Das Nationalpark-Partner-Programm

im schleswig-holsteinischen Wattenmeer

Grundlagen · Ziele · Umsetzung

PARTNER

Nationalpark Wattenmeer

nationalpark-partner-sh.de

Impressum

Herausgeber
LKN.SH/Nationalparkverwaltung
Schlossgarten 1, D-25832 Tönning
nationalpark@lkn.landsh.de
www.nationalpark-wattenmeer.de

Redaktion
Dieses Programm wurde vom Vergaberat und Mitarbeitenden der Nationalparkverwaltung unter Beteiligung der inspektour GmbH zwischen Juni und Dezember 2020 erarbeitet.

Mitgewirkt haben
· Heike Hinrichsen, Jürgen Kolk (Insel- und Halligkonferenz e. V.)
· Simona Stollberg, Malte Keller (Nordsee-Tourimus-Service GmbH)
· Anja Szczesinski, Walter Körnig (Naturschutzverbände)
· Walther Petersen-Andresen, Werner Mansen (Nationalparkführer:innen)
· Katja Just, Godber Kraas, Marcus Jessen, Sigrun Musielak (Unternehmen und Vereine)
· Simon Leimbrinck, Ralf Trimborn (inspektour GmbH)
· Sarah Fischer, Christiane Gätje, Matthias Kundy, Maike Otten, Jürgen Reck, Katharine Schwarzer, Anne Segebade (Nationalparkverwaltung/LKN.SH)

Konzeption und Gestaltung
Strandgut GmbH, Kiel
www.strandgut-werbung.de

Druck
Grafik + Druck GmbH, Kiel
Die Broschüre wurde klimaneutral und auf FSC zertifiziertem und recyceltem Papier gedruckt.

Bildnachweis
Legende: S. = Seite, o = oben, u = unten, l = links, r = rechts, m = Mitte,
Titelbild: Oliver Franke/Nordsee-Tourismus-Service GmbH
O. Franke/LKN.SH S. 4 - 5 alle, S. 7, S. 8/9; S. 12, S. 16 - 19 alle; LKN.SH U2; M. Kruse/LKN.SH S. 3; A. Schnabler/LKN.SH S. 14/15; M. Stock/LKN.SH S. 6.

Tönning, im Dezember 2021

Wir fördern Wirtschaft
EU.SH
Landesprogramm Wirtschaft: Gefördert durch die Europäische Union - Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), den Bund und das Land Schleswig-Holstein

SH
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,
es ist ein Musterbeispiel für gewinnbringende Zusammenarbeit und aktive Vernetzung: Die Tourismusbranche und die Nationalparkverwaltung im schleswig-holsteinischen Wattenmeer arbeiten seit vielen Jahren intensiv zusammen. Das zahlt sich für beide Seiten aus – der Tourismus entwickelt sich nachhaltig und der Schutz des Wattenmeeres wird dabei gewahrt und findet zunehmend Unterstützung.

Dokumentiert ist die gemeinsame Zielsetzung in der Strategie *Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer*, die 2014 gemeinsam von Naturschützer:innen und Touristiker:innen aus Dänemark, Deutschland und den Niederlanden erarbeitet und von den jeweiligen Regierungen unterzeichnet wurde. Ein gemeinsames Verständnis des „außergewöhnlichen universellen Wertes“ des Weltnaturerbes und seiner globalen wie regionalen Bedeutung ist die Grundlage für jegliche Entwicklung. Alle notwendigen und wünschenswerten Maßnahmen für die Umsetzung der Strategie sind in einem Aktionsplan dargelegt, der regelmäßig in den etablierten Gremien der trilateralen Zusammenarbeit überprüft und aktualisiert wird.

Das Nationalpark-Partner-Programm im schleswig-holsteinischen Wattenmeer ist ein leuchtendes Beispiel und in Schleswig-Holstein die wohl wichtigste Institution, die die Ziele der Strategie praktisch umsetzt. Unternehmen, Kommunen und Verbände engagieren sich für den Nationalpark, informieren ihre Gäste und wirtschaften nachhaltig. Die Nationalparkverwaltung zeichnet die Partner offiziell aus und unterstützt sie u. a. durch Schulungsangebote, Vernetzungsmöglichkeiten und geeignete Marketingaktivitäten. Das Nationalpark-Partner-Programm in Schleswig-Holstein ist bundesweit Vorbild für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten.

Menschen, die umweltbewusst und ressourcenschonend reisen möchten, sind bei den Nationalpark-Partnern bestens aufgehoben. Sich in der Natur erholen, etwas über das Wattenmeer erfahren, den Urlaub genießen und dabei möglichst wenig Spuren hinterlassen – dafür stehen die Partner mit ihren vielfältigen Angeboten.

Ich danke dem Vergaberat für die stete Weiterentwicklung dieses wichtigen Programms und wünsche uns, dass sich noch viele weitere Interessierte der Nationalpark-Partnerschaft anschließen und den Nationalpark tatkräftig unterstützen.

Michael Kruse
Leiter der Nationalparkverwaltung

1	**Einleitung**	6
2	**Entstehung der Nationalpark-Partnerschaften**	7
3	**Ziele des Partner-Programms**	8
4	**Partner werden**	9
4.1	Zielgruppe	9
4.2	Werte, Anforderungen, Kriterien	9
4.3	Antragsverfahren	10
4.4	Qualitätssicherung	10
5	**Organisation**	11
5.1	Organisationsform	11
5.2	Kooperationsvereinbarung	12
5.3	Geschäftsordnung für den Vergaberat	12
5.4	Vereinbarung zwischen Nationalparkverwaltung und Partner	12
5.5	Finanzierung	12
6	**Aufgaben und Leistungen der Nationalparkverwaltung**	13
6.1	Geschäftsführung Vergaberat	13
6.2	Versorgung der Partner mit Info- und Werbematerial	13
6.3	Schulung der Partner	13
6.3.1	Basis- und Aufbau-Seminare	13
6.3.2	Schulungen für Nationalparkführer:innen und Freiwillige der Naturschutzverbände	13
6.4	Kommunikation und Marketing	13
6.4.1	Innenkommunikation	13
6.4.2	Außenkommunikation	14
6.4.3	Internetauftritt	15

