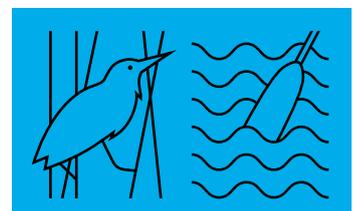




Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» Sommer 2023





Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Hintergrund und Ausgangslage

Das Bedürfnis nach dem Erleben von Natur mit gleichzeitiger Ausübung von Sport- und Freizeitaktivitäten ist heute gross. Viele Menschen suchen in ihrer Freizeit einen Ausgleich zum Alltag, indem sie sich in attraktiven Landschaften erholen, sei es in der Luft, im Wasser oder auf dem Land. Mit den in den letzten zehn bis zwanzig Jahren boomenden Outdoor-Aktivitäten, steigt der Druck auf Wildtiere und deren Lebensräume.

Handlungsbedarf

Der Verein «Natur & Freizeit» hat 2018 zusammen mit dem Bundesamt für Umwelt die Studie «Freizeitaktivitäten in der Natur»¹ herausgegeben. Diese zeigt unter anderem Handlungsbedarf in der Sensibilisierung zum Lebensraum Wasser auf, insbesondere bei der Dialoggruppe der Stand-Up-Paddelnden. Vor diesem Hintergrund und in Abstimmung mit den Stakeholder-Verbänden

¹ Graf, O. (2018): Freizeitaktivitäten in der Natur. Studie im Auftrag des Bundesamts für Umwelt (BAFU) und des Vereins «Natur & Freizeit». Bern, 174 S.

aus dem Bereich Wasser inklusive der Kantone, hat die GV des Vereins «Natur & Freizeit» 2019 die Lancierung der Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» beschlossen.

Überblick

Mit der Sensibilisierungskampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» werden die Sport- und Freizeitaktiven zu einem naturschonenden und wildtierfreundlichen Verhalten motiviert. Damit sich Wassersportlerinnen und Wassersportler naturverträglich verhalten und die Natur in vollen Zügen und ohne Konflikte geniessen können, führt der Verein «Natur & Freizeit» seit dem Sommer 2020 mit seinen → [Mitgliederorganisationen](#) die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» durch.

Kampagnenstrategie

Die Kampagne ist erfolgreich, wie die Evaluationen aufzeigen, wenn sie neben der Distribution über die Naturschutz- und Sportverbände des Vereins «Natur & Freizeit», auf die Zusammenarbeit mit der Outdoor- und Tourismusbranche setzt (Multiplikatoren). Ebenso wird insbesondere bei der Planung stark mit den Kantonen und den Gemeinden kooperiert. Generell setzt die Kampagne auf die dialoggruppenspezifische Sensibilisierung mittels prägnanter, verhaltensrelevanter Informationen.



Die Situation

Vierorts ist ein Nebeneinander möglich

Das Stand-Up-Paddeln hat in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt. Diese Entwicklung führt zu steigenden ökologischen Auswirkungen. Davon betroffen ist die Tier- und Pflanzenwelt im Lebensraum Wasser gleichermaßen.

Vierorts ist ein Nebeneinander möglich zwischen Mensch und Natur. So können Uferabschnitte mit Wegen oder Bauten vom Wasser her meist problemlos für Freizeitaktivitäten genutzt werden. Auch auf den offenen Wasserflächen ist die Bewegungsfreiheit für den Wassersport gross.

Was ist die Problematik

Die Silhouette eines Stand-Up-Paddelnden, einer Kanufahrerin, eines Surfers oder anderer Wassersportaktiven ist auf dem See weithin sichtbar. Für die meisten Vögel wirkt der Mensch als starke Bedrohung. Nach einer Störung verlassen manche Vögel ihre Brut oder weichen in ungeeignete Lebensräume aus. Flüchtende Vögel verlieren viel Energie, die besonders im Winter knapp ist. Die Wildtiere brauchen deshalb Naturräume, wo sie ungestört sind.

Dialoggruppen: Stand-Up-Paddelnde und sekundär Kanuten

Im Unterschied zu vielen Kanuten, die in Clubs organisiert sind, verfügt eine Mehrheit der neueinsteigenden Stand-Up-Paddelnden meist nur über wenige Kenntnisse zu Wildtieren und Schutzgebieten. Im Unterschied zu organisierten Wassersportaktiven ist das Störungspotenzial daher hoch.

Wie geht «wildtierfreundliches Verhalten»

Mit der Kampagne soll natur- und wildtier-schonendes Verhalten im Lebensraum Wasser gefördert werden. Die Kampagne möchte erreichen, dass die Wassersportaktiven ausreichend Abstand halten zu sensiblen Naturzonen, wie zu Schilf, Kiesinseln und Sandbänken sowie Vogelansammlungen und sich von Schutzgebieten fernhalten. Um diese Rückzugsräume der Wildtiere zu gewährleisten ist es wichtig, dass sich die Wassersportaktiven an vier einfache Verhaltensempfehlungen halten.



