



Inspirationskatalog
til reducere af konflikter i naturen

LØSE HUNDE

10 UDVALGTE CASES



Friluftsrådet

Indledning

Baggrund

Friluftsrådet har i efteråret 2015 taget initiativ til at indsamle erfaringer med forsøg på reducere af konflikter i naturen vedr. løse hunde.

Baggrunden for initiativet er, at Friluftsrådets analyse af danskernes brug af naturen viser, at selv om brugerne af den danske natur generelt er tilfredse, er der nogen brugere, der giver udtryk for at have haft generende oplevelser i naturen i forbindelse med løse hunde.

Vi ved, at der i mange organisationer og foreninger er fokus på emnet, og vi vil derfor gerne bidrage til at sprede de gode erfaringer, så de kan komme andre til glæde.

Tilblivelsen af dette inspirationskatalog er beskrevet bagerst i kataloget.

Følgende organisationer og foreninger har været involveret i arbejdet:

- Danmarks Civile Hundeførerforening
- Danmarks Jægerforbund
- Dansk Kennel Klub
- Dansk Rideforbund
- Dansk Skovforening
- Dansk Vandrelaug
- DGI
- Dyrenes Beskyttelse
- KL / Udvalgte kommuner
- Kommunale Park- og Naturforvaltere
- LandboUngdom
- Landbrug & Fødevarer
- Naturstyrelsen
- Naturvejlederforeningen

Stor tak til alle, der har bidraget.

Vi håber, at I alle vil hjælpe med at sprede de gode erfaringer.

Friluftsrådet, januar 2016



Om inspirationskataloget

Dette inspirationskatalog består af 10 initiativer, som falder inden for følgende kategorier:

1. Hundeskove
2. Kampagner
3. Hunde- og ejertræning
4. Skiltning og regler
5. Lokale arrangementer

Initiativerne er udvalgt blandt de beskrivelser, som vi har modtaget, således at variationen i typer af tiltag vises. Vi har endvidere lagt vægt på at have initiativer med, som er afprøvet og viser god effekt, ligesom vi har tilstræbt en god geografisk spredning.

Casebeskrivelserne er baseret på initiativtagernes egne input og vurderinger af tiltagens resultater og effekter. Alle casebeskrivelser er godkendt af den kontaktperson, som er nævnt i beskrivelsen.

Der er både præsenteret initiativer, som er forholdsvis lette at igangsætte, fx skilte eller pjecer, og mere omfattende initiativer fx i form af etablering af hundeskove.

Gennemgående for alle typer af initiativer

Tilbagemeldingerne fra initiativtagerne og fra de organisationer og foreninger, som har været involveret i arbejdet, viser gennemgående, at de bedste resultater opnås, hvis man gennemfører flere typer af tiltag samtidig. Det kunne f.eks. være etablering af en hundeskov i sammenhæng med en kampagne om 'god opførsel'.

Overordnet set viser erfaringsindsamlingen, at de succesfulde tiltag er kendetegnet ved følgende:

- Flere forskellige typer af organisationer/foreninger er gået sammen
- Kommunikation om regler er blevet serveret sammen med et spændende og positivt arrangement med fagligt interessante aktiviteter for hele familien
- Et vedvarende fokus på at italesætte reglerne, ikke mindst hundeejer og hundeejer imellem
- En god dialog, tone og forståelse mellem forskellige typer af brugere af skov/strand/det åbne land er en forudsætning for alle typer af tiltag
- Sociale medier har været anvendt som et dialogværktøj, hvorved man har mulighed for at nå mange af hundeejerne uden for klubberne.

Hvordan er reglerne?

Hunde skal i snor i naturen

Hunde skal normalt altid være i snor i naturen eller under kontrol. Det fremgår af naturbeskyttelseslovgivningen. Reglen skyldes, at hunden er en stressfaktor for naturens vilde dyr, kan være til gene for andre friluftsgæster og også være til gene for andre hunde.

