

**FESTIVAL
DER NATUR**
BIODIVERSITÄT ERLEBEN

**FESTIVAL
DELLA NATURA**
VIVERE LA BIODIVERSITÀ

Jahresbericht 2018

Festival der Natur

Zürich, Bellinzona, 15. März 2019



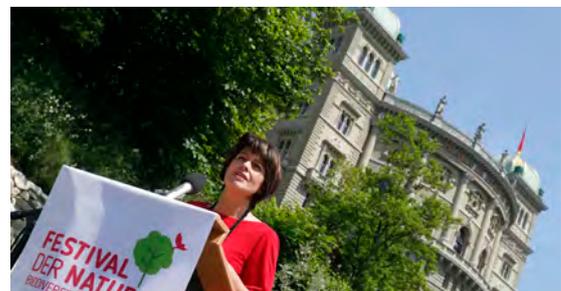
Festival der Natur, Mühlebachstrasse 81, 8008 Zürich



Jahresbericht Festival der Natur 2018

Zürich, Bellinzona, 15. März 2019

- 1.0 Projektgrundlagen
- 2.0 Veranstaltungen
- 3.0 Kommunikation und Campaigning
- 4.0 Festivalhöhepunkte, Besucherzahlen
- 5.0 Umfrage, Kundenzufriedenheit
- 6.0 Budget
- 7.0 NatureChallenge



1.0 Projektgrundlage

1.1 Organisation

Das Festival der Natur resp. des Festival della Natura wurden nach 2016 und 2017 im Jahre 2018 zum dritten Mal durchgeführt – vom 24. bis 27. Mai 2018, in der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz und in enger Zusammenarbeit mit der Schwesterorganisation Association Fête de la Nature in der Romandie.

Trägerschaft des Festivals der Natur resp. des Festival della Natura und Rechtsvertreterin der Plattform ist der am 27. Oktober 2016 in Olten gegründete Verein «Festival der Natur». Der Verein «Festival der Natur» ist eine eigenständige und unabhängige Vereinigung von Naturschutz- und anderen Institutionen die sich für die Natur engagieren. Der Verein Festival der Natur dient der Förderung des Festivals der Natur und der Vernetzung seiner Mitglieder.

Der Vorstand des Vereins Festival der Natur besteht aus hervorragend vernetzten Personen, vor allem aus dem Bereich Naturschutz. Dazu gehören im Geschäftsjahr 2018:

Werner Müller, Präsident, Geschäftsführer BirdLife Schweiz

Fabio Guarneri, WWF Svizzera italiana

Silvia Hanssen, Umweltbeauftragte der Stadt Biel

Dr. Norbert Kräuchi, Leiter Abteilung Landschaft und Gewässer, Kanton Aargau

Jacqueline von Arx, Geschäftsführerin Pro Natura Graubünden





1.2 Vernetzung

Um in die Bereichen Verwaltung, Natur- und Landschaftsschutz und Tourismus eine möglichst breite Abstützung des Festivals zu erreichen, wurde die Gruppe der Netzwerkpartnern weiter ausgebaut. Engagiert haben sich neben BirdLife Schweiz u.a. auch Netzwerk Schweizer Pärke, Forum Biodiversität, Info Flora, Pro Natura, Schweizer Wanderwege, WWF, Schweiz Tourismus, Schweizer Tourismus-Verband STV, SAC. Als neuer Kooperationspartner stiess u.a. auch die Vogelwarte Sempach zur Gruppe.

Unterstützt wird das Festival von einem Patronatskomitee mit Persönlichkeiten aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und öffentlichem Leben:

