



Mitteilung UV-2503-d

Pärke von nationaler Bedeutung: Markenhandbuch

Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde für
Nutzerinnen und Nutzer der Marke
SCHWEIZER PÄRKE

Stand: 03/2025

Vorversionen: Teil 1: 10/2010
Teil 2: 10/2012

Rechtliche Grundlagen: *NHG* Art. 23j und 23/
PäV Art. 29

Betroffene Fachgebiete

Abfall	Altlasten	Biodiversität	Biotechnologie	Boden	Chemikalien	Elektromog und Licht	Klima	Landschaft	Lärm	Luft	Naturgefahren	Recht	Störfälle	UVP	Wald und Holz	Wasser
--------	-----------	---------------	----------------	-------	-------------	----------------------	-------	------------	------	------	---------------	-------	-----------	-----	---------------	--------

Impressum

Rechtliche Bedeutung

Diese Publikation ist eine Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde und richtet sich an Gesuchstellende (insbesondere für Bewilligungen sowie Zusicherungen von Subventionen). Sie konkretisiert die Praxis des BAFU als Vollzugsbehörde in formeller Hinsicht (erforderliche Gesuchsunterlagen) sowie in materieller Hinsicht (erforderliche Nachweise zur Erfüllung der materiellen rechtlichen Anforderungen). Wer diese Mitteilung befolgt, kann davon ausgehen, dass sein Gesuch vollständig ist.

Herausgeber

Bundesamt für Umwelt (BAFU)

Das BAFU ist ein Amt des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK).

Mitwirkende

Markenbeirat SCHWEIZER PÄRKE

Layout

Funke Lettershop AG

Grafik

Atelier Bruggisser Partner

PDF-Download

www.bafu.admin.ch > Publikationen, Medien > Vollzugshilfen > Landschaft

Eine gedruckte Fassung kann nicht bestellt werden.

Diese Publikation ist auch in französischer und italienischer Sprache verfügbar. Die Originalsprache ist Deutsch.

© BAFU 2025

Inhaltsverzeichnis

Abstracts	4
Vorwort	5
1 Einleitung	6
1.1 Marke SCHWEIZER PÄRKE und ihre Positionierung	7
1.2 Umfang der Markenverwendung	8
1.3 Adressaten	8
1.4 Ziel und Verbindlichkeit	8
1.5 Form	8
1.6 Weitere Publikationen	9
2 Markenidentität und Positionierung	10
2.1 Markenidentität der Schweizer Pärke	10
2.2 Stakeholder der Marke SCHWEIZER PÄRKE	11
2.3 Zielgruppen der Markenkommunikation	14
2.4 Das Profil der Marke SCHWEIZER PÄRKE	16
3 Markenführung	18
3.1 Parklabel	18
3.2 Finanzhilfen	18
3.3 Produktlabel der Schweizer Pärke	18
3.4 Markenkommunikation	18
3.5 Steuerung und Controlling	19
4 Corporate Design	20
4.1 Marke SCHWEIZER PÄRKE	20
4.2 Parklabel	22
4.3 Produktlabel der Schweizer Pärke	24
4.4 Definition der Farben	25
4.5 Definition der Schrift	28
4.6 Signaletik-Design	29

Abstracts

The Swiss Parks are renowned for their beautiful landscapes, the variety of flora and fauna and their outstanding cultural assets. If a region fulfils the requirements set out in the Nature and Cultural Heritage Act, the federal government awards it the 'Park of National Importance' label. The SWISS PARKS brand, the park label and the Swiss Parks Product label are protected by trademark law. As the brand owner, the FOEN uses this brand handbook to define the basic features of the brand identity and positioning, the brand management and corporate design for all users of the SWISS PARKS brand and the signage design.

Die Schweizer Pärke zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Erfüllt eine Region die im Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz festgelegten Anforderungen, zeichnet sie der Bund als Park von nationaler Bedeutung mit dem Parklabel aus. Die Marke SCHWEIZER PÄRKE, das Parklabel und das Produktelabel der Schweizer Pärke sind markenrechtlich geschützt. Als Markeneigentümerin legt das BAFU mit vorliegendem Markenhandbuch die Grundzüge der Markenidentität und Positionierung, die Markenführung und das Corporate Design für alle Nutzerinnen und Nutzer der Marke SCHWEIZER PÄRKE und des Signaletik-Designs fest.

Les parcs suisses se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leur patrimoine culturel. Si une région remplit les exigences fixées par la loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage, la Confédération peut la reconnaître comme parc d'importance nationale en lui octroyant le label Parc. La marque PARCS SUISSES ainsi que les labels Parc et Produit des parcs suisses sont protégés par le droit sur les marques. Élaboré par l'OFEV en tant que propriétaire de la marque, le présent manuel est destiné à tous ceux qui utilisent la marque PARCS SUISSES et le design de sa signalétique. Il décrit les points fondamentaux constituant l'identité de la marque et son positionnement et définit également le mode de gestion de la marque ainsi que son identité graphique.

I parchi svizzeri si contraddistinguono per i loro splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. Se una regione soddisfa i requisiti stabiliti dalla legge federale sulla protezione della natura e del paesaggio, la Confederazione può riconoscerla come parco d'importanza nazionale conferendole il marchio Parco. I marchi PARCHI SVIZZERI, Parco e Prodotto dei parchi svizzeri sono protetti dal diritto sui marchi. Elaborato dall'UFAM in qualità di proprietario del marchio, il presente manuale è destinato a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI e il loro design della segnaletica. Descrive i tratti fondamentali dell'identità e del posizionamento del marchio definendone anche le modalità di gestione e l'identità grafica.

Keywords:

Parks of national importance, SWISS PARKS brand, park label, Swiss Parks Product label, brand identity and positioning, corporate design, signage.

Stichwörter:

Pärke von nationaler Bedeutung, Marke SCHWEIZER PÄRKE, Parklabel, Produktelabel der Schweizer Pärke, Markenidentität und Positionierung, Corporate Design, Signaletik.

Mots-clés:

Parcs d'importance nationale, marque PARCS SUISSES, label Parc, label Produit des parcs suisses, identité de marque et positionnement, identité graphique, signalétique.

Parole chiave:

parchi d'importanza nazionale, marchio PARCHI SVIZZERI, marchio Parco, marchio Prodotto dei parchi svizzeri, identità e posizionamento del marchio, identità grafica, segnaletica.

Vorwort

Die Pärke von nationaler Bedeutung zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Auf dieser Basis sind die Parkgemeinden zusammen mit der Bevölkerung und den Kantonen bestrebt, diese Werte zu erhalten, für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung ihrer Regionen weiter zu steigern und nachhaltig zu nutzen.

Seit dem 1. Dezember 2007 sind in der Schweiz die rechtlichen Grundlagen zur Schaffung von Pärken von nationaler Bedeutung in Kraft. Der Bund kann die Errichtung, den Betrieb und die Qualitätssicherung von Pärken mit globalen Finanzhilfen unterstützen. Er anerkennt Pärke von nationaler Bedeutung, indem er das Parklabel verleiht, wenn die Anforderungen erfüllt sind.

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE ist inzwischen eine erfolgreich etablierte Marke. Sie trägt in ihrer Gesamtheit bei, die Pärke zu entwickeln und langfristig zu sichern. Diese Marke soll im In- und Ausland für die Qualität der Pärke von nationaler Bedeutung mit ihren zertifizierten Parkprodukten bürgen. Anbieterinnen und Anbieter sowie Besucherinnen und Besucher sollen sich auf die Marke und ihre Werte verlassen können.

Eine strategische Ausrichtung der Marke SCHWEIZER PÄRKE ist in vielfacher Hinsicht von Nutzen:

- Unter der gemeinsamen Marke erlangen die Schweizer Pärke national und international die ihnen gebührende Bekanntheit.
- Eine gemeinsame Positionierung unter der Marke SCHWEIZER PÄRKE macht diese attraktiv für nationale Sponsoren und Partner.
- Mit einem gemeinsamen Vorgehen können kostenintensive Vorhaben wie die Signaletik preiswerter realisiert werden.
- Eine gut bekannte und starke Marke ist beste Voraussetzung, dass eine Region und deren Bevölkerung sich mit dem Park identifizieren können und davon profitieren.

Dies setzt voraus, dass die Marke SCHWEIZER PÄRKE konsequent und einheitlich verwendet wird. Im vorliegenden Markenhandbuch sind alle inhaltlichen und formalen Grundlagen definiert.

Katrin Schneeberger, Direktorin
Bundesamt für Umwelt (BAFU)

1 Einleitung

Die Artikel 23e–23m des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG, SR 451) bilden die gesetzliche Grundlage für die Pärke von nationaler Bedeutung. Artikel 23j NHG legt die Voraussetzungen für die Verleihung eines Parklabels und eines Produktlabels der Schweizer Pärke fest. Die gesetzliche Verankerung dieser beiden Label vereint die Schweizer Pärke unter einem gemeinsamen Dach, der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Als Fachstelle des Bundes für die Pärke von nationaler Bedeutung sorgt das Bundesamt für Umwelt (BAFU) für den markenrechtlichen Schutz des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke im Sinne des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz MSchG, SR 232.11), für die Kontrolle von deren Verwendung sowie für deren Bekanntmachung (Art. 29 Abs. 4 Pärkeverordnung [PäV, SR 451.36]).

Das vorliegende Markenhandbuch ermöglicht allen Nutzerinnen und Nutzern die rechtskonforme, grafisch korrekte und zielgerichtete Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Die Publikation ist ein Auftrag gemäss Artikel 29 Absatz 5 PäV. Danach erlässt das BAFU Richtlinien zur Verleihung und Verwendung des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke. Die Bestimmungen zur Nutzung legt das BAFU als Eigentümerin der geschützten Marke SCHWEIZER PÄRKE fest. Diese Rechte und Pflichten ergeben sich aus dem Markenschutzgesetz.

1.1 Marke SCHWEIZER PÄRKE und ihre Positionierung

Die Wort-/Bildmarke SCHWEIZER PÄRKE (Abb. 1) und ihre Anwendungsformen als Parklabel (vgl. Kap. 4.2) und Produktlabel der Schweizer Pärke (vgl. Kap. 4.3) sind beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) als Individualmarken hinterlegt¹ und somit durch das Markenschutzgesetz geschützt. Markeneigentümerin ist das BAFU.

Form und Farbe der Marke SCHWEIZER PÄRKE erscheinen in allen Sprachen identisch. Dies dient der raschen Identifizierung und erleichtert die Wiedererkennung.

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE ist Repräsentantin und Botschafterin der Schweizer Pärke. Sie erfüllt die Funktionen der Kennzeichnung, Identifikation, Profilierung und Auszeichnung der Pärke von nationaler Bedeutung und der von den Pärken zertifizierten Waren und Dienstleistungen.

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE hat folgende Symbolik:

- Das quadratische Farbfeld und der im Balkenkreuz angeordnete Schriftzug nehmen die zentralen Elemente der Schweizer Fahne auf. Beides symbolisiert die nationale Bedeutung, die der Gesetzgeber dem Pärkerecht zugrunde gelegt hat (Art. 23e ff. NHG: «Pärke von nationaler Bedeutung»).
- Die dreisprachige Wortkombination versinnbildlicht die kulturelle Vielfalt der Schweizer Pärke und die schweizweite Zusammengehörigkeit.
- Die Grundfarbe Grün setzt den Bezug zu den hohen Qualitäten von Natur und Landschaft der Schweizer Pärke.
- Der radiale Farbverlauf symbolisiert die Dynamik der Schweizer Pärke.

Im Kern transportiert die Marke SCHWEIZER PÄRKE die Botschaft:

«Die Schweizer Pärke sind Regionen, die im Einklang mit der vielfältigen Natur, wertvollen Landschaft und reichen Kultur gepflegt und entwickelt werden.»

