



# Velo-Offensive

Schlussbericht der Arbeitsgruppe  
Velo- und Mobilitätskultur

---

**Herausgeberin:** Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie, Amt für Umweltschutz, Brunngasse 30, Postfach, 3000 Bern 7, Telefon 031 321 63 06, Fax 031 321 72 68, [umweltschutz@bern.ch](mailto:umweltschutz@bern.ch),

**Teilnehmende der Arbeitsgruppe:** Adrian Stiefel, Leiter Amt für Umweltschutz ● Peter Schild, Amt für Umweltschutz ● Markus Reichenbach / Judith Bernet, Kontextplan ● Martin Rhyner, Bereichsleiter Sportförderung ● Judith Albers, Fachstelle Fuss- und Veloverkehr ● Ralf Treuthard, Stv. Generalsekretär, Präsidialdirektion ● Roman Gattlen, BERNMOBIL ● Claudia Schwyter, Naturaqua ● Sina Wild, TBF + Partner AG ● **Bern, Mai 2015**

---

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Untersuchungssperimeter / Themenbereiche</b>	<b>5</b>
	Themenbereiche	5
	Teilnehmende der Arbeitsgruppe	5
<b>3</b>	<b>Situationsanalyse</b>	<b>6</b>
	Wo stehen wir...?	6
	...und wo wollen wir hin?	7
<b>4</b>	<b>Grobkonzept</b>	<b>8</b>
	Vorgehen der Arbeitsgruppe	8
	Unterziele / Identifizierte Massnahmenbereiche	9
<b>5</b>	<b>Umsetzungsplanung</b>	<b>12</b>
	Umgesetzte Massnahme seit August 2014	12
	Umsetzungsplanung weitere Quick-wins, mittel- und langfristige Massnahmen	13
	Quick-wins bis Ende 2015	13
	Mittelfristige Massnahmen	14
	Langfristige Massnahmen	15
<b>6</b>	<b>Ausblick und verwaltungsexterne Phase</b>	<b>16</b>
	Weiterführung des Themas verwaltungsintern	16
	Weiterführung des Themas verwaltungsextern	16
<b>7</b>	<b>Antragsvorschläge an den Gemeinderat</b>	<b>17</b>
<b>8</b>	<b>Fazit</b>	<b>18</b>
	Anhang I: Velo-Offensive: Massnahmentabelle Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur	20
	Anhang II	21
	Anhang III	26

# 1 Zusammenfassung

Der Gemeinderat der Stadt Bern hat 2014 beschlossen, den Veloanteil am Gesamtverkehr bis 2030 von derzeit 11 % auf mind. 20 % zu steigern. Dies primär mit dem Ziel einer nachhaltigen und stadtverträglichen Abfederung des prognostizierten Mehrverkehrs.

Innerhalb der Stadtverwaltung wurden Anfang 2015 fünf direktionsübergreifende Arbeitsgruppen gebildet, welche die Veloförderung aus unterschiedlichen Perspektiven betrachteten und verschiedene Fokusthemen bearbeiteten. Eine dieser Arbeitsgruppen beschäftigte sich mit einer so genannten Velo- und Mobilitätskultur, deren Arbeitsvorgehen und Resultate in diesem Bericht dargestellt werden.

Einleitend hält die Arbeitsgruppe fest, dass zurzeit eine solche Kultur noch nicht vorhanden ist. Es gibt zwar verschiedene Aktivitäten wie bspw. ein punktueller Infrastrukturausbau bzw. -Verbesserungen oder Anlässe, wie der jährlich stattfindende „Autofreie Sonntag“. Diese Aktivitäten sind hingegen oft nicht aufeinander abgestimmt. Was fehlt, ist eine Gesamtsicht und eine gemeinsame Strategie. Die Arbeitsgruppe definierte daher als ersten Schritt einen gemeinsamen Konsens mit der Frage der Notwendigkeit der Veloförderung im Zentrum: Soll wie einleitend bereits erwähnt der zu erwartende Mehrverkehr auf nachhaltige und stadtverträgliche Weise abgewickelt werden, ist es unerlässlich, dass ein Teil davon mit dem Velo aufgefangen wird. Denn das Velo ist im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln platzsparend, leise, emissionsfrei im Betrieb, kostengünstig und gesundheitsfördernd. Um dies zu erreichen, muss sich die gesamte Stadtverwaltung an der gleichen Strategie und den gleichen Zielen orientieren. Nur so ist eine wirkungsvolle Veloförderung möglich.

Aufbauend auf dem Konsens entwickelte die Arbeitsgruppe eine Übersicht mit den Elementen einer Berner Velo- und Mobilitätskultur. Zusammenfassend hält sie fest, dass es, nebst dem oben erwähnten Zusammenspiel der gesamten Verwaltung, unerlässlich ist, Infrastrukturausbau und Kommunikationsaktivitäten parallel voranzutreiben, die Bevölkerung und Wirtschaft von Anfang an aktiv in die Veloförderung miteinzubeziehen und über einen langen Atem zu verfügen. Es muss erklärtes Ziel sein, der Veloförderung über Jahre hinweg einen festen und prominenten Platz in den Legislaturzielen des Berner Gemeinderats zu gewähren.

Abschliessend entwarf die Arbeitsgruppe basierend auf dem gemeinsamen Konsens und den Elementen einer Berner Velo- und Mobilitätskultur eine Massnahmenübersicht und priorisierte die einzelnen Bestandteile nach Wichtigkeit und Zeithorizont. Die Übersicht beinhaltet Massnahmen, welche sowohl die Stadtverwaltung als auch die Bevölkerung und Wirtschaft betreffen. Einerseits muss die Verwaltung mit gutem Beispiel vorangehen und auch intern alles daran setzen, dass die Mitarbeitenden bis hin zu den Gemeinderätinnen und Gemeinderäten möglichst viele Wege mit dem Velo zurücklegen, andererseits ist die Velo-Offensive so umzusetzen, dass sie der Bevölkerung und Wirtschaft den Zugang zum Fahrrad so einfach wie möglich gestaltet und es über die Jahre gelingt, dass Bern mit dem Velo so selbstverständlich assoziiert wird wie mit dem Marzili, BSC Young Boys oder den Bären.

## 2 Untersuchungsperimeter / Themenbereiche

### Themenbereiche

Um insbesondere den prognostizierten Mehrverkehr in Bern aufzunehmen, ist es wichtig, den Velo-Verkehr zu fördern. Das STEK 2015 (gemäss Entwurf) hat zum Ziel den Veloverkehr von heute 11 % auf 20 % im Jahr 2030 zu verdoppeln. Veloförderung kann auf den unterschiedlichsten Ebenen erfolgen. Daher wurde innerhalb der Velo-Offensive in der verwaltungsinternen Phase in fünf verschiedenen Arbeitsgruppen gearbeitet, welche alle die Förderung des Veloverkehrs in der Stadt Bern, mittels unterschiedlicher Themenbereiche/Ansätze, zum Ziel haben. Dieser Bericht ist das Resultat der Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur.

Mobilität bedeutet Beweglichkeit bzw. Fortbewegung in den unterschiedlichsten Facetten. Die Analyse der Mobilitätskultur, wie sie diese Arbeitsgruppe zur Aufgabe hatte, bedeutet eine Rekonstruktion der Wirkungszusammenhänge zwischen den verschiedenen räumlichen, sozialen und politischen Dynamiken der städtischen Mobilität aufzuzeigen und daraus Massnahmen zu formulieren, um den Veloverkehr in der Stadt Bern zu fördern. Die Mobilitätskultur kann von den folgenden Faktoren beeinflusst werden und beeinflusst diese wiederum: politische Entscheidungen, Planung, historisch hergestellter Raum, sozio-ökonomische Situation in der Stadt, Lebensstile / Milieus, Kommunikation etc. Ziel ist es, einen gemeinsamen Konsens zu finden, welcher als Orientierungsrahmen für die Lösung von Zielkonflikten dient. Aus dem gemeinsamen Konsens können Zielzustände formuliert werden, woraus sich wiederum Massnahmen ableiten lassen, um diese Zustände zu erreichen.

