Seite 1/2

**„Get Urbanized“ – ABUS startet Kampagne zur Förderung des urbanen Radfahrens.**

**Kontakt**

ABUS   
August Bremicker Söhne KG

Holger Beelmann

+49 211 50 66 86-13

[presse@abus.de](mailto:presse@abus.de)

Altenhofer Weg 25

58300 Wetter

Germany

www.abus.com

**Wetter/Ruhr – 8. Mai 2020 – Unter den Titel „Get Urbanized“ stellt der Sicherheitsspezialist ABUS eine ganzheitliche Kommunikationskampagne vor, die eine Verhaltensänderung der Mobilität im städtischen Umfeld anregen soll. Dazu sollen die Verkehrsteilnehmer zum Wechsel auf das Fahrrad animiert werden.**

Die Kampagne stellt das Fahrrad als Problemlöser und bereits einsetzbare Mobilitätsalternative vor. Der Ansatz greift perfekt das aktuelle Tagesgeschehen auf, bei dem persönliche Kontakte gemieden werden sollen und zum Fahrradfahren geraten wird.

Die humorvolle und anregende Umsetzung des Themas zeigt die Leiden der mobilen Gesellschaft an: Staus, ständig verstopfte Straßen, überfüllte Busse und Bahnen. Stattdessen kann der Verbraucher diese alltäglichen Herausforderungen umgehen, indem er sich in den Fahrradsattel schwingt und nebenbei noch etwas für seine Gesundheit tut.

Die Kampagne zum Urban Cycling ist einer der Kommunikationsschwerpunkte von ABUS im Jahr 2020. Inhaltlich fokussiert sich „Get Urbanized“ nicht auf ein einzelnes Produkt, sondern betrachtet die gesamte urbane Palette von Fahrradhelmen und -schlössern und stellt das Radfahren als Imagethema in den Mittelpunkt.

Die international ausgerollte Kampagne ist in drei Phasen unterteilt und wird über Print und Digital-Medien mittels Anzeigen, Fotos und Videos in den Social-Media-Kanälen an die Endverbraucher kommuniziert. Der Handel profitiert im Rahmen Seite 2/2

einer ergänzenden POS-Offensive, die das Thema Urban- bzw. City-Biking aufgreift. Hierzu werden verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt. Diese können über das Partnerportal (partner-de.abus.com) sowie den Außen- und Innendienst bestellt werden.