- Linard Bardill**, Liedermacher, Künstler
- Dr. Christoph Böhner**, Leiter der Dienststelle für Landwirtschaft und Wald Kanton Luzern
- Dr. Stefan Eggenberg**, Direktor InfoFlora
- Kurt Fluri**, Nationalrat Präsident Stiftung Landschaftsschutz
- Barbara Gisi**, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband
- Maja Ingold**, Nationalrätin Kanton Zürich, Vizepräsidentin BirdLife Schweiz
- Dr. Urs Käzlig**, Abteilungsleiter Naturförderung Kanton Bern
- Dr. Norbert Kräuchi**, Abteilungsleiter Landschaft und Gewässer Kanton Aargau
- Werner Luginbühl**, Ständerat Kanton Bern, Präsident Verband Schweizer Wanderwege
- Dr. Stefan Müller-Altermatt**, Nationalrat Kt. Solothurn, Präsident Netzwerk Schweizer Pärke
- Dr. Ueli Nagel**, Präsident Verbund Lebensraum Zürich
- Simone Niggli-Luder**, Sportlerin, 23-fache Weltmeisterin im Orientierungslauf
- Suzanne Oberer**, Präsidentin BirdLife Schweiz
- Dr. Daniela Pauli**, Geschäftsleiterin Forum Biodiversität Schweiz
- Dr. Raimund Rodewald**, Geschäftsleiter Stiftung Landschaftsschutz Schweiz
- Peter Scheibler**, Leiter der Dienststelle für Jagd und Fischerei Kanton Wallis
- Silva Semadeni**, Nationalrätin Kanton Graubünden, Präsidentin Pro Natura
- Dr. Hans-Peter B. Stutz**, Geschäftsführer Stiftung Fledermausschutz
- Dr. Heidi Z'graggen**, Regierungsrätin Kanton Uri





1.3 Mitgliederversammlung

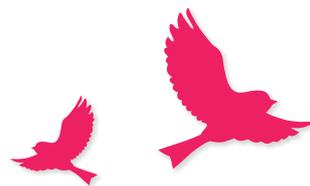
Die Mitgliederversammlung 2018 wurde am 8. November 2018 in Aarau durchgeführt – gut besucht, auch dank der angekündigten Präsentation von Isabella Sedivy als Projektleiterin von Mission B – für mehr Biodiversität von SRG SSR.

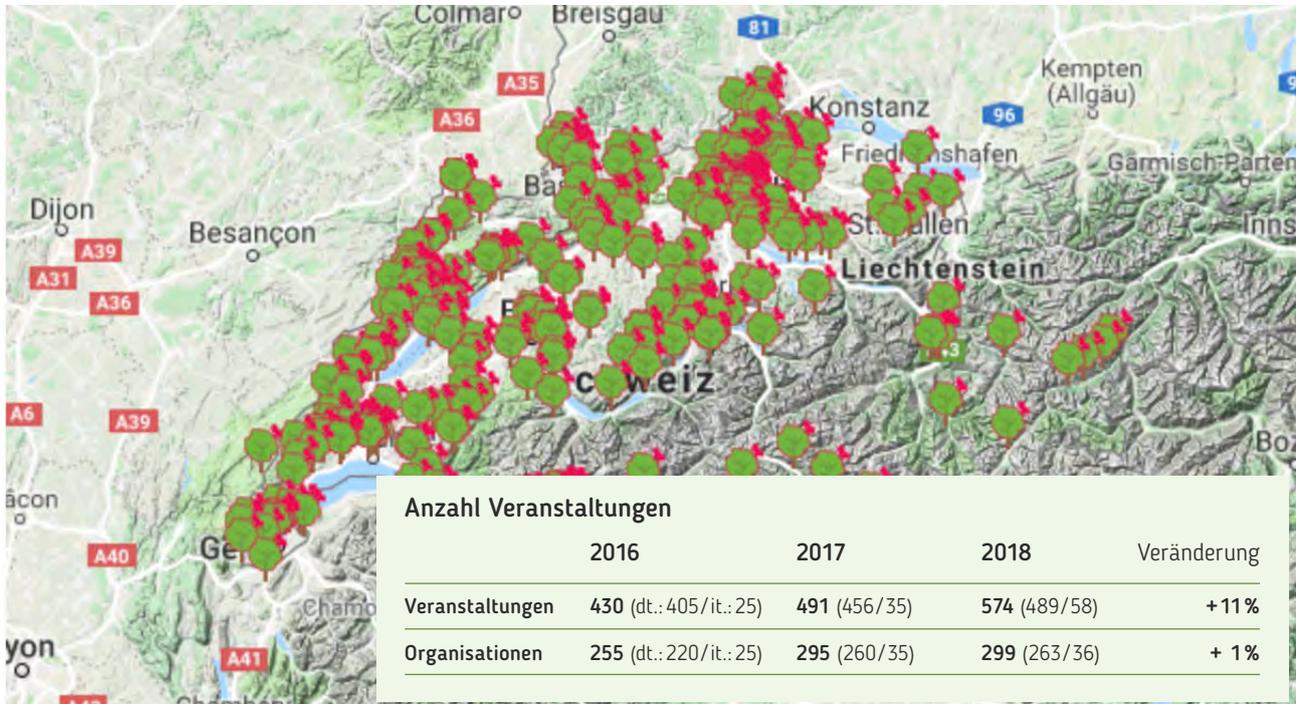
Die Traktanden wurden zügig abgehandelt: Das Protokoll der Mitgliederversammlung v. 2. 11. 2017, der Jahresbericht 2017, Jahresrechnung und Revisionsbericht 2017 wurden gutgeheissen, ebenso das Budget 2019; Vorstand, Präsidium und Revisionsstelle wurden einstimmig wieder gewählt, namentlich bestätigt wurden Werner Müller (Präsident) und Norbert Kräuchi (Vizepräsident).

