

Weltnaturerbe Wattenmeer

– Markenbuch



Foto: Norbert Hecker.



Organisation
der Vereinten Nationen
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur



Das Wattenmeer
Welterbe seit 2009



WATTENMEER
WELTNATURERBE



Common
Wadden Sea
Secretariat

.....

*Ein Wattenmeer,
eine gemeinsame, globale
Verantwortung.*

Außergewöhnliche Artenvielfalt.
Von einer einzigartigen natürlichen
Dynamik geprägte Landschaft.
Unvergessliches (Natur-)Erlebnis für alle.

.....

Eine Marke für das gesamte Wattenmeer

*Weltweit in
besten Gesellschaft.*



Wir können alle von einer starken Marke Weltnaturerbe Wattenmeer profitieren. Eine klar definierte und in sich schlüssige Marke für die gesamte Region steigert den Wiedererkennungswert und bereichert und unterstützt alle, die hier leben und arbeiten. Die Marke Weltnaturerbe Wattenmeer kann auch Ihrer Arbeit und Ihrer eigenen Markenbotschaft neue Impulse geben.

Durch die Positionierung einer gemeinsamen Marke Weltnaturerbe Wattenmeer wird es gelingen, uns weltweit zu profilieren. Wir zeigen gemeinsam, wofür wir stehen und wofür wir arbeiten – und steigern damit unsere Sichtbarkeit als Gesamtheit, was wiederum die Zusammenarbeit fördert und einen größeren Anreiz für Investitionen schafft. Für Besucher vermittelt die Marke Weltnaturerbe Wattenmeere ein einzigartiges Naturerlebnis und dessen globalen Wert.

Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Wattenmeer: Niederlande, Deutschland, Dänemark.
Monumentale Statuen: Die Osterinsel.
Giant's Causeway, Irland.
Ägyptischen Pyramiden: Ägypten.
Great Barrier Reef: Australien.

Willkommen im Wattenmeer



Das Wattenmeer bildet das größte zusammenhängende Sand- und Schlickwattsystem der Welt: eine Küstenlandschaft von unermesslicher Bedeutung. Es erstreckt sich über 500 km entlang der Küstenlinie dreier Länder – Deutschland, den Niederlanden und Dänemark. Mit seinem dichten Netzwerk aus verschiedenen Biotopen und Lebensräumen dient es Tausenden von Pflanzen und Tierarten als Zuhause. Global ist es als Drehscheibe für den Ostatlantischen Vogelzug von Bedeutung. Es ist unverzichtbar für zehn bis zwölf Millionen Vögel, die auf ihrem Zugweg zwischen den Brutgebieten in der Arktis und den Überwinterungsgebieten in Afrika eine Rast im Wattenmeer einlegen und auf das Wattenmeer als Nahrungsquelle angewiesen sind.

Das Wattenmeer ist unersetzlich. Es steht deshalb auf einer Stufe mit anderen weltberühmten Naturwundern wie dem Grand Canyon in den USA und dem Great Barrier Reef vor der Küste Australiens.

Das Wattenmeer ist einzigartig, deswegen liegt es in unserer gemeinsamen Verantwortung, es für alle Menschen zu bewahren und erlebbar zu machen.



Warum benötigen wir eine Marke?

Eine Marke gibt den Menschen ein klares Bild von einer Region, einer Stadt, einem Denkmal oder einer Naturerbestätte. Mit einer gemeinsamen Marke fördern wir die Vorstellung vom Weltnaturerbe Wattenmeer als unteilbare Naturlandschaft. Eine gemeinsame Marke gibt uns die Möglichkeit zu bestimmen, wo wir stehen und wie wir die Zukunft gestalten wollen.

Nur eine vertrauenswürdige Marke wird respektiert und geschätzt. Deshalb liegt es in unserem gemeinsamen Interesse, hohe Qualitätsstandards aufrechtzuerhalten, die der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer ihren Wert geben. Denn genau genommen ist jeder von uns ein Botschafter dieser Marke. Und als Botschafter des Weltnaturerbes Wattenmeer können wir die Zukunft unserer Umwelt gemeinsam gestalten.

Touristische Destinationsmarken gab es in den verschiedenen Wattenmeerregionen schon vor der Ernennung zur Welterbestätte. Diese sind jetzt eingeladen, die Werte der Marke "Weltnaturerbe Wattenmeer" aktiv zu unterstützen.

