

# Naturpark Thal

## Gesuch um Verleihung des Parklabels

---

## KURZFASSUNG



Naturpark Thal  
Hölzlistrasse 57  
4710 Balsthal  
Tel. 062 386 12 30  
info@naturparkthal.ch  
www.naturparkthal.ch

Balsthal, 7. November 2018

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
1 Kurzportrait des Parks .....	6
1.1 Parkperimeter .....	6
1.2 Was ist das Besondere am Naturpark Thal? .....	6
2 Naturpark Thal 2010-17 .....	7
3 Naturpark Thal 2020-29.....	11
3.1 Organisation und Trägerschaft des Parks.....	12
3.2 Die Projektstruktur des Parks.....	13
3.3 Die Positionierung des Parks .....	11
4 Zusammenfassung der strategischen Ausrichtung 2020-29 .....	14
5 Finanzierung .....	34

## Einleitung

2010 wurde dem Naturpark Thal das Label „Regionaler Naturpark“ vom Bundesamt für Umwelt (BAFU) verliehen. Dieses Label hat eine Gültigkeit von 10 Jahren. Im Frühjahr 2019 stellt der Park den Antrag für die Erneuerung des Labels – vorausgesetzt alle 9 Gemeinden stimmen in den Gemeindeversammlungen im Dezember 2018 dafür.

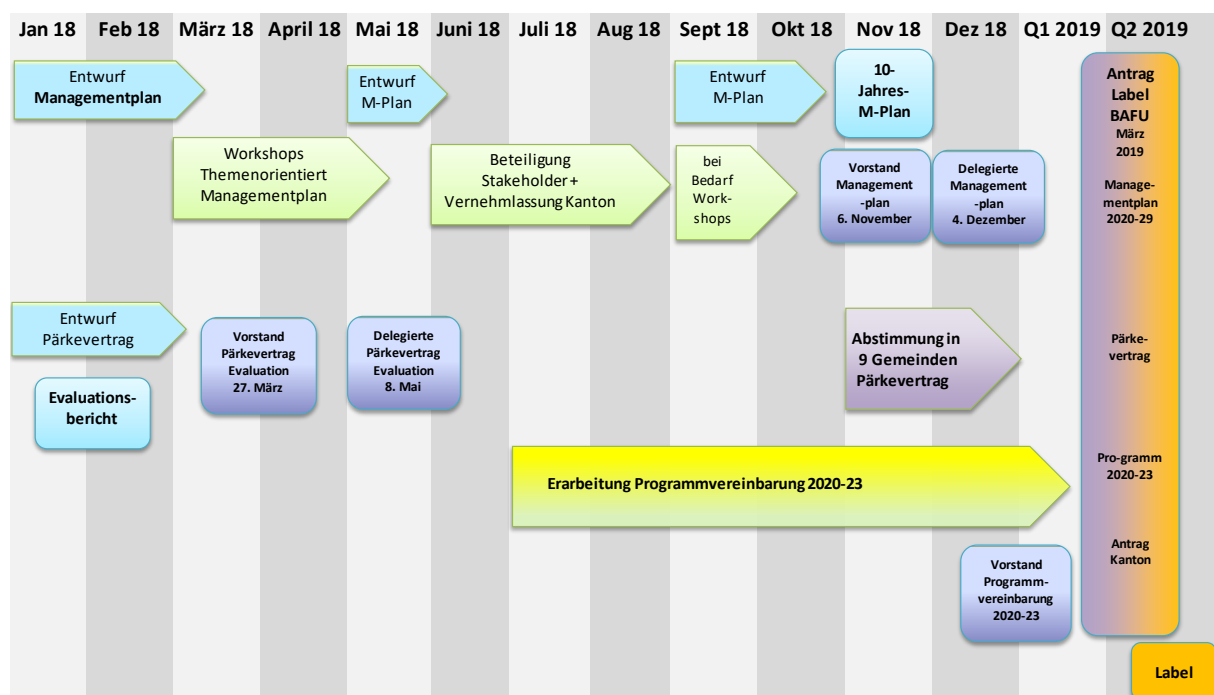
Für die Erneuerung des Labels braucht es folgende Schritte (geregelt durch das BAFU):

- die Evaluation der vergangenen Betriebsperiode (2010-17) gemäss des Leitfadens des BAFU. Der Naturpark Thal hat diese Ende 2017 abgeschlossen. Sie liegt als Kurzfassung und Gesamtbericht vor.
- den Parkvertrag, gemäss der Kriterien des BAFU, zwischen den neun Naturparkgemeinden. Im Dezember 2018 wird in den Gemeindeversammlungen der Naturparkgemeinden abgestimmt, ob die jeweilige Gemeinde den Vertrag unterschreibt. Mit Unterschrift des Vertrages versichert die Gemeinde 2020-29 Teil des Naturparks zu sein. Mit dem Vertrag genehmigt sie auch den „Parkfünfliber“ – 5 CHF pro Einwohner und Jahr.
- den Managementplan 2020-29, der gemäss dem Leitfaden des BAFU erstellt wurde. Die Inhalte und Anforderungen sind zusätzlich in der Pärkeverordnung (Bundesrecht) geregelt.

Der Managementplan 2020-29 wurde 2018 in einem breit angelegten, partizipativen Prozess erarbeitet.

Grundlagen für die Erarbeitung waren:

- Die Charta 2010
- Der Leitfaden des BAFU für ein Gesuch um Verleihung des Parklabels
- Die Pärkeverordnung PÄV vom 7. November 2017



## Phase 1

Im Zeitraum zwischen März und Mai 2018 fanden 9 themenorientierte Workshops - strategische Ziele, Nachhaltiger Tourismus, Wirtschaft, Kultur, Wertschöpfungsketten Landwirtschaft u. Holz, Natur u. Landschaft, Raum, Gesellschaft – statt. Insgesamt waren dazu 145 Teilnehmer<sup>1</sup> eingeladen. Ziel der jeweiligen Workshops war es, die strategischen Ziele zu überarbeiten (Vorstand), die strategischen Stossrichtungen festzulegen sowie die Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Profile zu überarbeiten bzw. zu aktualisieren. Der 1. Entwurf des Managementplans 2020-29 wurde auf Basis der Version von 2010 erarbeitet: Alle Daten wurden aktualisiert, die Ergebnisse der Workshops integriert sowie die Empfehlungen der Evaluation 2017 aufgenommen.

## Phase 2

Der 1. Entwurf ging von Juni-August 2018 in die Vernehmlassung des Kantons Solothurn. Zusätzlich wurde der Entwurf innerhalb des Thals an eine Vielzahl von Partnern, Institutionen, Organisationen, Interessierte und selbstverständlich an die Gemeinderäte der Gemeinden geschickt, mit der Einladung, dazu Stellung zu nehmen. Auf Wunsch tauschte sich das Naturpark-Team persönlich mit Interessierten aus.

## Phase 3

September-Oktober 2018: Das Team des Naturparks fasste die Ergebnisse zusammen und präsentierte sie dem Vorstand. Danach wurde die endgültige Fassung erstellt.

## Phase 4

Im November 2018 wurde der 10-Jahres-Managementplan vom Vorstand der Region Thal zu Händen der Delegiertenversammlung verabschiedet.

An der Delegiertenversammlung im Dezember 2018 wird der 10-Jahres-Managementplan endgültig genehmigt.

Der komplette Fassung des Managementplans 2020-29 kann unter [www.naturparkthal.ch/managementplan](http://www.naturparkthal.ch/managementplan) heruntergeladen werden.

---

<sup>1</sup> In diesem Text wird zur besseren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer miteingeschlossen.

## Das Unterstützerkomitee Naturpark 2020-29

Am 9. April 2018 wurde das Unterstützerkomitee gegründet. Die Botschafterinnen und Botschafter setzen sich aktiv für den Naturpark ein und werben für ein „Ja“ in den Gemeindeversammlungen im Dezember 2018.



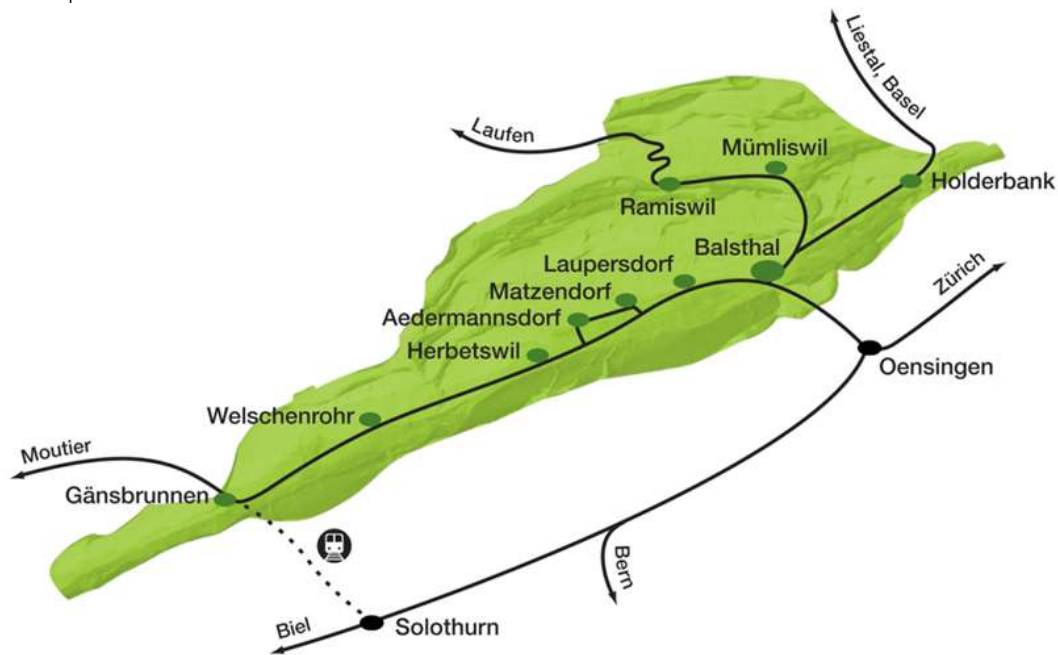
- Urs Ackermann – Kantonsratspräsident, Kantonsrat, Balsthal
- Stephan Berger – Oberamtvorsteher Thal-Gäu
- Bruno Born – Präsident des Vereins Region Thal, Gemeindepräsident Aedermannsdorf
- Karin Büttler-Spielmann – Kantonsrätin, Laupersdorf
- Heinz Dummermuth – Landwirt, Laupersdorf
- Josef Fluri – Kantonsrat und Vertreter Käserei Reckenkien, Mümliswil
- Thomas Fluri – Bürgergemeindepräsident Balsthal
- Reto Gautschi – Landwirt, Präsident Landwirtschaftlicher Bezirksverein, Herbetswil
- Willy Hafner – ehemaliger Gemeindepräsident Balsthal
- Oskar Hartmeier – Bergwirtschaft Rinderweid, Holderbank
- Elsbeth und Ernst Lanz – Berghof Montpelon, Gänsbrunnen
- Nadine Meister – Mitglied der Geschäftsleitung Raiffeisenbank Balsthal-Laupersdorf, Matzendorf
- Benno Schmid – Verwaltungsratspräsident ChemValve-Schmid AG, Welschenrohr



