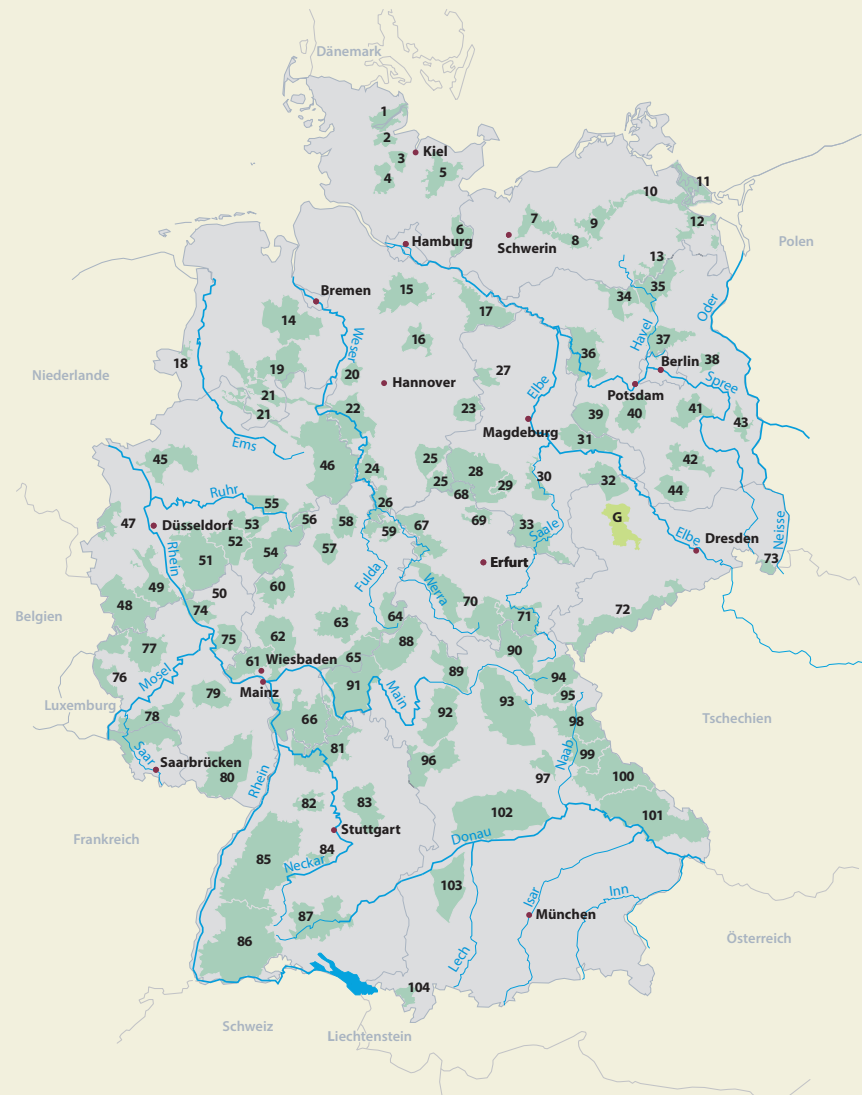


Landschaften mit Erlebnisgarantie
Naturparke in Deutschland



- | | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| 1 Schlei | 28 Harz/Sachsen-Anhalt | 54 Rothaargebirge | 81 Neckartal-Odenwald |
| 2 Hüttener Berge | 29 Harz/Sachsen-Anhalt | 55 Arnsberger Wald | 82 Stromberg-Heuchelberg |
| 3 Westensee | (Mansfelder Land) | 56 Diemelsee | 83 Schwäbisch-Fränkischer Wald |
| 4 Aukrug | 30 Unteres Saaletal | 57 Kellerwald-Edersee | 84 Schönbuch |
| 5 Holsteinische Schweiz | 31 Fläming | 58 Habichtswald | 85 Schwarzwald Mitte/Nord |
| 6 Lauenburgische Seen | 32 Dübener Heide | 59 Meißner-Kaufunger Wald | 86 Südschwarzwald |
| 7 Sternberger Seenland | 33 Saale-Unstrut-Triasland | 60 Lahn-Dill-Bergland | 87 Obere Donau |
| 8 Nossentiner/Schwinzer Heide | 34 Stechlin-Ruppiner Land | 61 Rhein-Taunus | 88 Bayerische Rhön |
| 9 Mecklenburgische Schweiz | 35 Uckermärkische Seen | 62 Hochtaunus | 89 Haßberge |
| und Kummerower See | 36 Westhavelland | 63 Hoher Vogelsberg | 90 Frankenwald |
| 10 Flusslandschaft Peenetal | 37 Barnim | 64 Hessische Rhön | 91 Bayerischer Spessart |
| 11 Insel Usedom | 38 Märkische Schweiz | 65 Hessische Spessart | 92 Steigerwald |
| 12 Am Stettiner Haff | 39 Hoher Fläming | 66 Bergstraße-Odenwald | 93 Fränkische Schweiz – |
| 13 Feldberger Seenlandschaft | 40 Nuthe-Nieplitz | 67 Eichsfeld-Hainich-Werratal | Veldensteiner Forst |
| 14 Wildeshauser Geest | 41 Dahme-Heideseen | 68 Südharz | 94 Fichtelgebirge |
| 15 Lüneburger Heide | 42 Niederlausitzer Landrücken | 69 Kyffhäuser | 95 Steinwald |
| 16 Südheide | 43 Schlaubetal | 70 Thüringer Wald | 96 Frankenhöhe |
| 17 Elbhöhen-Wendland | 44 Niederlausitzer Heidelandschaft | 71 Thüringer Schiefergebirge/ | 97 Hirschwald |
| 18 Bourtanger Moor – Bargerveen | 45 Hohe Mark – Westmünsterland | Obere Saale | 98 Nördlicher Oberpfälzer Wald |
| 19 Dümmer | 46 Teutoburger Wald/Eggegebirge | 72 Erzgebirge/Vogtland | 99 Oberpfälzer Wald |
| 20 Steinhuder Meer | 47 Schwalm-Nette | 73 Zittauer Gebirge | 100 Oberer Bayerischer Wald |
| 21 TERRA.vita | 48 Deutsch-Belgischer Naturpark | 74 Rhein-Westerwald | 101 Bayerischer Wald |
| 22 Weserbergland | Hohes Venn – Eifel | 75 Nassau | 102 Altmühltal |
| 23 Elm-Lappwald | 49 Rheinland | 76 Südeifel | 103 Augsburg – Westliche Wälder |
| 24 Solling-Vogler im Weserbergland | 50 Siebengebirge | 77 Vulkaneifel | 104 Nagelfluhkette |
| 25 Harz/Niedersachsen | 51 Bergisches Land | 78 Saar-Hunsrück | |
| 26 Münden | 52 Ebbegebirge | 79 Soonwald-Nahe | |
| 27 Drömling | 53 Homert | 80 Pfälzerwald | |

Die Kontaktadressen der Naturparke finden Sie unter www.naturparke.de.



UNTERNEHMEN ZUKUNFT!
KAUFLAND UND LIDL UNTERSTÜTZEN NATURPARKE

Verband Deutscher Naturparke e.V.
Platz der Vereinten Nationen 9
53113 Bonn
Tel. 0228 921286-0
Fax 0228 921286-9
info@naturparke.de
www.naturparke.de



„Wer einen Baum pflanzt, wird den Himmel gewinnen.“

Konfuzius, chin. Philosoph



unterstützen Naturparke Deutschland

UNTERNEHMEN ZUKUNFT!

KAUFLAND UND LIDL UNTERSTÜTZEN NATURPARKE

EINE ZWISCHENBILANZ

Inhalt

Heimat verbindet Grußwort Kaufland	3
Auf dem Weg nach morgen Grußwort Lidl	5
Neue Wege wagen Vorwort	6
Für Mensch und Natur Einleitung	9
Im Gespräch bleiben Öffentlichkeitsarbeit	13
Barrieren überwinden Naturparke für alle	39
Lernen begeistert Umweltbildung	43
Zukunft gestalten Ausblick	51
Netzwerk Naturparke Verband Deutscher Naturparke	56

Heimat verbindet

Grußwort

Es freut mich, dass unser Unternehmen inzwischen auf eine mehrjährige Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Naturparke (VDN) zurückblicken kann. Dass Naturparke ganz besondere Orte sind, ist uns sehr schnell bewusst geworden, als wir den VDN im Rahmen unseres Umweltpädagogikprogramms „Erlebnis Umwelt“ kennengelernt haben. Gleichzeitig wussten wir viel zu wenig über diese faszinierenden Orte sowie ihre Aufgaben und Leistungen – und klar war, dass es uns damit nicht alleine so ging. Vor diesem Hintergrund hat sich aus diesem ersten Kontakt eine langfristig angelegte Kooperation entwickelt – unter anderem mit dem Ziel, die Naturparke und ihre Arbeit noch bekannter zu machen.

Dass uns gerade unser Umweltpädagogikprogramm zusammengeführt hat ist kein Zufall, denn die Naturparke und uns als Handelsunternehmen verbindet weit mehr, als man vielleicht auf den ersten Blick vermuten würde. Mit „Erlebnis Umwelt“ engagieren wir uns seit zehn Jahren in der Umweltbildung von Kindern, um bereits die jüngste Generation für den Umwelt- und Klimaschutz zu sensibilisieren – ein Anliegen, für das sich die Naturparke ebenfalls starkmachen.

Die Naturparke mit ihren einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften gehören zu den schönsten und wertvollsten Regionen unserer Heimat. Hierbei setzen sich die Naturparke unter anderem für die Verbindung von Naturschutz und einer nachhaltigen Regionalentwicklung ein, beispielsweise durch die Förderung heimischer Erzeugnisse – dies ist auch Kaufland ein wichtiges Anliegen. Denn Produkte und Spezialitäten aus regionaler Erzeugung fördern nicht nur den Verbleib der Wertschöpfung in der Region, sondern sie stärken auch die regionale Identität und Verbundenheit der Menschen zur eigenen Heimat.



Als Partner der Naturparke sind wir stolz darauf, dass im Rahmen der Kooperation bereits zahlreiche Projekte und Initiativen auf den Weg gebracht werden konnten. Und das mit Erfolg, wie beispielsweise die Auszeichnung der Kampagne „Mein Naturpark!“ im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen“ zeigt.

Wir freuen uns, einen aktiven Beitrag dazu leisten zu können, das Profil der Naturparke in der Öffentlichkeit weiter zu schärfen und ihr wichtiges Engagement in den Bereichen Naturschutz, Erholung, Umweltbildung und Regionalentwicklung auf breiter Basis zu fördern. In diesem Sinne sehen wir den nächsten Jahren der gemeinsamen Zusammenarbeit mit viel Spannung und Vorfreude entgegen!

Hergen Blase
Geschäftsbereichsleiter Nachhaltigkeit/CSR
Kaufland

Auf dem Weg nach morgen

Grußwort

Im Rahmen der seit 2007 bestehenden Kooperation konnten wir die engagierte Arbeit des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN) in vielfältigen Themenstellungen sowie die Entstehung verschiedener Konzepte und deren Umsetzung begleiten.

Wir fühlen uns der Arbeit des VDN sehr verbunden und sind beeindruckt, mit welcher Konsequenz der VDN das Ziel verfolgt, die Naturparke in Deutschland einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. So spricht das Foto-Online-Portal und der zugehörige Fotowettbewerb naturinteressierte Fotografen an, ihre im Bild festgehaltenen Naturpark-Impressionen im Online-Portal einzustellen. Aus diesem Fundus kann der VDN Fotos auswählen, die – u. a. in Broschüren und Informationsmaterialien abgedruckt – die Schönheit und Besonderheiten der Naturparke auf eine, für den Leser ganz besonders ansprechende Weise vermitteln.

Es freut uns sehr, dass das vielfältige Engagement des VDN breite Anerkennung findet und mit Auszeichnungen gewürdigt wurde:

- Das Projekt „Naturparke machen Schule“ erhielt von der UNESCO die Auszeichnung als offizielles Projekt der Weltdekade zur Bildung für nachhaltige Entwicklung.



- Die Kampagne „Mein Naturpark!“ wurde im bundesweiten Wettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“ als „Ausgewählter Ort 2012“ ausgezeichnet.

Für die sehr gute Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren bedanken wir uns. Wir werden die Arbeit des VDN weiter unterstützen und freuen uns auf die Umsetzung der nächsten Projekte!

Thomas Augst
Mitglied der Geschäftsleitung
Lidl Deutschland

Neue Wege wagen

Vorwort

Im März 2007 haben der Verband Deutscher Naturparke (VDN) und die Handelsunternehmen Kaufland und Lidl (Schwarz Gruppe) eine Kooperation für die Jahre 2007 bis 2016 vereinbart. Ziel der Unternehmen Lidl und Kaufland ist es, den VDN im Rahmen seiner Arbeit für die Naturparke finanziell und ideell darin zu unterstützen, Natur und Landschaft zusammen mit den Menschen zu schützen und zu erhalten.

