



Naturpark-Partner

Ein Programm des VDN e.V.

**Nationale
Naturlandschaften**
Verband Deutscher Naturparke e.V.



Inhaltsverzeichnis

Grundlegendes	2
<i>Hintergrund des Naturpark-Partner-Programms</i>	2
<i>Grundsätze der Partner-Netzwerke der Nationalen Naturlandschaften</i>	2
<i>Zielsetzung & Botschaft des Naturpark-Partner-Programms</i>	3
<i>Rolle des VDN</i>	5
Potenzielle Partner	6
Mehrwerte der Naturpark-Partner-Netzwerke	7
<i>Für die nachhaltige Regionalentwicklung und den Klimaschutz</i>	7
<i>Für die Naturparke</i>	9
<i>Für die Partner</i>	10
Kriterien für Naturpark-Partner	12
<i>Kriterium 1 Lage oder dauerhafte Aktivität in einer Naturparkgemeinde</i>	13
<i>Kriterium 2 Kommunikationsengagement</i>	13
<i>Kriterium 3 Engagement für ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft</i>	14
<i>Kriterium 4 Engagement für Kulturlandschaft, Regionalentwicklung & Naturpark</i>	15
<i>Kriterium 5 Engagement im Naturpark-Partner-Netzwerk</i>	16
Umsetzung des Partner-Programms	17
<i>Voraussetzungen in der Naturpark-Geschäftsstelle</i>	17
<i>Vorbereitungen</i>	17
<i>Evaluierung der Partner</i>	18
<i>Auszeichnung der Partner</i>	19
<i>Laufzeit</i>	20
Betreuung des Partner-Netzwerks	21
<i>Rolle des Naturparks</i>	21
<i>Aufgaben des Naturparks</i>	21
<i>Verstetigung des Netzwerks</i>	22
Kommunikation des Partner-Netzwerks	23
<i>Öffentlichkeitsarbeit und interne Kommunikation</i>	23
<i>Kommunikationsziele</i>	24
<i>Serviceleistungen des VDN in der Kommunikation</i>	25
Liste der Dokumente zum Download	27
Anhang: Erhebungsbogen	28

Grundlegendes

Hintergrund des Naturpark-Partner-Programms

Das Naturpark-Partner-Programm des VDN unterstützt die Kooperation der Naturparke mit den von ihnen ausgezeichneten Partnern und steht den Naturparks dauerhaft zur Anwendung zur Verfügung.

Es wurde 2017-2019 in einem Projekt mit Förderung aus der Richtlinie „Landschaftswerte“ in Niedersachsen zusammen mit dem Modell-Naturpark Lüneburger Heide entwickelt und in den Jahren 2022-2025 in 20 Modell-Naturparks im Rahmen des vom BMWF geförderten „Katzensprung“-Projektes erprobt und optimiert.

Die Auszeichnung der Partner eines am Programm teilnehmenden Naturparks erfolgt nach **bundesweit einheitlichen Kriterien**, die aus der Praxis für die Praxis entstanden sind:

Denn für den dauerhaften Erfolg des Naturpark-Partner-Programms ist es gleichermaßen wichtig, dass es glaubwürdig und leicht vermittelbar ist, für die Naturparke sowie deren Partner einen Mehrwert erschließt und im Managementaufwand den begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen der Naturparke Rechnung trägt.

Der vorliegende Leitfaden soll Naturparks als Handreichung dienen - von der ersten Überlegung, ob das Partner-Programm passend für den Naturpark ist, über die erste Kontaktaufnahme mit potenziellen Partnern bis zur tatsächlichen Etablierung eines Partner-Netzwerks.

Auf der letzten Seite des Leitfadens sind alle Informationen, Checklisten, Vorlagen und Dokumente aufgeführt, die für die Umsetzung des Partner-Programms für die Naturparke hilfreich sind und auf der naturparke.de-Seite zum Download zur Verfügung stehen. Im folgenden Text werden diese an passender Stelle nochmal einzeln genannt bzw. mit dem Download-Icon markiert. Im Anhang ist der Erhebungsbogen zur Auszeichnung von Naturpark-Partnern mit den Kriterien angefügt.

Grundsätze der Partner-Netzwerke der Nationalen Naturlandschaften

Durch die Kooperation der beiden Dachverbände, VDN e.V. und NNL e.V., treten nun auch die Partner-Initiativen aller Nationalen Naturlandschaften einheitlich unter dem Dach „**Partner Nationale Naturlandschaften**“ auf („Naturpark-Partner“, „Nationalpark-Partner“, „Biosphärenreservats-Partner“). Die für alle Schutzgebietskategorien geltenden Mindestanforderungen für die Partner in den Nationalen Naturlandschaften wurden von der Arbeitsgemeinschaft „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ entwickelt und 2023 von den Vorständen der Dachverbände Nationale Naturlandschaften e. V. und Verband Deutscher Naturparke e. V. beschlossen, die gemeinsam die Dachmarke Nationale Naturlandschaften tragen. Diese Mindestanforderungen werden im Naturpark-Partner-Programm mit den Kriterien für die Auszeichnung von Naturpark-Partnern vollumfänglich umgesetzt.



Download auf naturparke.de: Gemeinsame Mindestanforderungen

Partner-Netzwerke in den Nationalen Naturlandschaften - Nationalparke, Naturparke, Biosphärenreservate und Wildnisgebiete - fördern die Zusammenarbeit zwischen dem Management dieser Schutzgebiete und regionalen Akteuren, die einen engen Bezug zur jeweiligen Nationalen Naturlandschaft haben.

Die Partner-Netzwerke der Nationalen Naturlandschaften stehen für Weltoffenheit und Toleranz sowie für die Teilhabe aller Menschen. Dies schließt den Einsatz für eine freiheitlich-demokratische Gesellschaftsordnung, die Achtung von Tier- und Menschenrechten sowie die Ablehnung menschenverachtender Ideologien mit ein.

Zielsetzung & Botschaft des Naturpark-Partner-Programms

Die Naturparke haben den gesetzlichen Auftrag, die Aufgaben Erholungsvorsorge, Naturschutz, umweltverträgliche Landnutzung, Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Regionalentwicklung zu verfolgen und sie miteinander zu verbinden.

Dieses Anliegen verfolgen Naturparke in Zusammenarbeit mit zahlreichen Akteuren in der Region: Naturparke kooperieren eng mit verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen, unterstützen einen Interessenausgleich und streben die Umsetzung gemeinsamer Zielsetzungen an. Formen der Partnerschaft werden auch über das Partner-Programm hinaus in vielfältiger Weise gelebt, so beispielsweise die Kooperationen mit Naturpark-Schulen oder Naturpark-Kitas oder die Mitarbeit in LEADER-Netzwerken.

Das Programm Naturpark-Partner hat zum Ziel, die Bildung neuer Partnerschaften zwischen Naturparken und regionalen Betrieben und Leistungsträgern, Institutionen und Organisationen zu unterstützen oder bestehende Partnerschaften zu festigen und weiter auszubauen. Kern dieser partnerschaftlichen Beziehung ist ein gemeinsames Engagement für die Ziele des jeweiligen Naturparks.

„Naturpark-Partner“ ist ausdrücklich keine (weitere) Nachhaltigkeits-Zertifizierung, sondern vielmehr als besondere Auszeichnung für das Engagement für den und mit dem Naturpark zu verstehen.

Im Einzelnen verfolgt das Programm folgende Ziele:

- ✓ Erhaltung, Pflege bzw. Aufwertung der regionalen Kulturlandschaft
- ✓ Sicherung bzw. Wiederherstellung einer vielfältigen Biodiversität bei Pflanzen und Tieren
- ✓ Klima-, umwelt- und naturverträgliche Landnutzung
- ✓ Nachhaltiges Wirtschaften durch einen klimaschonenden und nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen
- ✓ Fortschreitende, nachhaltige Entwicklung im Naturpark und in der Region.

In Bezug auf das Thema Kommunikation verfolgt das Programm folgende Ziele:

- ✓ Das Engagement der Partnerbetriebe sichtbar machen und wertschätzen
- ✓ Die Partnerbetriebe als Botschafter für eine nachhaltige Regionalentwicklung positionieren
- ✓ Verbesserte Wahrnehmung der Naturparke und der Naturparkregion und den damit verbundenen Themen und Angeboten
- ✓ Die Partner-Auszeichnung als Impuls setzen und andere Akteure und Naturparke zum Mitmachen anregen.

Die Grundbotschaft, welche der Naturpark und seine Partner gemeinsam an die Öffentlichkeit kommunizieren, lautet daher:

„Wir sind Botschafter des Naturparks und engagieren uns aktiv für Klimaschutz und eine nachhaltige Entwicklung in unserer Region.“



Abbildung 1: Naturpark-Partner (Diese Grafik zum Partnerprogramm steht zum Download bereit und kann von den Naturpark-Partnern zu Werbezwecken genutzt werden.)

Eine Partnerschaft zwischen Naturpark und Partner soll von einer Zusammenarbeit auf Augenhöhe geprägt sein. **Sie soll eine Auszeichnung des Engagements für die gemeinsame Sache sein.** Der Begriff des Engagements wird als die aktive Teilnahme an Maßnahmen oder die aktive Unterstützung von Maßnahmen im Sinne der Naturparkziele begriffen.

Um die verschiedenen Ebenen von Engagement in der partnerschaftlichen Beziehung zwischen Leistungsträgern, Betrieben, Institutionen, Organisationen oder Kommunen und den Naturparks zu strukturieren und sichtbar zu machen, sind im Programm Kriterien für die vier Bereiche: „Nachhaltigkeit“, „Kulturlandschaft“, „Kommunikation“ und „Netzwerkarbeit“ entwickelt worden. Diese werden um das fünfte Kriterium „Lage im Naturpark“ ergänzt.

Alle Kriterien werden im Kapitel „Kriterien für Naturpark-Partner“ in diesem Leitfaden vorgestellt.

Die Auszeichnung „Naturpark-Partner“ wird durch den jeweiligen Naturpark zunächst für zwei Jahre an seine Partner verliehen. Im Anschluss erfolgt eine erneute Auszeichnung für das gelebte und angestrebte Engagement jeweils für einen Zeitraum von fünf Jahren.

Rolle des VDN

Der VDN stellt die Grundlagen für die Umsetzung des Programms zur Verfügung und entwickelt diese weiter. Dazu zählen auch dieser Leitfaden sowie eine Reihe von Vorlagen und Checklisten, die die Arbeit der Naturparke erleichtern und vereinheitlichen sollen. Für die Auszeichnung der Partner stellt der VDN bundesweit einheitliche Auszeichnungsunterlagen bereit (u.a. Plakette, Urkunde).