Das Profil der Marke SCHWEIZER PÄRKE ist in Kapitel 2.4 ausgeführt. Die korrekte Anwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE als Parklabel, Produktlabel der Schweizer Pärke und in der Signaletik ist in Kapitel 4 erläutert.

¹ <https://database.ipi.ch/database-client/search/query/trademarks;>
Registrierungsnummern der Marke SCHWEIZER PÄRKE für die
5 Sprachversionen: Deutsch 628312, Englisch 628313, Französisch 630989,
Italienisch 630990, Rätoromanisch 630991.

Abb. 1: Marke SCHWEIZER PÄRKE

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

1.2 Umfang der Markenverwendung

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE wird in diesen Bereichen verwendet:

- **Marke:** Die vom BAFU autorisierten Nutzerinnen und Nutzer dürfen die Marke ausschliesslich für die Bekanntmachung der Pärke verwenden. Die Nutzung erfolgt auf der Basis eines Lizenzvertrags oder einer einmaligen Bewilligung (vgl. Kap. 2.2.6 und 4.1).
- **Parklabel:** Die Parkträgerschaft darf das Parklabel nur für die Bekanntmachung des Parks verwenden. Die Verwendung des Parklabels zur Werbung für einzelne Waren oder Dienstleistungen ist unzulässig (Art. 10 PÄV; vgl. Kap. 2.2.3 und 4.2).
- **Produktelabel:** Das Produktelabel der Schweizer Pärke darf nur für die Kennzeichnung und die Vermarktung derjenigen Waren und Dienstleistungen verwendet werden, für die es verliehen worden ist (Art. 14 PÄV; vgl. Kap. 2.2.5 und 4.3).
- **Signaletik:** Die Pärke dürfen für Kommunikationsmassnahmen innerhalb des Signaletik-Systems ausschliesslich die Marke in ihrer einfarbig dunkelgrünen Ausprägung auf hellgrünem Hintergrund verwenden (vgl. Kap. 4.6).

1.3 Adressaten

Das Markenhandbuch richtet sich an alle Nutzerinnen und Nutzer der Marke SCHWEIZER PÄRKE sowie an Stellen, die eine Aufsichts- oder Kontrollpflicht über die korrekte Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE haben (vgl. Kap. 2.2).

Zur Nutzung der Marke SCHWEIZER PÄRKE sind folgende Behörden, Organisationen und Personen befugt: BAFU, Behörden der Pärkekantone, Parkträgerschaften, das Netzwerk Schweizer Pärke, Herstellerinnen und Hersteller bzw. Anbieterinnen und Anbieter von mit dem Produktelabel der Schweizer Pärke zertifizierten Waren und Dienstleistungen sowie Lizenznehmende.

Eine Aufsichtspflicht haben die für den Vollzug der Pärkepolitik zuständigen Behörden von Bund und Kantonen und die Parkträgerschaften. Eine delegierte Kontrollpflicht haben die Zertifizierungsstellen, welche Waren und Dienstleistungen für die Auszeichnung mit dem Produktelabel der Schweizer Pärke zertifizieren.

1.4 Ziel und Verbindlichkeit

Das Markenhandbuch hat zum Ziel, dass die Nutzerinnen und Nutzer die Marke SCHWEIZER PÄRKE rechtskonform, grafisch korrekt und einheitlich verwenden. Die Vorgaben dienen der Wiedererkennbarkeit der Marke und damit auch den Nutzenden selbst. Die korrekte Nutzung der Marke ist eine Auflage an die Pärke, die mit der Verleihung des Parklabels verfügt wird und damit verbindlich ist (Art. 10 PÄV). Weiter bieten die im Markenhandbuch aufgeführten Grundregeln Sicherheit, dass die materiellen Anforderungen an Finanzhilfen gemäss Artikel 2 PÄV im Bereich der Bekanntmachung, insbesondere der Signaletik, eingehalten sind.

1.5 Form

Die vorliegende Richtlinie wird nur in elektronischer Form zur Verfügung gestellt. Die Dateien der Marke SCHWEIZER PÄRKE sind auf der Webseite des BAFU unter www.bafu.admin.ch/paerke abrufbar. Die Marke für die Anwendung in der Signaletik wird ausschliesslich den Pärken abgegeben.

In Ergänzung zum Markenhandbuch stellt das Netzwerk Schweizer Pärke auf seinem Intranet den Pärken die Praxishilfe «Anwendung Marke SCHWEIZER PÄRKE» zur Verfügung. Diese Praxishilfe zeigt gute Beispiele für die Anwendung des Parklabels, des Produktelabels der Schweizer Pärke und der Signaletik und enthält die digitalen Vorlagen für die Planung und Produktion der Signaletik.

1.6 Weitere Publikationen

Folgende Dokumente sind beim Vollzug der Pärkepolitik ebenfalls von Bedeutung:

- BAFU (Hrsg.) 2025: Pärke von nationaler Bedeutung: Produktelabel. Richtlinien zur Verleihung und Verwendung des Produktelabels der Schweizer Pärke. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 2504, 27 S.
- BAFU (Hrsg.) 2023: Handbuch Programmvereinbarungen im Umweltbereich 2025–2028: Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde an Gesuchsteller. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 2315, 249 S.
- BAFU (Hrsg.) 2014: Handbuch für die Errichtung und den Betrieb von Pärken von nationaler Bedeutung; Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde an Gesuchsteller. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 1414, 176 S. Mit Aktualisierungen 2018 und 2019.

2 Markenidentität und Positionierung

2.1 Markenidentität der Schweizer Pärke

In den Artikel 23e–23l NHG ist festgelegt, was Pärke von nationaler Bedeutung sind und welche Leistungen sie erbringen müssen². Die PÄV und das Handbuch für die Errichtung und den Betrieb von Pärken von nationaler Bedeutung führen die gesetzlichen Vorgaben der Schweizer Pärke aus. Nachfolgend sind die hinsichtlich der Markenidentität wichtigen Punkte aufgeführt.

2.1.1 Parkgebiet

Pärke von nationaler Bedeutung sind Gebiete mit hohen Natur- und Landschaftswerten. Sie zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Sie weisen geringe Beeinträchtigungen durch Infrastrukturen und Nutzungen auf. Jede der drei Parkkategorien Nationalpark, Regionaler Naturpark und Naturerlebnispark hat ein unterschiedliches Konzept.

Deshalb gibt es spezifische Anforderungen an die minimale Grösse und Zonierung des jeweiligen Parkgebiets sowie die zu erbringenden Leistungen. Jeder Park ist mit seinem Perimeter im kantonalen Richtplan festgesetzt.

2.1.2 Führung und Partizipation

Am Anfang jedes Parks steht eine regionale Initiative. Dabei steht das Bedürfnis der Bevölkerung im Vordergrund, die wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunft der Region gemeinsam auf nachhaltige Weise zu gestalten. Die Gemeinden, deren Gebiet in den Park einbezogen ist, müssen massgeblich in der Parkträgerschaft vertreten sein. Sie ist das strategische Gremium für die Führung und Steuerung. Im Parkvertrag legt die Parkträgerschaft die Ziele fest. Er dient zusammen mit dem Managementplan als Steuerungs- und Qualitätssicherungsinstrument. Die Parkträgerschaft stellt mit demokratischen und partizipativen Prozessen sicher, dass sich die Bevölkerung und die Interessensgruppen aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik in die Aktivitäten und Entwicklung des Parks einbringen können.

² Der Schweizerische Nationalpark hat mit dem Bundesgesetz über den Schweizerischen Nationalpark im Kanton Graubünden (Nationalparkgesetz, SR 454) eine eigenständige Rechtsgrundlage und Positionierung. Darauf weist Artikel 23m NHG hin.

2.1.3 Ziele und Leistungen

Die Parkgemeinden verpflichten sich im Parkvertrag, die gesetzlichen Anforderungen an den Park langfristig zu erfüllen, die vorhandenen Werte zu erhalten und aufzuwerten sowie diese für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung ihrer Region nachhaltig zu nutzen. Die Erhaltung und Förderung der Biodiversität und Landschaftsqualität sind ein Kernauftrag der Pärke. Die in NHG und PÄV definierten Zielsetzungen pro Parkkategorie sind nachfolgend aufgeführt (Tab. 1).

2.1.4 Qualitätsversprechen

Mit der Verleihung des Parklabels anerkennt der Bund, dass eine Region die rechtlichen Anforderungen an einen Park von nationaler Bedeutung erfüllt. Das Parklabel garantiert, dass der Park die vorhandenen Werte erhält und aufwertet, das Management professionell arbeitet und dass der Park demokratisch legitimiert sowie finanziell und räumlich langfristig gesichert ist.

2.2 Stakeholder der Marke SCHWEIZER PÄRKE

Die Stakeholder der Marke SCHWEIZER PÄRKE sind jene Organisationen, Personengruppen oder Einzelpersonen, die ein Eigeninteresse an der Marke haben und/oder eine bestimmte Rolle einnehmen. Sie sind damit auch die Zielgruppen dieses Markenhandbuchs. Die Marke SCHWEIZER PÄRKE wird verwendet

- für die Bekanntmachung des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke durch das BAFU als Markeneigentümerin und das Netzwerk Schweizer Pärke sowie weitere lizenzierte Berechtigte;
- als Parklabel für die anerkannten Pärke;
- als Produktlabel der Schweizer Pärke für die Auszeichnung von zertifizierten Waren und Dienstleistungen;
- als Kennzeichnung für die physische Präsenz und Erkennung der Schweizer Pärke vor Ort im Rahmen der Signalistik.

Die nachfolgende Abb. 2 gibt den Überblick über die Stakeholder und deren Rolle bezüglich Nutzung und Kontrolle der Marke SCHWEIZER PÄRKE.

Tab. 1: Ziele pro Parkkategorie

Nationalpärke	Regionale Naturpärke	Naturerlebnispärke
Biodiversität und Landschaft • Kernzone: Sicherstellen der freien Entwicklung der Natur • Umgebungszone: Schutz vor nachteiligen Eingriffen	Biodiversität und Landschaft • Erhaltung und Aufwertung	Biodiversität und Landschaft • Kernzone: Sicherstellen der freien Entwicklung der Natur • Übergangszone: Puffer für die Kernzone
Förderung der nachhaltigen Nutzung von natürlichen Ressourcen	Stärkung der nachhaltig betriebenen Wirtschaft	
Sensibilisierung und Umweltbildung	Sensibilisierung und Umweltbildung	Sensibilisierung, Umweltbildung und Naturerlebnisse
Forschung	Forschung (fakultativ) ¹	Forschung (fakultativ)
Management, Kommunikation und räumliche Sicherung	Management, Kommunikation und räumliche Sicherung	Management, Kommunikation und räumliche Sicherung

¹ Für Biosphärenreservate ist Forschung obligatorisch.

Das gemeinsame Interesse gilt einer starken und glaubwürdigen Marke mit einem positiven Image und einer hohen Bekanntheit. Die Nutzerinnen und Nutzer der Marke sind selbst Botschafterinnen und Botschafter der Marke und tragen damit zur Erhöhung der Bekanntheit und zur Imagebildung (Aufladen der Marke mit Werten) bei. Andererseits erwarten die Nutzenden der Marke auch einen immateriellen und/oder kommerziellen Gegenwert.

Bei den Rollen gibt es unterschiedliche Rechte und Pflichten, sei es als Anwenderin und Anwender, als Instanz für Kontrolle oder in der Kommunikation. Diese Rollen der Stakeholder sind nachfolgend aufgeführt.