### Teilnehmende der Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe wurde von Adrian Stiefel, Abteilungsleiter Amt für Umweltschutz, geleitet. Die weiteren Mitglieder setzten sich aus unterschiedlichen Ämtern und externen Firmen zusammen, um das Thema aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten.

Adrian Stiefel (Vorsitz)	Abteilungsleiter Amt für Umweltschutz
Markus Reichenbach (Unterstützung)	Kontextplan
Judith Bernet (Unterstützung)	Kontextplan
Sina Wild (Unterstützung)	TBF + Partner AG
Peter Schild	Mobilitätsberatung, AfU
Martin Rhyner	Bereichsleiter Sportförderung, SA
Judith Albers	Fachstelle Fuss- und Veloverkehr, VP
Ralf Treuthardt	Stv. Generalsekretär, Präsidialdirektion
Roman Gattlen	BERNMOBIL
Claudia Schwyter	Naturaqua

## 3 Situationsanalyse

### Wo stehen wir...?

Bern ist eine geeignete Stadt zum Velofahren: Die Grösse ist überschaubar, das Stadtbild attraktiv, die Wege sind in der Regel kurz, die Höhenunterschiede bewältigbar und man ist schnell im Grünen. Dennoch fahren zurzeit noch verhältnismässig wenig Bernerinnen und Berner mit dem Velo zur Arbeit, an die Uni, zum Einkaufen oder ins Restaurant. Im Vergleich zu anderen Städten im In- und Ausland ist der Veloanteil mit 11 % am Gesamtverkehr relativ bescheiden.

Was vielfach fehlt ist eine sichere und komfortable Infrastruktur für den Veloverkehr sowie eine innere mentale Selbstverständlichkeit der Bernerinnen und Berner zur regelmässigen Velonutzung. In vielen Köpfen ist das Velo noch kein gleichwertiges Verkehrsmittel und keine echte Alternative zum motorisierten Individual- und öffentlichen Verkehr. Insbesondere die gefühlte Sicherheit, welche bei einigen Zielgruppen sehr tief liegt, und der hervorragend ausgebaute öffentliche Verkehr, hindern viele Menschen am Umstieg auf den Velosattel.

Vor diesem Hintergrund muss festgehalten werden, dass von einer koordinierten Velo- und Mobilitätskultur zurzeit noch nicht gesprochen werden kann. Es gibt zwar viele verschiedene Aktivitäten wie bspw. ein punktueller Infrastrukturausbau bzw. -verbesserungen, Anlässe wie der jährlich stattfindende „Autofreie Sonntag“ mit Aktionen rund um und für das Velo oder auch die jährliche Teilnahme der Stadtverwaltung Bern an der Aktion „bike to work“. Diese Aktivitäten sind jedoch oft nicht aufeinander abgestimmt, was die Veloförderung zum Flickwerk macht. Es fehlt eine Gesamtsicht auf die Veloförderung und eine gemeinsame direktionsübergreifende Strategie. Bern wird dadurch von einem beträchtlichen Teil der Bevölkerung noch nicht als konsequent agierende Velostadt wahrgenommen. Dies beweist z. B. die durchschnittliche Rangierung bei der Velostädte-Umfrage 2014 von Pro Velo, wonach in Bern, auf Rang 18 von 28 bewerteten Städten, noch grosses Verbesserungspotenzial vorhanden ist.

Dennoch besteht ein grosses, schlummerndes Potenzial zur vermehrten Velonutzung: Über 50 % der Berner Haushalte sind autofrei und viele der täglich zurückgelegten Wege sind lediglich bis zu fünf Kilometer lang und daher ideale Velodistanzen. Mit der zunehmenden Verbreitung von Elektrofahrrädern vergrössert sich der „Veloradius“ nochmals beträchtlich.

Das Ziel muss also sein, die bestehende unkoordinierte Kultur zu verändern. Nur mit einer umfassenden und direktionsübergreifenden Strategie kann eine wirkungsvolle Veloförderung erzielt werden. Es gilt hier allerdings im Auge zu behalten, dass die Veloförderungsmaßnahmen nicht in Konkurrenz zu den Interessen der Fussgängerinnen und Fussgänger (sowie der Nutzer von weiteren aus muskelkraftbetriebenen Mobilitätsformen) stehen dürfen. Kultur bedeutet eben auch Koexistenz im Verkehr und gegenseitiger Respekt unter den Verkehrsteilnehmenden.

## ...und wo wollen wir hin?

Im Entwurf zum STEK 2015 wird beim Velo ein grosses brachliegendes Potenzial geortet, welches es u. a. durch die Schaffung einer koordinierten Velo- und Mobilitätskultur abzuholen gilt. Um eine solche Kultur zu etablieren, muss einerseits ein gemeinsamer Konsens gefunden, andererseits eine positive Grundstimmung erzeugt werden. Das Velo muss ins Zentrum rücken. Velofahren als positiv, sicher, lustvoll und selbstverständlich wahrgenommen werden und dementsprechend einen hohen Stellenwert erhalten. In der ersten Phase der Velo-Offensive werden daher alle betroffenen Stellen innerhalb der Stadtverwaltung für das Thema Velo sensibilisiert. Es muss allen Beteiligten klar sein, warum die Stadt ausgerechnet das Velo fördern will bzw. warum es absolut notwendig ist, einen Teil des prognostizierten Mehrverkehrs auf das Velo zu verlagern:

Will die Stadt den prognostizierten Mehrverkehr<sup>1</sup> nachhaltig und stadtverträglich auffangen, ist bis 2030 mindestens ein Veloanteil von 20 % am Gesamtverkehr anzustreben. Denn das Velo ist im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln platzsparend, leise, emissionsfrei im Betrieb, kostengünstig und gesundheitsfördernd. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir in Bern eine Velo- und Mobilitätskultur aufbauen.



---

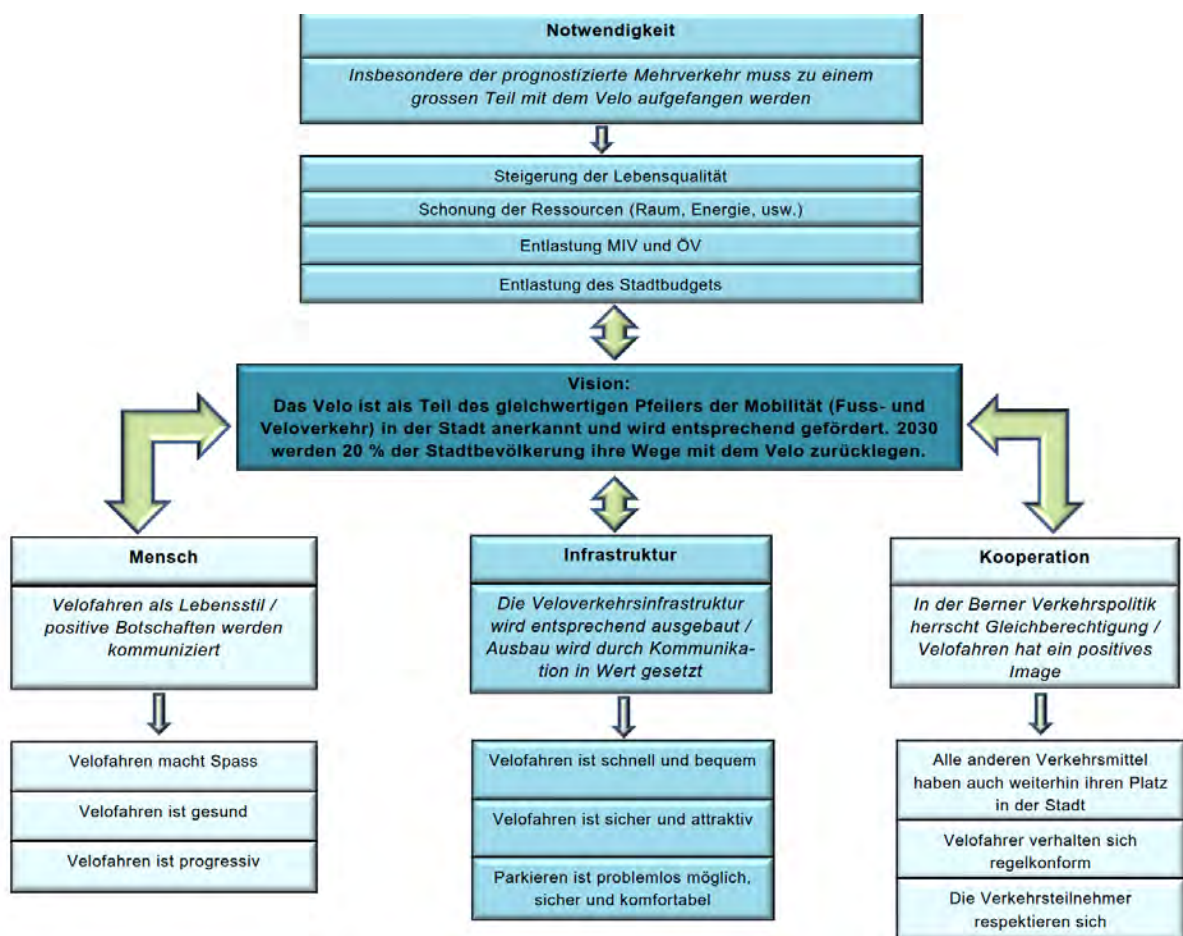
<sup>1</sup> Erwartete Zunahme der Verkehrsleistung (Region Bern-Mittelland) bis 2030: ÖV: + 60 %, MIV: + 25 % (in Mio. Personen- bzw. Fahrzeugkilometer). Quelle: RGSK I, Regionalkonferenz Bern-Mittelland, 2012. Gemäss RGSK II, momentan in der Mitwirkung, wird bis 2030 mit folgender Zunahme der Verkehrsleistung in der Region Bern-Mittelland gerechnet: ÖV: + 45 % (in Mio. Personenkilometer), MIV: + 21 % (in Mio. Fahrzeugkilometer). Die Zahlen zum MIV sind provisorische Werte. Konsolidierte Zahlen folgen erst nach der Mitwirkung.