Der VDN ist Ansprechpartner für die Naturparke bei allen das Partner-Programm betreffenden Fragen.

Auf einem einmal jährlich stattfindenden Treffen kommen der VDN und die Naturparke, die das Partner-Programm umsetzen, zu einem Erfahrungsaustausch zusammen.

Da das Naturpark-Partner-Programm ein Bestandteil des gemeinsamen Programms Partner Nationale Naturlandschaften mit den Partnerprogrammen der Nationalparke und Biosphärenreservate ist, gibt eine bundesweite Arbeitsgemeinschaft „Partner Nationale Naturlandschaften“, die sich jährlich trifft und zu der die am Naturpark-Partner-Programm teilnehmenden Naturparke ebenfalls eingeladen werden.

Der VDN ist als Träger des Naturpark-Partner Programms verantwortlich für die Qualitätssicherung und Weiterentwicklung des Programms sowie für eine Evaluierung, die in regelmäßigen Abständen stattfinden wird. Diesen Prozess gestaltet der VDN gemeinsam mit den Naturparken, die das Programm umsetzen: Die partnerschaftliche Zusammenarbeit und das gemeinsame Engagement sollen als gemeinsamer Weiterentwicklungsprozess verstanden werden.

Der Prozess der Qualitätssicherung durch den VDN erfolgt zudem im Rahmen der „Qualitätsoffensive Naturparke“. Beim Scouting ermöglicht der Naturpark dem Qualitäts-Scout Einblick in die Protokolle des Auszeichnungsgremiums und die Unterlagen für jeden ausgezeichneten Partner.

Potenzielle Partner

Wer kann Partner werden?

In den Naturparks arbeiten zahlreiche Betriebe, Freiberufler und Institutionen ebenso wie die Naturpark-Geschäftsstellen und Verwaltungen tagtäglich daran, eine authentische, intakte und lebenswerte Natur- und Kulturlandschaft zu erhalten und Gästen und Einheimischen hochwertige Erholungsmöglichkeiten und Erlebnisangebot zur Verfügung zu stellen.

Der Naturpark entscheidet auf Grundlage der Festlegungen in diesem Leitfaden, welche Akteure als Naturpark-Partner ausgezeichnet werden sollen.

Als Partner in Frage kommen alle im Naturpark ansässigen oder aktiven Akteure, Leistungsträger, Betriebe, Institutionen oder Organisationen sowie die Naturparkgemeinden selbst.

Das heißt also: **alle Branchen und alle Organisationsformen bis hin zu Einzelpersonen wie z.B. Naturpark-Führer sind als Naturpark-Partner möglich und willkommen.**

Partner können z.B. aus folgenden Bereichen kommen:

Gastronomie, Beherbergung, Mobilität, Freizeiteinrichtungen, Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Weinbau, Imkerei, Schäferei, Direktvermarktung, Handwerk, Kunsthandwerk, Kunst- & Kultureinrichtungen, Bildung, Naturschutz, Naturerlebnis und Natursport, Natur- und Landschaftsführungen, Produkte und Dienstleistungen mit Naturparkbezug wie z.B. Mineralbrunnen, Brauereien oder Ölmühlen etc.

Die Naturparke können entsprechend ihrer regionalen Rahmenbedingungen und vorhandenen Ressourcen mit unterschiedlichen Partnergruppen arbeiten. Der einzelne Naturpark kann entscheiden, ob er themen- und branchenübergreifend arbeiten möchte oder einen Fokus auf spezifische Themen, wie z.B. Bildung für nachhaltige Entwicklung, Tourismus & Freizeit oder regionale Erzeuger, legen will.



Abbildung 2: Partner-Netzwerk aus unterschiedlichen Bereichen

Auch außerhalb der Naturparke liegende Partner können ausgezeichnet werden, sofern sie sich dauerhaft im Naturpark oder für den Naturpark und seine Ziele engagieren.

Mehrwerte der Naturpark-Partner-Netzwerke

Für die nachhaltige Regionalentwicklung und den Klimaschutz

Das Partner-Programm zahlt auf alle Dimensionen der Nachhaltigkeit ein:

Es ist allgemein anerkannt, dass eine Orientierung von Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit die Grundlage für die Zukunft ist.

Die meisten verbinden mit Nachhaltigkeit vor allem ökologische Inhalte und Ziele. Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass Nachhaltigkeit viel mehr Themen umfasst und sehr komplex ist. In allen drei abgebildeten Dimensionen "Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft" können Naturparke und ihre Partner durch gemeinsames Engagement einen Mehrwert im Sinne einer nachhaltigen regionalen Entwicklung schaffen – wobei die hier aufgeführten Themen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben.



Abbildung 3: Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

Das Partner-Programm zählt auf die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG) ein.

Die UN-Agenda 2030 von 2016 mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) ist ein globaler Plan zur Förderung nachhaltigen Friedens und Wohlstands und zum Schutz unseres Planeten.

Das Naturpark-Partner-Programm zählt in seiner Gänze vor allem auf Ziel 17 ein, aber in den einzelnen Kriterien auf acht weitere Ziele, die nebenstehend abgebildet sind.



Das Partner-Programm zielt auf die Stärkung der nachhaltigen regionalen Wirtschaft ab:

Partner und Naturpark bevorzugen lokale und regionale Produkte sowie Dienstleistungen und unterstützen so das lokale Gewerbe mit dem Ziel, eine nachhaltige Regionalentwicklung voranzubringen.

Die „Formel“ für mehr Klimaschutz durch die Partner-Netzwerke ist dabei denkbar einfach:

Nachhaltigkeit + Regionalität = Beitrag zum Klimaschutz

- ✓ Kurze Wege sind immer gut für den Klimaschutz, denn sie bedeuten weniger Emissionen.
- ✓ Ein regionaler Wirtschaftskreislauf aus vielen Branchen ist stabiler und widerstandsfähiger.
- ✓ Regional einkaufen unterstützt regionale Produzent*innen und Verarbeitungsbetriebe vor Ort und sichert damit Arbeitsplätze in der Region, führt zu höheren Steuereinnahmen und Zuzug statt Abwanderung.
- ✓ Wertvolle Kulturlandschaften in Naturparks entstehen durch eine landschaftsangepasste Landbewirtschaftung – die wiederum Kernelement von regionalen Wirtschaftskreisläufen ist. Regional erzeugte landwirtschaftliche Produkte einzukaufen bedeutet daher auch immer: Kulturlandschaften erhalten!
- ✓ Krisenzeiten bestätigen, wie wichtig die räumliche Nähe in der Versorgung ist. Regionale Produkte sind auch in Zeiten verfügbar, in denen der globale Markt schwankt oder Lieferketten instabil sind.

So leisten alle Glieder in der regionalen Wertschöpfungskette einen Beitrag zum Klimaschutz und zum Erhalt der biologischen Vielfalt – letztlich auch für die nachfolgenden Generationen (Stichwort: „Enkeltauglichkeit“).

Es stimmt natürlich: jeder Mensch allein kann die Welt nicht retten. Doch gemeinsam ist dies möglich – aber nur dann, wenn jede und jeder bei den eigenen Handlungen und Kaufentscheidungen auf die davon ausgehende Wirkung auf die (Um-)Welt achtet.

Darauf basiert die Idee des Partner-Programms: **jeder Partner kann selbst etwas für ein intaktes Klima und eine intakte Natur tun – indem er bei sich und in seinem Umfeld anfängt**. Und wenn Viele mit gutem Beispiel vorangehen, erhöht das den Druck auf große Unternehmen und Politik, nachzuziehen. Gemeinsam lässt sich dann eine ganze Menge bewirken.

Regionale Partner-Netzwerke bedeuten auch, dass Leute zusammenkommen, die wirklich etwas bewegen wollen und die verstehen, dass sie gemeinsam stärker sind als allein:

- ✓ Regionale Verwurzelung stärkt nachhaltiges Handeln
- ✓ Sozialer Kitt ermöglicht eine Zusammenarbeit von der alle profitieren
- ✓ Regionale Schwarmintelligenz - gute Ideen aus und in den Regionen

Für die Naturparke

Die Naturparke gewinnen echte Partner und Mitstreiter für die Erfüllung der Naturparkziele.

- ✓ Die Partner unterstützen mit ihrer Arbeit die Erfüllung der Naturparkziele.
- ✓ Die Partner werden zu Multiplikatoren der Botschaften der Naturparke und erhöhen so die Kommunikationsreichweite.
- ✓ Leistungen und Produkte der Partner können zum Profil und zur Unverwechselbarkeit des Naturparks beitragen.
- ✓ Die Naturparke können durch Aktivitäten im Partnernetzwerk in intensiveren und langfristigen Kontakt mit Leistungsträgern in der Region treten und attraktiver für die Kooperation mit weiteren Akteuren werden.
- ✓ Ein starkes Partner-Netzwerk unterstützt die Akzeptanz für die Ziele und Arbeit der Naturparke in Gesellschaft und Politik.

Die Naturparke leisten über ihre Partner-Netzwerke auch einen Beitrag zur Erfüllung des zunehmenden gesellschaftlichen Bedürfnisses nach Regionalität und Authentizität. Entsprechende Angebote werden sichtbar und zugänglich gemacht.

Die Auszeichnung Naturpark-Partner berücksichtigt durch die Kriterien die Verankerung eines Partners in der Region, bestätigt dessen Engagement für die Ziele des Naturparks sowie die dessen Orientierung an Nachhaltigkeit.

Über die Partner können auch die Naturpark-Ziele im Bereich Bildung unterstützt werden: eine praxis- und erlebnisorientierte Wissensvermittlung zu relevanten Themen geschieht oft „wie nebenbei“, wenn die Angebote oder Produkte der Partner wahrgenommen werden.

Für die Partner

Die **bilaterale Zusammenarbeit mit dem Naturpark** im Rahmen der Partnerschaft bietet den Partnern vielfältige Möglichkeiten:

- ✓ Durch die Auszeichnung mit dem Qualitätszeichen „Naturpark-Partner“ sowie durch die damit verbundene Einbeziehung in die Kommunikationskanäle des Naturparks und der Nationalen Naturlandschaften werden die Partner und ihre Angebote besser wahrgenommen und ihre Bekanntheit wird erhöht.
Dies kann zu höheren Absatzchancen der Produkte und Angebote des Partners und ggf. auch zu der Erzielung höherer/angemessener Preise führen.
- ✓ Die Auszeichnung und das damit verbundene Engagement ist für den Partner ein Beitrag zu den Unternehmenszielen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR)
- ✓ Der Partner erhält Informationen über den Naturpark sowie Fort- und Weiterbildungsangebote zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten.
- ✓ Gemeinsam können neue Projekte entwickelt und Kooperationen gefördert werden.
- ✓ Die Partner werden auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz unterstützt – dazu trägt auch durch die kontinuierliche Weiterentwicklung des bundesweit einheitlichen Kriterienkatalogs für die Partner-Auszeichnung bei.

