

UEFA Women's EURO 2025 Host City Bern

Schlussbericht



Quelle: Ballzauber

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Ausgangslage	4
2. Ziele der Host City Bern	4
3. Projektorganisation EURO 2025 Bern	5
4. Nachhaltigkeit.....	6
4.1 Im Allgemeinen	6
4.2 Legacy im Besonderen	7
5. Fan Zonen und Fan Walks	8
5.1 Fan Zone Bundesplatz	8
5.1.1 Gestaltung und Programm	8
5.1.2 UEFA-Sponsoren	8
5.1.3 Lokale Host City Supporter.....	8
5.1.4 Hospitality-Lounge.....	8
5.2 Corner Waisenhausplatz.....	9
5.3 Rahmenprogramm.....	9
5.4 Fan Walks.....	9
5.5 Ästhetik und Kommerzialisierung	10
5.6 Organisation	11
5.7 Betrieb.....	11
6. Gästemanagement	12
6.1 Gästebetreuung	12
6.2 Information	12
6.3 Freiwillige (Volunteers)	12
6.3.1 Rekrutierungsprozess	12
6.3.2 Einsatzorte und Aufgaben der Volunteers	13
6.3.3 Evaluation des Volunteer-Einsatzes	13
6.3.4 Fazit.....	13
7. Marketing und Kommunikation	14
7.1 Konzept.....	14
7.2 Events und Massnahmen im Vorfeld	15
7.3 Werbung	16
7.4 Weitere Marketingmassnahmen.....	16
7.5 Kommunikationskanäle	17
7.6 Merchandise.....	18
7.7 Branding Fan Zonen	18
7.8 Host City Dressing	18

7.9	Kommunikation mit den Gästen und Fans.....	19
7.10	Medien	19
8.	Sicherheit.....	20
8.1	Organisation	20
8.2	Führungsraum.....	21
8.3	Personenbegrenzung Fan Zone Bundesplatz.....	21
8.4	Bewachung	21
8.5	Orts- und Gewerbepolizei.....	21
8.6	Awareness-Team	21
8.7	Rettungsdienst.....	22
9.	Öffentlicher Raum	22
9.1	Aktivitäten im öffentlichen Raum	22
9.2	Sanitäre Anlagen	22
9.3	Reinigung und Abfallentsorgung.....	22
10.	Verkehr	23
10.1	Öffentlicher Verkehr	23
10.2	Fuss- und Veloverkehr	23
10.3	Motorisierter Individualverkehr	23
10.4	Kinderwagenparkplätze und Schliessfächer.....	23
10.5	Fazit.....	23
11.	Finanzierung EURO 2025 Bern.....	23
12.	Fazit	25
12.1	Allgemeines.....	25
12.2	Zusammenarbeit mit Partner*innen.....	25
12.3	Kommerzielle Auswirkungen	26
12.4	Kritische Punkte/Verbesserungspotenzial	26
12.4.1	Erweiterungen Projektorganisation	26
12.4.2	Finanzielle Beiträge Kanton und Bund	26
12.4.3	UEFA-Sponsoren	26
12.4.4	Verkehr	26
12.5	Gesamteinschätzung	27

1. Ausgangslage

Die UEFA Women's EURO ist Europas grösste frauenspezifische Sportveranstaltung. Eine Schweizer Bewerbung für diesen Anlass erschien für die Stadt Bern gleich zu Beginn aus verschiedenen Gründen unterstützungswürdig. Fussball ist nicht nur bei den Männern und Knaben äusserst beliebt, sondern ebenfalls bei den Frauen und Mädchen. Die Stadt Bern galt als Austragungsort der Spiele und Host City als hervorragend geeignet. Schliesslich verfügt sie mit dem Wankdorf Stadion über 31 000 Plätze für Zuschauende. Zudem liegt die Stadt Bern im Herzen der Schweiz und ist mit diversen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Ausserdem hat die Stadt Bern mit der UEFA EURO 2008, mit der Eishockey-Weltmeisterschaft oder der Kunstrturn-Europameisterschaft gezeigt, dass sie Grossanlässe organisieren und erfolgreich durchführen kann. Durch solche Anlässe ergeben sich der Stadt Bern hervorragende Gelegenheiten, sich der Welt zu präsentieren und sich weiter als Sportstadt etablieren zu können. Ebenfalls kann die Stadt Bern der eigenen Bevölkerung sowie deren Besuchenden durch solche Anlässe hochstehende Erlebnisse bieten, von welchen auch längerfristig profitiert werden können.

Mit der Unterstützung der betroffenen Gemeinden und Kantone sowie des Bundes hat der Schweizerische Fussballverband (SFV) am 12. Oktober 2022 bei der UEFA die Schweizer Kandidatur eingereicht.

Am 4. April 2023 hat die Schweiz den Zuschlag für die Durchführung der EURO 2025 erhalten. Am 16. Dezember 2024 fand die Auslosung der Spielpaarungen statt.

Die UEFA Women's EURO fand vom 2. bis 27. Juli 2025 an acht Spielorten in der Schweiz statt. Teams aus 16 europäischen Ländern bestritten insgesamt 31 Spiele. Im Stadion Wankdorf wurden vier Spiele ausgetragen:

3. Juli 2025	Spanien–Portugal	Gruppenspiel
6. Juli 2025	Schweiz–Island	Gruppenspiel
11. Juli 2025	Italien–Spanien	Gruppenspiel
18. Juli 2025	Spanien–Schweiz	Viertelfinal

2. Ziele der Host City Bern

Das Projektteam der Host City Bern verfolgte mit der EURO 2025 drei übergeordnete Ziele:

- Erstens wollte es die EURO 2025 in Bern zu einem unvergesslichen Gesamterlebnis für Einheimische und Gäste machen und den Besuchenden ein unvergessliches Sommerfussballfestival mit magischen Momenten für alle bieten.
- Zweitens sollte die EURO 2025 in Bern zum meistbesuchten und attraktivsten Frauensportanlass aller Zeiten werden.
- Drittens wollte es die EURO 2025 nutzen, um den Mädchen und Frauen im Fussball, im Sport und in der Gesellschaft einen substanzuellen und nachhaltigen Schub zu verleihen (Legacy).

3. Projektorganisation EURO 2025 Bern

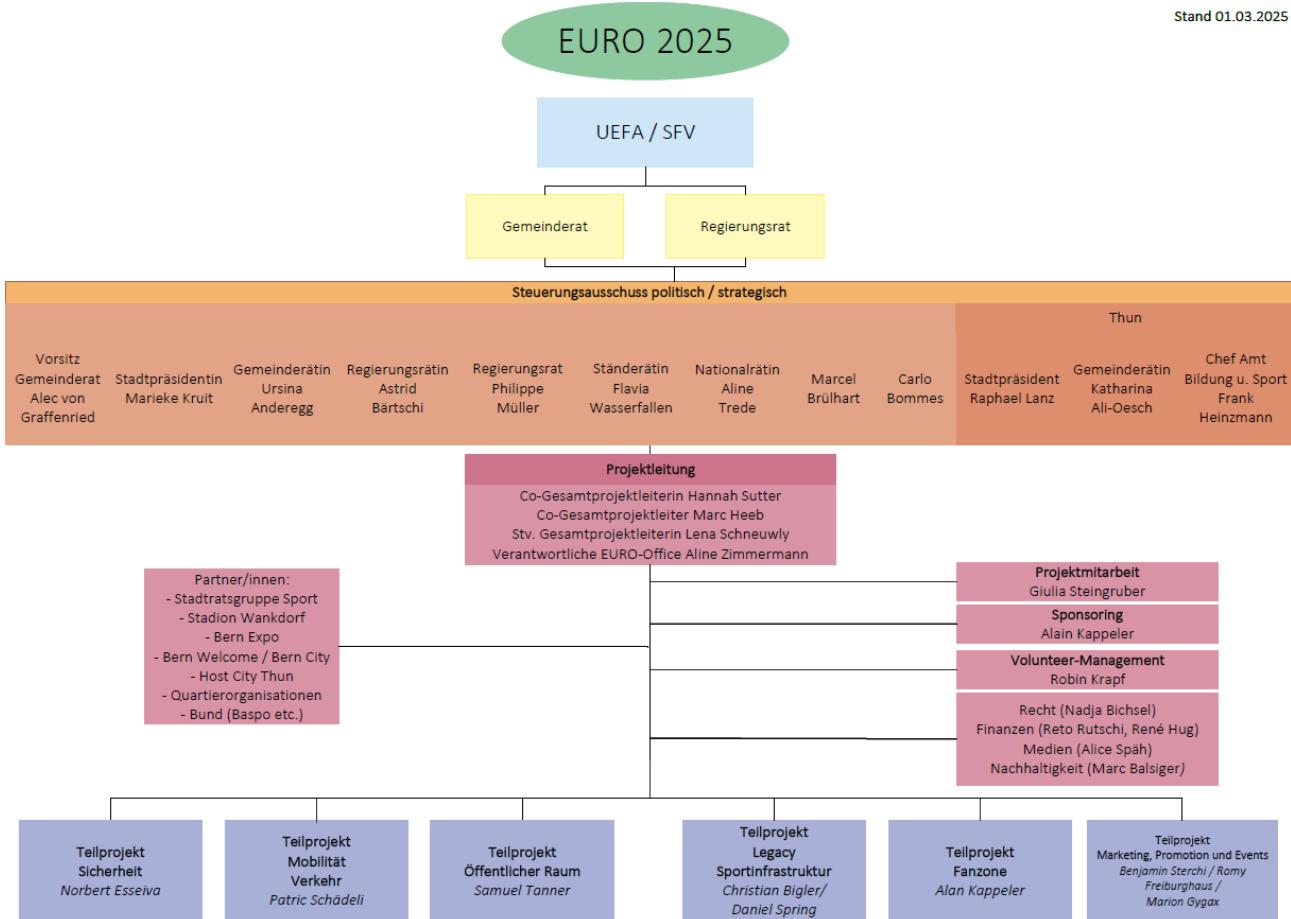


Abbildung 1: Organigramm EURO 2025 Bern

Die Projektorganisation wurde fortlaufend aufgebaut und weiterentwickelt. Der politisch-strategische Steuerungsausschuss, bestehend aus Vertreter*innen der Host Cities Bern und Thun, des Kantons Bern, des eidgenössischen Parlaments sowie zwei strategischen Beratern, ermöglichte eine zielgerichtete Abstimmung in verschiedenen Themenbereichen. Insgesamt fanden drei Sitzungen des Steuerungsausschusses statt – am 3. April 2024, 1. November 2024 und 24. März 2025. Dabei informierten die beiden Host Cities über den Stand der Vorbereitungsarbeiten sowie über bestehende Herausforderungen.

Die Zusammenarbeit mit allen städtischen Stellen wurde durchwegs positiv beurteilt. Auch der Austausch mit dem Kanton Bern verlief konstruktiv. Insbesondere der Dialog in der regionalen Arbeitsgruppe Legacy bestehend aus Vertreter*innen der Sportämter von Bern und Thun, des Kantons, des Fussballverbands Bern-Jura (FVBJ) sowie des SFV sowie die Unterstützung des Kantons bei der Eingabe der Gesuche an den Sport- und Lotteriefonds trugen massgeblich zum Erfolg des Projekts bei.

Während der UEFA Women's Euro 2025 arbeitete das Projektteam zudem mit lokalen Host City Supportern zusammen. Weitere Informationen dazu finden sich in Kapitel 5.1.3.

4. Nachhaltigkeit

4.1 Im Allgemeinen

In der Nachhaltigkeit setzte die Host City Bern auf eine Kreislaufwirtschaftsstrategie, die ökologische, soziale und ökonomische Aspekte gleichwertig berücksichtigte. Ziel war es, Ressourcen schonend einzusetzen, Abfall zu vermeiden und Wiederverwendung zu fördern, während gleichzeitig soziale Verantwortung und regionale Wert schöpfung gestärkt werden sollten.

Bei der Ausarbeitung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie orientierte sich die Host City Bern an den Sustainable Development Goals («SDGs») der UNO sowie an den strategischen Grundlagen von Bund und Stadt (u. a. [Nachhaltige Entwicklung 2030 des Bundes](#) sowie [Rahmenstrategie Nachhaltige Entwicklung](#), [Leitbild zur nachhaltigen Beschaffung](#) und [Checkliste für nachhaltige Veranstaltungen](#) der Stadt Bern. Zusätzlich flossen die Empfehlungen des [Schweizer Verbands für nachhaltige Events \(SVNE\)](#) ein. In einem Workshop mit einem externen Nachhaltigkeitsexperten und den Teilprojektleitenden wurden die SDGs 5 (Geschlechtergleichheit), 12 (verantwortungsvoller Konsum und Produktion), 13 (Massnahmen zum Klimaschutz) und 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele) als Schwerpunkte definiert. Darauf basierend wurden konkrete Handlungsmassnahmen, das Nachhaltigkeitskonzept und die Host City Bern Nachhaltigkeitscharta erarbeitet. Die Charta entstand in Zusammenarbeit mit den sieben weiteren Host Cities und wurde von jeder Host City mit ihren individuellen Massnahmen ergänzt.

Die Umsetzung der Massnahmen wurde systematisch dokumentiert (vgl. Beilage 1). Bei Beschaffungen orientierte sich die Host City Bern am Leitbild Nachhaltige Beschaffung in der Stadt Bern und prüfte konsequent Alternativen wie Miete oder Verzicht. Wo Anschaffungen nötig waren, wurde bereits im Voraus die Weiterverwendung geplant. So konnte das gesamte Branding-Material an interessierte Personen sowie an das Atelier Machart, die Hochschule der Künste und «Boat2Bag» weitergegeben werden, die daraus neue Produkte wie Taschen oder Rucksäcke herstellten.

Zur Abfallvermeidung wurden in der Innenstadt zusätzliche Abfalltrennstationen aufgestellt (vgl. dazu Kapitel 9.3), welche dank gezielter Sensibilisierung gut genutzt wurden. In den Fan Zonen kamen zudem Mehrweggesellschirr und ein Pfandsystem für PET-Flaschen zum Einsatz.

Mit «Circular Tour de Suisse» stand in der Fan Zone zudem ein starker Nachhaltigkeitspartner im Einsatz. Im «Circular Cube» auf dem Bundesplatz wurden Besuchende sensibilisiert und Podcasts rund um das Thema Kreislaufwirtschaft produziert. Die gesamte Infrastruktur im Circular Cube, wie Sofas, Lampen und Tische bestand aus wiederverwendeten Materialien.

Ein zentrales Element der ökologischen Nachhaltigkeit war die ÖV-Ticketintegration: Im Matchticket war die schweizweite Nutzung des öffentlichen Verkehrs (ÖV) enthalten. An den Spieltagen wurden beim Stadion Wankdorf Parkplätze für Kinderwagen, Fahrradanhänger sowie zusätzliche Velostellplätze eingerichtet. Aufgrund der späten Anspielzeiten wurden die Kinderwagen-Parkplätze jedoch nur selten genutzt.

Beim Aufbau der Fan Zonen wurde auf Barrierefreiheit geachtet, unter anderem durch Rollrampen bei erhöhten Bauwerken. Zudem wurde ein vielfältiges gastronomisches Angebot mit vegetarischen und veganen Optionen bereitgestellt. Das Thema Trinkwasser spielte ebenfalls eine wichtige Rolle: Brunnen wurden beschriftet, zusätzliche Wasserstellen eingerichtet und gemeinsam mit «Wasser für Wasser (WfW)» fand ein «Clean-Up Day» u. a. mit Noa Schärz und Fabian Lustenberger statt, um mit dem Sammeln von Zigarettenstummeln auf die oft unterschätzte Umweltbelastung durch Littering aufmerksam zu machen.

Um das Mikroklima in den Fan Zonen zu verbessern, wurden Pflanzen gemietet und aufgestellt sowie Ruhe- und Aufenthaltsbereiche geschaffen, die zum Verweilen einluden.

Weitere Massnahmen – etwa der Einsatz eines Awareness-Teams (Kapitel 8.6) oder das familienfreundliche Unterhaltungsprogramm (Kapitel 5.3) – werden in den jeweiligen Kapiteln vertieft dargestellt.

4.2 Legacy im Besonderen

Die Legacy – das nachhaltige Vermächtnis der EURO 2025 – bildete einen zentralen Bestandteil des Projekts. In der regionalen Arbeitsgruppe Legacy wurden vielfältige Massnahmen entwickelt, um Mädchen und Frauen im Fussball, im Sport und in der Gesellschaft längerfristig zu stärken.

Die Stadt Bern setzte im Rahmen der EURO 2025 folgende Legacy-Massnahmen um:

- Unterstützung des FVBJ bei der Finanzierung einer Legacy-Stelle sowie diverser Projekte zur Erhöhung der Anzahl Trainerinnen, Schiedsrichterinnen, Funktionärinnen und Torspielerinnen.
- Ausbau der KIDS-Kurse und Erweiterungen im freiwilligen Schulsport (durch neue Girls-only-Angebote).
- Schnuppervormittage für Mädchen in Zusammenarbeit mit Stadtberner Vereinen.
- Kleinere Infrastrukturmassnahmen auf städtischen Fussballplätzen zugunsten des Mädchen- und Frauensports (u. a. Garderobenaufwertungen, mobile Beleuchtungen, langlebige Play-More-Tore).
- Finanzielle Unterstützung des «Sportheldinnen»-Projekts von IdéeSport.
- Finanzielle Unterstützung des Buch- und Podcastprojekts «Das Recht zu kicken» von Marianne Meier und Monika Hofmann.
- Anschaffung eines mobilen «Berner Ballzauber»-Fussballfeldes, das seit März 2025 bereits an mehreren Standorten im Einsatz war.
- Bau zweier Normfussballfelder auf der Grossen Allmend, die nach der exklusiven Nutzung durch den BSC YB von Juni bis September 2025 an den Breitensport übergingen.
- Sanierung der Rasenfläche im Stadion Neufeld, die nach der EURO 2025 ebenfalls an den Breitensport überging.

Die Burgergemeinde Bern übernahm sämtliche Kosten im Zusammenhang mit den genannten Massnahmen des FVBJ und leistete somit einen wichtigen Beitrag im Bereich Legacy.

Zusätzlich zur Stadt Bern und zum FVBJ setzte auch der Kanton Bern verschiedene Legacy-Massnahmen um. Detaillierte Berichte dazu finden sich in 0 (Bericht Legacy Sportamt Stadt Bern), 0 (Bericht Legacy FVBJ) und 0 (Zwischenbericht Legacy Kanton Bern).

Erste Zahlen stimmen zuversichtlich: Innerhalb von knapp zwei Jahren konnte die Region Bern-Jura bei den Trainerinnen, Schiedsrichterinnen und Funktionärinnen Zuwachsraten von 28, 50 und 24 % verzeichnen. Außerdem werden viele Massnahmen auch nach 2025 weitergeführt, um das Vermächtnis der EURO 2025 längerfristig zu sichern. Die neu geschaffenen Angebote des Sportamts der Stadt Bern bei den KIDS-Kursen und im freiwilligen Schulsport sowie die Schnuppervormittage für Mädchen konnten in das ordentliche Budget des nächsten Jahres überführt werden. Die Legacy-Stelle beim FVBJ wird gemäss Entscheid des Zentralvorstands vom 18. September 2025 auch im nächsten Jahr weiterbestehen. Das mobile Berner Ballzauber-Spielfeld ist aktuell beim FC Zollikofen als Zwischennutzung in Gebrauch.

Neben den oben erwähnten Massnahmen unterstützte die Host City Bern auch die Einführung eines ökologischen Greenkeepings. Dieses bleibt über die EURO 2025 hinaus bestehen und kommt künftig auf allen städtischen Rasenflächen zum Einsatz.

Der beim Corner Waisenhausplatz gezeigte Film «Unstoppable» verzeichnete im Juli 2025 rund 12 000 Eintritte und wurde nach dem Turnier in ein 16:9-Format konvertiert, um ihn weiterhin kostenlos – u. a. in Schulen oder Vereinen – nutzen zu können (vgl. Kapitel 5.2).

Als Erinnerung an die EURO 2025 wurde ein Dokumentarfilm produziert, der die EURO 2025 in Bern sowie die Erfahrungen und Erlebnisse ausgewählter Protagonist*innen bei den letzten Vorbereitungen und während des Turniers beleuchtet. Die Premiere ist für Februar 2026 geplant.

5. Fan Zonen und Fan Walks

5.1 Fan Zone Bundesplatz

5.1.1 Gestaltung und Programm

Auf dem Bundesplatz entstand im Rahmen der EURO 2025 eine Fan Zone mit einem vielseitigen sportlichen, kulturellen, musikalischen und gastronomischen Angebot. Dieses umfasste neben Public Viewing sämtlicher Spiele der EURO 2025, 24 Gratiskonzerte mit vielen lokalen, regionalen und Schweizer Künstler*innen, DJ-Sessions und Moderationen, ein Fussball-Village mit diversen fussballbezogenen Aktivitäten, ein Riesenrad, eine Hospitality-Lounge und diverse gastronomische Angebote.

Die Fan Zone Bundesplatz war vom 1. bis 27. Juli 2025 täglich von 14:30 bis ca. 23:30 Uhr geöffnet; das Riesenrad startete seinen Betrieb jeweils bereits um 11:00 Uhr. Der Eintritt in die Fan Zone war für alle Besuchenden kostenlos.

Die Gestaltung der Fan Zone Bundesplatz erfolgte so, dass der traditionelle Wochenmarkt (Märit) weiterhin stattfinden konnte. Dies erforderte ein mobiles Konzept sämtlicher Bauten und Elemente, die im Bereich des Märits zu stehen kamen. Der Austausch mit den Marktverantwortlichen verlief konstruktiv und wurde von beiden Seiten geschätzt. Dank des mobilen Settings konnte der Platz je nach Personenaufkommen zudem grösser oder kleiner gemacht werden – ein Konzept, das auch für künftige Anlässe auf dem Bundesplatz interessant sein dürfte.