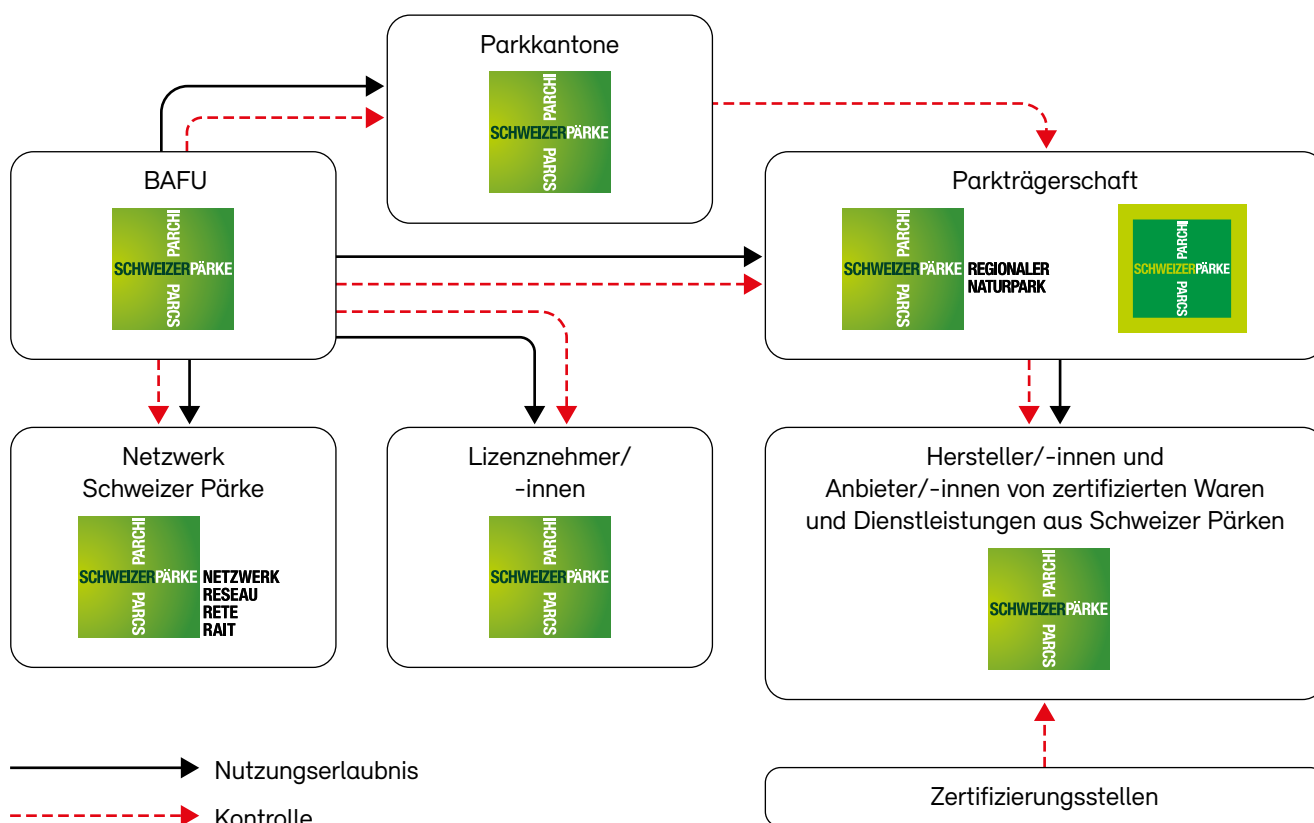
2.2.1 Bundesamt für Umwelt

Das BAFU als Fachstelle des Bundes für die Pärke von nationaler Bedeutung hat umfassende Rechte und Pflichten. Das BAFU

- ist Eigentümerin der Marke SCHWEIZER PÄRKE;
- verleiht das Parklabel;

- schützt die Marke SCHWEIZER PÄRKE, das Parklabel, das Produktlabel der Schweizer Pärke und das Signaletik-Design durch Eintragung beim Institut für Geistiges Eigentum IGE;
- trifft Massnahmen zum Schutz vor missbräuchlicher Verwendung bzw. wahrt die Schutzrechte im Falle eines Verstosses;
- erlässt die Vorschriften zur Anwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE;
- überwacht die korrekte Verwendung von Parklabel, Produktlabel der Schweizer Pärke und der Marke SCHWEIZER PÄRKE;
- erteilt an Dritte Lizenzen für die Nutzung der Marke SCHWEIZER PÄRKE zum Zweck der Bekanntmachung;
- sorgt für die Bekanntmachung des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke;
- berät das Netzwerk Schweizer Pärke, die Pärke und Lizenznehmende der Marke bei Anwendungsfragen;
- erteilt auf Gesuch hin Ausnahmen für ausserordentliche Markenwendungen.

Abb. 2: Stakeholder der Marke SCHWEIZER PÄRKE



2.2.2 Kantone

Die Kantone als Leistungserbringer der Programmvereinbarungen im Umweltbereich

- unterstützen ihre Pärke institutionell und finanziell bei der Errichtung und im Betrieb;
- reichen das Gesuch um Finanzhilfen und um Verleihung des Parklabels beim BAFU ein;
- regeln nach Bedarf kantonsspezifische Anliegen bezüglich Parklabel und Produktlabel mit dem jeweiligen Park.

2.2.3 Parkträgerschaft

Die Parkträgerschaft als strategisches Organ des Parks und als vorgesetzte Behörde der Geschäftsstelle, kurz: der Park

- verantwortet die strategische Führung des Parks und das Einhalten der Anforderungen, um das Parklabel zu erhalten und zu tragen;
- verwendet das Parklabel immer und ausschliesslich für die Bekanntmachung des Parks;
- verleiht für zertifizierte Waren und Dienstleistungen das Produktlabel der Schweizer Pärke;
- stellt mittels eines Grafikmanuals die rechtskonforme Verwendung des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke inkl. Co-Branding mit anderen Gütezeichen oder Label sicher;
- gewährleistet die korrekte Anwendung des Signaletik-Designs im mit Finanzhilfen des Bundes unterstützten Bereich der Signaletik;
- legt gegenüber dem (federführenden) Kanton und dem BAFU Rechenschaft ab über die Verwendung des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke (vgl. Kap. 3.2 und 3.5.4).

2.2.4 Netzwerk Schweizer Pärke

Das Netzwerk Schweizer Pärke als Dachorganisation der Schweizer Pärke

- ist Lizenznehmerin der Marke SCHWEIZER PÄRKE;
- nutzt die Marke SCHWEIZER PÄRKE zu Kommunikationszwecken, welche der Bekanntmachung der Lizenznehmerin selbst dienen, immer mit der Ergänzung «NETZWERK RESEAU RETE RAIT»;
- nutzt die Marke SCHWEIZER PÄRKE für die Bekanntmachung der Pärke im Sinne von Artikel 29 Absatz 4 PÄV;
- berät die Pärke in allgemeinen Anwendungsfragen zum Parklabel und Produktlabel der Schweizer Pärke, stellt diesen Informationen und Hilfsmittel zur Anwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE zur Verfügung und

gewährleistet den Wissensaustausch zwischen BAFU, den Pärken und den Herstellerinnen und Anbieterinnen bzw. Herstellern und Anbietern von zertifizierten Waren und Dienstleistungen.

2.2.5 Hersteller/-innen von zertifizierten Waren und Anbieter/-innen von zertifizierten Dienstleistungen

Die Herstellerinnen und Hersteller von zertifizierten Waren und die Anbieterinnen und Anbieter von zertifizierten Dienstleistungen

- zeichnen die zertifizierten Waren und Dienstleistungen mit dem Produktlabel der Schweizer Pärke aus und stellen in ihrem Verantwortungsbereich die korrekte Verwendung sicher;
- nutzen das Produktlabel der Schweizer Pärke in ihrem Marketing ausschliesslich für die zertifizierten Waren oder Dienstleistungen.

2.2.6 Lizenznehmende der Marke

Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer sind Unternehmen und Organisationen, welche sich im Rahmen einer Partnerschaft mit dem BAFU zu den Schweizer Pärken bekennen und diese mit eigenem Engagement unterstützen und fördern wollen. Die Lizenznehmenden

- nutzen die Marke SCHWEIZER PÄRKE ausschliesslich für die Bekanntmachung der Pärke und zur Förderung der Bekanntheit und des Images der Marke selbst gemäss den Bestimmungen des Lizenzvertrags (vgl. Kap. 3.5.9).

2.2.7 Zertifizierungsstellen

Die Organisationen, welche die Waren und Dienstleistungen zertifizieren,

- überprüfen die korrekte Verwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke im Rahmen ihrer Aufgabe.

2.2.8 Bundesamt für Landwirtschaft und Staatssekretariat für Wirtschaft

Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) und das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)

- sind mitbestimmend bei der Richtlinie zur Verleihung und Verwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke. Das BAFU erlässt diese Richtlinie im Einvernehmen mit BLW und SECO;
- haben ein Recht auf Einsitznahme im Markenbeirat SCHWEIZER PÄRKE.

2.3 Zielgruppen der Markenkommunikation

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE spricht vier Zielgruppen an:

- die Öffentlichkeit, im weitesten Sinne die Bevölkerung der Schweiz;
- Besucherinnen und Besucher der Schweizer Pärke;
- Käuferinnen und Käufer von zertifizierten Waren und Dienstleistungen;
- die Einwohnerinnen und Einwohner der Parkgemeinden.

Die Zielgruppen werden nachfolgend charakterisiert sowie deren Bedürfnisse erläutert.

2.3.1 Öffentlichkeit

Die Zielgruppe Öffentlichkeit ist im weitesten Sinne die Bevölkerung der Schweiz. Angesprochen sind die Menschen in den Städten und Agglomerationen ebenso wie die Landbevölkerung. Innerhalb der Zielgruppe Öffentlichkeit gibt es Segmente, die eine überdurchschnittliche Affinität für Pärke haben: junge Erwachsene, Familien mit Kindern sowie Personen über 50 Jahre.

Gemeinsamer Nenner der Zielgruppe ist das Interesse an Schweizer Regionen, die einen Reichtum an faszinierenden Landschaften und ausgeprägten Naturwerten sowie eine geschichtliche und kulturelle Vielfalt aufweisen. Unabhängig davon, ob die einzelnen Personen Pärke kennen oder nicht, sind die Menschen in der Zielgruppe empfänglich für Informationen über die vielfältigen Leistungen, welche die Pärke erbringen und anbieten.

Für die Öffentlichkeit sind die Pärke eine zunehmend wichtige Möglichkeit, physisch und über Medien in eine nicht alltägliche und damit aussergewöhnliche Lebenswelt einzutauchen und dadurch Inspiration zu erhalten. Das macht die Pärke für die breite Öffentlichkeit wertvoll und wichtig.

2.3.2 Parkbesuchende

Menschen in der Schweiz reisen für Naherholung, Kurzurlaub oder Ferien in einen Schweizer Park, um sich von den faszinierenden Schönheiten der Natur, den einzigartigen Landschaften und der kulturellen Vielfalt bezaubern zu lassen. Der Parkbesuch ist eine Abwechslung zum Alltag und dient der Erholung und Inspiration. Parkbesuchende stillen ihre Bedürfnisse nach Bewegung oder kontemplativem Aufenthalt in der Natur, sie entdecken, staunen, lernen, geniessen, nutzen das kulturelle Angebot oder freuen sich auf Begegnungen mit Menschen.

Der bewusste Parkbesuch setzt voraus, dass die Menschen bereits mit dem Konzept Pärke von nationaler Bedeutung und idealerweise mit dem Parklabel bekannt sind.

Menschen, die wiederholt Pärke besuchen, erweitern und vertiefen dabei nicht nur ihre Kenntnisse, sondern entwickeln auch eine emotionale Bindung. Erlebnisse, Inspiration und Erinnerung sind die bleibenden Werte, wenn die Parkbesuchenden wieder in ihren Alltag zurückkehren.

2.3.3 Käuferinnen und Käufer von zertifizierten Waren und Dienstleistungen

Käuferinnen und Käufer bevorzugen Waren und Dienstleistungen, die mit dem Produktelabel der Schweizer Pärke zertifiziert sind, weil sie regional, nachhaltig und authentisch sind.