Ein wichtiges Ziel des Programms ist darüber hinaus, dass die Partner unter dem Dach des Naturparks-Partner-Programms miteinander in Kontakt kommen und gemeinsam ein Netzwerk aufbauen, das eine Vielzahl von Vorteilen in den unterschiedlichsten Bereichen für sie bringen kann:

Gemeinwohl & Selbstverständnis:

- ✓ Gemeinsame Förderung einer regionalen Identität
- ✓ Gemeinsame Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens im Naturpark
- ✓ Gemeinsame Aktivitäten mit Gleichgesinnten
- ✓ Positive Beeinflussung des eigenen Lebens, des eigenen Tuns und Handelns
- ✓ Wertschätzung für das eigene Tun, die Produkte und Angebote bei Einheimischen, Kunden und Gästen

Wissen / Know-how:

- ✓ Kultur des „Voneinander Lernens“: Dialog auf Augenhöhe und kreativer Austausch; Erfahrungsaustausch bezüglich nachhaltiger Wirtschaftsweise
- ✓ Schwarmwissen und -intelligenz: Förderung von Innovationen und neuen Angeboten durch verschiedene Kompetenzen im Netzwerk
- ✓ Schnellere und professionellere Reaktion auf die sich laufend verändernden Wettbewerbs- und Marktbedingungen

Mögliche Synergien:

- ✓ Marketingvorteile: Netzwerkmarketing / Weiterempfehlungsmarketing / Cross-Selling
- ✓ Gegenseitigen Kompetenzstärkung und Effizienzsteigerung
- ✓ Chancen durch gemeinsame Prozessoptimierung und Qualitätsverbesserung
- ✓ Gemeinsame Ansprache durch Bündelung von verschiedenen Leistungen und Produkten – bessere Kunden- und Gäste-Orientierung
- ✓ Gewinnung neuer Kunden, Besucher, Teilnehmer etc.
- ✓ Kostenersparnis durch gemeinsame Nutzung von benötigten Ressourcen, Infrastrukturen, etc.
- ✓ Risikoteilung

Kommunikation:

- ✓ Binnenkommunikation („Binnenmarketing“) im Partner-Netzwerk:
 - Bewusstseinsbildung
 - Imagebildung /-gewinn
 - Akzeptanzförderung
 - Vertrauensbildung
- ✓ Außenkommunikation:
 - Erhöhung der Sichtbarkeit und Imagestärkung
 - Alleinstellungsmerkmal / Profilierung gegenüber Nicht-Partnern / Mitbewerbern
 - Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit und Marketingmittel (Flyer, Postkarten, Merchandising etc.)
 - Das Qualitätszeichen Partner-Signet signalisiert Gästen und Einheimischen, dass es sich hier um geprüfte Qualität in Bezug auf die Anerkennungskriterien der Partnerschaft handelt, die eng mit dem jeweiligen Naturpark verknüpft ist (Verbundenheit mit dem Schutzgebiet sowie die Themenfelder Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Regionalität).
 - Eine digitale Information über das Partner-Netzwerk und die einzelnen Partner erfolgt über die Webseite des jeweiligen Naturparks.
 - Zusätzlich werden die Partner über die gemeinsame Webseite www.nationale-naturlandschaften.de der Dachverbände VDN e. V. und NNL e. V. kommuniziert: Die bundesweite Umsetzung des Partner-Programms in Nationalen Naturlandschaften wird durch ein bundesweites Qualitätszeichen (Partner-Signet) deutlich, dass für die überregionale Wiedererkennung im analogen und digitalen Raum genutzt wird.

Kriterien für Naturpark-Partner

Folgende Leitlinien bilden den Rahmen für die Kriterien, die der Auszeichnung zum Naturpark-Partner zu Grunde liegen:

- **Es wird ein prozessorientierter Ansatz verfolgt.** Das bedeutet, dass zu Beginn nicht unbedingt alle Kriterien zu 100% erfüllt werden müssen, wenn an Stelle dessen entsprechende Vereinbarungen – zum Beispiel zu zukünftig umzusetzenden Maßnahmen – getroffen werden.
- Es werden nur wenige Kriterien verwendet, die für zentrale Qualitätsmerkmale stehen und durchgängig überprüfbar sind.
- **Die Kriterien sind gleichzeitig niederschwellig, leistbar und realistisch in der Umsetzung** – und entsprechen dem Qualitätsanspruch im Sinne des Auftrags der Naturparke.
- Es erfolgt eine konsequente Einbeziehung bereits bestehender Zertifizierungen und Auszeichnungen der Partner durch andere Institutionen, um Prüfungsaufwände zu minimieren.

Der Kriterienkatalog zur Auszeichnung von Naturpark-Partnern umfasst die folgenden fünf thematischen Kriterienblöcke:

1. Lage im Naturpark
2. Kommunikation der Ziele und Angebote des Naturparks
3. Ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft
4. Unterstützung des Naturparks bei der nachhaltigen Regionalentwicklung
5. Engagement im Naturpark-Partner-Netzwerk

Zu diesen fünf Kriterienblöcken sind jeweils Unterkriterien formuliert, die bundesweit gelten. Die Kriterien können vom VDN überprüft und in Abstimmung mit den am Naturpark-Partner-Programm teilnehmenden Naturparks überarbeitet werden.

Jeder Naturpark kann für seine Region Zusatzkriterien ergänzen, die für seine Arbeit mit den Partnern wichtig sind. Es dürfen dabei aber keine Bestandteile der bundesweit geltenden Kriterien geändert oder entfernt werden.

Von den fünf Kriterien sind Kriterium 1 (Lage) und 5 (Netzwerk) meist leicht und ohne viel Aufwand von den Partnern zu erfüllen. Kriterium 2 (Kommunikation) und 4 (Regionalentwicklung / Naturpark-Unterstützung) sollten im engen Austausch mit dem Naturpark besprochen und auch umgesetzt werden.

Für viele potenzielle Partner ist die Erfüllung von Kriterium 3 der eigentliche „Knackpunkt“, denn hier sind die Partner – je nach Branche und bisherigen Nachhaltigkeitsbestrebungen – etwas mehr gefordert. Auch hier hilft der Naturpark weiter, wenn Fragen aufkommen oder zusätzliche Vereinbarungen getroffen werden müssen.

Für die Prüfung der Partner durch die Naturparke stellt der VDN einen Erhebungsbogen (im Anhang beigefügt) ebenso wie eine Checkliste und einen Protokollbogen für den ersten Besuch bei einem Partner zur Verfügung.

Im Erhebungsbogen wird zu jedem Kriterium angegeben, welche Nachweise erforderlich sind, um das Kriterium zu erfüllen. Diese Nachweise können nach Ermessen des Naturparks auch um weitere Nachweise ergänzt werden.



Download auf naturparke.de: Erhebungsbogen, Checkliste & Protokoll für den Erstbesuch

Kriterium 1

Lage oder dauerhafte Aktivität in einer Naturparkgemeinde

Der Partner hat seinen Sitz bzw. eine Niederlassung oder auch Flächen in einer im Naturpark liegenden Gemeinde. Für Kommunen: Die Kommune liegt mindestens mit einem Teil ihrer Fläche im Naturparkgebiet.

Bei der Festlegung von Sitz, Lage und Flächen zählt die gesamte Raumkulisse jener Gemeinden, die zumindest anteilig im Naturpark liegen.

Auch Partner mit Hauptsitz außerhalb des Naturparks erfüllen dieses Kriterium, wenn sie sich dauerhaft im Naturpark oder für den Naturpark mit seinen Zielen engagieren (z.B. in einer Naturparkgemeinde liegende Verkaufs- und Vertriebsstellen regionaler Produkte und Dienstleistungen). In diesem Falle sollte das aktuelle und in den nächsten 2 Jahren geplante Engagements im Naturpark oder für den Naturpark beschrieben werden.

Kriterium 2

Kommunikationsengagement

Der Partner ist Botschafter des Naturparks und leistet einen aktiven Beitrag zur Erhöhung der öffentlichen Sichtbarkeit des Naturparks. Dies umfasst neben einer Verlinkung der Naturpark-Webseite und der Auslage von Informationsmaterialien eine eigenständige oder gemeinsam mit dem Naturpark abgestimmte jährliche Kommunikationsmaßnahme hinsichtlich der Partnerschaft oder einer sonstigen Aktivität des Naturparks.

Ziel des Kommunikationsengagements ist die Steigerung der Bekanntheit des Naturparks sowie seiner Aufgaben: Besucher einer Einrichtung, Kunden eines Geschäftes oder Teilnehmer einer Veranstaltung sollen über den Naturpark und seine Aktivitäten informiert werden.

So informiert der Partner Besucher, Kunden oder Teilnehmer über die Philosophie des Naturparks und die allgemeinen Verhaltensregeln im Naturpark, um Natur und Umwelt zu schützen und sensibilisiert, wo sinnvoll, für Möglichkeiten, einen eigenen Beitrag zu leisten. Des Weiteren wird die lokale Kultur (z.B. Brauchtum, regionales Handwerk, Mundarten oder Architektur) thematisiert. Die Form kann dabei je nach Partner variieren: z. B. durch die Einrichtung einer Naturpark-Ecke und/oder durch Auslage von Infomaterialien zu sonstigen Naturparkthemen wie Naturvermittlungs- und Naturerlebnisangeboten.

Hat ein Partner keinen Kunden- oder Gästekontakt, kommuniziert er den Naturpark und seine Partnerschaft über entsprechende Medien, sofern diese genutzt werden (z.B. Newsletter, Webseite, Flyer, Messeauftritte, PR-Arbeit).

Der Partner kommuniziert darüber hinaus die Kooperation mit dem Naturparks nach Innen, z. B. durch Infoveranstaltungen und ggf. Schulungen der Mitarbeitenden, die Gäste- oder Kundenkontakt haben. Er informiert die Mitarbeitenden über die Naturparkziele, die Kulturlandschaft, erlebnisorientierte Naturvermittlungsangebote sowie Nachhaltigkeitsaspekte, so dass sie kompetent Auskunft geben können.

Der Naturpark kann dem Partner eine standardisierte Form der Information zur Verfügung stellen, wie z.B. ein Roll-Up für den Eingangsbereich oder einen Aufsteller für Flyer.

