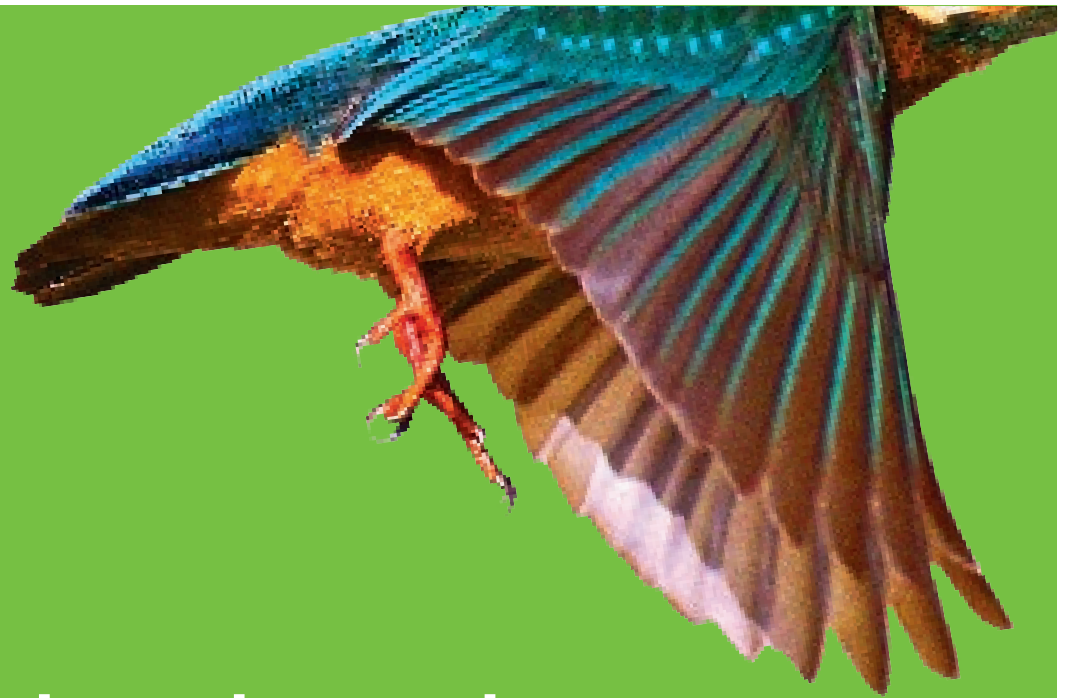




Zwischenbericht Festival der Natur

24. bis 27. Mai 2019

Verein Festival der Natur
Zürich, Bellinzona, 22. August 2019



**FESTIVAL
DER NATUR**
BIODIVERSITÄT ERLEBEN



**FESTIVAL
DELLA NATURA**
VIVERE LA BIODIVERSITÀ

Festival der Natur
Mühlebachstrasse 81
8008 Zürich



1.0 Projektgrundlagen

Das Festival der Natur resp. des Festival della Natura wurden nach 2016, 2017 und 2018 zum vierten Mal im Tessin und in der Deutschschweiz durchgeführt – vom 23. bis 26. Mai 2019, in Zusammenarbeit und Koordination mit der

Schwesterorganisation Association Fête de la Nature in der Romandie. Dieses Dokument ist ein Zwischenbericht zu Händen der Mitgliederversammlung.

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 der Vernetzung seiner Mitglieder.

Jacqueline von Arx hat ihre Tätigkeit bei Pro Natura GR im Sommer 2019 beendet und gab ihren Rücktritt aus dem Vorstand bekannt. Das Präsidium des Vereins wird im Verlauf des Jahres einen Vorschlag für die Nachfolge unterbreiten.

Die Mitgliederversammlung 2018 wurde am 8. November 2018 in Aarau durchgeführt – gut besucht, auch dank der Präsentation von Isabella

Sedivy als Projektleiterin von Mission B (SRG SSR).