Die Kundschaft schätzt wert, dass die zertifizierten Waren und Dienstleistungen

- aus dem Gebiet eines Parks von nationaler Bedeutung sind;
- im Wesentlichen mit Ressourcen aus dem Parkgebiet und von lokalen Unternehmen stammen, die in kurzen Kreisläufen arbeiten;
- die regionale Wirtschaft fördern;
- umfassend nachhaltig sind in den Dimensionen Natur und Landschaft, regionale Kreislaufwirtschaft, ethische und soziale Aspekte sowie Engagement für die Ziele des Parks;
- Premiumprodukte sind, die Genuss und einmaliges Erlebnis bieten.

Jede zertifizierte Ware und Dienstleistung hat ihre eigene Identität und Geschichte. Die Wertschätzung der Konsumentinnen und Konsumenten führt zu einer erhöhten Bereitschaft jenen Preis zu bezahlen, der die Kosten der kleinräumigen, gewerblichen und nachhaltigen Produktion deckt.

2.3.4 Einwohnerinnen und Einwohner der Parkgemeinden

Die interessierten Einwohnerinnen und Einwohner der Parkgemeinden sind sich bewusst, dass sie in einer besonderen Region leben. Sie sind stolz auf die vorhandenen hohen Werte an Landschaft, Natur und Kultur. Deshalb nutzt die Parkbevölkerung die Chance, das Gebiet ihrer Gemeinden gemeinsam als Park von nationaler Bedeutung nachhaltig zu entwickeln und/oder Gebiete für die freie Entwicklung der Natur zu sichern.

Die Pärkepolitik des Bundes ist für die Bevölkerung der Parkgemeinden ein bedeutendes Werkzeug, mit dem sie ihre Region und ihre Zukunft aktiv gestaltet. Der Park erweitert damit nicht nur den Handlungsspielraum, sondern gewährleistet auch Partizipation, bei der sich die Menschen einbringen können. Das gemeinsame Engagement stärkt das Gemeinschaftsgefühl und die Identifikation mit der Region.

Die Motivation, den Park zu leben, bewegt sich im Dreieck Perspektive, Identifikation und Engagement:

- Die Perspektive beinhaltet die Chancen zur Förderung der regionalen Wirtschaft im Einklang mit der Natur.
- Die Identifikation steht sowohl für das Zusammengehörigkeitsgefühl, das durch die gemeinsamen Aktivitäten wächst, als auch die Verbundenheit mit dem Ort bzw. der Parkregion.
- Das Engagement drückt schliesslich das Bedürfnis aus, sich sinnvoll und gestaltend einbringen zu können.

Die Pärke haben sieben Werte für die partnerschaftliche Zusammenarbeit formuliert³:

- Wir schätzen und achten die Natur und Landschaft als Lebensgrundlage.
- Wir setzen uns für das regionale Schaffen ein.
- Wir lernen voneinander.
- Wir bieten zeitgemässe und hochwertige Angebote.
- Wir stärken die Identifikation mit unseren Regionen.
- Wir gehen respektvoll mit den Menschen um.
- Wir vermitteln die Werte unserer Pärke.

Mit ihrem Engagement erbringen der Park und seine Bevölkerung Leistungen, die für die Schweizer Bevölkerung wichtig sind und von ihr auch genutzt und geschätzt werden.

3 Vgl. Webseite des Netzwerks Schweizer Pärke www.parks.swiss/werte

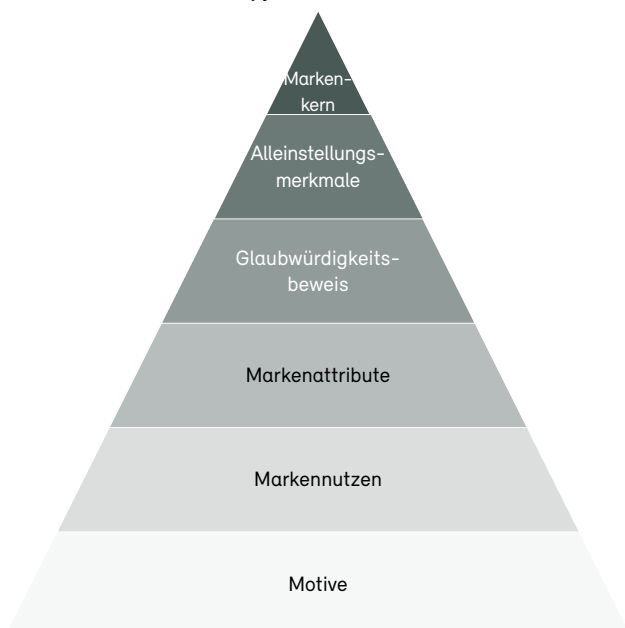
2.4 Das Profil der Marke SCHWEIZER PÄRKE

Das Profil der Marke SCHWEIZER PÄRKE orientiert sich am Modell der Markenpyramide (Abb. 3)⁴. In den sechs Themenblöcken Motive, Markennutzen, Markenattribute, Glaubwürdigkeitsbeweis und Alleinstellungsmerkmale wird, bei der Basis der Pyramide mit den Motiven der Zielgruppe beginnend bis zur Spitze hin, das Wesen der Marke, der Markenkern definiert.

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE hat unterschiedliche Funktionen:

- Die Marke dient der Bekanntmachung von Parklabel und Produktlabel der Schweizer Pärke.
- Als Parklabel ist die Marke eine Anerkennung des Bundes, Teil der Identifikation der Bevölkerung der Parkgemeinden und eine Botschafterin an die Öffentlichkeit.
- Als Produktlabel der Schweizer Pärke ist die Marke ein Gütesiegel für Waren und Dienstleistungen, ein Marketinginstrument und eine Botschafterin gegenüber den Käuferinnen und Käufern.
- In der Signaletik dient die Marke der Information und Orientierung.

Abb. 3: Modell der Markenpyramide



⁴ Quelle: z. B. Feige, Stephan; Tomczak, Torsten; Wälty, Hans F. (2008): Ich bin auch eine Marke, in: Absatzwirtschaft, Sonderheft 2008, S. 54–58.

2.4.1 Motive

Die vier Zielgruppen befinden sich in unterschiedlichen Situationen, wenn sie mit der Marke SCHWEIZER PÄRKE in Kontakt kommen:

- Viele Menschen in der Schweiz schätzen attraktive Landschaften, die ökologisch wertvoll und kulturell bedeutend sind. Sie finden die Schweizer Pärke wertvoll und wichtig, weil sie den Erhalt und die Förderung solcher Landschaften unterstützen.
- Besucherinnen und Besucher von Schweizer Pärken möchten die Welt der Pärke erkunden, erleben und allenfalls auch mit eigenem Engagement dazu beitragen, die Pärke mit ihren Werten zu unterstützen.
- Käuferinnen und Käufer schätzen Waren, die handwerklich von lokalen Produzenten hergestellt, nachhaltig und authentisch sind. Waren und Dienstleistungen aus den Pärken haben spezifische Eigenarten, weisen besondere Qualitäten auf und tragen eine Geschichte in sich.
- Die Bevölkerung der Parkgemeinden ist stolz auf die vorhandenen hohen Werte an Landschaft, Natur und Kultur. Sie nutzt mit dem Instrument «Park von nationaler Bedeutung» die Chance, selbstbestimmt die Region nachhaltig zu entwickeln. Die Gemeinschaft des Parks erarbeitet sich wirtschaftliche und gesellschaftliche Perspektiven und schafft hochwertige Lebensräume für die Natur.

2.4.2 Markennutzen

Der Nutzen der Marke SCHWEIZER PÄRKE hat folgende Dimensionen:

- Die Schweizer Pärke zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Die Bevölkerung der Parkgemeinden trägt zu diesen Werten Sorge und erhält dafür Wertschätzung.
- Die Pärke laden ein, in diese besonderen Lebenswelten einzutauchen, sich in diesen zu erholen, sie zur vielfältigen eigenen Inspiration zu nutzen, an ihnen teilzuhaben und sich auch selbst für das Wohl des Parks zu engagieren.
- Zertifizierte Waren und Dienstleistungen stellen für die Käuferschaft sicher, nachhaltig und regional hergestellte Produkte zu konsumieren, diese umfassend geniessen zu können und dabei die Schweizer Pärke authentisch zu erleben.
- Die Pärke schaffen Mehrwerte für Natur, Gesellschaft und Wirtschaft in ihrer Parkregion.

2.4.3 Markenattribute

Die Markenpersönlichkeit wird durch folgende Attribute beschrieben:

- hohe Qualitäten von Natur, Landschaft und Kultur;
- gemeinsam regional engagiert;
- Miteinander von Mensch und Natur;
- vielfältig und echt;
- selbstbestimmt und verantwortungsvoll.

2.4.4 Glaubwürdigkeitsbeweis

Darum sind der Nutzen der Marke und die Markenattribute glaubwürdig:

- Die Leistungen der Pärke sind für die Öffentlichkeit, Besuchenden, Käuferinnen und Käufer von Waren und Dienstleistungen sowie die Bewohnenden der Parkgemeinden als Modellregionen sichtbar, erlebbar und spürbar.
- Die Leistungserbringerinnen und Leistungserbringer der Pärke bauen ihr Handeln auf den vorhandenen natürlichen und kulturellen Ressourcen auf und verzichten auf Tätigkeiten, die nicht zum spezifischen Park passen.
- Die Parkträgerschaft agiert transparent und partizipativ.
- In den Schweizer Pärken engagieren sich Bevölkerung und Gemeinden für die Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft. Dafür verleiht ihnen der Bund das Label «Park von nationaler Bedeutung».

2.4.5 Alleinstellungsmerkmale

Die Schweizer Pärke sind als Pärke von nationaler Bedeutung zertifiziert und in der Kombination dieser Merkmale einzigartig:

- Jede Parkregion zeichnet sich durch eine vielfältige Natur, wertvolle Landschaften und eine reiche Kultur aus.
- Die Parkgemeinden engagieren sich mit ihrer Bevölkerung, um diese vorhandenen Werte zu erhalten und aufzuwerten.
- Jedes Parkmanagement hat Leitlinien und Instrumente, die dieses Miteinander von Mensch und Natur unterstützen.

2.4.6 Kern der Marke SCHWEIZER PÄRKE

«Die Schweizer Pärke sind Regionen, die im Einklang mit der vielfältigen Natur, wertvollen Landschaft und reichen Kultur gepflegt und entwickelt werden.»

3 Markenführung

Eine erfolgreiche Umsetzung der Markenstrategie bedingt Profilierung, Positionierung und Kommunikation sowie Instrumente für die Qualitätssicherung, den Markenschutz und die Steuerung.

Die Markenführung umfasst folgende fünf Bereiche:

- Parklabel
- Finanzhilfen
- Produktlabel
- Markenkommunikation
- Steuerung.

3.1 Parklabel

Die Prüfung, dass die Schweizer Pärke die rechtlichen Anforderungen an einen Park von nationaler Bedeutung erfüllen, vollzieht das BAFU. Das Handbuch für die Errichtung und den Betrieb von Pärken von nationaler Bedeutung⁵ konkretisiert die für die Erlangung des Parklabels und die Gewährung von Finanzhilfen notwendigen Anforderungen. Erfüllt ein Park diese Anforderungen, verleiht ihm das BAFU das Parklabel für zehn Jahre. Auf Gesuch und nach erfolgreicher Prüfung wird das Parklabel für weitere zehn Jahre verliehen. Mit der Verleihung des Parklabels verpflichtet sich jeder Park, die Marke SCHWEIZER PÄRKE nach vorliegendem Markenhandbuch zu verwenden. Das BAFU überwacht die korrekte Verwendung des Parklabels und Produktlabels der Schweizer Pärke.