5.1.2 UEFA-Sponsoren

Während der vier Eventwochen waren verschiedene Sponsoren der UEFA mit eigenen Ständen und/oder Aktivierungen präsent – Swisscom, Lidl, Visa und Axa auf dem Bundesplatz, VW und Pepsi auf dem Bärenplatz. Die Stände und Aktivierungen waren täglich von 14:30 bis 23:30 Uhr geöffnet und wurden von den Besuchenden sehr geschätzt. Auch die Sponsoren zogen nach den vier Wochen allesamt eine überaus positive Bilanz und lobten Bern als attraktivste Fan Zone der EURO 2025 in der Schweiz.

5.1.3 Lokale Host City Supporter

Die Host City Bern durfte vier lokale Host City Supporter ernennen, die sie bei der Kommunikation und Bewerbung ihrer Aktivitäten sowie bei der Ausrichtung der EURO 2025 unterstützten. Die vier lokalen Host City Supporter in Bern waren:

- **Bern Welcome** gemeinsam mit Made in Bern – als regionale und kantonale Tourismusorganisationen
- **Radio NRJ Bern** – als reichweitenstarker Radiopartner mit starker lokaler Verankerung
- **Berner Zeitung** – als regionales Medienhaus für Print und Online
- **Circular Tour de Suisse** – als innovative Initiative zur Förderung der Kreislaufwirtschaft

Mit Ausnahme der Berner Zeitung waren alle lokalen Host City Supporter mit Angeboten und Aktivitäten in der Fan Zone Bundesplatz vertreten. Auch sie zogen nach der EURO 2025 eine sehr positive Bilanz.

5.1.4 Hospitality-Lounge

Die Hospitality-Lounge mit freier Sicht auf Bühne und Grossleinwand konnte exklusiv für Anlässe von Kund*innen und Mitarbeitende gebucht werden. Das Angebot wurde rege genutzt und sehr geschätzt. Zudem erwies sich die Lounge mit ihrer Terrasse wiederholt als wertvoller Standort für Medien, die direkt aus der Fan Zone berichteten.

5.2 Corner Waisenhausplatz

Der Corner Waisenhausplatz wurde unter dem Label des Berner Ballzaubers bewusst ganz ohne Kommerz gestaltet. Auf dem Waisenhausplatz rückte die Host City Bern künstlerische, gesellschaftliche und spielerische Elemente in den Mittelpunkt und legte dabei einen besonderen Fokus auf die Geschichte des Frauenfussballs. Als markanter Blickfang wurde ein zehn Meter hoher Kubus realisiert. Darin wurde vom 1. bis 27. Juli 2025 täglich zwischen 14:30 und 21:30 Uhr alle 20 Minuten die immersive Filmshow «Unstoppable» zur bewegten Geschichte und möglichen Zukunft des Frauenfussballs gezeigt, ein packendes Erlebnis mit Tiefgang, das zum Denken und Diskutieren anregen sollte. Rund um den Kubus wurde der Waisenhausplatz während vier Wochen zur Bühne für Spiel, Sport und Begegnungen. Auf dem mobilen Fussballfeld (10x15 Meter) mit Tribüne mit 150 Sitzplätzen wurden verschiedene auch inklusive Turniere ausgetragen. Daneben stand das Feld allen Besuchenden zum freien Spiel offen. Abgerundet wurde das Angebot durch eine stimmungsvolle Sommer-Lounge mit gemütlicher Sportsbar, die zum Geniessen und Verweilen einlud. Hier wurden ebenfalls sämtliche Spiele der EURO 2025 gezeigt.

5.3 Rahmenprogramm

Neben Public Viewing, Live-Konzerten, DJ-Sets, Strassenkünstler*innen sowie Theateraufführungen sorgten auch innovative Formate wie eine Ü60-Disco für überraschende und generationenübergreifende Begegnungen. Für Kinder, Jugendliche und Familien bot das Programm zahlreiche Höhepunkte – von Turnierspieltagen auf dem mobilen Fussballfeld bis hin zu einem eigens aufgebauten Fussball-Village mit zwei Fussball-Ringen für die Kleineren und die Kleinsten, Subsoccer-Anlagen, TEQ-Ball-Tischen und einem technischen Parcours. Emotional besonders prägend waren die Tagi-EM, die Mädchentrainings mit den YB Frauen sowie der festliche Empfang des Schweizer Nationalteams und der YB Frauen – den Schweizermeisterinnen 2025 – auf dem Bundesplatz. Ergänzt wurde das Angebot durch eine Tavolata mit «Bern ist Bio» inklusive Food Talk, bei der Kulinarik, Nachhaltigkeit und Sport auf genussvolle Weise verbunden wurden.

Für die weiteren Programmaktivitäten wurden vier thematische Schwerpunkte definiert. Mit Tanzworkshops, morgendlichen Yoga-Lektionen, Theateraufführungen, dem Einbezug lokaler Vereine und vielen weiteren Formaten entstand für jede Besucherin und jeden Besucher ein abwechslungsreiches Erlebnis.

Themenwochen im Überblick:

- Woche 1: Respekt und Fairplay
- Woche 2: Ehrenamtlich engagiert
- Woche 3: Sport und Ernährung
- Woche 4: Glück und Zufriedenheit

Das vielseitige Rahmenprogramm erwies sich als entscheidender Erfolgsfaktor der EURO 2025 in Bern. Es gelang, Sport, Kultur und Gemeinschaft auf einzigartige Weise zu verbinden und den Frauenfussball mitten in die Stadt – und in die Herzen der Menschen – zu tragen. Durch die Mischung aus Emotionen, Bewegung, Unterhaltung, Kulinarik und sozialem Engagement wurde die EURO 2025 in Bern zu einem bewegenden sportlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Gemeinschaftserlebnis für alle – unabhängig von Alter und Geschlecht.

Die Fan Zonen in Bern verzeichneten vom 1. bis 27. Juli 2025 über 500 000 Besuchende und waren damit schweizweit weitaus am besten besucht.

Eine detaillierte Übersicht über das gesamte Rahmenprogramm der Host City Bern während der EURO 2025 findet sich in 0.

5.4 Fan Walks

Alle Gastnationen (mit Ausnahme von Italien) organisierten in Zusammenarbeit mit der Host City Bern einen Fan Walk. Vor den Partien am 3. und 11. Juli 2025 mit Spanien gegen Portugal respektive Italien gegen Spanien starteten die Fan Walks am Viktoriaplatz und zogen durch das Breitenrainquartier zum Stadion Wankdorf. Vor dem Spiel Schweiz gegen Island am 6. Juli 2025 sowie vor dem Viertelfinale Spanien gegen Schweiz am

18. Juli 2025 starteten die Fan Walks in der Fan Zone auf dem Bundesplatz und führten am Zytgloggen vorbei durch die Altstadt über die Nydeggbrücke den Aargauerstalden hinauf zum Stadion Wankdorf.

Die möglichen Beeinträchtigungen der Fan Walks für das Nordquartier wurden im Vorfeld analysiert und die Quartierorganisationen über die bevorstehenden Veranstaltungen informiert. Das fröhliche, disziplinierte und friedliche Verhalten sämtlicher Fans sowie genügend sanitäre Einrichtungen entlang der Route der Fan Walks sorgten für eine entspannte und ausgelassene Atmosphäre an den vier Spieltagen. Die Fan Walks vor den Spielen des Schweizer Nationalteams setzten zudem neue Massstäbe: Am 6. Juli 2025 nahmen rund 14 000 Personen teil – ein neuer Rekord für einen Fan Walk an einer Frauenfussball-EM. Am 18. Juli 2025 wurde dieser Rekord mit über 25 000 Teilnehmenden nochmals deutlich übertroffen und damit ein weiteres Mal Geschichte geschrieben.

5.5 Ästhetik und Kommerzialisierung

Was die Ästhetik anbelangt, wurde im Gegensatz zu anderen Host Cities grosse Rücksicht genommen. Vermarktungsflächen standen grundsätzlich nur auf dem Bundes-, Bären- und Bahnhofplatz zur Verfügung. Zudem wurde die Gestaltung von Verkaufsständen sowie der Auftritt der UEFA-Sponsoren wesentlich restriktiver als in anderen Austragungsstädten gehandhabt. Weiter wurde das UEFA-Branding in der Fan Zone Bundesplatz und entlang der Routen der Fan Walks nur dezent eingesetzt. Und auch beim Host City Dressing wurde darauf geachtet, dass dieses in Kombination mit der Festbeflaggung in der Altstadt ins Erscheinungsbild von Bern hineinpasst (siehe auch Kapitel 7.8 «Host City Dressing»). Der Corner Waisenhausplatz schliesslich wurde ganz ohne Kommerz und einzig im Berner Ballzauber-Design gestaltet.

Insgesamt hat diese konsequente Ausrichtung neben dem vielfältigen Rahmenprogramm wesentlich zur Attraktivität der Fan Zonen und zur hohen Akzeptanz der EURO 2025 in der Berner Bevölkerung beigetragen. Allerdings brachte dieser Ansatz auch mit sich, dass das vorhandene kommerzielle Potenzial nicht voll ausgeschöpft werden konnte.

5.6 Organisation

10.03.2025

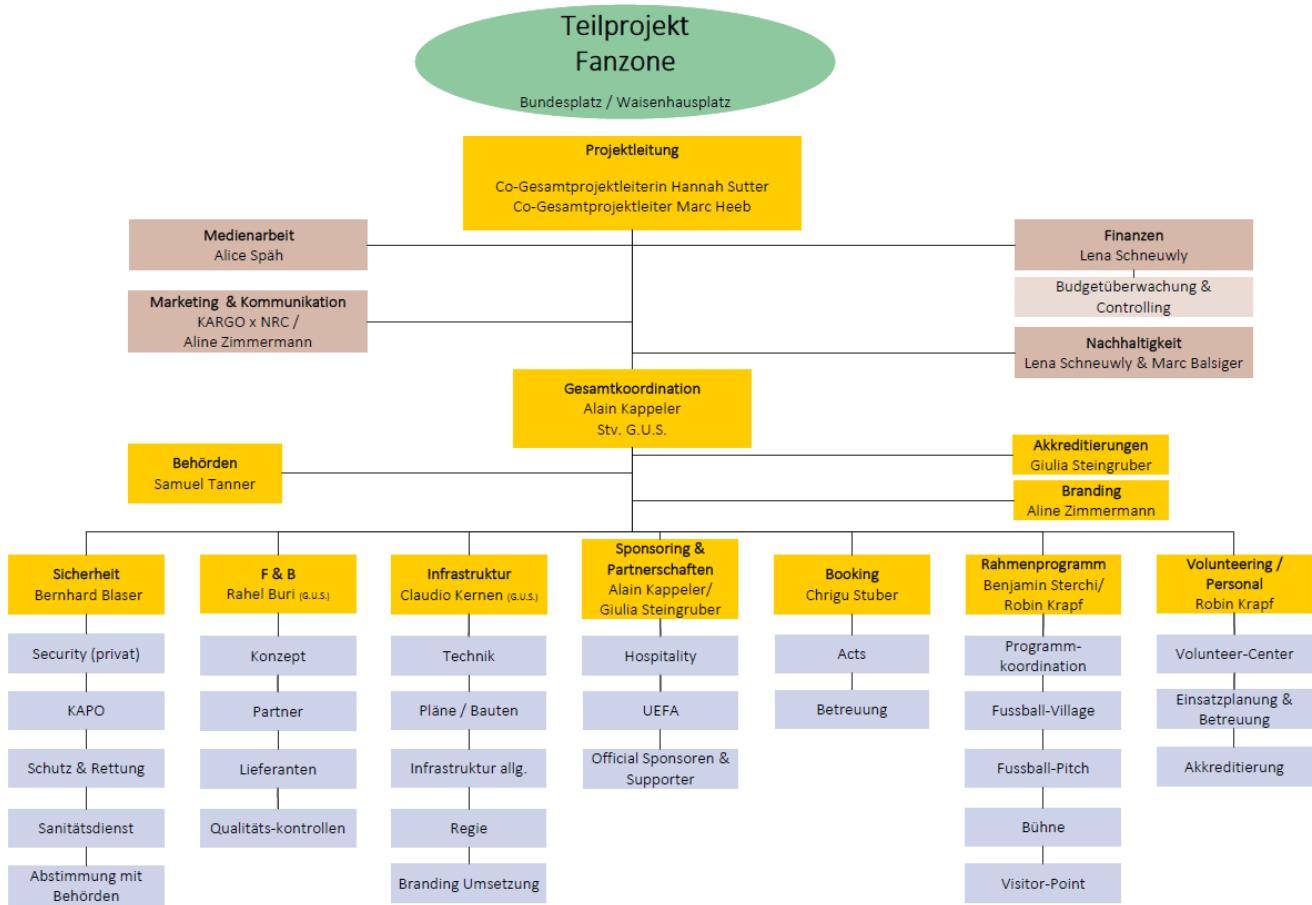


Abbildung 2: Organigramm Teilprojekt Fan Zone (Stand März 2025)

Für die Planung und Umsetzung der Fan Zonen auf dem Bundes- und Waisenhausplatz sowie des Rahmenprogramms war das Teilprojekt Fan Zone zuständig. Die Zusammenarbeit mit den städtischen und kantonalen Abteilungen sowie den externen Partner*innen war trotz äusserst kurzer Vorbereitungszeit jederzeit sehr gut. Die Wege waren kurz und notwendige Entscheide wurden rasch gefällt.

5.7 Betrieb

Der Betrieb der Fan Zone Bundesplatz und des Corner Waisenhausplatz verlief weitestgehend reibungslos. Während der gesamten Dauer des Turniers kam es weder in den Fan Zonen noch an den Fan Walks zu nennenswerten Zwischenfällen. Die Stimmung war stets ausgelassen und friedlich. Hervorzuheben sind folgende Punkte:

- Im Kernprojektteam herrschten kurze Entscheidungswege, klare Verantwortlichkeiten und grosse Einsatzbereitschaft, Verfügbarkeit und Loyalität, was entscheidend zum guten Gelingen beitrug.
- Das zentral gelegene und ausreichend bemessene Hauptquartier der Projektorganisation am Bärenplatz bewährte sich sehr.
- Aufbau, Betrieb und Abbau der beiden Fan Zonen erfolgten durch die erfahrene G.U.S. Productions AG. Deren Leistung darf in jeder Hinsicht als ausgezeichnet bezeichnet werden.
- Das ansässige Gewerbe wurde frühzeitig informiert. Das grosse Engagement der Mitarbeitenden der Orts- und Gewerbepolizei führte dazu, dass auftretende Probleme umgehend angegangen und gelöst werden konnten.
- Der Anlass wurde von der Bevölkerung breit getragen. Trotz Beeinträchtigungen (Lärm, Verkehr) gab es kaum Beschwerden.
- Das Zurverfügungstellen der Route Bundesplatz – Zytglogge – Nydeggbrücke – Aargauerstalden – Stadion Wankdorf für die Fan Walks vor den beiden Spielen der Schweiz erwies sich als Glücksfall. Die Bilder der

beiden Rekord-Fan Walks mit den rot-weissen Massen vor dem Zytglogge, in der Altstadt und auf der Nydeggbrücke gingen um die Welt und waren beste Werbung für die Stadt Bern.

6. Gästemanagement

6.1 Gästebetreuung

Die Host City Bern verzeichnete über 500 000 Besuchende auf dem Bundes-, Bären- und Waisenhausplatz, über 40 000 Teilnehmende an den Fan Walks vor den Spielen in Bern und 120 000 Matchbesuchende im Stadion Wankdorf. Die Host City Bern nahm ihre Gastgeberinnenrolle mit Enthusiasmus wahr und empfing die in- und ausländischen Fussballfans herzlich.

6.2 Information

Nebst dem Tourist Info Point, der Informationsstelle von Bern Welcome am Bahnhof Bern, wurde in der Fan Zone Bundesplatz ein zusätzlicher Infopoint eingerichtet. Dieser wurde durch Volunteers und Mitarbeitende von Bern Welcome betreut. Weiter wurden die Gäste durch Volunteers in der Stadt begleitet.

6.3 Freiwillige (Volunteers)

Sportgrossanlässe wie die EURO 2025 könnten ohne die Mitwirkung von Volunteers nicht durchgeführt werden. Die acht Host Cities starteten im Herbst 2024 gleichzeitig wie die UEFA mit der Rekrutierung der freiwilligen Helfenden. Die UEFA rekrutierte Volunteers für die Belange des Stadions, während die Host Cities Volunteers namentlich für die Fan Zonen in den Innenstädten (Gäste- und Fanmanagement, Public Viewing, Konzerte und Fan Walks) benötigten. Die Host City Bern hatte bereits im Mai 2024 über den FVBJ eine Interessenabfrage gestartet und verfügte zu Beginn der offiziellen Rekrutierungsphase bereits über die Kontaktangaben von 167 interessierten.

Die Umsetzung und Betreuung der Aktivitäten in der Fan Zone Bundesplatz und beim Corner Waisenhausplatz wäre ohne das grosse Engagement der Volunteers nicht möglich gewesen. Nach eingehender Prüfung des Mengengerüsts für die Host City Volunteers, und um eine einwandfreie Betreuung der Gäste zu gewährleisten, waren über 100 Volunteers in der Innenstadt, in den Fan Zonen und bei den Fan Walks im Einsatz. Darüber hinaus unterstützten rund 250 Volunteers unter der Leitung der UEFA den Betrieb im Stadion Wankdorf.

6.3.1 Rekrutierungsprozess

Der Rekrutierungsprozess für die Volunteers der Host City Bern war klar strukturiert und setzte auf Professionalität, Motivation und lokale Verankerung. Für die Rekrutierung und weitere Zusammenarbeit mit der UEFA standen zwei Modelle zur Auswahl:

- **Cooperation Model:** Die Rekrutierung erfolgt gemeinsam mit der UEFA über das Volunteer-Portal «Rosterfy». Die UEFA stellt die Plattform sowie Uniformen, Give-Aways und Schulungsunterlagen zur Verfügung und führt eine Online-Einführung zum Kick-off durch.
- **Consulting Model:** Die Host City organisiert den gesamten Prozess eigenständig, einschliesslich eigener Tools für Rekrutierung und Einsatzplanung. Dieses Modell bietet volle Autonomie hinsichtlich Strategie, Budget und Zeitplan und erfordert lediglich eine punktuelle Abstimmung mit der UEFA.

Die Host City Bern entschied sich für das Cooperation Model, da es zahlreiche operative, logistische und kommunikative Vorteile bot:

- Zentrale Rekrutierungsplattform (Rosterfy): Die professionelle Volunteer-Management-Software ermöglichte die effiziente Abwicklung der gesamten Freiwilligenadministration – von der Anmeldung über Interviews bis hin zur Schichtplanung, ohne dass die Host City Bern ein eigenes IT-System bereitstellen musste.
- Bereitstellung von Ressourcen durch die UEFA: Uniformen, Give-Aways und Akkreditierungen wurden von der UEFA organisiert, was die Host City Bern organisatorisch und finanziell erheblich entlastete.

- Einheitlicher und professioneller Auftritt: Prozesse wie Bewerbung, Kommunikation und Akkreditierung ließen nach einheitlichem, professionellem Standard ab. Dies stärkte das Vertrauen der Bewerber*innen und erleichterte die Zusammenarbeit zwischen den Host Cities und der UEFA.

Die Erfahrungen der Host City Bern zeigen, dass das Cooperation Model die richtige Wahl war. Durch die Nutzung zentraler Tools und Ressourcen sowie die enge Zusammenarbeit mit der UEFA konnten die Abläufe effizient, einheitlich und professionell gestaltet werden. So liessen sich Synergien optimal nutzen, Doppelprüfungen vermeiden und eine konsistente Qualität im Volunteer-Management über alle Host Cities hinweg sicherstellen. Die Kombination aus digitaler Organisation, persönlicher Betreuung und gezielter Wertschätzung führte zudem zu einer hohen Zufriedenheit der Freiwilligen (vgl. Kapitel 6.3.3).

6.3.2 Einsatzorte und Aufgaben der Volunteers

Der Bundesplatz bildete das Herzstück der Fanaktivitäten in Bern. Bis zu 7 200 Besuchende fanden hier gleichzeitig Platz. Die Volunteers waren dabei für die Betreuung des Fussball-Villages zuständig, unterstützten aktiv bei den Fan-Aktivierungen und betrieben zudem den Infopoint, zeitweise gemeinsam mit Mitarbeitenden von Bern Welcome.

Auch der Corner Waisenhausplatz wurde zu einem lebendigen Begegnungsort. Die Volunteers übernahmen hier die Betreuung des Familienprogramms, organisierten und begleiteten Spiele auf dem mobilen Fussballfeld und unterstützten die Vorführungen der Filmshow «Unstoppable».

Der Bärenplatz diente als Bindeglied zwischen Bundesplatz und Waisenhausplatz. Neben den Sponsoringaktivitäten von Pepsi und VW stand hier ein E-Gaming-Container im Einsatz. Dieser wurde von den Volunteers betreut und war besonders bei jungen Besuchenden sehr beliebt.

Als zentraler Verkehrsknotenpunkt mit täglich rund 330 000 Reisenden war der Bahnhof Bern der primäre Ankunftsplatz für anreisende Fans aus dem In- und Ausland. Ein überdimensionaler Adidas-Fussball sowie zahlreiche Flaggen hießen die Gäste willkommen und machten auf die EURO 2025 aufmerksam. Die Welcome & Info Volunteers begrüssten und informierten hier die ankommenden Besuchenden und waren zudem an weiteren stark frequentierten Orten in der Altstadt präsent – darunter am Zytglogge, auf der Münsterplattform, in den Gassen der oberen Altstadt sowie in den beiden Fan Zonen.

Auch beim öffentlichen Training des Schweizer Nationalteams im Stadion Neufeld am 13. Juli 2025 sowie bei den Fan Walks vor den Spielen im Stadion Wankdorf leisteten die Volunteers Unterstützung bei der Personenlenkung und bei Fragen der Fans.