Vis hensyn

- Også hunde i snor kan virke skræmmende. Vis derfor altid hensyn til andre skovgæster. Hold hunden tæt på dig ved passage af andre skovgæster. Tænk fx på, at en gøende hund kan forskrække hesten og cyklisten, så der opstår farlige situationer.
- Husk, at alle hunde - også de ellers fredelige og velafrettede - har et jagtinstinkt
- Husk, at reglerne også gælder, selv om der ikke er opsat skilte
- Husk, at der gælder særlige regler for træning af hunde. Kontakt derfor lodsejeren, fx den lokale enhed af Naturstyrelsen, hvis du har planer om hundetræning
- Naturstyrelsen og mange andre grundejere anmelder det til politiet, hvis man lader sin hund løbe løs, hvor man ikke har fået lov.

Også i snor på stranden

I sommerhalvåret (1. april-30. september) skal hunde være i snor på stranden. I vinterhalvåret må du gerne lade din hund være løs på stranden, men kun hvis den ikke risikerer at forvolde andre skade, jf. naturbeskyttelsesloven. På en del strande er det dog helt forbudt at medtage hunde – læg derfor altid mærke til en evt. lokal skiltning.

Kilde: Naturstyrelsens hjemmeside, 2016

Særligt for hundeskove

En grundejer har mulighed for – som ejer – at give besøgende lov til mere, end hvad de har ret til efter de generelle bestemmelser. Det er fx sket i de over 250 hundeskove, som er etableret rundt omkring i Danmark. Grundejeren fastsætter selv reglerne.

Grundejeren fastsætter selv regler for sin hundeskov - tjek derfor altid efter hos skovejeren om reglerne for hans hundeskov.

Reglerne for Naturstyrelsens mere end 150 hundeskove gælder derfor ikke automatisk hos kommuner eller private skovejere.

I Naturstyrelsens hundeskove må du lade din hund løbe frit - under forudsætning af, at du har "fuldt herredømme" over hunden, dvs. helt svarende til hundelovens bestemmelser om "fuldt herredømme".

"Fuldt herredømme" betyder, at hundeføreren kan standse hunden, hvis den fx angriber andre dyr og mennesker. Det betyder helt bogstaveligt, at hunden skal have tæt kontakt til føreren og ikke må genere andre gæster, hunde eller det vilde dyreliv, fx ved at true eller løbe efter dem. Hunde, som ikke fx prompte kommer på kald, skal derfor føres i snor eller holdes ved fod. Det er hundeføreren, som har ansvaret for at undgå konflikter, der skyldes løse hunde.

Hundeskove

Hvad

Hundeskove er afgrænsede arealer i naturområder, hvor hundeluftning må foregå uden snor. Hundeskove kan både være indhegnede eller ikke indhegnede. I sidstnævnte tilfælde vil skovene typisk være synligt afgrænset af eksempelvis veje eller søer. Det er for begge typer af hundeskove et krav, at ejeren har hunden under fuld kontrol.

Hvorfor

Med en hundeskov kan hunden få lov at løbe frit, og man adskiller de løse hunde fra andre skovgæster og andre dele af naturområderne. Hermed kan man undgå, at de løse hunde skræmmer andre brugere. Derudover kan hundeskovene også mindske risikoen for, at løse hunde gør skade på natur og dyreliv i området.

Hvordan (forudsætninger)

Det er en vigtig forudsætning, at der er plads nok i naturområdet til etableringen af hundeskoven.

Sanktionsmuligheder (fx lukning af hundeskoven) er en vigtig faktor for, at reglerne bliver overholdt.

En kommunikationsindsats omkring etableringen af hundeskoven kan være med til at skabe opmærksomhed blandt lokale hundeejere om, at hundeskoven eksisterer.

Hvem (målgrupper)

Selvorganiserede hundeejere i lokalområdet, lokale hundeforeninger, offentligheden generelt.

Hvem (mulige partnere)

Lodsejere, lokale hundeejerforeninger, uorganiserede hundeejere.

Vær opmærksom på

Grundejeren fastsætter selv regler for sin hundeskov.

Ligesom det bør være tydeligt, hvad reglerne er for hundeluftning uden for hundeskovene, bør det også være klart, hvad reglerne er for hundeluftning *inden for* hundeskovens grænser, da der kan være forskellige opfattelser af, hvad det vil sige at "have sin hund under kontrol", når den ikke er i snor.

Etablering af bænke og borde ved indgangen af en hundeskov kan invitere så meget til ophold, at nogle hundeejere glemmer at holde deres hund under opsyn. Overvej derfor en strategisk god placering i området.

