

ENTWICKLUNGSSTRATEGIE LAG STEIRISCHE EISENSTRASSE: AKTIONSFELD 1 – ERHÖHUNG DER WERTSCHÖPFUNG (Land- & Forstwirtschaft, Tourismus, Wirtschaft, Gewerbe, KMUs, EPU, Energieproduktion)

High Service – hochwertige Dienstleistungen Schaffung hochwertiger Dienstleistungen als Entwicklungsmotor	High Taste – hochwertige Lebensmittel und Kulinarik Hochwertige Lebensmittel aus dem GenussReich Eisenstraße verfügbar machen
Es gibt nach Jahrzehnten des Rückgangs heute wieder einen exzellenten Grundstock an Werkstoffindustrie in der Region. Dieser Grundstock stellt eine attraktive Basis dar, in deren Umfeld nun weitere Dienstleistungen entwickelt werden können. Ein wichtiger Eckpfeiler im Bereich High-Tech ist dafür die Finanzierungszusage über 30 Mio. Euro für die Errichtung des Forschungszentrums am Erzberg (die Machbarkeitsstudie dafür erfolgte als Leader-Projekt in der letzten Periode). Damit ergibt sich das strategische Thema „hochwertige Dienstleistungen“, um die Wertschöpfung in der Region zu stärken. Auch im Bereich des sorgsam Umgangs mit Energie und dem Einsatz erneuerbarer Energie sollen dazu neue Möglichkeiten (Wissenstransfer von der Montanuniversität in die Region, klimaschonender Bergbau usw.) ausgelotet werden. Im Bereich High Feeling sind die attraktiven Outdoor-Ressourcen sowie die montanhistorisch hochwertigen Erlebnisangebote eine entscheidende Säule mit noch ungenügend genutztem Potential und zum Teil hohem Alleinstellungsmerkmal. Diese bieten sich für wertschöpfende Maßnahmen im Tourismus vor allem durch die Entwicklung und Professionalisierung der Dienstleistungsangebote auf diesem Sektor an. Einen wichtigen Beitrag kann in diesem Zusammenhang die Investition über 20 Mio. Euro in das Nordische Ausbildungs- und Wintersportzentrum in Eisenerz liefern. Viele notwendige infrastrukturelle Grundlagen, auf die nun aufgebaut werden kann, wurden in den vergangenen Jahren und zu einem beträchtlichen Teil über Leader geschaffen.	Im kulinarischen Bereich konnten in der letzten Leader-Periode erstmals konkrete Schritte zu einer Entwicklung dieses Sektors gesetzt werden, der bis dahin an der Eisenstraße jahrzehntelang im „Dornröschenschlaf“ schlummerte. Durch den Aufbau des Netzwerks „GenussReich“ konnten im landwirtschaftlichen direktvermarktenden und gastronomischen Bereich vielversprechende erste Entwicklungsprozesse in Gang gesetzt werden. In diesem Sinn gilt es, das strategische Thema „hochwertige Lebensmittel und Kulinarik“ in Richtung besonderer Genusserlebnisse weiter zu entwickeln, vorrangig aber dazu den Versorgungsgrad der Region mit regionalen Lebensmitteln und so insgesamt die Wertschöpfung in der Region zu erhöhen. In den regionalen Versorgungsgrad sollen verstärkt auch Überlegungen zum Klimawandel und veränderte landwirtschaftliche Rahmenbedingungen miteinfließen. Die Aufwertung des kulinarischen Angebots ist zudem ein entscheidender Faktor für alle touristischen Bestrebungen der Region (sektorübergreifende Wertschöpfungspartnerschaften) wie auch für die Verbesserung der Lebensqualität in der Region.

