

How To «Kommunikation Partnerunternehmen»

(Stand August 2025)

Anleitung für die Kommunikation der Engagements von Seiten der Partnerunternehmen bez. der Werte der Schweizer Pärke

Inhalt

1. Einführung	2
2. Toolbox	2
3. Schriftzug, individuelle Auszeichnung und Terminologie	3
4. Verwendung Handout «Anwendungsbeispiele»	4
5. Weitere Inspirationen: Botschaften, Standorte und Materialien	7

1. Einführung

Das Programm Partnerunternehmen basiert auf den 7 Werten der Schweizer Pärke, welche von den Pärken erarbeitet und 2022 kommunikativ aufbereitet wurden ([>Werte herunterladen](#)). Die Werte können von allen Pärken und von Partnerunternehmen der von der Kommission Partnerunternehmen validierten Pärke verwendet werden.

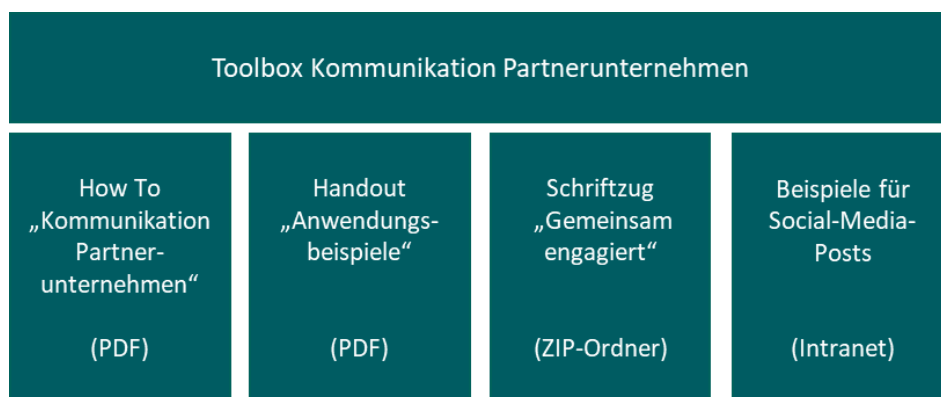
Um Partnerunternehmen in validierten Pärken, eine Orientierung für die Kommunikation ihrer konkreten Maßnahmen (Engagements) zugunsten der Werte der Schweizer Pärke / Nachhaltigkeit im weiteren Sinne zu bieten, wurde von den Geschäftsführenden entschieden eine Toolbox für die Kommunikation von Seiten der Partnerunternehmen zu entwickeln.

Diese Toolbox ist das Ergebnis aus verschiedenen Arbeitsgruppensitzungen mit den Kommunikationsverantwortlichen der Pärke sowie einer Pilotphase mit 2 Pärken (Biosfera Val Müstair und Jurapark Aargau). Dieses How To ist Bestandteil der Toolbox. Die Toolbox soll dem Park als Hilfsmittel dienen und im Rahmen des Standortgesprächs eingesetzt werden.

Ziel ist, dass Partnerunternehmen ihre Engagements zu den Werten der Schweizer Pärke über verschiedene Kommunikationsmittel hervorheben. Dies schafft eine bessere Visibilität für die Unternehmen, stärkt deren Positionierung zur Nachhaltigkeit und eröffnet neue Perspektiven.

Wichtig: Jedem Partnerunternehmen ist frei überlassen, Engagements wie hier vorgeschlagen zu kommunizieren. Die Toolbox soll Möglichkeiten aufzeigen, die von den Unternehmen bei Bedarf verwendet werden können. Gleichzeitig fördert sie eine kohärente Kommunikation in allen Pärken, die das Programm Partnerunternehmen umsetzen. Pärke, die zusätzliche individuelle Unterstützung wünschen, können sich an das Netzwerk wenden.

