


ANFRAGE

zur aktuellen Fragestunde
des Südtiroler Landtags
im April 2023

Nachhaltigkeitstage 2023 Stehen Choreografie & Ausstattung schon fest?

Südtirols erste Nachhaltigkeitstage vom 06. bis 09. September 2022 haben weit über Südtirols Landesgrenzen hinaus für überraschend viel Furore gesorgt. Gar einigen sind sie wohl aufgrund ihrer Kosten von 2,35 Millionen Euro in guter Erinnerung geblieben. Der Landeshauptmann hat verlautbart, dass es eine Fortsetzung geben soll und eine interne Arbeitsgruppe bereits daran arbeite, Zeitpunkt und Inhalte festzulegen. So viel hat uns Arno Kompatscher bereits verraten: Der nächsten Ausgabe soll das Thema der „sozialen Nachhaltigkeit“ als Hauptmotiv zu Grunde liegen. Es drängen sich deshalb folgende Fragen auf:

1. In welchem Ressort ist diese ARGE angesiedelt und aus welchen Personen setzt sie sich zusammen?
2. Wer hat die ARGE eingesetzt?
3. Wer legt das Budget für die nächsten Nachhaltigkeitstage (NHT) fest?
4. Welche Finanzmittel sind für die NHT im Haushalt 2023 reserviert?
5. Darf der geneigte Besucher damit rechnen, dass den nächsten NHT in etwa gleich viel Budget zur Verfügung gestellt wird wie jenen im Jahr 2022?
6. Über welches Haushaltskapitel werden Veranstaltungen wie die NHT finanziert?
7. Mit welchen Mitteln ist dieses Kapitel derzeit ausgestattet?
8. Wer legt das Datum für die nächsten NHT fest?
9. Wurde bereits ein Termin oder zumindest ein Zeitraum bestimmt?
10. Kann der geneigte Steuerzahler darauf zählen, dass sich aus den nächsten NHT in direkter Folge konkrete Maßnahmen zur sozialen Nachhaltigkeit ableiten lassen?
11. Welche konkreten Ergebnisse und messbaren Resultate sind von den NHT 2022 geblieben?


L. Abg. Andreas Leiter Reber





Bozen, 20.04.2023

Bearbeitet von:

Herrn L.-Abg.
Andreas Leiter Reber

Südtiroler Landtag
Im Hause

Zur Kenntnis: Frau Präsidentin
Rita Mattei
Südtiroler Landtag

Im Hause

Antwort auf die Anfrage zur aktuellen Fragestunde 79-04-23

Sehr geehrter Landtagsabgeordnete,

ich nehme hiermit Bezug auf die genannte Anfrage, welche anlässlich der "Aktuellen Fragestunde" bei der letzten Landtagssession vorgelegt wurde und schriftlich zu beantworten ist.

1. In welchem Ressort ist diese ARGE angesiedelt und aus welchen Personen setzt sie sich zusammen?

Die Steuerungsgruppe setzt sich aus Landeshauptmann Arno Kompatscher, IDM Direktor Erwin Hinteregger, UNIBZ Präsidentin Ulrike Tappeiner und EURAC Präsident Roland Psenner zusammen. Die operative Tätigkeit ist aufgeteilt auf IDM und Landesverwaltung.

2. Wer hat die ARGE eingesetzt?

Die Arbeitsgruppe besteht seit der Planung der ersten Ausgabe der Nachhaltigkeitstage und wurde von der Landesregierung eingesetzt.

3. Wer legt das Budget für die nächsten Nachhaltigkeitstage (NHT) fest?

Das Budget für die nächsten Nachhaltigkeitstage steht noch nicht fest und wird zur gegebenen Zeit von der Landesregierung festgelegt.

4. Welche Finanzmittel sind für die NHT im Haushalt 2023 reserviert?

Keine.

5. Darf der geneigte Besucher damit rechnen, dass den nächsten NHT in etwa gleich viel Budget zur Verfügung gestellt wird wie jenen im Jahr 2022?

