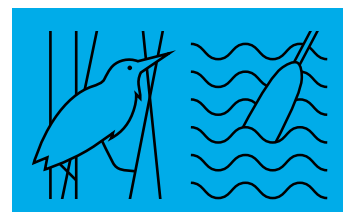




Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» Sommer 2022



Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Hintergrund und Ausgangslage

Das Bedürfnis nach dem Erleben von Natur 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.

Wassersport auf Schweizer Seen

Damit sich Wassersportlerinnen und Wassersportler naturverträglich verhalten und die Natur in vollen Zügen und ohne Konflikte geniessen können, führt der Verein «Natur & Freizeit» seit dem Sommer 2020 mit seinen → [Mitgliederorganisationen](#) die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» durch.

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 Sport- und Freizeitaktiven zu einem naturschonenden und wildtierfreundlichen Verhalten motiviert.

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 (Multiplikatoren). 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.

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



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. Neu stehen seit dem Sommer 2022 Social-Media-Inhalte zur Verfügung: → www.natur-freizeit.ch/social-media-wasser

Dialog mit Stakeholdern

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

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. 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.



Testimonialvorlage für Online-Medien



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

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 Türlerseersee zu den Anliegen der Kampagne informiert. Dabei wurden die Resultate der Evaluation 2020 berücksichtigt und zur Optimierung der Kampagne beigezogen. Dieses Mal durch die Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL wurde erneut eine Evaluation durchgeführt. Im Fokus stand dabei der Outcome (Einstellungen, Verhaltensabsichten, Verhaltensweisen) und der Outtake (Verständlichkeit und Kanäle der eingesetzten Kommunikationsmittel).

Die Kampagne im Sommer 2022

Neben den vier Zürcher Seen und dem Lac Léman wurde die Kampagne neu auch am Bielersee, Zugersee und Sihlsee durchgeführt, im Auftrag der jeweiligen Kantone Bern, Zug und Schwyz. Basierend auf den Ergebnissen der Evaluationen haben die Kampagnenverantwortlichen in Zusammenarbeit mit den Multiplikatoren die Plakatierung an den Seen sowie die Interaktion über die Social-Medien-Kanäle intensiviert.

Die Kampagne neu am Zugersee

Im Auftrag des Kantons Zug konnte die Sensibilisierung neu auch am Zugersee durchgeführt werden. Die Stadt Zug ihrerseits hat im August 2022 entlang der Seepromenade sieben Standorte mit den Plakaten «Aufs Wasser mit Rücksicht» ausgerüstet und zwar mit grossformatigen F4 – darunter so zentrale Standorte wie das Brüggli, der Europakreisel und das Alpenquai. Analog zum Bielersee und Greifensee, wurden auch am Zugersee Social-Media-Inhalte für die Kampagne produziert: → www.natur-freizeit.ch/zugersee



Plakatkampagnen
am Zuger- und
Sihlsee



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. Davon betroffen ist die Tier- und Pflanzenwelt im Lebensraum Wasser gleichermaßen.

Vielerorts ist ein Nebeneinander möglich zwischen Mensch und Natur. 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 ungeeignere Lebensräume aus. Flüchtende Vögel verlieren viel Energie, die besonders im Winter knapp ist. Die Wildtiere brauchen deshalb Naturräume, wo sie ungestört sind.

Dialoggruppen: 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 wildtier-schonendes 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.



Testimonial zur Social-Media-Kampagne am Zugersee

Message

In Zusammenarbeit mit den relevanten Stakeholdern aus dem Wassersport und den Naturschutzorganisationen sowie der öffentlichen Hand sind anlässlich von drei nationalen und zwei regionalen Workshops in den Jahren 2019 und 2020 folgende Verhaltensempfehlungen kreiert worden:

Vier Verhaltensempfehlungen von «Aufs Wasser mit Rücksicht»

