N&F Natur & Freizeit

Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Sommer 2021

NATUR-FREIZEIT.CH
NATURE-LOISIRS.CH

Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Hintergrund und Ausgangslage
Das Bedürfnis nach Naturerlebnissen 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 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 Wassersportlerinnen und Wassersportler zu einem naturschonenden und wildtierfreundlichen Verhalten motiviert.
Die Kampagne soll sechs bis acht Jahre dauern:
1. Phase: Stehgewässer: offene Wasserflächen, Schilfgebiete, Flachwasserzonen, usw.
2. Phase: Fliessgewässer (ergänzend): Ufer sowie Kies- und Sandbänke, usw.

In Zukunft kann die Sensibilisierung neben dem Stand-Up-Paddeln und dem Kanusport auf weitere Wassersportarten ausgedehnt werden.

Kampagnenstrategie
Die Kampagne ist erfolgreich, wie die Evaluationen bei der Kampagne «Respektiere deine Grenzen — Schneesport mit Rücksicht» aufzeigen, wenn sie neben der Distribution über die Naturschutz- und Sportverbände des Vereins «Natur & Freizeit», auf die Zusammenarbeit mit der Outdoor- und Tourismusbranche setzt. 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.

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

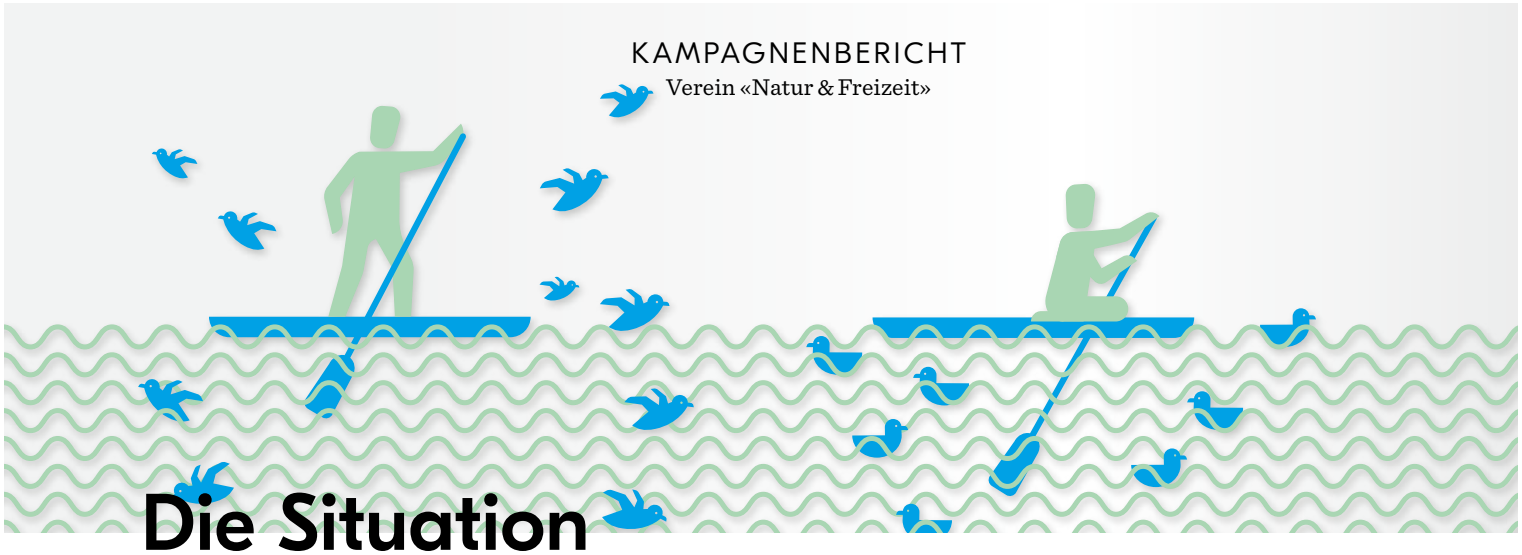
Die Kampagnenmittel
Für die Sensibilisierung wird einerseits auf Print-Produkte gesetzt, wie Leporellos, Plakate oder Give-Aways (Stickers, Board-Tags). Diese können über den Webshop → www.natur-freizeit.ch/shop-wasser kostenlos bezogen werden und werden durch das Kampagnenteam aktiv vertrieben. Andererseits stehen den Multiplikatoren elektronische Kommunikationselemente, wie Banner, Infografiken und Icons zur Verfügung → www.natur-freizeit.ch/produkte-wasser.