Kriterium 3

Engagement für ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft

Der Partner setzt im Geschäftsbetrieb Maßnahmen einer ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsweise um und erfüllt die grundlegenden und jeweils für seine Branche / seinen Kontext spezifischen Standards. Der Nachweis wird über eine anerkannte Zertifizierung oder eine mit dem Naturpark abgestimmte Maßnahme erbracht.

Anerkennungen im Rahmen von Regionalmarken können Zertifizierungen ersetzen; die Kriterien legt der Naturpark dem VDN zur Anerkennung vor.

Hat der Partner keine anerkannte Zertifizierung, kann er den Nachweis führen, dass er in mindestens einem der folgenden fünf Handlungsfelder bereits Maßnahmen für die ökologische Nachhaltigkeit umsetzt: biologische Vielfalt, Energieeffizienz, Materialeffizienz, Wasser, Abfall, Emissionen (auch Lichtemissionen). Die bereits bestehenden Ansätze im Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement können ergänzt werden um weitere Maßnahmen.



[Download auf naturparke.de: Maßnahmenvorschläge vom VDN](#)

Sollten noch keine Maßnahmen im Bereich ökologische Nachhaltigkeit umgesetzt werden, kann der Partner Maßnahmen mit dem Naturpark vereinbaren. Naturpark und Partner wählen hierbei gemeinsam passende Maßnahmen aus, die insbesondere bei Kleinunternehmen konkret sein und weniger auf die strategisch-konzeptionelle Ebene abzielen sollten. Dies können z.B. sein:

- Biologische Vielfalt: z.B. Flächenversiegelungen vermeiden stattdessen Entsiegelung von Kleinstflächen und Anlage einer Blühfläche mit Wasserstellen für Insekten und Vögel
- Energieeffizienz: z.B. Bezug des Stromes über lokalen Anbieter aus erneuerbaren Energien oder Öko-Strom (tatsächlich ein sogenannter „Big Point“ – also besonders effizient)
- Materialeffizienz: z.B. generelles Vermeiden von Ausdrucken, stattdessen möglichst elektronische Arbeitsweise und Dokumentation
- Abfall: z.B. Vermeidung / Verringerung des Einsatzes von Einwegverpackungen, Kunststoffverpackungen bzw. Kunststoffartikel
- Emissionen (auch Lichtemissionen): z.B. Tausch der herkömmlichen Glühbirnen durch LED-Leuchtmittel oder Nutzung von tageslichtgesteuerten Lampen und Reduzierung der Außenbeleuchtung durch Bewegungsmelder

Mit Hilfe einiger weniger Leitfragen kann ein motivierter, aber bislang ökologisch weniger aktiver Partner an die Planung und Realisierung erster Maßnahmen herangeführt werden. Als Anregung stellt der VDN eine Liste mit möglichen Maßnahmen zur Verfügung, die der Naturpark mit dem Partner gemeinsam durchgehen kann. Es können aber auch andere Maßnahmen vereinbart werden.



[Download auf naturparke.de: Leitfragen bei der Beratung von Partnern für die Umsetzung ökologischer Maßnahmen](#)

Diese neu vereinbarten, geplanten Maßnahmen müssen also zum Zeitpunkt der Auszeichnung noch nicht umgesetzt sein, sollten aber im Zeitraum von 2 Jahren bzw. 5 Jahren (bei der Verlängerung der Auszeichnung um 5 Jahre) umgesetzt werden. Naturpark und Partner können sich auch darüber austauschen, welche Förderprogramme oder Institutionen den Partner bei der Umsetzung der Maßnahmen unterstützen kann.

Kriterium 3

Branchenspezifisches Engagement für ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft

Für alle nachfolgend genannten Partner-Branchen gibt es zusätzlich jeweils **branchenspezifische Kriterien**, die aus dem Erhebungsbogen (im Anhang und zum Download) zu entnehmen sind und sich an den jeweiligen branchenüblichen Nachhaltigkeitsstandards orientieren:

- **Beherbergung**
- **Gastronomie**
- **Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Weinbau, Imkerei und verwandte Branchen**
- **Produkte mit Bezug zum Naturpark**
- **Aktivitäten, Exkursionen, Umweltbildung, Führungen**
- **Natursport**
- **Kommunen**

Will ein Naturpark einen Partner auszeichnen, der nicht zu den angegebenen Branchen passt, werden ggf. gesonderte Maßnahmen und Nachweise mit dem VDN vereinbart.

Im Erhebungsbogen sind alle branchenspezifischen Kriterien aufgeführt. Um in der Praxis eine Verwirrung zu vermeiden, sollten beim Ausfüllen des Erhebungsbogens mit dem Partner möglichst nur die für die Branche des Partners zutreffenden Kriterien mitgenommen / durchgegangen werden.

Kriterium 4

Engagement für Kulturlandschaft, Regionalentwicklung & Naturpark

Der Partner engagiert sich für die Themen Kulturlandschaft, Regionalentwicklung und Naturpark über das Kerngeschäft hinaus, indem Maßnahmen durchgeführt oder Beiträge zu Maßnahmen für den Erhalt und die Entwicklung der Kulturlandschaft oder zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks geleistet werden.

Das Engagement für die Kulturlandschaft ist ein Hauptziel der Naturparke sowie ein wichtiger Identifikationsaspekt der Akteure und Besucher mit dem Naturpark. Dieses Engagement kann auf unterschiedliche Weise erfolgen: es kann sich u.a. um die ehrenamtliche Mitarbeit beim Naturpark oder in anderen Organisationen wie in einer LEADER-Steuerungsgruppe handeln, aber auch um Geld- oder Sachspenden sowie um teilhonorierte Tätigkeiten.

Im Endeffekt ist die Bandbreite für die Erfüllung des Kriteriums 4 sehr groß und die Möglichkeiten, sich für den Naturpark einzusetzen, sind vielfältig. Es liegt im Ermessen der jeweiligen Naturparkgeschäftsstelle/-verwaltung, zu entscheiden, ob eine Maßnahme oder ein Engagement für die Kulturlandschaft bzw. den Naturpark förderlich ist oder nicht.

Maßnahmen oder Beiträge zu Maßnahmen zum Erhalt und zur Entwicklung der Kulturlandschaft sind zum Beispiel: Unterstützung von Initiativen / Vereinen, die sich um den Erhalt der jeweiligen Kulturlandschaft(en) im Naturpark bemühen, wie zum Beispiel Wildblumen-/ Streuobstwiesen, Imker/Bienenstöcke, Renaturierung von Brachflächen / Bachläufen / Feuchtwiesen, Entkusseln von Heideflächen, Wege-Pflege (Markierung, Infrastruktur, Möblierung), Pflege von Pflanzen und Bäumen im öffentlichen Bereich, die Verbesserung des kulturellen Angebots der Region usw... - jeweils als Sach-, Zeit-, oder Geldspenden.

Bei diesem Kriterium ist kein Nachweis notwendig, wenn diese Aktivitäten im Rahmen von Naturparkaktionen stattfinden oder wenn die Zeit-, Geld- oder Sachspenden direkt dem Naturpark zugutekommen.

Kriterium 5

Engagement im Naturpark-Partner-Netzwerk

Der Partner benennt einen festen Ansprechpartner / eine feste Ansprechpartnerin für den Naturpark.

Der Partner macht die Mitarbeit im Netzwerk durch das Anbringen der Naturpark-Partner-Plakette und/oder durch das Abbilden des Partner-Signets in mindestens einem Medium (Flyer, Website, Visitenkarte u. ä.) sichtbar.

Der Partner nimmt mindestens einmal im Jahr am Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen dem Naturpark und den Partnern im Partnernetzwerk teil (Netzwerktreffen).

Sollte das Partner-Programm von Seiten des VDN offiziell evaluiert werden, verpflichtet sich der Partner, an dieser Evaluation teilzunehmen.

Umsetzung des Partner-Programms

Während der VDN mit den genannten Leistungen den Rahmen für das Naturpark-Partner-Programm zur Verfügung stellt, sind die Naturparke vor Ort für die Umsetzung des Programms und den Aufbau und die kontinuierliche Betreuung der Netzwerke verantwortlich.

Voraussetzungen in der Naturpark-Geschäftsstelle

Naturparke, die das Partner-Programm umsetzen wollen, sollten möglichst folgende Aufgaben und Kriterien erfüllen können:

- ✓ **Fester Mitarbeitender**
Beim Naturpark sollte ein fester Mitarbeitender (oder zumindest Ansprechpartner*in) mit entsprechend angemessenen zeitlichen Ressourcen für die Betreuung des Partner-Netzwerkes benannt werden.
- ✓ **Kompetenzen**
Dieser Mitarbeitende sollte möglichst mit dem Kontext nachhaltiger Regionalentwicklung vertraut sein und eine hohe Kommunikationskompetenz, Motivationstalent und Akzeptanz bei den Akteuren des Netzwerks mitbringen.
- ✓ **Öffentlichkeitsarbeit**
Ein Konzept sollte erstellt werden, wie die ausgezeichneten Partner in die eigenen Aktivitäten und in die eigenen Medien einbezogen bzw. im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit kommuniziert werden können.

Vorbereitungen

Nach der Entscheidung für die Teilnahme am Naturpark-Partner-Programm stehen im Naturpark folgende Vorarbeiten an:

- **Kooperationsvereinbarung mit dem VDN**
Naturpark und VDN schließen eine Kooperationsvereinbarung über die Beteiligung am Partner-Programm.
 - ↓ **Download auf naturparke.de: Vorlage der Kooperationsvereinbarung zwischen VDN und Naturpark**
- **Zielsetzung, Rolle und Aufgaben**
Der Naturpark definiert seine Zielsetzungen, die er mit dem Partner-Netzwerk erreichen will, sowie die Rolle, die er im Rahmen des Partner-Netzwerkes einnehmen möchte. Aus Zielsetzung und Rolle ergeben sich automatisch Aufgaben, die definiert und festgehalten werden sollten. Eine Dokumentation dieses wichtigen Vorbereitungsschrittes ist empfehlenswert, so dass später oder von anderen Mitarbeitenden darauf zurückgegriffen werden kann.

➤ **Auszeichnungsgremium**

Für den späteren Auszeichnungsprozess ist ein Auszeichnungsgremium notwendig, das gemeinsam mit dem Naturpark beschließt, welche Partner aufgenommen werden. Zudem kann es dem Naturpark generell bei der Umsetzung des Partner-Programms als Berater zur Seite stehen.

