

Respektiere

deine Grenzen

Newsletter 1 / 2011

Mai 2011

Impressum

Redaktion: Reto Solèr, Kampagnenleiter «Respektiere deine Grenzen»

Verteiler: Patronat, Trägerschaft, Partner, Geldgeber, weitere Interessierte laut Verteiler

Kontakt: info@respektiere-deine-grenzen.ch
www.respektiere-deine-grenzen.ch

Inhalt

Impressum	1
Inhalt	1
Überblick von Herbst 2009 bis Frühjahr 2011	1
Räumliche Kennzeichnung	2
Webportal respektiere-deine-grenzen.ch	2
Sensibilisierungsmassnahmen Outdoor-Branche	3
Sensibilisierungsmassnahmen Tourismus- und Bildungsinstitutionen	4
Öffentlichkeitsarbeit und Medien	4
Flankierende Massnahmen	6
Interna	7
Kontaktadresse	7

Überblick Herbst 2009 bis Frühjahr 2011 (Auswahl)

Oktober 2009	Lancierung der Webplattform
Oktober 2009	Herausgabe Flyer, Plakat und Gadgets für Outdoor-Branche
1. Dezember 2009	Medienkonferenz zur Lancierung der Kampagne
9. Juni 2010	Retraite Kampagnenausschuss und Kampagnenteam
September 2010	Neuaufgabe Karten Tiertafeln
September 2010	Herausgabe neuer Leporello (Flyer)
Oktober 2010	Herausgabe Schulungsmappe für die Outdoor-Branche
Oktober 2010	Businessplan und Organisationreglement liegen vor
24. November 2010	Jahresversammlung der Träger-Organisationen
13. Dezember 2010	Schulungsanlass für Outdoor-Branche auf dem Gurten
17. Dezember 2010	Medienexkursion zur Lancierung der Webplattform mit Wildruhezonen
Januar 2011	Beilage Flyer bei „Alpen“, „Naturfreund“ und «Parc jurassien vaudois»
Februar 2011	Gespräche mit Seilbahnen Schweiz und Schweizer Tourismusverband für Kooperationen
April 2011	Prototyp Brettspiel „Weisse Wildnis“ liegt vor

Räumliche Kennzeichnung

Die Kampagne «Respektiere deine Grenzen» bietet den Kantonen durch vorgefertigte Tafeln mit Verhaltensregeln Unterstützung im Bereich der räumlichen Kennzeichnung empfohlener Wildruhezonen. Ausserdem besteht das Angebot, auch bei rechtskräftigen Wildruhezonen die Verknüpfung zur Kampagne über eine Zusatzmarkierung mit dem Logo «Respektiere deine Grenzen» zu schaffen. Im ersten Kampagnen-Winter 2009/2010 haben die Kantone *Bern, Freiburg, Luzern, Nidwalden, Schwyz, Uri und Zürich* in der einen oder anderen Form Markierungsmaterial eingesetzt oder bestehende Markierungen mit dem Logo ergänzt. Im Winter 2010/11 kamen zusätzlich die Kantone *Glarus, Graubünden und St. Gallen* dazu.

In der Romandie beruht die Umsetzung der Kampagne im Wesentlichen auf der Zusammenarbeit zwischen den für die Jagd zuständigen kantonalen Fachstellen und SwissSnowShoe, dem Schweizerischen Schneeschuhverband, der als Non-Profit-Organisation zahlreiche Schneeschuhrouten in der Romandie markiert. 2009/2010 setzte der Kanton Freiburg als erster diese Zusammenarbeit konkret um. 43 Routen mit einer Weglänge von insgesamt 240 km wurden von den Wildhütern kontrolliert. Auf empfindlichen Stellen wurden Tafeln aufgestellt.