Hvis du vil vide mere

På Naturstyrelsens hjemmeside kan du læse mere om regler for hundeskove.

På hjemmesiden hundeskove.dk findes en oversigt over hundeskove i Danmark.

Hvis du som forening vil høre nærmere om mulighederne for etablering af en hundeskov i dit lokalområde, er første skridt at kontakte lodsejeren.

1

Hundeskov på ca. 4 hektar

Initiativtager: Dansk Skovforening (godsejer i Horsens)

Kort beskrivelse: Hundeskov på ca. 4 ha, etableret i samarbejde med Horsens Kommune. Skov-ejer lægger skov til, mens Horsens Kommune står for indhegning og skilte ved de tre indgange til skoven. Meningen med indhegningen er også, at borgerne - af hensyn til vildtet - holder deres hunde i snor i den øvrige del af skoven.

Succesfaktorer og forudsætninger: De "lovlydige" hundeluffere hjælper til med at irttesætte de mindre lovlydige. Sanktionsmuligheder er en vigtig forudsætning for, at hundeskovene kan fungere.

Pris og finansieringskilde: Ca. 70.000 kr. Finansieret af Horsens Kommune.

Partnere: Dansk Skovforening (godsejer i Horsens), selvorganiserede hundeejere og Horsens Kommune

Kontaktoplysninger: Henrik Ahlefeldt-Laurvig, Skovejer, e-mail: hal@stensballegaardgolf.dk

2

Hundeskove med skiltning, borde, bænke og skraldespande

Initiativtager: Vesthimmerland Kommune

Kort beskrivelse: Hundeskove med skiltning, borde, bænke og skraldespande. I den ene hundeskov i Aalestrup hjalp frivillige hundeejere med at sætte skilte op. Den anden hundeskov støder op til en sø (et vandreservoir) og blev oprettet i forbindelse med etableringen af vandreservoir, som skabte et nyt naturområde. Tiltagene er etableret sammen med frivillige hundeejere, som også har bidraget med at italesætte "god opførsel" og markedsføre hundeskovene ved at sprede budskabet om dem.

Succesfaktorer og forudsætninger: Gensidig interesse og respekt for forskelligheder og interesseområder. Lokal interesse og brugere fra dag ét. Der har derfor ikke været behov for den store markedsføring.

Pris og finansieringskilde: Den nyeste hundeskov har kostet 100.000. Finansieret af Vesthimmerlands Kommune.

Partnere: Vesthimmerland Kommune, frivillige hundeejere, Vesthimmerlands Vand (da en af hundeskovene støder op til et vandreservoir, som ejes af Vesthimmerland Vand).

Kontaktoplysninger: Karin Winther, Vesthimmerland Kommune, tlf. 30 32 49 39, e-mail: kwi@vesthimmerland.dk

Kampagner

Hvad

En kampagne er en række aktiviteter, som gennemføres over for en gruppe af modtagere. En kampagne er målrettet, tidsafgrænset og har et tydeligt budskab, ofte om at ændre modtagerens adfærd. Kampagner kan både være landsdækkende og/eller lokalt orienterede. For hundeejere har hidtidige kampagner sat fokus på hensynsfuldhed og på, at der skal være plads til alle brugergrupper i naturen.

Hvorfor

Formålet med en kampagne er at påvirke en målgruppes viden, holdning og/eller adfærd i en bestemt retning. En kampagne igangsættes ofte med udgangspunkt i et problem, som afsenderen af kampagnen ønsker at påvirke, fx hundeejere, der ikke har deres hunde i snor, når de bør være det.

Kampagner kan tydeliggøre allerede eksisterende regler, for at flere overholder dem. Kampagner kan også forklare, hvordan og hvorfor man som hundeejer bør agere på bestemte måder i bestemte situationer. Gode, velbeskrevne forklaringer på hvorfor hundeejere bør gøre noget bestemt og undlade at gøre andet, er afgørende for, at en kampagne lykkes. Det handler f.eks. om at skabe forståelse for andre brugergrupper såsom voksne og børn, der er bange for hunde, ryttere m.fl.

