

SlowUp

slowUp-Norm

[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)



Gesundheitsförderung  
Schweiz



SchweizMobil

Schweiz Tourismus.  
[MySwitzerland.com](http://MySwitzerland.com)



# slowUp-Norm

---

Herausgeber:

Nationale Trägerschaft slowUp

- Stiftung SchweizMobil
- Gesundheitsförderung Schweiz
- Schweiz Tourismus

Autor: Nationale Geschäftsleitung slowUp

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Was ist ein slowUp?</b>	<b>3</b>
<b>Was ist ein slowUp Mountain?</b>	<b>5</b>
<b>Kontakte</b>	<b>6</b>
<b>Organisation</b>	<b>7</b>
<b>Aufgaben nationale Trägerschaft</b>	<b>8</b>
<b>Aufgaben regionale Trägerschaft</b>	<b>9</b>
<b>Qualitätsstandards für slowUp</b>	<b>10</b>
<b>Qualitätsstandards für slowUp Mountain</b>	<b>12</b>
<b>Marke und Corporate Design (CD)</b>	<b>13</b>
<b>Kommunikation</b>	<b>14</b>
<b>Finanzen</b>	<b>15</b>
<b>Sponsoring</b>	<b>16</b>

## Was ist ein slowUp?

---

### **slowUp – regionale autofreie Erlebnistage**

Das slowUp-Rezept ist so einfach wie überzeugend: Man nehme rund 30 km Strassen in einer attraktiven Landschaft, sperre die Strassen einen Tag für den motorisierten Verkehr und Sorge für ein vielseitiges Rahmenprogramm entlang der Strecke. Daraus wird ein Fest, anders als alle anderen: Jung und Alt, Gruppen und Familien, Bewegungsmenschen und Genussmenschen und verliebte Pärchen und einsame Herzen geniessen die fröhliche Stimmung im autofreien Ambiente und tun etwas Gutes für ihre Gesundheit.

Ein slowUp findet an einem Sonntag statt, in der Regel von 10 bis 17 Uhr.

slowUp sind möglichst flach. Tempo und Distanz können individuell gewählt werden. An- und Rückreise: Am besten mit dem öffentlichen Verkehr.

Die Idee stammt aus Deutschland, wo es über 50 autofreie Erlebnistage gibt. Im Jahre 2000 fand der erste slowUp am Murtensee im Rahmen des Projektes «Human Powered Mobility» der Expo.02 statt. 2002 folgte der zweite slowUp am Bodensee, 2003 der dritte am Sempachersee. 2005 gab es bereits 9 slowUp. Hinzu kam als neue Form der slowUp Mountain Albula. Aus der Idee ist ein nationaler Event geworden, einer der grössten, was die Zahl der aktiv Teilnehmenden betrifft. Über 400'000 Personen nehmen jährlich an den slowUp teil. 2013 stehen 19 slowUp in der ganzen Schweiz auf dem Programm.

Aktuelle Liste der slowUp-Orte und -Termine: [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch).

### **Die nationale Trägerschaft**

Die Stiftung SchweizMobil und Schweiz Tourismus haben die slowUp als nationale Träger initiiert. Seit 2006 gehört die Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz als dritte Institution der nationalen Trägerschaft an. Neben der Förderung des Langsamverkehrs will die nationale Trägerschaft mit slowUp aktiv zur Förderung der Gesundheit der Bevölkerung und zu einer touristische Positionierung der slowUp-Regionen beitragen.

### **Die regionalen Trägerschaften**

Träger der regionalen Anlässe sind in der Regel eigene Vereine, in denen Gemeindebehörden, Tourismusbranche, Gewerbe, interessierte Vereine und Politikerinnen und Politiker vertreten sind. Die Durchführung basiert zu einem grossen Teil auf ehrenamtlicher Arbeit.

**Die slowUp-Finanzierung**

Die einzelnen slowUp werden grundsätzlich durch regionale Finanzierungspartner getragen. Unterstützt werden die slowUp von Gesundheitsförderung Schweiz sowie durch die nationalen Finanzierungspartner. Die finanziellen Mittel und die Dienstleistungen dieser Partner werden grossmehrheitlich auf regionaler Ebene eingesetzt und ergänzend für die nationale Projektkoordination.