1.4 Sponsoring, Mittelbeschaffung

Der Verein hat intensive Anstrengungen unternommen, um das Festival der Natur auch finanziell breiter abzustützen und realisierte bei Stiftungen und Unternehmen eine umfangreiche Mittelbeschaffungskampagne. Dabei ist es gelungen, neben den bestehenden Partnern Migros Genossenschaftsbund und IP Suisse auch ewz als Sponsor zu gewinnen. Erstgenannte haben sich für ein Engagement bis 2019 verpflichtet, bei Zahlungen von je CHF 50'000 pro Jahr ewz vorerst für ein Jahr, mit einer Zahlung von CHF 60'000. Die Akquise-Anstrengungen werden fortgesetzt. Der Verein ist auf nationaler Ebene neu auch für die Sponsoren-Akquise des Vereins Fête de la Nature verantwortlich. Hiezu wurde zwischen den beiden Vereinen eine entsprechende Vereinbarung getroffen, die den Mitteleinsatz regelt (30 Prozent der Einnahmen gehen an Fête de la Natur).

Äusserst erfolgreich war die Zusammenarbeit mit den Kantonen: Mit vier Ausnahmen beteiligten sich sämtliche Kantone mit je einem Rappen pro EinwohnerIn an der NatureChallenge und unterstützten den Verein so ganz entscheidend.





2.0 Veranstaltungen

Das Datum des Festivals der Natur wurde in Absprache mit den Organisatoren des Fête de la Nature auf das Zeitfenster vom Donnerstag, 24. bis Sonntag, 27. Mai 2018 festgelegt. Das Koordinationsbüro des Festivals stand in Kontakt mit mehr als 1000 potenziellen Veranstaltern von Naturerlebnissen. Ab Ende November 2017 war es möglich, Veranstaltungen in die Online-Datenbank der Website einzutragen – in den Themen wie folgt:

- Vögel
- Insekten
- Säugetiere
- Wechselwarme Tiere
- Nachtaktive Tiere
- Stadtwildtiere
- Pflanzenwelt
- Flora und Fauna
- Kultur und Natur
- 1000 Meter plus
- Landwirtschaft und Biodiversität

Mit insgesamt 574 Veranstaltungen resp. Startzeiten von Veranstaltungen wurde der bereits 2017 festgestellte Aufwärtstrend bestätigt. Das Festival der Natur ist damit im dritten Jahr seines Bestehens eine feste Grösse geworden im Exkursions- und Veranstaltungsprogramm von schweizerischen Naturschutzorganisationen. Sämtliche Kooperations- und Trägerschaftspartner haben mit mindestens einer Veranstaltung zum guten Ergebnis beigetragen. Insgesamt haben 299 Organisationen der deutschen und italienischen Schweiz mit mindestens einer Veranstaltung zum Erfolg des Festivals beigetragen.

Das Festival der Natur/Festival della Natura bildet damit zusammen mit der Schwesterorganisation Fête de la Nature die mit Abstand wichtigste Erlebnisplattform für Biodiversität.

Der Grossteil der Veranstaltungen wurde im Mittelland, im Jura und allgemein in tiefer gelegenen Regionen bis ca 1000 Meter üM durchgeführt. Nicht zufriedenstellend gelöst werden konnte das wetterbedingte Fehlen von Veranstaltungen im Alpenraum ab Höhenlagen 1000 Meter üM. Auch Ende Mai sind Bergexkursionen nur in Ausnahmefällen möglich (Schnee) – vor allem der Kooperationspartner SAC war deshalb trotz grosser Werbeanstrengungen «lediglich» mit rund 10 Veranstaltungen vertreten. In der Kategorie 1000 Meter plus wurden 29 Veranstaltungen durchgeführt.