Siehe Antwort zu Frage 3

6. Über welches Haushaltskapitel werden Veranstaltungen wie die NHT finanziert?

Siehe Antwort zu Frage 3

7. Mit welchen Mitteln ist dieses Kapitel derzeit ausgestattet?

Siehe Antwort zu Frage 4

8. Wer legt das Datum für die nächsten NHT fest?

Es wurde noch kein definitiver Termin oder Zeitraum für die nächsten Nachhaltigkeitstage festgelegt.

9. Wurde bereits ein Termin oder zumindest ein Zeitraum bestimmt?

Siehe Antwort zu Frage 8

10. Kann der geneigte Steuerzahler darauf zählen, dass sich aus den nächsten NHT in direkter Folge konkrete Maßnahmen zur sozialen Nachhaltigkeit ableiten lassen?



Auch die Ausrichtung zukünftiger Nachhaltigkeitstage steht noch nicht fest, somit kann diese Frage zum jetzigen Zeitpunkt nicht beantwortet werden.

11. Welche konkreten Ergebnisse und messbaren Resultate sind von den NHT 2022 geblieben?

Die Nachhaltigkeitstage sind als Vernetzungs-, Sensibilisierungs-, Sichtbarkeits- und Kommunikations-event zu verstehen. Konkret wurden 2022 insgesamt 14 Südtiroler Initiativen, Unternehmen und Projekten als so genannte „Contributors“ (also „Beitragende“) diese lokale, nationale und internationale Bühne geboten. Es gibt auch bereits erste Rückmeldungen, dass diese kostenlose Werbung für beteiligte Akteure bereits bei Aufträgen für nachhaltige Produkte Früchte getragen hat. Zudem zeigen sich viele konkrete Ergebnisse von solchen Veranstaltungen in den indirekten Veränderungen nachfolgend wieder. Das von Wissenschaftlern und den Teilnehmern vor Ort entworfene Empfehlungspapier konnte in Brüssel, in Rom und in der Regionenkonferenz vorgestellt und debattiert werden. Es sind dies Bemühungen auf politischer und gesellschaftlicher Ebene die schwierigen Notwendigkeiten, die auf alle zukommen, mit zu unterstützen. Es macht einen Unterschied, ob man dem positiv gegenübertritt und gemeinsam versucht, Dinge Stück für Stück zum Besseren zu verändern, oder ob bei jeder Aktion das Schlechte vermutet wird. Ganz konkrete messbare Resultate in Zahlen sind im Anhang beigelegt. Als Auszug hier einige Kennzahlen:

- Zwischen direkt vor Ort und online Zuschauern haben über 11.000 Personen die diversen Formate genutzt.
- Über 90 Akteure aus Südtirol, Italien und dem Ausland waren eingebunden.
- 170 einzelne Veranstaltungsformate hat es in der Messe und im ganzen Land gegeben.
- Die Bewertung der Veranstaltung wurden von den Teilnehmenden Personen von 5 möglichen Punkten mit durchschnittlich 4,5 Punkten bewertet und auf die Frage „Wie wahrscheinlich ist es, dass sie 2023 wieder an den Sustainability Days teilnehmen?“ haben 66,8% der Teilnehmenden mit 5 von 5 Punkten gestimmt und weitere 23% mit 4 von 5 Punkten.

Mit freundlichen Grüßen

Der Landeshauptmann
Arno Kompatscher
(mit digitaler Unterschrift unterzeichnet)

Sustainability Days

Abschlussbericht

22/12/2022



Agenda



1 — Zahlen & Fakten

2 — Quantitatives Feedback

Teilnehmerzahlen



Tag	Eintritte Gesamt
Dienstag, 06.09.2022	647
Mittwoch, 07.09.2022	686
Donnerstag, 08.09.2022	771
Freitag, 09.09.2022	161
Gesamt	2264

