



Bierdeckel für den Naturschutz

Beitrag

Kötztinger Duo gewinnt Ideenwettbewerb – Auerhuhn, Luchs und Co. als Motive für Nationalpark-Partner.

Es ist ein Thema, dass so alt ist wie der Naturschutz selbst: Auf welche Art vermittelt man Erholungssuchenden, wie sie sich bei Wanderungen, Radtouren und Co. verhalten sollen? Wie kommt an, was eigentlich jedem klar ist? Dass man keinen Müll zurücklässt zum Beispiel. Oder dass es zum Schutz der Tierwelt wichtig ist, auf den offiziellen Wegen zu bleiben. Das Duo Katrin Roiger und Theresa Hinkofer aus dem Raum Bad Kötzing hat sich dazu etwas Neues ausgedacht. Unter anderem mit einer tierischen Aufklärungskampagne in Form von Bierdeckeln sahten sie den ersten Preis beim Wettbewerb „Ausgewildert“ des bayerischen Umweltministeriums ab. Zum Einsatz kommen diese nun bei den Nationalpark-Partnern.



Testeten in der Gastronomie vom Haus zur Wildnis schon mal den Einsatz der neuen Obacht-Bierdeckel: Elke Ohland (von links) vom Nationalpark sowie die beiden Ideengeberinnen Katrin Roiger und Theresa Hinkofer. (Foto: Nationalpark Bayerischer Wald)

„Wir sind ganz froh, dass unsere Idee jetzt so viel Aufmerksamkeit und Verbreitung findet“, sagte Initiatorin Katrin Roiger bei der Vorstellung der Motive in der Gastronomie vom [Haus zur Wildnis](#) in Ludwigsthal. Bei Wirt Bernhard Bachl liegen derweil schon viele Luchse, Rothirsche, Zottenböcke und Auerhähne auf den Tischen. „Wir haben Arten genommen, die ganz charakteristisch sind für den Bayerischen Wald“, erklärt Theresa Hinkofer, die für die grafische Gestaltung zuständig war. Filigran gezeichnet präsentieren sich die tierischen Nationalpark-Bewohner. Der Hirsch brüllt die dazugehörige Info den Trinkenden fast entgegen: „Obacht – im Woid ist wos los“. Auf der Rückseite gibt's dazu noch einen kurzen, prägnanten Text, der Besucher dazu aufruft, bei ihren Ausflügen in die Natur Rücksicht auf Flora und Fauna zu nehmen.

Nicht nur im Umweltministerium, sondern auch im Nationalpark war man vom Siegerbeitrag so angetan, dass gleich geprüft wurde, wo man ihn unter die Leute bringen könnte. „Um die tollen Bierdeckel im Nationalparkgebiet zu verteilen, konnten wir unkompliziert unsere Nationalpark-Partner aus den Bereichen Gastronomie und Hotellerie mit ins Boot holen“, so Elke Ohland, Leiterin der Stabsstelle Kommunikation und Koordination. Dort erreiche man Einheimische genauso wie Urlauber und Tagesausflügler. Weiterer Pluspunkt: „Bei der Einkehr haben Besucher Zeit und lesen den Text vielleicht etwas aufmerksamer als im Gelände.“ „Außerdem sind sie bei einer Brotzeit meist gut

gelaunt, was hoffentlich zu mehr Verständnis führt“, ergänzt Katrin Roiger.

Angetan von den neuen Bierdeckeln ist auch Jochen Stieglmeier, selbst Hotelier und Vorsitzender des Nationalpark-Partner-Vereins: „Uns ist es seit jeher wichtig, unseren Gästen die wilde Waldnatur näher zu bringen.“ Dazu gehöre, dass man sich an ein paar Regeln halten müsse. „Diese jetzt so geschickt über ein Fuizl zu kommunizieren, finden wir richtig gelungen.“ Die „Obacht“-Motive werden aber auch über den Bayerischen Wald hinausgetragen. Der Nationalpark sowie die Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald nehmen die schmucken Stücke in Zukunft nämlich auf Messen im ganzen deutschsprachigen Raum mit.

Mehr Infos zur Kampagne gibt's unter www.obacht-woid.de. Mehr Infos zur Ausgewildert-Kampagne des Umweltministeriums gibt's unter www.ausgewildert.bayern.de.

Kategorie

1. Natur & Umwelt

Schlagworte

1. Bierdeckel
2. Nationalpark
3. Naturschutz