Der Naturpark sollte sich deshalb schon zu Beginn Gedanken über die Zusammensetzung des Auszeichnungsgremiums machen. Das Auszeichnungsgremium sollte mindestens aus einer Vertreter*in des Naturparks und einer oder mehreren Personen aus bestehenden Gremien wie Vorstand, Kuratorium o.ä. bestehen.

Optional können auch Mitglieder und/oder Vertreter*innen von Kommunen, Tourismusorganisation / -verband, IHK, Naturschutzverbänden o.ä. zum Auszeichnungsgremium gehören. Sobald die ersten Partner ausgezeichnet worden sind und das Partner-Netzwerk besteht, ist anzuraten, einen oder mehrere Vertreter aus dem Partner-Netzwerk in das Gremium aufzunehmen, damit das Partner-Netzwerk selbst ein Mitspracherecht hat.

➤ **Partneransprache**

Der Naturpark überlegt, wer als Partner in Frage kommen und ein Netzwerk mit aufbauen könnte.

- Es ist ratsam, mit bereits bekannten Akteuren, die in den Kernaufgabenfeldern des Naturparks (Schutz, Erholung, Bildung, Regionalentwicklung) tätig sind bzw. bei der Erfüllung der Naturparkziele unterstützen können, zu starten.
- Sinnvoll ist es zudem, Akteure auszuwählen, die bereits nachhaltig handeln bzw. affin für das Thema sind.
- Des Weiteren ist es hilfreich, zu Beginn mit Partnerbetrieben zu kooperieren, die als „Zugpferde/Modellbetriebe“ in der Region vorangehen und weitere potentielle Partner mitziehen/begeistern können.

Der Naturpark spricht dann die ausgewählten potenziellen Partner an. Wie er das tut, entscheidet er selbst. Am praktikabelsten ist eine persönliche Einzelansprache von ausgewählten Akteuren und ggf. eine ergänzende schriftliche Information.



Download auf naturparke.de: Diverse Vorlagen vom VDN (teilweise auch als Printversion verfügbar)

Auch Informationsveranstaltungen, zu denen mehrere potenzielle Partner eingeladen werden, können sinnvoll sein, weil auf diese Weise von Anfang an ein Zusammengehörigkeitsgefühl entstehen kann.

Evaluierung der Partner

- Der Naturpark führt bestenfalls ein persönliches vor-Ort-Gespräch mit dem interessierten Akteur und füllt gemeinsam mit diesem den Erhebungsbogen aus.
- Durch das gemeinsame Gespräch gewinnt der Naturpark einen klareren Eindruck, ob der betreffende Akteur die Kriterien erfüllt, kann bei Unklarheiten direkt nähere Informationen zu den einzelnen Kriterien geben und auch leichter etwaige Maßnahmen vereinbaren.
- Neben dem Erhebungsbogen wird ein einfaches Protokoll erstellt, in dem Vereinbarungen und weitere Maßnahmen jenseits des Erhebungsbogens festgehalten werden.



Download auf naturparke.de: Vorlage für den Erstbesuch vom VDN

- Mit Hilfe des Erhebungsbogens/Kriterienkatalogs und Protokolls entscheidet das Auszeichnungsgremium des Naturparks (siehe oben), ob der Akteur als Naturpark-Partner ausgezeichnet wird.
- Die Unterlagen und Protokolle für jeden Partner verbleiben beim Naturpark und werden archiviert. Sie müssen dem VDN auf Wunsch zur Einsicht bereitgestellt werden – z.B. im Rahmen des Scoutings der „Qualitätsinitiative Naturparke“.

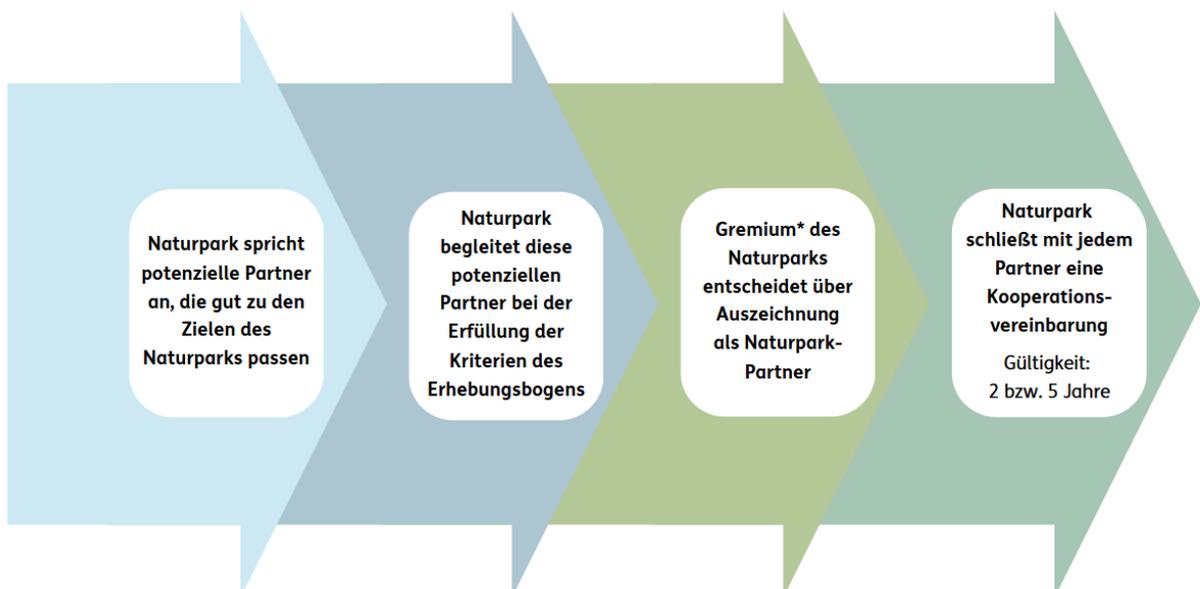
Auszeichnung der Partner

- Gibt das Auszeichnungsgremium „grünes Licht“, informiert der Naturpark den potenziellen Partner über die Entscheidung und schließt mit ihm eine Kooperationsvereinbarung.



Download auf naturparke.de: Vorlage der Kooperationsvereinbarung vom VDN

- In der Kooperationsvereinbarung werden die Grundlagen der Auszeichnung, die damit verbundenen Rechte und Pflichten sowie die Form der Zusammenarbeit geregelt. Neben der Erfüllung der fachlichen Kriterien schließt diese Vereinbarung auch die Achtung der freiheitlich-demokratischen Gesellschaftsordnung mit Werten wie einem toleranten Umgang aller gesellschaftlichen Akteure untereinander, der Achtung von Tier- und Menschenrechten sowie der Ablehnung menschenverachtender Ideologien mit ein.
- Nach Unterzeichnung dieser Vereinbarung erfolgt die Auszeichnung des Akteurs als Naturpark-Partner. Es wird empfohlen, die Auszeichnung im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung des Naturparks vorzunehmen – und zu feiern!
- Dem neuen Partner werden eine Urkunde sowie eine Plakette überreicht. Die Druckvorlagen für Urkunde und Plakette werden vom VDN zur Verfügung gestellt, der Druck obliegt dem Naturpark.
- Das Partner-Signet (Logo), das ebenfalls vom VDN zur Verfügung gestellt wird, kann für die analoge und digitale Kommunikation genutzt werden.



*Auszeichnungsgremium besteht aus Vertretern des Naturparks
+ wahlweise aus anderen Gremien wie z.B. Vorstand
+ wahlweise anderen Organisationen (IHK, DMO etc.)
+ wahlweise NRP-Partner

Laufzeit

- Die Laufzeit der Auszeichnung und damit auch der Partnervereinbarung ist zunächst auf zwei Jahre begrenzt. Dies ist als eine Art „Testphase“ für beide Seiten gedacht und soll dazu dienen, dass Partner und Naturpark sich nach dem angemessenen Zeitraum von zwei Jahren gegenseitig ihrer Ziele und vereinbarten Maßnahmen rückversichern.
- Nach Ablauf dieser zwei Jahre kann der Naturpark die Auszeichnung für jeweils weitere fünf Jahre verlängern. Grundlage für diese Verlängerung müssen die Erfüllung der Inhalte der Partnerschaftsvereinbarung in der vorausgegangenen Phase sowie weiterhin die Erfüllung der Kriterien sein. Hierzu wird der Erhebungsbogen aktualisiert und dem Auszeichnungsgremium des Naturparks vorgelegt.



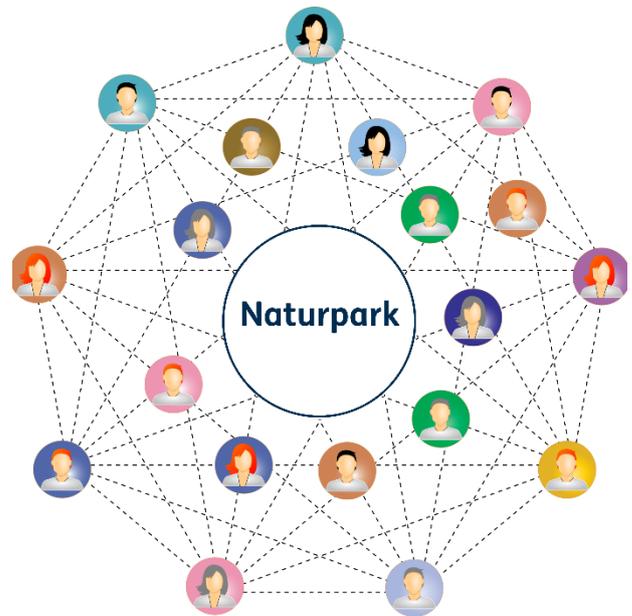
Download auf naturparke.de: Vorlage für Rezertifizierung

Betreuung des Partner-Netzwerks

Die Naturpark-Partner sollen ein in sich tragfähiges Netzwerk mit einem für alle Beteiligten fruchtbaren Austausch bilden.
Der Naturpark nimmt hierbei vor allem die Rolle des Ermöglichsers und Kümmerers ein.

Rolle des Naturparks

- Der Naturpark bietet die Plattform für das Partner-Netzwerk
- Der Naturpark ist der „Kümmerer“, unterstützt und begleitet.
- Der Naturpark nimmt Ideen auf, bietet Input und Knowhow.
- Das Netzwerk mit Leben füllen und es am Leben erhalten – das machen die Partner selbst: sie gestalten die Zukunft ihres Netzwerks gemeinsam mit dem Naturpark!