«Genuss den See – aber mit
Rücksicht!»

Carmen Zürcher, SUP-Instruktorin

Testimonial zur Social-Media-Kampagne am Zugersee



Message

In Zusammenarbeit mit den relevanten Stakeholdern aus dem Wassersport und den Naturschutzorganisationen sowie der öffentlichen Hand sind anlässlich von drei nationalen und zwei regionalen Workshops in den Jahren 2019 und 2020 folgende **Verhaltensempfehlungen** kreiert worden:

Vier Verhaltensempfehlungen von «Aufs Wasser mit Rücksicht»

1. **Abstand halten zum Schilf.**
Wo immer möglich 100 Meter. Im Schilf brüten und verstecken sich viele Vögel.
2. **Abstand halten zu Kiesinseln und Sandbänken.**
Nach Möglichkeit 100 Meter oder mehr. Hier rasten und brüten viele Vögel oder suchen Nahrung.
3. **Im Herbst und Winter keine Gewässerabschnitte mit Vogelansammlungen befahren.**
Störungen sind schon aus 1 Kilometer Entfernung möglich.
4. **Schutzgebiete respektieren.**
Stets ausserhalb der Grenzen bleiben. Diese sind teilweise mit gelben Bojen oder Tafeln markiert und in Karten eingezeichnet.



→ [Verhaltensempfehlungen](#)

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



Die Kampagnenmittel

Für die Sensibilisierung wird einerseits auf Print-Produkte gesetzt, wie Leporello, Plakate oder Give-Aways (Stickers, Board-Tags). Diese können über den Webshop → www.natur-freizeit.ch/shop-wasser kostenlos bezogen werden, handkehrum werden sie auch durch das Kampagnenteam aktiv vertrieben.

Ergänzend wird auf elektronische Kommunikationsprodukte gesetzt, wie Videoclips oder Testimonials, die über Social-Media-Kanäle, Websites oder Online-Medien verbreitet werden, wo sich laut der Evaluation viele Stand-Up-Paddelnde vorab informieren.



Testimonialvorlage für Online-Medien

Pilotphase und Evaluation 2020

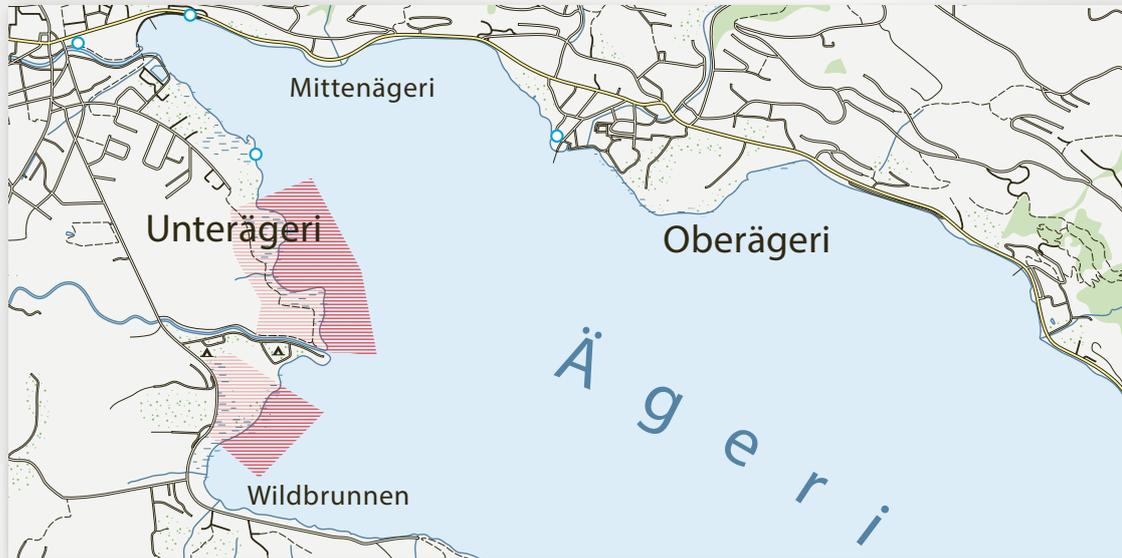
Im Auftrag der Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit» und mit Unterstützung der Kantone Schwyz, St.Gallen, Waadt sowie Zürich wurde im Sommer 2020 die Kampagne mit den Pilotgewässern oberer Zürichsee und mittlerer Genfersee erfolgreich lanciert. Die Pilotphase wurde mit einer Evaluation begleitet, ausgeführt durch die Firma *Interface Politikstudien Forschung Beratung* in Luzern. Die Evaluation orientierte sich dabei am Verhaltensmodell, das zwischen *Verhalten*, *Verhaltensabsicht* und den Einflussfaktoren auf der Ebene der *Einstellung*, der *subjektiven Norm* und der *wahrgenommenen Verhaltenskontrolle* unterscheidet.

