

sunny.days – Freizeit aktiv geniessen Schnupperprogramm bietet mobilitätsfördernde Ferienaktivitäten

Im Jahr 2002 wurde das in der Schweiz bislang einzigartige Projekt „sunny.days“ gestartet. Jeden Sommer werden in Basel und der Region Nordwestschweiz attraktive Dienstleistungen für spontane Freizeitaktivitäten angeboten. Die von dem Aktionsplan Umwelt und Gesundheit unterstützten Angebote sollen die TeilnehmerInnen dazu anregen gemeinsam und aktiv etwas für die eigene Gesundheit und Fitness zu tun. Im Programm sind beispielsweise E-Bike Touren, Stadtwandern und eine „Inline-Academy“.

Weitere Informationen:

sunny.days

<http://www.active-event.ch/sunnydays04/index.html>

sunny.days – une initiative pour promouvoir la mobilité douce La région de Bâle offre à sa population des activités estivales

En 2002 a été lancé dans la région bâloise un projet unique. Depuis, chaque été, une série d’offres de loisirs organisées dans l’idée de promouvoir l’activité physique et la mobilité douce, sont proposées gratuitement à la population, sous le sigle « sunny.days ». Le programme, soutenu par le Plan d’action santé et environnement, comprend aussi bien des cours de yoga, de l’initiation au patin inline, que des visites de découverte de la région en vélo électrique.

Pour plus d’informations (en allemand):

sunny.days

<http://www.active-event.ch/sunnydays04/index.html>

08.11.2004

Unterstützt von:



Mobilservice
c/o Büro für Mobilität AG
Hirschengraben 2
3011 Bern
Fon/Fax 031 311 93 63 / 67

Redaktion: Julian Baker
redaktion@mobilservice.ch
Geschäftsstelle: Martina Dvoracek
info@mobilservice.ch
<http://www.mobilservice.ch>





sunny.DAYS
freizeit aktiv geniessen

Schlussbericht 2003

sunny.days ist ein attraktiver Freizeit- und Ferienkalender, der Erwachsene und die ganze Familie spontan zu verschiedenen aktiven und vergnüglichen Freizeitaktivitäten anregt.

Projektleitung:

Michael Santeler
creative event
Promotion und Sport
Theaterstrasse 10
4051 Basel
Tel. +41 61 273 48 48

Stephan Lingenhel
e viva gmbh
Effiziente Energie- und Mobilitätsnutzung
Rümelinsplatz 7
4001 Basel
Tel. +41 61 363 95 56

Zusammenfassung

Die zweite Durchführung des Schnupperprogrammes für Erwachsene in der Sommerferienzeit „sunny.days – Freizeit aktiv geniessen“, konnte im 2003 innert neun Sommerwochen über 3'600 Personen in Bewegung und Begeisterung versetzen. Obwohl dieses Jahr kein Publikumsanlass durchgeführt wurde, ist die Angebotspalette von noch mehr Personen besucht worden als im letzten Jahr.

Aus 13 verschiedenen Freizeitaktivitäten (Acqua-Gym, Cardiofight, E-Bike Stadttouren, Inline Academy, Jogging, Lunch Games, Mountainbike, Nordic Walking, Power Yoga, Rheinschwimmen, Stadtwandern, Tennis, Walking) konnte spontan und ohne Verpflichtung ausgewählt und geschnuppert werden. Aufgrund der grossen Nachfrage wurden erneut zusätzliche Kursangebote, insgesamt über 130 einzelne Aktivitäten, organisiert und durchgeführt.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beteiligen sich an den sunny.days, weil sie Spass an der Bewegung erleben, etwas für ihre Gesundheit tun, gleichzeitig etwas Neues kennen lernen wollen und für sie der Aktivitätenmix eine interessante Abwechslung darstellt.

Die Kursorte sind so ausgewählt, dass sie per Fahrrad, zu Fuss und mit ÖV gut erreichbar sind. An sieben Schnupperaktivitäten konnten verschiedene Fortbewegungsformen zu Fuss, sowie energieeffiziente Verkehrsmittel wie E-Bikes, Mountainbikes und Inline direkt erfahren werden.

Die aktive Mund-zu-Mund-Werbung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem nahen persönlichen Umfeld (Arbeit und Familie) motivierte einen Drittel zur Teilnahme. Die Schnupperaktivitäten werden im nahen persönlichem Umfeld weiter empfohlen. Die gesamte Stimmung der Aktivitäten baut, zusammen mit der Motivation der Kursleitung, auf persönliche Kontakte auf.

Der jederzeit frei wählbare Einstieg für eine spontane Teilnahme und ohne sich für eine längere Beteiligung am umfangreichen und vielfältigen Aktivitätenmix verpflichten zu müssen, kommt in der ungezwungenen Sommerzeit bei einem breiten Publikum gut an und entspricht dem Zeitgeist.

Für jede Dritte Teilnehmerin stellt der Besuch der sunny.days Aktivitäten einen Ferienersatz dar. Gerade auch für die zu Hause gebliebenen und arbeitende Bevölkerung, bietet das grosse Angebot an Freizeitaktivitäten eine herausfordernde und genussvolle Alternative zum hitzigen Alltag.

Speziell aufgefallen ist dieses Jahr eine beachtliche Anzahl von Zuschauern am Rand der publikumsattraktiven Freizeitaktivitäten Cardio-Fight und Acqua-Gym. Der Schritt selber aktiv zu werden und sich bei sunny.days zu beteiligen stellt für dieses Publikum noch eine Schwelle dar. Es ist jedoch offensichtlich, dass die motivierende Wirkung „über den Bassinrand hinaus schwappt“ und sich weiter verbreitet.

Die Freizeitaktivitäten Cardio-Fight, Power Yoga, Walking, Jogging / Laufftreff und Mountainbiken, werden aufgrund der grossen Nachfrage nach den Sommerferien weiter geführt. Bei Lunch-Games gibt es Anfragen zur konkreten Weiterführung.

Die Auswertung aller schriftlichen und mündlichen Rückmeldungen zeigen, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in die Kursleitung und in die Projektorganisation generell ein grosses Vertrauen haben.

Der Ausblick für das Jahr 2004 zeigt bei einer Vielzahl von Besuchern; es „lechts nach mehr“ sunny.days!

1. Idee und Ausgangslage

Die Firmen „creative event, promotion und sport (Michael Santeler)“ und „e viva gmbh (Stephan Lingenhel)“ haben im Jahr 2002 gemeinsam das Pilotprojekt sunny.days entwickelt und umgesetzt. Inklusive Eröffnungsanlass haben am Pilotprojekt 2900 Personen teilgenommen.

Im 2003 wurde das Projekt trotz erheblichen Finanzierungsschwierigkeiten erneut durchgeführt. Die Dauer wurde über die Basler Schulsommerferien hinaus verlängert:

„Lust auf Bewegung und Spass? Vom 30. Juni bis 30. August – neun Wochen 120 Gratis-Schnupperangebote in Basel und der Regio!“

Für die Öffentlichkeit von Basel und der gesamten Region Nordwestschweiz wurden attraktive Angebote und Dienstleistungen für spontane Freizeitaktivitäten angeboten.

Gemeinsam mit anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern in einer Gruppe konnte aktiv etwas für die eigene Gesundheit und Fitness erlebt werden.

Die einzelnen Angebote wurden explizit so ausgewählt und organisiert, dass es bei der Teilnahme zur Anreise animieren soll die Nutzung „gesunder“ Verkehrsmittel zu bevorzugen (siehe Anreisetipp im Leporello).

2. Ziele

Die Projektaktivitäten regen Erwachsene dazu an, etwas für ihre tägliche Bewegung und Gesundheit zu tun. Gleichzeitig ermöglicht das Schnupperprogramm den Besuchern mehr persönliche Energie zu gewinnen und Wohlbefinden beim Besuch ihrer Freizeitaktivitäten zu erleben.

Die Projektleitung hat sich zum Ziel gesetzt vor allem denjenigen Personen eine Plattform zu bieten, welche eigentlich gerne möchten, aber bisher noch wenig aktiv sind. Deshalb wurden die Freizeitaktivitäten so kreiert, dass eine breite Bevölkerungsschicht animiert werden kann, sich bei viel Spass mehr zu bewegen!

Das sunny.days Schnupperprogramm bietet:

- Eine Ideenpalette, wie bestehende Angebote und Möglichkeiten in der eigenen Umgebung neu oder anderes genutzt und kombiniert werden können.
- Vorschläge was in der Ferienzeit und zu Hause unternommen werden kann ohne, dass dabei in die „weite Ferne“ gefahren werden muss.
- Das Erleben vielfältiger Möglichkeiten und Kombinationen zur geeigneten Verkehrsmittelwahl beim Besuch von Freizeitaktivitäten.
- Auf das Zielpublikum angepasste Angebote, welche geeignet sind einfach und flexibel in die eigenen Freizeitaktivitäten und den alltäglichen Freizeitverkehr zu übernehmen.
- Das Erleben attraktiver Freizeitaktivitäten mit gesunder Bewegung von Tür zu Tür. Der Spass steht dabei immer im Vordergrund.

3. Programm und Bemerkungen

In der Zeit vom 30. Juni bis zum 30. August 2003 standen der Bevölkerung 13 verschiedene Themen zur Auswahl.

Insgesamt haben über 3'600 aktive Beteiligungen an den über 120 einzelnen sunny.days Freizeitaktivitäten teilgenommen. Darin sind auch mehrmalige Beteiligungen von denselben Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit eingerechnet.

Dank des Engagements der Sponsoren und Partner waren alle Angebote kostenlos. Die Angebote waren meist so kreiert und organisiert, das auf eine möglichst unkomplizierte Art an den Aktivitäten teilgenommen werden konnte. Wir haben bewusst darauf verzichtet, dass eine Teilnahme an unseren Aktivitäten meist auch ohne längere Planung möglich war. Für einen kleinen Teil der Aktivitäten musste aus organisatorischen Gründen telefonisch reserviert werden. Für Reservationen und telefonische Infos haben täglich von 11.00 bis 14.00 h eine Hotline betrieben.

Im Vergleich zum Vorjahr wurden die Teilnahmemöglichkeiten mehr als verdoppelt. Diese wurden generell von 2 bis über 160 Teilnehmer/innen pro Freizeitaktivität genutzt. Bewusst wurden im diesjährigen Schnupperpaket auch „Versuchsangebote“ wie die LunchGames integriert.

Die Nutzung der Angebote hängt stark mit dem Wetter zusammen. In diesem Jahr waren die sunny.days von einer enormen Hitze geprägt. Angebote welche im vergangenen Jahr sehr gut angekommen (Walking) sind, haben dieses Jahr wenig Anklang gefunden. Deshalb bietet der sunny.days-Mix auch eine Palette wetterunabhängiger Möglichkeiten an.

„Lust auf Bewegung und Spass? - Schnupperangebote für Erwachsene und Familien. Einfach vorbeikommen und mitmachen! Keine Vorkenntnisse nötig.“

■ Power Yoga

Trainiert wird Kraft, Beweglichkeit, Gleichgewicht und Konzentration. Dieses Angebot fand Dienstags um 8.00 h morgens auf einer Wiese im noch nicht geöffneten Gartenbad statt.

Bemerkungen: Dieses noch neue Angebot wurde von bis zu 45 Personen pro Kurs genutzt. Erstaunlich war vor allem, dass auch bei extrem schlechtem Wetter (in der Halle) morgens um 8.00 h noch neue Teilnehmer/innen begrüsst werden konnten. Nach grosser Nachfrage für Kurse am Abend haben wir uns entschlossen, spontan zwei zusätzliche Abendkurse anzubieten.

Kursleitung: Trotz wechselnder Kursleiter sind immer mehr Teilnehmer/innen gekommen. Viele Leute interessierten sich für Folgekurse.

■ Walking

Gelenkschonendes Ausdauertraining und Natur geniessen.

Bemerkungen: Walking haben wir sehr häufig angeboten. Es war zu heiss. Trotz Trend, Walking wurde im Vergleich zu 2002 nicht so stark besucht.

Kursleitung: Die in diesem Jahr nicht zahlreichen Teilnehmer/innen sind sehr stark an weiteren Kursen interessiert und haben sich auch schon angemeldet.

■ **Acqua-Gym**

Gelenkschonendes, kräftigendes Training gegen den Wasserwiderstand.

Bemerkungen: Generell war das Wetter während den ganzen Sommerferien für Wasseraktivitäten ideal. Es hat nur einmal geregnet und dies gleich bei der ersten Durchführung – und trotzdem sind bereits über 30 Personen gekommen!

Alle anderen Anlässe wurden von 80 bis max. 160 Personen besucht!

Kursleitung: Das Angebot der Kursleitung hatte einen „Ferienclubcharakter“. Wir hätten bei diesem Wetter täglich Acqua-Gym anbieten können. Im Schwimmbad wurde sunny.days zum „Gespräch“ (man trifft sich). Die Kursleitung hat vor Ort auch sehr viele ältere Teilnehmer/innen gezählt.

■ **Jogging**

Vital durch laufen. Die Kurse sind für Personen kreiert, welche bisher noch nie joggt sind.

Bemerkungen: Generell wurden diese Kurse sehr gut besucht. Es gab Leute die sich an allen Kursdurchführungen beteiligten. Bei einer Durchführung haben wir über 30 Personen gezählt. Eine Gruppe von ca. 15 Personen besucht weiterhin Joggingkurse.

Kursleitung: Da teilweise Leute dazu gestossen sind, die seit ihrer Schulzeit keinerlei Sport betrieben haben, war die Kursleitung mit dem Programm sehr gefordert.

■ **Mountainbike**

Mountainbiken für Einsteiger. In Stadtnähe Sport treiben und die Natur geniessen.

Zusätzlich wurde spontan ein Techniktag angeboten und über die Medien publik gemacht.

Bemerkungen: Wir wollten den Mountainbike-Einsteigern die Region schmackhaft machen. Mit dem Gempfen als „Hausberg“ haben wir hier in Stadtnähe optimale Bedingungen. Es muss also nicht immer zuerst eine längere Anfahrt (z.B. mit dem Auto) auf sich genommen werden, dass man die Natur erleben kann. Die Kurse wurden trotz extremer Hitze von durchschnittlich 15 Personen genutzt. Nach den sunny.days Kursen haben sich eigenständige Gruppen gebildet, welche nun gemeinsam Touren unternehmen.