3.2 Finanzhilfen

Bund und Kantone vereinbaren im Rahmen der Programmvereinbarungen im Umweltbereich⁶ Finanzhilfen für die Pärke von nationaler Bedeutung. Das BAFU kontrolliert den

korrekten Mitteleinsatz der Kantone gestützt auf Berichterstattungen und mit Stichproben. In diesem Rahmen wird auch die Markenanwendung beim Parklabel und in der Signaletik sowie die Aufsichtspflicht des Parks bei der Anwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke durch die Herstellerinnen und Hersteller bzw. die Dienstleistungserbringerinnen und Dienstleistungserbringer überprüft.

3.3 Produktlabel der Schweizer Pärke

Mit der Anerkennung als Park von nationaler Bedeutung erhalten die Parkträgerschaften das Recht, Waren und Dienstleistungen mit dem Produktlabel der Schweizer Pärke auszuzeichnen. Dieses Label ist die Güteauszeichnung für Waren und Dienstleistungen aus den Schweizer Pärken, die in der Parkregion unter Verwendung lokaler Ressourcen und auf nachhaltige Weise hergestellt werden. Die Anforderungen sind in Artikel 11 PÄV festgelegt und werden in den Richtlinien zur Verleihung und Verwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke⁷ weiter konkretisiert. Im Rahmen seiner Aufgaben beim Parklabel und bei den Finanzhilfen nimmt das BAFU beim Produktlabel der Schweizer Pärke die Oberaufsicht wahr.

3.4 Markenkommunikation

Die Markenkommunikation umfasst verschiedene Tätigkeitsfelder, die von unterschiedlichen Akteuren wahrgenommen werden können. Wer die Marke nutzt, trägt immer zur Bekanntheit und zur Imagebildung bei. Wesentliche Beiträge dazu leisten vornehmlich die Pärke, die zertifizierten Waren und Dienstleistungen, das Netzwerk Schweizer Pärke sowie die Lizenznehmenden der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Das BAFU sorgt gemäss

⁵ BAFU (Hrsg.) 2014: Handbuch für die Errichtung und den Betrieb von Pärken von nationaler Bedeutung. Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde an Gesuchsteller. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 1414. Mit Aktualisierungen 2018 und 2019.

⁶ BAFU (Hrsg.) 2023: Handbuch Programmvereinbarungen im Umweltbereich. Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde an Gesuchsteller. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 2315. Periodisch aktualisierte Ausgaben.

⁷ BAFU (Hrsg.) 2025: Pärke von nationaler Bedeutung: Produktlabel der Schweizer Pärke. Richtlinien zur Verleihung und Verwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke. Umwelt-Vollzug Nr. 2504.

Artikel 29 Absatz 4 PÄV für diese Bekanntmachung. Es kann dazu die Akteure mit Finanzhilfen unterstützen, eigene Massnahmen durchführen oder mit Partnern Lizenzverträge zur Bekanntmachung der Pärke abschliessen und sie damit zur Nutzung der Marke SCHWEIZER PÄRKE berechtigen. Im Sinne der Bekanntmachung unterstützt das BAFU die Pärke auch bei der Signaletik mit Finanzhilfen.

3.5 Steuerung und Controlling

3.5.1 Markenbeirat

Der Markenbeirat berät das BAFU bei der strategischen Führung der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Das BAFU hat den Vorsitz. Die Mitglieder umfassen das Netzwerk Schweizer Pärke, Parkträgerschaften, Markenexpertinnen und Markenexperten sowie Vertretungen der Kantone und des Bundes.

3.5.2 Markenhandbuch

Das vorliegende Markenhandbuch dient als Grundlage für die Markenführung. Es wird mit der Verleihung des Parklabels für die einzelnen Markennutzenden als verbindlich erklärt. Die korrekte Anwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE ist Voraussetzung für einen einheitlichen Auftritt der Pärke und gewährleistet die Wiedererkennbarkeit.

3.5.3 Coaching

Bei Bedarf unterstützt das BAFU in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Schweizer Pärke die Kantone und Parkträgerschaften bei der korrekten Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE.

3.5.4 Controlling

Das BAFU überwacht als Markeneigentümerin die Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Bei den Pärken erfolgt dies in der Regel im Rahmen der Stichproben zu den Programmvereinbarungen mit den Kantonen, zu welchen die Pärke als Leistungserbringer in der Regel ebenfalls eingeladen werden. Bei den übrigen Markennutzenden legt das BAFU geeignete Massnahmen fest.

3.5.5 Unterstützung der Fachkompetenz

Zur Förderung der Fachkompetenz im Bereich der Markenkommunikation unterstützt das BAFU das Netzwerk Schweizer Pärke beim Erfahrungs- und Wissensaustausch und bei der Zusammenarbeit unter den Pärken.

3.5.6 Erhebungen zu Bekanntheit und Image

Das BAFU veranlasst periodisch schweizweit repräsentative Umfragen zu Bekanntheit und Image der Marke SCHWEIZER PÄRKE und zur Wahrnehmung und Wirkung von Kommunikationsmassnahmen. Die Ergebnisse werden den Nutzenden der Marke SCHWEIZER PÄRKE zur Verfügung gestellt und dienen der Steuerung der Marke.

3.5.7 Marken- und Designschutz

Das BAFU sorgt für den dauerhaften Schutz der Marke SCHWEIZER PÄRKE, des Parklabels und des Produktlabels der Schweizer Pärke sowie den Schutz des Signaletik-Designs durch ununterbrochene Eintragung beim Institut für geistiges Eigentum (IGE). Die Marke und ihre Anwendungsformen wurden am 29.11.2010 erstmals hinterlegt, die Schutzfrist beträgt jeweils 10 Jahre. Das Signaletik-Design wurde am 4.1.2013 erstmals hinterlegt⁸, die Schutzfrist beträgt jeweils 5 Jahre. Das BAFU überwacht die Registrierung von neuen Marken beim IGE, welche die Schutzrechte der Marke SCHWEIZER PÄRKE verletzen könnten.

3.5.8 Risikosteuerung

Das BAFU trifft geeignete Massnahmen, um die Risiken von missbräuchlicher Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE und des Signaletik-Designs proaktiv zu minimieren und um im Schadensfall adäquat zu handeln.

3.5.9 Lizenzverträge

Das BAFU kann mit Organisationen und Unternehmen, welche die Pärke und ihre Bekanntheit auch mit eigenem Engagement unterstützen und fördern wollen, Lizenzverträge zur Nutzung der Marke SCHWEIZER PÄRKE abschliessen.

⁸ Registrierungsnummern der Marke SCHWEIZER PÄRKE: vgl. Kap. 1.1.
www.swissreg.ch/database-client/search/query/designs
Design-Nummer des Signaletik-Designs: 139567

4 Corporate Design

Dieses Kapitel legt für alle Nutzenden die grafische Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE sowie des Signaletik-Designs verbindlich fest. Die Marke darf in keiner Weise verändert werden. Jedes grafische Element, das sich auf die Marke SCHWEIZER PÄRKE bezieht, muss original von der Webseite www.bafu.admin.ch/paerke heruntergeladen werden.

4.1 Marke SCHWEIZER PÄRKE

4.1.1 Visuelle Form

Die visuelle Form der Marke SCHWEIZER PÄRKE (vgl. Abb. 4) besteht aus einem quadratisch grünen Farbfeld mit einem Balkenkreuz in Form eines Schriftzugs.

Das grüne Farbfeld hat einen radialen Farbverlauf. Das hellgrüne Zentrum ist mittig am linken Rand, die Farbe wird nach rechts aussen hin dunkler. Der Kreuzbalken besteht aus den Worten «SCHWEIZER PÄRKE» in der jeweiligen Sprachversion der Marke. Das Wort «SCHWEIZER» steht in schwarzer, das Wort «PÄRKE» in weisser Schrift. Der Kreuzpfahl besteht aus zwei weiteren Sprachversionen des Worts «PÄRKE» in weisser Schrift. Die Farben und Schriften sind in Kapitel 4.4 und 4.5 definiert.

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE darf, falls es das Anzeige- bzw. Druckverfahren zwingend erfordert, von der Darstellung mit grünem Farbverlauf abweichen (vgl. Abb. 5 bzw. Kap. 4.4).

Abb. 4: Visuelle Form der Marke SCHWEIZER PÄRKE

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

Abb. 5: Erlaubte Abweichungen in der Farbgebung der Marke SCHWEIZER PÄRKE

Marke für die Anwendung in der Signaletik: einfarbig dunkelgrün auf hellgrünem Hintergrund	Marke schwarz-weiss mit Verlauf (Graustufen)	Marke monochrom schwarz-weiss ohne Verlauf, linear bzw. flächig

4.1.2 Standardgrösse und Schutzzone

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE in der Standardgrösse ist ein Quadrat mit einer Kantenlänge von 16 mm. Eine Schutzzone von 0,5 mm umgibt das Quadrat (vgl. Abb. 6). Diese Schutzzone bleibt bis auf den Hintergrund immer leer. Wenn der Kontrast der Marke zum Hintergrund schwach ist, so muss die Schutzzone weiss sein.

Die umgebende Schutzzone entspricht immer 3,125 % der Kantenlänge der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Ausgehend von der Mindestgrösse von 12 × 12 mm ist die Marke beliebig grösser skalierbar (vgl. Tab. 2).

4.1.3 Abweichungen von der Form und Mindestgrösse

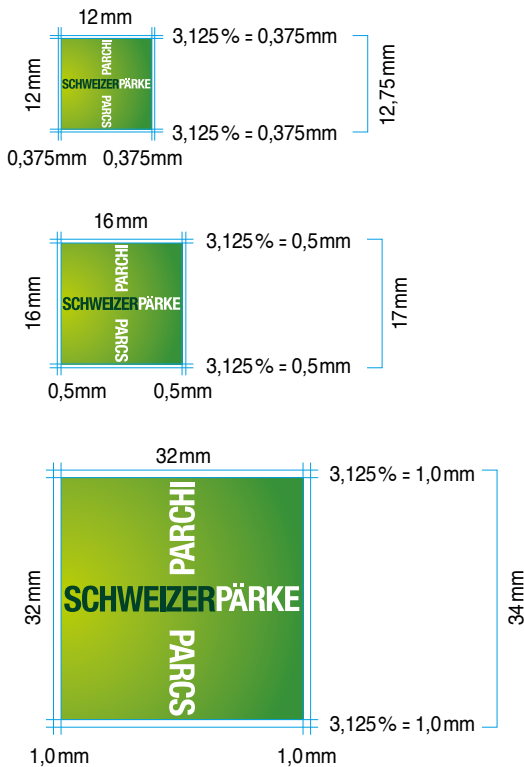
Bei der Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE kann der Fall eintreten, dass sich in einem bestimmten

Kommunikationskanal die quadratische Form der Marke (z. B. in sozialen Medien, wenn ausschliesslich die kreisrunde Form des Absenderlogos dargestellt wird) oder auf einem Endgerät (z. B. Smartphone) die minimale Grösse nicht abbilden lässt. Liegen solche übergeordneten, nicht beeinflussbare Beschränkungen vor, darf von der quadratischen Form und der Mindestgrösse abgewichen werden.

Die Mindestgrösse von 12 mm Kantenlänge darf unterschritten werden, wenn die Designfläche weniger als 50 cm² beträgt (z. B. Visitenkarte, Produktetikette, Webanwendungen mit responsivem Design). In diesem Fall gilt eine Mindestgrösse von 9 mm Kantenlänge (vgl. auch Kap. 4.3.2).

Das BAFU ist über solche form- und grössenbezogenen Abweichungen zu informieren.

