

Rückmeldungen

Modul Kommunikation



*Rückmeldungen – Ministerium für Umwelt,
Energie, Ernährung und Forsten Rheinland-
Pfalz sowie Ministerium für Umwelt und
Verbraucherschutz Saarland*

Kommunikationskultur

*„Ergänzung einer Kommunikation-Kultur/-Philosophie mit dem Teilaspekt einer
personalen Kommunikation.“*

Der Aspekt der internen Kommunikation ist einerseits im Leitbild des Nationalparks Hunsrück-Hochwald aufgenommen. Darin heißt es beispielsweise: „Ein stetiger Informationsaustausch und eine konstruktive und respektvolle Zusammenarbeit macht uns stark, selbstbewusst und erfolgreich. Unser Umgang ist geprägt von gegenseitiger Achtung, Wertschätzung und Hilfsbereitschaft. Konflikte gehen wir in offenem Dialog an.“ Zudem ist im Kapitel 3.1 „Information & Dialog“ des Moduls Kommunikation weiter ausgeführt: „Die Kommunikations-Philosophie wird im Leitbild des Nationalparks beschrieben. Im Selbstverständnis als Repräsentant, Förderer und Schützer des anvertrauten Großschutzgebietes ist die Kommunikation eine respektvolle, authentische, dialogische und diskursive, die aufklärend, bildend und hilfsbereit agiert

und in vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort offen und selbstbewusst die Entwicklung der Nationalparkregion fördert.“

Rhetorik-Weiterbildung

„Ergänzung einer Qualifizierung der Kommunikation der im Bildungsbereich Tätigen.“

Dieser Hinweis findet im Modul Umweltbildung & Naturerleben seinen Platz. Dort wurde formuliert: „Die Angebote für Kindertagesstätten und Schulen werden, sofern möglich, durch die Rangerinnen und Ranger des Nationalparks abgedeckt. Um hier eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten, müssen regelmäßig Fortbildungen und Fachschulungen im pädagogischen Bereich stattfinden, wie z.B. Rhetorik-, Methoden- und Medientrainings.“

Botschaften und Botschafter im und für den Nationalpark

„Beleuchtung von Botschaften und Botschaftern des NLP.“

Das Kapitel 4.8 „Botschaften & Botschafter“ beleuchtet zum einen die im Nationalpark transportierten Botschaften „Natur Natur sein lassen!“, „Natürlich, mit Geschichte!“ sowie „Willkommen im Urwald von morgen“. Andererseits werden Rangerinnen und Ranger sowie Zertifizierten Nationalparkführerinnen und Nationalparkführer als Begleiter durch das Schutzgebiet und als Botschafter und Multiplikatoren für dessen Schutzzweck benannt.

Botschafter im weiteren Sinne können auch bedeutende Tier-, Pflanzen- und Landschaftsarten darstellen, über die eine emotionale Erlebbarkeit des Nationalparks generiert werden kann.

Zielgruppen der Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit

„Ergänzung der Zielgruppen um die NLP-Region.“

Eine Übersichtsliste der Zielgruppen des Nationalparks Hunsrück-Hochwald ist in Kapitel 4.2 „Zielgruppen“ dargestellt. Für den Bereich der touristischen Ansprache



greift der Nationalpark hierbei partiell auf die Zielgruppendefinitionen der touristischen Dachorganisationen des Landes Rheinland-Pfalz und des Saarlandes zurück.

Rückmeldungen – Freundeskreis Nationalpark Hunsrück e. V.

Dynamik der Kommunikation

„Das Dokument enthält sehr wenig, was der Bezeichnung ‘Plan‘ auch nur in Ansätzen gerecht wird. Von insgesamt 20 Seiten beschreiben 13 Seiten die Ausgangslage und nur zwei (2) Seiten gehen jeweils auf ‘Ziele & Aufgaben‘, ohne Nennung eines einzigen konkreten Zieles, und ‘Maßnahmen‘, ohne Nennung einer einzigen konkreten Maßnahme, ein.“ „Bitte konkrete Ziele und Zieltermine einfügen.“