Dialog mit Stakeholdern
Voraussetzung für erfolgreiche Sensibilisierungsmassnahmen bei den Dialoggruppen ist ein Grundkonsens über die Problemlage und die angestrebten Verhaltensänderungen. Dieser wird durch den laufenden Dialog mit Stakeholdern gewährleistet, sowohl auf der nationalen Ebene wie auf lokaler Ebene an den jeweiligen Seen.

Banner — Verhaltensempfehlungen

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. Per Ende August 2020 wurden durch Interface 16 Stand-Up-Paddelnde qualitativ befragt sowie sechs Multiplikatoren (Outdoor- und Tourismusbranche). 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 Resultate können hier bestellt werden: → info@natur-freizeit.ch.

Die Kampagne im Sommer 2021
Neben dem Genfersee und Zürichsee wurden im Auftrag des Kantons Zürich neu auch die Stand-Up-Paddelnden am Greifen-, Pfäffiker- und Türlersee zu den Anliegen der Kampagne informiert. Dabei wurden die Resultate der Evaluation 2020 berücksichtigt und zur Optimierung der Kampagne beigezogen. Mehr Informationen dazu sind den folgenden Seiten zu entnehmen.



Die Situation

Vielerorts ist ein Nebeneinander möglich
Das Stand-Up-Paddeln hat in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt. Diese Entwicklung führt zu steigenden ökologischen Auswirkungen, in der Winter- wie auch in der Sommerzeit. Davon betroffen sind die Flora und Fauna im Lebensraum Wasser gleichermassen. Vielerorts ist ein Nebeneinander zwischen Mensch und Natur möglich. 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 ungeeignetere Lebensräume aus. Flüchtende Vögel verlieren viel Energie, die besonders im Winter knapp ist. Die Wildtiere brauchen deshalb Naturräume, wo sie ungestört sind.

Dialoggruppen: Vorerst 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 Gegensatz zu organisierten Wassersportaktiven ist das Störungspotenzial daher hoch.

Wie geht «wildtierfreundliches Verhalten?»
Mit der Kampagne soll natur- und wildtierschonendes 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.

Message

In Zusammenarbeit mit den relevanten Stakeholdern aus dem Wassersport und den Naturschutzorganisationen sind anlässlich von drei nationalen und zwei regionalen Workshops in den Jahren 2019 und anfangs 2020 folgende Verhaltensempfehlungen kreiert worden, welche in der Pilotphase 2020 getestet worden sind:

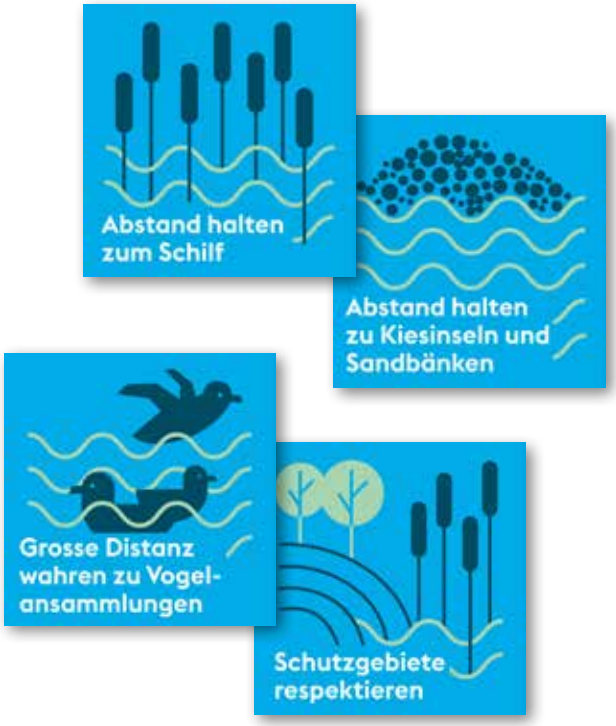
Vier Verhaltensempfehlungen von «Aufs Wasser mit Rücksicht»