■ E-Bike Stadttouren

Geführte, gemütliche Stadttouren mit elektrisch unterstützten Fahrrädern für Einsteiger. In der Sommerhitze kann das «Flitzen ohne zu Schwitzen» hautnah als Genuss und nicht als schweisstreibende Aktivität wie Velo- oder Jogging- Aktivitäten erlebt werden. Die Möglichkeit an einem heissen Sommerabend Fahrtwind und die Umgebung zu geniessen. Durch das mehrfache Wechseln der Fahrzeuge erfahren alle Kursteilnehmer die Vielfalt dieser Fahrzeugart und wissen nach 90 Minuten klar was ein E-Bike bieten kann und was nicht.

Bemerkungen: Dieses Angebot wurde ausschliesslich von TeilnehmerInnen genutzt, welche noch nie zuvor mit einem E-Bike gefahren sind und diese Novität als interessantes Freizeiterlebnis mit viel Spass erleben konnten. Pro Gruppe haben sich zwischen 5 bis 22 Teilnehmerinnen beteiligt. Insgesamt konnten so rund 100 Personen die speziellen Vorzüge dieser modernen Mobilitätsform als Neuheit und erlebnisorientiert in ihrer Stadt geniessen.

■ E-Bike Probefahren

Kennenlernen der aktuellen Produktpalette und Vorzüge mit Information und Beratung für einen möglichen Einsatz. Die verschiedenen Produkte können ab Ort und Stelle oder auch in die Umgebung erfahren werden.

Bemerkungen: Der Bevölkerung auf unkomplizierte Art die Möglichkeit bieten E-Bike's kennen zu lernen. Der zentrale Standort Marktplatz eignete sich ideal so, dass eine breite Schicht der Bevölkerung angesprochen und über alle Auftritte gerechnet rund 70 konkretere persönliche Gespräche zum Einsatz von E-Bikes geführt werden konnten.

■ Nordic-Walking

Walking mit Langlaufstöcken in der Region.

Bemerkungen: Dieses Angebot wurde trotz sehr gewagten und unbekanntem Ausgangsorten sehr gut besucht.

Kursleitung: Die Teilnehmer/innen zeigten sehr grosses Interesse für Folgekurse.

■ Cardio Fight-Night

Ausdauerübungen aus Taek Wando, Karate und Kick-Boxen. Stärkt die Kondition, die Willens- und Kampfkraft sowie die Beweglichkeit.

Bemerkungen: Diese Aktion fand im Gartenbad statt. Das Wetter lockte teilweise auch Badegäste zum spontanen mitmachen. Bei diesen Aktionen hatten wir häufig sehr viele Zuschauer. Wir hatten 2002 derart viele begeisterte TeilnehmerInnen, dass wir das Angebot im 2003 verdoppelt haben. Die Kurse wurden im Durchschnitt von über 100 Personen besucht!

Kursleitung: Vor Ort war der Kursleiter für die Animation zuständig. Zusätzlich

hatten wir Leute vor Ort, die die Zuschauer/innen befragten und informierten. Dieses Angebot wird nun nach den sunny.days in ähnlicher Form vom Kursleiter in einer Turnhalle weitergeführt. Nicht selten kann er dabei über 40 Teilnehmer/innen zählen.

■ Inline-Academy

Inline-Kurse für Anfänger und leicht Fortgeschrittene. In 90 Minuten Inlineskaten lernen mit viel Spass.

Bemerkungen: Aus organisatorischen Gründen musste man sich für diese Kurse anmelden. Die Kurse waren sehr rasch ausgebucht, so dass wir sogar noch ein Zusatzdatum angeboten haben. Wir hätten noch diverse Kurse anbieten können, das Interesse ist gerade bei Erwachsenen sehr gross. Die Teilnehmerzahl musste auf 45 Personen pro Kurs beschränkt werden. Das Altersspektrum lag zwischen 6 und 80 Jahre!

Kursleitung: Sehr viele Teilnehmer/innen interessieren sich für Folgekurse. Das Angebot an Anfängerkursen ist sehr gering. Viele Teilnehmer/innen informierten uns, dass sie schon länger Inlineskates besitzen, diese jedoch nach dem Ersteinsatz aus Angst vor Verletzungen nicht mehr nutzen. Der Kurs hat sie animiert, es nochmals zu probieren.

■ Rheinschwimmen

Nach dem Motto „Lieber in Begleitig dr Bach ab, als allei uf em Trochene sitze“ hat das Sportamt Basel Stadt zum begleiteten Rheinschwimmen eingeladen.

Bemerkungen: Das Angebot wurde sehr gut genutzt. Da wir dieses Angebot nicht selbst organisiert haben, können wir keine Angaben dazu machen.

Kursleitung: Hier wurden die Synergien zum Partner (Sportamt Basel-Stadt) sehr gut genutzt.

■ Stadtwandern

„Basel für Basler“. Ein Stadtrundgang durch Basel (Geschichte, Kultur und Wirtschaft). Beendet wurde die Wanderung mit einem Besuch des Spalentors.

Bemerkungen: Wir wurden von Anmeldungen „überriesant“. Pro Stadtwanderung hatten wir mit 25 TeilnehmerInnen gerechnet. Aus finanziellen Gründen mussten die Angebote trotz grosser Nachfrage beschränkt werden. Pro Aktion hatten wir sehr viele telefonische Anfragen die wir auf andere Daten verweisen mussten.

Kursleitung: Vor Ort gab es diverse Möglichkeiten für die Kursleitung auf weitere, eigene Stadtwanderungen zu verweisen. Wir hatten auch laufend Anfragen für Fortsetzungen.

■ Tennis

Eine übungsintensive Sportart – für Einsteiger.

Bemerkungen: Trotz einer nicht einfachen Sportart und einem gewagten Durchführungsort haben im „Roger Federer – Jahr“ an drei Mini-Anlässen 25 Personen vom Schnupperangebot Gebrauch gemacht.

Kursleitung: Die Leute sind teilweise von weit her angereist um Tennis einmal auszuprobieren. Dies muss als klares Ja zu dieser Sportart gewertet werden. Einmal mitmachen ist schwierig, Tennis muss regelmässig besucht werden.

■ LunchGames

Über Mittag: Walking und Ballspiele in der Turnhalle.

Bemerkungen: Ein Angebot den Mittag in Bewegung zu verbringen. Im Durchschnitt von 10 Personen mit viel Freude genutzt. Generell muss man sagen, dass dieser „Hitzesommer“ nicht dazu animiert hat, sich zusätzlich zu bewegen und schon gar nicht über Mittag.

Kursleitung: Alle Teilnehmer/innen signalisierten den Wunsch nach Ballspielen ohne Vereinsbindung. Dieses Angebot existiert nach der Schulzeit nicht. Deshalb überlegen wir uns, diese Kurse in einer weiteren Form anzubieten.

Details zu Kursen, Daten, Kursleitern etc. stehen im nachfolgend beigelegten Leporello.

4. Resultate

4.1 Resultate der Befragung

Bei allen Freizeitaktivitäten wurden zweiseitige Rückmeldezettel mit 12 Fragen an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verteilt. Es wurden keine persönlichen Befragungen durchgeführt. Auf dem Rückmeldezettel konnte angekreuzt werden, wer bereit ist für eine weitere persönliche Befragung zur Verfügung zu stehen.

Anlässlich der durchgeführten Kurse wurde durch die Kursleitung, oder durch die vor Ort anwesende Vertretung der Projektleitung, die Gesamtzahl der Teilnehmer pro Aktivität ermittelt und notiert.

Dort wo vor Ort nicht genügend Personal eingesetzt werden konnte um Auswertungszettel ausfüllen zu lassen, haben wir zum Anreiseverhalten „Handzählungen“ durchgeführt.

Die Angaben auf den Rückmeldezetteln wurden ausgewertet und nicht auf die gesamte Teilnehmerzahl von 3'600 Teilnehmern hoch gerechnet.

■ Allgemeine Angaben

Von den über 1'500 verteilten Rückmeldezettel stehen 5.5% (N= 196 von 3'600 Teilnehmer) vollständig, zum Teil auch unvollständig ausgefüllte, für die Auswertung zur Verfügung.

83% (N= 196) der Rückmeldungen wurden von Frauen zugesandt, deren Durchschnittsalter 39.0 Jahre beträgt (die letztjährige Rückmeldequote wies einen Frauenanteil von 69% aus). Bei den Männer liegt das Durchschnittsalter bei 43.2 Jahren.

Die ältesten drei Teilnehmerinnen sind 74 jährig, die jüngste Teilnehmerin ist 6 jährig. 62% (N=194) sind im Alter zwischen 25 bis 45 jährig. 14% (N= 27) der Teilnehmerinnen und Teilnehmer weisen ein Alter von 55+ auf. Die detaillierte Altersverteilung zeigt sich in Anhang 1 a).

Bei 56% (N=109) der Rückmeldungen wurde der Name der TeilnehmerIn genannt, dies geschah freiwillig, die Umfragezettel konnten neutral und ohne Namen eingesendet werden. Bei 57% (N=107) Rückmeldungen ist sogar eine Telefonnummer vermerkt worden. Diese Personen würden für eine allfällige weitere telefonische Befragung zur Verfügung stehen.

30% (N= 219) aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben sunny.days alleine besucht, 44% mit Freunden und Kollegen und weitere 26% mit Familienangehörigen und/oder Partner. → Siehe Anhang 1 b)

22% der Probanden geben an, dass sie bereits im Jahr 2002 sunny.days Freizeitaktivitäten besucht haben. 10% davon haben gar mehrere Aktivitäten besucht. → Siehe Anhang 1 c)

■ Wahl der Verkehrsmittel

90% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (N= 208) sind mit einem, 8% mit mehreren, Verkehrsmittel angereist.

Im Leporello wurden speziell für jede einzelne Freizeitaktivität Angaben zur möglichen Wahl der Verkehrsmittel – als Anreisetipp – vermerkt. 64% (N= 191) der Rückmeldungen haben den Anreisetipp gar nicht gelesen oder beachtet. 93% (N= 195) der Probanden geben an, dass sie ohne Anreisetipps gar nicht anders angereist wären und ihre Verkehrsmittelwahl nicht geändert hätten. Nur je 3% vermerkten, dass sie dann mit dem Velo oder dem öffentlichen Verkehr angereist wären.

Zur Frage mit welchen Verkehrsmitteln die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu ihren sunny.days Freizeitaktivitäten angereist sind, nennen 44% (N= 208) das Velo; 16.8 % sind alleine mit dem Auto und 11.1% mit mehreren Personen im Auto, angereist. → Siehe Anhang 2 a)

Auffallend ist, dass bei der Fragekonstellation «Was hätten sie heute unternommen, wenn sie diese sunny.days-Aktivität **nicht** besucht hätten?» und «Mit welchem Verkehrsmittel wären sie dabei unterwegs gewesen?» hier

wiederum 43% (N= 154) das Velo nennen, jedoch 26% zu Fuss und erst danach 13% das Auto. → siehe Anhang 2 b)

■ Anreisestrecke

Aufgrund der Angabe der Postleitzahlen in den Rückmeldungen und der Kenntnis der Veranstaltungsorte aller Freizeitaktivitäten konnten mittels Atlas (Distanz Rechnungsprogramm von Directories Swissroute Application) die jeweiligen Anreisedistanzen pro Besucher errechnet werden:

186 Sunny.days Besucherinnen und Besucher legten für Ihre Anreisen insgesamt 999 km zurück und haben somit eine durchschnittliche Anreisestrecke von 5.4 km bewältigt

Die kürzeste ermittelte Anreise betrug 0.5 km, die weiteste 78 km. → siehe Anhang 3 a)

61% der TeilnehmerInnen stammen aus dem Kanton Basel-Stadt, 37% aus dem Kanton Baselland. → siehe Anhang 2 c)

Gemäss dem Bezug zu «Mikrozensus 2000 zum Verkehrsverhalten» für die Kernstadt Basel und Agglomeration (Seite 66), liegt die tägliche Strecke für den Freizeitverkehr bei 13.4 km (44.9%).

Die durchschnittliche Anreisestrecke pro sunny.days-BesucherIn beträgt 5.4 km pro Weg (Anreise oder Rückreise). Dies entspricht rund 80% am täglichen durchschnittlichen nordwestschweizer Freizeitverkehr.

In Bezug zur durchschnittlichen Tagesdistanz, gemäss Mikrozensus, stellt der „sunny.days-Freizeitverkehr“ einen Anteil von 36% dar.

■ Anreise mit Autos

Aufgrund der Rückmeldungen sind 27.9% mit Autos (N= 208) zu den verschiedenen Aktivitäten benutzt worden. Bei 35 Fahrzeugen wurde nur eine Person transportiert, in den restlichen 23 Fahrzeugen wurden durchschnittlich 2.57 Personen pro Fahrzeug transportiert.

Gemäss Mikrozensus beträgt der Anteil des motorisierten Individualverkehrs 28.2% in der Basler Agglomeration (inkl. dazugehörige Kernstadt).

Die Aufteilung der Autonutzung (N= 58) nach Freizeitaktivitäten zeigt, dass der Anteil von Autofahrten mit mehreren Personen bei den meisten Aktivitäten bei über 50% liegt. → siehe Anhang 3 b)

■ Motivation zur Teilnahme

Die wichtigsten Gründe oder Motivation für die Teilnahme an den sunny.days - Freizeitaktivitäten werden von den Probanden in erster Linie folgende Kriterien genannt; „Etwas für die Gesundheit tun,“ „Lust an der Bewegung“, „Etwas Neues kennen Lernen“ sowie „Als Abwechslung“.