Der VDN vertritt als Dachverband der Naturparke in Deutschland 97 der 104 deutschen Naturparke, die zusammen 27 % der Fläche Deutschlands einnehmen. So hat die Kooperation eine positive Wirkung auf die Entwicklung der ländlichen Räume auf über einem Viertel der Fläche Deutschlands.

Mit dieser Broschüre legen wir eine Zwischenbilanz über die bisherige Zusammenarbeit vor, um zu zeigen, was bislang umgesetzt und erreicht werden konnte. Darauf aufbauend wollen wir prüfen, welche Schritte in den nächsten Jahren folgen sollen.

„Wege entstehen dadurch, dass man sie geht!“ Franz Kafka, Schriftsteller

Die Kooperation mit den Unternehmen Kaufland und Lidl war zu Beginn Neuland für den VDN. Dies betrifft sowohl die Erfahrung der Zusammenarbeit mit zwei großen Unternehmen als auch die Dauer der Kooperation. Die Vertragsdauer von 10 Jahren bringt das Selbstverständnis der Partner zum Ausdruck, dass der Aufbau von Projekten, mit denen der VDN die Arbeit der Naturparke insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung unterstützen möchte, ausreichend Zeit benötigt, um langfristig und nachhaltig wirksam zu sein. Dies entspricht auch den Zielen und der Arbeitsweise der Naturparke.

In der konkreten Zusammenarbeit mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Unternehmen Kaufland und Lidl konnten wir die Erfahrung eines sehr unterstützenden und vertrauensvollen Miteinanders machen. Der Kooperationsvertrag wurde so überzeugend mit Leben erfüllt. Mit den in dieser Broschüre vorgestellten Projekten und Maßnahmen befinden wir uns auf einem guten Weg, die im folgenden genannten Ziele zu erreichen, die wir uns gemeinsam mit den Unternehmen Lidl und Kaufland im Rahmen der Kooperation gesteckt haben:

- Deutliche Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Naturparke in breiten Schichten der Bevölkerung;
- Stärkung der regionalen Entwicklung im ländlichen Raum, insbesondere die Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen durch einen nachhaltigen Tourismus;
- Werbung für die Aufgaben und Ziele der Naturparke in der Bevölkerung durch Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung. Dazu gehört die gezielte Ansprache junger Menschen in Kindergärten, Schulen und anderen Einrichtungen, um durch Umweltbildung verstärkt Umweltbewusstsein zu wecken.

Für die Realisierung einzelner Projekte konnte der VDN weitere Partner gewinnen. So strahlt die Kooperation



positiv auf die gesamte Arbeit des VDN aus, stärkt sie und kommt der Arbeit der Naturparke in Deutschland insgesamt zugute.

Das beste Zeichen dafür, dass es bisher gelungen ist, die Kooperation erfolgreich zu gestalten, ist das durchweg positive Feedback der Naturparke. Gleichzeitig wissen wir, dass noch viel zu tun bleibt. Naturparke haben aufgrund ihrer Leistungen und Möglichkeiten in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Damit steigen auch die Anforderungen an die Arbeit des VDN. Die bisher erreichten Erfolge sind daher für uns Ansporn, daran anzuknüpfen und noch besser zu werden.

Für das dem VDN entgegengebrachte Vertrauen, für die gute Zusammenarbeit und für die finanzielle Unterstützung möchte ich den Unternehmen Kaufland und Lidl und allen beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Namen des VDN und auch im Namen der Naturparke herzlichen Dank sagen. Wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit.

Dr. Michael Arndt
Präsident

Für Mensch und Natur

Einleitung

„Natur und Landschaft sind nur zusammen mit den Menschen zu schützen und zu erhalten!“

Alfred Toepfer, VDN-Präsident 1963–1982

Naturparke dienen als Modellregionen in gleichem Maße den Menschen und dem Schutz der Natur. Sie tragen zum Erhalt der Kulturlandschaft bei und machen deren Wert deutlich. Sie leisten mit ihrer Arbeit einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung, einem nachhaltigen Tourismus, zum Erhalt der biologischen Vielfalt sowie zum Klimaschutz. Naturparke sind mit den Landkreisen und Gemeinden sowie zahlreichen haupt- und ehrenamtlich tätigen Partnern in der Region vernetzt.





Aufgaben und Leistungen deutscher Naturparke Regionen für nachhaltige Entwicklung

Naturschutz und Landschaftspflege

Ziele sind:

- Alte Kulturlandschaften durch nachhaltige Nutzung erhalten
- Biologische Vielfalt sichern

Aktivitäten:

- Landschaftspflege
- Maßnahmen für Naturschutz und Biotopverbund
- Besucherlenkung und naturkundliche Informationen
- Mitwirken bei der Betreuung von Schutzgebieten

Erholung und nachhaltiger Tourismus

Ziele sind:

- Attraktive Erholungsmöglichkeiten im Einklang mit Natur und Landschaft schaffen
- Eine nachhaltige touristische Entwicklung unterstützen

Aktivitäten:

- Bereitstellung der Infrastruktur für Erholung und Aktivangebote
- Zielgruppenorientierte Angebote für Erholung und Naturerleben
- Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und Tourismusorganisationen

Umweltbildung und Kommunikation

Ziele sind:

- Natur und Kultur erlebbar machen
- Naturschutz und nachhaltige Entwicklung vermitteln – Bildung für nachhaltige Entwicklung

Aktivitäten:

- Erlebnisführungen, Exkursionen, Vorträge, Ausstellungen anbieten
- Ausbildung, Qualifizierung von Naturparkführern
- Angebote für Schulen, Kinder, Jugendliche, Erwachsene unterbreiten
- Infozentren, Infopunkte etc. schaffen
- Printmaterialien, Internetauftritte, digitale Medien nutzen
- Informieren durch Gebietsbetreuer, Themenwege, Infotafeln im Gelände

Nachhaltige Regionalentwicklung

Ziele sind:

- Regionale Entwicklung und Wertschöpfung unterstützen
- Lebensqualität in der Region stärken

Aktivitäten:

- Stärkung von regionaler Identität, Kultur und Tradition
- Vermarktung von regionalen Produkten
- Naturpark-Partner-Netzwerke mit Hotels, Gaststätten, Handwerk, Landnutzern etablieren
- Nachhaltiger Tourismus
- Umweltverträgliche Mobilität fördern
- Nutzung erneuerbarer Energien stärken

Naturparke

Impulsgeber und Moderatoren / Netzwerk und regionale Plattform

Der Naturpark übernimmt in der Region die Rolle eines Impulsgebers und Moderators und ist interkommunaler Partner für die nachhaltige Regionalentwicklung. Naturparke stellen die Kooperation in den Regionen in den Mittelpunkt und gewinnen die Menschen dafür, sich gemeinsam für den Schutz der Natur in Verbindung mit einer nachhaltigen regionalen Entwicklung einzusetzen. So stärken sie auch die Identifikation der Menschen mit ihrer Heimatregion und tragen dazu bei, der mit einem Abwanderungstrend aus den ländlichen Räumen verbundenen demografischen Entwicklung entgegenzuwirken.

104 Naturparke nehmen in Deutschland zusammen einen Anteil von 27 % der Fläche ein. Sie werden ent-

sprechend § 27 Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG) nach den Landesnaturschutzgesetzen von den Bundesländern ausgewiesen. Ihren gesetzlichen Aufgaben zufolge sind sie besonders dazu geeignet, die Regionalentwicklung zu fördern, in ihnen wird eine nachhaltige Tourismusentwicklung angestrebt und sie dienen der Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt. Zu diesem Zweck wird eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung angestrebt.

In der folgenden Grafik werden die vier Aufgabenbereiche der Naturparke mit ihren Zielen und Hauptaktivitätsfeldern vorgestellt. Bei der Umsetzung dieser

Aufgaben unterstützen die Unternehmen Kaufland und Lidl auf Bundesebene den VDN und über den VDN auf regionaler Ebene die Naturparke.

Der Schwerpunkt der Kooperation zwischen den Unternehmen Kaufland und Lidl und dem VDN liegt dabei in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung. Die wesentlichen Maßnahmen und Projekte, die im Rahmen dieser Kooperation in den Jahren 2007 bis 2012 umgesetzt werden konnten, werden in den folgenden Kapiteln vorgestellt.



Im Gespräch bleiben

Öffentlichkeitsarbeit

„Tue Gutes und rede darüber.“ Walter Fisch, Politiker

Naturparke haben aufgrund ihrer zentralen Aufgabe, den Schutz und die Nutzung der Kulturlandschaften zu verbinden, im Laufe der letzten Jahre stark an Bedeutung gewonnen. In Zukunft werden sie eine entscheidende Rolle beim Schutz der Natur, der Bewahrung der deutschen Kulturlandschaften und ebenso bei der landschaftsbezogenen Erholung, der Umweltbildung sowie der nachhaltigen Entwicklung des ländlichen Raumes spielen. Es ist deshalb eine zentrale Aufgabe des Verbandes Deutscher Naturparke, die Arbeit und Leistungen sowie die Potentiale der Naturparke für Mensch und Natur in die Öffentlichkeit zu tragen.

Die meisten Menschen sind schon einmal in einem Naturpark gewesen, viele von ihnen, ohne es zu wissen. Dass es sich bei vielen Urlaubs- und Freizeit-

regionen wie Schwarzwald, Spessart, Rothaargebirge oder Lüneburger Heide um Naturparke handelt, ist nicht jedem bewusst.

Mit unterschiedlichen Instrumenten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat der VDN in den letzten Jahren dazu beigetragen, Sympathie für die Leistungen der Naturparke in der Öffentlichkeit zu schaffen und ihren Bekanntheitsgrad in breiten Schichten der Bevölkerung zu erhöhen. Durch Kooperationen und gezielte Medienarbeit wurde die Berichterstattung über die Naturparke in Printmedien, Rundfunk und Fernsehen verbessert und der Bekanntheitsgrad der Naturparke gesteigert. Diese Maßnahmen haben auch den Stellenwert der Naturparke bei politischen Entscheidungsträgern erhöht und die Gewinnung regionaler und bundesweiter Partner gefördert.





Naturparke online

www.naturparke.de

Seit 2007 erfolgte ein kontinuierlicher Ausbau der Naturparke-Website www.naturparke.de als Naturerlebnisportal und bundesweite Naturparke-Plattform. Sie enthält umfangreiche Informationen über die Arbeit der Naturparke und des VDN, bündelt regionale Informationen über alle Naturparke und erschließt sie für die Öffentlichkeit. Gleichzeitig wird der Informationsaustausch und Wissenstransfer der Naturparke gefördert.

Das Portal enthält aktuelle Informationen zu Veranstaltungen in den Naturparks sowie News der Naturparke. Die Nutzer können mit einer Suchfunktion die von ihnen gewünschten Informationen nach Datum und Naturpark herausfiltern. Darüber hinaus werden Naturerlebnis- und Tourenangebote aus den Naturparks sowie Reiseangebote vorgestellt. Spezielle Angebote zum barrierefreien Naturerleben sind ebenso vorhanden wie Angebote und Möglichkeiten für ein ehren-

amtliches Engagement der Bevölkerung in den Naturparks.

Umfangreich ausgebaut ist das Portal mit Umweltbildungsangeboten der Naturparke für Schulen. Lehrerinnen und Lehrer finden hier sowohl Angebote, die von kompetenten Naturpark-Führern betreut werden, als auch Vorschläge, welche Aktivitäten sie in einem Naturpark mit ihrer Klasse auf eigene Faust unternehmen können. Auch die Angebote, Natur mit den Naturpark-Entdecker-Westen zu erleben, werden aufgelistet.

Die Websites www.naturparke.de und www.naturpark-fotos.de wurden 2011 grundlegend überarbeitet und es erfolgte ein Relaunch. In der Planung ist der weitere Ausbau der Website u. a. mit Seiten zur Naturparkarbeit in den einzelnen Bundesländern sowie mit der Möglichkeit für die bundesweit zahlreichen Naturparkführer, sich und ihre Angebote vorzustellen.



Zeichen setzen Corporate Design

Die Marke „Naturparke Deutschland“ besitzt das Potential, den Stellenwert von Naturparks als moderne Schutzgebiete zum Nutzen von Mensch und Natur durch die verstärkte öffentliche Wahrnehmung deutlich zu erhöhen. Das im September 2009 entwickelte neue Corporate Design vermittelt durch die klare Gestaltung der Publikationen ein modernes Bild der Naturparke in der externen und auch in der internen Kommunikation.

Ein einfacher Aufbau mit fünf Hausfarben bietet den Rahmen, damit diese Gestaltung nicht nur durch den VDN bundesweit, sondern auch für Publikationen der Landesarbeitsgemeinschaften der Naturparke eingesetzt werden kann. Zahlreiche Publikationen wurden seither im neuen Corporate Design gestaltet.