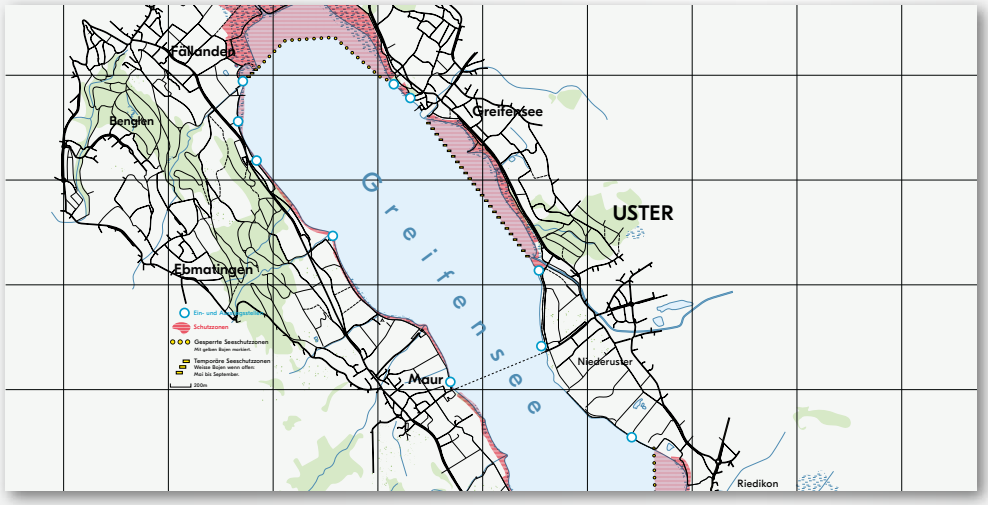
1.
Abstand halten zum Schilf.
Wo immer möglich 100 Meter. Im Schilf brüten und verstecken sich viele Vögel.

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.





Karte: Beispiel Greifensee

Mittels dialoggruppenspezifischer Informationen ermöglicht die Kampagne Verhaltenssicherheit. Zu diesem Zweck enthalten die 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.

Aufgrund der Evaluation im Herbst 2020 wurden diverse Anpassungen bei der Kommunikation vorgenommen, so unter anderem:

— Neue Formulierung zu Vogelansammlungen in der 3. Verhaltensempfehlung.
— Verhaltensempfehlungen auf dem Plakat neu in roter Farbe.
— Infografik zu «aufrechter Silhouette» auf dem SUP-Board, um die Problematik zu visualisieren.
— Icons zu den vier Verhaltensempfehlungen, als visuelle Aufwertung.

Plakat «Aufs Wasser mit Rücksicht»

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, wie am Greifen-, Pfäffiker- oder Türlersee, wird die kampagneneigene Präsenz vor Ort mit der Ranger-Leitung der Greifensee-Stiftung abgestimmt.

Für 2022 wird angestrebt, dass an möglichst allen Seen eine Person aus dem Wassersport den Lead als Botschafter oder Botschafterin innehat. Darüber hinaus soll die Vernetzung von Akteuren rund um das Wasser (Schutzorganisationen, Sport- und Freizeitverbände, öffentliche Hand, Badeanstalten, Schifffahrt, usw.) weiter verbessert werden.

Die Distributionsliste umfasst momentan rund 470 Kontaktadressen aus der Wassersport-, Freizeit-, Outdoor- und Tourismusbranche sowie dem Naturschutzbereich und den Kantonen und Gemeinden an den involvierten Seen.

Kategorie Outdoor-Branche (Wassersport)
Vermieter/Touren: 76
Sport-Club/Verein: 96
Fachhandel: 38
Grosshandel: 8

Kategorie öffentliche Hand
Verwaltung Kantone und Gemeinden: 58
Badeanstalten/Camping: 24

Kategorie Non-Profit-Organisationen
Natur- und Tierschutz: 45
Diverse Vereine und Verbände: 52

Kategorie Online
Online: 8

Kategorie Diverse
Weitere Wassersport-relevante Körperschaften: 68

Konkrete, grössere Unterstützung geleistet haben die auf dem Webportal verzeichneten Unternehmen und Organisationen sowie die öffentliche Hand:
→ www.natur-freizeit.ch/partner-wasser.
Herzlichen Dank dafür.

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

Sport-, Freizeit- und Tourismusorganisationen
Swiss Canoe,
Kitesurf Club Schweiz,
Swiss Sailing,
SchweizMobil,
Netzwerk Schweizer Pärke,
Schweizer Wanderwege,
Verband Schweizer Wanderleiter ASAM.

Naturschutzorganisationen
BirdLife Schweiz,
Pro Natura.

Weitere Organisationen
Schweizerische Vogelwarte Sempach,
Schweizerischer Wildhüterverband,
Swiss Rangers.