→ siehe Säulendiagramm „Motivation“ Anhang 4

■ Freizeitaktivität und Ferien

46% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beantworteten die Frage «Was hätten sie heute unternommen, wenn sie diese sunny.days-Aktivität **nicht**

besucht hätten?» mit „eine andere Freizeitaktivität besucht“, 42% jedoch mit „ich wäre zu Hause geblieben“. → siehe Anhang 5 a)

46% (N= 211) der Befragten gibt an, dass sie anstelle der sunny.days Aktivität andere Freizeitaktivitäten ausgeführt hätten und dabei vor allem das Velo/E-Bike (43%), zu Fuss (26%) mit dem Auto/Motorrad (14%) oder mit dem ÖV (12%) unterwegs gewesen wären. → siehe Anhang 2 b)

Die letztjährigen Ferien verbrachten die Probanden hauptsächlich in Europa (47%), in der Schweiz (26%) und in nicht-europäischen Ländern (24%). Gefragt nach dem Verkehrsmittel gaben 45% der Befragten an, dass sie mit dem Flugzeug, 31% mit dem Auto, 21% mit dem ÖV und 3% mit dem Velo unterwegs waren.

■ Kommunikation

Die Beantwortung der Frage „Wie haben Sie von den sunny.days-Schnupperaktivitäten erfahren“ wurden mit Mehrfachnennungen bei 232 Rückmeldungen mit 28% die Medien und mit 24% der Leporello genannt, aber auch zu 27% Freunde, Familie und Partner. → siehe Anhang 5 b)

Über ein Viertel der Rückmeldungen vermerkt, dass sie per Mund-zu-Mund Werbung zu einer Teilnahme an sunny.days – Freizeitaktivitäten motiviert wurden.

Bei der Frage zur Weiterempfehlung der sunny.days Aktivitäten wurden mit 45% deutlich die Arbeitskollegen und mit 30% die Familienangehörigen und/oder Partner genannt. → siehe Anhang 5 c)

■ Energetische Wirkungen

Es ist zu beachten, dass die in diesem Jahr umgesetzten Massnahmen durch die sunny.days Aktivitäten nicht nur im Berichtsjahr, sondern über das Jahr hinaus wirken. Rund die Hälfte der Befragten geben an die an den sunny.days Kursen ausgeübte Aktivität auch in Zukunft gemeinsam mit weiteren Personen auszuüben. Damit resultieren energetische Wirkungen über eine längere Zeit.

Die Annahme für die Wirkungsdynamik stellt eine Unsicherheit für die Schätzung der gesamten Energiewirkungen über mehrere Jahre dar. Eine längerfristige Untersuchung mittels einer Vorher-Nachher-Untersuchung wäre hier von grossem Interesse und Nutzen.

Vorgehen

Durch den Fragebogen der KursteilnehmerInnen (N=196) liegen quantitative Grundlagen für die Bestimmung des Outputs der sunny.days Aktivitäten vor. Um die energetische Wirkung des Projekts abschätzen zu können, stützten wir uns auf folgende Frage aus dem Fragebogen:

- Wohin und womit sind Sie letztes Jahr in Ihren Ferien (Sommer, Herbst, Winter, Frühling) gereist?

- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie aufgrund der sunny.days Aktivitäten diese oder nächstes Jahr weniger häufig verreisen?

Mit diesen Fragen wird ein Referenzszenario erstellt:
 Gemäss dem sunny.days Ansatz wird das Thema „Freizeitmobilität“ verdeckt, d.h. via „Lust an der Bewegung,“ „Neugierde auf neue Bewegungsformen“ und „Spas an der Fitness“ behandelt. Im Referenzszenario wird angenommen, dass anstelle von Ferienreisen Aktivitäten in der Umgebung unternommen würden, bei dem andere Verkehrsträger genutzt werden (öffentlicher Verkehr, Langsam-Verkehr).

Methodischer Ansatz

Die Einsparungen an Energie durch die Teilnahme an den sunny.days Aktivitäten können wie folgt beurteilt werden:

Ferienersatz:

Substitution von Ferien mit Auto und Flugzeug durch das Angebot von Sunny.days-Freizeitaktivitäten.

Wirkung: Ferienreisen * EnergieEinsparungen (abgeleitet aus substituierten Freizeitaktivitäten mit durchschnittlichem Verkehrsmittel-Mix aus dem Fragebogen) → siehe auch Anhang 6 a)

Resultate

Rund 30% der Befragten geben an, dass ein wichtiger bis sehr wichtiger Grund für den Besuch der sunny.days der Ferienersatz ist. Es kann angenommen werde, dass bei einem ausgebauten und regelmässig durchgeführten Angebot von sunny.days dieser Prozentsatz steigt und damit längerfristig Ferien im lokalen Umfeld beliebter und schmackhafter gemacht werden können.

Ferien-Substitution:	
Total im 2002 zurückgelegte Ferien-km von N=196 (Quelle: Fragebogen)	500'000 km
15% des Samples gibt an, dass es sehr wahrscheinlich bis wahrscheinlich ist, aufgrund der sunny.days weniger häufig zu verreisen. (Quelle: Fragebogen, Anhang 6 b))	75'000 km
Substituierte PW-km ¹⁾	24'000 km
Verbrauchseinsparung in Liter ²⁾	2016 l
kWh	20'160 kWh
Substituierte Flug-km	34'000 km
Verbrauchseinsparung in Liter ³⁾	1802 l
kWh	18'020 kWh
CO2-Reduktion bei Feriensubstitution ⁴⁾	8'858 kg

¹ Zurückgelegte Distanzen bei Ferienreisen im Inland: 300km, in EU-Raum: 2100km, Ausserhalb EU: 5200km (Hin und Retourflug). Ruedi Meier NFP41 Freizeitverkehr.

² Durchschnittlicher Benzinverbrauch 8.4l/100km.

³ Durchschnittlicher Benzinverbrauch: 5.3l /100 km (Annahme: 80'000 Liter Kerosin für 250 Passagier bei einer Strecke von 6000 km)

⁴ Die Emissionen des wichtigsten Treibhausgases, des Kohlendioxids (CO2) sind proportional zum Treibstoffverbrauch (1l Benzin = 2.32 kg CO2).

Durch die im Rahmen der sunny.days Aktivitäten ersetzten Ferien-km (Auto und Flug) können in einem Jahr bei den befragten Personen (N=196) rund 3'800 Liter Benzin eingespart und die CO₂-Emissionen um rund 9 Tonnen reduziert werden.

■ Weitere Wirkungen – auf die Gesundheit

Neben den detailliert ausgewiesenen Wirkungen oben hat das Projekt eine weitere Wirkung im Gesundheitsverhalten ausgelöst.

Dies lässt sich deutlich aus den Antworten der Fragestellung ablesen; „Soeben haben Sie eine sunny.days-Aktivität besucht. Weshalb haben Sie diesen Kurs besucht? Bitte geben Sie an, wie wichtig folgende Gründe für ihre Teilnahme sind“:

Mit „sehr wichtig“ geben einerseits 58% (N=181) an, dass sie „etwas für ihre Gesundheit tun wollen“ und andererseits nennen 62% (N=181) ihre „Lust an der Bewegung“. Von einem weiteren Drittel werden beide Fragestellungen als „wichtig“ bewertet.

Somit wird von 95% aller Rückmeldungen die Gesundheit und die Lust an der Bewegung als wichtig oder sehr wichtig eingestuft. → siehe auch Anhang 4

Im weiteren geben 55% der Probanden an, dass der Grund „etwas Neues kennen lernen“ für die Teilnahme an den sunny.days «sehr wichtig», und für 33% «wichtig» ist.

Das heisst, rund 90% (von N=196) wollen durch die Teilnahme an den sunny.days in Bezug auf Freizeit/Bewegung/Sport neue Aktivitäten ausprobieren. → siehe Anhang 4

Wird dieses grosse Interesse der Probanden auf die gesamte Teilnehmerzahl von sunny.days aufgerechnet, so zeigt es sich, dass hier ein grosses Potential an Interesse zur eigenen Gesundheit, an der Lust zur Bewegung, an Offenheit und Neugierde für neue Bewegungsformen vorhanden ist.

Dieses Interesse „etwas neues kennen lernen“ zu wollen, hat auch einen positiven Effekt auf das Gesundheitsverhalten und somit auf eine gesunde Lebensweise der betreffenden Personen.

Gemäss MONET (1) zeigt der Indikator „körperliche Tätigkeit pro Woche“ auf, wie viele Menschen aktiv etwas für ihre Gesundheit tun, indem sie sich in der Freizeit körperlich betätigen. Bewegung gilt als Schlüsselfaktor für eine gesunde Lebensweise.

Die Befragung von 1997 zeigte, dass mehr als ein Drittel der Befragten angeben, weniger als einmal pro Woche durch körperliche Aktivitäten in der Freizeit ins Schwitzen zu kommen. Diese Tatsache weist auf ein Bewegungsdefizit in der Bevölkerung hin.

Zu Bemerkem ist gemäss den Empfehlungen des Bundesamts für Sport und des Bundesamts für Gesundheit; der Indikator gibt nur eine partielle Auskunft über das gesundheitsfördernde Bewegungsverhalten der Bevölkerung an, da

"ins Schwitzen kommen" nicht ein zwingendes Kriterium dafür ist. Als Mindestempfehlung für gesunde Bewegung gilt eine halbe Stunde Bewegung täglich in Form von Alltagsaktivitäten oder Sport, bei der man zumindest etwas ausser Atem, aber nicht unbedingt ins Schwitzen kommt.

Über 80% der sunny.days-Rückmeldungen beantwortete die Frage zu ihren bisherigen körperlichen Aktivitäten "Wie oft pro Woche führen sie im Durchschnitt körperliche Tätigkeiten aus, bei denen Sie ins Schwitzen kommen" mit „mindestens 1 x pro Woche“ (siehe Anhang 6 c). Sunny.days - TeilnehmerInnen unterscheiden sich demnach im Vergleich zur MONET-Untersuchung(1) in Bezug auf ihre Bewegungsaktivität pro Woche. Diese Aussage deckt sich jedoch mit der Motivationsfrage der sunny.days - TeilnehmerInnen wo 92% als wichtiges Kriterium angeben, aufgrund ihrer „Lust an der Bewegung“ an den Aktivitäten teilzunehmen. Ein weiterer Hinweis lässt sich aus der Fragebeantwortung entnehmen „Was hätten Sie anstelle der besuchten sunny.days - Aktivität unternommen“ bei der 46% der sunny.days - TeilnehmerInnen mit „einer anderen Freizeitaktivität“ antworteten. Ein weiterer Teil von 42% wäre „zu Hause geblieben“.

(1): Nachhaltige Entwicklung messen. Einblick in MONET - das Schweizer Monitoringsystem. BFS/BUWAL/ARE (Hrsg.), August 2002.

Weitere Antworten derselben Frage (Seite 13) zeigen auf, dass

- 44% (N=162) es als „sehr wichtig“ beurteilen das sunny.days-Schnupperpaket „Als Abwechslung“ zu besuchen und weitere 37% dies als „wichtig“ beurteilen. Dreiviertel aller TeilnehmerInnen kommen demzufolge an sunny.days aus Interesse an einer Abwechslung.
- Nur 19% es „sehr wichtig“ und 33% es „wichtig“ finden etwas mit ihren Familien / Partnern zu unternehmen.
- 28% an einem Ferienersatz interessiert sind.
- 25% neue Leute kennen lernen wollen.

4.2 Interpretation der Resultate

Durch die sunny.days Aktivitäten im 2003 konnten vor allem Personen aus der Stadt Basel angesprochen werden (kurze Anreisedistanz von 5 km).

Das Vielfältige Angebot an Freizeitaktivitäten wurde von Frauen und Männern in jeder Altersklasse besucht und sehr geschätzt. Die spontanen mündlichen sowie schriftlichen Rückmeldungen sind sehr positiv. Alle Befragten geben an, dass sie die sunny.days Kurse weiterempfehlen werden. Vor allem wurde das abwechslungsreiche und innovative Angebot an Freizeitaktivitäten hervorgehoben: so konnte den Leuten erste Grundkenntnisse in Cardio-Fight, Aquafit oder E-Bike-Fahren vermittelt werden. Etwas für die Gesundheit tun, sich fit zu halten sowie Neues kennen lernen sind auch die wichtigsten Gründe für eine Teilnahme an sunny.days. Es kann angenommen werden, dass durch die Unverbindlichkeit des Angebotes (keine Anmeldungen, Gratisangebot, etc.) sowie die zentrale Lage der Veranstaltungen viele sportliche aber auch weniger sportliche Personen angesprochen und motiviert werden konnten und so etwas für ihre Gesundheit tun. Ein paar ausgewählte Nachher-Befragungen ergaben, dass die durchgeführten Kurse auch eine nachhaltige Wirkung auf die Freizeitaktivität der sunny.days

Teilnehmer haben: Ein oft genannter Grund ist hier die Überwindung der Einstiegshürde für gewisse Aktivitäten.

Der Stellenwert von sunny.days lässt sich auch aufgrund der zurückgelegten Strecken für Hin und Rückreiseweg am regionalen Freizeitverkehr in Bezug setzen. Der sunny.days Freizeitverkehr entspricht 80% der täglichen Gesamtstrecke für Freizeitverkehr gemäss dem nordwestschweizer Durchschnitt in Mikrozensus 2000.

Rund 30% der Befragten geben an, dass ein wichtiger bis sehr wichtiger Grund für den Besuch der sunny.days, der Ferienersatz ist. Es kann angenommen werden, dass bei einem ausgebauten und regelmässig durchgeführten Angebot von sunny.days dieser Prozentsatz steigt und damit längerfristig Ferien im lokalen Umfeld beliebter und schmackhaft gemacht werden können.

Die sunny.days Besucherinnen und Besucher zeigen ein deutliches Primärinteresse für eine Teilnahme an sunny.days-Aktivitäten mit Personen aus dem nahen Arbeitsumfeld, sowie mit Freunden und Kollegen. Die Teilnahme mit Personen aus dem privaten Umfeld kommt an zweiter Stelle.

Der hohe Anteil (57%) vermerkter persönlicher Angaben auf den Rückmeldungen wird von der Projektleitung als grosses Vertrauen gegenüber der sunny.days - Organisation gewertet. Jede Zweite Teilnehmerin ist bereit für allfällige weitere telefonische Befragungen zur Verfügung zu stehen.

Die Leporellos kommen gut an in der Bevölkerung. Die Werbung ist handlich und präsentiert sich mit einem sympathischen Auftritt. Der Anreisetipp muss verbessert werden, damit er mehr Beachtung erreicht. Die Kombination mit gezielten Anreizsystemen dazu muss geklärt und realisiert werden. Damit kann längerfristig ein direkter Bezug zu modernen Mobilitätswahlmöglichkeiten erreicht werden.