# 1 Kurzportrait des Parks

## 1.1 Parkperimeter

Die Fläche des Naturpark Thal ist deckungsgleich mit dem Regierungsbezirk Thal. Aufgrund der geografischen Lage identifiziert sich die Bevölkerung stark mit ihrer Region. Die Geschichte des Thals ist geprägt durch die Landschaft des Kettenjuras. Die enge Verbindung mit der Landschaft sowie die hohe Identifikation der Bevölkerung mit der Region zeigen sich in der hohen Akzeptanz des Naturparks, des ersten seiner Art in der Schweiz.



*Perimeter des Naturpark Thal*

## 1.2 Was ist das Besondere am Naturpark Thal?

### Die einmalige Natur- und Kulturlandschaft

Die charakteristische Kettenjura-Landschaft des Thals mit ihrer Vielfalt an seltenen Tier- und Pflanzenarten zeichnet den Naturpark aus. Dieser liegt eingebettet in die Juragebirgskzüge zwischen Weissenstein und Wasserfällen - im Einzugsgebiet von Basel, Bern und Zürich. Das Thal hebt sich deutlich von den umgebenden Regionen ab, die von Agglomerationen und Städten geprägt sind. In der Mitte dieser städtischen Gebiete gelegen, stellt die Bergregion Thal ein Gebiet mit geringer Bevölkerungsdichte, weitläufigen Naherholungsgebieten, ursprünglicher Beschäftigungs- und Landwirtschaftsstruktur sowie mit vielen seltenen Pflanzen und Tieren dar.

### Die bewegte Geschichte

Der Zusammenhang von Landschaft und Besiedelung ist im Thal gut sichtbar. Während des Mittelalters wurden die Eingänge der Klusen Balsthal-Oensingen und Mümliswil-Balsthal mit Burgen befestigt und die Rohstoffe (Eisenerz, Holz, Wasser) wurden für den Aufbau von Handwerks- und Industriezweigen genutzt. Der Übergang von Handwerk über Manufaktur zur Industrie und der starke Bezug zu den vorhandenen natürlichen Ressourcen ist in den Bereichen Eisen, Porzellan, Uhren und Kammfabrikation wie in kaum einer anderen Region der Schweiz ersichtlich und wird in den verschiedenen Museen im Thal erlebbar gemacht. Diese Zusammenhänge von Landschaft und

Geschichte zeichnen den Naturpark Thal besonders aus. Deshalb heisst es hier: Naturpark Thal, «Stille Natur. Lebendiges Thal».

#### Die Gemeinden im Thal

Die lebendigen attraktiven Dörfer sind geprägt vom Vereinsleben sowie dem hohen freiwilligen Engagement der Thaler in vielen Bereichen. Dies ist die Grundlage für die hohe Lebensqualität im Thal. Die geografische Abgrenzung des Thals durch seine Juraketten und wenigen Zugänge stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl im Thal. Die hohe Identifizierung der Thaler Bevölkerung mit der einzigartigen Natur- und Kulturlandschaft des Parks macht diesen ausserdem zu etwas ganz Besonderem. Die zentrale Lage des Thals mit der Nähe zur Autobahn bietet gute Entwicklungschancen.

## 2 Naturpark Thal 2010-17

2010 erhielt der Naturpark Thal als erster Park in der Schweiz das Label „Regionaler Naturpark“. Das Label ist 10 Jahre gültig. 2017 wurden die ersten sieben Jahre evaluiert. Diese Evaluation ist Bestandteil der Charta 2020-29 und damit des Antrages auf Erneuerung des Labels. Der Park hat in fast allen Bereichen die gesetzten, strategischen Ziele gut erreicht und teilweise übertroffen.

WEIT ÜBERTROFFEN	ÜBERTROFFEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereich Natur und Landschaft</li> <li>• Thaler Produkte</li> <li>• Naturpark Märet</li> <li>• Holzhandwerk – Holzweg Thal</li> <li>• Kultur im Thal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infostelle</li> <li>• Gastro-Partner</li> <li>• Jugendarbeit</li> <li>• Wir sind Eins</li> <li>• Themenwege allgemein</li> <li>• Kommunikation nach aussen</li> <li>• Zusammenarbeit mit Museen</li> <li>• Gruppenangebote</li> </ul>
ERREICHT	NOCH NICHT ERREICHT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerschaften</li> <li>• Nachhaltiger Tourismus (Übernachten und Velo)</li> <li>• Umweltbildung/Forschung</li> <li>• Kommunikation nach innen</li> <li>• Management Naturpark</li> <li>• NaturparkBus</li> <li>• Wertschöpfungsketten – Landwirtschaft, Holz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordination in der Raumplanung</li> <li>• Ziele in der Mobilität</li> <li>• Wohnen im Thal</li> </ul>

Die Ergebnisse aus der Evaluation sowie die Handlungsempfehlungen des Evaluationsteams sind in sämtliche Planungen für 2020-29 eingeflossen.

Strategisches Ziel	Wesentlicher Meilenstein/Leistungen und Wirkungen
Die hohen Naturwerte in der Region erhalten und vermehren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderprogramm Artenvielfalt im Wald: Aufwertung von 35 ha Waldfläche, Förderung der Wald-Biodiversität</li> <li>• Förderprogramm Weide: 5 Entbuschungsaktionen zur Aufwertung des Lebensraums der Heidelerche</li> <li>• Förderprogramm Weiher: Bau von 14 Weihern, Erhöhung des Amphibienbestands</li> <li>• Geförderte Arten: Gelbringfalter, Heidelerche, Geburtshelferkröte, Wiesel, verschiedene Reptilien</li> <li>• Arbeitseinsätze: Teilnahme von jährlich 150 Schülern der Kreisschule Thal</li> <li>• Tage der Natur und Arbeitseinsätze: von 2012-2016 über 4000 Personenarbeitstage</li> <li>• Massnahmen: Aufwertung von Waldgebieten, Pflege von Wanderwegen, Bau von Grillstellen etc.</li> <li>• Landwirtschaftliche Vernetzungsprojekte: Schaffung von 986 ha Biodiversitätsförderflächen</li> <li>• Probstenberg: Bau von 400 Meter langer Trockenmauer</li> <li>• Sensibilisierung der Bevölkerung für den Erhalt der hohen Naturwerte der Region</li> </ul>
Wertschöpfung durch qualitativ hochwertig Produkte aus Land- und Forstwirtschaft sowie Jagd generieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktlabel: Zertifizierung von 396 regionalen Produkten (Käse, Wurst, Mehl, Pasta, Öl, Gemüse, Pflanzen etc.), 1.2 Mio. CHF Umsatz, Sicherung von Arbeitsplätzen, Schaffung von zwei neuen Stellen, gemeinsame Marketingmassnahmen und Erschliessung von Absatzkanälen (Coop, so natürlich GmbH, Netzwerk Schweizer Pärke etc.),</li> <li>• Genusswanderung mit 700 Teilnehmenden</li> <li>• Gastro-Partner: Partnerschaftsvereinbarungen mit sieben Gastronomiebetrieben, Verwendung von zertifizierten Produkten sowie gemeinsame Marketingaktivitäten</li> <li>• Holzhandwerk Thal: gemeinsame Marketingaktivitäten zur Förderung des Holzhandwerks im Thal, wie z.B. Nachwuchswerbung, Holzweg Thal</li> <li>• Naturpark Märet: Markt in Balsthal mit regionalen Produkten und Dienstleistungen, zweimal jährlich rund 1000 Besucher</li> </ul>
Sanften Tourismus entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismus-Angebote: Schaffung von touristischen Sehenswürdigkeiten wie Museum HAARUNDKAMM, Vogelberingungsstation Subigerberg, Holzweg Thal (in Kooperation mit verschiedenen Partnern)</li> <li>• Museum HAARUNDKAMM: jährlich 3000-5000 Eintritte, jährlich 100-200 Führungen</li> <li>• Vogelberingungsstation Subigerberg: jährlich 200-400 Teilnehmer an organisierten Führungen</li> <li>• Holzweg Thal: jährlich 10'000-15'000 Besucher</li> <li>• Wander- und Themenwege: Breites Angebot mit Holzweg</li> </ul>



