



Partner



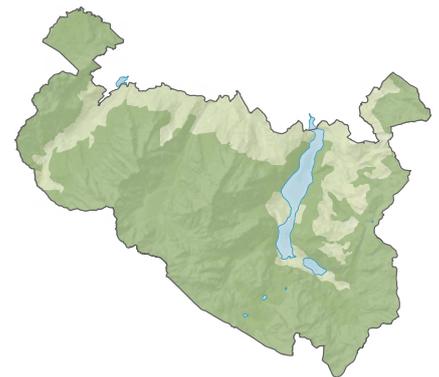
Nationalpark
Berchtesgaden

**»Partner-Initiative«
des Nationalparks Berchtesgaden**

AGENDA 2030
17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen
Nationale Naturlandschaften e. V.

Inhalt

Leitfaden	3
Themenkatalog	5
Logo der »Partner-Initiative« – ein Qualitätszeichen	6
Erfassung der Umweltleistungen / Aufnahmeantrag	8
Vereinbarung	12



IMPRESSUM

Herausgeber

Nationalparkverwaltung Berchtesgaden
Leitung: Dr. Roland Baier

Doktorberg 6
83471 Berchtesgaden
DEUTSCHLAND

T +49 8652 9686-0
F +49 8652 9686-40
poststelle@npv-bgd.bayern.de
www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de

Stand

November 2022

Projektleiter und Ansprechpartner

Oliver Pohl

Kontakt

oliver.pohl@npv-bgd.bayern.de
T +49 8652 9686-117

Der Nationalpark Berchtesgaden

Einzigster alpiner Nationalpark Deutschlands

Gründungsdatum: 1. August 1978
[Zweitältester Nationalpark Deutschlands]

Grundbesitzer: Freistaat Bayern

Nationalpark-Gemeinden: Berchtesgaden,
Ramsau, Schönau am Königssee

Verwaltungsstruktur: Nachgeordnete Behörde des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz [StMUV]

Größe: ca. 210 km² [20 808 ha]

Kernzone: 75 % [seit 2014]

Landschaftsform: Hochgebirge

Höhenamplitude: 2 300 m
[Grund Königssee 413 m ü. NN –
Watzmann 2 713 m ü. NN]

Motto: »Natur Natur sein lassen«

Mitarbeiter: 155

IUCN-Kategorie: II

Besucher: 1,6 Mio. pro Jahr

.....

1 Leitfaden

1. Vorwort

Mit dem Netzwerk »Partner-Initiative« möchte die Nationalparkverwaltung Berchtesgaden einen Baustein zur Transformation schaffen. Hier vor Ort sind viele Bürgerinnen und Bürger, Betriebe, Unternehmen, Organisationen sowie Vereine und Verbände bereits auf vielfältige Weise engagiert, die globalen Herausforderungen unserer Zeit anzunehmen und Lösungen zu finden. Diesen positiven Kräften möchten wir eine Plattform geben und gemeinsam mit Ihnen die Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren Welt ermöglichen. Eine intakte Natur spielt dabei eine wichtige Voraussetzung. Natürliche Prozesse zu schützen, Forschungen durchzuführen, Bildung zu ermöglichen und Erholung zu gewährleisten - das sind die Aufgaben der Nationalparkverwaltung. Wir freuen uns, wenn Sie dabei sind.

1.1 Identifikation

Partner identifizieren sich mit den Zielen des Nationalparks und verstehen sich als Botschafter. Darüber hinaus engagieren sie sich mit eigenem nachhaltigem Handeln in der Region. Basis des Netzwerkes sind die 17 Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Darauf aufbauend sind vier Kernbereiche **Identifikation, Umwelterorientierung, Regionalität und Qualität/Service** zur Qualitätssicherung durch unseren Dachverband Nationale Naturlandschaften e.V. (NNL) genannt.

1.2 Mindestkriterien

Um ein gleichmäßig hohes Niveau unter den Partnern zu gewährleisten, sind Mindestkriterien zu erfüllen, die ein unabhängiger Beirat prüft, bevor eine Anerkennung stattfindet. In einem persönlichen Gespräch können darüber hinaus noch weitere, individuelle Angaben gemacht werden.

1.3 Wer bestimmt über eine Mitgliedschaft?

Dem Partner-Beirat werden von der Nationalparkverwaltung die Anträge vorgelegt. Er tritt halbjährlich zusammen und entscheidet über die Anerkennung als Partner.