4.3 Kursleitung

Das Pilotprojekt sunny.days konnte nur dank dem Engagement und der hervorragenden Zusammenarbeit mit Firmen und deren Repräsentanten durchgeführt werden.

Die Projektleitung hat grossen Wert darauf gelegt, mit Kapazitäten in den jeweiligen Bereichen zusammen zu arbeiten. Meist befassen sich diese Personen durch ihren Beruf tagtäglich mit den von ihnen angebotenen Aktivitäten.

Alle Aktivitäten wurden in Zusammenarbeit mit der Projektleitung durchgeführt. Einige Aktivitäten wurden auch durch die Projektleitung selbst organisiert und durchgeführt.

Aufgrund der Rückfragen und Rückmeldungen der Kursleiter wird festgestellt, dass der Anteil „bekannte Gesichter“, also TeilnehmerInnen die bereits im letzten Jahr aktiv mit dabei waren, leicht höher liegen muss als der von den Rückmeldezetteln erfassbaren 22%. → siehe auch Anhang 1 c)

Das Thema „Freizeitmobilität“ wurde vor allem während den Kursen von den Kursleitern angesprochen um die Verbindung Gesundheit und Mobilität zu vertiefen. Die Kursorte sind so ausgewählt worden, dass sie per Fahrrad, zu Fuss und mit ÖV gut erreichbar sind. Zudem konnten energieeffiziente Verkehrsmittel wie E-Bikes,

Mountainbikes und verschiedene Fortbewegungsformen zu Fuss direkt erfahren werden.

Bei den Aktivitäten im Gartenbad sind bis zu 70% mit dem Fahrrad gekommen.

Durch die sunny.days Aktivitäten wurden auch soziale Kontakte gefördert. Gemeinsam mit Kollegen und Freunden etwas aktiv zu sein, konnte gefördert werden. Eine beträchtliche Zahl der Befragten gab an, die soeben durchgeführte Aktivität mit weiteren Kursteilnehmern auch in Zukunft ausüben zu wollen.

Die Auswertung der mündlichen Rückmeldungen der Kursleiter zeigt, dass regelmässige sunny.days-BesucherInnen, welche die sunny.days-Aktivitäten mehrmals spontan besuchen und geniessen, höchstens einmal zum Ausfüllen von Rückmeldezettel bereit sind.

Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass durch die sunny.days Aktivitäten während diesem Sommer weit über 4'000 Basler und Baslerinnen für Bewegung, Fitness und Mobilität sensibilisiert werden konnten.

4.4 Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Am Pilotprojekt sunny.days haben sich während sechs Wochen rund 3600 Personen aktiv beteiligt. Dazu kamen rund 430 Zuschauer und ca. 130 Anfragen, die wir nicht berücksichtigen konnten. Das Projekt war ein riesiger Erfolg.

Natürlich hatten wir einige TeilnehmerInnen, die sonst bereit aktiv sind. Wir konnten bei allen Aktivitäten jedoch sehr viele „Neu-Aktive“ beobachten. Viele Leute haben immer wieder Leute zum schnuppern mitgebracht.

Die Unabhängigkeit des Anlasses und die Gratisangebote unterstützten den „Einstieg“ zum Schnuppern der Freizeitaktivitäten. Signale von TeilnehmerInnen zeigten, dass sie für die Angebote auch gerne bezahlen würden.

Die Qualität der Kurse wird von den Teilnehmer/innen sehr geschätzt. Sie animieren deshalb auch gerne weitere Leute aus ihrem direkten Umfeld zum Mitmachen.

4.4.1 Aussagen von Teilnehmern

- Interessante Personen haben sich bei uns für Stellen (Kursleiter, Praktikanten, Eventmanager, Uniabsolventen ...) beworben.
- Einige wollten uns helfen, zusätzliche Angebote zu schaffen oder gar einen Abschlussanlass zu organisieren.
- Leute wollten z.B. Stadtwanderungen reservieren, als diese bereits ausgebucht waren, fragten sie nach anderen Möglichkeiten – „was können wir heute Abend aktiv unternehmen“?
- Wir hatten eine Person, die bei uns angefragt hat, wo man Joggingschuhe kaufen kann? Diese Person hat bisher sicherlich nichts mit Sport zu tun gehabt.
- Jemand hat angerufen, und bedankte sich für ein ganzes Quartier dafür, dass wir ihnen die „Clubferien Basel“ bieten.

4.5 Übertragbarkeit auf weitere Schweizer Regionen

Anbei einige Gegebenheiten die der Projektleitung aufgefallen sind, welche für Erfolg oder Misserfolg relevant sein können:

- Die Interessen in der Bevölkerung der entsprechenden Region genau kennen.
- Den richtigen „Riecher“ haben für die Bedürfnisse passender Partner der entsprechenden Region.
- Den persönlichen Kontakt und dessen Qualität zu den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aufbauen und pflegen. Dies ist direkt von den ausgewählten und verpflichteten Kursleitern abhängig.
- Die reine Organisation von sunny.days-ähnlichen Aktivitäten ist möglich, der Erfolg hängt deutlich von den verantwortlichen Personen vor Ort ab, welche die örtlichen Gegebenheiten kennen und in die entsprechenden Netzwerke integriert sind.

5. Sponsoren und Partner

Hauptsächlich Aus wirtschaftlichen Gründen hatten wir grosse Schwierigkeiten Sponsoren für diesen Anlass zu finden.

Diejenigen Sponsoren / Partner, welche den Anlass in diesem Jahr unterstützt haben, waren jedoch sehr engagiert.

Folgende Sponsoren und Partner haben das Pilotprojekt sunny.days unterstützt:

- energieschweiz
- Bundesamt für Gesundheit
- Amt für Umwelt und Energie
- Baslerstab
- Radio Edelweiss
- SportAmt Basel-Stadt

6. Kommunikation / Promotion / PR

■ Namensgebung und Logo

Wir haben dem Projekt einen Namen gegeben, der auch den Gemütszustand beschreibt. An den sonnigen Tagen sind die Leute motivierter etwas zu tun. Wir wollen mit unseren Angeboten mehr sonnige Tage schaffen.

Ein auf Anhieb sympathischer Auftritt ist uns wichtig. Dafür haben wir ein entsprechendes Logo kreiert.

Das Logo haben wir auf T-Shirts und Banden gedruckt. Alle Kursleiter sind in diesen T-Shirts aufgetreten.

■ Leporello / Faltprospekt

Es wurden 20'000 Stück Leporellos produziert. Wir haben auch hier darauf geachtet, dass der Auftritt sympatisch ist und das Werbemittel zum mitmachen „anmacht“.

Der Leporello wurde von uns an vielen Orten aktiv verteilt und ist auch bei allen Partner aufgelegt worden.

■ Start des Anlasses

Zum Start der Veranstaltung wurde in der Innenstadt von Basel eine Promotion durchgeführt. Das Leporello wurde von den Passanten meist sehr gerne genommen. Teilweise konnten wir beobachten, dass nach einer ersten Ablehnung die Leute gar zurückgekommen sind und ein Leporello gewünscht haben. Zum Teil auch mit der Bemerkung „davon habe ich gehört oder ist das das selbe wie letztes Jahr?“

■ Promotion

Einer der Grundlagen der sunny.days – Engagements besteht darin, wo immer möglich, den direkten persönlichen Kontakt zum Zielpublikum zu suchen. Dies wurde erreicht durch:

- die Kursleiterinnen und Kursleiter, welche den persönlichen Kontakt zu den Teilnehmerinnen und Teilnehmern schafften
- verschiedene Verteilaktionen mit sunny.days - Teams in der Innenstadt, wo pro Auftritt von 5 bis 10 Personen über 12'000 Leporellos mit Informationen zu den einzelnen Aktivitäten persönlich an die interessierte Bevölkerung überreicht wurden
- die Anwesenheit der Projektleitung oder einer Vertretung an den einzelnen Freizeitaktivitäten vor Ort

■ Medienpartnerschaft mit dem Baslerstab

Auch dieses Jahr konnte sunny.days wiederum auf die bewährte Medienpartnerschaft mit der Gratiszeitung Baslerstab zählen.

Dank ihrem Engagement wurde mit Hilfe von einem ½-seitigen Inserat (2-farbig) auf die Eröffnung und auf das Gesamtprogramm hingewiesen.

Es wurden wöchentliche markante Grossinserate und Nennungen im Veranstaltungskalender, sowie tägliche Erinnerungsinserate geschaltet.

Zudem wurde das Projekt redaktionell (inkl. Fotos) begleitet.

■ Radio Edelweiss

Während neun Wochen wurde wöchentlich Donnerstags ein sunny.days Trailer und zusätzlich im Veranstaltungskalender die sunny.days Aktivitäten ausgestrahlt.

■ Fernsehen TeleBasel

Am Freitag 4. Juli wurde die Projektleitung in die „Tele-Bar“ von 19 Uhr eingeladen und während 15 Minuten interviewt. Die Tele-Bar Interviews werden am selben Abend bis in die Nacht hinein stündlich wiederholt.

■ Publizistischer Wert

Mit WEMF-beglaubigten Zahlen für Auflage und Anzahl LeserInnen pro Medium wurde der publizistische Wert pro Medienauftritt aufgerechnet.

Aufgrund der rund 63 erschienen Medieninserate und –berichte während der gesamten Durchführungszeit wurde, mit WEMF- beglaubigten Zahlen für Auflage und Anzahl LeserInnen pro Medium, ein publizistischer Wert von rund 18'000 CHF erreicht.

In den ersten zwei Wochen haben bereits sehr viele Teilnehmer die sunny.days-Aktivitäten besucht. Deshalb verzichteten wir auf mehr Medienpräsenz. Gründe dazu waren einerseits, dass wir zu vielen Personen hätten absagen müssen, oder die Qualität einzelner Angebote hätte nicht mehr sichergestellt werden können.

■ Internet und Webauftritte

Die sunny.days-Aktivitäten und Projektennung wurden nebst der Programmübersicht unter creative-event in weiteren sechs Websites kommuniziert:

Institution	Web-Adresse	Downloads	Links
creative-event	http://www.creative-event.ch	ja	ja
sun21	http://www.sun21.ch/03	nein	ja
NewRide	http://www.newride.ch/d/Veranstaltungen	nein	nein
Bike Club Muttenz	http://www.bbb-challenge.ch/pages/bcm/	nein	ja
APUG	http://www.apug.ch/d/aktivitaeten	nein	ja
ARAMIS - Das CH-Forschungs-informationssystem.	http://www.aramis-research.ch/d/13568.html	nein	nein
IKAÖ	http://www.ikaoe.unibe.ch/personen/hofmann	nein	nein
Radio Edelweiss	http://www.radioedelweiss.ch	nein	ja

7. Organisation, Koordination und Finanzen

Das gesamte Projekt wurde von „creative event“ und „e viva gmbh“ organisiert, koordiniert und umgesetzt.

Hierfür haben sich die beiden Initianten Michael Santeler und Stephan Lingenhel die Aufgaben entsprechen ihrer Kontakte und Stärken aufgeteilt. Als Anlauf- und Koordinationsstelle für das Projekt diente das Büro „creative event“.

Dank der Unterstützung der Sponsoren und Partner konnten 45% des Gesamtaufwandes von rund Fr.167'000.-- sicher gestellt werden. Die restlichen 56% werden von creative event und e viva in Form von Eigenleistung und als Investition in die Zukunft getragen.

Ein spezieller Dank geht an BFE, BAG, AUE, Baslerstab, IKAÖ, welche dem Projekt in der aktuellen wirtschaftlich schwierigeren Zeit die lebensnotwendige Unterstützung zusicherten.

8. Fazit

Die schriftlichen Rückmeldungen zeigen dieses Jahr einen noch höheren Frauenanteil (83%) als bei der letztjährigen Durchführung (69%). Es stellt sich die Frage, weshalb deutlich mehr Frauen ein Interesse zeigen Rückmeldungen auszufüllen und einzusenden.

Betreffend der Frage „Was hätten Sie anstelle der besuchten sunny.days-Aktivität unternommen“ Antworteten 46% mit „einer anderen Freizeitaktivität“. Bei diesem Teilnehmerkollektiv stellen sich Folgefragen wie; Was konkret hätten diese Besucher sonst unternommen? Wären sie weniger aktiv gewesen? Wie wären sie dazu unterwegs gewesen?

Ein weiterer Teil von 42% wäre anstelle der sunny.days-Besuche „zu Hause geblieben“. Hier kann klar eine Motivation für eine Teilnahme an den sunny.days Aktivitäten angenommen werden.

Wird einerseits angenommen, dass die Anteile der 5.5% (N=196) Rückmeldungen zur Feriensubstitution (Auto- und Flug-km) auf alle 3'600 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgerechnet werden und andererseits, dass nicht 15% sondern nur 10% dieselben Anteile an Feriensubstitution (Auto- und Flug-km) realisieren würden, lässt sich ein Einsparpotential von gegen rund 50'000 Liter Treibstoff ermitteln. Dies entspricht einer Einsparung von 110 Tonnen CO₂.

Geht man zudem davon aus, dass sunny.days in 10 weiteren Schweizer Orten veranstaltet würde, könnten durch die Anteile an Feriensubstitutionen (Auto- und Flug-km) schweizweit bei mehr als 10'000 sunny.days Teilnehmerinnen und Teilnehmer über 100'000 Liter Treibstoff und über 250 Tonnen CO₂ eingespart werden.

Betreffend der Komplexität der Wirkungsketten zwischen gesundheitlichen Aspekten, dem Bezug zur Verkehrsmittelwahl und den persönlichen Entschieden

möchten wir zwei, der Projektleitung persönlich bekannte Beispiele, aus dem Besucherkollektiv zu beschreiben:

1. Beispiel: Eine Hausfrau steht beim Jogging-Kurs komplett am Anfang. Bereits nach den ersten zwei Kursbesuchen, hatte sie die Lust dazu verspürt und fühlte sich in der Lage, den Einkaufsweg neu zu Fuss zurück zu legen. In der Folge führte dies zu einem Bewegungsdrang der bei ihr auslöste, dass sie freiwillig zu Fuss und per Velo unterwegs sein will. Seitdem fühle Sie sich im Allgemeinen viel besser. Betätige sie sich nicht mehr im selben Mass, falle der Fitnesszustand zurück und ebenso ihr Wohlbefinden.

