

Zürich, Bellinzona, 15. März 2026

Jahresbericht 2025

Festival der Natur

1. Januar 2025 bis 31. Dezember 2025

Festival der Natur, Seefeldstrasse 223, 8008 Zürich

Jahresbericht 2025 Verein Festival der Natur

1. Januar 2025 bis 31. Dezember 2025

Zusammenfassung 3

A Grundlagen

1.0 Vereinsstrukturen und Projektgrundlagen 4

B Festival der Natur

1.0 Veranstaltungen und Resultate 5

2.0 Kommunikation und Werbung 6

3.0 Festival-Höhepunkte und Besucher:innen 8

4.0 Ausblick 8

C Mission B

1.0 Projektstand 11

D Jahresrechnung

1.0 Geschäftsjahr 2025 12

2.0 Erfolgsrechnung 13

3.0 Bilanz 14

Zusammenfassung

Das Festival der Natur 2025 fand vom 21. bis 25. Mai zum neunten Mal statt. Mit 668 Veranstaltungszeiten zu Themen der Biodiversität in der Deutschschweiz und im Tessin sowie rund 50'000 geschätzten Besuchenden erreichte die diesjährige Ausgabe das Niveau des Vorjahres (656 Veranstaltungszeiten).

Besondere Akzente setzten die drei Fokusthemen «Siedlungsbiodiversität», «Invasive Neophyten» und «Ökologische Infrastruktur». Sie wurden in zahlreichen Gemeinden und Städten aufgegriffen – unter anderem mit Exkursionen, Vorträgen und praktischen Bekämpfungsaktionen.

Von besonderer Bedeutung war die Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich: Die Baudirektion und das Amt für Landschaft und Natur (ALN) organisierten rund 15 Veranstaltungen zu unterschiedlichsten Naturthemen und setzte damit ein wichtiges Teichen im Festivalprogramm.

Als zentrales Kommunikationsinstrument diente das allen rund 300 Festivalveranstalter:innen zur Verfügung gestellte Kommunikationskit mit individualisierten Social-Media-Posts, Plakaten und Festivalflaggen. Während das Festival mit gezielten Werbemassnahmen in den sozialen Medien hervorragende Reichweiten erzielte, blieb das Echo in den traditionellen Medien rückläufig – ein Rückgang, der durch den Ausbau der Onlinekommunikation mehr als kompensiert werden konnte.

Finanziell schloss das Geschäftsjahr 2025 mit einem Betriebsertrag von CHF 206'853.90 (Vorjahr: CHF 340'295.00) und einem Verlust von CHF 3'347.91 (Vorjahr: Gewinn von CHF 2'346.43) ab. Massgeblich dafür waren der Wegfall von AXA als Sponsor, noch nicht abgeschlossene Verhandlungen mit mehreren Kantonen über mehrjährige Fördervereinbarungen sowie frühzeitig eingeleitete Sparmassnahmen. Trotz dieses anspruchsvollen Umfelds konnte das Kernangebot vollumfänglich aufrechterhalten werden; die Bilanz bleibt solide, und für 2026 zeichnet sich dank zugesagter Förderbeiträge und neuer Einnahmequellen im Sponsoring bereits eine deutliche Verbesserung ab.

.

A Grundlagen

1.0 Vereinsstrukturen und Projektgrundlagen

Das Festival der Natur wurde im Berichtsemester 2025 zum neunten Mal durchgeführt – während fünf Tagen vom 21. bis 25. Mai 2025, in Zusammenarbeit und in Koordination mit der Schwesterorganisation Association Fête de la Nature in der Romandie.

1.1 Organisation

Trägerschaft des Festivals der Natur resp. des Festival della Natura ist der am 27. Oktober 2016 in Olten gegründete Verein Festival der Natur. Der Verein ist eine eigenständige Vereinigung von Institutionen, die sich für die Natur engagieren. Der Verein Festival der Natur dient der Förderung des Festivals der Natur und betreut Weiterentwicklung und Betrieb von Mission B und will Organisationen im Bereich Natur und Biodiversität und der Bevölkerung eine Plattform für Vernetzung und Naturerlebnis bieten.