**Ein Gewinn für alle**

Der slowUp-Erfolg kommt nicht von ungefähr: slowUp mobilisiert die Menschen. Zehntausende verbringen einen Tag mit grossem Erlebniswert in einer Region. Printmedien, Radio und elektronische Medien vervielfältigen die Werbewirkung mit positiven Schlagzeilen und Bildberichten. Mehr aktiv Beteiligte zählt kaum ein anderer Event in der Schweiz – dementsprechend fällt auch die lokale Wertschöpfung durch Verpflegung, Anreise, Ausrüstung und Übernachtung ins Gewicht. slowUp-Finanzierungspartner profitieren von einem Auftritt mit direktem Zugang zu einem sehr breiten Zielpublikum. Eingebettet in ein Umfeld, wo der Genuss von Freizeit, aktiver Gesundheitsförderung und schönen Landschaften den Ton angibt.

**Qualitätssicherung**

slowUp ist eine geschützte Marke. Wer einen slowUp durchführen will, muss ein Gesuch mit einem Veranstaltungskonzept bei der nationalen Trägerschaft einreichen und bestimmte Qualitätskriterien erfüllen. Der Anlass soll bei Gästen, Gemeinden und Partnern gleichermaßen Garant für hohe Qualität sein.

## Was ist ein slowUp Mountain?

---

### **Faszination Passfahrten**

Die Überquerung von Alpenpässen mit dem Velo ist eine Faszination, so alt wie das Velofahren selbst. Unerfreuliche Begleiterscheinungen für die Velofahrenden sind heutzutage aber Lärm, Abgase und Gefährdung durch den motorisierten Verkehr. Es besteht deshalb ein Bedürfnis nach - zumindest temporär - motorfahrzeugfreien Passfahrten.

### **Was ist ein slowUp Mountain?**

Ein slowUp Mountain ist ein aktiver Erlebnistag auf einer für den motorisierten Verkehr gesperrten Passstrasse. Entlang der Strecke lädt ein vielfältiges Rahmenprogramm zum Verweilen ein. Ein slowUp Mountain steht allen offen. Er richtet sich aufgrund der höheren Anforderungen aber an ein sportlicheres Publikum als ein klassischer slowUp. Wegen der Lage abseits der grossen Bevölkerungszentren und wegen den höheren Anforderungen liegen die zu erwartenden Teilnehmerzahlen bei einem slowUp Mountain bei 2000 bis 6000 Personen.

Als Pilotprojekt der nationalen Trägerschaft und einer Initiativgruppe der regionalen Tourismusorganisationen wurde am 4. September 2005 der erste slowUp Mountain über den Albulapass durchgeführt. Die auf Antrieb erreichte, bunt gemischte Teilnehmerschaft von 3000 Personen zeigte, dass ein Bedürfnis für ein slowUp Mountain besteht und dass die neue slowUp-Form die grundlegenden slowUp-Zielsetzungen erfüllte. Die nationale Trägerschaft hat deshalb entschieden, slowUp Mountain als neues Angebot in die slowUp-Familie aufzunehmen.

### **Qualitätssicherung**

Für einen slowUp Mountain gelten grundsätzlich die gleichen Anforderungen wie für die klassischen slowUp. Das Pilotprojekt slowUp Mountain Albula hat jedoch gezeigt, dass darüber hinaus einige zusätzliche bzw. abweichende Qualitätsstandards und organisatorische Aspekte zu beachten sind. Diese sind im Kapitel «Qualitätsstandards für slowUp Mountain» zusammengefasst.