Durch den sunny.days-Input bringt es die Teilnehmerin heute auf eine verbesserte körperliche Fitness und diese gibt ihr persönlich eine Grundlage ihr tägliches Bewegungs-, und gleichzeitiges Mobilitätsbedürfnis, abzudecken.

2. Beispiel: Ein komplett unsportlicher Fotograf benutzte für alle Wege sein Auto. Er erlebte beim Joggingkurs einen mühsamen Start, setzte sich jedoch in den Kopf das Joggen bei seinem alltäglichen Arbeitsweg zu integrieren. Heute fühlt er sich körperlich fit und wohl dabei, und empfindet die Autowahl als Hohn da ihm beim Autofahren die Bewegung fehlt. Weniger Auto zu fahren empfindet er es als gutes Gefühl, weil er etwas für sich und gleichzeitig auch für die Umwelt tut. Er verzichtet mit Freude auf's Autofahren, weil es ihm als das einfachste erscheint die Autonutzung aus seinem Arbeitsweg zu streichen.

Beide Beispiele zeigen auf, dass durch die gewählten Bewegungsformen die betroffenen Personen sich im Alltag allgemein wohler zu fühlen. Interessant ist dabei, dass aus Gründen für ein besseres Wohlbefinden Langsam-Verkehrsmittel bevorzugt werden. Eine klassische win-win Situation!

Betreffend der Angebote mit direkten Mobilitätsformen wie E-Bike Touren und Mountainbiken wird festgestellt, dass diese ausschliesslich von Personen besucht wurden, für welche das Thema neu war und einen „Einstieg“ darstellte. So waren rund 150 Personen „anders unterwegs“, haben Spass erlebt und die Nutzen und Vorteile direkt er-fahren. Mehrmals durfte zudem festgestellt werden, dass aufgrund einer Tour, später bei einem E-Bike Händler eine Bestellung erfolgte.

Die Auswertung der Rückmeldungen von sunny.days 2003 lässt folgende Schlussfolgerungen zu:

- Aus der Angebotspalette können die passenden Aktivitäten ausgewählt werden. Die Vielfalt mit einer Mischung aus Gesundheit, Fitness und Lust an der Bewegung in einem organisierten Umfeld, motiviert verschiedene Zielgruppen für deren „Einstieg“, aber auch um andere Aktivitäten zu schnuppern.
- Der freie und ungebundene Entscheid für eine spontane Teilnahme ohne weiterführende Verpflichtungen, wo Abwechslung geboten wird und neues kennen gelernt werden kann, entspricht dem Zeitgeist.
- Die Angebotsvielfalt interessiert: So haben sich zum Beispiel Erwachsene an Stadtwanderungen beteiligt, welche bisher nicht auf die Idee gekommen sind „ihre Stadt“ durch eine Führung näher kennen zu lernen.
- sunny.days „lebt“ zu einem tragenden Teil von direkten persönlichen Kontakten und der aktiven Mund-zu-Mund-Propaganda im Beziehungsumfeld der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Die gute Stimmung ist eine wichtige Grundlage und solide Basis um neues betreffend Bewegungs- und Mobilitätsbedürfnissen zu schnuppern. Dieses Testen kann längerfristig mögliche Verhaltensänderungen auslösen.
- Wiederholungen entsprechender Aktivitäten werden von Besucherinnen und Besuchern, trotz der noch geringen Resonanz in die gesamte Nordwestschweiz,

ganz klar gewünscht. Die Schnupperaktivitäten bieten die Gelegenheit weitere und andere Themennahe Aktivitäten mit Alltagsbezug, auf eine spontane und spassvolle Art einem grösseren Publikum näher zu bringen.

Als Höhepunkte erachten wir, die sehr hohen Beteiligungszahlen bereits zu Beginn bei den der publikumsreichen Aktivitäten Acqua-Gym und Cardio-Fight, sowie die rasche Verbreitung der Info, dass sunny.days wieder läuft.

Als eine Hauptschwierigkeit bei der Organisation von sunny.days erkannten wir dagegen die Qualitätskonstanz bei den Kursleitern.

8.1 Nachhaltige Wirkung

Ein sehr grosses Anliegen ist es uns, dass dieser Anlass über mehrere Jahre durchgeführt werden kann. Nur wenn das Projekt regelmässig durchgeführt wird, ist auch eine nachhaltige Wirkung zu erzielen.

Dies ist auch der Grund weshalb wir den Anlass im 2003, trotz der schwierigen Finanzlage bei den angefragten Wirtschaftspartnern, erneut durchgeführt haben.

Als Organisatoren stellen wir fest, dass Verhaltensänderungen in der Bevölkerung nur erreicht werden können, wenn die Engagements längerfristig geplant und wiederholt durchgeführt werden.

- Die Besucher benötigen genügend Zeit und eine innere Bereitschaft sich mit diesen, für Sie neuen und/oder ungewohnten, Angeboten auseinander zu setzen. Sie müssen überzeugt sein vom Wert und den Nutzen der Aktivitäten und Möglichkeiten.
- Dem Zielpublikum muss wiederholt die Gelegenheit geboten werden, sich auf die Aktivitäten einlassen und diese testen zu können. So finden die Angebotsmöglichkeiten ihren Platz im Alltag.
- Erst durch die „Verankerung“ und Integration im Alltag können die nötigen Wirkungen und Folgewirkungen und damit eine anhaltende Verhaltensänderung erreicht werden.

9. Ausblick

Weil die Schnupperteilnahme spontan möglich ist, alle Teilnehmer unabhängig bleiben, alle Aktivitäten die Gesundheit fördern, das Projekt sympathisch daher kommt und zum Weitermachen motiviert glauben wir, dass sunny.days, im Vergleich zu ähnlichen Projekten wie „Gsünder Basel“, „BLyb zwäg“, „Bewegung statt Verkehr“ ein grosses Entwicklungspotential aufweist.

Freizeitaktivitäten erzeugen Mobilitäts- und Verkehrsmittelbedürfnisse, den Freizeitverkehr. Gerade in einem Agglomerationsgebiet wie der Nordwestschweiz kommen deshalb Freizeitaktivitäten, kombiniert mit einer geeigneten Verkehrsmittelwahl, eine grosse Bedeutung zu.

Diesem Aspekt will das Projekt zukünftig vermehrt entsprechen und vermehrt „gesunde“ Verkehrsmittel beim sunny.days-Besuch direkt in die Projektaktivitäten integrieren. Dies soll durch die Zusammenarbeit mit dem Tarifverbund Nordwestschweiz erreicht werden, indem an den sunny.days Freizeitaktivitäten spezifische Zweifahrtentickets für den nächsten Besuch abgegeben werden. Das Projekt verfolgt ganz klar kein „Autohasser“ Engagement, es will jedoch der Nutzung „gesunder“ Verkehrsmittel eindeutig den Vorzug geben.

Will man das Potential von sunny.days aktiven Personen und deren Folgeverhalten genauer erfassen (Verhalten nach den sunny.days, Verkehrsmittelwahl und mögliche Änderungen, etc.) kann dies nur mittels retrospektiven Umfragen, wie Vorher-Nachher Untersuchungen, erreicht werden.

Die Weiterführung von sunny.days, ist direkt von entsprechend Partnern abhängig, welche sich aktiv an der Projektentwicklung beteiligen. Damit ist ein passender Ausbau in die gesamte Region Nordwestschweiz möglich. Drei bis fünf dazu geeignete Stützpunkte, sogenannte „Hot-Spots“, sind bereits bekannt und können sukzessive auf- und ausgebaut werden.

Zur Zeit arbeitet die Projektleitung an der Klärung und Planung der sunny.days 2004. Geplant ist, sunny.days ab 2004 auf eine längerfristige Partnerbasis zu stellen. Wir hoffen, dass wir bei Partner aus der Wirtschaft auf aktives Interesse stossen. Zudem wollen wir das Projekt in geeigneter Form weiter entwickeln und breiter in die Region Nordwestschweiz ausbauen.

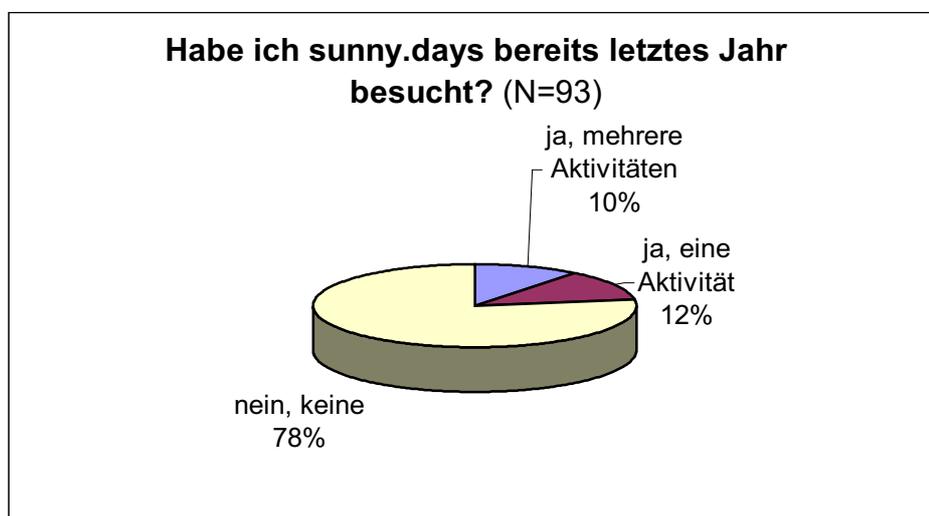
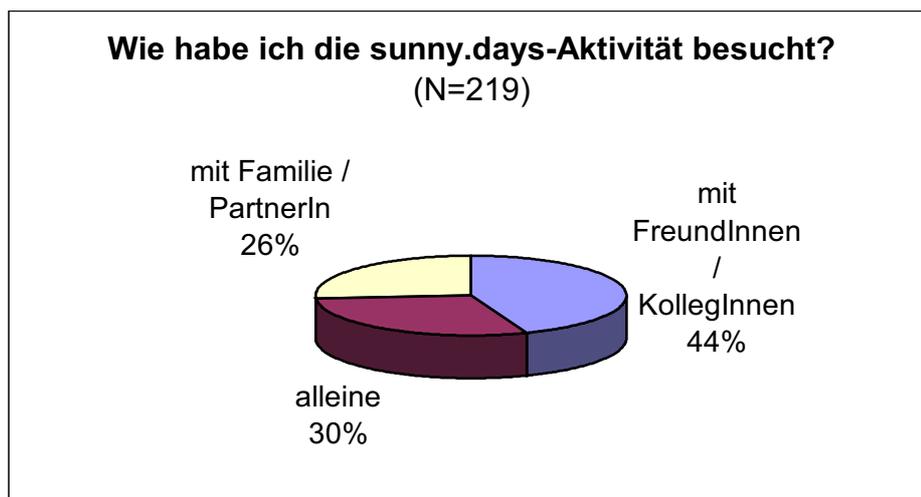
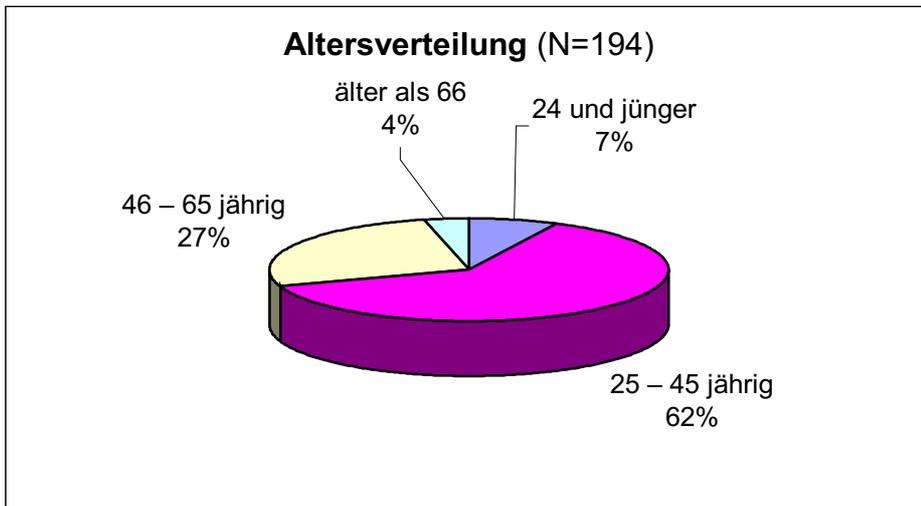
Von einer Vielzahl von TeilnehmerInnen wurde der Projektleitung offen das Bedürfnis nach mehr sunny.days vermittelt und diese erneut aufgefordert sunny.days weiter zu organisieren und anzubieten.