Vorstand Verein Festival der Natur

Diana Marti, Präsidentin, BirdLife Schweiz
Dr. Norbert Kräuchi, Vizepräsident, Leiter Abteilung Landschaft u. Gewässer, Kt. AG
Marta Falabrino, Alleanza Territorio e Biodiversità; Fondazione La Lomellina
Dr. Armando Lenz, Geschäftsführer Pro Natura Graubünden
Daniel Lehmann Pollheimer, Stadt Olten

Geschäftsstelle
August Pfluger, Geschäftsführer Verein Festival der Natur



Patronatspartner

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Bundesamt für Umwelt BAFU

Netzwerkpartner

Kooperationspartner



B Festival der Natur 2025

1.0 Veranstaltungen und Resultate

In Abstimmung mit den Verantwortlichen des Fête de la Nature der Schwesterorganisation Association Fête de la Nature fand das Festival der Natur 2025 im Zeitraum vom 21. bis 25. Mai 2025 statt. Ab Ende Oktober 2024 bestand die Möglichkeit, Veranstaltungen in der Online-Datenbank zu erfassen – aufgeschlüsselt nach 13 verschiedenen Themenbereichen.

Themenschwerpunkt «Siedlungsbiodiversität», Neophyten, «Ökologische Infrastruktur»:

Die diesjährige Ausgabe stellte drei Themen ins Zentrum: Biodiversität im Siedlungsraum, invasive Neophyten und Ökologische Infrastruktur. Gemeinden, Umweltorganisationen und engagierte Privatpersonen luden dazu ein, selbst aktiv zu werden – im eigenen Garten, auf öffentlichen Flächen oder bei gemeinsamen Aktionen.

Besonders viel Interesse weckte das Themenfenster Siedlungsbiodiversität. In Zürich, Basel, Grenchen oder Bern wurden vielfältige Veranstaltungen zu ganzen Tagesprogrammen gebündelt. Sie zeigten, wie Grünflächen, Gärten, Dächer und Fassaden in wertvolle Lebensräume für Pflanzen und Tiere verwandelt werden können. Das beliebte Format „Offene Gärten" bot inspirierende Einblicke in naturnahe Privatgärten und machte deutlich, wie selbst kleine Flächen grosse Wirkung entfalten können.

Ebenfalls grosse Resonanz fand das Thema Neophytenbekämpfung. Zahlreiche Gemeinden organisierten Mitmachaktionen, bei denen invasive Pflanzenarten – etwa Kirschlorbeer oder Drüsiges Springkraut – gemeinsam entfernt wurden. Diese Einsätze ermöglichten nicht nur wirksamen Naturschutz, sondern auch den direkten Austausch zwischen Bevölkerung, Verwaltung und Fachleuten.

Ergänzt wurden diese Schwerpunkte durch den Bereich Ökologische Infrastruktur: Rund 50 Veranstaltungen – von Vorträgen über Wanderungen bis hin zu Exkursionen – vermittelten, wie in der Schweiz ein zusammenhängendes Netz aus natürlichen und naturnahen Lebensräumen entstehen soll, um die bedrohte Biodiversität nachhaltig zu sichern.

Mit 668 Veranstaltungszeiten in der Deutschschweiz und im Tessin wurde das hervorragende Ergebnis des Vorjahres sogar leicht übertroffen. Über 233 Organisationen beteiligten sich aktiv. In der Suisse romande stand die Fête de la Nature unter dem Motto «À l'écoute de la Nature!», getragen von 170 Partnerorganisationen. Insgesamt fanden schweizweit rund 900 Veranstaltungen statt – und schätzungsweise 50'000 Besucher:innen nahmen an den Veranstaltungen teil.