Das BAFU hat für Koordination der Materialbestellungen je eine Koordinationsstelle für die Deutschschweiz und die Romandie eingerichtet. Die folgenden Bilder zeigen verschiedene Anwendungsformen der räumlichen Kennzeichnung im Kontext von «Respektiere deine Grenzen»:



RdG-Tafel



RdG-Tafel



RdG-Kleber

RdG-Tafel mit Wimpelabsper-
rung

Webportal [respektiere-deine-grenzen.ch](http://www.respektiere-deine-grenzen.ch)

Im Herbst 2010 hat das Bundesamt für Umwelt BAFU zusammen mit den Kantonen erstmals eine schweizweite Erhebung der kantonalen Wildruhezonen durchgeführt. Das vom BAFU koordinierte Projekt konnte für Dezember einen Datensatz mit Wildruhezonen von neun Kantonen zur Verfügung stellen. Seit Mitte Dezember ist der Datensatz mit allen aktuellen Wildruhezonen und Wildschutzgebieten der Schweiz auf der Website www.respektiere-deine-grenzen.ch aufgeschaltet. Neben Daten zu den aktuellen Wildruhezonen und Wildschutzgebieten beinhaltet das Portal auf der Kampagnen-Website auch Informationen zur Planung von naturverträglichen Wintertouren. Das Webportal wird zweimal jährlich aktualisiert, damit Wintersportlerinnen und -sportler wissen, wo sie sich bewegen dürfen und wo nicht. Analog dazu ist die Website in einem neuen Layout und mit aktualisierten Texten erschienen. Im Hinblick auf den Winter 2011/2012 werden bestehende, „technische Kinderkrankheiten“ behoben und die Verständlichkeit der Informationen zu den Schutzgebieten verbessert.

Die nachstehende Besucherstatistik zeigt den Zeitpunkt, an dem die überarbeitete Website und damit das Kartenfester online gingen. Davor lag der tägliche Durchschnitt bei etwa 40 Besucherinnen und Besucher, im Dezember und Januar bei 300 User mit Spitzen von 600, 1000 und 1500 am Tag.



Sensibilisierungsmassnahmen Outdoor-Branche

Aus den Erfahrungen des Pilotprojekts 2009/10 wurde für den Winter 2010/11 ein Partnerpaket geschaffen, das interessierten Unternehmen aus der Outdoor-Branche eine standardisierte Partnerschaft mit der Kampagne ermöglicht. Dabei verpflichtet sich das entsprechende Unternehmen, mindestens einen Mitarbeitenden an einer zentralen Schulung zur Kampagne ausbilden zu lassen und seine Kunden mit Gadgets aktiv für das Thema zu sensibilisieren. Dafür war ein Partnerbeitrag, abgestuft nach der Grösse des Unternehmens, zu entrichten.

Partnerschaften

Bis Ende Februar 2011 verpflichteten sich 8 Unternehmen zur Partnerschaft mit der Kampagne (1 Outdoor-Fachgeschäft, 4 Bergsportschulen, 3 Schneeschuhimporteure). Durchgeführt wurde für die Partner eine zentrale Schulung in Bern mit insgesamt 13 Teilnehmenden. Ergänzend zum Partnerpaket wurden Schneeschuhe verschiedener Hersteller mit dem Hangtag der Kampagne versehen, was mit wenig Aufwand einen hohen Multiplikationseffekt nach sich zieht.

Neu: Schulungsmappe

Für die Schulung haben die Kampagnen-Verantwortlichen eine Schulungsmappe geschaffen, um den Mitarbeitenden Hintergrundinformationen zum Thema der Kampagne «Respektiere deine Grenzen» zu vermitteln. Darin sind alle wichtigen Fakten zur Kampagne, dem Leben der Wildtiere im Winter sowie viele Tipps und Tricks zur Weitervermittlung des Stoffes in kompakter Form aufgezeigt. So werden die Mitarbeitenden in den Bergsportgeschäften oder bei den Schneetouren befähigt, die Kunden/Gäste in aller Kürze zu informieren.

Veranstaltungen

Der Schweizer Alpen-Club war in der Wintersaison an total 12 Schneeschuh-Events mit diversem PR-Equipment präsent, die Kampagne ihrerseits war mit Werbeposter und Flyern vertreten. Via Printmedien, Internet und Radiospots wurde auf die Events aufmerksam gemacht. In Zusammenarbeit mit dem SAC wurde ein Wettbewerb aufgelegt und Inserate der Kampagne bei der Werbung integriert.

