



**Impressum**

Redaktion: Reto Solèr, Kampagnenleiter «Respektiere deine Grenzen»  
 Verteiler: Patronat, Trägerschaft, Partner, Geldgeber, weitere Interessierte laut Verteiler  
 Kontakt: [info@respektiere-deine-grenzen.ch](mailto:info@respektiere-deine-grenzen.ch)  
[www.respektiere-deine-grenzen.ch](http://www.respektiere-deine-grenzen.ch)

**Inhalt**

Impressum ..... 1  
 Inhalt ..... 1  
 Meilensteine ..... 1  
 Sensibilisierungsmassnahmen Outdoor-Branche ..... 2  
 Sensibilisierungsmassnahmen Tourismus-Branche ..... 3  
 Öffentlichkeitsarbeit und Medien ..... 4  
 Räumliche Kennzeichnung ..... 5  
 Ergänzende Massnahmen ..... 5  
 Interna ..... 6  
 Kontaktadresse ..... 6

2009 bis 2011	Meilensteine
Oktober 2009	Lancierung der Website «Respektiere deine Grenzen»
Oktober 2009	Leporello, Plakat und Give-aways für Outdoor-Branche
1. Dezember 2009	Medienkonferenz zur Lancierung der Kampagne
9. Juni 2010	Retraite Kampagnenausschuss und Kampagnenteam
September 2010	Karten Tiertafeln und Leporello neu
Oktober 2010	Schulungsmappe für die Outdoor-Branche
Oktober 2010	Businessplan und Organisationreglement liegen vor
Oktober 2010	Räumliche Kennzeichnung in diversen Kantonen
17. Dezember 2010	Medienexkursion zu den Wildruhezonen auf der Webplattform
Herbst 2011	Kooperation mit Seilbahnen Schweiz und Schweizer Tourismusverband
Herbst 2011	Commitments mit Unternehmen der Outdoor-Branche
Herbst 2011	Redesign mit neuem Emblem

## Sensibilisierungsmassnahmen Outdoor-Branche

### Commitment

Interessierte Unternehmen aus der Outdoor-Branche (Fachgeschäfte, Bergsportschulen, Schneeschuhimporteure) können in diesem Winter wiederum eine Partnerschaft mit der Kampagne eingehen. Dabei unterzeichnet das entsprechende Unternehmen das *Commitment für mehr Natur* und engagiert sich mit geeigneten Massnahmen für einen *Schneesport mit Rücksicht*. *Partner für mehr Natur* werden mit geeigneten Hilfsmitteln unterstützt, damit sie ihre Multiplikatorenrolle optimal umsetzen können. Unterzeichnende Unternehmen ...

... informieren ihre Kunden und Gäste über die 4 Verhaltensregeln und klären sie über deren Sinn auf;

... richten sich bei eigenen Aktivitäten nach den 4 Verhaltensregeln und sind so ein positives Vorbild;

... unterstützen die Kampagne zusätzlich mit geeigneten Massnahmen.

Bis Ende Oktober 2011 unterzeichneten 15 Unternehmen von 67 angefragten das Commitment. Zusammen mit den bereits bestehenden Partnerschaften sind diese auf der Website von „Respektiere deine Grenzen“ aufgeschaltet. Allen Partnern steht die überarbeitete Schulungsmappe, eine Schulung durch RdG, Leporellos, Hangtags, Kleber und weiteres Kommunikationsmaterial kostenlos zur Verfügung. Mit diesen Massnahmen werden die Mitarbeitenden in den Bergsportgeschäften oder bei Schneetouren befähigt, die Kunden und Gäste zu informieren.

Unternehmensart	Oktober 2011	2010/2011	2009/2010
Outdoor-Sportgeschäfte (-ketten)	4 (davon 3 Ketten mit diversen Filialen)	1 (6 Filialen)	3 (11 Filialen)
Bergsportschulen/Wanderleiter/ Bergführer	9	4	8
Schneeschuh-Importeure	6	3	5

### Schulung

Für die Schulung haben die Kampagnen-Verantwortlichen eine Schulungsmappe geschaffen, um den Mitarbeitenden der Outdoor-Branche 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. Auch für den Winter 2011/2012 sind zwei Schulungsanlässe und nach Bedarf mehr geplant. Grosse Unternehmen wie beispielsweise Bächli und Eiselin haben bereits im Winter 2010/2011 eine Schulung in Anspruch genommen.

