

Nachhaltige Mobilität in der Praxis

Endbericht

Programmsteuerung:

Klima- und Energiefonds

Programmabwicklung:

Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC)

1 Projektdaten

Projekttitel	Obersteiermarkpass (Änderung vom 30.4.2023 – im Antrag: Gesäuse Pass)	
Projektnummer	C238100	
Programm	Nachhaltige Mobilität in der Praxis Ausschreibung 2022	
Beauftragter	Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten GmbH, Markt 35, 8933 St. Gallen GF Oliver Gulas-Wöhri MSc www.eisenwurzten.com	
Projektpartner	Tourismusverband Gesäuse Tourismusverband Ausseerland-Salzkammergut Tourismusverband Murtal	
Projektstart und Dauer	Projektstart: 01.01.2023	Dauer: 17 Monate

Synopsis: Kurzbeschreibung des Projektes und der wichtigsten Inhalte und Ergebnisse

Ziel dieses Projektes war es, in einem partizipativen Ansatz mit drei Tourismusregionen gemeinsam und einem erfahrenen Kartenmanagement-Spezialisten, ein individuelles und auf die Regionen maßgeschneidertes Kartensystem („Obersteiermarkpass“) sowohl für Einheimische/Mitarbeiter:innen regionaler Betriebe als auch Tourist:innen zu definieren.

Ergebnis mit Projektabschluss: Konkreter Output als Konzeptgrundlage für etwaige

Umsetzungen: Business Model samt Umsetzungsplan für einen Obersteiermarkpass inkl.

Marketing- und Vertriebsstrategien, das sowohl das regionale Mobilitätsangebot (Öffentlicher Verkehr, Mikro-ÖV, Ruftaxi, Parkraumbewirtschaftung, Carsharing etc.) als auch das touristische Angebot der Region auf attraktive und kostengünstige Weise erschließt.

2 Inhaltliche Beschreibung des Projektes

2.1 Kurzfassung (max. 2 Seiten)

Gästekarten mit kostenfreier Mobilität gehören mittlerweile zum Standard in solide entwickelten Tourismusregionen. Sie sind nicht nur Marketinginstrument, sondern schaffen zudem eine zukunftsfähige und richtungsweisende Weiterentwicklung von touristischen Produkten, welche innovativ zur Attraktivitätssteigerung und regionalen Wertschöpfung beitragen.

Mit dem Obersteiermarkpass sollen vor allem auch Einheimische und Mitarbeiter:innen regionaler Unternehmen erreicht werden, um so von Anfang an eine gesunde Balance zwischen den Bedürfnissen von Gästen und Einheimischen/Betrieben zu gewährleisten. So soll künftig nicht nur der Übernachtungsgast einen vorteilhaften Zugang zu touristischen Produkten und Dienstleistungen genauso wie zum öffentlichen Personennahverkehr oder Mikro-ÖV bekommen, sondern auch die/der Einheimische und Mitarbeiter:innen der ansässigen Betriebe.

Daher haben sich die drei Tourismusregionen Gesäuse, Ausseerland-Salzkammergut und Murtal zusammengefunden, um für ihre drei Regionen die ersten Schritte zu setzen. Ziel in diesem Projekt war es folgendes Konzeptpapier als Grundlage für weitere Umsetzungen partizipativ zu erarbeiten:

Business Model samt Umsetzungsplan für einen Obersteiermarkpass

Um diesen Output zu erreichen bedurfte es mehreren Arbeitsschritten in Kooperation mit den Tourismusverbänden, regionalen Stakeholder und den Dienstleister:innen (regionale Projekt- und Prozessbegleitung sowie Expertise in Sachen Implementierung des Obersteiermarkpasses).