## Kontakte

---

### **Nationale Trägerschaft**

Stiftung SchweizMobil  
Geschäftsstelle slowUp  
Spitalgasse 34  
3011 Bern  
Tel. +41 (0)31 318 01 28  
Fax +41 (0)31 318 01 29  
info@slowUp.ch  
www.slowUp.ch

### **slowUp Geschäftsleitung**

Christian Friker, Velobüro, 062 205 99 00, christian.friker@slowUp.ch  
Fredy von Gunten, SchweizMobi, 031 318 01 28, fredy.vongunten@schweizmobil.ch  
Martin Gutbub, SchweizMobi, 031 318 01 28, martin.gutbub@schweizmobil.ch

## Organisation

---

Die **Stiftung SchweizMobil, Gesundheitsförderung Schweiz** und **Schweiz Tourismus** und bilden gemeinsam die **nationale Trägerschaft** von slowUp. Dieser gehören die Nutzungsrechte der geschützten Wort- und Bildmarke «slowUp», welche nur mit schriftlicher Bewilligung verwendet werden darf. Die nationale Trägerschaft ist verantwortlich für die slowUp-Strategie auf nationaler Ebene. Sie hat die operative slowUp-Geschäftsführung der «Geschäftsleitung slowUp» der Stiftung SchweizMobil übertragen, welche die slowUp koordiniert, in der Qualität sichert und neue Veranstalter betreut.

Die nationale Trägerschaft bzw. die beauftragte slowUp-Geschäftsleitung:

- ist Adressatin für slowUp-Gesuche; sie genehmigt die Gesuche und schliesst die Verträge mit den regionalen Trägern ab
- richtet nach Möglichkeit einen Beitrag an die regionalen Anlässe aus und stellt ein Projektcoaching für neue slowUp zur Verfügung
- koordiniert die wichtigsten Schnittstellen zwischen den einzelnen slowUp
- legt die Qualitätsstandards fest und überwacht die Qualität der Durchführungen
- betreut die nationale Kommunikation
- ist Ansprechpartnerin für kommunikative Belange
- akquiriert nationale Finanzierungspartner und stellt Kontaktmöglichkeiten zwischen Sponsoren und regionalen Trägerschaften her

Die **regionale Trägerschaft** trägt die Gesamtverantwortung für ihren slowUp. Für den Gebrauch der Marke slowUp richtet sie einen Antrag mit Veranstaltungskonzept an die nationale Trägerschaft.

Die regionale Trägerschaft ist verantwortlich für:

- Antrag zur Durchführung eines slowUp an die nationale Trägerschaft, mit Beilage des Veranstaltungskonzeptes (Inhalte: Trägerschaft und Organisation, Umfeld Region und Rahmenprogramm, Zeitplan, Datum der Durchführung, Strecke, Programm, Verkehr und Sicherheit, Haftungsnachweis, Budget, Finanzierung inkl. Sponsoring, Kommunikation inkl. Promotionsplan mit Terminen)
- Einholen der notwendigen kantonalen und kommunalen Bewilligungen
- Finanzierung und Abrechnung
- regionale Kommunikation
- Durchführung
- Evaluation und Berichterstattung gegenüber der nationalen Trägerschaft.

Die Einzelheiten regelt ein Vertrag zwischen der nationalen und der regionalen Trägerschaft, der jährlich erneuert wird.



# Aufgaben nationale Trägerschaft

---

## Organisation

---

- Vertraglich geregelte Zusammenarbeit der Stiftung SchweizMobil, Gesundheitsförderung Schweiz und Schweiz Tourismus
- Delegation der operativen Arbeit an die Stiftung SchweizMobil, die dafür eine Geschäftsleitung / Geschäftsstelle einsetzt

## Allgemeine Koordination

---

- Entwicklung slowUp in der Schweiz
- Koordination auf nationaler Ebene, z.B. Veranstaltungsorte und -termine
- Prüfung und Genehmigung der Gesuche/Veranstaltungskonzepte der regionalen Trägerschaften
- Verträge mit den regionalen Trägerschaften
- Aktualisierung und Distribution slowUp-Norm und Richtlinien (CD, Sponsoring, ...)
- Meetings mit allen regionalen Trägerschaften und den Finanzierungspartnern