	<p>Thal, Juraweg Thal, Husis Reise, Via Surprise, La Route Verte, Solothurner Waldwanderungen, Gumpis Weg in die Zukunft (in Kooperation mit verschiedenen Partnern)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• NaturparkBus: Pro Jahr (Fahrzeit von Mai bis Oktober) durchschnittlich 800 Fahrgäste, erzielte indirekte <b>Wertschöpfung von jährlich 14'250 CHF</b></li> <li>• Gruppenangebote: jährlich rund 3000 Teilnehmer an Gruppenangeboten (u.a. Führungen, Wanderungen, Lamatrekking, Ornithologie-Kurse)</li> <li>• Infostelle: Information und Beratung von jährlich rund 800 Besuchern vor Ort und einer weit höheren Zahl telefonisch und per Mail.</li> <li>• Informations- und Werbematerial: Panoramakarte, Veranstaltungskalender, Broschüren etc.</li> <li>• Homepage und Facebook: Homepage mit jährlich rund <b>300'000 Seitenaufrufen</b></li> <li>• Steigerung des Tagestourismus</li> <li>• Hohe Zufriedenheit der Besucher gemäss Online-Umfrage</li> <li>• Direkte touristische Wertschöpfung in 2017: 8 Mio. CHF</li> <li>• 76 Vollzeitstellen, die rein dem Tourismus zugerechnet werden (2017)</li> </ul>
<p>Ein hohe Lebens- und Wohnqualität in einer intakten Umwelt erhalten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturtag Thal: 1000 Besucher pro Jahr (Organisation durch die Arbeitsgruppe Kultur)</li> <li>• Naturpark Märet: Markt in Balsthal mit regionalen Produkten und Dienstleistungen, zweimal jährlich rund 1000 Besucher</li> <li>• Jugendarbeit: Betreute Jugendräume in Balsthal, Laupersdorf, Matzendorf und Holderbank</li> <li>• Wohnen und Einkaufen: zwei Kampagnen, um die Attraktivität des Wohnens und Einkaufens im Thal zu fördern (bis 2015)</li> <li>• Veranstaltungskalender: Wesentliche Anlässe im Thal als Broschüre und online auf der Homepage seit 2016/17</li> <li>• Café Wortschatz: Plattform für den sprachlichen und kulturellen Austausch</li> <li>• Spielplatzprojekt: Angebot für Kinder und Mütter mit Migrationshintergrund, um Deutsch zu lernen</li> <li>• Neuzuzüger-Apéro: Informations- und Begrüssungsapéro für Neuzuzüger (gemeindeübergreifend)</li> <li>• <b>Repair Café „ReparaThal“: beschädigte Produkte können mit Hilfe von Experten kostenlos repariert werden</b></li> </ul>
<p>Den Naturpark leiten, kommunizieren und räumlich sichern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management: tiefer Administrationsaufwand, ausgeglichene Rechnungsführung, effiziente und effektive Managementstruktur (neue Organisation seit 02/2017)</li> <li>• Arbeitsgruppen: engagiert in den Bereichen Kultur, Jugend, Wirtschaft, Verkehr und Raumplanung</li> <li>• Partnerschaften und Kooperationen: hohe Anzahl Mitwirkende und zahlreiche Partnerschaften (Labelproduzenten, Gastro-Partner, Holzhandwerk, freiwillige Helfer, Sponsoren (Hauptsponsor: Raiffeisen),</li> </ul>

	<p>Gemeinden, kantonale Ämter, Tourismusverbände etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zufriedenheit: gegenwärtig hohe Zufriedenheit der Anspruchsgruppen (siehe Grafik 1, 2 und 3)</li> <li>• Perimeter: die Fläche des Naturparks beträgt 139 km<sup>2</sup> (seit 2010 unverändert)</li> <li>• Bekanntheit: Der Bekanntheitsgrad hat zugenommen und das Image hat sich verbessert</li> <li>• Kommunikationsmittel: zahlreiche Medien (Broschüren, Homepage, Newsletter, Facebook etc.)</li> <li>• Homepage mit <b>jährlich rund 300'000 Seitenaufrufen</b></li> </ul>
<p>Regionale Zusammenarbeit zur koordinierten Raumentwicklung nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionale Arbeitszone: Schaffung der regionalen Arbeitszone (RAZ) Thal (interkommunales Areal für Industrie und Gewerbe mit einer Fläche von 25'000m<sup>2</sup>)</li> <li>• Raumentwicklungsprogramm: Einige Ziele in Ortsplanungen aufgenommen, Grundlage für Vernetzungsprojekte</li> <li>• Einsitz in die kantonale Raumplanungskommission Label Energiestadt: gemeinsame Massnahmen im Bereich Energie &amp; Nachhaltigkeit (u.a. Regionaler Richtplan Energie Thal) werden umgesetzt</li> </ul>
<p>Die gesunde Lebensweise in einer intakten Umwelt fördern/ ab 2011: Bildung für intakte Natur, nachhaltige Entwicklung und gesunde Lebensweise anbieten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ernährungskoffer: konnte in den Jahren 2006-2009 von bis zu 1200 Schülern genutzt werden („ViTHAL“)</li> <li>• Arbeitseinsätze: Teilnahme von jährlich 150 Schülern der Kreisschule Thal</li> <li>• Bildungsangebote: Buchbare Angebote wie Superstaat Biene, Pflanzen und Tiere am Wegrand, Ornithologie-Kurs, Lamatrekking, jährlich 200-500 Besucher</li> <li>• Subigerberg: Lehrpfad „Husis Reise“, Infozentrum und Spezialangebot während der Vogelberingung im Herbst</li> <li>• Nachhaltigkeitslehrpfad: Lehrpfad „Gümpis Weg in die Zukunft“ mit Unterrichtsmaterialien für Schulklassen (Eröffnung 2017)</li> <li>• Schulmodul Wiesel: Bildungsangebot zum Thema Wiesel wurde erarbeitet</li> <li>• Bildungsangebot Holzweg Thal</li> </ul>

### 3 Naturpark Thal 2020-29

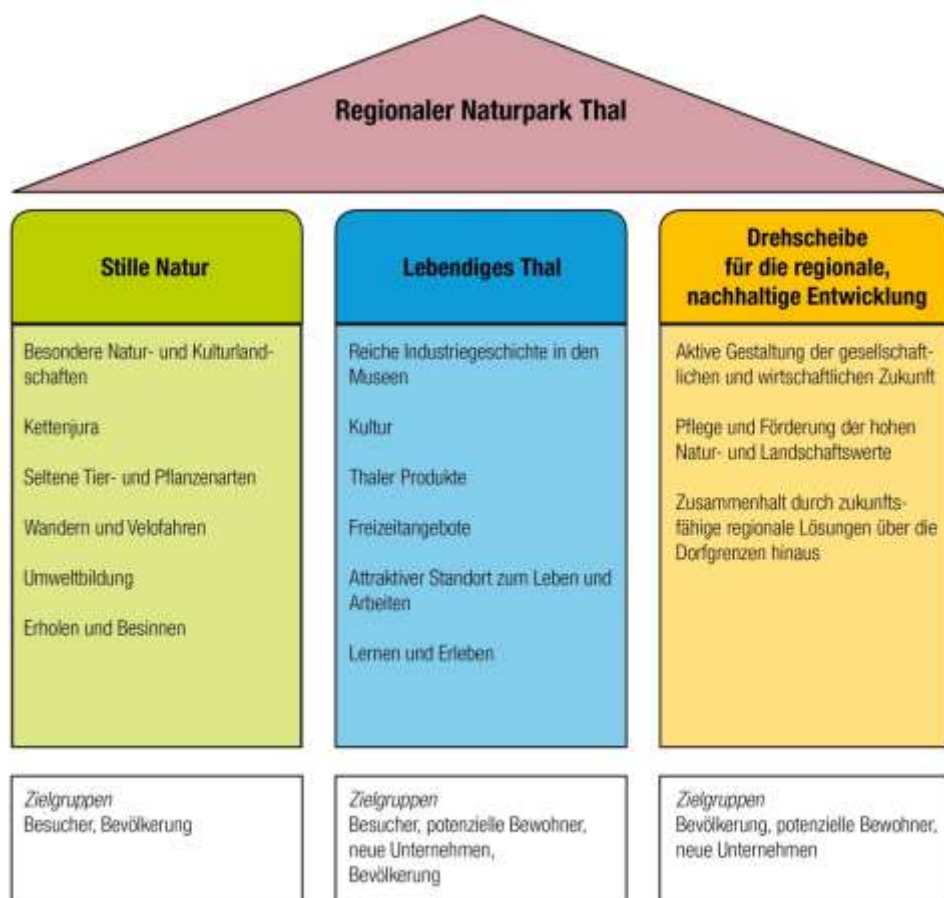
Der Vorstand und die Delegierten des Trägervereins haben 2017 beschlossen, dass der Naturpark Thal das Label „Regionaler Naturpark“ erneut beim BAFU beantragt. In den Gemeindeversammlungen wird im Dezember 2018 über die weitere Beteiligung der jeweiligen Gemeinde abgestimmt (siehe Einleitung S.2/3).

In einem sehr breit angelegten partizipativen Prozess werden 2018 die bestehenden Strategien sowie Ziele des Naturparks überarbeitet. Der Managementplan 2020-29 basiert

- auf den Erfahrungen der letzten 10 Jahre (Errichtungsphase ist berücksichtigt),
- den Ergebnissen und Empfehlungen aus der Evaluation,
- den Zielen, Wünschen und Einschätzungen aller am Charta Prozess beteiligten Personen,
- Einschätzungen der kommenden Entwicklung bzw. Veränderung der Rahmenbedingungen.

#### 3.1 Die Positionierung des Parks

Die Positionierung des Naturpark Thals über das Label „Stille Natur – Lebendiges Thal“ hat sich etabliert und bewährt. Durch das starke Zusammenwachsen der Marke Region Thal mit der Marke Naturpark ist die Positionierung „Drehscheibe für die regionale, nachhaltige Entwicklung“ hinzugekommen. Diese Positionierung richtet sich vor allem gegen innen und lässt sich gut mit dem bestehenden Slogan verbinden.



