



Kampagne «Respektiere deine Grenzen» RdG

Newsletter

Juli 2015

Patronat und Trägerschaft

Patronat

-Bundesamt für Umwelt BAFU

-Schweizer Alpen-Club SAC

Trägerschaft

-Arbeitsgemeinschaft für den Wald

-Schweizer Bergführerverband

-Bundesamt für Sport

-Schweizer Vogelschutz/BirdLife Schweiz

-Jagd- und Fischereiverwalterkonferenz

-Schweizer Wanderwege

JFK der Kantone

-Schweizerische Vogelwarte Sempach

-JagdSchweiz

-Seilbahnen Schweiz

-Liechtensteiner Amt für Umwelt

-Swiss-Ski

-Mountain Wilderness Schweiz

-SwissSnowshoe

-Naturfreunde Schweiz

-Swiss Snowsports Association

-Netzwerk Schweizer Pärke

-swisstopo

-Pro Natura

-Verband Schweizer Wanderleiter

-Schneesuh-Verband Schweiz

-WWF Schweiz

Fachpartner:

-WSL - Institut für Schnee und Lawinenforschung SLF

-bfu – Beratungsstelle für Unfallverhütung

-Schweizer Tourismus-Verband

Impressum

Redaktion: Reto Solèr, Kampagnenleiter «Respektiere deine Grenzen»
c/o Schweizer Alpen-Club SAC, Monbijoustrasse 61 | Postfach | CH-3000 Bern 23

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

Kontakt: reto.soler@respektiere-deine-grenzen.ch
www.respektiere-deine-grenzen.ch / www.respect-wildlife.ch
+41(0)31 370 18 52 +41(0)79 628 16 03

Inhalt

Kurzbericht Winter 2014/15

| | |
|---|---|
| Sensibilisierungsmassnahmen Freeriding..... | 2 |
| Sensibilisierungsmassnahmen Skitourenfahrer und Schneesuhläufer | 3 |
| Sensibilisierungsmassnahmen Multiplikatorengruppen | 4 |
| Evaluation | 5 |

Kurzbericht Winter 2014/15

Der ausführliche Bericht kann bei der Kampagnenleitung bestellt werden kann. Dieser enthält weiterführende Aussagen und Zahlen zum Output der Kampagne und zu den Resultaten der Evaluation. Der Bericht zum Winter 2014/15 richtet sich nach den Zielen des Businessplans für die zweite Kampagnenphase 2013 – 2016.

Sensibilisierungsmassnahmen Freeriding

Die Dialoggruppe der Freerider wurde im Winter 2013/14 zum ersten Mal in vier Pilotregionen durch die RdG-Kampagne angesprochen. Im Winter 2014/15 haben die Kampagnenverantwortlichen die Massnahmen ausgebaut. Dabei kamen neu folgende Kommunikationsprodukte zur Anwendung:

Englische Leporello und Plakate

Hinsichtlich der Fokussierung auf die Dialoggruppe der Freerider haben die Kampagnenverantwortlichen die Leporello und Plakate in einer englischen Fassung herausgegeben. Ebenso wie bei der deutschen und französischen Fassung sind auf der Rückseite des Leporellos Tierportraits und Tierspuren als zusätzlicher Mehrwert enthalten.

Spezifische Kommunikationsprodukte

- **Videospot** (zwei Versionen mit einer Länge von 14 Sek. und 44 Sek.): Konfliktsituationen und Versöhnungsszenen zwischen Freeridern und den Wildtieren stehen im Zentrum. Siehe www.respect-wildlife.ch
- **Micro-Website**: Die dreisprachige Micro-Website www.respect-wildlife.ch ist die Informationsplattform für die Freerider.
- **Emblem/Slogan**: [respect-wildlife.ch](http://www.respect-wildlife.ch) beinhaltet die Kernbotschaft. Je nach Anwendung wird „Ride wild“ beigefügt.

Output in 12 Destinationen (nachstehend sind stellvertretend drei davon aufgeführt)

- | | |
|------------------|---|
| Flims-Laax | <ul style="list-style-type: none">- Im TV-Infokanal lief der Videospot 24 Stunden am Tag und wurde somit in Hotels und Ferienwohnungen ausgestrahlt.- Auf dem Bildschirm im Bergrestaurant „Crap Sogn Gion“ wurde der Clip sporadisch aufgeschaltet.- Leporellos wurden an den Talstationen Flims und Laax, in Sportgeschäften sowie in einigen Kaffees und Bars aufgelegt. |
| Andermatt-Sedrun | <ul style="list-style-type: none">- Der Videospot wurde an der Mittelstation der Gemsstockbahnen gezeigt.- Auf Facebook wurde der Videospot anfangs Saison geteilt und auf respect-wildlife.ch aufmerksam gemacht.- Leporellos wurden an den Talstationen der Bergbahnen von Andermatt und |

Sedrun sowie bei den Stationen der Rhätischen Bahn (Dieni und Nätschen) aufgelegt.

