

Sensibilisierungskampagne «Wassersport mit Rücksicht»



Kampagnenkonzept

Testing-Phase 2020

«Lebensraum Wasser mit seinen Ufern» (Arbeitstitel)

Ausgangslage

Hintergrund

Das Bedürfnis nach dem Erleben von Natur mit gleichzeitiger Ausübung von Natursport und Freizeitaktivitäten ist heute gross. Viele Menschen suchen in ihrer Freizeit einen Ausgleich zum Alltag, indem sie sich in abwechslungsreichen und attraktiven Landschaften erholen, sei es in der Luft, im Wasser oder auf dem Land. Neue Aktivitäten kommen laufend dazu. Aktuelles Beispiel ist das Stand-Up-Paddeln, welches in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt hat.

Diese Entwicklung führt zu steigenden ökologischen Auswirkungen, in der Winter- wie auch in der Sommerzeit, im Bereich Wasser sowohl in Steh- als auch Fließgewässern mit den Uferzonen. Davon betroffen sind die Flora und Fauna im Lebensraum Wasser gleichermassen. Parallel zur Winterkampagne «Schneesport mit Rücksicht» plant der Verein «Natur & Freizeit» ab 2020 eine Sensibilisierungskampagne.

Verein «Natur & Freizeit»

Der 2016 gegründete Verein «Natur & Freizeit» hat zum Ziel, öffentliche, auf ein breites Zielpublikum ausgerichtete Kampagnen durchzuführen, die Erholungssuchende und Sporttreibende zu einem natur- und umweltschonenden Verhalten motivieren. Er fördert die Vernetzung von Akteuren aus den Bereichen Natur und Freizeit, trägt zur Entschärfung von Konflikten bei und erhöht die Verfügbarkeit von Kompetenzen, Standards sowie hochwertigen Leistungen und Produkten.

Der Verein «Natur & Freizeit» ging aus der Kampagne «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» hervor. Er hat mit gleicher Trägerschaft und Kampagnenleitung, im Auftrag seiner Mitgliedorganisationen und mit Unterstützung des Bundesamtes für Umwelt, die Kampagne «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» weitergeführt, die 2010 lanciert wurde. Die Kampagne sensibilisiert für die Belange von Wildtieren und deren Lebensräume.

Auftrag durch die GV 2019 des Vereins «Natur & Freizeit»

Die Studie «Freizeitaktivitäten in der Natur»¹ im Auftrag des BAFU und des Vereins «Natur & Freizeit» beschreibt für ausgewählte Freizeitaktivitäten den Stand der naturwissenschaftlichen Erkenntnis zu den Auswirkungen dieser Freizeitaktivitäten auf Wildtiere und identifiziert bestehende Forschungslücken. Auf der Basis einer Expertenbefragung, einer Literaturstudie, einer Online-Befragung sowie einer Recherche zu bereits existierenden Massnahmen wurden Vorschläge formuliert, welche Freizeitaktivitäten sich besonders empfehlen für die Förderung der naturverträglichen Ausübung.

Basierend auf der Studie hat die Generalversammlung des Vereins «Natur & Freizeit» vom 25. Juni 2019 die Lancierung einer Kampagne im Bereich «Lebensraum Wasser mit seinen Ufern» verabschiedet. Mit der Kampagne soll natur- und umweltschonendes Verhalten im Lebensraum Wasser gefördert werden, mit dem Ziel, dass keine zusätzlichen Verbote für Erholungssuchende und Sportaktive notwendig werden.

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

Ziele und Zielgruppen

Ziele der Kampagne

Die Kampagne wird auf **6 bis 8 Jahre** ausgerichtet:

1. Phase **Stehgewässer**

Im Fokus stehen vor allem Seen mit Schilfgebieten (Vögel) und Flachwasserzonen (Laichplätze für Fische, aber auch Lebensraum, bspw. von Libellen usw.).