## Kommunikation

---

- Ansprechpartner für interessierte Kreise
- Ansprechpartner für regionale Trägerschaften, insbesondere für Koordination der nationalen Kommunikation von Daten, Orten und Kontaktadressen
- Nationale Medienarbeit
- Bereitstellen von Bildmaterial
- Unterhalt Internet-Portal [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch), Links zu regionalen Trägern, Unterhalt Facebook-Seite
- Kontakte zu Bund, Kantonen und nationalen Organisationen, bei Bedarf auch zu thematisch ähnlichen Veranstaltungen

## Finanzen / Sponsoring

---

- Erstellung Budget nationale Trägerschaft
- Entwicklung Sponsoring-Plattformen für nationale Finanzierungspartner
- Akquisition von nationalen Finanzierungspartnern für die nationale Koordination und Qualitätssicherung und für Organisationskostenbeiträge an die regionalen Träger
- Koordination der nationalen Finanzierungspartner
- Sicherung von regionalen Sponsoring-Plattformen für die nationalen Finanzierungspartner
- Abrechnung Finanzen nationale Trägerschaft

## Entwicklung und Evaluation

---

- Verbreitung der Idee
- Evaluation und Lizenzierung neuer regionaler slowUp
- Coaching der regionalen Trägerschaften (Aufbauphase)
- Förderung des Erfahrungsaustausches zwischen den regionalen Trägerschaften
- Qualitätsverbesserung, basierend auf den Schlussberichten der regionalen Trägerschaften und eigenen Evaluationen
- Erarbeitung und Aktualisierung von Qualitätsstandards, Norm und Richtlinien

# Aufgaben regionale Trägerschaft

---

## Organisation

---

- Bildung regionale Trägerorganisation (Gesuchstellerin und Vertragspartnerin gegenüber nationaler Trägerschaft)
- Einsetzung eines Organisationskomitees (OK)
- Einbindung und Koordination der regionalen und lokalen Partner und Sponsoren (Behörden, touristische Organisationen, Wirtschaft, Gewerbe, regionale Sponsoren, Medien, Bevölkerung,)

## Allgemeine Koordination

---

- Erarbeitung Projektidee (Abklärung Machbarkeit)
- Einholen der Bewilligungen bei kantonalen und kommunalen Behörden
- Ausarbeitung Veranstaltungskonzept als Bestandteil des Gesuches an die nationale Trägerschaft
- Einreichung Gesuch bei nationaler Trägerschaft
- Planung, Durchführung und Auswertung des slowUp

## Kommunikation

---

- Vorinformation in der Region (Gemeinden, Bevölkerung, Tourismusorganisationen, Unternehmen u.a.)
- Bezeichnung der verantwortlichen Kontaktperson im OK
- Kommunikationskonzept und Promotionsplan
- Regionale Medienpartnerschaften
- Aufbau und Betrieb regionale Internet-Information mit Link zur Einstiegsseite [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)
- Information Bevölkerung nach Vorliegen der Bewilligungen
- Verkehrssignalisation zusammen mit Polizei (gesperrte Strassen für motorisierten Individualverkehr)
- Kommunikation Tagesprogramm
- Koordination Kommunikationsmassnahmen mit nationaler Trägerschaft
- Sicherstellung der Auftritte von nationaler Trägerschaft und nationalen Finanzierungspartnern
- Sicherstellung der korrekten Anwendung des gültigen CD

## Finanzen / Sponsoring

---

- Erstellung Budget (Aufwand, Ertrag, Liquiditätsplan)
- Konzept Sponsoring-Plattformen
- Akquisition von regionalen Finanzierungspartnern
- Abrechnung

## Entwicklung und Evaluation

---

- Erfolgskontrolle, Medienspiegel und Schlussbericht an nationale Trägerschaft
- Teilnahme an den Koordinations-Meetings der nationalen Trägerschaft

# Qualitätsstandards für slowUp

---

Die nationale Trägerschaft knüpft das Recht zur Benützung der Bild- und Wortmarke slowUp an die Erfüllung folgender Kriterien:

## Trägerschaft und Organisation

---

- Bildung einer tragfähigen regionalen Trägerschaft
- Einsetzung eines klar strukturierten OK und einer funktionstüchtigen Geschäftsstelle
- Erarbeitung des vollständigen Gesuchs an die nationale Trägerschaft

## Datum der Durchführung und Zeitplan

---

- Jährliche Durchführung zum selben Zeitpunkt (Abweichungen vom jährlichen Durchführungstermin müssen der nationalen Trägerschaft beantragt werden), an einem Sonntag, in der Regel von 10 bis 17 Uhr
- Keine zeitliche Konkurrenz zu bestehenden slowUp
- Realistische Zeit- und Terminplanung
- Klar definierter «Point of no return»

## Strecke

---

- Routenführung weitgehend auf Hauptstrassen
- Die Strecke muss motorfahrzeugfrei sein. Allenfalls zu gewährende Ausnahmefahrten für Anwohnende dürfen nur unter Aufsicht der Sicherheitsorgane und mit max. 20 km/h erfolgen. Einsatzfahrten von Rettungsfahrzeugen sind nach Anweisung der Bewilligungsbehörden zu ermöglichen. Die Teilnehmenden sind in geeigneter Weise auf solche Fahrten aufmerksam zu machen.
- Für Teilnehmende «logischer» Routenverlauf, wenn möglich Rundstrecke
- Empfohlene Mindestlänge: 25 km
- Empfohlene Mindestbreite der Strasse: 6 Meter. Abweichung in Abhängigkeit der Teilnehmerzahl, der Routenlänge und örtlicher Gegebenheiten möglich
- Durchgehend asphaltiert, kein Kopfsteinpflaster in Abfahrten (wegen Inlineskates, Trottinets)
- Die Höhendifferenz sollte 50 Meter pro 10 km nicht übersteigen, Maximalsteigung / -gefälle 6%
- Möglichst wenig Kreuzungen mit nicht gesperrten Strassen und Bahnübergängen
- Ausreichende Signalisation der Strecke und der Zubringer ab den wichtigsten Bahnhöfen
- Kommunikation einer empfohlenen Fahrtrichtung
- Streckenänderungen sind frühzeitig bei der nationalen Trägerschaft zu beantragen

## Umfeld Region und Rahmenprogramm

---

- Touristisch interessante und landschaftlich reizvolle Region
- Kulinarische, kulturelle und sportliche Angebote entlang der Route
- Dossiers für die Villages (Standflächen, (Finanzierungs-)Partner, verantwortliche Person, Anschlüsse, Zufahrt etc.)

## Verkehr, Anreise

---

- Ziel: Für Anreise möglichst hoher Anteil von Langsamverkehr und öffentlichem Verkehr (ÖV)
- Langsamverkehrs-Zufahrtsrouten aus der Nahregion nutzen und aktiv kommunizieren
- ausreichende Erschliessung durch den ÖV, Hinweis auf Veloselbstverlad
- Velovermietung

#### Verkehrskonzept für den motorisierten Verkehr

---

- Umleitungskonzept
- Parkplatzkonzept
- Sicherung der Kreuzungspunkte, nicht gesperrter Strassen und exponierter Stellen
- Frühzeitige Bekanntmachung der Strassensperrungen und Umfahrrouten

#### Sicherheit, Arzt- und Samariterdienst

---

- Sicherheitskonzept
- Information der Spitäler, Rettungsdienste und Pikettärzte im Einzugsgebiet des slowUp
- Sicherung von Zufahrtsrouten für Rettungsfahrzeuge
- Einrichtung von Samariterposten

#### Versicherungen

---

- Abklärung der Versicherungssituation
- Abschluss Veranstalter-Haftpflichtversicherung

#### Verpflegung

---

- vielfältiges und ausreichendes Verpflegungsangebot
- regionale Spezialitäten und Direktverkauf von landwirtschaftlichen Produkten

#### Sanitäre Einrichtungen und Entsorgung

---

- Toilettenkonzept (Anzahl Standorte, Signalisierung, Angebot für Behinderte)
- Abfall- und Entsorgungskonzept (Abfallvermeidung, -sammlung, -entsorgung)