Aktionsfeldthema	Strategische Stoßrichtungen	Wichtige angestrebte Ziele bis 2022	Beispielhafte Maßnahmen und Projekte (kursiv: Hauptwirkung bei anderem Aktionsfeld)	Outputs/Resultate bis 2022	Indikatoren	Basiswert/Sollwert
High Service – hochwertige Dienstleistungen	Nutzung der besonderen regionalen Ausgangslage als Chance für neue High-End Dienstleistungen <i>(Ausgangslage in Hinblick auf die regionalen Leitbetriebe und die herausragenden naturräumlichen Gegebenheiten)</i> <ul style="list-style-type: none"> Nutzung regionaler High-Service Leitaktivitäten (insbesondere „Zentrum am Erzberg“) als Inspirationsquelle für den Ausbau weiterführender regionaler High-Tech Dienstleistungen inkl. Entwicklung klimaschutzrelevanter Maßnahmen Verstärkte touristische Nutzung der Topographie (Inwert-Setzung Outdoor) sowie des regionalen Erbes ((u.a. Erzberg) in Richtung High-Feeling Ein in Richtung Wertschöpfung noch zu entwickelndes Thema ist die regionale Alterskompetenz (siehe Aktionsfeld 3). 	<ul style="list-style-type: none"> Die Eisenstraße soll durch neue Kompetenz- und Dienstleistungszentren wie das neue Zentrum für Tunnelsicherheit zusätzliche regionale Wertschöpfung generieren. <i>Verschiedene Sektoren der regionalen Wirtschaft ziehen daraus zusätzlichen Nutzen.</i> Die Wertschöpfung soll durch neue hochwertige Dienstleistungen gesteigert werden. <i>Die Zahl der Unternehmen (u.a. EPU in der Kreativwirtschaft mit jungen Gründern) wächst. Neue Spezialangebote im Sommer- wie im Wintertourismus werden erfolgreich am Markt eingeführt. Der Erzberg führt als touristischer Leuchtturm der Eisenstraße und der Hochsteiermark neue zeitgemäße Angebote ein.</i> Für junge Menschen und Frauen werden neue Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen. 	<ul style="list-style-type: none"> ZaB / „Zentrum am Berg“ (Tunnelforschungszentrum am Erzberg) Abenteuer Erzberg Nordisches Wintersportzentrum Eisenerz Serviceangebote für Businesstourismus SalzaLine Entwicklung Präbichl zur Ganzjahresdestination Hochseilklettergarten Leopoldsteinersee Himmlich Urlauben – Urlaub im Pfarrhof Angebotsentwicklung Mur & Trabocher See, Gipfelschaukel und Kraftplätze Palten-Liesing Zentrum für Kreativität und Jugendkultur Porubsky-Halle Alterskompetenzregion Reiseführer „Meine Eisenstraße“ 	Es gibt mehr DL-Angebote im Umfeld von High-Tech.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer DL-Angebote, die die Säule „High-Tech“ unterstützen 	+ 3
				Es gibt mehr Angebote im Bereich „High-Feeling“.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neue DL-Angebote High-Feeling Anzahl Gemeinden mit neuen Angeboten 	+ 5 5
				Es erfolgten Neugründungen.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl Neugründungen in Kreativwirtschaft, Tourismus, landwirtschaftl. Diversif. Anzahl der Gem. mit Neugründungen 	3 3
				Es gibt mehr Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der Projekte zur Schaffung von Beschäftigung für junge Menschen Anzahl Co-Working Space-Projekte 	3 1
				Es gibt mehr Nächtigungsangebote in der Region.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer Nächtigungsangebote 	3
High Taste – hochwertige Lebensmittel und Kulinarik	Ermächtigung der heimischen Landwirtschaft gemeinsam mit der Gastronomie hin zu einem Mehr an hochwertigen Produkten für die einheimische Bevölkerung und Touristen <i>(Aufgrund der Ausgangslage ist es dazu notwendig, in der Region sichtbar zu werden und so auch das Image hin zu einer Region voller Genüsse zu verändern)</i> <ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des regionalen Produktsortiments durch verstärkte Produktion, sowie Veredelung zu neuen Eisenstraßen-Produkten wie „Streuobst“ und „Kräuter“ Sichtbarmachen/Vermarktung der Produkte der Eisenstraße und Schaffung neuer Absatzkanäle für die Direktvermarktung durch Kooperationen (Gastronomie, Handel usw.) 	