Wie im Kapitel 5 „Maßnahmen“ des Modulentwurfs beschrieben ist, unterliegt die Kommunikation schnellen Veränderungen. Sie ist dynamisch. Durch neue Möglichkeiten, z. B. technische Anpassungen und Neuerungen oder die sich verändernde Nachfrage nach Offline- und Online-Kommunikationsmitteln, sind keine konkreten langfristigen Planvorgaben möglich. Die aufgeführten Planungszeiträume sind daher für dieses bestimmte Modul angepasst – der Schwerpunkt liegt auf den kurzfristigen Zielen. Es scheint, dass nur marginale, kurzfristige Ziele für die Kommunikationsarbeit aufgeführt wurden. Diese sind jedoch in ihrer Umsetzung mit weitreichenden Entwicklungen verbunden, bspw. die Nationalpark-App. Die in der Entstehung befindliche App wird weitere Zielgruppen, vor allem auch jüngere Altersgruppen, erreichen und die Möglichkeiten der unbegleiteten Angebote vielfältig erweitern. Auch der Zielsetzung, dass barrierefreie und mehrsprachige Angebote ausgebaut werden sollen, wird damit gerecht. Mit einer Maßnahmennennung, die jedoch sukzessive ausgebaut wird, werden viele Teilziele, die sich im Kapitel 3 „Handlungsgrundsätze“ wiederfinden, erreicht.

Kommunikationsstrategie

„Das Dokument zeigt an einigen Stellen deutliche Tendenzen einer veralteten, 'von oben herab' agierenden Administration, die noch nicht verstanden hat, dass in einer Demokratie der Bürger der Souverän, hier auch gleichzusetzen mit Auftraggeber, ist“.

In Bezug auf die Kommunikationsstrategie des Nationalparkamtes muss berücksichtigt werden, wozu die Kommunikation dienen soll. Anforderung aus dem Staatsvertrag ist, dass das Nationalparkamt eine Öffentlichkeitsarbeit betreiben soll, um das Schutzgebiet, seine Ziele und Angebote wahrnehmbar zu präsentieren und zum Besuch anzuregen. Hier agiert also die Nationalparkverwaltung und nicht die Bürgerinnen und Bürger.

Als zweiter Aspekt soll die Kommunikation den Austausch zwischen den handelnden Personen und Organisationen der Nationalpark-Region mit dem Nationalparkamt unterstützen. Auch dies ist mehrfach in unterschiedlichen Modulen beschrieben, z.B. die Zusammenarbeit mit den touristischen Akteuren und die gemeinsame Kommunikation mit den Nationalen Naturlandschaften.

Barrierefreie Kommunikation

„Was ist das Verständnis des NPA von einer barrierefreien Kommunikation“?

Für die Nationalparkverwaltung ist es wichtig, den Nationalpark für alle erlebbar zu machen und dementsprechend eine nach Möglichkeit barrierefreie Kommunikation anzubieten: Für Menschen mit Geh- und Hörbeeinträchtigung gibt es bereits spezielle Rangertouren. Ein neu entwickelter Wanderführer in Brailleschrift ermöglicht das Erlebnis einer speziellen Tour durch den Nationalpark für Menschen mit Sehbeeinträchtigung. Die erweiterte Website und eine Broschüre in Leichter Sprache bringen Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung die Themen des Nationalparks nahe.

Rückmeldungen – Zertifizierte Nationalparkführerinnen und Nationalparkführer

Social Media Auftritt des Nationalparks

„Die angedachte Distribution über eigene Social Media-Kanäle würde sicher helfen, bestimmte Zielgruppen zukünftig besser zu erreichen. Ob dagegen die Zielgruppe, die sich lediglich offline informiert, immer kleiner wird, ist angesichts des demographischen Wandels und der zunehmenden Komplexität von Online-Angeboten zu bezweifeln. Deshalb bleibt es wohl wichtig, nach Abwägung von Zweck und Nutzen weiterhin gedruckte Informationen bereitzuhalten.“

Im Bereich der Online und Offline Kommunikation wird keine „Entweder-oder“-Lösung, sondern eine Abstimmung der unterschiedlichen Kanäle, je nach Zielgruppe, aufeinander, angestrebt. Im Nationalparkplan ist daher in Kapitel 5.1 „Kurz- und mittelfristige Maßnahmen“ des Moduls Kommunikation formuliert: „Das mediale Kommunikationsangebot des Nationalparkamtes wird fortlaufend angepasst. Bisherige Informationen werden auf ihre Nutzerorientierung geprüft und auf neue Angebote abgestimmt. Mit einem crossmedialen Ansatz können Synergien und multimediale Effekte genutzt werden, um alle Zielgruppen und Bedürfnisse mediengerecht on- und offline bedienen zu können.“

Internetauftritt des Nationalparks

„Tagesaktuelle Angebote“ anpassen“

Die Rubrik "Tagesaktuell" auf der Internetseite des Nationalparks ist hier als „aktuelles“ zu verstehen und bedeutet, dass die Nationalparkverwaltung dort vom aktuellen Datum aus betrachtet, zurückliegende Veranstaltungen und Ereignisse sowie in die Zukunft gerichtete Pressemeldungen aufführt. Unter dem Reiter „Veranstaltungen“ werden zukünftig stattfindende Veranstaltungen beworben.