Onlinestreams



TAG	ENGL (Views)	DE (Views)	IT (Views)	GESAMT (Views)	TOTAL TIME WATCHED (h:min:sec)
Dienstag, 06.09.2022	458	1757	952	3167	2562:24:13
Mittwoch, 07.09.2022	418	1370	686	2474	1824:48:01
Donnerstag, 08.09.2022	584	1387	495	2466	1107:02:07
Freitag, 09.09.2022	338	506	203	1047	441:42:57
GESAMT	1798	5020	2336	9154	5935:57:18

71% Italienische IP Adressen & 58% Sprache Stream DE => viele Südtiroler

On Demand Abrufe: 1.686*

*bis 06.10.2022

Zahlen und Fakten



PR & Influencer Relations: DACHI



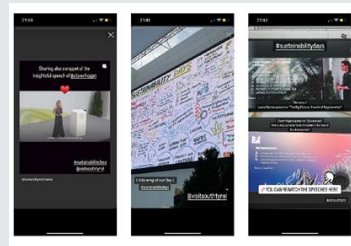
DE
 Total Reach: 25.840
 Engagement Rate: 3,16%



AT
 Total Reach: 64.807
 Engagement Rate: 1,55%



CH
 Total Reach: 26.692
 Engagement Rate: 4,76%



IT
 Total Reach: 113.933
 Engagement Rate:
 0,1 – 0,3%



Pressereise: Artikel auf
 Corriere.it am 12.09.2022
 Leser: 112.232.745

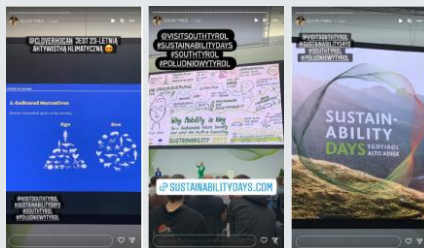
PR & Influencer Relations: Aufbaumärkte



PL

Total Reach: 399.821

Engagement Rate: 0,62%



CZ

Total Reach: 398.212

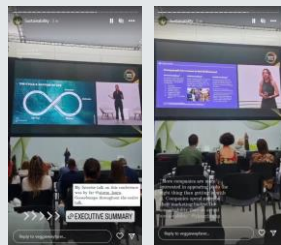
Engagement Rate: 2,15%



BE

Total Reach: 26.692

Engagement Rate: 4,76%

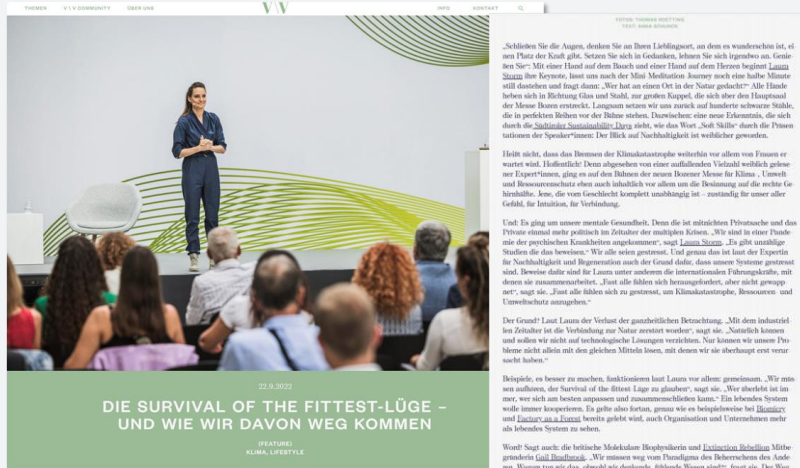


PR & Influencer Relations: DACH



DE

- Bloggerin und Influencerin Anna Schunck @viertelvormag www.viertel-vor.com
- Follower: IG 17.600
- 2 Posts, 1 Reel, 37 Story Slides, 1 Blogpost
- **Total Reach: 25.840**
- Total Engagement: 225
- **Engagement Rate: 3.16 %**