<ul style="list-style-type: none"> Die Quantität, Qualität und Vielfalt der regionalen Lebensmittel soll spürbar erhöht werden. <i>U.a. werden auch aus Streuobst wertschöpfende Produkte erzeugt.</i> Eine breitere Verfügbarkeit der regionalen Lebensmittel soll erreicht werden. <i>Regionale Produkte sind im Handel erhältlich. Regionale Produkte werden breit in der Gastronomie eingesetzt und dort einheitlich ausgewiesen. Die Professionalität in der Erzeugung und Vermarktung wird gesteigert. Der Ab-Hof-Verkauf wird gesteigert.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> GenussReich rund um Reiting und Eisenstraße Streuobst Naturpark Eisenwurzen – Eisenstraße Kräuterkompetenzregion St.Michael-Liesingtal Manufaktur Stocks Schloss GenussAlmen 	Es gibt eine höhere Quantität und ein größeres Produktsortiment an regional produzierten Lebensmitteln.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer regionaler Kulinarik-Produkte Anzahl beteiligter landwirtschaftl. Betriebe am Verein GenussReich Steigerung verarbeitetes Streuobst Kräutervermarktende Betriebe/Initiativen 	10 t 50 t +2
				Es gibt mehr regionale Lebensmittel, die über den Handel vertrieben werden.	<ul style="list-style-type: none"> Abgewickelte Mengen/ Umsatz von GenussReich-Produkten im Handel Anzahl der im Handel erhältlichen GenussReich-Produkte Anzahl der Gemeinden, in denen GenussReich-Produkte im Handel erhältlich sind 	15 25 2 5
				Es gibt mehr Betriebe, die regionale Kulinarik in hoher Qualität In-Wert setzen, das GenussReich ist bekannter geworden.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl aktiver GenussReich-Betriebe Bekanntheitsgrad GenussReich Anzahl beratender und gecochter Gastro-GenussReich-Betriebe 	35 +20% + 50% 10

ENTWICKLUNGSSTRATEGIE LAG STEIRISCHE EISENSTRASSE: AKTIONSFELD 2 – NATÜRLICHE RESSOURCEN UND KULTURELLES ERBE (Natur- und Ökosysteme, Kultur, Handwerk)

High Culture <i>Kulturinitiativen als Motor für ein neues Lebensgefühl und eine neue Identität nutzen</i>	High Relax <i>Räume der Entspannung in intakter Natur zur Steigerung der Lebensqualität schaffen</i>
<p>Ein massiver Wandel wie in der Region Steirische Eisenstraße hinterlässt seine Spuren nicht nur in der sichtbaren Infrastruktur, sondern auch in der kulturellen Identität. Der Wandel zeigt sich insbesondere im Wegzug der Jugend. Gerade die Kulturaktivitäten der letzten Periode haben die Jugend aber motiviert, an der Gestaltung der Region mitzumachen und es konnten Qualitäten der Region so erstmals viel besser erkannt und neue positive Zugänge zur Region erschlossen werden. Kultur schafft für die Eisenstraße einen strategisch wichtigen Zugang zur gesamten Identität und ist dazu ein wertvoller Imagebringer, der sowohl durch eine moderne „Neuerfindung“ der traditionellen Bergbaukultur (dringend notwendig!) wie durch moderne Kulturformate eine nachhaltige Imagetransformation bewirken kann.</p> <p>Weiters erzeugen gemeinsame Kulturaktivitäten (beispielhaft die Opernaufführungen in Mautern mit Integration der Bevölkerung bis nach Leoben) ein starkes Gemeinschaftsgefühl, das sich infolge auch in andere Lebensbereiche transformieren lässt. Last but not least erhöht ein starkes Kulturprogramm natürlich die Lebensqualität in der Region. Daneben ist auch die Handwerkskultur für die Eisenstraße ein wichtiges Thema: Vieles an altem Handwerkswissen und am Wissen der alten Berufe der Bergleute der Eisenstraße droht zu verschwinden – eine Reihe von AkteurInnen ist aktuell gewillt, hier einen Beitrag zur Erhaltung regionalen Wissens wie zur „Erneuerung“ zu leisten.</p>	<p>Eine intakte Natur ist eine elementare Grundlage für Lebensqualität und Naherholung. Ein Großteil der Leader-Region Steirische Eisenstraße ist auf Grund des geringen Dauersiedlungsraums unverbraucher Naturraum. Diesen gilt es einerseits zu bewahren und andererseits behutsam zur Erholung zu erschließen. Dies betrifft den Naturpark Eisenwurzen ebenso wie die einsamen Wandergebiete der Eisenerzer Alpen und entlang des Palten-Liesingtals, den Flussraum der Mur und die Seen. Eine entsprechende Sensibilisierung zum Erhalt der Naturlandschaften und Ökosysteme ist für die Region wichtig; bestehende Initiativen (neben dem Naturpark meist kleine hochmotivierte Akteursgruppen) sollen in der kommenden Periode eine entsprechende Unterstützung erfahren. Das Knowhow des Naturparks Eisenwurzen – als neuer Teil der Leader-Region - kann in dieser Hinsicht die gesamte Eisenstraße befruchten.</p>

