

## WIR sind Weltnaturerbe – Möglichkeiten für alle

Fachtagung  
'Natur und Tourismus'  
18 November 2021

© A. Schnabler



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organisation



The Wadden Sea  
World Heritage Site  
since 2009



# Eine Marke für das gesamte Wattenmeer

Ein Ziel der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer war und ist es, die Bekanntheit der gesamten Wattenmeerregion zu steigern – unabhängig von Staat oder Region.

Wir können alle von einer starken Marke Weltnaturerbe Wattenmeer profitieren.

Das Online-Tool BRANDSPACE soll dabei helfen und wird in dieser Session vorgestellt.

<https://waddensea.brandspace.online/b/de/>

# Eine Marke für das gesamte Wattenmeer

Unser Ziel ist es, die Geschichte(n) des Weltnaturerbes Wattenmeer zu erzählen. Glücklicherweise steckt unser Gebiet voller Geschichten, und durch das Erzählen dieser Geschichten wird unsere Marke mit Leben gefüllt.

Wenn Sie an das Weltnaturerbe Wattenmeer denken, woran denken Sie zuerst?

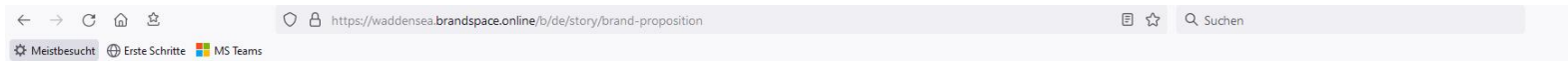




# Lassen Sie uns gemeinsam unser Weltnaturerbe Wattenmeer zeitgemäß präsentieren.

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://waddensea.brandspace.online/b/de/> in the address bar. The browser's navigation bar includes 'Meistbesucht', 'Erste Schritte', and 'MS Teams'. The website header features the 'WADDEN SEA WORLD HERITAGE' logo on the left and a navigation menu on the right with 'Story', 'Kooperationen', 'Inhalt', 'Co-Branding', 'Kontakt', and 'DE'. The main content area has a background image of a sunset over a tidal flat with people walking. The headline reads 'Werden Sie Teil einer Mission'. Below it, the text says: 'Ein einzigartiges Reiseziel. Ein Wattenmeer, das es zu schützen gilt, damit jeder es genießen kann. Hier ist der ideale Ort, um Ideen zu sammeln, Inhalte zu finden, Tipps zu teilen und von den Storys anderer über das Weltnaturerbe Wattenmeer inspiriert zu werden. Jede Story ist einzigartig – wie das Wattenmeer. Sind Sie bereit für Ihre Story?'. At the bottom of this section is a button that says 'Lesen Sie die Story unserer Marke'.

Hier finden Sie Informationen, die Ihnen dabei helfen zu verinnerlichen, wofür wir stehen, die Ziele und Werte des Weltnaturerbes Wattenmeer und was wir tun.



Story Kooperationen Inhalt Co-Branding Kontakt DE ▾



Common Wadden Sea Secretariat  
Virchowst. 1, D-26382 Wilhelmshaven

info@waddensea-secretariat.org  
www.waddensea-secretariat.org

brandspace

# Markennetzwerk

*Markennetzwerke ..., die ein gemeinsames Interesse ... haben und deshalb aktiv werden, indem sie miteinander agieren.*

