



«Subers Bärn – zäme geits!»

Bericht zur Kampagne 2023 «Aareböötle»



Auswasserungsstelle Marzilibad im Vergleich
(Foto: Subers Bärn)



Erstelldatum: 17.10.2023
Autoren: TVS / TAB
Datei: «Subers Bärn – zäme geits!» - Bericht Kampagne Aareböötle 2023
Seitenzahl: 23
Verteiler: Koordinationsteam «Subers Bärn», beteiligte Gemeinden und Partner
Ablage/Pfad: O:\300_Projektieren_und_Realisieren\310_07_Interne_Projekte\
608001_Subers_Bärn\09_Ausführungsprojket\61_Kampagne 2023\
Aareböötle\Abschluss\2023_10_17 Bericht Kampagne 2023

INHALTSVERZEICHNIS

1. «SUBERS BÄRN – ZÄME GEITS!»	4
1.1 Ziele und Inhalt.....	4
1.2 ORGANISATION	4
2. MASSNAHME 2023	5
2.1 Litteringkampagne «Aareböötle».....	5
2.2 Zahlen und Fakten.....	7
2.3 Öffentlichkeitsarbeit.....	7
3. ZUSAMMENARBEIT GEMEINDEN UND STÄDTE	9
3.1 Zusammenarbeit.....	9
3.2 Rückmeldungen aus den Gemeinden und Städten.....	9
3.3 Rückmeldungen aus dem Subers Bärn-Kernteam.....	11
3.4 Rückmeldungen Partner.....	12
3.5 Rückmeldungen aus der Bevölkerung.....	13
3.6 Debriefing-Apéro.....	13
4. FAZIT	14
5. AUSBLICK 2024	15

ANHANG

ANHANG A	Medienspiegel
ANHANG B	Zusammenfassung Polyconsult AG
ANHANG C	Webseitenangaben

EINLEITUNG

Mit der Plattform «Subers Bärn – zäme geits!» werden ämterübergreifend – und 2023 auch Stadt- und Gemeindeübergreifend - die Massnahmen zugunsten einer sauberen, lebenswerten und zukunftsorientierten Stadt koordiniert. Gerade in den beiden Pandemie-jahren von Covid-19 wurde deutlich, wie wichtig ein gut ausgestatteter, funktionieren-der öffentlicher Raum ist. Die Aufenthaltsqualität, das Wohlbefinden und das Sicherheits-gefühl der Bevölkerung, die Entwicklung in einzelnen Quartieren, das Image und die tou-ristische Attraktivität einer Stadt stehen in direkter Abhängigkeit von deren Sauberkeit. Entsprechend spielen Bewirtschaftung, Unterhalt, Wartung und Reinigung des öffentli-chen Raums eine grosse Rolle.

Die Stadt Bern unterstützt mit verschiedenen Massnahmen die Entwicklung zur Verbes-derung der Aufenthaltsqualität: Nicht nur die Möblierung des öffentlichen Raums trägt zur Steigerung der Attraktivität der Stadt bei, sondern auch zusätzliche Unterhalts- und Rei-nigungsarbeiten am Wochenende und in den Randzeiten.

2022 sah sich die Strassenreinigung Stadt Bern mit dem Abfallthema rund um das Aare-böötle konfrontiert. Der überaus heisse Sommer lockte die Aareböötler*innen zu hunder-ten auf das Wasser. Entsprechend hoch war auch der Abfall an den Auswasserungsstel-len. Diverse Medien haben über die hohen Mengen an liegengelassenen Gummibooten und Müllbergen berichtet.

Damit sich die unbefriedigende Abfallsituation entlang der Aare 2023 nicht wiederholt, hat Subers Bärn zusammen mit Entsorgung+Recycling Stadt Bern sowie 12 Aaregemein-den eine gemeinsame Kampagne lanciert, um entlang der Aare sowie an den Ein- und Auswasserungsstellen auf die korrekte Entsorgung des Abfalls hinzuweisen. Ebenso wur-den die Aareböötler*innen gebeten, noch fahrtüchtige Gummiboote für einen weiteren Einsatz wieder mitzunehmen. Defekte Gummiboote wurden der Kreislaufwirtschaft zuge-führt.

1. «SUBERS BÄRN – ZÄME GEITS!»

1.1 Ziele und Inhalt

Mit der Plattform «Subers Bärn – zäme geits!» werden in der Stadt Bern ämterübergreifend die Massnahmen zugunsten einer sauberen, lebenswerten und zukunftsorientierten Stadt koordiniert. In Zukunft soll der Fokus vermehrt auf die Reduktion der Abfallmengen und auf die Vermeidung von Littering gerichtet werden. Entsprechend werden die Ausrichtung und Massnahmen von «Subers Bärn» überarbeitet.