Die Kampagne im Sommer 2023

In den Jahren 2021 und 2022 sind der Zugersee, der Sihlsee, der Bielersee, der Greifen-, Pfäffiker- sowie Türlerseersee dazugekommen und zuletzt im Jahre 2023 im Auftrag des Kantons Zug der Ägerisee. Erfreulicherweise konnte an den meisten der neun Seen die Plakatierung deutlich erhöht werden, ebenso wie die Präsenz auf den Sozialen Medien mit qualitativ hochwertigen Inhalten und einem Ausbau der Anzahl Follower.

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

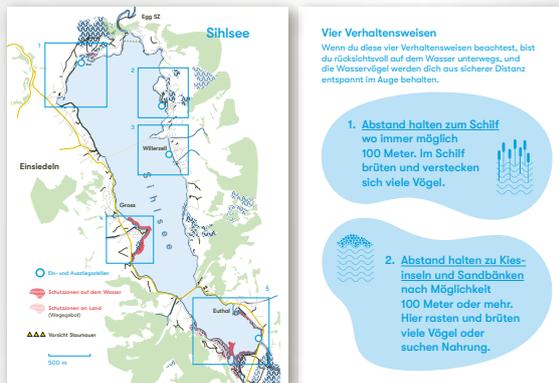


Ausschnitt aus der Karte mit den Schutzgebieten am Ägerisee; mit blauen Kreisen eingezeichnet sind die empfohlenen Einstiegsstellen.

Mittels dialoggruppenspezifischer Informationen ermöglicht die Kampagne Verhaltenssicherheit. Zu diesem Zweck enthalten die meisten Leporellos Karten zu den Seen mit den Schutzgebieten sowie den Ein- und Ausstiegsstellen. Unnötige Störungen von Wildtieren werden somit vermieden und die Wassersportaktiven können das Naturerlebnis in vollen Zügen genießen.

Dabei wird folgende **Strategie** verfolgt:

- Zielgruppenspezifische Sensibilisierung der Dialoggruppen
- Verhaltensrelevante Informationen (evidenz-basierter Ansatz)
- Wissensvermittlung und Wissenstransfers bei den Multiplikatoren
- Stakeholder-Dialoge, inklusive der Kantone und Gemeinden sowie Vernetzung
- Wissenschaftliche Evaluation



Zwei Seiten aus dem Leporello zum Sihlsee



Botschafter

Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» verwendet selbsterklärende Kampagnenmaterialien wie Leporello, Plakate oder Give-Aways zur direkten Ansprache der Dialoggruppen. Diese werden auch über Botschafterinnen und Botschafter (Multiplikatoren) weiterverbreitet – sei es, indem diese Akteure Kampagnenmaterialien weiterverteilen oder indem sie ihrer Kundschaft die Botschaften über eigene Kommunikationsmittel weitergeben. Dort wo Rangers im Einsatz sind, wird die kampagneneigene Präsenz vor Ort mit der Ranger-Leitung abgestimmt.

Darüber hinaus wird die Vernetzung von Akteuren rund um das Wasser (Schutzorganisationen, Sport- und Freizeitorganisationen, öffentliche Hand, Badeanstalten, Schifffahrt, usw.) laufend gefördert. Mit dem **Newsletter-Versand vom 9. Juni 2023** wurden alle Multiplikatoren über die Lancierung der Kampagne orientiert, was erste Bestellungen über den Webshop nach sich gezogen hat. Hier können alle Kommunikationsprodukte direkt und kostenlos bezogen werden:
→ www.natur-freizeit.ch/shop-wasser

Ein **zweiter Newsletter-Versand** erfolgte **per 19. Juli 2023** mit den Informationen zu den Social-Media-Produkten der Kampagne, was einen Effekt mit geteilten Posts zur Folge hatte.

Die Distributionsliste umfasst momentan rund 940 Kontaktadressen mit Akteuren aus der Wassersport-, Freizeit-, Outdoor- und Tourismusbranche

und dem Naturschutz sowie den Kantonen und Gemeinden an den involvierten Seen. Davon wurden rund 240 persönlich kontaktiert, inklusive der relevanten Mitgliederorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit».

Kategorie Outdoor-Branche (Wassersport)

Vermieter/Touren anbietende: **130**
Sport-Club/Verein: **152**
Fachhandel: **60**
Grosshandel: **12**

Kategorie Tourismus

Organisationen/Destinationen: **26**
Hotels/Gastronomie: **104**
Campings: **28**

Kategorie öffentliche Hand

Kantone und Gemeinden: **130**
Badeanstalten: **59**

Kategorie Non-Profit-Organisationen

Vereine/Verbände: **86**

Kategorie Online-Medien

Online: **9**

Kategorie Diverse

Weitere Wassersport-relevante Körperschaften: **144**

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



Konkrete Unterstützung geleistet haben die auf dem Webportal verzeichneten Unternehmen und Organisationen sowie die öffentliche Hand:

→ www.natur-freizeit.ch/partner-wasser

Herzlichen Dank dafür.