Netzwerke

Interne Kommunikation



Kommunikationsplattform www.naturparke.de/login

Der Mitgliederbereich des Naturparke-Portals www.naturparke.de wurde als Service-Plattform ausgebaut, die in verschiedenen Bereichen die Arbeit der Naturparke unterstützt. Hier sind Vorlagen wie Musterpressemitteilungen oder Materialien zu bundesweiten Kampagnen als Download für die Naturparke verfügbar. Außerdem sind Informationen zu aktuellen Veranstaltungen, Protokolle und Beiträge von Workshops und anderen Veranstaltungen hinterlegt, Hintergrundinfos eingestellt und Informationen zu den Gestaltungsrichtlinien für die Marke „Naturparke Deutschland“ abrufbar. Der Mitgliederbereich enthält auch Zugänge zu den vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) geförderten Projekten „Qualitätsoffensive Naturparke“ und „Naturparke-Beratungsdatenbank“, zu „Blätterwerk-Web2Print & mehr“ und zum Bildarchiv des VDN-Fotoportals. Die Naturparke können hier direkt auf fast 80.000 Fotos zurückgreifen, die sie kostenfrei für ihre Arbeit verwenden können.

Die Website www.naturparke.de besitzt ein Content-Management-System (CMS), in das der VDN und die Naturparke vielfältige Informationen und Veranstaltungshinweise einpflegen können. Diese Angebote kann der einzelne Naturpark über IFrames auch automatisiert auf die eigene Naturpark-Website übernehmen.

Blätterwerk Web2Print & mehr

„Blätterwerk – Web2Print & mehr“ wurde 2011 als neuer Mitgliederservice im Mitgliederbereich von www.naturparke.de aufgebaut. „Blätterwerk“ bietet Naturparken die Möglichkeit, Druckvorlagen für Publikationen und Werbeartikel für den eigenen Naturpark durch Text und Bildauswahl individuell zu gestalten und im pdf-Format zu speichern. Die erzeugte pdf-Datei kann für den Druck in einer regional ausgewählten Druckerei oder einem Copyshop verwendet werden. Daneben besteht das Angebot, die Produkte bei einem hinterlegten Dienstleister zu produzieren.

VDN-Publikationen oder -Produkte können über „Blätterwerk“ auch direkt bestellt werden. Das Rundschreiben „Blätterwerk-News“ informiert über neue Vorlagen, Publikationen und andere Produkte. „Blätterwerk – Web2Print & mehr“ wurde im Rahmen der Kampagne „Mein Naturpark!“ erfolgreich eingeführt und unterstützte die Naturparke bei der Kommunikation der Kampagne vor Ort.

Vorgeschlagen Muster-Pressemitteilungen

Zur Unterstützung der Pressearbeit der Naturparke bietet der VDN im Mitgliederbereich von www.naturparke.de zu verschiedenen Themen Muster-Pressemitteilungen als Word-Datei an. Hier stehen auch Titelbilder von Publikationen oder frei nutzbare Pressebilder zum kostenfreien Download bereit.

VDN-Intern Kleiner Frosch mit großer Wirkung

Ein Laubfroschbild im Kopf des Newsletters kündigt den Naturparken das interne Rundschreiben „VDN-intern“ an. Seit 2010 informiert der VDN seine Naturparke monatlich über Veranstaltungen, Termine, Projekte und neue Publikationen aus allen Themenfeldern der Naturparkarbeit. Zusätzliche Informationen – soweit nicht als Anhang beigefügt – sind im Rundschreiben verlinkt oder stehen im Mitgliederbereich von www.naturparke.de zum Download zur Verfügung.



Pressearbeit & Co.

Externe Kommunikation

Aktuelles bundesweit VDN-Pressedienst

Seit 2008 werden je nach Anlass jährlich zwischen 20 und 30 Pressemitteilungen versandt. Der VDN-Pressedienst arbeitet mit einem Internetmodul, das neben technischen Vorzügen dem Adressaten die Möglichkeit bietet, den Bezug von Pressemitteilungen aufzukündigen. Gleichzeitig erlaubt es aber auch das Setzen von Links zu zusätzlichen Informationen wie beispielsweise zu Pressebildern. So kann auf Anhänge verzichtet und den Medien ein größeres Angebot auch hoch aufgelöster Pressefotos zur Verfügung gestellt werden.

Die Presseverteiler wurden über eine Lizenz des MEDIAtlas von „news aktuell“ mit tagesaktuell gepflegten Adressen erstellt. Der VDN-Pressedienst verfügt über verschiedene, thematisch angelegte Presseverteiler mit jeweils 50–750 Kontaktadressen, die einzeln

oder kombiniert für die Aussendung von Pressemitteilungen verwendet werden. Pressemitteilungen werden auch über den Verteiler von EcoWorld verschickt und auf der Homepage www.naturparke.de zum Download eingestellt. Die Pressearbeit der Naturparke unterstützt der VDN durch Bereitstellung regionaler Medienverteiler.

Gut informiert VDN-Newsletter

Seit 2008 kommuniziert der VDN-Newsletter mit der Frühjahrs-, Sommer-, Herbst- und Winterausgabe interessante Themen, Projekte, Veranstaltungen und neue Publikationen aus der Naturparkwelt an mittlerweile 3.000 Newsletter-Abonnenten. Auf www.naturparke.de haben Interessenten die Möglichkeit, den aktuellen Newsletter zu abonnieren.



Information für Kaufland-Kunden „TIP der Woche“

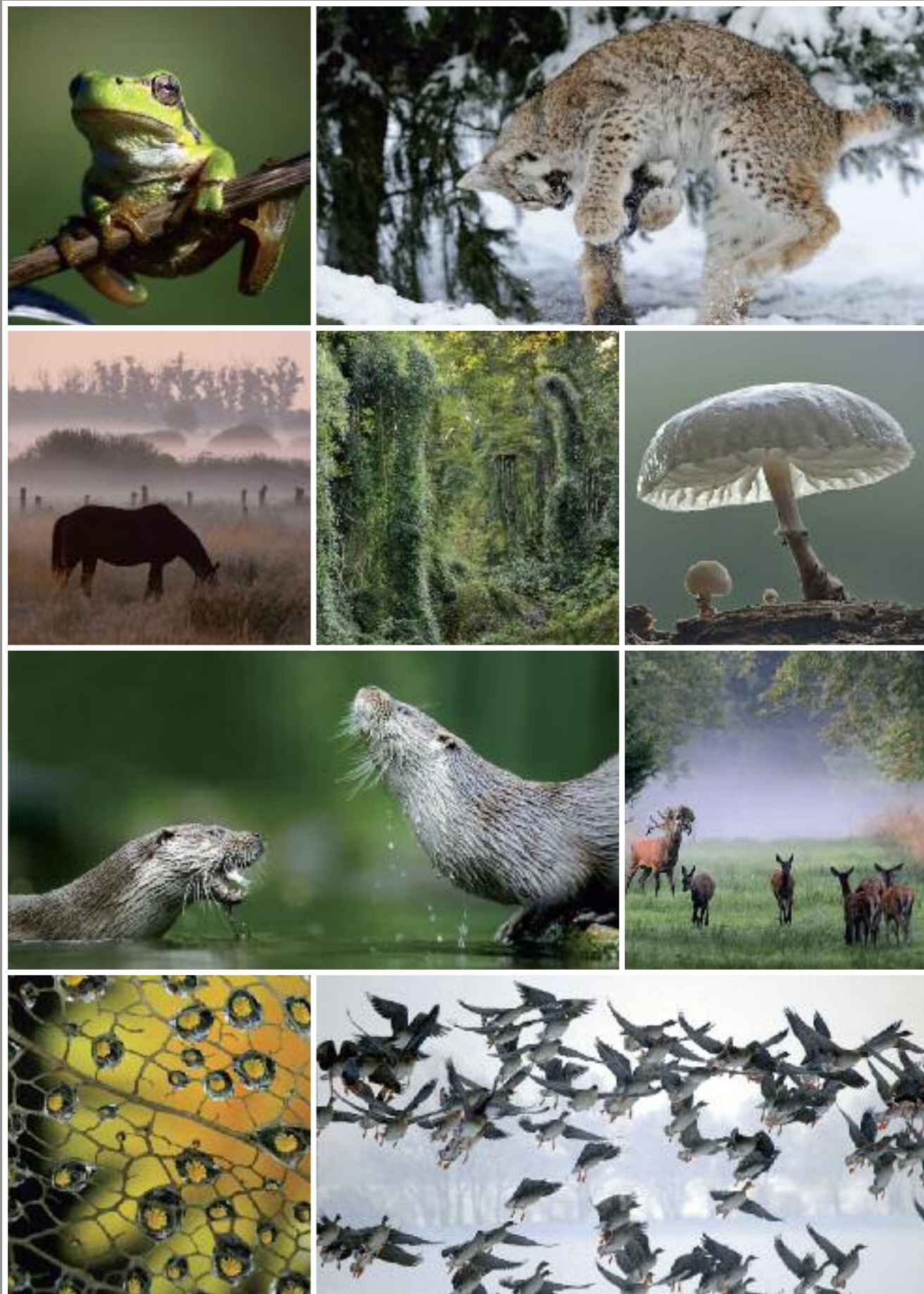
Von Oktober 2007 bis März 2011 berichtete Kaufland einmal monatlich in seiner Kundenzeitung „TIP der Woche“ bzw. im Internet unter www.kaufland.de/naturparke in einem ganzseitigen Beitrag über Naturparke in Deutschland und ihre Angebote zum Naturerleben. Die Kundenzeitung erscheint in einer Auflage von jeweils über 20 Millionen Exemplaren und erreicht damit etwa die Hälfte aller Haushalte in Deutschland. Der VDN lieferte für die Artikelserie das Text- und Bildmaterial. Die einzelnen Beiträge entstanden in enger Zusammenarbeit mit den Naturparken. Diese wurden im Vorfeld gebeten, Veranstaltungen zu benennen, die zu den jeweiligen Monatsthemen passen. Die Themen nahmen Bezug auf Veranstaltungen und Aktionen der Naturparke im Jahresgang. Daneben wurden 2010 im „Internationalen Jahr der biologischen Vielfalt“ und 2011 im „Internationalen Jahr der Wälder“ naturkundliche Themen, sowie im Frühjahr 2011 der Start der Kampagne „Mein Naturpark!“ behandelt. Im Januar 2008 konnte in Kooperation mit dem Kosmos-Verlag Stuttgart der Beitrag mit einem Gewinnspiel begleitet werden.

Die im „TIP der Woche“ kommunizierten Angebote und weitere Veranstaltungen der Naturparke wurden auf der Homepage www.naturparke.de zum „Erlebnis Tipp“ zusammengefasst und seit 2008 über die Domain www.naturparke-erlebnistipp.de beworben. Seither berichtet Kaufland im „TIP der Woche“ verstärkt anlassbezogen über die Naturparke, beispielsweise über den Start der Kampagne „Mein Naturpark!“ oder deren Auszeichnung als „Ausgewählter Ort 2012“.

Hingucker Infosäule für Kaufland-Märkte

In Zusammenarbeit mit den Naturparken Dübener Heide und Thüringer Wald wurde für die Präsentation der Arbeit der Naturparke in ausgewählten Kaufland-Märkten im Einzugsgebiet der beiden Naturparke ein Infosystem konzipiert. Bestückt mit Plakaten, Flyern und sonstigen Materialien informieren in rund 30 Kaufland-Filialen sogenannte „Infosäulen“ Kunden über Aktuelles aus den Naturparken vor Ort und machen so die Kooperation in den Filialen sichtbar.





Vielfalt und Schönheit

Das Fotoportal

**Deutschlands schönste
Landschaften im Bild**
www.naturparkfotos.de

Mit dem Internet-Fotoportal www.naturparkfotos.de wurde 2007 ein Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit geschaffen, das einem breiten Publikum die Möglichkeit bietet, Fotos aus den Naturparken in Deutschland zu veröffentlichen und anzuschauen. Zielsetzung ist es, die einzigartige Vielfalt und Schönheit unserer heimatischen Naturlandschaften aufzuzeigen und die verschiedenen Naturparke mit ihren vielen Facetten bekannt zu machen.

Das Fotoportal entwickelte sich auch zu einer Austauschplattform für naturinteressierte Fotografen. Bis März 2013 stellten mehr als 7.000 registrierte User fast 100.000 Bilder ein. Von mehr als 80 % der Fotos haben die Fotografen dem VDN und den Naturparken die Nutzungsrechte übertragen. So können die Publikationen des VDN und der Naturparke im Print- und Online-Bereich durch wundervolle Bildmotive aufgewertet werden, die kostenfrei genutzt werden können.