	Veranstaltungszeiten	Veränderung	Organisationen	Veränderung
2017	491 (CH dt.: 456 / it.: 35)		295 (CH dt.: 260 / it.: 35)	
2018	547 (CH dt.: 489 / it.: 58)	+ 11 %	299 (CH dt.: 263 / it.: 36)	+ 1 %
2019	555 (CH dt.: 495 / it.: 60)	+ 1 %	305 (CH dt.: 268 / it.: 37)	+ 2 %
2021	590 (CH dt.: 537 / it.: 53)	+ 6 %	301 (CH dt.: 267 / it.: 36)	- 1 %
2022	637 (CH dt.: 566 / it.: 71)	+ 8 %	288 (CH dt.: 267 / it.: 36)	- 4 %
2023	649 (CH dt.:562/ it.: 87)	+ 2 %	266 (CH dt.: 229 / it.: 37)	- 8 %
2024	656 (CH dt.:595 / it.: 61)	+ 1 %	252 (CH dt.:219 / it.: 33)	- 5 %
2025	**668 (CH dt.:603 / it.: 65)**	**+ 2 %**	**233 (CH dt.:204 / it.: 29)**	**- 7 %**

2.0 Kommunikation und Werbung

2.1 Digitalmassnahmen

Social Media
In der Öffentlichkeitsarbeit setzt der Verein Festival der Natur nahezu vollständig auf digitale Kommunikationskanäle. Im Einklang mit den allgemeinen Entwicklungen im Medienverhalten wurden die Online-Aktivitäten weiter ausgebaut. Mit einer aktiven Präsenz auf Facebook, Instagram und LinkedIn betreibt der Verein drei reichweitenstarke Social-Media-Kanäle.

Zur Bewerbung der Festivalveranstaltungen entstanden thematisch und regional zugeschnittene Beiträge, die gezielt auf Facebook und Instagram beworben wurden. Im Rahmen verschiedener Facebook-Kampagnen wurden rund 100 unterschiedliche Beiträge veröffentlicht. Diese wurden nach Kriterien wie Interessen, geografischem Standort und Zeitraum präzise an die Nutzer:innen ausgespielt. Die Facebook-Seite des Festival der Natur verzeichnet in der Deutschschweiz aktuell 4'436 Follower:innen, während Mission B auf knapp 10'000 Follower:innen kommt.

Der neue, 2024 entwickelte Ansatz in der Veranstaltungsbewerbung besteht darin, für alle Veranstalter:innen ein massgeschneidertes Social-Media-Paket zu produzieren. Dieses enthielt Veranstaltungsdatum, grafische Umsetzung und Logo und umfasste sechs unterschiedliche Postings für Facebook und Instagram. Dieses Angebot wurde von den Organisationen sehr positiv aufgenommen.





Website: festivaldernatur.ch

Über sechs Jahre hinweg betrieben der Verein Festival der Natur und die französischsprachige Partnerorganisation Association Fête de la Nature eine gemeinsame Veranstaltungsdatenbank sowie eine dreisprachige Website. Im November 2023 entschied sich die Partnerorganisation, eine eigene technische Lösung einzuführen und die Zusammenarbeit zu beenden.

Die Leitung des Vereins beschloss daraufhin, für die deutsch- und italienischsprachige Schweiz eine eigenständige, leistungsfähigere Plattform zu entwickeln. Bis zur Fertigstellung wird die bisherige Website weiterhin genutzt. Da die zugrunde liegenden Datenbanken unterschiedlich strukturiert sind, wurde ein teilautomatisierter Datentransfer eingerichtet, um weiterhin Veranstaltungen aus allen Sprachregionen auf der Festival-Plattform anbieten zu können.

Zwischen dem 1. Januar und dem 30. Juni 2025 entfielen 53 % der Seitenzugriffe auf mobile Geräte, 38 % auf Desktop-Computer und 9 % auf Tablets. Die durchschnittliche Besuchsdauer betrug 2 Minuten und 6 Sekunden.