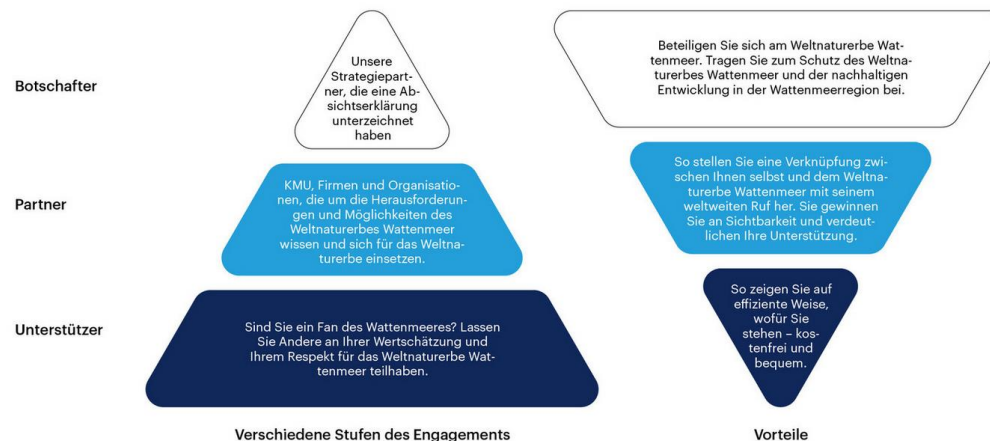
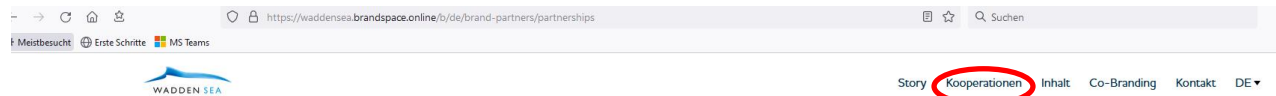
*(Definition Ekkehard Baumgartner)*

Es hat sich in den letzten Jahren gezeigt, wir können viel bewegen  
– jeder für sich, und vor allem gemeinsam.

Wenn Sie sich für das Weltnaturerbe Wattenmeer einsetzen möchten, laden wir Sie ein, Teil des Wattenmeer Weltnaturerbe Markennetzwerks- einer echten Gemeinschaft – zu werden.

# Kooperationen

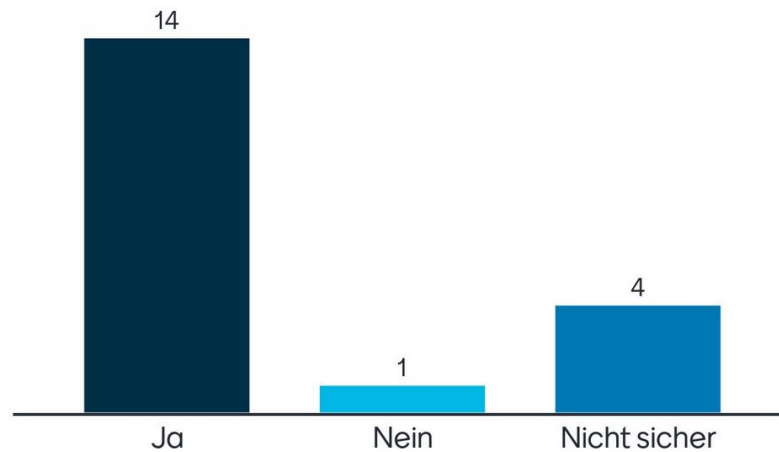
Beim Engagement für das Weltnaturerbe Wattenmeer unterscheiden wir drei Stufen: Unterstützer, Partner und Botschafter.





# Aktivierungsgrundsätze – Aktiv werden

Ich weiß wie ich die Marke „Weltnaturerbe Wattenmeer“ unterstützen und für mich nutzen kann.