PR & Influencer Relations DACH



CH

- Bloggerin und Influencerin Michaela Scalisi @ Naturellymichaela
- 2 Posts, 1 Reel, 42 Story Slides
- Follower: IG 30.200
- **Total Reach: 26.682**
- Total Engagement: 6.430
- **Engagement Rate: 4.76 %**



AT

- Influencerin Vivien Belschner @vanillaholica
- 2 Posts, tägliche Begleitung über Instagram Stories
- Follower: IG 30.200
- **Total Reach: 64.807**
- Total Engagement: 1.204
- **Engagement Rate: 1,55 %**
- Pressereise mit Madeleine Napetschnig für *Die Presse*
- Medium: Tageszeitung
- Auflage: 67.681 Stk.
- Geplante Veröffentlichung: ½ Seite, Veröffentlichung Ende Oktober



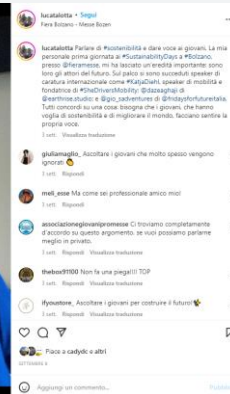
PR & Influencer Relations IT



- Influencerin Silvia Moroni @parlasostenibile
- 11 Story Slides
- Follower IG: 109.000
- **Total reach: 54.782**
- Total engagement: 57
- **Engagement Rate: 0,1**

- Blogger und Influencer Luca Talotta @lucatalotta
- 2 Posts auf IG, 1 Reel auf IG, 6 Story Slides
- Follower IG: 89.000
- **Total reach: 45.046**
- Total engagement: 138
- **Engagement Rate: 0,3**

- Influencerin Alice Pomiato @aliceful
- 1 Post auf IG, 1 Story inklusive 3 snapchat
- Follower IG: 45.800
- **Total reach: 14.105**
- Total engagement: 312
- **Engagement Rate: 3,08**



PR Attivitàen IT



1 individuelle Pressereise mit Enrico Corno für Corriere della Sera LogIn

- Medium: Online Corriere.it
- Auflage: o.A.
- Leser: 112.232.745
- Veröffentlichung: 12.09.2022
- Media Value: 2.917 €
- 7 Interviews
- 40 Clippings vor und nach der Veranstaltung



Regioni rurali europee, alla ricerca delle migliori soluzioni per uno sviluppo sostenibile

Circa il 30% della popolazione europea vive in aree rurali, ma spesso le politiche infrastrutturali vengono pensate per un contesto urbano. Quali sono quindi le iniziative che potrebbero essere intraprese dal punto di vista della mobilità, dell'agricoltura, delle energie rinnovabili e degli habitat regionali? Se ne discute a Bolzano



Essere green, costo o occasione? La scelta dell'Alto Adige

La regione che per natura e filosofia di vita è da sempre la più ambientalista di Italia lancia un nuovo progetto, adattabile anche alle altre regioni, pur in questo momento di ritorno al carbone causa costo del prezzo del gas.

Mediakampagne International D/A/CH/IT



PRINT

- 20 Anzeigen
- Gesamtauflage: 4,3 Mio Exemplare
- **Printtitel:** Die Zeit, Die Welt am Sonntag, Süddeutsche Zeitung, DB mobil-Green Issue, Geo-Beilage Südtirol, Die Presse, Der Standard, NZZ, Corriere della Sera, La Repubblica, National Geographic etc.



DIGITAL

- **Kanäle:** Newsportale wie corriere.it, Social Media (FB), LinkedIn, Google Display
- **Zeitraum:** 8.8. – 9.9.



