



# GESTALTUNGSLEITFADEN

für Nationalpark-Partner & -Kooperationspartner

AKTUALISIERTE  
VERSION  
2023

# INHALT

|              |   |
|--------------|---|
| Vorwort..... | 3 |
|--------------|---|

## Warum ein Gestaltungsleitfaden?

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Kontaktpunkte zum Gast .....             | 4  |
| Nationalpark-Tore .....                  | 5  |
| Info-Stellen & -Module .....             | 6  |
| Gastronomie.....                         | 9  |
| Hotellerie & Übernachtungsbetriebe ..... | 10 |
| Einzelhandel & Weitere.....              | 12 |

## Gestaltungstipps von Architektin Britta Tibo

|                   |    |
|-------------------|----|
| Farben.....       | 14 |
| Wände .....       | 17 |
| Böden .....       | 25 |
| Oberflächen.....  | 28 |
| Möbel & Deko..... | 31 |
| Kreatives .....   | 38 |
| Licht .....       | 43 |
| Sanitär .....     | 47 |
| Outdoor .....     | 55 |

## Corporate Design

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Farbwerte.....               | 59 |
| Gestaltungsrichtlinien ..... | 60 |

## Herausgeber

|                    |    |
|--------------------|----|
| Bildnachweise..... | 61 |
| Kontakt .....      | 62 |



# Liebe Partner des Nationalparks,

die Partnerinitiative hat sich unglaublich weiterentwickelt. Der Markenkern aus Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit mobilisiert. Immer mehr Betriebe wollen mit uns, dem Nationalpark, kooperieren. Dieses Interesse freut uns.

Warum? Weil wir davon überzeugt sind, dass diese Kooperation allen dient: Ihnen, den Gästen, aber auch uns – vor allem aber der Natur. Denn, darum geht es uns allen. Wir wollen, dass die Natur ein Rückzugsort ist, wieder wird und bleibt.

In Deutschland gibt es keine Urwälder mehr. Nur wenige wissen es. Die Wildkatze war vom Aussterben bedroht. Sie erholt sich erst allmählich. Auch das weiß kaum jemand. Und Nationalparks in Deutschland sind leider noch zu unbekannt.

Wir sind überzeugt davon, dass Menschen nur nachhaltig handeln können, wenn sie auch wissen, warum es so wichtig ist. Und hier können wir gemeinsam einen kleinen Beitrag liefern. Wir mit unserer Arbeit. Und Sie mit Ihrer Arbeit im Betrieb, aber auch mit der Information darüber, dass es uns gibt: den Nationalpark. Einen von 16 in Deutschland. Im Hunsrück-Hochwald. Lenken Sie Gäste zu uns. An die Stellen, wo sie hinkommen können und sollen. Die Nationalpark-Tore. Die Traumschleifen. Am besten begleitet von Nationalparkführer\*innen, Ranger\*innen oder der Nationalpark-App.

Dabei kommen wir keineswegs mit dem erhobenen Zeigefinger eines Naturschutzgebietes. Wir wollen die Menschen begeistern für etwas Großartiges. Etwas Großes, das häufig im Kleinen beginnt. Über möglichst viele Kontaktpunkte, die wiedererkannt werden, ergibt sich die Bedeutung. Und genau da beginnt auch dieser Leitfaden. Selbst mit kleinen Schritten können Sie große Effekte erzielen. Nehmen Sie nicht pink, sondern grün. Oder kombinieren Sie pink und grün. Fangen Sie bei der Renovierung möglicherweise mit einem anderen Farbkonzept an. Lehnen Sie es an unsere Farbgebung und an die der Natur an. Wir helfen gerne dabei. Sprechen Sie uns an. Ein Leitfaden ist nur eine Ideensammlung, die Ihnen eine Richtung aufzeigt. Die konkrete Umsetzung sieht häufig anders aus. Individuell. Und das ist auch das Schöne daran. Alles ist anders, irgendwie einzigartig. Aber nur zusammen kann es ein stabiles Netzwerk bilden. Genau daran arbeiten wir. Mit Ihnen. Für die Natur, den Urwald von morgen: den Nationalpark Hunsrück-Hochwald!

## Ihr Sören Sturm

Leiter Abteilung 2 Bildung, Naturerleben, Kommunikation

# VORWORT



# Liebe Partner des Nationalparks,

bei dem vorliegenden Leitfaden haben wir uns Ansätze aus der Natur abgeschaut und gestalterisch den Markenkern aus Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit aufgegriffen. Dabei ist uns aufgefallen, dass die Vielfalt der Natur auch gleichzeitig vielfältige Möglichkeiten zur Umsetzung bietet. Die Individualität eines jeden Betriebes bleibt dabei erhalten. Dieser Leitfaden bietet Ansätze und Ideen, umsetzbar auch mit kleinem Budget, teilweise durch einfachste Maßnahmen, wie der richtigen Farbwahl. Das Ziel ist die Inwertsetzung von Bestehendem.

Ich freue mich, Ihnen heute kleine anregende Beispiele und Musterlösungen zu präsentieren, lassen Sie sich inspirieren, werden Sie kreativ!