	Aufgaben und Leistungen der Nationalpark-Partner	16
7.1	Information der Gäste über den Nationalpark	16
7.2	Schutz des Nationalparks	16
7.3	Regelmäßige Teilnahme an Schulungen	16
7.4	Nachhaltiges Wirtschaften im Betrieb	16
8	**Kooperation im Netzwerk**	17
9	**Ausblick**	18
10	**Anhang**	19

1 Einleitung

Das Wattenmeer der Nordsee ist außergewöhnlich. Nirgendwo sonst auf der Welt gibt es eine Landschaft wie diese. Seine Ausmaße und die besondere Kombination von Sanden, Dünen, Salzwiesen, Watten, Prielen, Inseln und Halligen machen diesen Naturraum einzigartig. So einzigartig, dass die UNESCO das Wattenmeer 2009 zum Weltnaturerbe erklärte. Mit dieser Auszeichnung ist ein hohes Maß an Verantwortung verbunden. Der Titel „Erbe der Menschheit" verweist auf die Aufgabe, das Gebiet für künftige Generationen zu bewahren. In Schleswig-Holstein geschieht dies durch die Regelungen im Nationalparkgesetz, welches – im Sinne der Sicherung einer natürlichen Entwicklung des Wattenmeeres – zugelassene und verbotene Maßnahmen und Handlungen im Nationalpark definiert. Und es geschieht durch die umfassende Information der Gäste, die den Nationalpark besuchen.

An der Informationsarbeit sind neben der Nationalparkverwaltung insbesondere Naturschutzverbände und im Tourismus engagierte Institutionen beteiligt. Gemeinsam haben sie das Nationalpark-Partner-Programm aufgebaut. Touristinformationen, Hoteliers, Wattführer:innen, Reedereien, Gastronomen und viele mehr – zahlreiche Betriebe, Vereine, Institutionen und Kommunen entlang der schleswig-holsteinischen Nordseeküste haben sich im Netzwerk der Nationalpark-Partner[1] zusammengeschlossen.

Das vorliegende Konzept wurde im Rahmen des Projektes *Nationalpark-Partnerschaft Plus (ITI 2.1)*[2] gemeinsam von der Nationalparkverwaltung und dem Vergaberat erarbeitet. Es stellt alle wichtigen Informationen rund um das Partner-Programm im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer zusammen. Als Arbeitsgrundlage diente eine Evaluation des Programms und ein Bericht zur Weiterentwicklung durch die beauftragten Agenturen BTE[3] und inspektour[4].

[1] Im Folgenden wird die Schreibweise Nationalpark-Partner bzw. Partner als Eigenname des Programms verwendet. Diese schließt alle Betriebe, Vereine, Kommunen, Institutionen und Einzelpersonen ein.

[2] Nationalpark-Partnerschaft Plus (ITI 2.1: 2018-2022), gefördert durch das Landesprogramm Wirtschaft Schleswig-Holstein.

[3] BTE – Tourismus- und Regionalberatung GmbH.

[4] inspektour GmbH Tourismus- und Regionalentwicklung.

2 Entstehung der Nationalpark-Partnerschaften

Nationalpark-Partnerschaften werden im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer seit 2003 geschlossen. Seitdem wurde das Programm stetig weiterentwickelt und sein Bekanntheitsgrad gesteigert. Mittlerweile gibt es rund zweihundert Nationalpark-Partner, die Nachfrage steigt stetig an.

Schon in den 1990er Jahren gab es die ersten Kooperationen mit Hotels, Reedereien, Jugendherbergen, Naturschutzverbänden, Wattführer:innen und einigen Gemeinden. Die Zusammenarbeit intensivierte sich mit der Zeit und es wurde deutlich, dass ein Zusammenschluss unter einem gemeinsamen Dach mit definierten Regeln und Kriterien Vorteile für alle Seiten bringen würde. Dabei stand ein hoher Qualitätsanspruch von Beginn an außer Frage. Nach der Ausarbeitung erster Kriterienkataloge und einem entsprechenden Prüfverfahren wurden die ersten Nationalpark-Partner Ende 2003 anerkannt.

In den Folgejahren organisierte eine Projektgruppe, die sich aus Vertretungen verschiedener Interessengruppen der Region zusammensetzte, den Prozess kontinuierlich. Beteiligt waren Vertretungen der Naturschutzverbände, der Wattführer:innen, des Tourismus, einer Gemeinde, der Insel- und Halligkonferenz und der Nationalparkverwaltung. Aus der Projektgruppe entstand 2006 der Vergaberat – ein Gremium, das seither als unabhängiges Organ über die Zertifizierung der Partner, die Marketingaktivitäten sowie sämtliche weiteren Aspekte rund um das Nationalpark-Partner-Programm entscheidet und die Nationalparkverwaltung berät. Durch gemeinsam getragene Entscheidungen wird die Akzeptanz in der Region gesichert. Im Vergaberat sind die verschiedenen Interessengruppen des Netzwerkes vertreten. Die Mitglieder und ihre Stellvertretungen engagieren sich größtenteils ehrenamtlich. Für bestimmte Aufgaben werden Nationalparkverwaltung und Vergaberat von externen Sachverständigen begleitet.

Die Finanzierung des Programms ist durch Mittel der Nationalparkverwaltung sowie Beiträge der Partner gesichert. Für konkrete Maßnahmen wurden mehrmals zusätzliche Mittel aus verschiedenen Förderprogrammen eingeworben.

Die Nationalparkverwaltung arbeitet bei der Weiterentwicklung des Programms auch mit den anderen Nationalparks in Deutschland eng zusammen. Seit 2005 existiert eine bundesweite Arbeitsgruppe *Partner der Nationalen Naturlandschaften*[5], in der die Nationalparkverwaltung von Beginn an aktiv mitarbeitet. Mittlerweile gibt es insgesamt dreißig Partner-Initiativen in deutschen Nationalparks, Biosphärenreservaten und Naturparks.

[5] Nationale Naturlandschaften e. V. (ehemals Europarc Deutschland) ist der Dachverband der deutschen Großschutzgebiete www.nationale-naturlandschaften.de.

3 Ziele des Partner-Programms

Gemeinsam für den Nationalpark und einen nachhaltigen Tourismus: Mit dem Partner-Programm wurde ein Netzwerk geschaffen, in dem sich touristisch engagierte Betriebe und die Nationalparkverwaltung gemeinsam für die Ziele des Nationalparks und für den nachhaltigen Tourismus engagieren. Hierbei teilen sich die beiden Parteien die Aufgaben und ergänzen sich in ihrem Handeln.