2. Phase **Fliessgewässer**

Im Fokus stehen Ufer und Kies- sowie Sandbänke (Brutplätze bspw. für Flussuferläufer, Flussregenpfeifer) und Anrisse (Brutwände bspw. für Eisvogel). Bei der Sensibilisierung wird auch der **Uferbereich** miteinbezogen. Alle Wassersportaktiven kommen vom Ufer her auf und in das Wasser. Zudem sind die Uferzonen auch für Nicht-Wassersportaktive attraktive Orte, unter anderem für Picknicken, Hundeausführen usw.

Wie schon bei «Schneesport mit Rücksicht» klärt die Kampagne über die ökologischen und störungsbiologischen Zusammenhänge und Wechselwirkungen von Natursport und Lebensraumansprüchen von Wildtieren auf. Konkret heisst das:

Sensibilisierung der Dialoggruppen (Freizeit- und Sportaktiven) zu:

- Schutzwürdigkeit von Lebensräumen wie Schilfzonen, Flachwasserzonen, Rastplätze von Wasservögeln, Kies- und Sandbänken, Schutzgebieten usw.
- Schutzwürdigkeit von Arten: Wasservogelansammlungen, Kiesbrüter, Uferbrüter, Laichplätze von Fischen, Jungfischhabitate, Lebensräume von Libellenlarven.

Eine ausgeprägte Stärke der Kampagne «Schneesport mit Rücksicht» liegt in der Breite der Trägerschaft auf der strategischen Ebene und auf der operativen Ebene in der Zusammenarbeit mit Multiplikatoren in Form von Partnerschaften (Commitments) mit der Tourismus- und Outdoor-Branche. Diese Errungenschaften sollen auf die neue Kampagne übertragen werden.

Sensibilisierung via relevante Multiplikatorengruppen:

- Verbände und Organisationen im Bereich Wassersport wie Swiss Canoe, SchweizMobil, Dafrider Association (Mitarbeit zugesagt)
- Swiss Rowing, Swiss Sailing, Kitesurf Club Schweiz, Swiss Kitesailing Association, Association Swiss Stand Up Paddle (Interesse vorhanden)
- Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit»: www.natur-freizeit.ch
- Outdoor- und Tourismusbranche
- Bildungsinstitutionen
- Gemeinden und Raumplanende, die für die Planung und den Unterhalt von Erholungsräumen und Naturräumen zuständig sind.

Potenzielle Dialoggruppen

Im Lebensraum Wasser halten sich folgende Sport- und Freizeitaktive auf:

- Segler
- Ruderer
- Kanuten
- Stand-Up-Paddler
- Kite-Surfen
- Riverrafting
- Schlauchboote
- Badende
- Picknickende am Wasser
- Ausflügler/innen
- Hundehalter
- Weitere

Eine erfolgreiche Kampagnenarbeit bedingt **Kenntnisse über die Dialoggruppen**. Diese werden im Idealfall durch eine Kombination von **qualitativen und quantitativen Methoden** gewonnen, wie bspw. Interviews, Fokusgruppen, Workshops mit Stakeholdern oder repräsentative Befragungen.

Strategie und Vorgehen

Aus den in der Studie «Freizeitaktivitäten in der Natur» eruierten Initiativen und Fallbeispiele aus dem Sport- und Freizeitbereich lassen sich grob vier Kontext-Typen unterscheiden mit einem je eigenen Mix an Kommunikationsinstrumenten:

- Sensibilisierung der Dialoggruppen
- Stakeholder-Dialoge
- Aus- und Weiterbildung von Multiplikatoren
- Räumliche Lenkung

Der persönliche Austausch über Lösungswissen soll unter den Stakeholdern, die vielfach auch Multiplikatoren sind, intensiviert werden, beispielsweise durch geeignete Anlässe wie Workshops, Exkursionen etc.