Die Stärke der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer liegt darin, dass sie als einzige Marke länderübergreifend das ganze Wattenmeer umschließt: ein einzigartiger natürlicher Lebensraum mit außergewöhnlicher Artenvielfalt. Eine Landschaft, die wir schützen, entdecken und erleben wollen.



Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Klaas Kreuijer, John Frikke, Jan van de Kam.

Eine gemeinsame Marke hilft uns dabei zu bestimmen, wo wir stehen und wie wir die Zukunft gestalten wollen.

Das Weltnaturerbe Wattenmeer als Marke

Wofür steht das Weltnaturerbe Wattenmeer?
Welchen einzigartigen Wert bietet es?
Was ist sein Versprechen für Besucher
und Partner?

Dieses Markenbuch soll Ihnen helfen, sich mit der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer vertraut zu machen, sie zu vermitteln und einzusetzen. Wir zählen auf Sie, denn durch Anwendung dieser einfachen Standards können Sie aktiv zur Stärkung der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer beitragen.

Wir alle sind stolz darauf, Teil dieses einzigartigen Weltnaturerbes zu sein. Um die Bedeutung des Weltnaturerbes Wattenmeer richtig und einheitlich an Besucher oder Partner vermitteln zu können, brauchen wir Ihre Unterstützung. Und wir brauchen ein paar einfache Regeln, um die Bekanntheit, die Anerkennung und die Loyalität zu erreichen, die die Marke Weltnaturerbe Wattenmeer international erfolgreich macht.



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

Begriffe rund um das Thema Marke

Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Martin Stock, John Frikke, Martin Stock.



Was ist eine Marke?

Eine Marke ist eine Idee, die durch ihre besonderen Eigenschaften Produkte, Orte, Dienstleistungen und Erlebnisse, ja sogar Menschen unverwechselbar macht. Eine Destinationsmarke macht auf einen Ort aufmerksam und vermittelt dessen einzigartige Eigenschaften.

Was ist eine Markenbotschaft?

Eine Aussage, die die Quintessenz der Marke einfängt, ihre Bedeutung und die Einzigartigkeit ihres Angebots zum Ausdruck bringt.

Was ist der Markenkern?

Die grundlegende Idee einer Marke.

Was sind Markenwerte?

Werte sind Eigenschaften, die unmittelbar mit dem Markenkern verbunden sind. Sie bilden das Fundament der Marke und dienen als Leitlinie für unser Handeln.

Was sind die Handlungsfelder einer Marke?

Die Handlungsfelder einer Marke zeigen ihr Engagement und ihren Nutzen für verschiedene Menschen und Gruppen in der Region.

Was ist eine Markenmission?

Die Art und Weise, wie eine Marke handelt, wofür sie eintritt und wie sie ihr Markenversprechen umsetzt.

Was ist ein Slogan?

Eine kurze und prägnante Aussage über die Marke, die der Öffentlichkeit ein Nutzenversprechen vermitteln soll.

Was ist ein Logo?

Ein grafisches Symbol, das eine Marke repräsentiert.

Was macht die Marke „Welterbe“ so besonders?

Das UNESCO-Gütesiegel besagt Folgendes: „Das Erbe umfasst unser Vermächtnis aus der Vergangenheit, wovon wir heute leben und das wir an kommende Generationen weitergeben. Sowohl das Kultur-als auch das Naturerbe sind unersetzliche Quellen des Lebens und der Inspiration. Sie sind unser Fundament, unser universeller Bezugspunkt, unsere Identität.“



Was das Konzept des Welterbes so einzigartig macht, ist seine universelle Bedeutung. Welterbestätten gehören allen Menschen dieser Erde. Voraussetzung für die Aufnahme eines Gebiets in die Welterbeliste ist sein außergewöhnlicher universeller Wert. Das bedeutet, dass das Gebiet mindestens eines der zehn Auswahlkriterien und die hohen Anforderungen an Integrität, Schutz und Management erfüllen muss.

Entscheidend sind die Worte „außergewöhnlicher universeller Wert“:

„Eine kulturelle und/oder natürliche Bedeutung die einzigartig ist, über nationale Grenzen hinausgeht und für die Weltgemeinschaft heute und in Zukunft unersetzlich ist“.

Jeder der drei Begriffe – „außergewöhnlich“, „universell“ und „Wert“ – spielt eine entscheidende Rolle, um das Gesamtkonzept zu verstehen:

Außergewöhnlich:

Die einzigartigen Eigenschaften der Welterbestätte.

