

STECKBRIEF

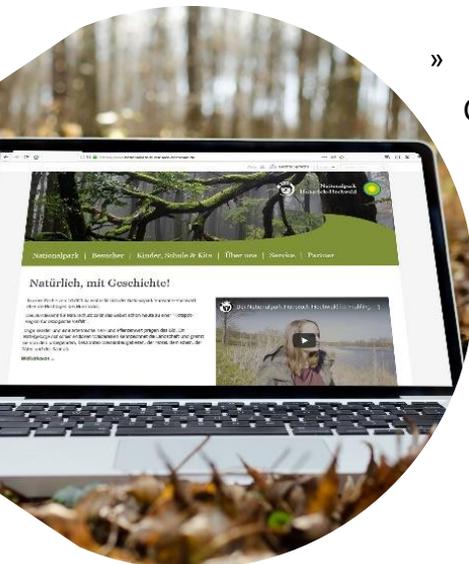
Modul Kommunikation



Ziel

Das Ziel der Kommunikation ist die Verankerung der Themen und Alleinstellungsmerkmale des Nationalparks Hunsrück-Hochwald in den Medien, der Gesellschaft und der Politik. Mit der regionalen und überregionalen Öffentlichkeit soll ein Dialog geführt und das Image, die Bekanntheit und die Akzeptanz des Nationalparks gesteigert werden. Hierbei helfen einprägsame Botschaften, Wiedererkennungsmerkmale und eine zielgruppenspezifische Ansprache.

Maßnahmen



- » **Logo und Corporate Design:** Der Nationalpark nutzt das Corporate Design der Nationalen Naturlandschaften. Durch einheitliche Erkennungsmerkmale treten die Nationalparke deutschlandweit gemeinsam in der Öffentlichkeit auf.
- » **Online- und Offline-Kommunikation:** Digitale und Druckmedien bieten ein breites Informationsspektrum. Der Nationalpark nutzt verschiedene Kommunikationskanäle, um seine Zielgruppen mediengerecht zu erreichen.

» **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:** Regelmäßig werden Informationen aus den Fachbereichen des Nationalparkamtes herausgegeben. Diese werden in unterschiedlicher Tiefe einerseits für die breite Öffentlichkeit, andererseits für ein interessiertes Fachpublikum regional und überregional verteilt.

» **Botschaften:** Um das Schutzgebiet einprägsam zu präsentieren, wurden zusätzlich zu der Kernbotschaft aller Nationalparks

Deutschlands „Natur Natur sein lassen!“ zwei weitere

Slogans für den Nationalpark Hunsrück-Hochwald etabliert.

Mit der Botschaft „Natürlich, mit Geschichte!“ werden die beiden großen Besonderheiten des Nationalparks - die artenreiche Natur und die monumentalen keltisch-römischen Kulturdenkmäler - für die Gäste transportiert. Der Claim „Willkommen im Urwald von morgen“ gibt einen Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen des Schutzgebietes.

» **Nationalpark für Alle:** Im Projekt „Nationalpark

für Alle“ arbeitet das Nationalparkamt mit Partnern, Experten und Betroffenen zusammen, um barrierefreies

Erleben im Nationalpark auf vielfältige Weise zu ermöglichen, z. B.

durch Broschüren in Leichter Sprache und Brailleschrift sowie die Anpassung der Internetseite.

» **Kommunikationsorte:** Durch die Vielfalt der Orte, an denen Kommunikation vom und über den Nationalpark betrieben wird, z. B. die (zukünftigen) Nationalpark-Tore, die Partnerbetriebe und Veranstaltungsauftritte wird ein großes Publikum erreicht. Hier kann das Nationalparkamt auf die Unterstützung vieler Multiplikatoren setzen.

» **Monitoring- und Qualitätsmanagement:** Über ein Medien-Monitoring der Pressearbeit und ein Web-Analyse-Tool der Online-Kommunikation erfolgt eine Evaluierung und stetige Anpassung der Kommunikation.





Ausblick

Die Kommunikation über die Ziele und Handlungsfelder des Nationalparks ist ein dauerhafter Begleiter der Nationalparkarbeit. Abseits der transparenten und kontinuierlichen Information über den Nationalpark, 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 kann der Mensch von der Natur lernen? Welche Rolle spielt der Nationalpark für eine nachhaltige Entwicklung, auch im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes sowie für die ihn umschließende Nationalpark-Region? Welche Handlungsmaximen können daraus abgeleitet werden? Diesen Dialog zu führen, wird auch eine langfristige Aufgabe der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Nationalpark sein.