1.2 Organisation

Die Organisation «Subers Bärn – zäme geits!» besteht aktuell aus einem Koordinationsteam mit jeweils einer Vertretung aus den beteiligten Dienststellen sowie Dritten:

Dienststellen	Dritte
Tiefbauamt Stadt Bern	BERNMOBIL
Polizeiinspektorat Stadt Bern	Kantonspolizei
Stadtgrün Bern	Vereinigung Berner Gemeinwesenarbeit
Entsorgung+Recycling Stadt Bern	Trash HeroBern
Immobilien Stadt Bern	
Pinto	

Das Koordinationsteam trifft sich zu vier Sitzungen pro Jahr.

2. MASSNAHME 2023

2.1 Litteringkampagne «Aarebötle»

Die Sauberkeit ist für die Wahrnehmung des öffentlichen Raums und das Wohlbefinden der Bewohnerinnen und Bewohner ein wichtiger Faktor. Entsprechend spielen Bewirtschaftung, Unterhalt, Wartung und Reinigung des öffentlichen Raums eine grosse Rolle.

Im Jahr 2022 sah sich die Strassenreinigung Stadt Bern mit dem Abfallthema rund um das Aarebötle konfrontiert. Der überaus heisse Sommer lockte die Aareböttler*innen zu hunderten auf das Wasser. Entsprechend hoch war auch der Abfall an den Auswasserungsstellen. Diverse Medien haben über die hohen Mengen an liegengelassenen Gummibooten und Müllbergen berichtet.

Damit sich dieses unschöne Bild 2023 nicht wiederholt, hat die Stadt Bern zusammen mit Subers Bärn in direkter Zusammenarbeit mit Entsorgung+Recycling Bern beschlossen, frühzeitig entsprechende Massnahmen zu prüfen und zu ergreifen. Bilder wie in der Vergangenheit sollten nicht wieder zu sehen sein.

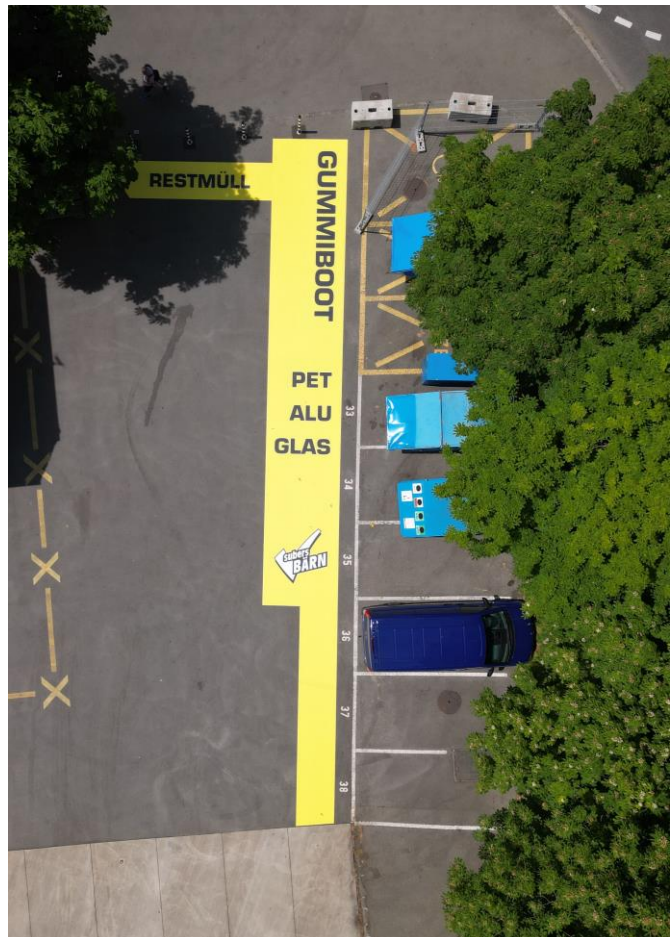
Um der Kampagne mehr Wirkung zu geben und eine einheitliche Aussenwirkung hinsichtlich der Botschaft «Haltet die Aare sauber» zu erzielen, hat sich Subers Bärn entschlossen, hier mit weiteren Aaregemeinden von Thun bis Bern zusammenzuspannen. Der Zusammenhalt untereinander und die einheitlichen Massnahmen gegen Littering standen im Vordergrund.

Die räumlichen Schwerpunkte der Kampagne waren die Ein- und Auswasserungsstellen sowie die Wanderwege und Grillstellen entlang der Aare. Hauptaugenmerk lag auf der Auswasserungsstelle beim Marzililbad in Bern. So wurden dort zur korrekten Mülltrennung Container für PET, Papier und Glas, für Alu und Restmüll und zur Entsorgung von defekten und zur weiteren Verarbeitung vorgesehene Gummibooten aufgestellt.



