



TAG DER REGIONEN

HANDLUNGSLEITFADEN

Handreichung zur Organisation einer Tag der Regionen Veranstaltung

1. Leitfaden zur Organisation und Durchführung eines Tags der Regionen

- Schritt 1:** Informieren Sie alle Partner*innen, die in Ihrer Region an der Regionalentwicklung beteiligt sind, wie z.B. LEADER-Gruppierungen, Vereine sowie regionale Gruppen der Aktionsbündnispartner*innen und begeistern Sie diese von der Idee, einen Tag der Regionen zu veranstalten.
- Schritt 2:** Definieren Sie Ihre Region, innerhalb welcher Sie den Tag der Regionen organisieren wollen.
- Schritt 3:** Informieren Sie die politischen Entscheidungsträger*innen in Ihrer Region und motivieren Sie alle, sich zu beteiligen. Das kann z. B. bei einem Treffen der Bürgermeister*innen sein oder Sie besuchen jede Gemeinde und sprechen über den Tag der Regionen.
- Schritt 4:** Organisieren Sie eine öffentliche Informationsveranstaltung für alle Interessierten, um die Idee des Tag der Regionen zu präsentieren. Der beste Weg, bestimmte Personen zu begeistern, ist, als Gast jemanden einzuladen, der schon einen erfolgreichen Tag der Regionen organisiert hat.
- Schritt 5:** Bilden Sie eine Gruppe von maximal 15 Personen. Idealerweise sollten dieser Gruppe Personen aus allen Bereichen der Regionalentwicklung angehören.
- Schritt 6:** Organisieren Sie ein Arbeitstreffen, um ein Konzept für Ihren Tag der Regionen zu entwickeln (Was sollte der Schwerpunkt der Veranstaltung sein?) und denken Sie an Eckpunkte, wie die Dauer Ihrer Veranstaltungen (z. B. ein Tag, der ganze Aktionszeitraum...), Motto etc.
- Schritt 7:** Der Tag der Regionen findet in Ihrer Region statt.
- Schritt 8:** Treffen Sie sich nach der Veranstaltung mit allen Beteiligten und Partner*innen und sprechen Sie über Verbesserungsvorschläge und über das Datum des nächsten Tags der Regionen.

2. Vor der Veranstaltung

a) Allgemeine Planungen

- Stecken Sie die Ziele ab und definieren Sie die Inhalte.
- Legen Sie Rahmenbedingungen fest:
 - Veranstaltungstage bzw. -zeitraum
 - Sind die einzelnen Aktionen zur selben Zeit?
 - Wer kann sich beteiligen?
 - Gibt es ein übergeordnetes Motto, das sich jedes Jahr ändert?
- Klären Sie Verantwortlichkeiten und legen Sie diese fest.
 - Erstellen Sie eine Struktur für die Verantwortlichen.
 - Wer ist für was zuständig?
- Erstellen Sie für alle Mitwirkenden am Tag der Regionen eine Orientierungshilfe mit Ablauf - und Übersichtsplan mit folgenden Inhalten:
 - Kurze Beschreibung des Projekts
 - Termine und Fristen, Örtlichkeiten und Kontaktpersonen
 - Bedingungen und Kriterien für die Beteiligten
 - Zielsetzungen der Veranstaltung
 - Kosten und Finanzierungsplan
 - Mögliche Events und Aktionen
 - Verantwortlichkeiten

b) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation

- **Corporate Design (Farben, Logo, Layout), Verteilung der Flyer, Plakate, etc.**
 - Es spielt keine Rolle, ob die einzelnen Werbemittel professionell gestaltet oder selbst gemacht sind. Sie sollten eine einheitliche Gestaltung haben und sollten das Tag der Regionen Logo tragen.
 - Verteiler (Direktvermarkter, Umweltorganisationen, Vereine und Initiativen, Unternehmen, Kommunen, Kirchen, Bildung, Tourismus, etc.)
 - Versand des Materials an die Aktiven
 - Programm
 - Präsentation des Aktionstages bei anderen Gelegenheiten
- **Plakate und Flyer**
 - Die Plakate sollten bis spätestens vier Wochen vor dem Veranstaltungstermin verteilt werden und drei Wochen vorher aushängen.
 - Die Plakate sollten alle interessanten Höhepunkte enthalten und übersichtlich gestaltet sein.
 - Der Programmflyer sollte bis spätestens zwei Wochen vor dem Veranstaltungstermin erscheinen und an alle Beteiligten verteilt werden, wie z. B. Aussteller*innen.
 - Vor dem Druck sollte das Sponsoring geklärt sein, sodass die Logos der Sponsoren auf den Druckerzeugnissen veröffentlicht werden können.
- **Broschüre/ Magazin/ Programmheft**
 - Kann in Zusammenarbeit mehrerer Regionen (z.B. auch als landesweites Programmheft eines Bundeslandes) oder von einzelnen Regionen bzw. Großveranstaltungen veröffentlicht und verteilt werden.