- Eine vertragliche Vereinbarung dokumentiert das gemeinsame Handeln.
- Nach Prüfung und Anerkennung durch den unabhängigen Partner-Beirat bekommen die Partnerbetriebe das Zertifikat des Nationalparks Berchtesgaden für zunächst drei Jahre verliehen. Mit dem Partner-Logo können Partner aktiv werben.
- Über die Beendigung der Partnerschaft entscheidet der Partner-Beirat, z. B. in Folge einer nicht erfolgreichen Rezertifizierung.
- Ein benannter Ansprechpartner in der Nationalparkverwaltung steht Ihnen in allen Belangen zur Verfügung und gewährleistet auch ein Konfliktmanagement.
- Vorbereitend gibt es ein individuelles Beratungsgespräch. Alternativ werden Informationsveranstaltungen im »Haus der Berge« organisiert. Dies ist für jeden Interessenten unverbindlich, gilt aber als Voraussetzung für eine Teilnahme. Hier werden Begriffe wie Agenda 2030, 17 SDGs, CSR-Drei-Ebenen-Modell, EMAS, DIN ISO 26 000 und nachhaltiges Management kompetent und verständlich erläutert. Im Dialog sollen Möglichkeiten gefunden werden, wie die 17 Ziele hier vor Ort umgesetzt bzw. integriert werden können. Wünschen Partner mit ihrer Belegschaft aufgrund innerbetrieblicher Umstände einen individuellen Termin (vor Ort bei Ihnen), so ist das nach Vereinbarung auch möglich.

1.4 Was leistet der Nationalpark?

- Die Nationalparkverwaltung Berchtesgaden schafft die Struktur der »Partner-Initiative«, leistet die Organisation und pflegt das Netzwerk.
- Jeder Partner wird individuell betreut – es gibt keine Pauschalität für alle. Die Nationalparkverwaltung ist der Meinung, dass nur eine individuelle Erfassung der Umweltleistung ein Bild der gesamten Leistungsvielfalt widerspiegeln kann.
- Partner erhalten von der Nationalparkverwaltung Informationsmaterial über den Nationalpark und die Agenda 2030.
- Die »Partner-Initiative« wird mit den Partnern auf der Homepage des Nationalparks prominent präsentiert.
- Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit wird auf verschiedenen Kanälen geboten.

- Für Partner veranstaltet die Nationalparkverwaltung informative Events, die in direktem Bezug zum Nachhaltigkeitsmanagement stehen.
- Darüber hinaus informiert die Nationalparkverwaltung mit der Partner-Post über aktuelle Entwicklungen und Trends.
- Jeder Partner erhält eine Urkunde, das Partner-Logo als Datei sowie eine Partner-Plakette, die zur Montage an Wänden im Innen- oder Außenbereich geeignet ist.
- Die Nationalparkverwaltung entwickelt die »Partner-Initiative« zukunftsfähig weiter und organisiert die Rezertifizierungen im Drei-Jahres-Rhythmus.

1.5 Gemeinsame Ziele

- Stärkung regionaler, umweltschonend hergestellter Produkte und ihrer Erzeuger
- Stärkung eines nachhaltigen Tourismus
- Schutz des historisch gewachsenen kulturellen Erbes
- Unterstützung von Organisationen und Betrieben bei der Umsetzung der AGENDA 2030 mit den 17 Zielen für ein nachhaltiges, ressourcenschonendes und verantwortungsvolles Handeln im Sinne der Bayerischen Nachhaltigkeitsstrategie:
www.nachhaltigkeit.bayern.de
- Steigerung des Imagegewinns für die Beteiligten
- Unterstützung bestehender Marketingstrategien
- Förderung von Identifikation, Umweltorientierung, Regionalität und Qualität/Service

1.6 Grafische Prozessdarstellung der »Partner-Initiative«



2 Themenkatalog

2.1 Bedeutung

Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet, langfristig die Sicherung des wirtschaftlichen Arbeitens und des sozialen Miteinanders zu gewährleisten sowie die Resilienz gegenüber sich verändernden Situationen zu stärken.

