

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
 I. Naturschutzkommunikation - Facetten und Hintergründe	
Aufklären oder verführen? - Zur Bedeutung der Faktoren „Emotionalität“ und „Integrierte Kommunikation“ für Besucherzentren und Ausstellungen (RALF RÖCHERT)	7
Was kann die Naturschutzkommunikation von der Werbung lernen? Oder: Bühnenbilder des Erhabenen und Idyllischen in Werbung und Naturschutz (HEINRICH SPANIER)	25
 II. Naturschutzkommunikation in Infozentren - Beispiele aus der Praxis	
Watt und Wale neu entdecken - Multimar Wattforum, Tönning (GERD MEURS)	49
„Emotional Branding“ als Strategie für Besucherzentren - Das Nationalpark-Zentrum Königsstuhl (RALF RÖCHERT, PATRICIA MUNRO & STEFANIE SOMMER)	105
 Autorinnen- und Autorenverzeichnis	193