Tourenangebot

„Nicht erkennbar sind die Gründe, warum für Touren die Buchungsplattform Deskline nur in Rheinland-Pfalz zur Verfügung steht.“



Die Buchungsplattform Deskline in die zentrale, touristische Buchungsplattform in Rheinland-Pfalz. Genutzt wird sie auch im Saarland. Alle touristischen Einrichtungen greifen darauf zu und pflegen Angebote ein.

Botschaften und Botschafter des Nationalparks

„Offene Quarzit-Blockhalde‘ als ‚Besonderheit‘ des Gebietes könnte geeignet sein, die ‚Emotionale Erlebbarkeit des Nationalparks‘ zu verbessern.“

Die Rosselhalden als Besonderheiten des Nationalparks werden auch in der Kommunikation als solche transportiert. Dazu wurde im Kapitel 4.8 „Botschaften & Botschafter“ formuliert: „Die emotionale Erlebbarkeit des Nationalparks erfolgt über Botschafterinnen und Botschafter. Um die artenreiche Flora & Fauna beispielhaft hervorzuheben, werden einige bedeutende Tier-, Pflanzen- und Landschaftsarten in der Kommunikation häufiger betont.“ Dazu zählen beispielsweise die Wildkatze, die Rotbuche und auch die Rosselhalden.

„Weitere wichtige Botschafter sind die Zertifizierten Nationalparkführerinnen und Nationalpark-führer‘. [...] Vielleicht könnte es ja auch einmal sinnvoll sein, die ZNF als Kooperationspartner der Nationalparkverwaltung im Rahmen der Reihe „Nationalpark- Akademie“ zu präsentieren?“

Über die ZNF-Sprechstunde oder in weiteren AKs besteht die Möglichkeit, Anregungen für das Agenda-Setting des Nationalpark-Akademie zu geben. Das Nationalparkamt prüft daraufhin, ob diese Vorschläge in die Planungen aufgenommen werden können.

Information der Öffentlichkeit

„Einrichtung eines regionalen Interessentenverteilers von Informationen für ein interessiertes Fachpublikum.“

Diese Aussage bezieht sich auf die Tätigkeiten im Bereich der Pressemitteilungen und Aufbereitung aktueller Informationen. Diese werden dazu „in unterschiedlicher Fachtiefe einerseits für die breite Öffentlichkeit aber auch für ein interessiertes Fachpublikum über regionale und überregionale Presseverteiler an Medienvertreter und an weitere Interessentenverteiler versendet.“



Rückmeldungen – Naturpark Saar-Hunsrück

Zusammenarbeit zwischen Nationalpark und Naturpark

„Ergänzung zu Kapitel 3 Handlungsgrundsätze: [...] In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit dem Naturpark Saar-Hunsrück wird ein einheitliches öffentliches Auftreten der beiden Großschutzgebiete im Sinne eines funktionalen Schutzgebietssystems unter der Dachmarke der Nationalen Naturlandschaften nach Innen und Außen transparent gemacht.“

Im Kapitel 4.1 „Logo & Corporate Design“ ist dieses Ziel anhand der Wiedererkennungsmerkmale erläutert: „Der Nationalpark Hunsrück-Hochwald verwendet das Corporate Design (CD) der Nationalen Naturlandschaften von EUROPARC Deutschland e. V. (jetzt Nationale Naturlandschaften e. V.; Anm. d. Red.). Durch einheitliche Erkennungsmerkmale treten die Nationalparke und alle Nationalen Naturlandschaften deutschlandweit gemeinsam in der Öffentlichkeit auf, die Wiedererkennung der Corporate-Design-Elemente führt zu einer besseren Wahrnehmung aller Großschutzgebiete. Zusätzlich stärkt es nach innen das Zusammengehörigkeitsgefühl untereinander. Im Rahmen dieses gemeinsamen Erscheinungsbilds präsentiert sich der Nationalpark Hunsrück-Hochwald in seiner individuellen Ausprägung. So wurde ein eigenes Logo im Design-Kontext der Nationalen Naturlandschaften erstellt, das graphische Aspekte des Naturparks Saar-Hunsrück als Partner im funktionalen Schutzgebietssystem beinhaltet. [...]“.

