



PRESSE-INFORMATION

NATUR HAT EINEN NEUEN NAMEN: NATIONALE NATURLANDSCHAFTEN

Was sind die Nationalen Naturlandschaften?

Überall in Deutschland gibt es geschützte Landschaften, die unser Naturerbe bewahren. Die *Nationalen Naturlandschaften* gliedern sich in:

- + **14 Nationalparks.** Sie schützen das nationale Naturerbe eines Landes. Sie umfassen großflächige ursprüngliche Naturlandschaften, in denen sich die Ökosysteme entsprechend den natürlichen Prozessen entwickeln können - getreu dem Motto "Natur Natur sein lassen". Hier können Besucher besonders viel über die Natur erfahren und ihre Eigendynamik kennen lernen.
- + **16 Biosphärenreservate.** Dies sind großräumige Schutzgebiete, die aus repräsentativen Ausschnitten von Natur- und Kulturlandschaften bestehen. In den deutschen Biosphärenreservaten werden - gemeinsam von den hier lebenden und wirtschaftenden Menschen - beispielhafte Konzepte zu Schutz, Pflege und Entwicklung des Gebietes erarbeitet und umgesetzt. Die deutschen Biosphärenreservate sind Teil eines weltweiten Netzes von 531 Gebieten in 105 Staaten, für die von der Weltkulturorganisation UNESCO internationale Kriterien im Rahmen des Programms „Der Mensch und die Biosphäre“ (MAB) festgelegt wurden.
- + **Über 100 Naturparks.** Dies sind landschaftlich reizvolle und naturnahe Kulturlandschaften, die sich besonders für die Erholung eignen. Vorrangige Ziele sind neben einem naturverträglichen Tourismus der Schutz des Landschaftshaushalts und des Landschaftsbildes. Naturparks streben eine nachhaltige Entwicklung der Regionen mit den Menschen und für die Menschen an. Umweltbildung ist eine weitere wichtige Aufgabe.

Warum eine solche Kampagne?

Laut der Allensbacher-Werbeträger-Analyse (AWA 2005) interessieren sich über 50 Millionen Menschen in Deutschland für das Thema „Natur- und Umweltschutz“. Der Beliebtheitsgrad der Großschutzgebiete in Deutschland nimmt spürbar zu. Das bestätigte auch eine EMNID-Umfrage im Auftrag von EUROPARC Deutschland vom März 2005. Danach hielten 88 Prozent der Deutschen die Großschutzgebiete für wichtig. 71 Prozent würden ihren Urlaub bevorzugt in der Nähe eines Großschutzgebiets verbringen. 83 Prozent halten es für richtig, zur Finanzierung der Schutzgebiete beizutragen, etwa durch Eintrittsgelder oder Naturtaxe. Allerdings erklärten nur sechs Prozent der Befragten, die unterschiedlichen Kategorien der deutschen Schutzgebiete zu kennen.¹

Bisher warben Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks getrennt um Besucher. Dem Erscheinungsbild fehlte eine gemeinsame visuelle und kommunikative Klammer, ein „Markenzeichen“. Unter der neuen Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ kommunizieren

¹ Emnid-Studie im Auftrag von EUROPARC Deutschland vom März 2005



die deutschen Großschutzgebiete erstmals gemeinsam. Ihre Informationen und Angebote werden zentral zugänglich. Interessierte haben es leichter, sich zu informieren.

Die Nationalen Naturlandschaften schaffen eine Wertschätzung für Deutschlands Naturschätze. Beispiele aus den USA (National Park Service) und Großbritannien (National Trust) zeigen, dass ein gemeinsamer nationaler Auftritt sowohl den einzelnen Schutzgebieten nützt als auch dem Naturschutz als solchen und nicht zuletzt den Regionen, in denen die Schutzgebiete liegen. In diesen Ländern sind die Schutzgebiete eine Marke geworden, mit einem hohen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wert.

Schon jetzt zieht es jährlich rund 20 Millionen Besucher in die deutschen Nationalparks. Diesen Zuspruch möchte die Kampagne noch erhöhen. Vor allem auch diejenigen, die bisher keine enge Beziehung zur Natur hatten, sollen für die einmaligen Landschaften Deutschlands begeistert werden.

Wie sieht die neue Dachmarke aus?

Als Kombination aus informativen und visuellen Elementen weckt die Dachmarke Emotionen, sie transportiert die Werte und Leistungen der unter ihr auftretenden Schutzgebiete und motiviert zu ihrem Besuch.

Der Werbeauftritt zeigt ausgewählte Fotomotive der Nationalen Naturlandschaften, in die jeweils ein Weg eingezeichnet ist. Der Weg soll den Betrachter einladen, einen bestimmten Punkt in der Natur aufzusuchen, er soll ihn in die Natur „hineinziehen“.

Das Logo der Nationalen Naturlandschaften besteht deshalb aus einem dreifarbigen Punkt mit dem ergänzenden Schriftzug „Nationale Naturlandschaften“. Der Punkt besteht aus einem Farbdreiklang, der symbolisch für die drei Kategorien der Großschutzgebiete steht. Jedes Schutzgebiet konnte sich seinen Punkt aus rund 1.000 Farbkombinationen auswählen. Die verschiedenen Schutzgebiete verwenden zudem als Logo ihren eigenen Namen und einen weiteren farbigen Punkt. Alle Parks haben die Möglichkeit, bei der neuen Dachmarke zudem mit ihren bisherigen Regionallogos aufzutreten.

Wer sind die Träger und Partner der Kampagne?

Träger der Kampagne ist EUROPARC Deutschland. Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) sowie das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) unterstützen die Kampagne finanziell.

Für Fragen wenden Sie sich bitte an:

EUROPARC Deutschland

Vivian Sophie Kreft

Leiterin Kommunikation

Tel. 030/288 78 82-20

Fax: 030/288 78 82-16

Mail: vivian.kreft@europarc-deutschland.de

www.nationale-naturlandschaften.de

Stand: März 2009