2.2 Das CSR-Drei-Ebenen-Modell

Unter Corporate Social Responsibility (CSR) versteht man die freiwillige Verantwortung von Unternehmen, Organisationen oder Institutionen gegenüber der Gesellschaft. Dabei ist dem Handelnden bewusst, dass er durch seine Existenz und seine Tätigkeit Spuren hinterlässt. Der Begriff etabliert sich zunehmend als zentrales Element nicht nur in der Unternehmensethik. CSR richtet sich direkt an die ökonomischen, ökologischen und soziokulturellen Kriterien der Kerntätigkeit und somit an die gesamtgesellschaftliche Verantwortung.



CSR-Richtlinien gelten weltweit und finden international, national, regional sowie lokal Anwendung. Die DIN ISO 26000 gibt den Rahmen.

2.3 Agenda 2030 und die 17 Nachhaltigkeitsziele

Sie wird als Weltzukunftsvertrag der Vereinten Nationen beschrieben und ist von allen Staaten der Welt als verbindlich anerkannt. 2016 in Kraft getreten, erkennt sie die globalen Probleme und nimmt sich der Transformation der Welt hin zu einer nachhaltigen Entwicklung an. Zentraler Charakter sind die **17 Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals)**. Die SDGs dienen als Analyserahmen für Bewertungen verschiedener Dimensionen nachhaltiger Entwicklung. Ihre Anwendung erfolgt global, regional und lokal. 169 Unterziele regeln die Details.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



© Vereinte Nationen

Weitere Informationen:

www.17ziele.de

www.nachhaltigkeit.bayern.de

www.csr.bayern.de

www.umweltpakt.bayern.de

3 Logo der »Partner-Initiative« – ein Qualitätszeichen



.....

Der Partner darf...

- ... das Partner-Logo auf all seinen Darstellungen verwenden, die durch die Zertifizierung abgedeckt werden.
- ... das Partner-Logo beliebig proportional skalieren.
- ... das Partner-Logo in unterschiedlichen Farbvarianten verwenden (Siehe S. 10).
- ... stolz auf seine Leistung sein!

.....

.....

Nicht erlaubt:

- **Elemente des Partner-Logos verändern**
- **Einen »Kasten« oder eine sonstige Form um das Logo herum zeichnen**
- **Das Partner-Logo in andere Marken oder Signets integrieren**
- **Das Partner-Logo an Dritte weitergeben**

.....

Partner sein heißt, zusammen zu arbeiten.

Auf Augenhöhe. Im Austausch. Ergänzend.

Ein Logo verbindet. Es soll dem Betrachter signalisieren, dass der Partner eng mit dem Schutzgebiet verknüpft ist. Um dieser Struktur Ausdruck zu verleihen, haben wir unser Logo wohlüberlegt entwickelt: Die Silhouette des Watzmanns steht dabei für das Dach, unter dem wir gemeinsam umweltverträglich handeln wollen. Sie steht für regionales Handeln und globale Verantwortung. Die Agenda 2030 mit den 17 Nachhaltigkeitszielen als Grundlage, auf die die »Partner-Initiative« aufbaut, wird durch die 17 Farben symbolisiert.

Was kann ein Partner mit dem Logo machen?

Qualität soll sichtbar sein. Partner dürfen das Logo vielfältig für ihre Selbstdarstellung nutzen. Als Kommunikationsmaßnahme auf Geschäftspapieren, Faltblättern, Anzeigen, in Sozialen Medien und im Netzauftritt. Dabei darf das Logo frei skaliert werden, muss aber in seiner Form, in seinen Farben und Proportionen unverändert bleiben. Das Weglassen einzelner Teile des Logos ist nicht zulässig.

Auf der folgenden Seite werden verschiedene Einsatzmöglichkeiten des Partner-Logos dargestellt.

Falls Sie Fragen zur Verwendung bei Druckprodukten oder im Netz haben, können Sie sich gerne an die Nationalparkverwaltung wenden. Wir helfen Ihnen gerne.

Standardform

Auf dieser Form bauen alle folgenden Beispiele auf. Das Logo ist proportional frei skalierbar. Die Grundproportion beträgt 17 × 10,5 cm.



Die Schriftfarbe »Blau«:

	CMYK	100		80		30		15
	RGB	39		61		105		

Grundproportion:

170 × 105 mm bzw.

17 × 10,5 cm

Partner-Logo in einfarbiger Verwendung

Für eine monochrome Darstellung des Partner-Logos ist die nebenstehende Version zu verwenden.



Partner-Logo auf dunklen Hintergründen

Das Partner-Logo kann auf beliebige farbliche Hintergründe gestellt werden, wobei hier schwarze bis graue Farben zu bevorzugen sind. Die Wahl des Logos muss sich nach der Lesbarkeit auf dem entsprechenden Hintergrund richten. Die rechts gezeigten Varianten sind möglich.

