

Das Naturpark-Partner-Netzwerk Im Naturpark Uckermärkische Seen

Überblick und Perspektiven



Handout

Stand: September 2023

I. Einleitung

In der gesamten Naturparkregion arbeiten zahlreiche Betriebe, Freiberufler und Institutionen tagtäglich daran, Besuchern und Einheimischen eine authentische, gesunde und lebenswerte Kulturlandschaft zugänglich zu machen. Das können Touristiker oder Naturerlebnis-Anbieter sein, die nachhaltig wirtschaften und die Gäste auf regionaltypische Besonderheiten aufmerksam machen; Landwirte, die ökologisch und regional arbeiten; Grafiker, Kunsthandwerker, Zimmereien, die auf umweltfreundlichen Druck achten oder regionaltypische Motive und einheimische Materialien nutzen oder Fachfirmen, die eine traditionelle, regionale Baukultur bewahren. Diese Aufzählung ließe sich um viele weitere Akteure ergänzen. Der Naturpark will diese Leistungen für die Öffentlichkeit sichtbar machen. Für die Naturparkverwaltung sind die Partner die Botschafter einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Seit 2013 gibt es im Naturpark Uckermärkische Seen ein Partnernetzwerk. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk stetig vergrößert, vieles wurde in dieser Zeit erreicht und einiges ausprobiert. Die gesamte Arbeit des Naturparks beruht auf den vier Säulen „Schutz“, „Erholung“, „Regionalentwicklung“ und „Bildung“. Für eine sinnvolle Verknüpfung dieser vier Bereiche im Sinne einer nachhaltigen Kulturlandschaft ist das Projekt Partnernetzwerk ideal.

Lang befand sich das Netzwerk in Trägerschaft des Dachverbands der deutschen Naturparke, Biosphärenreservate, Nationalparke und Wildnisgebiete dem EUROPARC Deutschland e.V. (ab 2020 Nationale Naturlandschaften e.V. –>NNL e.V.). In 2021 entschied sich das Partnernetzwerk zu einem Wechsel der Trägerschaft hin zum Verband Deutscher Naturparke e.V. (VDN e.V.) und trug seitdem den Namen *Aktiv für den Naturpark Uckermärkische Seen*. Im Rahmen einer engeren Kooperation von VDN e.V. und>NNL e.V. seit 2022 kam es zur Umbenennung des Partnerprogramms in *Naturpark Partner*. Hintergrund dieser Entscheidung war u.a. der Wunsch, die Partnerprogramme von Naturparks und anderen Naturlandschaften einheitlich darzustellen und zu kommunizieren (z.B. *Naturpark Partner*, *Biosphärenreservat Partner*, etc.).

Der VDN e.V. entwickelt in Zusammenarbeit mit den Naturparks die Kriterien zur Auszeichnung der Partnerbetriebe stetig weiter. Im Rahmen des Projekts *Katzensprung* wurde zunächst das Profil der Naturparke als Akteure klimaschonender Tourismusentwicklung geschärft. Darauf aufbauend, wurden im Bereich klimaschonendes Wirtschaften zusätzliche Auszeichnungskriterien für Partnerbetriebe entwickelt, die nun im Projekt *Katzensprung 2.0* Einzug in alle bestehenden und neuen Partnernetzwerke halten. Informationen zum Projekt *Katzensprung 2.0* finden sich unter <https://www.naturparke.de/aufgaben-ziele/nachhaltiger-tourismus/katzensprung-20-aktiv-fuer-den-klimaschutz-im-deutschlandtourismus.html>

Dieses Handout möchte bereits vorhanden Partnern wie auch neuen Interessierten einen kurzen Überblick zu den Zielen, Inhalten und Kriterien und Strukturen des Naturpark-Partner-Netzwerks Uckermärkische Seen geben. Weitere Informationen zum Partnerprogramm des VDN finden sich hier: <https://www.naturparke.de/aufgaben-ziele/regionalentwicklung/naturpark-partner.html>

Weiterhin kommen die „Stimmen der Partner“ (siehe Anhang 1) zu Wort. Im Rahmen des Trägerwechsels 2021 fand neben einer Partnerbefragung auch eine Diskussion zur zukünftigen Ausrichtung des Partnernetzwerks statt (siehe Anhang 2). Darüber hinaus findet sich in weiteren Anhängen dieses Handouts das Muster der Partnerschaftsvereinbarung sowie, beispielhaft, ein Auszeichnungsbogen für Beherbergungsbetriebe.

Wir hoffen, mit diesem Handout einige Fragen beantworten zu können und sind dankbar, für Hinweise, Anmerkungen aber auch weitere Fragen. Sie erreichen uns unter:

Landesamt für Umwelt/ Referat N5
Naturpark Uckermärkische Seen
Tramper Chaussee 2 / Haus 7, 16225 Eberswalde

E-Mail: np-uckermaerkische-seen@lfu.brandenburg.de
Web: www.uckermaerkische-seen-naturpark.de

II. Die Projektidee

Die Naturparkverwaltung Uckermärkische Seen hat sich die kontinuierliche Entwicklung des Naturparks hin zur Modellregion für nachhaltige Entwicklung zum Ziel gesetzt. Grundlage für diese Bestrebungen ist der §27 des Bundesnaturschutzgesetz (https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/_27.html). Priorität hat die Erhaltung und Weiterentwicklung großräumiger Kulturlandschaften, die aus Naturschutzgründen sowie wegen ihrer besonderen Eigenart und Schönheit von herausragender Bedeutung sind. In Naturparks sollen daher der Naturschutz und die Erholungsvorsorge mit einer umweltverträglichen Landnutzung und einer nachhaltigen Regionalentwicklung verbunden werden (weitere Informationen: <https://www.naturparke.de/aufgaben-ziele.html>). Das Naturpark-Partner-Netzwerk Uckermärkische Seen, welches sich in Trägerschaft des *Verbandes Deutscher Naturparke e.V. (VDN)* befindet, schafft hier einen Rahmen, um Akteure/Partner im Naturpark für die gemeinsame Umsetzung dieser Bestrebung zu gewinnen, indem es die Bildung einer Partnerschaft zwischen dem Naturpark und regionalen Betrieben und Akteuren unterstützt, festigt und ausbaut. Die Grundbotschaft des Partnernetzwerks, welche der Naturpark und seine Partner gemeinsam an die Öffentlichkeit kommunizieren, lautet:

„Wir engagieren uns aktiv für eine nachhaltige Entwicklung in der Naturparkregion und machen den Naturpark mit seinen Zielen gemeinsam in der Öffentlichkeit bekannt.“

III. Ziele und Mehrwert

Folgende Ziele verfolgt das Naturpark-Partner-Netzwerk Uckermärkische Seen:

- Erhaltung, Pflege bzw. Aufwertung der regionalen Kulturlandschaft
- Sicherung bzw. Wiederherstellung einer hohen biologischen Vielfalt mit einer vielfältigen Tier- und Pflanzenwelt
- Umwelt- und naturverträgliche Landnutzung
- Nachhaltiges Wirtschaften und einen schonenden und nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen
- Verbesserte öffentliche Wahrnehmung des Naturparks sowie der mit ihm verbundenen Themen und Angebote
- Nachhaltige Entwicklung im Naturpark