Folgende Arbeitsschritte wurden seit Jänner 2023 durchgeführt:

- Projekt- und Prozessmanagement mit Öffentlichkeitsarbeit
- Grundlagenerhebung für die drei Regionen
- Interne Prozessabläufe zur nachhaltigen Folgeumsetzung ab 2024 definieren
- Produktentwicklung zur Ausgestaltung eines adäquaten Angebotes
- Marketing erarbeiten, um die zukünftige Bewerbung attraktiv zu gestalten

- Vertrieb dementsprechend aufbauen, um ein Minimum an Umsatz zu garantieren

Es wird durch diese Prozesse und den Output vielerlei in diesen peripheren Regionen abgedeckt:

- Erhalt von flexiblen nachfrageorientierten Mobilitätsangeboten
- Stärkung der ersten/letzten Meile
- Stärkung von zielgruppengerechten Angeboten für Tourist:innen, Familien, Arbeitnehmer:innen
- Lösungsansatz zur Kombination und Integration von neuen Mobilitätsdienstleistungen in den öffentlichen Verkehr
- Konzeptansatz und regionale Kooperation, um die Nutzung von E-Fahrzeugen, Sharing-Fahrzeugen zu forcieren
- Unterstützt die Veränderung des regionalen Mobilitätsverhaltens

Somit diene das Projekt zur Harmonisierung verschiedener Mobilitätsdienstleistungen und deren Schnittstellen, um sie zukünftig in integrierten, leistbaren und finanzierbaren Mobilitätsdiensten nutzerfreundlich anbieten zu können. Ein ganzheitliches Projekt sozusagen, um die Mobilität in den drei Regionen längerfristig nachhaltig zu verbessern. Diverse Akteure wurden eingebunden, Mobilitätslösungen genauer betrachtet und Analysen für eine etwaige Gäste- und Mobilitätskarte durchgeführt. In Zusammenarbeit mit den genannten Tourismusregionen konnte man sich auf ein attraktives Modell einigen, welches nun als Business Model aufliegt. In weiterer Folge obliegt es den drei Tourismusregionen die weitere Vorgehensweise zu planen, um das Konzept wie folgt umzusetzen: a) über die drei Regionen b) Teile individuell in jeder Region c) als Vorlage für eine Steiermark weite Umsetzung.

2.2 Projektinhalte und Resultate

1. Ausgangssituation / Motivation

Mit Beginn des Projekts wurde beschlossen, zwei weitere touristische Regionen in den Prozess einzubeziehen: die Tourismusregion Ausseerland-Salzkammergut und das Murtal (Änderungsantrag vom 20.4.2023 – genehmigt am 30.4.2023 – nähere Informationen zu den Regionen unter www.steiermark.com). Trotz unterschiedlicher touristischer Angebote weisen diese Regionen ähnliche regionale Strukturen auf, wie beispielsweise Landnutzung, Kulturlandschaft, räumliche Strukturen, Demographie,

Wirtschaftsleistung und das Angebot an öffentlichem Verkehr. Daher wurde beschlossen, gemeinsam auf ein positives Projektergebnis hinzuarbeiten.

Derzeit ist das Verkehrsangebot im grünen Umweltverbund (z.B. Bus, Bahn, Rad, E-Carsharing) aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte in den drei Regionen stark unterrepräsentiert. Dies führt dazu, dass sowohl Gäste als auch Einheimische hauptsächlich mit dem eigenen Auto in den Regionen unterwegs sind.

Ein funktionierendes Mobilitäts- und abwechslungsreiches Freizeitangebot, das bequem und kostengünstig genutzt werden kann, ist eine Grundvoraussetzung für den Erhalt und die Verbesserung dieser Angebote. Dies unterstützt nicht nur die touristische Positionierung, sondern wirkt sich auch positiv auf den Fachkräftemangel in der Dienstleistungs- und Tourismusbranche sowie in Industriebetrieben aus, wie beispielsweise die Georg Fischer Casting Solutions GmbH & Co KG in Altenmarkt (www.georgfischer.com), die MFL Maschinenfabrik in Liezen (www.mfl.at), die AHT in Rottenmann (www.aht.at) oder das Stift Admont (www.stiftadmont.at) mit seinen Tochterunternehmen, um nur einige im Bezirk Liezen zu nennen. Der tägliche Kampf um qualifizierte Mitarbeiter:innen, der „war for talents“, ist in ländlichen, von Landflucht stark betroffenen Regionen längst Realität. Die Abwanderung dieser Betriebe würde einen enormen Verlust für die Region darstellen. Daher birgt der Ausbau des Mobilitätsangebots in Kombination mit einem abgestimmten Tourismus- und Standortmarketing, das für alle leicht zugänglich und konsumierbar ist, großes Potenzial, kurzfristig attraktive Arbeitgeber:innen für bestehende und neue Mitarbeiter:innen zu sein und langfristig die Unternehmensstandorte und den Lebensmittelpunkt vieler Menschen positiv weiterzuentwickeln.

