



Online-Infoveranstaltung zur NNL-Wertschätzungskampagne 2026

Strategie – Ausblick – Austausch | 21. Januar 2026

Nationale
Naturlandschaften



**Bekanntheit, Relevanz und Wertschätzung
der Nationalen Naturlandschaften in
Gesellschaft, Politik & Wirtschaft steigern.**

**Ziele und Zielgruppen der
NNL-Bündniskommunikation:**

Die Kommunikation konzentriert sich dabei auf die Leistungen, Angebote und zentralen Themen des Bündnisses der NNL.

Strategische Grundlage für die Wertschätzungskampagne

- Die bevorstehende Kampagne basiert auf der 2025 entworfenen und von den Vorständen der Dachverbände beschlossenen **NNL-Bündniskommunikationsstrategie**.
- Auf Grundlage dieser Strategie wurde darüber hinaus ein **Instagram-Konzept für den NNL-Instagram-Bündniskanal** entwickelt.

Die Strategie-Dokumente

liegen ab sofort zur Ansicht bereit in der

Wissensdatenbank

zur Bündnis-kommunikation:

(1) [NNL-Bündniskommunikationsstrategie - Nationale Naturlandschaften](#)

(2) [Kommunikationskonzept für den Instagram-Kanal @nationalenaturlandschaften - Nationale Naturlandschaften](#)

Passwort: kommunikation

Konzept der „Wertschätzungskampagne“ der Nationalen Naturlandschaften (2026)

Der Aufbau der Kommunikationsmittel erfolgt auf Grundlage der Bündnis-Kommunikationsstrategie.

- Ziele: Die gemeinsame „Wertschätzungskampagne“ 2026 hat das Ziel, **die Summe der Angebote und Leistungen aller 141 NNL in der Gesellschaft zu platzieren, um die Wahrnehmung der NNL und ihrer Relevanz sowie die Wertschätzung der NNL zu steigern.**
- Hauptzielgruppen:
 - Besucher*innen der NNL-Social-Media-Kanäle
 - Besucher*innen der NNL und deren physischer Angebote
 - Bewohner*innen der NNL

Konzept der „Wertschätzungskampagne“ der Nationalen Naturlandschaften (2026)

4 Themencluster → 4 Kernbotschaften

Natur erleben

Hier bei uns erlebst du die Vielfalt und Schönheit unserer Landschaften hautnah und genießt unvergessliche Momente der Freude in und mit der Natur.

Umwelt verstehen

Hier bei uns verstehst du die komplexen Zusammenhänge der Natur und lernst von Experten. Dieses Verstehen fördert eine tiefere Verbundenheit mit der Natur und motiviert zum Schutz dessen, was wir kennen und schätzen.

Vielfalt bewahren

Hier bei uns bewahren wir aktiv die biologische Vielfalt sowie das reiche Natur- und Kulturerbe und machen deren Faszination sichtbar und erlebbar. Wir laden dich ein, aktiv mitzuwirken.

Zukunft gestalten

Hier bei uns gestalten wir als Modellregionen und Zukunftslabore gemeinsam eine nachhaltige Zukunft, geben Zuversicht und laden dich ein, Teil unserer Bewegung zu sein und aktiv mitzugestalten.

Konzept der „Wertschätzungskampagne“ der Nationalen Naturlandschaften (2026)