Aufgaben des Naturparks

Obwohl die Partner im Laufe der Zeit viele Aufgaben im „Netzwerk-Management“ selbst übernehmen und/oder vom Naturpark übertragen bekommen können, verbleiben doch Kernaufgaben beim Naturpark:

- ✓ Beim Naturpark laufen alle Fäden zusammen und er ist Ansprechpartner für alle übergeordneten Fragen aus dem Netzwerk
- ✓ Partnerauswahl und -ansprache, Beratung beim Ausfüllen der Erhebungsbögen, Vorbereitung der Partnerschaftsvereinbarungen sowie Abstimmung mit dem entsprechenden Gremium im Naturpark, Fortschreibung der Zusammenarbeit nach den ersten zwei Jahren bzw. Verabschiedung von Partnern nach dem Vertragsende
- ✓ Persönliche Betreuung der Partner
- ✓ Kommunikation und Einladung zu Netzwerktreffen (mindestens einmal im Jahr)
- ✓ Vereinbarung von „Spielregeln“ für die Zusammenarbeit
- ✓ Öffentlichkeitsarbeit und Außenauftritt des Netzwerks
- ✓ Management von Ausgaben z.B. für Netzwerk-Veranstaltungen, Kommunikationsmaßnahmen etc., die im Rahmen des Netzwerks vereinbart werden.
- ✓ Möglich ist auch die Vereinbarung eines pauschalen Netzwerkbeitrages für klar definierte Aktivitäten, den jeder Partner zahlt. Dies ist vor allem sinnvoll, wenn alle Partner ein gleich hohes Interesse an den gemeinsamen Aktivitäten haben. Zu prüfen ist, ob in diesem Zusammenhang steuerliche Fragen zu klären sind. Zur Klärung dieser Fragen stellt der VDN auf Nachfrage ergänzende Informationen zur Verfügung.

Verstetigung des Netzwerks

Netzwerke langfristig erfolgreich und lebendig zu halten, ist eine Herausforderung.

Eine Herausforderung, der sich nicht nur der Naturpark, sondern vor allem das Netzwerk selbst stellen muss. Hierfür gibt es ein paar wichtige Empfehlungen und Tipps, wie das gut gelingen kann:

- **Gemeinsame Ziele setzen** (abgesehen von der Naturpark-Partnerschaft), um das Bewusstsein zu stärken, zusammen an einer bzw. für eine Sache zu arbeiten
- **Klare Definition** der Netzwerk-Organisation samt Zeitplanung, fester Kommunikationskanäle und Strukturen – der Naturpark darf und soll Aufgaben an Partner übertragen!
- **Konkrete Vorteile und Nutzen / einen echten Mehrwert** für jeden Netzwerkpartner klar ersichtlich machen und bei den Netzwerk-Treffen auch immer wieder aufzeigen. Win-win-Situationen müssen erwartet werden können, damit Partner dabeibleiben
- **Regelmäßige Treffen** für ein Jahr im Voraus planen, denn oft „verpufft“ die Anfangs-Euphorie nach den ersten Netzwerk-Treffen; **Routinen entwickeln!**
- **Guter Mix aus Partnern** (Vertreter aus allen Kategorien und Betriebsebenen) – jedoch: eine arbeitsfähige Größe sollte sichergestellt werden
- **Guten Mix an Inputs bieten** (z.B. zu aktuellen Themen wie Barrierefreiheit, Digitalisierung oder Klimaschutz)
- **Verschiedene Formate** anbieten: von Seminar bis ungezwungenes Get-together: Formate für Betriebsbesichtigungen, Networking & Erfahrungsaustausch
- **Für Reflexion, Monitoring, Evaluation** sorgen.
- **Ein Wir-Gefühl aufbauen:**
Ausreichende Gelegenheiten für Netzwerk-Treffen bieten, die Vertrauen schaffen und einfach auch mal nur Spaß machen!



Download auf naturparke.de: Ausführliche Präsentationen & Checkliste zum Thema Netzwerke-Betreuung vom VDN

Kommunikation des Partner-Netzwerks

Öffentlichkeitsarbeit und interne Kommunikation

Mit dem Start der Umsetzung des Projekts „Naturpark-Partner“ in einem Naturpark bzw. mit der Auszeichnung der ersten Partner beginnt eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit zur Erhöhung der Wahrnehmung und Wertschätzung des Partner-Netzwerks und des Engagements der Partner sowie die interne Kommunikation mit dem Partner-Netzwerk.

Öffentlichkeitsarbeit:

- Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit im Zusammenhang mit der Auszeichnung der Partner (u.a. Plakette, Urkunde, Pressemitteilung)
- Kommunikation des Netzwerks in der Presse- und Social Media-Arbeit des Naturparks
- Darstellung der Partner auf der Naturpark-Homepage (hier aus steuerlichen Gründen keine aktive Verlinkung auf die Homepage der ausgezeichneten Partner - es sei denn, dies wird separat vertraglich vereinbart; siehe nachfolgender Punkt)
- Bei allen Kommunikationsmaßnahmen des Naturparks ist zu prüfen, ob die Form der Kommunikation werblichen Charakter hat oder einen Leistungsaustausch zwischen Naturpark und Partner beinhaltet und damit steuerrelevant ist. So besteht bereits eine werbliche Aktivität, wenn der Naturpark bei der Darstellung der Partner auf seiner Website deren Websites aktiv verlinkt. Zur Klärung dieser steuerlichen Fragen stellt der VDN auf Nachfrage ergänzende Informationen zur Verfügung.
- Einbindung der Partner in öffentliche Veranstaltungen (z.B. Naturparkfest, Mitgliederversammlung)
- Der ausgezeichnete Partner hat ebenfalls das Recht, die Auszeichnung in seiner Öffentlichkeitsarbeit und gegenüber seinen Kunden darzustellen.

Interne Kommunikation:

- Kontinuierlicher Informationsfluss an die Partner sollte gewährleistet werden, z. B. zu Neuigkeiten in der Region und bei einzelnen Partnern, landschaftsbezogenen Informationen, Hinweise auf Führungen, Veranstaltungen des Naturparks oder der Partner
- Weitere Service-Leistungen für die Partnerbetriebe, wie die Bereitstellung von Bannern, Fahnen, Einlegern in Speisekarten, Displays etc. Über den Umfang und die Finanzierung der Service-Leistungen müssen sich Naturpark und Partner gemeinsam verständigen.



Download auf naturparke.de: Ausführliche Präsentation und Gute Beispiele Liste zum Thema Kommunikation

Kommunikationsziele

Die folgenden internen und externen Kommunikationsziele können angestrebt und mit den angegebenen Indikatoren gemessen werden:

Externe Kommunikationsziele und Indikatoren

- Die Wahrnehmung des Naturparks und der mit ihm verbundenen Angebote und Partner hat sich bei wichtigen Zielgruppen erhöht.
Indikator: Nutzerzahlen im Bereich der gewählten Kommunikationsformen (z.B. Social Media), Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen wie z.B. Führungen, Besucherzahlen in Informationszentren o.ä.
- Die Partnerbetriebe fühlen sich und die Naturparkregion von ihren Zielgruppen besser wahrgenommen.
Indikator: Zufriedenheitsgrad der Partnerbetriebe bezüglich Wahrnehmung der Region und ihres Betriebes

Interne Kommunikationsziele und Indikatoren

- Die Verbundenheit mit dem Naturpark, seinen Zielen und der Region wird wahrnehmbarer.
Indikator: Zahl der ausgezeichneten Partner
- Das Engagement für die Kulturlandschaft hat im Rahmen des Programms zugenommen.
Indikator: Umfang der zusätzlich durchgeführten Maßnahmen und der zusätzlich erschlossenen Zeit-, Geld- und Sachspenden.
- Die Partner fühlen sich mit Informationen und Wissen gut versorgt und vom Naturpark gut begleitet.
Indikator: Zufriedenheitsgrad der Partner bezüglich des Informationsflusses und der Netzwerkqualität.

Serviceleistungen des VDN in der Kommunikation

Der VDN stellt folgende Serviceleistungen im Bereich der Kommunikation bereit

- ✓ Materialien für die Auszeichnung der Partner:
 - Gestaltung des Partner-Signets
 - Gestaltung der Plakette
 - Gestaltung der Urkunde(n)

Die Auszeichnungsmaterialien haben ein einheitliches Corporate Design, um sowohl in den Naturparks als auch in den Nationalparks und Biosphärenreservaten die Gemeinschaft der Partner der Nationalen Naturlandschaften zu signalisieren und einen Wiedererkennungseffekt zu erzielen.

Insbesondere das Partner-Signet ist als „offizielles Logo“ des Partner-Programms gedacht und folgt einer einheitlichen Struktur.

Deswegen empfiehlt der VDN, diese Auszeichnungsmaterialien zu nutzen. Naturparke können von diesem einheitlichen Design abweichen, werden jedoch gebeten, dies mit dem VDN abzusprechen.

Beispiel für das Partner-Signet (Beispiel Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal)



Beispiel für die Partner-Plakette Din A4 (Beispiel Naturpark Habichtswald)



Beispiel für die Partner-Urkunde (Beispiel Naturpark Schwalm-Netze)



- ✓ Materialien für die Präsentation des Partner-Programms
 - Power-Point-Präsentationen (zum Download)
 - Kurzbroschüre (zum Bestellen)
 - Postkarte (zum Bestellen)
- ✓ Darstellung der Partner mit dem übergeordneten Partner-Signet für die Nationalen Naturlandschaften im digitalen Raum und auf der Webseite www.nationale-naturlandschaften.de



- ✓ Darstellung des Programms auf einer eigenen Unterseite der Naturparke-Homepage www.naturparke.de
- ✓ Der QR-Code auf der Plakette und auf dem Infolyer und der Postkarte leitet auf diese Unterseite auf www.naturparke.de

Liste der Dokumente zum Download



Alle nachfolgend gelisteten Unterlagen stehen im Mitgliederbereich der naturparke.de-Seite zum Download zur Verfügung unter

> [Infothek](#) > [Naturpark-Partner](#) > [Umsetzung Naturpark-Partner-Programm](#)

Erhebungsbogen (Kriterien)

- Erhebungsbogen
- Leitfragen für Kriterium 3
- Maßnahmenvorschläge zu Kriterium 3
- Anerkannte Zertifikate für Kriterium 3

Musterschreiben und Vorlagen

- Vorlage der Kooperationsvereinbarung zwischen VDN und Naturpark
- Vorlage der Kooperationsvereinbarung zwischen Naturpark und Partner
- Vorlage für den Erstbesuch
- Vorlage für die Rezertifizierung

Auszeichnungsunterlagen

- Die Vorlagen für Signet und Plakette werden für jeden Naturpark vom VDN individuell erstellt.
- Die Vorlagen für die Urkunden werden für jeden Naturpark-Partner vom VDN individuell erstellt.

