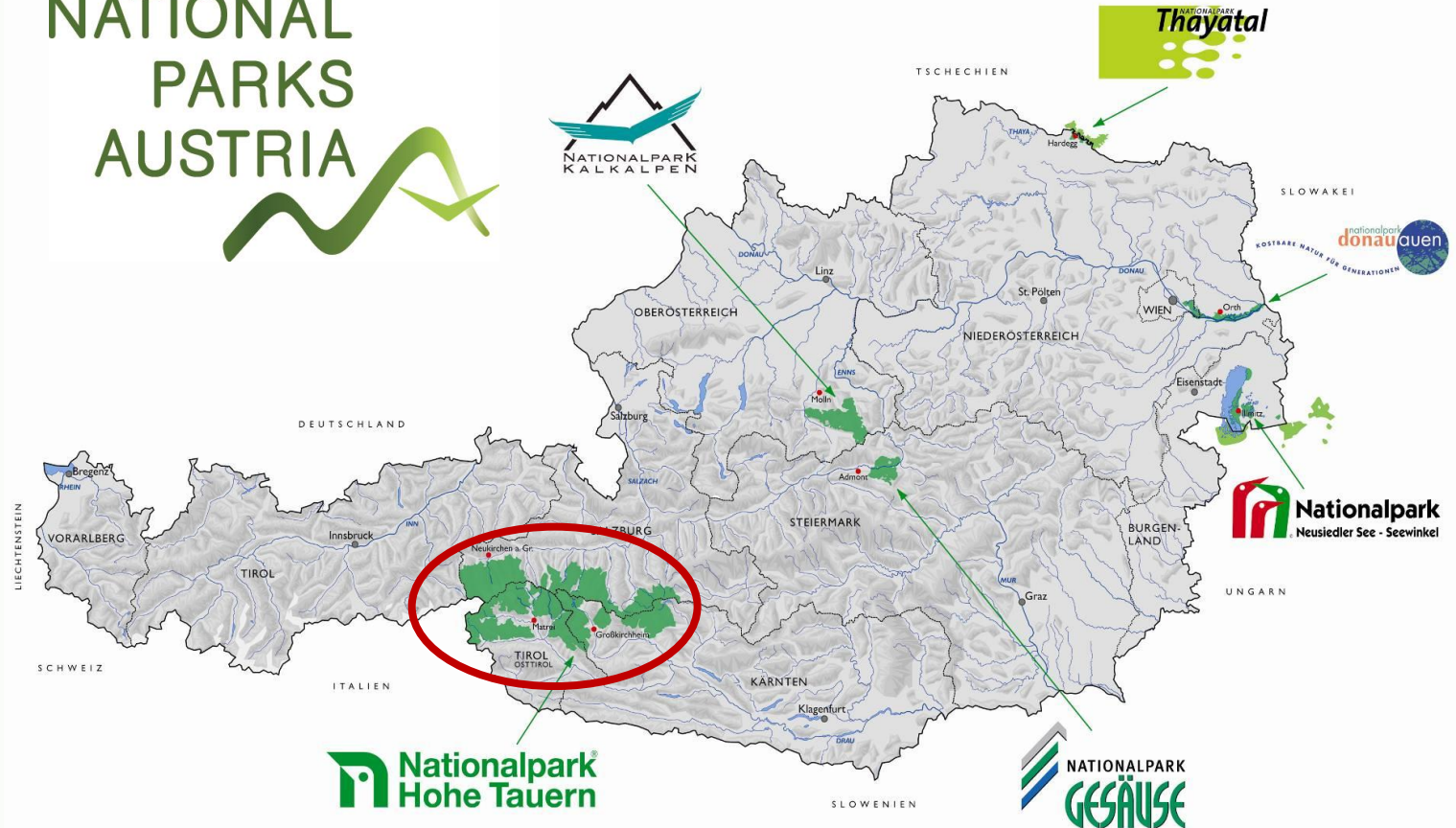


Peter RUPITSCH



Association of Friends of Hohe Tauern National Park

NATIONAL PARKS AUSTRIA



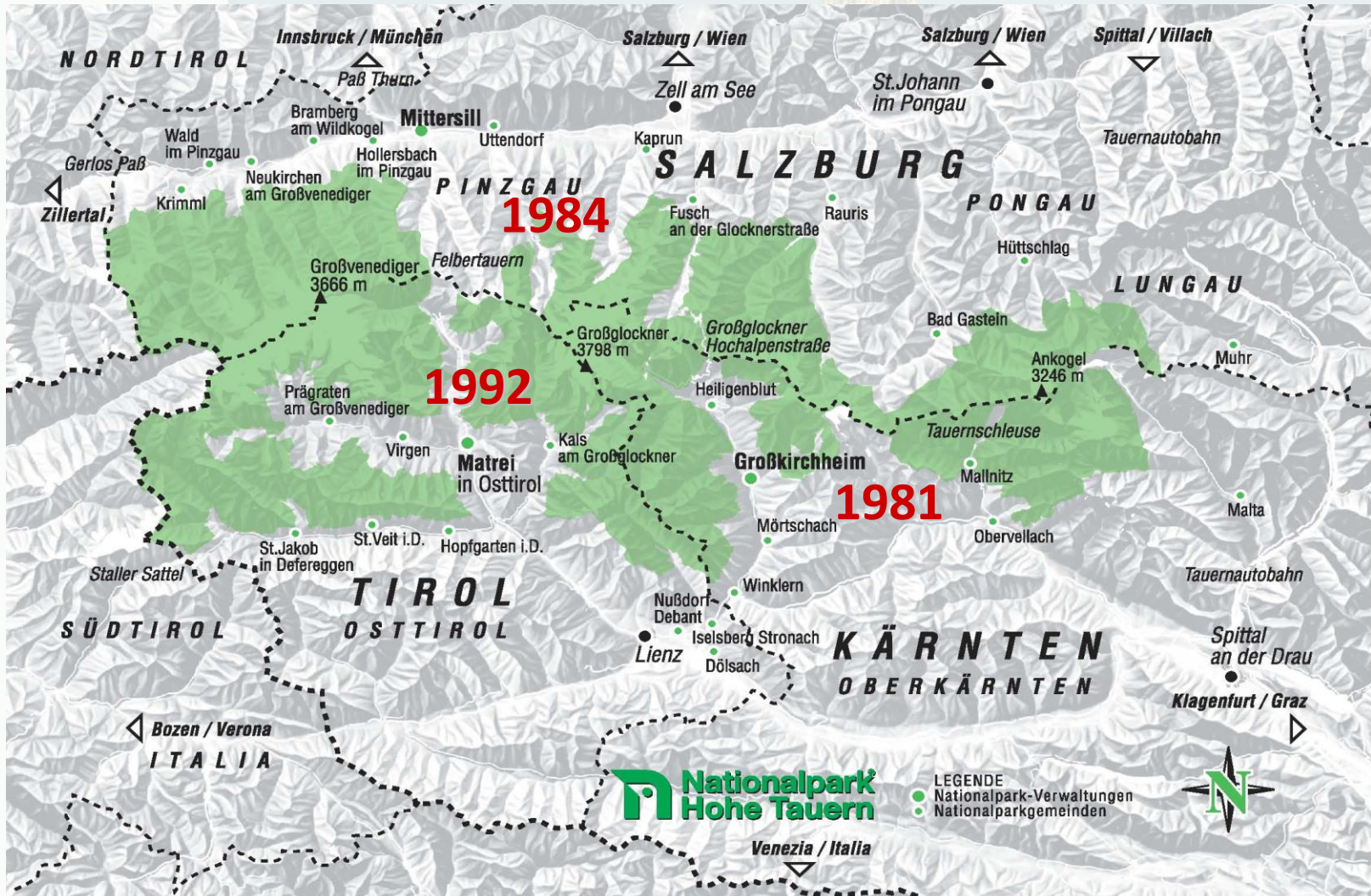
Founder

‘The Hohe Tauern National Park is Austria's initiative to protect and nurture the natural