„Augenblick Natur!“ & Co. Die Fotowettbewerbe

Seit Oktober 2007 lädt der VDN jährlich Profi- und Amateurfotografen zur Teilnahme am Fotowettbewerb „Augenblick Natur!“ ein. Gesucht werden ausdrucksstarke Motive aus allen Naturparken Deutschlands – aufgenommen aus der ganz persönlichen Perspektive der Park-Besucher. Dieser Wettbewerb wurde thematisch jeweils aktuellen Themen und Kampagnen wie dem „Internationalen Jahr der Wälder 2011“ oder der VDN-Kampagne 2011/2012 „Mein Naturpark!“ angepasst. Die Bilder werden auf dem Internetportal www.naturparkfotos.de präsentiert. Eine engagierte Jury, bestehend aus drei professionellen Fotografen, ermittelt jeden Monat aus den 100 besten Bildern, die von den Internet-Nutzern per Online-Voting bestimmt werden, die Siegerfotos. Die schönsten Motive werden mit attraktiven Gewinnen prämiert, wie mit einer Fahrt im Heißluftballon „Mein Naturpark!“ oder mit Gutscheinen, die der Lidl Fotoservice in jedem Jahr z. B. für Premium-Hardcover-Fotobücher zur Verfügung stellt. Einzelne Naturparke haben auf dem Fotowettbewerb aufbauend eigene, regionale Fotowettbewerbe gestartet.



Heimat für Naturentdecker

Nationale Kampagnen und Aktionen

„Heimat neu entdecken“ Plakatkampagne 2008/2009

Für die meisten Menschen ist „Heimat“ der Ort ihrer Kindheit und Jugend. „Heimat“, das sind aber auch Natur und Landschaft, in denen wir aufgewachsen sind sowie unsere Kultur und unsere Traditionen. Naturparke in Deutschland bewahren dieses Gut für die Menschen und mit den Menschen. Sie engagieren sich für die Vielfalt in unserer Kulturlandschaft, machen Natur erlebbar, bieten Orte der Erholung und Entspannung und unterstützen Konzepte zur Entwicklung der Region. Die Kampagne hat den Begriff „Heimat“ neu besetzt und in den Naturparks erlebbar gemacht.

Mit zusätzlicher Unterstützung des Unternehmens „awk Aussenwerbung“ aus Koblenz startete im Oktober 2008 eine bundesweite Plakatkampagne mit mehr als 10.000 Großflächenplakaten. Die Plakatkampagne mit einem Mediawert von ca. 1,3 Mio. Euro generierte nach

den Erfahrungswerten von awk ca. 328 Millionen Kontakte. Die vier Plakatsmotive „Genussverstärker“, „Überflieger“, „Naturentdecker“ und „Schusters Rappen“ sowie ein Gewinnspiel auf www.naturparke.de machten die Bevölkerung auf die Naturparke aufmerksam und motivierten dazu, Naturparke zu besuchen. Hauptpreise in den beiden Gewinnspielen in 2008 und 2009 waren je fünf Kurzreisen in Naturparke, die von den Naturparks und ihren Partnern kostenlos zur Verfügung gestellt wurden. Durch die Plakatkampagne wurde regional und bundesweit die Aufmerksamkeit für Naturparke in den Medien, in Politik und Gesellschaft erhöht.

Begleitend zur Plakatkampagne entstanden Freianzeigen mit acht Motiven in unterschiedlichen Formaten, die über Naturparke an Medienpartner und bundesweit an mehr als 1.000 Anzeigenredaktionen verschickt wurden. Die Anzeigenmotive werden weiterhin über www.naturparke.de bereitgestellt.

*„Haben Sie schon unsere Plakate
,Heimat für Genussverstärker‘,
,Heimat für Überflieger‘,
,Heimat für Naturentdecker‘ oder
,Heimat für Schusters Rappen‘
in Ihrer Umgebung entdeckt?
Unsere Plakatkampagne auf Groß-
flächen soll Lust machen, Natur und
Landschaft vor der Haustür – Ihre
Heimat – neu zu entdecken. Was sagt
Ihnen ‚Heimat‘ und wie gefallen
Ihnen unsere Motive? Ihre Antwort
belohnen wir mit attraktiven Gewinnen.“*

Ankündigung des Gewinnspiels auf
www.naturparke.de





Himmliche Ausblicke Heißluftballon „Mein Naturpark!“

Im Mai 2011 starteten der VDN und die Naturparke die Kampagne „Mein Naturpark!“ in Bonn mit der Taufe eines Heißluftballons. Den Heißluftballon produzierte die Skytours Ballooning GmbH, die den Ballon auch in den kommenden Jahren im normalen Fahrgeschäft einsetzt. Die Produktion der Ballonhülle wurde durch ein zusätzliches Sponsoring der Unternehmen Kaufland und Lidl ermöglicht.

Für Veranstaltungen der Naturparke bietet Skytours die Buchung des Ballons zu Sonderkonditionen an. Ballonfahrten waren der Hauptpreis in mehreren großen Gewinnspielen. Neben dem Gewinnspiel „Mein Naturpark!“ auf www.meinnaturpark.de und im Fotowettbewerb „Mein Naturpark!“ sind hier auch das Gewinnspiel im Naturpark Ebbegebirge zum „Wandertag zur biologischen Vielfalt“ und Gewinnspiele des Unternehmens Kaufland, beispielsweise im „TIP der Woche“, zu nennen.

Ausgezeichnete Idee Prominente für Parks

Zahlreiche Persönlichkeiten haben die Kampagne „Mein Naturpark!“ auf Bundesebene und als Naturpark-Botschafter in den Naturparks unterstützt. Schirmherr war der zum Zeitpunkt des Kampagnenstarts amtierende Bundesumweltminister Dr. Norbert Röttgen. Die Aktion „Wir sind Naturpark-Botschafter“ stellte sich als das innovativste Element der Kampagne heraus.

Für die gute Idee und Umsetzung ist die Kampagne „Mein Naturpark!“ im Wettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“ von der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ als „Ausgewählter Ort 2012“ ausgezeichnet worden.



Mein Naturpark!

Kampagne 2011/2012

Der Verband Deutscher Naturparke und die Naturparke führten 2011 und 2012 die Kampagne „Mein Naturpark!“ durch. Mit der Kampagne luden 104 Naturparke in Deutschland die Menschen ein, „ihren“ Naturpark kennen zu lernen. „Mein Naturpark“, das kann der Ort

sein, in dem man zu Hause ist, in dem geboren oder aufgewachsen ist. Es kann aber auch der Ort sein, den man in der Freizeit oder im Urlaub besucht, der Lieblingsort für Naturerleben und Erholung in Deutschland – sei es für einen Ausflug, für ein Wochenende im Grünen oder den Sommerurlaub, alleine, mit Freunden oder Familie.



Die Präsidentin des Bundesamtes für Naturschutz (BfN), Frau Prof. Beate Jessel, taufte mit Dr. Michael Arndt (VDN), Ministerialdirigent Rudolf Ley (BMU), Hergen Blase (Kaufland) und Christoph Kraus (Lidl, rechts) den Heißluftballon.

Hergen Blase (Kaufland, links) und Thomas Kobold (Lidl, rechts) freuen sich mit Dr. Michael Arndt über die Auszeichnung der Kampagne.





Gut für die Region Die Naturpark-Botschafter

Die Schar der aktuell über 160 Naturpark-Botschafter reicht vom Bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer für den Naturpark Altmühltal über den Nobelpreisträger für Ökonomie Prof. Dr. Reinhard Selten für den Naturpark Siebengebirge bis zur Deutschen Edelsteinkönigin Magdalena Meng für den Naturpark Saar-Hunsrück. Aus ganz Deutschland haben sich Persönlichkeiten aus Politik, Gesellschaft, Kultur, Sport, Tourismus sowie Natur- und Landschaftsschutz mit ihrem Engagement für die Region unter dem Dach der Naturpark-Botschafter zusammengefunden. Mit einem Statement bringen sie zum Ausdruck, warum sie ihren Naturpark unterstützen.

Die Aktion „Wir sind Naturpark-Botschafter“ wurde von den Naturparken begeistert aufgegriffen. Sie bietet die Möglichkeit, prominente Unterstützer zu gewinnen, die mit ihrer Popularität die Arbeit des jeweiligen Naturparks sehr unterstützen. Weil diese Aktion bei den Naturparken und in der Öffentlichkeit auf große Zustimmung gestoßen ist, wird sie über den Kampagnenzeitraum hinaus fortgesetzt.

Wandern für Vielfalt Bundesweiter Wandertag

Im Rahmen des vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) und dem Bundesumweltministerium (BMU) ausgerufenen „Wandertages zur biologischen Vielfalt“ wanderte Bundesumweltminister Röttgen am 20. Mai 2011 im Naturpark Nordeifel. Am 22. Mai waren Katharina Reiche, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium und Dr. Heinrich-Daniel Rühmkorf, Staatssekretär im brandenburgischen Umweltministerium, zu Gast im brandenburgischen Naturpark Nuthe-Nieplitz. Eine Woche später besuchte Ursula Heinen-Esser, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, den Naturpark Rheinland und nahm mit ihrer Tochter an einer Exkursion mit den Naturpark-Entdecker-Westen teil.



Gute Aussichten Gewinnspiel „Mein Naturpark!“

Die Gewinnspiele 2011 und 2012 zu „Mein Naturpark!“ lockten als breit angelegte Mitmachaktion im Internet über 5.000 Teilnehmer. Die Teilnehmer konnten „ihren“ Naturpark auf der Deutschlandkarte suchen, namentlich benennen und einige Fragen zu Naturparks beantworten. Hauptbotschaft aus der Auswertung der Gewinnspiele ist, dass die Menschen Naturparke hauptsächlich mit den Begriffen „Geschützte Natur“, „Natur erleben“ und „Erholung“ in Verbindung bringen.

Beworben wurde das Gewinnspiel über eine Postkarte und das Internet. Neben dem jeweiligen Hauptgewinn, einem Kurzurlaub für 2 Personen in einem Naturpark, wurden Fahrten mit dem Heißluftballon „Mein Naturpark!“, Gutscheine für Naturpark-Spezialitäten und Buchpreise der Buchreihe „Natur erleben“ verlost.



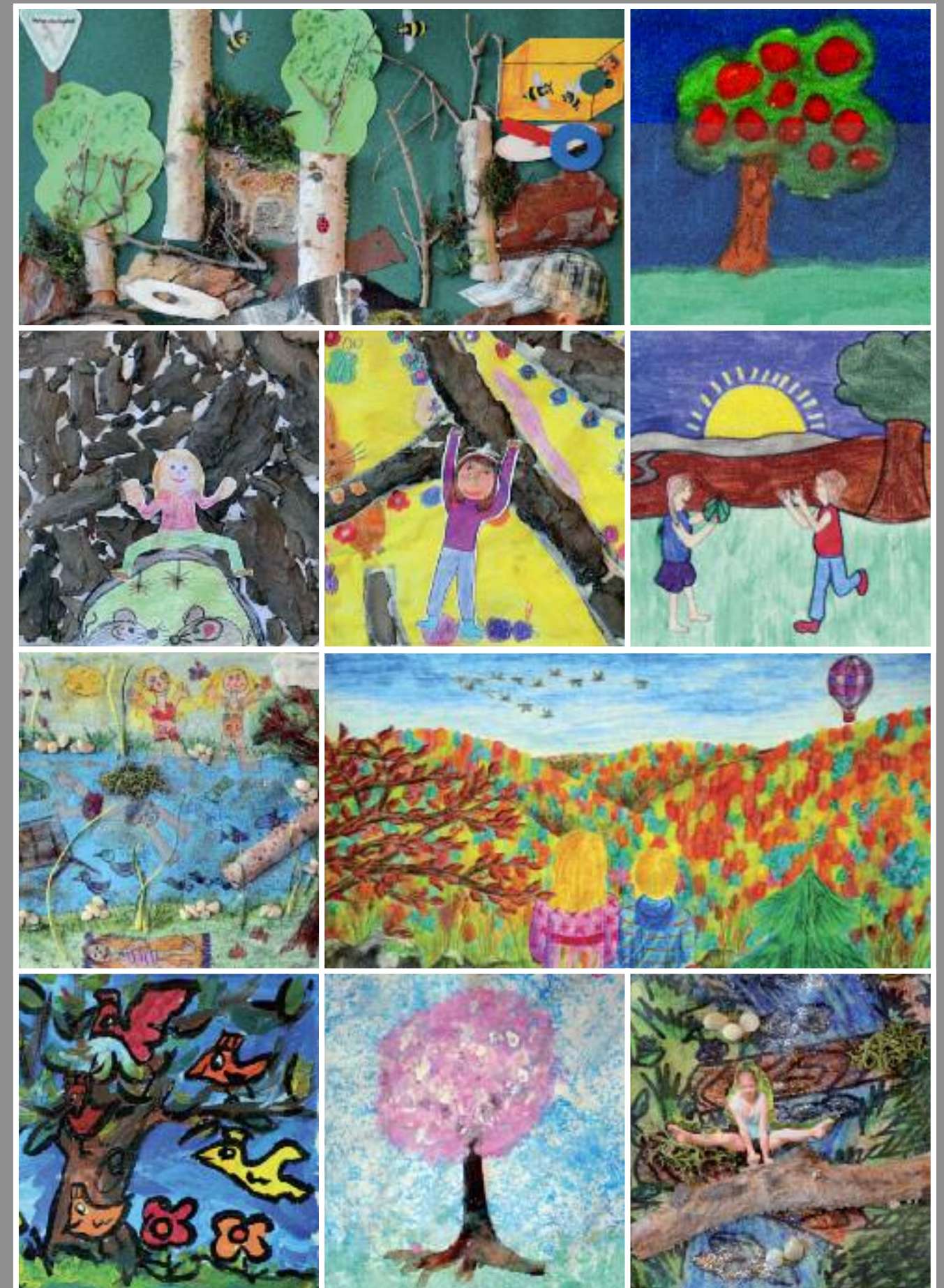
Kleinkunst Mal- und Fotowettbewerb

In den Kampagnenjahren lobte der VDN als Aktionen für Kinder im 3.–4. Schuljahr die Malwettbewerbe „Male Deinen Naturpark!“ (2011) und „Mein Lieblingsort im Naturpark!“ (2012) aus. Kommuniziert wurden die Malwettbewerbe über einen Stundenplan, der in hoher Auflage an Schulen verteilt wurde.

