



MANAGEMENTPLAN NATURPARK MÜRZER OBERLAND

Kurzfassung



Mit Unterstützung von Land und Europäischer Union



Managementplan Naturpark Mürzer Oberland

Kurzfassung

April 2025

Auftragnehmer: georaum GmbH

Ingenieurbüro für Geographie und Landschaftsanalyse
Wohlfahrtsschlag 1,
A-3283 St. Anton an der Jeßnitz;
+43 664 1417401

ÖKOTEAM - Institut für Tierökologie und Naturraumplanung OG
Bergmanngasse 22 · A-8010 Graz ·

Auftraggeber:
Naturpark Mürzer Oberland
A - 8692 Neuberg an der Mürz, Hauptplatz 9

Bearbeiterinnen und Bearbeiter

Projektleitung: Hannes Hoffert-Hösl, Thomas Friess

Bericht: Hannes Hoffert-Hösl, Harald Egger, Thomas Friess, Mira Friess, Florian Richter

Heuschrecken, Tagfalter: Lorenz Wido Gunczy, Thomas Friess

Wanzen: Thomas Friess **Zikaden:** Elisabeth Huber

Sonstige Tierarten: Lorenz Wido Gunczy, Thomas Friess

GIS & Karten: Anna Weissinger, MSc, Anna Rodenkirchen, BSc, Christian Prochaska, MSc.

Bildung, Regionalentwicklung, Erholung und Zusammenfassung: Hannes Hoffert-Hösl

Lektorat: Astrid Leitner, Hannes Hoffert-Hösl



1 Einleitung

Der **Naturpark Mürzer Oberland** besticht durch seine beeindruckende landschaftliche Vielfalt, eine hohe Biodiversität sowie ein starkes regionales Engagement in Naturschutz, Bildung und nachhaltiger Entwicklung. Der vorliegende Managementplan (Endbericht April 2025) bildet den strategischen Rahmen für die Weiterentwicklung des Naturparks in den kommenden Jahren. Im Einklang mit dem steirischen, klassischen Naturpark-Motto „*Schützen durch Nützen*“ wurden in einem partizipativen Prozess Leitziele und Maßnahmen definiert. Der Fokus liegt dabei auf den vier Naturpark-Säulen – **Schutz, als Basis, Regionalentwicklung, Erholung und Bildung** – sowie auf einer wirkungsvollen **Kommunikation**. Nachfolgend werden die wichtigsten Analyseergebnisse, Ziele und Maßnahmen in diesen Bereichen zusammengefasst, ergänzt um prioritäre Handlungsfelder und konkrete Projektideen zur Umsetzung.

2 SWOT-Analyse

Zu Beginn des Planungsprozesses wurde eine **SWOT-Analyse** durchgeführt, um Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Naturparks zu identifizieren. Diese Analyse bildet die Grundlage für die strategische Ausrichtung und Maßnahmenentwicklung. Die wichtigsten Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- **Stärken:** Vielfältige und intakte Naturlandschaften mit hoher Artenvielfalt; engagierte lokale Akteure und Vereine mit starkem Zusammenhalt; bestehende Naturpark-Initiativen (z.B. Naturpark-Schulen, -Kindergärten, Naturmuseum) und erfolgreiche Bildungsarbeit; gute Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und Behörden; kompakte Struktur (eine Gemeinde), die Abstimmung und Umsetzung erleichtert.
- **Schwächen:** Ungünstige demografische Entwicklung (Bevölkerungsrückgang, Überalterung, Abwanderung junger Menschen); eingeschränkte Infrastruktur in Teilbereichen (schwache Internetversorgung, autoabhängige Verkehrsanbindung, unsichere Nahversorgung in kleinen Ortsteilen); begrenzte personelle Ressourcen im Naturpark-Management und hoher bürokratischer Aufwand bei Projekten; Naturpark-Ideen sind lokal noch nicht überall voll verankert (teilweise geringe Wahrnehmung des Naturparks in Vereinen und Bevölkerung).
- **Chancen:** Wachsende Nachfrage nach naturnahem Tourismus und Outdoor-Aktivitäten („Zurück zur Natur“-Trend) bietet Potenzial für nachhaltige Regionalentwicklung; neue Mobilitätsprojekte (z.B. Semmering-Basistunnel) und digitale Technologien können die Erreichbarkeit und Vernetzung verbessern; Klimawandel und Klimaschutz verstärken das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln und bieten Impulse für innovative Naturschutz-Projekte; Förderprogramme auf EU-, Bundes- und Landesebene sowie Kooperationen mit Bildungseinrichtungen und Forschung (Unis, BOKU etc.) können für Naturpark-Ziele genutzt werden; verstärkte Zusammenarbeit von Kultur und Natur als Alleinstellungsmerkmal der Region.
- **Risiken:** Auswirkungen des Klimawandels (häufigere Naturgefahren, Wetterextreme, Schneemangel) gefährden langfristig Natur und Tourismus; anhaltende Abwanderung und Überalterung schwächen die regionale Entwicklung und das Ehrenamt (Freiwilligenarbeit stößt an Grenzen); ökonomische Unsicherheiten (Betriebsschließungen, unsichere Finanzierung von Projekten und Förderungen) können Maßnahmen erschweren; mögliche Zielkonflikte zwischen Schutz und Nutzung der Natur (z.B. hoher Besucherandrang in sensiblen Gebieten, Extremsport) erfordern ein

sorgfältiges Balance-Management; Verlust der biologischen Vielfalt durch invasive Neophyten oder Schädlinge (z.B. Borkenkäfer) sowie Zersiedelung durch unkontrollierte Bautätigkeit könnten Naturräume beeinträchtigen.

Fazit der SWOT-Analyse: Der Naturpark verfügt über ein solides Fundament aus engagierten Menschen und wertvollen Naturschätzen, sieht sich jedoch Herausforderungen in der demografischen Entwicklung und Infrastruktur gegenüber. Durch vorausschauendes Handeln – insbesondere Nutzung der identifizierten Chancen – kann er Risiken abmildern und seine Stärken weiter ausbauen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurden vier strategische Handlungsfelder definiert.

3 Prioritäre Handlungsfelder

Aus der SWOT-Analyse und den partizipativ erarbeiteten Erkenntnissen leiten sich **vier zentrale Handlungsfelder** für die Weiterentwicklung des Naturparks ab. Diese bündeln Aktivitäten in den Bereichen Schutz, Bildung, Erholung und Regionalentwicklung und bilden die strategische Klammer für die folgenden Ziele und Maßnahmen:

- **Handlungsfeld 1: Natur schützen & Lebensräume bewahren** – Im Mittelpunkt steht der Erhalt ökologisch wertvoller Flächen und der Artenvielfalt. Naturnahe Landschaften sollen bewahrt und bedrohte Lebensräume sowie Arten aktiv geschützt werden. Dabei setzt der Naturpark auf kooperative Maßnahmen mit Land- und Forstwirtschaft und auf die Sensibilisierung der Bevölkerung für einen respektvollen Umgang mit der Natur.
- **Handlungsfeld 2: Bewusstsein schaffen & Kommunikation stärken** – Durch Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit soll ein tieferes Verständnis für Naturzusammenhänge gefördert werden. Ziel ist es, Bewusstsein und Wissen in der Bevölkerung und bei Besucher:innen zu erhöhen. Gleichzeitig werden zielgerichtete Kommunikationsmaßnahmen entwickelt, um den Naturpark-Gedanken breiter zu verankern und verschiedene Zielgruppen effektiv anzusprechen. (Querschnittsthema Jugend ist hier integriert.)
- **Handlungsfeld 3: Regionale Entwicklung & Identität stärken** – Der Naturpark will als *Motor* für eine nachhaltige Regionalentwicklung fungieren. Lokale Initiativen, Kooperationen und innovative Projekte werden unterstützt, um Wertschöpfung in der Region zu halten und die regionale Identität zu schärfen. Kultur und Natur sollen dabei Hand in Hand gehen, um die Besonderheiten des Mürzer Oberlands hervorzuheben und den Gemeinschaftssinn zu stärken.
- **Handlungsfeld 4: Naturerlebnis & nachhaltige Erholung fördern** – Der Naturpark soll ein *offener Lern- und Erlebnisraum* für alle Generationen sein. Dieses Handlungsfeld zielt darauf ab, naturverträgliche Erholungsangebote bereitzustellen und gleichzeitig die Naturwerte zu bewahren. Niederschwellige Möglichkeiten, die Natur zu erleben, werden geschaffen (z.B. Themenwege, Erlebnisangebote), begleitet von Besuchermanagement und Informationskonzepten, um die Besucherströme zu lenken und die Umwelt zu schützen.

4 Ziele und Maßnahmen

Die folgenden Kapitel ordnen die **Ziele und Maßnahmen** des Managementplans den vier Säulen bzw. Handlungsfeldern sowie dem Querschnittsbereich **Kommunikation** zu. Dabei werden pro

Säule die Hauptziele beschrieben und wichtige geplante Maßnahmen stichpunktartig aufgeführt.

4.1 Schutz (Naturschutz)

Ziele: Der Naturpark Mürzer Oberland soll seine Funktion als Refugium für **artenreiche Flora und Fauna** weiter ausbauen. Zentrale Ziele sind der **Schutz bedrohter Arten und Lebensräume**, die **Pflege und Vernetzung ökologisch wertvoller Flächen** sowie die Bewahrung der **naturnahen Kulturlandschaft**. Gleichzeitig soll die lokale Bevölkerung für Naturschutzanliegen sensibilisiert und in Schutzprojekte eingebunden werden (Stichwort „*Schützen durch Nützen*“). Eine faktenbasierte Planung – etwa durch Kartierungen und Monitoring – bildet die Grundlage für effiziente Schutzmaßnahmen.

Maßnahmen (Auswahl):

- **Biotopverbund umsetzen:** Planung und Realisierung eines Biotopverbund-Systems im Naturpark. Wertvolle Lebensräume und Vorkommen charakteristischer Arten werden erhoben und kartiert, um darauf aufbauend **Vernetzungsstrukturen** zu schaffen (Kernlebensräume, Trittsteinbiotope). Dies ermöglicht gezielte Lebensraumverbesserungen wie das Anlegen von Blühwiesen, Hecken oder Feuchtbiotopen auf geeigneten Flächen, in Kooperation mit Grundbesitzer:innen.
- **Amphibienschutz fortführen und optimieren:** Bestehende Maßnahmen zum Schutz wandernder Amphibien (z.B. Krötenzaunaktionen an Straßen) werden **konsequent weitergeführt** und ausgebaut. Jährlich sollen an den bekannten Amphibien-Wanderstrecken temporäre Schutzzäune errichtet und die Übergabe der Tiere durch Helfer sichergestellt werden. Ergänzend finden Monitoring und Schulungen für freiwillige Helfer statt, begleitet von einer Öffentlichkeitskampagne (Motto etwa „Kröte statt tote“), um Bewusstsein für Amphibienschutz zu schaffen.
- **Neophyten bekämpfen:** Invasive **gebietsfremde Pflanzenarten** (Neophyten) werden kontinuierlich zurückgedrängt. Geplant ist ein jährlicher öffentlicher „Neophytentag“ mit Freiwilligen, um an Brennpunkten gebietsfremde Pflanzen zu entfernen. Flankiert wird dies durch Aufklärung (z.B. Vorher-Nachher-Dokumentation), um die Bevölkerung für die Problematik invasiver Arten zu sensibilisieren. Ziel ist es, bis 2028 die Bestände invasiver Neophyten an kritischen Standorten deutlich zu reduzieren.
- **Schutz von Rückzugsräumen:** Im Naturpark sollen **ungestörte Rückzugsgebiete** für die Natur erhalten bleiben oder neu ausgewiesen werden. Dazu zählen z.B. „Urwaldzonen“ – Waldareale, die keiner forstlichen Nutzung unterliegen – oder Zonen ohne Mobilfunk/Internet, in denen Natur ungestört erlebt werden kann. Solche Bereiche dienen als Refugien für störungsempfindliche Arten und als Orte, an denen Besucher die Wildnisqualität erfahren können (bei gleichzeitigem Lenkungsmanagement, um Störungen zu minimieren).
- **Biodiversität im Wald fördern:** Der Wald wird als zentrales Naturpark-Thema gepflegt und ökologisch aufgewertet. Maßnahmen umfassen die **Förderung von Biotopbäumen** (alten, habitatreichen Baumriesen) und die **Vermehrung heimischer Gehölze**, um die genetische Vielfalt lokaler Baumbestände zu sichern. Das bereits laufende Bergwaldprojekt zur naturnahen Waldflege wird langfristig abgesichert (finanzielle und personelle Kontinuität) und um neue Aktivitäten erweitert. Bis 2028 soll der Wald jährlich in mindestens fünf Veranstaltungen (Exkursionen, Workshops, Ausstellungen) als Schwerpunkt-Thema präsent sein, um Wissen über Waldökologie zu vermitteln und die Bedeutung des Bergwaldes hervorzuheben.
- **Naturnahe Begrünung in Siedlungsbereichen:** Der Naturpark unterstützt die Gemeinden dabei, öffentliche Flächen ökologisch wertvoll zu gestalten. So werden *Samenpakete mit gebietsheimischen Wildblumen* bereitgestellt, begleitet von Gestaltungsvorlagen und Beratung. Gemeinde-Mitarbeiter (z.B. Bauhof) und Bürgermeister erhalten Schulungen zur Anlage naturnaher Wiesen und Beete. Ein

Wettbewerb „**Blühender Ortsteil**“ motiviert die Ortsteile, ihre Begrünung biodiversitätsfreundlich umzusetzen. Bis 2028 sollen alle Ortsteile auf heimisches Saatgut setzen und so zusätzliche Blühflächen für Insekten schaffen.

- **Kooperation mit Land- und Forstwirtschaft:** Um den Schutz der Natur mit der Nutzung der Kulturlandschaft in Einklang zu bringen, wird verstärkt mit Landwirten und Förstern zusammengearbeitet. Es gilt, **nachhaltige Bewirtschaftungsmethoden** zu fördern (etwa extensive Wiesennutzung, Waldpflege im Einklang mit Naturschutzz Zielen). Durch regelmäßige Kommunikation – z.B. Runde Tische mit Land- und Forstwirten – werden Verständnis und Kooperation vertieft, sodass Naturschutzmaßnahmen (wie das Stehenlassen von Totholz, Anlegen von Pufferstreifen an Gewässern etc.) auf freiwilliger Basis unterstützt werden.

(Weitere geplante Schutz-Maßnahmen betreffen u.a. Monitoring von Schlüsselarten, den Erhalt traditioneller Kulturlandschaftselemente wie Streuobstwiesen und Trockensteinmauern, sowie Informationsarbeit zu aktuellen Naturschutzhemen.)

4.2 Regionale Entwicklung

Ziele: Der Naturpark soll Impulse für eine **nachhaltige Regionalentwicklung** geben und die Wertschöpfung in der Region erhöhen. Wichtige Ziele sind die **Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe** (Landwirtschaft, Handwerk, Tourismus) und die Förderung regionaler Produkte, um Arbeitsplätze und Einkommen vor Ort zu sichern. Gleichzeitig soll die **regionale Identität** und das Image der Naturpark-Gemeinde Neuberg gestärkt werden, etwa durch kulturelle Initiativen und gemeinsame Vermarktung. Der Naturpark fungiert hierbei als **Plattform und Netzwerker**, der Akteure zusammenbringt, Synergien schafft und Innovationen anstößt. Zentral ist auch die Einbindung der **Jugend** in regionale Projekte, um Nachwuchs und Zukunftsperspektiven in der Gemeinde zu fördern.

Maßnahmen (Auswahl):

- **Naturmuseum & Kulturbahnhof sichern:** Der Betrieb des NaturMuseums Neuberg und des Kulturzentrums *Bahnhof* Neuberg wird langfristig abgesichert und besser verknüpft. Bis 2026 soll eine Finanzierung und personelle Betreuung für mindestens 150 Öffnungstage pro Jahr gewährleistet sein. Zudem wird die **Kooperation zwischen Naturpark-Verein und Bahnhof-Initiative ausgebaut** – ab sofort finden mindestens zwei gemeinsame Veranstaltungen pro Jahr statt, die Natur und Kultur verbinden. Dieses Projekt („*Bahnhof lebt!*“) belebt den historischen Bahnhof als Treffpunkt und Lernort und sorgt dafür, dass Museum und Kulturangebote sich gegenseitig stärken.
- **Naturpark-Taler und regionale Produkte fördern:** Der **Naturpark-Taler** – eine lokale Komplementär-Währung – wird intensiver beworben, um seine Nutzung als Zahlungsmittel in der Region zu erhöhen. Gleichzeitig soll der Verkauf **regionaler Produkte** gesteigert werden. Geplant sind verstärkte Vermarktungsaktionen im Naturpark-Shop (z.B. Präsentation lokaler Erzeugnisse, Verkostungen) sowie die Einrichtung eines „*Naturpark-Ecks*“ bei regionalen Nahversorgern, wo Produkte aus dem Naturpark deutlich sichtbar angeboten werden. Dadurch bleiben Wertschöpfung und Kaufkraft in der Region. (Hinweis: Die Zukunft der lokalen Nahversorger wird dabei berücksichtigt, da diese teils unsicher ist.)
- **Neue Themen-Wanderwege umsetzen:** Zur Verbindung von Natur- und Kulturerlebnis werden **neue Wanderwege** mit thematischem Schwerpunkt entwickelt. Konkret ist bis 2028 die Umsetzung eines Kultur- und Naturwanderwegs durch die Roßlochklamm geplant, der Naturphänomene und historische Aspekte der Klamm erlebbar macht. Weitere Themenwege (mindestens zwei) werden konzipiert – etwa Lehrpfade oder Rundwege, die kulturelles Erbe und Naturwissen vermitteln. Diese Maßnahme (*Projektidee „Wandern mit Wissen“*) zielt darauf ab, Besuchern attraktive Routen zu bieten und gleichzeitig Bildung zu integrieren (z.B. durch interaktive Stationen mit QR-Codes oder Augmented Reality entlang der Wege).

- **Jugendprojekte und Landjugend einbinden:** Um junge Menschen stärker an die Region zu binden, werden **gemeinsame Projekte mit der Landjugend** gefördert. Geplant ist, pro Jahr mindestens ein Jugend-Projekt umzusetzen (z.B. Naturschutzaktion, Brauchtumsveranstaltung oder kreative Ortsverschönerung). Bis 2028 sollen so mindestens drei Projekte realisiert werden, bei denen Jugendliche Verantwortung übernehmen und Gestaltungsspielraum erhalten. Das Projekt „*Landjugend wirkt*“ sieht zudem **Projektmarathons** vor, bei denen innerhalb kurzer Zeit konkrete Ergebnisse entstehen (z.B. Aufstellen von Infotafeln, Anlegen von Blühflächen, Organisation von Events), begleitet durch Social-Media-Arbeit der Jugendlichen selbst. Durch diese Aktivitäten wird die junge Generation als wichtiger Teil der Naturpark-Community etabliert.
- **Regionale Identität stärken:** Die Besonderheiten der Gemeinde Neuberg und des Naturparks sollen bewusster wahrgenommen werden – nach innen und außen. Pro Jahr werden mindestens zwei öffentlichkeitswirksame **Aktionen oder Veranstaltungen** durchgeführt, die das lokale *Natur- und Kulturerbe* hervorheben (z.B. Ortsbildverschönerungs-Aktionen, traditionelle Feste, Imagekampagnen). Gleichzeitig wird durch verstärkte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Presseberichte, Social Media, Naturpark-Newsletter) die **überregionale Bekanntheit** Neubergs als Naturpark-Gemeinde erhöht. Bis 2026 soll sich die Wahrnehmung nachweislich steigern. Ein spezielles Projekt „*Neuberg erzählt*“ dient der Identitätsstiftung durch Storytelling: Hier werden Geschichten von Menschen, Natur und Kultur der Region gesammelt und z.B. auf der Website, in Ausstellungen oder als Podcast veröffentlicht, um Geschichte und Gemeindeleben lebendig zu präsentieren.
- **Netzwerke und Kooperationen ausbauen:** Der Naturpark intensiviert seine Rolle als Netzwerk-Drehscheibe. Kooperationen mit benachbarten LEADER-Regionen, dem Regionalmanagement und Tourismusorganisationen werden gepflegt, um gemeinsame Anliegen (Infrastruktur, Tourismus, Naturschutz) besser abzustimmen. Zudem wird ein **Naturpark-Forum** (siehe Kommunikation) etabliert, in dem Vertreter verschiedener Sektoren regelmäßig zusammenkommen. Auch branchenübergreifende Stammtische („*Grüner Tisch*“ für Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe) sind angedacht, um den Austausch zu fördern. Ziel ist eine **bündelnde Dachorganisation** Naturpark, die Initiativen koordiniert und Synergien nutzt – etwa bei der Entwicklung und Vermarktung neuer Angebote (Handwerk-Workshops, regionale Märkte, Fachtagungen im Naturpark etc.).

(Weitere regionale Maßnahmen betreffen die Aktivierung von Leerständen für neue Nutzungen, die Unterstützung lokaler Betriebe bei Nachhaltigkeitsinitiativen, sowie die Mitarbeit an regionalen Entwicklungsstrategien und Förderprojekten.)

4.3 Erholung (Natur erleben)

Ziele: In der Säule Erholung geht es darum, **Naturerlebnisse und Freizeitangebote** im Mürzer Oberland zu ermöglichen, die sowohl den Bedürfnissen der Besucher:innen als auch dem **Schutz der Natur** gerecht werden. Der Naturpark möchte Einheimischen wie Gästen einen **hochwertigen Erholungsraum** bieten – von Wanderungen und Bildungsangeboten bis zu Erlebnissen, die Kultur und Natur verbinden. Wichtig dabei ist die **Lenkung der Besucherströme**: Die Erholung soll naturverträglich gestaltet sein, Konflikte zwischen Freizeitnutzung und Naturschutz werden vermieden. Zudem sollen durch Erholungsangebote auch Werte vermittelt werden (Stichwort *sanfter Tourismus* und *Bildung durch Erlebnis*). Ein weiteres Ziel ist die **Barrierefreiheit** und Attraktivität der Angebote für alle Altersgruppen, um den Naturpark als Erholungs- und Lernort für Jung und Alt zugänglich zu machen.

Maßnahmen (Auswahl):

- **Bildungs- & Naturtourismus stärken:** Das Angebot an **gefährten Naturerlebnissen, Workshops und Exkursionen** wird ausgebaut und besser vermarktet. Es werden

regelmäßig Programme im Natur- und Kulturbereich angeboten (Themenwanderungen, Workshops zu Flora & Fauna, Kulturhistorische Führungen), die aktiv beworben werden – etwa durch jährliche Programmhefte, Einträge in Veranstaltungskalendern und lokale Presse. Ziel ist es, die Teilnehmerzahlen an Naturpark-Führungen und Workshops bis 2028 um ca. 10% zu steigern. Die Kombination von *Erholung und Bildung* (→ **Bildungstourismus**) soll den Besuchern einen Mehrwert bieten und zugleich Einnahmen für die Region generieren.

- **Erholungsinfrastruktur ausbauen:** Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität werden gezielt **Infrastrukturmaßnahmen** umgesetzt. Entlang stark frequentierter Wanderwege und Aussichtspunkte werden bis 2028 mindestens fünf neue **Ruhebänke** aufgestellt. Diese kommen besonders älteren oder in der Mobilität eingeschränkten Gästen zugute. Zudem ist ein **barrierefreier Spazierweg** in Ortsnähe geplant, der auch von Rollstuhlfahrer:innen und Familien mit Kinderwagen genutzt werden kann. Durch solche Einrichtungen wird der Naturpark für eine breitere Bevölkerungsgruppe erlebbar, ohne große Eingriffe in die Landschaft vorzunehmen.
- **Natur und Kultur verbinden:** Jährlich sollen mindestens zwei **Kulturveranstaltungen in der Natur** stattfinden, um ein neuartiges Erlebnisangebot zu schaffen. Denkbar sind z.B. Lesungen im Wald, Konzerte auf Almen oder Kunstausstellungen im Freien. Solche Formate (*Projektidee „Kulturformate im Naturraum“*) verbinden Landschaftserlebnis mit kultureller Bereicherung und sprechen neue Zielgruppen an. Sie heben zugleich die Besonderheiten des Naturparks hervor (etwa literarische Spaziergänge mit regionalen Sagen, Musikveranstaltungen mit Naturbezug). Durch Kooperation mit örtlichen Kulturschaffenden wird die Umsetzung unterstützt.
- **Besucherinformation verbessern (Besucherkonzept):** Ein einheitliches **Besucher-Informationskonzept** wird bis 2026 erarbeitet und umgesetzt. Alle Kommunikationskanäle des Naturparks – Beschilderungen vor Ort, Infotafeln, Flyer, Website, Social Media – werden darin aufeinander abgestimmt. Ziel ist eine **klar verständliche und ansprechende Informationslinie**, die Besucher über Angebote, Verhaltensregeln und Naturbesonderheiten informiert. So werden z.B. an zentralen Einstiegsstellen neue Infotafeln mit Naturpark-Karten und Verhaltenshinweisen installiert, Flyer in Unterkünften verteilt und online ein einheitliches Erscheinungsbild geschaffen. Dadurch wissen Gäste besser, was erlaubt ist, wohin Lenkungen führen und was es zu entdecken gibt.
- **Besuchererlebnis und Feedback:** Zur Erfolgskontrolle im Bereich Erholung wird bis 2028 eine **Besucherbefragung** durchgeführt. Damit soll erhoben werden, wie zufrieden die Besucher mit den Angeboten sind und inwieweit die Naturpark-Botschaften ankommen. Angestrebt wird, dass mindestens 80% der Befragten die wichtigsten Naturpark-Regeln und Schutzzanliegen kennen – ein Indikator dafür, dass Information und Lenkung greifen. Die Ergebnisse der Umfrage fließen in eine laufende Optimierung der Erholungs- und Informationsmaßnahmen ein. So kann der Naturpark flexibel auf Besucherbedürfnisse reagieren und zugleich den Naturschutz im Auge behalten.
- **Interaktive Erlebnisangebote:** Moderne Technologien werden eingesetzt, um die Naturerfahrung zu bereichern, ohne die Natur zu beeinträchtigen. Geplant ist die Entwicklung **interaktiver Themenwege** (*Projekt „Wandern mit Wissen“*): Entlang neuer Routen werden digitale Stationen eingerichtet – beispielsweise QR-Codes, die zu kurzen Infos oder Quizfragen (etwa via Kahoot-App) führen, Augmented-Reality-Elemente, die frühere Landschaftsbilder einblenden, oder Audioguides mit Geschichten. In Zusammenarbeit mit Schulen und Hochschulen werden die Inhalte für solche Wege erarbeitet. Diese Maßnahmen verbinden Besucherlenkung mit Wissensvermittlung und machen Wanderungen auch für die junge Generation spannend.

(Weitere Erholungs-Maßnahmen umfassen die Verbesserung der Wegemarkierung, die Entwicklung eines Wanderbus-Konzepts für autofreie Ausflüge sowie die Zusammenarbeit mit Tourismusbetrieben, um naturverträgliche Freizeitpakete zu schnüren.)

4.4 Bildung

Ziele: Die Bildungs-Säule zielt darauf ab, **Wissen über Natur und Umwelt** an verschiedenen Zielgruppen zu vermitteln und so das Verständnis und die Wertschätzung für die regionale Natur- und Kulturlandschaft zu erhöhen. Der Naturpark soll als **Lernort** etabliert werden – für Kinder in Schulen und Kindergärten, für Jugendliche in außerschulischen Projekten, aber auch für Erwachsene und Gäste der Region. Wichtige Ziele sind die **Stärkung der Naturpark-Schulen und -Kindergärten**, die Weiterbildung der Naturvermittler:innen, eine bessere Sichtbarkeit bestehender Bildungsangebote und die Entwicklung **neuer Formate** (z.B. digitale Bildungsangebote, Citizen Science). Außerdem soll der **Wissenstransfer** zwischen Generationen gefördert werden (Stichwort Oral History, traditionelles Wissen) und der Naturpark als **Forschungsstandort** attraktiv sein für wissenschaftliche Projekte.

Maßnahmen (Auswahl):

- **Bildungsangebote zugänglicher machen:** Die vorhandenen Bildungsangebote im Naturpark (Workshops, Führungen, Schulprogramme etc.) werden **besser gebündelt und beworben**. Geplant ist die Erstellung eines jährlichen **Bildungsprogramms** oder einer Infobroschüre, die alle Angebote übersichtlich darstellt. Dieses Programm wird an mindestens 10 Verteilstellen (Schulen, Gemeindeämter, Tourismusbüro, Bibliotheken) aufgelegt und über Website sowie Social Media verbreitet. So erfahren Lehrkräfte, Eltern und Interessierte leichter, welche Lernmöglichkeiten der Naturpark bietet. Ziel ist es, die Teilhabe an Bildungsaktivitäten zu erhöhen und den Naturpark als Bildungsregion bekannt zu machen.
- **Weiterbildung von Naturvermittler:innen:** Die Qualität der Umweltbildung steht und fällt mit gut ausgebildeten Vermittler:innen (Natur- und Landschaftsführer, Ranger, Museumsguides). Ab 2025 wird daher **jährlich mindestens eine Fortbildung** für diese Multiplikatoren angeboten. In Workshops oder Exkursionen werden z.B. neue pädagogische Methoden, fachliches Naturwissen oder Sicherheitsaspekte vermittelt. Pro Schulung nehmen etwa 5–10 Personen teil; bis 2028 sollen so rund 30 Teilnahmen erreicht werden. Durch diese kontinuierliche Weiterbildung steigt die Qualität der Führungen und Programme, was zu einem nachhaltig positiven Bildungserlebnis für Teilnehmer führt.
- **Schulen ins Boot holen (Naturmuseum & Co.):** Die Zusammenarbeit mit Schulen wird intensiviert, um mehr Kinder und Jugendliche für die Natur vor der Haustür zu begeistern. Geplant ist, **Schulklassen regelmäßig ins Naturmuseum Neuberg einzuladen**. Jedes Jahr sollen mindestens fünf Klassen das Museum im Rahmen spezieller Lernprogramme besuchen (z.B. Workshops zu Geo-Themen, geführte Ausstellungsgespräche). Bis 2028 soll jede Schule der Region mindestens einmal pro Jahr mit einer Klasse im Museum gewesen sein – das wären etwa 150 Schüler:innen jährlich, die vor Ort naturkundliches Lernen erfahren. Außerdem werden Schulprojektstage im Gelände (Waltdage, Gewässeruntersuchungen) angeboten. Durch solche Erlebnisse außerhalb des Klassenzimmers (*Draußen-Unterricht*) wird Umweltbildung praxisnah und spannend vermittelt.
- **Digitale Lernangebote entwickeln:** Neben traditionellen Methoden setzt der Naturpark auch auf **digitale Bildungstools**, um neue Zielgruppen zu erreichen. Bis 2028 sollen mindestens drei **digitale Lernangebote** konzipiert und umgesetzt werden. Beispiele sind Online-Quiz (etwa via Kahoot) zu Naturpark-Themen, virtuelle Führungen durch Landschaft oder Museum, oder Smartphone-Apps für interaktive Naturerkundungen. Diese Formate ermöglichen es, Menschen orts- und zeitunabhängig Wissen über den Naturpark zu vermitteln – etwa auch Zweitwohnsitz-Besitzern oder Interessierten von außerhalb. Angestrebt wird, dass pro Jahr mindestens 200 Nutzer:innen solche Angebote wahrnehmen. Durch Digitalisierung kann die Reichweite der Naturpark-Bildungsarbeit deutlich erhöht werden.

- **Hochschul- und Jugendprojekte fördern:** Der Naturpark wird aktiv als **Forschungs- und Projektstandort** angeboten. In Kooperation mit Hochschulen sollen bis 2028 mindestens drei Projekte wie studentische Exkursionen, Bachelor-/Masterarbeiten oder Forschungspraktika im Naturpark stattfinden. Denkbare Themen sind Biodiversitätserhebungen, nachhaltiger Tourismus oder historische Landnutzungsstudien – diese bringen neues Wissen und oft auch praktische Empfehlungen für den Naturpark. Parallel werden **Schulkooperationen** ausgebaut: Mindestens drei Schulen der Region werden als Partnerschulen gewonnen, die regelmäßig Naturpark-Projekte in den Unterricht integrieren (z.B. Anlage eines Schulgartens mit Naturpark-Pflanzen, Teilnahme an Citizen-Science-Aktionen, Workshops mit Naturpark-Expert:innen). Solche Kooperationen stärken die Verankerung des Naturparks im Bildungswesen und sorgen für eine junge Generation, die ihre Heimat bewusster kennenlernt.
- **Interaktive Museumserlebnisse schaffen:** Um mehr junge Menschen ins Naturmuseum und generell zur Auseinandersetzung mit Naturthemen zu bringen, wird das Konzept des Museums erweitert (*Projekt „Mitmachmuseum“*). Es soll **interaktive Stationen** geben, an denen Kinder und Jugendliche selbst forschend tätig werden können (z.B. Mikroskopierstation, Rätselrallye durch die Ausstellung). Zudem sind Ferienworkshops und museumspädagogische Programme für Schulklassen geplant, die spielerisch Wissen vermitteln. Digitale Elemente (Tablet-Stationen, Museums-App mit Quiz oder AR-Elementen) ergänzen die klassische Ausstellung. Durch diese Maßnahmen wird das Museum vom passiven Schau-Ort zum aktiven Lern- und Erlebnisort, was die Besucherzahlen insbesondere im Familien- und Schulsegment erhöhen soll.

(Weitere Bildungs-Maßnahmen betreffen die stärkere Vermittlung traditioneller Kenntnisse durch Zeitzeugenprojekte, den Ausbau von Info-Materialien (Themen-Faltblätter, Naturpark-Bücher) sowie die Beteiligung an landesweiten Bildungsinitiativen der Naturparke.)

4.5 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Ziele: Im Querschnittsbereich Kommunikation verfolgt der Naturpark das Ziel, ein **einheitliches Auftreten** und eine klare Botschaft zu etablieren, um seine Bekanntheit und Wirksamkeit zu steigern. Die interne und externe Kommunikation soll professionalisiert und strategisch ausgerichtet werden. Wichtige Ziele sind die **Entwicklung einer Kommunikationsstrategie** (Corporate Identity, Design, Kernbotschaften), die **regelmäßige Information der Öffentlichkeit** über Naturpark-Themen (durch Presse, Social Media, Newsletter etc.) und die **zielgruppengerechte Ansprache** verschiedener Gruppen – von Kindern über Touristen bis zu Entscheidungsträgern. Zudem soll die **regionale Vernetzung** verbessert werden: Der Naturpark will als Marke mit *Charakter* wahrgenommen werden und als **Kommunikationsplattform** dienen, die Akteure zusammenbringt. Letztlich ist Kommunikation der Schlüssel, um ein starkes Naturpark-Bewusstsein in der Region zu verankern und Unterstützung für Naturpark-Projekte zu mobilisieren.

Maßnahmen (Auswahl):

- **Kommunikationsstrategie entwickeln:** Bis Mitte 2026 wird ein schriftliches **Kommunikationskonzept** erarbeitet und vom Naturpark-Vorstand beschlossen. Darin werden Leitlinien für die Öffentlichkeitsarbeit festgelegt – inklusive eines einheitlichen **Corporate Designs** (*Projekt „Kommunikation mit Charakter“*), definierter Botschaften und geeigneter Kanäle. Anschließend beginnt die Umsetzung: Alle Kommunikationsmittel (vom Flyer bis zur Website) erhalten ein einheitliches Erscheinungsbild. Monatlich sollen mindestens zwei Social-Media-Beiträge (Facebook, Instagram etc.) veröffentlicht werden, und **zweimal jährlich** erscheint der bereits bestehende Naturpark-Newsletter „*Naturkurier*“ in neuem Design. Durch diese Maßnahmen tritt der Naturpark nach außen hin erkennbar und professionell auf, was die Wiedererkennbarkeit erhöht.

- **Zielgruppenspezifische Informationskampagnen:** Unterschiedliche Zielgruppen werden mit maßgeschneiderten Aktionen angesprochen, um Wissen zu vermitteln und Verhalten positiv zu beeinflussen. Geplant ist, **jährlich mindestens zwei Info-Aktionen** für bestimmte Zielgruppen durchzuführen. Beispiele: Ein kindgerechter Workshop oder Schultag zur heimischen Artenvielfalt; ein Info-Flyer und geführter Spaziergang für Wanderer zum richtigen Verhalten im Naturpark; ein Runder Tisch mit Landwirten zu naturverträglicher Bewirtschaftung und Fördermöglichkeiten. Ergänzend werden **Themenkampagnen in sozialen Medien** umgesetzt – etwa zu Artenschutz, zur Sensibilisierung von Hundebesitzer:innen (Leinenpflicht und Wildtierschutz) oder zur Bewerbung von Förderprogrammen für Naturschutz. Vor Ort im Naturpark wird die Informationsarbeit durch **ansprechende Beschilderung** unterstützt: Positive, kurze Botschaften an Wanderwegen (z.B. Hinweis auf Besonderheiten und gewünschtes Verhalten) lenken die Besucher und vermitteln gleichzeitig Wissen über Schutzmaßnahmen und regionale Eigenheiten. Jede dieser Maßnahmen soll eine breite Wirkung erzielen (Ziel: mindestens 100 Personen pro Aktion erreicht) und so das Naturpark-Bewusstsein in verschiedenen Bevölkerungsgruppen stärken.
- **Naturpark-Forum einrichten (Netzwerkkommunikation):** Um die *interne* Kommunikation und Abstimmung aller Akteure zu verbessern, wird ein **Naturpark-Forum** als regelmäßiges Treffen etabliert (*Projekt „Naturparkforum – Naturpark vernetzt“*). Bis 2026 soll dieser „*Grüne Tisch*“ als Koordinationsgremium mindestens einmal jährlich tagen. Teilnehmen werden Vertreter:innen aller relevanten Bereiche: Gemeinde, Naturschutz, Land- und Forstwirtschaft, Tourismus, Bildung, Kultur, Jugend, Vereine. In diesen Treffen werden neue Projektideen gemeinsam entwickelt, laufende Aktivitäten abgestimmt und Prioritäten für die Naturpark-Entwicklung gesetzt. Das Forum kann bei Bedarf themenspezifische Arbeitsgruppen bilden (z.B. „*Grüner Tisch Bildung*“ für schulische Belange). Alle Ergebnisse und Beschlüsse werden dokumentiert und fließen in die Naturparkarbeit ein. Durch dieses Gremium wird die bereichsübergreifende Kommunikation **verbindlich und transparent**, Konflikte können frühzeitig erkannt und Kooperationen erleichtert werden.
- **Multiplikatoren-Schulungen:** Als Teil der Kommunikationsstrategie wird darauf gesetzt, **wichtige Partner und Botschafter** für den Naturpark zu gewinnen. Es sind Schulungen für Multiplikator:innen (Tourismuspersonal, Lehrer:innen, Vereinsoblate, Gastronomiebetriebe) geplant, um ihnen die Naturpark-Philosophie und aktuelle Projekte näherzubringen. Dadurch können diese Personen in ihrem Umfeld als verlängerte Sprachrohre fungieren und die Naturpark-Idee weitertragen – sei es durch Beratung von Gästen, durch Berichterstattung in Vereinsmedien oder durch eigene kleinen Initiativen.
- **Interne Kommunikation und Team:** Um die Schlagkraft der Naturpark-Arbeit aufrechtzuerhalten, wird auch **intern** optimiert. Bis 2026 soll ein Personalentwicklungs- und Nachfolgekonzept vorliegen, um personelle Kontinuität im Naturpark-Team zu sichern (Wissenstransfer bei Wechsel, schrittweise Einarbeitung neuer Mitarbeiter:innen, transparente Aufgabenverteilung). Dabei bleibt die wertschätzende und offene Kommunikationskultur im Team, die den Naturpark aktuell auszeichnet, erhalten und wird gefördert. Ein gut eingespieltes Team mit klarer Kommunikation ist Grundvoraussetzung, um die ambitionierten Naturpark-Ziele in die Tat umzusetzen.
(Weitere Kommunikations-Maßnahmen umfassen die engere Vernetzung mit den steirischen Naturparken zum Erfahrungsaustausch, die Teilnahme an regionalen Messen und Veranstaltungen zur Naturpark-Präsentation sowie die Entwicklung von zweisprachigen Informationsmaterialien für internationale Gäste.)

5 Projektideen

Zur Veranschaulichung, wie die genannten Maßnahmen konkret umgesetzt werden können, wurden **zwölf Projektideen** formuliert. Diese Projekte decken alle fünf Kernbereiche – Naturschutz, Bildung, Erholung, Regionalentwicklung und Kommunikation – ab und sollen in den nächsten Jahren schrittweise verwirklicht werden. Jede Projektidee wird nachfolgend mit einem prägnanten Titel und einer Kurzbeschreibung dargestellt:

- „**Biotoptverbund Mürzer Oberland – gemeinsam planen & umsetzen**“: In einem Citizen-Science-Projekt erheben naturinteressierte Bürger:innen wertvolle Tier- und Pflanzenarten und kartieren deren Lebensräume. Aufbauend auf diesen Daten setzen engagierte Grundbesitzer:innen und Landnutzer anschließend **biodiversitätsfördernde Maßnahmen** um – etwa das Anlegen von Blühflächen, Hecken oder Streuobstwiesen, um Trittsteine zu schaffen. Ziel des Projekts ist ein funktionierender Biotoptverbund im Naturpark, der die biologische Vielfalt langfristig sichert.
- „**Amphibien-Retter**“: Dieses Projekt dient dem Schutz wandernder Amphibien (v.a. Kröten, Frösche) vor dem Straßentod. Jährlich werden an bekannten Wanderstrecken **temporäre Amphibienzäune** aufgebaut und die Tiere nachts von Helfer:innen über die Straße getragen. Ein begleitendes Monitoring erfasst die Zahlen, und interessierte Freiwillige – darunter Schulklassen und Vereine – werden in Workshops geschult. Öffentlichkeitswirksam wird die Aktion mit dem Motto „Kröte statt tote“ kommuniziert, um breite Aufmerksamkeit und Unterstützung zu erhalten.
- „**Neophyten raus!**“: Ziel ist die Eindämmung invasiver **Neophyten** (gebietsfremde Pflanzen wie Riesen-Bärenklau oder Drüsiges Springkraut) durch gemeinschaftliche Aktionstage und kontinuierliche Pflege. Jährlich findet ein **Neophyten-Aktionstag** statt, an dem Freiwillige in Befallsgebieten die invasiven Pflanzen entfernen. Die Aktion wird medial begleitet – etwa durch Vorher-Nachher-Fotos und Berichte – um das Problembewusstsein zu schärfen. Zusätzlich kümmern sich das Naturpark-Team und Landnutzer das ganze Jahr über um die Entfernung neu aufkommender Neophyten an sensiblen Stellen.
- „**Natur im Ort**“: Dieses Projekt fördert **naturahe Begrünung** in den Ortschaften der Naturpark-Gemeinde. Den Gemeinden werden Pakete mit **heimischem Saatgut** für Blumenwiesen zur Verfügung gestellt, dazu Gestaltungsvorlagen für Blühstreifen, Kreisverkehre oder Parkanlagen. Mitarbeiter der Bauhöfe und interessierte Bürgermeister:innen erhalten Schulungen, wie öffentliche Flächen ökologisch aufgewertet werden können. Ein Wettbewerb „*Blühender Ortsteil*“ prämiert jährlich besonders gelungene Beispiele. Außerdem wird die **regionale Gehölzvermehrung** unterstützt: Lokale Baumschulen ziehen Sträucher und Bäume aus regionalem Saatgut, die dann im Gemeindegebiet gepflanzt werden.
- „**Waldwissen erleben**“: Der Wald als Herzstück des Naturparks wird mit diesem Projekt ins Rampenlicht gerückt. Geplant sind vielfältige **Bildungs- und Erlebnisformate rund um den Wald**: z.B. *Baumbasare*, bei denen seltene heimische Baumarten präsentiert und Jungbäume getauscht/gepflanzt werden; **Waldführungen** mit Förster:innen, um die Waldökologie zu erklären; ein *Wald-Theater* für Schulklassen, das spielerisch die Bedeutung des Waldes vermittelt; gemeinsame **Pflanzaktionen** von Jungbäumen mit Familien. Zusätzlich findet eine **Biotoptbaum-Kartierung** statt, bei der Freiwillige als Citizen Scientists besonders wertvolle Biotoptbäume erfassen. All das soll den Wald als zentrales Naturpark-Thema erlebbar und begreifbar machen.
- „**Bahnhof lebt!**“: Der alte Bahnhof in Neuberg soll als **Kultur- und Lernort** mit neuem Leben erfüllt werden. Das Naturpark-Team und der Kulturverein Bahnhof Neuberg entwickeln gemeinsam ein Jahresprogramm, das **Natur und Kultur verknüpft**. Beispielsweise könnten im Bahnhofsgebäude Naturpark-Ausstellungen oder Vorträge stattfinden, während Kulturveranstaltungen auf Naturthemen Bezug nehmen. Zudem

wird ein **gemeinsamer Kalender** erstellt, um Überschneidungen zu vermeiden und Synergien zu nutzen. Ein **Freiwilligen-Pool** wird aufgebaut, damit genügend Helfer für Museumsdienste, Bahnhof-Events und Führungen zur Verfügung stehen. So entsteht ein lebendiger Treffpunkt, der Touristen wie Einheimischen offensteht.

- „**Neuberg erzählt**“: Durch **Storytelling und Oral History** soll die regionale Identität gestärkt werden. In diesem Projekt werden Geschichten und Anekdoten aus dem Naturpark gesammelt – etwa Erinnerungen älterer Einwohner:innen, Sagen und überlieferte Bräuche, interessante Fakten zu Naturdenkmälern oder historischen Orten. Diese Geschichten werden **aufbereitet und präsentiert**: z.B. als kurze Videos oder Podcasts online, als Teil einer Ausstellung im Museum oder in einem Buch. Schulen und Jugendliche können eingebunden werden, um Interviews mit Zeitzeug:innen zu führen oder multimediale Präsentationen zu gestalten. „**Neuberg erzählt**“ macht die Verbindung von Mensch, Natur und Kultur in der Region für ein breites Publikum erfahrbar.
- „**Wandern mit Wissen**“: Dieses Projekt verbindet **Besucherlenkung mit Bildung**. Geplant ist die Entwicklung mehrerer neuer Kultur- und Naturwanderwege, die mit **interaktiven Stationen** ausgestattet sind. An markanten Punkten entlang der Route erhalten Wanderer per QR-Code oder App Informationen, Quizfragen oder AR-Elemente (z.B. eine historische Ansicht des Ortes über das Smartphone eingeblendet). In Zusammenarbeit mit Schulen und Hochschulen werden die Inhalte (Themen, Texte, Rätsel) erarbeitet, sodass wissenschaftlich fundiertes und zugleich spannendes Material entsteht. Die neuen Themenwege lenken Besucher auf attraktive, naturverträgliche Routen und bereichern das Wandererlebnis um eine Lern-Komponente.
- „**Mitmachmuseum**“: Hier steht die **Attraktivitätssteigerung des Naturmuseums** für Kinder und Jugendliche im Fokus. Es wird ein **interaktives Programm** entwickelt: Eine Forscher:innen-Station im Museum erlaubt spielerische Experimente (z.B. Mikroskopie von Insekten, Schatzsuche in der Ausstellung), es gibt Ferien-Workshops zu Naturthemen und eine enge Zusammenarbeit mit Schulen (Schüler führen z.B. eigene kleine Ausstellungen durch oder gestalten Objekte). Digitale Erweiterungen – etwa eine Museums-App mit Spielen oder ein Audio-Guide von Kindern für Kinder – ergänzen das Angebot. Ziel ist es, mehr junge Besucher:innen ins Museum zu holen und ihnen Naturwissen durch eigenes Ausprobieren näherzubringen.
- „**Landjugend wirkt**“: Um Jugendliche dauerhaft in die Naturpark-Arbeit einzubinden, setzt dieses Projekt auf **jährliche Projekt-Marathons** mit der Landjugend. An einem Wochenende entwickeln und realisieren Jugend-Teams ein konkretes Mini-Projekt im Naturpark. Beispiele: das Renovieren einer Schutzhütte, Anlegen eines Schmetterlingsgartens, Organisation eines kleinen Naturpark-Fests oder das Erstellen von Infotafeln für einen Lehrpfad. Die Ergebnisse werden am Ende präsentiert. Begleitend führen die Teilnehmenden eine **Social-Media-Kampagne** in eigener Regie, in der sie über Fortschritte berichten und Gleichaltrige motivieren mitzumachen. Die Jugendlichen sammeln so Erfahrung im Projektmanagement und identifizieren sich stärker mit ihrer Heimat, während der Naturpark frische Ideen und tatkräftige Unterstützung bekommt.
- „**Kommunikation mit Charakter**“: Dieses Kommunikationsprojekt hat die **Entwicklung eines einheitlichen Markenauftritts** des Naturparks zum Inhalt. Gemeinsam mit Profis (Grafikdesigner, Medienexperten) wird ein **Corporate Design** für Logo, Farbwelt, Schriften und Layout aller Materialien erstellt. Danach werden sukzessive alle Publikationen, Infoschilder, die Website und Social-Media-Kanäle auf das neue Design umgestellt, um Wiedererkennbarkeit zu gewährleisten. Zusätzlich definiert „**Kommunikation mit Charakter**“ Richtlinien für die Ansprache und Tonalität (Welche Kernbotschaften transportiert der Naturpark? Wie sollen Texte und Bilder wirken?). Schulungen für Naturpark-Mitarbeiter und Partner (z.B. Tourismusbüro) stellen sicher, dass die neue Linie einheitlich angewendet wird. Durch regelmäßige Inhalte – etwa

wöchentliche Social-Media-Posts, halbjährliche Newsletter und modern gestaltete Flyer – bleibt der Naturpark im Gespräch und präsentiert sich „aus einem Guss“.

- „**Naturparkforum – Naturpark vernetzt**“: Hiermit wird ein **dauerhaftes Koordinationsgremium** geschaffen, um alle wichtigen Kräfte der Region an einen Tisch zu bringen. Der „*Grüne Tisch*“ findet einmal pro Jahr (oder bei Bedarf öfter) statt und versammelt Vertreter:innen aus Naturschutz, Bildung, Tourismus, Land- und Forstwirtschaft, der Gemeindeverwaltung, der Jugend und dem Ehrenamt. In diesem Rahmen werden **neue Projektideen** gemeinschaftlich entwickelt, laufende Projekte besprochen und zwischen den Sektoren abgestimmt sowie gemeinsame **Prioritäten** für das nächste Jahr festgelegt. Bei Bedarf können auch thematische Runden eingerichtet werden (z.B. Arbeitskreis Produkte, Arbeitskreis Bildung). Die Ergebnisse und Beschlüsse des Naturparkforums werden dokumentiert und fließen in die Entscheidungsfindung des Naturpark-Vereins ein. So wird sichergestellt, dass die Naturpark-Entwicklung von einer breiten Basis getragen wird und *alle* relevanten Gruppen mitreden können – Kommunikation und Vernetzung werden zur tragenden Säule des Naturparks.