Newsletter

Die offiziellen Informationen an die Partner des Festivals wurden 2025 über einen elektronischen Newsletter verbreitet. Dieser erreichte 3'421 Empfänger:innen aus den Bereichen Verwaltung, Natur- und Landschaftsschutz sowie Tourismus. Im Berichtszeitraum gingen insgesamt 8 Ausgaben an die Abonnent:innen, darunter auch Spezialformate für Mission B und die Basler Challenge.

2.2 Werbemassnahmen

Im Jahr 2025 verzichtete das Festival vollständig auf Aussen- und Radiowerbung. Gedruckte Anzeigen kamen nur vereinzelt zum Einsatz – vor allem in Lokalzeitungen jener Regionen, in denen besonders viele Veranstaltungen stattfanden.

2.3 Medienarbeit

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2025wurden vier Medienmitteilungen per E-Mail versendet. Der anhaltende Rückgang der Printberichterstattung setzte sich fort, insbesondere auf nationaler Ebene. Deutlich erfolgreicher war die Resonanz in lokalen und regionalen Medien; wie in den Vorjahren erzielte das Tessin ein stärkeres Medienecho als die Deutschschweiz. Insgesamt erschienen 54 Beiträge in elektronischen und gedruckten deutschsprachigen Schweizer Medien. Die Erhebung von Gesamtreichweite und Anzeigenäquivalenzwert (AEV) wurde nicht vorgenommen. Dagegen verzeichneten die digitalen Kanäle wachsende Reichweiten, die die schwächeren Printresultate kompensieren konnten.

2.4 Partnerkommunikation

Sämtlichen Veranstaltungspartnern wurde sechs Wochen vor Veranstaltung ein Set von Kommunikationsmitteln zur Stützung der Festivalpromotion zugestellt. Das Set umfasste u.a.:

- Plakate A2/A3
- Medienkit (Mediencommuniqué, Bildmaterial)
- Logo/Wortmarke
- Festivalfahnen (gross/klein)

Das Set stiess bei den Veranstaltungspartner:innen auf sehr gutes Echo und unterstützte diese bei der lokalen Werbe- und Medienarbeit.



3.0 Festivalhöhepunkte

Eine präzise und belastbare Messung der Gesamtzahl an Besucher:innen des Festivals der Natur ist mit den derzeit verfügbaren Mitteln nicht möglich. Auf Grundlage von Schätzungen der Veranstalter:innen sowie zahlreicher Rückmeldungen aus den Regionen kann jedoch davon ausgegangen werden, dass das Festival schweizweit mindestens 50.000 Menschen erreicht hat.

Die nach dem Festival durchgeführte Online-Umfrage unter den Organisator:innen ergab ein erfreuliches Bild: Die grosse Mehrheit zeigte sich mit dem Verlauf und der Wirkung ihrer Veranstaltungen zufrieden. Besonders hervorgehoben wurde die positive Resonanz des Publikums sowie die Möglichkeit, neue Zielgruppen für die Themen Natur und Biodiversität zu gewinnen.

Von besonderer Bedeutung für die diesjährige Ausgabe war die enge Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich, namentlich der Baudirektion. Das Amt für Landschaft und Natur (ALN) organisierte im Rahmen des Festivals rund 15 Veranstaltungen zu unterschiedlichsten Naturthemen – von Exkursionen und Fachführungen bis hin zu Mitmachangeboten – und setzte damit wichtige inhaltliche Höhepunkte im Gesamtprogramm.

Auch die Kooperation zwischen den teilnehmenden Vereinen und Organisationen erwies sich vielerorts als Erfolgsfaktor. Zahlreiche Festivalangebote wurden gemeinsam geplant und durchgeführt. In vielen Gemeinden entstanden so umfangreiche Wochenendprogramme rund um das Thema Biodiversität. Ein Beispiel dafür ist die Stadt Zürich: Allein hier wurden im Rahmen von «Abenteuer StadtNatur» 67 Veranstaltungen des Festivals der Natur umgesetzt.