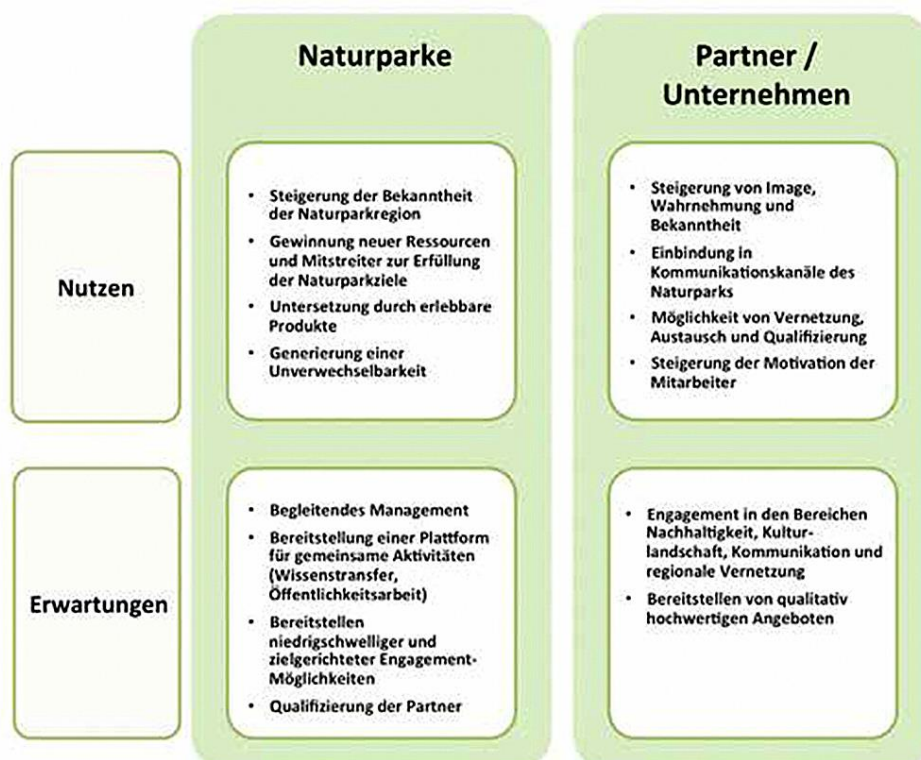


Abbildung 1:
Nutzen und Erwartungen von Naturparken und Partnern im Projekt „Aktiv für Naturparke“
Quelle: VdN-Leitfaden „Aktiv für Naturparke“ 2019

Die Partnerschaft generiert einen Mehrwert für alle Beteiligten. Gästen der Region sowie Einheimischen wird durch nachhaltigen Bildungs- und Tourismusangebote eine erlebnisorientierte Wissensvermittlung zu Nachhaltigkeitsthemen ermöglicht. Gleichzeitig wird dem zunehmenden Bedürfnis der Gäste nach Regionalität und Authentizität sowie der steigenden kritischen und selbstbestimmten Auseinandersetzung mit Fragen der verwendeten Ressourcen und Konsumfolgen entsprochen. Durch die Auszeichnung sowie durch die damit verbundene Einbeziehung in die Kommunikationskanäle des Naturparks erfahren demgegenüber die Partner eine Wahrnehmungs- und Bekanntheitssteigerung. Den Partnern bieten sich darüber hinaus Qualifikationsmöglichkeiten, Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer. Der Naturpark seinerseits gewinnt mit den Partnern neue Multiplikatoren für die eigenen Botschaften und erhöht so seine Kommunikationsreichweite. Leistungen und Produkte der Partner können die Naturparkziele unterstützen und zum Profil und zur Unverwechselbarkeit der Naturparkkulisse beitragen. Ein intensiver und langfristiger Kontakt mit Leistungsträgern der Region unterstützt wesentlich den Aufbau von Dialogprozessen hin zu einer nachhaltigen Region

IV. Engagement

In den folgenden vier Bereichen können Naturparke und ihre Partner durch gemeinsames Engagement einen Mehrwert im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung schaffen – wobei dieser Abschnitt keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

a) Umwelt (Ökologische Nachhaltigkeit):

- Vermittlung und Unterstützung des Erhalts und die Pflege der Natur- und Kulturlandschaft. Rücksichtvoller Umgang mit Landschaft und Biodiversität (z.B. über spezielle Aktivitäten, Wissensvermittlung und konkrete Unterstützung von Erhalt und Pflege von Natur und Landschaft)
- bewusster und nachhaltiger Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen sowie Durchführung von Maßnahmen zur Ressourceneffizienz/-einsparung

b) Wirtschaft (Ökonomische Nachhaltigkeit):

- Berücksichtigung lokaler/regionale Produkte und Dienstleistungen und Unterstützung des lokalen Gewerbes mit dem Ziel, eine nachhaltige regionale Wertschöpfungskette zu schaffen. Lokale Ressourcen und Sehenswürdigkeiten werden in Wert gesetzt.
- Ermöglichung attraktiver Erfahrungen und Erlebnisse für Gäste bzw. Nutzer.

c) Gesellschaft (Soziale Nachhaltigkeit)

- Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse (Was möchten die Gäste?) - Wissenstransfer, Angebote, Barrierefreiheit
- Engagement für die Region durch Pflege und Förderung der lokalen Kultur (z.B. Brauchtum, Handwerk...). Erhaltung und Verbesserung des kulturellen Angebots der Region. Förderung des Austausches zwischen Gästen und Einheimischen.
- Erhalt und Verbesserung der lokalen Infrastruktur zugunsten von Gästen und Einheimischen (z.B. ÖPNV) und Sichtbarmachung dessen.

d) Nachhaltiges Management

- Besucherinformationen: Gäste und Kunden werden durch die Partner aktiv und prominent über Naturparkziele und Nachhaltigkeitsaspekte informiert (z.B. Faltblätter, Tafeln, direkter Kundenkontakt).
- Mitarbeiterschulungen: Mitarbeiter der Partner werden über die Naturparkziele, die Kulturlandschaft, erlebnisorientierte Naturvermittlungsangebote sowie Nachhaltigkeitsaspekte informiert.
- Einbeziehung der Stakeholder und Austausch: Mit indirekt Beteiligten, wie z.B. Einheimischen, wird der Austausch aktiv gesucht und ein regelmäßiger Dialog gepflegt. Bedürfnisse und Bedenken werden entgegengenommen und bei der Ausgestaltung des Angebots berücksichtigt (Feedbackschleife).

V. Auszeichnungsprozess

Zunächst führt der Naturpark ein persönliches vor-Ort-Gespräch mit dem interessierten Betrieb durch. Als nächstes wird der Erhebungsbogen ausgefüllt, der die Auszeichnungskriterien abfragt (siehe Punkt F). Dies passiert entweder gemeinsam beim Vor-Ort-Termin oder in Vorbereitung darauf. Bei Fragen und Unklarheiten, steht die Naturparkverwaltung den Partnerbetrieben beratend zur Seite.