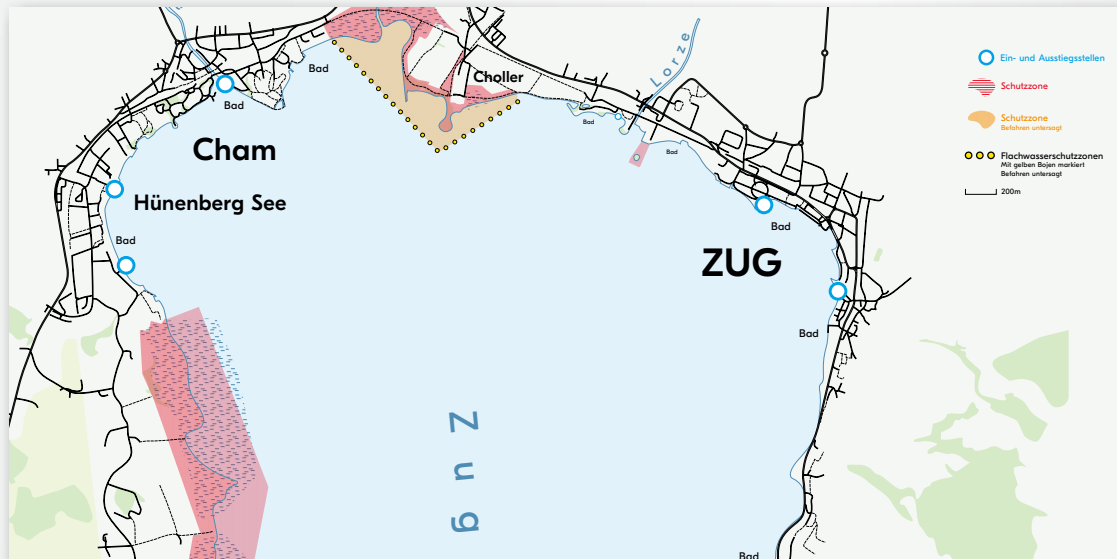
1.
Abstand halten zum Schilf.
Wo immer möglich 100 Meter. Im Schilf brüten und verstecken sich viele Vögel.
2.
Abstand halten zu Kiesinseln und Sandbänken.
Nach Möglichkeit 100 Meter oder mehr. Hier rasten und brüten viele Vögel oder suchen Nahrung.
3.
Im Herbst und Winter keine Gewässerabschnitte mit 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.



→ [Verhaltensempfehlungen](#)

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

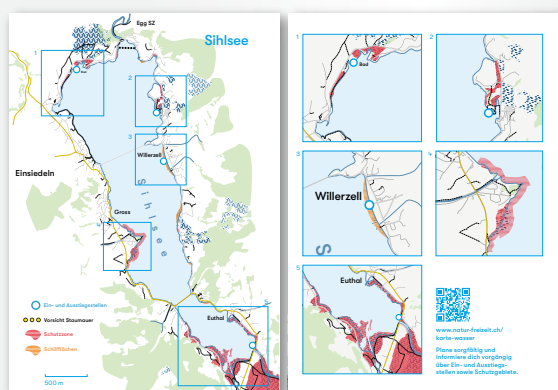


Ausschnitt aus der Karte mit den Schutzgebieten am Zugersee

Mittels dialoggruppenspezifischer Informationen ermöglicht die Kampagne Verhaltenssicherheit. Zu diesem Zweck enthalten die Leporellos Karten zu den Seen mit den Schutzgebieten sowie den Ein- und Ausstiegstellen. Unnötige Störungen von Wildtieren werden somit vermieden und die Wassersportaktivitäten können das Naturerlebnis in vollen Zügen geniessen.

Dabei wird folgende Strategie verfolgt:

- Zielgruppenspezifische Sensibilisierung der Dialoggruppen
- Verhaltensrelevante Informationen (evidenz-basierter Ansatz)
- Wissensvermittlung und Wissenstransfers bei den Multiplikatoren
- Stakeholder-Dialoge, inklusive der Kantone und Gemeinden sowie Vernetzung
- Wissenschaftliche Evaluation



Zwei Seiten aus dem Leporello zum Sihlsee

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-, Türlensee oder dem Bielersee, wird die kampagneneigene Präsenz vor Ort mit der Ranger-Leitung abgestimmt.

Ziel ist es, dass an möglichst allen Seen mindestens eine Akteurin aus dem Wassersport die Funktion als Botschafter 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 630 Kontaktadressen aus Wassersport-, Freizeit-, Outdoor- und Tourismusbranche sowie dem Naturschutz und den Kantonen sowie Gemeinden an den involvierten Seen.

Kategorie Outdoor-Branche (Wassersport)

Tourenanbieter: 5
Sport-Club/Verein: 77
Tourismus: 15
Hotel & Gastro: 9
Fachhandel: 46
Grosshandel: 9

Kategorie öffentliche Hand

Verwaltung Kantone und Gemeinden: 104
Seebad: 43
Camping: 10
Hafen: 4
Wildhüter: 3

Kategorie Non-Profit-Organisationen (inklusive Mitglieder N&F): 94

Kategorie Online

Online: 14

Kategorie Diverse

Weitere Wassersport-relevante Körperschaften: 114

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



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

Schweizerischer Fischerei-Verband,
Schweizerische Vogelwarte Sempach,
Schweizerischer Wildhüterverband,
Swiss Rangers.