# 4 Grobkonzept

## Vorgehen der Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur definierte im Rahmen von verschiedenen Arbeitssitzungen zuerst das nachfolgende Schema, welches die Notwendigkeit einer verstärkten Veloförderung und deren Wechselwirkungen aufzeigt. Gleichzeitig dient das Schema als gemeinsamer und von allen Beteiligten getragener Konsens, warum die Veloförderung notwendig ist:

Abbildung 1 Gemeinsamer Konsens





## Unterziele / Identifizierte Massnahmenbereiche

In einem zweiten Schritt wurde über den Tellerrand geschaut: Was haben andere Städte unternommen, um den Veloanteil zu steigern? Welche Elemente stachen dabei als besonders wichtig heraus und lassen sich gewisse Teile auf die Stadt Bern übertragen?



Es gibt eine Vielzahl von Faktoren, die eine Mobilitätskultur beeinflussen und welche wiederum von der Mobilitätskultur beeinflusst werden. Die (identifizierten) vier Elemente, auf welchen in dieser Arbeitsgruppe aufgebaut wird, sind:

- Politik und Planung / Infrastruktur
- Städtischer Raum / gebaute Stadt
- Kommunikation
- Lebensstile und Orientierung

In einer Situationsanalyse wurde bestimmt, welche Elemente bereits wie vorhanden sind. In einem weiteren Schritt wurden die Zielzustände formuliert. Die Arbeitsgruppe erarbeitete dazu als Resultat die nachfolgende Übersicht mit den Elementen einer Berner Velo- und Mobilitätskultur:

Abbildung 2 Elemente einer Berner Velo- und Mobilitätskultur

Elemente einer Berner Velo-/Mobilitätskultur	Politik und Planung/Infrastruktur	Städtischer Raum / gebaute Stadt
	<p><b>Stand:</b> ÖV priorisiert, sehr gut ausgebaut und sehr beliebt</p> <p><b>Ziele:</b> Klares Bekenntnis (auch finanziell) zur Veloförderung und zu einer stadtverträglichen Mobilität Velo in der Planung prioritär behandeln (Nachholbedarf) Alle Verkehrsmittel haben ihre Berechtigung (aber nicht alle überall) Vom „Flickwerk“ zur Einheit (Infrastrukturausbau, Anpassungen beim Verkehrsregime, Verkehrssicherheit, usw.)</p>	<p><b>Stand:</b> Bern ist ein guter Ort zum Velofahren (Topografie, Grösse, Orientierung, attraktives Stadtbild); begrenzter Platz erzeugt Nutzungskonflikte -&gt; Priorisierungen nötig</p> <p><b>Ziele:</b> Platz fürs Velo muss geschaffen werden -&gt; Neuaufteilung der Verkehrsfläche (Konflikte minimieren) Zugänglichkeiten neu denken</p>
	<p><b>Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur</b></p> <p>Langer Atem Glaubwürdige Vorbilder Bernbezug</p> <p>Nach Worten auch Taten -&gt; Resultate erzeugen und sichtbar machen Kooperationen schaffen</p> <p>Sich mit den Besten messen -&gt; Bern wird zu einer echten Velostadt Mut zum Unkonventionellen</p>	
	<p><b>Kommunikation</b></p> <p><b>Stand:</b> Zu wenig Werbung; zurückhaltende, rationale Kommunikation; keine übergreifende Kommunikation; Begriff Langsamverkehr vs. Velo als schnellstes Verkehrsmittel in der Stadt</p> <p><b>Ziele:</b> Notwendigkeit resp. gemeinsamer Konsens zur Veloförderung kommunizieren Mobilitätskultur kommunikativ schaffen (keine Verteufelung MIV, sondern Vorzüge Velo; Respekt unter den Verkehrsteilnehmenden; positive Botschaften) Zielgruppengerechte Kommunikation</p>	<p><b>Lebensstile und Orientierungen</b></p> <p><b>Stand:</b> Nutzenorientiert (ÖV-affine Bevölkerung); grosses Potential (über 50 % autofreie Haushalte); Berner Mentalität/Charme und Velo – ein ideales Paar</p> <p><b>Ziele:</b> Velo als Selbstverständlichkeit, immer und überall verfügbar, gehört zum Stadtbild Veranstaltungen mit dem Thema Velo gehören zur Freizeitbeschäftigung Velo – die Freiheit nehm' ich mir Pragmatismus in der Verkehrsmittelnutzung Teilen statt besitzen</p>

Zu guter Letzt entwickelte die Arbeitsgruppe basierend auf dem gemeinsamen Konsens sowie den Elementen einer Berner Velo- und Mobilitätskultur (Abbildungen 1 und 2) Massnahmen und ordnete diese einerseits den obigen Elementen zu und nahm andererseits eine Einteilung nach kurz- (Quick-wins), mittel- und langfristiger Umsetzung sowie den Fokusgruppen „stadtverwaltungsintern“ bzw. „-extern“ vor.

Die daraus entstandene Massnahmenübersicht ist in Kapitel 5 – Umsetzungsplanung – beschrieben und im Anhang 1 vollständig aufgeführt.



## 5 Umsetzungsplanung

Allgemeine Grundsätze, welche aus Sicht der Arbeitsgruppe zu berücksichtigen sind:

- Der gemeinsame Konsens / die Begründung der Velo-Offensive muss bei allen Aktivitäten im Rahmen der Velo-Offensive kommuniziert werden.
- Kommunikationsaktivitäten und Massnahmenumsetzung (Infrastrukturausbau) müssen parallel laufen. So nützt es nichts, nur zu kommunizieren und keine Infrastrukturverbesserungen bereitzustellen. Aber nur der Bau von Infrastruktur genügt auch nicht, wenn er nicht genutzt wird, da die Öffentlichkeit nichts davon weiss.
- Der Begriff Velosaison muss verschwinden. Es ist immer Velosaison, auch im Winter. Wenn dies nicht der Fall ist, steigen viele Saison-Velofahrer im Winter auf den öV oder MIV um, was wiederum das Argument der vergleichsweise tiefen Veloinfrastrukturkosten unplausibel macht, weil der MIV und öV nicht ganzjährig entlastet werden.
- Als erste Priorität sollen die Zielgruppen der „Vorsichtigen“ und „jene, die gerne würden, wenn...“ angesprochen werden.