Im Kampagnenjahr 2012 führte der VDN den Fotowettbewerb „Mein Naturpark!“ im Fotoportal www.naturparkfotos.de durch. Fotografinnen und Fotografen waren eingeladen, sich aus ihrem ganz persönlichen Blickwinkel mit Bildern aus „ihrem“ Naturpark am Wettbewerb zu beteiligen.

Miteinander Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit

Für die Kampagne „Mein Naturpark!“ stellte der VDN im „Blätterwerk“ Vorlagen für Plakate, Anzeigen, Displays und andere Produkte bereit, die die Naturparke mit ihrem eigenen Logo und eigenen Veranstaltungshinweisen für ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit produzieren und nutzen konnten. Daneben wurden verschiedene kostenlose Publikationen und Werbeprodukte angeboten.



Die Welt im Blick

Internationale Kampagnen

9. UN-Naturschutzkonferenz 2008

Anlässlich der 9. UN-Naturschutzkonferenz (COP9) im Mai 2008 in Bonn mit dem „Tag der Artenvielfalt“ am 22. Mai zeigten der VDN und zahlreiche Naturparke mit Aktionen und Veranstaltungen auf, welchen Beitrag sie zum Erhalt der biologischen Vielfalt und zu einem bundesweiten Biotopverbund in Deutschland leisten.

Zum „Europäischen Tag der Parke“ am 24. Mai bot der dem Tagungsort Bonn nächstgelegene Naturpark Siebengebirge für die Delegierten der Konferenz Exkursionen in den Naturpark an. Das Siebengebirge als eines der ältesten deutschen Naturschutzgebiete wurde bereits 1958 zum Naturpark erklärt. Im Anschluss an die Exkursionen waren die Delegierten Gast im Naturparkhaus und konnten bei einem Buffet aus regionalen Produkten „am eigenen Leib“ erfahren, wie der Naturpark durch die Förderung regionaler Produkte die Erhaltung der biologischen Vielfalt unterstützt.

Internationales Jahr der biologischen Vielfalt 2010

Die Vereinten Nationen hatten 2010 als „Internationales Jahr der biologischen Vielfalt“ ausgerufen. Der VDN und die Naturparke unterstützten dieses Themenjahr und den Wandertag zur biologischen Vielfalt, den das Bundesumweltministerium (BMU) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) im Zeitraum vom 20. Mai bis 30. Juni 2010 durchführten, mit zahlreichen Veranstaltungen und Exkursionen zum Naturerleben und zur Tier- und Pflanzenwelt in den Naturparken.

Internationales Jahr der Wälder 2011

2011 beteiligten sich der VDN und die Naturparke an den Aktivitäten zum „Internationalen Jahr der Wälder“, das von den Vereinten Nationen ausgerufen worden war. Mit dem federführenden Bundeslandwirtschaftsministerium (BMELV) sowie der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) entwickelte der VDN den Fotowettbewerb „Ohne ihn“, dessen Website auf dem VDN-Fotoportal www.naturparkfotos.de basierte. Ca. 2.000 Teilnehmer stellten hier etwa 6.000 Bilder ein. Der VDN-Fotowettbewerb 2011 stand passend zum „Internationalen Jahr der Wälder“ unter dem Thema „Faszination Wald“. Etwa 5.000 Bilder wurden von ca. 3.000 Nutzern des Fotoportals im Wettbewerb angemeldet. Hier war ebenfalls die SDW Kooperationspartner. Zusätzlich führten der VDN und die SDW für Kinder der Klassenstufen 3 und 4 und ganze Schulklassen den Waldentdecker-Malwettbewerb „Was hast Du im Wald entdeckt?“ durch. Die Gewinner wurden aus über 7.500 Einsendungen von 571 Einzelteilnehmern und 310 Schulklassen ermittelt.

„Die historisch gewachsenen Kulturlandschaften mit ihrer Vielfalt an Arten und Lebensräumen sind das wichtigste Kapital der Naturparke.“

Dr. Michael Arndt, Präsident
Verband Deutscher Naturparke

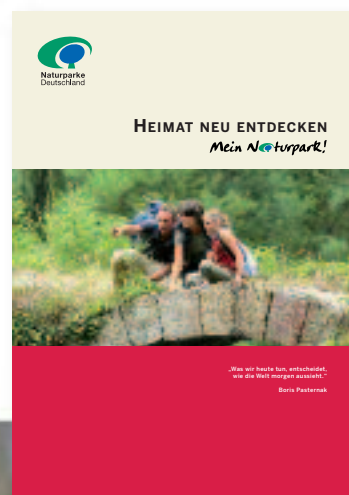
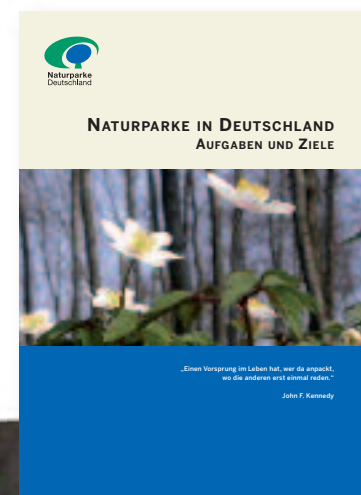


Gutes in Wort und Bild

Publikationen

„Naturparke in Deutschland – Aufgaben und Ziele“

Im „Jahr der Naturparke“ 2006 setzte der Verband Deutscher Naturparke mit dem „Petersberger Programm der Naturparke in Deutschland“ Schwerpunkte für die Entwicklung der Naturparke in Deutschland in den kommenden Jahren. Neben der Erhaltung der biologischen Vielfalt und der Integration von Naturnutzung und Naturschutz im Zuge einer nachhaltigen Regionalentwicklung werden hier auch die Aufgabenbereiche „Nachhaltiger Tourismus und Erholung“ sowie „Information und Bildung“ konkretisiert. Die Broschüre „Naturparke in Deutschland – Aufgaben und Ziele“ stellt das „Petersberger Programm“ und dessen Umsetzung in den Mittelpunkt und bildet somit die Leitlinie für die Entwicklung der Naturparke in Deutschland.



„Heimat neu entdecken – Mein Naturpark!“

Den Bayerischen Wald, den Harz, das Siebengebirge, das Altmühltal oder die Eifel kennt fast jeder. Dass es sich hier um Naturparke handelt, ist aber oft nicht bekannt. Selbst die Menschen, die in einem Naturpark oder in der Nähe eines Naturparks wohnen, haben oft wenig Kenntnis von ihrem Naturpark. Die Broschüre „Heimat neu entdecken – Mein Naturpark!“ kommuniziert als Basisinformation die Grundlagen der Arbeit der Naturparke und zeigt den Nutzen auf, den die Menschen von „ihrem“ Naturpark haben. Gleichzeitig werden die Menschen eingeladen, ihren Naturpark, seine faszinierende Natur und Landschaft sowie seine besonderen Erlebnisangebote zu entdecken.

„Naturparke stärken ländliche Räume“

Die ländlichen Räume mit ihren prägenden Kulturlandschaften zu stärken und weiterzuentwickeln wird immer wichtiger. Bund, Länder und Kommunen verfügen dabei über unterschiedliche Steuerungs- und Förderinstrumente. Die Broschüre „Naturparke stärken ländliche Räume“ zeigt aus der Fülle erfolgreicher Projekte exemplarisch, wie Naturparke mit ihrer Arbeit die Regionen stärken und Fördermittel erfolgreich einsetzen.



„Auf guten Wegen – Mein Naturpark!“

„Auf guten Wegen“ gibt mit einer farbigen Kartendarstellung und der Auflistung der Kontaktadressen einen Überblick über die Naturparke in Deutschland. Die im Endformat als mehrseitiger Flyer gestaltete Publikation wird besonders auf Infoveranstaltungen und Messen gerne mitgenommen.

„Reisen in die Naturparke“

„Reisen in die Naturparke“ wird seit 2007 in jedem Jahr veröffentlicht. Mittlerweile erscheint die Broschüre bereits in der 7. Auflage in einer Auflagenhöhe von 200.000 Exemplaren. „Reisen in die Naturparke“ stellt ausgewählte Naturparke in Kombination mit buchbaren Reiseangeboten vor.

Hierzu können Naturparke oder deren touristische Partner eine halbe, ganze Seite, oder auch mehrere

Seiten buchen. Die Angebote aus der Reisebroschüre werden zusätzlich im Urlaub- und Freizeit-Portal auf www.naturparke.de eingepflegt.





Bilder, die bewegen

Audio-Slide-Shows

Der VDN realisiert seit 2010 3- bis 5-minütige Audio-Slide-Shows zu verschiedenen Aufgabenfeldern der Naturparke, wie z. B. „Zartes Glück“ zum Thema „Biologische Vielfalt“. Hierfür werden hauptsächlich Fotos aus dem Fotoportal des VDN verwendet. Die Audio-Slide-Shows können auch die Naturparke für ihre Arbeit frei verwenden.

Der VDN hat einen eigenen Youtube-Channel auf www.youtube.com/user/Naturparke eingerichtet, auf dem die Slide-Shows zu sehen sind.



Vielfalt erhalten – Zartes Glück

Naturparke in Deutschland – Großes Kino

Heimat neu entdecken – Mein Naturpark!

Naturlandschaften im Überblick

Buchreihe Natur erleben



2011 veröffentlichte der VDN als Herausgeber in Kooperation mit Europarc Deutschland im Klartext Verlag die elfbändige Buchreihe „Natur erleben“.

Die Buchreihe stellt erstmals alle Naturparke, Biosphärenreservate und Nationalparke gegliedert nach den einzelnen Bundesländern vor. Sie informiert über Natur und Kultur und bietet attraktive Angebote für Naturerleben und Erholung mit Routenvorschlägen, beispielsweise für Wanderungen, Fahrrad-, Kanu- und Inlinetouren. Zu den Besonderheiten der Regionen, die es zu entdecken gilt, zählen auch regionaltypische Produkte und gastronomische Angebote. Zudem gibt es ein Beherbergungsverzeichnis mit Informationen zu ausgewählten Betrieben, die von VDN- und Naturpark-Partnern zur Verfügung gestellt wurden.

Vor dem Verkauf im Buchhandel im August 2011 wurde die Buchreihe „Natur erleben“ Anfang Juli (KW 27) und Anfang September (KW 36) bundesweit in allen Lidl-Filialen angeboten. Dadurch wurde die Buchreihe sehr unterstützt und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.





Auf zahlreichen Veranstaltungen und auch Messen stellt der VDN seine Arbeit und die Arbeit der Naturparke vor (oben: TourNatur; Mitte rechts: ITB 2010; Mitte links: Woche der Umwelt 2012; unten: Weihnachtsbaum für den Deutschen Bundestag 2012).

Öffentliche Auftritte

Messen & Co.

Internationale Tourismusbörse Berlin

Der VDN ist in jedem Jahr auf der „Internationalen Tourismusbörse“ (ITB) in Berlin vertreten. In den Jahren 2005–2011 war er Mitaussteller der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Über 11.000 Unternehmen aus 180 Ländern stellen auf der ITB den fast 200.000 Besuchern ihre touristischen Angebote vor. Der VDN präsentierte sich auf der ITB auch mit Fachveranstaltungen zu aktuellen touristischen Themen, wie Gesundheit, Klimaschutz sowie Bedeutung der Naturparke für die Stärkung des Inlandtourismus. 2011 stellte der VDN auch die Kampagne „Mein Naturpark!“ vor. Zudem wurden Veranstaltungen zu besonderen Anlässen durchgeführt: 2008 feierte der VDN die Gründung des 100sten Naturparks in Deutschland; 2010 schlossen die Naturpark-Verbände aus Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg auf der ITB öffentlichkeitswirksam eine Kooperationsvereinbarung; 2012 unterzeichnete der VDN anlässlich des „Tags des Barrierefreien Tourismus“ mit 13 Bundesverbänden der Menschen mit Behinderungen eine Rahmenzielvereinbarung zum barrierefreien Naturerleben in den deutschen Naturparken.

