



06.11.2012 - 09:09 Uhr

## Neun von zehn Schweizern befolgen die Devise «Halt bevor's knallt!»

Vernier (ots) -

Drei Monate nach Schulbeginn fällt die Bilanz der Verkehrssicherheitskampagne, die der TCS in Zusammenarbeit mit dem bfu und der Polizei durchführte, sehr positiv aus. Die überwiegende Mehrheit der Schweizer kennt die Kampagne, findet die Botschaft verständlich und informativ und hält sich an das Prinzip «Halt bevor's knallt, bremsen Sie nicht nur ab!». Der Playmobil-Schülerlotse hat damit seine Rolle als Vermittler zwischen den Kindern und Erwachsenen erfüllt.

Am 8. August 2012 wurde die Verkehrssicherheitskampagne «Der Schulweg - Halt bevor's knallt» lanciert. Diese appellierte an die Verkehrsteilnehmer, vollständig anzuhalten, sobald Kinder einen Fussgängerstreifen überqueren wollen. Drei Monate später lassen sich bereits erste Erfolge messen, wie eine unabhängige Erhebung von Demoscope und Comtest ergeben hat, die im Oktober auf Wunsch des Fonds für Verkehrssicherheit (FVS) durchgeführt wurde.

Rund 13'000 Plakate, 3'400 Banderolen, 2'700 Magnetsticker und 90'000 verteilte Notizblöcke sorgten für eine breite Wahrnehmung der Kampagne. Die Lancierung löste zudem ein aussergewöhnlich grosses Medienecho aus und unterstrich die Bedeutung der Sicherheit im Rahmen des Schulanfangs.

Eine klare Botschaft

Laut der Studie von Demoscope kennen 87% der befragten Personen die Kampagne. 86% gaben an, sich gut an den Slogan «Halt bevor's knallt» zu erinnern.

96% der Befragten haben verstanden, dass sich die Botschaft an Automobilisten richtet. Zudem haben über 70% der Bevölkerung die Botschaft auch inhaltlich erfasst: Man muss anhalten, um einen Zusammenstoss zu vermeiden. Das Ziel der Kampagne wurde also erreicht.

Playmobil schützt die Kinder

Der TV-Spot der Kampagne mit dem Mädchen auf dem Schulweg in einer Playmobil-Welt verzeichnete mehr als 330 Ausstrahlungen und über 10'000 Views auf YouTube. Durch Verbindung von Spielzeugwelt und Unfällen auf dem Schulweg haben der TV-Spot und die Plakate grosse Aufmerksamkeit erlangt. Die Umfrage zeigt auch, dass die Figur des Schülerlotsen die Sicherheit der Kinder auf dem Schulweg verkörpert und deshalb sehr geschätzt wird. Die befragten Automobilisten hatten ebenfalls den Eindruck, dass nicht die Playmobil-Figur, sondern die Kinder selbst die Botschaft vermittelt hätten.

Kontakt:

Stephan Müller, Mediensprecher TCS  
058 827 34 41 / 079 302 16 36  
[stephan.mueller@tcs.ch](mailto:stephan.mueller@tcs.ch)

Die TCS-Bilder sind auf Flickr - [www.flickr.com/photos/touring\\_club/collections](http://www.flickr.com/photos/touring_club/collections).  
Die TCS-Videos sind auf Youtube - [www.youtube.com/tcs](http://www.youtube.com/tcs).