#### Kommunikation

---

- Konzept interne und externe Kommunikation (Medien, nationale Trägerschaft, Partner, insbesondere frühzeitige Information der Behörden, Bevölkerung und der betroffenen Unternehmen in der Region) und Promotionsplan zu Handen der nationalen Trägerschaft
- Korrekte Anwendung des aktuellen slowUp-CD

#### Finanzen

---

- Sicherstellung der finanziellen Basis der regionalen Trägerschaft
- Die Finanzpolitik erlaubt in der Regel eine Reservebildung, Liquiditätsengpässe sollen vermieden werden
- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben

#### Sponsoring

---

- attraktive Plattformen für regionale (Finanzierungs-) Partner (empfohlene Kategorien: regionale Hauptsponsoren, regionale Sponsoren, regionale Partner)
- gesicherte Auftritte für die nationalen Träger und Finanzierungspartner

#### Entwicklung und Evaluation

---

- Erstellung eines Schlussberichtes mit Medienspiegel (Auszug)
- Instrumente zur Qualitätssicherung und Innovationssicherung
- Evaluation, inkl. Zählung Teilnehmende

## Qualitätsstandards für slowUp Mountain

---

Für die Organisation eines slowUp Mountain gelten die folgenden ergänzenden bzw. abweichenden Qualitätsstandards (siehe auch Kapitel slowUp Mountain und Qualitätsstandards slowUp):

### Strecke

---

- Die absolute Höhendifferenz, die Höhendifferenz pro 10 km und Maximalsteigung/-gefälle von 6% gelten für slowUp Mountain nicht
- Ein slowUp Mountain eignet sich primär für Velos.
- Die Zulassung von fahrzeugähnlichen Geräten (z.B. Skates) ist nicht empfehlenswert. Eine Zulassung auf Teil- oder Alternativstrecken muss im Rahmen des Sicherheitskonzepts geprüft werden
- Auf der Passstrasse sollen keine «Downhill-Sportarten» ausgeübt werden

### Verkehrskonzept

---

- In der Zusammenarbeit mit der Polizei ist allen Fragen der Sicherheit grösste Aufmerksamkeit zu schenken
- Eine «empfohlene Fahrtrichtung» ist bei einem slowUp Mountain schwierig umzusetzen. Aus diesem Grund müssen spezielle Sicherheitsmassnahmen getroffen werden, dies vor allem in unübersichtlichen Kurven

### Sicherheit, Arzt- und Samariterdienst

---

- Sicherheitskonzept
- Frühzeitige Information der Spitäler, Rettungsdienste inkl. Flugrettung und Pikettärzte im Einzugsgebiet des slowUp Mountain
- Spezielle Sicherheitsmassnahmen für Motorfahrzeuge der Organisation (z.B. Eskortierung durch Motorräder)
- Rettungsfahrzeuge sollen generell mit Blaulicht und Martinshorn zirkulieren

### Kommunikation

---

- Durch konsequente Verwendung des Logos und des Begriffs slowUp Mountain kommunizieren, dass gegenüber einem klassischen slowUp höhere Anforderungen gestellt werden
- In allen Kommunikationsmitteln deutlich darauf hinweisen, dass bei einem slowUp Mountain ein erhöhtes Sicherheitsrisiko besteht und alle Teilnehmenden für die Sicherheit mitverantwortlich sind (Rücksicht nehmen, Geschwindigkeit anpassen, Helm tragen, Verkehrsregeln und Signalisationen beachten, Anordnungen der Organisation Folge leisten u.a.)

## Marke und Corporate Design (CD)

---

### Markenschutz

---

Zentraler Teil der Identität des slowUp ist das Label. Die Wort- und die Bildmarke sind geschützt und gehören – zusammen mit dem Domain-Namen – der nationalen Trägerschaft. Ohne schriftliche Erlaubnis der nationalen Trägerschaft darf die Marke «slowUp» weder allein noch als Teil der Werbung einer anderen touristischen oder nicht-touristischen Marke eingesetzt werden.