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

Werner Müller, Präsident
Geschäftsführer BirdLife Schweiz

Dr. Norbert Kräuchi, Vizepräsident
Leiter Abteilung Landschaft u. Gewässer, Kt. AG

Fabio Guarneri, WWF Svizzera italiana

Silvia Hanssen, Umweltbeauftragte der Stadt Biel

Jacqueline von Arx, GF Pro Natura Graubünden
(Vorstandsmitglied bis 07.2019)

1.2 Vernetzung

Um in den 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-VerbandSTV, SAC. Als neue Patronatspartner stiessen zur Initiative:

- Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz
- Syndicats des Enseignats Romands
- Gemeindeverband
- KWL, KBNL

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

Linard Bardill, Liedermacher, Künstler
Dr. Christoph Böbner, Leiter der DS Landwirtschaft u. Wald Kt. 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 Känzig, Abteilungsleiter Naturförderung Kanton Bern
Werner Luginbühl, Ständerat Kanton Bern,
Präsident Verband Schweizer Wanderwege
Dr. Stefan Müller-Altermatt, Nationalrat Kt. Solothurn, Präsident 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

1.3 Sponsoring, Mittelbeschaffung

Die Verträge mit MGB, IP Suisse und ewz laufen 2019 aus. Die Sponsorenakquise wird im Herbst 2019 neu aufgelegt – mit einem Schwerpunkt auf der Vermarktung der Kommunikationsplattformen der NatureChallenge. Es gilt, mindestens 120k neu zu beschaffen.

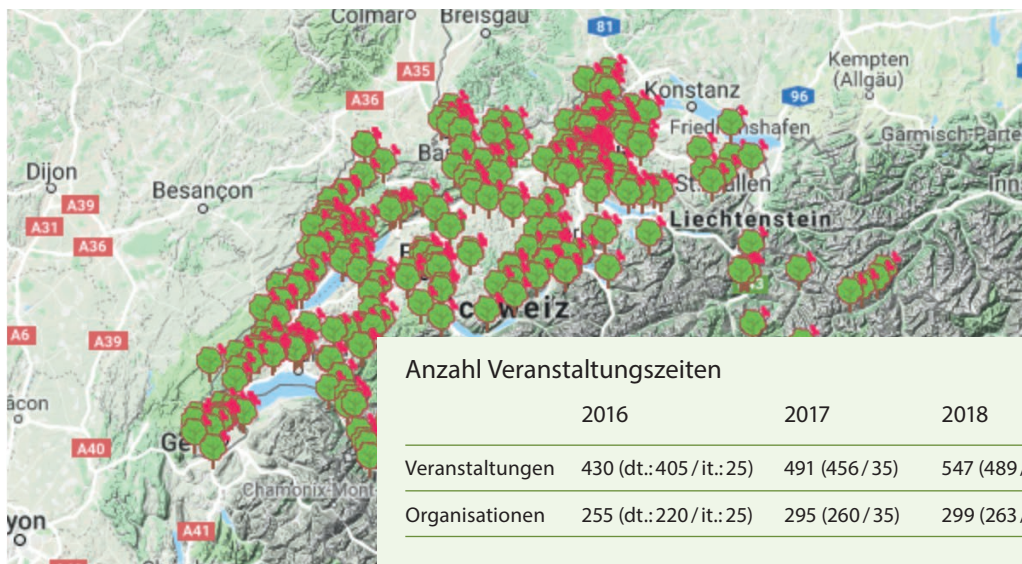
Das Bundesamt für Umwelt BAFU wird laut Finanzhilfeverfügung v. 10. Juli 2019 das Festival der Natur in den kommenden fünf Jahren bis 2024 mit jährlich CHF 132k unterstützen.

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, 23. bis Sonntag, 26. Mai 2019 festgelegt. Das Koordinationsbüro des Festivals stand in Kontakt mit mehr als 1250 potenziellen Veranstaltern von Natur- und Biodiversitätsveranstaltungen. Ab Ende November 2018 war es möglich, Veranstaltungen in die Online-Datenbank der Website einzutragen – in elf Themenklassen wie folgt:

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

Zwar wurden mit 555 Veranstaltungszeiten in den beiden Landesteilen CH dt und CH it 2019 eine neue Höchstmarke erreicht; das Wachstum indes hat sich merklich verlangsamt. Auch die Zahl der am Festival beteiligten Veranstalter wuchs lediglich um 2 Prozent auf insgesamt 305 Organisationen.