3.0 Kommunikation und Campaigning

Neben dem Festival der Natur wurde ein Werbeschwerpunkt auf die NatureChallenge gesetzt. Die Bewerbung der Challenge wurde über das Festival der Natur geführt – crossmedial, zweisprachig in dt und it mit Inseraten, Radiowerbung (SRF1), Kommunikationsdiensten für Partner, Social Media und Medienarbeit realisiert. Aussenwerbung (Plakate) wurde nur im Tessin eingesetzt.

3.1 Radiowerbung, Aussenwerbung

Auf einen Plakataushang wurde in der CH dt. verzichtet; ein APG-Aushang mit 12 Plakaten F200 wurde im Tessin realisiert. Einen Werbeschwerpunkt wurde bei Radio SRF1 gesetzt – mit einer über sieben Tage laufenden nach Nachrichten und Wetterinfo laufenden Kampagne. Die Massnahme erwies sich – so ergab die Befragung der Teilnehmenden – als sehr erfolgreich.

3.2 Inserate

In Regionen mit Häufung von Veranstaltungen wurden zusätzlich Inserate geschaltet. Schwerpunktre-gionen waren Südostschweiz, Nordwestschweiz (Basellandschaftliche Zeitung), Mittelland (Mittellandzeitung), Kanton Bern (Berner Zeitung) sowie Wallis (Walliser Bote). Sämtliche Verlage gewährten den Zewo-Rabatt.

3.3 Online

Internet

Die mit dem CMS Drupal 8 erstellte Site wurde erstmals in allen drei Landessprachen dt, it und fr ausgegeben; auch der Verein Fête de la Nature nutzte die gemeinsame Datenbank. Die Site erfüllte in allen drei Versionen die Erfordernisse einer zentralen Informations- und Kommunikationsplattform über die gesamte Projektdauern einwandfrei und zur vollsten Zufriedenheit aller Beteiligten.

In Beachtung der Nutzerpräferenzen von Jugendlichen wurde die Möglichkeit der mobilen Nutzung der Website (Mobile-Site) vollumfänglich sichergestellt.

In den Monaten April und Mai 2018 verzeichnete die Website 59'122 Visits, bei über 83'000 Sessions. Die Website wurde zu 32 % über Mobiles aufgerufen, 60 % von Desktops sowie 8 % über Tablets. Erst-aunlich ist die hohe Abruftrate ab Desktop. Die durchschnittliche Verweildauer betrug 3m02s.



Internet-Nutzung (nur CH dt)

	2017	2018	Veränderung
Visits	38'822	59'122	+ 52.3 %
Hits	51'343	83'238	+ 62.1 %



Social Media

Entsprechend dem allgemeinen Trend wurde der Ausbau der Digitalmedien vorangetrieben. Das Festival verfügt über gut eingeführte Facebook- und Instagram-Präsenzen. Im Rahmen der Facebook-Kampagne wurden 52 Posts publiziert; 19 davon gesponsert. Das Festival verfügt in der Deutschschweiz über 2408 Freundinnen und Freunde; die Reichweite während den Monaten April und Mai 2018 betrug 101'226 Personen, diese erzeugten total 22'346 Interaktionen.

Newsletter

Offizielle Mitteilungen an Festival-Partner wurden über einen elektronischen Newsletter mit max. 1527 Abonnenten aus den Bereichen Verwaltung, Natur- und Landschaftsschutz und Tourismus verschickt. Über die gesamte Dauer von Festival-Vorbereitung bis Veranstaltungswochenende sind 13 Newsletter verschickt worden.

3.4 Partnerkommunikation

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

- Plakate A2
- Plakate A3
- Mediencommuniqué
- Logo/Wortmarke
- Festivalbahnen

Das Set stiess bei den Veranstaltungspartnern auf hervorragendes Echo und unterstützte diese bei Werbemassnahmen gegenüber ihren Mitgliedern sowie bei der lokalen Werbe- und Medienarbeit.