Hvordan (forudsætninger)

En kampagne bør have et klart budskab - gerne med kant - der kommunikeres på flere kommunikationsplatforme, dvs. både digitalt på hjemmesider og på de sociale medier, i pressen og til arrangementer/på steder, hvor målgruppen for kampagnen er til stede. Det er også vigtigt, at

kampagner gøres nærværende, så hundeejere kan genkende sig selv i dem og ikke alene fremstilles i et negativt lys.

En kampagne bør desuden indeholde flere aktiviteter, fx et slogan, en video, et logo, foldere, postkort, plakater eller andet merchandise, der kan uddeles til arrangementer.

Det kan være en god idé at inddrage flere forskellige partnere som afsender på en kampagne for at nå ud til flest mulige målgrupper.

Hvem (målgrupper)

Primært hundeejere, men kampagner kan også målrettes andre brugergrupper eller offentligheden generelt for at skabe gensidig forståelse.

Hvem (mulige partnere)

Hundeejerforeninger/klubber, andre friluftslivsforeninger/klubber, Friluftsrådet, private lodsejere, Naturstyrelsen samt kommuner.

Overvej om den lokale dyrlæge, landboforening, jægerklub, dyrehandel eller hundekennel kan involveres og måske vil være med til at sprede budskaberne fra kampagnen, uddele pjecer eller lign.

Vær opmærksom på

Kampagner stopper, hvorfor der kan være behov for, at delelementer af kampagnen videreføres, efter at kampagnen er afsluttet såsom logoet, sloganet og/eller gode råd. Der kan være behov for at gennemføre nye kampagner hvert år/hvert andet år.

Hvis du vil vide mere

Bliv inspireret af Friluftsrådets kampagne "Flink af natur" på Friluftsrådets hjemmeside, eller af Den Danske Dyrlægeforenings kampagne "Hund med hensyn".

Du er så flink af natur – tak for det!



3

Landsdækkende kampagne "Hund med hensyn"

Initiativtager: Den Danske Dyrlægeforening

Kort beskrivelse: Kampagnens formål var, i samråd med en bred vifte af hundeorganisationer, at sætte fokus på, hvilke fornuftige råd og retningslinjer, der kunne opstilles for at vejlede hundeejerne til at færdes med deres hunde på en hensynsfuld måde. Afholdelse af debatmøde endte ud i 10 gode råd, der skulle være med til at skabe en holdningsændring blandt hundeejere. Kampagnen var landsdækkende

Succesfaktorer og forudsætninger: Kampagnen ramte ned i en periode, hvor kommunikationen omkring hunde var negativ. Kampagnen tog den positive indstilling og vinkel.

Pris og finansieringskilde: ca. 100.000 kr. finansieret af fonde, blandt andet Dyrevelfærdspuljen.

Partnere: Den Danske Dyrlægeforening, Sektion vedr. Hund, Kat og Smådyr, Dansk Selskab for Klinisk Veterinær Etologi samt et kommunikationsbureau.

Kontaktoplysninger: Ida Tingman Møller, fagpolitisk konsulent, Den Danske Dyrlægeforening, tlf.: 38 71 08 88, e-mail: itm@ddd.dk

4

Hundekampagne med månedlige arrangementer

Initiativtager: Aalborg Kommune

Kort beskrivelse: 1-årig kampagne i forbindelse med indførelse af linepåbud med fokus på, hvorfor hunde skal være i snor – dvs. hensyn til dyreliv og andre brugere – samt aktiv brug af hundeskove/friløbsarealer bl.a. til målrettet træning. Der blev afholdt populære månedlige arrangementer i samarbejde med Dansk Kennel Klub (DKK) og opsat QR koder, hvor hundeejere fik præsenteret et af kommunens pt. 16 hundeskovsarealer og gode råd til, hvordan man arbejder med lydighedstræning og udviser god hundeejer adfærd. Kampagnen indeholdt desuden pressemeddelelser, interviews og artikler i dagspressen med udgangspunkt i politiske beslutninger og arrangementerne.

Succesfaktorer og forudsætninger: Vedvarende opfølgning og håndhævelse af regler.