Die Arbeitsgruppe hat in verschiedenen Sitzungen Massnahmen zur Veloförderung und der Etablierung einer Velo- und Mobilitätskultur in Bern erarbeitet. In diesem Kapitel werden die Massnahmen mit höchster Priorität aus Sicht der Arbeitsgruppe kurz beschrieben und in Quickwins, mittel- und langfristige Massnahmen unterteilt. Im Anhang 1 sind die vorgeschlagenen Massnahmen noch detaillierter ausgearbeitet, im Anhang 2 befindet sich die Sammlung aller angedachten Massnahmen der Arbeitsgruppe.

### Umgesetzte Massnahme seit August 2014

Der Gemeinderat der Stadt Bern hat am 29. April 2015 auf Antrag der Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie beschlossen, als Team „Fahr-Rat“ an der diesjährigen Austragung von „bike to work“, der nationalen Aktion von Pro Velo Schweiz zur betrieblichen Velo- und Gesundheitsförderung, teilzunehmen. Die Gemeinderatsmitglieder werden demnach im Juni 2015 ihren täglichen Arbeitsweg mit dem Velo resp. zu Fuss zurücklegen. Die Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie wird kommunikative Begleitmassnahmen ergreifen und umsetzen. Die Teilnahme des Gemeinderates an „bike to work“ ist ein starkes Signal gegen innen und aussen und soll der Velo-Offensive Auftrieb verleihen.



## Umsetzungsplanung weitere Quick-wins, mittel- und langfristige Massnahmen

Im Rahmen der Arbeitsgruppensitzungen wurden aufbauend auf den Elementen einer Velo- und Mobilitätskultur und der Situationsanalyse Massnahmen gesammelt, diskutiert und priorisiert. Eine Sammlung aller Massnahmen ist im Anhang 2 zu finden. Nachfolgend werden Quick-wins, mittel- und langfristige Massnahmen mit hoher Priorität beschrieben. Sie sind jedoch auch in der Massnahmenliste im Anhang 1 zu finden. Die Massnahmen erhielten hohe Priorität, wenn sie aus Sicht der Arbeitsgrupps leicht realisierbar, eine hohe Erfolgswirkung versprechen oder schnell und günstig umsetzbar sind.

### Quick-wins bis Ende 2015

#### Notwendigkeit aufzeigen

Es wird eine Raumbedarfsaktion durchgeführt. Dies ist eine Aktion, welche beispielsweise im Rahmen eines Startanlasses durchgeführt wird, um aufzuzeigen, dass das Velo nur einen Bruchteil der Verkehrsfläche im Vergleich zum MIV benötigt. Somit kann die Notwendigkeit, das Velo zu fördern, veranschaulicht und das Verständnis gefördert werden. Ein gemeinsamer Konsens zum Nutzen der Veloförderung in der Stadt Bern wird angestrebt.

#### Sensibilisierung der Verantwortlichen innerhalb der Verwaltung

Mit einer Vergabe eines Preises durch den Gemeinderat für die besten Veloförderungsmassnahmen bei neuen Planungsgeschäften kann ein Anreiz geschaffen werden, in den verschiedensten Bereichen die Veloförderung zu pflegen und immer wieder auf die Thematik aufmerksam zu machen. Vorgesehen ist die Information per E-Mail über die Vergabe des Preises und die Aufforderung zur Einreichung von velofreundlichen Projekten (ähnlich dem Verfahren der Preisvergabe für umweltfreundliche Projekte).

#### Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit

Regelmässige Anlässe tragen das Velo in die Öffentlichkeit und machen es sichtbar. Durch die positive Botschaft von Anlässen wird das Velo-Image ebenfalls verbessert. Anlässe, die es bereits gibt, sollten ausgebaut werden (zum Beispiel "autofreier Sonntag" durch das AfU). Das Velo wird dadurch mit einer positiven Kultur assoziiert.

#### Massnahmen mit Bernbezug

Logo der Velo-Offensive mit hohem Bernbezug erstellen. Die Bernerinnen und Berner sollen sich und ihre Bedürfnisse in diesem Logo repräsentiert sehen. Die Identifikation mit dem Logo ist wichtig, damit eine Velokultur entstehen kann. Können sich die Bernerinnen und Berner nicht mit dem Logo identifizieren, wird auch die Grundhaltung zur Velo-Offensive weniger gut sein.



## **Mittelfristige Massnahmen**

### **Vorbildfunktion der Stadtverwaltung**

Die Verwaltung nimmt ebenfalls ihre Vorbildrolle wahr, indem das Tiefbauamt, Stadtgrün, die Schul- und Büromaterialzentrale und allenfalls weitere geeignete Dienststellen kleine Nutzfahrzeuge schrittweise durch Cargo-Bikes ersetzen. In einem ersten Schritt wird der Autobedarf geprüft (-> in Anlehnung an die bereits erarbeiteten Grundlagen und in Abstimmung mit der Arbeitsgruppe Flottenmanagement). Im Anschluss werden Cargo-Bikes angefordert. So zeigt die Verwaltung Vorbildcharakter und kann die Bevölkerung zum Umstieg auf Cargo-Bikes motivieren.

Eine weitere Massnahme mit Vorbildfunktion der Stadtverwaltung ist der Velobonus. Derzeit erhalten Mitarbeitende der Stadtverwaltung CHF 120 an ihr ÖV-Jahresabo. Dieser Betrag sollte auch Personen bezahlt werden, die mit dem Velo zur Arbeit kommen. So kann die Wertschätzung gegenüber Velofahrenden gezeigt werden. Zusätzlich ist zu prüfen, ob die Mitarbeitenden der Stadtverwaltung die Leihvelos des geplanten Veloverleihsystems allenfalls gratis nutzen dürfen.

### **Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit**

Die Stadt zeigt, dass sie es ernst meint mit der Veloförderung und belohnt vorbildliches Verhalten (z. B. mit Velo-Öl, Schoggi, Blumen etc.). Evtl. könnte eine solche Aktion auch im Winter durchgeführt werden. Diese Massnahme motiviert die Velofahrenden und drückt die Wertschätzung ihnen gegenüber aus.

Mittels Velobarometer (Zählstelle) alle vorbeifahrenden Velos zählen, damit der Veloverkehr im öffentlichen Raum sichtbar gemacht werden kann. So zeigt die Stadt ihr Interesse an den Velofahrenden, indem das Aufkommen erfasst wird. Zudem wird der Öffentlichkeit und den anderen Verkehrsteilnehmenden gezeigt, wie viel in Bern Velo gefahren wird und es kann demnach motivierend wirken, aufs Velo umzusteigen. Ein Velobarometer dient ebenfalls für Kommunikationszwecke innerhalb der Velo-Offensive.

### **Massnahmen mit Bernbezug**

Um die Bernerinnen und Berner zu erreichen, wird die Bevölkerung aktiv mit einbezogen. So werden beispielsweise Bilder von Velofahrenden in Bern aufgehängt (ev. Fotowettbewerb). Studierende oder Kinder können auch angefragt / animiert werden, Plakate und Slogans mit Bernbezug zu entwerfen. Durch den Einbezug der Bernerinnen und Bernern wird automatisch ein stärkerer Bezug zur Veloförderung hergestellt, da sich die Leute besser identifizieren können, wenn sie sich selbst beteiligen, Leute kennen, die sich beteiligen oder auch Orte auf den Plakaten etc. wiedererkennen.

### **Velo-Gotti/Götti –Angebote aufbauen**

„Neu-Velofahrende“ erhalten Unterstützung: Erfahrene Velofahrende begleiten sie ins Zentrum. So wird ein erleichterter Einstieg in die Velomobilität für "Neu-Velofahrende" geschaffen und erste Unsicherheiten überwunden. Zudem können neue Kontakte z. B. mit Nachbarn hergestellt werden. Die Hemmschwelle sich bei einem Velo-Gotti/Götti zu melden ist wahrscheinlich tiefer, als sich für einen Velofahrkurs anzumelden.