Weihnachtsbaum für den Deutschen Bundestag

Seit dem Jahr 2002 stellt jedes Jahr zu Weihnachten ein Naturpark gemeinsam mit dem VDN einen Weihnachtsbaum für die Mitglieder und Mitarbeiter/innen des Deutschen Bundestags im Westeingang des Deutschen Bundestags auf. Der Weihnachtsbaum wird jeweils von einer Schulklasse geschmückt, die mit nach Berlin reist und die Übergabe des Baumes durch ein adventliches musikalisches Rahmenprogramm mitgestaltet. Übergeben wird der Baum in jedem Jahr an an den Bundestagspräsidenten oder einen seiner Stellvertreter.

Outdoormesse „TourNatur“

Der VDN ist seit 2007 in jedem Jahr auf der „TourNatur“ in Düsseldorf präsent, der wichtigsten Messe in Deutschland für Wandern und Trekking. Der VDN beteiligte sich in den Jahren 2007–2012, zum Teil gemeinsam mit einzelnen Naturparken, an einem Gemeinschaftsstand mit dem Deutschen Wanderverband.

Bildungsmesse „didacta“

Auf der Bildungsmesse „didacta“ in Hannover im Jahr 2009 hat der VDN mit Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und des Unternehmens Kaufland seine umweltpädagogischen Angebote vorgestellt. Am Kaufland-Umweltmobil konnten sich Besucher über das Umweltpädagogikprogramm „Erlebnis-Umwelt“ rund um den echten Uhu Ben, den Umweltbotschafter von Kaufland, informieren. Der VDN stellte Beispiele aus den Naturparken für einen etwas anderen Klassenausflug vor. Das Umweltbildungs-Internetportal unter www.naturparke.de ermöglicht Lehrkräften, zielgruppengenaue außerschulische Bildungsangebote in Naturparken zu finden.

Woche der Umwelt 2012

Im Rahmen der vierten „Woche der Umwelt“ des Bundespräsidenten und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) im Park von Schloss Bellevue in Berlin stellte der VDN als eine von 200 ausgewählten Organisationen seine zukunftsweisenden Umweltprojekte „Naturgenuss in den Naturparken schützt biologische Vielfalt und Klima“ und „Dauerhaft innovativ – Umweltbildungsarbeit in Naturparken“ den über 10.000 Gästen vor.

Barrieren überwinden

Naturparke für alle

„Damit das Mögliche entsteht, muss das Unmögliche versucht werden.“

Hermann Hesse, Schriftsteller

Natur zu erleben ist ein Grundbedürfnis eines jeden Menschen. Menschen mit Behinderungen, Familien mit Kindern sowie deren Angehörigen und Freunden ist dies häufig nicht gemeinsam möglich, weil die vorhandenen Angebote für sie oft nur eingeschränkt nutzbar sind. Für viele ist daher ein Ausflug oder eine Reise ohne großen planerischen Aufwand keine Selbstverständlichkeit. Sie bauen deshalb auf verlässliche Informationen zur Zugänglichkeit, bevor sie touristische Ziele aufsuchen.



Im Aufwind Barrierefreie Angebote

Der VDN engagiert sich seit 2007 dafür, dass barrierefreie Angebote in den deutschen Naturparken entstehen. In den letzten Jahren haben viele Naturparke Angebote erarbeitet, die es allen Menschen ermöglichen, die Natur- und Kulturlandschaften zu entdecken. Dazu zählen barrierefreie Wanderwege, Exkursionen mit Gebärdendolmetscher und barrierefreie Besucherzentren. Diese Angebote sind immerhin für 35 % der Bevölkerung (Quelle: JoB Medienbüro, Berlin) essentiell, um Pflanzen- und Tierwelt hautnah kennenlernen zu können.

„Naturparke für Alle“ Barrierefreies Naturerleben in Deutschland

2007 hat der VDN gemeinsam mit der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle (NatKo) die Broschüre „Naturparke für Alle – Barrierefreies Naturerleben in Deutschland“ veröffentlicht. Umfangreiche Informationen zu barrierefreien Angeboten aus 38 Naturparken wurden darin für unterschiedliche Zielgruppen gebündelt und vorgestellt. 2009 erfolgte eine Neuauflage dieser Publikation mit barrierefreien Angeboten aus 56 Naturparken. Die Publikation erschien jeweils in einer Auflage von 10.000 Exemplaren.



Landerlebnisse Das E-Magazin

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Landschriftenverlag hat der VDN 2012 die Broschüre „Naturparke für Alle – Barrierefreies Naturerleben in Deutschland“ erneut aktualisiert und als elektronisches Magazin veröffentlicht. In der Mai-Ausgabe des E-Magazins „Landerlebnisse“ des Deutschen Landschriftenverlages, das an 300.000 Adressaten und zusätzlich 17.000 Abonnenten versandt wurde, gab es die Sonderausgabe „Barrierefreier Landurlaub“, in welchem die Angebote aus „Naturparke für Alle“ erschienen sind.

Gemeinsam geht's Zielvereinbarung Barrierefreiheit

Nach dem Behindertengleichstellungsgesetz sollen zwischen anerkannten Behindertenverbänden und Unternehmen sowie Unternehmensverbänden Zielvereinbarungen zur Herstellung von Barrierefreiheit abgeschlossen werden. Das Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit ist dafür zuständig, Standards der Barrierefreiheit zu entwickeln und in Zielvereinbarungen umzusetzen.

Der VDN hat am 8. März 2012 auf der ITB in Berlin die Rahmenzielvereinbarung zum barrierefreien Naturerleben in den Deutschen Naturparken mit 13 Bundesverbänden der Menschen mit Behinderungen unterzeichnet. Ziel des VDN ist es, die in diesem Themenfeld aktiven Naturparke durch einen bundesweiten Rahmen zu unterstützen und aufzuzeigen, wie das Thema Barrierefreiheit in der praktischen Arbeit der Naturparke berücksichtigt werden kann.

Naturparke können sich der Zielvereinbarung auf freiwilliger Basis anschließen. Wichtig ist dabei, dass die Naturparke sich nach den Bedingungen vor Ort und aufgrund der vorhandenen Ressourcen entscheiden können, welche Maßnahmen in ihrer Region umgesetzt werden. Bis Mitte 2013 wird ein Leitfaden erarbeitet, der weitere konkrete Informationen und erfolgreiche Beispiele für die Umsetzung der Zielvereinbarung liefert.



Lernen begeistert

Umweltbildung

„Wer an der Jugend spart, wird in Zukunft verarmen.“

Adolf Haslinger, Germanist

Die frühzeitige Sensibilisierung junger Menschen ist entscheidend für ihr späteres umweltbewusstes Handeln als Erwachsene. Eine wichtige Aufgabe der Naturparke ist es deshalb, Kindern und Jugendlichen Naturerlebnisse zu ermöglichen und sie so für die Ziele des Naturschutzes und die Arbeit der Naturparke zu sensibilisieren. Um die Initiativen zur Umweltbildung in den Naturparken Deutschlands gerade der jüngeren Generation nahezubringen, hat der VDN verschiedene Umweltbildungsmaterialien veröffentlicht und Umweltbildungsprojekte gestartet. Damit unterstützt der VDN die Naturparke insbesondere in ihrer Zusammenarbeit mit Schulen. Auf spielerischem Wege sollen Kinder und Jugendliche an die Natur, die Tier- und Pflanzenwelt sowie die kulturhistorischen Wurzeln der Regionen herangeführt werden. Ihnen sollen die Aufgaben und Ziele der Naturparke vermittelt und Begeisterung für deren Arbeit geweckt werden.





Grüne Klassenzimmer Naturparke machen Schule

„Denken ist wundervoll, aber noch wundervoller ist das Erlebnis.“ Getreu diesem Motto von Oscar Wilde laden Naturparke mit ihren speziellen Angeboten für Schulen zum Natur entdecken vor der Klassentür ein und zeigen, dass Lernen immer dann am meisten Spaß macht, wenn es einfach nebenher passiert. Mit Förderung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) führte der VDN von Juli 2007 bis Juli 2009 das Umweltbildungsprojekt „Naturparke machen Schule“ durch.

Im Rahmen dieses Projekts ist neben Unterrichtsmaterialien, die Schulklassen den Zugang zu den Naturparken in Deutschland ebnet, im Internet eine Plattform für die vielfältigen Schulangebote der Naturparke entstanden, die direkt in die Natur und zu unmittelbaren Naturerlebnissen führen. Auf der Internetseite www.naturparke.de/schulangebote sind zahlreiche Angebote aus ganz Deutschland zu den Bereichen

„Touren auf eigene Faust“, „geführte Exkursionen“, „Lernorte“ und „mehrtägige Klassenfahrten“ eingestellt. Egal ob eine Exkursion in einen Wald in der Nähe, eine Bootstour während der Klassenfahrt oder ein Ausflug zum nächsten Naturparkzentrum: die Möglichkeiten zum Staunen und Entdecken in den Naturparken sind vielfältig. Wissenschaftlich begleitet wurde das Projekt von Herrn Prof. Dr. Hans-Peter Ziemek vom Institut für Biologiedidaktik der Universität Gießen.

Das Projekt wurde von der UNESCO als offizielles Projekt der Weltdekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet. Die Fortführung des Projektes erfolgt im Rahmen der Kooperation mit den Unternehmen Kaufland und Lidl.



Auch für Große Naturpark-Freunde

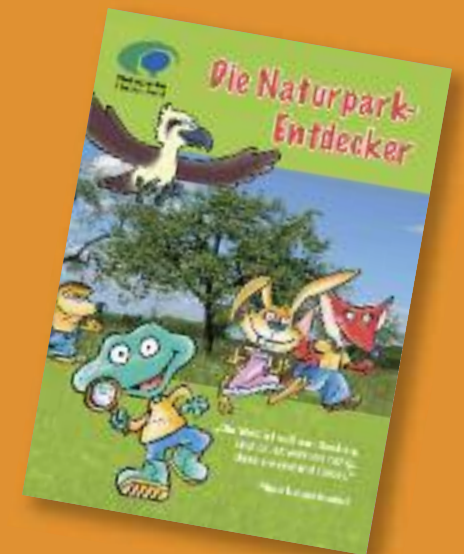
Für die Öffentlichkeitsarbeit und die Illustration von Kinder- und Jugendprojekten hat der Zeichner Justo G. Pulido für den VDN die Maskottchen „Naturpark-Freunde“ entwickelt. Die fünf Freunde Henriette Hase, Fridolin Fischadler, Igor Igel, Frieda Fuchs und Lasse Laubfrosch verkörpern Tierarten, die in den meisten Naturparken anzutreffen sind. Die „Naturpark-Freunde“ werden nicht nur vom VDN eingesetzt, sondern stehen auch den Naturparken für ihre Umweltbildungsarbeit zur Verfügung.



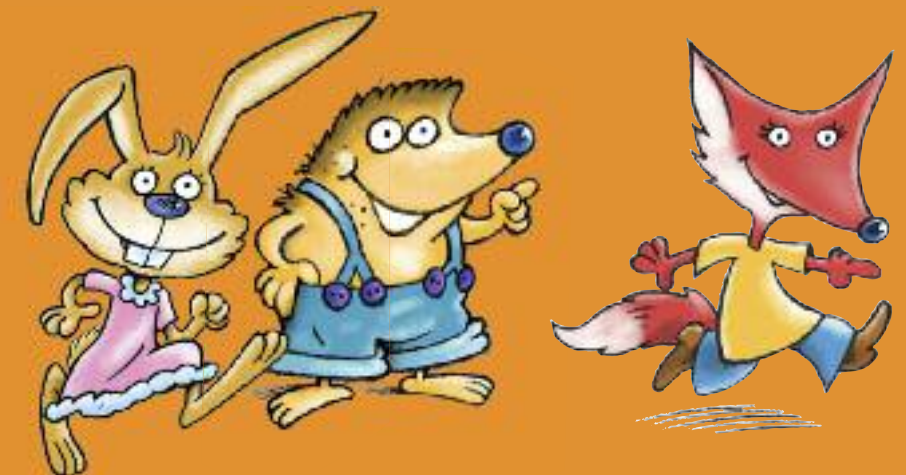
Prinz in Gefahr Naturpark-Entdecker-Heft

Ein Prinz ist in Gefahr und nur die fünf Naturpark-Freunde können ihn noch retten. Das Naturpark-Entdecker-Heft ist ein spannendes Abenteuer für Kinder, bei dem der Lebensraum „Streuobstwiese“ zur Einstimmung in die Naturpark-Thematik dient. Daneben widmet sich das Heft den Themen Pflanzen, Tiere, Steine, Kultur und Geschichte. Zu jedem Thema gibt es im Heft jeweils eine Mitmachaufgabe, einen Entdeckertipp für das Naturpark-Erlebnis vor der Haustür sowie einen interessanten Wissenstipp. Im Jahr 2009 erschien die erste Auflage mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren. 2010 gab es einen Nachdruck von 50.000 Exemplaren.

25.000 weitere Exemplare wurden für 17 Naturparke mit deren eigenem Naturpark-Logo gedruckt.



Das von der DBU geförderte Projekt „Naturparke machen Schule“ wurde von der Deutschen UNESCO-Kommission im Rahmen der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ als „Offizielles Projekt der Weltdekade 2008/2009“ ausgezeichnet.