Die Farben dürfen nicht verändert werden.



Alle Logovarianten können auf Anfrage angefordert werden:
oliver.pohl@npv-bgd.bayern.de

4 Erfassung der Umwelleistung / Aufnahmeantrag

Dieser Bogen wird im persönlichen Gespräch mit Ihnen gemeinsam ausgefüllt,
er muss nicht in dieser Broschüre ausgefüllt werden:

1. Name der Organisation, des Betriebes, Vereins, Verbandes

Name:

Email:

Adresse:

Facebook:

Telefon:

Instagram:

Homepage:

Weitere:

2. Selbstbeschreibung des Partners

3. Persönliches Statement

Ich/ Wir identifiziere(n) mich/uns mit dem Nationalpark-Gedanken, weil ...

4. Meine Umweltstrategie für die Zukunft

INFO: Hier können geplante Maßnahmen genannt werden.

5. Verlinkung auf www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de

INFO: Die Verlinkung ist Teil der Kooperation. Im Gegenzug hat die Nationalparkverwaltung auf Ihrer neuen Homepage einen umfassenden Bereich für die Partnerbetriebe eingerichtet. Hier wird jeder Partnerbetrieb mit Statement, Foto, Logo und allen Kontaktadressen einzeln vorgestellt. Über einen Nachhaltigkeitsatlas (google) für den Talkessel sind alle Partnerbetriebe sofort aufrufbar.

6. Verfügt Ihr Betrieb/Ihre Organisation über ein Budget, das zum nachhaltigen Handeln eingesetzt wird?

Wenn ja, in welcher Höhe?

INFO: Diese Angabe ist natürlich freiwillig und hat keinen Einfluss auf die Teilnahme am Netzwerk.

7. Das ist mir besonders wichtig:

Kritik, Vorschläge oder Anregungen zu bestehenden Situationen vor Ort, für die ich mir Lösungsmöglichkeiten durch das Netzwerk wünsche:

8. Erfassung relevanter Fakten, die die Umweltleistung des Partners dokumentieren.
 Doppelnennungen sind möglich, sofern eine Maßnahme mehrere Ebenen berührt.
- » Spalte 2: Kernbereiche sind Identifikation (I), Umweltorientierung (U), Regionalität (R), Qualität/Service (Q/S)
 - » Spalte 3: **Rot** = Mindestkriterien und weitere Umweltleistungen
 - » Spalte 4: Bezug des eigenen betrieblichen Handelns zur Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihren 17 Nachhaltigkeitszielen SDG (Sustainable Development Goals)
 - » Spalte 5: Hier sind freiwillige Ergänzungen zur Entwicklung möglich (nicht verpflichtend)

Kernbereiche sind **I**dentifikation (**I**), **U**mweltorientierung (**U**), **R**egionalität (**R**), **Q**ualität/Service (**Q**S)

ÖKOLOGISCHE EBENE

Anzahl Maßnahmen	Kernbereich (I, U, R, QS)	Das leiste/n ich/wir schon	Diese SDG berühre/n ich/wir	Da will ich hin / wollen wir hin
1	U	(M) Maßnahmen zur CO2 Reduzierung: Wird die Selbstverpflichtung zum nachhaltigen und umweltbewussten Handeln bewusst in Betriebsablauf integriert und ständig erweitert, wie? Ja, ●	7, 9, 13, 15	
2	U, QS	(M) Wird auf Umweltschutz und umweltgerechtes Verhalten bei Lieferanten geachtet, oder ist das sogar eine Voraussetzung für Geschäftsbeziehungen? Ja, ●	11, 12	
3	U	(M) Wie wird auf materialgerechte Trennung von Wertstoffen geachtet? (Kreislaufwirtschaft) Ja, ●	11, 12, 13, 15	
4	U	(M) Wird die sichtbare Vermeidung- oder Reduzierung von Plastik oder Einwegmaterial auf ein Mindestmaß gewährleistet, wie? Ja, ●	11, 12, 13, 14, 15	
5	U	Wird auf die Verwendung von Mehrwegmaterialien geachtet?	11, 12, 13, 14, 15	
6	U, R	Werden kurze Produktions-/Lieferwege bevorzugt?	11, 12, 13, 15	
7	U, Q/S	Werden fair/saisonal gehandelte Produkte verwendet?	11, 12, 13	
8	U, R	Haben Lebensmittel Bioqualität?	11, 12	
9	U, R	Besteht ein Fernwärmeanschluss?		
10	U	Wird die Wartung von Dunstabzug/Fettfilter/Staubfilter gewährleistet?		
11	U	Wird die Wartung von Feuerstätten, (CO2 Reduzierung) gewährleistet?	9, 13	
12	U, R, Q/S	Werden Gäste über die örtl. Verkehrsbelastung informiert?		
13		Sonstiges?		

