

Die Antworten zum Potenzial saisonaler Angebote rund um Advent, Weihnachten, Silvester und Ostern zeigen klare Trends: Es gibt eine hohe Bereitschaft, stillere und naturnahe Formate wie Raunachtswanderungen, Sternenbeobachtungen, Fastenwanderungen oder Winterhandwerkskurse zu nutzen. Fackelwanderungen, stille Jahreswechsel und Brauchtumsabende wurden besonders häufig genannt.

Mehrere Beiträge betonen jedoch, dass solche Formate nur dann attraktiv sind, wenn sie durch passende Infrastruktur ergänzt werden – etwa durch gemütliche Unterkünfte, Rückzugsräume oder wetterunabhängige Zusatzangebote.

## Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche

Für Schulklassen wurden zahlreiche sinnvolle Winteralternativen zum Skifahren genannt. Dazu zählen Rodeln, Schneeschuhwandern, Naturvermittlungsformate (z. B. Wildtierkunde, Spurenlesen), Workshops zu Handwerk und Ernährung, kreative Kurse sowie Nachtwanderungen mit inhaltlichem Fokus.

Einige Teilnehmende entwarfen bereits ganze Programmvorschläge für eine „kostengünstige Winterwoche“ mit optionalem Skitag. Auch im Sommer wurde das Potenzial naturpädagogischer Bildungsprogramme betont – z. B. rund um Wasser, Wald und Geologie.

## Buchbarkeit und Sichtbarkeit

Für eine erfolgreiche Umsetzung alternativer Winterangebote braucht es laut den Befragten insbesondere:

- eine übersichtliche, einfach bedienbare Buchungsplattform
- modularartig kombinierbare Angebote
- flexible Optionen für unterschiedliche Zielgruppen
- klare Informationen zu Kosten, Dauer und Mobilität

52,4 % der Teilnehmenden wünschen sich eine solche Plattform ausdrücklich, weitere 42,9 % fänden sie hilfreich. Der Wunsch nach Individualisierung wurde ebenso stark betont wie die Notwendigkeit, nicht zu viele Angebote gleichzeitig anzubieten („Qualität vor Quantität“).

## Umsetzung und nächste Schritte

Als zentrale Akteur:innen für die Weiterentwicklung wurden Naturführer:innen, Hüttenwirte, Gemeinden, Direktvermarkter:innen, Schulen und Kulturanbieter:innen genannt. Die Basis erfolgreicher Umsetzung sehen viele in einer verbesserten Infrastruktur, guter Vernetzung, passgenauen Förderungen und gezielter Zielgruppenarbeit.

Die bedeutendsten Erfolgsfaktoren laut den offenen Rückmeldungen:

- ruhige, qualitativ hochwertige Angebote mit Naturbezug
- authentische Kommunikation und Kooperation auf Augenhöhe
- aktives Mitwirken der Beherbergungsbetriebe
- USP-fähige Formate wie "Naturnacht", „Winter der Stille“ oder „Rückzug statt Trubel“

## Fazit der Umfrage

Der Winterwandel wird nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Chance verstanden. Es gibt hohes kreatives Potenzial und eine starke Bereitschaft zur Mitgestaltung. Die Antworten liefern konkrete Impulse für Angebote, Kooperationen, Plattformlösungen und Rahmenbedingungen – mit gezielten Investitionen in Qualität, Sichtbarkeit und Zusammenarbeit kann die KLAR! Steirische Eisenwurz ihren eigenen Weg in einen klimafitten Winter gehen – jenseits von Schnee, aber mit viel Substanz.

## Gesamtzusammenfassung – Action-Map „Winter im Wandel“

Die vorliegende Action-Map der KLAR!-Region Steirische Eisenwurz zeigt eindrucksvoll, wie der Tourismus in Zeiten des Klimawandels neu gedacht werden kann – nicht nur als Reaktion auf äußere Veränderungen, sondern als aktive Gestaltung eines zukunftsfähigen, klimafitten Tourismusmodells. Ausgehend von umfassenden Stakeholderprozessen, zwei thematisch fokussierten Workshops sowie einer Umfrage wurde ein strategisches Zukunftsbild für die Region entwickelt.

Im Zentrum steht das Ziel, die außergewöhnlichen Natur- und Kulturlandschaften als Alleinstellungsmerkmale zu stärken und sie durch neue, ruhige, naturnahe und übergreifende Angebote sichtbar zu machen. Die Wintermonate sollen – jenseits klassischer Schneesportangebote – neu aufgeladen werden: als Zeit der Stille, der Bildung, der Kulinarik und der Erholung. Damit öffnet sich die Region nicht nur für neue Zielgruppen, sondern begegnet auch aktuellen Herausforderungen wie Schneemangel, Fachkräftemangel und Saisonalität mit innovativen Lösungen.