3.5 Medienarbeit

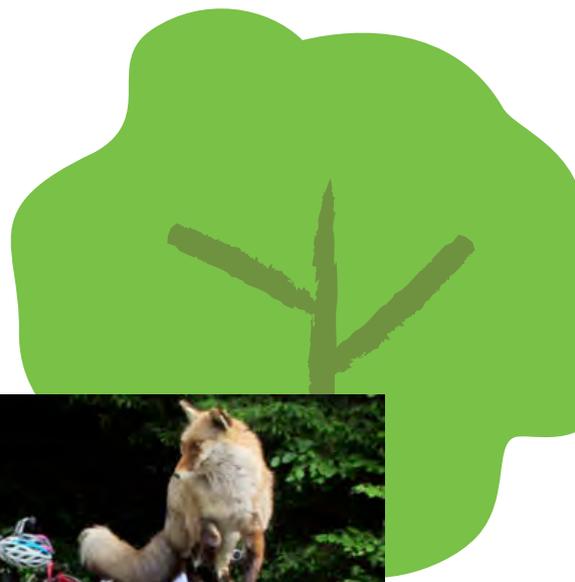
Das Festival stand mit allen grossen Verlagshäusern in Kontakt, u.a mit drei realisierten Medienversänden und spezifischer Medienarbeit. Das Medieninteresse resp. die erzielte Berichterstattung ist zufriedenstellend.

Insgesamt 324 Berichte sind in Deutschschweizer elektronischen und gedruckten Medien realisiert worden. Die Gesamtauflage betrug 6'122'000 Exemplare (2017: 6'430'000) erzielt, der sogenannte Anzeigenäquivalenzwert (AEV) betrug CHF 348'000 (2017: 291'000).

Die guten Zahlen bei Auflage, Reichweite und AEV sind vrl. der eingegangenen Medienpartnerschaft mit 20 Minuten geschuldet. Auch SRF (Schweiz aktuell) berichtete live über das Festival – am Donnerstag Nachmittag zum bestmöglichen Zeitpunkt.

Auflagen, Reichweiten, AEV (in 1000)

	2016	2017	2018	Veränderung
Auflage	4'448	5'245	6'122	+ 16 %
Reichweite	5'760	6'430	7'230	+ 12 %
AEV	248	291	348	+ 19 %



4.0 Festivalhöhepunkte, Besucherzahlen

Höhepunkte des Festival waren die Lancierungsmedienkonferenz mit Bundesrätin Doris Leuthard sowie die SRF-LiveSchaltung zu Schweiz aktuell zum bestmöglichen Zeitpunkt. Es wurden keinerlei negativen Vorkommnisse, Unfälle oder gravierende Pannen verzeichnet. Zahlreiche Vereine und Organisationen boten ihre Festival-Veranstaltungen im Verbund mit anderen Organisationen an. In zahlreichen Gemeinden wurden Biodiversität-Veranstaltungen zu vielfältigsten Wochenend-Programmen gebündelt, namentlich auch in Aarau, Burgdorf, Liestal, Biel, Sarnen oder Zürich. In Burgdorf organisierte die Stadt mit Mitwirkung verschiedener Naturschutzorganisationen ein Festival der Natur mit 11 Teilveranstaltungen und Stadtrundgang. Allein in Zürich wurden mehr als 60 Festival der Natur-Erlebnisse organisiert. Eine belastbare Messung der Zahl der Festivalbesuchenden war mit den verfügbaren Mitteln nicht möglich. Aufgrund Hochrechnungen aus Rückmeldungen und vorliegenden Fragebogen kann von 30'000 bis 40'000 Festivalbesuchenden ausgegangen werden.

5.0 Umfrage, Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit und Anregungen bei Veranstaltern und Netzwerkpartnern wurden im Anschluss an das Festival über eine Online-Umfrage abgefragt. Von 827 angefragten Partnern hatten 79 an der Umfrage teilgenommen. 91 % der antwortenden Organisationen betrachten das Festival in Bezug auf Sensibilisierung für Themen der Natur und Eigenprofilierung als gut bis sehr gut passende Plattform. Gewünscht wird vor allem die spezifische Unterstützung bei Werbe- und Kommunikationsvorhaben der Veranstalter wird angeregt.