### Auszeichnungen

Wie schon im Herbst 2010 haben Importeure von Schneeschuhen verschiedener Hersteller den Hangtag der Kampagne bezogen, was mit wenig Aufwand einen hohen Multiplikationseffekt nach sich zieht. Gut 18'000 Schneeschuhe wurden bis Oktober 2011 mit dem Hangtag versehen. Nachstehend sind die wichtigsten Facts and Figures in Bezug auf die Outdoor-Branche für die Winter 2009/2010 und 2010/2011 aufgelistet:



Abb. 2: Hangtag

Massnahme	2010/2011	2009/2010	Summe
Hangtags an Verpackungen	5'000	3'500	8'500
Kleber auf Verpackungen	16'000 (0)*	25'000	41'000
Lunchsäcke abgegeben	1'500	600	2'100
Lippenstifte abgegeben	600	3'800	4'400
Hangneigungsmesser	1'000	2'700	3'700
Broschüre Partnerpaket	100	-	100
Schulung	1 für alle Interessierte	15 (bei Anbietern)	16
Präsenz an Event	1 Festiraquette	2	3
Präsenz mit Infomaterial an Events	27 Coop-Events 12 (v.a. Romandie)	1	40
Verteilte Leporello (Flyer)	12'000	Rund 80'000	92'000
Schulungsmappen abgeben	21 Stk.	21 Stk.	42

Zahlen für den Winter 2011/2012 liegen im April 2012 vor.

## Sensibilisierungsmassnahmen Tourismusbranche

### Schweizer Tourismus-Verband und Seilbahnen Schweiz

Im Herbst 2011 haben die Kampagnen-Verantwortlichen sowohl mit dem Schweizer Tourismus-Verband STV wie auch mit dem Verband Seilbahnen Schweiz (SBS) Vereinbarungen für Kooperationen getroffen. Die SBS sind neu auch Mitglied der Trägerschaft der Kampagne. Über die Informationskanäle dieser Verbände können unter anderen Tourismusorganisationen sowie Seilbahnstationen und Skigebiete mit den Kommunikationsmitteln der Kampagne bedient werden. Geplant sind insbesondere der Einsatz von Plakaten, die nach Zielpublikum ausdifferenziert sind, sowie der Einsatz von Standbildern auf Screens mit den drei Bildsujets „Skitourenfahrer“, „Schneesuhgänger“ und „Freerider“. Auf der Website des STV ist bereits eine Unterrubrik zur Kampagne aufgeschaltet, zudem ist ein Beitrag im Bulletin von November 2011 erschienen. Ins Auge gefasst wird eine halbtägige Informationsveranstaltung für die Mitglieder des STV.

### Schulungs-Massnahmen

Im Rahmen der Kampagne werden ab Dezember 2011 die Schulungsmaterialien für Ausbildungskurse im Bereich Outdoor-Sport weiterentwickelt, damit diese auch für die Tourismusbranche eingesetzt werden können. Diese Materialien haben zum Ziel, prägnant und kompakt über die Thematik Schneesport-Wildtierschutz zu informieren.

### Romandie

Die Kampagnenleitung ist zurzeit auf der Suche nach einem Mandatsträger/in in der Romandie, welche den Outdoor-Bereich analog zur Deutschschweiz übernimmt und bei den touristischen Sensibilisierungsmassnahmen unterstützend wirkt. Im Winter 2010/2011 war die Kampagne zusammen mit dem Schweizer Alpen-Club an 12 Schneesuh-Events in der Romandie mit Werbepanden und Leporellos vertreten. In Zusammenarbeit mit dem SAC hat die Kampagne einen Wettbewerb aufgegleist und Inserate der Kampagne bei der Werbung integriert. Diese Aktivitäten werden im Winter 2011/2012 im gleichen Rahmen fortgeführt, zusätzlich mit einer verstärkten personellen und visuellen Präsenz vor Ort.

## Öffentlichkeitsarbeit und Medien

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

Seit dem 20. Oktober 2011 ist die inhaltlich und im Design überarbeitete Website [www.respektiere-deine-grenzen.ch](http://www.respektiere-deine-grenzen.ch) online. Mit dem neuen Erscheinungsbild und Emblem steht der Schneesporttreibende verstärkt im Zentrum und die wichtigste Botschaft, die vier Regeln, sind nunmehr auf der Einstieg-Site prominent platziert. Im Hinblick auf den Winter 2011/2012 haben die Kampagnen-Verantwortlichen bestehende „technische Kinderkrankheiten“ behoben und die Verständlichkeit der Informationen zu den Schutzgebieten wie auch zu den Wildtieren verbessert. Neben den Daten zu den aktuellen Wildruhezonen und Wildschutzgebieten beinhaltet das Portal nach wie vor auch Informationen zur Planung von naturverträglichen Wintertouren. Der Kartenlayer mit den Zonen wird zweimal jährlich aktualisiert, damit Schneesportlerinnen und -sportler wissen, wo sie sich bewegen dürfen und wo nicht.