Zu Beginn wiesen auf den Boden aufgebrachte Bodenkleber bei der Auswasungsstelle Marzili den Anlandenden die Richtung zu den Müllcontainern. Diese erwiesen sich als ungünstig und überflüssig. Sehr sinnvoll erwies sich jedoch der personelle Einsatz eines Mitarbeiters der Strassenreinigung, der zu bestimmten Zeiten fix vor Ort war und bei der korrekten Mülltrennung unterstützte. Hierbei sind auch viele positive Gespräche mit den Aareböttler*innen entstanden, in welchen die Wegwerf-Mentalität thematisiert werden konnten.

Defekte Gummiboote wurden durch die Firma Alpabern AG zur Weiterverarbeitung der Schweizer Kreislaufwirtschaft zugeführt und im Endprodukt zu Gummigranulat verarbeitet, welches wiederum Verwendung in der PVC-Herstellung findet. Die restlichen gesammelten Stoffe (PET, Alu, Glas, Restmüll) wurden der ordnungsgemässen Verwertung zugeführt.



Saubere Grillstellen entlang der Aare

Was sich in den Corona-Jahren durch eine rege Nutzung abzeichnete und 2022 aufgrund des heissen Sommers seinen bisherigen Höhepunkt fand, waren die Verschmutzungen durch Müll und Littering an und rund um die öffentlichen Grillstellen entlang der Aare sowie die nicht immer legale Nutzung des Aareufers für solche Zwecke. Viel Müll blieb liegen, wurde nicht entsorgt, von Wind und Wetter in die Aare oder an Uferböschungen liegen geblieben - sehr zum Leidwesen der Aare selbst sowie der in ihr und um ihr lebenden Tierwelt.

Mit der 2023 umgesetzten Littering-Kampagne Aarebötle ist hier Rechnung getragen worden. An allen Grill- und Erholungsstellen entlang der Aare, den Wanderwegen und Rastplätzen im Wald wurde einheitlich auf Littering hingewiesen.

Ob es an der allgemeinen Sensibilisierung der Bevölkerung liegt oder schlussendlich an der einheitlich durchgeführten Kampagne, dass zumindest der Müll korrekt entsorgt wird, kann abschliessend auch von den Gemeinden nicht gesagt werden. Dass sich diese Kampagne aber positiv ausgewirkt hat, wird von allen Beteiligten bestätigt.

2.2 Zahlen und Fakten

Die grosse Menge an unterschiedlichem Abfall konnte an der Auswasserungsstelle beim Marzilbad durch das Aufstellen unterschiedlicher Container sehr gut abfangen werden. Anbei ein Überblick über die gesammelte Menge:

- Glas = 4 Tonnen
- Aludosen = 1,1 Tonnen
- PET-Flaschen = 720 Kilo
- Gummiboote = über 4,6 Tonnen
- Restmüll für die KVA = 8,5 Tonnen

Mit der Abfalltrennung und den zusätzlichen Containern konnten «Feuerwehrrübungen» am Wochenende verhindert und die Leerungen reduziert werden. Ungefähr 3x wöchentlich wurden die Container geleert, die grosse Mulde mit den Recyclingstoffen etwa alle 14 Tage.

2.3 Öffentlichkeitsarbeit

Die Kampagne enthielt folgende Elemente:

- Aufstellen unterschiedlicher **Plakatsujets** an Grillstellen und Wanderwegen entlang der Aare sowie an prägnanten Orten innerhalb der Gemeinden und Städte, die auf die Litteringsituation humorvoll hinwiesen.



- **Inserate** in den Gratiszeitungen «20 Minuten» und «Bärner Bär»;

- **Gitternetz-Blachen**, welche an prägnanten Stellen eingesetzt wurden;

A Gitternetzblache



- **Videobotschaften** durch Aufschaltungen auf diversen Internetseiten und Social-Media-Kanälen:

- [SLRG Bern](#)
- [Aare Bern](#) + [Facebook-Beitrag](#)
- [Bern Tourismus](#)
- [Stadt Bern](#)

«Das Boot geht ab»



«Tryb Guet!»



«Knall»



«Obenuse!»



3. ZUSAMMENARBEIT GEMEINDEN UND STÄDTE

3.1 Zusammenarbeit

12 von 13 angrenzenden Aaregemeinden sowie die Stadt Thun haben sich an der Kampagne Aareböötle mit unterschiedlichen und doch einheitlichen Aktivitäten beteiligt.