Basel, Oktober 2003

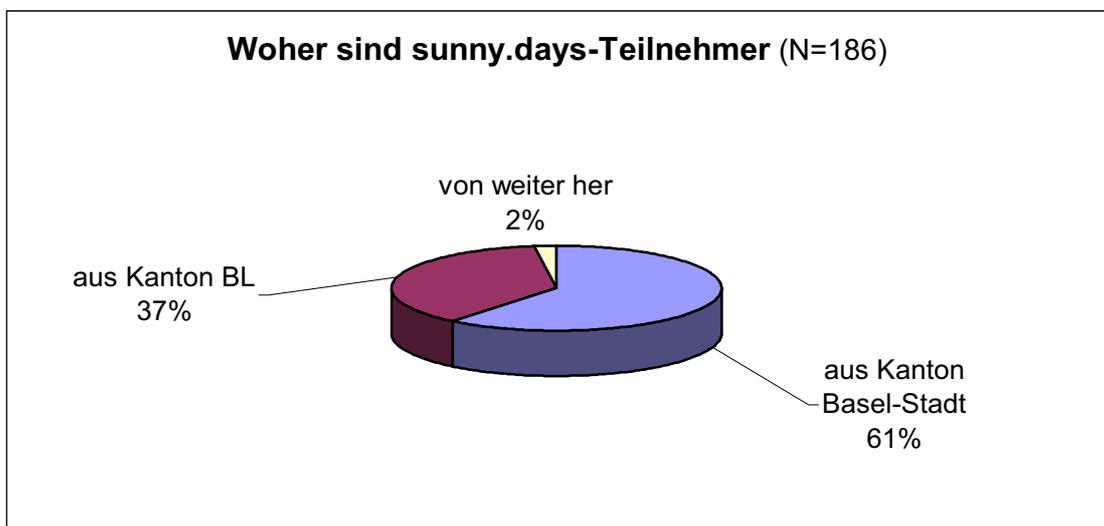
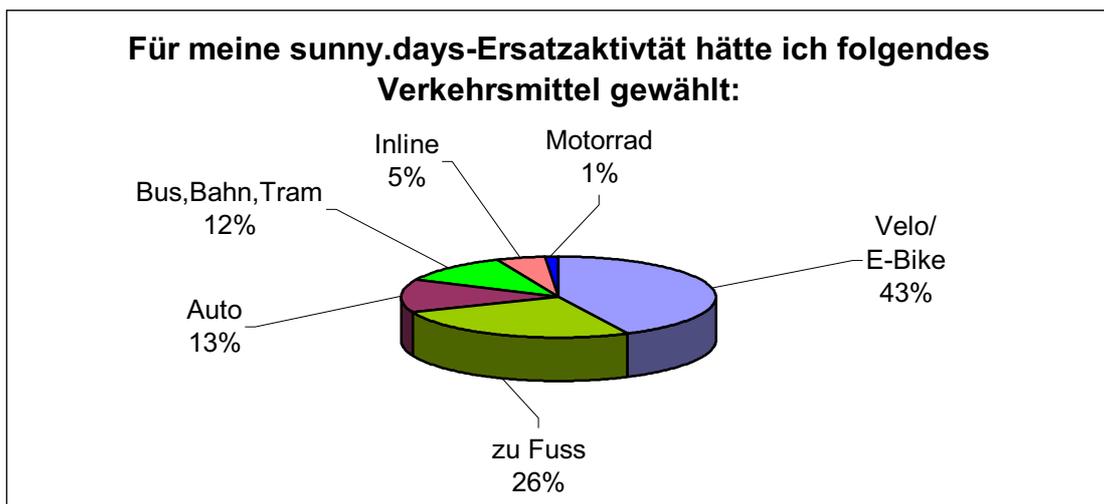
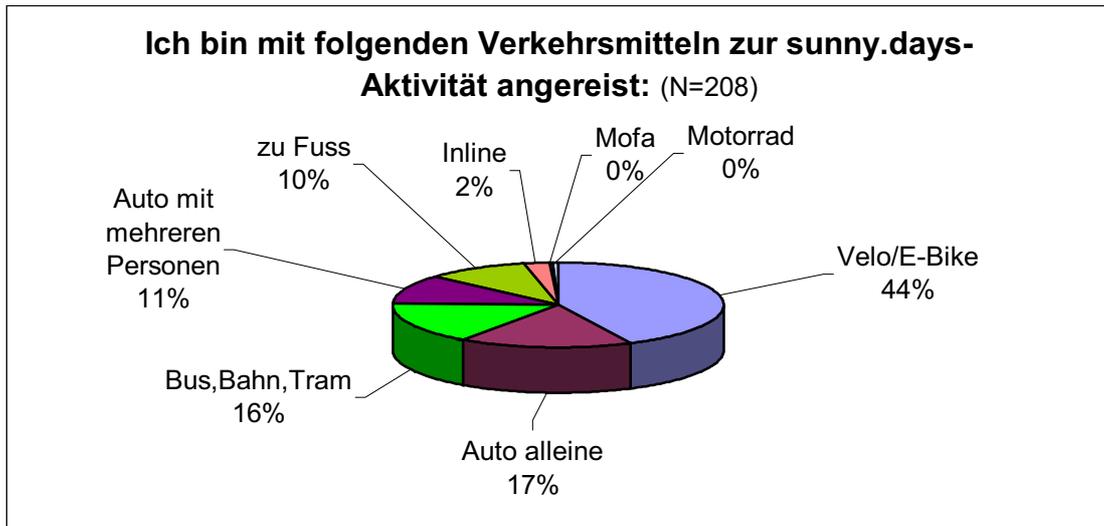
Projektorganisation: Stephan Lingenhel – e viva gmbh
 Michael Santeler – creative event

Unterstützung bei der Evaluation durch: Heidi Hoffmann – IKAÖ Bern

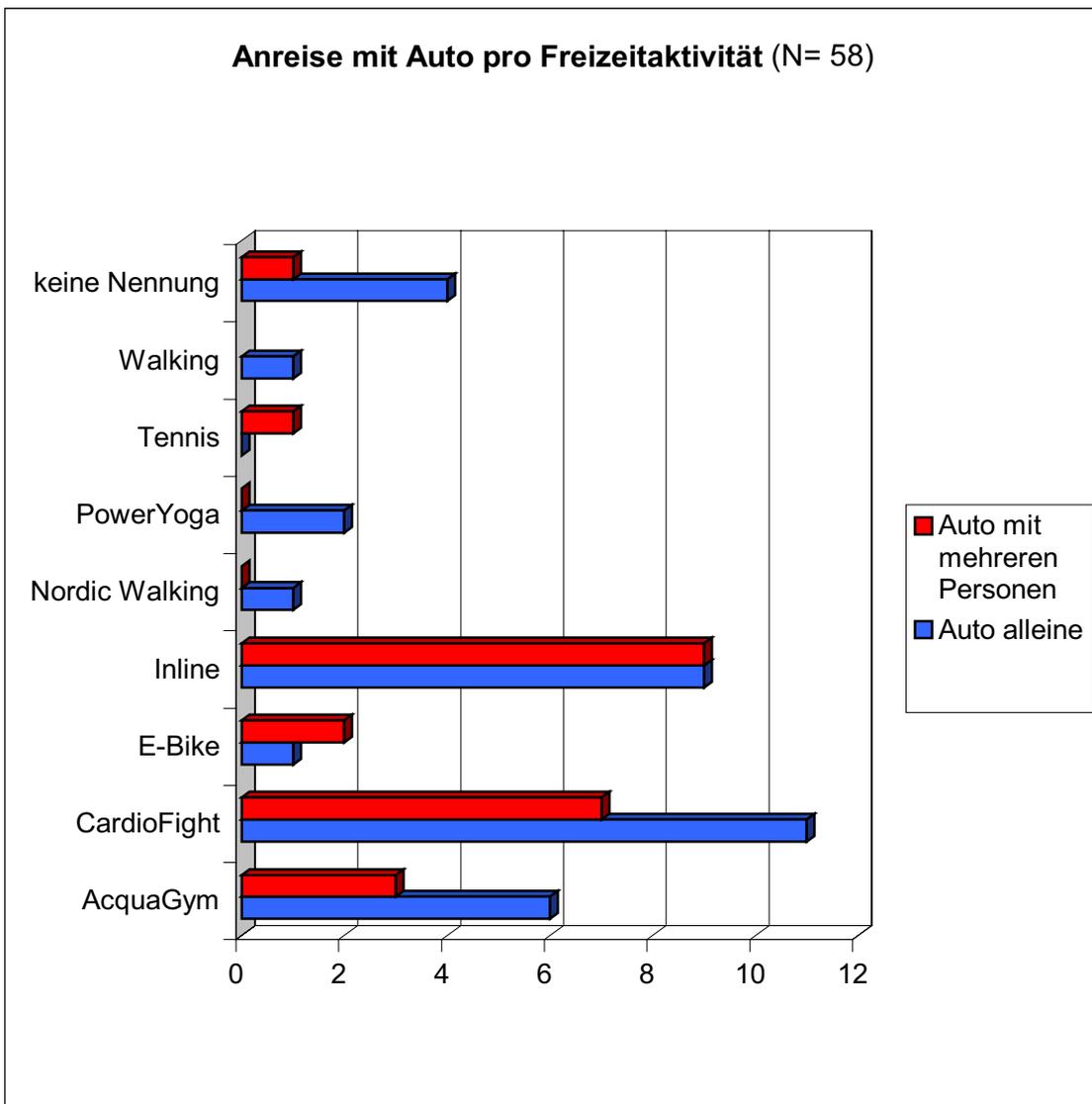
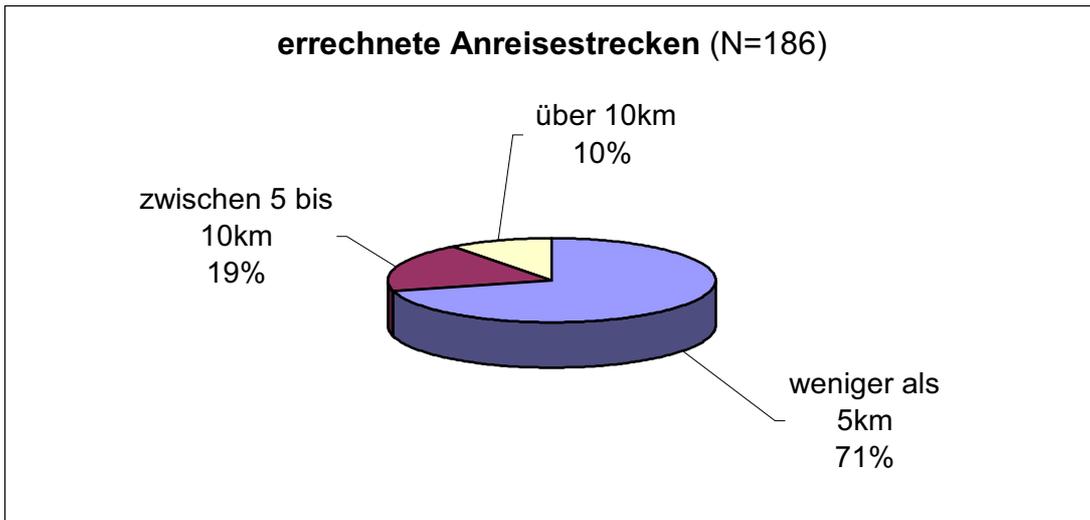
Anhang 1