Aktionsfeldthema	Strategische Stoßrichtungen	Wichtige angestrebte Ziele bis 2022	Beispielhafte Maßnahmen und Projekte (kursiv: Hauptwirkung bei anderem Aktionsfeld)	Outputs/Resultate bis 2022	Indikatoren	Basiswert/Sollwert
High Culture - Kultur als Motor	Stärkung und Modernisierung der Regionsidentität hin zu einem zukunftsweisenden Regionsimage mit Mitteln von Kunst und Kultur <ul style="list-style-type: none"> Moderne und originelle Impulse für ein positives Regionsverständnis durch Kulturaktivitäten setzen (z.B. Kulturviertel Leoben, Museumsverbund, Leerstand als Ressource) Eigeninitiative, Beteiligung und regionalen Wissenstransfer mit Hilfe von Kultur und Kunst verstärken (z.B. neue Zugänge zur Bergbautradition für junge Menschen und Frauen schaffen, handwerkliches Erbe sichern) 	<ul style="list-style-type: none"> Die Montan-/Bergmannskultur soll sich erneuern, vielfältiger und für Jugend wie Frauen offener und attraktiver werden. <p><i>Junge Menschen sollen ein attraktives altersgerechtes Kulturangebot vorfinden.</i></p> <p><i>Eine Reihe von Kulturaktivitäten soll von Kulturschaffenden gemeinsam und/oder mit Partizipation der Bevölkerung durchgeführt werden.</i></p> <p><i>Eine Reihe von Kulturaktivitäten soll das Potential der Migrantinnen und ausländischen StudentInnen nutzen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Das Image der Region (von der Schwerindustrie hin zu einer lebenswerten, modernen und kreativen Region) soll sich durch eine hohe (mediale) Wahrnehmung des Kulturangebots innen wie außen merklich verbessern. Das (tradierte) Handwerk soll erhalten bleiben und wiederbelebt werden. <p><i>Junge Menschen haben sich Handwerks- und Regionswissen angeeignet und setzen es um / ein.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Museumsverbund 2020 Zentrum für Kreativität und Jugendkultur Porubsky-Halle Interaktives Kulturviertel Leoben „Fantastisches Leoben“ ERZ biennale bergmannstradition 2.0 eisenerZ*ART sowie hochwertige Volkskultur Kunst im Liesingtal Waldinstallationen – Neue Nutzungen für Forst Handwerk erhalten, erleben und entwickeln Made in/an der Eisenstraße Von Rostfest zu ROSTFREI 	Das Image als lebenswerte Region und Kulturregion hat sich in der Innenwahrnehmung verbessert.	<ul style="list-style-type: none"> Image Eisenstraße als Freizeitregion nach innen Image Eisenstraße als Kulturregion nach innen 	20%
				Der Museumsverbund als Kulturvermittler ist verstärkt Drehscheibe des Kulturgeschehens.	<ul style="list-style-type: none"> Besucherzahlen Museumsverbund Neue moderne Angebote der Kulturvermittlung 	+ 20 % +3
				Es gibt neue Impulse rund um das Kulturviertel Leoben.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer nachhaltiger Impulse (keine Einzelveranstaltungen) 	+3
				Die Bevölkerung bringt sich aktiv durch Beteiligung in Kulturprojekte ein.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl jährl. Kulturprojekte mit Beteiligung Anzahl der beteiligten Gemeinden 	+3 5
				Es gibt regelmäßig gemeinsam durchgeführte Aktivitäten der regionalen Kunstschaaffenden.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl gemeinsamer Veranstaltungen Frauenanteil bei den Aktivitäten 	1 jährl. > 1/3
				Es gibt neue Zugänge zur Bergbaukultur und Nachwuchs für die bergmännische Kultur.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer zeitgemäßer Angebote der bergmännischen Kultur Anzahl bergmännischer Veranstaltungen mit Beteiligung von Jugendlichen u/o Frauen 	+3 2 jährl.