Ranger als Botschafter
am Greifensee

Material und Distribution

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

Von Ende Juni bis anfangs September 2022 hat das Kampagnenteam in der Deutschschweiz an acht Seen folgende Sensibilisierungsarbeit (Output) geleistet:

Vom Plakat (A2/A3/F4) mit den vier Verhaltensempfehlungen wurden im Sommer 2022 rund 200 Exemplare verteilt und aufgehängt, in deutscher und französischer Sprache, vom Leporello rund 5'100 Exemplare.

Dialogerinnen: Unterwegs für die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht»

Unsere beiden Dialoger Lea und Simon haben im Juli und August bei schönem Wetter an stark frequentierten Einwasserungsstellen verschiedener Seen (Zürichsee, Greifensee, Pfäffikersee, Türlensee, Zugersee, Sihlsee und Bielersee), Leporellos, Kleber und BoardTags (zur Beschriftung der SUP-Boards), verteilt. Dabei haben sie unter anderem über die Wasservögel informiert, die sich in den Schilfgürteln der Seen und auf Sandbänken aufhalten, wie auch zu den vier diesbezüglichen Verhaltensempfehlungen.



KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



6 138 Nutzende 17 070 Seitenaufrufe

Juni bis September 2022

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

Das kampagneneigene Webportal:

→ www.natur-freizeit.ch/wasser dient als zentrale Informationsdrehscheibe. Zu den einzelnen Seen ist unter → www.natur-freizeit.ch/karten-seen die Karte mit den Schutzgebieten ersichtlich, ergänzt mit Informationen und Ansprechstellen.

Aufgewertet worden ist das Webportal mit der neuen Rubrik:

→ <https://natur-freizeit.ch/social-media-wasser>.

Hier können die Social-Media-Inhalte durch die Partner direkt heruntergeladen, weiter verwertet und vertrieben werden.

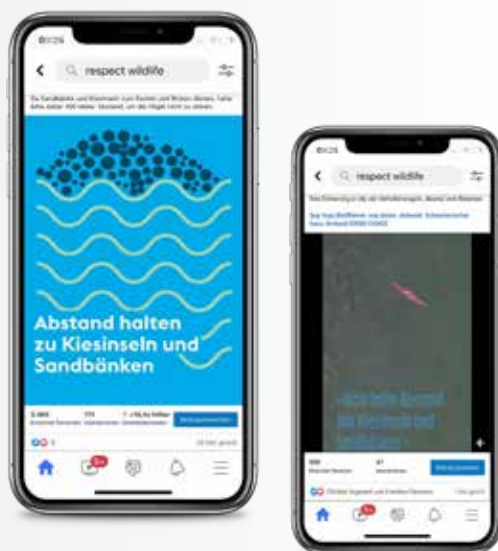
Über den Webshop werden die Bestellungen automatisiert verarbeitet und dem «Züriwerk» zur kostenlosen Auslieferung an die Partner und weiteren Akteuren übermittelt.



Botschafterin Siri Schubert

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»



Der erfolgreichste organische Post zu den 4 Verhaltensempfehlungen erreichte 3'360 Personen und förderte 174 Interaktionen.

Soziale Medien: Instagram und Facebook

Die bis Ende September auf Facebook veröffentlichten 53 Posts wurden einerseits aus den Inhalten der Website natur-freizeit.ch/wasser generiert. Weiter wurden Sujets aus diversen Quellen zur Interaktion gepostet, so auch Videoclips und Bilder, die speziell für unsere Social-Media-Kanäle produziert worden sind. Per Ende September 2022 weist Facebook eine Fanzahl von 5'636 auf.

Um Synergien zu erzielen, wurden in beiden Social-Media-Kanälen gleiche Inhalte gepostet, jedoch mit unterschiedlichen, dem jeweiligen Kanal angepassten Texten und Verlinkungen, so beispielsweise Hashtags bei Instagram. Insgesamt wurden auf Instagram 49 Posts und 34 Stories aufgeschaltet, alle Posts zusammen erzielten eine Reichweite von 6'982 Personen und 565 Likes, Kommentaren und geteilten Inhalten. Bis Ende September 2022 verzeichnete der neu lancierte Instagram-Kanal eine Followerzahl von 397.