6.3.3 Evaluation des Volunteer-Einsatzes

Im Anschluss an die Einsätze wurde ein elektronischer Fragebogen an alle Volunteers verschickt. Die Rückmeldungen fielen überwiegend sehr positiv aus. Besonders geschätzt wurde:

- Die spürbare Euphorie in der Stadt und die vielen Begegnungen mit Gästen.
- Die gute Stimmung im Team, die gegenseitige Unterstützung und das Gefühl, Teil von etwas Großem zu sein.
- Die sinnvolle Aufgabe und die Möglichkeit, zum Gelingen eines historischen Events beizutragen.
- Die professionelle und wertschätzende Begleitung durch die Projektorganisation der Host City Bern.

Die Verbesserungsvorschläge betrafen hauptsächlich die Verpflegung, bei der sich einige mehr Abwechslung oder warme Mahlzeiten wünschten. Besonders erfreulich ist, dass 100 Prozent der Volunteers angaben, künftig wieder Einsätze leisten zu wollen – ein eindrucksvolles Zeugnis für die hervorragende Arbeit im Bereich Volunteer-Management.

6.3.4 Fazit

Das Volunteer-Programm der Host City Bern war ein voller Erfolg. Mit ihrem engagierten Einsatz trugen die Volunteers entscheidend dazu bei, dass die EURO 2025 in Bern weit über den Sport hinaus begeistern und Wirkung

entfalten konnte und sich die Stadt Bern während vier Wochen einer breiten Öffentlichkeit als äusserst gastfreundlich, offen und lebendig präsentierte.

7. Marketing und Kommunikation

Die Host City Bern verfolgte das Ziel, sich als gastfreundliche und sportbegeisterte Stadt zu positionieren, die Bevölkerung für das Turnier zu gewinnen und die Sichtbarkeit des Frauenfussballs nachhaltig zu stärken. Durch eine breit abgestützte Kommunikationsstrategie, aktive Medienarbeit, verschiedene Kampagnen sowie gezielte Aktivierungen im Vorfeld und während des Turniers konnten eine hohe Reichweite erzielt, positive Emotionen geschaffen und ein nachhaltiger Beitrag zur Imageförderung Berns als attraktive Tourismus-, Sport- und Eventstadt geleistet werden.

Für die Massnahmen im Vorfeld, die Kreation des eigenen «Berner Ballzauber»-Logos und Designs sowie die Umsetzungen während des Turniers arbeitete die Host City Bern mit zwei lokalen Kommunikationsagenturen zusammen.

7.1 Konzept

Die Kommunikationsstrategie gliederte sich in drei Kommunikationsphasen:

- Awareness – Aufmerksamkeit schaffen und frühzeitig informieren
- Action – Ticketkäufe sowie Besuch Fan Zonen und Rahmenprogramm fördern
- Explanation – Inhalte und Festivalcharakter vertiefen

Die Host City Bern konzentrierte sich dabei auf vier zentrale Zielgruppen:

- Frauenfussball-Fans
- Fussballfan, der sich auch für Frauenfussball interessiert
- Junge Frauen (17-30 Jahre alt)
- Familien

Zudem spielte die Einbindung interner Zielgruppen – wie Teilprojektleitende, städtische Mitarbeitende, Sponsoren und weitere Partnerorganisationen – eine wichtige Rolle.

Die Zielgruppen wurden über klassische Medienarbeit, digitale Kanäle (Social Media, Webseite, Newsletter), Plakate sowie digitale Werbeflächen im öffentlichen Raum (sogenannte (Digital-)out-of-Home-Kampagnen), Events und Kooperationen mit bestehenden Grossanlässen (u. a. Grand Prix Bern, Frauenlauf, BEA, Rendez-vous Bundesplatz) angesprochen.

Die Kernbotschaften lauteten:

- Frauen sind stark und begeistern durch attraktiven Sport.
- Bern ist offen, fortschrittlich und gastfreundlich; das Berner Lebensgefühl steht für Gemütlichkeit, Kreativität, Bodenständigkeit, Hilfsbereitschaft und Rücksichtnahme.
- Die EURO 2025 in Bern wird zu einem unvergesslichen Sommerfussballfestival mit magischen Momenten für alle.
- Es ist selbstverständlich, dass Mädchen und Frauen Fussball spielen.
- Bern ist ein Vorzeigbeispiel für nachhaltige Veranstaltungen.

Durch gezieltes Storytelling, Partizipation und positive Emotionen sollte Identifikation geschaffen und das Turnier als unvergessliches Sommerfussballfestival verankert werden.

Am 30. Juni 2024 lancierte die Host City Bern an ihrem «1-Year-to-Go»-Event auf dem Bundesplatz den eigenen Brand «Berner Ballzauber» und schaltete gleichzeitig die Webseite (www.bernerballzauber.ch) und die Social-Media-Accounts auf Instagram, Facebook und TikTok auf.

7.2 Events und Massnahmen im Vorfeld

In der Awareness-Phase verfolgte die Host City Bern das Ziel, die Bevölkerung frühzeitig auf den Event aufmerksam zu machen, Begeisterung für die EURO 2025 zu schaffen und die Euphorie für den Frauenfussball zu wecken. Dafür wurden im Vorfeld zahlreiche Massnahmen umgesetzt.

Am 8. März 2024, dem Internationalen Frauentag, lancierte die **UEFA** in Zusammenarbeit mit der Host City Bern ihre **Promotionskampagne** für die UEFA Women's EURO 2025. Der **offizielle Kick-off** umfasste eine Podiumsdiskussion im Rathaus mit Vertreter*innen der UEFA, des SFV und der Host City Bern für geladene Gäste und Medienschaffende sowie verschiedene Fussballaktivitäten auf dem Bundesplatz. Ebenfalls im März 2024 startete die erste Legacy-Massnahme: Gemeinsam mit dem FVBJ wurde im Stadion Wankdorf das erste **Ü30-Turnier für Frauen** ausgetragen.

Im Mai 2024 eröffneten Kinder in Schweizer Nati-Trikots mit der Aufschrift «2025» den **Bären Grand Prix** Bern. Beim **Frauenlauf 2024** wurde an einem Stand auf dem Bärenplatz über die EURO 2025 informiert.

Am 30. Juni 2024 fand im Rahmen des Frauenvelorennens «Tour de Berne» der offizielle **«1-Year-to-Go»-Anlass** der Host City Bern statt, an dem Nationaltrainerin Pia Sundhage, Turnierdirektorin Doris Keller und Gemeinderat / Nationalrat Reto Nause die Vorfreude auf die EURO 2025 weckten und ein Pumptrack für Kinder, ein Glücksrad mit verschiedenen Preisen, eine Torwand und eine Fotobox für Fotos mit dem offiziellen Pokal der UEFA Women's EURO die Besuchenden zum Mitmachen einluden.

Anfang September 2024 wurde in Zusammenarbeit mit Bernmobil das vom Künstler Claude Kuhn gestaltete **Berner Ballzauber-Tram** auf die Schienen geschickt. Ebenfalls im September 2024 wurde am **Energy Air** eine Video-botschaft der Host City Bern zur anstehenden Frauenfussball-EM über die grossen Screens ausgestrahlt. Weitere Präsenz zeigte die Host City Bern am **Visana Sprint** mit einem Infostand und einer Jonglier-Challenge.

Im Oktober 2024 lancierte die Host City Bern den eigens produzierten **Promotionsfilm** für die Spiele und das Rahmenprogramm in Bern. Der Film wurde während fünf Wochen vor und nach jeder Vorstellung des Rendez-vous Bundesplatz gezeigt. Protagonistin war die Host City Bern-Botschafterin und Captain des Schweizer Nationalteams Lia Wälti. Anschliessend war der Film auch regelmässig im Stadion Wankdorf im Rahmen der Spiele der YB-Frauen sowie der ersten Mannschaft zu sehen.

Am 24. November 2024 fand in Zusammenarbeit mit dem FVBJ der erste **Netzwerkanlass für Frauen im Fussball** statt. Dank rund 100 Teilnehmenden, spannenden Workshops und bereichernden Gesprächen wurde er zu einem solchen Erfolg, dass seither bereits drei weitere Anlässe folgten.

Am 29. November 2024 organisierte die Host City Bern eine **Medienkonferenz zum Thema Legacy**. Gemeinsam mit der Host City Thun, dem Kanton Bern, dem SFV und dem FVBJ informierte die Host City Bern über die vielfältigen Legacy-Massnahmen, welche für die Region Bern entwickelt und umgesetzt werden sollten (vgl. Kapitel 4.2).

Am 18. Dezember 2024 luden der Regierungsrat des Kantons Bern und der Gemeinderat der Stadt Bern zum jährlichen **Empfang des Corps Diplomatique und des Bundesparlaments** ein. Dieser stand ganz im Zeichen der EURO 2025 und bot Ansprachen und ein Podium mit spannenden Gästen aus Sport und Politik sowie der Botschaften der in Bern gastierenden Nationen Spanien, Portugal und Italien.

Im März 2025 konnte in Zusammenarbeit mit der RBS auch noch ein **EURO-Bus** auf die Strassen geschickt werden, um die Bevölkerung in der Agglomeration von Bern auf das Turnier aufmerksam zu machen. Der Bus wurde im offiziellen UEFA Women's EURO 2025-Branding gestaltet war auf den Strassen in und um Bern unterwegs.

Der Höhepunkt der Vorbereitungen war der «**100 Days-to-Go**-Anlass», den die Host City Bern gemeinsam mit dem BSC YB und dem FVBJ am 22. März 2025 in der Wankdorfhalle und im Stadion Wankdorf durchführte. Ziel war es, möglichst viele Fans ans letzte Heimspiel der YB-Frauen in der Regular Season zu locken und erstmals EM-Stimmung im Stadion Wankdorf aufkommen zu lassen. Tausende Besuchende nahmen am allerersten YB Kids Day vor einem Spiel der YB Frauen teil und 10 647 Fans sorgten für einen neuen Zuschauer*innenrekord in der Women's Super League. Der Tag wurde auch musikalisch begleitet: «Passion», der Host City Bern-Song von Take This, wurde erstmals öffentlich präsentiert und live aufgeführt von YB-Legende Guillaume Hoarau, Caroline Chevin und Nicky B Fly.

An der **BEA 2025** wurde beim Stand des BSC YB mit einem Foto-Bus im Berner Ballzauber-Design auf die EURO 2025 in Bern aufmerksam gemacht. Und auch das **Tanzfest** auf dem Bundesplatz im Mai 2025 stand ganz im Zeichen der Frauenfussball-EM 2025 – alle teilnehmenden Kinder wurden mit Berner Ballzauber-T-Shirts ausgerüstet.

Am 10. Juni 2025, rund drei Wochen vor dem Turnierstart, wurde der Bundesplatz in Bern zur Kulisse eines besonderen sportlich-politischen Events. Die parlamentarischen Fussballteams **FC Helvetia** und **FC Nationalrat** bestritten in gemischten Teams ein **Fussballturnier** – mitten in der künftigen Fan Zone der Host City Bern. Das Turnier brachte nicht nur die grosse Vorfreude auf die anstehende Frauenfussball-EM zum Ausdruck, sondern setzte zugleich ein starkes Signal für Gleichstellung im Sport und gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Ergänzt wurden die Massnahmen durch Banner an verschiedenen weiteren Stadtberner Anlässen. Auch war das EURO 2025 Maskottchen «Maddli» häufig gemeinsam mit Mani im Stadion Wankdorf unterwegs und besuchte im April 2025 das YB Kids Camp. Abgerundet wurden all diese Aktivitäten durch Vorträge, Podiumsdiskussionen, einen Besuch im Kinderparlament der Stadt Bern sowie weitere Sensibilisierungsmassnahmen, die vom Projektteam der Host City Bern im Vorfeld des Turniers umgesetzt wurden.

7.3 Werbung

Die Host City Bern setzte für die EURO 2025 auf eine breit abgestützte Werbestrategie, um sowohl die Berner Bevölkerung als auch Gäste aus dem In- und Ausland zu erreichen. Ziel war es, die Bekanntheit der EURO 2025 zu steigern und Vorfreude auf die Spiele und das Rahmenprogramm in Bern zu wecken.

Die Kampagnen umfassten verschiedene klassische und digitale Werbekanäle im Raum Bern und im grösseren Umkreis von Bern sowie in den angrenzenden Kantonen Freiburg und Solothurn sowie Inserate in regionalen und nationalen Medien, um die unterschiedlichen Zielgruppen direkt anzusprechen. Zudem erlaubte eine enge Kooperation mit dem BSC YB die Nutzung bestehender Reichweitenkanäle des Clubs wie Bandenwerbung im Stadion Wankdorf, Display-Werbung, Inserate in den Matchheften sowie Social-Media-Kooperationen, um das lokale Fussballumfeld gezielt einzubinden.

Durch diese Mischung aus grossflächiger Präsenz im öffentlichen Raum, gezielter Medienarbeit und starken Partnerschaften konnte die Host City Bern ein hohes Mass an Sichtbarkeit erreichen und die Bevölkerung erfolgreich auf die EURO 2025 einstimmen.

Die Werbemassnahmen wurden durch die nationale Tourismuskampagne von Schweiz Tourismus ergänzt. Dabei wurde die gewünschte Reichweite im Ausland verstärkt und das Image von Bern als Gastgeberstadt gestärkt. Die Kampagne wurde zusammen mit der Host City Thun, Bern Welcome und Made in Bern umgesetzt und war in den Märkten Deutschland und Spanien aktiv. Unterstützend dazu gab es eine Kooperation mit Influencerinnen aus Italien und England.

7.4 Weitere Marketingmassnahmen

Um eine breite Identifikation in der Bevölkerung sowie im lokalen Gewerbe zu erreichen und den Anlass im Stadtbild präsent zu machen, entwickelte die Host City Bern eine Reihe von Promotionsmaterialien im Berner

Ballzauber-Design. Diese konnten von Restaurants, Hotels und Detailhandelsunternehmen kostenlos bezogen und eingesetzt werden.

Folgende Promotionsmaterialien wurden abgegeben:

- Fächer mit allen Turnierinformationen als praktisches Give-away für heisse Sommertage
- Tischset mit Spielplan und den wichtigsten Informationen zur EURO 2025 in Bern
- Fussbälle (klein und gross) zur Dekoration und späteren Weiterverwendung
- Bierdeckel mit Spieleffekt
- Schaufenster-Sticker für lokale Geschäfte, um auf das Turnier und das Rahmenprogramm in Bern aufmerksam zu machen
- Plakate mit den wichtigsten Informationen für eine breite Sichtbarkeit

Mit vielseitigen und niederschwelligen Massnahmen gelang es, das Turnier in den Alltag der Bevölkerung in Bern zu integrieren, die lokale Wirtschaft aktiv einzubinden und ein einheitliches, wiedererkennbares Erscheinungsbild zu schaffen. Die Abbildungen zu den weiteren Marketingmassnahmen finden sich in 00.

7.5 Kommunikationskanäle

Die digitale Reichweite der Host City Bern übertrumpfte die übrigen Host Cities bei Weitem und lässt sich mit folgenden Zahlen belegen:

- 1 432 551 Reichweite über alle Kanäle (Anzahl Nutzer*innen)
- 62 397 Interaktionen (Kommunikation, Austausch und Aktivitäten auf sozialen Medien)
- 7.8 Millionen Content-Aufrufe (Content: jegliche Form von Inhalten, die online verfügbar sind wie Texte, Bilder, Videos etc.)

Die drei Hauptkommunikationskanäle waren die Webseite, Social Media und ein regelmässig erscheinender Newsletter.

Webseite

Die Host City Bern verfügte über eine eigenständige Webseite im Design des Berner Ballzaubers (www.berner-ballzauber.ch). Die Webseite bildete die zentrale Informationsplattform für die Bevölkerung, nationalen und internationalen Gäste, die Medien sowie die Partner*innen der Host City Bern. Die Inhalte wurden laufend ergänzt und aktualisiert. Die Webseite diente als Content-Hub und war eng mit den Social-Media-Kanälen verknüpft. Die Webseite trug einen wesentlichen Beitrag zur grossen Sichtbarkeit der Host City Bern bei.

Social Media

Die Host City Bern setzte auf drei Social-Media-Kanäle – Instagram, TikTok und Facebook – die gezielt auf die unterschiedlichen Zielgruppen abgestimmt waren und sich im Vorfeld und während des Turniers bewährten. Die Inhalte konzentrierten sich auf vier Schwerpunkte:

- **Storytelling:** Portraits von Spielerinnen, Einblicke hinter die Kulissen und Geschichten aus der Stadt Bern
- **Interaktive Formate:** Umfragen und Gewinnspiele, die zur aktiven Beteiligung einluden
- **Kooperationen:** Zusammenarbeit mit dem BSC YB, Botschafterin Lia Wälti und Partnerorganisationen zur Steigerung der Reichweite
- **Eventkommunikation:** Countdown-Posts, Programmpunkte, Informationen zu den Spieltagen und Live-Eindrücke aus der Stadt

Insgesamt wurden 475 Beiträge veröffentlicht, die insbesondere in den Wochen unmittelbar vor und während des Turniers eine hohe Reichweite erzielten. Im Vergleich zu den anderen Host Cities erreichte Bern damit unangefochten den ersten Rang. Besonders erfolgreich waren kurze Videoformate und bildstarke Inhalte aus der Fan Zone sowie von den Fan Walks der Fans des Schweizer Nationalteams.

Newsletter

Zusätzlich nutzte die Host City Bern einen Newsletter, um die interessierte Öffentlichkeit direkt und regelmässig zu informieren. Dieser wurde in den Monaten vor und während der EURO 2025 in regelmässigen Abständen versendet und behandelte aktuelle Themen, bevorstehende Events, Serviceinformationen und das Rahmenprogramm. Der Newsletter verstärkte die Reichweite der Social-Media-Kanäle, hielt das Publikum regelmässig auf dem Laufenden und vermittelte die wichtigsten Informationen kompakt.

7.6 Merchandise

Fanatics, der offizielle UEFA-Partner, war an drei Spieltagen in Bern mit einem mobilen Verkaufsstand vertreten. Da die UEFA somit in der Fan Zone nur in sehr begrenztem Umfang Merchandise anbot, setzte die Host City Bern ergänzend auf eigene Produkte im Berner-Ballzauber-Design. Entwickelt wurden ein Pin sowie ein Aarebag – eine praktische, wiederverwendbare Tasche, die auch im Wasser genutzt werden kann (vgl. Beilage 7). Der Aarebag wurde beim Infopoint in der Fan Zone Bundesplatz, bei der Tourist Info von Bern Welcome am Bahnhof sowie in den Schwimmbädern Marzili und Eichholz verkauft. Auf diese Weise konnte das begrenzte Angebot offizieller UEFA-Artikel sinnvoll durch lokales Merchandise ergänzt werden.

7.7 Branding Fan Zonen

Das Branding der Fan Zonen wurde bewusst differenziert gestaltet, um sowohl den Anforderungen der UEFA als auch der Identität der Host City Bern gerecht zu werden.

Bei der Beschaffung der Materialien wurde viel Wert auf die Nachhaltigkeit gelegt. Elemente wie Mobiliar und Dekorationen sowie Beschriftungen wurden so konzipiert, dass sie auch nach dem Turnier wiederverwendet werden können (vgl. dazu auch Kapitel 4 «Nachhaltigkeit»).

Fan Zone Bundesplatz

Als offizielle Fan Zone wurde der Bundesplatz im UEFA-Design gebrandet. Dadurch entstand ein einheitliches und professionelles Erscheinungsbild im Einklang mit der Turniermarke. Um der Symbolik des Bundesplatzes und seiner besonderen Ästhetik gerecht zu werden, wurde das UEFA-Branding jedoch bewusst dezent eingesetzt (vgl. Kapitel 5.5).

Corner Waisenhausplatz

Der Corner Waisenhausplatz wurde mit Absicht ohne kommerzielle Elemente gestaltet und ausschliesslich im Design des Berner Ballzaubers gehalten. So entstand ein klar lokaler Bezug, der die Werte und Ausrichtung der Host City Bern sichtbar machte.

Das Ergebnis war ein harmonisches, visuell klares Auftreten der beiden Standorte, das sowohl die internationale Dimension des Turniers wie auch die lokale Identität Berns sichtbar machte (vgl. Beilage 7).

7.8 Host City Dressing

Beflaggung Innenstadt

Für die EURO 2025 wurde in der Berner Innenstadt die Festbeflaggung montiert und an ausgewählten Orten rund um den Bahnhof und den Bundesplatz wurden UEFA Women's EURO 2025-Fahnen angebracht. Dadurch entstand eine stimmige Mischung aus der traditionellen Berner Festbeflaggung und dem offiziellen Host City Dressing der UEFA, die das Stadtbild während des Turniers wirkungsvoll prägte.

An den Spieltagen in Bern kamen entlang der Fan Walks nebst speziellen Wegweisern auch Banner im offiziellen UEFA-Design zum Einsatz, um die Besuchenden zu lenken.

Berner Ballzauber-Tram und EURO-Bus

Neben dem Berner Ballzauber-Tram stand seit März 2025 auch ein EURO-Bus im UEFA-Design im Einsatz (vgl. Kapitel 7.2).

Fotopoints

An vier beliebten Plätzen in der Berner Innenstadt (Münsterplattform, Rosengarten, Bärenpark und Zytglogge) wurden Anfang Juni 2025 spezielle Fotopoints mit Torumrandung und Kunstrasen im Host City Bern-Design der UEFA aufgestellt. Diese Ausstellungselemente machten nicht nur auf das Turnier und die Spiele in Bern aufmerksam, sie animierten die lokale Bevölkerung und Gäste auch zu einem Wettbewerb, um die Interaktion mit der Host City Bern zu fördern und um Bilder aus der Stadt Bern in die Welt hinauszuschicken.

Weitere sichtbare Elemente

Auf dem oberen Waisenhausplatz waren vor und während der EURO 2025 Sitzbänke in den Farben des Berner Ballzaubers installiert. Seit Mitte März 2025 standen zudem im Rosengarten und auf der Münsterplattform Tischfussballtische im Berner-Ballzauber-Design zur Verfügung. Ergänzend wurde die Stadt im Sommer 2025 mit Blumenschalen in den Farben des Berner Ballzaubers geschmückt. Zahlreiche Berner Brunnen erhielten zudem Beschriftungen in den Sprachen der Gastnationen, ebenfalls im Berner-Ballzauber-Design gestaltet. Diese Massnahmen setzten nicht nur ein sichtbares Willkommenszeichen, sondern machten zugleich auf die hohe Qualität des Berner Trinkwassers aufmerksam.