6.0 Budget

Gegenüber dem von der GV 2017 bewilligten Budget 2018 werden keine nennenswerte Abweichungen verzeichnet. Jahresrechnung und Bilanz werden per Kalenderjahr ausgewiesen und sind Gegenstand dieses Jahresberichts 2018.

Erfolgsrechnung 2018

1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018

	2018		2017		Differenz
Betriebsertrag					
Produktionsertrag					
Leistungen BAFU	120'000.00		120'000.00		
Leistungen IP Suisse	51'560.00		50'000.00		+ 3.1%
Leistungen MGB	75'000.00		50'000.00		+ 50.0%
Leistungen BAFU Nature Challenge	0.00		33'250.50		- 100.0%
Leistungen Kantone/Sponsoren Nature Challenge	83'310.05		0.00		
Leistungen Nature Challenge	45'000.00		0.00		
Total Produktionsertrag	374'870.05	100.0%	253'250.50	104.7%	+ 48.0%
Erlösminderungen					
MWSt bezahlt	0.00		- 11'281.30		- 100.0%
Total Erlösminderungen	0.00	0.0%	-11'281.30	4.7%	- 100.0%
Betriebsertrag	374'870.05	100.0%	241'969.20	100.0%	+ 54.9%
Materialaufwand und Dienstleistungen					
Betrieblicher Aufwand					
Projektkonzeptionen, Projektplanung	24'874.50		16'813.00		+ 47.9%
Red. Arbeiten, Übersetzungen, Dokumentation, Newsletter	10'250.00		12'912.50		- 20.6%
Sponsoren-Akquise, Mittelbeschaffung	18'425.00		10'500.00		+ 75.5%
Kontaktführung Netzwerk	11'762.50		1'750.00		
Grafikarbeiten, Projektdesign	14'050.00		10'150.00		+ 38.4%
Medienarbeit, Medienpartnerschaften	17'958.50		15'967.50		+ 12.5%
Internetarbeiten, Social Media	18'049.50		33'333.60		- 45.9%
Bild, Text, Video	5'550.00		15'673.50		- 64.6%
Werbemassnahmen, Distribution	50'950.00		14'700.00		
Druckkosten diverse	5'150.00		2'636.50		+ 95.3%
Google Ads	4'600.00		1'232.00		
Projektkoordination, allg. Projektmanagement	31'124.50		30'298.50		+ 2.7%
Büromieten, allg. Büroaufwände	2'388.05		3'574.40		- 33.2%
Befragungen, Projektevaluation, Berichterstattung	7'900.00		3'062.50		+ 158.0%
Honorare Tessin	19'278.00		13'448.00		+ 43.4%
Werbung und Distribution	0.00		44'485.35		- 100.0%
Aufwendungen Nature Challenge	129'651.00		0.00		
Total Betrieblicher Aufwand	371'961.55	99.2%	230'537.35	95.3%	+ 61.3%
Total Materialaufwand und Dienstleistungen	371'961.55	99.2%	230'537.35	95.3%	+ 61.3%
Bruttoergebnis nach Material- und Warenaufwand	2'908.50	0.8%	11'431.85	4.7%	- 74.6%
Sonstiger Betriebsaufwand					
Finanzaufwand und Finanzertrag					
Bankspesen	69.25		215.50		- 67.9%
Finanzertrag	- 157.30		0.00		
Total Finanzaufwand und Finanzertrag	- 88.05	0.0%	215.50	0.1%	- 140.9%
Total Sonstiger Betriebsaufwand	- 88.05	0.0%	215.50	0.1%	- 140.9%
Bruttoergebnis vor Nebenerfolg	2'996.55	0.8%	11'216.35	4.6%	- 73.3%
A.o. und betriebsfremder Erfolg					
Ausserordentlicher Aufwand und Ertrag					
A.o. Aufwand	0.00		- 10'706.40		- 100.0%
Total Ausserordentlicher Aufwand und Ertrag	0.00	0.0%	- 10'706.40	4.4%	- 100.0%
Total A.o. und betriebsfremder Erfolg	0.00	0.0%	- 10'706.40	4.4%	- 100.0%
Reingewinn	2'996.55	0.8%	509.95		0.2%