environment and culture of a unique region through the interplay of mankind and ecology, so it may serve as a model of a conscious and deliberate approach to the heritage of humankind.’



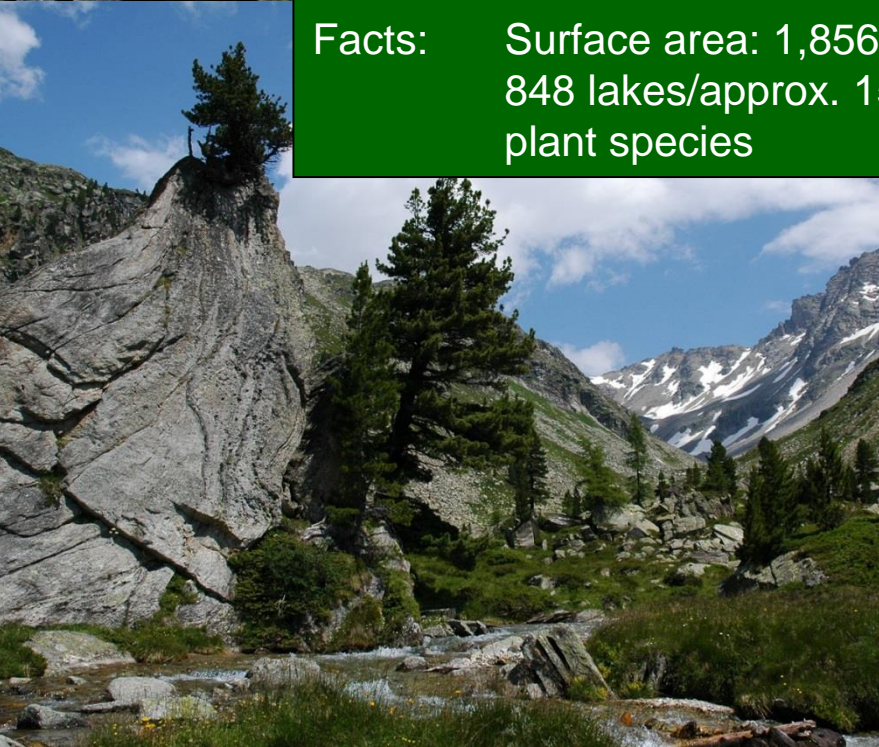
Klaus J. Jacobs

Three Provinces – one park?