Material und Distribution

Leporello zur Kampagne

BoardTags «Aufs Wasser mit Rücksicht»

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

Von Ende Juni bis anfangs September 2021 hat das Kampagnenteam in der Deutschschweiz am Zürich-, Greifen-, Pfäffiker- und Türlersee sowie in der Romandie am Genfersee folgende Sensibilisierungsarbeit geleistet:

Vom Plakat mit den vier Verhaltensempfehlungen wurden im Sommer 2021 insgesamt 210 Exemplare verteilt und aufgehängt, in deutscher und französischer Sprache, vom Leporello 7'350 Exemplare, rund 1'700 von den BoardTags und rund 2'050 Aufkleber.

Aufgrund der vielen regnerischen Wochenenden und Wochentage konnten weniger Kommunikationsmittel als geplant, vertrieben werden. Einige Geschäfte und Vermietstationen verfügten zudem noch über Kommunikationsmittel der letztjährigen Kampagne.

6 139 Nutzende
15 342 Seitenaufrufe

Juni bis September 2021

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

Im Herbst 2021 wird mit der Trägerschaft des Merkblatts geprüft, wie weit ein Abgleich der Inhalte und des Designs mit den Kommunikationsmitteln von «Aufs Wasser mit Rücksicht» möglich ist.

Das kampagneneigene Webportal:
→ www.natur-freizeit.ch/wasser dient als zentrale Informationsdrehscheibe. Folgende Rubriken wurden im Hinblick auf den Sommer 2021 aufgewertet: Mit der Rubrik «Auf dem Wasser» wird den Stand-Up-Paddelnden Tipps für den Aufenthalt auf den Seen und damit Verhaltenssicherheit vermittelt, während die Karten eine Übersicht zu den Schutzgebieten geben.

Über den Webshop werden die Bestellungen automatisiert verarbeitet und dem «Züriwerk» zur Auslieferung übermittelt. Neu wurde im Bestellformular ein Feld «Ich bestelle für» erstellt, mittels welchem die Statistik genauer geführt werden kann. So ist nun ersichtlich, ob die Bestellenden beispielsweise zu einer SUP-Vermietstation oder einer Badeanstalt gehören.

Aufgrund der nur wenigen «Peaks» wird ersichtlich,
dass der Sommer 2021 rar an Zeitfenstern mit schönem Wetter war.

Soziale Medien: Instagram
Das nicht öffentliche Testing auf Instagram dauerte sechs Wochen, von anfangs August bis Mitte September. 14 Personen, vor allem aus der SUP-Szene, sowohl Multiplikatoren wie auch «Einzelpersonen», waren als Follower mit von der Partei. Im Grossen und Ganzen sind die Posts/Prototypen gut angekommen und die Teilnehmenden haben Verbesserungsvorschläge eingebracht, die sich für die Zukunft gut umsetzen lassen. Angesichts der vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten, insbesondere über die Storys, wird Instagram ab Juni 2022 lanciert und in die Gesamtkampagne integriert.

Medienarbeit
Wie vom Vorstand von «Natur & Freizeit» eingebracht, haben die Kampagnenverantwortlichen per 19. Juli 2021 die Medien mit einer Medienmitteilung in französischer und deutscher Sprache bedient:
→ www.natur-freizeit.ch/medien-wasser

Als Höhepunkte der Berichterstattung in den Medien sind die Beiträge im TV Top und TV Z zu verzeichnen, mit Ausführungen der Kampagnenleitung.

Diverse Mitteilungen sind von verschiedensten Akteuren über Online-Kommunikationskanäle erschienen. Hier eine Auswahl:
→ www.migros-impuls.ch
→ www.enigmaticsurf.com
→ www.instagram.com

Ausblick

Evaluation 2021
Im Fokus stand 2021 der Outcome (Einstellungen, Verhaltensabsichten, Verhaltensweisen) und der Outtake (Verständlichkeit und Kanäle der eingesetzten Kommunikationsmittel). Mittel einer Forschungsarbeit der Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL wurden dazu folgende Erkenntnisse generiert:

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

Die Resultate liegen ab Mitte/Ende November 2021 vor und können bei der Kampagnenleitung bestellt werden.