## Ihre Britta Tibo

Architektin



**Nationalpark  
Hunsrück-Hochwald**



# Mehr Kontaktpunkte zum Gast

## Im Alltag vorkommen

Mit der Einrichtung der Nationalparks wurden die (zukünftigen) Nationalpark-Tore und Tourist-Informationen mit Informationsmodulen ausgestattet: Modul, Stele & Infotafeln, teilweise mit Monitor. Hier gibt es nicht nur Informationen zum Programm, sondern auch Trailer und vieles mehr.

Ergänzt werden diese Standorte durch „Outdoor“-Anlaufpunkte. Ob Baumwipfelpfad an der Saar Schleife, Bostalsee, Weiherschleife in Idar-Oberstein, vor dem Rathaus in Herrstein oder dem Kupferbergwerk Fischbach: An vielen beliebten Stellen in der Region steht unser Infomodul. Mit grundlegenden Informationen auf der Vorderseite und einer Karte zur Orientierung auf der Rückseite. Damit wurde eine Grundlage für ein Corporate Identity gesetzt.

Ergänzt wird es durch das Corporate Design unserer Dachmarke, den Nationalen Naturlandschaften e.V. Infotafeln im und zum Nationalpark sind grundsätzlich in dieser Linie gehalten. Wir wollen damit auch zeigen, dass wir Partner sind vom Wattenmeer, dem Bayerischen Wald, der Müritz oder der Vorpommerschen Boddenlandschaft.

Einige Jahre später haben wir über 50 Partnerbetriebe. Auch diese greifen den Nationalpark auf verschiedene Weise auf. Hinzukommen Lizenznehmer, die Bier, Kaffee, Wein, Kaffeeservice, Brot, Kugelschreiber oder Notizblöcke und vieles mehr im Verbund mit der Keltenkatze vertreiben.

Daraus ergeben sich derzeit 5 verschiedene Kontaktpunkte zu Menschen in der Region, ob Ein- oder Anwohner, Tages- oder Übernachtungsgästen. Umso wichtiger ist es, ihnen eine klare Orientierung zu geben. Zum Nationalpark. Sowohl verkehrlich, inhaltlich aber auch gestalterisch. Sie können sehr unterschiedlich sein. Hier setzen die nachfolgenden Beispiele an.





## Die Nationalpark-Tore

### Einstiegsorte in den Nationalpark

Neben der Wildenburg und dem Keltenschanze ist der dritte Anlaufpunkt das Nationalpark-Tor Erbeskopf. An allen Standorten gilt es aus bestehender Substanz heraus das Thema Nationalpark auch für den Gast sichtbar zu machen. Am Erbeskopf ist die Gestaltung am weitesten. Mit der im Dezember 2018 eröffneten Ausstellung haben wir ein multimediales, interaktives Schaufenster.

Mit einer im Hintergrund entwickelten Wildnis-Silhouette wurde aus einem aufgeräumten Forstbild, wie wir es aus vielen Regionen Deutschlands kennen, nun Unordnung. Diese Form der Darstellung stellt die Gäste damit auch künstlerisch kreativ auf die zunehmende Wildnis ein. So wurde aus einzelnen Bäumen auf den Infomodulen, der Wald (der Urwald von morgen) am Nationalpark-Tor.





## Infostellen der Nationalpark-Region

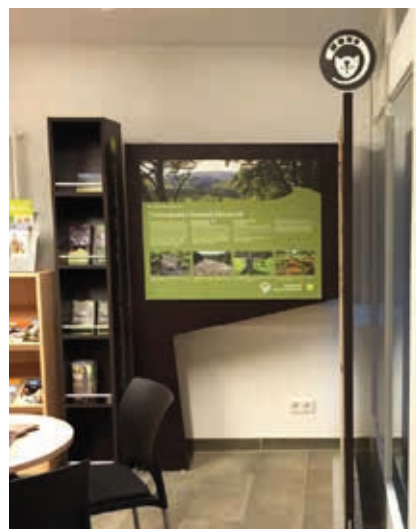
Während viele Tourist-Informationen in den Rathäusern am Wochenende unbesetzt sind, wurde ein kleiner Bereich des Cafés Kelte Katz in Nohfelden für das Nationalpark-Informationsmodul vorgesehen. Hier trifft sich nicht nur das Dorf. Auch auswärtige Gäste können am Wochenende hier gezielt oder nebenbei Informationen über den Nationalpark einholen. Das Café KelteKatz ist mit seiner Gestaltung Impulsgeber für viele weitere Entwicklungen geworden.





## Infomodule & -stellen

in der Nationalpark-Region





## Infomodule & -stellen/parkplätze im Nationalpark



# Gastronomie

## Entscheidend in der Servicekette des Nationalparks

Der Mittagstisch ist zu Ende. Es ist 13:30 Uhr. Sie geben den Hinweis auf die Rangertour um 14 Uhr. Schon ist über den Service eine Information beim Gast, die dazu beitragen kann, dass noch weitere Menschen sich nachhaltig engagieren. Welt verbessern? Das geht jeden Tag. Auch mit kleinen Maßnahmen. Sei es dieser Hinweis auf eine Tour oder das Herunterladen der Nationalpark-App in Ihrem WLAN.