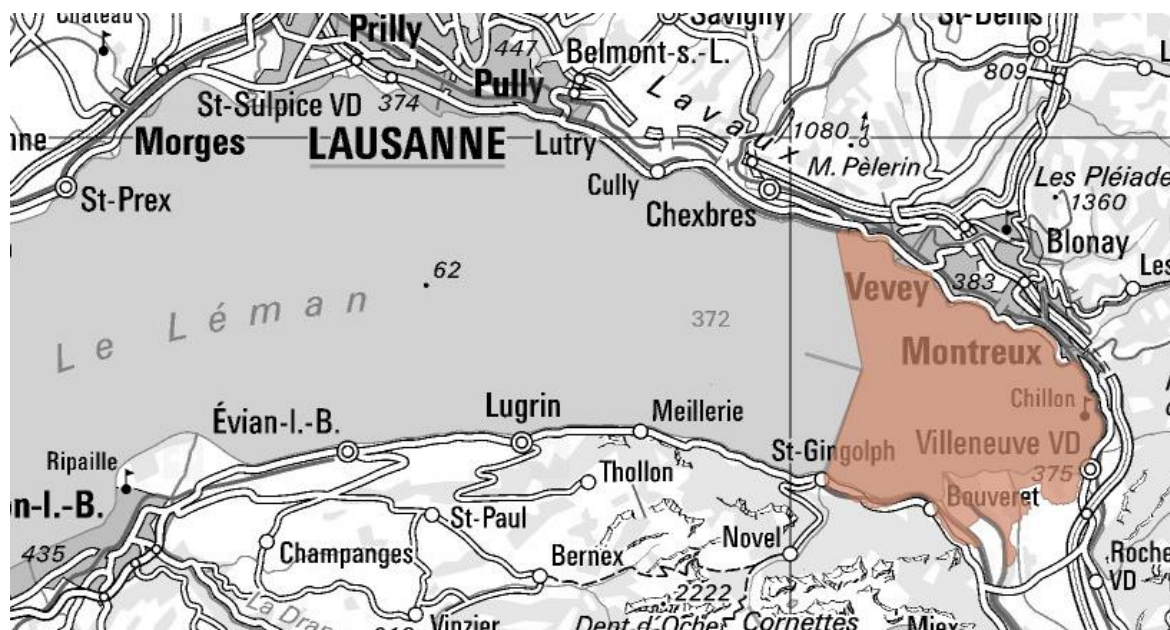
Voraussetzung für erfolgreiche Sensibilisierungsmassnahmen ist ein Grundkonsens über die Problemlage und die angestrebten Verhaltensänderungen. Durch den Dialog mit und unter den Stakeholdern sollen Lösungen gefunden werden.

Für eine nationale Sensibilisierungskampagne stehen neben dem Erfahrungsaustausch, die Schulung der relevanten Akteure sowie Sensibilisierungsmaterialien im Vordergrund.

Testing-Phase im Sommer 2020

In einem ersten Schritt soll eine Testing-Phase realisiert werden. Diese hat zum Ziel, die Sensibilisierung in einem Pilotlauf erstmals durchzuführen. Die Testing-Phase soll sich zeitlich auf den **Sommer 2020** fokussieren und räumlich auf **zwei Pilotregionen**:

Romandie: Oberer Teil des Lac Léman



Deutschschweiz: Zürichsee (Obersee)



Realisierung der Testing-Phase

Kommunikationsprodukte (Auswahl)

- Website: Landingpage des Vereins «Natur & Freizeit», mit Weiterführung zu «Wassersport mit Rücksicht» und «Schneesport mit Rücksicht» (schon bestehend)
- Leporello und Plakate und / oder weitere geeignete Produkte
- Animationen und / oder Videospots für Screens und weitere Anwendungen in Social Media
- Give Aways, wie Kleber oder Hangtags
- Artikel in Medien
- Standaktionen bei Hotspots von Wassersport

Kommunikationsmassnahmen (Auswahl)