Als wichtiger in Zug domizilierter Akteur konnte die Firma Fun-Care AG gewonnen werden, welche 2001 als globale Vertriebsgesellschaft für die Marke Airboard gegründet worden ist. 2021 lancierte Fun-Care mit Paddle-Spots eine digitale Informationsplattform für Wassersport. Eine Abstimmung mit der Kampagne findet seit dem Frühjahr 2022 statt. Im Frühjahr hat der Geschäftsleiter des Vereins «Natur & Freizeit» die Fun-Care AG in Zug besucht. Daraus hervorgegangen ist unter anderem eine Zusammenarbeit im Social-Media-Bereich. Die Fun-Care AG hat verschiedene Preise beim Gewinnspiel gestiftet, herzlichen Dank auch dafür.

Für die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» relevante Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit».

Sport-, Freizeit- und Tourismusorganisationen

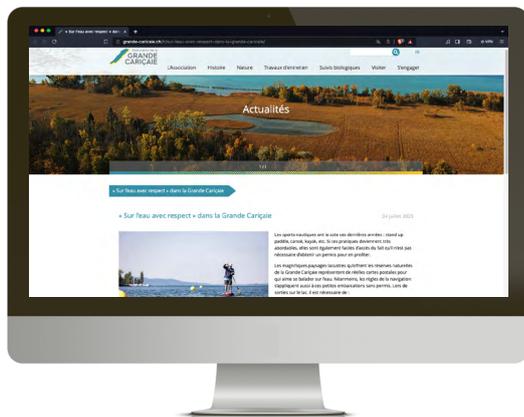
Swiss Canoe,
Swiss Sailing,
SchweizMobil,
Netzwerk Schweizer Pärke,
Swiss Outdoor Association,
Schweizer Wanderwege,
Verband Schweizer Wanderleiter ASAM.

Naturschutzorganisationen

BirdLife Schweiz,
Pro Natura.

Weitere Organisationen

Schweizerischer Fischerei-Verband,
Schweizerische Vogelwarte Sempach,
Schweizerischer Wildhüterverband,
Swiss Rangers.



→ www.grande-caricaie.ch

Material und Distribution

Wie auch bei der Kampagne «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht», wird bei der Sensibilisierung möglichst die gesamte Kette der «Kommunikationsschleusen» entlang der Sport- und Freizeitaktivitäten berücksichtigt, also von der Planung (Webportale und Kauf von Ausrüstung) über die An- und Abreise bis zum Aufenthalt im Freizeitraum Wasser.

Von Ende Juni bis Mitte September 2023 hat das Kampagnenteam an neun Seen folgende Sensibilisierungsarbeit (Output) geleistet:

Von den **Plakaten (A2/A3/F4)** mit den vier Verhaltensempfehlungen wurden in den Sommern 2020 bis 2023 insgesamt knapp 1200 Exemplare an ausgewählten, neuralgischen Punkten verteilt und aufgehängt, davon 432 im Sommer 2023. Vom **Leporello** wurden 35'320 Exemplare, ebenfalls in deutscher und französischer Sprache an Stand-Up-Paddelnde und Multiplikatoren abgegeben und versendet, davon 11'200 im Sommer 2023. Neu sind seit 2021 Karten zu den Seen, mit den Schutzgebieten und Einstiegsstellen in den Leporellos integriert.

2023 wurden wie folgt **Give-Aways** direkt an Stand-Up-Paddelnde abgegeben und versandt: **815 BoardTags** und **1250 Kleber zur Adressanschrift der SUP-Boards** sowie **710 Kleber** mit Kampagnen-Emblem und URL.

Einige Geschäfte und Vermietstationen verfügten noch über Kommunikationsmittel der letztjährigen Kampagne.

Dialogerinnen: Unterwegs für die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Unsere Dialoger Wilke, Damaris und Thomas sowie Nathalie als SUP-Instruktorin am Pfäffikersee haben von Ende Juni bis Mitte September bei schönem Wetter an stark frequentierten Einstiegsstellen Leporellos, Kleber und BoardTags verteilt. Dabei haben sie unter anderem über die Wasservögel informiert, die sich in den Schilfgürteln der Seen und auf Sandbänken aufhalten, wie auch zu den vier diesbezüglichen Verhaltensempfehlungen.

Unabhängig von der Kampagne, inhaltlich jedoch abgestimmt, wird seit 2020 ein Merkblatt mit spezifischen Hintergrundinformationen zum Stand-Up-Paddeln vertrieben, herausgegeben unter anderen von der Schweizerischen Vogelwarte, Pro Natura, Swiss Canoe sowie der Jagd- und Fischereiverwalterkonferenz JFK:

→ https://www.vogelwarte.ch/assets/files/voegel/ratgeber/gefahren/200318_SUP_Merkblatt_A4_de.pdf



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



Das kampagneneigene Webportal

→ www.natur-freizeit.ch/wasser dient als zentrale Informationsdrehscheibe. Zu den einzelnen Seen ist unter → www.natur-freizeit.ch/karten-seen die Karte mit den Schutzgebieten ersichtlich, ergänzt mit weiterführenden Informationen und Ansprechstellen. Neue Partner werden laufend aufgeschaltet sowie beispielsweise neue Inhalte zu den Sozialen Medien zum Herunterladen aufgeschaltet.