→ facebook.com/respectwildlifeCH

→ instagram.com/respectwildlife.ch

→ linkedin.com/company/verein-natur-und-freizeit

Medienarbeit

Wie vom Vorstand von «Natur & Freizeit» eingebracht, haben die Kampagnenverantwortlichen per 14. Juni 2022 die Medien mit einer Medienmitteilung in französischer und deutscher Sprache bedient:

→ www.natur-freizeit.ch/medien-wasser

Verschiedene private Radiostationen haben über die Kampagne berichtet wie auch Medien vor Ort an den Seen oder Gemeinden, wie Schmerikon am oberen Zürichsee. Auf den Online-Medien aktiv zur Kampagne informiert hat beispielsweise Migros auf dem Webshop von SportXX:

→ <https://www.sportxx.ch/de/cp/10049004/sup/sup-verhaltensregeln-das-ist-beim-stand-up-paddling-zu-beachten> → Naturschutzzonen

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

Ausblick

Im 2023 wird die Sensibilisierungskampagne bei Stehgewässern weitergeführt und wo von den Kantonen gewünscht, ausgeweitet. Für die Optimierung der Kommunikation werden die Resultate aus der Evaluation der Eidgenössischen Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL beigezogen. Dabei sollen unter anderem die Social-Media-Kanäle und die Plakatierung weiter intensiviert werden. Ebenso soll die Nutzerfreundlichkeit nach Möglichkeit weiter optimiert werden, beispielsweise bei den Karten zu den Seen. Der Dialog mit den relevanten Verbänden wird weiter gepflegt, auch zu den Fliessgewässern, wo zum jetzigen Zeitpunkt keine eigene Kampagne geplant ist.

Start der Winterkampagne 2022/23 «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» ab November:

→ www.natur-freizeit.ch/schneesport-mit-ruecksicht



Unsere Protagonistinnen und Protagonisten in den Videoclips für die Online-Medien



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 (Stand September 2022) zuständig:

Vorstand

Brigitte Wolf

Präsidentin, Wildtierbiologin

Andreas Boldt

Pro Natura, Projektleiter Freizeitaktivitäten & Naturschutz

Annalena Kutenberger

Geschäftsführerin Swiss Canoe

Christa Glauser

stv. Geschäftsführerin BirdLife Schweiz

Bruno Hirschi

SchweizMobil, Mitglied der Geschäftsleitung

Jutta Gubler Kläne-Menke

Schweizer Alpen-Club, Fachleiterin «Freier Zugang und Naturschutz»

Frédéric Jordan

Schweizer Bergführerverband,
Umwelt und Zugang in die Berge

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

Gerlinde Zuber

stellvertretende Kampagnenleiterin

Jean-Michel Koehler, Olivier Clerc und Vanda Ciotti

Kampagnenteam Romandie

Jeannine Zubler, Manuel Herrmann, Sonja Oesch

Kampagnenteam Deutschschweiz

Oliver Graf, dialog:umwelt gmbh

Kommunikationsberatung und Evaluation

Nicole Knecht und Lionne Spycher

Social-Media-Managerinnen

KAMPAGNENBERICHT

Verein «Natur & Freizeit»

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.

Neben dem Rückblick auf ein vielfältiges und aktives Geschäftsjahr, konnten zwei neue Mitgliederorganisationen begrüsst werden: der Schweizerische Fischerei-Verband (SFV) und der Schweizerische Hängegleiter-Verband (SHV).

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 2023 für die Wildtierverschträglichkeit von Freizeitaktivitäten an Schweizer Seen engagieren? Melden Sie sich bitte bei:

→ www.natur-freizeit.ch/jobs-wasser

Finanzen

Der Finanzabschluss zur Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird per Ende 2022 durchgeführt. Die Revisionsfirma Ferax Treuhand AG prüft jeweils den ordentlichen Rechnungsabschluss des Vereins «Natur & Freizeit», der Revisionsbericht wird durch die GV abgenommen.

Herzlicher Dank

den Mitgliedorganisationen des Vereins «Natur & Freizeit», den Kantonen Schwyz, St. Gallen, Bern, Zug und Zürich sowie den weiteren Geldgebern für die finanzielle Unterstützung.

Spezieller Dank

gebührt den Rangers, den vielen Akteuren aus der Stand-Up-Paddel-Szene, welche die Kampagne tatkräftig unterstützt haben sowie dem Vorstand des Vereins «Natur & Freizeit».

Impressum

Herausgeber: Verein «Natur & Freizeit»
Konzept und Redaktion: Reto Solèr/Gerlinde Zuber,
mit Input des Kampagnenteams
Layout: Magma Branding

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

Mitgliedorganisationen (Stand September 2022):
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
Fischerei-Verband, Schweizerischer Hängegleiter-Verband,
Schweizerischer Wildhüterverband, Swiss Rangers,
Swiss-Ski, Swiss Snowsports Association, Verband Schweizer
Wanderleiter ASAM, WeitWandern, Kitesurf Club Schweiz,
Swiss Canoe, Swiss Sailing.

Der Verein «Natur & Freizeit» führt Kampagnen durch, die Erholungssuchende und Sportaktive zu einem natur- und umweltschonenden Verhalten motivieren. Die Kampagne «Aufs Wasser mit Rücksicht» wird getragen von den Mitgliederverbänden aus dem Bereich Natur und Freizeit.

Mitgliederorganisationen