Folgende Massnahmen sind im Einzelnen durchführbar:

Bei den Dialoggruppen

- Sensibilisierung über Informationsvermittlung
- Selbstverpflichtungen und freiwillige Vereinbarungen: Handlungsanleitungen wie bspw. Verhaltensregeln oder Verhaltenskodizes
- Anreize/Stimulationen/Motivation

Bei den Multiplikatoren

- Aus- und Weiterbildung von Multiplikatoren (Umweltbildung): Instruktoren/Ausbildner sowie Verkaufspersonal
- Erfahrungsaustausch mittels verschiedener Kommunikationsgefässe
- Commitments mit der Tourismus- und Outdoorbranche, wie beispielsweise:
 1. Die Multiplikatoren legen die Kommunikationsprodukte auf, wo immer möglich.
 2. Die Multiplikatoren platzieren Standbilder auf ihren Screens und Social-Media-Kanälen.
 3. Die Multiplikatoren sind verlinkt mit dem Kampagnen-Webportal.

Kommunikationskanäle (Auswahl)

Da die Sport- und Freizeitaktiven, die mit dieser Kampagne angesprochen werden, grösstenteils nur unzureichend in Verbänden organisiert sind und in der Regel auch keine Sportkurse besuchen, werden **neue Kommunikationskanäle** erschlossen.

Dabei wird 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 Lebensraum Wasser.

Das sind beispielsweise:

- Sportgeschäfte (Kauf / Vermietung)
- Tourismus- und Infostellen
- Ein- und Auswasserungsplätze entlang der Uferzonen
- Badeanstalten und Schiffshafen
- Informationsstellen von Naturpärken
- Websites und Publikationen der relevanten Akteure
- Facebook und weitere Social-Media
- Medien (Anlässe, Medienmitteilungen, usw.)
- Screens in Postauto und weiterem ÖV sowie Tourismus- und Outdoor-Branche

Organisationsstruktur

Der Verein «Natur & Freizeit» ist Träger der bestehenden Kampagne «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht». Der Vorstand ist dabei zuständig für die strategische Planung, die Finanzen sowie das diesbezügliche Controlling; die Kampagnenleitung und das Kampagnenteam ihrerseits für die operative Umsetzung.

Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit» sind: BirdLife Schweiz, JagdSchweiz, Mountain Wilderness Schweiz, Naturfreunde Schweiz, Netzwerk Schweizer Pärke, Pro Natura, SchweizMobil, Seilbahnen Schweiz, Schneeschuh-Verband Schweiz, Schweizer Alpen-Club, Schweizer Bergführerverband, Schweizer Wanderwege, Schweizerische Vogelwarte Sempach, Swiss-Ski, Swiss Snowsports Association, Verband Schweizer Wanderleiter ASAM, WeitWandern. (Stand Oktober 2019).

Für den Bereich «Lebensraum Wasser mit seinen Ufern» ist eine **Arbeitsgruppe (AG)** initialisiert worden, mit bestehenden Mitgliedorganisationen des Vereins sowie den relevanten Akteuren aus dem Bereich „Wasser“. Ziel ist es, dass die für eine Kampagne relevanten Akteure aus dem Bereich „**Wasser**“ im Verein «Natur & Freizeit» per 2020 neu Mitglied werden.

Weiterführung der Kampagne

Basierend auf der Evaluation der Testing-Phase beschliesst die GV 2020 über die Lancierung der weiterführenden und erweiterten Kampagne. Für die Umsetzung ab 2021 werden basierend auf den Erkenntnissen der Testing-Phase ein Businessplan und daraus abgeleitet Kommunikations- und Massnahmenpläne erarbeitet.

Verein «Natur & Freizeit»

Weinbergstrasse 133, 8006 Zürich

T +41 (0)44 368 40 86 / M +41 (0)79 628 16 03

reto.soler@natur-freizeit.ch

www.natur-freizeit.ch

.....