

# FERNWEH SCHWEIZ

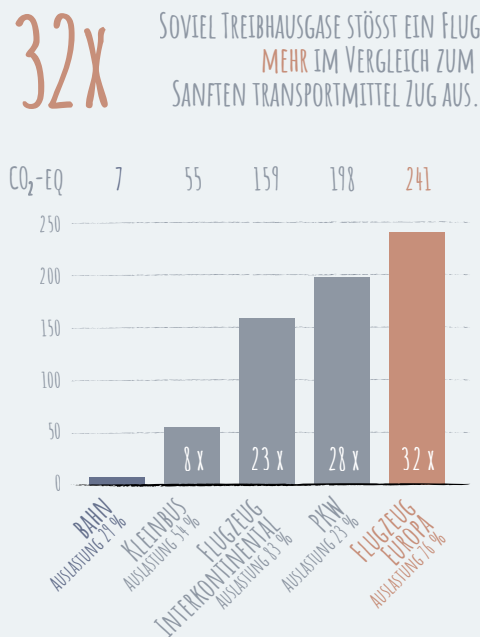
DAS GUTE LIEGT SO NAH!

DIPLOMPROJEKT, LEHRGANG UMWELTBERATUNG UND -KOMMUNIKATION, 2017-2019

## AUSGANGSLAGE

Global hat sich der Flugverkehr seit 1990 fast verdreifacht und legt weiterhin Jahr für Jahr um fünf Prozent zu. Dabei sind Schweizer\*innen<sup>1</sup> extreme Vielflieger\*innen. Gemäss WWF bestiegen Schweizer\*innen doppelt so häufig ein Flugzeug, verglichen mit den Nachbarländern. Der WWF schreibt hierzu: «Die Fliegerei ist weltweit für knapp fünf Prozent des menschengemachten Klimaeffekts verantwortlich, in der Schweiz sogar für über 18 Prozent. Geht die Entwicklung so weiter wie bisher, wird dieser Anteil bis 2020 auf fast 22 Prozent anwachsen.»<sup>2</sup>

Vergleich Transportmittel (Personenverkehr) und deren Emissionen mit Einbezug der je weiligen Auslastung.



Folgende Treibhausgase wurden berücksichtigt: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O angegeben in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten. Der SBB Strommix beinhaltet 4% Kernkraft, 96% Wasserkraft. Quelle: Mobitool, [www.mobitool.ch/de/tools/vergleichsrechner-15.html](http://www.mobitool.ch/de/tools/vergleichsrechner-15.html)

## PROJEKTZIELE MIT ZIELGRUPPE

Mit einer nachhaltigen Reisebroschüre wird dem Zielpublikum gezeigt, wie spannend das eigene Land sein kann. Das Zielpublikum besteht aus Schweizer\*innen, welche gerne Aktiv-, Alternativ-, Familien- oder Kultururlaub machen. Das Projekt spricht bereits umweltaffine Personen an.

### Ziel 1

Den Leser\*innen sind verschiedene nachhaltige Reisedestinationen bekannt.

### Ziel 2

Die Reisebroschüre ist in Zusammenarbeit mit einer nachhaltigen Druckerei erstellt und als Beilage mit einem breit gestreuten Magazin verschickt. Die digitale Version ist auf [www.fernweh-schweiz.ch](http://www.fernweh-schweiz.ch) abrufbar. Das Projekt ist auch aktiv in den Social Media.

### Ziel 3

Die Leserschaft ist über die Umweltvorteile des nachhaltigen Tourismus sensibilisiert, wie hoch der CO<sub>2</sub>-eq Ausstoss im Vergleich zu einem ähnlichen Urlaub mit dem Flugzeug ist.

## RESULTATE

### Resultat 1

Die Leser\*innen haben nachhaltige Feriendestinationen und Reisetipps gemäss Touristenprofil als Auswahl.