Kommunikationshilfen

- Partner-Grafik
- Postkarte (Print)
- Kurzbroschüre für potenzielle Partner (als PDF & Print)
- Kurzinformation zum Partner-Programm für Naturparke
- Power Point Präsentation über das Partner-Programm für Naturparke
- Power Point Präsentation über das Partner-Programm für potenzielle Partner

Weiterführende Informationen

- Gute Beispiele für mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz in Naturparks (Liste)
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz (Präsentation)
- Nachhaltigkeit: Gästewartungen und Trends im Tourismus (Präsentation)
- Nachhaltige Kommunikation (Präsentation)
- Nachhaltige Ernährung (Präsentation)
- Erklär-Film zur Kommunikation nachhaltiger Ernährung in der Gastronomie
- Netzwerke formen – fördern – verstetigen (Präsentation)
- Netzwerke-Betreuung (Checkliste und Präsentation)

Anhang: Erhebungsbogen

ERHEBUNGSBOGEN: AUSZEICHNUNG ZUM NATURPARK-PARTNER

Name des Partners / der Kommune:

Kriterium 1: Lage und/oder dauerhafte Aktivität im Naturpark

Der Partner hat seinen Sitz bzw. eine Niederlassung oder auch Flächen in einer im Naturpark liegenden Gemeinde. Auch Betriebe mit Hauptsitz außerhalb des Naturparks erfüllen dieses Kriterium, wenn sie sich dauerhaft im Naturpark oder für den Naturpark mit seinen Zielen engagieren (z.B. in einer Naturparkgemeinde liegende Verkaufs- und Vertriebsstellen regionaler Produkte und Dienstleistungen).

Für Kommunen: Die Kommune liegt mindestens mit einem Teil ihrer Fläche im Naturparkgebiet.

Standort / Sitz des Betriebes / Betriebsstätte / Fläche liegt in folgender Naturparkgemeinde:

Standort/Sitz des Betriebes /Fläche liegt außerhalb des Naturparks - Beschreibung des Engagements für den Naturpark aktuell bzw. geplant im Zeitraum der Kooperation:

Kriterium 2: Kommunikationsengagement

Der Betrieb / die Kommune ist Botschafter des Naturparks und leistet einen aktiven Beitrag zur Erhöhung der öffentlichen Sichtbarkeit des Naturparks. Dies umfasst neben einer Verlinkung der Naturpark-Webseite und der Auslage von Informationsmaterialien jährlich eine eigenständige oder gemeinsam mit dem Naturpark abgestimmte Kommunikationsmaßnahme hinsichtlich der Partnerschaft oder einer sonstigen Aktivität des Naturparks.

Alle Unterpunkte müssen erfüllt werden.

Wir engagieren uns

- a) durch die Verlinkung der Internetseite (falls vorhanden).
(Nachweis: Foto /Screenshot, Angabe des Links)

Wir engagieren uns

- b) in der Kommunikation des Naturparks an den Gast und die Einheimischen, z. B. durch die Einrichtung einer Naturpark-Ecke und/oder durch Auslage von Infomaterialien zu sonstigen Naturparkthemen wie Naturvermittlungs- und Naturerlebnisangeboten.
Wir informieren unsere Gäste über die Philosophie des Naturparks und die allgemeinen Verhaltensregeln im Naturpark, um Natur und Umwelt zu schützen.
(Nachweis: Foto /Screenshot)

Wir engagieren uns

- c) in der Kommunikation des Naturparks nach Innen, z. B. durch Infoveranstaltungen und ggf. Schulungen der Mitarbeitenden sowie nach Außen, z. B. über entsprechende Medien, wenn genutzt (Newsletter, Webseite, Flyer, Messeauftritte, PR-Arbeit).
(Nachweis: entsprechende Unterlagen oder Foto /Screenshot)

Wir engagieren uns

- d) durch die (Mitwirkung an der) Umsetzung einer Werbe-/ Kommunikationsmaßnahme in Abstimmung mit dem Naturpark mindestens einmal im Jahr, z. B. Netzwerk-Vorstellung in eigenem Newsletter, Messe /Öffentlichkeitsaktion, Hausprospekt etc...
(Nachweis: Dokumentation)

Bitte beschreiben Sie im Folgenden Ihre Maßnahmen:

Kriterium 3: Engagement für ökologische Nachhaltigkeit

Der Betrieb / die Kommune setzt im Geschäftsbetrieb Maßnahmen einer ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsweise um und erfüllt die grundlegenden und im Folgenden branchenspezifisch aufgeführten Mindeststandards.

Der Nachweis wird über eine anerkannte Zertifizierung oder eine mit dem Naturpark abgestimmte Maßnahme erbracht.

Eines der folgenden Kriterien 3a oder 3b oder 3c muss erfüllt werden.

Wir engagieren uns

- a) bereits und können eine betriebliche Zertifizierung oder Auszeichnung mit ökologischem Nachhaltigkeitsbezug vorweisen (eine Liste von anerkannten Zertifikaten liegt dem Naturpark vor).

Anerkennungen im Rahmen von Regionalmarken können Zertifizierungen ersetzen; die Kriterien legt der Naturpark dem VDN zur Anerkennung vor.

Die Anerkennung der Zertifizierung erfolgt immer durch den Naturpark.

(Nachweis: Kopie des Dokuments)

Wir engagieren uns

- b) bereits im betrieblichen Rahmen / in unserem kommunalen Kontext mit Maßnahme(n) für ökologische Nachhaltigkeit in mindestens einem der folgenden Handlungsfelder*: biologische Vielfalt, Energieeffizienz, Materialeffizienz, Wasser, Abfall, Emissionen (auch Lichtemissionen), können jedoch keine betriebliche Zertifizierung oder Auszeichnung mit ökologischem Nachhaltigkeitsbezug vorweisen.

(Nachweis: (Foto)Dokumentation: Lieferscheine, Urkunden z. B. für Ökostrom-Bezug, Photovoltaikanlage, Grauwassernutzung etc.)

Wir haben vor, uns zu engagieren

- c) im betrieblichen Rahmen / in unserem kommunalen Kontext mit folgender/n Maßnahme(n) für ökologische Nachhaltigkeit, die wir in den kommenden 2 bzw. 5 Jahren umsetzen, in mindestens einem der folgenden Handlungsfelder*: *(Nachweis: Dokumentation)*

Biologische Vielfalt:

Energieeffizienz:

Materialeffizienz:

Wasser:

Abfall:

Emissionen (auch Lichtemissionen):

* Hinweis zu Punkt 3 b und c:

Für den Fall, dass Sie keine Zertifizierung oder Auszeichnung entsprechend 3a) haben, jedoch Maßnahmen entsprechend Punkt 3b) durchführen oder Sie mit dem Naturpark Maßnahmen entsprechend 3c) vereinbaren wollen, stellt der Naturpark Ihnen eine **Liste mit möglichen Maßnahmen** zur Verfügung, die Ihnen als Anregung dienen können. Es können aber auch andere Maßnahmen vereinbart werden.

Wichtig ist, gerade wenn Sie ein Einzel- oder Kleinunternehmen sind, dass solche Vorschläge in Form konkreter Maßnahmen und weniger auf strategisch-konzeptioneller Ebene gemacht werden. Wenn bei Ihnen bereits Ansätze im Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement bestehen, sollten sich Maßnahmenvorschläge an diesen orientieren bzw. diese ergänzen.

Diese Maßnahmen müssen also zum Zeitpunkt der Auszeichnung noch nicht umgesetzt sein, sollten aber im Zeitraum von 2 Jahren bzw. 5 Jahren (bei der Verlängerung der Auszeichnung um 5 Jahre) umgesetzt werden.

Kriterium 3: Engagement für die ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft

Branchenspezifische Kriterien

Im Folgenden sind die branchenspezifischen Kriterien aufgeführt.

Ist der Partner z.B. der Branche Gastronomie zuzuordnen, muss er alle branchenspezifischen Kriterien im Erhebungsbogen Gastronomie erfüllen. Die Kriterien der anderen Branchen sind für ihn nicht relevant.

Hinweis für den Naturpark:

Bitte stellen Sie dem Partner aus Gründen der Übersichtlichkeit **nur die Fassung mit den für die Branche des Partners zutreffenden Kriterien** zur Verfügung.

Sollte der Partner sich nicht einer der folgenden Branchen zuordnen lassen, nehmen Sie bitte Kontakt zum VDN auf.

Beherbergung

(alle Unterpunkte müssen erfüllt werden)

<p>a) Wir informieren unsere Gäste über Möglichkeiten, mit dem ÖPNV anzureisen und/oder setzen Anreize, die lokalen Fortbewegungsmöglichkeiten mit dem ÖPNV und andere umweltfreundliche Transportmöglichkeiten zu nutzen (wenn dies generell möglich ist). (z. B. Rabatt/Belohnung bei Anreise mit dem ÖPNV oder Autoschlüssel-Abgabe für Zeit des Aufenthaltes oder Hol-/Bringservice von/zu öffentlichen Verkehrsmitteln bei An-/Abreise) <i>(Nachweis: Screenshot Kommunikationsmaterialien, ggf. elektr. Gästekarte)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>b) Wir reduzieren bzw. verzichten weitestgehend auf Einwegverpackungen, Kunststoffverpackungen bzw. Kunststoffartikel auf den Zimmern, im Tagungsbereich, beim Frühstück etc. und verwenden wo es geht Recyclingmaterialien (Papier, Hygieneartikel, etc.) <i>(Nachweis: Fotos)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>c) Wir halten die Transportwege kurz, indem wir lokale/regionale Händler, Lieferanten und Dienstleistungen bevorzugen, wenn dies möglich ist. <i>(Nachweis: Händler, Lieferanten benennen und/oder: Regionalmarken- / Biomarken-Produkte; lokales Mineralwasser oder Leitungswasser o. ä.)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>d) Wir kommunizieren unser eigenes Engagement für den Klimaschutz und/oder unseren eigenen CO₂-Fußabdruck sichtbar für den Gast und schaffen so mehr Aufmerksamkeit für das Thema Klimaschutz. <i>(Nachweis: Fotos z. B. Einbindung/Link zu CO₂-Rechner z. B. des Umweltbundesamtes auf der eigenen Website; Hinweis zu eigenen Kompensationen zugunsten von regionalen oder globalen Klimaschutzprojekten z.B. über atmosfair, myclimate etc.; Einbindung von Aktivitäten lokaler/regionaler Anbieter)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>e) Wir kommunizieren aktiv Naturvermittlungs- und Naturerlebnisangebote (z. B. Naturführer*innen) an unsere Gäste. <i>(Nachweis (Foto Auslage Flyer, Programm, Kopie Pauschale etc.)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>Es ist ein gastronomisches Angebot im Hotel vorhanden. <i>(Hinweis: Es gelten auch alle für die Branche „Gastronomie“ festgelegten Kriterien. Bitte auch diesen Bereich ausfüllen, auch wenn es inhaltliche Doppelungen gibt.)</i></p>	<input type="checkbox"/>