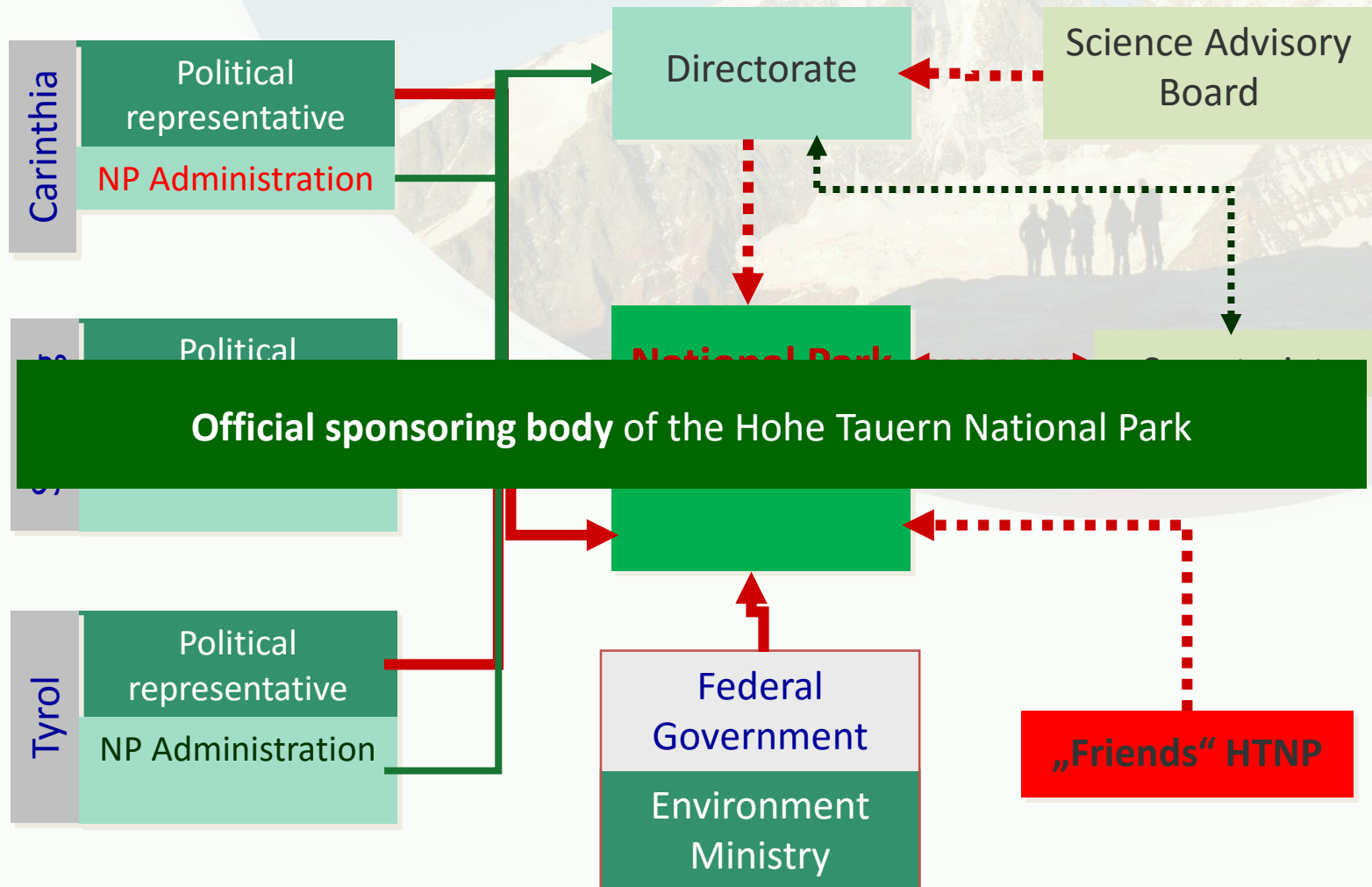
Facts: Surface area: 1,856 km²/180 km² glaciers/766 moors/
848 lakes/approx. 15,000 animal species/approx. 1,500
plant species



Association of Friends

- Founded **1993**
- Purpose: The purpose of the Association, the activities of which are **not-for-profit**, is to **promote environmental and nature conservation**, along with **scientific research, environmental education**, and the protection and preservation of **cultural assets**.
- Aim: To **promote and finance projects** in such areas as ecology, nature conservation, scientific research, environmental education, the protection and preservation of cultural assets, in conjunction with the development of the Hohe Tauern National Park in each and every instance.
- Orientation towards the **National Park as a whole** (rather than individual federal provinces).