Namentlich sind dies die Gemeinden Belp, Gerzensee, Heimberg, Kehrsatz, Kiesen, Münsingen, Muri-Gümligen, Rubigen, Steffisburg, Stadt Thun, Uttigen und Wichtrach. Die Gemeinde Allmendingen hat sich nicht aktiv beteiligt, jedoch die Plakate des Vorjahres aufgestellt.

Ergänzend zum Aufstellen der Plakate und Gitternetz-Blachen hat das in Thun fahrende Busunternehmen STI Flyer in ihren Aare-Bussen ausgehängt, die im einheitlichen Design auf das Aare-Littering hingewiesen haben.

Die Gemeinde Steffisburg hat für den Sommerzeitraum an der Einwasserungsstelle «Schwäbis» eine mobile und von der Gemeinde Steffisburg und der Stadt Thun personell betreute «Entsorgungsstelle» eingerichtet.

3.2 Rückmeldungen aus den Gemeinden und Städten

Gemeinde Münsingen, Rafael Hügli, Sachbearbeiter Abteilung Bau

Generell hat die Gemeinde Münsingen nicht viele Probleme zum Thema Littering. Wir gehen davon aus, dass auch die Plakate einen Teil dazu bewirken – ist jedoch nicht so klar zu sagen. Die Aktion finden wir jedoch gut und vor allem sinnvoll. Wir werden die Aareplakate auch nächstes Jahr wieder aufhängen.



Gemeinde Kehrsatz, Thomas Schuler, Bauverwalter

Unsere Haltung haben wir am Abschluss im Tierpark mitgegeben und kann als rundum positiv wiedergegeben werden.

Betreffend 2024 ist die Gemeinde Kehrsatz gerne wiederum dabei.

Gemeinde Uttigen, Jan Augstburger, Gemeindegeschreiber / Bauverwalter

Aus Sicht Uttigen kann mitgeteilt werden, dass die Kampagne Anklang gefunden hat und wir gerne auch weiterhin mitmachen, sollte diese weitergeführt werden.

Gemeinde Wichtrach, Noel Lachat, Sachbearbeiter Bau + Infrastruktur

Wir haben eigentlich kaum Rückmeldungen erhalten, was ja meistens doch als gutes Zeichen gewertet werden kann. Einzig das Werkpersonal wurde ab und zu darauf angesprochen. Die Leute finden es gut, dass wir so etwas machen. Ich denke also, dass es im Grossen und Ganzen geschätzt wird.

Bereits seit einigen Jahren platzieren wir in den Sommermonaten Plakate an der Aare. Dieses Jahr war lediglich die Aufschrift neu. Wir gehen davon aus, dass das der Hauptgrund dafür ist, wieso gegenüber den Vorjahren kein grosser Unterschied erkennbar war.

Die Gemeinde Wichtrach würde sich nächstes Jahr auf jeden Fall wieder an einer entsprechenden Kampagne beteiligen.

Gemeinde Rubigen, Michael Baumann, Leiter Bau & Betriebe

- *Wie ist die Aktion in Ihrer Gemeinde von den Bürgerinnen und Bürgern aufgenommen worden?*

Keine direkten Rückmeldungen von Bürger*innen.

- *Konnten Sie einen Unterschied / Verbesserung / Verschlechterung zu den Vorjahren feststellen?*

Gleich wie in den letzten Jahren

- *Wäre Ihre Gemeinde nächstes Jahr wieder bei einer Kampagne mit dabei?*

Ja



Stadt Thun, Rahel Neuenschwander, Abfallberaterin Tiefbauamt

Wir haben keine direkten Feedbacks aus der Bevölkerung erhalten.

Wir betreuen bereits seit Jahren mit der Gemeinde Steffisburg die Einwasserungsstelle auf Steffisburger Boden (Schwäbis): Unter der Woche und am Samstag betreuen die Mitarbeitenden aus Steffisburg die «Entsorgungsstelle» (Boxen für Karton und Kehrlicht) und am Sonntag die Mitarbeitenden aus Thun, da Steffisburg am Sonntag nicht ausrückt.

Wir konnten weder eine Verschlechterung noch Verbesserung feststellen. Ohne aufräumen würde es grauenhaft ausschauen. Dieses Jahr waren deutlich mehr Aare-Kapitäne mit ihren Booten unterwegs, ergo fiel auch mehr Abfall an.

Wir werden auch im kommenden Jahr die temporäre Entsorgungsstelle wiederum ab Anfang Sommer bis Herbst zusammen mit Steffisburg einrichten und betreuen und Ihre Kampagne so unterstützen. Wenn Sie kommendes Jahr weitere oder neue Plakate herausbringen, sind wir natürlich auch Abnehmer solcher neuen Plakate.

