

Curriculum

Handreichung für Tag der Regionen Akteure

Was braucht man um einen Tag der Regionen durchzuführen?



LEITFADEN ZUR ORGANISATION UND DURCHFÜHRUNG EINES TAG DER REGIONEN

- Schritt 1: Informieren Sie alle Partner, die in Ihrer Region an der Regionalentwicklung arbeiten wie z.B. LEADER-Aktionsgruppen, Vereine sowie regionale Gruppen der Aktionsbündnispartner und begeistern Sie diese von der Idee einen Tag der Regionen zu veranstalten.
- Schritt 2: Definieren Sie Ihre Region, für die Sie einen Tag der Regionen organisieren wollen.
- Schritt 3: Informieren Sie alle politischen Entscheidungsträger in Ihrer Region über den Tag der Regionen und motivieren Sie alle sich zu beteiligen. Das kann z.B. bei einem Treffen der Bürgermeister sein oder Sie besuchen jede Gemeinde und sprechen über den Tag der Regionen.
- Schritt 4: Organisieren Sie eine öffentliche Informationsveranstaltung für alle Interessierten wie Privatpersonen, Gemeinden, Organisationen, Firmen etc., 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 Gesellschaft angehören (Organisationen, Firmen, Kommune(n), kommunale Einrichtungen, Vereine...)
- 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 Partnern und sprechen Sie über Verbesserungsvorschläge und das Datum für den nächsten Tag der Regionen.

1

VOR DER VERANSTALTUNG



a) Allgemeine Planungen

- Stecken Sie die Ziele ab und definieren Sie die Inhalte
- Legen Sie Rahmenbedingungen fest:
 - Veranstaltungstage, -zeitraum etc.?
 - Sind die einzelnen Aktionen zur selben Zeit?
 - Wer kann sich beteiligen?
 - Gibt es ein übergeordnetes Motto, das sich jedes Jahr ändert?
- Verantwortlichkeiten klären – 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 Projektes
 - Termine und Fristen, Örtlichkeiten und Kontaktpersonen
 - Bedingungen und Kriterien für die Beteiligten
 - Zielsetzungen der Veranstaltung
 - Kosten und Finanzierungsplan
 - Mögliche Events and Aktionen
 - Verantwortlichkeiten



b) Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation

- **Corporate Identity /Design (Farben, Logo, Layout, ...), Verbreitung der Flyer, Plakate,...**
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, ...)
- Versand des Materials an die Aktiven
- Programm
- Präsentation des Aktionstages bei anderen Gelegenheiten
- **Plakate und Flyer**
 - Die Plakate sollten bis spätestens 4 Wochen vor dem Veranstaltungstermin verteilt werden und 3 Wochen vorher aufgehängt sein.
 - Die Plakate sollten alle interessanten Höhepunkte enthalten und übersichtlich gestaltet sein.

- Der Programm-Flyer sollte bis spätestens 2 Wochen vor dem Veranstaltungstermin erscheinen und an alle Beteiligten verteilt werden wie z.B. Aussteller etc.
 - Vor dem Druck sollte das Sponsoring geklärt sein, so dass die Logos der Sponsoringpartner 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 werden.
 - Eine solche Broschüre sollte auf jeden Fall eine Übersichtskarte sowie eine Liste aller Beteiligten und deren Aktivitäten, eine Ankündigungen 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 dienen.
 - Besucher des Tag der Regionen können die Broschüre und die Website als Führer für ihre eigenen Entdeckungstouren nutzen.
 - Die Verteilung der Broschüre kann gemeinschaftlich oder Region für Region organisiert werden.
- **Website: eigene Veranstalter-Website**
 - Eine Website ist auch 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, Besucher und andere Interessenten werden auf der Website aus unterschiedlichen Zugängen geführt.
 - Auf der Homepage kann der Besucher z.B. Veranstaltungen einer bestimmten Region auswählen.
 - Auf der Website ist außerdem Folgendes zu finden
 - Was ist der Tag der Regionen?
 - Schirmherren und Partnerorganisationen
 - Eine Foto-Galerie
 - Archiv
 - Wie kann man teilnehmen?
 - Was sagen die Besucher?
 - 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.