Im Anschluss entscheidet das Auszeichnungsgremium des, das mindestens aus einer Vertreterin oder einem Vertreter des Naturparks und einer Vertreterin oder einem Vertreter des Partner-Netzwerks besteht, über die Auszeichnung als „Naturpark-Partner“. Als nächstes schließen Naturparkverwaltung und Partner eine Kooperationsvereinbarung ab. Die erste Auszeichnung als „Naturpark-Partner“ ist zwei Jahre gültig. Eine Re-Zertifizierung behält ihre Gültigkeit für fünf Jahre.

VI. Auszeichnungskriterien

Im Folgenden werden die Auszeichnungskriterien (Stand 2023) überblickshaft dargestellt. Die vollständigen, branchenspezifischen Kriterien können dem Beispiel- Erhebungsbogen im Anhang entnommen werden. Alle branchenspezifischen Erhebungsbögen erhalten Sie auf Nachfrage von der Naturparkverwaltung. Die erweiterten Kriterien gelten für alle neuen Partner und werden bei der Re-Zertifizierung bestehender Partner angewendet.

1. Lage und/oder dauerhafte Aktivität in einer Gemeinde im Naturpark

Es Betriebe Partner werden, die ihren Sitz bzw. eine Niederlassung in einer im Naturpark gelegenen Gemeinde haben oder sich dauerhaft im bzw. für den Naturpark engagieren.

2. Identifikation und Kommunikationsengagement

Der Partner stellt Informationen über den Naturpark gut sichtbar zur Verfügung und verlinkt seine Homepage mit jener des Naturparks. Zudem führt er jährlich alleine oder gemeinsam mit dem Naturpark eine weitere abgestimmte Kommunikationsmaßnahme durch.

3. Engagement für ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft

Der Partner setzt im Geschäftsbetrieb Maßnahmen einer ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsweise um. Diese können nachgewiesen werden durch

- a) eine bestehende Zertifizierung anderer Anbieter (z.B. TourCert, EMAS, Green Destinations, Biosiegel, Bioland),
- b) bereits vorhandene betriebliche Maßnahmen in den Handlungsfeldern biologische Vielfalt, Energieeffizienz, Materialeffizienz, Wasser, Abfall, Emissionen (auch Lichtemissionen) ohne externe Zertifizierung,
- c) im Rahmen des Auszeichnungsprozesses als Naturpark-Partner vereinbarte zukünftig umzusetzende Maßnahmen in den unter b genannten Handlungsfeldern.

Für den Fall, dass ein potenzieller Partner keine Zertifizierung oder Auszeichnung entsprechend 3a) hat, jedoch Maßnahmen entsprechend Punkt 3b) durchführt oder Maßnahmen entsprechend 3c) vereinbaren werden sollen, stellt der Naturpark eine Auflistung möglicher Maßnahmen zur Verfügung.

4. Engagement für die Kulturlandschaft und regionale Entwicklung

Der Partner engagiert sich für die Themen Kulturlandschaft, Regionalentwicklung und Naturpark über sein Kerngeschäft hinaus, indem er Maßnahmen durchführt oder Beiträge zu Maßnahmen leistet für den Erhalt und die Entwicklung der Kulturlandschaft oder zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks. (z.B. Pflege von Streuobst, Verbesserung des kulturellen Angebots der Region etc.)

5. Engagement im Naturparknetzwerk

Der Partner erfüllt in seinem Engagement im Netzwerk der vom jeweiligen Naturpark ausgezeichneten Partner alle folgenden Punkte:

- a) Er benennt einen festen Ansprechpartner,

- b) macht seine Mitarbeit im Netzwerk sichtbar durch Anbringen einer bereitgestellten Plakette mit dem Logo des Partnernetzwerks und durch das Abbilden des Logos in mindestens einem Medium (Flyer, Website, Visitenkarte u.ä.),
- c) nimmt mindestens einmal im Jahr an einem Netzwerktreffen teil,
- d) nimmt an einer späteren Evaluation des Projektes teil.

VII. Strukturen des Partner-Netzwerks

Mindestens zwei Mal pro Jahr findet ein Partnertreffen statt, häufig bei einem der Partnerbetriebe, sodass die Betriebe sich und ihre Örtlichkeiten untereinander kennenlernen können. Die Partnertreffen sind Gelegenheit für kollegialen Austausch und gegenseitige Beratung. Außerdem erhalten die Partner bei dieser Gelegenheit Neuigkeiten aus der Naturparkverwaltung. Bei manchen Partnertreffen gibt es außerdem inhaltliche Workshops. Die Partnertreffen finden üblicherweise im Frühjahr und im Herbst statt, um die touristische und landwirtschaftliche Hochsaison auszusparen.

Zwischen den Partnertreffen dient ein offener Mailverteiler den Partnern zum Informationsaustausch und als Diskussionsplattform. Hier ist Platz für Fragen, Stellenangebote, Veranstaltungsankündigungen u.v.m.

Außerdem entsendet das Partnernetzwerk eine Vertretung in das Kuratorium des Naturparks. Das Kuratorium tritt i.d.R. zwei Mal im Jahr zusammen. Dort werden wichtige inhaltliche Weichenstellungen für die Arbeit des Naturparks diskutiert und es findet Vernetzung zwischen Kommunen, Naturparkverwaltung, Verbänden, Ministerien und anderen Behörden statt.

VIII. Mitgliederbefragung und Ausrichtung des Partnernetzwerks

Im Zeitraum von 18.08.2020 bis 03.12.2020 wurden die Partnerbetriebe von einem Mitarbeiter der Naturparkverwaltung besucht (vier Partner konnten aus unterschiedlichen Gründen nicht teilnehmen). Die Ziele der Vor-Ort-Besuche waren:

- Gegenseitiges, persönliches Kennenlernen (aufgrund von Personalwechsel)
- Kennenlernen der jeweiligen Betriebsstruktur im Kontext der Nachhaltigkeitskriterien des Partnernetzwerks,
- Erfassung bzgl. Verbleib oder Ausscheidens aus dem neuen Partner-Netzwerk,
- Erfassung der bisher gelaufenen Aktivitäten und Projekte innerhalb der Partnerinitiative „Region Uckermark“,
- Informationen zum neuen Träger VDN und des Partnerprojektes „Aktiv für Naturparke“ für den Partner,
- Informationen bzgl. Ideen, zukünftiger Planungen und Schwerpunktsetzungen aus der Naturparkverwaltung,
- Erfassung von Kritik, Bedarfen, Wünschen, Ideen und Konflikten der Partner bzgl. der jeweiligen aktuellen Situation vor Ort, in der Region und innerhalb des bisherigen Partnernetzwerks sowie Überlegungen zu möglichen zukünftigen Themenschwerpunkten des Partnernetzwerks.