				Leerstand wird als kulturelle Ressource genutzt.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der Kulturprojekte, die Leerstand nutzen Anzahl der beteiligten Gemeinden 	2 jährl. 3
				Es gibt attraktive kultureller Angebote für unterrepräsentierte Gruppierungen.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer Angebote für Jugend und MigrantInnen (Kultur, Kreativität, Erholung) 	3 lauf. 10 einz
High Relax – Naturpotentiale / Entspannen in intakter Natur	Behutsame Erschließung der vorhandenen Naturräume abseits rein touristischer In-Wert-Setzung (Aktionsfeld 1) für die Erholung der in der Region lebenden und tätigen Menschen und deren Bindung an die Region <ul style="list-style-type: none"> Naturräume von Flüssen, Seen und Bergen gezielt für die Entspannung in der Natur erschließen und erlebbar machen Das geologische und naturräumliche Erbe für das Lernen von und mit der Natur gezielter erschließen 	<ul style="list-style-type: none"> Das Erlebnis „intakte Natur“ soll durch eine Reihe neuer oder attraktiverer Angebote reichhaltiger und abwechslungsreicher werden. <p><i>Junge Menschen sollen den hohen Wert der intakten Natur ihrer Region schätzen lernen.</i></p> <p><i>Der Geopark Eisenwurzen soll seine Stellung im Netzwerk der europäischen Geoparks festigen.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> GeoLine Freizeittouristische Entwicklung Trabocher See Angebotsentwicklung Mur Gipfelschaukel & Kraftplätze Palten-Liesing Lernen mit der Natur Kräuterkompetenzregion St. Michael-Liesingtal Streuobst Naturpark Eisenwurzen – Eisenstraße SalzaLine..... 	Es gibt attraktive Angebote zum positiven Erleben der Natur. Das Wissen über die Umwelt und die regionalen Ökosysteme ist vor allem bei der Jugend gestiegen.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer Angebote Naherholung/Freizeit Anzahl neuer/erweiterter Angebote zum umweltpädagogischen Erfahren der Region Anzahl der beteiligten Gemeinden 	+ 5 +3 5
				Es gibt attraktive Erholungs-Angebote für unterrepräsentierte Gruppierungen.	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer Angebote für Jugend und MigrantInnen (Kultur, Kreativität, Erholung) 	3 lauf. 10 einz.

ENTWICKLUNGSSTRATEGIE LAG STEIRISCHE EISENSTRASSE: AKTIONSFELD 3 – GEMEINWOHLSTRUKTUREN (Nahversorgung, Dienstleistungen, regionales Lernen, Beteiligungsprozesse)

High Responsibility Verantwortung in und für die Region als Grundlage eines zukunftsorientierten Gemeinwesens stärken	High Image Den Stolz als kraftvolle High-Tech und High-Feeling-Region entfachen
<p>In diesem Aktionsfeldthema wird der Frage nachgegangen, wie kreative Lösungen für die besonderen Anforderungen geschaffen werden können, mit denen die Region als auf den Altersschnitt bezogen „älteste Region Österreichs“ konfrontiert ist. Exemplarisch steht dafür das erfolgreich initiierte „Tu was“-Sozialfestival, das eine gute Basis für die weitere Aktivierung von Eigeninitiative im Gemeinwohl-Bereich darstellt. Das Spektrum reicht exemplarisch von Integration (MigrantInnen, Menschen mit Beeinträchtigung, Beseitigung von Sprach-/Lese-/Bildungsdefiziten etc.) über generationenübergreifende Aktivitäten (Jugend für Senioren, Senioren für Jugend, Kinderbetreuung) bis zur Inklusion von älteren Menschen. Die „überalterte Region“ kann dazu proaktiv ihre Schwäche nutzen, um Alterskompetenz aufzubauen. Aber auch andere bürgerbasierte Initiativen haben in den vergangenen Jahren begonnen, Gemeinwohl-Angelegenheiten selbst in die Hand zu nehmen – diese Potentiale an Kreativität und Engagement können gebündelt einen enormen Mehrwert für die Zukunft und eine neue Kultur des Miteinander schaffen.