→ www.birdlife-zug.ch/news

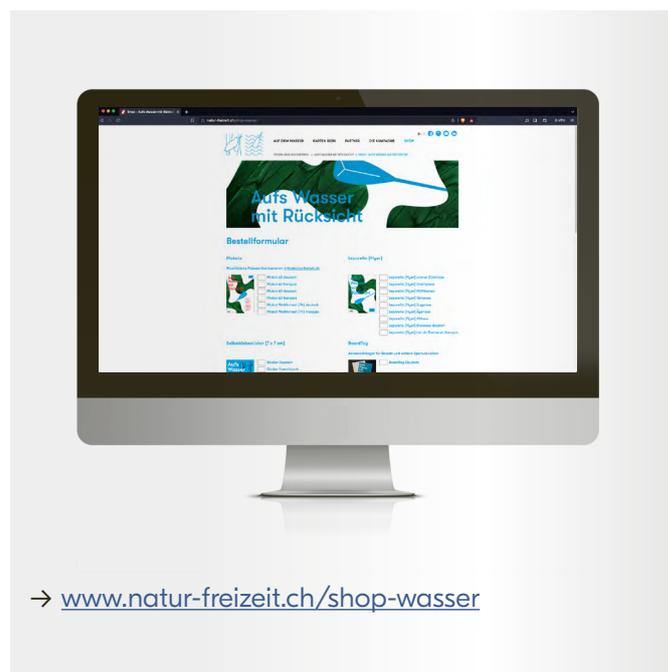
Über den Webshop werden die Bestellungen automatisiert verarbeitet und dem «Zürliwerk» zur kostenlosen Auslieferung an die Partner und weiteren Akteuren übermittelt.

Seit 2022 gibt es auf der kampagneneigenen Website eine Rubrik zu Social-Media mit Bildern, Info-Grafiken, Testimonials und Videoclips im Allgemeinen und zu den einzelnen Seen:

→ www.natur-freizeit.ch/produkte-wasser

→ www.natur-freizeit.ch/social-media-wasser

Hier kann der Content durch die Partner direkt und kostenlos heruntergeladen und weiter verwertet sowie vertrieben werden.



→ www.natur-freizeit.ch/shop-wasser

Social Media

Die Ziele bei der Kommunikation über die Social-Media-Kanäle richten sich nach den generellen Kampagnenzielen aus:

Personen der Dialoggruppen («Stand-Up-Paddelnde» und «Kanuten») wissen:

- dass Wildtiere ein Ruhebedürfnis haben (Energieverlust, Verlassen der Lebensräume, Verlassen der Brut),
- wo sie sich aufhalten (Schilf, Kiesinseln, Sandbänke, Schutzgebiete), wodurch eine Störung vermieden werden kann (Abstand halten, sich fernhalten, Schutzgebiete respektieren) und
- wo sie Informationen bekommen, die ihnen helfen, sich entsprechend zu verhalten (Website, Kampagnenmaterial).

Für den Sommer 2023 wurden folgende **neue Inhalte** vor Ort produziert (Bilder, Testimonials, Videos):

- Bielersee, mit dem Botschafter Fabian Rohrbach, Sunsetshop
- Zürichsee, kantonsübergreifendes Erklärvideo mit der SUP-Instruktorin Siri Schubert (Schwyz, St. Gallen, Zürich)
- Pfäffikersee mit der Botschafterin Nathalie Meyer, SUP-Instruktorin
- Kleinere Produktionen am Greifensee, Ägerisee und Türlensee

Seit dem Sommer 2022 liegen Produktionen vor zum:

- Greifensee, mit dem Chef-Ranger Niklas Göth
- Zugersee, mit der SUP-Instruktorin Carmen Zürcher
- Bielersee, mit Elisabeth Werro, Kanuleiterin vom Kanucenter Biel
- Gesamtschweizerisch einsetzbare Produktionen mit der SUP-Instruktorin Siri Schubert