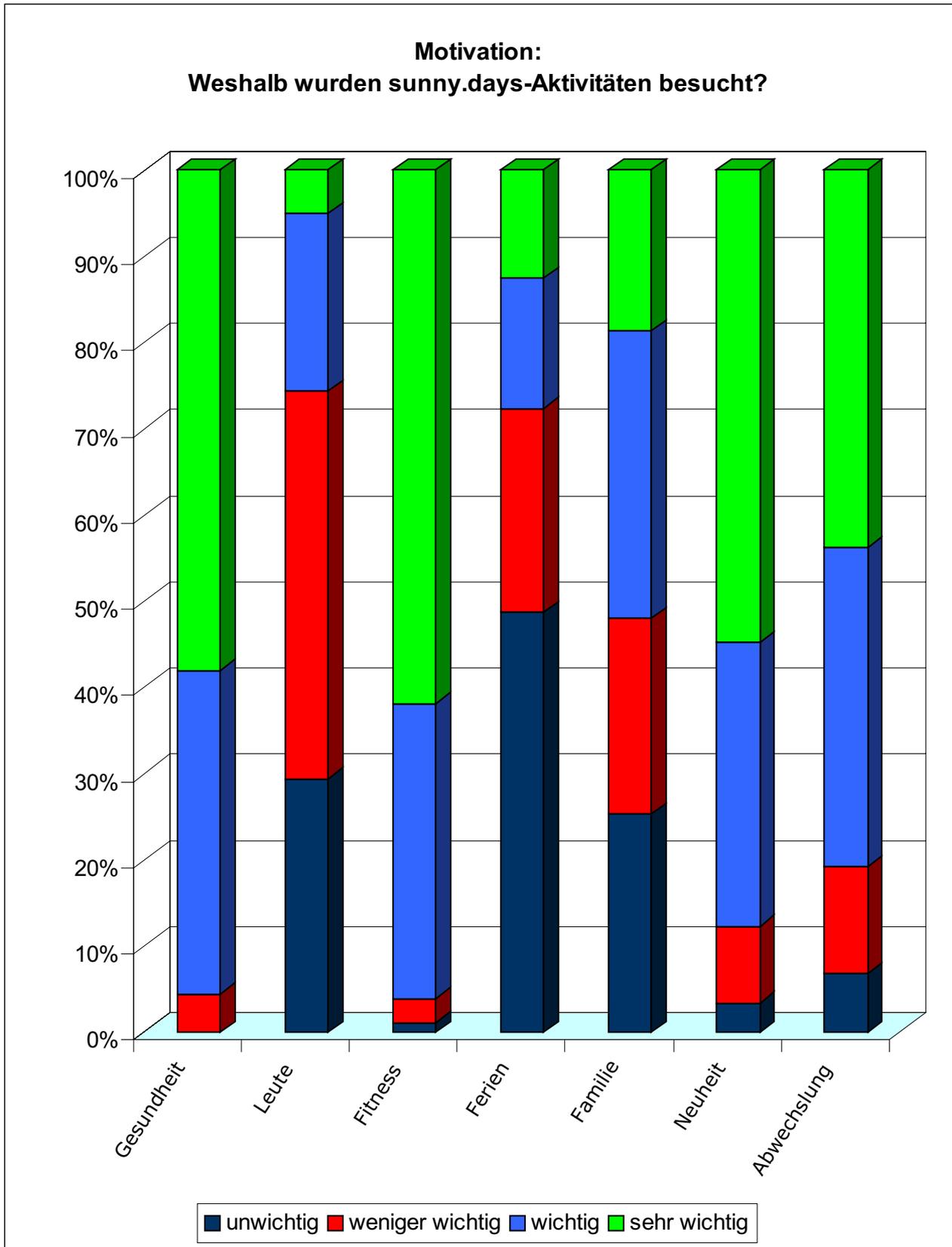
Anhang 2



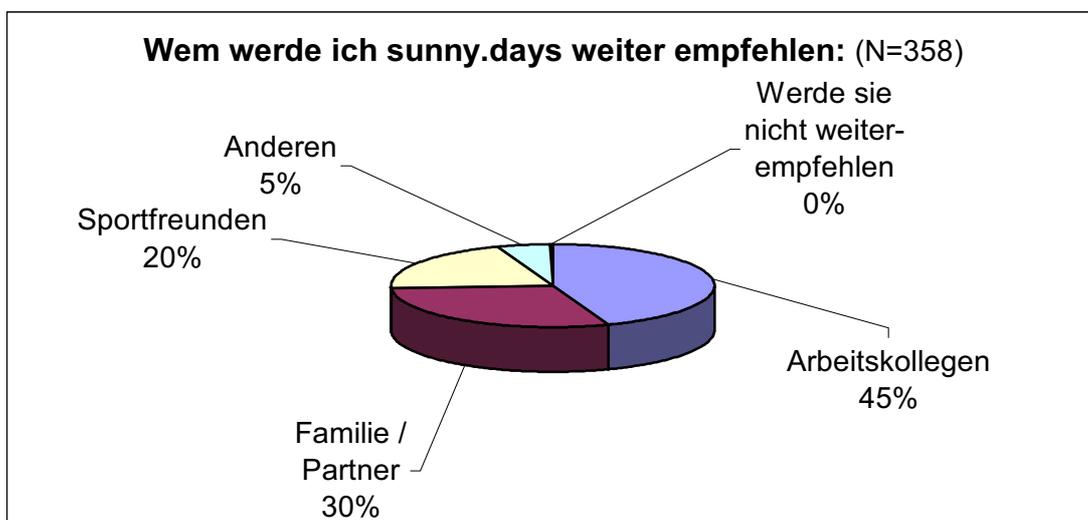
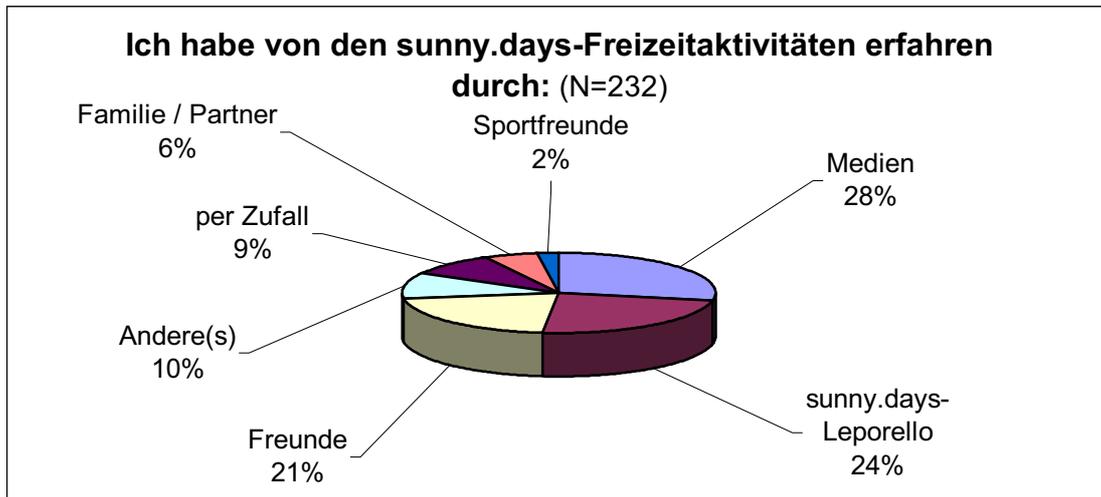
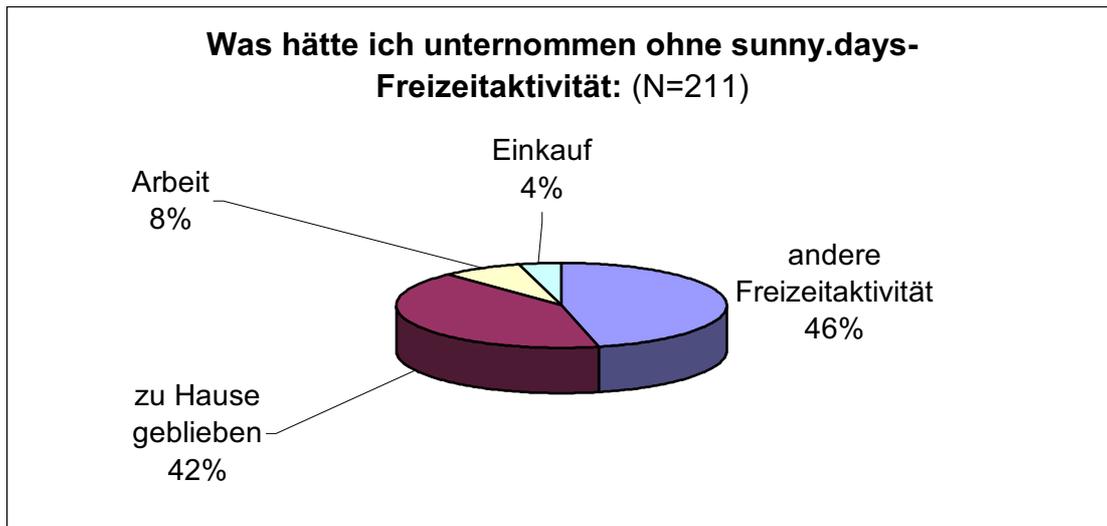
Anhang 3



Anhang 4

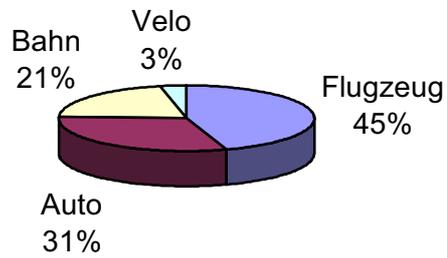


Anhang 5

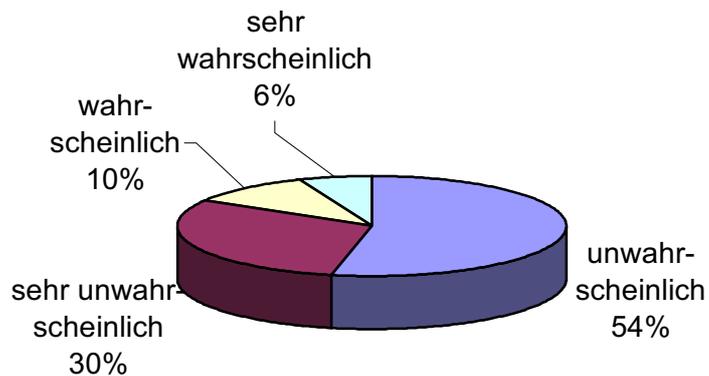


Anhang 6

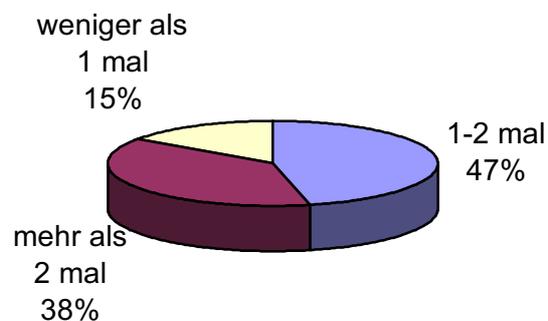
Letztes Jahr bin ich in die Ferien gereist mit: (N=249)



Wahrscheinlichkeit für mich, dass ich aufgrund von sunny.days-Aktivitäten im 2004 weniger verreise: (N=78)



Anzahl meiner körperlichen Tätigkeiten pro Woche die mich zum Schwitzen bringen: (N=183)



Eine Auswahl Bilder und Pressetexte



Regio

Viel Spass im Sommer

Noch mehr «sunny.days»

Die beliebte regionale Freizeitaktion bietet dieses Jahr 120 Gratisaktionen.

Nach dem grossen Erfolg des vergangenen Jahres starten die «sunny.days» diesen Sommer durch. Die beliebte Freizeitaktion in der Region Basel hat ihr Veranstaltungsangebot für die kommende Periode mehr als verdoppelt. «Wir geben jetzt richtig Gas», kündigen die Organisatoren Michael Sauter und Stephan Lingenhel an. «Interessierte Erwachsene und Familien aus der Region Basel können bei den diesjährigen sunny.days ab 13. Juni neun Wochen lang aus 120 Schnupperangeboten wählen.»

Viele Neuigkeiten
Neben den sunny.days-Klassikern wie der Cardio Fight-Night, dem Aqua-Gym, Walking, Power Yoga, Stadtwandern, den Inline-Kursen und E-Bike-Touren präsentieren Sauter und Lingenhel zahlreiche Neuigkeiten: So können dieses Jahr gratis und unter Anleitung Jogg- und Mountainbike, Nordic Walking, Minigolf, Tischtennis, Rhythmuschwimmen und Tennis ausprobiert werden.



Aqua-Gym mit den «sunny.days» im vergangenen Jahr. Foto: zVg.

Dabei war die Planung der zweiten sunny.days alles andere als einfach: «Trotz des grossen Publikumsereignisses im letzten Jahr hat sich die diesjährige Sponsorensuche recht schwierig gestaltet», sagt Michael Sauter.

«Aber weil die Aktion inschärfer sein soll, haben wir die Sache trotzdem durchgezogen.» Bei der Auswahl der Veranstaltungsorte habe man darauf geachtet, dass diese gut per öffentlichen

Verkehr oder Velo erreichbar sind. «Die Teilnehmer können sich quasi bereits auf dem Hinweg aufwärmen, so Lingenhel. Generelle Informationen zu den Veranstaltungen er-

halten Interessierte im Baslerstab, auf Radio Föhre und im Internet. Jan Fischer

Website: www.creative-event.ch
E-Mail: info@creative-event.ch
Telefon: 078 273 27 27

Publikumsmagnet «sunny.days»



Cardio-Fight im Gartenbad Bachgraben. Foto: zVg.

Die «sunny.days» sind auch dieses Jahr ein Riesenerfolg: 2500 Personen haben an dem Programm bereits teilgenommen.

Basel geniesst seine sonnigen Tage. Bereits 2500 Personen haben an der Ferienaktion sunny.days teilgenommen. Seit 1. Juli können Interessierte bei dieser Veranstaltungsreihe aus 120 Freizeitmöglichkeiten auswählen. Aufgrund des enormen Interesses werden die sunny.days dieses

Jahr bis 30. August verlängert. Das Angebot umfasst unter anderem PowerYoga, Tennis, LunchGames, AquaGym, Mountainbiken, Inlines oder auch CardioFight und Stadtwandern. Alle Kurse sind kostenlos und werden von Profis geleitet. Die Veranstaltungen sind so organisiert, dass auch Anfänger problemlos mitmachen können. Nähere Informationen gibt es im Internet. Jan Fischer
www.creative-event.ch

Mit dem Bike auf den Gempen

Neu im Programm der «sunny.days» findet sich dieses Jahr Mountain Bike.

Am 23. August findet die «BBB-Challenge» statt, ein Mountain-Bike-Rennen, das durch alle 86 Baselbieter Gemeinden führt. Der Bike Club Muttenz bietet im Rahmen der «sunny.days» eine Art Vorbereitungsprogramm für diesen Event an. Zweimal hat der Kurs bereits stattgefunden. Noch zwei weitere Male, am 5. und 12. August, treffen sich interessierte Sportler

mit ihrem Velo um 18.30 Uhr bei der St. Jakobshalle zur gemeinsamen Fahrt auf den Gempen. Dabei wird die neue Bike-Route Schönmatte befahren. Voraussetzung ist lediglich eine gewisse Kondition. Zusätzlich zu diesen Ausfahrten kann am Montag, 28. Juli, ein Technik-Training besucht werden, bei dem man etwa Slalomfahren oder Absteigen im Gelände üben kann. Treffpunkt ist um 18 Uhr beim Hallenbad Muttenz. www.creative-event.ch
www.bikeclubmuttenz.ch



Aktuell: Training für die BBB-Challenge. Foto: zVg.

Langsam wieder in Form kommen



Gabor Szirt (l.) Barse für Lauf-Anfänger. Foto: gl.

Die Aktion sunny.days macht müde Männer und Frauen wieder munter.

Schon der Gedanke an eine sportliche Betätigung treibt Ihnen den Schweiß aus den Poren? Fünf Kilometer am Stück zu rennen, scheint Ihnen schlicht ein Ding der Unmöglichkeit zu sein? Dann sind Sie bei Gabor Szirt an der richtigen Adresse. Szirt bietet im Rahmen der Aktion sunny.days einen Laufkurs für Anfänger an. «Das Zielpublikum sind leicht übergewichtige Hausfrauen oder Frühpensionäre», erklärt Szirt. «Leute, die während längerer Zeit keinen Sport getrieben haben.»

Wer den Kurs regelmässig besucht, dem verspricht Szirt, dass er bis Ende August so in Form sein wird, dass er auch den Bas-

ler Stadtlauf «in akzeptabler Zeit» überstehen kann. Es ist nicht das erste Mal, dass Szirt einen derartigen Kurs anbietet. Seine Erfahrung zeigt, dass etwa die Hälfte der Teilnehmer auch nach dem Kurs weiter Sport treibt. Wichtig sei, dass die Läufer nicht gleich überfordert würden. «Darum beginnen wir mit ganz kurzen Laufphasen und erholen uns dann wieder.» Im Laufe des Kurses wird immer länger am Stück gejoggt, die Pausen dazwischen werden immer kürzer. Der Kurs findet immer mittwochs und freitags statt und ist gratis. Treffpunkt ist um 18.55 Uhr beim St. Alban-Tor. Ein Ersatz-Start und eine kleine Trinkflasche sollten mitgenommen werden. www.creative-event.ch

Wenn sich Yoga mit Fitness paart



Power Yoga im Gartenbad St. Jakob. Foto: zVg.

Fitness und Yoga – diese interessante Kombination findet auch in Basel immer mehr Anhänger.