## Langfristige Massnahmen

### Lösungen im Zentrum suchen und umsetzen

Solange die nicht optimale Verkehrssituation (Verkehrssicherheit, Abstellplätze, Routenführung, Unübersichtlichkeit, usw.) im Zentrum – insbesondere auf der Achse Hirschengraben-HB-Kornhausplatz/Zytglogge-Casinoplatz – nicht gelöst ist, bringen auch Velobahnen ins Zentrum hinein nicht den gewünschten Verlagerungseffekt. Eine jährliche Umfrage und Auswertung der Schwachstellen könnte rasch eine Verbesserung einleiten. So könnten aktuelle Hotspots schnell eruiert und nach Möglichkeit schnelle Lösungen gefunden werden.



## 6 Ausblick und verwaltungsexterne Phase

Eine Veränderung der Kultur kann nicht lediglich durch die Umsetzung mehrerer Massnahmen kurzfristig stattfinden. Wichtig ist, dass verschiedene Massnahmen über einen langen Zeitraum umgesetzt werden und geduldig am Prozess gearbeitet wird.

### Weiterführung des Themas verwaltungsintern

Die Form, in welcher die Arbeitsgruppe während der ersten Phase gearbeitet und getagt hat, wird nach Abgabe dieses Berichts nicht mehr nötig sein. Wichtig scheint jedoch der Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur, dass die kulturellen Fragen weiterverfolgt werden (langer Atem). Die Weiterführung der Arbeitsgruppe wird seitens Gesamtprojektteam noch festgelegt. Die Arbeitsgruppe kann sich jedoch folgenden künftigen Arbeitsumfang vorstellen, um die Arbeit in gewissen Bereichen weiterzuführen: Die Gruppe wird im halbjährlichen Rhythmus tagen. Die Zusammensetzung der Mitglieder der Arbeitsgruppe muss noch festgelegt werden. Die erste Sitzung findet demnach im Herbst 2015 (nach den Herbstferien) statt, die Mitglieder der Arbeitsgruppe werden durch den Arbeitsgruppenleiter informiert.

Die Arbeitsgruppe kann sich vorstellen, an diesen Sitzungen zu überprüfen, wie der Stand der laufenden Projekte ist, welche Projekte neu ausgelöst werden können, wer der Projektverantwortliche dieser neuen Projekte ist, wo es einen GR-Antrag braucht, etc.

Die internen Kosten werden, durch den geringen Sitzungsrythmus, ebenfalls gering ausfallen.

### Weiterführung des Themas verwaltungsextern

Als nächstes werden nun, wie bspw. im Rahmen der Autofreien Sonntage bereits erfolgreich umgesetzt, Verbände, Quartiervereine, Unternehmen etc. in die Velo-Offensive mit einbezogen. Die Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur sieht dabei vor, dass die Projektleiter der einzelnen Massnahmen entscheiden, inwieweit eine Partizipation gewünscht wird.

Die meisten vorgeschlagenen Massnahmen, wie beispielsweise zu den öffentlichen Anlässen oder auch der Vorbildfunktion der Verwaltung, sind für die Kampagne geeignet. Müssen aber ins Kommunikationskonzept aufgenommen werden. Daher wird auch hier an die jeweiligen Projektverantwortlichen appelliert, dass sie sich um die Kommunikation ihrer Massnahme bemühen. Die Zuständigkeiten, grobe Termine etc. der Massnahmen sind in der Tabelle im Anhang 1 detailliert beschrieben.





## 7 Antragsvorschläge an den Gemeinderat

Hiermit beantragt die Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur die inhaltliche Genehmigung des Grobkonzepts dieses Berichts. Weitere Anträge ergeben sich aus den folgenden Massnahmen:

- Vorbildfunktion Stadtverwaltung: CHF 120 für Mitarbeiter als Mobilitätsbonus wenn sie mit dem Velo zur Arbeit kommen und nicht lediglich für ÖV-Nutzende. Der Antrag wird im Rahmen des IAFP im Gemeinderat beantragt.
- Charme-Offensive: Antrag für CHF 50'000 um Velofahrende mit kleinen Geschenken zu belohnen -> Konzepterstellung. Zusätzlich Kreditgenehmigung für die spätere Realisierung.

Genehmigungen an die Projektleitung:

- Umsetzung der Massnahmen und Anträge aus der Tabelle im Anhang 1.



## 8 Fazit

Bern und Velo – das ist ein Paar mit Potenzial. Bern bietet gute Voraussetzungen für das Velo und die Velofahrenden. Diese gilt es gezielt und koordiniert weiter zu stärken. Das Ziel, den Veloverkehr verstärkt zu fördern, entspringt der Notwendigkeit, insbesondere den prognostizierten Mehrverkehr auffangen zu können.

Ein Baustein der Veloförderung ist das Stärken und Etablieren einer entsprechenden Velo- und Mobilitätskultur in der Stadt Bern. Eine Velo- und Mobilitätskultur ist geprägt von verschiedenen Elementen, wie dem städtischen Raum, der Politik, Planung und der zur Verfügung stehenden Infrastruktur, der Kommunikation aber auch der Lebensstile etc. Eine Velo- und Mobilitätskultur entsteht, verändert sich und lebt erst aus dem Zusammenspiel dieser Elemente. Hier setzen die Vorschläge der Arbeitsgruppe an. Es braucht kurz-, mittel- und langfristige Massnahmen aus allen Bereichen und insbesondere einen langen Atem. Gefragt sind zum Beispiel eine Raumbedarfsaktion, ein Logo mit Bernbezug, der Einsatz von Cargo-Bikes anstelle von Autos in der Verwaltung, verschiedene Anlässe im Rahmen des Velos und so weiter, damit es dereinst gelingt, dass Bern mit dem Velo so selbstverständlich assoziiert wird, wie mit dem Marzili, BSC Young Boys oder den Bären.

Eine Kultur kann man nicht verordnen oder rasch herbeiführen. Diese muss sich entwickeln. Bern ist dafür ein gutes Plätzchen. Die Berner Mentalität, der Berner Charme sind nahezu ideale Voraussetzungen für das Velofahren.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Gemeinsamer Konsens	8
Abbildung 2 Elemente einer Berner Velo- und Mobilitätskultur	10