Abbildungen zu allen Elementen des Host City Dressings finden sich in Beilage 7.

7.9 Kommunikation mit den Gästen und Fans

Die Kommunikation mit den Gästen und Fans war zentral für den Erfolg der EURO 2025 in Bern. Sie trug dazu bei, dass Gäste und Fans jederzeit gut informiert waren, sich orientieren konnten und sich willkommen fühlten.

Die Host City Bern setzte konsequent auf Mehrsprachigkeit. Zentrale Informationen wurden in mehreren Sprachen aufbereitet. Die Fan Zonen sowie Informationsmaterialien wie die Fächer waren in Deutsch und Englisch beschriftet und auch die Inhalte auf den Social-Media-Kanälen wurden in diesen beiden Sprachen veröffentlicht. Die Webseite stand in Deutsch, Französisch und Englisch zur Verfügung und war weitgehend barrierefrei zugänglich. Zentrale Inhalte der deutschsprachigen Webseite wurden in leichte Sprache übersetzt. Hierzu gehörten Informationen zur Anreise, zum Ticketing und zu Angeboten in den Fan Zonen. Besonders in der ersten Turnierwoche bis zum Spiel Schweiz gegen Island am 6. Juli 2025 wurde dieses Angebot rege genutzt.¹

In den Fan Zonen standen Volunteers als Ansprechpersonen zur Verfügung. Sie informierten die Gäste in mehreren Sprachen über Spielplan, Rahmenprogramm und Anreise. Zusätzlich sorgten gut sichtbare Beschilderungen im Stadtzentrum, in den Fan Zonen und an wichtigen Verkehrsknotenpunkten in Deutsch und Englisch für einfache Orientierung (vgl. Beilage 7). Mit dem Eingangsbogen der Fan Zone und den Brunnenbeschriftungen in den Sprachen der Gastnationen wurde die Willkommenskultur zusätzlich gestärkt.

So konnte sich Bern als offene, zugängliche und gastfreundliche Host City präsentieren und ein positives Gesamterlebnis für die einheimische Bevölkerung wie auch für die Gäste aus dem In- und Ausland schaffen.

7.10 Medien

Aufgabenbereiche

Die aktive Medienarbeit der Host City Bern begann rund ein Jahr vor Turnierstart mit dem «1-Year-to-Go»-Anlass als Auftakt. Ab Herbst 2024 lag der Schwerpunkt auf der Planung und Organisation weiterer Medienmitteilungen und -anlässe. Ab Frühjahr 2025 kamen die Konzeption und Umsetzung der Abläufe hinzu, insbesondere mit Blick auf die Medienprozesse während des Turniermonats.

In der Live-Phase ab dem 30. Juni 2025 konzentrierte sich die Medienarbeit auf klassische PR-Tätigkeiten, Medienbegleitungen, Interviews sowie die Beantwortung der Anliegen von Bürger*innen. Die Highlight-Tage vom 6., 10. und 18. Juli 2025 waren aufgrund des enormen Publikumsaufkommens und des grossen medialen Interesses besonders intensiv.

¹ Vgl. Beilage 8– Statistik Monatsübersicht Juli 2025: Besuche auf www.bernerballzauber.ch/leichte-sprache.

Organisation

Vom 30. Juni bis 27. Juli 2025 betrieb die Host City Bern gemeinsam mit ihren externen Kommunikationspartnern eine Kommunikationszentrale im Hauptquartier der Projektorganisation am Bärenplatz. Von hier aus wurden alle Kommunikationskanäle koordiniert – darunter Medienarbeit, Social Media, Webseite, Video- und Fotoproduktion sowie Content-Erstellung. Die physische Nähe zum Projektteam erleichterte die Abstimmung und schnelle Reaktion, besonders an stark frequentierten Eventtagen. Tägliche Redaktionssitzungen gewährleisteten ein abgestimmtes Vorgehen und eine konsistente Kommunikation über alle Kanäle hinweg.

Mediencenter

Die Host City Bern stellte in der Live-Phase acht mobile Arbeitsplätze für Medienschaffende bereit. Insgesamt fünf Journalist*innen nutzten das Angebot und schätzten insbesondere den ruhigen, gut ausgestatteten Arbeitsbereich während der stark besuchten Tage in den Fan Zonen.

Lokale Host City Supporter

Durch die Zusammenarbeit mit den vier lokalen Host City Supportern – Bern Welcome, Radio NRJ Bern, Berner Zeitung und Circular Tour de Suisse (vgl. Kapitel 5.1.3) – konnte die Host City Bern ihre regionale Verankerung stärken, die Identifikation mit dem Turnier in der Bevölkerung weiter fördern, zusätzliche Kommunikationskanäle erschliessen und dadurch mehr Reichweite und Sichtbarkeit generieren.

Zahlen und Fakten

- Rund **120 Medienanfragen** beantwortet zwischen März 2024 und Juli 2025, davon 51 Anfragen im Juli 2025
- **34 Medienmitteilungen** verschickt, davon 18 Mitteilungen allein im Juli 2025
- **Sechs Medienanlässe** organisiert zwischen September 2024 und Juli 2025
- **Zahlreiche individuelle Medienbegleitungen und Interviewtermine** vor, während und nach dem Turnier

Die Medienarbeit trug entscheidend dazu bei, dass die Host City Bern professionell und sichtbar auftrat, die Bevölkerung und die Gäste umfassend informiert wurden und das Turnier in den Medien die gewünschte Präsenz erzielte.

8. Sicherheit

Die Gewährleistung der Sicherheit während der gesamten Dauer des Events im Juli 2025 hatte oberste Priorität. Dank der gezielten und engen Zusammenarbeit aller beteiligten Partner*innen konnte ein stabiles und transparentes Sicherheitsdispositiv geschaffen werden. Klare Abläufe sowie die tägliche Koordination zwischen Behörden, Sicherheitsdiensten und dem Projektteam ermöglichen es, auf unterschiedliche Lagen rasch und angemessen zu reagieren.

8.1 Organisation

Die Gesamtorganisation im Bereich Sicherheit erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der privaten Sicherheitsfirma USMB unter der Leitung von Bernhard Blaser. Er wurde ab Januar 2025 in das Teilprojekt Fan Zone eingebunden und konnte bereits in der Konzeptphase sicherheitsrelevante Aspekte in die Planung einbringen.

Ergänzend dazu waren die Kantonspolizei, der Leiter der Orts- und Gewerbepolizei der Stadt Bern sowie die beauftragten Sicherheitsunternehmen für die Fan Zonen zentral eingebunden. Im Vorfeld fanden zudem mehrere Übungen im Rahmen des sogenannten Command, control, and communications (C3)-Modells der UEFA statt, die dazu dienten, Entscheidungs- und Kommunikationswege realitätsnah zu testen. Die UEFA stellte zudem eigene Verbindungspersonen bereit, die während des gesamten Turniers eine reibungslose Abstimmung auf nationaler Ebene sicherstellten.

Während der Öffnungszeiten der Fan Zonen waren die verantwortlichen Sicherheitsstellen durchgehend vor Ort präsent. Kantonspolizei, private Sicherheitsdienste, der Sicherheitsbeauftragte sowie Mitarbeitende der Orts-

und Gewerbepolizei arbeiteten eng und sichtbar zusammen. Diese direkte Präsenz ermöglichte schnelle Abklärungen, unmittelbare Entscheidungen und ein abgestimmtes Vorgehen – ein wesentlicher Beitrag zur hohen Sicherheit und zur positiven Atmosphäre in den Fan Zonen.

8.2 Führungsraum

Als zentrale Schaltstelle fungierte während der EURO 2025 der Führungsraum Sicherheit an der Predigergasse 5. Dort trafen sich täglich Vertreter*innen der Kantonspolizei und der Orts- und Gewerbepolizei, der private Sicherheitsbeauftragten sowie die Teilprojektleitung Sicherheit und öffentlicher Raum. Die aktuelle Sicherheitslage und sämtliche Vorkommnisse wurden umfassend analysiert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse und Einschätzungen wurden jeweils um 13:30 Uhr in das übergeordnete Führungsmeeting mit allen relevanten Akteuren eingebracht. Dieses Vorgehen stellte eine einheitliche Informationsbasis sicher und ermöglichte eine rasche und koordinierte Entscheidungsfindung.

8.3 Personenbegrenzung Fan Zone Bundesplatz

An Spitzentagen verzeichneten die Fan Zonen besonders hohe Anzahl von Besuchenden. Um die Sicherheit aller Anwesenden zu gewährleisten, führte die Host City Bern ein Ausgleichssystem ein, mit dem der Zutritt zur Fan Zone Bundesplatz zeitweise reguliert werden konnte. Sobald die maximale Kapazität erreicht war, wurde der Zugang kurzzeitig gesperrt, bis wieder genügend Platz zur Verfügung stand. Diese Massnahme erwies sich als sehr wirkungsvoll und trug wesentlich dazu bei, dass in der Fan Zone Bundesplatz jederzeit eine sichere und angenehme Atmosphäre herrschte. Die Zutrittskontrollen wurden im Vorfeld gemeinsam mit allen Beteiligten geplant und parallel in der Kommunikation berücksichtigt. Insgesamt kam das Ausgleichssystem an sechs Tagen zum Einsatz.

8.4 Bewachung

Darüber hinaus wurden die Fan Zonen auch während der Nacht durch Sicherheitsunternehmen bewacht. So konnten Infrastruktur, Technik und Mobiliar geschützt und mögliche Gefährdungen frühzeitig erkannt werden. Diese kontinuierliche Präsenz trug wesentlich dazu bei, den öffentlichen Raum auch ausserhalb der Öffnungszeiten sicher zu halten.

8.5 Orts- und Gewerbepolizei

Die Mitarbeitenden der Orts- und Gewerbepolizei unterstützten den Event mit ihrer sichtbaren Präsenz. Bei Nutzungskonflikten suchten sie aktiv den Dialog mit den beteiligten Parteien. Zu ihren Aufgaben gehörten zudem die Begleitung der Marktabfuhr, die Umsetzung der Aussenbewirtung der Gastrobetriebe sowie die Bekämpfung von Ambush Marketing. Fundgegenstände, die während der Öffnungszeiten nicht vermittelt werden konnten, wurden dem städtischen Fundbüro übergeben.

8.6 Awareness-Team

In der Host City Bern kam während der EURO 2025 ein Awareness-Team zum Einsatz. Diese Dienstleistung wurde durch Mitarbeitende der Berner Firma «Taktvoll Sicherheitskultur» erbracht. An insgesamt dreizehn Tagen patrouillierte das Awareness-Team in und um die Fan Zonen der Host City Bern mit dem Fokus auf Prävention und Intervention bei sexualisierter Gewalt. Insgesamt wurden rund 600 Einsatzstunden geleistet. Ergänzend dazu nahmen alle Mitarbeitenden der Orts- und Gewerbepolizei, die während der EURO 2025 im Einsatz standen, an einem Workshop zum Thema Awareness (Erstkontakt) teil.

Das Angebot fand insbesondere beim weiblichen sowie beim jungen, urbanen Publikum sehr positiven Anklang. Bei einzelnen männlichen Besuchergruppen war hingegen von Beginn an eine eher zurückhaltende bis ablehnende Haltung erkennbar.

Die Zusammenarbeit zwischen allen sicherheitsrelevanten Akteuren – Kantonspolizei, Awareness-Team, Orts- und Gewerbepolizei sowie privaten Sicherheitsdiensten – funktionierte dank der guten Organisation reibungslos.

Kleinere Zwischenfälle konnten aufgrund des schnellen, interdisziplinären Handelns aller Beteiligten rasch erkannt und die notwendigen Massnahmen zeitnah umgesetzt werden. Insgesamt wurden rund 15 Fälle registriert. Schwerwiegende Vorfälle blieben erfreulicherweise aus.

Trotz des relativ hohen finanziellen Aufwands kann der Einsatz des Awareness-Teams als klarer Erfolg bewertet werden. Die sehr gute Zusammenarbeit aller Beteiligten ist besonders hervorzuheben. Auch für künftige Grossveranstaltungen wird der Einsatz eines Awareness-Teams ausdrücklich empfohlen.

8.7 Rettungsdienst

Parallel zum Sicherheitsdispositiv war der Rettungsdienst täglich im Einsatz und während der Öffnungszeiten der Fan Zonen stets vor Ort präsent. Die Rettungskräfte standen in direktem Austausch mit der Kantonspolizei, Sicherheitsdiensten und dem Projektteam, sodass bei Bedarf rasch und koordiniert reagiert werden konnte. Kleinere medizinische Vorfälle wurden direkt vor Ort behandelt, während Patient*innen mit höherer Priorität durch den Rettungsdienst in die Spitalstrukturen überführt wurden. Für besondere oder ausserordentliche Lagen wäre eine enge Abstimmung mit den Blaulichtorganisationen jederzeit gewährleistet gewesen. Die enge Zusammenarbeit aller Beteiligten stellte eine hohe Qualität der medizinischen Versorgung sicher und entlastete gleichzeitig die lokalen Spitäler.

9. Öffentlicher Raum

Die Nutzung des öffentlichen Raums spielte während der EURO 2025 in Bern eine zentrale Rolle. Im Vorfeld wurde gemeinsam mit städtischen Stellen, der Kantonspolizei und den Sicherheitsdiensten ein Konzept erarbeitet, um reibungslose Abläufe, funktionierende Infrastruktur und Sauberkeit in den Fan Zonen und entlang der Fan Walks sicherzustellen. Die Erfahrungen während des Turniers zeigen, dass sich die getroffenen Massnahmen bewährt haben.

9.1 Aktivitäten im öffentlichen Raum

Während des Turniers kam es erwartungsgemäss zu einer Reihe spontaner und organisierter Aktivitäten im öffentlichen Raum. Dazu zählten unter anderem Unterschriftensammlungen, Auftritte von Strassenkünstler*innen sowie Bettler*innen, die in stark frequentierten Bereichen vermehrt anzutreffen waren. Auch illegale Schalverkäufe wurden an Spieltagen in Bern registriert, deren Verkaufsaktivitäten durch gezielte Kontrollen weitgehend unterbunden werden konnten.

9.2 Sanitäre Anlagen

Für die Fan Zonen wurde ein umfassendes Angebot an sanitären Einrichtungen bereitgestellt. Den Besuchenden standen insgesamt sechs mobile WC-Container für «all genders» zur Verfügung. Für die Mitarbeitenden waren im Backstage-Bereich zusätzlich zwei mobile WC-Container eingerichtet. Bei allen mobilen Anlagen wurde darauf geachtet, dass sie direkt an die Kanalisation angeschlossen waren, sodass keine Abpumpfahrzeuge notwendig waren. Barrierefreie WC-Anlagen wurden ebenfalls bereitgestellt und waren jederzeit leicht zugänglich. Ergänzend stand das Angebot von «nette Toilette» zur Verfügung.

Im Rahmen der Fan Walks wurden zudem entlang der Strecke sowie am Fan Meeting Point weitere mobile WC-Kabinen aufgestellt, um auch bei grossem Andrang von Besuchenden eine zuverlässige Versorgung sicherzustellen. Die tägliche Grundreinigung und Wartung erfolgte jeweils am Vormittag, während der Öffnungszeiten wurden die Anlagen regelmässig kontrolliert und bei Bedarf nachgereinigt.

9.3 Reinigung und Abfallentsorgung

Das Abfall- und Reinigungskonzept orientierte sich an den bestehenden Standards der Stadt Bern. Erstmals wurde bei einer Veranstaltung dieser Grösseordnung konsequent eine Abfalltrennung angeboten. Innerhalb der Fan Zone Bundesplatz wurde zudem ein Mehrwegkonzept umgesetzt. Die Hauptreinigung erfolgte jeweils nachts nach Schliessung der Fan Zonen, während tagsüber die Abfallbehälter kontinuierlich geleert wurden. Reinigung und

Entsorgung wurden von städtischen Mitarbeitenden in Zusammenarbeit mit privaten Partner*innen durchgeführt. Diese Massnahmen trugen wesentlich dazu bei, dass der öffentliche Raum auch bei hoher Anzahl der Besuchenden sauber und einladend blieb.

10. Verkehr

Die Stadt Bern konnte für die EURO 2025 auf eine sehr gut erschlossene und bewährte Infrastruktur zurückgreifen. Das Stadion Wankdorf ist sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn, Tram, Bus) als auch für den motorisierten Individualverkehr und den Langsamverkehr optimal angebunden. Erfahrungen aus nationalen und internationalen Spielen bildeten die Grundlage für die notwendigen Anpassungen an die spezifischen Anforderungen der UEFA.

10.1 Öffentlicher Verkehr

Der öffentliche Verkehr war das zentrale Element der Mobilität. Das Stadion Wankdorf war multimodal über Bus, Tram und S-Bahn erreichbar. Besonders wirkungsvoll war die Integration des ÖV-Tickets ins Matchticket, wodurch die Nutzung deutlich gefördert und der Modalsplit zugunsten des ÖV verschoben wurde. Je nach Spieltag setzte die SBB zusätzliche Züge ein, während Bernmobil seine Linien verstärkte. Herausforderungen wie die Sanierung der Kornhausbrücke (Tramlinie 9) oder Baustellen im Bahnnetz konnten durch Ersatzverkehre erfolgreich aufgefangen werden. Insgesamt funktionierte der ÖV-Betrieb sehr effizient und wurde von den Besuchenden stark genutzt.

10.2 Fuss- und Veloverkehr

Die An- und Abreise zu den ÖV-Hubs wurde aktiv gesteuert und verlief reibungslos. Velofahrende nutzten vor allem die Achsen durch das Breitenrainquartier. Die PubliBike-Stationen, insbesondere bei der Festhalle, waren an nahezu allen Spieltagen stark ausgelastet. Provisorische Veloabstellplätze wurden unterschiedlich stark genutzt. Künftig ist insbesondere bei der Festhalle eine zusätzliche Fläche für Veloabstellplätze nötig.

10.3 Motorisierter Individualverkehr

Das Stadion Wankdorf liegt in unmittelbarer Nähe des Autobahnanschlusses Bern-Wankdorf. Ein kaskadiertes Parkierungskonzept mit mehreren Parkplätzen stand zur Verfügung, wurde jedoch aufgrund der hohen ÖV-Nutzung durchschnittlich nur zu rund 15 % ausgelastet. Entsprechend kam es weder bei An- noch Abreise zu nennenswerten Verkehrsbehinderungen. Auch die Busparkplätze blieben weitgehend ungenutzt. Der Schutz der Quartiere erwies sich wie bei früheren Anlässen erneut als erfolgreich.

10.4 Kinderwagenparkplätze und Schliessfächer

Die speziell eingerichteten Kinderwagenparkplätze wurden, unter anderem wegen der späten Anspielzeiten, kaum genutzt. Schliessfächer und Garderobenplätze waren leicht unterdimensioniert, konnten jedoch problemlos durch einen zusätzlichen Garderobenbetrieb ausgeglichen werden.

10.5 Fazit

Die Mobilität rund um die EURO 2025 in Bern funktionierte insgesamt sehr gut. Der öffentliche Verkehr übernahm dank der ÖV-Ticketintegration die zentrale Rolle und entlastete den Individualverkehr sowie Parkplätze deutlich. Auch der Fuss- und Veloverkehr waren erfolgreich organisiert, wobei punktuell nicht genügend Veloabstellplätze vorhanden waren. Die enge Zusammenarbeit aller Beteiligten, klare Strukturen und laufende Kommunikation stellten eine reibungslose Durchführung der Spiele und des Rahmenprogramms in Bern sicher.

11. Finanzierung EURO 2025 Bern

Am 24. November 2022 genehmigte der Stadtrat einen Verpflichtungskredit von 6.1 Mio. Franken zulasten der Erfolgsrechnung 2025 des Polizeiinspektorats für die mögliche Durchführung der UEFA Women's EURO 2025 in Bern. Dieser Kredit musste in kurzer Zeit beantragt und bewilligt werden, um für die Kandidatur der Schweiz als Austragungsland ein starkes Zeichen zu setzen. Alle damaligen Angaben, Annahmen und Informationen beruhten auf dem Stand September 2022.

Da bereits im Rechnungsjahr 2024 Kosten für das Projekt anfielen, die nicht erst 2025 beglichen werden konnten, erhöhte der Stadtrat am 1. Februar 2024 den Globalkredit 2024 des Polizeiinspektorats um 1.8 Mio. Franken mittels Nachkredit. Damit wurde ein Teil des genehmigten Verpflichtungskredits vorweg beantragt, ohne dass die Gesamtsumme von 6.1 Mio. Franken überschritten werden sollte. Es erfolgte lediglich eine Aufteilung des Verpflichtungskredits über die Jahre 2024 und 2025.

Zum Zeitpunkt des Antrags für den Verpflichtungskredit war es sehr schwierig, ein nach Teilprojekten gegliedertes Gesamtbudget zu erstellen. Vieles war zu diesem Zeitpunkt noch offen. So beispielsweise die Höhe des Beitrags des Kantons Bern, allfällige Beiträge des Sport- und Lotteriefonds und mögliche weitere Einnahmen.

Am 5. Juni 2025 genehmigte der Grosse Rat des Kantons Bern einen maximalen Veranstaltungsbeitrag zu Gunsten der Host City Bern von 3 Mio. Franken an die für die Planung, Organisation und Durchführung der EURO 2025 in Bern anrechenbaren Kosten.