Pris og finansieringskilde: Aalborg Kommune brugte ca. 200.000 kr. til oprettelse af to nye hundeskovsarealer, trykning af nye informationstavler mm. Tre ansatte brugte en del arbejdstid på arrangementer, brevskriveri og pressekontakt. Kommunen har efterfølgende sat 100.000 kr. af om året til løbende vedligeholdelse af hundeskove og udarbejdet en prioritering og strategi for hundeskove (antal, placering, udstyr). Finansiering af nye eller yderligere tiltag er brugerne ansvarlige for, ligesom udvidet service for de enkelte arealer løftes af brugerne.

Partnere: Lokalforeninger eller brugergrupper inden for interesseområdet, uorganiserede hundeejere, Dansk Kennel Klub (DKK), Aalborg Kommune.

Kontaktoplysninger: Lars Delfs Mortensen, Aalborg Kommune, tlf. 99 31 22 69, e-mail lars.mortensen@aalborg.dk

Hunde- og ejertræning

Hvad

Hundetræning foregår lokalt, typisk i foreningsregi, hvor hunden lærer elementær lydighed fra professionel hundetræner, eksempelvis at gå pænt i snor og at komme, når ejeren kalder.

Hunde- og ejertræning indeholder desuden øvelser, som klæder ejeren bedre på til hverdagen med hunden. Kurser er typisk niveauopdelte – fra hvalpetræning til konkurrencetræning.

Hvorfor

Formålet med hunde- og ejertræning er, at ejer og hund lærer at gebærde sig problemfrit i forskellige miljøer. Det indebærer bl.a. lydigheds- og håndteringstræning og information om regler for hunde i naturen.

Hvordan (forudsætninger)

Hundetræning skal gerne være let tilgængeligt for den almindelige hundeejer og bør kommunikeres som noget, der er godt for hunden, og som gør dagligdagen lettere for hundeejeren.

Hundetræning skal ikke nødvendigvis kræve et bestemt antal faste træningsgange, men kan lanceres som et mere uforpligtende tilbud, fx som et arrangement en lørdag formiddag, der kommunikeres i den lokale presse eller på de sociale medier. Hermed kan man appellere til en bredere gruppe af hundeejere, end dem der har en mere professionel tilgang til hundetræning.

Alle hunde- og ejertræningsaktiviteter bør dog involvere professionelle hundetrænere.

Det er en god idé at målrette hunde- og ejertræning til hele familien, så børnene også klædes på til at håndtere hunden.

Hvem (målgrupper)

Den almindelige hundeejer, hunde i alle aldre, hele familien.

Hvem (mulige partnere)

Hundeejerforeninger, professionelle hundetrænere, lodsejere.

Vær opmærksom på

Hundetræning kan kræve medlemskab af en forening og/eller et beløb for selve hundetræningen.

Det kræver en tilladelse fra lodsejer at afholde organiseret hundetræning, og der gives kun tilladelse til organiseret hundetræning på særligt udpegede arealer.

Hvis du vil vide mere

Læs mere om træningsaktiviteter på fx Dansk Kennel Klubs hjemmeside, Danmarks Civile Hundeførerforenings hjemmeside eller Naturstyrelsens hjemmeside.

5

Træningskonceptet "Kørekort til hund"

Initiativtager: Dansk Kennel Klub

Kort beskrivelse: Ved hjælp af moderne træningsmetoder og relevante aktiviteter at få en glad og dygtig hund, som er velfungerende i forhold til omgivelserne og i familiens dagligdag. Ejer og hund lærer at gebærde sig problemfrit i forskellige miljøer. Undervisning i bl.a. de forskellige aspekter ved at have hund, i at få et godt samarbejde mellem fører og hund, i indkald og håndteringstræning, så man kan kalde den til sig, hvis der skulle opstå behov for det samt meget mere. Konceptet er niveauopdelt, så der både tilbydes kurser for den nye, uøvede hundeejer til den rutinerede hundeejer, som har haft hund i mange år. Konceptet er landsdækkende.

Succesfaktorer og forudsætninger: Dygtige trænere med stor baggrundsviden. Villighed til læring blandt hundeejerne.

Pris og finansieringskilde: Dansk Kennel Klub finansierer udgifter til uddannelse af egne undervisere (efterfølgende arbejder de frivilligt). Mængden af nødvendigt udstyr til kurserne er begrænset og hundeejerne medbringer det oftest selv (lidt legetøj og godbidder). Hundeejeren betaler for kurset. Prisen kan variere lidt geografisk, men er normalt på 40 - 50 kr. pr træningsgang, et træningsforløb er typisk på 8-12 gange. Hundeejere skal være medlem af Dansk Kennel Klub, som pt. koster 475 kr. om året.