Ein besonderes Highlight bildete in diesem Jahr das Festival della Natura im Kanton Tessin. Die gelungene Eröffnungsveranstaltung, die Medienpartnerschaft mit Radiotelevisione Svizzera RSI und ein vielfältiges Programm mit über 60 gut besuchten Events sorgten für eine ausserordentlich positive Resonanz. Die Tessiner Ausgabe des Festivals hat damit eindrücklich gezeigt, wie regional verankert und zugleich schweizweit strahlkräftig das Festival der Natur sein kann.

.





4.0 Ausblick Festival der Natur 2026

Der Verein Festival der Natur verfügt über eine vierjährige bis 2028 gültige Fördervereinbarung mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU). Diese Unterstützung bildet eine verlässliche Grundlage für die professionelle Durchführung des Festivals sowie für dessen kontinuierliche Weiterentwicklung. Dank dieser Planungssicherheit können Programmqualität, Koordination und Reichweite stetig ausgebaut werden.

Gleichzeitig ist es dem Verein ein wichtiges Anliegen, die finanzielle Basis breiter abzustützen, um die Unabhängigkeit und Zukunftsfähigkeit des Festivals zu stärken. Dazu werden gezielt neue Partnerschaften aufgebaut und bestehende Kontakte vertieft – insbesondere mit Kantonen, privaten Stiftungen und Unternehmen. Diese breite Unterstützung aus öffentlicher Hand, Zivilgesellschaft und Wirtschaft ist entscheidend, um die Vielfalt und den gesellschaftlichen Nutzen des Festivals langfristig zu sichern.

Ein besonderer Meilenstein steht im Jahr 2026 bevor: Der Verein feiert sein 10-jähriges Bestehen. Dieses Jubiläum soll mit einer besonderen Festival-Ausgabe gewürdigt werden, die sowohl das bisher Erreichte sichtbar macht als auch neue Impulse setzt. Ein zentrales Element für ein erfolgreiches Jubiläumsjahr wird die neu gestaltete Website festivaldernatur.ch sein. Sie wird nicht nur als moderne Informations- und Anmeldeplattform dienen, sondern auch das Festival digital erlebbar machen, die Vernetzung der Akteur:innen fördern und die Reichweite in der ganzen Schweiz erhöhen.

Mit dieser Kombination aus verlässlicher Basisfinanzierung, gezieltem Ausbau der Partnerschaften und einer zukunftsorientierten digitalen Präsenz schafft der Verein optimale Voraussetzungen, um das Festival der Natur auch in den kommenden Jahren als bedeutendes Schaufenster für Natur, Biodiversität und Engagement zu positionieren.

C Mission B



1.0 Projektstand

Die von SRF initiierte Biodiversitätsaktion «Mission B» ist nun im vierten Jahr beim Verein Festival der Natur angesiedelt und seit der Integration dreisprachig verfügbar.

Während die Plattform bei SRF vor allem auf das Sammeln von Quadratmetern ausgerichtet war, liegt der Fokus heute auf der Dokumentation und Kommunikation von Projekten. Ziel bleibt es, zu inspirieren, zu motivieren und die Vernetzung der Akteure zu fördern.

Mit der Sophie und Karl Binding Stiftung («Binding Preis für Biodiversität») und der Christoph Merian Stiftung sind wichtige Partner aus der Stiftungswelt an Bord. AXA Versicherungen AG hat sich als Hauptsponsor zurückgezogen.

Die Bedeutung der Social-Media-Kommunikation hat weiter zugenommen. Mission B betreibt neben LinkedIn eine Facebook-Gruppe und Instagram, auf denen die Nutzerzahlen weiter gestiegen sind. Die Facebook-Gruppe erreichte mit über 8.900 Abonnenten einen neuen Höchststand. Das YouTube-Format «120 Sekunden Biodiversität» war zwar in Fachkreisen etabliert, wurde jedoch wegen zu geringer Reichweite (rund 1.000 Abonnenten) aus wirtschaftlichen Gründen bereits Ende 2024 eingestellt und auch 2025 nicht realisiert.