Für eine erfolgreiche und vor allem nachhaltige Entwicklung der Region bedarf es also struktureller Voraussetzungen. Zwei davon sind von besonders entscheidender Bedeutung:

- **Digitalisierung**
- **Mobilität**

Die intelligente Verbindung dieser beiden Treiber schafft Lösungen, die nicht nur den konkreten Bedürfnissen entsprechen, sondern auch Strahlkraft für die gesamte Region und darüber hinaus entwickeln. Dies hat positive Effekte auf die Standortqualität, den Arbeitsmarkt, die Bildung und den Tourismus.

2. Projektziele

Das Ziel dieses Projekts war es, in einem partizipativen Ansatz zusammen mit drei Tourismusregionen und einem erfahrenen Spezialisten für Kartenmanagement ein individuelles und auf die Regionen zugeschnittenes Kartensystem, den sogenannten „Obersteiermarkpass“, zu entwickeln. Dieses System richtet sich sowohl an Einheimische und Mitarbeiter:innen regionaler Unternehmen als auch an Tourist:innen.

Konkret sollte ein Geschäftsmodell inklusive Umsetzungsplan für den Obersteiermarkpass entwickelt werden, das Marketing- und Vertriebsstrategien umfasst. Dieser Pass soll das regionale Mobilitätsangebot (wie öffentliche Verkehrsmittel, Mikro-ÖV, Ruftaxi, Parkraumbewirtschaftung, Carsharing usw.) sowie das touristische Angebot der Region auf attraktive und vorteilhafte Weise zugänglich machen. Eine rasche Umsetzung dieses Projekts soll insbesondere folgende positive Effekte erzielen:

- Belebung der Region und Steigerung der Wertschöpfung durch vermehrten Freizeittourismus
- Abbau von Hindernissen bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und Mobilitätsangebote
- Standortmarketing und ein positives Image der Region unterstützen das Employer Branding sowie Strategien zur Rückgewinnung von Fachkräften
- Sicherung des Standorts durch nachhaltige Entwicklung der Region Gesäuse durch Kooperation der wesentlichen Akteur:innen

Der Obersteiermarkpass soll zusätzliche bedarfsgerechte Mobilitätsangebote schaffen oder bestehende wie das Salza-Bootstaxi und das Gesäuse Sammeltaxi erhalten. Er soll als digitaler Türöffner mit Anreizen fungieren, die den motorisierten Individualverkehr der Bevölkerung reduzieren und auf klimaneutrale und nachhaltige Mobilität umstellen sollen.

Während des Urlaubsaufenthalts soll der Obersteiermarkpass attraktive Mobilität in der Region ermöglichen und vergünstigte Freizeitangebote bündeln. Es wäre sinnvoll, die Angebote des Obersteiermarkpasses an eine klimafreundliche Form der Anreise in die Region und zu den Freizeitangeboten zu koppeln. Dieses Anreizsystem könnte das Bewusstsein und die Akzeptanz für klimaneutrale und nachhaltige Mobilität erhöhen.