coopted



Orientation

- Based on the **objectives, guidelines and statutory foundations** of the Hohe Tauern National Park
- Project selection: **in close concertation with the official bodies of the Hohe Tauern National Park**
- **Advisory Board:** selected experts and **National Park Directors**

Membership types

1. **Organisation members**: participate fully in the Association's work (guideline value: min. EUR 500,000.- in five years) – number: **four**
2. **Sponsoring members**: support the Association's activities mainly by financing its projects (guideline value: min. EUR 10,000.- per year) – number: **ten to fifteen**
3. **Individual members**: support the Association through their membership fees (EUR 10.- per year) and donations – number: **around 3,000**

Sponsor concept

- **Community document** of the Association of Friends and National Park Council
- **Sponsoring = partnership** (value added for both sides)
- **Integral part** of the strategy of Corporate Social Responsibility (PR & communication instrument)
- ~~Greenwashing~~
- **Rights and obligations** clearly regulated

Practice

- **One general assembly** (Vienna)
- **One meeting of partners, with National Park field trip** (alternating between Carinthia, Salzburg and Tyrol)
- **Three presiding committee meetings**
- **Slim administration:** attached to the National Park Administration of Carinthia
 - Management
 - Association secretariat

General Assembly



Partner Meeting in the National Park



Rights + benefits



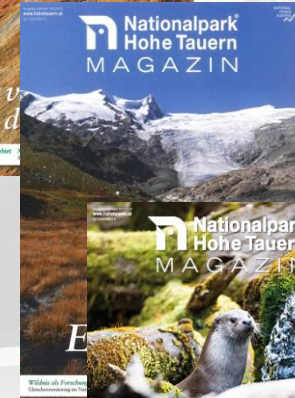
- **Organisation and Sponsoring members**



Official sponsor logo

- **National Park Magazine**
- Linked with **www.tauernfreund.at**

National Park Magazine



**Circulation: 750,000 per issue,
published three times year, mailed to all households in
Carinthia, Salzburg, Tyrol, and to a 'special mailing list'**

...two pages for friends

FREUNDE

Tolle Leistung der J

Nationalpark Ranger ist für viele Menschen ein Traum. Jugendliche in Kärnten und Osttirol wieder in diese



Ingesamt 22 junge Menschen und Mädchen – oft in Kärnten und oft in Tirol – nahmen im heutigen Sommer wieder an der Ausbildung zu Junior Ranger teil. In Kärnten, wo das Programm von Kärnten-Milch unterstützt wird, hatten die Nachwuchsranger mit einem Theorieteil schon im Vorfeld mit der Grundausbildung begonnen. Heute stand die Praxis im Vordergrund. Die jungen Menschen begleiten Ranger bei ihrer täglichen Arbeit im Schutzgebiet.

Nach einer Abschlussprüfung der 10. Jahrgangsstufe des Zertifikats als Junior Ranger auszuweisen, werden sie an der Ausbildung zu Junior Ranger teilnehmen. In Kärnten, wo das Programm von Kärnten-Milch unterstützt wird, hatten die Nachwuchsranger mit einem Theorieteil schon im Vorfeld mit der Grundausbildung begonnen. Heute stand die Praxis im Vordergrund. Die jungen Menschen begleiten Ranger bei ihrer täglichen Arbeit im Schutzgebiet.



12 NATIONALPARK HOHE TAUERN



Das Horn verrät viel über Steinwild

Die Hörner der Steinböcke sind so etwas wie eine kleine Datenbank. Ein aktuelles Forschungsprojekt vermisst die Hörner und wertet die Ergebnisse aus.

Jeder Millimeter Hornschub bedeutet eine enorme Leistung für den Organismus des Steinbocks. Vergleicht man die jährlichen Schübe – ähnlich den Jahresringen eines Baumes – kann man viel über die Fitness des jeweiligen Steinbocks herausfinden. Das Steinbockhorn wächst von Mai bis November. Die Jahresringe liegen bei jüngeren Böcken weiter auseinander als bei älteren Tieren. Im Nationalpark Hohe Tauern können dank der Unterstützung der Privatbrauerei Stiegl



Salzburger Chef Heiner Obermaier mit Karl Stoss, Präsident des Vereins der Freunde des Nationalparks Hohe Tauern (v.l.).

Gut ausgerüstet im Dienst
Bei Wind und Wetter sind die Nationalpark Ranger bei ihrer Arbeit im Schutzgebiet unterwegs. Sie schützen eine gute, funktionelle Bekleidung, die gegen Kälte, Regen und Wind schützt. Der Bergsportartikel Salva ist Partner des Nationalparks Hohe Tauern und unterstützt die Ranger mit Funktionsbekleidung.