3.0 Kommunikation und Kampagne

3.1 Aussenwerbung, Radiowerbung

Auf einen Plakataushang wurde in der CH dt. verzichtet; ein kleiner APG-Aushang mit >20 Plakaten F200 wurde im Tessin realisiert.

Einen Werbeschwerpunkt wurde in der Radiowerbung gesetzt – über Schaltungen bei den sechs bedeutsameren, deutschschweizer Lokalradios mit einer über sieben Tage laufen-

den nach Nachrichten und Wetterinfo laufenden Kampagne. Die Massnahme erwies sich – so ergab die Befragung der Teilnehmenden – als sehr erfolgreich. Schwerpunktregionen waren Südostschweiz, Nordwestschweiz, Mittelland, Kanton Bern sowie Ostschweiz. Sämtliche Stationen gewährten den Zewo-Rabatt von 50 Prozent.

3.2 Inserate

Eine umfangreiche Inseratekampagne in gedruckten Medien wurde mit Blick auf Radio- und Onlinewerbung nicht realisiert. In der Schweizer Familie wurden zwei halbseitige Inserate geschaltet; daneben wurden in versch. kleinen Lokal-

zeitungen mit Häufung von Festival-Veranstaltungen Veranstaltungshinweise platziert – die Massnahmen kamen bei den Veranstaltern sehr gut an.

3.3 Online

Internet, festivaldernatur.ch

Die gemeinsam mit dem Verein Fête de la Nature betriebene Website wurde in allen drei Landessprachen dt, it und fr ausgegeben und hat sich sehr bewährt. Die Site erfüllte 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 2019 verzeichnete die Website 84'383 Visits, bei über 107'000 Sessions. Die Website wurde zu 43 % über Mobiles aufgerufen, 44 % von Desktops sowie 13 % über Tablets. Die durchschnittliche Verweildauer betrug 2m46s.




Internet-Nutzung (nur CH dt)

	2017	2018	2019	Veränderung
Visits	38'822	59'122	88'343	+ 49.5 %
Hits	51'343	83'238	112'456	+ 35.1 %

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 54 Posts publiziert; 31 davon wurden aktiv beworben. Das Festival verfügt in der Deutschschweiz über 2632 FreundInnen (Stand Juni 2019, Version CH dt.); die Reichweite während den Monaten April und Mai 2018 betrug 129'346 Personen, diese erzeugten total 32'469 Interaktionen.

3.4 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 gegenüber den Vorjahren rückläufig, insgesamt zufriedenstellend, aber stark verbesserungsfähig.

Wie erwartet und wie bereits in den früheren Jahren feststellbar war das Medienecho im Tessin besser als in der CH dt.

Insgesamt 288 Berichte sind in Deutschschweizer elektronischen und gedruckten Medien realisiert worden. Die Gesamtauflage betrug 4'824'000 Exemplare (2018: 6'122'000), der sogenannte Anzeigenäquivalenzwert (AEV) betrug CHF 242'000 (2017: 348'000).

Die gemessen am Jahr 2018 weniger gute Zahlen bei Auflage, Reichweite und AEV sind vrl. dem fehlenden Interesse von 20 Minuten und Blick geschuldet. Auch SRF berichtete nicht über das Festival. Sehr gut entwickelt haben sich dagegen die Reichweiten bei den digitalen Kanälen; diese haben die rückläufigen Resultate bei den Printmedien wettgemacht.

Newsletter

Die Kommunikation mit Vereinsmitgliedern und -interessierten wird ausschliesslich digital geführt. Offizielle Mitteilungen an Festival-Partner wurden über einen elektronischen Newsletter (Mailchimp) mit 1638 Abonnenten (Stand Juni 2019, Version CH dt.) der Arbeitsbereiche Verwaltung, Natur- und Landschaftsschutz und Tourismus verschickt. Über die gesamte Dauer von Festival-Vorbereitung bis Veranstaltungswochenende sind 12 Newsletter verschickt worden.

3.5 Partnerkommunikation

Sämtlichen Veranstaltungspartnern wurde 9 Wochen vor Veranstaltung ein Set von Kommunikationsmitteln zur Stützung der Festivalpromotion zugestellt. Das Set umfasste u.a.:

Plakate A2/A3
Medienkit
Logo/Wortmarke
Festivalfahnen (gross/klein)

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

Auf hervorragendes Echo stiess der Social Media-Guide mit Anleitungen für die beste Nutzung der Social Media-Plattformen.