ÖKONOMISCHE EBENE

Anzahl Maßnahmen	Kernbereich (I, U, R, QS)	Das leiste/n ich/wir schon	Diese SDG berühre/n ich/wir	Da will ich hin / wollen wir hin
1	Q/S	(M) Wird die Selbstverpflichtung zum nachhaltigen und umweltbewussten Handeln im eigenen Betriebsablauf entwickelt und ständig erweitert, wie? Ja, ●	8, 9, 11, 12, 13	
2	Q/S	(M) Wird die Transparenz des eigenen nachhaltigen Handelns sichtbar an Gäste kommuniziert, wie? Ja, ●	8, 9, 11, 12, 13	
3	U, Q/S	(M) Wird die Beschaffung als Instrument zur Entwicklung langlebiger und nachhaltig erzeugter Produkte und Dienstleistungen und die damit eventuell verbundenen höheren Kosten (z.B. Photovoltaik) in Kauf genommen? Ja, ●	11, 12	
4	U	(M) Fallen Kaufentscheidungen zugunsten umweltfreundlicher Produkte? Ja, ●	9, 11, 12	
5	Q/S	Gibt es Innovationen?		
6	Q/S	Wie viele Arbeitsplätze sind vorhanden?		
7	Q/S	Wie viele Ausbildungsplätze sind vorhanden?		
8	Q/S	Welche Zertifizierungen oder Auszeichnungen sind vorhanden?		
9	Q/S	Werden Kundengespräche durchgeführt?	17	
10	I, U, R, Q/S	Wie werden Konfliktbereiche behandelt?		
11		Sonstiges?		

SOZIOKULTURELLE EBENE

Anzahl Maßnahmen	Kernbereich (I, U, R, Q/S)	Das leiste/n ich/wir schon	Diese SDG berühre/n ich/wir	Da will ich hin / wollen wir hin
1	I, R	(M) Partner sollen sich als Botschafter des Nationalparks verstehen. Wird eine offene Kommunikation gegenüber dem Nationalpark gewährleistet, bzw. Lösungsansätze bei schwierigen Situationen innerhalb des Netzwerks diskutiert? Ja, ●	17	
2	I, R	(M) Die Auslage von Infomaterial (z.B. Flyer) über den Nationalpark wird gewährleistet? Ja, ●	4	
3	I	(M) Mitarbeiter sind geschult und können Gäste über den Nationalpark informieren, z.B. über Verhaltensregeln, Gebote, Besonderheiten? Ja, ●	17	
4	I	(M) Die Teilnahme des Partners und/oder seiner Mitarbeiter an Infoveranstaltungen der »Partner-Initiative« wird gewährleistet? (z.B. im Haus der Berge) Ja, ●	4	
5	I	(M) Die Verlinkung zur Homepage oder zur App des Nationalparks ist eingerichtet? Ja, ●	17	
6	I	(M) Werden Gäste über das Veranstaltungsprogramm des NP informiert? Ja, ●	4	
7	Q/S	Ist ihr Betrieb barrierefrei?		
8	Q/S	Sind Sicherheitsvorgaben am Arbeitsplatz berücksichtigt?		
9	Q/S	Gibt es Work/life Balance für Mitarbeitende?		
10	Q/S	Besteht Chancengleichheit?		
11	Q/S	Werden Mitarbeitergespräche durchgeführt?		
12	Q/S	Ist ein Betriebsrat vorhanden?		
13	Q/S	Erfolgen Fortbildungen für Mitarbeitende?		
14	Q/S	Gibt es Zusatzleistungen für Mitarbeitende?		
15	Q/S	Gibt es Konfliktbereiche?		
16	I, U, R, Q/S	Gibt es ein eigenes betriebliches/privates gesellschaftliches Engagement?		
17	I, U, R, Q/S	Wie werden Sie die Partnerschaft mit dem Nationalpark darstellen?		
18		Sonstiges?		