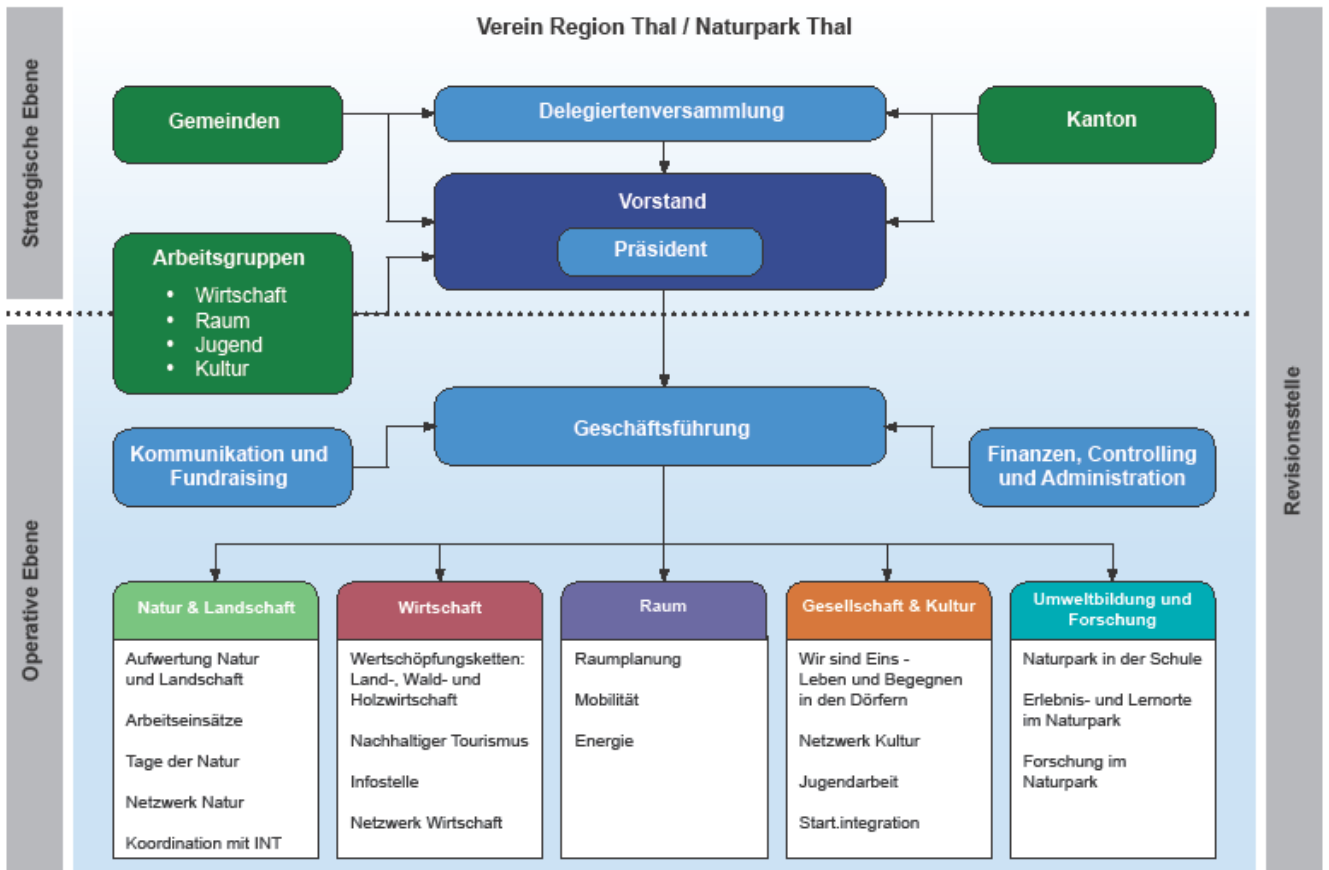
*Positionierung des Naturparks*



Logo und Slogan

### 3.2 Organisation und Trägerschaft des Parks

Seit 2010 haben sich die Trägerschaft sowie die Organisation des Parks verändert. Der Verein Naturpark Thal wurde aufgelöst und ist in den Verein Region Thal übergegangen. Seit 2018 gilt folgende Organisationsstruktur, die auch für die kommende Betriebsphase beibehalten werden soll:



Organigramm des Naturpark Thal

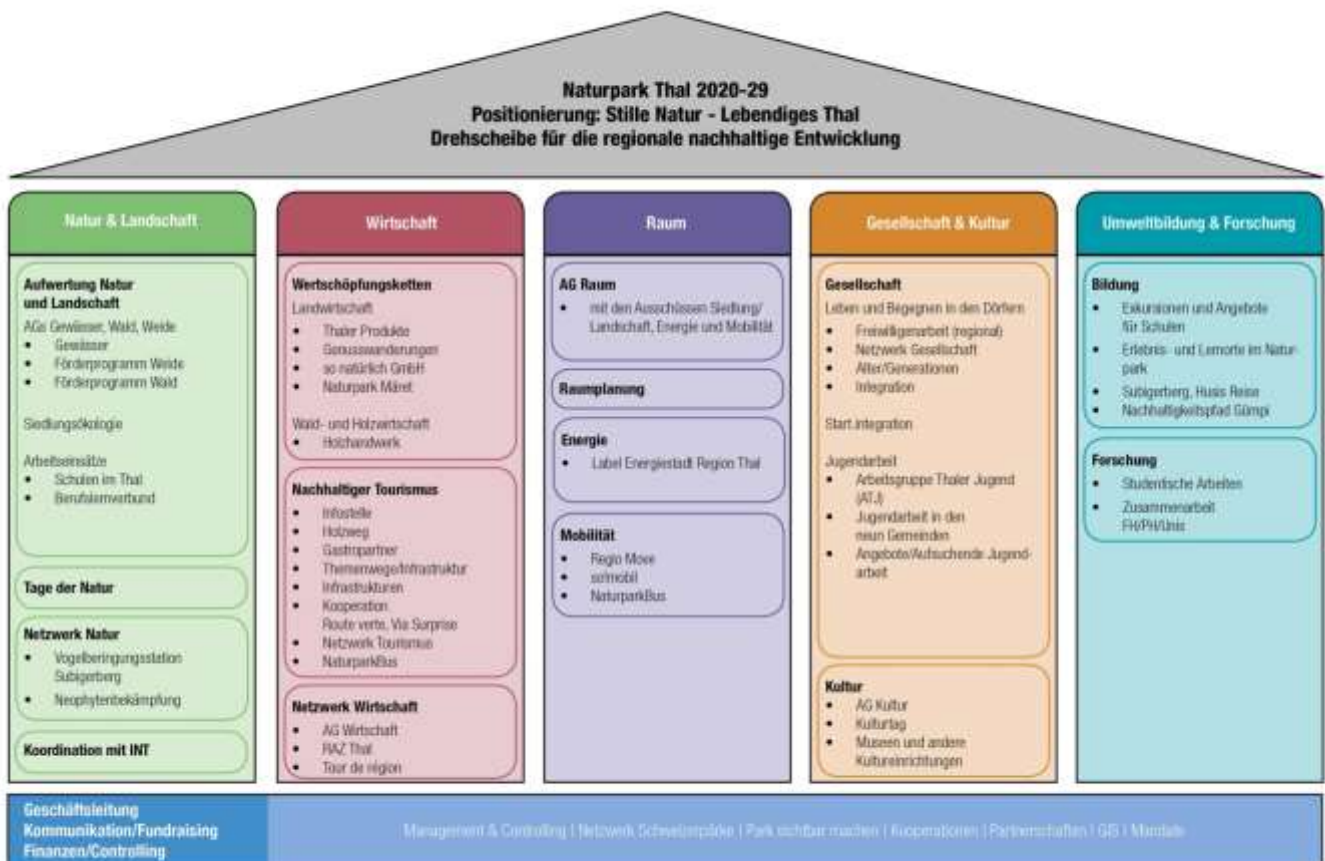
Team des Naturparks im Januar 2018:



Thomas Schweizer, Katrin Vogt, Jasmine Hartmann, Jeanette Guggisberg, Markus Jenny, Ines Kreinacke, Daniela Born, Josephina Vogelsang, Matthias Borner, Valérie Zaugg, Benedikt Fluri und Nora Svaton. (Geschäftsführung, Projektleiter u. –mitarbeiter, Jugendarbeiterin, Praktikanten)

### 3.3 Die Projektstruktur des Parks

Die Projektleiter des Naturparks sind für Projekte in verschiedenen Bereichen, je nach persönlicher Qualifikation, zuständig oder arbeiten als Projektmitarbeiter in einem anderen Projekt mit. Dadurch werden Synergien optimal genutzt, und die Vernetzung der unterschiedlichen Projekte ist gewährleistet.



Projektstruktur des Naturpark Thal

## 4 Zusammenfassung der strategischen Ausrichtung 2020-29

Ausgehend von den sechs strategischen Zielen des Parkes (nachfolgend dargestellt als farbige Pfeile) wurden sechzehn Strategien entwickelt.

### Die Natur- und Landschaftswerte des Naturpark Thal erhalten und vermehren

#### Strategie 1 Biodiversität

Erhalten und fördern der Artenvielfalt durch artenspezifische Bewirtschaftung sowie Neuanlage und Pflege von Lebensräumen und Biotopen. Fortführung der Förderprogramme Wald, Weide und neu ab 2020 des Förderprogramms Gewässer. Sichern der Schnittstelle zu den Biodiversitätsprogrammen und -beiträgen gemäss der neuen Landwirtschaftspolitik und Abstimmen der Parktätigkeiten.

#### Strategie 2 Landschaft

Erhalten und fördern der landschaftsästhetischen relevanten Landschaftsbildern sowie der ökologisch und touristisch wichtigen Natur-, Kultur- und Gewässerlandschaften und -elemente als wertvollste natürliche Ressourcen des Parkgebiets. Aufbau von effizienten Kooperationen mit Land- und Forstwirtschaft sowie gemeinsamer Aufbau und Betrieb eines Landschaftspflegewerks.

### Nachhaltige Wirtschaft im Thal fördern

#### Strategie 3 Thaler Produkte

Fortführung und Weiterentwicklung des Produktlabels Naturpark Thal. Steigern der Wertschöpfung durch die Erschliessung zusätzlicher Absatzkanäle, Vernetzung von Akteuren sowie Lancierung und Vermarktung parktypischer Produkte und Dienstleistungen unter dem Parklabel.

Fördern von innovativen Projekten im Bereich der landwirtschaftlichen Produkte. Produkte aus der Jagd sind eingeschlossen. Verwendung von regionalen Produkten in der Gastronomie fördern.