Die Kampagne war auch bei Kursen der Bergschule Uri unter dem Motto *Wildtiere im Winter/ Freeriden im Einklang mit der Natur* präsent. Dabei werden die Gäste von den Bergführern über das Thema aufgeklärt und die Inhalte der Kampagne erläutert sowie auf das Wildruheportal hingewiesen. Zusätzlich erhielten alle Teilnehmer einen Lunchsack mit Lippenstift, Hangneigungsmesser und Leporello als Geschenk. Die Kurse wurden in der Coop-Zeitung im Dezember 2010 beworben. Ergänzend war die Kampagne an einem Schneeschuh-Event auf dem Sörenberg vertreten.

Nachstehend sind in tabellarischer Form die wichtigsten Facts and Figures aufgeführt:

Unternehmensart	2010/2011	2009/2010	Summe
Outdoor-Sportgeschäfte	1 (6 Filialen)	3 (11 Filialen)	4 (17 Filialen)
Bergsportschulen	4	8	12
Schneeschuhimporteure	3 (4 Marken)	5 (5 Marken)	8 (9 Marken)

Massnahme	2010/2011	2009/2010	Summe
Hangtags an Verpackungen	5'000 Stk.	3'500 Stk.	8'500
Kleber auf Verpackungen	16'000 (0)* Stk.	25'000 Stk.	41'000
Lunchsäcke abgegeben	1'500 Stk.	600 Stk.	2'100
Lippenstifte abgegeben	600 Stk.	3'800 Stk.	4'400
Hangneigungsmesser	1'000 Stk.	2'700 Stk.	3'700
Broschüre Partnerpaket	100 Stk.	-	100
Schulung	1 (13.12.10)	15	16
Präsenz mit Manpower Event	1 Festiraquette	2	3
Präsenz von Infomaterial an Events	27 Coop-Events 12 SAC/PCManagm.	1	40
Verteilte Flyer	8'560	Rund 80'000	88'560
Schulungsmappen abgeben	21 Stk.	21 Stk.	42

Sensibilisierungsmassnahmen Tourismus- und Bildungsinstitutionen

Anfang 2011 haben die Kampagnen-Verantwortlichen mit dem Schweizer Tourismusverband und Seilbahnen Schweiz strategische Eckpunkte einer Kooperation geprüft. Die Diskussionen über eine allfällige Zusammenarbeit laufen noch. Über die Informationskanäle dieser Verbände könnten Tourismusorganisationen sowie Seilbahnstationen und Skigebiete erreicht werden.

Im Rahmen der Kampagne sollen verschiedene Schulungsmaterialien für Ausbildungskurse im Bereich Outdoor-Sport, wie auch für die Tourismusbranche erarbeitet werden. Diese Materialien haben zum Ziel, umfassend und in aufklärender Form über die Thematik Wintersport-Wildtierschutz zu informieren. Darüber hinaus wird geprüft, ob mit spezifischen Bildungsmodulen auch gezielt Schüler und Lehrer erreicht werden sollen.

Öffentlichkeitsarbeit und Medien

Medienexkursion vom 17. Dezember 2010

Den Wildtieren zuliebe: Touren im Schnee planen mit der neuen Webplattform, so lautete die Überschrift der Medienmitteilung vom 17. Dezember 2010. Anlässlich der Medienexkursion haben die Verantwortlichen der Kampagne über die Neuerungen für das zweite Kampagnenjahr informiert. Der als Schneeschuhtour im Kanton Fribourg durchgeführte Medienlass löste ein grosses Echo aus. Der Kampagnenleitung liegen mehr als 40 Artikel und Berichte vor. Zu den Highlights zählten ein Beitrag in der Tagesschau des Schweizer Fernsehens oder Beiträge in Radiosendern wie Radio Suisse Romande. Der Medienspiegel kann bei der Kampagnenleitung angefordert werden.

