

Pfadnavigation

[Startseite](#)

[Publikation](#) | [Archive](#) | 22. November 2017

Eine der häufigsten Ursachen für Unfälle auf Schweizer Strassen ist das Fahren mit nicht angepasster Geschwindigkeit. Deshalb haben der Schweizerische Versicherungsverband SVV und die Beratungsstelle für Unfallverhütung im Auftrag des Fonds für Verkehrssicherheit FVS die Präventionskampagne «Slow Down. Take it easy» lanciert. Der Engel Franky Slow Down motiviert junge Autolenker und Motorradfahrer aller Altersgruppen, die Geschwindigkeit den Strassen-, Verkehrs- und Sichtverhältnissen sowie den eigenen Fähigkeiten anzupassen.

Emotionale Kampagne mit positiver Botschaft

Die Kampagne «Slow down. Take it easy» setzt auf einen positiven und emotionalen Zugang zum Thema «Geschwindigkeit im Strassenverkehr»: Es etwas langsamer anzugehen, macht Spass und ist cool. Diese Botschaft vermittelt Franky Slow Down beispielsweise mit folgendem TV-Spots: Seine Botschaft vermittelt Franky Slow Down nicht nur in TV-Spots und auf Plakaten, sondern auch auf der Kampagnen-Website www.slow-n-easy.ch und seiner persönlichen [Facebook-Site](#). Zudem war Franky Slow Down am [Auto-Salon 2010](#) in Genf präsent.

Kampagne gewinnt europäischen Gold-Award

Bei jungen Auto- und Töfffahrern hat Franky Slow Down Kultstatus erreicht. Die Kampagne zählt heute über 270'000 Facebook-Fans. Rund eine Million Stickers wurden verschickt und der Kampagnensong belegte Platz 5 der offiziellen Schweizer Single-Hitparade. Die Kampagne hat deshalb beim europäischen [Werbe-Effizienz-Award](#) «Euro-Effie» Gold gewonnen. Der renommierte Award wird von ausgewiesenen Marketing- und Strategie-Experten vergeben. Ausgezeichnet werden Arbeiten, die bestimmten Kennzahlen zufolge aussergewöhnlich effektiv sind.