2. Toolbox



Die Toolbox Kommunikation Partnerunternehmen besteht aus den folgenden 4 Elementen:

1. **How To:** Anleitung mit Erklärungen für die Pärke bez. der Kommunikation Partnerunternehmen

2. **Handout «Anwendungsbeispiele»:** Sammlung von Anwendungsbeispielen für die Kommunikation der Engagements von Seiten der Partnerunternehmen.
3. **Schriftzug "Gemeinsam engagiert":** Kurzfassung der Werte der Schweizer Pärke. Dieser Satz ist in vier Sprachen verfügbar und dient als gemeinsames Element der Pärke.
4. **Beispiele für Beiträge in sozialen Medien:** Das Netzwerk sammelt nach und nach Beiträge (von Pärken und Partnerunternehmen) und stellt diese im [Intranet](#) zur Verfügung.

3. Schriftzug, individuelle Auszeichnung und Terminologie

Der Schriftzug «Gemeinsam engagiert» sowie die individuelle Auszeichnung sind zentrale Elemente für eine kohärente Kommunikation Partnerunternehmen.

1) Schriftzug

Der Schriftzug ist das einzige Element, welches in allen Pärken gleich ist und somit ein verbindendes Element darstellt. Der Satz «*Gemeinsam engagiert für Natur, Mensch und Region*» ist eine Kurzfassung der Werte, deren Schreibweise übernommen wurde. Der Satz ist in vier Sprachen, drei Farben und drei Formaten verfügbar:



Français: *Engagés ensemble pour la nature, les gens et la région.*
 Italiano: *Insieme, impegnati per la natura, le persone e la regione.*
 Rumantsch: *Engaschats da cuminanza per la natira, ils umans e la regiun.*

Bemerkung: Der Satz wurde auf Deutsch im Rahmen von Arbeitsgruppen erstellt und von den Pärken übersetzt (Französisch: Parcs Jura vaudois, Chasseral und Gruyère Pays d'Enhaut; Italienisch: Parco Val Calanca; Rätoromanisch: Biosfera Val Müstair).

2) Individuelle Auszeichnung

Jeder Park, der über ein validiertes Partnersystem verfügt, kommuniziert dieses gemäss seinem CI/CD. Die Kombination der Auszeichnung Partnerunternehmen mit dem Parklogo verhilft dem Park zu mehr Sichtbarkeit und fördert die Identifikation mit dem Park. Es ist nicht erlaubt, das grüne Kreuz (BAFU) im Zusammenhang mit dem Programm Partnerunternehmen zu verwenden. Für Pärke, die eine neue Auszeichnung einführen, wird empfohlen, die Kommission Partnerunternehmen zu konsultieren, um die Konformität sicherzustellen.

Beispiel:



3) Terminologie

Im Folgenden ist die empfohlene Terminologie für die Kommunikation im Programm Partnerunternehmen aufgeführt. Es ist entscheidend, diese Begriffe zu verwenden, um Verwechslungen mit anderen Verfahren oder Initiativen zu vermeiden. Besonders wichtig ist, Fachjargon aus dem Bereich der Zertifizierung/Labelvergabe zu vermeiden, da das grundlegende Prinzip des Programms auf Zusammenarbeit und kontinuierlicher Verbesserung beruht – nicht auf der Vergabe eines Labels.

Do's

DE	FR
Partnerunternehmen	Entreprises partenaires
Programm Partnerunternehmen	Programme Entreprises partenaires
Partnersystem, welches auf den Werten der Schweizer Pärke basiert	Système de partenariat basé sur les valeurs des parcs suisses
Auszeichnung Partnerunternehmen	Distinction Entreprises partenaires
Standortgespräch	Entretien d'évaluation
Standortgesprächsformular	Formulaire de l'entretien d'évaluation
Standortgesprächsverantwortliche	Responsable de l'entretien d'évaluation
Partnerschaftsvereinbarung	Convention de partenariat
Kommission Partnerunternehmen (KoPU)	Commission Entreprises partenaires (CoEP)
Lokale Partnerkommission	Commission locale Entreprises partenaires