Die **Erfolgsrechnung** per 15. November 2025 ergibt folgende detaillierte Angaben:

Bezeichnung	Budget	Rechnung	Differenz
Projektorganisation	800 000.00	1 648 172.78	+848 172.78
Legacy (Rasenfelder Allmend, Neufeld und Sport- und Bewegungsförderung)	1 500 000.00	2 711 118.61	+1 211 118.61
Fan Zone Bundesplatz und Corner Waisenhausplatz (inkl. Sicherheit)	1 400 000.00	3 776 110.85	+2 376 110.85
ÖV und Verkehr (inkl. Ticketintegration)	800 000.00	720 176.15	-79 823.85
Massnahmen im Vorfeld, Marketing, Kommunikation und Host City Dressing	250 000.00	993 625.43	+743 625.43
Gäste- und Fanbetreuung	500 000.00	91 457.63	-408 542.37
Öffentlicher Raum (Strom, Wasser, Reinigung, Toiletten, Fan Walks)	350 000.00	180 714.45	-169 285.55
Reserve	500 000.00	0.00	- 500 000.00
Total Aufwand	6 100 000.00	10 121 375.90	+4 021 375.90

Die **Mehrkosten von Fr. 4 021 375.90** wurden durch verschiedene finanzielle Beiträge finanziert:

Bezeichnung	Rechnung
Mehrkosten Aufwände	+4 021 375.90
Einnahmen / Finanzierung	
Beitrag Kanton Bern ²	-3 000 000.00
Beiträge Sport- und Lotteriefonds ³	-386 588.00
Gebühren, Sponsoren und Partner*innen	-1 214 115.90
Total Einnahmen	-4 600 703.90
Nettoergebnis WEURO 2025	-579 328.00

Alle Werte in Schweizer Franken

² Die Höhe des definitiven Beitrags des Kantons Bern ist noch offen.

³ Die Höhe der definitiven Beiträge aus dem Sport- und Lotteriefonds ist noch offen.

Die Mehraufwendungen für die Projektorganisation, die Legacy, die Fan Zonen (inkl. Sicherheit), die Massnahmen im Vorfeld, das Marketing, die Kommunikation und das Host City Dressing konnten durch Mehreinnahmen gedeckt werden. Die Reserven wurden bis zum Turnierstart zurückgehalten und mussten schlussendlich nicht eingesetzt werden.

Die Höhe der definitiven Beiträge des Kantons Bern sowie des Sport- und Lotteriefonds sind noch offen. Die Berechnung und die Auszahlung erfolgen erst nach Vorliegen der Schlussrechnung. In der Erfolgsrechnung per 15. November 2025 sind beide Positionen als Einnahmen eingerechnet.

Bei den Aufwänden sind nur wenige Rechnungen noch ausstehend. Die ungefähren Kosten sind in der Erfolgsrechnung per 15. November 2025 bereits integriert und werden das Ergebnis nicht massgeblich verändern.

Bis zur Vorlage des Jahresberichts 2025 können sich durch nachträgliche Buchungen noch Veränderungen bei den Aufwänden und Einnahmen ergeben. Am stärksten könnte sich dabei der definitive Beitrag des Kantons auswirken. Bisher hat der Kanton Bern 2.4 Mio. Franken an die Stadt Bern ausbezahlt. Noch ausstehend ist die Berechnung und Überweisung der Schlusszahlung, die maximal 600 000 Franken beträgt.

Das erfreuliche Nettoergebnis lässt sich auf mehrere Faktoren zurückführen. Zum einen wurden die Ausgaben von Beginn an sorgfältig geplant. Die Projektleitung und die Teilprojektleitenden legten grossen Wert auf eine konsequente Kostenkontrolle in allen Teilprojekten; regelmässige Budget- und Forecast-Sitzungen stellten die laufende Überwachung sicher. Die Orientierung an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft führte zudem dazu, dass auf Anschaffungen verzichtet wurde, die nach dem Turnier nicht weiterverwendet werden konnten oder die definierten Kriterien für eine nachhaltige Beschaffung nicht erfüllten. Aufgrund des unerwartet hohen Publikums-Aufkommens in den Fan Zonen konnten höhere Einnahmen generiert werden als ursprünglich prognostiziert. Dazu beigetragen haben das frei zugängliche Rahmenprogramm, das durchgehend gute Wetter sowie die grosse Euphorie rund um das Schweizer Nationalteam. Ein weiterer positiver Einflussfaktor war die hervorragende Zusammenarbeit mit allen städtischen Stellen und den lokalen Partner*innen.

12. Fazit

12.1 Allgemeines

Aus Sicht der UEFA steht bereits heute fest, dass die EURO 2025 neue Massstäbe gesetzt hat und als bisher erfolgreichste, bestorganisierte und nachhaltigste Frauenfussball-Europameisterschaft in die Geschichte eingehen wird. Auch in sämtlichen Host Cities sowie auf nationaler Ebene wird die Veranstaltung in vielerlei Hinsicht als grosser Erfolg bewertet, die sämtliche Erwartungen übertroffen hat. Die vier Spiele in Bern waren bereits mehrere Wochen vor dem Turnierstart ausverkauft.

12.2 Zusammenarbeit mit Partner*innen

Die Zusammenarbeit mit der UEFA darf trotz teilweise anspruchsvoller Verhandlungen und der sehr kurzen Vorbereitungszeit über die gesamte Projektdauer hinweg als durchwegs sehr gut bezeichnet werden.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für das Gelingen der EURO 2025 in Bern war die hervorragende Kooperation mit dem BSC YB – insbesondere bei der Promotion des Rahmenprogramms und der Austragung der Spiele in Bern. Die hochprofessionelle Arbeit im und rund um das Stadion Wankdorf hat massgeblich zum positiven Gesamtbild der Host City Bern beigetragen.

Auch die Zusammenarbeit mit dem Kanton war von Beginn an ausgezeichnet. Besonders wertvoll war die Unterstützung im Sicherheitsbereich sowie beim Thema Legacy.

Darüber hinaus hat sich der enge und regelmässige Austausch mit den übrigen Host Cities, dem Bund und dem Schweizerischen Fussballverband (SFV) sehr bewährt. Die Zusammenarbeit war bis zuletzt sehr konstruktiv und

partnerschaftlich. Nur dank dieser engen Kooperation konnten angemessene Unterstützungsbeiträge für die Legacy, die Integration des öffentlichen Verkehrs in die Matchtickets sowie eine gezielte touristische Landeskampagne sichergestellt werden.

12.3 Kommerzielle Auswirkungen

Die EURO 2025 brachte Bern im Sommer 2025 bedeutende touristische und wirtschaftliche Impulse. Die Tourist Info von Bern Welcome am Bahnhof verzeichnete im Juli 2025 rund 10 000 Besuchende und fast 5 000 Auskünfte. Bei digitalen Kampagnen war ein deutlicher Zuwachs festzustellen. Besonders erfolgreich war die Kampagne «Fans of Switzerland», die über Social Media und YouTube Millionen von Kontakten generierte und Bern international ins Rampenlicht rückte. Zahlreiche Medien- und Influencer*innen-Reisen aus Spanien, Portugal, Polen und England sorgten für mediale Reichweite und Berichterstattung in namhaften Publikationen.

Die Gastronomie profitierte von stark erhöhter Gästefrequenz, einem breiten Publikum und zahlreichen Gästen aus dem In- und Ausland sowie einer besonders positiven Stimmung an den Spieltagen in Bern. Auch der Detailhandel bewertete den Event positiv.⁴ Rund die Hälfte der Geschäfte beteiligten sich an den Schaufensterdekorationen, die die Host City Bern zur Verfügung stellte (mehr dazu in Kapitel 7.4). Der Anlass – insbesondere die Rekord-Fan Walks vor den Spielen der Schweiz im Stadion Wankdorf – sorgte zudem für grosse internationale Aufmerksamkeit.

Die Hotellerie verzeichnete eine Auslastung von über 80 % und einen deutlichen Anstieg der Zimmerpreise (+13 %), insbesondere an den Spieltagen in Bern. Der RevPAR (Revenue per Available Room, d. h. Umsatz pro Zimmer unabhängig von seiner Belegung) stieg um 18 %, was auf erhöhte Nachfrage und Zahlungsbereitschaft zurückzuführen ist. Besonders bemerkenswert war der starke Gästezuwachs aus Island. Insgesamt stärkte die EURO 2025 Berns internationale Sichtbarkeit als Tourismus-, Sport- und Eventdestination und erwies sich als wichtiger Treiber für Tourismus, Wirtschaft und Image der Stadt.

Details zu den jeweiligen Fazits der Hotellerie, Gastronomie und des Tourismus sind dem Schlussbericht von Bern Welcome in 0 zu entnehmen.

12.4 Kritische Punkte/Verbesserungspotenzial

12.4.1 Erweiterungen Projektorganisation

Die Erweiterung des Projektteams hätte in den Bereichen Volunteer-Management, Fan Zonen und Medienarbeit optimalerweise einige Monate früher erfolgen sollen.

12.4.2 Finanzielle Beiträge Kanton und Bund

Im Hinblick auf künftige Grossanlässe wäre es wünschenswert, dass die finanziellen Beiträge von Kanton und Bund zeitlich besser auf die Kreditentscheide der Stadt Bern abgestimmt werden. Bei der EURO 2025 ging die Stadt Bern bereits Ende 2022 in Vorleistung, während die Beiträge von Kanton und Bund erst im Juni 2024 beschlossen wurden.

12.4.3 UEFA-Sponsoren

Der erste Austausch mit den UEFA-Sponsoren erfolgte erst Ende Oktober 2024 und damit deutlich zu spät. Dies führte bis zuletzt zu erheblichen Herausforderungen bei der Planung und Umsetzung der Sponsorenaktivierungen auf dem Bundes- und Bärenplatz.

12.4.4 Verkehr

Bei den Veloabstellplätzen bestand punktuell noch Verbesserungspotenzial. Die PubliBike-Stationen, insbesondere bei der Festhalle, waren an nahezu allen Spieltagen stark ausgelastet. Künftig sind weitere Flächen für Veloabstellplätze notwendig, insbesondere auch eine weitere bei der Festhalle.

⁴ Laut einer Untersuchung von Visa stiegen während der EURO 2025 (Untersuchungszeitraum 2. bis 27. Juli 2025) die Umsätze ausländischer Visa-Karteninhaber*innen in Bern im Vergleich zum Vorjahr um rund 20 %. Bei Karteninhaber*innen aus den anderen UEFA Women's EURO 2025 Gastnationen lag der Umsatzanstieg sogar bei rund 36 % und bei Schweizer Karteninhaber*innen bei rund 26 %.

12.5 Gesamteinschätzung

Die EURO 2025 kann als voller Erfolg für Stadt und Kanton Bern gewertet werden. Diese Einschätzung wird, sowohl von nationalen und internationalen Medien als auch von in- und ausländischen Gästen bestätigt und deckt sich mit den positiven Rückmeldungen der eigenen Bevölkerung, wie entsprechende Umfragen zeigen.

Die Host City Bern hat ihre übergeordneten Ziele eins und zwei erreicht und die EURO 2025 in Bern zu einem unvergesslichen Gesamterlebnis für Einheimische und Gäste, sowie zum meistbesuchten und attraktivsten Frauensportanlass, den Bern je erlebt hat, gemacht. Ob auch das längerfristige Ziel eines nachhaltigen Schubs für Mädchen und Frauen im Fussball, im Sport und allgemein in der Gesellschaft erreicht wird, wird sich erst zeigen. Die grosse mediale Sichtbarkeit vor und während des Turniers und erste positive Entwicklungen im Bereich Legacy stimmen optimistisch, dass auch dies gelingen wird.

Insgesamt zeigt sich im Rückblick, dass Bern als Host City – trotz eines im Vergleich zu anderen Host Cities kleineren Verpflichtungskredits – die Erwartungen deutlich übertroffen hat und imagebezogen in hohem Masse von der EURO 2025 profitieren konnte.

Mit der erfolgreichen Durchführung der EURO 2025 hat die Host City Bern erneut gezeigt, dass internationale Grossanlässe verantwortungsvoll finanziert, nachhaltig umgesetzt und gleichzeitig von der lokalen Bevölkerung mitgetragen und geschätzt werden können. Dass dabei auch diesmal ein wenig Glück mitspielte, soll nicht unerwähnt bleiben.

Beilagen:

- Bericht Umsetzung der Nachhaltigkeitsmassnahmen
- Bericht Legacy Stadt Bern (Sportamt)
- Bericht Legacy Regionalverband Bern-Jura (FVBJ)
- Zwischenbericht Legacy Kanton Bern – 16.09.2025
- Rahmenprogramm
- Schlussbericht Bern Welcome
- Weitere Marketingmassnahmen (Kapitel 7.4)
- Merchandise (Kapitel 7.6)
- Branding Fan Zonen (Kapitel 7.7)
- Host City Dressing (7.8)
- Kommunikation mit den Gästen / Fans (Kapitel 7.9)
- Medien (Kapitel 7.10)

Bern, 19. November 2025

Bericht Umsetzung der Nachhaltigkeitsmassnahmen

Die nachfolgende Checkliste dient als praxisorientiertes Instrument zur strukturierten Umsetzung und Überprüfung von Nachhaltigkeitsmassnahmen. Sie unterstützt Verantwortliche dabei, relevante Handlungsfelder systematisch zu erfassen, den Umsetzungsstand zu bewerten und mögliche Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Die Anwendung der Checkliste fördert Transparenz, schafft Verbindlichkeit und erleichtert die Kommunikation innerhalb der Host City Bern.

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Umge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M1	Übergeordnet	Nachhaltige Beschaffung nach Kriterien der Stadt Bern		✓	Die Stadtverwaltung fördert Nachhaltigkeit in der Beschaffung und nimmt damit eine Vorbildfunktion ein. Sie kauft Produkte und Dienstleistungen ein, die wirtschaftlich und umweltschonend sind sowie sozial verantwortungsvoll realisiert werden.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verordnung über das Beschaffungswesen der Stadt Bern; VBW ○ Nachhaltige Beschaffung in der Stadtverwaltung; Leitbild
M1.1	Übergeordnet	Content Planung zu den Nachhaltigkeitsmassnahmen		✓	Die Nachhaltigkeitscharta orientiert sich an den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, unterstützt die Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 des Bundes und stützt sich auf die Rahmenstrategie Nachhaltige Entwicklung , dem Leitbild zur nachhaltigen Beschaffung und der Checkliste für nachhaltige Veranstaltungen der Stadt Bern. Ausserdem berücksichtigt sie die Empfehlungen vom Schweizer Verband für nachhaltige Events (SVNE) .	www.bernerballzauber.ch

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Umge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M2	Öffentlicher Raum 01.-27.Juli 2025	Barrierefreie Zugänge		✓	<p>Die temporäre Installation von Aufzügen wurde nicht umgesetzt, da sämtliche Zugänge über Rampen barrierefrei zugänglich waren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sanitäre Anlagen • Kubus • Fussballpitch • Riesenrad • Infocenter / Hospitality <p>Es wurde bewusst auf separate Sitzbereiche für Menschen mit Behinderung verzichtet, da eine einheitliche Gestaltung die Inklusion unterstützte.</p>	  

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	<input checked="" type="checkbox"/> Nicht umgesetzt	<input checked="" type="checkbox"/> Umgesetzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M3	Öffentlicher Raum 01.-27.Juli 2025	Awareness-Team + Schulung aller Mitarbeiterinnen der Orts- und Gewerbepolizei		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Die Mitarbeitenden der Orts- und Gewerbepolizei der Stadt Bern wurden entsprechend geschult.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pro Spieltag waren 10 geschulte Personen im Einsatz • Präventionskampagne 	
M4	Öffentlicher Raum 01.-27.Juli 2025	Entspannungsbereiche		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Der nahe gelegene Park «Kleine Schanze» und die «Bundesterrasse» dienten als zusätzliche Orte der Entspannung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bundesplatz • Waisenhausplatz 	 
M5	Öffentlicher Raum 01.-27.Juli 2025	Diversität beim Sicherheitspersonal	<input checked="" type="checkbox"/>		<p>Die Auswertung der Diversitätsdaten hat ergeben, dass sich ungefähr 15 % des Sicherheitspersonals als weiblich identifizieren.</p>	
M6	Öffentlicher Raum / Mobilität 01.-27.Juli 2025	Nachhaltige Transportmittel für das Sicherheitspersonal	<input checked="" type="checkbox"/>		<p>Statt zusätzliche E-Fahrzeuge zu beschaffen, waren die Mitarbeitenden zu Fuss oder mit dem Fahrrad unterwegs.</p>	
M7	Mobilität & Verkehr 01.-27.Juli 2025	Subventionierte Tickets (Ticket + GA 2. Klasse)		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Am Spieltag berechtigte das Matchticket zu einer Hin- und Rückfahrt in der zweiten Klasse von einem beliebigen Ort in der Schweiz zum Austragungsort.</p>	www.bernerballzauber.ch

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	<input checked="" type="checkbox"/> Nicht umgesetzt	<input checked="" type="checkbox"/> Umgesetzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M8	Mobilität & Verkehr 01.-27.Juli 2025	Veloparkplätze		<input checked="" type="checkbox"/>	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesgasse • Wankdorf 	 
M9	Mobilität & Verkehr & Kommunikation 01.-27.Juli 2025	Kampagnen nachhaltiger Mobilität		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Wegen der Sanierung der Kornhausbrücke (Februar bis November 2025) war die Brücke für Autos und öffentlichen Verkehr gesperrt; Fussgänger und Velofahrende konnten sie weiter nutzen. Die Tramlinie 9 war zwischen Bahnhof Bern und Kursaal unterbrochen. Das Matchticket galt am Spieltag als Fahrschein für Hin- und Rückfahrt (2. Klasse) von überall in der Schweiz zum Stadion. Es wurde empfohlen, während der EURO das Auto nicht zu benutzen, da es Verkehrs- und Parkbeschränkungen gab.</p>	www.bernerballzauber.ch https://de.uefa.com/womens-euro/event-guide/bern/travel
M10	Mobilität & Verkehr 01.-27.Juli 2025	Family friendly		<input checked="" type="checkbox"/>	<ul style="list-style-type: none"> • Abstellparkplätze für Kinderwagen • Fahrradanhänger 	 

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Um- ge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M11	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Abfallreduktion, Einsatz von Mietmaterial		✓	<p>Um eine möglichst umweltschonende und flexible Wiederverwendung zu gewährleisten, verwendeten wir bewusst neutrales Mehrweggeschirr ohne jegliches Branding.</p> <p>Pfandtokens motivierten zur Rückgabe von PET-Verpackungen und leisteten damit einen wichtigen Beitrag zu einem funktionierenden Wertstoffkreislauf.</p> <p>Dekoration und Bühnenelemente wurden aus Gründen der Nachhaltigkeit gemietet, um Ressourcen zu schonen und Mehrfachnutzung zu ermöglichen.</p> <p>An ausgewählten Stellen wurden gezielt Solarmodule eingesetzt, um die Energieversorgung umweltfreundlich zu unterstützen und nachhaltige Akzente zu setzen.</p>	      

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Um- ge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
					<p>Die mobile Abfalltrennstation diente der gezielten Sammlung und Trennung von Wertstoffen bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum. Mit klar gekennzeichneten Einwuröffnungen für Abfall, PET, Alu und Glas förderte sie ein umweltbewusstes Verhalten der Besucherinnen und Besucher. Die auffällige Gestaltung und der prägnante Slogan «Feiern mit Herz – Trennen mit Verstand» sensibilisierten spielerisch für das Thema Abfallvermeidung und Recycling. So wurde aktiver Umweltschutz sichtbar und einfach in das Veranstaltungsgeschehen integriert.</p>	
M12	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Zugang zu Trinkwasser		✓	<p>Da in der Fanzone keine direkten Brunnen vorhanden waren, wurde jeweils ein zusätzlicher Zugang zu Trinkwasser bereitgestellt. Es wurden jedoch keine Wasserstationen aufgestellt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mind. 15 Brunnen in der Innenstadt wurden beschriftet • Zusätzlicher Zugang zu Trinkwasser 	  

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Um- ge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M13	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Foodtrucks		✓	<ul style="list-style-type: none"> • Vegane und Vegetarische Angebote • Gesunde Snacks 	    

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Um- ge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M14	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Nette Toilette		✓	Die «Netten Toiletten» kamen an stark frequentierten Standorten zum Einsatz, an denen keine oder nur unzureichende öffentliche Toiletten zur Verfügung standen. Darüber hinaus war die Stadt bestrebt, eine ausreichende Anzahl an behindertengerechten Toiletten sowie Toilettenanlagen mit Wickeltischen zugänglich zu machen.	  <p>www.bern.ch/mediencenter/medienmitteilungen/aktuell_ptk/nette-toiletten-gehoren-definitiv-zu-bern-1</p>
M15	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Familienfreundliche Unterhaltung		✓	Die Berner Innenstadt wurde zum sommerlichen Fussballfest. Die Fan Zone auf dem Bundesplatz bot Public Viewing, zahlreiche Live-Konzerte, DJ-Sessions, Kino und weitere Aktivitäten. Am Waisenhausplatz sorgten eine beeindruckende Filmshow, ein mobiles Fussballfeld, eine Sportsbar, Theateraufführungen sowie Fussballtraining für authentisches Turnierfeeling.	www.bernerballzauber.ch
M16	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	REMake Host City Dressing		✓	<ul style="list-style-type: none"> • Atelier Machart (Tragtaschen, Schlüsselanhänger, Rucksäcke) • Boat2Bag (Tragtaschen, Rucksäcke) • Zusammenarbeit Hochschule der Künste Bern (HBK) • Schulamt der Stadt Bern 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kriterien Werbeflächen ○ Factsheet SEMO Machart ○ Materialliste

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht um- ge- setzt	✓ Um- ge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M17	Legacy / Kommunikation	Mentoringprogramm		✓	<p>Mit dem Projekt „Sportheldinnen“ setzte sich die Stiftung IdéeSport gemeinsam mit ihren Partnerinnen und Partnern dafür ein, die vielfältige Welt des Frauen- und Mädchensports in der Schweiz sichtbarer und erlebbarer zu machen.</p> <p>Ziel war es, Mädchen durch zahlreiche weibliche Vorbilder aus dem Sport zu inspirieren, selbst aktiver zu werden und zu erkennen, dass jede von ihnen eine Sportheldin sein kann – unabhängig von sportlichen Leistungen, kulturellem Hintergrund oder äußerem Erscheinungsbild.</p>	www.sportheldinnen.ch
M18	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Circular Tour Switzerland		✓	<ul style="list-style-type: none"> • Podcast zum Thema Nachhaltigkeit • Circular Cube als temporäres Radio-Studio 	
M19	Kommunikation	Kommunikations-Partnerschaften mit Host City-Partnern		✓	<ul style="list-style-type: none"> • SBB • Bernmobil • Bern Welcome 	