### Datensatz Wildruhezonen und Wildschutzgebiete

Die interaktive Karte der Wildruhezonen und Wildschutzgebiete bildet ein zentrales Angebot auf dem Kampagnenportal. Das Bundesamt für Umwelt bereitet für Mitte Dezember die Aktualisierung des Datensatzes in Zusammenarbeit mit den Kantonen vor. Ein im Sommer 2011 gemeinsam erarbeitetes Datenmodell gibt vor, welche Angaben zu jeder Wildruhezone minimal nötig sind, damit für die Freizeitnutzer eine einfache und rasche Information möglich ist. Damit soll die Benutzerfreundlichkeit der beiden Portale [www.respektiere-deine-grenzen.ch](http://www.respektiere-deine-grenzen.ch) und [www.wildruhezonen.ch](http://www.wildruhezonen.ch) weiter verbessert werden.

### Informations- und Kommunikationsmittel

Der siebenteilige Leporello enthält seit 2010/2011 verstärkt Informationen zu den Wildtieren. Als Zusatznutzen werden nach wie vor Informationen zur Tourenplanung darin vermittelt. Der Leporello wurde im Oktober 2010 in einer Auflage von 135'000 Exemplaren in deutscher und 23'000 in französischer Sprache produziert. Für den Winter 2011/2012 erscheint der Leporello im neuen Erscheinungsbild. Bereits wurden im November über einen Versand in der Romandie 18'000 Adressen beliefert und dem nächsten Magazin „Umwelt“ des Bundesamtes für Umwelt wird der Leporello in Heftform beigelegt sein (47'000 d / 18'000 f).

Das Set «Tiertafeln» 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. Laminiert (wasserfest, knitterstabil), in A5 Plastik-Einsteck-Etui. Neu sind diese auch auf der Website aufgeschaltet.

Über folgende weitere Kommunikationsmittel verfügt die Kampagne:

- A2- und F4-Plakate gedruckt und in elektronischer Form (deutsch und französisch);
- Kurz-Video zum Herunterladen;
- Schulungsdokumentation zum Herunterladen (deutsch und französisch);
- Logos/Emblem der Kampagne in verschiedenen Ausführungen (deutsch und französisch);
- Banner und Inserate auf Anfrage;
- Gadgets: Kleber, Jasskarten (neu für 2011/2012); Buff-Bänder (neu für 2011/2012).

Um die Zielgruppen Skitourenfahrer, Schneeschuhläufer und Freerider noch gezielter ansprechen zu können, wird im Dezember 2011 ein Fotoshooting im Gelände zu den drei Zielgruppen durchgeführt. In der Folge kann beispielsweise auf Screens oder mit den Plakaten differenziert das jeweilige Zielpublikum angesprochen werden.

## Räumliche Kennzeichnung

Die Kampagne «Respektiere deine Grenzen» unterstützt die Kantone durch vorgefertigte Tafeln mit Verhaltensregeln bei der räumlichen Kennzeichnung empfohlener Wildruhezonen. Auch bei rechtskräftigen Wildruhezonen bietet die Kampagne über eine Zusatzmarkierung mit dem Emblem «Respektiere deine Grenzen» eine Verbindung zu den Sensibilisierungsmassnahmen. Verantwortlich für die Beratung der Kantone sind zwei Regionalkoordinatoren, die diese Aufgabe im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt wahrnehmen.

**Kontakt:**

Anne-Laure Müller	Sven Wirthner
Romandie	Deutschschweiz
<a href="mailto:anne-laure.mueller@fr.ch">anne-laure.mueller@fr.ch</a>	<a href="mailto:sven.wirthner@fornat.ch">sven.wirthner@fornat.ch</a>
Tel. 026 305 23 68	Tel. 043 244 99 60

Die Kantone GR und VS werden die Zusatzmarkierung mit dem Emblem „Respektiere deine Grenzen“ im 2011 auf weitere rechtskräftige Wildruhezonen ausdehnen. Die Kantone AR und AI werden die Wildruhezonen südliches Appenzellerland und das Jagdbanngebiet Säntis gänzlich neu beschildern, auch hier konnte „Respektiere deine Grenzen“ platziert werden.