Gemeinde Muri, Corinne Vonlanthen, Fachbereichsleiterin Umwelt

- *Wie ist die Aktion in Ihrer Gemeinde von den Bürgerinnen und Bürgern aufgenommen worden?*

Wir haben keine Rückmeldungen erhalten und das ist normalerweise ein gutes Zeichen. Das Telefon klingelt sehr schnell, wenn etwas nicht gut ist...

- *Konnten Sie einen Unterschied / Verbesserung / Verschlechterung zu den Vorjahren feststellen?*

Nein

- *Wäre Ihre Gemeinde nächstes Jahr wieder bei einer Kampagne mit dabei?*

Gerne, auf jeden Fall

- *Wenn bekannt wären wir noch Dankbar um Angaben möglicher Abfallmengen, falls diese bei Ihnen in irgendeiner Art und Weise «messbar» gemacht wurde.*

Ich habe nachgefragt, leider haben wir die Zahlen nicht.

Von den angefragten Gemeinden Belp, Gerzensee, Heimberg, Kiesen und Steffisburg sind keine Rückmeldungen eingegangen.

3.3 Rückmeldungen aus dem Subers Bärn-Kernteam**Stadtgrün Bern, Hansjürg Engel, Bereichsleiter Friedhöfe & Stadtgärten**

Das Thema der Aareböötli und Littering wurde vom Tiefbauamt mit entsprechenden Containern bei den Ausstiegstellen an der Aare bewirtschaftet, was wir sehr begrüßen und verdanken. Unsere Grünanlagen konnten dadurch sicher entlastet werden. Von unserer Seite haben wir zwar keinen signifikanten Unterschied in der Menge des Abfalls im Vergleich zum Vorjahr festgestellt. Die Aktion kann aus unserer Sicht trotzdem als erfolgreich beurteilt werden. Wir würden eine Weiterführung im nächsten Jahr begrüßen.

Tiefbauamt Bern, Andreas Niklaus, Betriebsleiter Strassenreinigung

Was dieses Jahr auffällig war, waren die vielen positiven Rückmeldungen, die wir aus der Bevölkerung aber auch direkt von den Aare-Böötler*innen erhalten haben. Vor Ort war zu den Stosszeiten immer ein Mitarbeiter der Strassenreinigung, der viel mit den Anlandenden ins Gespräch kam, die durchweg als positiv bezeichnet werden können. Die persönliche Präsenz direkt vor Ort schaffte Verbindlichkeit. Unsere Mitarbeitenden konnten nicht nur bei der Mülltrennung unterstützen, sondern auch für viele Fragen Rede und Antwort stehen. Der Dialog wurde von beiden Seiten sehr geschätzt.

Generell herrschte an der Auswasserungsstelle gute Stimmung. Die Menschen waren sehr bemüht, ihren Abfall korrekt zu entsorgen.



3.4 Rückmeldungen Partner

Polyconsult AG, Caroline Bühler

Die Social-Media-Kampagne war erfreulich. Mit einem Mediabudget von nur CHF 5'000 konnte fast eine halbe Million Menschen erreicht werden. Insgesamt wurden alle vier Spots zusammen 3,6 Mio.-mal ausgespielt. Am besten hat die Zielgruppe der 13-17-Jährigen auf die Kampagne angesprochen.

3.5 Rückmeldungen aus der Bevölkerung

Rückmeldungen aus der Bevölkerung

Die Rückmeldungen von Passantinnen und Passanten sowie Aareböttler*innen direkt vor Ort waren fast durchwegs positiv. Besonders die direkten Anwohner*innen freuten sich, dass Abfallcontainer näher am Wohnort platziert wurden. Leider wurde dadurch auch privater Hausmüll in die Container entsorgt, was nicht die Absicht der Massname war.

Negative Stimmen von Anrainern gab es in Bezug auf den vermehrten Lärm und Krach beim Entsorgen des Mülls in die Container.

3.6 Debriefing-Apéro

Als Ausklang zur Sommersaison und zum Abschluss der Kampagne fand am 22. September 2023 ein Debriefing-Apéro im Tierpark Dählhölzli, direkt an der Aare und in der Nähe der Auswasserungsstelle Marzilibad, statt. Eingeladen waren Vertretende der teilnehmenden Aaregemeinden und Städte, das Kernteam von Subers Bärn sowie externe Partner. Ziel des Apéros war der Austausch untereinander zur Kampagne und ein Vernetzen der unterschiedlichen Ansprechpartner aus den Gemeinden und Städten.

Es nahmen acht Personen am Apéro teil. Der Austausch war rege und informativ für alle Beteiligten. Die Vernetzung untereinander hat zum Verständnis der jeweiligen spezifischen Gemeindethemen beigetragen. Erfahrungen und Kontakte wurden ausgetauscht.