Zielgruppen:

- Priorität 1: Einheimische
- Priorität 2: Berufstätige, Pendler:innen und regionale Wirtschaft
- Priorität 3: Tourist:innen

Ziele:

- Evaluierung der technischen Voraussetzungen für eine praktikable, für die drei Regionen sinnvolle Variante einer digitalen Inklusiv-Karte (z.B. App)
- Ausarbeitung eines Projekt- und Umsetzungsplans (inhaltlich und technisch) inklusive Finanzmodellen sowie Marketing- und Vertriebsstrategien

3. Tätigkeiten im Rahmen des Projektes inklusive methodischem Zugang

(siehe auch Beilage Abschlussbericht Projektmanagement und Dokumentation des partizipativen Prozesses)

Bereits in der Phase der Antragsstellung (=Grobplanung) wurden sechs Arbeitspakete definiert. Diese umfassen:

- Projektmanagement
- Grundlagenerhebung
- Interne Prozessabläufe
- Produktentwicklung
- Marketing
- Vertrieb

In der Folge werden nun die einzelnen Arbeitspakete spezifiziert. Dazu wurden Inhalt, Dauer und Verantwortlichkeiten erläutert.

Nummer	1
Bezeichnung	<i>Projektmanagement</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Arbeitspaket umfasst das Projektmanagement, die regionale Prozessbegleitung mit (Bürger:innen-)Beteiligung und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit. Es beinhaltet folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Prozessbegleitung mit Stakeholderbeteiligung von z. B. Tourismusbetrieben, wie Beherbergern, Outdooranbieter:innen, Ausflugszielen etc.) und Unternehmen (Tourismusbeitragszahler:innen) • Regionales Projektmanagement: Abstimmung mit den Tourismusverbänden, der Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten GmbH und dem Technologieanbieter DocLX City Card Solutions GmbH (z. B. in Form von Organisationsteamsitzungen oder Jour fixe) • Controlling, Zeit- und Ablaufplanmanagement • Organisation der Beteiligungsformate in Form von Veranstaltungen/Workshops (z. B. Auftaktveranstaltung, Kernteamsitzungen, Jour fixe und Ergebnispräsentation) • Projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit in Form der Erstellung von Presseunterlagen für Aussendungen auf verschiedenen Kanälen (Print und Social Media)
Dauer	04/23 – 05/24
Verantwortlichkeit	Kerstin Dohr in enger Abstimmung mit dem Organisationsteam ¹

¹ Mitglieder Organisationsteam Oliver Gulas-Wöhri (Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten), Peter Staudinger (DocLX City Card Solutions GmbH) und Kerstin Dohr (regionale Projekt- und Prozessbegleitung).

Nummer	2
Bezeichnung	<i>Grundlagenerhebung</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Arbeitspaket umfasst im Wesentlichen die Destinationsanalyse der drei beteiligten Tourismusregionen und beinhaltet folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Ausgangssituationen in den beteiligten Erlebnisregionen (z. B. touristische Fakten und Zahlen, demographischer Hintergrund, Steuerkraftkopfquote, Wirtschaftsleistung, geopolitische Rahmenbedingungen, etc.) • Profil Gäste – Nächtigungsstatistik, Quellmärkte, Aufenthaltsdauer, Präferenzen, Art der Ankunft, etc. • Erhebung des Status Quo der Leistungspartner:innen (Museen, Freizeitanbieter:innen, Gastro, Mobilitätsanbieter:innen, Hotels, Seilbahnen, etc.) • Ausstattung Leistungspartner:innen • Infrastruktur Destinationen • Status Quo der verfügbaren öffentlichen Verkehrsmittel und anderer Mobilitätspartner:innen (z. B. RegioBus oder Mikro ÖV) • Umfeldanalyse – Analyse weiterer Stakeholder • Abgleichung der Hauptthemen der Regionen mit den Themen des geplanten Produktes (analoge/digitale Karte oder Passlösung) • Potentialanalyse der Regionen
Dauer	05/23 – 07/23
Verantwortlichkeit	Peter Staudinger
Mitwirkende	Kernteam ²

Nummer	3
Bezeichnung	<i>Produktentwicklung</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Arbeitspaketes findet die Produktentwicklung statt. Es umfasst folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung des Business Modells • Definition des Produktumfangs • Beteiligte Leistungspartner:innen – und Produkte definieren • Erstellung des Vorteilspartner:innen Managements • Kalkulation der Preisstruktur- und Strategie • Laufzeit der Karten: Sommerkarte und/oder Winterkarte und / oder Ganzjahreskarte

² 2 Mitglieder Kernteam: Organisationsteam plus Vertreter:innen der Tourismusverbände.