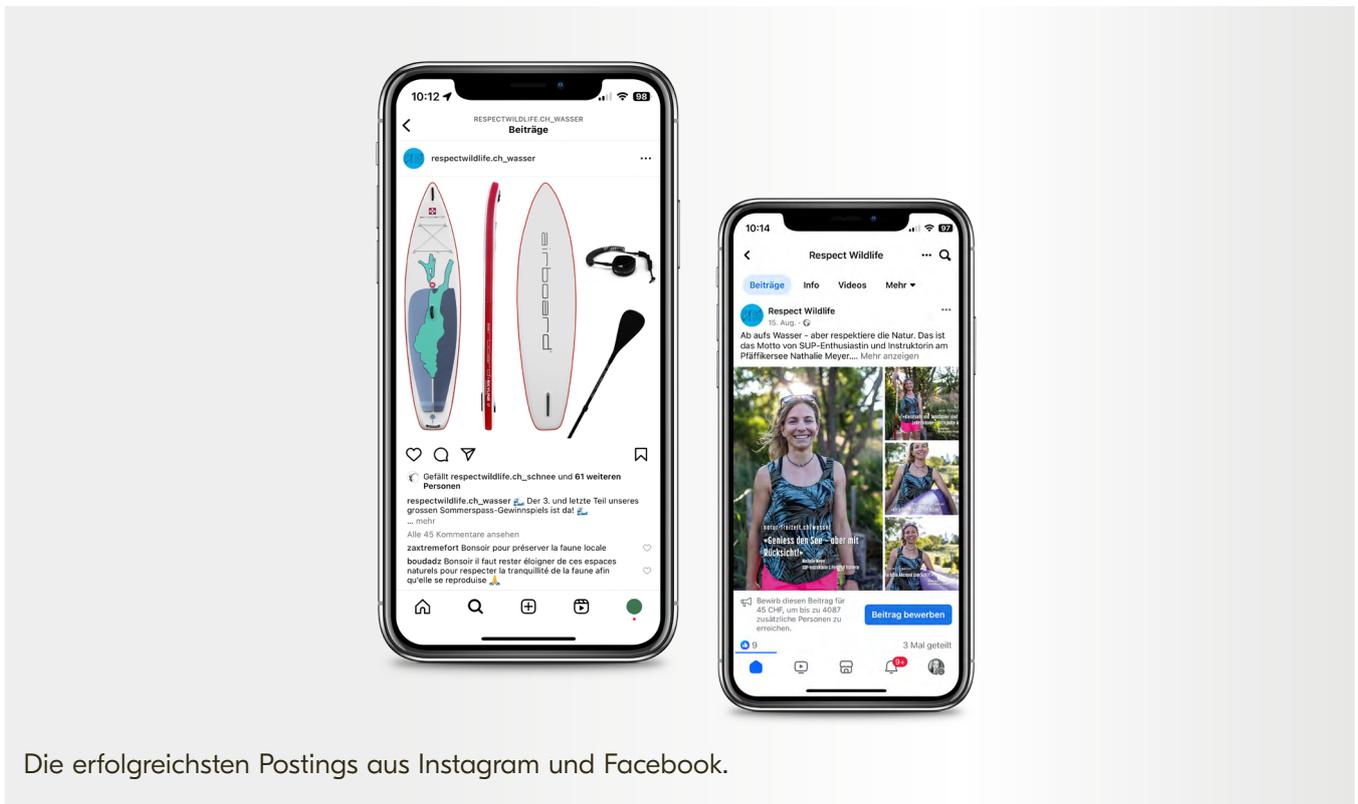
Im Weiteren stehen allgemeingültige, seen-unabhängige Social-Media-Inhalte für die Kampagne zur Verfügung. Diese werden bei den Multiplikatoren aktiv beworben und sind hier herunterladbar:

→ www.natur-freizeit.ch/social-media-wasser



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



Die erfolgreichsten Postings aus Instagram und Facebook.

Die **Social-Media-Strategie** unterscheidet zwischen fünf Content-Buckets:

- 4 Verhaltensempfehlungen;
- Vorbilder via Testimonials;
- Interaktivität;
- Danke sagen;
- Behind the Scenes.

Für jedes dieser Vorhaben sind Postings zwischen Mitte Juni und Mitte September eingeplant und realisiert worden.

Output

Die Social-Media-Strategie für den Sommer 2023 hat sich dank der gelungenen Mischung aus emotionalem Storytelling und klaren, immer wieder vorkommenden Verhaltensempfehlungen bewährt. Testimonials von Stand-Up-Paddle-Instructorinnen wie Siri Schubert und Nathalie Meyer haben dazu beigetragen, die Community für rücksichtsvolles Verhalten auf dem Wasser zu sensibilisieren.

Die Social-Media-Präsenz ist diversifiziert worden, um gezielter auf die unterschiedlichen Zielgruppen

einzugehen. Statt wie bisher dasselbe Profil für die Winterkampagne «Schneesport mit Rücksicht» und die Sommerkampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» zu verwenden, wurde für die Sommerkampagne ein neues, separates Profil erstellt. Das neue Instagram-Profil, `respectwildlife.ch_wasser` hat in den wenigen Wochen bereits über 200 engagierte Follower angezogen und zeigt weiterhin Wachstum.

Facebook mag zwar ein geringeres Engagement aufweisen, bleibt aber ein solides Rückgrat der Kampagne, mit einer treuen Community von über 5700 Followern. Hier wurde kein neues, separates Profil erstellt, da sich der Ressourceneinsatz bei sinkender Beliebtheit der Plattform nicht lohnen würde und besser auf Instagram fokussiert wird.

