

## Stärkt eine UNESCO Auszeichnung das regionale Image?

### Workshop von TERRA.vita mit Kommunikationsexperten

**Osnabrück.** Seit November 2015 gehört der Natur- und Geopark TERRA.vita zum erlesenen Kreis der weltweit 120 UNESCO Geoparks. Außenminister Steinmeier überreichte im Sommer TERRA.vita die offizielle Urkunde zum Titel. Das UNESCO Logo ist in allen Veröffentlichungen des Geoparks zu sehen, in Kürze zierte es auf einem Schild die Rathäuser und an überregionalen Straßen weisen ca. 100 Schilder auf den Status hin. Die Landräte und Bürgermeister stehen hinter der Auszeichnung, ein Gutachten bestätigt die sich aus der Auszeichnung ergebenden Vorteile, denn die Marke UNESCO gehört zu den Topmarken in Deutschland. Aber erreichen wir allein dadurch unsere Bürgerinnen und Bürger, Gäste und Unternehmen?

Nach einem Jahr der Erfahrungen im Umgang mit der Auszeichnung stellte sich die TERRA.vita Geschäftsführung einer selbstkritischen Frage. Wir sind am Ziel angekommen, aber haben es auch alle mitbekommen? Geschäftsführer Hartmut Escher lud daher 17 Kommunikationsexperten, Pressesprecher und Verbandsvertreter zu einem moderierten Gespräch in das Kreishaus des Landkreises Osnabrück ein.

Jan Phillip Disselbeck, bei der deutschen UNESCO Kommission in Bonn zuständig für die aktuell sechs UNESCO Geoparks in Deutschland, verwies auf die große Bedeutung der aktuell drei weltweiten UNESCO Kategorien. Welterbestätten, Biosphärenreservate und Geoparks stehen hier in einer Reihe. Das berühmte Logo der UNESCO weckt natürlich Begehrlichkeiten, so dass es strenge Nutzungsvorgaben gibt. So darf es im Kontext mit kommerziellen Angeboten einerseits nicht eingesetzt werden, andererseits ist aber die TERRA.vita Geschäftsstelle angehalten, das Signet konsequent in seiner Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen.



Organisation  
der Vereinten Nationen  
für Bildung, Wissenschaft  
und Kultur



**TERRA.vita**  
UNESCO  
Global Geopark

Zu Beginn des Workshops wurden die Teilnehmer um ihre Einschätzung gebeten, wie sie die Relevanz der UNESCO Auszeichnung für Regionalmarketing und –identität bewerten. Die Antwort fiel sehr deutlich aus: Die Bedeutung ist groß bis hervorragend.

Entsprechend fielen dann die zahlreichen Vorschläge aus, wie zukünftig der Umgang, die Nutzung und Wertschätzung der UNESCO Auszeichnung verstärkt werden können. Erarbeitet wurden u.a. ein „Social media Pakt“ und Ideen für die Verknüpfung von Wirtschaft, Bildungsträgern und Politik im Sinne der UNESCO Kriterien. In einem ersten Schritt sollen drei Vorschläge priorisiert und umgesetzt werden. Resümierend soll eine Allianz der TERRA.vita Kommunikationspartner ins Leben gerufen werden. Alle Akteure erklärten sich abschließend bereit, die anspruchsvolle Kommunikationsaufgabe mit eigenen Ideen und Möglichkeiten mitzugestalten

Flankierend wird im Jahr 2017 ein internationaler Kommunikationsprozess zusammen mit dem holländischen UNESCO Geopark De Hondsrug starten, der die regionalen Ansätze von TERRA.vita auf eine breitere Basis stellt.