12 NATIONALPARK HOHE TAUERN



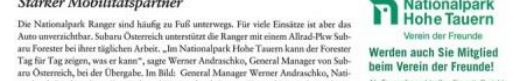
FREUNDE

Nationalparkunterricht auf dem Lehrplan

Durch die Partnerschaft mit ja!Natürlich kann das Schutzgebiet spannende Unterrichtsmodule für Partnerschulen anbieten.

Kinder, die in der Nationalparkregion aufwachsen, wollen möglichst viel über das Schutzgebiet erfahren und den Nationalpark kennenlernen. Um die jungen Menschen bestmöglich zu erreichen, hat das Schutzgebiet Partnerschaften mit Schulen geschlossen. Gemeinsame Anliegen ist es, den Schülerinnen und Schülern die Schönheit des Nationalparks zu vermitteln und sie für Umwelt und Natur zu sensibilisieren. Der Unterricht mit Nationalpark Rangers ist das Herzstück des Programms, das durch die Kooperation mit der Biomarkete ja!Natürlich ermöglicht wird. Der kostenlose Unterricht hat große Wirkung. Allein im Schuljahr 2014/15 wurden in den Partnerschulen in Kärnten, Salzburg und Tirol mehr als 8.000 Schülerinnen und Schüler erreicht. Das gemeinsame Ziel ist es, junge Botschafter für den Nationalpark heranzubilden und die Nationalparkidee auch weit über die Grenzen des Schutzgebietes hinauszuvermitteln.

Gemeinsam mit ja!Natürlich wurde ein Modul für den Nationalparkunterricht entwickelt, bei dem Kinder ihren Geschmackssinn testen und die Grundzüge biologischer Landwirtschaft kennenlernen.



Starker Mobilitätspartner

Die Nationalpark Ranger sind häufig zu Fuß unterwegs. Für viele Einsätze ist aber das Auto unverzichtbar. Subaru Österreich unterstützt die Ranger mit einem Allrad-Pkw Subaru Forester bei ihrer täglichen Arbeit. „Im Nationalpark Hohe Tauern kann der Forester Tag für Tag reagen, was er kann“, sagt Werner Androschko, General Manager von Subaru Österreich, bei der Übergabe. Im Bild: General Manager Werner Androschko, Nationalpark-Direktor Peter Rupitsch und Nationalpark Ranger Konrad Mariacher (v.l.).



12 NATIONALPARK HOHE TAUERN



FREUNDE



Elis Weller.

n heutzutage 15 Jugendliche eine Ausbildung durch die Kärntnermilch. Im nächsten vollen geführten Wanderungen begleiten, jünger dabei sein.