Auflagen, Reichweiten, AEV (in 1000)

	2016	2017	2018	2019	Veränderung
Auflage	4'448	5'245	6'122	4'824	- 21 %
Reichweite	5'760	6'430	7'230	5'911	- 19 %
AEV	248	291	348	256	- 26 %

5.0 Festivalhöhepunkte, Besucherzahlen

Eine Lancierungskonferenz wurde nicht organisiert und auch Promi-Besuche wurden keine registriert. 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 Basel, Burgdorf, Liestal, Biel, Stans oder Zürich. In Burgdorf organisierte die Stadt mit Mitwirkung verschiedener Naturschutzor-

ganisationen ein Festival der Natur mit 9 Teilveranstaltungen und Stadtrundgang. Allein in Zürich wurden mehr als 65 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 – wie im Jahr zuvor.

6.0 Umfrage, Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit und Anregungen bei Veranstaltern und Netzwerkpartnern wurden im Anschluss an das Festival über eine Online-Umfrage abgefragt. Von 911 angefragten Partnern hatten 61 an der Umfrage teilgenommen. 84 % der antwortenden Organisationen betrachten das Festival in Bezug auf Sensibili-

sierung für Themen der Natur und Eigenprofilierung als gut bis sehr gut passende Plattform. Gewünscht wird vor allem die gezielte Unterstützung bei Werbe- und Kommunikationsvorhaben der Veranstalter.

7.0 Budget

Gegenüber dem von der GV 2018 bewilligten Budget 2019 werden keine nennenswerten Abweichungen verzeichnet. Jahresrechnung und Bilanz werden per Kalenderjahr ausgewiesen und sind Gegenstand des Jahresberichts 2019.

8.0 Weitere Projekte

8.1 Natürliche Stadtrundfahrten

Nach dem hervorragenden Echo der im Rahmen des Festivals der Natur resp. Abenteuer StadtNatur 2018 in Zürich realisierten Sondertram-Rundfahrten «Natürliche Stadtrundfahrt» plante der Verein in ausgewählten Städten Pilot-Stadtrundfahrten mit Themenschwerpunkt «Urbane Biodiversität». Erste Abklärungen in ausgewählten Städten zeigten grosses Interesse und auch der Städteverband bewertete das Projekt als förderungswürdig.

Mit Unterstützung vom Bundesamt für Umwelt wurde das Projekt aufgegleist und in den Städten Winterthur, Basel, Bern, Luzern mit versch. möglichen Projektteilnehmenden Planungsmeetings und Workshops durchgeführt. In Analogie zu Zürich sind neben lokaler Vernetzung namentlich auch Kooperationen mit Fachorganisationen mit Biodiversitätskompetenz (Führungen) sowie mit Gemeindeverwaltungen und Verkehrsbetrieben Voraussetzung für stabile Projektstrukturen.

Bei keiner der angefragten Städte war dies angesichts der doch eher kurzfristigen Projektinitiierung möglich. Zwar hat keine der angefragten Städte abgesagt, im laufenden Jahr wurden ausserhalb Zürich indes keine weiteren «Natürliche Stadtrundfahrten» durchgeführt. Die Initiative wird nun weiterentwickelt, mit dem Ziel, 2020 «Natürliche Stadtrundfahrten» anzubieten.

Besonders erwähnenswert ist die Zusammenarbeit mit der Stadt Basel, wo mit einer Studienarbeit mit StudetInnen der ZHAW mit Analyse, Stakeholderübersicht, Routing, Themenübersicht und Vorgehensweise beste Grundlagen für eine Veranstaltungsreihe 2020 gesetzt wurden. Weit gediehen ist ein Projekt auch in der Stadt Bern, wo 2020 mit der Stadtverwaltung im Lead eine Serie von «Natürlichen Stadtrundfahrten» realisiert werden soll.