Abb. 6: Geläufige Grössen und Schutzzone der Marke SCHWEIZER PÄRKE



Tab. 2: Geläufige Grössen der Marke SCHWEIZER PÄRKE

Kantenlänge der Marke	Schutzzone (= 3,125 % der Kantenlänge)	Fläche inkl. Schutzzone
12 mm	0,375 mm	12,75 × 12,75 mm
16 mm	0,5 mm	17 × 17 mm
32 mm	1,0 mm	34 × 34 mm

4.2 Parklabel

4.2.1 Visuelle Form des Parklabels

Das Parklabel besteht aus der Marke und der Bezeichnung der Parkkategorie «NATIONALPARK», «REGIONALER NATURPARK» oder «NATURERLEBNISPARK». Die Anordnung der Parkkategorie erfolgt in einem Raster (vgl. Abb. 7), das aus dem quadratischen Modul der Marke aufgebaut ist (vgl. Kap. 4.1.2).

Das Parklabel ist für jede Parkkategorie in den fünf Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch, Rätoromanisch und Englisch verfügbar (siehe Abb. 8).

4.2.2 Kandidaturlabel

Während der Errichtungsphase dürfen Pärke auf Antrag des Kantons an das BAFU das Kandidaturlabel (vgl. Abb. 9) verwenden. Der visuelle Aufbau des Kandidaturlabels ist identisch mit dem Parklabel. Die Bezeichnung der Parkkategorie wird ergänzt mit dem Zusatz «KANDIDATUR», «CANDIDAT», «CANDIDATO», «CANDIDATS» bzw. «CANDIDATE».

Abb. 7: Konstruktion des Parklabels aus Marke und Parkkategorie im Quadratraster

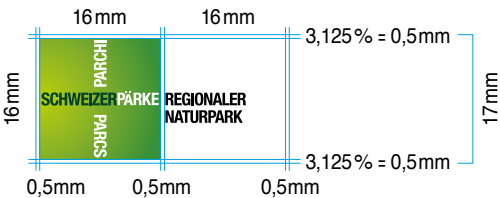


Abb. 8: Parklabel für die Kategorien Nationalpark, Regionaler Naturpark und Naturerlebnispark

	Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
Nationalpark					
Regionaler Naturpark					
Naturerlebnispark					

Abb. 9: Visuelle Form des Kandidaturlabels am Beispiel Kandidatur Regionaler Naturpark

	Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
Kandidatur Regionaler Naturpark					

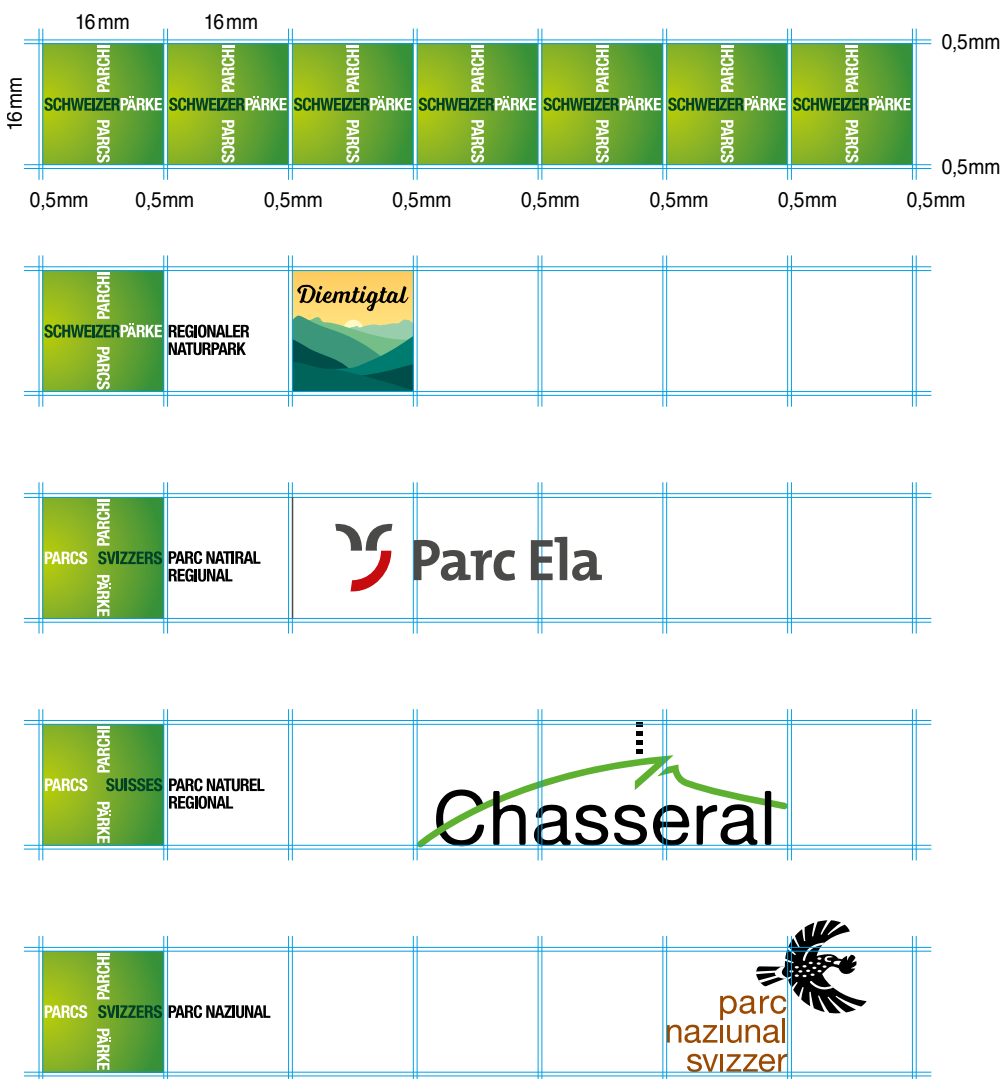
4.2.3 Individuelles Parklabel

Zu seiner individuellen Kennzeichnung ist jeder Park von nationaler Bedeutung befugt, das vom BAFU verliehene Parklabel mit dem individuellen Logo seines Parks zu ergänzen. Dabei ist die Regel des quadratischen Raster-systems zu befolgen (vgl. Abb. 10). Die Kantenlänge jedes Quadrats entspricht der Kantenlänge der Marke SCHWEIZER PÄRKE. Der Abstand zwischen zwei Quadraten entspricht der Breite der Schutzzone (Schutzzone = 3,125 % der Kantenlänge der Marke).

Die Positionierung des individuellen Parklogos in das Rastersystem erfolgt nach folgenden Kriterien:

- Die Höhe des individuellen Parklogos entspricht der Höhe des Parklabels.
- Das individuelle Parklogo wird rechts des Parklabels positioniert und in einem beliebigen Quadrat linksbündig angeschlagen.
- Schmuckelemente des individuellen Parklogos dürfen unter der Bedingung, dass der optische Eindruck der Anordnung im Raster gewahrt bleibt, über das Raster hinausragen.

Abb. 10: Rastersystem für die Konstruktion des individuellen Parklabels



4.3 Produktlabel der Schweizer Pärke

4.3.1 Visuelle Form des Produktlabels der Schweizer Pärke

Das Produktlabel der Schweizer Pärke ist in seiner visuellen Form identisch mit der Marke SCHWEIZER PÄRKE (vgl. Abb. 11).

4.3.2 Anwendung des Produktlabels der Schweizer Pärke

Die minimale Kantenlänge des Produktlabels der Schweizer Pärke ist abhängig von der Designfläche der Etikette, auf der das Produktlabel der Schweizer Pärke angewendet wird (vgl. Tab. 3). Die Breite der Schutzzone ist identisch wie bei der Marke SCHWEIZER PÄRKE.

Das BAFU empfiehlt den Parkträgerschaften in einem Reglement festzulegen, dass die Nutzenden des Produktlabels der Schweizer Pärke dieses immer in Kombination mit dem Parklogo oder dem Parknamen verwenden.

4.3.3 Co-Branding

Die Herstellerinnen und Hersteller der zertifizierten Waren und die Dienstleisterinnen und Dienstleister sind frei, mit welchen weiteren Label sie die zertifizierten Waren und Dienstleistungen auszeichnen wollen. Beim Co-Branding sind die Label so anzuordnen, dass die Vorgaben aller Marken eingehalten werden. Für das Produktlabel der Schweizer Pärke sind die minimale Grösse in Abhängigkeit der Designfläche und die Schutzzone die zwingend zu berücksichtigenden Anforderungen bei der Gestaltung der Etikette.

Tab. 3: Minimale Grösse des Produktlabels der Schweizer Pärke in Abhängigkeit der Designfläche

Designfläche der Etikette	Minimale Fläche des Produktlabels	Schutzzone (= 3,125 % der Kantenlänge)
< 50 cm ²	9 × 9 mm	0,28 mm
50–200 cm ²	12 × 12 mm	0,375 mm
> 200 cm ²	16 × 16 mm	0,5 mm

Abb. 11: Visuelle Form des Produktlabels der Schweizer Pärke in den 5 Sprachversionen

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
				

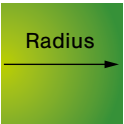
4.4 Definition der Farben

4.4.1 Standardfarben

Die Marke SCHWEIZER PÄRKE mit dem radialen Farbverlauf von hellgrün nach dunkelgrün kommt ausser bei der Signaletik bei allen Anzeige- und Druckverfahren zur Anwendung, welche diesen Farbverlauf produzieren können. Der Radius des Farbverlaufs entspricht der Grundlinie des Quadrats (vgl. Abb. 12).

Die Farben bzw. Graustufen für die Marke SCHWEIZER PÄRKE bzw. das Parklabel sind nachfolgend definiert (vgl. Tab. 4).

Abb. 12 (rechts): Darstellung des radialen Farbverlaufs von hellgrün nach dunkelgrün



Tab. 4: Farbdefinition der Marke SCHWEIZER PÄRKE bzw. des Parklabels

	Parklabel farbig		Parklabel schwarz-weiss (Graustufen)	
Farbraum	CMYK	RGB	CMYK	RGB
Bezugswert Farbe Hellgrün	C 35 M 0 Y 100 K 0	R 195 G 206 B 52	K 30	R 179 G 179 B 179
Bezugswert Farbe Dunkelgrün	C 80 M 20 Y 100 K 0	R 106 G 147 B 68	K 60	R 102 G 102 B 102
Schrift «SCHWEIZER», «SUISSES», «SVIZZERI», «SVIZZERS», «SWISS»	C 80 M 20 Y 100 K 0	R 25 G 73 B 54	K 90	R 0 G 0 B 0
Schrift «PÄRKE», «PARCS», «PARCHI», «PARCS», «PARKS»	K 0	R 255 G 255 B 255	K 0	R 255 G 255 B 255
Kategoriebezeichnung	K 100	R 0 G 0 B 0	K 100	R 0 G 0 B 0

4.4.2 Farben für die Anwendung in der Signaletik

Es kommt immer die Marke mit dem einfarbig dunkelgrünen Grund zur Anwendung (vgl. Abb. 13).

Für die Marke im Anwendungsbereich der Signaletik gelten die nachfolgend aufgeführten Farbwerte (vgl. Tab. 5).

Diese Farbgebung der Marke SCHWEIZER PÄRKE ist im Anwendungsbereich der Signaletik eine zwingende Vorgabe.