- Verschiedene Bars und Bergsportgeschäfte haben Leporellos und Plakate platziert.

Lenzerheide

- Der Videospot wurde an der Talstation, in den Gondeln sowie dem Bergrestaurant ausgestrahlt.
- Die Bergbahnen Lenzerheide haben die Leporellos an die Tourismusbüros Churwalden, Parpan, Valbella, Lenzerheide und Lantsch verteilt. Zusätzlich wurden auch Hotels und Sportgeschäfte bedient.
- In einem grossen Teil der Skigebiete wurden die Leporellos an der Talstation, Mittelstation und den Bergrestaurants aufgelegt.

Vergleichbare Massnahmen erfolgten in folgenden Freeriding-Destinationen: Grindelwald, Lötschental, Saas-Fee, Zermatt, Maloja, St. Moritz, Davos-Klosters, Disentis.

Social Media

Die RdG-Kampagne hat mit dem Fokus auf die Dialoggruppe der Freerider auch einen Schritt in die Kanäle der Sozialen Netzwerke gemacht. Neu haben die Kampagnenverantwortlichen eine eigene Seite auf Facebook lanciert: www.facebook.com/respectwildlifech. Diese verzeichnete bis Ende April 2015 1'188 Fans.

Sensibilisierungsmassnahmen Skitourenfahrer und Schneeschuhläufer

RdG-Website mit englischer und italienischer Kurzfassung

Seit Dezember 2014 ist eine Zusammenfassung in italienischer und englischer Sprache auf dem RdG-Portal aufgeschaltet: www.respektiere-deine-grenzen.ch. Neu wurde im Winter 2014/15 auch ein Eventkalender publiziert, der es den Besuchern erlaubt, einen Überblick über Schneetouren mit Schwerpunkt „Wildtiere“ zu erhalten.

Datensatz interaktive Karte neu auch im Offline-Modus

Die interaktive Karte der Wildruhezonen und Wildschutzgebiete bildet ein zentrales Angebot auf dem RdG-Webportal. Neu besteht volle Kompatibilität mit Mobiltelefonen und die Karten können offline auf mobilen Geräten verwendet werden. 10x10 Kilometer grosse Perimeter können bis im Massstab 1:25'000 im Online-Modus heruntergeladen werden und sind so im Gelände ohne Empfang verfügbar.

Bildschirme bei Seilbahnstationen und in Postautos

Vom 1. Dezember 2014 bis 31. März 2015 wurden auf insgesamt **38 Screens** in folgenden Seilbahnstationen Standbilder mit den vier Regeln ausgestrahlt:

- Bern: Engstigenalp-Adelboden, Elsigentalp-Frutigen
- Ostschweiz: Pizol, Disentis, Sedrun, Braunwald, Elm
- Wallis: Saas-Grund
- Zentralschweiz: Andermatt, Dallenwil-Wirzweli, Engelberg-Brunni, Engelberg-Trübsee-Titlis, Sattel-Hochstuckli, Pilatus, Schwyz-Stoos-Fronalpstock, Sörenberg

Im öffentlichen Verkehr, insbesondere in Postautos, erfolgte die Ausstrahlung an Wochenenden und Feiertagen zwischen dem 20. Dezember und 29. März (58 Tage) auf insgesamt **608 Doppelbildschirmen**, wodurch etwa 8.5 Millionen Fahrgästen erreicht wurden. Die Standbilder und Videospots wurden insgesamt 658'221 Mal ausgestrahlt und das in folgenden Regionen: Berner Oberland, Glarus, Graubünden, Wallis, Ost- und Zentralschweiz.

Distribution

Der Versand von Plakaten und Leporello an Freerider, Schneeschuhläufer, Skitourenfahrer sowie an die Multiplikatorengruppen Tourismus und Outdoor erfolgt durch das Bundesamt für Bauten und Logistik, während die Give-Aways (Jasskarten, Kleber, Hangneigungsmesser) durch Mitarbeitende mit Beeinträchtigungen der Band AG verpackt werden.