Leporello mit Mehrwert

Der siebenteilige Leporello enthält seit 2010/2011 verstärkt Informationen zu den Wildtieren. Als Zusatznutzen werden nach wie vor Informationen zur Tourenplanung darin angeboten. Der Leporello wurde im Oktober 2010 in einer Auflage von 135'000 Exemplaren in deutscher und 23'000 in französischer Sprache produziert. Davon wurden gut 105'000 deutsche und 22'000 französische Exemplare an einen breiten Verteiler abgesetzt. Die Abwicklung der Versände erfolgt in erster Linie über das Bundesamt für Bauten und Logistik, die Mehrzahl der Kantone wurde direkt durch das Bundesamt für Umwelt beliefert und ein kleinerer Teil sowie die Auslieferung der Plakate hat die Kampagnenleitung vorgenommen. Bei folgenden Gross-Versänden war der Leporello beigelegt:



Institution	Beilage / Versände	Auflage
Schweizer Alpen-Club SAC	Zeitschrift Die Alpen	50'000 d
Schweizer Wanderwege	Magazin Wanderland	16'000 d / 5'000 f
Naturfreunde Schweiz	Zeitschrift Naturfreund	10'500 d / 2'000 f
Parc jurassien vaudois	Verteiler Naturpark	17'000 f
Gesamttotal		93'500 d / 7'000 f

Neuaufgabe Kartenset Tierporträts

Das Set, bestehend aus sieben Karten, die jeweils ein Tier porträtieren, eignet sich ideal für den Unterricht, für Ausbildungskurse oder auf Exkursionen: Auerhuhn, Birkhuhn, Schneehuhn, Steinbock, Gämse, Hirsch, Schneehase. Format A4, laminiert (wasserfest, knitterstabil), in A5 Plastik-Einsteck-Etui. Insgesamt wurden rund 70 Sets abgesetzt.

Brettspiel «Weisse Wildnis»

Auf Frühjahr 2011 liegt im Rahmen der Kampagne das Wildtier-Spiel «Weisse Wildnis» als Prototyp vor. Spielend wird dabei der Winter aus der Sicht eines Alpentieres erlebt. Erreicht man im Spiel mit den beschränkten «Energiereserven» den Frühling – oder auch nicht – wird verständlich, warum Wildtiere im Winter Ruhe brauchen und warum Rücksicht durch die Wintersportler und die Ausscheidung von rechtlich verbindlichen Wildruhezonen eine Notwendigkeit sind. Im Sommer 2011 geht das Spiel in die Produktion.

Weitere Informations- und Kommunikationsmittel

- A4 Plakate gedruckt und in elektronischer Form (deutsch und französisch);
- Kurz-Video zum Herunterladen oder zum Bestellen (deutsch und französisch);
- Mediendokumentation zum Herunterladen (deutsch und französisch);
- Logos der Kampagne in verschiedenen Ausführungen (deutsch und französisch);
- Fotos der Kampagne mit Sujets zu Touren, Tieren und Markierungen.

Veranstaltungen

Mit Vorträgen vor Fach- und Zielpublikum werden wichtige Multiplikatoren sensibilisiert:

2009/2010	Publikum
Sporthochschule Magglingen, BASPO	Sportstudenten
Lysser Wildtiertage	Fachleute der Wildtierbiologie (Forschung, Verwaltung, Praxis)
KBNL-Jahrestagung	Konferenz der kantonalen Beauftragten für Natur- und Landschaftsschutz
2010/2011	Publikum
Trägerschaft-Versammlung	Delegierte der Mitglied-Organisationen
Bildungsanlass Multiplikatoren	Vertreter der Outdoor-Branche
Sporthochschule Magglingen, BASPO	Sportstudenten
Schweizer Tourismusverband	Stellvertretende Direktorin
Seilbahnen Schweiz	Stellvertretender Direktor, gesamter Vorstand

Flankierende Massnahmen

Kooperationen

Die Trägerschaft hat der Kampagne während den beiden vergangenen Wintersaisons kostenlose Inserate-Flächen in ihren Magazinen zur Verfügung gestellt, den Flyer in ihren Versänden beigelegt und in Verkaufsräumen aufgelegt. Des Weiteren wurden Fachartikel publiziert, Web-Banner platziert, die RdG-Website verlinkt oder den Newsletter weiter verteilt. Allein in den «Alpen», der Zeitschrift des SAC, wurden in den beiden letzten Wintersaisons je fünf Inserate platziert. Gleichermassen wichtig für die Distribution der Kampagneninhalte sind die Informationskanäle der beteiligten Partnerorganisationen. Diese betreffen vorerst die Outdoor-Branche.