4 Themencluster → 4 Kernbotschaften → 4 Motive



Ausgangslage für die Kampagne

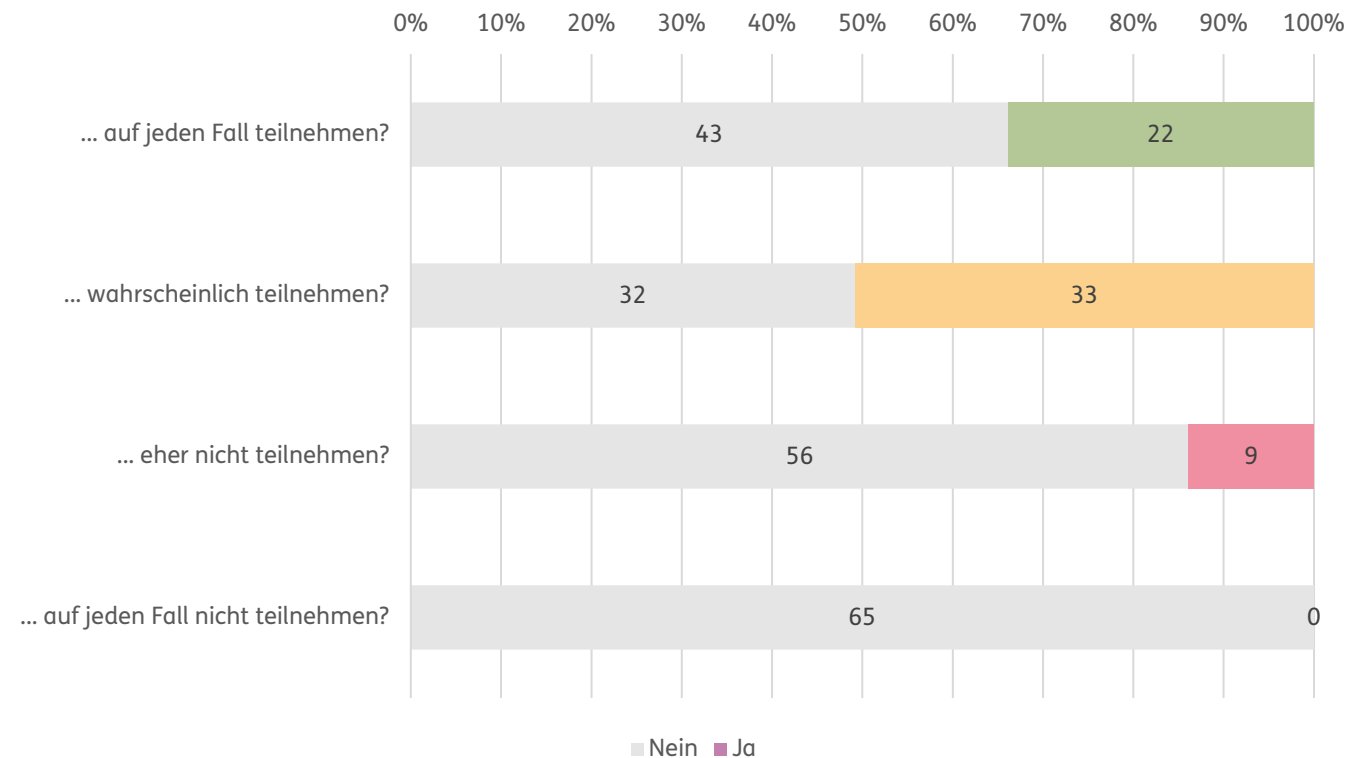
Nationale
Naturlandschaften



Gemeinsam stark als Bündnis – auch 2026!

55 Gebiete (von 65 Gebieten, 85%)
**wollen auf jeden Fall oder
wahrscheinlich** an der nächsten
Maßnahme der Bündnis-
kommunikation teilnehmen

Teilnahme nächste Maßnahme der Bündniskommunikation



Erfolge der ersten gemeinsame Maßnahme der Bündniskommunikation (2025)



**> 138.000
Teilnehmer*innen
bei ca. 170
Veranstaltungen**

(in 38 Gebieten,
exklusive der 950.000 Teilnehmer*innen
im Naturpark Taunus im Juni 2025)



Erfolge der ersten gemeinsame Maßnahme der NNL-Bündniskommunikation in 2025

Instagram

nationalenaturlandschaften
Deutschland >

Heute feiern wir den Europäischen Tag der Parke!
In 141 Nationalen Naturlandschaften!

33%

Wir sind eine große Familie.
Gemeinsam setzen wir uns für die Natur ein: auf einem Drittel der Fläche Deutschlands.

Lerne die ganze Familie kennen!

Folge uns: @Nationale Naturlandschaften

THE EUROPEAN DAY OF PARKS
Zusammen für die Natur
Europäischer Tag der Parke 2025

Europäischer Tag der Parke
Feiertag der europäischen Großschutzgebiete

Gefällt
Dann gleich liken

Spread the word

Insgesamt >130 Instagram-Beiträge gezählt
(händische Zählung)

