



Naturpark-Partnerschaft

Wertekompass

für die Zusammenarbeit der Naturpark-Gastgeber*innen mit dem Naturpark

(für Anwärterbetriebe, Beherbergungsbetriebe und in weiterer Folge auch Gastronomie)
Naturpark-Gastgeber*innen erfüllen 100% der 21 Muss-Kriterien.

Legende

• Kriterien



für Anwärterbetriebe

für Beherbergungsbetriebe

für Gastronomie

• SDG-Ziele

Sustainable Development Goals: Zuordnung zur UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung.
Mehr dazu siehe <https://sdgs.un.org/2030agenda>





Angebotsgruppe „Naturpark-Gastgeber*innen Steiermark“

Wer sind die Naturpark-Gastgeber*innen?

Botschafter*innen des Naturparks für Einheimische & Gäste – „Wir sind Naturpark“:
Herzliche Gastgeber*innen, authentisches Wohnen, regionales Essen & Trinken, Naturpark-Spezialitäten, Naturpark-Wissen und Begeisterung, Naturvermittlung, Biodiversitäts- und Klima-Bewusstsein

Was sind die Ziele für die Naturparke-Managements?

- **Nummer 1 beim Thema „Natururlaub“ in der Steiermark**
- Auslagengestaltung für die Steiermark-Tourismus zu den Themen Natururlaub, Schätze der Natur, Naturpark, Naturpark-Spezialitäten
- Image-Aufbau für den Naturpark und die Erlebnisregion (TV)
- Vorbildwirkung & Bewusstsein schaffen (für Naturpark, gesunde Einstellung/Lebensgrundlagen)
- Mehr Gäste mit aktivem Naturbewusstsein und ökologischem Verständnis
- „Forschung & Entwicklung“ für Natururlaub-Angebote

Was ist der Nutzen für den Betrieb?

- **Fokusgruppe** im Naturpark & in der Erlebnisregion (TV) mit dem Ziel der Weiterentwicklung:
Expertise und Austausch zu „Naturvermittlung für Naturpark-Partner*innen“ (siehe individueller Ideenkatalog für den Betrieb), regionale Workshops & Exkursionen, Teil eines Steiermark-Netzwerks mit fachlichen Impulsen (Naturvermittlung, Marketing, Internet ...)
- **Marketing-Aktionen** im Rahmen der Naturpark-Partnerschaft: Naturpark-Erlebnis-Programm, „Natur wirkt!“-Programm, Schulprogrammbroschüre „Lernraum Natur“, Betriebspräsentation auf www.steiermark.com, Öffentlichkeitsarbeit
- Die langjährige aktive Zusammenarbeit der Naturpark-Gastgeber*innen (= Unternehmer*innen) ermöglicht einen klaren Blick auf den **eigenen Marktvorteil**, auf Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale und fördert die Kooperationsfähigkeit im Naturpark und untereinander.
- **Qualitätssicherung**
 - Gemeinsamer Wertekompass als Grundlage
 - Erfahrungsaustausch – lernen von anderen
 - Anfragetest
 - „Qualitätsgespräche“ auf dem Betrieb mit Naturpark-Verantwortlichen auf Basis des Wertekompass zum Gruppen-Einstieg und für die betriebliche Evaluierung alle 3 Jahre.



A Organisatorische Voraussetzungen „Wir befinden uns im Naturpark“



A1 Der Betrieb befindet sich in einer Naturpark-Gemeinde (SDG 15)



A2 Alle Daten zum Betrieb, die für Gäste relevant sind, stehen dem Naturpark zur Verfügung.



B Ausrichtung des Betriebs „Wir teilen die Werte des Naturparks“

B1 Nachhaltigkeit & Regionalität (SDG 1–17)



Reflexion des eigenen Betriebs in den Bereichen Ökonomie – Ökologie – Soziales sowie der Bedeutung von Regionalität – Was tun wir bereits? Was können wir noch anstreben?



Der Betrieb beteiligt sich aktiv an regionalen Initiativen zu Umwelt- oder Nachhaltigkeit.

B2 Identifikation mit dem Naturpark (SDG 12, 17)



Betriebsführer*innen und Mitarbeiter*innen sind über die Arbeit des Naturparks informiert und unterstützen das Leitbild des Naturparks bzw. den Managementplan



Eine Motivations-Aussage für die Mitwirkung bei den „Naturpark-Gastgeber*innen“ („Ich bin Naturpark-Gastgeber*in, weil ...“) und der Wertekompass (als Download) sind auf der Website veröffentlicht (siehe auch Kriterien D2).



Die Partner-Plakette ist (wenn der Naturpark eine zur Verfügung stellt) am Haupteingang angebracht.



C Inhaltliche Kriterien „Wir tun was, um die Naturparkidee zu unterstützen!“

C1 Lebensmittel - regional & saisonal (REGIONALENTWICKLUNG) (SDG 2, 12, 15, 17)



Der Betrieb bezieht mindestens zwei landwirtschaftliche Erzeugnisse (Lebensmittel, Getränke) direkt von Landwirt*innen oder einer regionalen¹ Direktvermarktungskooperation aus einer Naturpark-Gemeinde.



Direkte mündliche und schriftliche Hinweise auf regionale, saisonale Lebensmittel im Gastronomieangebot (auf Speisekarten / Tageskarten / am Buffet).



Hinweise auf Naturpark-Produzenten und Kennzeichnung der „Naturpark-Spezialitäten“ (Logo) in der Speisekarte



Herkunftshinweise für alle wesentlichen² Zutaten in der Speisekarte / im Menüplan

C2 Biodiversität – Förderung am Betrieb (NATURSCHUTZ) (SDG 13, 15)



Besichtigung des Betriebsareals gemeinsam mit einer Biodiversitätsexpert*in bzw. Naturvermittler*in aus dem Naturpark und Dokumentation, was bereits für die Biodiversität dienlich ist und was noch umgesetzt werden kann.