130,5 Mio. Impressions
779.297 Klicks



Mediakampagne DE



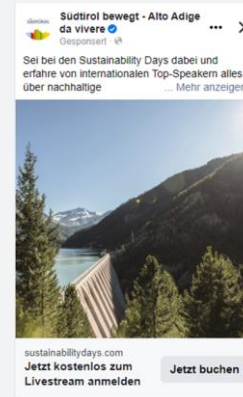
- 5 Anzeigen
- Gesamtauflage:
1.857.415 Exemplare
- Printttitel: Die Zeit, Die Welt am Sonntag, Süddeutsche Zeitung, DB mobil–Green Issue, Geo-Beilage Südtirol



63.281.754 Impressions



189.186 Klicks



Mediakampagne AT



- 4 Anzeigen
- Gesamtauflage: 351.051 Exemplare
- Printtitel: Die Presse, Der Standard



6.440.577 Impressions



32.060 Klicks



Mediakampagne CH



- 3 Anzeigen
- Gesamtauflage: 496.474 Exemplare
- Prinntitel: Handelszeitung, NZZ am Sonntag, Schweiz am Wochenende



1.818.608 Impressions



12.204 Klicks



Campagna Media IT



- 8 Anzeigen
- Gesamtauflage: 1.629.166 Exemplare
- Printtitel: Corriere della Sera, La Repubblica, National Geographic



59.012.207 Impressions



545.847 Klicks



Congresso sulla sostenibilità 2022
Sustainability Days Südtirol/Alto Adige. 6 – 9 settembre 2022. Registrati gratuitamente per il livestream.
sponsored by: Alto Adige/Südtirol

[LEGGI DI PIÙ](#)

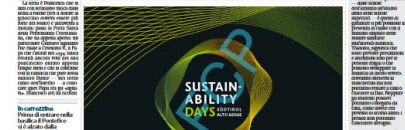


Del 6 al 9 settembre 2022 alla Fiera di Bolzano
Registrati gratuitamente per il livestream su sustainabilitydays.com



Il Papa in dialetto agli aquilani: «Jemo 'nnanzi, siete resilienti»
Francesco nella città del terremoto e della ricostruzione. L'apertura della Porta Santa

Il Papa in dialetto agli aquilani: «Jemo 'nnanzi, siete resilienti»
Francesco nella città del terremoto e della ricostruzione. L'apertura della Porta Santa



Quale futuro per le regioni rurali?
Livestream dal 6 al 9 settembre 2022

Quale futuro per le regioni rurali?
Livestream dal 6 al 9 settembre 2022



PRINT

- 21 Anzeigen, 8 Advertorials
- **Gesamtauflage:** 719.156 Exemplare
- **Printtitel:** Dolomiten, Wiku, Südtiroler Tageszeitung, ff Media, SWZ, Südtiroler Landwirt, Zebra, Alto Adige, Corriere dell'Alto Adige und Corriere del Trentino, Qui Bolzano/Merano/Bassa Atesina, Tiroler Tageszeitung



OUT OF HOME

- 5 Wochen mit 524 Flächen





RADIO & TV

- **Radio:** 2 Wochen mit insgesamt 190 Spots auf: RMI Netzwerk, Radio 2000, Radio Antenne, Radio NBC, Radio Italia anni 60
- **Lokales TV:** 2 Wochen mit. 168 Spots auf VB33 und VB33+
- Ausstrahlung Video in Flirtzügen



DIGITAL

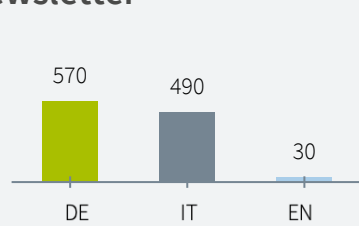
- **Kanäle:** Newsportale wie corriere.it, Social Media (FB), LinkedIn, Google Display
-  7.927.509 Impressions
-  43.064 Klicks