Das Highlight der Kampagne waren innovative und interaktive Videoformate. Ob Reels, Stories, Erklärvideos oder inspirierende Seebilder – die Formate konnten die Zielgruppen abholen und sie mit praktischen Tipps für ein wildtierfreundliches Verhalten erreichen.



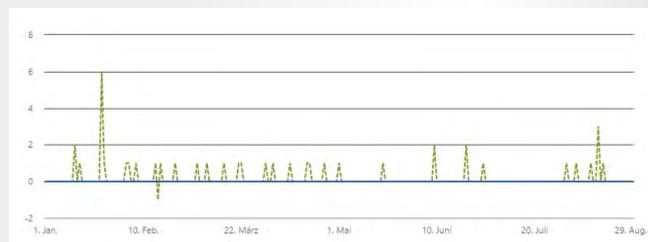
KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

Auch bei LinkedIn kann ein erfreuliches Resultat verzeichnet werden:



Anhand der Besucherzahlen lässt sich der Kampagnenstart gut erkennen



Anstieg der Follower während der Kampagne

Dank effektiver Kollaborationen, etwa mit der Fun-Care AG und 55 Grad Nord, sowie reichweitenstarken, zusätzlich beworbenen Wettbewerben, hat die Kampagne an Dynamik gewonnen.

Lokale Organisationen und Einzelpersonen, von der Greifensee-Stiftung bis hin zu Gemeinden, haben unsere Inhalte geteilt. Mit dabei unter anderem das Instagram-Profil des Pfäffikersees, die Gemeinden Richterswil, Seegräben, Freienbach oder Rapperswil-Jona, Swisspaddle in Vevey, der Sunsetshop in Biel oder einzelne Personen wie Nathalie Meyer oder Siri Schubert. Thematisch passende Interviews mit unseren Teammitgliedern rundeten das Angebot ab.

Wir blicken auf eine Sommerkampagne zurück, die sowohl inhaltlich als auch in der Reichweite Erfolg verzeichnen kann. Ein herzliches Dankeschön an alle, die dazu beigetragen haben!

→ [instagram.com/respectwildlife.ch_wasser](https://www.instagram.com/respectwildlife.ch_wasser)

→ [facebook.com/respectwildlifeCH](https://www.facebook.com/respectwildlifeCH)

→ [linkedin.com/company/verein-natur-und-freizeit](https://www.linkedin.com/company/verein-natur-und-freizeit)



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

Medienarbeit

In verschiedenen Medien wurde über die Kampagne und die Thematik berichtet, wie beispielweise im **Radio SRF**, bei regionalen Radiosendern sowie in **Printmedien**, wie dem Herrliburger, Milan, Petri Heil sowie nau.ch bei den Online-Medien (soweit bekannt).

Am Bielersee wurde erstmals ein Medienanlass an einem einzelnen See zusammen mit Sport-Akteuren und Naturschutzkreisen durchgeführt, mit grossem Erfolg, wie die rege Teilnahme und Berichterstattung der Medien gezeigt hat. Basierend auf diesem Know-how wird für den **Sommer 2024** ein solcher Anlass am Greifensee zu den Zürcher Seen ins Auge gefasst und nach Bedarf bei weiteren Seen.



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

Ausblick

Die Sensibilisierungskampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» baut im Hinblick auf den Sommer 2024 auf den bisherigen Erfahrungen und Leistungsausweisen auf, dabei liegt das Hauptaugenmerk wiederum auf den Social-Media-Kanälen und der Plakatierung. Weiter im Zentrum steht die Zusammenarbeit mit den Multiplikatoren und Botschaftern an den einzelnen Seen sowie die Distribution durch die Dialoger direkt vor Ort an den Seen.

Evaluation 2024

Wie schon bei der Erst-Evaluation im 2021, steht wiederum der Outcome (Einstellungen, Verhaltensabsichten, Verhaltensweisen) und der Outtake (Verständlichkeit und Kanäle der eingesetzten Kommunikationsmittel) im Fokus:

- Charakterisierung der Dialoggruppe der Stand-Up-Paddelnden.
- Analyse der vier von der Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» vermittelten Verhaltensempfehlungen.
- Funktionieren die Kommunikationsmittel gemäss Verhaltensmodell?
- Analyse welche Wirkmechanismen schlussendlich zu allfälligen Verhaltensänderungen führen.

Basierend auf der Erst-Evaluation, ist wiederum am Greifensee und wiederum in Zusammenarbeit mit der [Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL](#) eine Zweit-Evaluation als Erfolgskontrolle geplant.

Organisation

Verständnis und Respekt gegenüber Wildtieren – wie es in den vier Verhaltensempfehlungen zum Ausdruck kommt – brauchen eine breite gesellschaftliche Abstützung. Dies gewährleisten die Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit» zusammen mit den zahlreichen Unterstützern aus der Outdoor-, Sport- und Tourismusbranche sowie der öffentlichen Hand.