Universell:

Eine Stätte von globalem – nicht nur von nationalem oder regionalem – Rang.

Wert:

Die anhand transparenter Standards definierte Bedeutung für die Welt, einschließlich der Unversehrtheit.

Das Welterbe gehört allen Menschen auf dieser Erde.

Warum wurde das Wattenmeer in die UNESCO-Welterbeliste aufgenommen?

Der „außergewöhnliche universelle Wert“ des Wattenmeeres liegt in seiner herausragenden Bedeutung für den Schutz der Artenvielfalt sowie für die ökologischen und geologischen Prozesse, die dort ablaufen.

Das Wattenmeer ist ein extrem dynamischer Lebensraum, eine Landschaft, die niemals still steht: das größte zusammenhängende Sand- und Schlickwattsystem der Erde. Nirgendwo sonst hat sich unter dem Einfluss der Gezeiten eine vielfältigere Landschaft entwickelt. Und sie verändert sich noch immer. Diese landschaftliche Vielfalt macht das Wattenmeer zu einem einzigartigen Lebensraum für mehr als 10.000 Tier- und Pflanzenarten. Darüber hinaus spielt es eine globale Schlüsselrolle beim Schutz von zehn bis zwölf Millionen vögeln, die jedes Jahr auf ihrem Zugweg zwischen der Arktis und Afrika auf das Wattenmeer als Nahrungsquelle angewiesen sind.

Das Wattenmeer erfüllt außerdem eine weitere entscheidende Voraussetzung – die der Integrität. Das bedeutet:

- Es ist groß genug, um den „außergewöhnlichen universellen Wert“ vollständig abzubilden.
- Sein langfristiger Fortbestand ist gesichert.
- Es ist gut geschützt und erhalten.

Der Schutz des Wattenmeeres ist keine neue Idee. Seit 1978 arbeiten Deutschland, die Niederlande und Dänemark gemeinsam am Erhalt und Schutz des Wattenmeeres. Die langjährige Zusammenarbeit hat bewirkt, dass das Wattenmeer 2009 länderübergreifend zum UNESCO-Welterbe erklärt wurde. Die als Weltnaturerbe ausgewiesenen Gebiete erstrecken sich heute über das niederländische Schutzgebiet, die deutschen Wattenmeer-Nationalparks Niedersachsens,

Schleswig-Holsteins und Hamburgs sowie über das dänische Wattenmeer. Der länderübergreifende Schutz des Wattenmeeres ist der Erfolg der Drei-Länder-Kooperation, die das Wattenmeer als eine unteilbare ökologische Einheit entwickelt und gestaltet hat.

Das Wattenmeer hat alles, was es laut UNESCO zu bewahren, zu schützen und zu erhalten gilt – einen unermesslichen Schatz natürlicher Ressourcen.



Organisation
der Vereinten Nationen
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur



Das Wattenmeer
Welterbe seit 2009

Eine Marke für das Weltnaturerbe Wattenmeer

Markenkern

Unser Markenkern lässt sich in wenigen Worten zusammenfassen:

*Ein Wattenmeer.
Eine gemeinsame,
globale
Verantwortung.*

- Außergewöhnliche Artenvielfalt.
- Von einer einzigartigen natürlichen Dynamik geprägte Landschaft.
- Ein unvergessliches (Natur-)Erlebnis für alle.

Markenbotschaft

Über nationale und regionale Grenzen hinweg offenbart das Wattenmeer seinen Besuchern eine einmalige, natürliche Schönheit und eine unglaubliche Vielfalt an Pflanzen und Tieren.

Hier gibt es alles, was es laut UNESCO zu bewahren, zu schützen und zu erhalten gilt – einen unermesslichen Schatz an natürlichen Ressourcen.

Das Weltnaturerbe Wattenmeer ist das Ergebnis einer gemeinsamen Arbeit, die viele Jahre lang von der örtlichen Bevölkerung, zahlreichen Organisationen und den verantwortlichen Behörden getragen wurde. Unsere Partnerschaft basiert auf dem Schutz einer außergewöhnlichen, zusammenhängenden Küstenlandschaft, die einzigartige und inspirierende Erlebnisse bietet.

Markenwerte

Markenwerte bringen den Markenkern zum Ausdruck. Sie bilden verschiedene Eigenschaften ab, die mit einer zentralen Aussage über die Marke verknüpft werden. Die Werte einer Marke können mit Worten zum Ausdruck gebracht werden und den „Tonfall“ der Marke vermitteln. Sie werden mit Hilfe von Abbildungen, Zeichnungen oder Animationen visuell dargestellt.