Bilanz 2018

per 31. Dezember 2018

	2018		2017		Differenz
Aktiven					
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel					
ZKB	3'451.45		15'243.55		-77.4%
Total Flüssige Mittel	3'451.45		15'243.55		-77.4%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen					
Debitoren	0.00		33'250.50		-100.0%
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0.00		33'250.50		-100.0%
Übrige kurzfristige Forderungen					
Verrechnungssteuer	55.05		0.00		
Total Übrige kurzfristige Forderungen	55.05				0.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen					
Bezahlter Aufwand des Folgejahres	0.00		8'604.90		-100.0%
Total Aktive Rechnungsabgrenzungen	0.00		8'604.90		-100.0%
Total Umlaufvermögen	3'506.50	100.0%	57'098.95	100.0%	-93.9%
Total Aktiven	3'506.50	100.0%	57'098.95	100.0%	-93.9%
Passiven					
Fremdkapital kurzfristig					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen					
Kreditoren	0.00		31'589.00		-100.0%
Erhaltene Anzahlungen	0.00		25'000.00		-100.0%
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	0.00		56'589.00		-100.0%
Total kurzfristiges Fremdkapital	0.00	0.0%	56'589.00	99.1%	-100.0%
Eigenkapital					
Reserven, Bilanzgewinn					
Gewinnvortrag oder Verlustvortrag	509.95		509.95		
Gewinn	2'996.55		0.00		
Total Reserven, Bilanzgewinn	3'506.50				509.95
Total Eigenkapital	3'506.50	100.0%	509.95		0.9%
Total Passiven	3'506.50	100.0%	57'098.95	100.0%	-93.9%



Staffeln (1) – (3): 20. Mai 2018 bis 31. Dezember 2018

Zwischenbericht «NatureChallenge»

Die «NatureChallenge» ist das im Rahmen des Festivals der Natur am 20. März 2018 gestartete und am 20. März 2019 zu beendendes Erlebnisspiel rund um Natur, Biodiversität und Fotografie und hat zum Ziel, Naturbewegte mit Hauptzielgruppe Jugendliche zu einer spielerischen Auseinandersetzung mit Themen der Biodiversität zu motivieren.

Zentrale Plattform der «NatureChallenge» ist die Schweiz mit 26 Kantonen. Die Challenge-Teilnehmenden (Einzelpersonen, Clubs, Organisationen, Sektionen) werden eingeladen, in ihrem Kanton Bilder zu den sechs Kategorien der Biodiversität hinzuzufügen und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Die Biodiversitätskategorien umfassen: «Rund um den Bauernhof», «Natur in Dorf und Stadt», «Wald und Wiese», «Wasser», «Hoch hinaus» und «Geheimtipp».

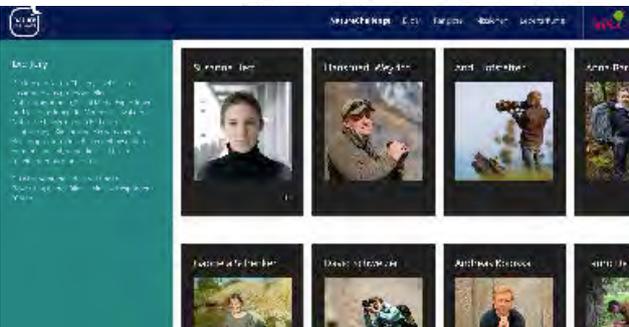
Die Teilnehmenden hatten in allen Kategorien je ein Foto hochzuladen, um ein vollständiges Biodiversitäts-Set ihres Kantons zusammenzubekommen und über Instagram, Facebook, u.a. mit dem Vermerk #NatureChallenge mit ihren Freunden zu teilen. Alle Bilder mit diesem Hashtag wurden automatisch in die NatureChallenge-Datenbank geladen und auf der Website naturechallenge.swiss präsentiert.

Eine Experten-Jury (aus den Bereichen Fotografie, Social Media und Naturschutz) bewertete einmal wöchentlich die hochgeladenen Bilder nach einem vorgegebenen Bewertungsraster und veröffentlichte jeweils freitags die Bewertungen auf der Plattform.

Die Bewertungen der von teilnehmenden Challenger hochgeladenen Bilder wurden aufsummiert und in einer Rangliste wiedergegeben. Anreiz des Spiels ist es, möglichst viele Auszeichnungen zu sammeln. Statusauszeichnungen in Bronze, Silber, Gold oder Platin gibt es für die Vervollständigung eines Biodiversitäts-Sets (= ein Bild pro Kategorie für einen Kanton), in Abhängigkeit der erreichten Punktzahl.