STADTNATUR
Dynamik
Flora
Fauna
Korridore
Lebensräume
Stadtklima
Versiegelung



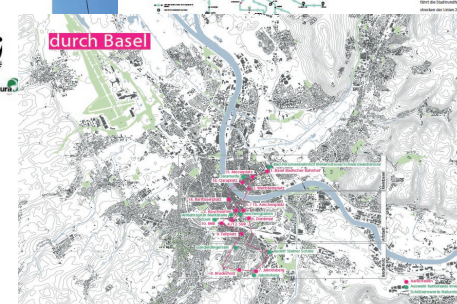
Stakeholder

Welche Gruppen sind das Projekt und thematisch umgeben? Welche sind die wichtigsten Akteure? Welche sind die wichtigsten Akteure? Welche sind die wichtigsten Akteure?



Interessengruppen sind Individuen, Organisationen, Institutionen, die ein Interesse an der Umsetzung des Projekts haben.

BVB
13 Linien
69,6 Kilometer



8.2 NatureChallenge.swiss

Im Rahmen der als Fotowettbewerb zum Thema Biodiversität in der Schweiz aufgebauten NatureChallenge wurde vom 1. Januar 2019 bis 20. März 2020 eine letzte von insgesamt vier Staffeln durchgeführt – zum Thema Biodiversität im Winter. Sehr zufriedenstellende 1117 Bilder wurde eingesandt. Zusammen mit den 8442 Aufnahmen der der Berichtsperiode vom 20. Mai 2018 bis zum 31. Dezember 2018 wurden damit hervorragende 9559 Aufnahmen 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, ein einzigartiger Bilderschatz!

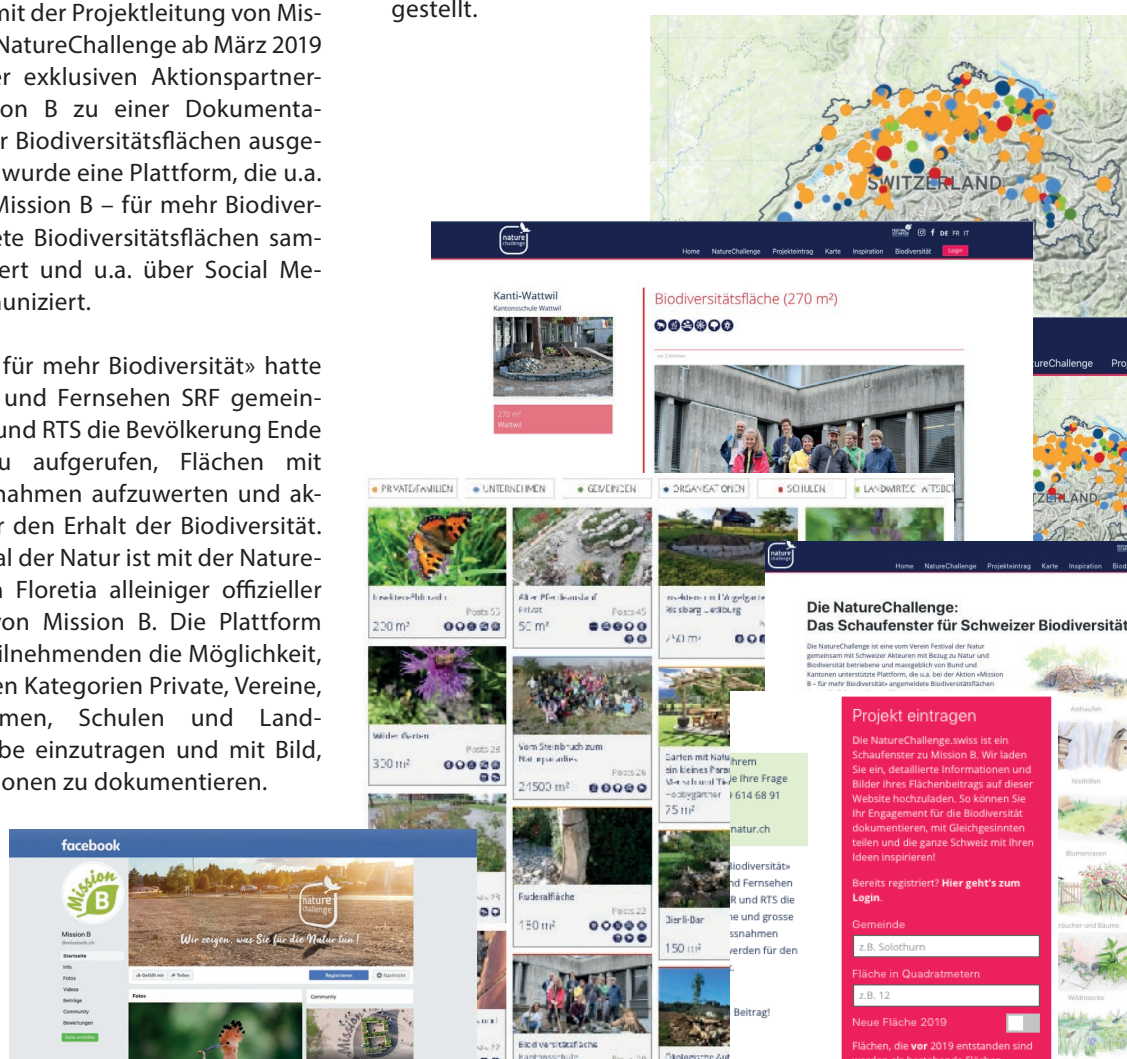
Die NatureChallenge:
Das Schaufenster für Mission B-Biodiversität