Nationalpark-Partner sind Botschafter des Nationalparks. Sie alle haben sich dem Ziel verschrieben, die einmalige Natur im UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer zu schützen und den Gästen der Westküste erlebbar zu machen. Dabei erfüllen die Partner definierte Kriterien, die einen umweltschonenden Urlaub mit Naturerlebnissen im Nationalpark Wattenmeer garantieren.

Mit dem Nationalpark-Partner-Programm soll im Sinne der Strategie *Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer*[6] und der *17 Ziele für nachhaltige Entwicklung*[7] der Vereinten Nationen der Schutz des Wattenmeeres unterstützt und ein nachhaltiger Tourismus in der Region gefördert werden. Die Nationalpark-Partner sind regional engagiert und motiviert, wirtschaften besonders umweltfreundlich und informieren ihre Gäste fachkundig über Ziele und Regeln im Nationalpark. Damit tragen sie dazu bei, dass Störungen vermieden werden und die Gäste einen erlebnisreichen und umweltschonenden Urlaub in der Natur verbringen. Außerdem unterstützen die Partner die Nationalparkverwaltung bei der Umsetzung von notwendigen Schutzmaßnahmen. Mit einer Buchung bei einem Nationalpark-Partner unterstützen die Gäste mittelbar den Schutz der Natur und gestalten ihren Urlaub besonders nachhaltig.

Die Nationalparkverwaltung fördert mit dem Partner-Programm die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus, indem sie die Partner (nach Prüfung) offiziell auszeichnet und durch Schulungs- und Marketingaktivitäten unterstützt. Ziel ist außerdem, der wachsenden Nachfrage nach umweltfreundlichem und ressourcenschonendem Urlaub nachzukommen. Durch die Vorbildfunktion der Nationalpark-Partner und die positive öffentliche Resonanz sollen möglichst viele Leistungsträger und Institutionen im Tourismus dazu bewogen werden, sich ebenfalls des Themas Nachhaltigkeit anzunehmen.

Gemeinsames Ziel ist es, die Nationalpark-Partnerschaft als Gütesiegel regional sowie überregional bekannt zu machen und touristische Angebote in der Wattenmeerregion nationalparkverträglich zu gestalten. Alle Beteiligten sind sich bewusst, dass das Logo „Nationalpark-Partner“ ein Qualitätsversprechen an den Gast beinhaltet. Dieses Qualitätsversprechen beinhaltet eine Identifikation mit dem Nationalpark sowie ein besonderes Engagement in den Bereichen Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Service, Information, Kooperation, Regionalität und soziale Standards. Insbesondere im direkten Kontakt mit den Gästen gilt es, dieses Versprechen einzulösen.

Ein weiteres wichtiges Ziel des Partner-Programms ist die Schaffung eines Netzwerkes, in dem die Nationalpark-Partner miteinander kooperieren und voneinander profitieren. Mit Unterstützung der Nationalparkverwaltung wird der Austausch untereinander gefördert und die Möglichkeit für neue gemeinsame Projekte eröffnet.

[6] Gemeinsames Wattenmeersekretariat (2014): Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.
[7] United Nations (2015): Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development.

4 Partner werden

4.1 Zielgruppe

Das Partner-Programm im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer vernetzt mittlerweile Partner aus achtzehn Branchen in acht verschiedenen Kategorien, von Ferienwohnungen bis Reedereien, von Nationalparkführer:innen bis Tourismusorganisationen, von Bio-Direktvermarktern bis Museen.

Unternehmen, Kommunen und Organisationen, die Nationalpark-Partner werden möchten, müssen einen Bezug zum Tourismus und ihren Wirkungsschwerpunkt in Dithmarschen und/oder Nordfriesland haben. Ihre Wirtschaftsweise ist umweltfreundlich und nachhaltig, ihr Angebot ist durch hohe Qualität und Serviceorientierung geprägt. Weitere wichtige Voraussetzungen sind die Identifikation mit dem Nationalparkgedanken, regionales Engagement und die Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Partnern. Damit wirken die Partner als Botschafter:innen des Nationalparks und sind freundliche und kompetente Berater:innen in Sachen Nationalpark Wattenmeer.

4.2 Werte, Anforderungen, Kriterien

Nationalpark-Partner erfüllen eine Vorbildfunktion in der Nationalpark-Region. Sie kennen nicht nur *ihre* Region, sondern wissen um globale Ziele zu Natur- und Umweltschutz und zu nachhaltiger Wirtschaft.[8]

Unter der Federführung des gemeinsamen Sekretariats der drei Wattenmeerländer Dänemark, Deutschland und Niederlande hat eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe vier Ziele für *Nachhaltigen Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer formuliert:*

1. Alle Akteure haben ein grenzübergreifendes Verständnis für die Werte des Weltnaturerbes Wattenmeer und schätzen sie.
2. Alle Akteure übernehmen Verantwortung für und unterstützen den Schutz des außergewöhnlichen universellen Wertes bei ihrem Engagement im Tourismusmanagement und in der Produktentwicklung.
3. Der Tourismussektor leistet konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit und bewirbt die hochwertigen Tourismusangebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.
4. Naturschutz, Tourismus und örtliche Bevölkerung profitieren vom Status des Wattenmeeres als Weltnaturerbe.[9]

Dieser Anspruch an touristische Aktivitäten innerhalb der Wattenmeerregion findet sich auch in den *Leitlinien für Nationalpark-Partner*[10] wieder. Bei ihrer Ausformulierung wurden außerdem die überregional beschlossenen Mindestanforderungen der bundesweiten Arbeitsgruppe *Partner der Nationalen Naturlandschaften* berücksichtigt. Neben Kenntnissen zu Wattenmeer und Nationalpark gehören z. B. die Kommunikation ökologischer Belange an die Gäste sowie Initiativen zu Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens dazu. Die Leitlinien dienen sowohl der Wertevermittlung als auch der Orientierung für neue und bestehende Partner. Für die Prüfung potentieller Partner wurden konkrete Kriterien formuliert, die in den Antragsformularen in den Bereichen *Identifikation, Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Qualität und Service, Information* sowie *Kooperation* abgefragt werden. Die Fragen ermöglichen eine Einschätzung der Eignung potentieller Partner. Für Unternehmen, die die Kriterien der Partnerschaft nicht erfüllen können oder wollen, ist eine Partnerschaft in beiderseitigem Interesse nicht geeignet.