Gastronomie

(alle Unterpunkte müssen erfüllt werden)

<p>a) Wir halten die Transportwege kurz, indem wir lokale/ regionale Händler, Lieferanten und Dienstleistungen bevorzugen, wenn dies möglich ist. <i>(Nachweis: Händler, Lieferanten, Dienstleister benennen; lokales Mineralwasser bzw. regional produzierte Getränke mit und ohne Alkohol oder Leitungswasser o. ä.)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>b) Wir reduzieren bzw. verzichten weitestgehend auf Einweg-verpackungen, Kunststoffverpackungen bzw. Kunststoff-artikel in der Küche und auf den Tischen (z.B. Butterpäckchen, Salz/Pfeffer, Öl etc.) und verwenden wo es geht Recyclingmaterialien (Papierservietten, Toilettenpapier etc.) <i>(Nachweis: Fotos)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>c) Wir verwenden bei unseren Gerichten weitestgehend frische, saisonale und regionale Zutaten, soweit dies möglich ist. <i>(Nachweis: Speisekarte)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>d) Bei mindestens drei Angeboten auf der Speisekarte stammen die Zutaten der Gerichte ausschließlich aus dem Naturpark, wenn dies möglich ist. Ausnahmen bezüglich der Zahl der Angebote sind zu begründen und im Regelfall durch Bio-, Regionalmarken oder Fairtrade-Produkte zu ersetzen. <i>(Nachweis: Kopie Speisekarte, Einkaufsbelege/Lieferscheine oder schriftliche Begründung)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>e) Zusätzliche Informationen zu den regionalen Produkten, ggf. auch zu den regionaltypischen Zubereitungsarten und zum Naturpark stehen dem Gast über die Speisekarte, Einleger, Info-Flyer oder über Tischaufsteller zur Verfügung. <i>(Nachweis: Kopie Speisekarte mit Produktbenennung oder Kopie/Foto Einleger, Flyer etc.)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>f) Wir bieten bei allen Mahlzeiten mindestens ein vegetarisches und/oder ein veganes Gericht an. <i>(Nachweis: Speisekarte, Fotos)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>g) Wir kommunizieren unser eigenes Engagement für den Klimaschutz im Gastronomiebereich und/oder den CO₂-Fußabdruck sichtbar für den Gast und schaffen so mehr Aufmerksamkeit für das Thema Klimaschutz. <i>(Nachweis: Speisekarte, Tischaufsteller, „Klimateller“, Fotos)</i></p>	<input type="checkbox"/>

Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Weinbau, Imkerei und verwandte Branchen

Eine Bio-/Öko-Zertifizierung liegt bereits vor (siehe Kriterium 3a).

Oder:

Wir gehören einer vom Naturpark anerkannten Regionalmarke an.

(Nachweis: Kopie der Mitgliedsliste/-urkunde oder Standards einer anerkannten Regionalmarke)

Oder:

Wir und unsere Produkte erfüllen vergleichbare Kriterien anderer Regionalmarken, ohne einer anzugehören (Qualitäts-Standards der Produkte, naturraumrelevante Bewirtschaftung, Naturschutzstandards, etc.).

Bitte nennen Sie diese Kriterien im Folgenden:

Oder:

Wir können keine der o. g. Anforderungen über Qualitätsstandards darstellen, unterstützen aber die Arbeit oder Ziele des Naturparks auf besondere Weise.

Hierunter fallen vor allem Betriebe, die sich im Bereich des Klima- und Artenschutzes sowie der Landschaftspflegemaßnahmen nachweislich stark machen. (z. B. Schäfer*innen, Imkereien, Landschaftspflegehöfe, Flächenpatenschaften)

Bitte nennen Sie die Unterstützungsleistungen im Folgenden:

Produkte mit Bezug zum Naturpark

Eine Bio-/Öko-Zertifizierung liegt bereits vor (siehe Kriterium 3a).

Oder:

Wir gehören einer durch den Naturpark anerkannten Regionalmarke an. Ausnahmen können gemacht werden, wenn der Betrieb vergleichbare Standards nachweisen kann.

(Nachweis: Mitgliedsliste/-urkunde oder Standards einer anerkannten Regionalmarke)

Oder:

Wir verwenden Rohstoffe oder Produkte/Materialien aus dem Naturpark (z. B. Holz, Stein, Wolle, Saaten/Öle, Honig, Früchte, Getreide etc.) und kommunizieren dies an die Gäste/Kund*innen.

Bitte nennen Sie die Produkte /Materialien und Informationen zu deren regionaler Herkunft im Folgenden:

Oder:

Wir unterstützen die Arbeit oder Ziele des Naturparks auf besondere Weise, indem wir uns im Bereich Kunst und Kultur oder im traditionellen Kunsthandwerk in Sinne der Entwicklung der Region engagieren.

Bitte nennen Sie die Unterstützungsleistungen und/oder Anerkennung durch Kommune/ Naturpark etc. im Folgenden:

Aktivitäten, Exkursionen, Umweltbildung, Führungen und Ähnliches

Die Aktivität wird von qualifizierten Leiter*innen durchgeführt, die den Naturpark repräsentieren können.

(Nachweis: Kopie der Zertifizierung oder der beruflichen Qualifikation)

Oder:

Wir sind Mitglied eines regionalen oder überregionalen Netzwerkes mit unterlegten Qualitätskriterien.

(Nachweis: Kopie der Mitgliedsliste/-urkunde oder Standards eines anerkannten Vergleichs-Partner-Netzwerks)

Und:

Wir führen pro Jahr mindestens zwei Vermittlungsangebote mit Bezug zu Naturparkthemen durch.

(Nachweis: Foto / Kopie Angebot)

Natursport

(beide Unterpunkte müssen erfüllt werden)

a) **Wir stimmen unsere Aktivitäten mit dem Naturpark ab, sodass es durch die Aktivitäten des Partners nicht zu Beeinträchtigungen von Natur und Landschaft kommt.**

(Nachweis: Vereinbarung zwischen Partner und Naturpark)

b) **Wir informieren unsere Kund*innen / Nutzer*innen durch entsprechende und ansprechende Kommunikationsmaßnahmen über den sensiblen Naturraum im Naturpark und die Auswirkungen der sportlichen Aktivitäten auf Natur und Landschaft.**

(Nachweis: Webseite, Infomaterialien, Schautafeln etc.)

Kommunen

Die Kommune ist Mitglied in der Naturparkträgerorganisation, sofern dies möglich ist.

(Nachweis: Vereinbarung zwischen Kommune und Naturpark)

Kriterium 4: Engagement für die Kulturlandschaft, Regionalentwicklung sowie den Naturpark

Der Betrieb / die Kommune engagiert sich für die Kulturlandschaft, die Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung und die Zielsetzungen des Naturparks über das Kerngeschäft hinaus, indem Maßnahmen durchgeführt oder Beiträge zu Maßnahmen für den Erhalt und die Entwicklung der Kulturlandschaft oder zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks geleistet werden.

Wir engagieren uns



a) **durch folgende Maßnahmen oder Beiträge zu Maßnahmen zum Erhalt und zur Entwicklung der Kulturlandschaft**

(Nachweis: Spendenbescheinigung, Foto, etc.)

Oder:



Wir engagieren uns

b) **durch folgende Maßnahmen oder Beiträge zu Maßnahmen zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks, von Regionalentwicklungs- oder Kulturinitiativen**

(Nachweis: Spendenbescheinigung für Sach-, Geld- oder Zeitspenden, Foto, Nennung der Unterstützungsleistung etc.)

Kriterium 5: Engagement im Naturpark-Partner-Netzwerk

Der Betrieb / die Kommune engagiert sich im Partner-Netzwerk des Naturparks und erfüllt alle nachfolgenden Punkte.

<p>a) Fester Ansprechpartner / feste Ansprechpartnerin für den Naturpark:</p> <p>_____</p> <p>Name</p> <p>_____</p> <p>Telefon</p> <p>_____</p> <p>E-Mail</p>	<input type="checkbox"/>
<p>b) Anbringen der Partner-Plakette und/oder des Partner-Signets auf mindestens einem Medium (Eingang, Flyer, Website, Visitenkarte o. ä.). <i>(Nachweis: Dokumentation der Medien, Originale oder Fotos, Screenshots, etc.)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>c) Teilnahme am Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen Naturpark und den Partnern im Partnernetzwerk mindestens einmal im Jahr (z. B. interne Netzwerktreffen, Besichtigungen, Tourismustage etc.). <i>(Nachweis: Kopie der Teilnahmelisten)</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>d) Aktive Teilnahme an der Evaluation des bundesweiten Partner-Programms, wenn diese durchgeführt wird. <i>(Nachweis: Kopie der Teilnahmelisten)</i></p>	<input type="checkbox"/>

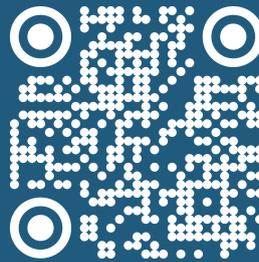
Ort, Datum

Unterschrift Partner / Kommune

Ort, Datum

Unterschrift Naturpark

Alle Informationen zum
Partner-Programm
inklusive Vorlagen und
Checklisten gibt es hier:



Herausgeber:

Verband Deutscher Naturparke e.V.
Holbeinstraße 12 | 53175 Bonn
0228 921286-0
sekretariat@naturparke.de

**Nationale
Naturlandschaften**

Verband Deutscher Naturparke e.V.



Fotos & Grafiken:

Coverfoto: © VDN-Fotoportal / Rainer Besold

Seite 4: Grafik VDN

Seite 6: Grafik VDN / Katzensprung

Seite 7 und 21: Grundlage der Grafik lizenzfrei von Pixabay

Seite 19: Grafik VDN

Nationale
Naturlandschaften 

Der Verband Deutscher Naturparke e. V. ist gemeinsam mit dem Verband Nationale Naturlandschaften e. V. Träger der Dachmarke „Nationalen Naturlandschaften“. Die Nationalen Naturlandschaften (NNL) sind das Bündnis der deutschen Nationalparke, Naturparke, Biosphärenreservate und Wildnisgebiete.
www.naturparke.de
www.nationale-naturlandschaften.de