Dont's

DE	FR
Zertifizierung Partnerunternehmen	Certification Entreprises partenaires
Label Partnerunternehmen	Label Entreprises partenaires
Zertifizierte Betriebe	Entreprises certifiées
Audit	Audit
Coaching	Coaching
Coach oder Auditor	Coach ou Auditeur/trice
Coaching-Formular oder Audit-Formular	Formulaire de coaching ou Formulaire d'audit
Nationale Kommission Partnerunternehmen	Commission nationale Entreprises partenaires

4. Verwendung Handout «Anwendungsbeispiele»

Das Handout "Anwendungsbeispiele" enthält eine Reihe von Skizzen für die Strukturierung von verschiedenen Kommunikationsprodukten. Es umfasst acht Beispiele (Tür, Rezeption, Eingang, Gästemappe, Speisekarte, Buffet, Website, soziale Medien), die den Pärken und den Unternehmen als Orientierung für die Umsetzung der Kommunikation der Engagements dienen sollen.

Die in diesen Beispielen verwendeten Schriftarten, Schriftfarben, Fotos usw. dienen ebenfalls nur der Veranschaulichung. Es steht dem Park und dem Partnerunternehmen frei, die Gestaltungselemente selbst

festzulegen. Gleichzeitig ist es wichtig zu beachten, dass die Verwendung des Schriftzugs und der individuellen Auszeichnung die Sichtbarkeit der Werte/ des Parks erhöhen.

Die acht Beispiele stammen aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, sind aber so konzipiert, dass sie auch für Partnerunternehmen aus anderen Sektoren Verwendung finden. Sie veranschaulichen eine mögliche Vorgehensweise für die Entwicklung der Kommunikationsmittel, insbesondere, wie Engagements formuliert (Länge und Stil) und wo die verschiedenen Kommunikationselemente platziert werden können (Struktur).

Das Handout «Anwendungsbeispiele» (PDF) kann mit einem Farbdrucker ausgedruckt und während der Standortgespräche den Partnerunternehmen gezeigt werden.

Erläuterung der Beispiele

Die Skizzen aus dem Handout werden im Folgenden einzeln erklärt.

Tür

Emaill- oder Metallplatte

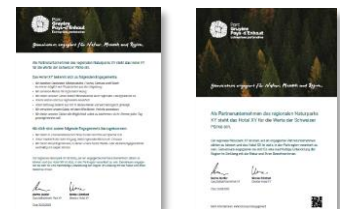
- Ort: Die Platte kann an der Außenwand angebracht werden, z. B. neben der Eingangstür des Partnerunternehmens.
- Material: Das Material kann aus Emaille oder Metall bestehen, welche langfristig sehr widerstandsfähig sind. Die Pärke und ihre Partner können auch andere Materialien wählen, wenn es dafür lokale Lösungen gibt.



Rezeption / Eingang

Commitment

- Versionen: Es gibt 2 Versionen des Commitments – eine längere (mit den einzelnen Engagements) und eine kürzere (ohne spezifische Engagements).
- Name des Dokuments: Es ist wichtig, das Dokument "Commitment" zu nennen (statt "Zertifikat" oder «Urkunde», welche Begriffe sind, die im Zusammenhang mit «Labels» verwendet werden). Erinnerung: Das Partnerprogramm ist kein Labelprogramm. Es ist ein Prozess für die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Park und die stetige Verbesserung. Durch das Commitment bekennen sich beide Parteien zu dieser Zusammenarbeit.
- Ort: z. B. Eingangshalle, Rezeption, Wartezimmer, Geschäft, Empfang, Boutique usw.
- Material: z.B. Papier, Karton, Poster, mit oder ohne Rahmen (Vorschlag: aus lokalem Holz).
- Datum: Es wird empfohlen, auf dem Commitment keine Gültigkeitsdauer anzugeben, sondern nur das Datum der Unterschrift. Dieses zeigt an, dass die Partnerschaft gültig und aktuell ist.