</p> <p>Es stehen aber noch viele Fragen z.B. im Bereich der Mobilität oder Nahversorgung oder dem Zugang zu Bildung in peripher gelegenen Räumen an, wo es auf Grund der teilweise sehr geringen Bevölkerungsdichte innovative Lösungen braucht - gerade für junge und ältere Menschen, die auf kein eigenes Auto zurückgreifen können. Die wichtigen Themen Klima und Energie sollen im Sinne einer klaren Fokussierung der Leader-Strategie vorwiegend über andere Aktionen und Förderschienen abgedeckt und bearbeitet werden (z.B. Klima- und Energie-Modellregion Liesingtal und Eisenwurzten, Klima:aktiv).</p>	<p>Verantwortung für die Gesellschaft und für die Region zu übernehmen funktioniert nur, wenn die Menschen an ihre Region glauben und eine starke Bindung zu ihr entwickeln. Der Steirischen Eisenstraße ist der Glaube an die Region aber in den vergangenen Jahrzehnten immer mehr abhandengekommen. Die LAG Steirische Eisenstraße wird daher in der kommenden Periode konzertierte Aktionen setzen, um bei jungen wie älteren BewohnerInnen wieder den Glauben an eine Zukunft der Region zu entwickeln. Dabei liegt der Fokus darauf, die Potentiale und die Qualitäten der Region wieder sehen und dann auch nutzen zu lernen – hier geht es um einen fundamentalen Anspruch des lebenslangen Lernens. Das Außergewöhnliche wieder als Grundlage für jede Form von High-Tech oder High-Feeling wahrzunehmen ist hier der Auftrag.</p> <p>Mit dem Fokus auf die gemeinsame Gestaltungskraft soll der Spannungsbogen zwischen den beiden Polen High Tech und High Feeling niederschwellig und auf vielen Kanälen vermitteln werden: über Bildung, Kultur, Vorbilder, imagebildende Medien u.v.m.</p>

Aktionsfeldthema	Strategische Stoßrichtungen	Wichtige angestrebte Ziele bis 2022	Beispielhafte Maßnahmen und Projekte <i>(kursiv: Hauptwirkung bei anderem Aktionsfeld)</i>	Outputs/Resultate bis 2022	Indikatoren	Basiswert/Sollwert		
High Responsibility - Verantwortung in und für die Region	<p>Aktivierung der Menschen durch Ermöglichung der Eigeninitiative, um leistbare Lösungen für die regionale Grundversorgung in Hinblick auf die besondere Situation der Region zu schaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> Innovative bottom-up Initiativen und Formate für die regionalen Herausforderungen unterstützen und auf ihrem Entwicklungsweg begleiten (z.B. Tu was Sozialfestival, Rostfeststammtische, Alterssymposien, Leerstandnutzungen) Neue Ansätze gerade für jene Gruppen entwickeln und erproben, die mit den Veränderungen alleine am schwersten zurechtkommen (hin zur alterskompetenten Region, Involvierung unterrepräsentierter Gruppen, Mobilität nicht motorisierter BewohnerInnen) 	<ul style="list-style-type: none"> Ehrenamtlichkeit und Eigeninitiative sollen zu einem Teil der „Lebenskultur“ und Problembewältigung der Steirischen Eisenstraße werden. <p><i>Neue Leistungs- und Bildungsangebote für „Leben im Alter“, für Menschen mit körperlichen Einschränkungen sowie die Jugend sollen entwickelt werden.</i></p> <p><i>Zur Lösung der Mobilitätsfrage sollen für nicht motorisierte Personen (insbesondere für Jugendliche) neue Ansätze im Mobilitätsbereich, sowie klimafreundliche Ansätze auch in anderen Bereichen erprobt werden.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Neue Lösungen für die großen regionalen Herausforderungen sollen etabliert werden. <p><i>Nutzungsmöglichkeiten für leerstehende Räume (temporär wie dauerhaft) sollen gefunden werden.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Für die Altersversorgung sollen neue Ansätze in der Region erprobt und umgesetzt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> „Tu was“-Festival der Eigeninitiative Von Rostfest zu ROSTFREI Alterskompetenzregion Eisenstraße Senioren im Ortskern Begegnungszentren für Seniorenbetreuung Cafe international goes Eisenstraße Neue Mobilitätsangebote innerhalb der Eisenstraße Fachkräfte Rückholinitiative: „Expats come back“ Lernen mit der Natur 	<p>Es gibt ein starkes gemeinwohlorientiertes Eigenengagement der Menschen in der Region.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl „Eigeninitiative“-Projekte Anzahl Eigeninitiative-„Stammtische“ Anzahl Projekte mit Bürgerbeteiligung Anzahl neuer ehrenamtl. Eisenstraßen-BotschafterInnen (davon 50 % Frauen) 	75	100	