Folgende sechs Themenbereiche wurden im Laufe der einzelnen Besuche für eine zukünftige Arbeit des Partnernetzwerks identifiziert (Partnerstimmen zu den einzelnen Punkten finden sich im Anhang 1):

1. Identifikation, Leitbildentwicklung & Zielsetzungen des Netzwerks sowie Klärung des Aufgabenspektrums der Naturparkverwaltung (siehe auch Moderatorenfunktion)
2. Austausch innerhalb des Netzwerks
3. Wissenstransfer zw. Partnern, Naturparkverwaltung und regionalen Akteuren
4. Gemeinsame Projekte/-entwicklungen zu unterschiedlichen Themenbereichen (Besucherlenkung, Mobilität, Landnutzung, Tourismus, Energie, Öffentlichkeitsarbeit...)
5. Vernetzung/Zusammenarbeit zw. Partnernetzwerk und Entscheidungsträgern/NPUS-Kuratorium
6. (Bilaterale) Zusammenarbeit mit der Naturparkverwaltung bzgl. einer Bildung für nachhaltige Entwicklung

Anhang 1: Stimmen der Partner/Themenbereiche für eine zukünftige Arbeit des Partnernetzwerks

Identifikation, Leitbildentwicklung & Zielsetzungen des Netzwerks

- „Wir können mehr als Tourismus!“
- Was sind die (Entwicklungs-)Ziele des Netzwerks und der NPUS-Region?
- Wie kann das Partner-Netzwerk die Anliegen des NPUS unterstützen (Partner als Multiplikator*innen)? – Was will und kann jeder einbringen?
- „Was stellen wir uns genau unter „Naturpark“ vor? Was genau bedeutet für uns „der Naturpark“?“
- Wo wollen wir mit der Naturpark-Region hin?“ Netzwerkgedanke weiterentwickeln...
- Partnernetzwerk ist die Stimme von Akteuren, die sich mit dem Naturpark identifizieren und deren Anliegen verbunden sind
- Evaluation nach 8 Jahren notwendig? evtl. Grundidee der Partnerinitiative neu denken und Ziele setzen (wichtig: nie aus dem Blick verlieren: Verantwortung, Enkeltauglichkeit, aktive, gesellschaftspolitische Weichenstellung für Nachhaltige Entwicklung)
- den Naturpark als eine geopolitische Einheit begreifen, welche Gemeinden und Tourismusvereine in ihrer Arbeit unterstützen (siehe Entwicklung von Zukunftsvisionen, Leitbilder und Zielen bzgl. nachhaltiger Entwicklung – Regionalkonferenzen, Workshops, Best Practise...)
- Partnernetzwerk als politisches Gegengewicht gegenüber anderen Interessensgruppen; Partnernetzwerk als „eine“ Stimme der Region nach außen
- Wie können die Interessen der einzelnen Akteure (Landnutzer, Touristiker, Einheimische...) zwischen einander vermittelt, ausgeglichen oder zusammengeführt werden? Aktive Anbieter zusammenführen

Austausch innerhalb des Netzwerks

- Partnertreffen/Partner kennenlernen/Austausch/Kontaktpflege wieder intensivieren
- Networking und „Partner empfehlen Partner“
- Erstellung einer NPUS-Gästemappe für alle Partner?
- kurze Wege des Informationsaustausches ermöglichen

Wissenstransfer zw. Partnern, Naturparkverwaltung und regionalen Akteuren

- gemeinsame Partnerexkursionen - „Was machen Touristiker anderer Regionen? Was kann man von ihnen lernen? Neue Ideen“;
- interne Schulungen: biologische Haushaltsmittel; Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter/Gästeführer zu den Besonderheiten der Naturparkkulisse...
- Informationen (aus NPUS, gesammelte Infos von Tourismusorganisationen) an Partner mittels regelmäßigen Newsletters? – Wunsch: stärkerer Austausch/bessere Absprachen zw. TMU-TMT-NPUS und anderen Organisationen
- NPUS-Druckerzeugnisse (Faltblätter, Tafeln...) - wie wird zukünftig damit umgegangen?

Gemeinsame Projekte/-entwicklungen

- Wie können Produzent*innen (LW, FW, (Kunst-)Handwerk...) in der NPUS-Region zusammen ins Gespräch kommen? Stichwort Entwicklungsziele, evtl. öff. Veranstaltungsformate? „Regionalität und Zusammenhalt“, engere Kooperation zw. Erzeuger*innen und

Beherbergungsbetrieben (z.B. gemeinsames Bestellsystem entwickeln); „Bauern zeigen Ihren Betrieb“ – Sensibilisierung für LW

- Wie kann die einheimische Bevölkerung für die Themen des NPUS sensibilisiert werden (Stichwort: Konflikt Naturschutz → z.B. über Fachvorträge, Exkursionen in das NSGs (Sensibilisierung)
- Was hat die Region an Ressourcen zu bieten? Wie können wir sie nutzen ohne sie zu übernutzen? Wie können wir Wertschöpfungsketten aufbauen? (z.B. Idee eines Partner-Kurierdienstes (Belieferung mit reg. Lebensmitteln an Gästehäuser der Region))
- Wie können wir Landschaftspflege und regionale Wirtschaft kombinieren?
- ÖPNV im Naturpark, Busverbindungen; Gemeinsame Erörterung zu Fragen der Mobilitätsinfrastruktur in der NPUS-Region (Ideen, Bedarfe von Seiten der Touristiker erwünscht), Welche Kooperationen gibt es z.B. schon zw. UVG und BRSC und NPUO, Best Practise...
- Besucherlenkung/Leitsystem – Wie gehen wir damit um? Was ist dringend erforderlich? Thema: z.B. Pflege und Erweiterung Wanderwege...
- Austauschformate/Gesprächsforen mit unterschiedlichen Landnutzern, Touristikern und Einwohnern entwickeln und durchführen; Austauschformate bzgl. „konservative“ Touristiker versus „progressive“ Touristiker entwickeln
- (wieder) mehr gemeinsame Projekte/touristische Vermarktung zw. Partnern und NPUS-Verwaltung (Naturparktage, Regionalmarkt, Reaktivierung Wege-AG Lychen...)
- Schwerpunkt Wasserwanderer: Überarbeitung/Aktualisierung des Wasserwanderleitsystems: Wo gibt es Anlegemöglichkeiten/Einkehrplätze/ Restaurants/Imbiss/Toiletten... für Wassertouristen? Erarbeitung neuer Wasserwandererouten für Gäste (neue, spannende Ecken der Region kennenlernen)
- Wie schaffen wir es, mehr Gäste für die Natur zu begeistern? (neue Angebote für z.B. „junge Familien“ entwickeln, in Verbindung mit neuen Medien?)
- Imagepflege für Einheimische bzw. Erzeugung eines „Wir-Gefühls“, zentrale (NP-Verwaltung) und dezentrale Veranstaltungen (in Partnerbetriebe) durchführen, Partner entwickeln Ideen, NP-Verwaltung unterstützt, z.B. Thema Klimawandel → „Naturpark for Future“
- Entwicklung gemeinsamer Tourismusprodukte (Veranstaltungen, Informationsmaterial...)

