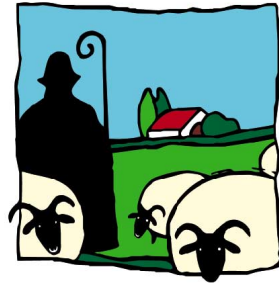


HEIMAT
BRAUCHT
FREUN.DE

MARKETING-INITIATIVE ZUR ERHALTUNG NIEDERSÄCHSISCHER KULTURLANDSCHAFTEN

WWW.HEIMAT-BRAUCHT-FREUN.DE





HEIMAT
BRAUCHT
FREUN.DE

Auftraggeber/Initiator

Bund für Umwelt und Naturschutz, BUND
Landesverband Niedersachsen e.V.

Projektleitung

Carola Sandkühler
Geschäftsführung BUND LV Nds. e.V.

Projektentwicklung/Projektmanagement

Volker Rinne, BUND LV Nds. e.V.

Förderer

- Deutsche Bundesstiftung Umwelt, DBU
- Niedersächsische Lottostiftung

Dauer

1. Oktober 2004 bis 31. März 2007

BUND LV Niedersachsen e.V.
Goebenstraße 3a
D-30161 Hannover

Tel. 05 11 / 9 65 69 - 0
Fax 05 11 / 66 25 36
eMail bund.nds@bund.net

1. Analyse

Zahlreiche Naturschutzgebiete in Niedersachsen sind klassische »Kulturlandschaften«. Sie sind durch die Einwirkung des Menschen gestaltet und geprägt worden. Berühmtes Beispiel einer klassischen Kulturlandschaft ist die Toscana.

Bekannte Beispiele in Niedersachsen sind die »**Lüneburger Heide**« und die »**Oberharzer Bergwiesen**«. Durch extensive Beweidung der Landschaft entstanden Landschaftsbilder, die in ihren Ausprägungen heute einmalig sind und für bestimmte Pflanzen und Tiere ein einzigartiges Refugium darstellen. Die extensive Bewirtschaftung dieser Landschaften, wie z.B. Schafbeweidung oder Beweidung mit Galloway Rindern, ist mit einer marktorientierten Landwirtschaft nicht mehr vereinbar.

Für Niedersachsen als Flächenland ist eine **leistungstarke und großflächige landwirtschaftliche Nutzung** von erheblicher Bedeutung. Die Förderung der Flächenbewirtschaftung und -pflege in den Schutzgebieten bedarf einer finanziellen Unterstützung durch die Öffentliche Hand. Diese Zuwendungen werden jedoch immer problematischer.

Daher sind **neue Finanzierungsmodelle** erforderlich, um diese – nicht nur aus Sicht des Naturschutzes – notwendigen Aufgaben auch zukünftig aufrecht erhalten zu können.

Der **Erhalt von Kulturlandschaften und der Artenschutz** sollen in stärkerem Maße über den Markt unterstützt werden. Dies wird nur über bestimmte Zielgruppen und Nischen möglich sein. **Angebotsbündelungen und logistische Synergien** sind für eine Absatzverbesserung Voraussetzung.

Moor- und Heidschnuckenfleisch oder andere Produkte bzw. Dienstleistungen wie Landurlaub oder Exkursionen, die zur Erhaltung naturschutzwertiger Kulturlandschaften beitragen, brauchen eine stärkere Marktposition und Angebotsbündelung sowie verlässliche und kundenfreundliche Lieferbedingungen.

Verkaufsfördernde Werbe- und PR-Maßnahmen sollen den Produktzusatznutzen »Landschaftserhalt« als Wort-Bild-Marken-Image (»Heimat braucht Freunde«) installieren.

Für eine überregionale Vernetzung und Bündelung der regionalen Angebote werden auch **strategische Kooperationen** mit bestehenden Logistikstrukturen im Handel angestrebt. Diese Strukturverbesserungen sollen die betreffenden Produkte und Dienstleistungen markt- und konkurrenzfähiger machen.

Der Produktzusatznutzen, der Erhalt traditioneller, artenreicher oder kulturgeschichtlich bedeutsamer niedersächsischer Kulturlandschaften, sollte so kommuniziert werden, dass er vom Kunden als bedeutsam eingestuft wird. Eine Akquise der spezifischen Kundengruppen, die diesen Zusatznutzen auch über den Preis und über Kundentreue honorieren können, ist vorrangiges Ziel. Entscheidend wird es sein, ein **gesellschaftlich akzeptiertes und gewolltes Image** für die Produkte aus der Landschaftspflege aufzubauen.

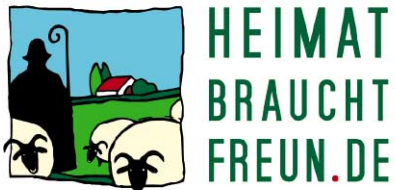
2. Ziele

- **Erhalt** traditioneller, artenreicher, extensiv bewirtschafteter **niedersächsischer Kulturlandschaften** im Landschafts- und Naturschutz
- **Förderung der extensiven Bewirtschaftung** durch eine Verbesserung der Produktvermarktung: bessere Vernetzung von Erzeugern-Vermarktern-Verbrauchern
- **Image-Verankerung** (»Heimat braucht Freunde«)
- **Akzeptanz höherer Preise** (im Vergleich zu Importen) bei bestimmten Zielgruppen
- **Langfristige Bindung der Kunden** an die beworbenen Produkte und Dienstleistungen
- Die Initiative soll sich **mindestens zwei Jahre** über die Projektfinanzierung hinaus als »sich refinanzierendes Konzept« mit saisonalen Aktionen (Plakataktion, Events, PR) tragen.