### Resultat 2

Alle 8000 gedruckten Reisebroschüren wurden an umweltaffine Personen verteilt. 80% davon wurden durch Netzwerkpartner, als Magazinbeilage in einem Umweltheft, in einer Bio-Gemüse-Box beigelegt oder mittels diversen Tourismus-Büros verteilt. Die restlichen 20% wurden an diversen Orten wie z.B. Hotels, Bio- und Unverpackt-Läden aufgelegt. Die Broschüre ist geographisch breit gestreut: Drei Viertel erreicht die Bevölkerung schweizweit und ein Viertel in unseren Heimatkantonen (Aargau, Appenzell, Bern, St.Gallen, Zürich). Gleichzeitig erreichten wir vor Druckfertigstellung über 400 Personen online: Entweder durch das erfolgreiche Crowdfunding, einen Besuch auf Facebook, Instagram oder unserer eigenen Webseite. Zusätzlich gab es einen Wettbewerb auf der Facebook-Seite, bei der ein Gewinn nur durch Liken und Teilen unserer Seite möglich war.

### Resultat 3

Die Leser\*innen können ihren Urlaub auf Basis der Ökobilanzierungsdaten besser planen.

## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Das Projekt stiess auf positive Resonanz. Über 8000 Personen oder Haushalte erhielten kostenlos die Reisebroschüre (on- und offline). Durch einfache und verständliche Ökobilanz-Grafiken wird das Thema «nachhaltiges Reisen» und die Schadstoffwerte in CO<sub>2</sub> greifbarer. Zusätzlich erhält man wertvolle Informationen zur Auswirkung von Flugreisen auf die Umwelt und praktische Tipps wie man dagegen handeln kann. Auf humorvolle Weise werden zudem zehn gute Gründe für Ferien in der Schweiz aufgezeigt. Um das Angebot abzurunden, folgen vier nachhaltige Reisedestinationen für je einen Reisetypen. Diese wurden aufgeteilt in Kultur-, Aktiv-, Familien- und Alternativ-Reisetypen. Die Reisedestinationen werden auf jeweils einer Doppelseite als persönlicher Erfahrungsbericht aufgeführt. Zusätzlich aufgelistete nachhaltige Aktivitäten, Unterkünfte, Verpflegung etc. decken weitere Bedürfnisse für die Touristen ab.

<sup>1</sup> Gemeint ist die gesamte, in der Schweiz wohnhafte Bevölkerung. Einfachheitshalber wird im Factsheet der Begriff Schweizer\*innen gebraucht

<sup>2</sup> <https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele/flugverkehr>, besucht am: 5. Oktober 2018

## MEDIEN

### Print

Ganzseitiger Artikel im Magazin umverkehRen, Ausgabe März 2019, Verein umverkehR. Unsere Broschüre wird ebenfalls kostenlos mit der März-Ausgabe als Beilage in 4'200 deutschsprachige Haushalte mitverschickt.

### Online

Artikel auf der Webseite von fairunterwegs.org  
[www.fairunterwegs.org/news-medien/news/detail/fernweh-schweiz-warum-in-die-ferne-schweifen-denn-das-gute-liegt-so-nah/](http://www.fairunterwegs.org/news-medien/news/detail/fernweh-schweiz-warum-in-die-ferne-schweifen-denn-das-gute-liegt-so-nah/)

### Radio

Radiointerview auf Anfrage vom Radiosender Lifechannel  
<https://radio.lifechannel.ch/leben/genuss-kultur/freizeit/die-erste-nachhaltige-reisebroschuere-fuer-die-schweiz/>

## ONLINE

### Webseite

[www.fernweh-schweiz.ch](http://www.fernweh-schweiz.ch)

### Social Media

[www.facebook.com/fernwehSchweiz/](https://www.facebook.com/fernwehSchweiz/)  
[www.instagram.com/fernwehschweiz/](https://www.instagram.com/fernwehschweiz/)

### E-Mail

[info@fernweh-schweiz.ch](mailto:info@fernweh-schweiz.ch)

## TRÄGERSCHAFT

### Verein Fernweh Schweiz

Jessica Bachmann  
 Julia Gsell  
 Sandrine Roux  
 Adriana Stepanov