Partnere: Dansk Kennel Klub

Kontaktoplysninger: Den lokale afdeling af Dansk Kennel Klub eller DKK's hovedkontor tlf. 5618 8100, e-mail: post@dkk.dk - mere info på: www.dkk.dk

6

Træning af hunde og information om hensigtsmæssig opførsel

Initiativtager: Slangerup Jagtforening

Kort beskrivelse: Træning af hunde og information om hensigtsmæssig opførsel.

Succesfaktorer og forudsætninger: Professionel hundetræner, sund fornuft og imødekommenhed.

Pris og finansieringskilde: Umiddelbart er det omkostningsfrit, bortset fra et gebyr til foreningen, der etablerer hundetræning - typisk ca. 300 kr. for 8 gange - og så skal der bruges tid på træningen ud over de betalte træningspas.

Partnere: Andre lokalforeninger inden for samme interesseområde.

Kontaktoplysninger: Per West, Formand for hundeuudvalget, Slangerup Jagtforening, tlf. 20 28 80 87, e-mail: per.west41@gmail.com

Regler og skiltning

Hvad

Hunde skal som udgangspunkt altid være i snor i naturen. Det skyldes, at hunden kan være en stressfaktor for naturens vilde dyr og til gene for andre friluftsgæster. En afgørende faktor for, at folk overholder regler, er, at de kender til disse – eller løbende bliver mindet om dem. Her er strategisk placerede skilte i naturen med regler en vigtig faktor.

Hvorfor

Regler for hvor man må færdes og hensigtsmæssig adfærd i naturen er vigtige for, at forskellige brugergrupper får en god oplevelse, når de er i naturen. Skiltning med regler bidrager til, at folk bliver gjort opmærksom på, hvordan reglerne er for god adfærd.

Hvordan (forudsætninger)

Det er vigtigt at kommunikere, *hvorfor* reglerne er, som de er. Får folk en forklaring på, hvorfor de skal overholde en regel, vil de oftere være tilbøjelige til at overholde den. Fx bør der sættes fokus på de skadelige effekter, som løse hunde kan have over for vildt og andre dyr i naturen, eller på konsekvenser for andre brugere af naturen, herunder børn.

Konstruktiv dialog i en positiv tone mellem lodsejer og faste lokale hundeluffere om regler for hundeluftning lokalt kan få flere til at overholde disse.

Faste lokale hundeluffere kan desuden være ambassadører for korrekt overholdelse af reglerne.

Hvem (målgrupper)

Hundeejere generelt.

Hvem (mulige partnere)

Offentlige og private lodsejere, Danmarks Civile Hundeførerforening, Dansk Kennel Klub, Danmarks Jægerforbund og Friluftsrådet.

Vær opmærksom på

Regler for færden i naturen fremgår af lovgivningen, herunder Lov om hunde og Naturbeskyttelsesloven. Kun i særlige tilfælde må en privat ejer indskrænke brugernes ret til at færdes i naturen.

Hvis du vil vide mere

På Naturstyrelsens hjemmeside kan du læse mere om regler for hunde i naturen, om skiltevejledningen, og du kan finde standard-piktogrammer til skilte fx "Hund i snor". Naturstyrelsens skilteprogram er dog alene obligatorisk at bruge på alle de arealer, som styrelsen forvalter, men kan tjene til god inspiration for andre lodsejere.



7

Skiltning i forbindelse med vandreruter

Initiativtager: FDF Friluftscenter Sletten

Kort beskrivelse: Hund-i-snor-skilte (som er statskovens standard piktogrammer) og hund-forbudt-skilte i forbindelse med dådyrfarmsområde, som en del af et større grønt partnerskab mellem FDF Friluftscenter Sletten, Skanderborg Kommune og Naturstyrelsen.

Succesfaktorer og forudsætninger: Skiltningen er en del af et større naturprojekt. Området er forvejen udstyret med stolper til skiltene.