# Aktivierungsgrundsätze – Aktiv werden

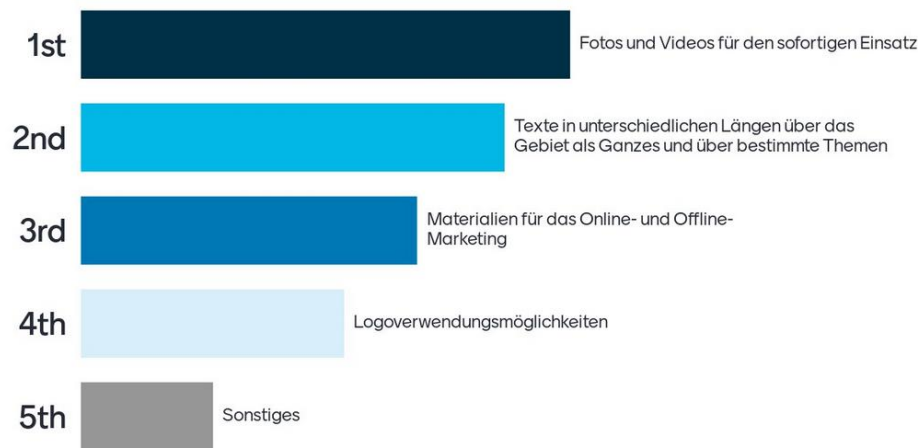
Wir haben eine Reihe von Aktivierungsgrundsätzen für unsere Partner, Botschafter und/oder Unterstützer zusammengestellt, die andere zum Teilen und Mittragen der Story des Weltnaturerbes Wattenmeer anregen möchten.

## Fallbeispiele

Wir stellen Beispiele von Partner und Botschafter in Dänemark, Deutschland und den Niederlanden vor, die diese Grundsätze in die Praxis umsetzen.

Um die Aktivitäten all derer zu unterstützen, die mit der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer interagieren und darüber kommunizieren, haben wir einsatzbereite Inhalte erstellt.

Für mich sind folgende Hilfsmittel und Informationen wichtig:





# Mediathek

In unserer Mediathek finden Sie Fotos und Videos für den sofortigen Einsatz.

Das Wattenmeer ist ein wunderschöner Ort und ist es unbedingt wert, hervorgehoben zu werden. Bei fast allen unseren Aktivitäten und in der Kommunikation versuchen wir, schöne und realistische Bilder einzubauen. Bei der Auswahl des „visuellen Tone-of-Voice“ behalten wir stets drei wichtige Grundsätze im Auge:

## 1. Faszination

Jedes Bild und jedes Video muss etwas haben, das direkt anspricht und Aufmerksamkeit erregt. Das kann das Motiv selbst sein oder die Art und Weise, wie es gefilmt oder fotografiert wurde. So sollen die Betrachter das Gefühl bekommen, wie einzigartig das Wattenmeergebiet ist.

## 2. Anspruch

Das Bildmaterial soll einladend sein. Die Betrachter soll das Gefühl bekommen, sofort dorthin reisen zu wollen. Da jeder Mensch anders ist, wählen wir die richtigen Bilder für die jeweilige Zielgruppe sehr sorgfältig aus. Manche Menschen mögen beispielsweise Bilder von langen Strandspaziergängen und Sonnenuntergängen, andere beobachten lieber Scharen seltener Vögel in den Feuchtgebieten.

## 3. Ein breites Themenspektrum

Versuchen Sie, sich bei der Verwendung von Bildmaterial auf eine der drei Storylines zu konzentrieren: Natur (Flora und Fauna), Menschen oder Naturschutz. Oder kombinieren Sie die Storylines, da sich die Themen oftmals überschneiden!



# Bibliothek

Unsere Textbibliothek enthält Texte in unterschiedlichen Längen über das Gebiet als Ganzes und über bestimmte Themen.

Rund um das Wattenmeergebiet gibt es viele einzigartige und erzählenswerte Geschichten. Persönliche Geschichten von Menschen, die dort leben, oder Geschichten über größere historische oder kulturelle Ereignisse, auch informative Geschichten über die Tier- und Pflanzenarten im Wattenmeergebiet: Es gibt unendlich viel zu erzählen. Neben diesen *Geschichten aus dem Wattenmeer* bietet unsere Bibliothek sachliche Informationen über das Gebiet, wie etwa über die Größe, die dort lebenden Tierarten oder den Vogelzug.

## Textbibliothek

Texte über das Watt finden Sie in unserer [Textbibliothek](#).





# Marketingressourcen

Hier finden Sie wichtige Materialien, die Sie dabei unterstützen, das Weltnaturerbe Wattenmeer als Reiseziel zu bewerben und zu vermarkten. Sie können alle unten aufgeführten Materialien, einschließlich Anzeigen, regionalen Broschüren, Web-Bannern, Magazine und Postern gerne herunterladen/anfordern.

