



## Sensibilisierungs- und Präventionskampagne „Subers Bärn – zäme geit's!“

### Eckwerte

Medienkonferenz „Subers Bärn – zäme geit's!“ vom 18.03.08

#### Ziele

- Selbstverantwortung stärken („vor der eigenen Türe wischen“)
- Reinigungsleistungen sichtbar machen
- Sauberkeit verbessern

#### Zielgruppen

- Bevölkerung
- Besucherinnen und Besucher
- Gewerbe
- Veranstalterinnen und Veranstalter

#### Grundsätze

- keine akademischen Höhenflüge - einfache und klare Botschaften
- keine Gags – nahe an der Sache dran
- keine Miesmacherei - positive Situationen und Fragen
- kein Strohfeuer - kontinuierliche Aktionen über das ganze Jahr

#### Logo



## Sujets

Ein fünftes Sujet zum Thema  
Sauberkeit in den Parkanlagen  
ist in Erarbeitung



<b>Plakate</b>	Die Botschaften der Kampagne sollen mittels Plakaten einer breiten Öffentlichkeit vermittelt werden. Dabei werden die Sujets variabel eingesetzt. Es sind drei Plakatwellen geplant (Frühling, Sommer, Herbst).
<b>Kinospot</b>	Die Botschaften der Kampagne sollen mittels Kinospot einer breiten Öffentlichkeit vermittelt werden. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ April 2008 bis März 2009</li> <li>▪ 12 Stadtberner Kinos</li> <li>▪ gestaffelter Einsatz der Sujets</li> </ul>
<b>Beschriftung der Fahrzeugflotte</b>	Die Reinigungsleistungen im öffentlichen Raum sollen mittels entsprechender Beschriftung der Fahrzeugflotte sichtbar gemacht werden. <p><i>Einsatz der Sujets</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 15 Reinigungsmaschinen der Strassenreinigung</li> </ul> <p><i>Einsatz des Logos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ alle Fahrzeuge der Strassenreinigung und der Abfallentsorgung</li> <li>▪ einzelne Fahrzeuge der Stadtgärtnerei</li> </ul>
<b>Preis „Goldener Besen“</b>	Das Thema Sauberkeit und die Botschaften der Kampagne sollen mittels Verleihung eines Preises in der Öffentlichkeit thematisiert werden. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ prämiert wird vorbildliches Engagement für ein sauberes Bern</li> <li>▪ mögliche Preisträger sind Betriebe, Einzelpersonen, Organisationen oder Veranstalterinnen</li> <li>▪ Preisverleihungen im Frühling (April), Sommer und Herbst 2008</li> <li>▪ symbolisches Geschenk (goldener Besen + Urkunde)</li> </ul>
<b>Weitere Einzelmassnahmen</b>	Die Botschaften der Kampagne bzw. die Sichtbarkeit der Reinigungsleistungen im öffentlichen Raum sollen <i>etappiert</i> mit weiteren Einzelmassnahmen verstärkt werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inserate in Quartierzeitungen (Sujets)</li> <li>▪ Textbeiträge in Quartierzeitungen und Publikationsorganen diverser Organisationen (zB. Bern-City, Bernmobil usw.)</li> <li>▪ Medienrundgänge zu spezifischen Themen rund um das Thema Sauberkeit</li> <li>▪ punktueller Einsatz des Logos auf der Arbeitsbekleidung des Reinigungspersonals</li> </ul>

**pro memoria**

Die Kampagne „Subers Bärn – zäme geit's“ ergänzt die zahlreichen laufenden Präventionsmassnahmen zum Thema „Abfall vermeiden, korrekt entsorgen und wiederverwerten“ und setzt für das Jahr 2008 eine Klammer um sie.

Laufende Aktionen und Massnahmen: Aktionstag Wahre Werte, Abfallkalender, Waldreinigungen, Bring- und Holtage, Gassenputzete, Aktion Seitenblicke, benevol-Einsätze, Ökoinfomobil, usw.

18.03.08 GS TVS