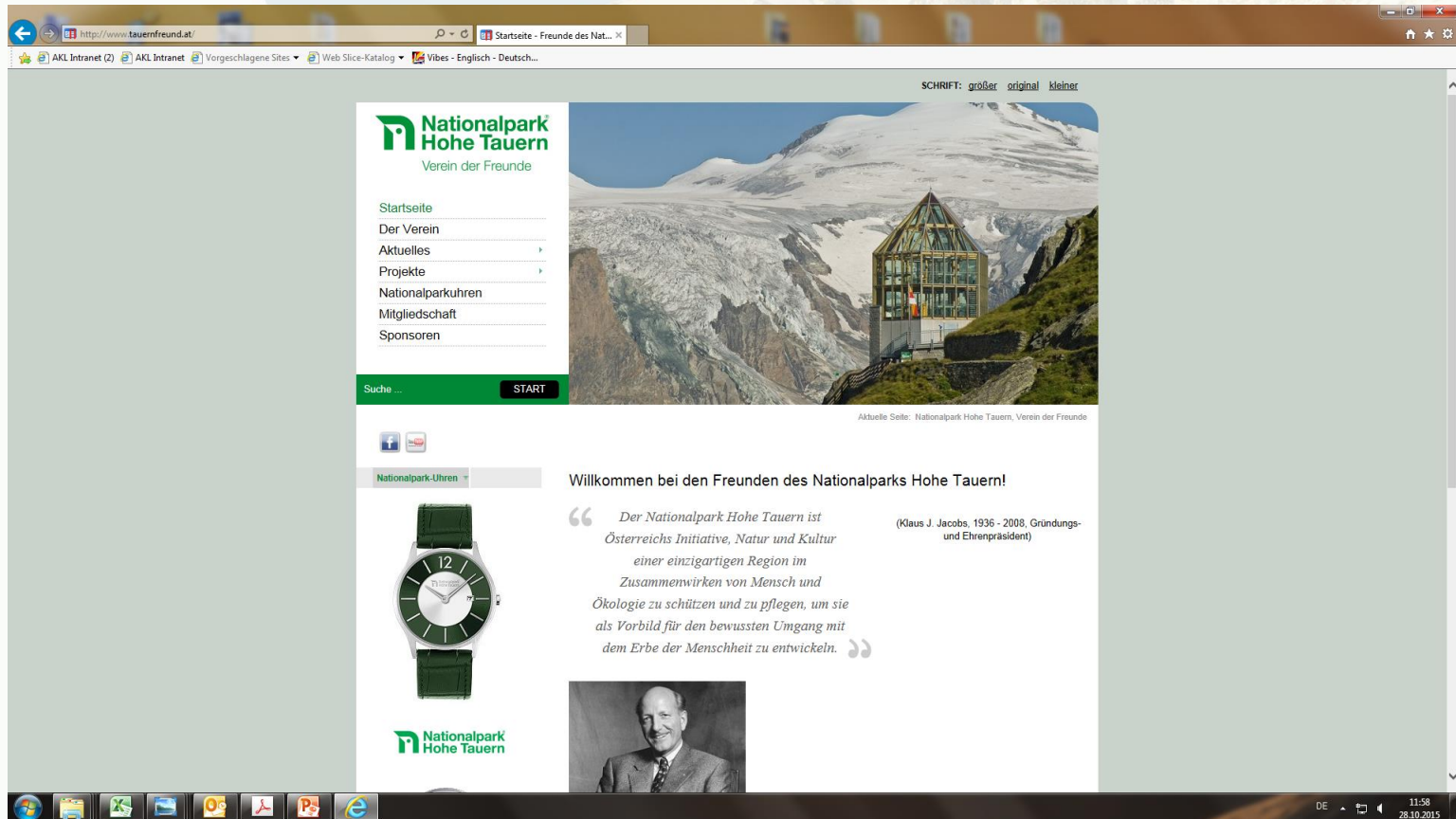
hr für Nationalparkfreunde

Das Schutzgebiet am Handgelenk: Der Uhrenhersteller Jacques Lemans hat eine attraktive Uhr für Nationalparkfreunde entwickelt. Das Gehäuse ist aus massivem Edelstahl, gefülltes Crystalglas für Wasserbeständigkeit, das Quarzwerk für Genauigkeit. Uhr ist bis 10 ATM wasserfest und verfügt über ein Wasserdichtglas. In zwei Größen: 42 mm und 46 mm. Ein edelstahlarm und ein edelstahlarm. Die Uhr kostet 120,- € (inkl. Versand). 1,- € und ist bei allen Freunden des Nationalparks Hohe Tauern erhältlich. 04825/6161-10 oder info@nationalparkfreunde.at



12 NATIONALPARK HOHE TAUERN

www.tauernfreund.at



Partners 2016



UNSERE ORGANISATIONSMITGLIEDER:

 SWAROVSKI	 REWE GROUP
 JACOBS FOUNDATION	 Verbund

UNSERE FÖRDERMITGLIEDER:

 Stiegl	 OÖSTERREICHISCHE NATIONALBANK
 www.karl-schmid.com	 Die Kärntner SPARKASSE In jeder Beziehung zählen die Menschen.
 SALEWA	 Milka
 GASTEINER	 JACQUES LEMANS
 Karl Schmid	 marsoner + partner
 Raiffeisenbank Oberes Mölltal	 SUBARU Confidence in Motion
 Österreichische LOTTERIEN	 Johnson A Family Company One Enterprise Family





www.hohetauern.at

Selected examples

- Education and youth
- Species protection
- Research
- Experiencing nature

Volunteers



Wilhelm-Swarovski-Watching Tower



2016: 72.000 Visitors



Waterschool

Since September 1999 (with interruptions)

Mobile school

- For classes of schoolchildren **aged 8 to 11**
- **Four days** of lessons, **four hours** each
- **National Park Rangers** as teachers
- **Free offer**



Aim: To make children 'Water Ambassadors'

Interim assessment



68,080 schoolchildren/1,842 schools/6,170 teachers





Austria, China, India, Uganda, Brazil, USA, Thailand



Climate School

Mobile school

- For classes of schoolchildren **aged 9 to 15**
- **Four days** of lessons, **four hours** each
- **National Park Rangers** as teachers
- **Free offer**



Interim assessment



Five-year anniversary: Vienna Energy Forum

16,414 schoolchildren/541 schools

Partner Schools

- Special programmes: Years 1 to 8
- Supervised and mentored by **Nationalpark Rangers**
- Four days of lessons a year
- **Free offer**



Events



Jung Ranger Tag



Partnerschulfest



Partnerschulfest



Abschlussfest Partnerschulen

Junior Rangers

- Two-week training programme for young people aged 13 to 15; in line with objectives standardised across Europe (**EUROPARC**)
- Contents:
 - Basic knowledge of the National Park

To date, 253 Junior Rangers have been trained

- Aims:
 - To win over young ambassadors for the HTNP and nature conservation
 - To assume responsibility for the future of the HTNP
 - To contribute as influencer and opinion shaper



Markings



BIRDS RELEASED 2002

BIRDS RELEASED 2003

RIGHT SIDE

View from below

BV 337 (134/135) "Franc"
sec. 7, born 26.02.02 in Zoo of Prag (CZ)
Wing 3-4
Tail 2-2
Tat. black silver 3-4

BV 432 (150/175) "Lily"
sec. male, born 7.08.02 in VBU (A)
Wing 20-22
Tail 2-3
Tat. black cooper 2-3