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	<input checked="" type="checkbox"/> Nicht umgesetzt	<input checked="" type="checkbox"/> Umgesetzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M20	Kommunikation 01.-27.Juli 2025	Event-Partnerschaften		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Im Zuge des Spiels des Schweizer Nationalteams in Bern veranstalteten WfW und die Host City Bern den WfW CLEAN-UP Day. Gemeinsam mit zahlreichen Teilnehmenden – darunter Noa Schärz, Mittelfeldspielerin der YB Frauen und frischgebackene Schweizer Meisterin sowie Fabian Lustenberger, ehemaliger YB-Captain und WfW Enabling Mind – wurden Zigarettenstummel gesammelt, um auf die oft unterschätzte Umweltbelastung durch Littering aufmerksam zu machen.</p>	www.wfw.ch
M21	Kommunikation	Sustainability Landing-page		<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Die Host City Bern legte einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit, indem ökologische und soziale Aspekte konsequent in die Planung und Durchführung integriert wurden. Ziel war es, Ressourcenschonung, Abfallvermeidung und verantwortungsvolles Handeln zu fördern, um einen nachhaltigen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Darüber hinaus sollte eine dauerhafte Legacy geschaffen werden, die über das Turnier hinauswirkt: Die Förderung des Frauenfussballs in der Schweiz wird langfristig gestärkt, neue Impulse werden gesetzt und die Sichtbarkeit des Sports erhöht.</p> <p>Die Geschichte des Frauenfussballs wurde aktiv vermittelt und gewürdigt, um die gesellschaftliche Relevanz und Entwicklung des Sports sichtbar zu machen.</p> <p>Ein mobiler Fussballpitch brachte den Fussball direkt zu den Menschen, schaffte Begegnungen und lud zum Mitmachen ein.</p> <p>Die erste Circular Tour de Suisse machte Kreislaufwirtschaft in der ganzen Schweiz sichtbar und erlebbar. Sie zeigte auf inspirierende Weise, wie nachhaltiger Umgang mit Ressourcen konkret umgesetzt werden kann.</p>	www.bernerballzauber.ch

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	<input checked="" type="checkbox"/> Nicht umgesetzt	<input checked="" type="checkbox"/> Umgesetzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M22	Öffentlicher Raum & Fanzone 01.-27.Juli 2025	Film «Unstoppable»		<input checked="" type="checkbox"/>	Die einzigartige Filmshow zur bewegten Geschichte des Frauenfussballs.	Trailer UNSTOPPABLE 
M23	Sportinfrastruktur	Einführung ökologisches Greenkeeping		<input checked="" type="checkbox"/>		
M24	Sportinfrastruktur	Neue Trainingsfelder für den Breitensport «Grossen Allmend»		<input checked="" type="checkbox"/>	Nach dem Turnier stehen zwei neue Trainingsfelder in Normgrösse dauerhaft dem Breitensport zur Verfügung.	 
M25	Sportinfrastruktur	Sanierung Rasenfeld «Neufeld»		<input checked="" type="checkbox"/>	Die Aufwertung des Platzes ermöglicht eine intensive Nutzung und stellt lokalen Vereinen sowie Freizeitsportler*innen eine qualitativ verbesserte Spielfläche zur Verfügung.	

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Umge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M26	Sportinfrastruktur	Mobiler Fussballpitch		✓	<p>Die Women's EURO 2025 bot eine wertvolle Gelegenheit zur Förderung des Frauenfussballs und zur Sensibilisierung in der Region. Um dieses Potenzial bestmöglich zu nutzen, hatte die Host City Bern beschlossen, ein mobiles Mini-Fussballfeld anzuschaffen. Dieses sollte vor und während des Turniers an verschiedenen Standorten in der Region eingesetzt werden, um die Veranstaltung sichtbar zu machen und zugleich die Bewegungsförderung in der Bevölkerung zu unterstützen.</p>	
M27	Legacy	Umfrage bei den Stadtberner Fussballvereinen		✓	<p>In den Garderoben von sechs Sportplätzen (Wyler, Weissenstein, Wander, Neufeld, Holenacker und Murifeld) werden Sichtschutzmassnahmen umgesetzt.</p>	
M28	Legacy	Zusätzliche Projekt beim Fussballverband FVBJ		✓	<p>Zur Förderung von Frauen und Mädchen im Fussball wurden verschiedene Initiativen umgesetzt: Dazu zählen Sensibilisierungsvideos, Workshops zur Vereinsförderung weiblicher Mitglieder, ein Club-Management-Lehrgang für Funktionärinnen sowie Netzwerkanlässe für Frauen im Fussball. Ergänzt wird das Angebot durch die Einführung eines spezifischen Ausbildungswegs für Schiedsrichterinnen, Ü30-Turniere und spezielle Torhüterinnentrainings.</p>	www.fvbj-afbj.ch/fussballverband-bern-jura/WEURO-2025.aspx
M29	Legacy	Kids-Futsal-Kurse «Girls only»		✓	<p>Ab dem Schuljahr 2025/2026 bieten die Schulen im Rahmen des freiwilligen Schulsports in Zusammenarbeit mit Stadtberner Fussballvereinen «Girls only»-Angebote an (Zeitraum: 29.08.2025 – 03.07.2026).</p>	www.sportamt-bern.ch/angebote/sportangebote/kids-kurse

Nr.	Teilprojekt	Massnahme	X Nicht umge- setzt	✓ Umge- setzt	Kommentar	Foto / Dokument / HP
M30	Legacy	Freiwilliger Schulsport "Girls only"		✓	Das Projekt Doppelpass des SFV ist im freiwilligen Schulsport implementiert.	www.football.ch/sfv/kinder-und-schulfussball/Doppelpass/Fokus-Girls-only/Fokus-Girls-only.aspx
M31	Legacy	Fussball-Schnuppervor- mittage für Mädchen		✓	<p>Stadtberner Sportvereine bieten Schnuppertrainings an, damit Teilnehmerinnen unkompliziert verschiedene Sportarten kennenlernen und sich bei Interesse direkt in den Vereinen engagieren können.</p> <p>Daten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 13. September 2025 • 25. Oktober 2025 • 15. November 2025 	www.sportamt-bern.ch/events-sportamt/weuro-2025/massnahmen-legacy/girls-sports-day
M32	Legacy	Buchprojekt «Das Recht zu kicken»		✓	<p>Das Buch «<i>Das Recht zu kicken</i>» von Dr. Marianne Meier und Monika Hofmann zeichnet die 100-jährige Geschichte des Schweizer Frauenfussballs nach. Es behandelt rechtliche Grundlagen, internationale Entwicklungen und gesellschaftliche Zusammenhänge, ergänzt durch Zukunftsperspektiven. Interviews mit elf Pionierinnen sowie Porträts weiterer Wegbereiterinnen bieten persönliche Einblicke. Begleitend erscheint der Podcast «<i>Fussball-Pionierinnen</i>».</p>	

Bericht Legacy Stadt Bern (Sportamt)

Die Legacy Massnahmen der Stadt Bern lassen sich in drei Teilbereiche unterteilen: Infrastrukturprojekte, Förderung des Frauenfussballs (in Zusammenarbeit mit dem Fussballverband Bern Jura FVBJ) sowie allgemeine Mädchen sportförderung. Um möglichst wirkungsvolle, nachhaltige Massnahmen und Projekte zu erarbeiten, haben sich im Kanton Bern die zentralen Akteure der Region zusammengeschlossen. Konkret sind dies das Sportamt und die Hostcity Bern, die Stadt Thun, der Kanton Bern, der Schweizerische Fussballverband (SFV) und der Fussballverband Bern Jura (FVBJ).

Infrastruktur

Ein wichtiger Bestandteil des Legacy-Programms war die Sanierung der Rasenfläche auf der Grossen Allmend in der Grösse von zwei Normplätzen. Seit Turnierende steht diese dem Breitensport zur Verfügung. Auch das Rasenfeld im Stadion Neufeld wurde saniert. Diese Aufwertung ermöglicht eine leicht höhere Auslastung des Feldes und bietet lokalen Vereinen und Freizeitsportler*innen eine verbesserte Qualität der Spielfläche.

Im Rahmen des Legacy-Programms des Kantons Bern hat die Stadt Bern zwei mobile Kunstrasenteppiche erhalten, die auf einem Hartplatz ausgelegt werden können und somit mehr Kapazität für Fussballtrainings schaffen.

Das Sportamt setzte zudem kleinere infrastrukturelle Verbesserungen im Bereich der Garderoben auf den Sportplätzen Wyler, Weissenstein, Wander, Neufeld, Holenacker und Murifeld um, die dem Mädchen- und Frauenfussball dienen. Es wurden beispielsweise Sichtschutzmassnahmen im Garderobenbereich gebaut.

Für die Sportplätze Wyler und Spitalacker wurden «Play More Tore» angeschafft. Dies sind kleine Tore (Grösse 1.20m x 0.80m), welche neue Trainingsformen im Junior*innenbereich ermöglichen. Durch den Einsatz von Kleinfeldern auf den Sportplätzen können mehr Teams gleichzeitig die Sportrasenfelder nutzen und dadurch mehr Trainingskapazitäten angeboten werden.

Erfreulicherweise leiten immer mehr Schiedsrichterinnen Fussballspiele. Oftmals finden Spiele nacheinander statt oder werden von geschlechtergemischten Schiedsrichter* innen-Trios geleitet. Auf dem Sportplatz Murifeld sind in der Schiedsrichter* innen-Garderobe zwar zwei Duschen vorhanden, diese sind aber offen zugänglich. Deshalb werden eine Trennwand und zwei separate Zugänge eingebaut, so dass zwei geschützte Umziehkabinen mit Dusche entstehen.

Im Herbst / Winter 2025 werden mobile Beleuchtungsmasten angeschafft. Fest installierte Beleuchtungsanlagen sind teuer (ca. CHF 200'000.00) und auf Grund von Umweltfaktoren wie Anwohnerschaft, Baubestand der Anlage, etc. manchmal kaum umsetzbar. Gerade in der Übergangszeit (April/Mai und September/Oktobe) wird es früh dunkel und einige Trainings-einheiten können nicht wie gewohnt durchgeführt werden (gleichbleibende Trainingszeit während Vor- oder Rückrunde). Die mobilen Beleuchtungsmasten bieten eine Möglichkeit, die kritische Zeit kostengünstig zu überbrücken und so die Trainingszeiten zu erhalten. Dank der Mobilität der Beleuchtungsmasten entsteht eine grosse Flexibilität: Die Masten können bei Bedarf auch kurzfristig auf andere Plätze verschoben werden. Die mobile Beleuchtung wurde im Frühling 2025 in einem Pilotprojekt auf dem Sportplatz Holenacker erfolgreich getestet. Ab 2026 sollen mehrere Sportplätze mobil beleuchtet werden.

Förderung des Frauenfussballs in Zusammenarbeit mit dem Fussballverband Bern Jura (FVBJ)

Um spezifisch den Mädchen- und Frauenfussball zu fördern, arbeitet die Host City Bern mit dem Fussballverband Bern Jura (FVBJ) zusammen. Der FVBJ engagierte sich mit verschiedenen Projekten, die insbesondere die Rolle von Frauen im Fussball beleuchten und fördern.

Dazu gehören Sensibilisierungsvideos, Vereinsworkshops zu Themen wie Schiedsrichterinnen und Trainerinnen, Management-Ausbildungen für Frauen im Vereinsumfeld, Seniorinnenturniere, Torhüterinnentrainings sowie die Organisation eines Turniers im freiwilligen Schulsport. Bei diesen vielfältigen Projekten stehen die Stadtberner Fussballvereine im Fokus. Detaillierte Informationen dazu sind im Reporting des FVBJ ersichtlich.

Mädchen sportförderung

Girls-only-Angebote in den KIDS Kursen und im freiwilligen Schul sport

Die für Stadtberner Kinder und Jugendlichen kostenlosen KIDS Kurse wurden auf das Schul-jahr 2025/2026 mit neuen Girls-only-Angeboten ergänzt. In folgenden Kursen können sich Mädchen unter sich bewegen: Futsal, polysportiver Ballsport, Basketball, Boxen, Selbstverteidigung sowie im Tanzen (Jazz und HipHop). 121 Mädchen nehmen im Schuljahr 2025/2026 an diesen Kursen teil. Die Angebote sollen auch in Zukunft über das ordentliche Budget des Sportamtes weitergeführt werden.

Der freiwillige Schul sport wird in der Stadt Bern von den Schulen selbstständig organisiert. Die Schulen wurden über das Projekt Doppelpass des Schweizerischen Fussballverbandes SFV informiert, welches Girls-only-Angebote in Zusammenarbeit mit Fussballvereinen im frei-willigen Schul sport fördern will. Im Schuljahr 2025/2026 werden drei Kurse angeboten, an de-nen 50 Mädchen teilnehmen.

Polysportive Mädchensportwoche – Girls-only-Camp

Während der WEURO fand vom 7. bis 11. Juli 2025 eine polysportive Feriensportwoche nur für Mädchen (Kindergarten bis 6. Klasse) in der Sporthalle Wankdorf statt. In nächster Nähe zur Spielstätte der WEURO in der Stadt Bern haben die Mädchen Fussball und andere Sportarten kennengelernt. Das Camp war mit 100 teilnehmenden Mädchen ausgebucht und sorgte für grosse Begeisterung. Die Mädchen haben es sehr geschätzt, dass sie unter sich Sport treiben konnten. Da dieses Camp so erfolgreich war, plant das Sportamt, die polysportive Mädchensportwoche auch in Zukunft anzubieten - falls es die finanziellen Mittel des ordentlichen Budgets zu lassen.

Girls Sports Day – der sportliche Mädchenvormittag

An drei Samstagen finden im Herbst / Winter 2025 kostenlose Schnuppervormittage für Mädchen der 1. bis 6. Klasse statt. Ziel ist es, dass die Mädchen unter sich neue Sportarten wie Fussball, Basketball, Handball oder Boxen ausprobieren können. Verschiedene Stadtberner Sportvereine beteiligen sich am Anlass.

Monat der «Sportheldinnen»

Die Stadt Bern unterstützte das von der Stiftung IdéeSport lancierte Projekt «Sportheldinnen». Ziel war es, insbesondere Mädchen durch weibliche Vorbilder zu inspirieren, ihren eigenen Weg im Sport zu finden und die Freude an der Bewegung zu entdecken – unabhängig der eigenen sportlichen Leistung, dem kulturellen Hintergrund oder des Geschlechts. Im März 2025 veranstaltete IdéeSport den Monat der «Sportheldinnen», bei dem im Rahmen von vier OpenSundays und drei

MidnightSports in der Stadt Bern Sportlerinnen aus verschiedenen Sportarten vorgestellt wurden. Zudem hat die Stiftung IdéeSport das Sportheldinnen -Sammel-heft veröffentlicht. Darin wurden Frauen und Mädchen aus verschiedenen Sportarten porträtiert – vom Freizeitsport bis hin zum Leistungssport

Bericht Legacy Regionalverband Bern-Jura (FVBJ)

Im Rahmen der WEURO 2025 setzt der Fussballverband Bern/Jura dank grosszügiger Unterstützung der Stadt Bern und des Kantons Bern seit 2025 Massnahmen und Projekte zur Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs um. Konzepte und Erkenntnisse daraus sollen in die Mädchen- und Frauensportförderung anderer Sportarten transferiert werden können.

Ausgangslage

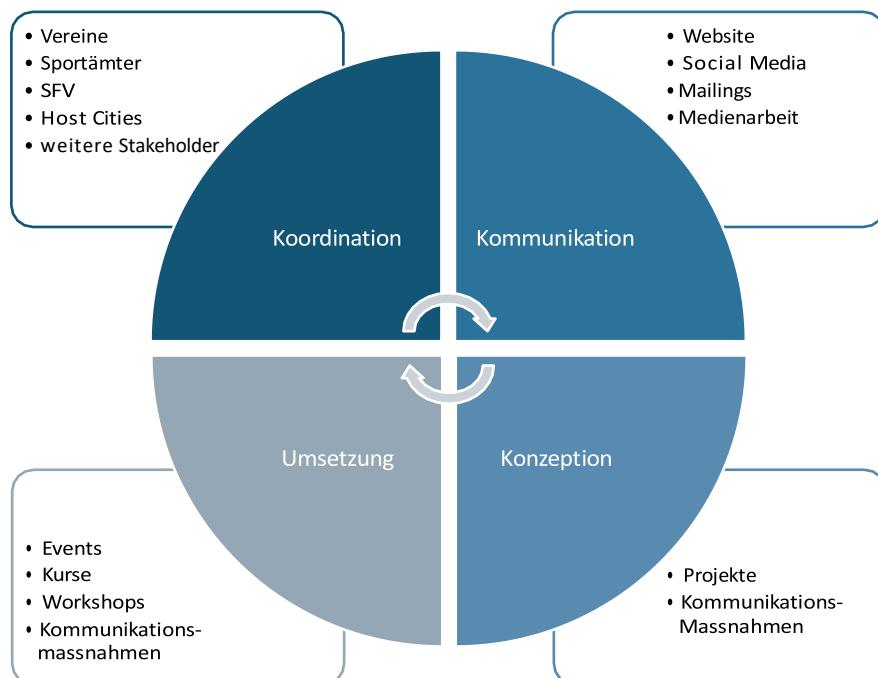
Im Herbst 2023 fanden erste Gespräche zwischen der Leiterin Fussballentwicklung beim FVBJ und dem Sportamt der Stadt Bern sowie dem Sportkompetenzzentrum des Kantons Bern statt, damit der FVBJ im Rahmen der WEURO 2025 dank finanzieller Unterstützung dieser Institutionen Legacy Massnahmen umsetzen kann. Die Stadt Bern erkannte sofort die Wichtigkeit und das Potential dieser Zusammenarbeit und sprach per 1. Januar 2024 eine Finanzierung für zwei Jahre zur Anstellung einer Projektleitung Legacy zu 20%. Zudem wurde eine Finanzierung zur Umsetzung von Projekten im Wert von 40'000 CHF gesprochen, die auf den Folgeseiten aufgezeigt werden. Da die Anstellung bereits im ersten Halbjahr positive Resultate erbrachte, entschloss sich die Stadt Bern weitere 20% per 1.8.2024 bis Ende 2025 zu sprechen. Zu diesem Zeitpunkt stieg auch das Sportkompetenzzentrum des Kantons ein und ermöglichte eine Anstellung von weiteren 40%.

Zielsetzung Legacy 2024-2027

Die [Legacy Ziele des Schweizerischen Fussballverbands \(SFV\)](#) im Bereich Breitensport geben eine Verdoppelung an Spielerinnen, Trainerinnen, Funktionärinnen und Schiedsrichterinnen bis Ende 2027 vor. Alle Massnahmen des FVBJ orientieren sich somit an dieser Zielsetzung. Mit der Stadt Bern wurden darauf abgestimmt spezifische Projekte zur Umsetzung vereinbart, die insbesondere auch Stadt Berner Vereine begünstigen sollen.

Aufgaben der Projektleitung

Folgende Aufgaben werden von der Projektleiterin Legacy seit Januar 2024 wahrgenommen. Die vielseitigen Aufgaben sind seit August 2024 in einem 100%-Pensum aufgeteilt auf zwei Personen.



Video-Projekte zur Sensibilisierung und Sichtbarkeit von Frauen im Fussball

Um die Sichtbarkeit lancerter Angebote sowie weiblicher Vorbilder zu erhöhen und die Gesellschaft zu sensibilisieren, hat der FVBJ zwölf professionelle Videos in folgenden Bereichen umgesetzt. Diese werden für Website, Anlässe sowie Social Media verwendet.



Die umgesetzten Videos generierten bis Ende August 2025 über 100'000 Aufrufe und wurden rund 150 Mal geteilt. Die etwas über 1'000 Follower interagieren regelmässig aktiv bei Umfragen und Abstimmungen. Hier eine Übersicht der umgesetzten Videos geordnet nach den Oberthemen der Legacy-Ziele:

Thema	Videos
Trainerinnen	Trainerinnenkurs C-Basic 2024 Role Model Trainerin Carola Fasel Torhüter-Trainerinnenkurs Niveau 1 Kommunikation als Trainerin im Frauenfussball
Spielerinnen	„Girls only“ im freiwilligen Schulsport (KIDS Kurs Bern) Weltmädchenstag 2024 in Basel – Begleitung der Regionalauswahl RA-13 «Bieler Cup Girls Edition» FF-12/FF-15 Schülerinnen-Turnier in Frutigen
Schiedsrichterinnen	Role Model Schiedsrichterin Emilie Aubry Serie mit Gründen Schiedsrichterin zu werden
Funktionärinnen/ Frauen im Fussball	Netzwerkanlass für Frauen im Fussball Role Model Funktionärin Vreni Höhner Club Management Lehrgang für Frauen Vereinsworkshop FC Burgdorf

Die Angebote, welche auf Social Media am meisten Interesse generierten, waren der Trainerinnenkurs und der Club Management Lehrgang für Frauen, der Vereinsworkshop beim FC Burgdorf sowie der erste Netzwerkanlass für Frauen im Fussball. Der Nicht-Follower Anteil lag jeweils bei rund 70%, d.h., das Video hat viele Konten erreicht, die dem Frauenfussball Bern-Jura Account noch nicht folgten. Anfang September 2025 folgen 1'052 Personen dem Account «frauenfussball_bern_jura».

Frauenfussballtagung vom Dezember 2025

An der Frauenfussballtagung vom 7.12.2025 kamen rund 60 Personen aus dem deutschsprachigen Mädchen- und Frauenfussball im FVBJ zusammen. Die französischsprachigen Vereine hatten diesen Anlass separat Ende Januar 2025.

