

des über vier Jahre laufenden Projektes können sich alle Natura 2000-Akteure sowie ihre Netzwerke und regionalen Verbündeten beteiligen. Gemeinsam füllen sie diese groß angelegte Kampagne mit positiven Beispielen aus der Region und einer Vielzahl von Veranstaltungen und Aktionen mit Leben.

SENSIBILISIERUNG, KOOPERATION UND GEMEINSAME UMSETZUNG

Durch das Projekt sollen über die Projektlaufzeit hinaus folgende Ziele erreicht werden:

- Sensibilisierung und weitere Steigerung der Wertschätzung für Natura 2000 bei Bevölkerung, Eigentümern, Bewirtschaftern, Mandatsträgern sowie dessen Bedeutung und Zielsetzungen
- Erhöhung der Kooperations- und Umsetzungsbereitschaft, insbesondere bei Grundeigentümern/Bewirtschaftern und Interessenvertretern



Leitender Projektmanager

DR. FLORIAN WETZEL

Jahrgang 1978

Studium der Ökologie an der Technischen Universität München. Promotion an der Universität Wien. Danach unter anderem Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Museum für Naturkunde, Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung in Berlin. Seit 2017 Leitender Projektmanager für das LIFE-Projekt »Natura 2000 – sehen – verstehen – erfahren – gestalten« an der ANL.

+49 8682 8963-49

florian.wetzel@anl.bayern.de



Projektmanagerin

STEFFI KLATT

Jahrgang 1973

Forststudium an der Fachhochschule Weihenstephan. Aufbaustudium Umweltbildungsmanagement an der Universität Rostock. Danach unter anderem Referentin für Öffentlichkeitsarbeit am Ministerium Ländlicher Raum Baden-Württemberg. Seit 2017 Projektmanagerin für die Öffentlichkeitsarbeit und die Verbreitung der Projektergebnisse im LIFE-Projekt »Natura 2000 – sehen – verstehen – erfahren – mitgestalten« an der ANL.

+49 8682 8963-49

steffi.klatt@anl.bayern.de

- Initiierung beispielhafter Kooperationen mit Politik und Wirtschaftsbereichen
- Aufbau von Netzwerken auf internationaler, nationaler, landesweiter und regionaler Ebene zur Förderung des Informations- und Erfahrungsaustauschs bei der Umsetzung von Natura 2000
- Verankerung von Natura 2000 als positives Zukunftsthema in den Medien

»LIFE living Natura 2000« wird unterschiedliche Zielgruppen ansprechen:

- Interessen- und Verbandsvertreter, die mit ihren Netzwerken und Zielen sowie ihrem Engagement schon jetzt die Umsetzung von Natura 2000 begleiten
- Grundeigentümer und Landnutzer, die wirtschaftliche Interessen und die Ziele von Natura 2000 gleichermaßen im Blick haben sowie die Potenziale für ihr Image und ihre gesellschaftliche Akzeptanz nutzen
- Politische Entscheidungsträger, die Natura 2000 auch in Abwägung mit anderen Interessen vertreten und den gesellschaftlichen Mehrwert intakter Natur und Landschaft schätzen
- Die Medien, die für ein positives Image des Natura 2000-Netzes eine Schlüsselrolle spielen

Die Maßnahmen und Aktionen während der nächsten vier Jahre richten sich auch an die nachwachsende Generation. Denn der Schutz unseres europäischen Naturerbes ist eine Generationenaufgabe. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene für das Natura 2000-Netz zu begeistern, ist daher ein zentraler Bestandteil unserer Natura 2000-Kampagne.

ZEITPLAN UND MAßNAHMEN

Das LIFE-Projekt läuft von Anfang Juli 2017 bis Ende März 2022. 2017 werden vor allem vorbereitende Maßnahmen getroffen, darunter die Einstellung des Personals, der Entwurf eines Logos und eines Corporate Designs, die Ausarbeitung eines differenzierten Kommunikations- und Medienkonzeptes sowie mehrerer Medienmaterialien und die Organisation der Auftaktveranstaltung. Die vier Kampagnenjahre 2018–2022 stehen jeweils unter einem anderen Motto. Dazu sind passende Kommunikations- und Informationsmittel vorgesehen.