Ausgelieferte Kommunikationsprodukte im Winter 2014/15

| Kommunikationsprodukte | deutsch | französisch | englisch |
|-----------------------------|---|---------------------|----------|
| Flyer (Leporello) | 33'300 | 22'000 | 13'500 |
| Plakate (A2 und F4) | 210 | 360 | 110 |
| Jasskarten | dt. Spiel 550 Sets frz. Spiel 750 Sets | frz. Spiel 330 Sets | |
| Kleber (Selbstklebesticker) | 3'500 | 1'800 | |
| Hangneigungsmesser | 3'300 | 1'900 | |

Sensibilisierungsmassnahmen über die Multiplikatorengruppen

Outdoor-Branche

Im Rahmen der persönlichen Betreuung wurden auf Jahresbeginn und auf Ende April, Schreiben an alle bestehenden Partnerschaften aus der Outdoor-Branche versendet und bei Bedarf telefonisch nachgefasst. Damit wurden die Partner aktiviert, über Aktualitäten der Kampagne aufgeklärt und der Bestand an Materialien abgefragt. **Alle Filialen von Bächli, Transa und Eiselin** haben die gewünschte Anzahl der Kampagnenmaterialien erhalten. In den entsprechenden Geschäften der Stadt Bern wurde die Präsenz überprüft – in allen Filialen waren die Kommunikationsprodukte aufgelegt. Zusätzlich hat das Unternehmen **Salewa**, RdG-Leporellos neu in allen Schweizer Läden aufgelegt.

Tourismus-Branche und Schweizer Pärke

In der Tourismus-Branche haben sich die Kampagnenverantwortlichen auf Regionen fokussiert, in denen viele Wildruhezonen liegen. Rund **30 Tourismus- und Bergbahn-Organisationen** wurden direkt kontaktiert und auf die Kampagne und die Informationsmaterialien aufmerksam gemacht.

Wie bereits im vorherigen Kampagnenwinter wurde die Zusammenarbeit zwischen der Kampagne und den regionalen Naturpärken gesucht und wo möglich verstärkt. In der Zwischenzeit haben **alle für die Kampagne relevanten Pärke** ein Commitment mit RdG abgeschlossen, womit die regionalen Naturpärke teilweise die Distribution in ihrem Gebiet direkt übernehmen.

Commitment

Ein Commitment-Partner verpflichtet sich zur Einhaltung und Kommunikation der vier Regeln von RdG. Das Partnerpaket beinhaltet unterschiedliche Sensibilisierungsmassnahmen, die von den Unternehmen individuell ausgewählt werden können. Mit Stand von Mai 2015 wurden insgesamt **251 Partnerschaften** gezählt. Die einzelnen Unternehmen sind bei der Rubrik Partner auf respektiere-deine-grenzen.ch angeführt.

Veranstaltungen

An insgesamt **19 Events** konnten Materialien aufgelegt und / oder der Videospot ausgestrahlt werden. Durch die Teilnahme an grossen, für die Outdoor-Branche bedeutenden Anlässen, wie der Warren-Miller-Tour und der Banff-Tour, konnte im Vergleich zum Vorjahr eine grössere Sichtbarkeit erreicht werden. Weiter war die Kampagne an einem Event von Transa und sieben von Salewa mit Kommunikationsmitteln präsent.

Resultate der Evaluation

Repräsentative Online-Umfrage Freeriding

Kurz vor dem Start der Freerider-Kampagne hat die Firma demoscope im Januar 2014 bei 400 Freeridern eine Online-Umfrage durchgeführt. Ende März 2015 wurde diese mit einer repräsentativen Befragung von 420 Freeridern wiederholt.

Die wichtigsten Resultate in Kurzform sind:

- Problemerkennung wächst : 2014: 19% / 2015: 27%
- Bekanntheit RdG gestiegen: 2014: 53% / 2015: 62%
- Akzeptanz Slogans steigt : 2014: 29% / 2015: 32%
- Verzicht auf Variantenabfahrt bleibt: 2014: 51% / 2015: 50%
- Jeder zweite Freerider zeigt sich sicher, dass er oder sie zukünftig auf eine attraktive Abfahrt verzichten würde, wenn diese durch eine bekannte Wildruhezone führt.

Die Kampagne «Respektiere deine Grenzen» steht unter dem Patronat des Bundesamtes für Umwelt BAFU und des Schweizer Alpen-Club SAC.

www.respektiere-deine-grenzen.ch – www.respect-wildlife.ch