- Eine solche Broschüre sollte eine Übersichtskarte sowie eine Liste aller Beteiligten und deren Aktivitäten, eine Ankündigung der Veranstaltung, ein Vorwort und einen Leitartikel enthalten.
 - Sie ist vor allem als Kommunikationsinstrument für den Tag der Regionen gedacht, kann aber auch als bleibende Erinnerung für Besucher*innen dienen.
 - Besucher*innen des Tags der Regionen können die Broschüre und die Webseite als Führer für ihre eigenen Entdeckungstouren nutzen.
- **Webseite, eigene Veranstalter-Webseite**
 - Eine Webseite ist ein sehr wichtiges internes und externes Kommunikationsmittel für einen Tag der Regionen.
 - Die Seite ist das ganze Jahr über aufrufbereit und wird ständig aktualisiert.
 - Potenzielle Teilnehmer*innen, Besucher*innen und andere Interessierte werden auf der Webseite aus unterschiedlichen Zugängen geführt.
 - Auf der Homepage kann der Besucher oder die Besucherin z. B. Veranstaltungen einer bestimmten Region auswählen.
 - Auf der Webseite ist außerdem Folgendes zu finden:
 - ✓ Was ist der Tag der Regionen?
 - ✓ Schirmherren / -frauen und Partnerorganisationen
 - ✓ Eine Foto-Galerie
 - ✓ Archiv
 - ✓ Wie kann man teilnehmen?
 - ✓ Was sagen die Besucher*innen?
 - ✓ Veranstaltungsprogramm
 - ✓ Alle Beteiligten
 - ✓ Verschiedene Such-Funktionen, interaktive Karte, etc.
 - ✓ Kontaktdaten
- **Presseveröffentlichungen**
 - Eine Reihe allgemeiner oder spezifischer Pressemitteilungen wird im Verlauf des Jahres herausgebracht.
 - Das dient dazu, der (lokalen) Bevölkerung die Veranstaltung immer wieder ins Gedächtnis zu rufen und bei neuen Beteiligten Interesse zu wecken und sie zu ermuntern mitzumachen.
- **Radio und Fernsehen – lokale und regionale Kanäle**
 - Mindestens einen Monat vorher: Information über den Tag der Regionen
 - Ein bis zwei Wochen vorher: Versand des kompletten Programms
 - eine Woche vorher: Nachtelefonieren und erinnern – immer wieder!

c) Interne Kommunikation

- **Newsletter**
 - Für die interne Kommunikation der regionalen Organisatoren empfiehlt es sich, für alle Beteiligten vier- bis fünfmal im Jahr einen Newsletter herauszugeben, der das Logo des Tags der Regionen trägt und die regionalen Kontaktadressen enthält.
 - Der Newsletter ist eine der direktesten Möglichkeiten, mit allen Beteiligten Kontakt aufzunehmen und diese mit relevanten Informationen zu versorgen
 - Außerdem ist der Newsletter auch eine ausgezeichnete Möglichkeit, an den Tag der Regionen zu erinnern. Er bringt die Veranstaltung ins Gedächtnis und erinnert die Beteiligten.

- In Übereinstimmung mit der Datenschutzgrundverordnung werden die Beteiligten nach deren Einverständniserklärung in einen Verteiler aufgenommen.
- **Treffen der Beteiligten**
 - Vorbereitungstreffen: Alle lokalen / regionalen Gruppen, Vereine und Unternehmen werden eingeladen, um die Ziele und Inhalte des Tag der Regionen zu besprechen und von der Notwendigkeit überzeugt, den Aktionstag zu unterstützen.
 - Ein oder mehrere Treffen speziell für die Beteiligten finden während des Jahres statt. Diese Treffen dienen dazu, alle Beteiligten zu informieren und ihnen die Gelegenheit zu geben, sich zur Konzeption des Tags der Regionen zu äußern.
 - Eine Nachbesprechung nach dem Tag der Regionen dient der Bewertung der Veranstaltung und einer Diskussion über die Fortführung der Veranstaltung.
 - Optional können auch Extra-Treffen stattfinden, z. B. wird ein/e interessante/r Redner*in eingeladen, der über seine erfolgreichen Tätigkeiten spricht oder ein ausländischer Gast kann seine Erfahrungen mitteilen. Die beste Zeit für eine solche zusätzliche Sitzung ist im Frühjahr (April). Zu dieser Zeit laufen die Vorbereitungen bereits an, es ist aber noch nichts in Stein gemeißelt und deshalb viel Raum für eine Weiterentwicklung vorhanden.