Abb. 13: Marke für die Anwendung in der Signaletik

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

Tab. 5: Farbdefinition der Marke SCHWEIZER PÄRKE im Anwendungsbereich der Signaletik

Farbraum	NCS (Originalfarbton)	CMYK (Annäherung)	Pantone (Annäherung)
Farbe dunkelgrün	S 3060-G20Y		
Farbe hellgrün Schrift «SCHWEIZER», «SUISSES», «SVIZZERI», «SVIZZERS», «SWISS»	S 1075-G50Y		
Farbe weiss Schrift «PÄRKE», «PARCS», «PARCHI», «PARCS», «PARKS»	Weiss 100% deckend		

Tab. 6: Anwendung des Parklabels vor kontrastarmem Hintergrund

Variante	Variante A: Weisse Schutzzone um das gesamte Parklabel	Variante B: Weisse Schutzzone um die Marke SCHWEIZER PÄRKE, Bezeichnung der Parkkategorie invers in weisser Schrift
Grafische Darstellung		
Spezifikation	Schutzzone: gemäss Rastersystem Abb. 10 Schrift Parkkategorie: Schwarz 100 K bzw. R0 G0 B0	Schutzzone: gemäss Rastersystem Abb. 10 Schrift Parkkategorie: Weiss 0 K bzw. R255 G255 B255

4.4.3 Erlaubte Abweichungen von den Standardfarben beim Parklabel

Für die Marke SCHWEIZER PÄRKE ist gemäss Kapitel 4.1.2 eine Schutzzone definiert. Auf kontrastarmem Hintergrund muss diese Schutzzone weiss sein. Auch bei der Anwendung des Parklabels kann der Fall eintreten, dass sich die Bezeichnung der Parkkategorie in schwarzer Schrift zu schwach vom Hintergrund abhebt. In diesem Fall sind die Anwendungen gemäss Tabelle 6 zulässig.

4.4.4 Erlaubte Abweichungen von den Standardfarben beim Produktlabel der Schweizer Pärke

In bestimmten Fällen ist eine monochrome Anwendung in schwarz, weiss oder in einer anderen Farbe notwendig. Dies

ist z. B. der Fall bei einfarbigem Druck auf eine Oberfläche, die selbst eine Farbigkeit hat, wie Verpackungsmaterialien. Eine solche monochrome Verwendung ist grundsätzlich erlaubt, sofern die gesamte Etiketten- bzw. Verpackungsgestaltung monochrom gehalten wird.

Beim Einfarbendruck werden der Schriftzug des Balkenkreuzes und die Linie des Quadrats in derselben Farbe gedruckt. Ist der Hintergrund dunkel, wird dafür weiss oder eine andere kontrastreiche helle Farbe gewählt. Ist der Hintergrund hell, wird schwarz oder eine andere dunkle Farbe aufgedruckt (vgl. Tab. 7). Die Wahl der Farbe soll den Prinzipien einer guten Gestaltung folgen.

Tab. 7: Beispiele des Produktlabels der Schweizer Pärke bei monochromer Anwendung

Produktlabel monochrom flächig Trägermaterial hell Markenfarbe schwarz/dunkel			
Produktlabel monochrom flächig invers Trägermaterial dunkel Markenfarbe weiss/hell			
Produktlabel monochrom linear Trägermaterial hell Markenfarbe schwarz/dunkel			
Produktlabel monochrom linear invers Trägermaterial dunkel Markenfarbe weiss/hell			

4.5 Definition der Schrift

Das Balkenkreuz wird in der Schrift Neue Helvetica 77 Bold Condensed dargestellt. Die Schriftgrösse ist 7 pt bei der Standardgrösse der Marke SCHWEIZER PÄRKE von 16 mm Kantenlänge, 14 pt bei 32 mm und 5 pt bei 12 mm Kantenlänge (vgl. Abb. 14). Bei der Darstellung der Schrift im Balkenkreuz sind einzelne Buchstaben aus Platzgründen angepasst. Deshalb sind immer die vom BAFU zur Verfügung gestellten Dateien der Marke zu verwenden.

Die Parkkategorie wird in der Schrift Neue Helvetica 47 Light Condensed gesetzt.

Abb. 14: Schriften der Marke SCHWEIZER PÄRKE und des Parklabels

Helvetica Neue 77

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v z () & ? !
Ä ä É é È è Ù ù Ì ì Ö ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : - ' /



4.6 Signaletik-Design

Dieses Kapitel zur Signaletik definiert die korrekte Verwendung der Signaletik-Elemente. Dies ist aus zwei Gründen wichtig:

- Das Einhalten der in diesem Kapitel aufgeführten Grundregeln gibt Sicherheit, dass die materiellen Anforderungen an Finanzhilfen gemäss Artikel 2 PÄV im Bereich der Signaletik eingehalten werden.
- Designschutz. Das Signaletik-Design mit den nachstehend beschriebenen Gestaltungsmerkmalen ist durch das BAFU beim Institut für geistiges Eigentum IGE hinterlegt und somit geschützt. Für die Nutzung dieses Designs schliesst das BAFU eine Vereinbarung mit den einzelnen Pärken ab.

Die Signaletik dient der physischen Präsenz und Erkennung der Schweizer Pärke vor Ort. Das Signaletik-System hat folgende Funktion und Aufgabe:

- die Markierung bzw. Kennzeichnung von Zielorten,
- die Weg- und Verkehrsführung und
- die Vermittlung von Information.

4.6.1 Verhältnis der Signaletik Schweizer Pärke zu anderen Signalisations- und Informationssystemen

Die Signaletik Schweizer Pärke ist ein umfassendes Kennzeichnungs-, Lenkungs- und Informationssystem im öffentlichen Raum. Verantwortlich für die Umsetzung der Signaletik sind einerseits die Parkträgerschaften und damit die Parkgemeinden, andererseits die Kantone durch den Mitteleinsatz über die Finanzhilfen. Für die Planung der Signaletik sind deshalb zwingend die Vorgaben von Bund und Kantonen als Strasseneigentümer sowie als Bewilligungs- und Vollzugsbehörde von anderen Signalisations- und Informationssystemen einzuhalten. Ebenso sind die kantonalen und kommunalen Vorschriften für Bauvorhaben und die zivilrechtlichen Ansprüche von privaten Grundeigentümern zu berücksichtigen.

Touristische Signalisation an Autobahnen und Autostrassen

Die Kantone sind für die Umsetzung der touristischen Signalisation verantwortlich. Sie haben damit die Möglichkeit, Verkehrsteilnehmende auf touristisch bedeutsame Ziele oder Regionen hinzuweisen. Es gelten die «Weisungen über die touristische Signalisation an Autobahnen und Autostrassen» (ASTRA 14.5.2012)⁹. Das System kennt Ankündigungstafeln und Willkommenstafeln. Wegen ihrer überragenden Bedeutung für die Schweiz dürfen die Pärke von nationaler Bedeutung mit einer eigenen Signaltafel signalisiert werden, sofern sich der Park nicht weiter als 30 km von der nächsten Ausfahrt entfernt befindet. Als Signet darf ausschliesslich die Marke SCHWEIZER PÄRKE verwendet werden. Diese touristische Signalisation ist nicht Bestandteil des Signaletik-Systems der Pärke und entsprechend nicht berechtigt für Finanzhilfen aus den Programmvereinbarungen im Umweltbereich.

Wegweiser

Zur Erfüllung der Funktion «Weg- und Verkehrsführung» zu den Zielorten in einem Park bedarf es an den Weggebelungen die immer wiederkehrende Information «Zielort + Richtungsangabe», fachterminologisch «Informationskette» genannt. Oftmals sind diese Informationsketten bereits existent in Form bestehender Signaletik-Systeme wie der Strassenverkehrssignalisation (nach Signalisationsverordnung SSV) oder den Systemen von Wanderwege Schweiz und Schweiz Mobil beim Langsamverkehr.

Wegweiser im Signaletik-Design der Schweizer Pärke kommen nur dann ergänzenderweise zum Einsatz, wenn ein Park-Zielort von den etablierten Systemen nicht bedient ist oder die Informationskette allenfalls lückenhaft ist. Daher sind entsprechende Bestandesaufnahmen immer Bestandteil der Bedarfsanalyse.

⁹ www.astra.admin.ch > Fachleute und Verwaltung > Vollzug Strassenverkehrsrecht > Dokumente > Weisungen > Weisungen über die touristische Signalisation an Autobahnen und Autostrassen (PDF, 159 kB, 14.5.2012)

Markierung Schweizer Schutzgebiete

Für die Kennzeichnung von Schutzgebieten der ökologischen Infrastruktur und die allenfalls damit verbundene Besucherlenkung besteht das national einheitliche System Markierung Schweizer Schutzgebiete¹⁰. Alle Pärke von nationaler Bedeutung weisen solche Schutzgebiete auf. Die Kennzeichnung der Schutzgebietsperimeter mit der Angabe von Verhaltensregeln und Rechtsgrundlagen darf nie mit dem Signaletik-System der Schweizer Pärke erfolgen.

Für die Besucherinformation und -lenkung in den Schutzgebieten sind hingegen sowohl die Besucherinformationstafeln der Markierung Schweizer Schutzgebiete als auch die Signaletik Schweizer Pärke möglich. Da für beide Systeme die Kantone zuständig sind und vom BAFU Finanzhilfen erhalten, entscheidet der Kanton in Abstimmung mit den Betroffenen, welches Besucherinformationssystem als Leitsystem zur Anwendung kommt.

4.6.2 Gestaltungskriterien der Signaletik Schweizer Pärke

Die Wiedererkennbarkeit der Signaletik-Elemente wird durch drei Gestaltungskriterien sichergestellt, die in der Summe erfüllt sein müssen:

- a. Proportionierung** der freistehenden Tafel im Goldenen Schnitt,
- b. Farbgebung** von Träger und Platte
- c. Grafik** mit Raster, Layout und Typografie.

Eine Abweichung von einzelnen Gestaltungsvorgaben ist auf Gesuch hin möglich, wenn dies auf Grund zwingender übergeordneter Vorgaben notwendig ist. Dies ist insbesondere bei Signaletik-Elementen der Fall, die an Orten platziert werden, wo Bund oder Kanton Strassen- bzw. Grundeigentümer sind. Jede Abweichung von den Gestaltungskriterien bedarf einer Gutheissung durch das BAFU als Eigentümerin des Signaletik-Designs und für die Gewährung von Finanzhilfen.

¹⁰ BAFU (Hrsg.) 2016: Schweizer Schutzgebiete, Markierungshandbuch. Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde an Gesuchsteller. Bundesamt für Umwelt, Bern. Umwelt-Vollzug Nr. 1614: 85 S.

a. Proportionierung

Die horizontale Proportionierung des freistehenden Signaletik-Elements basiert auf dem Goldenen Schnitt mit dem mathematischen Symbol Φ = Phi (vgl. Abb. 15).

Der Goldene Schnitt ist in der Natur (Botanik, Zoologie, menschliche Glieder- und Gesichtsproportionen) auffallend häufig. Die Streckenverhältnisse gelten seit der griechischen Antike als Inbegriff von Ästhetik und Harmonie.

Die Höhe der einzelnen Signaletik-Tafel und damit die Proportionierung der Vertikalen folgt den ökonomischen Gegebenheiten der Plattenformate (Zuschnitt von Grossplatten). Das Verhältnis von Plattenbreite zu Plattenhöhe beträgt 0,5–0,55 für schmale Platten und 0,65–0,70 für normalbreite Platten.

b. Farbgebung

Das Signaletik-Design ist durch die in Tabelle 8 (vgl. auch Abb. 16) aufgeführten Farben des Trägers, der Platte und der Marke für die Anwendung in der Signaletik (vgl. Kap. 4.4.2) definiert.

Die Verwendung der Marke SCHWEIZER PÄRKE mit radialem Farbverlauf ist in der Signaletik verboten.