BV 338 (150/164) "Nora"
sec. female, born in VBU (A)
Wing 2-4, 15-11
Tail 1-2
Tat. black gold 1-2

BV 386 (154/155) "Abbas"
sec. female, born in VBU (A)
Wing 2-5, 19-20
Tail 2-3
Tat. black blue 2-3

BV 382 (171/172) "Anker"
sec. female, born 27.03.02 in VBU (A)
Wing 12-15, 21-22
Tail 2-3
Tat. black silver 2-3

BV 405 (180/274) "Keanu"
sec. 7, born in Zoo of Liberec (CZ)
Wing 4-5, 14-15
Tail 2-3
Tat. black red 2-3

BV 395 (122/116) "Walter"
sec. female, born in Zoo of Goldau (CH)
Wing 13-15
Tail 2-3, 15-20
Tat. black green 2-3

BV 388 (171/172) "Wanda Peller"
sec. male, born in VBU (A)
Wing 2-4, 20-21
Tail 2-3
Tat. black black 2-3

LEFT SIDE

View from below

BV 420 (124/041) "Joker"
sec. 7, born 05.03.03 in Goudsleuth (ESP)
Wing 4-5, 20-21
Tail 12-15
Tat. violet violet

BV 415 (171/172) "Sadu"
sec. 7, born 25.03.03 in VBU (A)
Wing 25-24
Tail 2-3
Tat. violet cooper 2-3

BV 411 (180/274) "
sec. 7, born 17.2.03 in Liberec (CZ)
Wing 3-4
Tail 2-3, 23-25
Tat. violet gold 2-3

BV 424 (122/116) "Thori"
sec. 7, born 07.2.03 in Goldau (CH)
Wing 21-23
Tail 2-3
Tat. violet blue 2-3

BV 422 (160/2081) "
sec. 7, born 08.03.03 in Hannover (GER)
Wing 4-5, 20-21
Tail 12-15
Tat. violet silver 2-3

BV 418 (199/107) "Transalpar"
sec. 7, born 04.3.03 in VBU (A)
Wing 5-6
Tail 2-3
Tat. violet red 2-3

BV 413 (180/274) "
sec. 7, born 23.2.03 in Liberec (CZ)
Wing 3-4
Tail 2-3, 23-25
Tat. violet green 2-3

This year only one bird
released in Switzerland

LEFT SIDE

BIRDS RELEASED 2004

BIRDS RELEASED 2005

RIGHT SIDE

View from below

BV 433 Bangle
sec. m, born 11.02.04 VBU (A)
Wing 1-5
Tail 2-3
Tat. red blue 2-3

BV 438 Culu
sec. m, born 28.02.04 La Garenne (CH)
Wing 14-15
Tail 2-3
Tat. red gold 2-3

BV 440 Silbert
sec. f, born 24.03.04 VBU (A)
Wing 2-3, 12-13, 21-22
Tail 2-3
Tat. red cooper 2-3

BV 444 Tolo
sec. m, born 30.3.04 Hannover (GER)
Wing 4-5, 16-17
Tail 2-3
Tat. red violet 2-3

BV 435 Palatin
sec. f, born 17.02.04 VBU (A)
Wing 14-12, 21-23
Tail 2-3
Tat. red black 2-3

BV 439 Orter
sec. f, born 28.02.04 Goudsleuth (ESP)
Wing 1-5, 14-17
Tail 2-3, 13-14
Tat. red green 2-3

BV 441 Bella Cha
sec. f, born 24.03.04 Prague (CZ)
Wing 2-4
Tail 2-3
Tat. red gold 2-3

BV 445 Hubertus 2
sec. 7, born 04.04.04 in Goldau (CH)
Wing 4-4
Tail 2-3
Tat. red silver 2-3

BV 452 Monaco
sec. f, born 30.01.05 VBU (A)
Wing 3-4
Tail 1-2
Tat. green blue 1-2

BV 453 Swaro
sec. m, born 17.02.05 Zol Tobolsk (A)
Wing 1-5, 14-17
Tail 2-3
Tat. green cooper 2-3

BV 452 Escalera
sec. f, born 17.02.05 VBU (A)
Wing 4-5
Tail 2-3
Tat. green violet 2-3

BV 453 Pula
sec. 7, born 27.02.05 Goldau (CH)
Wing 4-4
Tail 2-3
Tat. green gold 2-3

BV 458 MonteCarlo
sec. f, born 02.02.05 Zoo Liberec (CZ)
Wing 11-12, 20-22
Tail 2-3
Tat. green black 2-3

BV 452 Sallanchus
sec. f, born 20.02.05 VBU (A)
Wing 4-5
Tail 2-3
Tat. green red 2-3

BV 455 Dorag
sec. f, born 04.03.05 VBU (A)
Wing 2-3, 16-17
Tail 2-3
Tat. green silver 2-3

BV 454 Nature
sec. f, born 27.02.05 Zoo La Garenne (CH)
Wing 4-5
Tail 2-3
Tat. green green 2-3



Communication



Special Edition



Overall assessment 1993 - 2015

EUR 11 m
EUR 500,000.- per year

PR & communication activities

- Ja! Natürlich TV ads
- NP logo advertised on Milka chocolate (featured on 500 million 100g and 300g Milka bars a year in Austria, Germany and Switzerland)
- Advertised on Gasteiner mineral water bottles (more than 51 million bottles a year)
- Links to homepages
- Press events
- ...