Vernetzung/Zusammenarbeit zw. Partnernetzwerk und Entscheidungsträgern/NPUS-Kuratorium

- Vernetzung Partnernetzwerk mit NPUS-Kuratorium bei gemeinsamen Treffen (Partner stellen Ziele und Forderungen dar, welche das Kuratorium mit in ihre Funktion als Steuerungsinstrument/polit. NPUS-Akteur aufnimmt)
- Partnernetzwerk sollte Bindeglied/Interessensvertretung zw. reg. touristischen Akteuren und Entscheidungsträgern sein und Lobbyarbeit leisten (z.B. Windkraft vs. Naturtourismus);
- „Wem gehört die Landschaft?“ – Thema: Konflikt zw. Landeigentümer und Touristikern → Wo dürfen wir noch hingehen? (Thema Jedermannsrecht?)
- NP-Partner brauchen „Kümmerer“, der die Interessen der Partner gegenüber der Region/Politik vertritt; die NPUS-Verwaltung als Moderator? Partnernetzwerk sollte eine Stimme des sanften Tourismus (Verkehrskonzept, rücksichtvoller Umgang zw. den verschied. Landnutzern) gegenüber politischen Entscheidungsträgern sein; diese Stimme braucht jedoch eine moderierende Institution (z.B. NPUS-Verwaltung?), die Struktur und Visionen gibt und Partner als Orientierung dienen;
- Best Practise aus anderen Regionen für die eigene Arbeit wichtig; Natur vs. Energieversorgung (z.B. Windkraft & Photovoltaik) – Wie kann hier die PI und der NPUS

Akzente setzen? z.B. Anspruch: Photovoltaik nur auf versiegelte Flächen (z.B. alte LPG-Höfe, Schuldächer...) und nicht auf Ackerflächen

- Thema: mehr regionaler Autarkie (eigenes Stromnetz...); das Partnernetzwerk nutzen, um gemeinsame Forderungen zu formulieren und diese an die Entscheidungsträger herantragen;
- gemeinsame Treffen zw. Gemeindevertreter, Tourismusorganisationen, Partnern

(Bilaterale) Zusammenarbeit mit der Naturparkverwaltung bzgl. einer Bildung für nachhaltige Entwicklung

- Erfahrung und Wissen an Gäste weitergeben: Vorträge/Bildungsformate/naturtouristische Angebote zum Naturpark für Gäste
- Umsetzung gemeinsamer Bildungsangebote für Gäste (thematische Lehrpfade (Ökosystem Wald, Wasser, Umweltsensibilisierung, Wahrnehmung/Achtsamkeit, Artenkenntnisse, Landschaftsgenese, Flora/Fauna...);
- kleine, „niederschwellige“ Naturangebote (z.B. 1-2h Führung Tiere, Insekten, Gebiet...)
- Angebote im kulturellen Bereich (Green Cinema...)
- Projekt „Unterwegs mit...“ Landwirt (Lebensmittelerzeugung), Jäger (Landschaft lesen, Tierspuren), anderen Akteuren (Kräuter-, Pilz- oder Waldwanderungen; Landschaftsökologie...)
- Kennenlernen des „Besonderen“ der Naturparkkulisse
- Möglichkeiten und Grenzen von digitalen Angeboten (siehe z.B. Entwicklung einer Naturpark-App)

Anhang 2:

Protokoll - Naturpark-Partnertreffen mit Gästen

14. September 2021, 14 bis 18 Uhr

Ziegeleipark Mildenberg, Ziegelei 10, 16792 Zehdenick

Teilnehmende

Partnerbetriebe: Hotel Eichwerder, Multikulturelles Centrum e.V., Pratensis, Re:Hof Rutenberg, rund UM Natur, Uckermärkische Verkehrsgesellschaft, Ziegeleipark Mildenberg

Gäste: Capriolenhof Regow, Kuratoriumsvorstand (Hr. Alexandrin, Hr. Hierdeis, Fr. Liebe), Naturwacht (Hr. Waß, Fr. Lange, Fr. Schönwald)

NPUS-Verwaltung: Fr. Klockow, Hr. Engler, Hr. Sommerfeld (Protokoll)

Moderator: Hr. Beyer

TOP 1 - Input der Naturparkverwaltung (Auszüge aus Präsentation)

1 Ziele des VdN-Netzwerks „Aktiv für den Naturpark Uckermärkische Seen“

- Nachhaltiges, umweltverträgliches, ressourcenschonendes Wirtschaften in der Naturparkregion → Erhalt/Pflege der Kulturlandschaft
- Verbesserte öffentliche Wahrnehmung des Naturparks sowie der mit ihm verbundenen Themen und Angebote

2 Aktueller Stand Partnernetzwerk

- 25 Partner im Netzwerk
- ein aktuelles Bewerbungsverfahren (Glashütte Annenwalde)
- zwei interessierte Betriebe (Capriolenhof Regow, Islandpferdehof)
- zwei Aufkündigungen aufgrund Betreiberwechsel (Hof Kokurin, Ferienhaus-Park Brennickenswerder)
- zwei Austritte (Mühlenwirtschaft & Kaffeemühle Lychen, Landhaus Arnimshain)
- weitere Informationen zu den Betrieben: <https://www.uckermaerkische-seen-naturpark.de/unser-auftrag/regionalentwicklung/partnernetzwerk-aktiv-fuer-den-naturpark>

3 „Blick über den Tellerrand“ - Die Partnernetzwerke der Naturparke Lüneburger Heide und Schwarzwald Mitte/Nord - Download Filmbeiträge:

<https://www.dropbox.com/s/8dp6385dgxqbfex/Interview%20Petra%20Reinken%20NP%20L%C3%BCneburger%20Heide.mp4?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/5u8t3utp1gg15ss/Interview%20Christina%20Cammerer%20NP%20Schwarzwald%20Mitte%20Nord.mp4?dl=0>

4 Perspektiven für das Netzwerk aus NPUS-Verwaltungsicht

- Vision: *„Im Naturpark gibt es einen aktiven Zusammenschluss von regionalen Akteur*innen, welche sich mit ihrer Naturparkregion identifizieren, unterschiedliche Vorhaben einer nachhaltigen Entwicklung der Region umsetzen und die Anliegen des Naturparks nach außen kommunizieren. Das Partnernetzwerk des Naturparks ist eine Schnittstelle für Ideen, Planung & Durchführung nachhaltiger Aktivitäten in der Region und wirkt identitätsstiftend nach innen und außen. Die Naturparkverwaltung fördert die Arbeit des Netzwerks, indem sie Räume der Information und des Austausches bietet sowie Vorhaben des Partnernetzwerks nach Möglichkeit unterstützt.“*