#### Strategie 4 Forst- und holzwirtschaftliche Wertschöpfungsketten

Fortführung und Weiterentwicklung der Zusammenarbeit von Holzhandwerk, Forst und Naturpark. Entwicklung und Umsetzung von gemeinsamen Projekten. Fördern von innovativen Projekten. Weiterführung/Nachfolge Holzweg Thal.

#### Strategie 5 Nachhaltiger Tourismus

Entwickeln nachhaltiger touristischer Angebote und Dienstleistungen zur Steigerung der touristischen Attraktivität des Parks und zur Erhöhung der Wertschöpfung (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitangebote etc.) Gemeinsame Vermarktung von nachhaltigen touristischen Angeboten. Besucherlenkung: zur Förderung der Wertschöpfung, Schonung sensibler und störungsanfälliger Landschaften und Lebensräume. Sensibilisierung der Besucher für nachhaltige Entwicklung.

#### Strategie 6 Netzwerk Wirtschaft

Der Naturpark/Region Thal ist Drehscheibe und Anlaufstelle für den Wirtschaftsstandort Thal. Zentrale Informationsstelle über den Wirtschaftsstandort Thal. Aktive Bestandspflege gemeinsam mit den Standortgemeinden. Aufbau und Pflege des Netzwerks Wirtschaft.

## Raumrelevante Themen gemeinsam anpacken

### Strategie 7 Nachhaltige Mobilität

Langfristige Sicherstellung/Verbesserung des aktuellen ÖV-Angebotes, fördern relevanter Langsamverkehrsformen. Vernetzung der Mobilitätsakteure zur koordinierten Weiterentwicklung des Mobilitätsangebots. Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen und –strategien. Sensibilisierung für Mobilitätsanliegen.

### Strategie 8 Energie

Förderung der Nutzung ressourcenschonender und erneuerbarer Energien sowie Förderung der Verarbeitung regionaler Rohstoffe zur Etablierung einer nachhaltigen Energieversorgung. Sensibilisierung der Bevölkerung für die Thematik nachhaltiger Energie.

### Strategie 16 Raumentwicklung

Ausrichten der raumwirksamen Tätigkeiten der Parkgemeinde sowie Koordination raumrelevanter Projekte auf die Ziele des Naturpark Thal. Räumliche Sicherung des Parks sowie sichern der Schnittstelle zu anderen höheren und tieferen Planungsebenen und –instrumenten.

## Unsere gelebte Kultur und die hohe Lebens- und Wohnqualität fördern

### Strategie 9 Kultur

Vermitteln des kulturellen Erbes und pflegen einer lebendigen Kultur im Thal für Bevölkerung sowie Gäste. Angebote und Veranstaltungen sind die Grundlage für die Identifikation mit der Region und den Gemeinden.

### Strategie 10 Gesellschaft – Leben und Begegnen in den Dörfern

In allen neun Parkgemeinden gibt es ein aktives Dorfleben, getragen von einem starken freiwilligen Engagement, dem Willen zur Integration und einem funktionierenden Miteinander der Generationen. Der Naturpark ist Drehscheibe und Koordinator für die vier Handlungsfelder: Freiwilligenarbeit, Netzwerk Gesellschaft, Generationen sowie Integration und bietet professionelle Unterstützung.

## Bildung und Forschung für eine intakte Natur und nachhaltige Entwicklung unterstützen und anbieten

### Strategie 11 Umweltbildung

Der Naturpark stärkt das Umweltbewusstsein und fördert die Bereitschaft, in der eigenen Lebenswelt nachhaltig zu handeln. Er bietet eine Plattform für bestehende Angebote und fördert diese. In Ergänzung dazu schafft der Park kontinuierliche, vernetzte und sich überschneidende Angebote für alle Lebensphasen und Bevölkerungskreise. Es gibt vier Schwerpunkte: Flora und Fauna, nachhaltige und gesunde Lebensweise, Wald-Holz-Klima und Geschichte-Handwerk-Kultur.

### Strategie 12 Forschung

Der Naturpark Thal erlangt durch die Zusammenarbeit mit Forschungsinstitutionen gebietsbezogenes wissenschaftliches Fachwissen und neue Erkenntnisse. Diese bilden eine wesentliche Grundlage für ein wirkungs- und zielorientiertes Management, für die Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung sowie für die Langzeitbeobachtung der Wirkung des Parks.

#### Strategie 13 Parkmanagement und Geschäftsstelle

Effizientes und innovatives Management des Parks und der Geschäftsstelle auf Basis des Integrierten Management Systems der Schweizer Pärke sowie parkeigener Qualitätsstandards. Stetige Prozessentwicklung und – optimierung. Sicherstellung der Partizipation in allen Bereichen. Netzwerkpflege mit Partnern und Institutionen innerhalb und ausserhalb des Parkgebietes.

#### Strategie 14 Kommunikation

Zielgruppenspezifische Kommunikation nach Innen und Aussen, das heisst: Information der Bevölkerung und der Besucher. Steigern der Bekanntheit des Naturpark Thal und dessen Tätigkeiten zur Erhöhung der Akzeptanz, zur besseren Verankerung in der Bevölkerung sowie zur Steigerung der Besucherfrequenzen.

#### Strategie 15 Partizipation/Partnerschaften

Einbezug und Partizipation der Bevölkerung in die Parkaktivitäten als langfristiges Fundament für die Verankerung des Parks. Motor für die Projektumsetzung und-verankerung durch ständige und dynamische Arbeitsgruppen. Partnerschaften in verschiedenen Bereichen (z.B. Gastronomie, Produkte, Kultur, Dienstleistung, Gewerbe und Handel etc.)

Auf den folgenden Seiten sind die 16 Strategien detailliert dargestellt.

Grundlage für die Erarbeitung der Strategien:

- Die sechs strategischen Ziele des Naturpark Thals
- Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen aus der Evaluation
- Aktualisierung der Datengrundlage
- Ergebnisse aus den Workshops
- aktualisierte Analyse von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken

Erläuterung zu den Strategieblättern:

Die BAFU-Ziele sind in der Pärkeverordnung (PäV) und im Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz verankert (NHG). Die strategischen Ziele des BAFU lauten folgendermassen:

1. BAFU-Ziel: Erhaltung und Aufwertung der Qualität von Natur und Landschaft
2. BAFU-Ziel: Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft
3. BAFU-Ziel: Sensibilisierung und Umweltbildung
4. BAFU-Ziel: Management, Kommunikation und räumliche Sicherung
5. BAFU-Ziel: Forschung

(Statische Daten, Handlungsempfehlungen der Evaluation, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Analyse sind in der Gesamtversion Managementplan 2020-29 zu finden.)



## Strategie 1 Biodiversität

### Strategiebeschrieb

Erhalten und fördern der Artenvielfalt durch artenspezifische Bewirtschaftung sowie Neuanlage und Pflege von Lebensräumen und Biotopen. Fortführen der Förderprogramme Wald, Weide und Ausdehnung des Förderprogrammes Weiher ab 2020 auch auf Fliessgewässer. Jeweils klären der Schnittstellen zu den zielverwandten Förderprogrammen des Kantons. Sichern der Schnittstelle zu den Biodiversitätprogrammen und –beiträgen gemäss der neuen Landwirtschaftspolitik und Abstimmen der Parktätigkeiten. Umsetzung der Biodiversitätsstrategie des Bundes. Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich Biodiversität und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Land und Forstwirtschaft, Trägerschaft Vernetzungsprojekt
- Gemeinden, Kant. Fachstellen
- INT (Interessensgemeinschaft Naturschutz Thal)
- Pro Natura, WWF
- Vogelwarte Sempach, VVS/BirdLife Solothurn
- Schulen

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Kartierungen und Inventarisierungen in Potenzialgebieten (projektspezifisch)
- Umsetzung und Fortführung des Förderprogramms Wald (langfristige Sicherung)
- Weiterführung des Förderprogramms Weide zur Förderung des Lebensraums der Heidelerche
- Ausdehnung des Förderprogramms Weiher auf Fliessgewässer zur Vernetzung der Landschaft und Förderung der Makrozoobenthos in Wiesenbächen und -gräben

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Der langfristige Fortbestand seltener und gefährdeter Arten ist gesichert
- Die ökologisch angepasste land- und forstwirtschaftliche Bewirtschaftung und Biotopqualität entwickelt sich positiv
- Zunahme der Landschaftsattraktivität durch aufgewertete Lebensräume

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anteil Erfolgskontrolle mit positiver Wirkung
- Arbeitseinsätze und Tage der Natur
- Realisierte Aufwertungsmassnahmen (Aufgewertete Fläche und Anzahl Projekte)
- Entwicklung der Vernetzungsflächen

Standardindikatoren:

- IBNL Version II
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 2 Landschaft

### Strategiebeschrieb

Erhaltung und Aufwertung der hohen Landschaftswerte im Parkgebiet als ökologisch und touristisch wertvolle Ressource. Pflege der Landschaft durch Freiwillige, Vereine und Schulen durch langfristige Kooperationen verstärken und sichern. Erhaltung und Förderung von landschaftsprägenden Elementen wie Schürli oder Trockenmauern. Aufwertung des Siedlungsraums. Nutzung des Potentials von Corporate Volunteering.