## Anhang

### Anhang I: Velo-Offensive: Massnahmentabelle Arbeitsgruppe Velo- und Mobilitätskultur

	Thema	Massnahme	Art der Umsetzung	Zuständigkeit	Termin	Gesamtkosten	Folgekosten	Finanzierung	Nächster Schritt			Kommunikationsvorschlag	Priorisierung der Massnahme	Weiterführung des Themas intern	Weiterführung des Themas extern	Vorschlag Antrag	
									Nächster Schritt	Zuständigkeit	Termin						
quick wins	Notwendigkeit aufzeigen	"Raumbedarfsaktion"	Event / Startanlass	VP und Mobilitätsberatung	Herbst 2015 / Frühling 2016	50'000	-	Fonds	Organisation Anlass	AfU / VP	Sommer 2015	Einzelaktion mit Einladung Presse / Fotograf, Verwendung Bildmaterial anschliessend für Kampagne Velooffensive	hoch	nein	Anlass		
	Vorbildfunktion Stadtverwaltung	GR bildet Bike-to-work-team	Jährlich	SUE	Juni 2015	Personalaufwand intern, keine externen Kosten	gering	Eigenfinanzierung AfU	GRA am 29.4.2015 genehmigt. Organisation Fotoshooting als nächster Schritt	AfU	Mai 2015	Einzelne Medienmittelung und Fotoshooting	hoch	ja, idealerweise jährlich	es soll in der Öffentlichkeit darauf aufmerksam gemacht werden		
	Sensibilisierung innerhalb Verwaltung	Preisvergabe für beste Velofördermassnahmen bei neuen Planungsgeschäften	Jährlich	TVS	ab sofort	20'000 - 30'000 jährlich	20'000 - 30'000 jährlich	zu Prüfen	Kriterien festlegen, Aufruf per Email zur Einreichung von Projekten, analog Umweltpreis	VP	Herbst 2015	Kommunikation in Kampagne nach GR-Entscheid (wenn Finanzierung gesichert). Anschliessende jährliche MM oder Point de Presse (vor Ort) jährlich für Gewinnerprojekt.	hoch	ja (im Rahmen Jurierungsprozesse)	Jährliche Preisvergabe		
	Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit	An regelmässigen Anlässen das Velo prominenter machen. Anlässe, die bereits durchgeführt werden ausbauen (z.B. autofreier Sonntag)	Regelmässig	AfU und andere	ab sofort	gering	grob zu schätzen (z.B. 10'000 / Anlass)	zu Prüfen	Konzept 2016 / 2017 erstellen	AfU	Sommer 2015	zu beurteilen, wenn Konzept steht (ggf. unter Dachkommunikation der Einzelanlässe)	hoch				
	Massnahmen mit Bernbezug	Logo der Velo-Offensive mit hohem Bernbezug erstellen (Bilderwelten)	Einmalig	Naturaqua	Sommer 2015	10'000-20'000	-	Eigenfinanzierung über Fonds Velo-Offensive	Offerten verschiedener Büros einholen	Naturaqua / TVS	Frühsommer 2015	Verwendung in allen Kommunikationsmitteln	hoch				
mittelfristige Massnahmen	Vorbildfunktion Stadtverwaltung	Tiefbauamt, Stadtgrün, SBZ und allenfalls weitere Stellen ersetzen kleine Nutzfahrzeuge schrittweise durch Cargo-Bikes	Pilotversuch	VP / FPI / AfU	Sommer 2016	noch offen / ev. Gewinn	noch offen	Eigenfinanzierung AfU	Autobedarf prüfen und Cargo-Bikes anfordern	FPI	Dezember 2015	Medienmitteilung	hoch	allenfalls noch andere Bereiche prüfen, wo Cargo-Bikes eingesetzt werden können	-		
	Vorbildfunktion Stadtverwaltung	120.- für Budget 2017 / Prüfung Gratis-Nutzung Leihvelos des geplanten Veloverleihsystems für städtische MA	Regelmässig	FPI / VP	Realisierung 2017				Planung Budget und GRA	FPI / VP	Herbst 2015		hoch		Firmen dazu ermutigen, dass sie ihre Mitarbeiter ebenfalls unterstützen	Im Rahmen IAFP in GR	
	Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit	Charme-Offensive: Bern zeigt, dass es ernst gemeint ist mit der Velo-Offensive und belohnt vorbildliches Verhalten z.B. mit Velo-Öl, Schoggi, Blumen etc.)	Regelmässig	VP & AfU	ab 2016 (ev. auch im Winter)	50'000	noch offen	Eigenfinanzierung AfU	Konzept 2016 / 2017 erstellen	AfU	Sommer 2016	Medienmitteilung / PdP	hoch		Durch kleine Belohnungen beleibt das Thema in der Öffentlichkeit präsent	GR im Herbst 2015 mit 50'000 CHF	
	Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit	Velobarometer, welcher Anzahl Velofahrende zählt, aufstellen	permanenter Einsatz, regelmässige Kommunikation	VP	Herbst 2015 / Frühling 2016	35'000	Wartung: 2'400 pro Jahr; Kommunikation noch zu prüfen	Eigenfinanzierung über Fonds Velo-Offensive	Entscheid, ob Velobarometer erstellt werden kann abwarten	VP	Sommer 2015	Einweihungsevent / Medienorientierung	hoch				
	Massnahmen mit Bernbezug	Bilder von Velofahrenden in Bern aufhängen (Fotowettbewerb), StudentInnen / Kinder erstellen Plakate mit Bernbezug	Einmalig	BSS	Sommer 2016	noch offen	noch offen	Eigenfinanzierung oder über Fond Velo-Offensive?	Projektverantwortlicher bestimmen (oder Amt)	BSS	Dezember 2015	Gesamtkampagne	hoch		Thema bleibt aktuell bei der Bevölkerung		
	Velo-Gotte / -Götti-Angebot aufbauen	"Neu-Velofahrende" erhalten Unterstützung: Erfahrene Velofahrer begleiten sie ins Zentrum. Erleichtert Einstieg in die Velomobilität.	Regelmässig	TVS / SUE (LA21, Mobilitätsberatung) / Quartierkommissionen	Sommer 2016	gering	gering	Eigenfinanzierung AfU	Projektverantwortlicher bestimmen (oder Amt) / Konzept erarbeiten	AfU (LA21, Mobilitätsberatung)	Dezember 2015	Medienmitteilung	hoch				
langfristige Massnahmen	Lösungen im Zentrum suchen und umsetzen	Verkehrssituation im Zentrum regeln: Auswertung von Schwachstellen aus Umfragen	Regelmässig	TVS	ab sofort	gering	gering	Eigenfinanzierung VP	Jährliche Umfrage erarbeiten	VP	2015	Einzel	hoch	Thema bleibt in der Verwaltung aktuell	Thema bleibt aktuell bei der Bevölkerung		



## Anhang II

### Velo-Offensive – AG Velo-/Mobilitätskultur: Massnahmen zur Weiterverfolgung

#### Allgemeine Grundsätze:

- Kommunikationsaktivitäten und Infrastrukturausbau müssen parallel laufen.
- Schema/Konsens/warum braucht es eine Velo-/Mobilitätskultur – bei allen Aktivitäten im Rahmen der Velo-Offensive immer mit kommunizieren.
- Der Begriff Velosaison muss verschwinden. Es ist immer Velosaison. Auch im Winter -> wenn im Winter viele auf den öV oder MIV umsteigen, leidet die Akzeptanz für die Velo-Offensive und das Argument der Kosteneinsparung wird hinfällig.
- Es sollen vorgängig Zielgruppenpriorisierungen vorgenommen werden. Insbesondere die „Vorsichtigen“, aber auch „jene, die gerne würden, wenn...“ und Kinder sollen als erste angesprochen werden. Abgleich mit AG Fördermassnahmen notwendig.

Notwendigkeit aufzeigen	
<b>Begründung:</b>	Für ein breites Verständnis muss aufgezeigt werden, dass Velos im Vergleich zum MIV nur einen Bruchteil der Verkehrsfläche benötigen.
<b>Möglicher Ansatz:</b>	„Raumbedarfsaktion“ durchführen (bspw. Foto-Shooting mit x Autos und x Velos); Aktion bspw. im Rahmen eines Startanlasses umsetzen.
<b>Fokus:</b>	Extern
<b>Priorität:</b>	1
<b>Elemente:</b>	Städtischer Raum / gebaute Stadt; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur; Kommunikation

Vorbildfunktion Stadtverwaltung	
<b>Begründung:</b>	Die Stadtverwaltung als „Träger“ der Velo-Offensive muss mit gutem Beispiel voran gehen und das Velofahren auch intern fördern. Die Gemeinderatsmitglieder sollen ebenfalls als gute Vorbilder fungieren und so oft wie möglich das Velo benutzen. All dies erhöht die Glaubwürdigkeit.
<b>Mögliche Ansätze:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GR-bike to work-Team bilden (idealerweise alle 5).</li> <li>• Durchführung eines ganzjährigen oder Winter-bike to work (Velosaison ist immer!).</li> <li>• Anreize für Mitarbeitende: (1) Mitarbeitende, die ganzjährig 2/3 ihrer Pendlerwege mit dem Velo zurücklegen, erhalten zusätzlich Ferientage geschenkt (oder bestimmte Anzahl gefahrener Velo-Km als Bonus in Form von zusätzlichen Ferientagen)</li> </ul>

	<p>-&gt; Gleichbehandlung ÖV- und Velonutzende (ÖV-Nutzende können 120 Franken an ÖV-Abo rückerstatten lassen). (2) Mitarbeitende dürfen den Veloverleih gratis nutzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiefbauamt, Stadtgrün, SBZ und evtl. weitere Dienststellen ersetzen kleine Nutzfahrzeuge schrittweise durch Cargo-Bikes.</li> </ul>
<b>Fokus:</b>	Intern
<b>Priorität:</b>	1 (Quick-win), weitere Ansätze mittelfristig
<b>Elemente:</b>	Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur; Kommunikation; Lebensstile und Orientierungen