Etwa ein Viertel der Teilnehmenden war von Stadt Berner Vereinen wie SC Holligen, FC Weissenstein, FC Bern, FC Breitenrain, FC Wyler, SC Bümpliz und FC Bethlehem. Die Funktionär*innen und Trainer*innen wurden primär über die Legacy Projekte rund um die WEURO 2025 sowie die neu einzuführenden Mädchenkategorien ab Sommer 2025/26



Abbildung 1 Diskussion in den Kreisverbänden

informiert. Zudem erhielten sie Gelegenheit, sich innerhalb ihres Kreisverbandes mit anderen Vereinen auszutauschen, ihre Bedürfnisse zu äussern und Unklarheiten zu klären.

Massgeschneiderte Vereinsworkshops

Seit Dezember 2024 profitieren Vereine von Workshops mit dem FVBJ, bei denen sie ihren Fokus selbst wählen können. Ob sie eine Mädchenabteilung aufbauen wollen, Ziele in der Vermehrung weiblicher Trainerinnen und Funktionärinnen verfolgen oder einfach die Legacy Projekte in ihrem Verein bekannt machen wollen – sie entscheiden.

Das Foto zeigt den Anlass beim FC Frutigen, wo unter anderem zwei ASSL-Spielerinnen des FC Thun sowie Carola Fasel als U20-Trainerin der YB Frauen Einblick in ihren Alltag gaben.

Bisher profitierten 7 Vereine von Workshops mit dem FVBJ, weitere 3 stehen bis Ende 2025 an. Folgende Vereine der Stadt Bern und Umgebung nahmen bisher



Abbildung 2 Diskussionsrunde mit ASSL-Spielerinnen und -Trainerin am Workshop mit dem FC Frutigen

an Workshops teil: FC Weissenstein, FC Wabern, FC Goldstern. (Stand: August 2025)

Club Management Lehrgang für Frauen

Der FVBJ lancierte im Rahmen der Legacy eine erste Durchführung der Präsenztage für Frauen im Rahmen des Club Management Lehrgangs von Swiss Olympic. Dafür wandte er sich an den SFV, der für die Durchführung der Präsenztage im Fussball zuständig ist. In Zusammenarbeit wurden die Präsenztage etwas überarbeitet: Die Inhalte wurden auf die Zielgruppe leicht angepasst und eine externe Referentin sorgte mit einem Input zu Auftrittskompetenz für Abwechslung. 15 der 25 Teilnehmerinnen waren aus der Region Bern-Jura, davon drei aus Stadt Berner Vereinen (1x SC Holligen, 2x FC Breitenrain).



Abbildung 3 Präsenztage "women only" im Club Management Lehrgang

Die Kosten der FVBJ-Funktionärinnen wurden vom FVBJ übernommen. Aufgrund der erfolgreichen Durchführung organisiert der SFV im Herbst 2025 erneut zwei Präsenztage für Frauen. Unter schweizweit 180 Diplomierten befinden sich unter anderem dank dieser Initiative neu 33 Frauen.

100 Days To Go – Anlass mit neuem Zuschauerrekord im Wankdorf

Für den Anlass «100 Days To Go» bis zur EM schlossen sich Berner Ballzauber, YB und FVBJ zusammen, um einen unvergesslichen Tag für den Mädchen- und Frauenfussball in Bern durchzuführen. Am Vormittag fanden Turniere für Mädchen und Frauen in der Wankdorfhalle (FF-12) und der Stockhorn Arena statt (Ü30 / FF-19), gefolgt von einem Netzwerkanlass für Frauen im Fussball mit rund 100 Teilnehmerinnen. Gekrönt wurde der Tag vom Spiel der YB Frauen gegen GC Zürich, wo mit 10'647 ein neuer AWSL-Publikumsrekord aufgestellt wurde.

Viele Nachwuchsteams strömten gemeinsam ins Stadion und profitierten vor dem Spiel von zahlreichen Aktivitäten



Abbildung 4 Hochbetrieb auf dem Quartierplatz beim Wankdorf Stadion

auf dem Quartierplatz. In der Lounge des Stadions fanden fürs Spiel zahlreiche Politiker*innen, Funktionär*innen und weitere Fussballbegeisterte zusammen, um den Frauenfussball und die bevorstehende Heim-EM zu feiern.

Torhüterinnen-Trainings mit Vereinen

Der FVBJ organisiert mit Vereinen, die Bedarf an neuen Torhüterinnen haben, Trainings mit ganzen Mädchenteams. Daraus sollen neue Spielerinnen für diese Position gewonnen werden. In der Vorrunde der Saison 2025/2026 fanden bereits einige solcher Trainings mit FF-Teams statt, weitere sind in Planung.

Schülerinnen-Turnier für freiwillige Schulsportangebote «Girls Only»

Im Rahmen der Legacy-Initiative entstanden mehrere neue «Girls Only»-Angebote im freiwilligen Schulsport. So auch in den Städten Thun und Bern. Der FVBJ hat bei den bestehenden Angeboten das Interesse nach einem Turnier untereinander abgeholt. Die drei interessierten Angebote sind nun im Austausch, ob Freundschaftsspiele oder ein kleines Turnier stattfinden sollen.

Weitere Projekte im Rahmen der Legacy-Ziele der WEURO 2025

Während der WEURO 2025 im Juli 2025 engagierte sich der FVBJ mit einem Stand in der Fanzone der Stadt Bern sowie Aktivitäten auf dem mobilen Kunstrasenfeld der Stadt Thun. Der Legacy-Stand zog viele Besuchende an und stellte die Schiedsrichter:innen-Thematik in den Vordergrund. Anhand von Spielszenen und mit einem spezifischen Flyer für Frauen wurde versucht, mehr Frauen für diese wichtige Funktion zu gewinnen. In der Fanzone auf dem Waisenhausplatz fand zudem ein Kindertraining statt, das von YB organisiert wurde. Auf dem Bundesplatz wurde die erste Meisterinnen-Feier abgehalten, um die frisch gekürten Meisterinnen der Axa Women's Super League zu würdigen. Ausserdem kam die vom SFV zur Verfügung gestellte Schussmaschine in der Fanzone zum Einsatz und zog zahlreiche Kinder und Jugendliche an.

Der FVBJ konnte im Rahmen der Anstellung der Projektleiterin Legacy einen Versuch beim Innovationslabor 7x1 des BASPO konzipieren und erhielt den Zuspruch. Der [Versuch «empowHER»](#) verfolgt über zwei Jahre das Ziel, den Anteil an diplomierten Trainerinnen zu verdoppeln und ambitionierte Trainerinnen weiterzuentwickeln. Die wichtigsten Aspekte sind die Erhöhung der Sichtbarkeit von Trainerinnen, das Durchführen von Trainerinnenkursen und Netzwerkanlässe nur für Frauen sowie ein Mentoring-Angebot für Trainerinnentalente. Die Zwischenevaluation im Frühling 2025 war durchaus positiv, 2024 konnten fünf Mal mehr Trainerinnen ausgebildet werden, als dies in Vorjahren der Fall war.

Seit November 2024 führte der FVBJ drei Netzwerkanlässe für Frauen im Fussball durch. Diese beinhalteten jeweils spannende Podiumsdiskussionen, Workshops zu verschiedenen Themen sowie Referate interessanter weiblicher Persönlichkeiten aus dem Fussball und darüber hinaus. Das Feedback der Teilnehmerinnen war stets sehr positiv und stillt das Bedürfnis nach Austausch und Inspiration anderer Frauen im Fussball. An zwei von drei Anlässen waren rund 100 Frauen anwesend, beim Dritten ca. 60, dieser fand allerdings während der WEURO an einem Spieltag der Schweizer Nati statt.

Im Bereich Schiedsrichterinnen konnten mit der Einführung des Frauenwegs sowie der Erarbeitung von Kommunikationsmitteln für die Zielgruppe Frauen wichtige Schritte gemacht werden. Seit Herbst 2024 können Schiedsrichter*innen den Frauenweg wählen, d.h. sie pfeifen nur noch Mädchen- oder Frauenspiele. Die Anzahl Schiedsrichterinnen erhöhte sich in der Region seit Ende 2023 von 16 auf 24.

Der FVBJ versucht die Kategorie Ü30 bei den Frauen mit Turnieren zu etablieren. In Zusammenarbeit mit den Clubs YB und FC Thun sowie mit den Host Cities Thun und Bern konnten zwei Turniere organisiert werden, die auch zur Bekanntmachung der Legacy Projekte und WEURO dienten. Für die Saison 2025/26 sind erneut 3-4 Turniere in Planung. Mittlerweile wurden sechs Ü30-Teams beim Verband gemeldet, die regelmässig trainieren und an einem Turnierbetrieb interessiert sind. Diese Zielgruppe ist für Vereine auch aufgrund des Potentials für weitere Funktionen im Verein interessant.

Das Legacy-Team hat zudem die gendergerechte Sprache im FVBJ eingeführt. Ein wichtiger Schritt, so dass sich die Frauen im Fussball angesprochen und repräsentiert fühlen. Dokumente werden im Rahmen einer neuen Kommunikationsstrategie Schritt für Schritt entsprechend angepasst.

Wie geht es weiter mit der Legacy? Was braucht es dafür?

Die Zahlen in der untenstehenden Grafik zeigen, dass in der Region Bern/Jura in allen Legacy-Bereichen seit Ende 2023 bereits Fortschritte erzielt werden konnten. Die prozentualen Entwicklungen liegen in allen Bereichen zwischen +19.1% und +50%. Dass die Massnahmen Wirkung zeigen, ist also unbestritten.

Die grosszügigen Finanzierungen der Stadt Bern und auch des Kantons Bern laufen jedoch Ende 2025 aus und so auch die Verträge der Projektleiterinnen beim FVBJ, welche für die Umsetzung der Massnahmen verantwortlich sind. Die vom SFV zur Verfügung gestellten Gelder bis 2027 reichen mit rund 40'000 CHF jährlich nicht aus, um entsprechende Ressourcen zu schaffen. Doch genau dort ist das Geld am besten investiert und notwendig, da in den zwei Jahren ein wichtiges Netzwerk zu Vereinen und anderen Institutionen, sowie ein grosses Know-How aufgebaut wurde.

Es braucht weiterhin Tagungen, Workshops, Lehrgänge und Netzwerkanlässe für Frauen im Fussball, um den Aufwärtstrend fortzusetzen. Wie die Euro exemplarisch gezeigt hat, ist die Sichtbarkeit der Frauen im Fussball einer der wichtigsten Faktoren, um eine nachhaltige Veränderung hervorzurufen. Das Motto #HereToStay soll also kein leeres Versprechen bleiben, sondern genauso gelebt und mit grossem Engagement weitergeführt werden. Dafür braucht es entsprechende Finanzierungen.

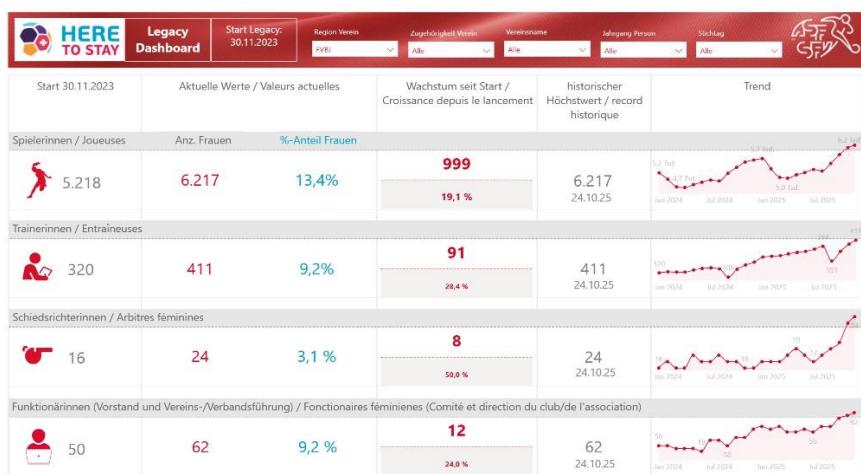


Abbildung 5 Entwicklung Legacy im FVBJ

Zwischenbericht Legacy Kanton Bern – 16.09.2025

Im Projekt «Ganzjahresnutzung von Sportanlagen» wurde der Kauf von zwölf mobilen Kunstrasen-feldern abgeschlossen, und alle Standorte stehen inzwischen definitiv fest. Zwei dieser Felder sind bereits installiert, die übrigen zehn werden bis Ende Jahr folgen. Auch im Projekt «Niederschwelliges Sportmaterialangebot» konnten Fortschritte erzielt werden: Zehn Ausleihstationen für Sportmaterial wurden erworben, neun Standorte sind bereits fixiert, und die Installation der Stationen ist für September terminiert. Zudem wird der Kauf von zwei weiteren Stationen geprüft.

Im Bereich «Freiwilliger Schulsport» konnten mindestens 15 Kurse speziell für Mädchen bewilligt und mit zusätzlichen finanziellen Beiträgen unterstützt werden.

Die J+S-Grundausbildung im Fussball für Frauen wurde im Jahr 2024 mit 30 Teilnehmerinnen erfolgreich durchgeführt und findet auch 2025 mit 26 Teilnehmerinnen statt. Ab 2026 sind ausserdem weitere J+S-Grundausbildungen für Frauen in anderen Sportarten geplant.

Im Rahmen des Projekts «Frauenspezifische Themen im Sport» wurden bereits fünf Workshops realisiert. Weitere zwei Anlässe sind für November 2025 vorgesehen.

Zur Sicherstellung der Koordination läuft die Vereinbarung über den 40% -Beitrag an die Projektkoordination des FVBJ bis Ende 2025. Ebenso ist die Teilzeitstelle für die interne Projektkoordination beim BSM bis Ende 2025 finanziert.

Rahmenprogramm

Rahmenprogramm EURO 2025 Bundesplatz & Waisenhausplatz

Tag	Datum	Themen-schwerpunkt	RP BuPla	Zeitrahmen RP BuPla	Slot 1 Act	Slot 2 Act	DJ Slots	Spiele 18 Uhr	Spiele 21 Uhr	Moderation	RP WHP "Spezial"	Zeitrahmen WHP "Spezial"	Kleine Bühne WHP	Zeitrahmen Kleine Bühne WHP	Fussballpitch WHP	Zeitrahmen Fussballpitch WHP
Di	01.07.2025	Eroeffnungszeremonie	Fanmarsch, evtl. Hoarau & Co., Eröffnung Stadtpräsidentin & Grossratspräsidentin, Konzerte, DJs, Riesenrad, Sponsorenaktivitäten, F&B	16.00-23.30	Hoarau & Caroline Chevin & Nicky B. Fly ca. 16:45 - 17:00 / Soukey 18:00 - 19:00	Chlyklass 20:00 - 21.30		spielfrei	spielfrei	Ja	Geschlossen	Geschlossen	Geschlossen	Geschlossen	offen	
Mi	02.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	BSO - Brass & Rhythm 19:55 - 20:40		Island - Finland (Thun)	Schweiz - Norwegen (Basel)	Ja	Spielbuffet Drachennäscht	14.30-18.00	Spielbuffet Drachennäscht	14.30-18.00	Tagi-EM (städtische Kitas/Tagis)	13:30-17:00
Do	03.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Kein zusätzliches Programm	15-16.30 Uhr	-	-	Nina Powlee 16:00-20:45	Belgien - Italien (Sion)	Spanien - Portugal (Bern)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00				
Fr	04.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	LEILA 16:00 - 17:00	DJ Cardana 20:00-23:30	Dänemark - Schweden (Genf)	Deutschland - Polen (St. Gallen)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00			Turnierspieltag mit Kindertreff Tscharri	14:30-16:00
Sa	05.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Kein zusätzliches Programm		-	Open Season 16:00 - 17:00	DJ Cardana 20:00-23:30	Wales - Niederlande (Luzern)	Frankreich - Englande (Zürich)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00			Surprise Strassenfussball (Frauen-Turnier)	14:30-18:00
So	06.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Clean-Up Day mit Wasser für Wasser	14:30-16:00 Samora 15:30 - 16:30	DJ CH-Nati 16:30 - 17:30		Norwegen - Finland (Sion)	Schweiz - Island (Bern)		Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00			Regionaler Strassenfussball-Final des Dachverbands offene Kinder und Jugendlicharbeit	14:30-21:30
Mo	07.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	-	-	Spanien - Belgien (Thun)	Portugal - Italien (Genf)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00	Konzert "Child"	17.00-17.45		
Di	08.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert			-	-	-	Deutschland - Dänemark (Basel)	Polen - Schweden (Luzern)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00	Konzert "Auk Nova"	17.00-17.45	Rechtsberatungsstelle für Menschen in Not: Turnierspieltag für Mensch mit Fluchthintergrund	Ganzer Nachmittag?
Mi	09.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	-	-	England - Niederlande (Zürich)	Frankreich - Wales (St. Gallen)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00		17.00-17.45	TAP (Impro-Theater)	17.00 - 17.45

Rahmenprogramm EURO 2025 Bundesplatz & Waisenhausplatz

Tag	Datum	Themen-schwerpunkt	RP BuPla	Zeitrahmen RP BuPla	Slot 1 Act	Slot 2 Act	DJ Slots	Spiele 18 Uhr	Spiele 21 Uhr	Mode-ration	RP WHP "Spezial"	Zeitrahmen WHP "Spezial"	Kleine Bühne WHP	Zeitrahme n Kleine Bühne WHP	Fussballpitch WHP	Zeitrahmen Fussballpitch WHP
Di	01.07.2025	Eröffnungszeremonie	Fannmarsch, evtl. Hoarau & Co., Eröffnung Stadtpräsidentin & Grossratspräsidentin, Konzerte, DJs, Riesenrad, Sponsorenaktivitäten, F&B	16.00-23.30	Hoarau & Caroline Chevin & Nicky B. Fly ca. 16:45 - 17:00 / Soukey 18:00 - 19:00	Chlyklass 20:00 - 21.30		spielfrei	spielfrei	Ja	Geschlossen	Geschlossen	Geschlossen	Geschlossen	offen	
Mi	02.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	BSO - Brass & Rhythm 19:55 - 20:40		Island - Finland (Thun)	Schweiz - Norwegen (Basel)	Ja	Spielbuffet Drachennäsch	14.30-18.00	Spielbuffet Drachennäsch	14.30-18.00	Tagi-EM (städtische Kitas/Tagis)	13:30-17:00
Do	03.07.2025	Themenschwerpunkt Respekt & Fairplay	Kein zusätzliches Programm	15-16.30 Uhr	-	-	Nina Powlee 16:00-20:45	Belgien - Italien (Sion)	Spanien - Portugal (Bern)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00				
Do	10.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Kein zusätzliches Programm		-	Hecht 18:30 - 20:00	Urs Diethelm 16.00-17.00 20:15-20:45 22:50-23:30	spielfrei	Finnland - Schweiz (Genf) Norwegen - Island (Thun)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00	TAP (Impro-Theater)	17.00-17.45	TAP (Impro-Theater)	17.00-17.45
Fr	11.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	Rave DJ Kids 17:00-18:00	Dodo 19:00 - 20:00	Liv Stone 22:50-23:30	spielfrei	Italien - Spanien (Bern) Portugal - Belgien (Sion)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00			Mädchen Fussballtraining durch F19 / FootBerna mit Workshop von Freestyle Fussballerin: Kim Wehr	14.30-17:00
Sa	12.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Kein zusätzliches Programm		Veronica Fusaro 17:00 - 18:00	Leony 19:00 - 20:00	Franco Folle 22:50-23:30	spielfrei	Schweden - Deutschland (Zürich) Polen - Dänemark (Luzern)	Ja	Ensemble Zefirino	15:00-15:45 16:30-17:15	Ensemble Zefirino	15:00-15:45 16:30-	Goalie-Spiel	14.30 - 18.00
So	13.07.2025	Themenschwerpunkt ehrenamtlich engagiert	Kein zusätzliches Programm		Naomi Lareine 17:00-18:00	Bastian Baker 19:00 - 20:15	alexZander & Rick Lee 14:30-17:00	spielfrei	Niederlande - Frankreich (Basel) England - Wales (St. Gallen)	Ja	Goalie-Spiel	Wenn kein Spiel ansteht auf dem Pitch	Konzert "Linda Wolf"	18.15-19.00	Goalie-Spiel	14:30-18:00
Mo	14.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Fit in den Tag Aktivitäten Bern ist Bio anschliessend U60 Disco mit Pro Senectute mit DJanes La	08.00 - 09.00 15.00 - 18.00,	-	-	-	spielfrei	spielfrei	Nein			Konzert "Julian Brown"	18.15-19.00	Mädchen Fussballtraining durch F19 / FootBerna mit Workshop von Freestyle Fussballerin: Kim Wehr	14.30-17:00
Di	15.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Food Talk und Tavolata mit YB-Spielerin Thais Hurni, Joli Mont Blhof und Bern ist Bio	17.00 - 22.00	-	-	-	spielfrei	spielfrei	Nein	Goalie-Spiel	Wenn kein Spiel ansteht auf dem Pitch	Konzert "Dan Mudd"	18.15-19.00	Goalie-Spiel	14:30-18:00

Rahmenprogramm EURO 2025 Bundesplatz & Waisenhausplatz

Tag	Datum	Themen-schwerpunkt	RP BuPla	Zeitrahmen RP BuPla	Slot 1 Act	Slot 2 Act	DJ Slots	Spiele 18 Uhr	Spiele 21 Uhr	Moderation	RP WHP "Spezial"	Zeitrahmen WHP "Spezial"	Kleine Bühne WHP	Zeitrahme n Kleine Bühne WHP	Fussballpitch WHP	Zeitrahmen Fussballpitch WHP
Di	15.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Food Talk und Tavolata mit YB-Spielerin Thais Huni, Joli Mont Biohof und Bern ist Bio	17.00 - 22.00	-	-	-	spielfrei	spielfrei	Nein	Goalie-Spiel	Wenn kein Spiel ansteht auf dem Pitch	Konzert "Dan Mudd"	18.15-19.00	Goalie-Spiel	14:30-18:00
Mi	16.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	-	-	spielfrei	Vierelfinale (Genf)	Ja	Goalie-Spiel	Wenn kein Spiel ansteht auf dem Pitch	Freier Slot Konzert	18.15-19.00	Goalie-Spiel	14:30-18:00
Do	17.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Kein zusätzliches Programm		-	-	Caromelle & Rick Lee 16:00-17:30		Vierelfinale (Zürich)	Ja	Spielbuffet Drachennäscht	14.30-18.00	Tisch Spielbuffet Drachennäscht Freier Slot Konzert	14.30-18.00 18.00-20.00		
Fr	18.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	KT Gorique 17:00 - 18:00	Guillaume Hoarau & Band 19:00 - 20:00	Vest 16:00-17:00 20:15-20:45 22:50-23:30	spielfrei	Vierelfinale (Bern)	Ja	Infostand Schiedsrichterinnen	14.30-18.00			Mädchen Fussballtraining durch FI9 / FootBerna	14.30-16:00
Sa	19.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Kein zusätzliches Programm		Eto (ehemals Etoclit) 17:00 - 18:00	Opération Zéro 19:00 - 20:00	DJ Kobragypsy 16:00-17:00 20:15-20:45	spielfrei	Vierelfinale (Basel)	Ja						
So	20.07.2025	Themenschwerpunkt Sport & Ernährung; Programm Bern ist Bio	Kein zusätzliches Programm		Oesch's die Dritten 17:00 - 18:00	Lo&Leduc 19:30 - 21:00	Nina Powlee 21:00-23:30	spielfrei	spielfrei	Ja						
Mo	21.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	-	-	-	spielfrei	spielfrei	Nein	Spielbuffet Drachennäscht	14.30-18.00				
Di	22.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Tanz dich ins Glück: Tanzworkshop mit der New Dance Academy. Heute: Kinder und Jugendliche	16.00 - 16.30 Uhr	-	-	-	spielfrei	Halbfinale	Ja			Freier Slot Konzert	18.00-20.00	Turnierspieltag mit BSC YB inkl. Autogrammstunde	16:00-18:00 Uhr
Mi	23.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Teamübungstag BSC von Tanz dich ins Glück: Tanzworkshop mit der New Dance Academy. Heute: Alle	08.00 - 09.00	-	-	-	spielfrei	Halbfinale	Ja			Konzert "Meira Loom"	18.30-19.15		

Rahmenprogramm EURO 2025 Bundesplatz & Waisenhausplatz

Tag	Datum	Themen-schwerpunkt	RP BuPla	Zeitrahmen RP BuPla	Slot 1 Act	Slot 2 Act	DJ Slots	Spiele 18 Uhr	Spiele 21 Uhr	Moderation	RP WHP "Spezial"	Zeitrahmen WHP "Spezial"	Kleine Bühne WHP	Zeitrahmen Kleine Bühne WHP	Fussballpitch WHP	Zeitrahmen Fussballpitch WHP
Do	24.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Kein zusätzliches Programm		Daydance / DJ-Festival; Liv Stone, Rosanna, Laura Van Dam, Nora en Pure, Bomber	Daydance / DJ-Festival; Liv Stone, Rosanna, Laura Van Dam, Nora en Pure, Bomber	17:00-23:30	spielfrei	spielfrei	Nein			Freier Slot Konzert	17.00-22.00		
Fr	25.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Fit in den Tag	08.00 - 09.00	Dana 19:00 - 20:00	Jule X 21:00 - 22:30	DJ Dibbasey 16:00-19:00 22:50-23:30	spielfrei	spielfrei	Ja						
Sa	26.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Kein zusätzliches Programm		Kings Elliot 19:00 - 20:00	Moser & Schelker 21:00 - 22:30	Vest 16:00 - 19:00 22:50-23:30	spielfrei	spielfrei	Ja						
So	27.07.2025	Themenschwerpunkt Glück und Zufriedenheit	Die Weuro in Bildern: ein etwas anderer Rückblick	17.30-17.50	Steff La Cheffe 14:45 - 15:45	Joya Marleen 16:30 - 17:30		Finalspiel (Basel)	spielfrei	Ja						

Auf dem Bundes-, Bären- und Waisenhausplatz wurden zudem während der gesamten Dauer der EURO 2025 täglich von 14.30 bis ca. 21.30 Uhr folgende Aktivitäten angeboten: verschiedene Aktivierungen von Sponsoren, TEQ-Ball-Tische, ein Fussballring für die Kleinsten, Subsoccer, verschiedenen Gamification-Elemente, offener Bücherschrank, Wimpel Basteln, verschiedene Spiele von KORA und ein mobiles Fussballfeld.

Weiter konnte täglich zwischen 14:30 und 21:30 Uhr alle 20 Minuten die Filmshow «Unstoppable» im Kubus besucht werden. Diese zeigte in einem immersiven Setting die bewegte Geschichte und möglich Zukunft des Frauenfussballs. Der Film ist nach dem Turnier auf dem YouTube-Kanal der Stadt Bern veröffentlicht und für alle zugänglich gemacht worden.

Schlussbericht Bern Welcome

Reporting Tourist Info

Anzahl der Besucher:innen und Auskünfte im generellen (nicht spezifisch wegen der WEURO).

Jahr	TI-Besuche	TI-Auskünfte	TTR-Auskünfte
2025	10033	4932	687
2024	11048	5763	458

Reporting der digitalen WEURO Kampagne «Fans of Switzerland» von ST in Deutschland

Die Protagonistinnen sind zwei Fussballspielerinnen (Zwillinge) aus der Lenk, welche in Bern mit dem Gravelbike unterwegs sind, den Zytglogge bestaunen und im Kornhauskeller Kaffee trinken.

Laufzeit: 1. – 25. Mai 2025

Social Media Posts im Zeitraum vom 01.-27. Mai 2025:

- Reichweite Instagram @myswitzerlandde: 118'334
- Reichweite Facebook MySwitzerlandDE: 28'777

YouTube Kampagne

- Zeitraum: 25.06.-11.07.2025
- Impressions: 11.989.430
- YouTube True View: 4.083.909
- View Rate: 34,06 %
- Clicks: 9.568
- Content: 15sec Videos 16:9 der Partnerregionen
- TKP: 0,44 EUR

Reporting der ST-Dachkampagne «Fans of Switzerland» Im Anhang mitgeschickt (sehr umfänglich)

Reporting Medien 7

Medienreisen:

Datum	Was	Land	Anzahl Personen	Publikationen
05.03.	Medienreise Marca	Spanien	2	zu den Host Cities der WEURO, im Anschluss an Medienreise Anfang März. Auflage 500k, 3M UVPM
21.04.	Influencerinnen WEURO – Training mit Pia Sundhage	Multinational	21	Jegliche Publikationen (siehe separates Sheet im Anhang)
18.05.	Influencerreise ST-Ambassadorin	Schweiz	1	
22.05.	Gruppenmedienreise	Polen	6	
28.-30.05.	Influencerreise Vero Boquete	Spanien	1	Artikel von Loris Brasser. Interview fand während des durch BEW organisierten Besuchs von Vero Boquete in Bern statt. Auflage Print 91'718.

Datum	Was	Land	Anzahl Personen	Publikationen
02.-04.07.	Gruppenmedienreise	Spanien und Portugal	10	<ul style="list-style-type: none"> El Debate: Artikel von Ana Mellado. Die Online-zeitung hat 14 Mio. Unique Visitors. El Mundo: Artikel von José Luis M. Vadillo. Print und online. 2.5 Mio. UVPM Auflage Print 68'000 SAPO: Artikel von João Agre. Das Online-medium hat 10 Mio. Visits per day. MUST: Artikel von Miguel Judas. Der Onlineartikel hat 25'590 Kontakte erreicht. Expresso: Artikel von Francisco Martins. Die Zeitung hat eine Reichweite von 80'000. RTVE «Global 5»: Radio-Beiträge (Nr. 1 / Nr. 2) von Angel Varela. 310'000 Zuhörer:innen.
14.-16.07.	Influencerreise Jill Scott und Maisie Adam	England	4	Reel der ehemalig englischen Nationalspielerin Jill Scott und die Comedian Maisie Adam. Jill Scott hat auf Instagram 626k und Maisie Adam 108k Follower:innen.

2 Medienevents – in Mailand und Rom:

Gemeinsam mit Lausanne, Genf und Svizzera Turismo hat Flurina in Mailand und Rom knapp 100 Medienschaffenden aus Italien die News und Highlights dieses Jahres präsentiert. Die Swiss Cities Media Meetings standen im Zeichen der WEURO.

Reporting Gastronomie Bern anhand der Eindrücke aus dem Alten Tramdepot

- Positive Wertschöpfung: Wir konnten von der WEURO spürbar profitieren. Während der Spieltage verzeichneten wir eine deutlich erhöhte Gästefrequenz (die Fans waren unverkennbar ●), was sich direkt positiv auf unsere Umsätze auswirkte.
- Vielfältige Gästegruppen: Besonders erfreulich war, dass nicht nur Fans, sondern auch Teams, deren Sponsoren sowie zahlreiche nationale und internationale Gäste bei uns einkehrten. Unsere Lage am Bärenpark und unser Konzept haben dabei sicher einen wichtigen Beitrag geleistet.
- Stimmung & Atmosphäre: Hervorzuheben ist die durchgehend positive, fröhliche Stimmung. Sowohl bei den Gästen in unserem Betrieb als auch in der Stadt. Diese Leichtigkeit hebt sich klar von den sonst teilweise angespannten Stimmungen bei grösseren Fussballanlässen ab.
- Touristischer Mehrwert: Viele Besucher nutzten ihren Aufenthalt, um Bern zu entdecken. Wir erhielten mehrfach das Feedback, dass die Kombination aus Fussballfest und touristischer Attraktivität Bern zu einem unvergesslichen Erlebnis machte.

Reporting BernCity

Bei unseren Mitgliedern ist die WEURO grundsätzlich gut angekommen- rund die Hälfte der Geschäfte hat in irgendeiner Form den Anlass im Schaufenster oder mit Aktionen supported und ich denke es waren alle gute Gastgeber*innen. Betreffend Zahlen habe ich keine speziellen Rückmeldungen und ich denke, die WEURO hat sich weder positiv noch negativ auf die Umsätze ausgewirkt. Die Organisation sowie die Umsetzung der Spiele, Fanmärsche usw. wurden sehr geschätzt und es hat ja bekanntlich Bern mit den CH Nati Fanmärsche weit über die Landesgrenze publik gemacht - dies ist auch für unsere Mitglieder gut und wichtig!

Reporting Hotellerie

Bern hat einen spannenden touristischen Juli hinter sich. Alle STR-Benchmark-KPI's erfahren einen positiven Impuls. Sowohl in der Belegung wie auch in der ADR. Die Preisentwicklung hat sich in den letzten 10 Juli-Tagen gegenüber dem untenstehenden Bericht vom 21.07.2025 ein wenig relativiert, ist aber dennoch potent. Bern ist im Juli nebst den noch nicht abzuschätzenden WEURO-Fan-Frequenzen wiederum eine spannende Destination für Gäste aus fern und näher.

Im 2024 fanden als einzige grössere Veranstaltung im Juli die Voltigier-Meisterschaften und das Gurtenfestival statt.

Monthly Performance Data

Industry: Submarket: Bern

Created: August 11, 2025 | Currency: CHF – Swiss Franc

	Occupancy		ADR		RevPAR	
Date	This Year %	% Chg	This Year	% Chg	This Year	% Chg
Jul 2019	75.7	-1.2	168.96	4.4	127.96	3.1
Jul 2020	33.9	-55.3	140.43	-16.9	47.54	-62.9
Jul 2021	38.4	13.4	147.22	4.8	56.53	18.9
Jul 2022	71.1	85.1	163.94	11.4	116.54	106.2
Jul 2023	77.5	9.0	177.78	8.4	137.72	18.2
Jul 2024	78.6	1.4	181.15	1.9	142.32	3.3
Jul 2025	80.4	2.3	187.46	3.5	150.71	5.9

© 2025 © CoStar Group

Stadt Bern: Hohe Nachfrage und Preiseffekt in der touristischen Hochsaison

Pressetext Matthias Beyeler, Bern, 21. Juli 2025

Die Hotellerie in der Stadt Bern zeigt sich in den ersten Juliwochen (01.-20.07.2025) gut ausgelastet (Durchschnittlich rund 83%). Im Vergleich zum Vorjahr liegt die Auslastung leicht höher (+3%p) – eine Entwicklung, die im Kontext der touristischen Hochsaison erwartet werden darf, aber dennoch erfreulich ist.

Auffällig ist insbesondere der Preiseffekt: Die durchschnittlichen Zimmerraten lagen in den ersten 20 Julitagen rund 13% über dem Vorjahresniveau. Haupttreiber dafür sind unter anderem die UEFA Women's EURO 2025 (Peak an Matchtagen), welche zusätzliche Frequenzen nach Bern bringt (Leistungsträger der Spiele und Fans), sowie das Gurtenfestival, das ab dem 16. Juli einen weiteren Nachfrageimpuls setzt.

Trotz der typischen Preissensibilität im Leisure-Geschäft zeigt sich eine gesunde Zahlungsbereitschaft – ein willkommener Effekt angesichts des zunehmenden Kostendrucks in der Hotellerie. Der RevPAR konnte dank dem positiven Volumen- und Preiseffekt in besagter Periode um gute 18% gesteigert werden.

Eine Tendenz in der Herkunft der Gäste bezugnehmend auf die Teams vor Ort ist vorerst in einzelnen Betrieben auszumachen. Es fehlen aber die offiziellen Statistiken dazu.

Den Pokal für die grösste Steigerung ggü letztes Jahr (>+1000%) gewinnen die Isländer. Ansonsten präsentieren sich die Quell-Märkte und Gästestrukturen passend zur Saison im gewohnten Rahmen.

Die UEFA Women's EURO 2025 erweist sich bereits mit heutiger Fakten- und Erfahrungslage als starkes Statement für die Destination Bern. Sie bringt und brachte nicht nur internationale Sichtbarkeit, sondern auch konkrete wirtschaftliche Impulse für die Hotellerie und die gesamte Tourismusbranche. Dass dabei sowohl Volumen als auch Preisniveau für die Hotellerie positiv ausfallen, spricht für die Qualität des Events. Der «Berner Ballzuber» als Host City Organisation hat beste Rahmenbedingungen geschaffen, um die Stadt perfekt in Szene zu setzen.

Weitere Marketingmassnahmen (Kapitel 7.4)



Abbildung 1: Fächer



Abbildung 2: Ball



Abbildung 3: Bierdeckel



Abbildung 4: Tischset



Abbildung 5: Schaufenstersticker



Abbildung 6: Plakat A2

Merchandise (Kapitel 7.6)



Abbildung 7: Aarebag



Abbildung 8: Pin

Branding Fan Zonen (Kapitel 7.7)



Abbildung 9: Branding Fan Zone Bundesplatz, Ansicht Bühne und Grossleinwand



Abbildung 10: Branding mobiles Fussballfeld



Abbildung 11: Branding Waisenhausplatz



Abbildung 12: Branding Riesenrad

Host City Dressing (Kapitel 7.8)



Abbildung 13: EURO Fahne mit Host City Bern Icon



Abbildung 14: Berner Ballzauber Tram



Abbildung 15: EURO Bus



Abbildung 16: Fotopoint Bärenpark



Abbildung 17: Berner Ballzauber Parkbank



Abbildung 18: Brunnenbeschriftungen



Abbildung 19: Blumenschalen

Kommunikation mit den Gästen / Fans (Kapitel 7.9)



Abbildung 20: Signalisation Innenstadt

Medien (Kapitel 7.10)

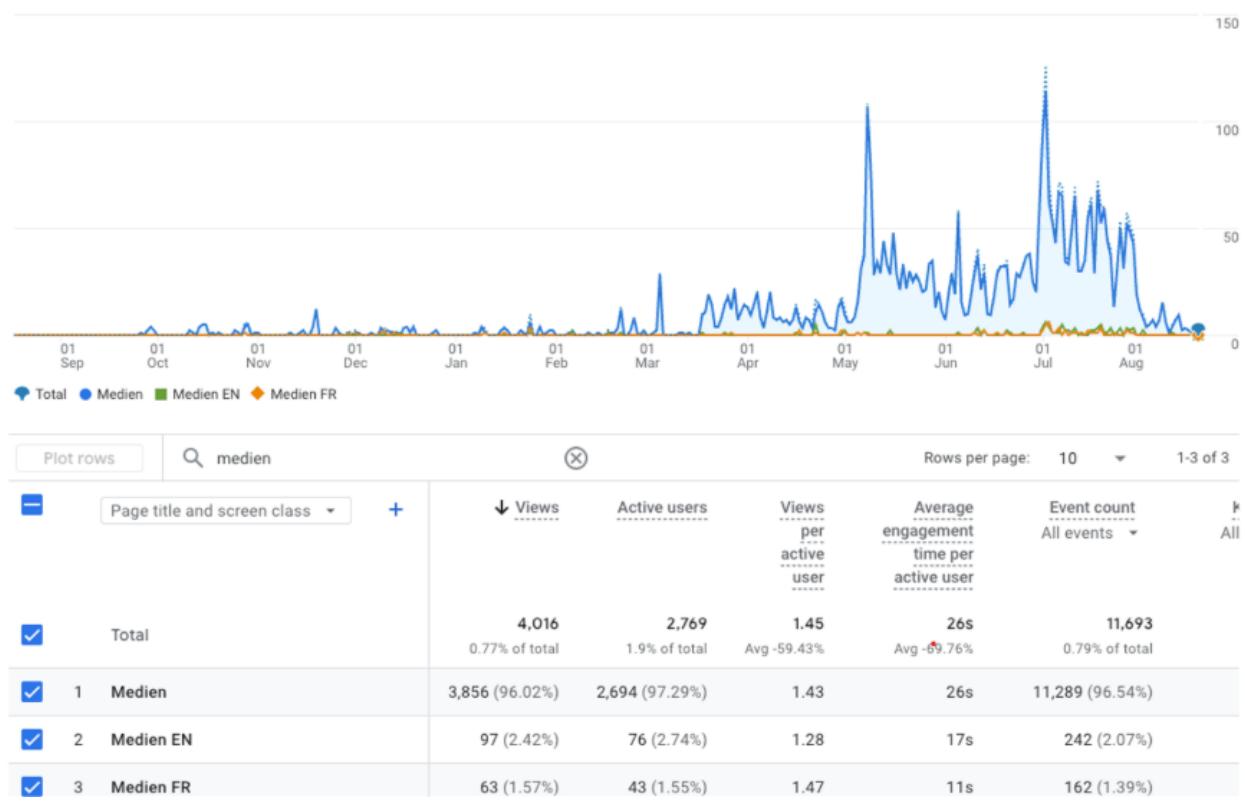


Abbildung 1: Anzahl Aufrufe Webseite Medien

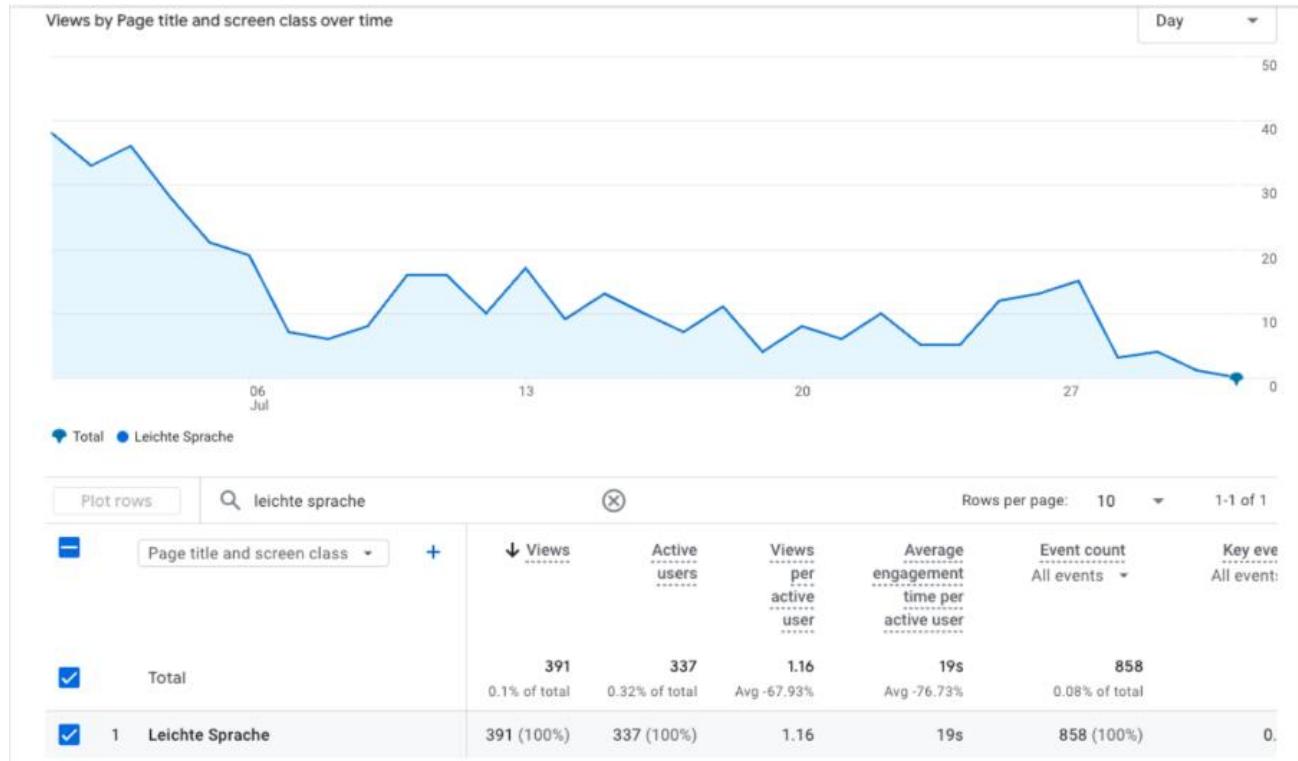


Abbildung 2: Aufrufe Webseite Leichte Sprache