Hotelzimmer



Gästemappe

- **Ort:** Gästemappe im Hotelzimmer für die ausführliche Kommunikation der Engagements. Diese ausführliche Form kann an verschiedenen Orten des Unternehmens angewandt werden.

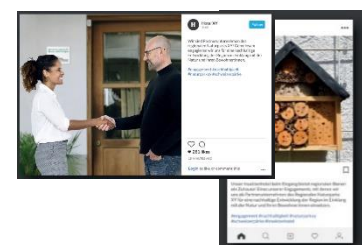
Menu / Frühstücksbuffet

- **Ort:** Engagements des Partnerunternehmens in Bezug auf regionale Produkte können, wie in diesen beiden Beispielen, in der Speisekarte eines Restaurants (auf Papier; als Aufkleber) oder auf einer kleinen Faltkarte neben dem Buffet kommuniziert werden.



Website / Soziale Medien

- **Website:** Der Schriftzug und die individuelle Auszeichnung sind Symbole der Partnerschaft. Sie weisen darauf hin, dass Besucher:Innen der Website, nach dem «Klick» mehr über die Engagements des Unternehmens bezüglich Nachhaltigkeit erfahren können.
- **Soziale Medien:** Hier sind zwei Beispiele dargestellt:
 - Im ersten Beispiel wird die neue Partnerschaft mit dem Park angekündigt.
 - Der zweite Post veranschaulicht ein spezifisches Engagement (hier in Verbindung mit dem Thema Biodiversität).