Pris og finansieringskilde: Et standard piktogram koster ca. 100 kr. I området er der opstillet ca. 10 piktogrammer. Det samlede naturprojekt er finansieret af FDF Friluftscenteret Sletten, midler fra grønne partnerskaber med Naturstyrelsen og udlodningsmidler fra Friluftrådet.

Partnere: Skanderborg Kommune, private lodsejere, Naturstyrelsen og FDF Friluftscenter Sletten.

Kontaktoplysninger: Tomas B. Kolind Vilstrup, FDF, tlf. 86 84 57 59, e-mail: tomas@fdf.dk

8

Regler om at have sin hund i snor på vandreture

Initiativtager: Dansk Vandrelaug

Kort beskrivelse: På vandreture arrangeret af Dansk Vandrelaug skal turlederen spørges på forhånd, hvis man ønsker at tage hund med, da turlederen kan have planlagt turen igennem et afgrænsningsområde med dyr, som potentielt kan ophidse hunden. På de vandreture, hvor man godt må tage hunde med, skal hunde være i kort snor, da der kan være deltagere på vandreturene, som er bange for hunde. Dette kommunikeres ud til deltagerne forud for vandreturene eller annonceres på hjemmesiden.

Succesfaktorer og forudsætninger: At hundeejerne forstår, hvorfor det er en nødvendighed, at de har deres hunde i snor og følger reglerne.

Pris og finansieringskilde: 0 kr. for initiativtagerne. Deltagerne betaler for at deltage på vandreturen.

Partnere: Aalborg Kommune og offentlige lodsejere

Kontaktoplysninger: Anni Petersen, Formand for Aalborg-afd. Dansk Vandrelaug, tlf.: 60 88 26 44, e-mail dvl.aalborg@gmail.com

Arrangementer

Hvad

Arrangementer med hunden som omdrejningspunkt for hunde, hundeejere og andre interesserede indeholder typisk hundeprevisninger, råd og vejledning til hundeejere, 'smagsprøver' og informationer om fx regler for god adfærd vedr. hunde i naturen.

Hvorfor

Arrangementer med hunden som omdrejningspunkt kan anvendes til at kommunikere seriøse budskaber såsom regler og gode råd til hundeejere på en positiv og sjov måde.

Hvordan (forudsætninger)

Tilstræb at inddrage flere partnere til at støtte op om arrangementet, så flere kan 'løfte i flok', og arrangementet kan kommunikeres ud til flere.

Tænkes arrangementet afholdt på et af Naturstyrelsens arealer, kan Naturstyrelsens lokale brugerråd være relevante at kontakte med henblik på at informere og inddrage øvrige lokale interessenter.

Markedsfør arrangementet via flere kanaler, herunder i den lokale presse, på partnernes hjemmesider og via sociale medier.

Få fat i hele familien ved at lave aktiviteter både for børn og voksne

Hvem (målgrupper)

Hundeejere og gerne hele hundeejerfamilien, offentligheden generelt.

Hvem (mulige partnere)

Private lodsejere, Naturstyrelsen, kommunen, Danmarks Civile Hundeførerforening, Dansk Kennel Klub, Danmarks Jægerforbund, Friluftsrådet, hundeejerforeninger, brugerråd, sponsorer (fx virksomheder, der producerer produkter til hunde).

Vær opmærksom på

Hvis du skal bruge en lodsejers areal, til en særlig aktivitet, skal du ansøge om tilladelse til at afholde et arrangement på det pågældende areal.

Hvis du vil vide mere

Bliv inspireret af arrangementet "Hundens dag" på Dansk Kennel Klubs hjemmeside.

9

”Store Hundedag” i Randers

Initiativtager: Nordre Fælleds Venner (frivillig forening i Randers)

Kort beskrivelse: Dagen bestod af hundeopvisninger og prøv-selv aktiviteter for alle hundeejere og deres hunde. Der var mulighed for, at interesserede gæster kunne stille spørgsmål til de deltagende hundetrænere. Arrangementet foregik i forbindelse med en ændring af reglerne i Randers for at sikre, at byens hundeejere blev præsenteret for reglerne på en positiv måde. Mange har siden organiseret sig i Facebook-gruppe

Succesfaktorer og forudsætninger: Gode og positive rammer til at forklare over for brugere, hvorfor der blev lavet en ensretning af reglerne inden for det areal, hvor man må have hund gående uden snor, men under kontrol. Positiv indgangsvinkel frem for løftet pegefingre. Vigtigt, at man er god til at følge op på et arrangement og er tydelig i sin kommunikation efterfølgende.