	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung der USP • Erarbeitung des Kund:innennutzen – Kommunikation • Diskussion der mobilen Anwendung • Skizzierung von Arbeitsprozessen • Wahl eines Payment Providers • Definition von Schnittstellen • Definition des Projektzeitraums • Roadmap zukünftiger Weiterentwicklungen • Exit-Szenarien für Leistungspartner:innen definieren • Parameter der Erfolgsmessung mit dem System definieren
Dauer	07/23 – 03/24
Verantwortlichkeit	Peter Staudinger
Mitwirkende	Kernteam

Nummer	4
Bezeichnung	<i>Interne Prozessabläufe</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Arbeitspaket werden die internen Prozessabläufe geklärt. Es umfasst folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klärung des Produktowners • Klärung der internen Ressourcen • Definition der beteiligten Abteilungen/ Unternehmen/ Personen und deren Aufgabengebiete: Vorteilspartner:innen in Management, Marketing, Vertrieb, Stakeholder und Politik, IT, Buchhaltung, Operation Management und Back Office • IT-Infrastruktur: Erhebung des Status Quo und Ansprechpartner:innen • Finanzierung und Kalkulation • Erarbeitung der internen Prozessabläufe • Erhebung des Digitalisierung-Grades und Digitalisierungsziels • Erhebung von Schnittstellen • Diskussion von Anbindung bestehender Systeme • Aufbau Personalressource für Support, Leistungspartner Management, Abrechnung, etc
Dauer	02/24 – 03/24
Verantwortlichkeit	Peter Staudinger

Mitwirkende	Kernteam
--------------------	----------

Nummer	5
Bezeichnung	<i>Marketing</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Arbeitspaketes erfolgt die Klärung des USP und die Erarbeitung einer Marketingstrategie. Es umfasst folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenspezifikation • Abgleichung der Hauptthemen der Regionen mit den Themen des geplanten Produktes (analoge/digitale Karte oder Passlösung) • Erarbeitung einer Marketingstrategie und eines Marken-USPs • Erstellung CI/CD • Social Media Strategie • Zusätzliche Displayfläche für Werbung schaffen • Erstellung einer eigenen Website und eventuellen Drucksorten (b2b und b2c) • Erhebung von geeigneten Kooperationspartnern • Einbindung Leistungspartner
Dauer	10/23 – 03/24
Verantwortlichkeit	Peter Staudinger
Kooperationspartner	FH Krems
Mitwirkende	Kernteam

Nummer	6
Bezeichnung	<i>Vertrieb</i>
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Arbeitspaketes erfolgt die Planung des Vertriebs. Es umfasst folgende Tätigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition der Verkaufskanäle • Definition gewünschte Vertriebspartner:innen • Erarbeitung des Vertriebskonzepts • Einbindung Leistungspartner:innen • Erfolgsmessung
Dauer	10/23 – 03/24
Verantwortlichkeit	Peter Staudinger
Kooperationspartner	FH Krems

Mitwirkende	Kernteam
-------------	----------

4. Beschreibung der Resultate und Meilensteine (vgl. Arbeitspakete der Einreichung) (siehe auch Beilage Abschlussbericht Projektmanagement und Dokumentation des partizipativen Prozesses)

Die **Projektlaufzeit** betrug 17 Monate von **Jänner 2023 bis Mai 2024**. Der Ablauf und die zeitliche Abfolge der Arbeitspakete und der darin vorgesehenen Meilensteine sind im nachstehenden Gantt Chart dargestellt.

Gantt Chart

	2023												2024				
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05
Projektmanagement															M6		M1,7
Grundlagenrecherche						M2											
Interne Prozessabläufe														M3			
Produktentwicklung													M4				
Marketing															M5		
Vertrieb															M5		

Tabelle 1: Gantt-Chart Zeit- und Meilensteinplanung, eigene Darstellung.

Meilensteinspezifikation

Die nachfolgende Tabelle spezifiziert die Meilensteine der einzelnen Arbeitspakete aus dem Gantt Chart näher und gibt der Umsetzungsgrad an.