Die Gastronomie ist in der Servicekette des Nationalparks entscheidend. Nicht nur in der Kommunikation. Nach einem Aufenthalt im Nationalpark hat man Hunger und Durst. Nach einer Rangertour auch den Anspruch nach Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit. Das große M wird da weniger angesteuert. Das Ergebnis für Partner: Umsatzsteigerung! Neben den Tagesgästen kommen auch Übernachtungsgäste. Hier trifft sich die Welt. Es wäre viel zu schade, an diesen Orten nicht auch den Nationalpark auf geeignete Weise aufzugreifen. Für Sie – wie für uns. Aber natürlich auch die Gäste.



Wiedererkennung spielt hierbei eine große Rolle. Die Partner-Steile vor der Tür. Die Partner-Tafel im Eingangsbereich. Das Essen unter dem Nationalpark-Schirm. Das Nationalpark-Memo oder das Ausmalbuch auf dem Kindertisch. Der Thekenaufsteller mit Programmheft oder Starterkarte auf der Bar. Naturmotive im Interieur. Farben, die an Natur und den Nationalpark erinnern. Infomodule als Tourist-Information. Der Hochwald-Kaffee, der WILDkatzen-Wein, das Bier in der Sonderedition Nationalpark, das regionale Mineralwasser mit dem Hinweis auf die Nationalpark-Region und den Nationalpark. Von einzelnen Möglichkeiten bis hin zu umfassenden Konzepten wie der Gestaltung ganzer Cafés, Bistros oder ähnlichem: Ob schrittweise oder alles in Einem. Klein oder groß. Auch hier kann viel geleistet werden, um Gäste emotional, thematisch oder visuell auf den Nationalpark einzustimmen.



## Hotellerie & Übernachtungsbetriebe

Auch hier übernachtet man im Nationalpark

Die Geschäftsreisenden, die unter der Woche in Nationalpark-Zimmern übernachten, kommen am Wochenende wieder. Als Privatreisende. Mit ihrer Familie. Die Gäste, die „im Nationalpark“ duschen, fragen, wo dieser Ort ist und wollen ihn auch in echt erleben. Wer im Rangerhaus schläft, will auch die Ranger kennenlernen. Glauben Sie nicht? Das sind die Erfahrungswerte von unseren Partnern. Und sie zeigen: Wer auf den Nationalpark setzt, der profitiert davon! Infomodul, Schirm, Stele, Schild, Theken- oder Tischaufsteller mit Programmheft „Wildkatze“ und Starterkarte machen den Gesamtauftritt rund. Eine kleine Information hinten in der Ecke: Das reicht nicht. Wir brauchen mehr und längeren Kontakt mit dem Gast.





Für uns als Nationalpark geht es in erster Linie aber darum, dass die Gäste in der Nationalpark-Region wissen, dass es uns gibt. Egal, welches Reisemotiv sie herbewegt hat. Das allein ist aber nur der erste Schritt. Es nutzt nichts, wenn der Gast zu uns in den Nationalpark kommt und sich verhält „wie die Wildsau“. Gäste brauchen Informationen. Mit Programm, Starterkarte und App sind sie gut ausgerüstet. Mit Themenzimmern jedoch stimmen Gastgeber auch emotional ein.



Gastgeber können begeistern – schon vorab. Mit Funfacts beispielsweise. Grafiken und Textvorschläge haben wir auch aufbereitet. Arbeiten Sie auch hier mit uns zusammen. Aus einem Zimmer 37 können sie auch ein WILDkatz-Zimmer machen und auch so einen Beitrag gegen das weltweite Artensterben leisten. Wir unterstützen Sie hierbei.





## Einzelhandel & Weitere

### Nationalpark im Alltag

Neben Hotellerie und Gastronomie gibt es viele weitere Möglichkeiten. Produktinformationen sollten überall zu finden sein. Sie müssen auch und vor allem im Alltag der Menschen vorkommen. Der Lebensmitteleinzelhandel unterstützt uns. Auch Bäckereien. Nationalpark: das ist unser täglich Brot. Aber keineswegs für alle Menschen in der Nationalpark-Region. Schon gar nicht darüber hinaus.





Sehr schöne Beispiele sind bereits vorhanden. Im Einkaufsmarkt bei unserem Partner Lando Hochwald steht ein Infomodul. Genau wie in den EDEKA-Märkten der Familie Decker in Birkenfeld und Hoppstädten-Weiersbach. An den Bahnhöfen in Idar-Oberstein und Türkismühle wird der Nationalpark prominent aufgegriffen. Hinzu kommen überlebensgroße Papptranger, die in den Supermärkten stehen, teilweise ergänzt durch Keyvisuals, um auch an von vielen Reizen geprägten Räumen möglichst intensiv auf den Nationalpark hinzuweisen.