Erweiterte Kampagne für das Jahr 2022
Im 2022 soll die Kampagne auf weitere Stehgewässer in der Schweiz ausgeweitet werden. Für die Planung wird eine Auslegeordnung erstellt, bei welchen weiteren Seen eine Sensibilisierung sinnvoll und gut umsetzbar ist. Für die Optimierung der Kommunikation werden die Resultate der Evaluation beigezogen. Neu werden Soziale-Medien-Kanäle wie Instagram genutzt und generell wird die Online-Kommunikation ausgebaut.

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 zuständig:

Vorstand
Brigitte Wolf
Präsidentin, Wildtierbiologin

Andreas Boldt
Pro Natura, Projektleiter Freizeitaktivitäten & Naturschutz

Annalena Kuttenberger
Geschäftsführerin Swiss Canoe

Christa Glauser
stv. Geschäftsführerin BirdLife Schweiz

Bruno Hirschi
SchweizMobil, Mitglied der Geschäftsleitung

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

Colin Bonnet
Schweizer Bergführerverband, Umwelt und Zugang in die Berge

Tim Marklowski
Mountain Wilderness Schweiz, Projektleiter Bergsport

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

Pascal Stern und Vanda Ciotti
Kampagnenteam Romandie

Jeannine Zubler, Manuel Herrmann, Lea Wunderli
Kampagnenteam Deutschschweiz

Oliver Graf, dialog:umwelt gmbh
Kommunikation und Evaluation

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.

Die GV 2021 begrüsst es, dass die Kampagne ab 2022 auf weitere Schweizer Seen ausgeweitet wird, wo seitens der Kantone Interesse vorhanden ist. Mit den Sensibilisierungskampagnen an den vier Zürcher Seen und am Genfersee liegen dafür solide Referenzprojekte vor.

Webshop
Hier können die Kommunikationsprodukte der Kampagne kostenlos bestellt werden:
→ www.natur-freizeit.ch/shop-wasser

Dialogerin
Möchten Sie sich als Dialogerin oder Dialoger im Sommer 2022 für die Wildtierverträglichkeit von Freizeitaktivitäten an Schweizer Gewässern engagieren? Melden Sie sich bitte bei:
→ www.natur-freizeit.ch/jobs

Finanzen
Der Finanzabschluss zur Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird per Ende November 2021 durchgeführt.
Der ordentliche Rechnungsabschluss des Vereins «Natur & Freizeit» wird jeweils durch die Revisionsfirma Ferax Treuhand AG geprüft und der Revisionsbericht durch die GV abgenommen.

Herzlicher Dank
den Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit», den Kantonen Schwyz, St. Gallen, Waadt und Zürich sowie der Lotérie Romande und den weiteren Geldgebern für die finanzielle Unterstützung.

Spezieller Dank
gebührt der Greifensee-Stiftung und deren Rangers sowie den vielen Akteuren aus der Stand-Up-Paddel-Szene, welche die Kampagne tatkräftig unterstützt haben. Last but not least sei den Mitgliedern der Arbeitsgruppe «Wasser» aus dem Vorstand von «Natur & Freizeit» gedankt, namentlich: Brigitte Wolf, Präsidentin, Andreas Boldt, Pro Natura, Annalena Kuttenberger, Swiss Canoe, Christa Glauser, BirdLife Schweiz.

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

Verein «Natur & Freizeit»
Weinbergstrasse 133, 8006 Zürich
info@natur-freizeit.ch
natur-freizeit.ch

Mitgliedorganisationen (Stand September 2021):
BirdLife Schweiz, JagdSchweiz, Mountain Wilderness Schweiz, Naturfreunde Schweiz, Netzwerk Schweizer Pärke, Pro Natura, SchweizMobil, Schweizer Alpen-Club, Schweizer Bergführerverband, Schweizer Wanderwege, Schweizerische Vogelwarte Sempach, Schweizerischer Wildhüterverband, Swiss Rangers, Swiss-Ski, Swiss Snowsports Association, Verband Schweizer Wanderleiter ASAM, WeitWandern, Kitesurf Club Schweiz, Swiss Canoe, Swiss Sailing.

N&F Natur & Freizeit

Der Verein «Natur & Freizeit» engagiert sich für einen natur- und wildtierverträglichen Wassersport und Schneesport. Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird getragen von den Mitgliederverbänden aus dem Bereich Natur und Freizeit.

Start der Winterkampagne 2021/22 «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» ab November: → www.natur-freizeit.ch/schneesport-mit-ruecksicht.

Mitgliederorganisationen

NATUR-FREIZEIT.CH
NATURE-LOISIRS.CH