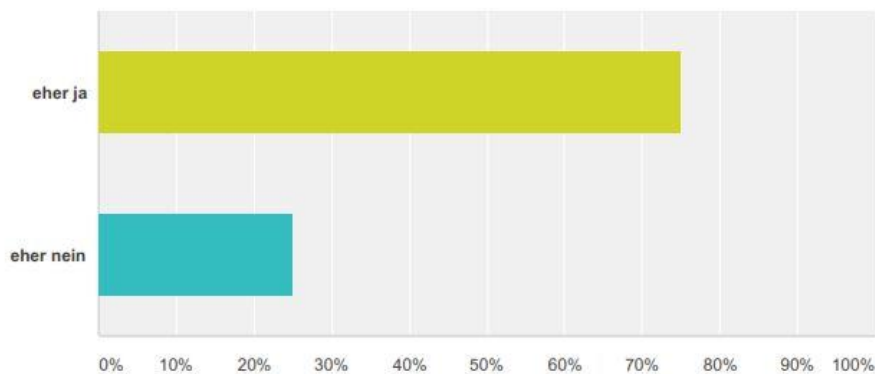


## Tag der Regionen Veranstalter-Befragung 2016

Für die Dokumentation und Rückmeldung der Veranstalter zum Tag der Regionen hat das Netzwerk Zukunft eine Online-Umfrage mit Survey monkey erarbeitet und allen Veranstaltern zugeschickt. Von 71 zur Umfrage eingeladenen Veranstalter haben 25 den Fragebogen beantwortet. Die Umfrage bestand aus 8 Fragen.

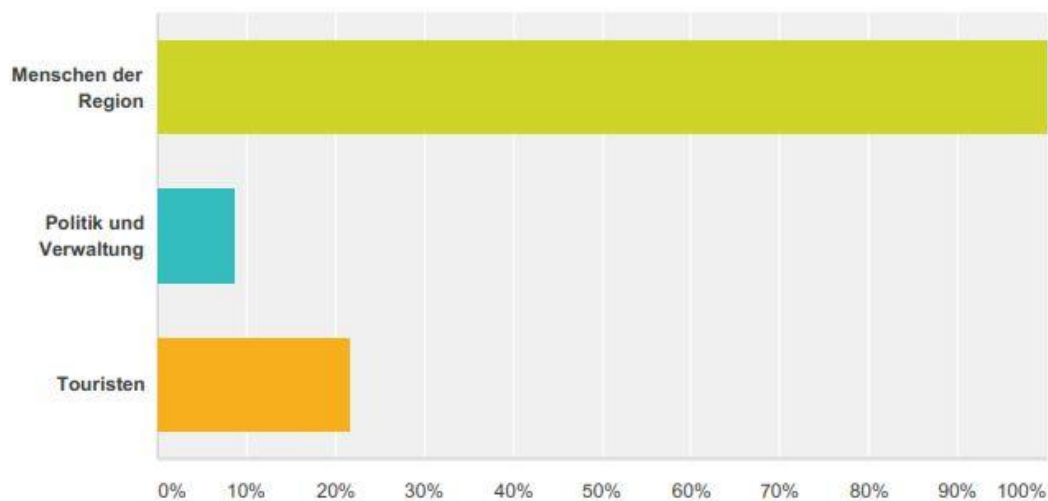
**Erfolg:** Auf die Frage: „War der Aktionstag ein Erfolg für Sie?“ gaben 75% der Veranstalter, die den Fragebogen beantworteten, „eher ja“ an.

War der Aktionstag 2016 für Sie ein Erfolg?



**Zielgruppe:** Alle Veranstalter wollen mit ihren Angeboten zum Aktionstag vor allem die Menschen in der Region erreichen, gefolgt von der Zielgruppe Touristen (gut 20%) und an letzter Stelle Politik und Verwaltung (unter 10%).

Wen möchten Sie mit der Beteiligung am Aktionstag erreichen?



**Nutzen:** Die Veranstalter stimmten dem Satz zu, dass der Aktionstag ihnen hilft, mehr Aufmerksamkeit auf ihren Betrieb/ihre Einrichtung zu lenken (72%) und die Region zu stärken (68%). Nach Ansicht von 56% der Antwortenden hilft der Tag der Regionen Verbraucher für regionale Produkte zu sensibilisieren und nachhaltiges regionales Wirtschaften zu stärken (52%). Inwieweit der Aktionstag dabei hilft, sich mit anderen zu vernetzen, wird unterschiedlich bewertet: 36% stimmen zu, 28 % teilweise, 32% eher nicht.

	stimmt	stimmt teilweise	stimmt eher nicht/ stimmt nicht
<b>Der Aktionstag hilft dabei...</b>			
mehr Aufmerksamkeit auf meinen Betrieb/meine Einrichtung zu lenken	72%	12%	12%
die Region zu stärken	68%	28%	0
höhere Besucherzahlen zu erreichen	64%	24%	8%
Verbraucher für regionale Produkte zu sensibilisieren	56%	32%	4%
nachhaltiges regionales Wirtschaften zu stärken	52%	36%	8%
mich mit anderen zu vernetzen	36%	28%	32%

**Materialien:** Hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit zeigt sich eindeutig, dass kostenfreie Materialien wie (Leihbanner, Plakate), das Programmheft und die Veranstaltungsdatenbank mit Nennungen zwischen 71% und 75% als sehr wichtig/wichtig betrachtet werden. Newsletter werden von 58% der Veranstalter als sehr wichtig/wichtig bezeichnet. Die Bedeutung von Auszeichnungen und Wettbewerben wird unterschiedlich beurteilt, wobei sich hier das Pendel zu weniger wichtig neigt (46% sehr wichtig/wichtig, 50% weniger wichtig/überhaupt nicht wichtig).

**3 wichtigsten Ziele:** Wichtigstes Ziel ist für die Veranstalter die Stärkung einer lebendigen Regionalkultur (52,5%), gefolgt von einer stärkeren Vernetzung in der Region sowie das Hervorheben der Vorteile regionaler Produkte.

Welche drei Ziele sind für Sie die wichtigsten?

Stärkung einer lebendigen Regionalkultur	52,5 %
Stärkung ökologisch-regionaler Produktion	52,5 %
Stärkere Identifikation der Menschen mit der Region	52,5 %
Stärkere Vernetzung/Zusammenarbeit in der Region	42,8%
Hervorheben der Vorteile von regionalen Produkten (Transparenz, Qualität, kurze Wege)	23,8%
Stärkung neuer Initiativen in der Region	19 %
Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe	9,5%

**Themen:** Als weitere wichtige Themen des Aktionstages wurden Qualitätsstandards für regionale Produkte und regionale Produkte und Gesundheit genannt, außerdem die naturnahe Bewirtschaftung von Flächen (vom eigenen Garten bis zur Region), sowie die stärkere Einbeziehung von Kindern und Jugendlichen (BNE).

Neben einem jährlichen Erfahrungsaustausch zu regionalen Märkten, deren Durchführung und Belegung, gab es einerseits viel Bestätigung auf die Frage nach Vorschlägen für die Arbeit des Netzwerkes Zukunft Sachsen-Anhalt e.V., etwa „Weiter so! Auf Synergien setzen, Soziales und Umweltschutz verbinden“, ebenso kam aber auch die Forderung den regionalen Gedanken in allen Veranstaltungen noch stärker umzusetzen bzw. die Umsetzung zu kontrollieren