9. Beurteilung Partner-Beirat

10. Ja, ich möchte Partner der »Partner-Initiative« werden.

5 Vereinbarung

Die folgende freiwillige Vereinbarung über eine Partnerschaft im Netzwerk »Partner-Initiative« des Nationalparks Berchtesgaden dient als Grundlage für die Teilnahme. Sie wird nach Anerkennung durch den Beirat in zweifacher Ausführung zusammen mit der Datenschutzerklärung zugeschickt.

Zwischen der Nationalparkverwaltung Berchtesgaden, Doktorberg 6, 83471 Berchtesgaden

und

Name der Organisation, des Betriebes, Vereins, Verbandes

Anschrift

Ansprechpartner

--	--

E-Mail

Homepage

--	--

Anzahl der Mitarbeiter

Filialen

Sonstiges

--	--	--

Partnernummer

wird folgende freiwillige Vereinbarung geschlossen:

§ 1 Voraussetzungen, Sinn und Ziel

Partner werden können Betriebe, Vereine und Verbände sowie Organisationen aller Art, die die im Themenkatalog der Nationalparkverwaltung Berchtesgaden genannten Mindestkriterien erfüllen und ihr nachhaltiges Handeln dokumentieren. Der Verband der Nationalen Naturlandschaften (NNL) in Deutschland ist Träger der Initiative und liefert den Rahmen für die »Partner-Initiative des Nationalparks Berchtesgaden«. Der Nationalpark Berchtesgaden ist Mitglied dieses Dachverbandes.

In einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit soll ein Netzwerk entstehen, in dem nachhaltiges Handeln auf ökologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Ebene

gelebt, entwickelt und kommuniziert wird. Wichtigste Voraussetzung ist die freiwillige Bereitschaft, gemeinsam mit der Nationalparkverwaltung nachhaltiges Handeln in den eigenen Betrieb/die Organisation integrieren und ausbauen zu wollen, dieses Handeln zu dokumentieren und öffentlich zu zeigen. Partner fühlen sich der Nationalpark-Idee »Natur Natur sein lassen« verbunden und kennen den Wert einer natürlichen Umwelt. Sie unterstützen den Schutz und die Entwicklung des Schutzgebietes, in dem sie ihr Verhalten und ihre Einflüsse erkennen, dieses Potential positiv nutzen, es entwickeln und sich so ihrer Wirkung auf die Gesellschaft bewusst sind. Partner mit Gästekontakt informieren diese über die Ziele des Nationalpark-Gedankens.

Partnerbetriebe/Organisationen müssen ihren Sitz in der Region Berchtesgadener Land haben. Ausnahmen können mit dem Status eines assoziierenden Partners begründet werden. Ausnahmen sind mit Absprache des Beirats möglich.

§ 2 Vereinbarungsumfang

Zentraler Kern der Partnerschaft ist der Themenkatalog mit Erfassungsbogen, der von dem Partner gemeinsam mit der Nationalparkverwaltung ausgefüllt werden muss. Er dokumentiert das schon vorhandene nachhaltige Handeln des Partners und basiert auf den Vorgaben der Agenda 2030 und den 17 Nachhaltigkeitszielen (SDGs).

In einem persönlichen Gespräch beschreibt der Partner seine betrieblichen Umweltleistungen, sein Engagement und seine Visionen und Ziele. Der Partner stellt seinen Betrieb/Organisation vor und zeigt auf, was schon geleistet wird und wo seine Stärken liegen.

Mithilfe der 17 Nachhaltigkeitsziele wird erfasst, welche Einflüsse vom Partner auf ökonomischer und ökologischer Ebene sowie in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung (soziokulturell) durch seine Aktivitäten direkt und indirekt ausgehen.

Im Anschluss wird eine Strategie formuliert und erreichbare Ziele für eine nachhaltige Entwicklung im Sinne der 17 Nachhaltigkeitsziele bestimmt. Der Partner formuliert, in welchem Bereich er noch besser werden oder wo er sich zukünftig noch engagieren könnte. Ein unabhängiger Beirat tritt zweimal im Jahr zusammen. Er beurteilt die Angaben in den Erfassungsbögen und erkennt neue Partner an.