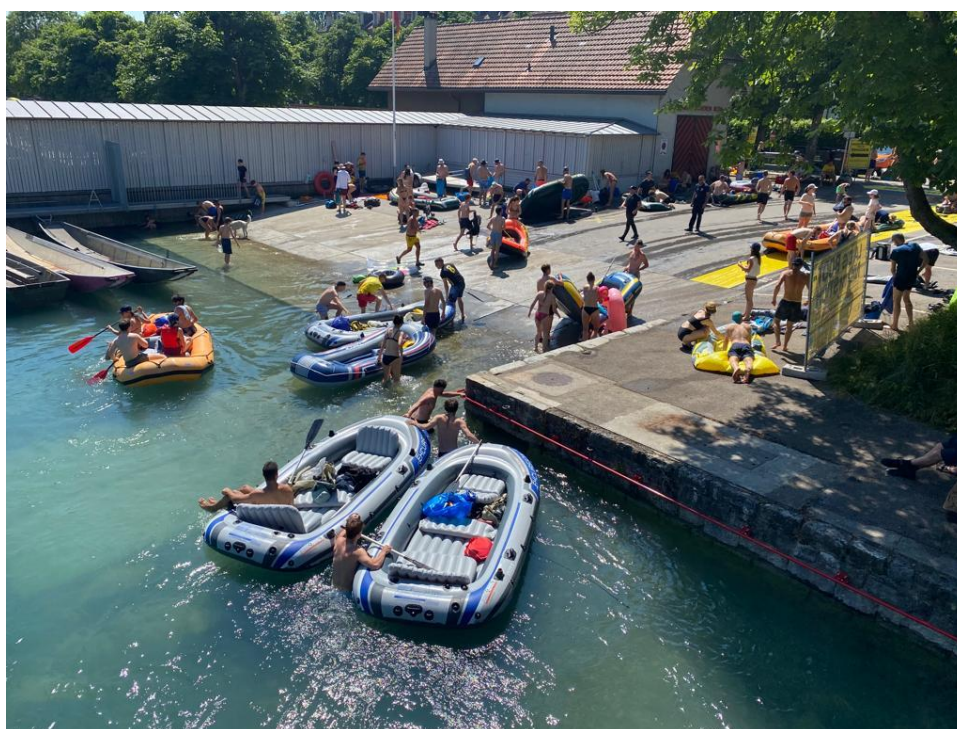
Im Tenor waren sich alle einig: Eine gute Aktion mit einer gewinnbringenden Zusammenarbeit.



4. FAZIT

Die Kampagne hat ihr Ziel erreicht: Mit Plakaten entlang der Aare, genügend grossen Abfallcontainern zur Mülltrennung an neuralgischen Punkten und durch personellen Einsatz an der Einwasserungsstelle «Schwäbis» und der Auswasserungsstelle beim Marzilibad konnte das Abfallvolumen gemeinsam und motiviert mit den Aareböttler*innen in den Griff bekommen werden. Noch brauchbare Gummiboote wurden von den Nutzenden wieder mitgenommen und Defekte konnten sauber entsorgt und der Kreislaufwirtschaft wieder zugeführt werden. Auch der restliche Müll wurde sortenrein entsorgt.

Die positiven Reaktionen vor Ort und aus den Gemeinden spiegeln wider, dass sich dieser Einsatz lohnt und mit der Zeit ein Umdenken betreffend Littering bei den Aarebötlern stattfinden kann. Ein offener Austausch und Sensibilisierung haben sich für 2023 positiv ausgewirkt. Daran ist festzuhalten.



5. AUSBLICK 2024

Das positive Ergebnis und die gute Resonanz zeigen, dass die Kampagne und die zusätzlichen Massnahmen der Mülltrennung zielführend waren und dass der eingeschlagene Weg der richtige ist.

Das Thema Littering bleibt aktuell, an der stetigen Sensibilisierung soll festgehalten werden. Die Massnahmen 2023 waren aber zeit- und personalintensiv und kosteten Geld. Es werden nun Justierungen geprüft, welche in die Umsetzung im nächsten Jahr einfließen werden. Am Konzept und einer erneuten Umsetzung wird festgehalten.

Für Subers Bärn und die Stadt Bern heisst dies,

- dass Anpassungen sinnvoll sind, um das Budget zu schonen;
- mit den Ergebnissen aus diesem Jahr die Kampagne fürs 2024 angepasst wieder durchzuführen ist;
- der personelle Einsatz vor Ort zeitlich genauer auf die erwarteten Stosszeiten angepasst werden müssen.