### Sensibilisierung/Schulung der Verantwortlichen innerhalb der Verwaltung

<b>Begründung:</b>	Damit das Velo bei der Planung / Projektierung präsenter ist, ist eine interne Sensibilisierungskampagne notwendig. Zudem sollen Anreize zur Veloförderung bei Planungsgeschäften geschaffen werden.
<b>Mögliche Ansätze:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evtl. ein städtisches Handout / Leitfaden für die Planung von Veloförderungsmassnahmen entwickeln.</li> <li>• Die Stadt soll sich bei der Planung vermehrt an den VSS-Normen orientieren.</li> <li>• Vergabe eines Preises durch den Gemeinderat für die besten Veloförderungsmassnahmen bei neuen Planungsgeschäften (bspw. befristet für die nächsten drei Jahre).</li> </ul>
<b>Fokus:</b>	Intern
<b>Priorität:</b>	1 (Quick-wins), weitere Ansätze mittelfristig
<b>Elemente:</b>	Politik und Planung/Infrastruktur; Kommunikation; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur

### Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit

<b>Begründung:</b>	<p>Regelmässig durchgeführte Anlässe tragen das Velo in die Öffentlichkeit und machen es sichtbar. Sie zeigen zudem auf, dass es der Stadt ernst ist mit der Veloförderung. Positive Botschaften sind Image-relevant.</p> <p>Vor dem Durchführen von Anlässen sollen allerdings in einem ersten Schritt ein Logo und eine Bilderwelt kreiert werden. Dabei können auch die Stadtbewohner/-innen ihr fotografisches Geschick beweisen.</p>
<b>Mögliche Ansätze:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velo-Kalender in Form eines Wettbewerbs: Bernerinnen und Berner reichen ihre schönsten Velo-Fotos ein. Die besten Bilder werden ausgesucht, prämiert und ergeben einen Kalender.</li> <li>• Regelmässige Anlässe durchführen: Bspw. Velo-Abendfahrten mit Promis zu ihren Lieblingsplätzen in der Stadt, Velo-Fashion-Shows mit Gewerbe auf dem Bundesplatz, Velopolo-Turniere, Velo-Nächte (Vorbild München), „Skater-Nacht“ adaptieren fürs Velo, usw. (Anlässe einzeln oder gleichzeitig).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Im Rahmen der jährlich stattfindenden autofreien Sonntage wurden schon einige Aktionen umgesetzt. Die SUE wird auch dieses Jahr wieder eine Velo-Parade o. ä. organisieren.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charme-Offensive: Vorbildliches Verhalten wird belohnt (z. B. Aktion an „kritischen“ Stellen und Verteilen von kleinen Belohnungen (Hosenklammer fürs Velo, Velo-Öl, Schoggi, Buttons, Blume, ....) an VelofahrerInnen mit vorbildmässigem Verhalten), auf nicht-vorbildliches Verhalten wird auf sympathische Art aufmerksam gemacht (Vorbild „Good Karma“ – Kopenhagen). -&gt; Im Winter durchführen.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Rahmen eines Startanlasses wird das Logo der Velostadt Bern präsentiert. Dieses wird anschliessend bspw. bei Veloabstellplätzen, BernRollt-Standorten, Standorten des Veloverleihsystems, Velostationen und weiteren neuralgischen Stellen platziert.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittels Velobarometer den Anteil des Veloverkehrs der Öffentlichkeit sichtbar machen. Dient zudem dem Monitoring der Stadt, zeigt das Interesse der Stadt, den Veloverkehr zu fördern und kann für Kommunikationszwecke genutzt werden.</li> </ul>
<b>Fokus:</b>	Extern und intern
<b>Priorität:</b>	1 (Quick-wins), weitere Ansätze mittelfristig
<b>Elemente:</b>	Kommunikation; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur, Lebensstile und Orientierungen

Massnahmen mit Bernbezug	
<b>Begründung:</b>	Berner und Bernerinnen sollen mit identitätsstiftenden Massnahmen abgeholt werden. Zur Akzeptanzsteigerung ist ein hoher Bernbezug wichtig.
<b>Mögliche Ansätze:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „BernBike“ (für BernRollt, Veloverleihsystem, Dienstvelos; Vorbild „Copenhagen wheel“).</li> <li>• Logo und Bilderwelt der Velo-Offensive mit hohem Bernbezug (siehe auch „Anlässe / Botschaften / Sichtbarkeit“).</li> <li>• Vorbilder schaffen: Berner Berühmtheiten laden zu einer gemeinsamen Velo-Tour ein, mit anschliessendem gemeinsamen Velo-Foto.</li> <li>• Kinder zeichnen die „Velo-Offensive“, Student/-innen der Schule für Gestaltung entwerfen Plakate und Slogans mit Bernbezug.</li> <li>• Usw.</li> </ul>
<b>Fokus:</b>	Extern und intern
<b>Priorität:</b>	1 (Quick-win), weitere Ansätze mittelfristig
<b>Elemente:</b>	Lebensstile und Orientierungen; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur; Kommunikation

## Quartiere und Velo

**Begründung:** Vertretende der Quartierkommissionen mit Fokus auf die Veloförderung einbeziehen. Sie können zentrale Anstösse geben und sind wichtige Brücken für Lösungen auf der Nachbarschaftsebene (bspw. Neuzuzüger-Anlässe, usw.).

**Mögliche Ansätze:**

- Bestehende Kooperationen mit „Velo-Brille“ anschauen und Potentiale orten.
- Quartieranlässe durchführen.
- Neuzuzüger-Anlässe: Die Velostadt Bern zeigen, Informationen der Stadt Bern für Neuzuzüger ergänzen: Dem Velo als praktisches Verkehrsmittel in Bern mehr Gewicht geben (Flyer, Give-Aways, Angebote, usw.). Synergien innerhalb Verwaltung finden und nutzen.

**Fokus:** Extern und intern

**Priorität:** Mittelfristig

**Elemente:** Städtischer Raum / gebaute Stadt; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur, Lebensstile und Orientierungen, Kommunikation

## Velo-Gotte/Götti-Angebote aufbauen

**Begründung:** Massnahme zur Erleichterung des Einstiegs in die Velomobilität für Neulenkende. Die erste Unsicherheit soll damit überwunden werden.

**Mögliche Ansätze:**

- „Neu“-Velofahrende erhalten Unterstützung: Erfahrene Velofahrerinnen und Velofahrer begleiten sie ins Zentrum (verschiedene Zielgruppen: Stadtverwaltung, Neuzuzüger, Senioren, Kinder, Migrant\*innen).
  - Die Stadt erarbeitet ein Angebot für Interessierte (Konzept, Know-how, Unterstützung, evtl. Spesenentschädigung).

**Fokus:** Intern und extern

**Priorität:** 1 (Quick-win), weitere Ansätze mittelfristig

**Elemente:** Lebensstile und Orientierungen; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur; Kommunikation

## Velo-Bonus

**Begründung:** Beispielsweise das Mieter-ÖV-Ticket oder die Finanzierung des Halbtax-Abos durch den Arbeitgeber sind klare Anreize für die Nutzung des ÖV. Für das Velo gibt es das nicht. Hier wäre anzusetzen und ein Konzept für finanzielle Anreize für Velofahrende zu entwickeln (Velo-Bonus). Bisher sind Velofahrende scheinbar nicht/kaum bereit, für Velo-Parkierung zu bezahlen. Mit einem solchen „Velo-Bonus“ würde sich das vielleicht ändern, (z. B. bei einem automatischen Velo-Parkhaus) oder der Öko-Bonus könnte direkt aus der Übernahme möglicher Kosten der Veloparkierung bestehen.