Wenn eine Marke für einen bestimmten Kommunikationszweck eingesetzt werden soll (z. B. für eine Veröffentlichung, eine Veranstaltung, eine Kampagne), sollten immer zuerst die Markenwerte beachtet werden, um daraus Ideen und Inhalte für die Kommunikation abzuleiten.

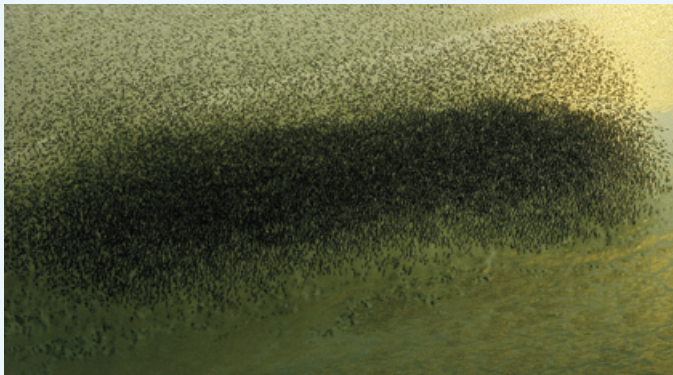
Das Weltnaturerbe Wattenmeer versteht sich als Hüter der Artenvielfalt sowie aller natürlichen und dynamischen Prozesse auf unserer Erde. Als Mitglied der weltweit anerkannten Familie der Welterbestätten ist das Weltnaturerbe Wattenmeer:



Handlungsfelder der Marke

Die Handlungsfelder der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer benennen, wofür sich die Marke engagiert, wie sie auftritt und wie sie handelt.

Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Martin Stock, Martin Stock, John Frikke.



Die Handlungsfelder der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer sind:

- Der Schutz des weltweit größten zusammenhängenden Gezeitengebietes und die Aufrechterhaltung seiner Unversehrtheit für heutige und künftige Generationen.
- Die Bewahrung der universellen Bedeutung des Wattenmeers für die Artenvielfalt sowie für ökologische und geologische Prozesse.
- Der Erhalt eines vollständigen, intakten Gebietes dank Naturschutz und grenzübergreifender Kooperation.
- Die Kommunikation über das Wattenmeer als entdeckenswerter Ort, der außergewöhnliche Erfahrungen und unvergessliche Erlebnisse bietet.
- Aktives Eintreten für das Welterbe und damit Verantwortung für unsere Zukunft zu übernehmen.
- Die Bewahrung einer einzigartigen, natürlichen Umwelt als Raum für Inspiration, Erlebnis und Erholung.
- Die Fortführung der Zusammenarbeit von Tourismus und Naturschutz.

Unsere Zielgruppen

Bei unserer Zielsetzung konzentrieren wir darauf, wie die Menschen die Marke Weltnaturerbe Wattenmeer „erleben“. Die Bedeutung unserer Marke muss ihre Köpfe und Herzen erreichen.

Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Ameland, Jens Koenig, Beate Ulrich, Martin Stock.



Die wichtigsten Zielgruppen unserer Marke sind Menschen, die ...

- in der Wattenmeerregion zu Hause sind – Einwohner
- ihren Betrieb in der Wattenmeerregion haben – Geschäftsleute
- in der Wattenmeerregion arbeiten – Arbeitnehmer
- die Wattenmeerregion besuchen – Touristen
- in Gemeinden, Unternehmen und Organisationen Entscheidungen treffen – Partner
- sich für den Schutz und den Erhalt der Welterbestätte engagieren – Förderer

Um Köpfe und Herzen der Menschen zu erreichen, müssen sie die Werte der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer kennenlernen, verstehen und verinnerlichen. Denn nur Menschen können unsere Markenwerte wirksam an kommende Generationen weitergeben:

- Andere für den Schutz und den Erhalt des Welterbestatus sensibilisieren.
- Identifikation mit dem Weltnaturerbe Wattenmeer fördern.
- Position für das Welterbe beziehen und Markenwerte aktiv vermitteln.
- Die Wahrnehmung unserer Tätigkeiten in der breiten Öffentlichkeit verbessern.
- Die Marke Weltnaturerbe Wattenmeer mit einem starken, einheitlichen visuellen Auftritt nach aussen tragen.

Vorteile der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer

Fotos (im Uhrzeigersinn von oben):
Die Nordsee GmbH, F Liebmann, E Koop.