### Wichtigste Partner

- Amt für Raumplanung
- Amt für Umwelt
- Gemeinden
- Land- und Forstwirtschaft
- Schulen / Bildungsinstitutionen
- Pro Natura, WWF, VVS/BirdLife Solothurn
- INT – Interessengemeinschaft Naturschutz Thal

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Umsetzung von landschaftlichen Aufwertungsprojekten in Zusammenarbeit mit der Land- und Forstwirtschaft
- Organisation und Durchführung von ein- und mehrtägigen Einsätzen für die Umwelt- und Landschaftspflege
- Landschaftsverträgliche Sanierung der Heuschürli auf dem Oberberg (in Zusammenarbeit mit dem Amt für Raumplanung)
- Aufwertung des Siedlungsraums

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Erhaltene, aufgewertete, attraktive und vielfältige Landschaftsräume durch Initiierung und Durchführung von Aufwertungsmassnahmen mit Partnern
- Hoher Bekanntheitsgrad und hohe Anerkennung für die ausserordentlich wertvollen, abwechslungsreichen und gepflegten Landschaftsbilder von der Bevölkerung, Gästen und Naherholungssuchenden

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl und Entwicklung von Aufwertungsmassnahmen und Landschaftspflegeeinsätzen
- Anzahl und Entwicklung von Teilnehmern und partizipierenden Akteuren
- Aufgewertete Fläche und Anzahl Projekte

Standardindikatoren:

- IBNL Version II
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 3 Thaler Produkte

### Strategiebeschrieb

Fortführung und Weiterentwicklung des Produktlabels Naturpark Thal. Steigern der Wertschöpfung durch die Öffnung zusätzlicher Absatzkanäle, Vernetzung von Akteuren sowie Lancierung und Vermarktung parktypischer Produkte und Dienstleistungen unter dem Parklabel.  
Fördern von innovativen Projekten im Bereich der landwirtschaftlichen Produkte. Produkte aus der Jagd sind eingeschlossen.  
Verwendung von regionalen Produkten in der Gastronomie und Privathaushalten fördern.

### Wichtigste Partner

- Landwirtschaft/ Jagd
- Produzenten und Verarbeiter
- Gastro-Partner Naturpark Thal
- Solothurner Bauernverband SOBV
- so Natürlich GmbH
- Ausbildungszentrum Wallierhof
- Das Beste der Region DBR
- Netzwerk Schweizer Pärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Fortführung und Weiterentwicklung des Produktlabels ‚Naturpark Thal‘
- Ausbau von Vermarktungskanälen und des Vermarktungsnetzwerks
- Zertifizierung von Parkprodukten
- Vernetzung von touristischen Angeboten und Parkprodukten
- Initiierung und Umsetzung innovativer, wirtschaftlich orientierter Projekte mit der Land- und Tourismuswirtschaft

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Die Wertschöpfung im Parkperimeter nimmt zu
- Der Bekanntheitsgrad sowie die emotionalen Bindungen steigen

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Generierter Umsatz mit Labelprodukten pro Jahr
- Gesicherte/geschaffene Arbeitsplätze aufgrund der Labelprodukte des Parks

Standardindikatoren:

- 1 – 21a Wirtschaftliche Effekte des Parks
- 1 – 21b «Zertifizierte Produkte»: Anzahl Produkte/Waren und Dienstleistungen zu Beginn/am Ende der Betriebsphase, die mit einem Produktlabel ausgezeichnet sind
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 4 Forst- und holzwirtschaftliche Wertschöpfungsketten

### Strategiebeschrieb

Fortführung und Weiterentwicklung der Zusammenarbeit von Holzhandwerk, Forst und Naturpark. Entwicklung und Umsetzung von gemeinsamen Projekten zur Stärkung der Forst- und Holzbranche. Fördern von innovativen Projekten. Weiterführung/Nachfolge Projekt Holzweg Thal.

### Wichtigste Partner

- Verbund Holzhandwerk Thal
- Weitere Holzverarbeitende Betriebe
- Forstbetriebe
- Bürgergemeinden
- Amt für Wald, Jagd und Fischerei
- Verbände und Organisationen (z.B. BWV Thal, BWSO)

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Fortführung und Weiterentwicklung der Zusammenarbeit von Holzhandwerk, Forst und Naturpark
- Weiterführung/Nachfolge Holzweg Thal
- Sensibilisierung von Bevölkerung, Unternehmen und Gemeinden für Anliegen der Thaler Forst- und Holzbranche
- Initiierung und Umsetzung innovativer, wirtschaftlich orientierter Projekte mit der Forst-, Holz- und Tourismuswirtschaft

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Verbund Holzhandwerk Thal besteht weiterhin
- Die Ausbildungsplätze können besetzt werden
- Positive Wahrnehmung der Thaler Holzbranche

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Mitgliederanzahl im Verbund Holzhandwerk Thal

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 5 Nachhaltiger Tourismus

### Strategiebeschrieb

Entwickeln nachhaltiger touristischer Angebote und Dienstleistungen zur Steigerung der touristischen Attraktivität des Parks und zur Erhöhung der Wertschöpfung (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitangebote etc.), Gemeinsame Vermarktung von nachhaltigen touristischen Angeboten, Besucherlenkung, Förderung der Wertschöpfung, Schonung sensibler und störungsanfälliger Landschaften und Lebensräume, Sensibilisierung der Besucher für nachhaltige Entwicklung, Förderung des touristischen Bewusstseins in der Region. Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich nachhaltiger Tourismus und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Touristische Leistungsträger (Gastbetriebe, Thaler Produkte, Wanderleiter, vorhandene Anbieter auch im Bereich Reitsport, Flugschule)
- Kanton Solothurn Tourismus
- Region Solothurn Tourismus
- Region Wasserfallen
- Baselland Tourismus
- Schweiz Tourismus
- Netzwerk Schweizer Pärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Schaffung von neuen, überregional wirksamen Angeboten
- Weiterentwicklung von bestehenden Angeboten und Positionierung
- Unterstützung und optimale Vernetzung von bestehenden Angeboten
- Gezielte Förderung von Wander- und Bikeangeboten
- Betrieb der touristischen Drehscheibe des Naturparks
- Umsetzung und Weiterentwicklung der Besucherlenkung
- Betrieb und Ausbau von strategischen Partnerschaften in versch. Bereichen
- Optimierung von Qualitätssicherung, Betreuung und Coaching
- Verknüpfung touristischer Angebote mit Bildungsinhalten

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Bekanntheitsgrad und Nachfrage nach touristischen Angeboten nehmen zu
- Die regionale Wertschöpfung wird gesteigert
- Die touristische Attraktivität und Bedeutung nehmen zu.

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Angebots- und Buchungsentwicklung buchbarer Angebote
- Anzahl, Entwicklung und Vielfalt (Angebotsbreite) touristischer Angebote

Standardindikatoren:

- 1 – 21c «Teilnehmer»: Entwicklung Anzahl Teilnehmer im Bereich Parktourismus und Bildung zu Beginn/am Ende der Betriebsphase
- 2 – 21c «Zufriedenheit»: Bewertung gemäss standard. Umfrage (Zufriedenheit der Teilnehmer)
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 6 Netzwerk Nachhaltige Wirtschaft

### Strategiebeschrieb

Der Naturpark/Region Thal ist Drehscheibe und Anlaufstelle für den Wirtschaftsstandort Thal. Der Schwerpunkt liegt auf der Förderung der nachhaltigen Wirtschaft. Zentrale Information über den Wirtschaftsstandort Thal. Aktive Bestandspflege gemeinsam mit den Standortgemeinden, Aufbau und Pflege des Netzwerks Wirtschaft. Der Naturpark etabliert sich als zukunftsorientierter, nachhaltiger Wirtschaftsstandort und regionales gemeinsames Handeln wird gefördert. Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich nachhaltige Wirtschaft und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Gemeinden im Thal
- Unternehmen im Thal
- Thaler Gewerbevereine
- Kantonale Wirtschaftsförderung
- Gründerzentrum Solothurn
- Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperramt
- Solothurner Handelskammer
- Eigentümer von Gewerbeflächen

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Anlaufstelle und Drehscheibe weiterentwickeln
- Aufbau und Pflege des Netzwerks
- Gemeinsame Vermarktung des Gewerbe-Immobilienangebotes
- Förderung des regionalen gemeinsamen Handeln
- Unterstützung von Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Stärkung des Wirtschaftsstandorts Thal
- Das Thal wird als eigenständiger nachhaltiger Wirtschaftsstandort wahrgenommen.

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl Anfragen an die Anlaufstelle
- Anzahl Teilnahmen an Netzwerkanlässen

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 7 Nachhaltige Mobilität

### Strategiebeschrieb

Langfristiges Sicherstellen/Verbessern des aktuellen ÖV-Angebots, fördern relevanter Langsamverkehrsformen. Vernetzung der Mobilitätsakteure zur koordinierten Weiterentwicklung des Mobilitätsangebots. Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen und –strategien. Sensibilisierung für Mobilitätsanliegen. Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich nachhaltige Mobilität und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Gemeinden
- OeBB / PostAuto
- so!mobil
- Amt für Verkehr und Tiefbau
- Verbände / Vereine

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Vernetzung der Mobilitätsakteure unter dem Dach des Naturpark Thal
- Förderung der Erschliessung und Erreichbarkeit der Region Thal
- Schliessen von Lücken im ÖV-/Langsamverkehrsnetz
- Förderung von nachhaltigen Mobilitätsformen
- Sensibilisierung der Bevölkerung für Mobilitätsfragen

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Die Mobilitätsakteure sind vernetzt

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Entwicklung der Passagierzahlen ÖV
- Anzahl Netzwerksitzungen im Bereich Mobilität

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 8 Energie

### Strategiebeschrieb

Förderung der Nutzung ressourcenschonender und erneuerbarer Energien sowie Förderung der Verarbeitung regionaler Rohstoffe zur Etablierung einer nachhaltigen Energieversorgung. Sensibilisierung der Bevölkerung für die Thematik nachhaltige Energie.

### Wichtigste Partner

- Naturpark Gemeinden
- Energie Schweiz
- Energiefachstelle Kanton Solothurn
- Forstreviere
- Lokale Energieversorger

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Umsetzung Programm Energiestadt
- Beibehaltung des Labels Energiestadt
- Projekte gemäss Massnahmenplanung Energiestadt
- Einbezug des Regionalen Richtplan Energie in Ortsplanungen

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Energieeinsparung, Effizienzsteigerung, Umstieg auf nachhaltige Energieressourcen gestützt auf das Umsetzungsprogramm Energiestadt-Label
- Energieeinsparung durch energetische Gebäudesanierung und Einsatz neuer Technologie bei Neu- und Umbauten.

