



## „Subers Bärn – zäme geits!“: Evaluation der Teilprojekte

# Prävention und Sensibilisierung

### Ziel

Hauptziel dieses Teilprojekts war es, durch Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für Themen wie Littering, Vandalismus, Sprayereien etc. eine Verhaltensänderung in der Bevölkerung zu erzielen. Die Direktion für Tiefbau, Verkehr und Stadtgrün hat deshalb im März 2008 eine Präventionskampagne gestartet, welche die Förderung von Selbstverantwortung und Eigeninitiative der Bevölkerung und des Gewerbes vermehrt in den Vordergrund rückte. Diese spezifischen Massnahmen legten eine Klammer um die im Tagesgeschäft laufenden Präventionsmassnahmen (Abfallunterricht, Kampagne Bernmobil, Quartierreinigungen, Abfallkalender etc.) und wurden mit diesen koordiniert.

### Projektbeteiligte

Die Informations- und Präventionskampagne von „Subers Bärn – zäme geits!“ wurde unter Leitung der Direktion für Tiefbau, Verkehr und Stadtgrün TVS und in Zusammenarbeit mit der Abfallentsorgung AEB, dem Tiefbauamt TAB, der Stadtgärtnerei SGB, Bernmobil und externen Partnern geplant und umgesetzt.

### Realisierte Massnahmen

- Produktion Logo und Sujets für die Kampagnen
- 3 Preisvergaben „Goldener Besen“ – eine Auszeichnung für besonders vorbildliches Engagement für ein sauberes Bern (Preisträger: Bring- und Holtage, Abwart Hotel Bern, Schule Kirchenfeld und Verein Buskers Bern)
- 3 Plakatwellen während je 2-3 Wochen in der Innenstadt, entlang der Einfallachsen, in Schwimmbädern und Grünanlagen (Frühling/Sommer/Herbst)
- Kinospots in allen cinécom-Kinos in Bern während einem Jahr (noch bis im März 2009)
- Ausstrahlung der Kinospots auf dem E-Board im Bahnhof Bern (insgesamt ca. 14'000 Ausstrahlungen der Kinospots im Juli und August 2008)
- Medienarbeit: div. Medienmitteilungen und -rundgänge
- Div. Publikationen in Zeitungen, Verbandszeitschriften, Quartierorganen, etc.
- Beschriftung Fahrzeuge (Aufdruck Sujets auf Putzmaschinen; Kleber mit Logo auf allen Fahrzeugen)
- Bekleidung Personal (Druck von T-Shirts und Hüten; kamen wenig zum Einsatz)
- Koordination mit den laufenden Präventionsmassnahmen von AEB, TAB, SGB und Bernmobil

Abbildungen 1 bis 4: Das Logo der Kampagne und vier der insgesamt fünf Sujets.



## **Evaluation**

In Umfragen bei den Projektbeteiligten und der (externen) Begleitgruppe des Projekts „Subers Bärn – zäme geits!“ wurde die Wirksamkeit der verschiedenen Massnahmen bewertet. Besonders positiv wurde dabei die Medienarbeit eingeschätzt. Tatsächlich zeigt die grosse Menge an Medienberichten zu verschiedenen Themen, dass das Projekt von den Medien stark wahrgenommen wurde. Die Berichterstattung war dabei praktisch ausschliesslich positiv und hat eine Vielzahl der im Projekt angesprochenen Themen, insbesondere auch die Vision einer verstärkten Selbstverantwortung der Bevölkerung, aufgenommen. Zudem erfuhr die Arbeit des Reinigungspersonals auch in den Medien viel Wertschätzung, wozu die EURO 08 wesentlich beitrug.

Das Sujet der Kampagne, die Plakatkampagnen und die Fahrzeugbeschriftungen wurden von den Umfrageteilnehmern ebenfalls mehrheitlich als wirksam eingeschätzt. Die Kinospots und der Bekleidungsbeschriftungen wurden hingegen als wenig wirksam beurteilt.

Ohne aufwändige Evaluationsverfahren ist die Wirksamkeit von präventiven Massnahmen letztlich aber kaum objektiv messbar. Der Schlussbericht zum Massnahmenplan „Subers Bärn – zäme geits!“ kommt denn auch zum Schluss, dass ein eigentliches Umdenken bei den mit der Kampagne angesprochenen Kreisen noch nicht nachhaltig habe stattfinden können. Nötig seien hierfür vielmehr breite Massnahmen und eine „ständige Kampagne“, welche die Selbstverantwortung stärke.

## **Weiteres Vorgehen**

Aufgrund der gemachten Erfahrungen will der Gemeinderat - nebst Repressions- und Reinigungsmassnahmen - auch in Zukunft auf Informations- und Präventionskampagnen setzen. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern sollen deshalb die Anstrengungen zur Sensibilisierung der Bevölkerung weitergeführt und damit der Wiedererkennungseffekt der Kampagne gesteigert werden.

10.02.09 GS TVS