Liked by 15 others
nationalenaturlandschaften
See the 34 comments
1 hours ago

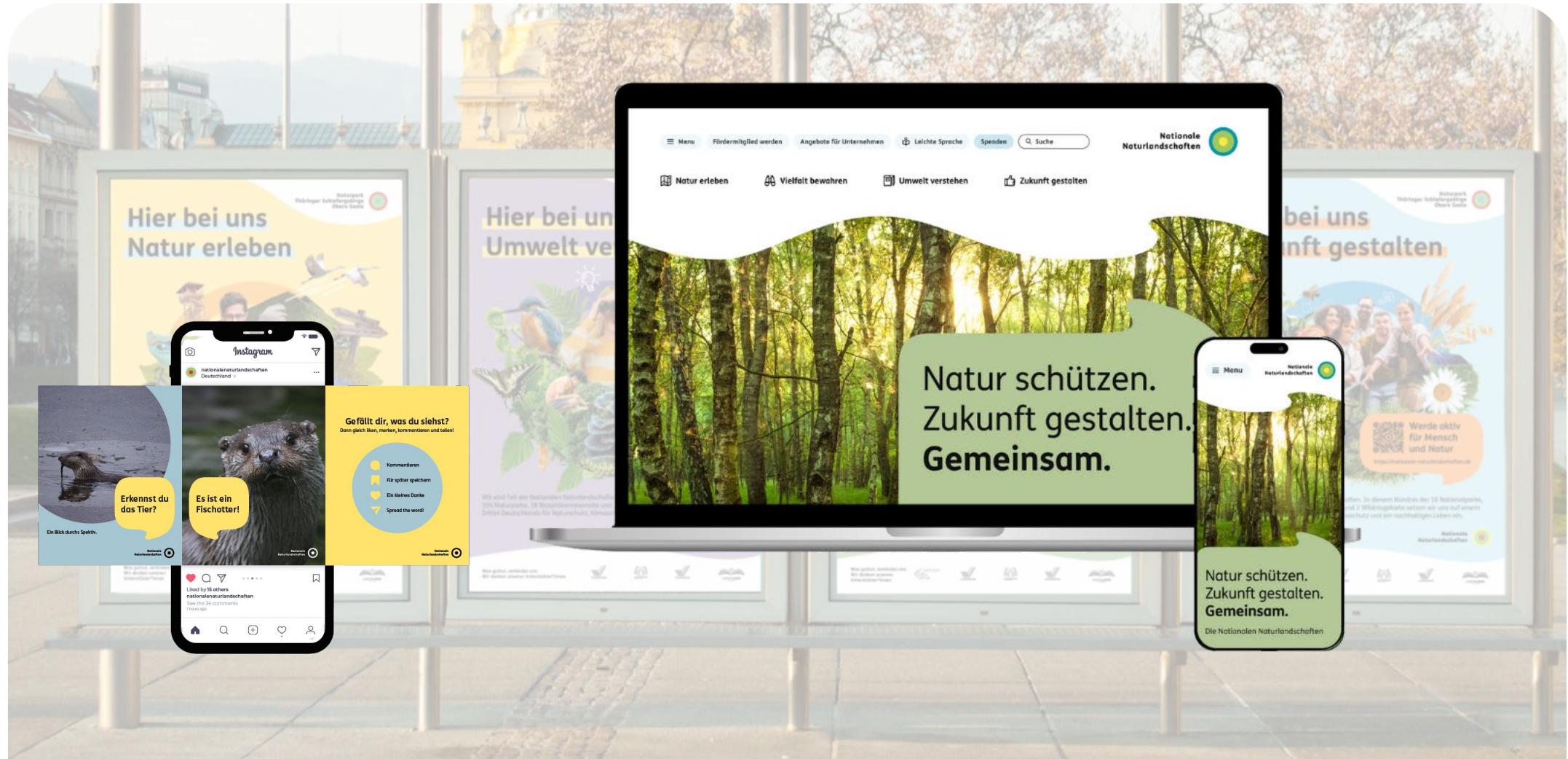
Eure Anregungen formen die Wertschätzungskampagne 2026

**Regionale
Botschaften
stehen vor Ort
im Fokus!**

**Bündniskommunikation
soll die regionalen
Botschaften ergänzen.**

**Digitale
Maßnahmen
werden gegenüber
Printprodukten
bevorzugt.**

Fazit: Unsere Wertschätzungskampagne wird digital(er)



Und: Individualisierungsmöglichkeiten sind wo immer möglich vorhanden.



Platz für das
Gebietssignet.

Platz für eine regionale
Botschaft & eine
Verlinkung der Wahl.