Im Berichtsjahr sind drei Staffeln durchgeführt worden. Am 15. August 2018 startete die zweite Staffel der NatureChallenge – mit einem neuen Fokusthema. Die Anforderungen bezüglich Biodiversität wurden geschärft. Das Fokusthema wurde in Zusammenarbeit mit ewz (Naturmade-Fond) zwischen dem 15. August und 30. Oktober 2018 realisiert. Mit der Partnerschaft soll auf die Bedeutung von Renaturierungs- resp. Revitalisierungsprojekten hingewiesen werden.

Am 1. November wurde die 3. Staffel gestartet – Fokusthema: «Biodiversität im Winter». Die Staffel sammelt winterliche Bilder rund um das Thema Biodiversität und wird am 31. Januar 2019 beendet. Ab dem 1. Februar 2019 ist dann eine letzte Staffel geplant, bevor das Projekt überführt wird in die Partnerschaft mit Mission B.





8442 Bilder: Buntes Kaleidoskop der Natur in der Schweiz

In der Berichtsperiode vom 20. Mai 2018 bis zum 31. Dezember 2018 wurden insgesamt 8442 Bilder eingesandt und in die Datenbank eingespeist. Die eingesandten Bilder stammen aus allen Winkeln und Kantonen der Schweiz und sind grösstenteils in herausragender Qualität! Die Erwartungen wurden weit übertroffen. Zusammen ergeben die Fotos ein buntes Kaleidoskop der Natur in der Schweiz und ein eindrückliches Puzzle unserer Biodiversität.

Projektfazit und Mission B

Die NatureChallenge wurde von zahlreichen Naturschutzorganisationen mitgetragen. Binnen kurzer Zeit ist es gelungen, dem Projekt so die nötige Aufmerksamkeit zu verleihen. Mit der NatureChallenge ist es gelungen, neue Zielgruppen an Themen der Biodiversität heranzuführen; die Projektinitiative wurde insgesamt sehr positiv aufgenommen und trug wesentlich dazu bei, das Festival der Natur auch in den Folgemonaten der Veranstaltung bis zum Jahresende thematisch hochgehalten werden konnte. Die enge Verknüpfung mit dem Festival der Natur trug ausserdem wesentlich dazu bei, dass das Festival über die bespielten NatureChallenge-Plattformen beworben werden konnte.

Noch unklar ist indessen, wie die gesammelten 8442 Aufnahmen nachhaltig genutzt werden können. Im Gegensatz zu bestehenden Bilddatenbanken wie Pixabay, InfoFlora, e-pics der ETH Zürich, BirdLife Zürich (Bildungsserver) oder wikicommons sind die Bilder der NatureChallenge lokalisiert und zumeist hinsichtlich Arten und Lebensräume beschrieben. Es gibt nun Bestrebungen seitens Akademien der Wissenschaften, die NatureChallenge-Datenbank weiterzuentwickeln und als Pool-Gefäss der Fachcommunity verfügbar zu machen.

Mit den erarbeiteten Strukturen und Datenbanklösungen der NatureChallenge sind die Grundlagen geschaffen worden für die Partnerschaft mit Mission B von Schweizer Fernsehen SRF. In Absprache mit der Projektleitung von Mission B wird die NatureChallenge ab März 2019 Aktionspartner von Mission B. Vorgesehen ist, dass die NatureChallenge-Plattform Mission B-Flächen erfasst und dokumentiert.

Budget

Das Projekt wurde vollständig über projektspezifische Beiträge von Bundesamt für Umwelt BAFU, Kantone, Ernst Göhner-Stiftung und ewz finanziert. Die Rechnung ist integriert in die Jahresrechnung 2018 des Vereins und wird daselbst dargestellt.

Besonders erfreulich ist die Partizipation der Kantone, die i.d.R. mit einem Rappen pro Einwohner zum guten Gelingen des Projekts beisteuern. Mit ewz wurde eine Sponsoring-Partnerschaft mit einem Wirtschaftsunternehmen abgeschlossen. Aus technischen Gründen wurde die NatureChallenge ausschliesslich in deutscher und französischer Sprache angeboten.