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Energiestadt-Label wird erneut verliehen.
- Anzahl sanierter Gebäude nach aktuellen technischen Kenntnissen der Energieeffizienz / Anzahl Neu- und Umbauten mit Minergiestandard
- Anzahl umgesetzter Projekte im Rahmen des Massnahmenkatalogs Energiestadt

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern



## Strategie 9 Kultur

### Strategiebeschrieb

Vermitteln des kulturellen Erbes und pflegen einer lebendigen Kultur im Thal für Bevölkerung sowie Gäste. Angebote und Feste sind die Grundlage für die Identifikation mit der Region und den Gemeinden.

### Wichtigste Partner

- Kulturelle Vereine und Institutionen
- Museen
- Gemeinden im Thal
- Lotteriefonds
- Raiffeisen
- Musesol
- Amt für Kultur und Sport Kanton Solothurn

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Koordination und Drehscheibenfunktion für kulturelle Anbieter und Institutionen
- Kreieren von gemeinsamen Angeboten
- Vermarktung von Anlässen und Angeboten unter gemeinsamem Dach

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Vielfältiges kulturelles Angebot für Thaler und Gäste
- Bewahren und Vermitteln des kulturellen Erbes

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Besucherzahlen in Museen/ kulturellen Institutionen
- Besucherzahlen bei kulturellen Anlässen
- Anzahl Partnerschaften

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 10 Gesellschaft – Leben und Begegnen in den Dörfern

### Strategiebeschrieb

In allen neun Parkgemeinden gibt es ein aktives Dorfleben, getragen von einem starken freiwilligen Engagement, dem Willen zur Integration und einem funktionierenden Miteinander der Generationen. Der Naturpark ist Drehscheibe und Koordinator für die vier Handlungsfelder Freiwilligenarbeit, Netzwerk Gesellschaft, Generationen und Integration und bietet professionelle Unterstützung. Förderung von Forschungsarbeiten im Gesellschaftsbereich und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Gemeinden
- Kirchgemeinden
- Vereine/Organisation
- Schulen
- Benevol

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Thaler Netzwerk Gesellschaft
- Naturpark als Drehscheibe und Koordinator
- Unterstützung und Entwicklung von Generationsprojekten (z.B. Sackgeld-jobs) und Initiativen
- Angebote für Jugendliche (Jugendarbeit Thal)
- Unterstützung und Entwicklung von Integrationsprojekten (z.B. Café Wort-schatz) und -initiativen
- Förderung und Unterstützung von ehrenamtlichem Engagement

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Attraktive, belebte Dörfer
- Hohe Identifikation mit der Wohngemeinde und der Region (Naturpark)

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl Generations- und Integrationsprojekte und –initiativen

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 11 Umweltbildung

### Strategiebeschrieb

Der Naturpark Thal stärkt das Umweltbewusstsein und fördert die Bereitschaft, in der eigenen Lebenswelt nachhaltig zu handeln. Er bietet eine Plattform für bestehende Angebote und fördert diese. In Ergänzung dazu schafft der Park kontinuierliche, vernetzte und sich überschneidende Angebote für alle Lebensphasen und Bevölkerungskreise. Vier Schwerpunkte: Flora und Fauna, nachhaltige und gesunde Lebensweise, Wald-Holz-Klima und Geschichte-Handwerk-Kultur. Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich Umweltbildung und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Schulen
- Lokale Bildungspartner (Museen, Guides, Forst etc.)
- Anbieter von Bildungsangeboten (u.a. WWF, Pro Natura)
- Gemeinden
- Hochschulen (FHNW, ZHAW etc.)
- Pärke / Netzwerk Schweizer Pärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Betrieb einer Plattform für bestehende Bildungsangebote
- Schaffung und Optimierung parkeigener Bildungsangebote
- Konzept und Vermarktung „Gesamtpaket Naturparklager“ (Schullager)
- Weiterführung und Ausbau der Zusammenarbeit mit Schulen und weiteren Bildungsanbietern
- Aufbau und Weiterentwicklung von didaktischen Hilfsmitteln

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Gestärktes Bewusstsein für die hohen Natur-, Landschafts- und Kulturwerte des Parks bei Bevölkerung, Gästen und Schülern
- Sensibilisierung für den nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl und Vielfalt (inhaltlich/räumlich) durchgeführter Angebote

Standardindikatoren:

- 1 – 21c «Teilnehmer»: Entwicklung Anzahl Teilnehmer im Bereich Parktourismus und Bildung zu Beginn/am Ende der Betriebsphase
- 2 – 21c «Zufriedenheit»: Bewertung gemäss Standard. Umfrage (Zufriedenheit der Teilnehmer)
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 12 Forschung

### Strategiebeschrieb

Der Naturpark Thal erlangt durch die Zusammenarbeit mit Forschungsinstitutionen gebietsbezogenes wissenschaftliches Fachwissen und neue Erkenntnisse. Diese bilden eine wesentliche Grundlage für ein wirkungs- und zielorientiertes Management, für die Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung sowie Langzeitbeobachtungen der Wirkungen des Parks.

### Wichtigste Partner

- Hochschulen und Universitäten
- Schulen der Sekundarstufe II
- Parkforschung Schweiz
- Netzwerk Schweizer Pärke
- Regionale Naturpärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Übersicht über und Kommunikation von Forschungsprojekten mit Bezug zum Naturpark Thal
- Anlaufstelle für Forschungsprojekte
- Zusammenarbeit und Vernetzung mit bestehenden Forschungsinstitutionen und –initiativen
- Ausschreibung und Betreuung von Matura-, Bachelor- und Masterarbeiten
- Eigene Forschungsprojekte und Erfolgskontrolle in Absprache mit den anerkannten Forschungsinstitutionen

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Weiterentwicklung des Naturpark Thal auf Basis aktueller wissenschaftlicher Forschungsergebnisse
- Wissenstransfer zum Parkmanagement und zur Öffentlichkeit

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl Forschungspartner/ Forschungsprojekte

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 13 Parkmanagement und Geschäftsstelle

### Strategiebeschrieb

Effizientes und innovatives Management des Parks und der Geschäftsstelle auf Basis des IMS (integriertes Managementsystem der Schweizer Pärke) sowie parkeigener Qualitätsstandards. Stetige Prozessentwicklung und -optimierung. Sicherstellung der Partizipation in allen Bereichen. Netzwerkpflge mit Partnern und Institutionen innerhalb und ausserhalb des Parkgebiets.

### Wichtigste Partner

- Bund (BAFU), Kanton Solothurn (ARP)
- Netzwerk Schweizer Pärke
- (Park-) Gemeinden
- Partner und verbundene Institutionen
- Andere Pärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Erfüllen sämtlicher Managementaufgaben
- Administrative und operative Leitung des Parks sowie der Geschäftsstelle inklusive Qualitätssicherung, Monitoring, Erfolgskontrolle und Reporting gegenüber der strategischen Parkleitung sowie Bund und Kanton
- Sicherstellung der Finanzierung und notwendigen Eigenmittel
- Aufbau und Pflege strategischer Partnerschaften inner- und ausserhalb des Parks

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Strategische und operative Leitung des Gesamtprojektes ist langfristig sichergestellt
- Bevölkerung, Gemeinden, Gäste, Stakeholder verfügen über eine physische Anlauf- und Informationsstelle
- Strategische Netzwerke und Partnerschaften sind aufgebaut

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Geringer Aufwand in der Administration im Verhältnis zu den in den Projekten umgesetzten Geldern
- Ausgeglichene Rechnungsführung Naturpark

Standardindikatoren:

- 1 – 25 «Finanzen»: Entwicklung Verhältnis private Mittel (Stiftungen, Institutionen, Wirtschaft, usw.) und Beiträge öffentliche Hand
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 14 Kommunikation

### Strategiebeschrieb

Zielgruppenspezifische Kommunikation nach Innen und Aussen, das heisst: Information der Bevölkerung und der Besucher. Steigern der Bekanntheit des Naturpark Thal und dessen Tätigkeiten zur Erhöhung der Akzeptanz, zur besseren Verankerung in der Bevölkerung und zur Steigerung der Besucherfrequenzen.

### Wichtigste Partner

- Nationale / regionale Medien
- (Fach-) Zeitschriften
- Journalisten und Reporter
- Netzwerk Schweizer Pärke

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Aktive und zielgruppenspezifische Information über verschiedenste Kanäle (Digital- und Printmedien)
- Der Naturpark ist die Kommunikationsdrehscheibe für verschiedenste Veranstaltungen und Aktivitäten im Parkperimeter
- Laufende Fortschreibung des Kommunikationskonzepts
- Sichtbarmachen des Parkes wie beispielsweise durch Umsetzung des Signalisationskonzepts und konsequente Anwendung des Labels „Naturpark Thal“
- Erschliessen neuer Kommunikationskanäle zum Erreichen neuer/potenzieller Kundengruppen (In- und Ausland)
- Durchführung von Informationsanlässen
- Präsenz des Naturparks/ Teilnahme an Veranstaltungen und Messen

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Bevölkerung und Besucher kennen den Park und dessen Leistungen.
- Die Marke ‚Naturpark Thal‘ ist in der Bevölkerung und im touristischen Markt verankert.
- Der Naturpark Thal wird positiv wahrgenommen.

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl und Entwicklung Besucher (Klicks) auf Homepage, Follower Facebook
- Anzahl und Entwicklung Infostelle (persönlich, per Telefon, E-Mail-Anfragen)
- Entwicklung Bekanntheitsgrad und Image

Standardindikatoren:

- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 15 Partizipation/ Partnerschaften

### Strategiebeschrieb

Einbezug und Partizipation der Bevölkerung in die Parkaktivitäten als langfristiges Fundament für die Verankerung des Parks. Motor für die Projektumsetzung und -verankerung durch ständige und dynamische Arbeitsgruppen. Partnerschaften in verschiedenen Bereichen (z.B. Gastronomie, Produkte, Kultur, Dienstleistungen, Gewerbe und Handel etc.). Förderung von Forschungsarbeiten im Bereich Partizipation und Austausch mit Forschungsinstitutionen.