Bereits zum dritten Mal ausgelobt wurde der Biodiversitätspreis «Goldener Schmetterling» für private Projekte. Rund 50 Projekte wurden eingereicht; das Siegerprojekt wird im Oktober 2025 von der Öffentlichkeit im Rahmen eines Public Votings gewählt.

Eher verhalten entwickelt sich die Mission B-Challenge Basel-Stadt. Ziel ist es, bis Ende 2025 insgesamt 180.000 m² neue Biodiversität in Basel zu schaffen. Bis Juni 2025 wurden knapp 30'000 Quadratmeter neu geschaffen; das Projekt ist damit von den gesteckten Zielen weit entfernt. Mission B fehlt es an der notwendigen Vernetzung mit anderen NGOs; gleichzeitig ist die Werbekraft von Mission B zur Bewerbung der Challenge schlicht zu schwach. Das Projekt wird aber weiter betrieben und Ende 2025 bilanziert.

D Jahresrechnung

1.0 Geschäftsjahr 2025

Das Geschäftsjahr 2025 war für den Verein Festival der Natur geprägt von einem anspruchsvolleren Förderumfeld. Trotz spürbarer Rückgänge bei Ertrag und Ergebnis konnten die Kernaufgaben des Vereins vollumfänglich sichergestellt werden.

Der Rückgang von Ertrag und Ergebnis in der Jahresrechnung 2025 ist namentlich auf drei Faktoren zurückzuführen und ist nicht Ausdruck einer strukturellen Schwäche des Vereins.

Zum Einen fiel mit dem Rückzug von AXA als Sponsor eine wichtige Förderquelle weg. Der Wegfall traf den Verein spürbar, wurde aber frühzeitig erkannt und in der weiteren Planung entsprechend berücksichtigt, unter anderem durch eine Neupriorisierung der laufenden Projekte.

Zweitens befinden sich mehrere Kantone aktuell in langwierigen Verhandlungen über mehrjährige Fördervereinbarungen, analog zur bereits bestehenden Vierjahresvereinbarung mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU). Solche Vereinbarungen schaffen Planungssicherheit über mehrere Jahre, brauchen in der Aushandlung aber Zeit; bis zum Abschluss dieser Gespräche fallen die entsprechenden Beiträge tiefer aus als in den Vorjahren.

Schliesslich hat der Verein frühzeitig und konsequent Sparmassnahmen eingeleitet, um die finanzielle Stabilität auch in einem anspruchsvolleren Umfeld zu sichern. Verzichtet wurde unter anderem auf aufwändige Videoproduktionen und andere Massnahmen. Trotz dieser Einsparungen konnte das Festival der Natur budgetkonform durchgeführt und die Qualität des Angebots für Teilnehmende und Partner vollumfänglich aufrechterhalten werden.

Die Massnahmen zeigen Wirkung: Die Bilanz bleibt solide, und die Aussichten für 2026 sind deutlich positiver. Verschiedene Kantone sowie mehrere Stiftungen haben ihre Unterstützung für das Jubiläumsjahr bereits zugesagt, und mit der neu entwickelten Nature-Events-Plattform erschliesst sich der Verein ab dem Sommer zusätzliche Einnahmequellen im Bereich Sponsoring.

Auch wenn der Wettbewerb um Fördermittel insgesamt spürbar härter geworden ist, geht der Verein finanziell diszipliniert, mit einer breiter abgestützten Finanzierung und gestärktem Netzwerk in sein zehntes Jubiläumsjahr.