				<p>Es gibt für unterrepräsentierte Gruppen ein Mehr an Beteiligung am Leben und an Mitgestaltung.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Anzahl umgesetzter bottom-up-Projekte Jugend/Frauen/MigrantInnen Anzahl beteiligter Gemeinden 	25	50
				<p>Es gibt neue Mobilitätsangebote für nicht motorisierte BewohnerInnen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Anzahl erprobter Mobilitätsansätze für Menschen ohne Auto (v.a. Jugend, Frauen) 		+2
				<p>Es gibt bessere Angebote für die (speziell an der Eisenstraße) große Gruppe der älteren Menschen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Anzahl neuer seniorengerechter Dienstleistungsangebote in der Region Anzahl involvierter Gemeinden 		+5
				<p>Das Regionalentwicklungsfestival „Rostfest“ hat sich dauerhaft etabliert und ist österreichweit bekannt.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Jährliche Durchführung Rostfest Anzahl der überregionalen Medienberichte 		jährl 10 jährl
				<p>Es gibt (wieder) einen Regionalstolz in Bezug auf die Leistungen und das Lebensumfeld der Region.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Image der Region bei der Jugend Image der Region bei der Bevölkerung Regelmäßige imageprägende Publikationen Erster Eisenstraßenreiseführer 		+ 20 % + 20 % 2 jährl 1
High Image – Gemeinsam als kraftvolle Region	<p>Mit den Menschen eine neue, dem 21. Jahrhundert entsprechende Regionsidentität entwickeln, die auf Basis der vorhandenen Stärken von High Tech und High Feeling eine hohe Qualität besitzt</p> <ul style="list-style-type: none"> Stärkung der positiven, zukunftsweisenden, emotionalen Bilderwelten (z.B. Multi-Level-Marketing, RegionsbotschafterInnen, Reiseführer,) Verstärkte Ansprache jener Zielgruppen, deren Verantwortungsübernahme für eine zukunftsweisende Entwicklung der Region besonders wichtig ist (insbesondere junge Menschen und regionale EntscheiderInnen/ UnternehmerInnen) 	<ul style="list-style-type: none"> Das Image der Region soll nach innen wie außen positiver, optimistischer und dynamischer werden. <p><i>Es solle neue Materialisierungen der Regionsidentität geschaffen werden (z.B. Reiseführer, Regionsmagazin, ...)</i></p> <p><i>Den Menschen – besonders der Jugend - soll bewusster werden, was die Stärken der Region sind. Das Wissen um die Region und um die Kernkompetenz Werkstoff soll gesteigert werden.</i></p> <p><i>In den überregionalen Medien sollen vermehrt positive Entwicklungsaspekte der Region in den Vordergrund rücken.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Lebenswerte Rohstoff- und Werkstoffregion Steirische Eisenstraße: hin zu einer neuen regionalen Identität Reiseführer „Meine Eisenstraße“ Regionsmagazin „Servus Eisenstraße“ oder Eisenstraße Bulletin EisenstraßenbotschafterIn „Forum Eisenstraße“ Lehrlings Summer Camps ... 	<p>Es gibt ein breites Verständnis und Wissen zur Schlüsselkompetenz „Werkstoffe-Hightech und Rohstoffe“ in der Bevölkerung.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Wissen um die Kernkompetenz „Werkstoff“ Persönlich erreichte Jugendliche (durch Veranstaltungen, Ausstellungen, Firmenbesuche etc.) Anzahl überregional wahrgenommener Veranstaltungen 	+ 20 %	1000	
						1 jährl		