[8] Potentielle Partner können ihren Beitrag zum Erhalt der Biodiversität sowie zur Erfüllung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung mithilfe eines Selbstchecks (siehe Nachhaltigkeits- & Biodiversität-Check im Anhang) testen. Dieser ist in den Antragsformularen verlinkt.

[9] Gemeinsames Wattenmeersekretariat (Hrsg.) (2014): Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer, S. 5.

[10] Siehe Anhang: *Leitlinien für Nationalpark-Partner* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.

4.3 Antragsverfahren

Das Verfahren der Antragstellung besteht aus vier Schritten, die in den Antragsformularen grafisch dargestellt werden und so eine anschauliche und schnelle Erfassung des Ablaufs ermöglichen. Bereits vor dem Beginn der eigentlichen Antragstellung werden die erste Kontaktaufnahme und ggf. weitere Gespräche mit einem potentiellen Partner genutzt, um die Eignung und das gegenseitige Interesse einzuschätzen. Wird eine Partnerschaft von beiden Seiten als Bereicherung gesehen, beginnt das Antragsverfahren.

Abb. 1: Die Schritte des Antragsverfahrens

Die Anträge können zurzeit digital oder auf Papier ausgefüllt werden. Die Angaben in den Antragsformularen werden nicht im Einzelnen überprüft, sondern auf Vertrauensbasis als zutreffend angenommen. Dieses Vertrauen setzt die Bereitschaft der potentiellen und bestehenden Partner voraus, den Fragebogen sorgfältig und wahrheitsgemäß auszufüllen.

Der ausgefüllte Antrag wird mit ergänzenden Unterlagen bei der Nationalparkverwaltung eingereicht. Dort erfolgt die Prüfung der Antragsunterlagen mit Unterstützung durch externe Sachverständige. Der Teil des Antrags, der sich auf das Thema *Umweltfreundliches Wirtschaften* bezieht, wird in Form eines *Umweltchecks*[11] geprüft, bewertet und dem Antragsteller ggf. mit Verbesserungsvorschlägen übermittelt. Ein anschließender Vor-Ort-Besuch durch Mitarbeitende der Nationalparkverwaltung und externe Sachverständige dient dem gegenseitigen Kennenlernen, der Klärung offener Fragen und der Überprüfung der Kriterienerfüllung. Abschließend erfolgt im Vergaberat die Entscheidung über die Aufnahme als Nationalpark-Partner auf Basis eines Prüfprotokolls sowie einer Empfehlung der Nationalparkverwaltung und der externen Sachverständigen. Bei positivem Beschluss wird eine Vereinbarung geschlossen und der neue Partner erhält eine Urkunde und Zugang zu weiteren Materialien, die ihm eine Außendarstellung als Nationalpark-Partner ermöglichen.

Ein Antrag auf Verlängerung kann jeweils nach drei Jahren gestellt werden. Das Verfahren entspricht grundsätzlich dem des Erstantrages. Ein Vor-Ort-Besuch erfolgt nur in Ausnahmefällen.

4.4 Qualitätssicherung

Das Nationalpark-Partner-Programm stellt hohe Anforderungen an seine Partner. Die Standards in den Bereichen Identifikation, Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Qualität und Service, Information sowie Kooperation zeichnen die Unternehmen in besonderer Weise aus. Für die Außenwirkung und das Vertrauen von Gästen in das Partner-Programm ist die Sicherung der Qualität unabdingbar.

Diese Qualitätssicherung erfolgt u. a. über das strenge Aufnahmeverfahren. Die Entscheidungen werden im Vergaberat oft intensiv diskutiert. Nicht immer ist es eindeutig, ob ein Unternehmen in das Partner-Programm passt. Die Dokumentation dieser „Grenzfälle“ bietet eine strukturelle Diskussionsgrundlage und ermöglicht die Vergleichbarkeit bei zukünftigen Entscheidungen.

Auch die Begrenzung der Partnerschaft auf drei Jahre ist ein Instrument zur Qualitätssicherung. Nach Ablauf dieser Zeit stellt der Partner, wenn von ihm gewünscht, einen Antrag auf Verlängerung. Wird bei der Antragsprüfung festgestellt, dass Kriterien während der bisherigen Partnerschaft nicht erfüllt wurden, formuliert der Vergaberat entsprechende Auflagen. Die Verlängerung kann bis zur erfolgten Nachbesserung ausgesetzt oder ggf. abgelehnt werden.

Während der bestehenden Partnerschaft erfolgt etwa alle zwei Jahre eine Qualitätsüberprüfung. Die Nutzung und Verlinkung des Partner-Logos und die Bereitstellung relevanter Informationen auf dem Internetauftritt der Partner werden kontrolliert. Außerdem werden die Einträge des Partners auf der Website der Nationalpark-Partner gesichtet. Bei Mängeln wird der Partner informiert und um Nachbesserung gebeten.

[11] Siehe Anhang: *Best of Umweltchecks* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.

5 Organisation

5.1 Organisationsform

Die Aufgaben und Zuständigkeiten im Nationalpark-Partner-Programm zeichnen sich durch eine enge Zusammenarbeit der Nationalparkverwaltung mit den Mitgliedern des Vergaberats und den begleitenden externen Sachverständigen aus.

Abb. 2: Organigramm, verändert nach BTE (2019): Entwicklungskonzept der Nationalpark-Partnerschaft Schleswig-Holstein – Ergebnisbericht

Die Nationalparkverwaltung ist als Trägerin des Partner-Programms verantwortlich für die inhaltliche und organisatorische Abwicklung und begleitet alle Phasen der Partnerschaft, die Geschäftsführung im Vergaberat, Kooperationsaktivitäten[12] sowie Marketing-, Schulungs- und Informationsleistungen für die Partner.