### Verwendung durch regionale Träger

---

Die Verwendung der Marke slowUp bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die nationale Trägerschaft. Für das Recht zur Verwendung der Marke slowUp ist grundsätzlich eine Lizenzgebühr zu bezahlen. Die Gebühr kann von der nationalen Trägerschaft erlassen werden, sofern es ihre finanziellen Verhältnisse gestatten. Die Konditionen für die Markenverwendung durch die Partner der regionalen Trägerschaft werden im Vertrag zwischen der nationalen und regionalen Trägerschaft festgelegt.

### Anwendung des slowUp-CD

---

Das slowUp-Logo darf nur in der von der nationalen Trägerschaft vorgeschriebenen Form eingesetzt werden. Für die Anwendung des slowUp-Logos (zusammen mit den Logos der nationalen Trägerschaft Stiftung SchweizMobil, Gesundheitsförderung Schweiz und Schweiz Tourismus und der nationalen Partner) existiert ein Corporate Design (CD) mit Anwendungsbeispielen, Abläufen und Terminvorgaben.

# Kommunikation

---

## Externe Kommunikation

---

Die nationale Trägerschaft unterstützt die Kommunikation aller regionalen Anlässe mit überregionalen Kommunikationsplattformen. Ziel ist es, über die einzelnen Anlässe, aber auch über die Idee generell zu informieren. Kommunikationsmittel der nationalen Trägerschaft sind unter anderem:

- Medienarbeit
- Elektronischer Flyer
- Inserate der nationalen Trägerschaft in den regionalen Programmheften
- [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch) und weitere Internet-Seiten der nationalen Partner

Die Internetseite [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch) ist die einzige Zugangsseite für slowUp. Von ihr führen Links zu den Seiten mit den regionalen Informationen. Die Adressen dieser regionalen slowUp-Seiten dürfen nicht kommuniziert werden.

Die regionalen Träger sind für die spezifische Kommunikation ihrer slowUp mit eigenen Mitteln und Kommunikationsplattformen besorgt. Sie informieren über die nationalen slowUp-Ziele und halten sich an die Vorgaben im Vertrag zwischen der nationalen und der regionalen Trägerschaft.

## Interne Kommunikation

---

Regionale und nationale Trägerschaft informieren sich gegenseitig über ihre Tätigkeiten.

Die nationale Trägerschaft führt zweimal im Jahr ein Koordinationsmeeting für die regionalen Träger und die nationalen (Finanzierungs-) Partner durch.

Die regionalen Träger sind angehalten, zuhanden der Dokumentation ihre OK-Protokolle und andere relevante Organisationsinstrumente an die Geschäftsleitung slowUp zu senden.

## Finanzen

---

Die regionale Trägerschaft ist für die Finanzierung ihres slowUp verantwortlich. Sie wird dabei von nationalen Partnern unterstützt. Aufgrund der Erfahrungen muss für einen slowUp mit einem Budget von durchschnittlich CHF 150'000 ausgegangen werden. Dies ist abhängig davon,

- ob und in welchem Ausmass die Organisation (Sekretariat etc.) durch Eigenleistungen regionaler Träger (Gemeinden, Tourismus- und Planungsorganisationen, Vereine etc.) erbracht wird
- ob für die Durchführung (Strassensperrungen, Verkehrslenkung, Sicherheitspersonal, Sanitätsposten etc.) auf Eigenleistungen regionaler Organisationen und Institutionen (Kanton, Gemeinden, Vereine etc.) zurückgegriffen werden kann
- welche Kommunikationsmassnahmen ergriffen werden (Programmheft, Werbung etc.) und welche Sponsorenbeiträge damit ausgelöst werden.