Abb. 15: Die Proportionierung von Träger und Tafel im Goldenen Schnitt

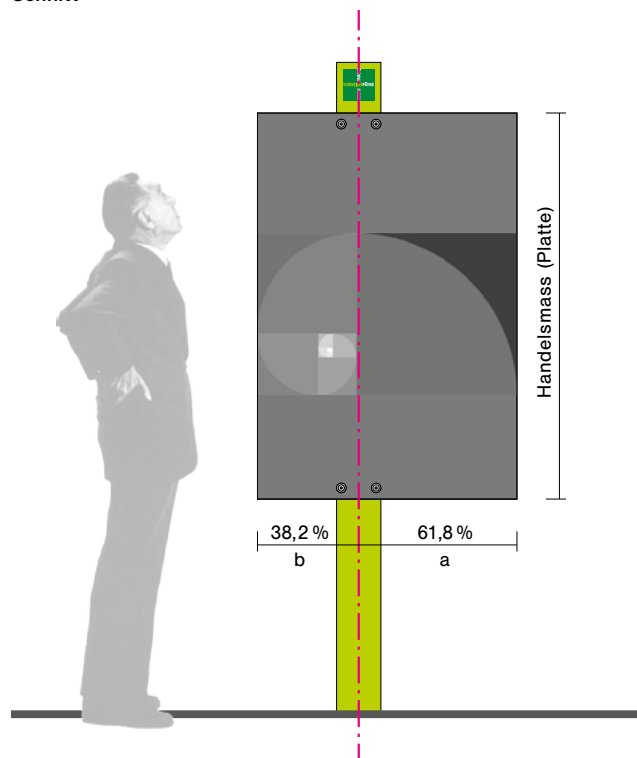
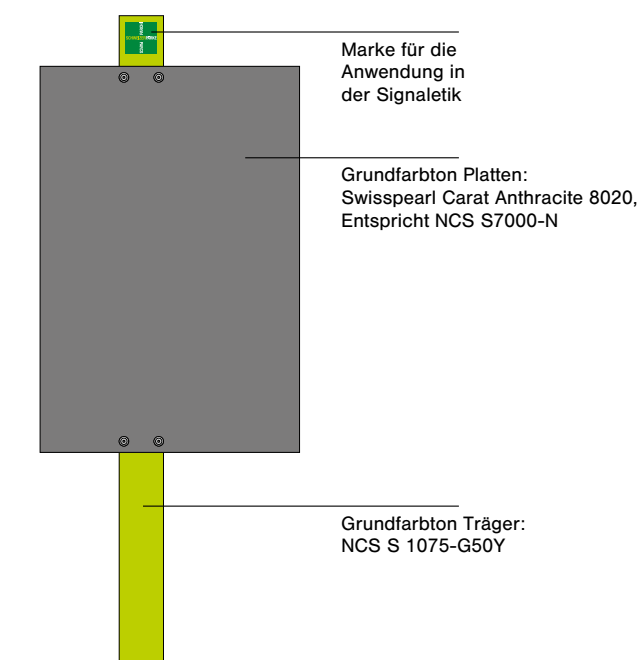


Abb. 16: Die Farbgebung der Signaletik-Elemente



Tab. 8: Farbdefinition der Signaletik-Elemente

Grünes Trägerelement	NCS S 1075-G50Y
Grundfarbton der Platte	NCS S7000-N
Marke für die Anwendung in der Signaletik	

c. Grafik

Die Grafik ist eine wesentliche Komponente für die funktionale Rezeption und für die Ästhetik. Die Grafik umfasst folgende drei Wirkungsfelder (vgl. Abb. 17):

- Marken-Hierarchie
- Raster und Layout
- Typografie

Marken-Hierarchie

Die Marke für die Anwendung in der Signalistik ist immer auf dem grünen Trägerelement anzubringen. Bei freistehenden Trägern ist die Marke oberhalb der Tafel angebracht (vgl. Abb. 17). Bei Tafeln für die Wandmontage ist die Marke auf dem grünen Trägerelement links der Tafel (vgl. Abb. 18).

Raster und Layout

Die grafische Gestaltung der Tafel (Layout) ist eine wesentliche Komponente für die erscheinungsbildliche Qualität der gesamten Installation. Die gestalterische Grundlage des Satzspiegels bildet ein Gestaltungsraster mit folgender Unterteilung (vgl. Abb. 18):

- Horizontale Unterteilung: Grundlinienraster mit einer Einteilung alle 50 Pt (= 17,64 mm).
- Vertikale Unterteilung: Raster aus abwechselnd Spalten à 40 mm und Stege à 20 mm. Je eine Spalte begrenzen den Satzspiegel links und rechts.
- Für die gängigen Tafelformate stehen digitale Gestaltungsvorlagen zur Verfügung.

Abb. 17: Die drei Wirkungsfelder der Grafik

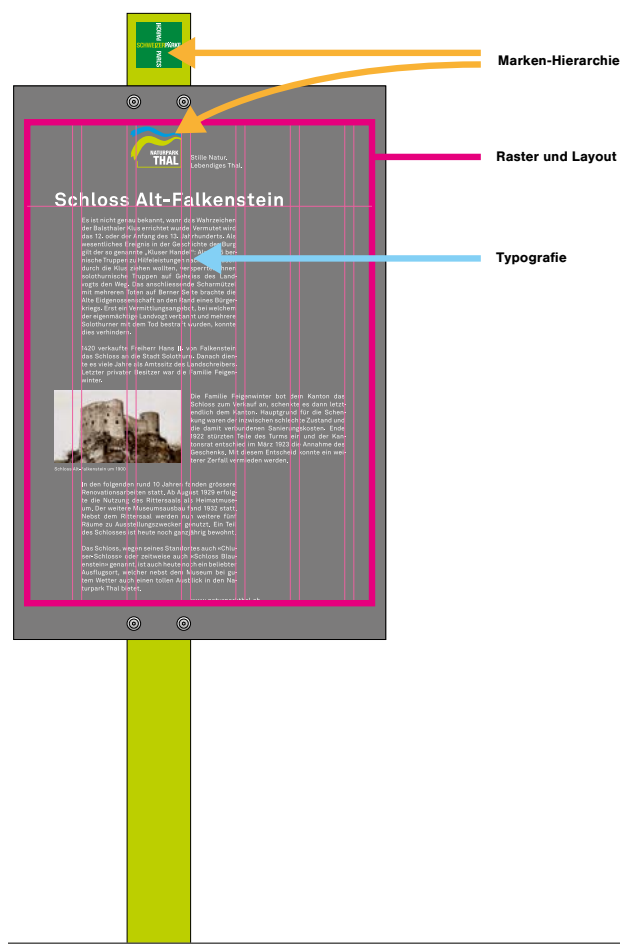
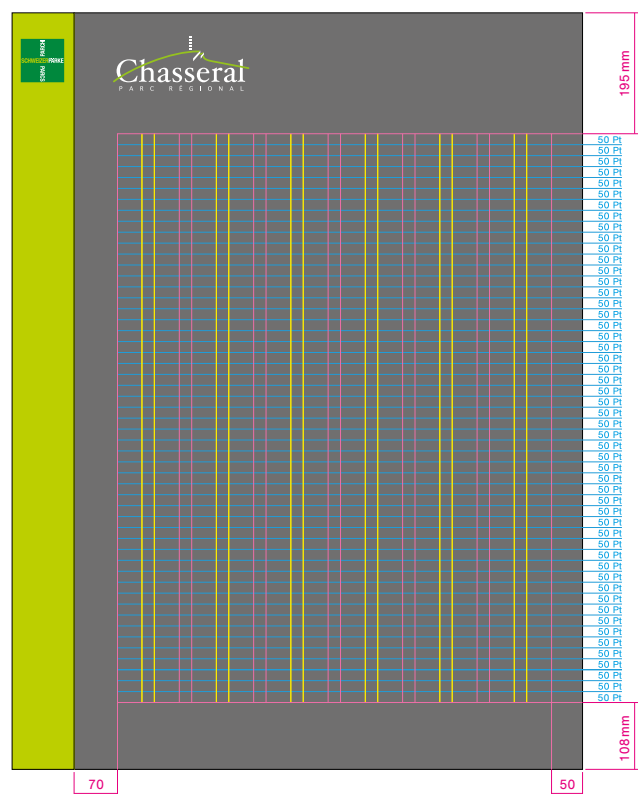


Abb. 18: Gestaltungsraster am Beispiel einer Tafel für die Wandmontage



Typografie

Als Schriftfamilie wird «Akkurat» verwendet. Die gute Lesbarkeit der Schriftbilder im Raum erfordert die Beschränkungen auf die zwei Schriftschnitte normal und fett und auf die Schriftgrössen 120 pt für Titel, 40 pt für Lauftext normal und 28 pt für Lauftext klein und Legenden (gültig für Tafelgrösse Typ «Informationstafel»). Der Schriftschnitt kursiv ist ausschliesslich für Text in einer Zweitsprache reserviert.

Alle Texte erscheinen ausschliesslich in der Farbe Weiss.

4.6.3 Materialisierung

Die Signaletik Schweizer Pärke ist auf die Materialien Stahl für die Trägerelemente und Eternit (Swisspearl Carat Anthrazit 8020, Balkonbrüstungsplatte 12mm) für die Platten ausgelegt. Die Materialwahl erfolgte aufgrund von umfassenden Materialtests, um die Dauerhaftigkeit des Systems zu gewährleisten. Alle bei der Implementierung der Signaletik erstellten Konstruktionspläne sind für diese beiden Hauptmaterialien ausgelegt. Die Beständigkeit der Signaletik-Elemente setzt jedoch zwingend voraus, dass die Konstruktionspläne befolgt werden. Unsachgemässe konstruktive Abänderungen oder Montagefehler erhöhen das Risiko für eine Beschädigung der Platten erheblich.

Auf eigenes Risiko darf von dieser Materialisierung abgewichen werden. Alternative Materialien müssen folgende Eigenschaften aufweisen:

- Integrationsqualität sowohl im Umfeld der Natur als auch im Siedlungsgebiet.
- Umweltverträgliche und gegen Wind, Wetter und Alterung gleichwertig beständige Materialien.
- Gewährleistung, dass die Signaletik-Farben dauerhaft appliziert bleiben (kein Abblättern, kein Ausbleichen).

Signaletik-Elemente, welche diese Eigenschaften nicht aufweisen, können von der Unterstützung mit Finanzhilfen ausgeschlossen werden.

4.6.4 Übersichtstabelle Vorschriften und Empfehlungen Signaletik

Tabelle 9 fasst die zwingenden Vorgaben, Empfehlungen und möglichen Alternativen für die Ausführung der Signaletik zusammen.

4.6.5 Gute Beispiele für die Signaletik

In Ergänzung zum Markenhandbuch stellt das Netzwerk Schweizer Pärke auf seinem Intranet den Pärken die Praxishilfe «Anwendung Marke SCHWEIZER PÄRKE» zur Verfügung. Diese Praxishilfe zeigt gute Beispiele für die Umsetzung der Signaletik und enthält die digitalen Vorlagen für die Planung und Produktion.

Tab. 9: Übersicht über die Signaletik-Vorgaben und Empfehlungen

Gestaltungsmerkmal	Element	Zwingende Vorschrift	Empfehlung	Alternative
Proportionierung	Freistehende Tafel	Hochformat, horizontale Proportionierung im Goldenen Schnitt	–	–
	Formate für Tafeln freistehend und Wandmontage	Hochformat	Gemäss Typologie und Design- bzw. Bauplänen	Hochformat im Verhältnis B : H von 0,5–0,55 für schmale und 0,65–0,70 für normalbreite Platten
Farbgebung	Trägerelement	NCS S 1075-G50Y	–	–
	Tafel	NCS S7000-N	–	–
	Marke für die Anwendung in der Signaletik		–	–
Grafik	Tafelgestaltung	Markenhierarchie, Gestaltungsraster, Layout und Typografie	–	–
Materialisierung	Träger	Integrationsqualität, Umweltverträglichkeit, Beständigkeit der Materialien und Farben	Je nach Tafeltyp Stahlbau-Hohlprofile, Breitflanschträger oder verzinkte Eisenrohre.	Holz
Materialisierung	Platte	Integrationsqualität, Umweltverträglichkeit, Beständigkeit der Materialien und Farben	Eternit Swisspearl Carat Anthrazit 8020, (Balkenbrüstungsplatte 12 mm)	Holz, Metall