Nr.	Bezeichnung	Umgesetzt zu %
M 1	Erfolgreiche Durchführung der Beteiligungsformate	100 %
M 2	Destinationsanalyse und Grundlagenerhebung abgeschlossen	100 %
M 3	Interne Prozessabläufe definiert	100 %
M 4	Business Modell samt Umsetzungsplan erstellt	100 %
M 5	Marketing- und Vertriebsstrategie definiert	100 %
M 6	Klimafreundliche und nachhaltige Mobilitätslösungen zusammengefasst	100 %
M 7	Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich umgesetzt - Pressespiegel	100 %

Tabelle 2: Meilensteinspezifikation, eigene Darstellung.

5. Beschreibung von Schwierigkeiten (wenn aufgetreten) bei der Zielerreichung

Das Ziel mit Output wurde definitiv erreicht, jedoch ist hinsichtlich der Umsetzung noch offen, in welcher Größenordnung diese passieren wird. Im Laufe des Projektprozesses haben sich Parameter ergeben, welche noch nicht bei der Einreichung bekannt waren. Die Umsetzungsvorhaben obliegen den Kooperationspartner:innen: TVB Gesäuse, TVB Ausseerland-Salzkammergut und TVB Murtal.

6. Beschreibung von Projekt-„Highlights“ (siehe auch Beilage Abschlussbericht Projektmanagement und Dokumentation des partizipativen Prozesses)

Hier kann auf 3 Projekt-„Highlights“ verwiesen werden:

- a) Die Eröffnungsveranstaltung fand am 9. Mai 2023 in Lassing, in der Erlebnisregion Gesäuse, statt. Das Ziel war, die 21 teilnehmenden Interessengruppen aus den Bereichen Tourismus und Regionalentwicklung über das Projekt zu informieren und zur aktiven Mitgestaltung einzuladen.
- b) In Zusammenarbeit mit der FH Krems wurde das Thema Marketing und Vertrieb behandelt. Studierende des Masterstudiengangs Marketing mit Schwerpunkt auf Tourism and Hospitality Marketing besuchten im Rahmen der Lehrveranstaltung „Marketing Strategy Capstone Project“ im Wintersemester 2023/24 die drei beteiligten Erlebnisregionen. Auf dem Programm standen unter anderem der Red Bull Ring in Spielberg, die Stiftsbibliothek in Admont und der Altausseersee im Ausseerland. Anschließend analysierten sie die Regionen und entwickelten eine gemeinsame produktspezifische Marketingstrategie. Die Ergebnisse wurde im Januar 2024 in Krems präsentiert.
- c) Die Projektergebnisse wurden am 28. Mai 2024 in Graz den Vertreter:innen der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH (STG) vorgestellt. Diese zeigten von Beginn an großes Interesse an dem Projekt und waren auch bei der Eröffnungsveranstaltung anwesend. Ziel war es, die Ergebnisse zu präsentieren und mögliche Synergien zu erkunden.

7. Beschreibung und Begründung von Abweichungen zum Antrag

Neben der erwähnten Projektgebietserweiterung auf die Regionen Ausseerland-Salzkammergut sowie Murtal wurden noch Änderungen vorgenommen:

- Neuer Projektname aufgrund der Gebietserweiterung: Obersteiermarkpass

- Verlängerung der Laufzeit bis zum 31.5.2024

Ein Änderungsantrag erfolgte mit 20.4.2023 für alle 3 Punkte – Genehmigung am 30.4.2023. In der Beratungstätigkeit von DocLX sind weniger Ressourcen als geplant aufgewendet worden. Daher wurde das ursprüngliche Gesamtbudget nicht in Anspruch genommen.