Evaluation

Im Businessplan zur Kampagne liegen erste Überlegungen zur Evaluation vor. Im Frühjahr 2011 werden nunmehr die Messindikatoren und Methoden konkretisiert, die in der Folge in der einen oder anderen Form mit Zahlen und Auswertungen versehen werden.

Erscheinungsbild

Parallel zur Planung der Kommunikationsmassnahmen haben die Kampagnen-Verantwortlichen ein Relaunch des Erscheinungsbildes in die Wege geleitet, das im Juni 2011 abgeschlossen sein wird. Dabei wird auf den bestehenden Grundlagen, wie den Kommunikations-Guidelines aufgebaut. In zwei Workshops des Kampagnenteams von Ende 2010 und Anfang 2011 wurde ein „Creative Brief“ als Grundlage für die visuelle und sprachliche Weiterentwicklung der Kampagne entwickelt. Ab Sommer/Herbst 2011 werden alle Kommunikationsmittel wie auch die Website in einen neuen „Kleid“ daherkommen.

Interna

Reorganisation der Kampagnenleitung

Im Juni 2010 hat Reto Solèr die Kampagnenleitung von Markus Ruff übernommen. Gleichzeitig wurde eine Umstrukturierung vorgenommen. Der Kampagnenleiter hat seither auf der Geschäftsstelle des Schweizer Alpen-Club in Bern seinen Arbeitsplatz. Die Modalitäten und Aufgabenteilung zwischen dem BAFU und dem SAC sowie die Führung und Aufgaben der neuen Kampagnenleitung wurden über einen Vertrag geregelt.

Businessplan und Organisationsreglement

Der im Herbst 2010 durch die Kampagnenleitung erarbeitete Businessplan ist inhaltliches und finanzielles Planungsinstrument für den Zeitraum 2011 bis 2013. Darüber hinaus werden Perspektiven für die Weiterentwicklung der Kampagne aufgezeigt. Der Businessplan dient dem Steuerungsausschuss und der Trägerschaft als strategisches Kontrollinstrument. Das neu erarbeitete Organisationsreglement seinerseits beinhaltet die Funktionen, Aufgaben und Kompetenzen der einzelnen Organe, wie Patronat, Träger oder Partner.

Mittelbeschaffung

Das Hauptaugenmerk der Kampagnenleitung im Frühjahr und Sommer 2011 gilt der Beschaffung von finanziellen Mitteln, um die Sensibilisierungs-Massnahmen bis Mitte 2013 zu ermöglichen. Abgestimmt auf den Businessplan besteht seit Ende 2010 ein Budget und Finanzierungsplan. Angefragt werden neben den Fonds für Gemeinnützige Zwecke der Kantone insbesondere auch Stiftungen und Unternehmen als Sponsoren.

Kampagneninterne Kommunikation

Anlässlich von mehreren Sitzungen haben der Steuerungsausschuss und das Kampagnenteam die Planung, die Koordination und die Durchführung der Kampagne gewährleistet. Zweimal jährlich gibt die Kampagnenleitung einen Newsletter heraus. Der Jahresbericht deckt jeweils den Zeitraum von Frühjahr bis Frühjahr ab, erscheint im Mai und kann bei der Kampagnenleitung angefordert werden.

Finanzen

Die Erfolgsrechnung der Kampagne liegt in einem gesonderten Dokument vor und kann bei der Kampagnenleitung angefordert werden. Für jede Unterstützung sei an dieser Stelle ganz herzlich gedankt. Die Geldgeber werden im nächsten Jahresbericht und Newsletter erwähnt und verdankt.

Kontaktadresse

Reto Solèr
Kampagnenleiter | Chef de campagne
Kampagne «Respektiere deine Grenzen» | Campagne „Respecter, c'est protéger“
c/o Schweizer Alpen-Club SAC, Monbijoustrasse 61 | Postfach | CH-3000 Bern 23
+41(0)31 370 18 52 +41(0)79 628 16 03
reto.soler@respektiere-deine-grenzen.ch | www.respektiere-deine-grenzen.ch