- NPUS-Verwaltung sieht sich als Mitglied, Moderator, Begleiter und Unterstützer des Partnernetzwerks und dessen Aktivitäten. Aufgabenbereiche:
 1. Mitorganisation der Partnertreffen
 2. regelmäßige Informationen aus der NPUS-Verwaltung an Partner (Newsletter, Partnertreffen)
 3. gemeinsame Aufnahme/Auszeichnung neuer Bewerberbetriebe mit zwei gewählten Partnervetretern
 4. Organisation & Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen
 5. Marketing Partner (Portraits auf Homepage, Nennung in Faltblättern ...)
 6. Unterstützung der Aktivitäten/Projekte des Partnernetzwerks nach Möglichkeit

- Impulse zu Partner-Projektideen aus Verwaltungssicht:
 - Erzeuger-Verbraucher-Zusammenschluss (Landwirte-Beherbergung)
 - Entwicklung neuer Infomaterialien naturparkrelevanter Themen für Gäste/Einheimische (NPUS-Gästemappe)
 - Planung/Durchführung gemeinsamer Veranstaltungen (Naturparktag, Aktionswoche, Wanderungen, Lesungen, Entschleunigungsformate, Fortbildungen...)
 - Gastronomie: Naturparkgericht (zB. Weißfisch-CharaSeen-Gericht, Klimateller...);
 - Gastro/Beherbergung: gemeinsame Festlegung, dass mind. 50 % der Zutaten oder angebotenen Produkte regional, bio und fair gehandelt sind (Entwicklung eines Kataloges)
 - Erzeugerbetriebe: Unterstützung der NP-Arbeit durch Landschaftspflegemaßnahmen oder klimaschonender Bewirtschaftung
 - Bildungsakteure: Gemeinsame Überlegungen und Entwicklung von Angeboten (Führungen...) zu aktueller Naturparkthemen (zB. Klimabotschafter)
 - Gemeinsame Überlegungen zu Austauschforen mit anderen Landnutzern und dem NPUS-Kuratorium
 - ...

- Limits der NPUS-Verwaltung:
 - Mitarbeiter der Landesämter sind zur Unparteilichkeit verpflichtet!
 - begrenzte finanzielle Kapazitäten der NPUS-Verwaltung → auf Projektförderung angewiesen
 - Personalstelle für NPUS-Öffentlichkeitsarbeit & Regionalentwicklung kann derzeit nur eingeschränkt Netzwerk betreuen

- NPUS-Nahziele:
 - Konsolidierung der Arbeits- und Gruppenstruktur durch Organisation von weiteren, moderierten **Partnertreffen** (Anknüpfung an Arbeitsergebnisse)
 - Organisation von **Bildungsangeboten** für Partner und andere regionale Akteure
 - Umzug Verwaltung nach Templin im Jahr 2023: Gemeinsame Planungen eines „**Naturparktages**“ im Rahmen der Partnertreffen
 - Erstellung einer **Naturpark-Gästemappe**
 - Gewinnung neuer Partner

TOP 2 - Ergebnisse World-Café

„Was wünsche ich mir vom und fürs Netzwerk?“

- verbessere Öffentlichkeitsarbeit bzw. Wahrnehmung der Partner nach außen
 - mittels Druckerzeugnisse (Plakat, Flyer...)
 - detaillierte Partner-Portraits auf Naturpark-Homepage (Firmenphilosophie...inkl. Anfahrtsbeschreibung mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu jew. Partnerbetrieb)
- regelmäßige Newsletter mit aktuellen Infos aus der NP-Verwaltung (Zugänge Partnernetzwerk, Infos aus den NP-Arbeitsbereichen (FFH, Kuratorium, Tourismus...)
- für Gäste gut aufbereitetes Infomaterial (Naturpark-Gästemappe?)
- Thema Wasserwanderer stärker in den Fokus nehmen
- regelmäßiger Kontakt mit kommunalen Entscheidungsträgern
- NPUS-Verwaltung soll Motivator und Moderator sein
- Wunsch: Netzwerk soll wachsen
- Projektideen auf Netzwerktreffen sammeln (zB. gemeinsame Naturpark-Aktionswoche)

„Welche (Austausch-)Räume wünsche ich mir?“

„vom Partnertreffen hin zum Partnerstammtisch“

- 2 bis 3 Treffen im Zeitraum Oktober bis März, frühestens ab 18 Uhr
- informelles Format in gemütlicher Atmosphäre, Gastgeber ist jeweils ein Partner
- Partner können Freunde/Interessierte zum Treffen mitbringen, ohne dass sich eine spätere Mitgliedschaft im Netzwerk ergeben muss (Partner & Friends → Ausstrahlung des Netzwerks nach außen)
- wenn gewünscht und sinnvoll: Einladung von „Special Guests“ oder Experten zu jew. Themenschwerpunkten
- Idee für Ablauf der Treffen
 1. Vorstellung des Betriebs/Ortes/der Themen und Arbeitsschwerpunkte durch jew. Gastgeber
 2. Aktuelle Informationen aus der NPUS-Verwaltung
 3. Gemeinsamer Input/ Diskussion zu bestimmten Themen (Wasserwandern...)
 4. Gemeinschaftliches Essen mit Wein und entspannter Atmosphäre

„Verbindung Partnernetzwerk und NPUS-Kuratorium“

- Frau Förder-Hoff ist Mitglied im Naturpark-Kuratorium und vertritt dort das Netzwerk (<https://www.uckermaerkische-seen-naturpark.de/der-naturpark/kuratorium>)
- Möglichkeit einer „Partner-Sprechstunde“ mit Kuratoriumsvorstand direkt im Anschluss an den jew. Kuratoriumssitzungen

„Was will ich noch wissen und kennenlernen?“

- Mitarbeiter-/Team-Schulungen (1-2h, Vortragsformat), Themen:
 - Fakten zum Naturpark bzw. zu regionalen Besonderheiten (Flora&Fauna, Highlights, kulturhistorische Infos sowie Infos, die der NP-Verwaltung wichtig sind)
 - Nachhaltigkeitsthemen
 - SDGs
 - Themen zur Sensibilisierung für Natur-/Umweltschutz
- Grundlagen für Naturführungen und Achtsamkeitsformate, kleine Multiplikatoren-Schulungen (zB. Gästeführer, Rezeptionisten...) in Form von Vorträgen, geführten Wanderungen...
- regional gestaffelte Fortbildungen für Partner (süd-westl. Teil des NPUS = Industriekultur; nördlicher Teil NPUS = Eiszeit/Moore; Raum Lychen=Avifauna? usw.) - Teilnahme von Externen/Interessierten sollte möglich sein
- Naturwacht stärker einbinden (Teilnahme Partnerstammtisch?)
- Seminarreisen zu anderen Partnernetzwerken

Anhang 3: Muster Partnerschaftsvereinbarung



Partnerschaftsvereinbarung

zwischen dem Unternehmen / Betrieb (im Folgenden „Partner“ genannt) + Kontaktdaten
- vertreten durch den/die Leiter:in / Geschäftsführer:in / Ansprechpartner:in XY –

und dem Naturpark Uckermärkische Seen (im Folgenden „Naturpark“ genannt)

Naturparkverwaltung Uckermärkische Seen
Tramper Chaussee 2,
16225 Eberswalde
vertreten durch die Leiterin Dr. Heike Wiedenhöft

Präambel

Der Naturpark verleiht dem Partner die Auszeichnung „Naturpark-Partner“ im bundesweiten Projekt „Naturpark-Partner“ des Verbandes Deutscher Naturparke für zwei Jahre. Sie ist gültig bis XX.XX.XXXX.