Der Vergaberat ist das zentrale verantwortliche Gremium zur Steuerung und Entwicklung der Partnerschaft. Er wird von der Nationalparkverwaltung beauftragt und arbeitet auf Grundlage einer gemeinsamen Kooperationsvereinbarung[13] sowie nach einer mit der Nationalparkverwaltung abgestimmten Geschäftsordnung[14]. Zu den Aufgaben des Vergaberats gehören v. a. Grundsatzentscheidungen zur Entwicklung des Partner-Programms sowie die Beratung und Entscheidung über die Anerkennung neuer und die Verlängerung bestehender Partner. Dazu werden jährlich sechs bis sieben nicht öffentliche Vergaberatssitzungen durchgeführt. Im achtköpfigen Vergaberat ist die Nationalparkverwaltung mit zwei Mitgliedern vertreten. Die Nationalpark-Partner stellen sechs Mitglieder aus verschiedenen Kategorien. Jedes Mitglied hat eine Stellvertretung.

Externe Sachverständige unterstützen die Nationalparkverwaltung bei der Organisation, Durchführung und Weiterentwicklung des Partner-Programms. Zurzeit werden diese Aufgaben durch inspektour und NIT[15] wahrgenommen.

[12] z. B. die bundesweite Arbeitsgruppe Partner der Nationalen Naturlandschaften, Partner-Initiativen anderer Schutzgebiete.
[13] Siehe Kap. 5.2.
[14] Siehe Kap. 5.3.
[15] Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH.

5.2 Kooperationsvereinbarung

Die Kooperationsvereinbarung[16] zwischen der Nationalparkverwaltung und dem Vergaberat beschreibt die Ziele, den Aufbau sowie die Finanzierung des Partner-Programms. Sie wurde 2008 erstmals erarbeitet und 2020 aktualisiert.

5.3 Geschäftsordnung für den Vergaberat

Der Vergaberat lenkt das Partner-Programm und fördert dessen Weiterentwicklung. Die Geschäftsordnung[17] beschreibt die Funktion, die Zusammensetzung, die Sitzungsregeln sowie den Ablauf bei der Aufnahme neuer Partner.

5.4 Vereinbarung zwischen Nationalparkverwaltung und Partner

Die für jeden Partner gültigen Rechte und Pflichten werden in einer Vereinbarung[18] beschrieben. Diese wird zwischen Nationalparkverwaltung und Partner für jeweils drei Jahre abgeschlossen. Wichtige Bestandteile sind die Nutzung der Logos, die Teilnahme an Schulungen, die jährliche Beitragszahlung und die Einhaltung der Kriterien. Die Nationalparkverwaltung verpflichtet sich in der Vereinbarung u. a. dazu, Schulungen anzubieten, den Partner umfassend mit Informationsmaterial zu versorgen und das Partner-Programm mit Marketingaktivitäten zu unterstützen.

5.5 Finanzierung

Die Finanzierung des Nationalpark-Partner-Programms erfolgt aus Mitteln der Nationalparkverwaltung und aus den Beiträgen der Partner. Die Höhe des Beitrags richtet sich nach der Kategorie und der Geschäftsgröße des Nationalpark-Partners und wird durch die Nationalparkverwaltung in Rechnung gestellt.[19]

Sofern die Möglichkeit zusätzlicher Einnahmen über Projektförderung besteht, wird eine Aufstockung des Budgets auf diesem Weg angestrebt.

Die Nationalparkverwaltung verwendet die Partnerbeiträge zweckgebunden für die Organisation, Kommunikation, Qualitätssicherung (z. B. durch Schulungen) und Weiterentwicklung der Nationalpark-Partnerschaften. Sie erstellt jedes Frühjahr einen Budget-Plan, in dem die erwarteten Einnahmen und Ausgaben aufgelistet sind. Der Plan wird im Vergaberat abgestimmt und ggf. im Laufe des Jahres präzisiert bzw. aktualisiert.

[16] Siehe Anhang: *Kooperationsvereinbarung* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.
[17] Siehe Anhang: *Geschäftsordnung des Vergaberats* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.
[18] Siehe Anhang: *Vereinbarung für Nationalpark-Partner* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.
[19] Siehe Anhang: *Beitragstabelle* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.

6 Aufgaben und Leistungen der Nationalparkverwaltung

Die Nationalparkverwaltung unterstützt die Partner in ihrer Außen- und Innenkommunikation, durch Informationsangebote, Schulungen und Marketingmaßnahmen.

6.1 Geschäftsführung Vergaberat

Die Nationalparkverwaltung ist als Trägerin des Partner-Programms für die inhaltliche und organisatorische Abwicklung, die Geschäftsführung im Vergaberat sowie die bundesweite Kooperation im Rahmen der Arbeitsgruppe *Partner der Nationalen Naturlandschaften* verantwortlich.

6.2 Versorgung der Partner mit Info- und Werbematerial

Nationalpark-Partner können alle Printprodukte der Nationalparkverwaltung sowie Werbematerial wie Flaggen, wetterfeste Infotafeln und Schilder mit dem Nationalpark-Partner-Logo kostenfrei im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel bestellen. Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung wird das Recht erworben, die Wort-/Bildmarke *Nationalpark-Partner* für die eigene Kennzeichnung oder für die Bewerbung einzelner Leistungen zu verwenden. Außerdem ist der Nationalpark-Partner berechtigt, das Weltnaturerbe-Logo des Gemeinsamen Wattenmeersekretariats zu nutzen.[20]

6.3 Schulung der Partner

Die Schulungsangebote gehören zum Mehrwert der Nationalpark-Partnerschaft. Gemäß dem Leitspruch: „Wo Nationalpark draufsteht, soll auch Nationalpark(wissen) drin sein – das darf der Gast erwarten!“ gibt es verschiedene Angebote, die den unterschiedlichen Zielen und Bedürfnissen der Nationalpark-Partner gerecht werden. Die Veranstaltungen variieren in der Dauer und der inhaltlichen Tiefe und richten sich vor allem an jene Mitarbeitenden, die im Kontakt mit Gästen stehen. Themenwünsche der Teilnehmenden werden nach Möglichkeit aufgegriffen. Für die Nationalparkverwaltung haben die Schulungen eine große Bedeutung, da sie neben der Wissensvermittlung und Qualitätssicherung den direkten Kontakt mit den Partnern ermöglichen.[21]

6.3.1 Basis- und Aufbau-Seminare

Ein eintägiges Basis-Seminar vermittelt Grundlagen zu den Themen Nationalpark, Weltnaturerbe und Biosphärenreservat. Außerdem wird die Nationalpark-Partnerschaft im Alltag thematisiert sowie ein biologisches Thema aufgegriffen. Zudem besuchen die Teilnehmenden das Schullabor des Nationalpark-Zentrums Multimar Wattforum.