Für Abenteurer Naturpark-Entdecker- Westen

Ausgestattet mit allen wichtigen Exkursionsmaterialien auf eigene Faust die Natur vor der Klassentür entdecken und sich dabei fühlen wie ein echter Abenteurer – das ist die Idee der „Naturpark-Entdecker-Westen“, die im Rahmen der Kooperation mit den Unternehmen Kaufland und Lidl entwickelt wurde.

Das Besondere an dieser Weste ist, dass sich zahlreiche Exkursionsmaterialien wie Becherlupe, Bestimmungshilfen, Kompass etc. in den vielen Taschen der Weste befinden. So kann jeder Teilnehmer bestens ausgestattet eigenständig auf Entdeckungsreise gehen und im individuellen Tempo die Natur entdecken.

Für den Einsatz der Westen hat der VDN mit Förderung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und mit wissenschaftlicher Begleitung durch den Lehrstuhl für Biologiedidaktik der Universität Gießen pädagogische Materialien für verschiedene Zielgruppen entwickelt. Dazu zählen Grundschüler ebenso wie Kinder mit Migrationshintergrund und Kinder mit geistiger Behinderung.

Die Ergebnisse zeigen den Erfolg der Entdecker-Westen: Fast alle befragten Schüler sind begeistert von der Weste, hätten gerne eine Weste und würden sich gerne alleine mit der Weste in der Natur beschäftigen. Grundsätzlich erweist sich die Kombination eines Aufenthaltes in einem Naturpark mit dem Einsatz der Entdecker-Westen für Kinder im Grundschulalter als eine höchst effektive Lern- und Erlebnismöglichkeit. Mittlerweile sind die Entdecker-Westen in 40 Naturparks in Deutschland und zwei Naturparks in Luxemburg im Einsatz.





Uhu on Tour „Erlebnis Umwelt“



Er ist der Umweltbotschafter von Kaufland und besucht mit dem Kaufland-Umweltmobil jedes Jahr Schulen, Kindergärten, Kaufland-Filialen und Naturparke in ganz Deutschland.

Besucher zum Staunen bringen wollen Uhu Ben und sein „Ziehvater“ Albrecht Trenz auf der „Erlebnis Umwelt“-Tour von Kaufland. Jährlich nehmen ca. 20.000 Kinder an diesem Umweltpädagogikprogramm rund um Tiere, Natur, Umwelt- und Klimaschutz teil. Mit diesem Programm engagiert sich Kaufland in der Umweltbildung. Der VDN ist Partner dieser Initiative. „Erlebnis Umwelt“ macht Natur- und Umweltthemen spielerisch (be)greifbar und zeigt, wie faszinierend heimische Tiere und Pflanzen sein können. Die Kinder lernen von Uhu Ben, wie jeder Einzelne durch eine umweltbewusste, nachhaltige Verhaltens- und Lebensweise einen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima leisten kann.

Im Rahmen der bundesweiten Tour besucht das Kaufland-Umweltmobil regelmäßig auch zahlreiche Infozentren und Veranstaltungen der Naturparke. Alle öffentlichen Termine sind während der Tour abrufbar unter www.kaufland.de/uhu-ben.



Das Engagement von Kaufland im Rahmen von „Erlebnis Umwelt“ wurde auch von der Deutschen UNESCO-Kommission gewürdigt. Sie hat „Erlebnis Umwelt“ im Rahmen der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ als „Offizielles Projekt der Weltdekade 2009/2010“ ausgezeichnet.



Angebote für Schulen

Begleitend zur alljährlichen „Erlebnis Umwelt“-Tour wird seit 2009 jedes Jahr eine Broschüre mit Naturerlebnisangeboten für Schulen in den an der Tour beteiligten Naturparks erstellt. Diese Broschüre wird auf der Tour an interessierte Besucher, Kindergartenleiter sowie Lehrer verteilt. Damit kann die einmal geweckte Begeisterung durch passende Naturpark-Angebote vor Ort weiter vertieft werden. Die Broschüre ist zudem im Internet unter www.kaufland.de/uhu-ben abrufbar.



Zukunft gestalten

Ausblick

„Die Zukunft kann man am besten voraussagen, wenn man sie selbst gestaltet.“

Alan Kay, Informatiker

Naturparke sind wichtiger denn je. Sie besitzen jahrzehntelange Erfahrungen darin, den Schutz von Natur und Umwelt mit der nachhaltigen Entwicklung ländlicher Regionen zu verbinden. Auch weil dieser Ansatz der Nachhaltigkeit gesamtgesellschaftlich immer wichtiger wird, nimmt die Bedeutung der Naturparke zu. Die Naturparke leisten wertvolle Beiträge zur Lösung von Problemen und geben Antworten auf Fragen, die die Gesellschaft in naher Zukunft beschäftigen werden.

Eines dieser Probleme heißt: Erhalt der biologischen Vielfalt. Gerade in der Verbindung von nachhaltiger Landnutzung und Naturschutz liegt eine Stärke der Naturparke. Hinzu kommen Entwicklung und Vermarktung von regionalen und umweltfreundlich erzeugten Produkten, bei denen der Bezug zur Heimat und der Beitrag zu nachhaltiger Landnutzung im Mittelpunkt stehen.

Mit ihrer Arbeit leisten die Naturparke einen wichtigen Beitrag zum Schutz des Klimas. Dies betrifft Erhalt und Entwicklung von klimasensiblen Lebensräumen wie Mooren oder Wäldern ebenso wie die Stärkung erneuerbarer Energien und die Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Auch als Region für Naturerleben, aktive Erholung und Urlaub gewinnen Naturparke an Wert. Vor dem Hintergrund des Klimawandels, der steigenden Energiepreise und der Globalisierung entdecken immer mehr Deutsche ihr Heimatland als Urlaubsland; sowohl für Gäste aus Deutschland wie auch für Gäste aus dem Ausland ist „Naturerleben“ ein wichtiges Motiv, um hier Urlaub zu machen.

Die Gesundheitswirtschaft schätzt ebenfalls das Erlebnis „Natur“, beispielsweise durch naturnahe Bewegung wie Wandern oder Radfahren und gesunde Ernährung. Die Weiterentwicklung der Naturpark-Idee stützt diese Trends.

Junge Menschen sind der Grundstock, aus dem die Gesellschaft wächst. Mit ihren Umweltbildungsangeboten für Kindergärten, Schulen und den außerschulischen Bereich vermitteln Naturparke Kindern und Jugendlichen authentische Erlebnisse in Feld, Wald und Flur. Damit unterstützen Naturparke das Heranreifen junger Menschen zu Erwachsenen, die Verantwortung nicht nur für Natur und Umwelt, sondern auch für ihre Heimat und letztlich für die Gesellschaft als Ganzes übernehmen.



Auch durch den demografischen Wandel wächst den Naturparken ein größeres Gewicht zu. Die Bevölkerung wird im Durchschnitt älter und die Einwohnerzahl sinkt.

Ländliche Räume kämpfen darum, für die Bevölkerung attraktiv zu bleiben. Hier leisten Naturparke einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der ländlichen Räume, auch indem sie Arbeitsplätze schaffen oder erhalten. Angesichts der Tatsache, dass die Zahl älterer und alter Menschen zunimmt, werden die Angebote der Naturparke für barrierefreies Naturerleben immer notwendiger.

Gut aufgestellt

Naturparke können entscheidende Beiträge zu zukunftsrelevanten Themen leisten, weil ihre Aufgaben gesetzlich abgesichert sind und öffentliche Träger Kontinuität garantieren:

- Naturparke haben in den Naturschutzgesetzen eine gesetzliche Aufgabenstellung, die Naturschutz und Umweltbildung mit einer nachhaltigen Tourismus- und Regionalentwicklung verbindet.
- Auf einem Viertel der Fläche Deutschlands präsentieren Naturparke die schönsten Landschaften. Ihre Angebote für Naturerleben und Erholung stärken die touristische Attraktivität der Regionen. Zahl und Größe der Naturparke sorgen dafür, dass alle Menschen in Deutschland einen oder mehrere Naturparke in ihrer Nähe finden.
- Die Trägerstrukturen der Naturparke haben sich bewährt, die Naturpark-Verwaltungen kooperieren eng mit Bundesländern, Landkreisen und Gemeinden.
- Naturparke profitieren von einem stabilen Partner-Netzwerk. Dieses Zusammenspiel ermöglicht, dass Naturparke – trotz begrenzter finanzieller und personeller Ressourcen – erfolgreich arbeiten können und hohe Akzeptanz in der Bevölkerung finden.

Netzwerk Naturparke

Damit Naturparke ihr Potenzial auch künftig entfalten können, sind sie weiterhin auf die Unterstützung durch Bundesländer, Landkreise und Gemeinden angewiesen. Dass sich diese Investition öffentlicher Mittel in die Naturparke „rechnet“, belegen allein schon die Studien zur touristischen Wertschöpfung, die Naturparke auslösen.

Darüber hinaus benötigen Naturparke ein starkes, bundesweites Netzwerk um ihre Arbeit ständig weiterentwickeln zu können. Auch hier gilt: Stillstand ist Rückschritt. Es wird zukünftig an Bedeutung gewinnen, den Austausch zwischen den Naturparken in verschiedenen Aufgabenbereichen zu organisieren und die Leistungen der Naturparke in die Gesellschaft hineinzutragen - durch kluge Kommunikation und professionelle Öffentlichkeitsarbeit. Dieses starke, bundesweite Netzwerk bietet der Verband Deutscher Naturparke (VDN) mittlerweile seit 50 Jahren.

Mit der Bedeutung und den Aufgaben der Naturparke steigen die Anforderungen, die an den VDN gestellt werden. Daher ist es für den Verband eine große Hilfe, mit den Unternehmen Kaufland und Lidl starke Partner an seiner Seite zu wissen. Die Förderung durch diese großen Handelsunternehmen macht es möglich, das Netzwerk der Naturparke zu stärken und auszubauen. So tragen alle Partner dazu bei, dass ländliche Räume in ganz Deutschland lebendig bleiben.

Die nächsten Schritte

Die nächsten Schritte im Rahmen der Kooperation, die die Unternehmen Kaufland und Lidl mit dem Verband Deutscher Naturparke bis 2016 verabredet haben, knüpfen an die Projekte an, die in dieser Broschüre vorgestellt wurden. Denn der VDN hat es sich von Beginn an zum Ziel gesetzt, mit Hilfe der Kooperationspartner Strukturen und Projekte aufzubauen, die den einzelnen Naturparken langfristig Nutzen bringen.

Im Bereich der **Kommunikation** zählt das Fotoportal www.naturparkfotos.de zu diesen Projekten. Es bietet

Fotografen eine Plattform zum Austausch und gibt sowohl dem VDN als auch den Naturparken ein umfangreiches Bildarchiv hochwertiger und kostenfrei nutzbarer Fotos an die Hand. Der langfristigen Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit dienen auch die Buchreihe „Natur erleben“, die jährliche Broschüre „Reisen in die Naturparke“ sowie das Online-Tool „Blätterwerk – Web2Print & mehr“, mit dem der VDN die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Naturparke unterstützt.

Mit dem Aufbau der Marke „Naturparke Deutschland“ hat der VDN den Rahmen geschaffen, um die Arbeit der Naturparke in Deutschland langfristig und erfolgreich zu kommunizieren. Der weitere Ausbau der Internet-Plattform www.naturparke.de ist dem VDN besonders wichtig. Dazu zählen Informationen für die einzelnen Bundesländer und die Vorstellung der „Naturpark-Führer“.

Für die Kampagne „Mein Naturpark!“ konnten Prominente als „Naturpark-Botschafter“ gewonnen werden. Diese erfolgreiche Aktion, die weitergeführt werden soll, verleiht den Naturparken in den Regionen noch mehr



Gewicht, weil sie breite Schichten der Bevölkerung erreicht. Die digitale Kommunikation soll in den kommenden Jahren verstärkt werden, indem der VDN und die Naturparke gemeinsam einen Newsletter auflegen.

Die Naturpark-Maskottchen, die fünf „Naturpark-Freunde“, die Internet-Plattform für Schulangebote, das Kinderheft „Naturpark-Entdecker“ und die „Naturpark-Entdecker-Westen“ bilden die Grundlage für die Aktivitäten des VDN und der Naturparke im Bereich **Umweltbildung**. Diese Grundlage wird in den kommenden Jahren gefestigt und ausgebaut. Ein nächster Schritt ist, die Zusammenarbeit der Naturparke mit Schulen weiter zu intensivieren.

Der **Aufbau weiterer Naturerlebnis-Angebote** für unterschiedliche Zielgruppen bildet einen weiteren Schwerpunkt für die kommenden Jahre. Diese Angebote sollen auch barrierefreie Naturerlebnisse möglich machen. So wird die Vereinbarung mit Leben erfüllt, die der VDN mit 13 Bundesverbänden für Menschen mit Behinderungen abgeschlossen hat.

Im Jahr 2016 widmet die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) den deutschen Naturparken und Nationalparken ein Themenjahr. Motto: „Faszination Natururlaub“. Vorbereitung und Umsetzung dieses Themenjahres werden künftig ebenfalls Schwerpunkte der Arbeit sein, bei der die genannten und bisher entwickelten Projekte in den Bereichen Kommunikation, Umweltbildung und Naturerleben einfließen können.