Weiteres:

- Medienspiegel **Anhang A**
- Detaillierte Rückmeldung Polyconsult AG **Anhang B**
- Websiteangaben **Anhang C**

Anhang A – Medienspiegel

Auswahl Medienberichte 2023

Berner Zeitung / Der Bund	08.07.2023	Die 50-Franken-Boote werden zum Wegwerfprodukt
Regionaljournal SRF1	10.7.2023	Nach Hitzetagen: Hat die Stadt Bern Gummiboot-Littering im Griff?
Regionaljournal SRF1	26.7.2023	Nach dem Aarebötle wird das Gummiboot einfach weggeworfen
Regionaljournal SRF1	18.9.2023	2.9 Tonnen Gummiboote nach Aarebötle gesammelt
Blick	18.9.2023	Neues Abfalltrennsystem: Knapp 3 Tonnen Gummiboote nach dem Aarebötle weggeworfen

Medienmitteilungen 2023

MM Stadt Bern, TVS	18.09.2023	Abfallsystem bei Auswasserungsstelle Marzili hat sich bewährt
--------------------	------------	-------------------------------------------------------------------------------

Anhang B - Detaillierte Rückmeldung Polyconsult AG

Detaillierte Rückmeldung Polyconsult AG

Die Videos haben im Zeitraum 8. Juni bis 31. August 2023 folgende Auswertungen ergeben:

Auswertung – nach Ads

	Reichweite	Impressionen	CPM	Frequenz	Interaktionen	Reaktionen	ThruPlays	ThruPlay Rate	Kosten pro ThruPlay	Wiedergaben bis 50%	Kosten
Das Boot geht ab	327'128	906'956	1,38 Fr.	2,77	103.659	961	20.986	2,31%	0,06 Fr.	40.504	1.250,00 Fr.
Tryb guet!	326'715	902'449	1,38 Fr.	2,76	72.170	722	9.513	1,05%	0,13 Fr.	20.011	1.250,00 Fr.
Knall	319'176	908'249	1,38 Fr.	2,85	71.233	364	8.588	0,95%	0,15 Fr.	23.208	1.250,00 Fr.
Obenuse!	320'803	903'278	1,38 Fr.	2,82	85.529	910	15.028	1,66%	0,08 Fr.	19.325	1.250,00 Fr.
TOTAL:	497'091	3'620'932	1,38 Fr.	7,28	332.591	2.957	54.115	1,49%	0,09 Fr.	103.048	5.000,00 Fr.

Auswertung – nach Plattform

	Reichweite	Impressionen	CPM	Frequenz	Interaktionen	Reaktionen	ThruPlays	ThruPlay Rate	Kosten pro ThruPlay	Wiedergaben bis 50%	Kosten
Facebook	123.856	702.846	1,47 Fr.	5,67	101.242	147	15.373	2,19%	0,07 Fr.	28.963	1.035,65 Fr.
Instagram	413.238	2.918.075	1,36 Fr.	7,06	231.348	2.810	38.742	1,33%	0,10 Fr.	74.084	3.964,32 Fr.
TOTAL:	497.091	3.620.932	1,38 Fr.	7,28	332.591	2.957	54.115	1,49%	0,09 Fr.	103.048	5.000,00 Fr.

Auswertung – nach Alter

	Reichweite	Impressionen	CPM	Frequenz	Interaktionen	Reaktionen	ThruPlays	ThruPlay Rate	Kosten pro ThruPlay	Wiedergaben bis 50%	Kosten
13-17	80.263	817.500	0,99 Fr.	10,19	70.622	1.801	11.784	1,44%	0,07 Fr.	22.323	811,49 Fr.
18-24	169.629	1.161.069	1,49 Fr.	6,84	86.538	772	14.369	1,24%	0,12 Fr.	27.968	1.732,23 Fr.
25-34	226.941	1.518.378	1,50 Fr.	6,69	158.459	348	25.412	1,67%	0,09 Fr.	47.936	2.271,55 Fr.
35-44	20.258	123.985	1,49 Fr.	6,12	16.972	36	2.550	2,06%	0,07 Fr.	4.821	184,73 Fr.

Fazit der Partnerfirma Polyconsult AG

Mit dem Media-Budget von 5.000 Franken konnten 497.091 Personen erreicht werden. Durch das richtige Targeting und die Budgetverteilung konnte eine gleichmässige Auspielung der Spots gewährleistet werden.

Insgesamt wurden alle vier Spots zusammen 3.620.932-mal ausgestrahlt und hatten einen durchschnittlichen CPM von 1.38 Franken. Auf Facebook war der CPM leicht erhöht im Vergleich zu Instagram und dennoch kann man von beiden Plattformen von hervorragenden Werten für eine Reach-Kampagne mit der angestrebten Zielgruppengrösse sprechen.


Besonders die Zielgruppe der 13-17-Jährigen sticht bei genauerem Betrachten mit einem enormen tiefen CPM ins Auge. Dieser liegt bei knapp 1 Franken pro 1.000 Impressionen. Zudem reagieren die jungen Menschen am meisten auf die ausgespielten Ads – und zwar mit Abstand.