Der Betrieb fördert direkt auf seinem Areal durch gezielte Maßnahmen die Artenvielfalt, z. B. durch Anlegen von Kleinlebensräumen (siehe Trittssteinbiotop-Katalog), und wird dabei vom Naturpark unterstützt.

C3 Naturerlebnis (BILDUNG & ERHOLUNG) (SDG 4, 12, 13, 15)



Der Betrieb kommuniziert das Angebot an Wanderwegen und landschaftlichen Besonderheiten im Naturpark (Naturjuwele) und empfiehlt aktiv die Naturvermittlungsangebote des Naturparks (aktuelle Veranstaltungen an der Rezeption, Erlebnisprogramm im Zimmer).



Idealerweise besteht mit Naturvermittler*innen eine enge Kooperation.



Der Betrieb empfiehlt aktiv lokale Freizeitaktivitäten, regionales Handwerk und das Kulturangebot und stärkt damit bewusst regionale Kreisläufe.



Es gibt um den Betrieb ein besonderes Ruheangebot in der Natur, z. B. Bankerl am Bach, Hängematte unter großem Baum, Liegestuhl, Hängesessel



Bücherecke mit mind. 10 aktuellen Büchern bzw. Zeitschriften mit Naturparkbezug (z. B. Naturbestimmungsbücher, Naturvermittlung, Biodiversität, Naturparke, Naturschutz, Geologie, Region ...).

C4 Klima, Energie & Mobilität (SDG 7, 9, 13, 17)



Gäste werden mündlich und schriftlich (auch auf der Website) zur klimaschonenden Anreise informiert.



Teilnahme an einer Energieberatung zum Eruieren von Verbesserungsmöglichkeiten.



Der Betrieb setzt Maßnahmen zur Energieeffizienz um.

Definitionen: 1) „regional“ bedeutet „so regional/lokal, wie im jeweiligen Naturpark möglich“, d. h. Lebensmittel/Getränke von landwirtschaftlichen Produzent*innen aus den Naturpark-Gemeinden (im besten Fall „Naturpark-Spezialitäten“)

2) „Wesentliche Zutaten“ betrifft insbesondere alle tierische Zutaten, sowie weitere Zutaten, die zu einem wesentlichen Anteil in der Speise/dem Getränk vorkommen. Ziel ist dem Gast transparent zu kommunizieren, aus welchem Herkunftsland die wesentlichen Zutaten der Speisen und Getränke kommen. Beispiel: Rindsgulasch mit Fleisch aus [Land oder Bundesland bzw. Region], Kaiserschmarren mit Eiern aus [Land oder Bundesland bzw. Region], Apfelsaft mit Äpfeln aus [Land oder Bundesland bzw. Region]



D „Kommunikation, Vernetzung und Fortbildung: **„Wir sind Naturpark und erzählen es weiter“**

D1 Sensibilisierung der Gäste für Nachhaltigkeit & Regionalität (SDG 4, 8, 12, 13, 15, 17)



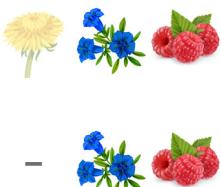
Gäste werden in mündlicher und schriftlicher Form (Website, Rezeption, Zimmermappe, Speisekarte ...) über folgenden Aspekte informiert:

- Regionale und saisonale Lebensmittel
- Besondere Kulturlandschaft und Biodiversität im Naturpark
- Stärkung regionaler Kreisläufe
- Naturparkangebote
- Klimaschonende Anreise (siehe auch C4)

D2 Laufende Sichtbarkeit der Kooperation für (potenzielle) Gäste (SDG 12, 15, 17)

- - Nur für Beherberger: Der Betrieb ist Teil des Bereichs „Naturpark-Gastgeber“ auf www.steiermark.com und zahlt dafür eine jährliche Service-Pauschale an Naturparke Steiermark (Stand 2024: € 100,-). Er kümmert sich um die ständige Aktualisierung der Einträge (Betriebspräsentation / Angebote).
- Der Betrieb legt **sichtbar** Naturpark-Infomaterial auf und bestellt bei Bedarf nach.
- Der Betrieb präsentiert sich auf Social Media als Naturpark-Gastgeber-Betrieb und markiert den Naturpark bei relevanten Postings.
- Der Wertekompass wird auf der Betriebs-Website präsentiert, mit dem Hinweis „Wir fühlen uns als Naturpark-Gastgeber-Betrieb folgenden Werten verpflichtet: Hier geht es zum [Wertekompass](#) (Download).“ (siehe auch Kriterien B2)

D3 Laufende Vernetzung & Fortbildung (SDG 4, 8, 13, 15, 17)



Der Betrieb nennt dem Naturpark-Management eine Ansprechperson. Diese nimmt jährlich mindestens an einem Vernetzungs-/ Fortbildungsformat des Naturparks teil und gibt wichtige Informationen an Mitarbeiter*innen weiter.

Alle drei Jahre findet auf Basis des Wertekompass mit einer Naturpark-Mitarbeiter*in ein „Qualitätsgespräch“ (mit Protokoll) zur Evaluierung der gesetzten Maßnahmen und zur Weiterführung der Kooperation statt.

Anwärterbetriebe: 7 Muss-Kriterien, 15 Soll-Kriterien
 Beherbergungsbetriebe: 21 Muss-Kriterien, 7 Soll-Kriterien
 Gastronomie: 20 Muss-Kriterien, 7 Soll-Kriterien