<b>Möglicher Ansatz:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht direkt durch die Stadt umsetzbar (ausser intern bei eigenen Mitarbeitenden). Stadt kann Ideen und Vorschläge liefern, Umsetzung liegt allerdings bei den entsprechenden Arbeitgebern und Vermietern.</li> </ul>
<b>Fokus:</b>	Intern und extern
<b>Priorität:</b>	1
<b>Elemente:</b>	Lebensstile und Orientierungen; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur; Kommunikation

#### Lösungen im Zentrum (Achse Hirschengraben – HB – Kornhausplatz/Zytglogge – Casinoplatz) suchen und umsetzen

<b>Begründung:</b>	Solange die nicht optimale Verkehrssituation (Verkehrssicherheit, Abstellplätze, Routenführung, Unübersichtlichkeit, usw.) im Zentrum nicht gelöst ist, bringen auch Velobahnen ins Zentrum rein nicht den gewünschten Verlagerungseffekt.
<b>Möglicher Ansatz:</b>	Auswertung der Schwachstellen aus Velophon und Velostädte-Umfrage / Nutzen des Know-how von Pro Velo -> rasche Verbesserungen einleiten.
<b>Bemerkung:</b>	Nicht in der Kompetenz der AG Velo-/Mobilitätskultur -> Idee in betreffende Arbeitsgruppen einbringen.
<b>Fokus:</b>	Intern und extern
<b>Priorität:</b>	Frage angehen prioritär -> ab sofort, Umsetzung von Massnahmen erst später
<b>Elemente:</b>	Politik und Planung/Infrastruktur; Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur

## Anhang III

### Weitere Massnahmenvorschläge (Back-up):

#### Kasten „Politik und Planung/Infrastruktur“:

- Typ: Eröffnungs-Anlass Pilotroute Wankdorf für Bevölkerung; mit Politik und Medien:
  - Begründung: Infrastrukturausbau mittels Kommunikation in Wert setzen.
  - Priorität: 2
- Typ: Spiel/Wettbewerb:
  - Möglicher Ansatz: Eine Art Wetten dass... mit U. Wyss: Bernerinnen und Berner fahren in x Zeit x Kilometer weit -> Km-Messgerät abgeben -> CO2- und Energieeinsparungen / Gesundheitsnutzen aufzeigen; Persönlichkeiten zum Mitmachen animieren.
  - Priorität: 2
- Velowege überall sicher und sichtbar gestaltet.

1.

- Die Stadt präsentiert sich als Velostadt (visuell und in der Kommunikation).
- Grosse Beachtung für den Veloverkehr bei Neubauten. Einsitze von Spezialisten in den Planungsgruppen? Vorgaben erarbeiten.
- Analog zu Punkt vorher bei Umgestaltung / Sanierung von bestehenden Verkehrsräumen, das Velo bei Projektierung / Planung bewusst ins Zentrum rücken (mittels Schulung, Leitfäden etc.) oder ein Massnahmenpaket (analog Velohaupttrouten), dass gezielt Verkehrsräume zu Gunsten des Velos umgestaltet werden. Ein Quick-win wäre ja die geplante Pilotroute?
- Aufbau eines gezielten Monitorings, das die Entwicklung des Veloverkehrs festhält. Neben den permanenten Zählstellen für die Statistik auch regelmässig repräsentative Umfragen (analog Prix Velostädte) durchführen, um den „Kulturwandel“ erfassen zu können.

#### Kasten „Städtischer Raum / gebaute Stadt“:

- Typ: Kommunikation steuern:
  - Begründung: Um möglichst wenig Angriffsfläche zu bieten, sollte man hervorheben, dass die Sicherheit für die Velofahrenden im Vordergrund steht und nicht der Platzbedarf für bspw. 2m 20cm breite Velobahnen.
  - Priorität: 1
- Autofreie Zone in der Innenstadt vergrössern
- Veloparking vor Einkaufszentren verbessern (Loeb, Migros, Coop)

2.

- Sicherheit für Velofahrer/innen erhöhen. Vortrittsregelung verbessern. Rechtsabbiegen immer erlauben.

*Kasten „Ansätze zur Veränderung von Mobilitätskultur“:*

Extern:

- Typ: Sich mit den Besten messen:
  - Möglicher Ansatz: Mikael Colville-Andersen (Velobotschafter Kopenhagens) bewertet die (Velo-)Stadt Bern heute (IST-Zustand). In 5 und 10 Jahren neue Bewertungen.
  - Priorität: 2

*Kasten „Kommunikation“:*

- Der Begriff Langsamverkehr passt nicht zum schnellsten Verkehrsmittel in der Stadt. Bspw. mit dem Begriff „Velocity“ (Geschwindigkeit) arbeiten.
- Typ: Anlässe:
  - Mögliche Ansätze: Publiday im Rahmen der Tour des Suisse vom 21. Juni in Bern allenfalls als Startanlass nutzen.
- Signalisation und Werbung für den respektvollen Umgang im Verkehr.

3.

- Frühlingskampagnen. Motivationsposter.
- Business und Velo: Bekenntnis zum Velofahren in allen Branchen fördern, Image: Velofahren gehört zum modernen Lebensstil (Bilder von im Wind flatternden Anzügen): Best-practice-Beispiele von Unternehmen/Organisationen/Ämtern suchen und aufzeigen.

4. → Mögliche Vorbild-Rollen definieren

5.

- Kommunikationskonzept (für die Fachstelle Fuss- und Veloverkehr) erarbeiten, für eine regelmässige Kommunikation. Die Realisierung grösserer Projekte gezielt in Medien ankündigen. Moderne Medien (Internet, Youtube, Facebook etc.) besser und gezielt nutzen.

6. Thema: Informationsmaterial über Velofahren in Bern
7. Massnahme: Vorhandenes Material überprüfen / ergänzen, Karten zu Velowegen (Zielgruppen-passgenau: für schnelle Velofahrer, für „Sonntagsfahrer“, für Kinder ...); Material auch ins Neubürger-Set (soweit nicht bisher schon gemacht);
8. Informationsmaterial im Internet überprüfen, z.B. Blog über Veloverkehr in Bern
9. Typ: Information, Sensibilisierung
10. Anmerkung: wird schon gemacht, muss „nur“ ergänzt werden
11. Z. B. ProVelo grosses Wissen vorhanden

*Kasten „Lebensstile und Orientierungen“:*

- Typ: Bevölkerung ansprechen:
    - Möglicher Ansatz: Velofahren bzw. Autofreiheit ist bereits Lebensstil (53 % autofreie Haushalte). Berner und Bernerinnen müssen nur noch dazu stehen -> Werbekampagnen durchführen.
    - Priorität: 2
  - Typ: Teilen statt besitzen:
    - Möglicher Ansatz: Flächendeckendes Veloverleihsystem (à la Velospot in Biel) rasch einführen.
    - Priorität: 2
  - Mein Velo und ich. Das Velo gehört zu mir als Berner/-in. Ich kann es in den ÖV nehmen, in den Zug und wenn möglich gibt es Abstellplätze in Gebäuden oder überdacht im Aussenbereich.
12.
    - Das Velo ist nicht nur ein Fortbewegungsmittel, sondern es ist ein Statussymbol und gehört zum Lifestyle. Die Velos sind in öffentlichen Einrichtungen, Restaurants u. ä. nicht hinter dem Haus versteckt, sondern können präsent abgestellt werden.
  13.
    - Thema: Cargo-Bikes
    - Massnahme: Text-Aktionen für Cargo-Bikes veranstalten, bspw. Familien dürfen einen Monat ein Cargo-Bike testen, vielleicht Gutschein ins Neubürger-Set
    - Typ: Service
    - Anmerkung:
      - \_ warme Jahreszeiten nutzen
      - \_ Gespräche mit z. B. Caki-Bike schon im Gange
      - \_ organisatorisch relativ leicht umzusetzen

- Thema: Kindern Lust am Velo vermitteln, Nachwuchs schaffen  
Massnahme: Aktionen / Veranstaltungen an Schulen, auf verschiedene Altersgruppen ausgerichtet. Mit bisherigen Massnahmen koordinieren (Verkehrserziehung), Fokus liegt auf dem Spass am Velo. Beispiele: Stadttour mit Velo, Gewinnaktionen, testen von verschiedenen Velos (auch: Einräder, E-Bikes, BMX...); Eltern mit einbeziehen  
Typ: Image, Sensibilisierung  
Anmerkung: \_ schon laufende Massnahmen lassen sich erweitern  
\_ warme Jahreszeit nutzen