§ 3 Rechte und Pflichten beider Parteien

Das leistet die Nationalparkverwaltung:

- Die Nationalparkverwaltung schafft die Struktur, leistet die Organisation und pflegt das Netzwerk.
- Jeder Partner wird individuell betreut – es gibt keinen pauschalen Fragenkatalog für alle.
- Ein benannter Ansprechpartner in der Nationalparkverwaltung steht in allen Belangen zur Verfügung.
- Betriebliche Auskünfte werden vertraulich behandelt.

- Vorbereitend für eine Partnerschaft tritt die Nationalparkverwaltung in einen Dialog und lädt Interessierte nach Absprache zu einer unverbindlichen Informationsveranstaltung in das Nationalparkzentrum »Haus der Berge« ein. Dabei stellt die Nationalparkverwaltung ihr eigenes Handeln vor, spricht über die Agenda 2030 mit ihren 17 Nachhaltigkeitszielen, klärt Begrifflichkeiten und will mit den Partnern Möglichkeiten zur Umsetzung finden. Die Teilnahme an einer Veranstaltung bildet eine Voraussetzung für die Partnerschaft.
- Bei Fragen zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement steht der Ansprechpartner zur Verfügung und hilft Lösungen zu finden.
- Partner erhalten von der Nationalparkverwaltung Infomaterial über den Nationalpark Berchtesgaden sowie die Agenda 2030 und die 17 SDGs.
- Neue Partnerbetriebe werden im Netzauftritt und nach Möglichkeit in der Nationalparkzeitung vorgestellt.
- Öffentlichkeitsarbeit wird auf verschiedenen Kanälen organisiert.
- Für Partner führt die Nationalparkverwaltung Veranstaltungen durch, die in direktem Bezug zum zeitgemäßen Nachhaltigkeitsmanagement stehen.
- Darüber hinaus werden aktuelle Entwicklungen und Trends vorgestellt, mögliche Hürden angesprochen und mit dem Netzwerk eine Plattform für einen umfassenden Austausch geboten.
- Jeder Partner erhält eine Partner-Urkunde, das Partner-Logo als Datei sowie ein werbewirksames Partnerschild, das zur Montage an Wänden geeignet ist.

Das leistet der Partner:

- Der Partner macht im Themenkatalog der Wahrheit entsprechende nachvollziehbare, sowie prüf- oder belegbare Angaben darüber, wo seine Schwerpunkte in Bezug auf nachhaltiges Handeln liegen.
- Der Partner gewährleistet die ehrliche Umsetzung der gesetzten Ziele der Agenda 2030. Entstehende Schwierigkeiten bei der Umsetzung werden als Chancen verstanden.
- Der Partner nimmt an einer vorbereitenden Informationsveranstaltung teil.

- Der Nationalpark-Gedanke »Natur Natur sein lassen« wird durch den Partner an seine Mitglieder, Gäste oder Kunden kommuniziert.
- Der Partner fungiert nach seinen Möglichkeiten als Botschafter für die Programme des Nationalparks Berchtesgaden.
- Der Partner informiert Gäste, Mitglieder oder Kunden über die Regeln und Verhaltensweisen im Schutzgebiet.
- Der Partner richtet eine Verlinkung seiner Homepage mit der des Nationalparks Berchtesgaden ein (sofern eine eigene Homepage vorhanden ist) und kommuniziert die Inhalte der Partner-Initiative auf seinen Kanälen der Sozialen Medien.

Beide Parteien verfolgen die Zielsetzung, über die wörtliche Festsetzung dieser Vereinbarung hinaus vertrauensvoll zusammen zu arbeiten und insbesondere bei schwierigen Situationen Lösungen gemeinsam zu erarbeiten.

§ 4 Vereinbarungsdauer und Kündigung

Die Partnerschaft ist zunächst auf die Dauer von 3 Jahren befristet. Die Vereinbarung kann von den Parteien mit einer Frist von 3 Monaten zum Jahresende gekündigt werden. Sie kann sich verlängern, sofern sie nicht 3 Monate vor Ende von einer der Parteien gekündigt wird. Eine Verlängerung gilt wiederum für 3 Jahre, setzt aber eine erneute Überprüfung der im Themenkatalog gemachten Angaben voraus.