Wie viele andere Fitness-Trends kommt auch Power Yoga aus den USA. Die Kombination von östlicher Kampfkunst und westlicher Dynamik hat auch in der Region viele Anhänger. Die klassischen Yoga-Übungen werden dabei zu einem Bewegungsablauf verbunden. Im Rahmen der sunny.days führt «Personal Fitness» einen Power-Yoga-

Kurs durch. Jeweils dienstags um 8 Uhr vormittags treffen sich bis 40 Leute im Gartenbad St. Jakob, um eine Stunde lang die belebenden Übungen mitzumachen. Wegen der grossen Nachfrage nach einem Kurs in den Abendstunden bieten die Organisatoren nun zweimal ein Training von 18-19 Uhr an. Wer sich dafür interessiert, kommt am 21.8. und 28.8. (jeweils Donnerstag) zum Eingang des Joggel-Bades. www.creative-event.ch
www.personalfitness.ch

sunny.days - freizeit aktiv

Story of the week
Passend zum diesjährigen herrlichen Sommerstart, ist auch «sunny.days» wieder angeklungen.

angebote zu bieten, die Aktion läuft bis zum 30. August und kostet nichts. Anmeldungen sind für einige Kurse notwendig.

Das ganze Programm und weitere Infos auf: www.creative-event.ch

Top 5 Tipp

sunny.days ist ein Ferien- sowie ein Freizeitangebot für aktive Erwachsene und Familien. Von Aqua-Gym über Mountainbiking bis zu Power Yoga, ein vielfältiges Angebot für jedermann und jede Frau. 2002 wurde sunny.days erstmals in Basel durchgeführt. 3000 Personen haben an 56 Angeboten teilgenommen.

Dieses Jahr hat «sunny.days» das Angebot auf 120 Veranstaltungen ausgebaut. Ziel des Events ist es, den Teilnehmern und Teilnehmerinnen auf eine unkomplizierte Art viele verschiedene Sport- und Freizeit-

sunny.Days freizeit aktiv geniessen

Lust auf Bewegung und Spass?

Vom 30. Juni bis 30. August 2003
9 Wochen 120 Gratis-Schnupperangebote
in Basel und der Region!

Diverse Schnupperangebote für Erwachsene und Familien

- Power Yoga** - Kraft, Beweglichkeit, Entspannung und Harmonisation trainieren. **Donnerstag 8-9 h, Gartenbad St. Jakob, bei Regen in der Halle, gratis, ohne Anmeldung**
- Walking** - Ausdauertraining und Natur geniessen, geistig-schweres Training mit Saun. **sonntags 8.30-10 h (10.6., 7.7./14., 21.7., 4.8.), 10.30-12 h (Juni 28.7.)** **donnerstags 18.30-20 h (5.7./12./19./26.7., 2.8.), sowie mehrmals wöchentlich (siehe LunchGames)** **Teilpunkt Badegewässer/Bad (bei 30), gratis, ohne Anmeldung**
- Aqua-Gym** - Lernaussforderndes, straffendes Training gegen den Wasserverlust. **donnerstags 20-21 h (bei 8.8.), Gartenbad Bachgraben, gratis, ohne Anmeldung**
- Jogging** - Vital durch Laufen, geführtes Aufwärmprogramm für Einsteiger. **mittwochs & freitags 18.45-20 h, Teilpunkt St. Alban, bei Regen, gratis, ohne Anmeldung**
- Nordic-Walking** - Optimales Cardio-Training für alle und die Natur geniessen. **sonntags 11.15-12.15 h (bei 4.8.) in Lössen, donnerstags 19-20 h (6.7./13./20.7./27.7.) in Bötzen** **Teilpunkt Sportplatz acht Lössen, Tennis Park Haugraben Bötzen, gratis, ohne Anmeldung**
- E-bike Stadtradeln** - Begleitete, gemächliche Stadtradeln mit elektrisch unterstütztem Fahrradern. **absonntags 18.30-20 h (Juni 21.7.), Stadt Marktplatz, gratis, mit Anmeldung (061 273 48 46)** **Holz-Fahrradwerk & Fahrradzubehör**
- E-bike Probefahren** - **donnerstags 18-19 h (Juni 11.7.), Tennis-Hausen, gratis, Holz-Fahrradwerk & Zubehör erforderlich**
- Cardio Fight-Night** - Ausdauerübungen aus Taek Wando, Karate und Kick-Boxen. **sonntags 19-20.45 h für Einsteiger (bei 8.8.), absonntags 19-20 h (Juni 21.7.)** **Sportplatz Bachgraben, gratis, ohne Anmeldung**
- Dallas-Akademie** - Illusionen lernen für Anfänger und leicht Fortgeschrittenen. **absonntags 19-20.30 h (bei 7.8., sowie 11.7.), 10-12h-Tagung Neugartenweg, gratis** **mit Anmeldung (061 273 48 46)**
- Stadtwandern** - Abenteur für Familien - ein Stadtrundgang durch Basel. **freitags 18.30-20.30 h (bei 8.8., sowie 7.8.), Stadt Marktplatz, gratis, mit Anmeldung (061 273 48 46)**
- Rheinschwimmen** - «Lieber in Begleitung in Bach ab, als allein in ein frisches Fluss» **sonntags 18 h, Teilpunkt bei der Salhöhe (Dingel-Museum), gratis** **Informelle Anmeldung donnerstags 8-11 h oder 14-16 h (061 606 95 59)**
- Tennis** - Schnupperkurs, erste Erfahrungen mit Racket und Ball machen. **absonntags 19-20 h (11.7./18./25.7.), Tennis Park Haugraben Bötzen, gratis, ohne Anmeldung**
- Mountainbike** - Geführte Tour auf den Guppen und Pypen für Einsteiger. **absonntags 18.30-20.30 h (11./18.7., 6./13.8.), Teilpunkt Trasse Saureide St. Jakob (bei 30)** **gratis, ohne Anmeldung, Helm und Mountainbike notwendig**
- LunchGames Walking** - Das Mittag für mehr Bewegung und die frische Luft nutzen. **mittwochs 12.20-12.30 h (Juni 26.7.), Teilpunkt Filze St. Alban, gratis, ohne Anmeldung**
- LunchGames Sport in der Theaterhalle** **mittwochs 12.20-12.30 h (Juni 26.7.), Theaterhalle, gratis, ohne Anmeldung**

sunny.Days freizeit aktiv geniessen

Lust auf Bewegung und Spass?

Schnupperangebote für heute Dienstag:

- Power Yoga** - 8-9 h, Gartenbad St. Jakob, bei Regen in der Halle
- Rheinschwimmen** - 18 h, Tinguely-Museum, 061 606 95 59 (8-11, 14-16 h)
- Mountainbike** - 18.30-20.30 h, Treppe Sportplatz St. Jakob
- Cardio Fight-Night** - 19-19.45 Einsteiger, Gartenbad Bachgraben
- Nordic-Walking** - 19-20 h, Tennis Park Haugraben Bötzen
- Acqua-Gym** - 20-21 h, Gartenbad Bachgraben

Einfach vorbeikommen und gratis mitmachen! Keine Vorkenntnisse nötig.

Infos: creative event, promotion und sport, www.creative-event.ch
Telefon 061 273 48 46 (11-14 h)

V1893519 s440580

Wo - Was - Wann

sunny.Days freizeit aktiv geniessen

Lust auf Bewegung und Spass?

Schnupperangebote der Woche 31. Juli - 1. August

- Nordic-Walking** - Optimales Cardio-Training für alle und die Natur geniessen. **sonntags 11.15-12.15 h (bei 4.8.) in Lössen, donnerstags 19-20 h (6.7./13./20.7./27.7.) in Bötzen** **Teilpunkt Sportplatz acht Lössen, Tennis Park Haugraben Bötzen, gratis, ohne Anmeldung**
- Power Yoga** - Kraft, Beweglichkeit, Gleichgewicht und Harmonisation trainieren. **donnerstags 8-9 h, Gartenbad St. Jakob, bei Regen in der Halle, ohne Anmeldung**
- Tennis** - Schnupperkurs, erste Erfahrungen mit Racket und Ball machen. **absonntags 19-20 h, Tennis Park Haugraben Bötzen, ohne Anmeldung**

- Cardio Fight-Night** - Ausdauerübungen aus Taek Wando, Karate und Kick-Boxen. **donnerstags 19-20 h, Gartenbad Bachgraben, ohne Anmeldung**
- Aqua-Gym** - Lernaussforderndes, straffendes Training gegen den Wasserverlust. **donnerstags 20-21 h, Gartenbad Bachgraben, ohne Anmeldung**
- Rheinschwimmen** - «Lieber in Begleitung in Bach ab, als allein in ein frisches Fluss» **sonntags 18 h, Teilpunkt Tinguely-Museum, Anmeldung 8-11 h + 14-16 h tel. 061 606 95 59**
- Jogging** - Aufwärmtraining für Einsteiger. **mittwochs & freitags 18.45-20 h, Teilpunkt St. Alban, bei Regen, gratis, ohne Anmeldung**
- LunchGames** - Fußball, Basketball, Tennis, Tischtennis. **mittwochs 12.20-12.30 h, Robertumhalle Kaminengasse 1, ohne Anmeldung**

Einfach vorbeikommen und gratis mitmachen! Keine Vorkenntnisse nötig.

Detaillierte Infos und Prospekt bei:
creative event, promotion und sport
Theaterstrasse 10, 4051 Basel, www.creative-event.ch
e viva gmbh Kaminengasse 1, 4001 Basel
Prospekte auch beim BaslerTab (Schiffstrasse)
Tel. Infos und Reservierungen Mo-Fr 11-16 h, tel. wetten
Informationen zur definitiven Durchführung schweizer witterung tel. 1600 (kosten abhängig)
Teilnahme auf eigene Gefahr.
Der Veranstalter übernimmt keine Haftung.

sunny.days wird unterstützt von:

sunny.days-Fragebogen



Fragebogen zu den sunny.days-Aktivitäten

Sehr geehrte TeilnehmerIn der sunny.days 2003

Vielen Dank, dass Sie sich zwei Minuten Zeit nehmen, um unseren Fragebogen auszufüllen. Ihre Angaben helfen uns, die sunny.days-Aktivitäten auf Ihre Bedürfnisse anzupassen und Ihre Bewegungs- und Reisegewohnheiten in Erfahrung zu bringen. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

Diese Umfrage wird im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit und des Bundesamtes für Energie durchgeführt und von der IKAÖ der Universität Bern begleitet. Den ausgefüllten Fragebogen bitte Ihrer Kursleitung abgeben, oder zusenden an: e viva gmbh, rümelinsplatz 7, 4001 basel

Besuchte sunny.days-Aktivität: _____
Datum: _____

Ihr Geschlecht? weiblich männlich

Ihr Geburtsjahr? 19 _____

Die Postleitzahl Ihres Wohnortes? _____

Wie haben Sie die sunny.days-Aktivität besucht?

- Alleine
 Mit Familienangehörigen / PartnerIn
 Mit FreundInnen / KollegInnen

IKAÖ Bern und e viva gmbh Basel

7) Was hätten Sie heute unternommen, wenn Sie diese sunny.days-Aktivität nicht besucht hätten?

- Zu Hause geblieben
 Andere Aktivität unternommen:
 Arbeit Einkauf Freizeitaktivität
Mit welchem Verkehrsmittel wären Sie dazu unterwegs gewesen?
 zu Fuss Inline
 Velo / E-Bike Mofa
 Bus, Bahn, Tram Auto
 Motorrad

8) Wie haben Sie von den sunny.days-Schnupperaktivitäten erfahren?

- Medien (Zeitung, Radio) sunny.days-Leporello
 per Zufall Familie / PartnerIn
 FreundInnen / KollegInnen SportfreundInnen
 Anderes: _____

9) Wem werden Sie die sunny.days-Aktivitäten weiter empfehlen?

- Familie / PartnerIn ArbeitskollegInnen / FreundInnen
 SportfreundInnen Andere: _____
 Werde sie nicht weiter empfehlen

10) Wohin und womit sind Sie letztes Jahr in Ihre Ferien (Sommer, Herbst, Winter, Frühling) gereist?

	Velo	Bahn	Auto	Flugzeug
Stadt/Land _____				
mit: <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadt/Land _____				
mit: <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IKAÖ Bern und e viva gmbh Basel

1) Soeben haben Sie eine sunny.days-Aktivität besucht. Weshalb haben Sie diesen Kurs besucht? Bitte geben Sie an, wie wichtig folgende Gründe für Ihre Teilnahme sind:

	Sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Etwas für die Gesundheit tun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leute kennen lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lust an der Bewegung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ferienersatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etwas mit der Familie / mit PartnerIn unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etwas Neues kennen lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Als Abwechslung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderes: _____				

2) Haben Sie bereits letztes Jahr sunny.days-Aktivitäten besucht?
 ja, mehrere Aktivitäten ja, eine Aktivität nein, keine

3) Werden Sie die soeben besuchte sunny.days-Aktivität in Zukunft gemeinsam mit Personen ausüben, die Sie im Kurs kennen gelernt haben?
 ja nein eventuell

4) Mit welchem der folgenden Verkehrsmittel sind Sie an diese sunny.days-Aktivität angereist?

- zu Fuss Inline
 Velo / E-Bike Mofa Motorrad
 Bus, Bahn, Tram Auto (alleine / mit _____ Personen)

5) Haben Sie die von sunny.days aufgeführten Anreise-Tipps auf dem Leporello gelesen?
 ja nein

6) Wären Sie ohne diese sunny.days Anreise-Tipps anders angereist?

- nein zu Fuss Inline
 ja, nämlich Velo / E-Bike Mofa
 Bus, Bahn, Tram Auto
 Motorrad

11) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie aufgrund der sunny.days-Aktivitäten dieses oder nächstes Jahr weniger häufig verreisen?

- Sehr wahrscheinlich wahrscheinlich unwahrscheinlich sehr unwahrscheinlich

12) Wie oft pro Woche führen Sie im Durchschnitt körperliche Tätigkeiten aus, bei denen Sie ins Schwitzen kommen?

- mehr als 2 x/Woche 1-2 x/Woche weniger als 1 x/Woche

Dürfen wir Sie nach den sunny.days-Aktivitäten 2003 für eine allfällige telefonische Befragung kontaktieren?

- nein
 ja, ich bin erreichbar unter:

Vorname / Name: _____

Telefonnummer: _____

Haben Sie Fragen, Ergänzungen, Bemerkungen, etc.:

Koordination und Auswertung durch e viva gmbh, basel.

Bitte den ausgefüllten Fragebogen Ihrer Kursleitung abgeben, oder zusenden an: e viva gmbh, rümelinsplatz 7, 4001 basel

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Mitarbeit!



sunny.days
freizeit aktiv geniessen