d) Organisation der Örtlichkeit

- Die Standverteilung auf dem Veranstaltungsgelände sollte bis spätestens zwei Wochen vor dem Termin feststehen, sodass ein Standplan an alle Aussteller*innen herausgegeben werden kann, der alle Informationen über die Zeit- und Programmabläufe, die Örtlichkeiten, die teilnehmenden Organisationen und Inhalte gibt.
- Organisation von Wasseranschlüssen, Stromanschlüssen, Bühne, Bühnentechnik, Treffpunkten, Beschilderung (Toilette, Café, Ausstellung)
- Plakate mit dem Programmablauf sollten an jedem Eingang platziert werden.
- Wegbeschreibung für beteiligte Personen: Gastredner*innen, Musikgruppen usw.
- Notfallvorschriften (z.B. Feuerwehrgasse, Rettungswege) müssen berücksichtigt werden.
- Organisation der Parkplätze
- Moderation, Begrüßung der Gäste/ Redner*innenliste, Koordination der Abfolge

e) Ideen für Veranstaltungen und Aktivitäten für den Tag der Regionen

- Die Idee des Tags der Regionen ist es, für die Besucher*innen besondere, möglichst authentische Aktivitäten zu organisieren, die einen Bezug zur Region bzw. zur eigenen Organisation haben. Ein Markt mit regionalen Künstler*innen, eine Speisekarte mit regionalen Gerichten, ein Auftritt des regionalen Orchesters, etc. zieht erfahrungsgemäß viele Besucher*innen an.
- Die Schwerpunkte sollten Innovationen beinhalten und nicht zu traditionell sein.
- Einige mögliche Themen sind:
 - Naturschutz und Tourismus
 - Erneuerbare Energie
 - Traditionelles Essen und Herstellung von traditionellen Produkten und Handwerk
 - Soziale Dienste

- Landwirtschaft

3. Nach der Veranstaltung

- Auswertung:
 - Die Ergebnisse werden benutzt, um eine Feinabstimmung des Konzeptes vorzunehmen und die Veranstaltung weiter zu verbessern.
 - Besucher*innen: Die Fragen, die den Besucher*innen gestellt werden, sollten ihr Profil zeigen (Alter, Herkunftsort, etc.), wie sie auf die Veranstaltung aufmerksam wurden und Bezug nehmen auf die Veranstaltung zum Tag der Regionen und das Programm. Die Ergebnisse werden analysiert, um ein Meinungsbild der Besucher*innen zu erhalten. Die Daten können dann dazu benutzt werden, zukünftig umso besser den Erwartungen der Besucher*innen zu entsprechen.
 - Beteiligte: Alle Beteiligte erhalten ebenfalls einen Fragebogen. Die Fragen richten sich nach den Inhalten und Zielen des Aktionstages, der Kommunikation, dem Aufbau und der Organisation. Die Beteiligten werden anschließend zu einem Nachtreffen eingeladen. Während des Treffens werden, wie schon erwähnt, der Tag der Regionen und die Ergebnisse der Befragung diskutiert.
 - Lenkungskreis
 - Bewertungsbericht

4. Beispiel für die Jahresplanung einer Tag der Regionen Veranstaltung

| | |
|-----------|---|
| Januar | |
| Februar | <ul style="list-style-type: none"> • Einladungen und Plakate im entsprechenden Layout erstellen |
| März | <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter Nr. 1 |
| April | <ul style="list-style-type: none"> • Druck der Einladungen und Plakate |
| Mai | <ul style="list-style-type: none"> • Telefon(Mail)-Kontakt zu den Beteiligten: Wer beteiligt sich mit was? |
| Juni | <ul style="list-style-type: none"> • Bestellung bzw. Druck von Spannbannern mit dem Tag der Regionen Logo • Newsletter Nr. 2 • Planung der Eröffnung • Falls es eine Broschüre/Magazin gibt: Beteiligte der Redaktion zur Redaktionskonferenz zusammenrufen |
| Juli | <ul style="list-style-type: none"> • Broschüre/Magazin: Redaktionskonferenz • Layout von Materialien: Flyer, Handzettel, Plakate, etc. |
| August | <ul style="list-style-type: none"> • Ab 15. August: Endredaktion der Broschüre/des Magazins • Druck der Flyer, Handzettel und Plakate, etc. |
| September | <ul style="list-style-type: none"> • Woche 1: Verteilung der Broschüre/des Magazins, Verteilung der gedruckten Flyer, Handzettel und Plakate • Vorbereitung der Eröffnung • Einladungen an Ehrengäste • Woche 3: Aufhängen der Spannbanner • Newsletter Nr. 3 • ggf. Pressekonferenz • Presseveröffentlichungen • Erstellen und Drucken der Besucher*innenbefragungen • Letzte Möglichkeit, die Aktivitäten bei der Koordinationsstelle und im Web anzumelden • Erstes Wochenende: Tag der Regionen |
| Oktober | <ul style="list-style-type: none"> • Zweites Wochenende: Tag der Regionen • Drittes Wochenende: Tag der Regionen • Presseveröffentlichungen • Telefonbefragung der Beteiligten |
| November | <ul style="list-style-type: none"> • Bewertungstreffen des Lenkungsausschusses • Nachtreffen der Beteiligten |
| Dezember | <ul style="list-style-type: none"> • Auswertungen der Befragungen • Newsletter Nr. 4 |
| Januar | <ul style="list-style-type: none"> • ggf. Druck und Verteilung einer Dokumentation |