Für Nutzer der Marke: Wer sich für die Marke Weltnaturerbe Wattenmeer einsetzt, ...

- profitiert von ihrem weltweiten Ruf.
- fördert die nationale und internationale Aufmerksamkeit für das Wattenmeer und seinen Schutz.
- bündelt Ressourcen, um finanzielle Unterstützung zu gewinnen und um Investitionen im Rahmen einer gemeinsamen Strategie zu koordinieren.
- unterstützt die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für Naturschutz und nachhaltigen Tourismus.
- schafft Synergien und neue Chancen für die regionale und internationale Zusammenarbeit.

Für Besucher: Wer sich mit der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer identifiziert, ...

- zeigt Wertschätzung für die universellen Ziele des Welterbes.
- kann Teil einer globalen Bewegung zum Schutz und Erhalt unseres Welterbes sein.
- fördert einen umfassenden und informativen Überblick über das Wattenmeer und seine Gebiete.
- gewinnt neue Ideen für die Reiseplanung unter ökologischen und ethischen Gesichtspunkten.

Markenmission

Die grundlegende Mission der Welterbekonvention ist „die Berücksichtigung des Zusammenspiels von Mensch und Natur, und der grundlegenden Notwendigkeit, eine Balance zwischen beiden zu halten“.

Wir möchten, dass diese Mission in unseren Entscheidungen und in unserer Arbeit für das Wattenmeer zum Ausdruck kommt. Wir sind davon überzeugt, dass ein Engagement für diese Ziele langfristig dem Vorteil aller dient: für Besucher, Touristen und Partner sowie für das Weltnaturerbe Wattenmeer selbst.

Foto: John Frikke.



Wir übernehmen VERANTWORTUNG für ...

- die Bewahrung unseres globalen Erbes.
- Qualitätsstandards auf Weltniveau.

Bei allem, was wir tun, sind wir MIT GANZEM HERZEN dabei ...

- Wir schützen das Wattenmeer für kommende Generationen.
- Wir bringen den Schutz des Weltnaturerbes in die gesellschaftliche Diskussion ein.
- Wir setzen die globale Verantwortung in konkrete Maßnahmen vor Ort um.

Mit einer EINHEITLICHEN ZIELSETZUNG ...

- ... arbeiten wir zusammen, um eine intelligente, nachhaltige Nutzung der Wattenmeerregion zu erreichen.
- ... setzen wir unsere Zusammenarbeit zum Schutz des Gebietes fort.
- ... tauschen wir Erfahrungen, Wissen und Ideen aus, um die Kommunikation und das Miteinander zu fördern.
- ... können wir voller Stolz eine Region mit außergewöhnlich gut erhaltener Natur präsentieren.

Wir hoffen, dass Sie diese Mission zu Ihrer eigenen machen und sie als Impuls für Ihr persönliches Engagement verstehen. Diese Mission spielt heute und in Zukunft eine bedeutende Rolle, um das Weltnaturerbe Wattenmeer für uns alle zu bewahren.

.....

*Mit dem UNESCO-Gütesiegel
ist das Weltnaturerbe
Wattenmeer bereit, eine
großartige Marke zu werden.*

.....

*Ein Wattenmeer,
eine gemeinsame,
globale Verantwortung.*

www.wattenmeer-weltnaturerbe.de

Herausgeber

Gemeinsames Wattenmeersekretariat,
Virchowstr. 1, 26382 Wilhelmshaven
info@waddensea-secretariat.org
www.waddensea-secretariat.org

Redaktion und Koordination

Dr Harald Marencic und Anja Domnick

Redaktion der englischen Fassung und Grafikdesign

Creative Concern

Veröffentlichung

Oktober 2014

Danksagungen

Die Trilaterale Wattenmeerkooperation dankt den externen Partnern bei der Ausarbeitung dieses Markenbuches, insbesondere:

Prof. Andreas Mack für die Unterstützung der Arbeit der Task Group, für die Ermittlung des Branding-Potenzials und das Redigieren des Markenbuches anhand eines konzeptionellen Ansatzes.

Creative Concern für ihre Unterstützung bei der kreativen Visualisierung des Markenprofils und dessen Vermittlung an die Interessenvertreter.

Die Entwicklung dieses Markenbuches wurde durch das Interreg IV B Nordseeprogramm kofinanziert.



The Interreg IVB
North Sea Region
Programme



European Union



The European Regional Development Fund