2.0 Erfolgsrechnung 2025

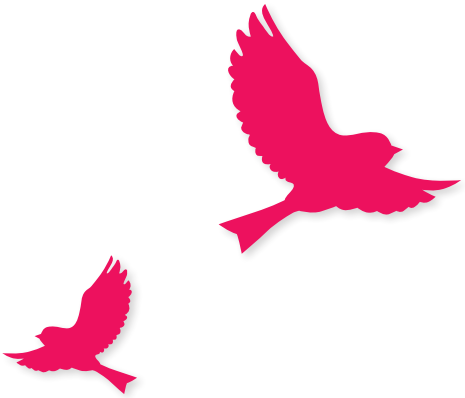
1. Januar 2025 bis 31. Dezember 2025

Konto	Bezeichnung	2025	%	2024	%	Differenz
Betriebsertrag						
	Ertrag					
3000	Beitrag Bundesamt für Umwelt BAFU	132'000.00		132'000.00		n/a
3004	Leistungen Stiftungen	10'000.00		46'625.00		-78.6%
3005	Leistungen Kantone / Sponsoren	64'853.90		192'300.00		-66.3%
	Total Produktionsertrag	**206'853.90**	**100.0%**	**370'925.00**	**109.0%**	**-44.2%**
	Uebriger Ertrag					
3601	Verrechnete MWSt	0.00		0.00		
	Total Uebriger Ertrag	**0.00**	**0.0%**	**0.00**	**0.0%**	
	Erlösminderungen					
3809	MWSt bezahlt	0.00		(30'630.00)		+100.0%
	Total Erlösminderungen	**0.00**	**0.0%**	**(30'630.00)**	**-9.0%**	**+100.0%**
	Betriebsertrag	**206'853.90**		**340'295.00**		**-39.2%**
Materialaufwand und Dienstleistungen						
	Betrieblicher Aufwand					
4000	Projektinitialiserung, Konzeptentwicklung	1'148.56		10'432.50		-89.0%
4002	Projektkonzeptionen, Projektplanung	2'634.95		14'922.45		-82.3%
4003	Red.Arbeiten,Übersetzungen,Dokumentation,Newsletter	4'188.87		22'266.20		-81.2%
4004	Sponsoren-Akquise, Mittelbeschaffung	11'350.50		19'874.58		-42.9%
4005	Kontaktführung Netzwerk	4'729.38		12'344.25		-61.7%
4007	Grafikarbeiten, Projektdesign	13'850.34		15'171.07		-8.7%
4009	Medienarbeit, Medienpartnerschaften	7'567.00		7'227.49		+4.7%
4013	Internetarbeiten, Social Media	41'303.39		56'389.20		-26.8%
4014	Bild, Text, Video	12'769.32		36'533.20		-65.0%
4015	Kampagne Werbemittel	16'345.61		28'417.38		-42.5%
4016	Werbemassnahmen, Distribution	5'000.00		46'088.20		-89.2%
4018	Druckkosten diverse	4'037.55		6'431.00		-37.2%
4019	Google Ads	4'251.04		2'550.00		+66.7%
4022	Projektkoordination, allg. Projekmanagement	47'777.73		41'895.85		+14.0%
4023	Büromieten, allg. Büroaufwände	3'242.24		4'800.00		-32.5%
4027	Befragungen, Projektevaluation, Berichterstattung	0.00		0.00		
4030	Honorare Tessin	12'282.85		0.00		
4111	Leistungen Kommunikationsagentur	0.00		722.13		-100.0%
	Total Betrieblicher Aufwand	**192'479.33**	**93.1%**	**326'065.50**	**95.8%**	**-41.0%**
	Total Materialaufwand und Dienstleistungen	**192'479.33**	**93.1%**	**326'065.50**	**95.8%**	**-41.0%**
	Bruttoergebnis nach Materialnaufwand und Dienstleistungen	**14'374.57**	**6.9%**	**14'229.50**	**4.2%**	**+1.0%**
Sonstiger Betriebsaufwand						
	Verwaltungs- und Informatikaufwand					
6500	Verwaltungsaufwand	0.00		6'083.72		-100.0%
6530	Buchführungs- und Beratungsaufwand	2'551.15		3'051.45		-16.4%
6540	Vorstand, GV, Revisionsstelle	0.00		2'680.90		-100.0%
	Total Verwaltungs- und Informatikaufwand	**2'551.15**	**1.2%**	**11'816.07**	**3.5%**	**-78.4%**
	Finanzaufwand und Finanzertrag					
6940	Bankspesen	54.00		67.00		-19.4%
	Total Finanzaufwand und Finanzertrag	**54.00**	**0.0%**	**67.00**	**0.0%**	**-19.4%**
	Total Sonstiger Betriebsaufwand	**2'605.15**	**1.3%**	**11'883.07**	**3.5%**	**-78.1%**
	Bruttoergebnis vor Nebenerfolg	**11'769.42**	**5.7%**	**2'346.43**	**0.7%**	**+401.6%**
Ausserordentlicher Aufwand						
8900	Ausserordentlicher Aufwand (MWSt-Nachbelastung 2024)	15'117.33		0.00		
	Total Ausserordentlicher Aufwand	**15'117.33**	**7.3%**	**0.00**	**0.0%**	
	Jahresergebnis (Gewinn/Verlust)	**(3'347.91)**	**-1.6%**	**2'346.43**	**0.7%**	**-242.7%**