„Ergänzung zu Kapitel 3 Handlungsgrundsätze: [...] Hierbei soll die Öffentlichkeit regional wie überregional erreicht, ein Dialog geführt und das Image, die Bekanntheit des Nationalparks im Naturpark gesteigert werden.“

Die Besonderheiten, die sich durch die Lage des Nationalparks Hunsrück-Hochwald im Naturpark Saar-Hunsrück ergeben, sind an unterschiedlichen Stellen im Nationalparkplan erwähnt, bspw. bereits im Modul Einleitung Kapitel 1.2.2 „Gemeinsame Verantwortung“: „Der Nationalpark ist auf ganzer Fläche in den Naturpark Saar-Hunsrück eingebettet. Hier ergeben sich ideale Bedingungen zur gemeinsamen Entwicklung und zur Ergänzung des Wildnis-Themas in einer naturnahen Kulturlandschaft. Gemeinsame Programme und gemeinsame Angebote im Bereich der Umweltbildung und des Naturerlebens im Rahmen eines funktionalen

Schutzgebietssystems runden das Bild ab.“ Auch im Modul Umweltbildung und Naturerleben ist dahingehendes im Zusammenhang mit dem Bildungsauftrag erwähnt.

„Ergänzung zu Kapitel 3.1 Information & Dialog: „[...] Die Kommunikation mit den Akteuren soll noch enger verzahnt erfolgen. Die Kommunikation der Institutionen untereinander und innerhalb dieser soll weiter verbessert werden im Sinne eines funktionalen Schutzgebietssystems.“

Eine inhaltlich ergänzende Formulierung wurde – bezogen auf die Ebene der Nationalen Naturlandschaften – im Kapitel 6 „Ausblick“ hinzugefügt: „Diese Entwicklungen und eine veränderte Rezeption der Zielgruppen machen eine kontinuierliche Anpassung der Kommunikationsstrategie, den Ausbau der Kommunikationslandschaft und eine lokale und überregionale Vernetzung des Nationalparkamtes nötig. Ein bislang noch nicht ausreichend genutztes Potenzial bietet sich vor allem über die Dachmarke der Nationalen Naturlandschaften an. Daher unterstützt der Nationalpark Hunsrück-Hochwald die Nationalen Naturlandschaften bei der Entwicklung von pilothaften Ansätzen zur deutschlandweiten Vermarktung aller Großschutzgebiete.“ Im Kapitel 4.5 „Offline-Kommunikation“ wurde folgender Vorschlag in den bestehenden Text integriert: „Ziel des Veranstaltungsheftes ist die gemeinsame nachhaltige, naturtouristische Vermarktung der beiden Schutzgebiete gemeinsam voranzubringen.“ Dem Anspruch einer gemeinsamen Vermarktung, Bewerbung und gegenseitigen Unterstützung unter der Dachmarke der Nationalen Naturlandschaften wird an mehreren Stellen im Nationalparkplan gerecht.

„Ergänzung zu Kapitel 4.9.6 Informations- und Dialogveranstaltungen: „[...] Hier können allgemeine Nationalpark-Themen, aber auch spezifische Fachinhalte sowohl von der Nationalparkverwaltung als auch den Nationalpark-Gremien und Partnern (z.B. Freundeskreis des Nationalparks, Naturpark Saar-Hunsrück, Expertengruppen, o.ä.) in öffentlichem Rahmen vorgestellt werden.“

Dieser Vorschlag wurde wie folgt umgesetzt: „Allgemein verständlich aufbereitete Fachinformationen zu allgemeinen Nationalpark-Themen, aber auch spezifische Fachinhalte werden sowohl von der Nationalparkverwaltung als auch den Nationalpark-Gremien und Kooperationspartnern (z.B. Freundeskreis des Nationalparks, Expertengruppen, Naturpark Saar-Hunsrück, o.ä.) in öffentlichem Rahmen vorgestellt.“



Rückmeldungen – Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten Rheinland-Pfalz

Aufgabe und Ziel der Kommunikation

„Kommunikation‘ ist nicht nur eine administrativ zugewiesene Querschnittsaufgabe für eine Organisationseinheit, sondern ein permanenter Bestandteil aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des NLP-Amtes bei der alltäglichen Arbeit.“

Genau diese Aufgabe wird mit dem einleitenden Satz beschrieben: „Die Kommunikation im Nationalpark Hunsrück-Hochwald stellt eine Querschnittsaufgabe dar. Sie begleitet den Nationalpark in seinen Kernaufgaben und stellt als Mittler Verbindungen zwischen unterschiedlichen Akteuren intern wie extern her“.