Im eintägigen Aufbau-Seminar wird über wechselnde, aktuelle Aspekte aus dem Themenkreis Nationalpark, Weltnaturerbe und Biosphärenreservat sowie der Nationalpark-Partnerschaft berichtet. Ebenso gehört ein Vortrag zum jeweiligen Nationalpark-Themenjahr dazu. Die Vorstellung des gastgebenden Partners ergänzt die Veranstaltung.

6.3.2 Schulungen für Nationalparkführer:innen und Freiwillige der Naturschutzverbände

Für Nationalparkführer:innen werden weiterführende Schulungen und Workshops angeboten. Eine Jahreshauptversammlung mit Rück- und Ausblick, Terminabstimmungen und der Wahl der Vertretungen für den Vergaberat wird am Anfang jeden Jahres organisiert. Zusätzlich findet einmal jährlich ein eintägiges Seminar zu Aktuellem aus Nationalpark, Weltnaturerbe, Biosphärenreservat und der Nationalpark-Partnerschaft statt.

Für Freiwillige der Naturschutzverbände, die die Betreuungs- und Informationsaufgaben im Nationalpark übernehmen, werden drei fünftägige Seminare angeboten. Diese thematisieren verschiedene Naturschutzaspekte, Aktuelles aus der Arbeit der Nationalparkverwaltung sowie die Entstehung und Besiedlung des Wattenmeeres. Hinzu kommen methodische Workshops.

Darüber hinaus wird für alle Nationalparkführer:innen und hauptamtlichen Multiplikator:innen der Naturschutzverbände im Frühjahr eine ganztägige Schulung mit interaktivem Teil zum jeweiligen Nationalpark-Themenjahr durchgeführt.

6.4 Kommunikation und Marketing

Die Nationalparkverwaltung bietet ihren Partnern ein breites Informationsangebot und Unterstützung durch verschiedene Kommunikations- und Marketingaktivitäten.

6.4.1 Innenkommunikation

Die Nationalparkverwaltung und die Partner stehen im regelmäßigen Austausch miteinander. Um sich darüber hinaus zu Themen rund um Nationalpark, Partnerschaft und Weltnaturerbe zu informieren, stehen den Partnern verschiedene Ange-

[20] Die Logos und eine Bestellliste stehen ebenso wie Bilder und Textbausteine zu Nationalpark-Themen für den eigenen Internetauftritt im internen Bereich der Website der Nationalpark-Partner zum Download zur Verfügung.

[21] Siehe Anhang: *Schulungsangebote* unter www.nationalpark-partner-sh.de/partner-werden.

bote und Medien zur Verfügung. Die Nationalpark-Website [22] bietet Basisinformationen und aktuelle Inhalte zum Nationalpark. Im internen Bereich der Website der Nationalpark-Partner stehen verschiedene Medien und Dokumente zum Download bereit [23]. Aktuelle und weiterführende Informationen bekommen die Partner monatlich per E-Mail mit dem Partner-Newsletter und den Nationalpark-Nachrichten.

6.4.2 Außenkommunikation

Neben diesem Informationsangebot profitieren die Nationalpark-Partner von Marketingaktivitäten der Nationalparkverwaltung für das Partner-Programm. Basis hierfür sind die Zielvorstellungen der Strategie *Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer*, die darauf gerichtet ist, dass qualitativ hochwertige und nachhaltige Tourismusangebote und –aktivitäten gefördert werden [24].

Zielsetzung der Marketingaktivitäten für die Nationalpark-Partner ist es, potentielle Nordseeurlauber:innen vor Reisebeginn und während des Aufenthalt in der Nationalpark-Region auf die besonders nachhaltig ausgestalteten Angebote der Nationalpark-Partner aufmerksam zu machen. Durch die Vorbildfunktion der Nationalpark-Partner und die Präsenz ihrer nachhaltigen Urlaubsangebote am Reisemarkt sowie in regionalen und überregionalen Medien sollen zudem möglichst viele Leistungsträger und Institutionen im Tourismus bewegt werden, sich ebenfalls des Themas Nachhaltigkeit anzunehmen.

Zielgruppe dieser Marketingaktivitäten sind umweltbewusste Reisende mit ausgeprägtem Nachhaltigkeitsgedanken, die auch im Fokus des touristischen Landesmarketings Schleswig-Holsteins stehen und vor allem in den Zielgruppen der Natururlauber, der Entschleuniger und der Neugierigen der Tourismusstrategie SH 2025 abgebildet sind [25]. Diese können insbesondere in Schleswig-Holstein und Hamburg (Tagesausflügler) erreicht werden. Die Quellmärkte außerhalb Schleswig-Holsteins und Hamburgs werden bei Beteiligungsmöglichkeiten in Kooperation mit der Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS) und der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) bearbeitet. Die von der NTS fokussierten Quellgebiete sind Nordrhein-Westfalen sowie kaufkraftstarke Räume in Frank-

[22] www.nationalpark-wattenmeer.de/sh

[23] Siehe Kap. 8.5.

[24] Gemeinsames Wattenmeersekretariat (2014): Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer, S. 5.

[25] Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie des Landes Schleswig-Holstein (2014): Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025, Langfassung, S. 26 ff.

furt, Wiesbaden, Stuttgart, München und Nürnberg. Im Ausland werden die Märkte Schweiz und Österreich schwerpunktmäßig von NTS und TA.SH bearbeitet.

Für die Außenkommunikation der Nationalpark-Partner wurde ein Corporate Design erarbeitet, welches Form- und Bildsprache genau definiert. Dadurch erhalten touristisch relevante Publikationen des Partner-Programms ein einheitliches, ansprechendes Erscheinungsbild und es entsteht ein Wiedererkennungseffekt. Im Mittelpunkt der Zielgruppenansprache stehen Botschafter:innen aus den einzelnen Kategorien der Nationalpark-Partnerschaft. Zusätzlich wird mit Landschaftsbildern und Naturerlebnismotiven gearbeitet. Texte und Informationen werden pointiert mit emotionaler Note und persönlicher Ansprache vermittelt.