3.1. Wort-Bild-Marke/Corporate Design

Das Projekt tritt mit folgendem Corporate Design auf:

- Slogan
»Heimat braucht Freunde«
Marketinginitiative zur Erhaltung niedersächsische Kulturlandschaften
- Wort-Bild-Marke



3.2. Plakatserie

HEIMAT BRAUCHT FREUN.DE



Ministerpräsident Christian Wulff Mathias Dreier, Schäfer

**MARKETING-INITIATIVE ZUR ERHALTUNG
NIEDERSÄCHSISCHER KULTURLANDSCHAFTEN**

WWW.HEIMAT-BRAUCHT-FREUN.DE



Ein Projekt des
BUND LV Niedersachsen e.V.
Goebenstraße 3a
D-30161 Hannover

Tel. 05 11 / 9 65 69 - 0
Fax 05 11 / 9 65 69 - 27
eMail bund.nd@bund.net

3.3. Internetpräsenz



3.4. Das Maskottchen »Schnucki«



4. Maßnahmen

4.1. Kernzielgruppe: Kommunikatoren

- **Sommerfest der Landesregierung**
in Berlin am 27.06.05
- **Präsentation im Zentrum für Umweltkommunikation (ZUK),**
Osnabrück am 21.09.05
- **weitere PR-Maßnahmen**

4.2. Kernzielgruppe Endverbraucher (ab 10/2005)

- PR-Maßnahmen, teilweise mit Biospitzenköchen
- Landespresseball
- Hannover isst phantastisch
- Tag der Regionen
- Großraumentdeckertag, 12/05
- Sommerfest Herrenhausen
- NDR Sommerfest
- Madsack Jahresempfang
- Gartenfestivals
- Präsenz auf Messen (infa 10/05, Bio Nord – Fachmesse für den engagierten Naturkost-Einzelhandel, Herbst 05)

5. Zeitleiste

Phase I bis 10/2005

- Recherche Produzenten / Aufbau strategischer Partnerschaften / Medienpartner
- Konkretisierung des Marketing-Konzepts

Phase II ab 10/2005

Start Oktober 2005: Pressekonferenz Meyer's Hof

- Ansprache der Endkunden
- Umsetzung des Marketing-Konzepts
- Weiterer Ausbau strategischer Partnerschaften / Sponsoren
- Integration von Produzenten in Maßnahmen

Phase III ab 5/2006

Start mit zentraler Auftakt-Veranstaltung auf dem Opernplatz Hannover bzw. Innenhof Landesmuseum

- Präsentation des 1. Produktkataloges
- Abschluss der Produzentenakquise

6. Was zur Zeit geschieht...

Hintergrundrecherche

Erstellen einer Adressenliste niedersächsischer Landschaftspfleger. Hierzu geht eine Anfrage an die oberen und unteren Naturschutzbehörden und das Nieders. Landesamt für Ökologie (NLÖ) mit folgendem Fragekatalog:

- Welche NSG und LSG etc. liegen im Bezirk, die zu ihrem Erhalt Pflegemaßnahmen benötigen?
- Welche landwirtschaftlichen Betriebe mit flächengebundener Tierhaltung (Rinder/Schafe) bewirtschaften welche Fläche?
- Welche Tierarten und welchen Tierbesatz weisen die Flächen auf?
- Welche Förderprogramme werden im Bezirk umgesetzt?

Erste Maßnahmen

- Konzeption eines **Flyers** zur Akquise von **Erzeugern/Dienstleistern und Anbietern**
- Konzeption eines **Flyers** zur Akquise von **potentiellen Abnehmern, Ko-Logistikern und MeinungsträgerInnen**
- Konzeption einer **Plakataktion**: Aufnahmen mit Opinionleadern aus den Bereichen Politik, Kirche, Kultur, Sport, Verbände, Industrie, TV, die ein Lamm auf dem Arm tragen
Text: Slogan, Wort-Bild-Marke, Internetanschrift bzw. Veranstaltungshinweise
- Konzeption eines **Internetauftritts**, der die »schönen geschützten niedersächsischen Kulturlandschaften«, ihre Erzeuger und ihre Produkte bzw. Dienstleistungen vorstellt. Der Auftritt soll informieren und vermarkten.

Das Projekt zielt darauf ab, dass auf Basis der Website-Daten, ein Katalog, ein Buch oder ein ähnliches Kompendium herausgegeben wird, um auch als Printmedium die regionalen Angebote für Verbraucher und Vermarkter gebündelt und bezugsfertig nachzuweisen.

- Konzeption von **Events** wie »Schaukochen« mit Biospitzenköchen (gefördert vom BMVEL) vor Journalisten, Gastronomen, Großverbrauchern und Caterern.
- Konzeption von **Auftritten auf Messen, Festen und Bällen** in Norddeutschland
- Konzeption einer langfristigen **Medienkooperation** mit Fernsehen, Rundfunk, regionaler Tagespresse, Szene-Magazinen etc.
- Kontinuierliche, intensive **Pressearbeit**
- Konzeption eines **Kochbuchs** mit Rezepten aus den beworbenen Produkten, von norddeutschen Gastronomen vorgestellt und originell illustriert
- Kontaktaufnahme zu zusätzlichen **Sponsoren und strategischen Partnerschaften**

Kontakt

BUND LV Niedersachsen e.V.
Volker Rinne
Goebenstr. 3a
30161 Hannover

Tel. 0511/9 65 69-14
Fax 0511/66 25 36
email volker.rinne@bund.net

Idee / Projektentwicklung

Volker Rinne

Realisation / Gestaltung

Dr. Birgit Grüßer
Agentur für Marketing & Kommunikation
Im Hückedal 19D
30974 Wennigsen-Holtensen
www.agentur-gruesser.de