Conclusions

1. Strong personalities at the head of the Association

- Close affinity to nature, personal relationship, ...

2. Partnerships do not represent sponsoring in the 'classic' sense

- Continuity, reliability, ...

3. Hohe Tauern National Park is a 'strong product'

Important factor, integral part

Spontaneous recognition

HOHE TAUERN

DONAU-AUEN

NEUSIEDLER SEE -
SEEWINKEL

KALKALPEN

THAYATAL

GESÄUSE

LOBAU

73,23 %

41,89 %

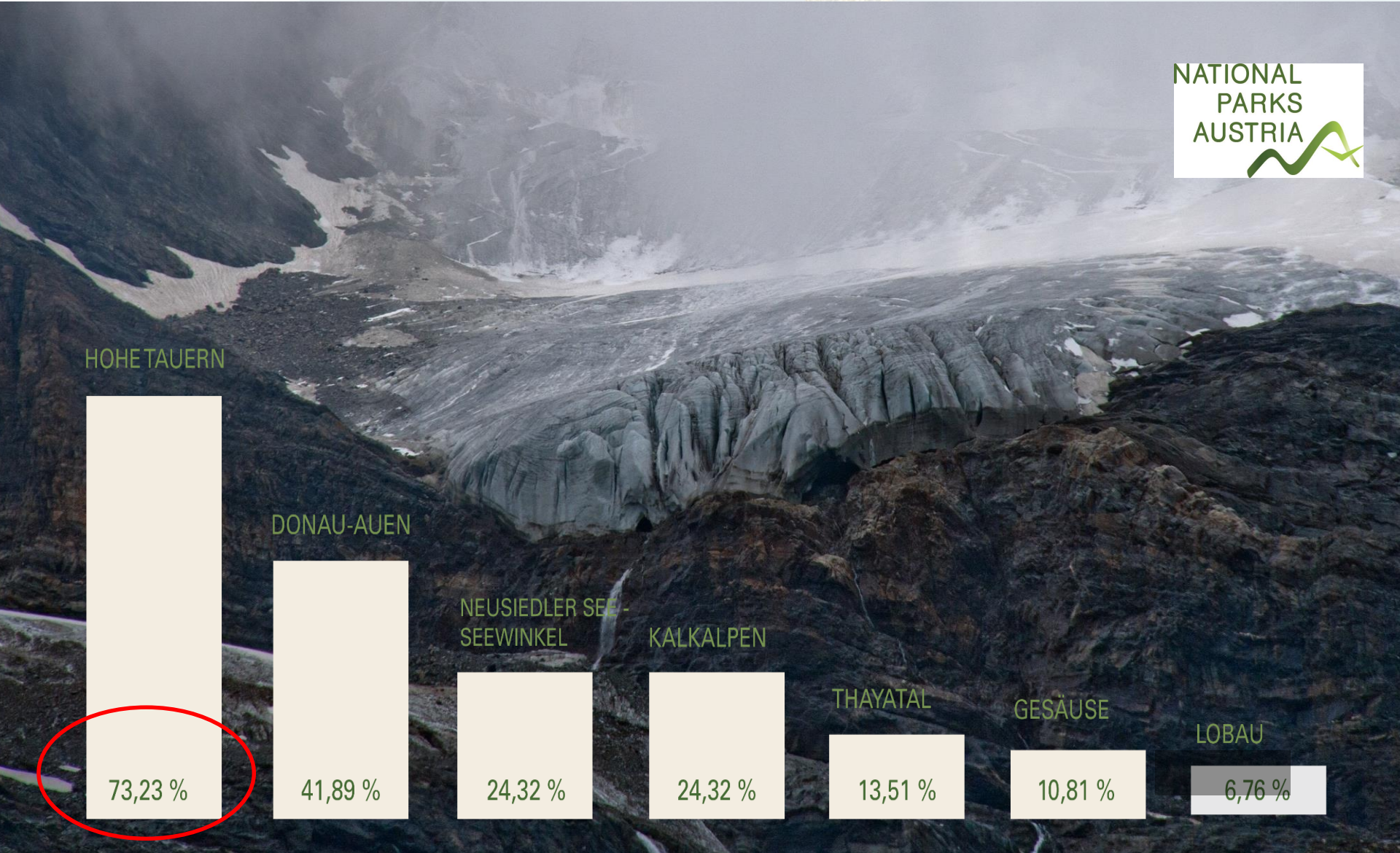
24,32 %

24,32 %

13,51 %

10,81 %

6,76 %



www.tauernfreund.at



Thank you!