Ein besonderer Mehrwert liegt in der konsequenten Verbindung von Tourismus, Naturschutz, Bildung und kultureller Identität. Ob durch Sternenwanderungen, Schulwochen, Slow-Food-Erlebnisse oder Kunst im öffentlichen Raum – die entwickelten Ideen zeigen, wie vielfältig die Region interpretiert und genutzt werden kann, ohne ihre Substanz zu verlieren. Die Einbindung regionaler Betriebe, das Wiederbeleben bestehender Strukturen wie der Gesäuse Partner, sowie die angestrebte UNESCO-Nominierung unterstreichen das langfristige Potenzial der Initiative.

In Summe zeigt die Action-Map nicht nur Visionen, sondern auch konkrete Handlungsperspektiven: von buchbaren Ranger-Angeboten über neue Schulangebote bis hin zu interregionaler Zusammenarbeit. Sie bildet damit eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung der KLAR!-Region als Modell für klimafitten Ganzjahrestourismus – mit dem Mut, neue Wege zu gehen, und der Stärke, diese gemeinsam zu beschreiten.

## Von der Idee zur Umsetzung – erste Schritte im Wandel

Mehrere Projektansätze, die im Rahmen der Workshops entwickelt wurden, befinden sich bereits in Umsetzung oder konkreter Vorbereitung. Sie zeigen, dass der eingeschlagene Weg nicht nur Vision, sondern gelebte Praxis ist – getragen von regionalem Engagement, fachlicher Kompetenz und dem gemeinsamen Willen.

## GRAFFITY HIEFLAU

Das Projekt „Graffity Hieflau“ zielt darauf ab, das Ortsbild von Hieflau – insbesondere in den tristen Wintermonaten – durch Kunst und Kultur sichtbar aufzuwerten und neue Impulse zu setzen. Graffitykunst an Fassaden, begleitet von musikalischen Elementen, soll ein junges, kreatives Publikum anziehen und den Ort für Gäste wie Einheimische gleichermaßen attraktiv machen.

Im Mittelpunkt steht die künstlerische Gestaltung von Gebäudefassaden mit **regionsbezogenen Motiven**, wobei insbesondere das Thema **Biodiversität und Artensterben** aufgegriffen wird. Durch die gezielte **Vergabe von Auftragsarbeiten** an Künstler:innen entsteht ein neues, identitätsstiftendes Erscheinungsbild für den Ort.

Ausgangspunkt des Projekts ist die Erkenntnis, dass Hieflau – vor allem in den Wintermonaten – auf Besucher eher trist und wenig einladend wirkt. Um dem entgegenzuwirken, soll Kunst nicht nur das äußere Bild verändern, sondern auch junge Kreative in den Ort holen und **Leerstände langfristig beleben**. Kunst und Kultur gelten dabei als Fundament für die Entwicklung einer Gemeinde – oft sind es Künstler:innen, die als Erste stadt- oder ortsbildprägende Veränderungen anstoßen, bevor der wirtschaftliche Aufschwung folgt.

Die Zielgruppe ist **lokal wie international**, mit dem Ziel, ein öffentlichkeitswirksames, inspirierendes Beispiel für kreative Regionalentwicklung zu schaffen. „Graffity Hieflau“ versteht sich als lebendige Einladung, den Ort neu zu entdecken – künstlerisch, ästhetisch und gemeinschaftlich.

## STERNENLIEGEN

Das Projekt „Sternenliegen“ nutzt den klaren Nachthimmel der Gesäuse-Region als besonderes Naturerlebnis. In Zusammenarbeit mit den Gesäuse Partnern werden spezielle Liegen über die Region verteilt, die zum **Schlafen unter freiem Himmel** und zur **Sternenbeobachtung** einladen.

Begleitet von einer **Wanderkarte zur Tagesorientierung** entsteht ein niederschwelliges Angebot, das **Ruhe, Natur und Rückzug** vereint. Die Sternenliegen machen den **dunklen Himmel als USP** der Region erlebbar und lassen sich flexibel mit Formaten wie Führungen oder Picknicks kombinieren. So wird die Region als Ort der Stille und Naturverbundenheit positioniert – einfach, authentisch und wirkungsvoll.

**Weitere touristische Projekteinreichungen** befinden sich in Vorbereitung:

- a) eine Indoor-Bogenschießanlage
- b) eine Minigolfanlage sowie
- c) ein Wissenshub zum Thema Naturnachtgebiet