Content und Social Media

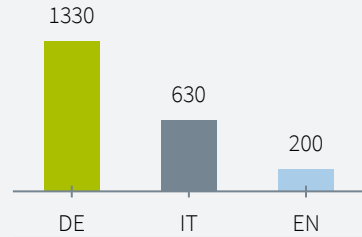


Produktion: 358 Videos, 1099 Fotos und 18 Newsbeiträge

Newsletter



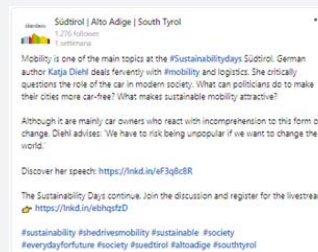
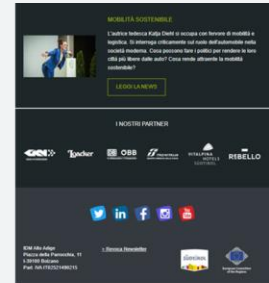
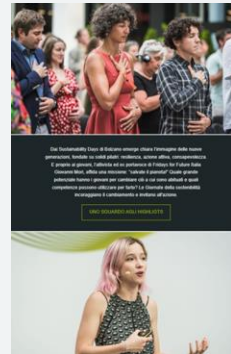
7 Versandtermine (pre, live, post):
1.090 Abonnenten



2 Versandtermine an Streaming-Registrierte:
2.160 Abonnenten

Kommunikation über die Südtirol Kanäle (pre, live, post)

- o zusätzlich zur Paid Media Kampagne
- o > 250 Posts, Tweets, Stories
- o 1.540.000 Impressions



Agenda



1 — Zahlen & Fakten

2 — Quantitatives Feedback

Wie beurteilen Sie die Veranstaltung insgesamt?



Teilnehmer vor Ort

Ø Gesamt: 4,4

Tag 1

Score: 4,5

Tag 3

Score: 4,3

Tag 2

Score: 4,4

Tag 4

Score: 4,1

1 (very poor) – 5 (excellent)

Wie beurteilen Sie die Organisation der Veranstaltung?



Teilnehmer vor Ort

Ø Gesamt: 4,2

Tag 1

Score: 4,3

Tag 3

Score: 3,9

Tag 2

Score: 4,3

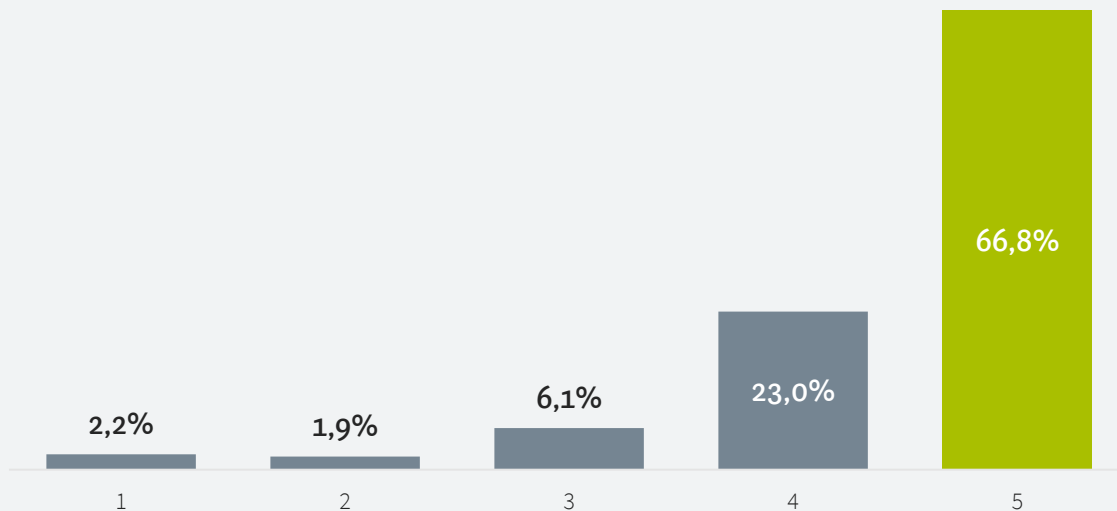
Tag 4

n/a

Wie wahrscheinlich ist es, dass sie 2023 wieder an den Sustainability Days teilnehmen?



Score: 4,5



1 (very unlikely) – 5 (very likely)



Vielen Dank für die gute
Zusammenarbeit!