Neben unseren Bild- und Textressourcen verfügen wir über weitere Marketingressourcen, die sofort einsatzbereit sind. Diese Ressourcen können bei Präsentationen in Ihrem Büro oder Geschäft genutzt oder auf Ihrer Website oder in Ihrem Intranet geteilt werden.

## Marketingressourcen

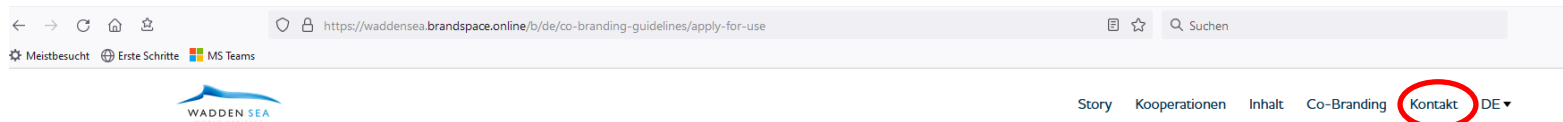
In unserer [Marketing-Bibliothek](#) finden Sie Materialien für das Online- und Offline-Marketing, die Sie sofort einsetzen können.





	Partner	Ambassador
Verwendung des Logos von Weltnaturerbe Wattenmeer in redaktionellem Kontext (z. B. in einer Zeitschrift/Online/Buchtext/Kalender, Fotoreihe, Präsentation)	✓	✓
Kommerzielle Verwendung des Logos (nur mit Lizenzvereinbarung)	✓	✓
Kopublikationen	✓	✓
Logo auf der Innenseite	✓	✓
Das Logo der Marketingkooperation visualisiert eine enge Verbindung. Die Verwendung des Logos der Marketingkooperation umfasst das Projektlogo, eine klare Botschaft („VEREINT FÜR“) und das Logo von Weltnaturerbe Wattenmeer.		✓
Corporate Design von Weltnaturerbe Wattenmeer (Farben, Schriften, Liniengraphik) für klare visuelle Wiedererkennbarkeit		✓

# Nehmen Sie Kontakt mit uns auf



## Hamburg

Janne Lieven

Freie und Hansestadt Hamburg  
Behörde für Umwelt, Klima, Energie und Agrarwirtschaft (BUKEA)  
Neuenfelder Straße 19  
D-21109 Hamburg

Tel: +49 40 428 40 2457

Email: [janne.lieven@bue.hamburg.de](mailto:janne.lieven@bue.hamburg.de)

## Schleswig-Holstein

Dr. Christiane Gädje

Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN)  
Schlossgarten 1  
D-25832 Tönning

Telefonnummer: + 49 4861 616 35

E-Mail: [Christiane.Gaetje@lkn.landsh.de](mailto:Christiane.Gaetje@lkn.landsh.de)

## Lower Saxony

Astrid Martin

Nationalparkverwaltung „Niedersächsisches Wattenmeer“  
Virchowstr. 1  
D - 26382 Wilhelmshaven

Telefonnummer: + 49 4421 911 294

E-Mail: [astrid.martin@nlpw-wattenmeer.niedersachsen.de](mailto:astrid.martin@nlpw-wattenmeer.niedersachsen.de)





# Online Brand Activation Toolbox

Wir freuen uns, wenn die einzelnen Elemente aus Brandspace in der Praxis Anwendung finden und ein lebendiges Netzwerk entsteht. Das geht nicht von heute auf morgen, sondern ist ein längerer Weg, auf dem wir Sie unterstützen und begleiten werden. Brandspace wird hierfür kontinuierlich weiterentwickelt.

## Dafür brauchen wir auch Ihre Anregungen und Hilfe:

Schreiben Sie uns, wir freuen uns auf Ihre Vorschläge. Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

[info@waddensea-worldheritage.com](mailto:info@waddensea-worldheritage.com)

# Online Brand Activation Toolbox

<https://waddensea.brandspace.online/b/>



Story Collaborations Content Co-Branding Contact EN ▼