Im regionalen Umfeld präsentieren sich die Nationalpark-Partner eigenständig und geben dem Netzwerk mit ausgewählten Botschafter:innen ihr markantes Gesicht. In den Quellmärkten außerhalb Schleswig-Holsteins und Hamburgs sowie im Ausland präsentieren sich die Nationalpark-Partner in Kooperation mit der Nordsee-Tourismus-Service GmbH bzw. der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein.

Der jährliche Marketingplan umfasst regelmäßig Maßnahmen in den Bereichen Print (Anzeigen und Advertorials), Online- und Webmarketing (Facebook und Instagram), Messe und Promotion sowie Pressearbeit (Pressemitteilungen/-kooperationen).

6.4.3 Internetauftritt

Die Website der Nationalparkpartner bildet einen wesentlichen Pfeiler der Innen- und Außenkommunikation für das Nationalpark-Partner-Programm. Sie wird von der Nationalparkverwaltung unterhalten, gepflegt und kontinuierlich weiterentwickelt.

(Potentielle) Nationalpark-Partner erhalten hier alle Informationen rund um die Partnerschaft, vom Erstantrag bis hin zu Tipps zu Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit. Der interne Bereich hält aktuelle Schulungstermine und im Downloadbereich nützliche Informationen zum Vernetzen und Weiterbilden bereit.

Gäste, die ihren Aufenthalt am schleswig-holsteinischen Wattenmeer planen und gestalten wollen, finden auf der Website einen Überblick über alle Nationalpark-Partner und können sich unter anderem auf einer Karte über regionale Angebote wie z. B. Wattführungen informieren. Alle Nationalpark-Partner haben die Möglichkeit, sich selbst auf der Website vorzustellen und bis zu drei aktuelle Angebote online anzubieten. Diese können über Verweise zu den Partnern gebucht werden.

7 Aufgaben und Leistungen der Nationalpark-Partner

Die Partner engagieren sich für den Nationalpark, indem sie Informationen zu Zielen, Regeln, Schutzmaßnahmen und Naturerlebnisangeboten an ihre Gäste weitergeben. Die Aufgaben und Leistungen der Nationalpark-Partner sind im Einzelnen in einer Vereinbarung festgehalten.

7.1 Information der Gäste über den Nationalpark

Die Nationalpark-Partner informieren ihre Gäste mit Broschüren, Faltblättern, Veranstaltungsangeboten und Informationstafeln. Die Mitarbeitenden sind in der Lage, Gäste zum Thema Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer und Partnerschaft zu informieren.

7.2 Schutz des Nationalparks

Die Nationalpark-Partner beziehen den Nationalpark in die Gestaltung ihrer Angebote ein, wobei sie konsequent den Natur- und Umweltschutz beachten. Sie beteiligen die Nationalparkverwaltung frühzeitig bei ihren geplanten Veranstaltungen und Aktivitäten und berücksichtigen dabei insbesondere Aspekte der Nachhaltigkeit und der Vermeidung von Störungen für die Natur.

7.3 Regelmäßige Teilnahme an Schulungen

Die Nationalpark-Partner sind selbst verantwortlich dafür, als Botschafter den Nationalpark-Gedanken angemessen nach innen und außen kommunizieren zu können. Dies erfordert eine Auseinandersetzung mit den wichtigsten Themen. Die Nationalparkverwaltung bietet zu diesem Zweck eine Vielzahl von Schulungs- und Informationsveranstaltungen an.[26] Um Grundkenntnisse aufzubauen und ein Verständnis für die Partnerschaft zu entwickeln, ist die Teilnahme an einer Basis-Schulung zu Beginn der Partnerschaft verpflichtend. In den Folgejahren wird die regelmäßige Teilnahme an den Aufbau-Schulungen erwartet. Jeder Partner ist selbst für die Weitergabe von Informationen an die eigenen Mitarbeitenden innerhalb des Betriebes zuständig. Die Nationalpark-Partner können mit beliebig vielen Mitarbeitenden die Schulungsangebote nutzen.
Für die Nationalparkführer:innen und die Freiwilligen der Naturschutzverbände gelten besondere Anforderungen:
Sie müssen jährlich an mehreren Schulungen teilnehmen.

7.4 Nachhaltiges Wirtschaften im Betrieb

Die Nationalpark-Partner sind angehalten, nachhaltig zu wirtschaften. Das beinhaltet die Umsetzung von Umweltschutzmaßnahmen wie Energieeinsparung und -effizienz, Bezug von Ökostrom, Reduktion des Wasserverbrauchs, Müllvermeidung und die Bevorzugung von regionalen, fair gehandelten, biozertifizierten Produkten. Durch entsprechende Fragen im Formular des Erstantrags und des Verlängerungsantrags werden die Betriebe motiviert, dabei kontinuierlich nach weiterer Verbesserung zu streben.

[26] Siehe Kap. 6.3

8 Kooperation im Netzwerk

Die Kooperation der Partner mit der Nationalparkverwaltung und untereinander ist für viele Partner wesentliche Motivation für das Eingehen der Nationalpark-Partnerschaft. Die Schulungen als Einstieg in das Partner-Programm und die damit verbundene Sensibilisierung für Nationalpark- und Umweltschutzthemen bilden eine wichtige Basis, auf der ein weiteres Engagement und eine Kooperation unter den Partnern aufbauen können.

Die Vernetzung der Partner untereinander ist ein wichtiges Anliegen des Partner-Programms. Die Nationalparkverwaltung unterstützt entsprechende Initiativen und bietet, neben den Schulungen, mit speziellen Informations- und Erlebnisangeboten wie Exkursionen und Workshops „Räume“ zur Vernetzung. Die Nationalparkverwaltung übernimmt hierbei die Rolle einer Initiatorin, die Partner sind aber letztlich selbst für die Kommunikation untereinander zuständig. Ein erfolgreiches Beispiel für die Zusammenarbeit sind Regionalgruppen wie die *Eiderstedter Nationalpark-Partner*, die sich selbstständig organisieren und einen regelmäßigen Austausch unter den Partnern auf der Halbinsel Eiderstedt praktizieren.