3.0 Bilanz 2025

per 31. Dezember 2025

Konto	Bezeichnung	2025	%	2024	%	Differenz
Aktiven						
	Umlaufvermoegen					
	Fluessige Mittel					
1020	ZKB	12'441.43		26'393.83		-52.9%
	Total Fluessige Mittel	**12'441.43**	**55.4%**	**26'393.83**	**100.0%**	**-52.9%**
	Forderungen					
1170	Forderung Kantone (Beiträge 2025, Auszahlung 2026)	10'000.00		0.00		
	Total Forderungen	**10'000.00**	**44.6%**	**0.00**	**0.0%**	
	Total Umlaufvermoegen	**22'441.43**	**100.0%**	**26'393.83**	**100.0%**	**-15.0%**
	Total Aktiven	**22'441.43**	**100.0%**	**26'393.83**	**100.0%**	**-15.0%**
Passiven						
	Fremdkapital kurzfristig					
	Uebrige kurzfristige Verbindlichkeiten					
2200	Geschuldete MWSt (Umsatzsteuer)	0.00		17'296.22		-100.0%
2001	Offene Restzahlungen	12'356.84		0.00		
2002	Treuhandstelle, Rechnung 2025	2'551.15		0.00		
2003	ESTV (MWSt-Nachbelastung 2024)	1'783.55		0.00		
	Total Uebrige kurzfristige Verbindlichkeiten	**16'691.54**		**17'296.22**		**-3.5%**
	Total kurzfristiges Fremdkapital	**16'691.54**	**74.4%**	**17'296.22**	**65.5%**	**-3.5%**
	Fremdkapital langfristig					
	Rueckstellungen					
2600	Rueckstellungen	3'000.00		3'000.00		n/a
	Total Rueckstellungen	**3'000.00**		**3'000.00**		**n/a**
	Total langfristiges Fremdkapital	**3'000.00**	**13.4%**	**3'000.00**	**11.4%**	**n/a**
	Eigenkapital					
	Reserven, Bilanzgewinn					
2970	Gewinnvortrag oder Verlustvortrag	2'749.70		6'097.61		-54.9%
	Total Reserven, Bilanzgewinn	**2'749.70**		**6'097.61**		**-54.9%**
	Total Eigenkapital	**2'749.70**	**12.3%**	**6'097.61**	**23.1%**	**-54.9%**
	Total Passiven	**22'441.24**	**100.0%**	**26'393.83**	**100.0%**	**-15.0%**



Festival der Natur
Seefeldstrasse 223
8008 Zürich

koordination@festivaldernatur.ch
festivaldernatur.ch
missionb.ch

Präsidentin: Diana Marti

Geschäftsführer: August Pfluger