Die Auszeichnung ist eine Anerkennung für das Engagement des Partners bei der Verwirklichung folgender Ziele:

- Erhalt, Pflege bzw. Aufwertung der Kulturlandschaft
- Sicherung bzw. Wiederherstellung einer hohen Biodiversität mit einer vielfältigen Tier- und Pflanzenwelt
- Förderung naturschutzgerechter und nachhaltiger Formen des Wirtschaftens und der Landnutzung
- Verbesserte öffentliche Wahrnehmung des Naturparks durch Einheimische und Besucher

Die Auszeichnung wird als Ausdruck des gemeinsamen Engagements für die o.g. Ziele verstanden und kann Grundlage für darüberhinausgehende weitere gemeinsame Aktionen in einem Partner-Netzwerk des Naturparks sein.

§ 1

Voraussetzungen für die Auszeichnung

Der Partner engagiert sich in den nachfolgend genannten vier Feldern. Form und Umfang werden in Anlage 1 dokumentiert.

- a) Engagement für die Kommunikation über die Naturparkregion
Der Partner stellt seinen Kunden aktuelle Informationen über den Naturpark gut sichtbar zur Verfügung (Print und/oder Online – mit Verlinkung auf Naturpark-Homepage). Der Partner setzt jährlich eine weitere mit dem Naturpark abgestimmte Kommunikationsmaßnahme um bzw. wirkt aktiv bei einer öffentlichkeitsorientierten Maßnahme des Naturparks mit.
- b) Engagement für ökologische Nachhaltigkeit im Kerngeschäft
Der Partner erbringt einen Nachweis zur ökologischen Nachhaltigkeit seines Wirtschaftens (Zertifizierung, Auszeichnung oder Maßnahmenkatalog) und erfüllt die im Kriterienkatalog definierten branchenspezifischen Standards.
- c) Engagement für Kulturlandschaft, Regionalentwicklung und Naturpark
Der Partner engagiert sich für die Kulturlandschaft im Naturpark, für die ländliche Entwicklung oder für spezifische Naturparkanliegen, indem er Maßnahmen durchführt oder Beiträge (Geld-, Zeit- oder Sachspenden) leistet zu Maßnahmen zum Erhalt und zur Entwicklung der Kulturlandschaft oder zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks.
- d) Engagement im Naturpark-Partner-Netzwerk
Der Partner bringt sich in das Naturpark-Partner-Netzwerk und dessen gemeinsame Weiterentwicklung ein. Er nimmt jährlich im Rahmen von mindestens einem Informations- und Erfahrungsaustausch teil bzw. qualifiziert sich dort bezüglich der Themen der Naturparkregion. Außerdem kommuniziert der Partner die Auszeichnung durch die vom Naturpark auf Zeit bereitgestellte Plakette sowie durch den Abdruck des Logos „Naturpark-Partner“ in mindestens einem Medium (Flyer, Visitenkarte u. ä.).

§2

Mit der Auszeichnung verbundene Leistungen durch den Naturpark

- (1) Der Naturpark stellt dem ausgezeichneten Partner für die Dauer der Partnerschaft Informationen zum Naturpark und zu nachhaltigen Angeboten zur Verfügung. Er informiert regelmäßig über Projekte und Maßnahmen des Naturparks.
- (2) Der Naturpark weist auf den Partner, seine Auszeichnung und seine verantwortlichen Personen im Rahmen seiner Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive digitaler Medien hin, ohne den Partner aktiv zu bewerben oder aktiv auf seine Internetseite zu verlinken.
(Text Lüneburger Heide: Der Naturpark informiert auf seiner Internetseite über die Kriterien der Auszeichnung, über den Partner und über dessen regionales Engagement

(Portrait, Bild) sowie benennt Kontaktdaten (Website). (Es erfolgt aus steuerrechtlichen Gründen keine aktive Verlinkung auf die Website des Partners.)

- (3) Der Naturpark veranstaltet ein jährliches Vernetzungs- und Informationstreffen und bietet dort integrierte oder ergänzende Qualifizierungsangebote für seine Partner.
- (4) Der Naturpark führt im Zusammenhang mit der Auszeichnung Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit durch.
- (5) Werden vom Partner aktive Werbeleistungen gewünscht, so werden diese mit einem marktüblichen Entgelt in Rechnung gestellt. Dies wird in einem gesonderten Vertrag geregelt.

§ 3

Verwendung des Logos „Naturpark-Partner“

- (1) Der Partner erhält für die Dauer der Partnerschaft das Recht, im Rahmen seiner Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive digitale Medien nach Abstimmung mit dem Naturpark auf die Auszeichnung hinzuweisen und das Logo „Naturpark-Partner“ sowie die entsprechende Auszeichnungsplakette zu nutzen. *(Hinweis: Hier müssen ggf. steuerliche Fragen berücksichtigt werden. Siehe §1 oder §2 (5). (Text Lüneburger Heide: Der Partner erhält für die Dauer der Partnerschaft das Recht, das Logo der Auszeichnung „Naturpark-Partner Lüneburger Heide“, die Auszeichnung sowie die entsprechende Auszeichnungsplakette im Rahmen seiner Kommunikation nach Abstimmung mit dem Naturpark zu nutzen.)*
- (2) Die Nutzung des Logos „Naturpark-Partner“ ist unveräußerlich und nicht übertragbar. Die Erlaubnis zur Verwendung ist an die Geltungsdauer dieser Vereinbarung gebunden. Die Nutzung des Logos ist für den Partner kostenfrei.
- (3) Die Plakette, die der Partner erhält, verbleibt im Eigentum des Naturparks.

§ 4

Mitarbeit im Partner-Netzwerk „Naturpark-Partner“

- (1) Soweit vom Naturpark angeboten, berechtigt die Auszeichnung zu einer Mitwirkung in einem Partner-Netzwerk. Dieses Netzwerk kann sich ein eigenes Regelwerk geben.
- (2) Die Koordinierung des Partner-Netzwerks übernimmt der Naturpark oder eine von ihm bestimmte Person/Organisation.
- (3) Entscheidungen über Maßnahmen im Rahmen des Partner-Netzwerkes, die Kosten für die einzelnen Partner verursachen, werden im Konsens getroffen bzw. gelten nur für jene Partner, die an einzelnen Aktivitäten teilnehmen.
- (4) Im Sinne einer erfolgreichen Arbeit zwischen dem Naturpark und den Partnern wirkt der Partner bei einer Befragung zur Zufriedenheit zum Netzwerk mit.

