

**Zeitschrift:** Cratschla : Informationen aus dem Schweizerischen Nationalpark  
**Herausgeber:** Eidgenössische Nationalparkkommission  
**Band:** - (2010)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Den Nationalpark ins beste Licht rücken: Das neue Kommunikationskonzept  
**Autor:** Lozza, Hans  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-418817>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 08.02.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Den Nationalpark ins beste Licht rücken: Das neue Kommunikationskonzept

**Der Schweizerische Nationalpark (SNP) wurde 1914 gegründet, um ein Stück alpine Naturlandschaft für immer vor menschlichen Einflüssen zu schützen und die weitere Entwicklung wissenschaftlich zu dokumentieren. Diese vergleichsweise radikale Grundhaltung vertritt der Nationalpark seit bald 100 Jahren. Im Nationalparkgesetz von 1980 wird die Öffentlichkeitsarbeit des Nationalparks nicht einmal direkt erwähnt. Heute hingegen stellt sie neben Naturschutz und Forschung eine der drei Grundsäulen des SNP dar. Im Hinblick auf das Jubiläum 100 Jahre Nationalpark im Jahre 2014 ist es wichtig, dass sich unsere Institution auf ihre Kernwerte besinnt und die Weichen für das nächste Jahrhundert bewusst und rechtzeitig stellt. Dazu wurde ein neues Kommunikationskonzept erarbeitet.**

*Hans Lozza*

## **Das Jubiläum 100 Jahre Nationalpark**

2014 ist es so weit: Der SNP wird 100 Jahre alt.

Wir laden Sie ein, einen Beitrag bei der Gestaltung des Jubiläumsjahres zu leisten. Das Organisationskomitee unter dem Vorsitz von Nationalrat Dr. Andrea Hämmerle nimmt Ihre Ideen gerne entgegen und freut sich auf einen regen Austausch mit der Bevölkerung. Es soll ein Jubiläumsjahr für alle werden und auch nachhaltige Spuren in den folgenden Jahren hinterlassen. Sie können uns gerne anrufen (Tel. 081 851 41 11) oder uns ein Mail senden (lozza@nationalpark.ch).

Wir freuen uns auf Ihre kreativen Vorschläge, Wünsche und Anregungen!

Der Nationalparkpionier Dr. Steivan Brunies aus S-chanf betonte bereits in der Gründungszeit die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit. Er selbst veranlasste die Herausgabe diverser Druckprodukte, entwickelte Lehrmittel über Tiere und Pflanzen und hielt zahlreiche Vorträge. Dadurch erhöhte er den Bekanntheitsgrad des Nationalparks und schuf Verständnis für die Anliegen der Gründer.

## **Mehr als ein Papiertiger**

Heute leben wir in einer ganz anderen Medienwelt. Themen kommen und gehen in kurzen Intervallen, ein Rummel folgt dem anderen. Wie kann sich der Nationalpark mit seinen nach wie vor gleichen Grundwerten in dieser medialen Welt behaupten? Im Leitbild (siehe [www.nationalpark.ch/go/delabout/ueber-uns/ziele](http://www.nationalpark.ch/go/delabout/ueber-uns/ziele)) und im neusten Kommunikationskonzept hat der SNP die Ziele seiner Arbeit und die Massnahmen zu deren Erreichung formuliert. Diese Instrumente bilden den Rahmen der Informationstätigkeit des Nationalparks und ermöglichen eine systematische Ansprache der Bezugsgruppen. Solche Grundlagen müssen praxisnah entstehen, damit sie mehr als ein Papiertiger sind.

Das Kommunikationskonzept umfasst eine Auslegeordnung der Institution Nationalpark. Die heutige Situation und die künftigen Herausforderungen der Öffentlichkeitsarbeit werden beurteilt und gewichtet. Anschliessend hält es fest, welche Bezugsgruppen vorhanden sind und welche prioritär angesprochen werden sollen. Es sind dies die Einheimischen, die Nationalparkbesucher, Bildungsinstitutionen, Politiker und Medien. Diese Gruppen werden bei den Zielen und Massnahmen schwerpunktmässig berücksichtigt.

*Text und Fotos:*

*Hans Lozza, Leiter Kommunikation  
Schweizerischer Nationalpark  
Chastè Planta Wildenberg, 7530 Zernez*



### 5 wichtige Ziele als Pfeiler

Der wohl wichtigste Schritt ist die Zielformulierung. Wo wollen wir überhaupt hin? Dabei unterscheidet das Konzept übergeordnete Ziele und bezugsgruppen-spezifische Ziele. Folgende 5 Ziele haben übergeordneten Charakter:

- **Einzigartigkeit kommunizieren**

Der SNP wird von den Bezugsgruppen als grösstes Wildnisgebiet und einziger Nationalpark der Schweiz wahrgenommen.

- **Nationale Institution verankern**

Schweizerinnen und Schweizer verstehen den SNP als einzigartige nationale Institution mit 100-jährigem Erfahrungsschatz und identifizieren sich mit dem Konzept des Totalschutzes.

- **Das Image des snp regional weiter entwickeln**

Der SNP steigert seine Akzeptanz, Wertschätzung und Identifikation in der Region.

- **Präsenz von Forschung und Bildung fördern**

Die Bedeutung des SNP als innovativer Standort für Forschung und Umweltbildung wird erkannt.

- **Strategische Partnerschaften nutzen**

Die regionalen, nationalen und internationalen Partner schätzen den SNP als kompetenten, engagierten und zuverlässigen Kooperationspartner.

Im Strategieteil definiert das Konzept, wie diese Ziele erreicht werden sollen. Dies ist die Weichenstellung zur Umsetzung, die im nachfolgenden Massnahmenteil erfolgt. Jede Massnahme hat einen Bezug zu einem der oben formulierten Ziele und spricht eine oder mehrere Bezugsgruppen an. Dabei gibt es übergeordnete Massnahmen und solche, die einen nationalen oder regionalen Fokus haben. Abschliessend enthält das Konzept das weitere Vorgehen, die Zuständigkeit und Organisation, ein Budget sowie Angaben zur Wirkungskontrolle.

Die Erarbeitung dieses Konzepts war eine intensive Auseinandersetzung mit dem Nationalpark und der bisherigen Arbeit. Sie bedingte den Einbezug von Partnern, zahlreiche Diskussionen, die Hinterfragung von Liebgewonnenem, die Konzentration auf das Wesentliche. Das Konzept bildet eine wichtige Grundlage, um die nächsten Jahre kommunikativ in Angriff zu nehmen. 🌿

Abbildung 2



Abbildung 3



Abbildung 1 **Das neue Nationalparkzentrum ermöglicht auf interaktive Weise Einsichten und Aha-Erlebnisse.**

Abbildung 2 **Programme mit Kindern in freier Natur sind nach wie vor die beste Form, um Freude an der Natur zu vermitteln.**

Abbildung 3 **Den Medien kommt eine entscheidende Funktion bei der Informationsverbreitung und Meinungsbildung zu.**