



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



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

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