§5 Datenschutz

- (1) Name und Anschrift des Partners bzw. Naturparks, Vorname und Nachname der Leitung und Ansprechperson des Partners bzw. Naturparks, Internetadresse, Telefonnummer, Faxnummer, E-Mail-Adresse können von Partner bzw. Naturpark in den Medien des Partners, des Naturparks oder des VDN veröffentlicht werden.
- (2) Partner, Naturpark und VDN ist erlaubt, die unter § 5 (1) aufgeführten Daten in einem computergestützten Adressverwaltungsprogramm sowie in Microsoft Office Programmen zu speichern, um sich gegenseitig Anfragen oder Unterlagen/Materialien per Mail, Fax oder Post zuzusenden.
- (3) Partner, Naturpark und VDN vereinbaren, dass:
 - a) die unter § 5 (1) genannten Daten spätestens sechs Monate nach Beendigung des Vertrages nicht mehr in den genannten Medien veröffentlicht werden dürfen;
 - b) die unter § 5 (2) getroffene Vereinbarung auch nach Beendigung des Vertrages weiterhin unbefristet gilt. Es steht Partner, Naturpark und VDN frei, dieser weiteren Verwendung ihrer Daten nach Beendigung des Vertrages per Mail oder Brief schriftlich zu widersprechen.
- (4) Soweit im Rahmen der Kooperation auf Grundlage dieses Vertrages in irgendeiner Form mit personenbezogenen Daten umgegangen wird, die nicht durch § 5 (1) bis (3) näher definiert ist, sind die einschlägigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu beachten.

§ 6 Gültigkeit

- (1) Diese Partnerschaftsvereinbarung tritt mit dem Datum der Ausstellung der Urkunde zur Auszeichnung als Partner im regionalen Netzwerk „Naturpark-Partner“ in Kraft und gilt für die Dauer von zwei Jahren.
- (2) Die Gültigkeitsdauer der Auszeichnung nach § 6 (1) kann nach Prüfung und ggf. Aktualisierung der Anlage 1 formlos durch eine schriftliche Erklärung des Naturparks um jeweils fünf Jahre verlängert werden. Damit verlängert sich automatisch auch die Gültigkeitsdauer dieser Partnerschaftsvereinbarung um denselben Zeitraum, sofern weder Naturpark noch Partner dem aktiv widersprechen.
- (3) Die Vereinbarung kann von den Vertragspartnern während der Laufzeit unter Wahrung einer Frist von mindestens drei Monaten zum Ende eines Quartals gekündigt werden, wenn für einen der Beteiligten die mit dieser Vereinbarung verfolgte Zielstellung nicht mehr erreicht werden kann oder von einem der Partner die vereinbarten Leistungen nicht mehr gewährleistet werden können oder wenn der Naturpark das Projekt „Naturpark-Partner“ nicht weiterführt. Damit verbunden ist dann auch die Aberkennung der Auszeichnung „Naturpark-Partner“.
- (4) Die vom Naturpark ausgegebene Plakette „Naturpark-Partner“ erhält der Naturpark nach Ablauf der Gültigkeitsdauer für die Auszeichnung bzw. bei vorzeitiger Aufhebung dieser Partnerschaftsvereinbarung zurück.

Anhang 4: Erhebungsbogen für Beherbergungsbetriebe

Erhebungsbogen für die Auszeichnung „Naturpark-Partner“

Bitte beschreiben Sie hier Ihren inhaltlichen oder räumlichen Bezug zum Naturpark und stellen Sie Ihr aktuelles bzw. künftiges Engagement in den Bereichen Kommunikation, Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Kulturlandschaft bzw. Region sowie Netzwerk-Mitarbeit dar. Zusammen mit Ihrem Ansprechpartner / Ihrer Ansprechpartnerin beim Naturpark werden diese Grundlagen des Partnervertrages besprochen und offene Fragen geklärt.

FRAGEBOGEN

Name des Partnerbetriebs:

Kriterium 1: Lage und/oder dauerhafte Aktivität in einer Naturparkgemeinde

Der Betrieb hat seinen Sitz bzw. eine Niederlassung oder auch Flächen in einer im Naturpark liegenden Gemeinde. Auch Betriebe mit Hauptsitz außerhalb dieser Kulisse 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).

Standort / Sitz des Betriebes / Betriebsstätte / Flächen liegen in folgender Naturparkgemeinde:

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

Kriterium 2: Kommunikationsengagement

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

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, 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, 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 im Kerngeschäft

Der Betrieb 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.

Wir engagieren uns

- a) bereits und können eine betriebliche Zertifizierung oder Auszeichnung mit ökologischem Nachhaltigkeitsbezug vorweisen.

Z. B. für den Tourismus: TourCert, Bio-Hotel, Blaue Schwalbe, Green Key, Green Sign, Travelife, Green Destinations, EU-Ecolabel, DEHOGA, EMAS, Öko-Audit ISO 14001 (Nachhaltiges Umweltmanagement), Eco-Camping, Qualitätsmanagement Wassertourismus Kanu (QMW) etc.

Z. B. für andere Branchen: EU-Bio-Siegel; Mitglieder der Anbauverbände Bioland, Naturland, Demeter, ecovin, Biopark, ecoland, Gäa, Biokreis sowie lizenznehmende Betriebe des „Regionalfensters“; Nachhaltigkeitslabels wie Naturland Fair, Hand in Hand (Rapunzel); Forstzertifikate wie PeFC oder Forest Stewardship Council

Regionalmarken können Zertifizierungen ersetzen; Die Kriterien sollte der Naturpark dem VDN zur Anerkennung vorlegen.

Grundsätzlich erfolgt die Anerkennung der Zertifizierung durch den Naturpark.
(Nachweis: Kopie des Dokuments)



Wir engagieren uns

- b) bereits im betrieblichen Rahmen 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 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 ein potenzieller Partner keine Zertifizierung oder Auszeichnung entsprechend 3a) hat, jedoch Maßnahmen entsprechend Punkt 3b) durchführt oder Sie mit ihm Maßnahmen entsprechend 3c) vereinbaren wollen, stellt der Naturpark Ihnen eine Auflistung möglicher Maßnahmen zur Verfügung, die Ihnen hierbei weiterhilft.

Beherbergung	
<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. (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 (https://uba.co2-rechner.de/de_DE/) 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 Partnergruppe „Gastronomie“ festgelegten Kriterien. Bitte auch diesen Bereich ausfüllen, auch wenn es inhaltliche Doppelungen gibt.)</i></p>	<input type="checkbox"/>

Kriterium 4: Engagement für Kulturlandschaft, Regionalentwicklung und Naturpark

Der Betrieb engagiert sich für die Themen Kulturlandschaft, Regionalentwicklung und Naturpark über sein Kerngeschäft hinaus, indem er Maßnahmen durchführt oder Beiträge zu Maßnahmen leistet für den Erhalt und die Entwicklung der Kulturlandschaft oder zur Unterstützung der Arbeit des Naturparks.

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 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 einer Plakette und/oder Logo auf mindestens einem Medium (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-Projekts, wenn diese durchgeführt wird. <i>(Nachweis: Kopie der Teilnahmelisten)</i></p>	<input type="checkbox"/>