Kampagnen-Fokus: Social-Media-Aktivitäten

Nationale
Naturlandschaften



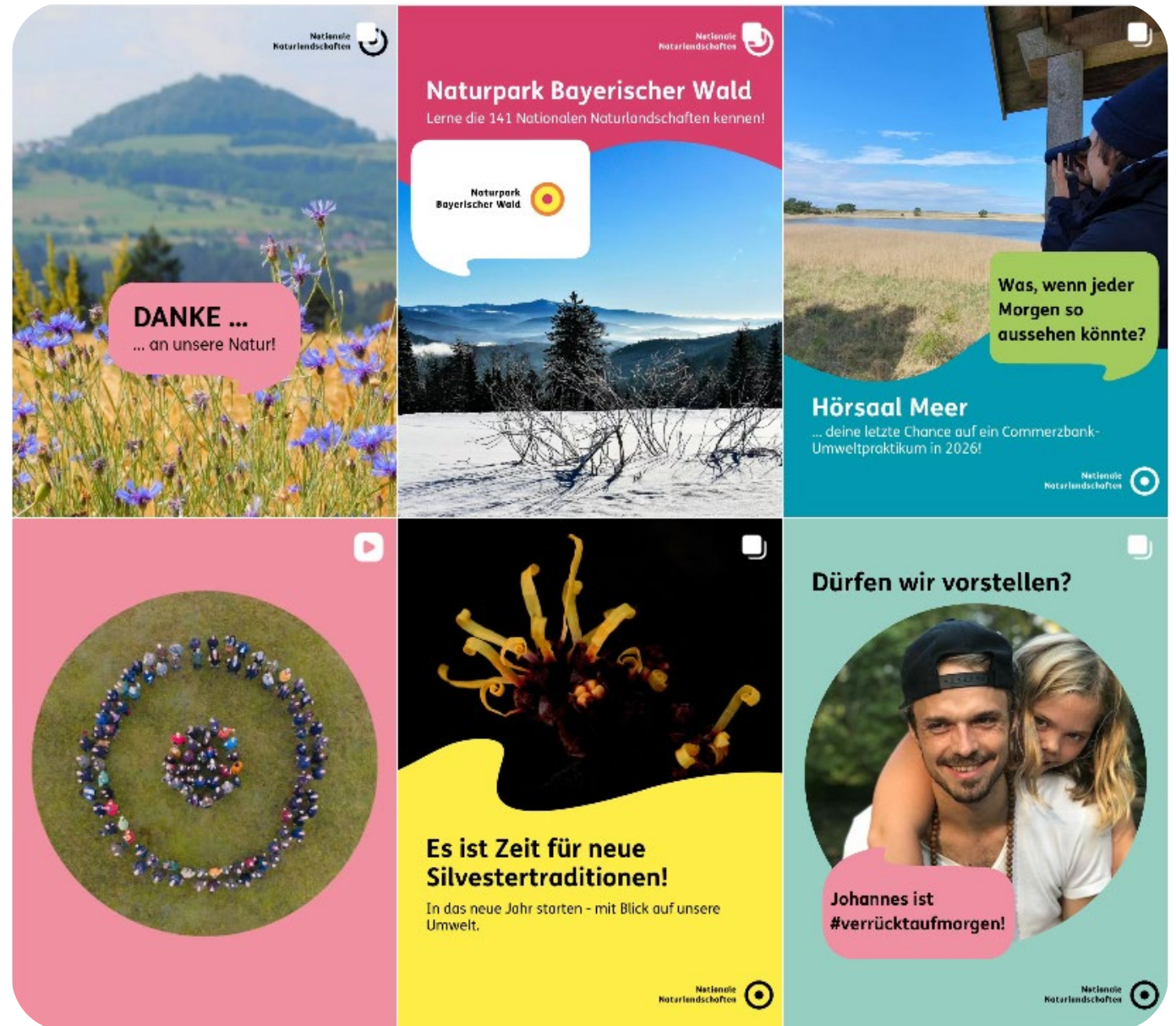
Instagram- Bündniskanal

@nationalenaturlandschaften – Fokus der Dachverbände im Bereich Social Media

Ziele: Reichweite steigern, Sichtbarkeit erhöhen, Interaktion erhöhen, Emotionen ansprechen, Community-Aufbau u.W.