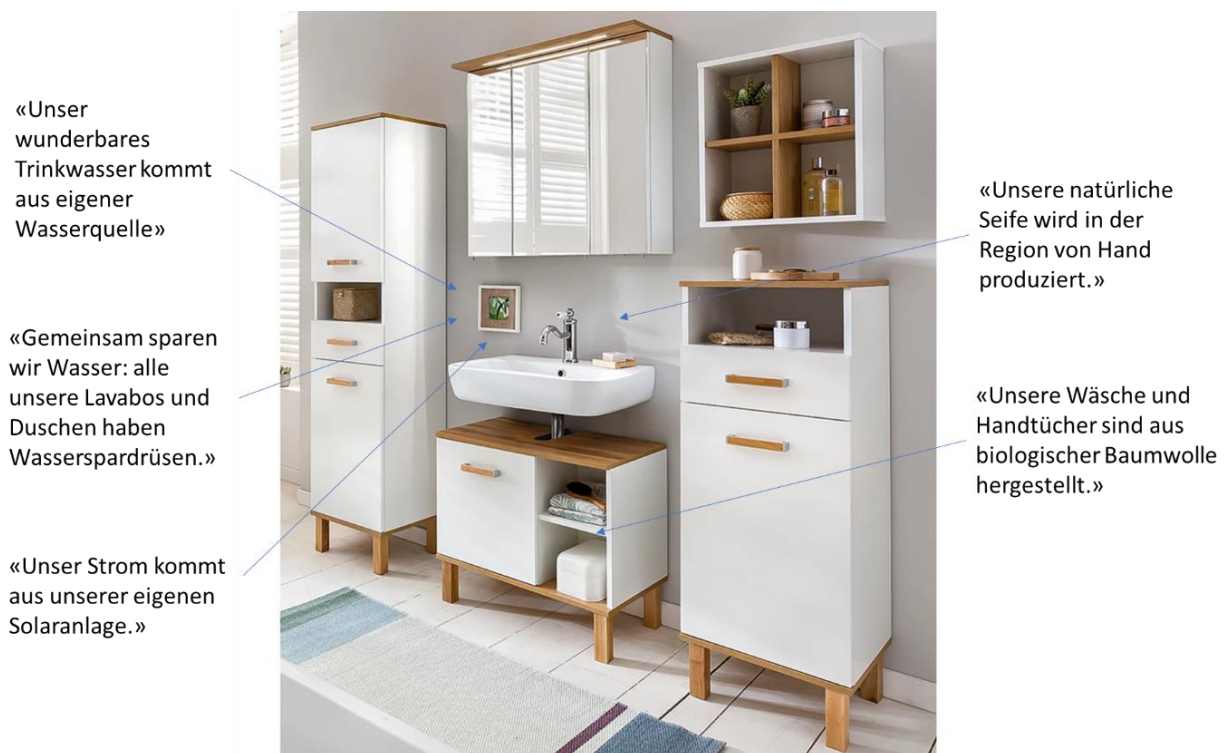


5. Weitere Inspirationen: Botschaften, Standorte und Materialien

In diesem Abschnitt werden weitere Beispiele für die Kommunikation der Engagements von Seiten der Partnerunternehmen vorgestellt. Diese sollen zur Inspiration dienen, wo und wie Engagements sinnvoll kommuniziert werden können (welche Kernbotschaft, an welcher Stelle und auf welchem Material).

Botschaften und Standorte

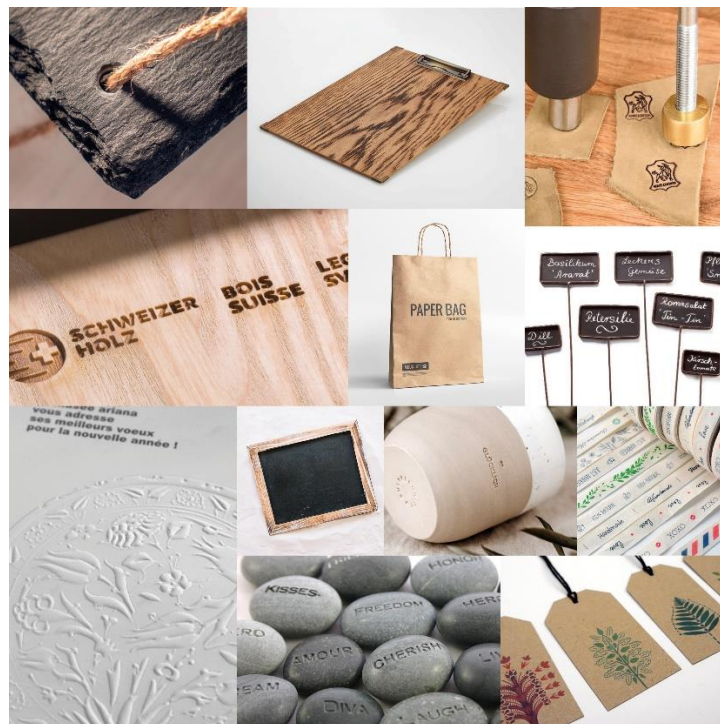
Im folgenden Beispiel ist ein Badezimmer (es könnte aber auch eine Küche, ein Fitnessstudio, ein Friseur usw. sein) mit Zugang zu Wasser, Strom und anderen Ressourcen (Textilien, usw.) dargestellt. Es ist wichtig einen Raum nicht mit Botschaften zu überladen und nur für das Unternehmen relevante Botschaften auszuwählen.



Materialien

Die persönliche Note und Authentizität sind wichtige Aspekte für eine sinnhafte Kommunikation der Engagements. Wenn erwünscht, kann die papierbasierte Kommunikation durch Worte, die auf Schiefer, einer geschnittenen Holztafel oder einem gravierten Stein geschrieben sind, ergänzt werden. Dies, um mithilfe von «warmen» Materialien, die Philosophie des Unternehmens widerzuspiegeln. In den Pärken ist die Wahl eines natürlichen Materials empfohlen.

Hier sind einige allgemeine Beispiele für die Umsetzung:



Und hier ein zwei Beispiele aus den Pärken:

