

## Velo-Bingo und Velosicherheitscheck

---

### Ziel

Veloförderungsaktionen im Betrieb sollen den Anteil der Velofahrten am betrieblichen Verkehr (Pendler und Fahrten während der Arbeit) erhalten und möglichst nachhaltig steigern. Wir schlagen hier beispielhaft zwei einfache, preisgünstige Aktionen vor, die fast in jedem Betrieb auch kurzfristig realisiert werden können und bereits mit sehr positivem Echo erprobt wurden.

Beide Aktionen können mehrere Ziele kombinieren:

- ⚡ Sie belohnen und bestärken die bereits Velofahrenden für ihr vorbildliches Tun.
- ⚡ Sie geben Anreiz zum probeweisen Um- und Aufsteigen.
- ⚡ Sie können der Betriebsleitung Hinweise geben, was weiter für die Veloförderung unternommen werden kann.
- ⚡ Sie geben einen attraktiven Rahmen, um über die Möglichkeiten des Velos zu informieren.
- ⚡ Sie dienen der Imagepflege (intern, aber auch nach aussen).

### Grundvarianten

- ⚡ **Velobingo:** Während der Velowoche wird täglich eine bestimmte Zahl zufällig ausgewählter MitarbeiterInnen am Arbeitsplatz angerufen. Sind sie mit dem Velo da, erhalten sie eine Belohnung (z.B. Fr. 20.-, Kantinen-Gutschein, REKA-Check usw.). Wenn nicht, geht der Preis an andere Velofahrer (z.B. via Jackpot oder es werden mehr Personen angerufen). Diese Aktion eignet sich für jeden Betrieb, egal ob gross oder klein, egal ob an mehreren Standorten zerstreut.
- ⚡ **Velosicherheitscheck:** Die Firma „mietet“ z.B. für einen halben Tag einen Velomechaniker, der an sämtlichen Velos am vereinbarten Standort (z.B. im Firmen-Velokeller) Licht (samt obligatorischen Reflektoren!) und Bremsen in Stand stellt. (Motto „Firma X-Radler fahren sicher“). V. a. dort geeignet, wo Velos an einem oder zwei Standorten zusammengefasst werden können. Kleinere Betriebe können sich dazu mit Nachbarbetrieben zusammentun.

### Tipps zur Durchführung

#### ⚡ Varianten

Die Aktionen sind beliebig variierbar und kombinierbar, z.B. mit einem Spezialpreis für den längsten Velo-Arbeitsweg, Sonderverlosung unter den „Aufsteigern der Woche“, Deponierung einer Reparaturbox und Velopumpe beim Abwart/Portier, Firmenausflug mit dem Velo, verbilligte Abgabe des Velostadtplans, Abklärung des Velopotentials und der Förderungsmöglichkeiten im Betrieb, Aushandeln eines Firmenrabatts beim Velohändler, Montieren guter, gedeckter Veloständer möglichst nahe beim Eingang u.s.w. u.s.f

#### ⚡ Vorankündigung, Information der MitarbeiterInnen

Die Aktionen werden, wenn irgend möglich angekündigt, um die Noch-nicht-RadlerInnen anzuspornen. Je nach Betrieb bieten sich verschiedene Kanäle an: Personalzeitung, Klein-Plakate (Schwarzes Brett, Lift, Velokeller). Günstig ist ein

Bild (Foto, Signet Velo-Alltag), kurzer Text: was passiert und weshalb sich die Firma engagiert, was Velofahren den MitarbeiterInnen bringt etc.  
Die IG Velo Schweiz verfügt über diverse Mustertexte, die allerdings den Gegebenheiten anzupassen sind.

#### ## **Und die (noch) nicht-velofahrenden Bingo-KandidatInnen?**

Natürlich könnte man beim Bingo auch öV-Benutzer belohnen. Allerdings spricht vieles dafür, den Schwerpunkt ganz klar auf das Velofahren zu legen: Wer den öV benutzt, profitiert bereits von substantiellen Subventionen der öffentlichen Hand, gerade in Pendler-Stosszeiten ist der öV oft überlastet und lädt damit Autofahrer nicht eben zum Umsteigen ein; und schliesslich wäre es, um gesund und beweglich (eben mobil) zu bleiben, für manchen öV-Benutzer zu empfehlen, ab und zu aufs Velo zu steigen und wenn's nur für ein paar Stationen ist. (Im übrigen haben einige auch gute Gründe für das Auto). Es wäre schade, die (noch) nicht-velofahrenden MitarbeiterInnen mit der Nachricht, sie hätten nun halt nichts gewonnen, vor den Kopf zu stossen. Es sollte deshalb auch mit ihnen kurz gesprochen werden, aber keinesfalls in belehrender Art. Man kann sie z.B. fragen: Wie viele km lang ist Ihr Arbeitsweg? Wenn unter 5 km: Wie lange brauchen Sie mit Auto/öV. Wie lange schätzen Sie, bräuchten Sie mit dem Velo? Was müsste anders sein, dass Sie mit dem Velo kommen könnten? Vielleicht gibt das dem einen oder andern Anreiz, es doch mal zu versuchen?

#### ## **Auswertung**

Durch die Nachbearbeitung kann die Wirkung der Aktion vertieft werden. Sehr wirkungsvoll ist ein Bericht in der Mitarbeiterzeitung oder (noch besser, weil es andere Betriebe zum Nachmachen animieren könnte und den Imageeffekt für die Firma verstärkt) in anderen Medien (je nachdem Tageszeitung, Quartierzeitung o.ä.). Besonders für die firmeninterne-Kommentierung empfehlen sich persönlich gehaltene Mini-Interviews mit einigen Velofahrern (morgens im Velokeller) resp. einigen Gewinnern, möglichst mit Foto (mit/auf dem Velo!), möglichst verschiedene Berufsgattungen/"Stufen" usw. Fragen z.B.: Ein besonderes, positives Erlebnis auf dem Velo? Warum fahren Sie mit dem Velo zur Arbeit? Wie viele km? Wie lange brauchen Sie dafür, wie lange hätten Sie wohl mit dem öV/Auto? Wie würden Sie andere MitarbeiterInnen zum Velofahren ermuntern? Was würden Sie sich wünschen, damit Velofahren sicherer und attraktiver wird?

**Eine Kampagne der IG Velo Schweiz  
IG Velo Schweiz, Postfach 6711, 3001 Bern  
Tel. 031-371 18 36, Fax 031-376 03 25  
PC 34-2641-5**

Bern/Basel, 21.04.98

---

Quelle:

Velo-Bingo und Velosicherheitscheck - Ein Kampagne der IG Velo Schweiz, Bern/Basel, 21.04.1998