### Wichtigste Partner

- Unternehmen/ Betriebe
- Vereine/ Gruppierungen
- Stiftungen
- Einzelpersonen

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Betrieb und Begleitung der Arbeitsgruppen
- Aufbauen und pflegen von projektbezogenen Partnerschaften (Einbinden von Vereinen, Institutionen, Mobilitätspartnern usw.)
- Sponsoring
- Ausbau und Umsetzung des Konzeptes „Freunde des Naturparks“

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungen

- Die direkte Mitwirkung der Bevölkerung und von Stakeholdern ist sichergestellt. Der Park resp. die Bevölkerung verfügt über eine Institution und Mittel zur Umsetzung ‚ihrer‘ Projektideen
- Der Park ist in der Bevölkerung, Wirtschaft und lokalen Politik gut verankert
- Der Naturpark Thal generiert durch ausgewählte Partnerschaften zusätzliche finanzielle Mittel

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl und Entwicklung der Mitglieder der Arbeitsgruppen

Standardindikatoren:

- 4 – 25 «Mitwirkung»:
  - Entwicklung Anzahl Mitwirkender (Bevölkerung, interessierte Unternehmen und Organisationen der Region)
  - vorliegende Vereinbarungen, Anzahl Partnerschaften/Netzwerke
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern

## Strategie 16 Raumentwicklung

### Strategiebeschrieb

Ausrichten der raumwirksamen Tätigkeiten der Parkgemeinden sowie Koordination raumrelevanter Projekte auf die Ziele des Naturpark Thal. Räumliche Sicherung des Parks sowie sichern der Schnittstelle zu anderen höheren und tieferen Planungsebenen und -instrumenten.

### Wichtigste Partner

- Gemeinden
- Kanton Solothurn
- Externe Fachstellen

### Abdeckung BAFU-Ziele

BAFU ZIEL 1	BAFU ZIEL 2	BAFU ZIEL 3	BAFU ZIEL 4	BAFU ZIEL 5
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

### Abdeckung strategische Ziele des Naturpark Thal

STRATEGISCHES ZIEL 1	STRATEGISCHES ZIEL 2	STRATEGISCHES ZIEL 3	STRATEGISCHES ZIEL 4	STRATEGISCHES ZIEL 5	STRATEGISCHES ZIEL 6
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

### 10-Jahresaktivitäten

- Koordination raumrelevanter Themen mittels der Arbeitsgruppe Raum mit ihren Ausschüssen (Mobilität, Siedlung/ Landschaft, Energie)
- Verankern wichtiger parkspezifischer und raumplanerischer Belange in den regionalen und kommunalen Planungsinstrumenten
- Räumliche Abstimmung von neuen Parkprojekten und weiteren raumrelevanten Vorhaben (Nutzungsentflechtung)
- Abgleichen der räumlichen Tätigkeiten und Aktivitäten in den Parkgemeinden mit den Zielen des Regionalen Naturparks

### Wirkungen

- Raumrelevante Themen/ Projekte mit regionaler Ausstrahlung werden durch den Naturpark Thal koordiniert/ begleitet (Arbeitsgruppe Raum)
- Der Perimeter des Naturpark Thal ist in den übergeordneten Planungsinstrumenten gesichert.

### Vernetzung mit anderen Parkstrategien

STRATEGIE 1	STRATEGIE 2	STRATEGIE 3	STRATEGIE 4	STRATEGIE 5	STRATEGIE 6
STRATEGIE 7	STRATEGIE 8	STRATEGIE 9	STRATEGIE 10	STRATEGIE 11	STRATEGIE 12
STRATEGIE 13	STRATEGIE 14	STRATEGIE 15	STRATEGIE 16		

### Wirkungsindikatoren

Parkspezifisch:

- Anzahl Projekte der Arbeitsgruppe Raum

Standardindikatoren:

- 1 – 19 «Entwicklung Parkfläche»: Vergleich der Parkfläche zu Beginn/am Ende der Betriebsphase in km<sup>2</sup>
- 2 – 25 «Ausrichtung raumwirksamer Tätigkeiten auf Anforderungen Park»:
  - a) Anzahl kommunale und regionale Nutzungsplanungen mit verankerten Zielsetzungen des Parks
  - b) Anzahl weiterer realisierter Beispiele für die Berücksichtigung von Parkzielen bei Planungen
- 3 – 25 «Zufriedenheit»: Zufriedenheit von Anspruchsgruppen und Partnern



**Managementplan 2010-19 / Evaluation 2010-19**  
**Überarbeitung 2018: Workshops, SWOT-Analyse, öffentliche Beteiligung**

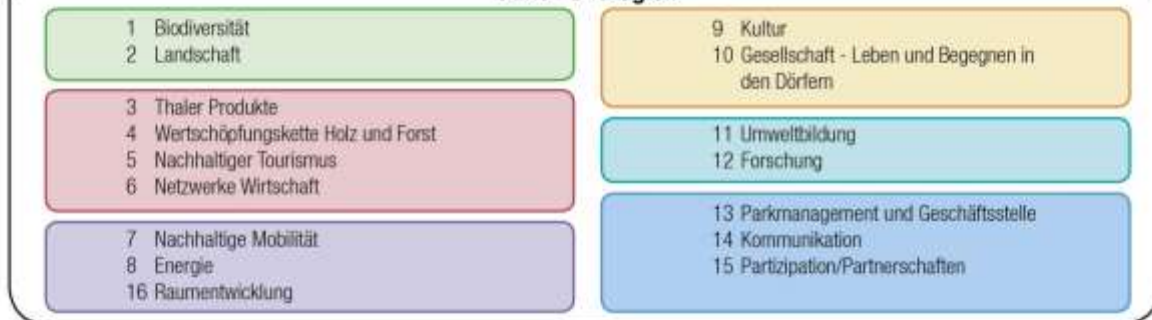
**Positionierung  
 Regionaler Naturpark Thal**



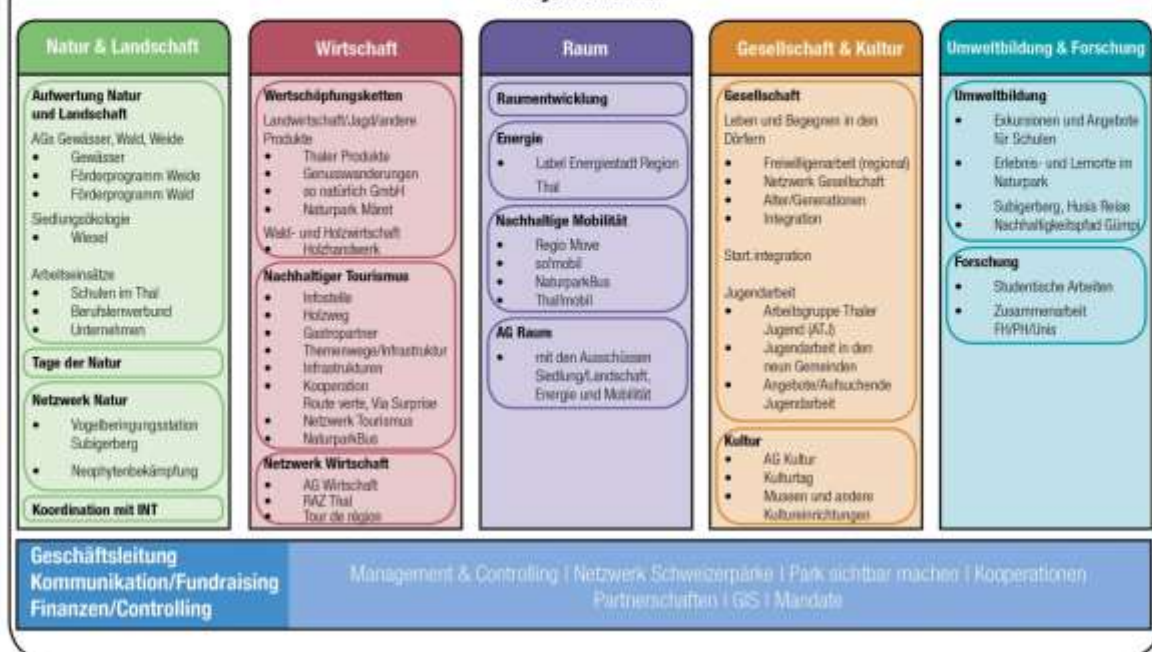
**Strategische Ziele Naturpark Thal**



**Park - Strategien**



**Projektstruktur**

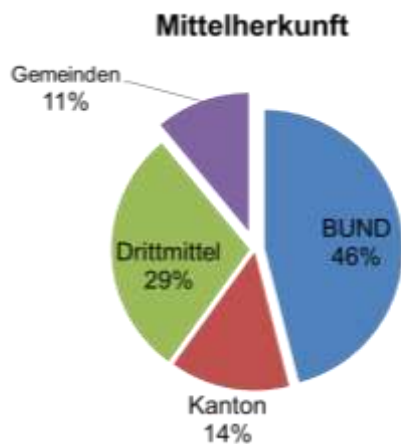


## 5 Finanzierung

Aufgrund des langen Zeithorizontes und der sich zusehends dynamisch verändernden Rahmenbedingungen kann zum jetzigen Zeitpunkt nur eine Kostenprognose gemacht werden. Diese basiert aber auf den langjährigen Erfahrungen aus der Aufbauphase sowie aus der ersten Betriebsphase des Naturpark Thal.

Strategisches Ziel	Finanzieller Aufwand in Mio. Franken für die gesamte Betriebsperiode 2020-29
Die Natur- und Landschaftswerte des Naturpark Thal erhalten und vermehren	3.6
Nachhaltige Wirtschaft im Thal fördern	3.6
Raumrelevante Themen gemeinsam anpacken	0.4
Unsere gelebte Kultur und die hohe Lebens- und Wohnqualität fördern	2.4
Bildung und Forschung für eine intakte Natur und nachhaltige Entwicklung unterstützen und anbieten	1.5
Den Naturpark leiten, kommunizieren und räumlich sichern	3.0
Insgesamt:	14.5

Mittelherkunft 2010-2018



Beitrag der 9 Naturparkgemeinden:

5.- CHF für den Naturpark pro Einwohner/Jahr

2.50 CHF für die Region Thal pro Einwohner/Jahr

In Prozentsatz Drittmittel sind auch Eigenleistungen (max. 15% der Mittel) enthalten.