

**STRATEGISCHE ZIELE**

**MEHR ALLTAGS-VELOFAHRENDE IN DER SCHWEIZ**

Steigerung der Velofahrten in der Schweiz

**MITGLIEDERZUWACHS**

Steigerung der Zuwachsrate

**BESSERE VELOINFRASTRUKTUR**

Die Tätigkeit und der Regionalverband tragen zur Verbesserung der Infrastruktur bei

**GRÖSSERE BEKANNTHEIT IN DER ÖFFENTLICHKEIT**

Steigerung der Bekanntheit der Marke Pro Velo in der Öffentlichkeit

**STRATEGISCHE SCHWERPUNKTE**

**PROFESSIONALISIERUNG  
DER ZUSAMMENARBEIT**

Die Synergien zwischen den Regionalverbänden werden verstärkt, Prozesse vereinfacht, die Dienstleistung der Geschäftsstelle wird erhöht.

**EINHEITLICHER  
MARKENAUFTRITT**

Die Marke von Pro Velo wird durch ein gemeinsames Corporate Design und eine Corporate Identity gestärkt.

**VELOGESETZGEBUNG**

Pro Velo gestaltet die Velogesetzgebung und verhilft ihr zur Umsetzung.

**MITGLIEDERWERBUNG**

Die Velo-Community und der Finanzhaushalt von Pro Velo werden gestärkt.

**STRATEGISCHE PROJEKTE 2021/2022**

**AUSTAUSCHPLATTFORMEN**

Die Austauschplattformen fördern den internen Austausch, dienen als Ideenpool für die Regionalverbände und verhelfen zur harmonischen Meinungsbildung.

**SOCIAL MEDIA**

Alle Social Media-Kanäle von Pro Velo dienen dazu, Synergien zu nutzen, Botschaften und Informationen auszutauschen und die Reichweite und Bekanntheit zu steigern.

**PRO VELO WEBSITE**

Eine harmonisierte Pro Velo Website stärkt die Aussenwirkung, die Formulare sind an die gemeinsame Datenbank angebunden, der Aufbau ist mitgliederorientiert und die Informationen sind aktuell.

**CRM**

Ein gemeinsames CRM ermöglicht eine Ressourcenschonung und verhindert Zweispurigkeiten, gezielte Mitgliederaktionen können gemacht werden.