Aus gewichtigem Grund kann die Partnerschaft auch während der vereinbarten Laufzeit gekündigt werden. Die Entscheidungskompetenz für einen solchen Fall obliegt dem Partner-Beirat. Wichtige Gründe für eine Kündigung wären beispielsweise:

- Einstellung der Tätigkeit
- Nachweisliche Angabe falscher Tatsachen im Themenkatalog
- Nichterfüllung gemachter Angaben im Themenkatalog
- Zuwiderhandlungen und Verhaltensweisen, die dem Ansehen der »Partner-Initiative« oder des Nationalparks schaden

Die Entscheidung der Nationalparkverwaltung über die Begründung oder Ablehnung der Partnerschaft, über deren Fortsetzung oder Kündigung ist gerichtlich nicht überprüfbar, es sei denn, sie beruht auf einem schwerwiegenden Verfahrensfehler oder einem schweren Verstoß gegen die öffentliche Ordnung.

Als Folge einer Beendigung der Vereinbarung erlischt mit sofortiger Wirkung die Genehmigung zur Nutzung des Partner-Logos, bereits entrichtete Jahresbeiträge werden nicht zurückerstattet.

§ 5 Verwendung und Nutzung des Partner-Logos, Nutzungsrechte

- Das von der Nationalparkverwaltung zur Verfügung gestellte Partner-Logo darf vom Partner für die Dauer der Partnerschaft für Werbezwecke in digitaler und gedruckter Form verwendet werden.
- Eine Nutzung darf nur zum Vorteil und im Sinne der »Partner-Initiative« erfolgen.
- Veränderungen am Partner-Logo sind nicht zulässig.
- Die Weitergabe der eingeräumten Nutzungsrechte an Dritte ist nicht zulässig.
- Im Einzelfall einer übergeordneten Nutzung bedarf es der Zustimmung der Nationalparkverwaltung.

§ 6 Beiträge

Für die Teilnahme an der Partner-Initiative ist angedacht, dass die Partner einen jährlichen Beitrag entrichten sollen. Über die Höhe, mögliche Ermäßigungen für kleine Unternehmen bzw. Organisationen oder den Verwendungszweck sollen die Partner gemeinschaftlich zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden.

§ 7 Rezertifizierung

Eine Rezertifizierung kann im 3-Jahres-Turnus erfolgen. Voraussetzung ist die gemeinsame Überprüfung der gesetzten Ziele sowie die Erfassung eventuell neuer Zielsetzungen oder Strategien.

§ 8 Datenschutzrechtliche Einwilligung

Artikel 7 Absatz 2 Satz 1 der DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) fordert, dass Ihre Einwilligung zur Verarbeitung Ihrer Daten getrennt von dieser Vereinbarung erfolgen muss. Als Anlage finden Sie die Einwilligungserklärung, die Sie bei einer Teilnahme an der »Partner-Initiative« der Nationalparkverwaltung Berchtesgaden bitte ausfüllen und unterschreiben müssen.

Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie auf der Internetseite der Nationalparkverwaltung Berchtesgaden unter: www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de

§ 9 Haftung

Die Nationalparkverwaltung haftet nicht für Inhalte verlinkter Seiten.

§ 10 Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung ganz oder teilweise unwirksam oder nichtig sein oder infolge Änderung der Gesetzeslage oder durch höchstrichterliche

Rechtsprechung oder auf andere Weise ganz oder teilweise unwirksam oder nichtig werden, oder weist diese Vereinbarung Lücken auf, so sind sich die Parteien darüber einig, dass die übrigen Bestimmungen dieser Vereinbarung davon unberührt und gültig bleiben. Für diesen Fall verpflichten sich die Parteien, unter Berücksichtigung des Grundsatzes von Treu und Glauben an Stelle der unwirksamen Bestimmung eine wirksame Bestimmung zu vereinbaren, welche dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt und von der anzunehmen ist, dass die Parteien sie zum Zeitpunkt des Abschlusses vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit oder Nichtigkeit gekannt oder vorhergesehen hätten. Entsprechendes gilt, falls diese Vereinbarung eine Lücke enthalten sollte.

§ 11 Schlussbestimmungen

Ergeben sich während der Laufzeit Änderungen auf gesetzlicher Ebene oder verändern sich Rahmenbedingungen, so können sich Inhalte anpassen. Hierüber informiert die Nationalparkverwaltung im Vorfeld. Alle Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. Mündliche Nebenabreden gibt es keine. Beide Partner erhalten eine Ausfertigung dieser Vereinbarung.

Mit der Unterschrift bestätigt der Partner die Richtigkeit seiner Angaben.

Ort, Datum

Nationalparkverwaltung

Partner