## Ergänzende Massnahmen

### Erweiterung Trägerschaft

Neu sind im Herbst 2011 der Schweizer Bergführerverband und die Seilbahnen Schweiz der Trägerschaft der Kampagne beigetreten. Damit ist die Trägerschaft mit wichtigen Akteuren aus der Tourismus-Branche ergänzt worden.

*Die bisherigen Träger sind:*

- Bundesamt für Sport BASPO
- Bundesamt für Landestopografie swisstopo
- Jagd- und Fischereiverwalterkonferenz JFK der Kantone
- JagdSchweiz
- Schweizer Wanderwege
- Naturfreunde Schweiz
- Schweizer Vogelschutz SVS/BirdLife Schweiz
- Pro Natura
- WWF Schweiz
- Seilbahnen Schweiz SBS
- Schweizer Bergführerverband
- Arbeitsgemeinschaft für den Wald AfW

*Fachpartner sind:*

- WSL - Institut für Schnee und Lawinenforschung SLF
- bfu – Beratungsstelle für Unfallverhütung
- neu: Schweizer Tourismus-Verband

*Das Patronat setzt sich zusammen aus:*

- Bundesamt für Umwelt BAFU
- Schweizer Alpen-Club SAC

### 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 der 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 aus der Outdoor-Branche. Neu auf den Winter 2011/2012 dazugekommen als Fachpartner ist der Schweizer Tourismus-Verband (STV). Als Dachorganisation des Schweizer Tourismus bietet sich der Kampagne die Möglichkeit, die Tourismus-Akteure in der Schweiz flächendeckend zu erreichen.

### **Evaluation und allfällige Weiterführung der Kampagne**

In Zusammenarbeit mit dem ETH-Institut für Wald, Schnee und Landschaft WSL wird eine Masterarbeit mit einer repräsentativen Umfrage im Winter 2011/2012 durchgeführt. Ergänzend klinkt sich die Kampagne Anfang 2012 und 2013 bei einer gesamtschweizerischen Umfrage ein, was schon 2010 stattgefunden hat. Damit kann der Bereich „Outcome“ der Kampagnen-Evaluation abgedeckt werden. Ergänzend wird der „Output“ der Kampagne jedes Frühjahr mit Erhebungen evaluiert. Der Bericht zur Evaluation wird eine wichtige Grundlage für den Entscheid über eine Weiterführung der Kampagne sein. Dazu findet im März 2012 ein erster interner Workshop statt und in der Folge ein öffentliches Forum am 26. April.

## **Interna**

### **Redesign**

Parallel zur Planung der weiteren Kommunikationsmassnahmen bis 2013 haben die Kampagnen-Verantwortlichen ein Redesign des Erscheinungsbildes eingeführt. Dabei wurde auf den bestehenden Grundlagen 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 Herbst 2011 kommen alle Informations- und Kommunikationsmittel wie auch die Website in einem neuen „Kleid“ daher.

### **Finanzen**

Von November 2008 bis November 2011 wurden insgesamt 329'000 Franken für die Kampagne generiert und in Massnahmen umgesetzt. Um die Sensibilisierungs-Massnahmen bis Mitte 2013 zu ermöglichen, hat die Kampagnenleitung weitere Mittel im Umfang von Fr. 217'000 generiert (Stand Oktober 2011). Zu danken ist insbesondere den Kantonen, der MAVA-Stiftung, der Transa Backpacking AG und den Trägerorganisationen. Einen grossen Teil tragen auch das Bundesamt für Umwelt und der Schweizer Alpen-Club bei.

### **Businessplan und Organisationsreglement**

Grundlage der Massnahmen bis Mitte 2013 bildet nach wie vor der im Herbst 2010 durch die Kampagnenleitung erarbeitete Businessplan, der inhaltliches und finanzielles Planungsinstrument für den Zeitraum 2011 bis 2013 ist. Im Organisationsreglement sind die Funktionen, Aufgaben und Kompetenzen von Patronat, Träger oder Partner definiert.

### **Kampagneninterne Kommunikation**

Anlässlich von mehreren Sitzungen haben der Steuerungsausschuss und das Kampagnenteam die Planung 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. Im Dezember 2011 werden alle neue Kommunikationsmittel und Arbeitspapiere auf dem Intranet „Share“ der Kampagne aufgeladen.

## **Kontaktadresse**

Reto Solèr

Kampagnenleiter | Chef de campagne

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