Das Potential, das im Erfahrungsaustausch zwischen einzelnen Partnern sowie im Erkennen von Schnittmengen und Kooperationsmöglichkeiten liegt, ist enorm. Durch Initiativen wie Produktentwicklungsworkshops und Produktkenntnistouren wird das Wissen über vorhandene Angebote in der Nationalpark-Region vergrößert und die Kreativität für neue Formate gefördert. Die Synergien sollen weiterhin ausgeschöpft werden.

Eine weitere Plattform für die Vernetzung ist das Partner-Jahrestreffen, das von der Nationalparkverwaltung mit Unterstützung der externen Sachverständigen ausgerichtet wird. Es bietet mit seinem interaktiven und abwechslungsreichen Tagesprogramm verschiedene Möglichkeiten zum Austausch. Neue Partner haben die Möglichkeit, sich vorzustellen und das Partner-Netzwerk kennenzulernen. Während der Teilnahme an Thementischen können die Partner Erfahrungen teilen und neue Inspirationen für zukünftige Projekte erhalten. Nicht zuletzt fördern das gemeinsame Essen und die offenen Dialoge in den Pausen das Kennenlernen und eine berufliche Vernetzung unter den Partnern. Denn alle eint ein großes Ziel: Der Erhalt und Schutz des Wattenmeeres und die Vermittlung dieser Werte an ihre Gäste.

9 Ausblick

Die Natur in der Nationalpark-Region ist ständig im Wandel. Und genauso dynamisch verändern sich auch die gesellschaftlichen Herausforderungen und damit die Ansprüche an das Nationalpark-Partner-Programm. Um diese Entwicklungen identifizieren und in der Arbeit aufgreifen zu können, stehen die Ansprechpersonen der Nationalparkverwaltung in regelmäßigem Austausch mit den Partnern, deren Vertretungen im Vergaberat und externen Sachverständigen. Neuen Impulsen und Bedürfnissen wird nachgegangen und Bestehendes hinterfragt. In den vergangenen Jahren konnten so bereits zahlreiche Initiativen umgesetzt und mithilfe eingeworbener Fördermittel neue Projekte realisiert werden.

In naher Zukunft liegt der Schwerpunkt der Entwicklungsmaßnahmen auf der weiteren Umsetzung des gemeinsamen Erscheinungsbilds, der verbesserten Nutzbarkeit der digitalen und analogen Präsenz für Partner und Nationalparkgäste sowie der Entwicklung neuer Informations- und Veranstaltungsangebote im Partner-Netzwerk.

Ein ansprechendes und zeitgemäßes Erscheinungsbild erhält das Partner-Programm durch das neu entwickelte Corporate-Design. Das Konzept orientiert sich an den Gestaltungsrichtlinien des Nationalparks, legt den Fokus aber auf die touristische Vermarktung. Das „frische Gesicht“ erhöht die Attraktivität des Programms und spricht sowohl Urlaubsgäste als auch potentielle Partner an. Erste Publikationen im neuen Design sind der Nationalpark-Partner-Folder und die Partner-Broschüre, die Gäste für die Nationalpark-Region und ihre Botschafter:innen begeistern soll. Außerdem ist die Erstellung eines Akquise-Folders für die Gewinnung neuer Partner geplant.

Das neue Corporate Design des Nationalpark-Partner-Programms wird nicht nur in den Print-Publikationen umgesetzt, sondern soll sich zukünftig ebenso im Internetauftritt wiederfinden. Neben der Designanpassung werden auch strukturelle Änderungen die Nutzerfreundlichkeit der Website erhöhen, so dass Nationalpark-Gäste und Nationalpark-Partner die Seiten noch zielgerichteter und regelmäßiger nutzen. Erreicht wird dies z. B. mit wenigen Beiträgen pro Seite, einer klaren Seitenstruktur und einer intuitiven Menüführung. Desweiteren werden die Antragsformulare zukünftig in die Website integriert und damit das Ausfüllen für die Bewerbenden erleichtert.

Neben der Unterstützung der Nationalpark-Partner mit den genannten Marketing- und Kommunikationsinitativen erfolgt auch eine Förderung von Partner-Aktivitäten in der Praxis. Mit innovativen Veranstaltungsreihen wie Produktentwicklungsworkshops oder dem Austausch mit Partnern anderer Schutzgebiete der Nationalen Naturlandschaften, werden Interessengruppen zusammengeführt und mögliche regionale wie überregionale Kooperationen aufgezeigt. Die Vernetzung wird weiterhin aktiv von der Nationalparkverwaltung vorangetrieben. Darüber hinaus engagieren sich einige Partner aktiv für den Austausch untereinander. So startete im Sommer 2020 die erste Partner-Gruppe in einem sozialen Netzwerk.

Auch die Informationsangebote der Nationalparkverwaltung kommen im digitalen Zeitalter an: Aufgrund der Erfahrungen aus den Einschränkungen in 2020 sollen Schulungen in Zukunft - nach Möglichkeit – auch online angeboten werden. Ein entsprechendes Konzept befindet sich in der Entwicklung.

Das Nationalpark-Partner-Programm wurde seit seiner Gründung stetig weiterentwickelt.
Es lebt vom Austausch der Partner mit der Nationalparkverwaltung und untereinander. Nicht zuletzt prägt die Verfolgung gemeinsamer Ziele die enge Verbundenheit mit dem Programm.
Das konkrete En-gagement der Partner lebt von ihrem persönlichen Willen sich einzubringen und von ihrer Eigenverantwortung dem Nationalpark und der Partnerschaft gegenüber. So ist das Programm, ebenso wie seine Akteure, vielseitig.

10 Anhang

10.1 Kooperationsvereinbarung

10.2 Geschäftsordnung des Vergaberats

10.3 Vereinbarung für Nationalpark-Partner

10.4 Beitragstabelle

10.5 Leitlinien für Nationalpark-Partner

10.6 Nachhaltigkeits- & Biodiversität-Check

10.7 Best of Umweltchecks

10.8 Erstantrag für Nationalpark-Partner

10.9 Verlängerungsantrag für Nationalpark-Partner

10.10 Bestellliste für Info-und Werbematerial

10.11 Schulungskonzept

10.12 Maßnahmen des operativen Marketings

10.13 Angaben zum Datenschutz

Die Anhänge sind *nicht* Teil der gedruckten Broschüre.
Sie können unter **nationalpark-partner-sh.de/partner-werden** eingesehen werden.

nationalpark-partner-sh.de

PARTNER

Nationalpark
Wattenmeer