Die meisten Impressionen konnten bei der Altersgruppe 25-34-Jährige verzeichnet werden. Danach folgten die 18-24-Jährigen. Den dritten Platz belegten die 13-17-Jährigen. Wie erwartet sind die 35-45-Jährigen am wenigsten ausgespielt worden. Dennoch konnte in dieser Altersgruppe über 20.000 Personen mit nur 185 Franken Media Spendings erreicht werden.

Der Spot «Das Boot geht ab» ist und bleibt der Favorit der Community. Er generierte mit Abstand die meisten Interaktionen, Wiedergaben bis 50% und ThruPlays. Somit verzeichnet er die insgesamt niedrigsten Kosten pro ThruPlay mit nur 6 Rappen pro ThruPlay.

Facebook verzeichnet eine deutlich erhöhte ThruPlay Rate und bietet somit einen qualitativ besseren Kontakt mit den Konsumenten. Zudem lieferte Instagram hervorragende Werte und hat sich ein weiteres Mal als super Plattform für kostengünstige Reichweite bewahrheitet.

Glossar

Kosten	Betrag in CHF, der für die Massnahme bis jetzt ausgegeben wurde.
Reichweite	Anzahl Personen, die mit der Massnahme erreicht wurden.
Impressionen	Wie oft eine Massnahme insgesamt ausgespielt/angezeigt wurde (dies kann mehrmals pro Person sein und ist daher grösser als die Reichweite).
Frequenz	Wie wie viele Anzeigen eine Person durchschnittlich gesehen/angezeigt bekommen hat.
CPM	Cost-per-Mille: Die Kosten für 1'000 Impressionen. Dieser Wert sagt aus, wie viel die Werbeausspielung kostet und macht diese Kosten über die Kanäle und Massnahmen hinweg vergleichbar.
Klicks	Wie oft ein Link in der Anzeige angeklickt wurde (und der Nutzer somit i.R. auf der Website landete).
Reaktionen	Anzahl Reaktionen auf eine Anzeige. Mögliche Reaktionen: 
Interaktionen	Sämtliche Interaktionen mit der Anzeige/Post (Klicks, Likes, Kommentare, usw.)
Wiedergaben bis 50%	Wie oft das Video in der Anzeige bis zur Hälfte angeschaut wurde.
ThruPlays	Wie oft das Video in der Anzeige komplett bis zum Schluss angeschaut wurde.
ThruPlays Rate	Anzahl ThruPlays im Verhältnis zur Anzahl Impressionen.

Anhang C – Webseiteangaben**Webseiteangaben Subers Bärn**

Bernmobil

www.bernmobil.ch

ERB Entsorgung und Recycling Stadt Bern

<https://www.bern.ch/themen/abfall>

IGSU IG saubere Umwelt

www.igsu.ch

ISB Immobilien Stadt Bern

<https://www.bern.ch/politik-und-verwaltung/stadtverwaltung/fpi/immobilien-stadt-bern>

OGP Orts- und Gewerbe Polizei Stadt Bern

<https://www.bern.ch/politik-und-verwaltung/stadtverwaltung/sue/polizeiinspektorat/orts-und-gewerbepolizei>

PINTO

<https://www.bern.ch/politik-und-verwaltung/stadtverwaltung/bss/familieundquartier/pinto-praevention-intervention-toleranz>

REI Strassenreinigung und Winterdienst Stadt Bern

<https://www.bern.ch/politik-und-verwaltung/stadtverwaltung/tvs/tiefbauamt/betrieb-unterhalt/strassenreinigung>

SGB Stadtgrün Bern

<https://www.bern.ch/politik-und-verwaltung/stadtverwaltung/tvs/stadtgrun-bern>

Trash HeroBern

<https://trashhero.org/de/network/trash-hero-bern/>

VBG Vereinigung Berner Gemeinwesenarbeit

www.vbgbern.ch

Webseiteangaben teilnehmende Gemeinden

Gemeinde Belp

www.belp.ch

Gemeinde Gerzensee

www.gerzensee.ch

Gemeinde Heimberg

www.heimberg.ch

Gemeinde Kehrsatz

www.kehrsatz.ch

Gemeinde Kiesen

www.kiesen.ch

Gemeinde Münsingen

www.muensingen.ch

Gemeinde Muri-Gümligen

www.muri-guemligen.ch

Gemeinde Rubigen

www.rubigen.swiss

Gemeinde Steffisburg

www.steffisburg.ch

Stadt Thun

www.thun.ch

Gemeinde Uttigen

www.uttigen.ch

Gemeinde Wichtrach

www.wichtrach.ch