Pris og finansieringskilde: Aktiviteterne på dagen kostede 0 kr. Hundetrænere stillede gratis op. Sponsorat fra Royal Canin til trykning af folder og små pakker med godbidder.

Partnere: Randers Civile Hundeforening, Dansk Kennel Klub i Randers, Schæferhundeklubben i Randers og Nordre Fælleds Venner.

Kontaktoplysninger: Eske Thøgersen, Formand, Nordre Fælleds Venner, tlf. 86 40 80 04, e-mail: eske.thoegersen@sol.dk

10

Oplevelsesdag med hunde i skoven

Initiativtager: Naturstyrelsen Nordsjælland

Kort beskrivelse: Oplevelsesdag for hundeejere og deres hunde. Her deltog bl.a. Dansk Politihundeforening, som fortalte om, hvordan man træner politihunde op til en opgave. Der var også mulighed for at se en schweiss-hund spore sig ind på sit mål med to dygtige schweiss-hundeførere. Naturvejleder fra Naturstyrelsen Nordsjælland fortalte om regler for hunde i skoven, og om hvor man kan finde den nærmeste hundeskov i lokalområdet.

Succesfaktorer og forudsætninger: Interessante aktiviteter, lokal opbakning og involvering af flere organisationer samt kommunikation af arrangementet til offentligheden på de involverede aktørers hjemmesider, øvrige kommunikationsplatforme og lokal presse.

Pris og finansieringskilde: Løn til én medarbejder for en uges arbejde. Hertil kommer omkostninger til forplejning til frivillige og lidt hundekiks for samlet ca. 2.000kr. Naturstyrelsen Nordsjælland betalte udgifterne.

Partnere: Naturstyrelsen Nordsjælland, Dansk Politihundeforening, Dansk Kennel Klub, Hillerød Brugshundeklub

Kontaktoplysninger: Martin Wiberg, Naturvejleder, Naturstyrelsen Nordsjælland, tlf. 41 27 18 89, e-mail: mawib@nst.dk

Hvordan er inspirationskataloget blevet til?

Inspirationskataloget er udarbejdet i perioden august 2015 – januar 2016 i samarbejde med konsulentfirmaet Oxford Research.

Tiltagene i inspirationskataloget er blevet indsamlet via **e-mailbaserede spørgeskemaer**, som er sendt ud til udvalgte kontaktpersoner. Disse personers kontaktoplysninger har vi fået af de hovedorganisationer/ foreninger/ kommuner, som har deltaget i undersøgelsen, via indledende telefonsamtaler og e-mail korrespondance.

I spørgeskemaerne var der yderligere mulighed for, at respondenterne kunne pege på andre initiativer, som de havde hørt om og fandt relevante at inddrage. Dette resulterede i en ekstra udsendelse af spørgeskemaer.

Vi udsendte alt i alt **149 spørgeskemaer direkte til personlige mailadresser**. Hertil kom, at et link til spørgeskemaet blev sendt ud via nyhedsbreve eller lagt på hjemmesider for enkelte foreningers vedkommende.

For at sikre en høj svarprocent lavede vi undervejs telefonopfølgning til de organisationer og foreninger, hvor få havde besvaret spørgeskemaet.

Vi modtog i alt 62 besvarelser, hvoraf 20 personer tilkendegav, at de i praksis havde gennemført konfliktreducerende tiltag vedrørende løse hunde.

Herefter gennemførte vi en række **telefoninterviews** med udvalgte organisationer/ kommuner/ lodsejere/ klubber **for at få uddybende oplysninger om initiativerne**. Vi har tillige gennemført supplerende søgninger af information om initiativerne på internettet.

Initiativerne i dette katalog er udvalgt med henblik på at vise variationen i typer af tiltag og på at sikre en god geografisk spredning. Vi har endvidere lagt vægt på at have initiativer med, som er afprøvet og viser god effekt.

Initiativerne i inspirationskataloget blev i december 2015 præsenteret og drøftet ved en **workshop** i Friluftsrådet med deltagelse af udvalgte organisationer.