Der 2016 gegründete Verein «Natur & Freizeit» hat zum Ziel, öffentliche, auf ein breites Zielpublikum ausgerichtete Kampagnen durchzuführen, die Erholungssuchende und Sportaktive zu einem natur- und umweltschonenden Verhalten motivieren. Weitere Infos:

→ www.natur-freizeit.ch/portrait

Der Verein «Natur & Freizeit» ist Träger der Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht». Für die strategische Planung sowie für das Finanz-Controlling ist der Vorstand (Stand September 2023) zuständig:

Vorstand

Adrian Aeschlimann
Präsident

Andreas Boldt
Pro Natura, Projektleiter Freizeitaktivitäten & Naturschutz

Lukas Christen
Swiss Canoe

Christa Glauser
stv. Geschäftsführerin BirdLife Schweiz

Bruno Hirschi
SchweizMobil, Mitglied der Geschäftsleitung

Jutta Gubler Kläne-Menke
Schweizer Alpen-Club, Fachleiterin «Freier Zugang und Naturschutz»

Frédéric Jordan
Schweizer Bergführerverband,
Umwelt und Zugang in die Berge

Das Präsidium geht von Brigitte Wolf an Adrian Aeschlimann über, der an der GV 2023 einstimmig mit grossem Applaus gewählt wurde. Ebenso grossen Applaus erhielt Brigitte Wolf, deren immenses Engagement mit einer Laudatio durch Vorstandsmitglied Andreas Boldt gewürdigt wird.



Neu ist Swiss Canoe mit Lukas Christen im Vorstand vertreten. Herzlichen Dank an seine Vorgängerin Annalena Kutenberger für ihr Engagement.

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

Die Kampagnenleitung und das Kampagnenteam sind für die operative Umsetzung der Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» zuständig:

→ www.natur-freizeit.ch/team

Kampagnenleitung/Kampagnenteam

Reto Solèr

Kampagnenleitung

Gerlinde Zuber

stellvertretende Kampagnenleiterin

Vanda Ciotti und Olivier Clerc

Kampagnenteam Romandie

Manuel Herrmann, Sonja Oesch, Damaris Bächli

Kampagnenteam Deutschschweiz

Thomas Müller, Nathalie Meyer, Wilke Brandt

Dialoger

Naëmi Rickenmann und Lionne Spycher

Social-Media-Managerinnen

Marcel Aregger

Fotografie

Impressum

Herausgeber: Verein «Natur & Freizeit»
Konzept und Redaktion: Reto Solèr,
mit Input des Kampagnenteams
Layout: Magma Branding

Verein «Natur & Freizeit»
Postfach 1212, 8031 Zürich
info@natur-freizeit.ch
www.natur-freizeit.ch

Webshop

Hier können die Kommunikationsprodukte der Kampagne kostenlos bestellt werden:

→ www.natur-freizeit.ch/shop-wasser

Generalversammlung

Die Generalversammlung findet jeweils im Juni statt. Sie hat insbesondere folgende Befugnisse:

- Sie genehmigt die Programm-Schwerpunkte und das Budget.
- Sie wählt das Präsidium und den Vorstand für zwei Jahre, Wiederwahl ist möglich.
- Sie wählt die Revisionsstelle.
- Sie bestimmt die Höhe der Mitgliederbeiträge.

Neben dem Rückblick auf ein vielfältiges und aktives Geschäftsjahr, konnte eine neue Mitgliederorganisation begrüsst werden: die Swiss Outdoor Association, womit der Verein neu 23 Mitgliederorganisationen umfasst. Herzlich willkommen!

Finanzen

Der Finanzabschluss zur Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird per Ende 2023 durchgeführt. Die Revisionsfirma Ferax Treuhand AG prüft jeweils den ordentlichen Rechnungsabschluss des Vereins «Natur & Freizeit», der Revisionsbericht wird durch die GV abgenommen.

Dialogerin

Möchten Sie sich als Dialogerin oder Dialoger im Sommer 2024 für die Wildtierverträglichkeit von Freizeitaktivitäten an Schweizer Gewässern engagieren? Melden Sie sich bitte bei:

→ www.natur-freizeit.ch/jobs

Herzlicher Dank

den Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit», den Kantonen Waadt, Schwyz, St. Gallen, Bern, Zug und Zürich, dem Bundesamt für Umwelt sowie den weiteren Geldgebern für die finanzielle Unterstützung.

Spezieller Dank

gebührt den Rangers und den vielen Akteuren aus der Stand-Up-Paddel-Szene, welche die Kampagne tatkräftig unterstützt haben sowie dem Vorstand des Vereins «Natur & Freizeit».

Der Verein «Natur & Freizeit» führt Kampagnen durch, die Erholungssuchende und Sportaktive zu einem natur- und umweltschonenden Verhalten motivieren. Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird getragen von den Mitgliederverbänden aus dem Bereich Natur und Freizeit.

Start der Winterkampagne 2023/24

«Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» ab November:

→ www.natur-freizeit.ch/schneesport-mit-ruecksicht

Mitgliederorganisationen