Das Themenjahr wird einen hervorragenden Rahmen bieten, um sichtbar zu machen, was durch die Unterstützung der Unternehmen Kaufland und Lidl in den Jahren 2007 bis 2016 für die Naturparke in Deutschland aufgebaut und erreicht werden konnte.



Netzwerk Naturparke

Verband Deutscher Naturparke

„Einen Vorsprung im Leben hat, wer da anpackt,
wo die anderen erst einmal reden.“ John F. Kennedy, Politiker

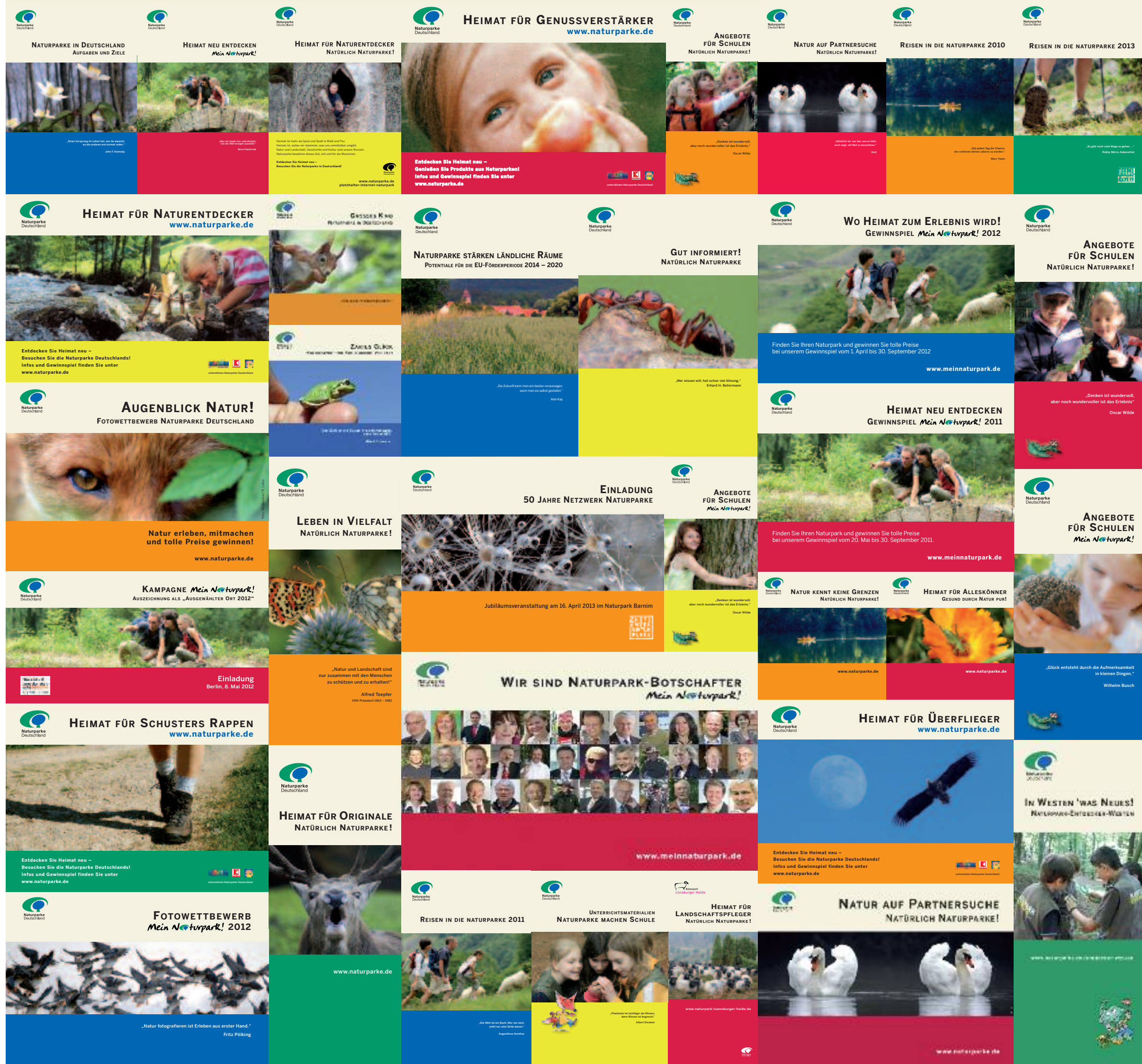
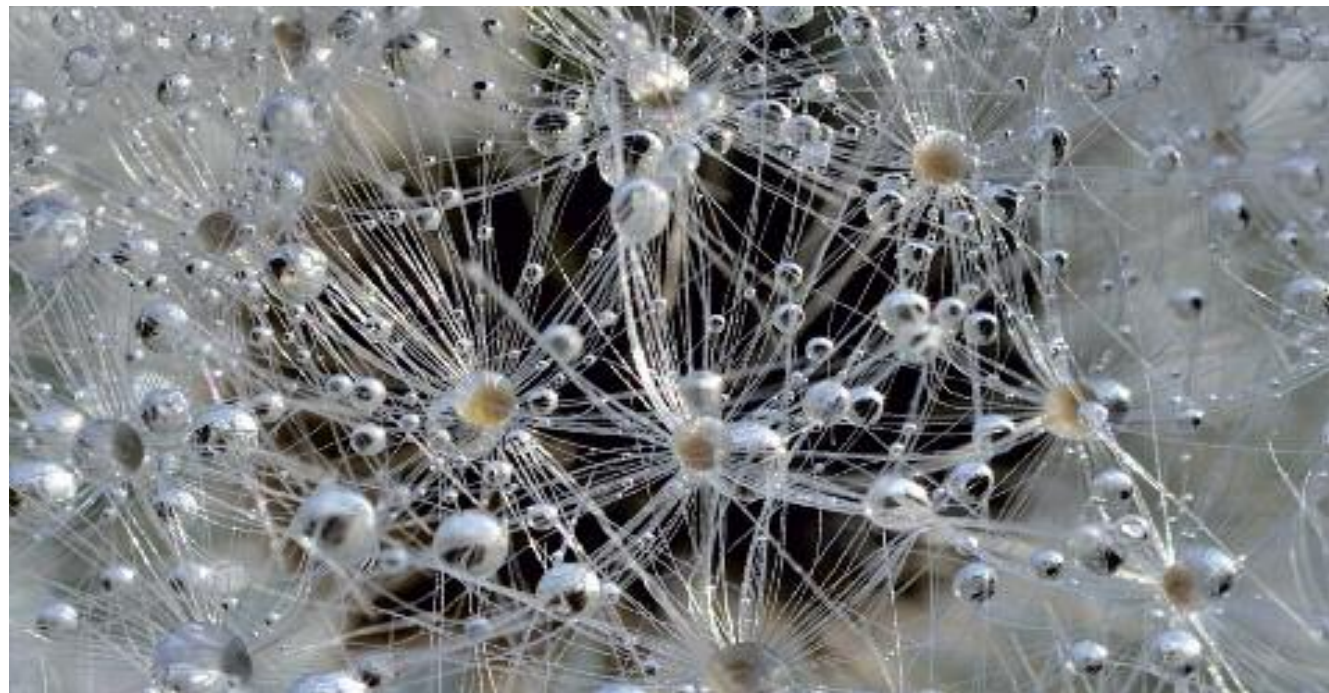
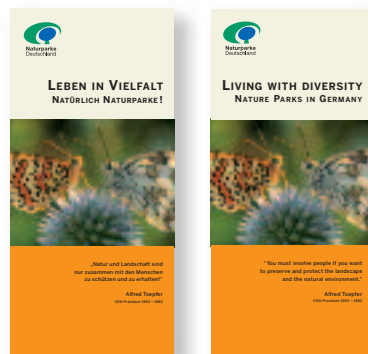
Seit 50 Jahren ist der Verband Deutscher Naturparke (VDN) der Dachverband der Naturparke in Deutschland, in dem sich die Träger der Naturparke zusammengeschlossen haben. Es sind die bundesweit in Naturparken aktiven und verantwortlichen Fachleute, die mit ihrer Kompetenz und ihrem Engagement die Arbeit des VDN für Naturschutz und Landschaftspflege, Umweltbildung, nachhaltiges Reisen, Erholung sowie Entwicklung im ländlichen Raum gestalten.

Die Mitgliedschaft im VDN kann von jedem Träger eines Naturparks auf Antrag erworben werden. Träger sind die Bundesländer, die durch ihre staatlichen Verwaltungen vertreten werden, Zweckverbände, eingetragene Vereine oder andere öffentlich-rechtliche Körperschaften. Der VDN ist als ein gemäß Bundesnaturschutzgesetz zur Mitwirkung berufener Verband anerkannt.

Der VDN erbringt zahlreiche Leistungen für die einzelnen Naturparke und für die Entwicklung der Naturparke in Deutschland insgesamt. Er unterstützt seine Mitglieder dabei, die Naturparke aufzubauen und zu

Vorbildlandschaften zu entwickeln. Der VDN ist Berater, fachliches Forum und Impulsgeber für die Naturparke, er macht die Aufgaben und Leistungen der Naturparke in der Öffentlichkeit bekannt, vertritt die Interessen der Naturparke auf politischer Ebene und fördert den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit zwischen den Naturparken in Deutschland und Europa.

www.naturparke.de
www.naturparkfotos.de



Impressum

Herausgeber

Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN)
Platz der Vereinten Nationen 9
53113 Bonn
Telefon: 0228 9212860
Telefax: 0228 9212869
info@naturparke.de
www.naturparke.de
www.naturparkfotos.de

Text

Annika Horstick, Ulrich Köster, Beatrix Losem,
Martina Porzelt

Textbearbeitung

Patrick Appelhans, Beatrix Losem

Redaktion

Beatrix Losem

Fotos

Titel/Rückseite: paffy - Fotolia.com; U2: VDN/B. Tanneberger; S. 2: M. Delpho; S. 3: Kaufland; S. 4: VDN/N. Jordan; S. 5: Lidl; S. 6: VDN/S. Greß; S. 7: VDN; S. 8/9: VDN/T. Kaiser; S. 10: VDN/S. Filipp; S. 11: VDN/J. Vogt; S. 12/13: VDN/H.W. Meyersieck; S. 14: VDN/D. Tunk; S. 15: artjazz - Fotolia.com; S. 16: VDN/S. Haase; S. 17: VDN/wietho; S. 19: L. Maresch; S. 20: (von links oben nach rechts unten): VDN/wietho, VDN/P. Lindel, VDN/D. Tunk, VDN/T. Kaiser, VDN/U. Brühl; VDN/T. Kaiser, VDN/E. Tomschi, VDN/H.-J. Zietz, VDN/G. Blum; S. 22: Joker/Gloger; S. 23: VDN; S. 24: Auremar – Fotolia.com; S. 25: H.-J. Häuser (oben links), VDN (4); S. 26 (von oben links nach unten rechts): Nicole; Anka Zink; Anja Kohl; Archiv Naturpark Stromberg-Heuchelberg; CSU; M. Allgäuer; Ines Papert; 2009 PRO-MOART; Bundesamt für Naturschutz (BfN); Heino; Dorothee Bär / Frank Ossensbrink; Axel Küppers; Achim Greser; U. Metz; Archiv Naturpark Stromberg-Heuchelberg; Andrea Schröder-Ehlers; Naturpark Nordelfel; ProSieben/Holger Rauner; HMUELV; Landkreis Nordwestmecklenburg; Henning Schacht; Wolfgang Henry; Passauer Neue Presse; Deutscher Bundestag; Staatskanzlei Sachsen-Anhalt; pdp; S. 27: Auremar – Fotolia.com; S. 29: VDN (10); S. 30: M. Wolta; S. 32/33: VDN/H.-J. Zietz; S. 34: VDN/T. Lindenmeir; S. 36: VDN (5); S. 38/39: Förderverein Rollisegler; S. 41: M. Lenarduzzi; S. 42/43: Karl-Josef Hildenbrand dpa/lby; S. 44: Jens Kühnemund/pixelio; S. 46/47: O. Schreiter; S. 48: Kaufland (2); S. 49: Cora Müller – Fotolia.com; S. 50/51: VDN/V. Wille; S. 52: M.R. Swadzba – Fotolia.com; S. 52/53: VDN/H. Wendel; S. 54: Auremar – Fotolia.com; S. 55: VDN/R. Jacobs (oben); VDN/W. J. Pilsak (unten); S. 56: Sabine Schmidt

Dank allen Fotografen, die dem VDN Nutzungsrechte für Fotos aus dem Fotoportal www.naturparkfotos.de eingeräumt haben.

Grafik und Gestaltung

Ute Mächler, Bonn

Illustrationen

Justo Pulido, Bonn

Druck

Rautenberg Media & Print Verlag KG, Troisdorf
(3/2013)



ClimatePartner
klimaneutral
Druck | ID: 11135-1303-1002

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier