



Bundesweite Mindestanforderungen für Kriterienkataloge der Partner-Initiativen

Präambel:

Es können Betriebe Partner werden, die in Kunden- bzw. Gästekontakt stehen, ihre Türen und Tore für die Gäste/Kunden öffnen und ihre Nationale Naturlandschaft als „Botschafter“ nach außen vertreten. Betriebe, die nur als reine Zulieferer arbeiten und nicht im Kundenkontakt stehen, könnten optional als Förderer, assoziierte Partner oder Marketing-Partner auftreten.

Die hier aufgeführten bundesweit abgestimmten Mindestanforderungen sollen in jedem Kriterienkatalog der Partner-Initiativen enthalten sein und möglichst erfüllt werden. Die Bewerbung potenzieller Partner erfolgt über das Ausfüllen dieser Kriterienkataloge und der darauf folgenden Kontrolle.

Neben allgemeingültigen Kriterien sind spezifische Kriterien unter den Kategorien Touristische Leistungsträger bzw. Landwirtschaft, Garten-/ Weinbau, Handwerk und Handel aufgeführt.

Identifikation

- Identifikation mit den Zielen/Inhalten und der Philosophie des jeweiligen Nationalparks (NLP), Biosphärenreservates (BR) oder Naturparks (NRP) (u.a. Bekenntnis zum Schutzzweck, die Vereinbarung sollte kommuniziert und gelebt werden: Logonutzung, Türschild, Tag der offenen Tür, Projektwoche mit Schulen etc....)
- Lage/Geschäftsfeld des Betriebes im oder angrenzend in der jeweiligen Region des
- NLPs, BRs oder NRPs
- Engagement/Eigeninitiative bei der Umsetzung der jeweiligen Idee des NLPs, BRs oder NRPs
- Schriftliche Bewerbung des potenziellen Partners

Umweltorientierung und Regionalität

- Branchenorientierte starke Umweltorientierung (möglichst als Zertifikat nachgewiesen)
- Kooperation mit Akteuren aus der jeweiligen Region des NLPs, BRs oder NRPs
- Kooperation mit der Schutzgebietsverwaltung
- Umweltverträgliche Mobilität

1) Touristische Leistungsträger

- Qualitäts- und Umweltstandard für das Gastgewerbe - Prüfung möglichst nach folgender Reihenfolge:
 1. Zertifizierung nach Viabono
 2. Kriterien in Anlehnung an Viabono
 - a) Regional anerkannte Verfahren
 - b) Beratungsgremium/Vergaberat setzt eigenes Verfahren fest und koordiniert die Kriterienüberprüfung.

- Weitergabe von ÖPNV-Informationen
- Hinweis, Verwendung und/oder Verkauf von regional erzeugten Produkten

2) Landwirtschaft, Garten-/ Weinbau, Handwerk und Handel

- Erzeugung und Verarbeitung regionaler Produkte orientieren sich an den regionaltypischen Besonderheiten und ihrem Ursprung in Tradition, Verarbeitung und Konsum. Die Erzeugung ist natur- und umweltverträglich. Für die Verarbeitung werden die Hauptrohstoffe aus der Region, diese aus ökologischem Landbau oder aus naturverträglichen Herstellungsverfahren bezogen.
- Es erfolgt eine für den Kunden kenntliche Ausweisung über die Herkunft des Produktes sowie seiner Bestandteile.
- Qualitäts- und Umweltstandard für Ursprungsbetriebe, Handwerk und Handel – Prüfung möglichst in folgender Reihenfolge:
 1. Zertifizierung nach Richtlinien des ökologischen Landbaus
 2. Kriterien: natur- und umweltverträglich und/oder Erfüllung von Natur- und Kulturschutzleistungen
 - a. Regional anerkannte Verfahren
 - b. Beratungsgremium/Vergaberat setzt eigenes Verfahren fest und koordiniert die Kriterienüberprüfung.

Qualität und Service

- Weitergabe von Informationen über die Partner-Initiative, das jeweilige Schutzgebiet und die nationalen Partner-Initiativen sowie über die Nationalen Naturlandschaften im Allgemeinen
 - Benennung eines Ansprechpartners für die Partner-Initiative
 - Regelmäßige Teilnahme an Schulungen/Informationsveranstaltungen, welche durch die bzw. in Abstimmung mit der jeweiligen Verwaltung stattfinden
 - Weitergabe der Infos an die (Service-)Mitarbeiter
 - Informationsbereitstellung für die Gäste/Kunden (z.B. Infotafeln, Broschüren, Info über die weiteren Mitglieder des Partnernetzwerkes bzw. über die Kooperationspartner des Betriebes und seiner Angebote im Partnernetzwerk)
 - Internet: abgestimmte Infos und Link zur Internetseite der Partner-Initiative sowie zu www.nationale-naturlandschaften.de/partner, E-Mail-Erreichbarkeit
 - Marketing: Nutzung des Logos an prominenter Stelle (Bsp.: Briefpapier, Hausprospekt, Internet), gemeinsame Marketingaktivitäten mit anderen Partnern
 - Aktives Beschwerdemanagement (zur Qualitätssicherung und -entwicklung)
- Grundsätzlich sollte der Betrieb eine Zertifizierung haben; im Einzelfall ist eine gesonderte Beurteilung erforderlich

1) Touristische Leistungsträger

- Zielgruppengerechte, zur Region passende und entsprechend zeitgemäße Ausstattung, in der der Gast sich wohlfühlt („Wohlfühlambiente“)
- Betrieb sollte sich von der breiten Masse abheben, mindestens jedoch ‚Mittelmaß‘ sein

2) Landwirtschaft, Garten-/ Weinbau, Handwerk und Handel

- Ansprechendes Erscheinungsbild des Betriebes