„Wesentliches Ziel der Kommunikation ist die Akzeptanzentwicklung und Vermittlung des Wildnisansatzes im NLP. Dabei richtet sie sich nicht nur nach außen, sondern auch nach innen. Das unterscheidet sie z.B. von der herkömmlichen Öffentlichkeitsarbeit.“

Der Hinweis zu einer Kommunikation nach innen wurde zunächst während der Erstellungsphase des Moduls mit den Modulpartnern und später nochmals im Rahmen der Beteiligungsphase diskutiert. Im Ergebnis wurden bei der Übersicht der Zielgruppen in Kapitel 4.2 die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Nationalparkamtes explizit aufgeführt. Dies findet sich jedoch nicht in jeder Zielsetzung wieder, z. B. bei der Aufgabe der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Kapitel 4.3.), die ein wichtiger Aspekt der Kommunikationsarbeit ist und sich dabei aber lediglich nach außen richtet. Hier wurde dieser Aspekt nicht aufgenommen.

Kommunikations-Philosophie

„Zu Kapitel 3.1 Information & Dialog ‚Die Kommunikations-Philosophie wird im Leitbild des Nationalparks beschrieben (vgl. Modul Einleitung). Im Selbstverständnis als Repräsentant, Förderer und Schützer des anvertrauten Großschutzgebietes ist die Kommunikation der Nationalparkverwaltung eine respektvolle, authentische,

dialogische und diskursive, die „aufklärend, bildend und hilfsbereit“ agiert und in vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort „offen und selbstbewusst“ die Entwicklung der Nationalparkregion fördert: → Es ist bedeutsam, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst im Leitbild diesen Anspruch stellen, nicht das NLP-Amt als Institution.“

Dieser Aspekt ist einerseits im Leitbild des Nationalparks Hunsrück-Hochwald aufgenommen. Darin heißt es beispielsweise: „Ein stetiger Informationsaustausch und eine konstruktive und respektvolle Zusammenarbeit macht uns stark, selbstbewusst und erfolgreich. Unser Umgang ist geprägt von gegenseitiger Achtung, Wertschätzung und Hilfsbereitschaft. Konflikte gehen wir in offenem Dialog an.“ Zudem ist in Kapitel 3.1 „Information & Dialog“ weiter verdeutlicht ausgeführt: „Die Kommunikations-Philosophie wird im Leitbild des Nationalparks beschrieben. Im Selbstverständnis als Repräsentant, Förderer und Schützer des anvertrauten Großschutzgebietes ist die Kommunikation eine respektvolle, authentische, dialogische und diskursive, die ‚aufklärend, bildend und hilfsbereit‘ agiert und in vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort ‚offen und selbstbewusst‘ die Entwicklung der Nationalparkregion fördert.“

Gemeinsame Kommunikation von Nationalpark und Naturpark

„Gerade vor dem Hintergrund des Entstehens des kommunalen Eckpunktepapiers sollte die Zusammengehörigkeit mit dem Naturpark als Teil der ‚individuellen Ausprägung‘ kommuniziert werden. Auch dies wurde beim CD des NLP und des NPSH als Teil der NNL berücksichtigt. Der NLP-Plan sollte dies im Text, nicht nur in einer Bildunterschrift erwähnen.“

Eine Erläuterung zum Logo des Nationalparks Hunsrück-Hochwald und zum Logo des Naturparks Saar-Hunsrück findet sich wie folgt wieder: „Im Rahmen dieses gemeinsamen Erscheinungsbilds präsentiert sich der Nationalpark Hunsrück-Hochwald in seiner individuellen Ausprägung. So wurde ein eigenes Logo im Design-Kontext der Nationalen Naturlandschaften erstellt, das graphische Aspekte des Naturparks Saar-Hunsrück als Partner im funktionalen Schutzgebietssystem beinhaltet.“ (Vgl. Kapitel 4.1 Logo & Corporate Design).