- **Regionale/lokale Zeitung**
 - 2 Monate vorher: Ankündigung der Örtlichkeit der Veranstaltung
 - 3 Wochen vorher: Bericht über die Kommune/Region
 - 1 bis 2 Wochen vorher: detaillierter Pressebericht wie z.B. über Einkaufsmöglichkeiten, kommunal aktive Gruppen etc. die beteiligt sind – Verbindung zur regionalen Geschäftsleuten
 - 8 bis 14 Tage vorher: Pressekonferenz mit Akteuren aus der Region: Möglichkeit alle Aktivitäten vorzustellen! Pressekonferenz in einer schönen Umgebung, mit Plakaten und Prospekten
 - 3 bis 5 Tage vorher: Örtlichkeiten, Programm und Zeitplan veröffentlichen
 - 1 bis 2 Tage vorher: Veröffentlichung des kompletten Programms der Veranstaltung

- **Radio and Fernsehen – lokale und regionale Kanäle**
 - Mindestens 1 Monat vorher: Information über den Tag der Regionen
 - 1 – 2 Wochen vorher: Versand des kompletten Programms
 - 1 Woche vorher: Nachtelefonieren und erinnern – immer wieder!



c) Interne Kommunikation

- **Newsletter**
 - Für die interne Kommunikation der regionalen Organisatoren empfiehlt sich für alle Beteiligten 4 bis 5 Mal im Jahr einen Newsletter herauszugeben, der das Logo des Tag der Regionen trägt und die regionalen Kontaktadressen enthält.
 - Der Newsletter ist eine der direktesten Möglichkeiten mit allen Beteiligten Kontakt aufzunehmen.
 - Mit dem Newsletter können alle Beteiligten mit relevanten Informationen versorgt werden.
 - 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.
 - Alle Beteiligten, deren E-Mail-Adresse bekannt ist, werden in den Verteiler aufgenommen.

- **Treffen der Beteiligten**
 - Vorbereitungs-Treffen: 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 Tag 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 interessanter Redner eingeladen, ein Teilnehmer über seine erfolgreiche Tätigkeit sprechen 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 2 Wochen vor dem Termin feststehen, so dass ein Standplan an alle Aussteller 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 beteiligten Personen: Gastredner, Musikgruppen usw.
- Notfall Vorschriften (z.B. Feuerwehrgasse, Rettung,...) müssen berücksichtigt werden.
- Organisation der Parkplätze
- Moderation, Begrüßung der Gäste / Rednerliste, Koordination der Abfolge



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

- Die Idee des Tag der Regionen ist, für die Besucher besondere, möglichst authentische Aktivitäten zu organisieren, die einen Bezug zur Region bzw. zur eigenen Organisation haben. Einen Markt mit regionalen Künstlern, eine Speisekarte mit regionalen Gerichten einen Auftritt eines regionalen Orchesters etc. zieht erfahrungsgemäß viele Besucher 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

2

NACH DER VERANSTALTUNG:

- Auswertung:
 - Die Ergebnisse werden benutzt um eine Feinabstimmung des Konzeptes vorzunehmen und die Veranstaltung weiter zu verbessern.
 - Besucher:
Die Fragen, die den Besuchern 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 zu erhalten. Die Daten können dann dazu benutzt werden, zukünftig umso besser den Erwartungen der Besucher zu entsprechen.
 - Beteiligte:
Alle Beteiligten 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

Beispiele für eine Jahresplanung einer Tag der Regionen Veranstaltung

Januar	
Februar	- Einladungen und Plakate im entsprechenden Layout erstellen
März	- Newsletter 1 - Druck der Einladungen und Plakate
April	- Treffen der Teilnehmer
Mai	- Telefon(Mail)-Kontakt zu den Beteiligten: wer sich mit was beteiligt
Juni	- Bestellung bzw. Druck von Spannbannern mit dem Tag der Regionen Logo - Newsletter 2 - Planung der Eröffnung - falls es eine Broschüre/Magazin gibt: Beteiligte an der Redaktion zur Redaktionskonferenz zusammenrufen
Juli	- Broschüre/Magazin: Redaktionskonferenz - Layout von Materialien: Flyer, Handzettel, Plakate etc. - letzte Möglichkeit die Aktivitäten bei der Koordinationsstelle und im Web anzumelden
August	- Ab 15. August: Endredaktion der Broschüre/des Magazins Druck der Flyer, Handzettel und Plakate etc.
September	- Woche 1: Verteilung der Broschüre/des Magazins - Verteilung der gedruckten Flyer, Handzettel und Plakate - Vorbereitung der Eröffnung - Einladungen an Ehrengäste - Woche 3: Aufhängen der Spann-Banner - Newsletter 3 - ggf. Pressekonferenz - Presseveröffentlichungen - Erstellen und Drucken der Besucherbefragungen
Oktober	- Erstes Wochenende: Tag der Regionen - Zweites Wochenende: Tag der Regionen - Drittes Wochenende: Tag der Regionen - Presseveröffentlichungen - Telefonbefragung der Beteiligten
November	- Bewertungstreffen des Lenkungsausschusses - Nachtreffen der Beteiligten
Dezember	- Auswertungen der Befragungen - Newsletter 4
Januar	- ggf. Druck und Verteilung einer Dokumentation