Basis-Inhaltstypen:

- Gebietsvorstellung
- Projektvorstellung
- Programmvorstellung
- Aktionstage/-wochen
- Ausflugstipps
- Wissensbeiträge
- Fotospende
- Aktuelles



Social-Media-Content im Rahmen der Wertschätzungskampagne

- Geplante Inhaltstypen:
 - Rund um das Bündnis NNL
 - Inhalte aus den NNL-Themenclustern
 - Aufgreifen passender Aktionstage
- Häufigkeit: 1 Inhalt pro Woche
- Zeitraum: Mai bis Dezember 2026
- Crossposting auf dem Facebook-Bündniskanal

Erfolg der Inhalte hängt wesentlich von der Interaktion mit den Inhalten ab.

Eure Kampagnen-Aktivitäten

Nationale
Naturlandschaften



Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. **Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle**

Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle



Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle

Leitfaden zur Interaktion im NNL-Bündnis auf Instagram

Ziel: Förderung einer fortlaufenden strukturierten Interaktion im NNL-Bündnis auf Instagram

Verbreitung

Inhalte einzelner NNL-Kanäle durch den NNL-Instagram-Bündniskanal

Inhalte einzelner NNL-Kanäle durch andere NNL-Kanäle

Inhalte des NNL-Instagram-Bündniskanals durch die einzelnen NNL

Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. **Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit**
 - (a) Text- und Bildbausteinen oder**
 - (b) CD-Vorlagen**

Erstellung eigener Kampagneninhalte

zu ausgewählten Themen.

- Geplante Inhaltstypen:
 - Rund um das Bündnis NNL
 - Inhalte aus den NNL-Themenclustern
 - Aufgreifen passender Aktionstage
- ca. **1 Inhalt pro Kampagnenmonat**
- Übersicht wird im März veröffentlicht zwecks rechtzeitiger Integration in die Redaktionsplanung einer jeden NNL

Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
 - (a) Text- und Bildbausteinen oder
 - (b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. **Einsatz der digitalen Screens**

Einsatz der digitalen Screens

zum Einsatz auf digitalen Infostelen und Bildschirmen in den Räumen der NNL oder bei Präsentationen und Veranstaltungen



Formate:

- 16:9
- 9:16
- DIN Querformat
- DIN Hochformat

Wir sind eine große Familie

Platzhalter
Gebietslogo



141 Nationale
Naturlandschaften

104 Naturparke

18 Biosphärenreservate

16 Nationalparke

3 Wildnisgebiete



Nationale
Naturlandschaften





Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
 - (a) Text- und Bildbausteinen oder
 - (b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. Einsatz der digitalen Screens
2. **Nutzung von Eventmaterialien**

Nutzung von Eventmaterialien

**Großformatige Produkte als Leihgabe
von den Dachverbänden an die NNL**

- zur kostenfreien Ausleihe
- es fallen lediglich Transportkosten an

**Hierzu holen wir
in Kürze euren
Bedarf mittels
einer Umfrage
ein.**

Nutzung von Eventmaterialien

Wabenplatten

Format: DIN A1

Anzahl Sorten: 4

Material: Pappe



Nutzung von Eventmaterialien

Stellwände

Sichtbares Format:

ca. 302 cm b x 227 cm h x 29 cm t

System: Textilfaltdisplay mit faltbarem Metallgittersystem

Anzahl Sorten: 5





Nutzung von Eventmaterialien

Aufblasbarer Event-Pavillon

Format: 480 cm b x 330 cm h x 480 cm t

System: Aufblasbares Zelt, alle Elemente austauschbar (Logo wird aktualisiert)

Keine konstante Stromversorgung notwendig

Geplante Gestaltung: ergänzende Seitenwand im Kampagnenstil



Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
(a) Text- und Bildbausteinen oder
(b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. Einsatz der digitalen Screens
2. Nutzung von Eventmaterialien
3. **Verteilung von Aufklebern**

Verteilung von Aufklebern

Herz-Aufkleber als Give-Aways

Format: ca. 10 cm Durchmesser

Material: Aufkleber mit Trägerpapier

Druckauftrag erfolgt mit individueller Auflage auf eigene Rechnung durch die NNL an eine Druckerei ihrer Wahl.



Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
(a) Text- und Bildbausteinen oder
(b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. Einsatz der digitalen Screens
2. Nutzung von Eventmaterialien
3. Verteilung von Aufklebern
4. **Anbringung von Plakaten**

Anbringung von Plakaten

Individualisierbar: ✓

Format: DIN A1/A2/A3/A4

Druckauftrag erfolgt mit individueller Auflage auf eigene Rechnung durch die NNL an eine Druckerei ihrer Wahl.



Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
(a) Text- und Bildbausteinen oder
(b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. Einsatz der digitalen Screens
2. Nutzung von Eventmaterialien
3. Verteilung von Aufklebern
4. Anbringung von Plakaten
5. **Auslage von Falzflyern**

Auslage von Falzflyern

Informationsmaterial über das NNL-Bündnis

Format: quadratisch

Umfang: ca. 10 Seiten

Druckauftrag erfolgt mit individueller Auflage auf eigene Rechnung durch die NNL an eine Druckerei ihrer Wahl.

**Geplanter Inhalt:
Clusterthemen
werden grafisch
aufbereitet und
textlich vertieft**

Wir bitten um eure Teilnahme an der Kampagne wie folgt:

Auf den Social-Media-Kanälen der NNL



1. Interaktion mit den Kampagneninhalten der Bündniskanäle
2. Erstellung eigener Kampagnen-Inhalte mit
(a) Text- und Bildbausteinen oder
(b) CD-Vorlagen

Vor Ort in den NNL



1. Einsatz der digitalen Screens
2. Nutzung von Eventmaterialien
3. Verteilung von Aufklebern
4. Anbringung von Plakaten
5. Auslage von Falzflyern

Einbindung der Text- und Bildbausteine für Digital & Print

Die Bausteine ermöglichen, Kampagnenbotschaften in die regionale Kommunikation zu integrieren.

Einbindung der Text- & Bildbausteine

Zur Verknüpfung der Themen der Wertschätzungskampagne mit der regionalen Kommunikation in den NNL entsteht fortlaufend eine Sammlung von Textbausteinen und ggf. passendem Bildmaterial zu Themen wie:

Bündnis NNL

NNL-Themencluster

Aktionstage

u.Ä.

Zur Anreicherung der **regionalen Kommunikation** in den Kommunikationsfeldern

- Social Media
- Newsletter
- Print-Produkte
- Website
- Pressearbeit

Rahmeninformationen

Nationale
Naturlandschaften



Kampagnen-Zeitplan

- Vorgestellte Kampagnen-Kommunikationsmittel werden zur Verfügung gestellt März 2026
- Relaunch NNL-Website Mai 2026
- **Kampagnenstart** Mai 2026, KW 19
- Fortlaufende Bereitstellung von Kommunikationsmitteln, z.B. für Social Media Mai bis Dezember 2026
- Ende der Kampagne 31.12.2026
(Gemeinsame NNL-Bündniskommunikation fortlaufend)
- Evaluation der Kampagne Q1 2027

Die relaunched Bündnis-Website im neuen Aufbau ab Mai 2026

eine zentrale
Informationsplattform



Summe der
Leistungen und
Angebote aller NNL

interessierte
Öffentlichkeit

Umfrage

zur bedarfsorientierten Aufbereitung der Kampagne.

Themen:

- Social-Media-Nutzung
- Bedarf an Veranstaltungsmaterialien

Umfrage-Zeitraum:

21.01.-05.02.2026

Die Umfrage ist online:

<https://umfragen.naturparke.org/index.php/621569?lang=de>

**Wir bitten um
Teilnahme!**

Termine zum Austausch in der Mitgliedschaft

- Mitgliederversammlung (NNL e.V.) 12.-14.11.2025
- Bundesbeirat (VDN e.V.) 13.11.2025
- Vorstand (VDN e.V.) 17.11.2025
- Komm-Mit der AG Kommunikation 19.11.2025
- Meeting zum Ausblick auf die Wertschätzungskampagne mit allen 141 NNL 21.01.2026
- Versand der Umfrage an die Mitgliedschaft 01/2026
- Meeting kurz vor Start der Wertschätzungskampagne mit allen 141 NNL 21.04.2026, 10-11 Uhr, online

Bei Bedarf & inhaltlicher Passung kommen Austauschmöglichkeiten auf AG-Treffen hinzu.

Feedback oder Fragen zur Wertschätzungskampagne?

Mitglieder von VDN e. V.:

Sophie Mühleip
sophie.muehleip@naturparke.de
0151-29478596 (Mo bis Do)

Mitglieder von NNL e. V.:

Saskia Letz
saskia.letz@nationale-naturlandschaften.de
030-2887882-24 (Mo bis Do)

Schritt für Schritt ...

**... zu mehr Bekanntheit, Relevanz und Wertschätzung
der Nationalen Naturlandschaften in der Gesellschaft.**