Kommunikationsstrategie

„Zu Kapitel 6 Ausblick: ‚Durch Anpassung der Kommunikationsstrategie und einer lokalen und überregionalen Vernetzung kann die Kommunikations-Arbeit diese Veränderungen im Nationalpark-Geschehen begleiten.‘: hierzu die Herausforderung des Wildnisansatzes in der Kommunikation in Richtung der lokalen Bevölkerung stärker betonen, ohne die Möglichkeiten der Inwertsetzung zu vergessen.“

Die Bedeutung der Kommunikation über den Wildnisansatz, den eigentlichen Zweck des Nationalparks, ist zwar nicht in oben genanntem Satz beschrieben, dafür an anderer Stelle hervorgehoben, z. B.: „Abseits der transparenten Information über die kontinuierliche Arbeit des Nationalparks, wird es vor allem auch weiterhin die Aufgabe sein, die Entwicklungen des Nationalparks zu begleiten und dabei übergeordnete Fragestellungen zu beantworten: Wie entwickelt sich die Kulturlandschaft in eine Wildnis? Was bedeutet ein stetiger Rückzug des Menschen? Was lernen wir von der Natur? Welche Rolle spielt der Nationalpark für eine nachhaltige Entwicklung, auch im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes sowie für die ihn umschließende Nationalpark-Region? Welche Handlungsmaxime können daraus abgeleitet werden?“

*Rückmeldungen – Ministerium für Umwelt,
Energie, Ernährung und Forsten Rheinland-Pfalz
sowie Ministerium für Umwelt und
Verbraucherschutz Saarland*

Dynamik der Kommunikation

„Deutlicher formulieren, dass konkreten Zielsetzungen schwierig und langfristige Planungen nur schwer möglich sind, da die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit starken Dynamiken und schnelllebigen Veränderung unterworfen ist. Niemand weiß, welche technischen Neuerungen kommen oder wie sich die Nachfrage z. B. nach Messeauftritten oder Printmedien weiterentwickeln wird.“



Das Kapitel 2 „Rahmenbedingungen“ wurde um folgende Passage ergänzt: „Die Kommunikation unterliegt raschen Dynamiken und Veränderungen. Durch neue Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit, z. B. technische Anpassungen und Neuerungen, die sich verändernde Nachfrage nach Offline- oder Online-Kommunikationsmitteln, sind keine langfristigen Planungen möglich.“ (Anmerkung: Der Abschnitt wurde in das Kapitel 5 „Maßnahmen“ verschoben und angepasst: „Die Kommunikationsarbeit des Nationalparkamtes ist dynamisch. Die Strategie einer Nationalpark-Kommunikation muss einerseits die Entwicklungen im Nationalpark aufgreifen und sich dem stetigen Wandel und der Veränderung der Kommunikationsempfänger und -übermittler stellen. Daher kann die Kommunikation keine konkreten langfristigen Planvorgaben benennen.“).

Waldwirtschaft und Prozessschutz – gemeinsame Kommunikation

„Die Vision stärker betonen, dass sich eine nachhaltige Waldwirtschaft und „Natur Natur sein lassen“ unterstützen, ergänzen und Hand in Hand gehen.“

Das Kapitel 3.5 „Nachhaltige Botschaften“ wurde ergänzt um: „Der Nationalpark Hunsrück- Hochwald als Waldnationalpark verfolgt mit „Natur Natur sein lassen“ einen Ansatz im Umgang mit dem Wald. Daneben wird auch das Konzept der nachhaltigen und naturnahen Waldbehandlung in den umliegenden Wirtschaftswäldern in seiner Bedeutung beschrieben.“ (Anmerkung: Dieser Abschnitt wurde in das Kapitel 3 „Handlungsgrundsätze“ verschoben und erweitert um: „Der Nationalpark Hunsrück- Hochwald als Waldnationalpark verfolgt einen Naturschutz-Ansatz im Umgang mit dem Wald. Um diesen Ansatz in die Landschaft weiterer Naturschutzgebiete und bewirtschafteter Wälder im Sinne des Nationalpark-Zwecks einzubetten und zu vernetzen, steht der Nationalpark im Austausch und informiert auch gemeinsam mit und über diese weiteren Ansätze und Konzepte des Naturschutzes und der nachhaltigen und naturnahen Waldbehandlung in den Wirtschaftswäldern.“).