2.3 Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus den Resultaten

Wie bei vielen Projekten bedarf es einer gewissen Anlaufzeit, um die Projektstrukturen und Prozesse aufzubauen. Vor allem für Grundlagenerhebungen sollten genügend Ressourcen anberaumt werden. Nach der Auftaktveranstaltung am 9.5.2024 hat sich ein relevantes Kernteam gefunden, welches aktiv im Projekt beteiligt war und von weiteren regionalen Beteiligten ergänzt wurde. Partizipative Prozesse sind hier durchaus von Vorteil um Bedenken von Beginn an auszuräumen und wie in diesem Fall Betriebe mitgestalten zu lassen. Die Erweiterung auf weitere Tourismusregionen hat sicherlich die Diskussion und die Prozesse bereichert. Natürlich ist eine größere geographische Ebene mit Herausforderungen verbunden, jedoch gibt es sehr viele Synergien in den drei Regionen was das Profil des Tourismus, Mobilität und Bevölkerungsstruktur betrifft. Gemeinsam mit deren Stakeholdern und überregionalen Playern (wie z.B. Land Steiermark oder Steiermark Tourismus) sind sicherlich Umsetzungsschritte machbar. Für periphere Regionen in Österreich sind diese Grundlagen aus dem Projekt sicherlich ein positiver Impuls um sich gewisse Prozesse zu ersparen. Das Business Modell ist durchaus auf andere Regionen übertragbar. Wesentlich dabei ist die Anpassung an die regionalen Gegebenheiten und die Berücksichtigung regionsspezifischer Parameter. Aber grundsätzlich wäre das Modell Obersteiermarkpass in anderen Regionen durchaus denkbar (mit anderem Branding und Vermarktung). Die aktive Beteiligung der Zielgruppen mit Gamificationansatz durch Nutzung von nachhaltigen Mobilitätslösungen gibt es so in dieser Art- und Weise jedenfalls noch nicht.

2.4 Ausblick

Der Projektträger Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten GmbH hat einen positiven Beitrag zu einem Baustein für nachhaltige Mobilitätslösungen in den Regionen Gesäuse, Murtal und Ausseerland-Salzkammergut geleistet. Im Prozess hat man sich entschieden, dass die Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten GmbH nicht mehr als etwaiger Projektträger für zukünftige Aktivitäten fungiert, da dieser nicht die 3 Regionen flächig abdeckt.

Nun obliegt es den drei Regionen wie und wann die Umsetzungen mit etwaigen Folgeprojekten/Aktivitäten stattfinden sollen. Dazu wurden 3 mögliche Varianten evaluiert:

- Umsetzung in jeder Region individuell mit abgestimmtem Business Modell

- Gemeinsame Umsetzung der drei Regionen
- Umsetzung in Kooperation mit landesweit agierenden Akteur:innen, wie dem Land Steiermark und/oder dem Steiermark Tourismus, auf einer größeren Ebene

Die weiteren Schritten hängen nun primär von den Ressourcen der genannten Akteur:innen ab.

3 Auswertung

- Publikationen: (siehe Beilage Pressespiegel) Es wurde Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Social Media, Presse sowie online durchgeführt (zB www.eisenwuerzen.com). Zusätzlich konnte eine Arbeit im Rahmen der University of Applied Sciences in Krens von Student:innen publiziert werden: Marketing Strategy Concept for SteirerGlück Card
- Weitere Dokumente: Folgende Dokumente geben einen Überblick über die Arbeiten im Projekt sowie der Output:
 - a. Businessmodel Obersteiermarkpass Konzept
 - b. Dokument Projektmanagement und Partizipation


4 Unterschrift

Hiermit wird bestätigt, dass der Endbericht vollständig ist und von den Projektpartnern freigegeben wurde sowie vom Auftraggeber veröffentlicht werden kann.

St. Gallen, 12.6.2024

Ort, Datum

Natur- und Geopark
Steirische Eisenwurzeln GmbH
Markt 35 | 8030 St. Gallen
Tel. +43 39 32 77 9
naturpark@eisenwuerzen.com
www.eisenwuerzen.com



Unterschrift und Stempel des Beauftragten

Achtung: das Dokument muss in .doc Format sowie unterfertigt eingescannt im .pdf Format übermittelt werden!

Der Auftragnehmer und alle Partner stimmen ausdrücklich zu, dass sämtliche Inhalte uneingeschränkt durch den Auftraggeber veröffentlicht werden können.