In Partnerschaft mit der Projektleitung von Mission B wurde die NatureChallenge ab März 2019 im Rahmen einer exklusiven Aktionspartnerschaft mit Mission B zu einer Dokumentationsplattform für Biodiversitätsflächen ausgebaut. Geschaffen wurde eine Plattform, die u.a. bei der Aktion «Mission B – für mehr Biodiversität» angemeldete Biodiversitätsflächen sammelt, dokumentiert und u.a. über Social Media-Kanäle kommuniziert.

Mit «Mission B – für mehr Biodiversität» hatte Schweizer Radio und Fernsehen SRF gemeinsam mit RSI, RTR und RTS die Bevölkerung Ende März 2019 dazu aufgerufen, Flächen mit passenden Massnahmen aufzuwerten und aktiv zu werden für den Erhalt der Biodiversität. Der Verein Festival der Natur ist mit der NatureChallenge neben Floretia alleiniger offizieller Aktionspartner von Mission B. Die Plattform gibt Mission B-Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre Flächen in den Kategorien Private, Vereine, Gemeinden, Firmen, Schulen und Landwirtschaftsbetriebe einzutragen und mit Bild, Text und Illustrationen zu dokumentieren.

Mit rund 800'000 Quadratmeter neu geschaffener Biodiversitätsflächen (Stand: 1. November 2019) ist Mission B ein durchschlagender Erfolg. Im Windschatten des SRG-Projekts stiess auch die NatureChallenge auf sehr gutes Echo. Beeindruckende 512 Projekte aller Kategorien sind bislang auf der Plattform eingetragen; unzählige Bilder und Beschreibungen der AutorInnen vertiefen die Projekte.

Sehr erfolgreich sind auch die aufgebauten Social Media-Plattformen. NatureChallenge betreut zusammen mit Mission B die Facebook- und Instagram-Plattformen von Mission B. Publiziert werden hier aktuelle Informationen zu unterschiedlichsten Biodiversitätsthemen mit Mission B-Relevanz und detaillierte Betrachtungen zu einzelnen Mission B-Flächen. Gleichzeitig werden Videos zu herausragenden Mission B-Projekten produziert und auf verschiedenen Plattformen und bei Partner eingestellt.



The image shows a collage of elements related to the NatureChallenge. At the top right is the 'FESTIVAL DER NATUR' logo. Below it is a map of Switzerland with numerous colored dots representing project locations. The main part of the image is a screenshot of the NatureChallenge website, which displays a grid of project cards. Each card includes a photo, a title, a category (e.g., 'PRIVATE FAMILIEN', 'UNTERNEHMEN', 'GEWERBEN', 'ORGANISATIONEN', 'SCHULEN', 'LANDWIRTSCHAFT'), and a brief description. Some cards also show the area in square meters and the number of photos. To the right of the website screenshot is a Facebook page for 'Mission B' with a post about the challenge. At the bottom right is a red box with the text 'Projekt eintragen' and instructions on how to register and submit a project, including a link to 'Hier geht's zum Login'.