Wichtige Budgetposten sind:

Aufwand	Ertrag
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkte Veranstaltungskosten: Bewilligungen, Signalisation, Sicherheit Strecke, Infrastruktur, Eröffnungsfeier, Gebühren (z.B. Lizenz, Suisa), Veranstalterhaftpflichtversicherung, öffentlicher Verkehr, ...</li> <li>• Marketing / Kommunikation: Webseite, Werbung Print, Medienauftritte, Sponsoring-Aufwand, Mittelbeschaffung, ...</li> <li>• Personalaufwand: Löhne, Honorare, Helferentschädigungen, Sitzungsgelder, Spesen Zahlungen, Sozialleistungen, ...</li> <li>• Verwaltungskosten: Versammlungen, Raumaufwand Geschäftsstelle, Büromaterial/Drucksachen, EDV/Telefonie, Versandkosten/Porti, Gebühren (z.B. Bank, Post), Buchhaltung, Revision, Versicherungen, ...</li> <li>• Abschreibungen / Steuern / MWST</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder- und Gönnerbeiträge</li> <li>• Beiträge öffentlicher Bereich: Kanton, Gemeinden, ...</li> <li>• Sponsoringeinnahmen: nationale/regionale/lokale Sponsoren, Medienpartnerschaft, ...</li> <li>• Einnahmen aus Leistungen: Verkaufsstände, Inserate, Merchandising, ...</li> <li>• Zinsen- und Wertschriftenertrag</li> </ul>

Bemerkungen:

- An slowUp soll grundsätzlich auf eine Teilnahmegebühr verzichten werden, weil einerseits die Umsetzung schwierig wäre und dies andererseits der Grundidee des slowUp zuwiderlaufen würde. Hingegen sind «Finanzbeschaffungsaktionen» denkbar (z.B. Tombola, Spenden, ...)
- Die Einnahmen aus Sponsoring, Merchandising, Inseraten und anderen Quellen unterliegen den Bestimmungen der Mehrwertsteuer-Gesetzgebung



## Sponsoring

---

Die nationale Trägerschaft akquiriert nationale Finanzierungs-Partner, die die Idee des slowUp schweizweit fördern und finanziell unterstützen. Das Engagement eines nationalen Finanzierungs-Partners soll sich über mehrere, in der Regel mindestens aber über drei Jahre erstrecken. Neben der Akquisition von nationalen Finanzierungs-Partnern versucht die nationale Trägerschaft die Aktivitäten der regionalen Trägerschaften zu koordinieren bzw. Gefässe für den Informationsaustausch zwischen den regionalen Trägerschaften und potentiellen Finanzierungs-Partnern zu schaffen.

Nationale Finanzierungspartner sollen die Kosten der Aufgaben der nationalen Trägerschaft decken. Die regionale Trägerschaft profitiert von einem allfälligen nationalen Finanzierungspartner durch:

- die Kommunikation auf nationaler Ebene (Kommunikationskanäle der nationalen Träger und denjenigen der nationalen Finanzierungs-Partner)
- die Koordination und Qualitätssicherung durch die nationale Trägerschaft
- direkte finanzielle Beiträge
- Engagement der nationalen Finanzierungs-Partner auf regionaler Ebene
- Stärkung des Bekanntheitsgrades der Marke slowUp.

In der Richtlinie Sponsoring-Plattformen sind die Auftritte der nationalen Finanzierungs-Partner auf nationaler und regionaler Ebene festgehalten.

Die regionale Trägerschaft ist für die Finanzierung ihres slowUp verantwortlich (siehe Finanzen). Sie sucht dazu Finanzierungs-Partner und definiert die dafür geeigneten Sponsoring-Plattformen (Inserate, Plakate, Auftritte im Sponsorenvillage, Sampling, Bandenwerbung etc.), unter Einhaltung der nationalen Richtlinie.

Eine Koordination zwischen der nationalen und den regionalen Trägerschaften ist nötig, da die nationalen Finanzierungs-Partnern in der Regel Branchenexklusivität beanspruchen und potentielle Konflikte zwischen nationalen und regionalen Finanzierungs-Partnern vermieden werden sollen. Die regionale Trägerschaft informiert die nationale Trägerschaft vorgängig, mit welchen Finanzierungs-Partnern sie Kontakt aufnehmen will. Allfällige Einschränkungen der regionalen Träger bei der Akquisition von Finanzierungs-Partnern durch die nationalen Träger werden vertraglich festgehalten.