



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 1 von 3

ŠKODA startet die Kampagne ‚Lock Challenge 2017‘ mit lustigem Langfinger-Video

- › „Lock Challenge 2017“ zeigt auf Bike-Portal ‚We Love Cycling‘ von ŠKODA, wie sich Fahrräder optimal sichern lassen.
- › ŠKODA schickt dafür Schauspieler als „Fahrraddieb“ auf die Straßen von Barcelona – die Challenge: Schlösser knacken in zwei Minuten
- › Reaktionen im Video unter www.welovecycling.com
- › Auf welovecycling.com finden Zweiradfans spannende Stories, tolle Videos und clevere Tipps rund um ihr beliebtes Fortbewegungsmittel

Mladá Boleslav, 10. März 2017 – Mit der neuen Kampagne ‚Lock Challenge 2017‘ stellt ŠKODA die Sicherheit rund ums Fahrrad in den Mittelpunkt. Zu diesem Thema veröffentlicht die Marke in ihrem Online-Fahrradmagazin ‚We Love Cycling‘ spannende Stories, informative Tipps und unterhaltsame Spots. Den Startschuss für die Kampagne gibt ein neues Video: Hierzu hat ŠKODA einen amateurhaften, aber entschlossenen Langfinger auf Diebestour in Barcelona geschickt. Das Objekt der Begierde: Fahrräder. Wie erfolgreich er bei seiner Mission war, wie die Passanten reagieren und welche Geheimwaffe er beim hartnäckigsten Fahrradschloss auspackt, all das erfahren Sie unter www.welovecycling.com.

„ŠKODA ist seit jeher begeistert auf der Seite der Fahrradfahrer. Schließlich begann die Historie des Unternehmens vor mehr als 120 Jahren mit dem Bau von Zweirädern“, sagt Stefan Büscher, Leiter ŠKODA Marketing und Produkt. „Fahrräder sind ein tolles Fortbewegungsmittel besonders für das moderne Leben in der Stadt. Leider werden die oft teuren Räder aber auch allzu gerne geklaut. Mit der ‚Lock Challenge 2017‘ wollen wir das Thema Sicherheit beim Fahrrad erneut in den Fokus rücken und Radfahrern hilfreiche Tipps geben, wie Sie ihr Velo künftig noch besser schützen können. Gleichzeitig wollen wir noch mehr Menschen von der Leidenschaft für das Radfahren begeistern“, so Büscher weiter.

Das neue Video zeigt auf unterhaltsame Weise, welche Fahrradschlösser einem Langfinger standhalten und welche man sich gleich sparen kann. Der Hauptdarsteller im Spot ist ein Radklau-Rookie – bis dato ohne kleptomanische Vorkenntnisse. Sein Auftrag: Er soll sich als Täter an unterschiedlichen Fahrradschlössern versuchen und Bikes auf den Straßen Barcelonas stibitzen. Die Herausforderer: ein einfaches Kabelschloss für circa zehn Euro, ein auf den ersten Blick stabileres Standard-U-Schloss sowie ein Bügelschloss eines deutschen Herstellers in Kombination mit einem Faltschloss. Pro Schloss hat der Teilnehmer zwei Minuten Zeit. Als Hilfsmittel dienen ihm Bolzenschneider und Brechstange. Und ein ausgefallenes Ass im Ärmel hat er auch noch im Gepäck.

Im Video schleicht sich der Übeltäter im schwarzen Kapuzenpullover an die Zweiradobjekte seiner Begierde. Als er den sperrigen Bolzenschneider aus der Sporttasche zückt, erregt er schon mehr Aufmerksamkeit. Wie sich die unterschiedlichen Schlösser in der ‚Lock Challenge‘ behaupten, wie die Passanten auf den dreisten Diebstahl vor ihren Augen reagieren und bei welchem Schloss der Täter seine Geheimwaffe zücken muss, sehen Sie unter www.welovecycling.com.





ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 2 von 3

Mit ‚We Love Cycling‘ bietet ŠKODA aktiven Radsportlern ein modernes und vielfältiges Online-Magazin mit spannenden Geschichten rund ums Fahrrad. Die Online-Community ermöglicht darüber hinaus den regen Austausch und die Diskussion zu fachspezifischen Themen. Dabei werden auch die negativen Seiten des Radfahrlebens thematisiert und humorvoll aufbereitet – praktische Tipps inklusive. Mit dem neuen Video zur ‚Lock Challenge 2017‘ knüpft ŠKODA an die erfolgreiche Produktion von 2015 an: Der damals online veröffentlichte Clip zur ‚European Bike Stealing Championship 2015‘ schlug viral hohe Wellen und erreichte Millionen Menschen. Für diese Anti-Fahrraddiebstahl-Kampagne wurde ŠKODA unter anderem bei den renommierten British D&AD Awards mit dem ‚Wooden Pencil‘ und als ‚Best Use of Video Content‘ beim New Yorker Digiday ausgezeichnet.

ŠKODA engagiert sich seit Jahren als ‚Motor des Radsports‘ – auch, weil die Wurzeln des tschechischen Traditionsunternehmens im Bau von Fahrrädern liegen: 1895 gründeten Václav Laurin und Václav Klement eine Fahrradmanufaktur im böhmischen Mladá Boleslav, dem Stammsitz der Marke. Bereits zehn Jahre später rollte mit der Voiturette A das erste Automobil der jungen Firma aus den Werkshallen. 1925 fusionierte Laurin & Klement mit ŠKODA.

Weitere Informationen:

Jozef Baláž
Leiter Unternehmenskommunikation
T +420 326 811 773
jozef.balaz@skoda-auto.cz

Tomáš Kubík
Unternehmenskommunikation
T +420 326 811 749
tomas.kubik@skoda-auto.cz

Bilder zur Presseinformation:



ŠKODA startet die Kampagne ‚Lock Challenge 2017‘ mit lustigem Langfinger-Video

Mit der neuen Kampagne ‚Lock Challenge 2017‘ stellt ŠKODA die Sicherheit rund ums Fahrrad in den Mittelpunkt. Zu diesem Thema veröffentlicht die Marke in ihrem Online-Fahrradmagazin ‚We Love Cycling‘ spannende Stories, informative Tipps und unterhaltsame Spots.

[Download](#)

Quelle: ŠKODA AUTO



ŠKODA startet die Kampagne ‚Lock Challenge 2017‘ mit lustigem Langfinger-Video

Das neue Video zeigt auf unterhaltsame Weise, welche Fahrradschlösser einem Langfinger standhalten und welche man sich gleich sparen kann. Der Hauptdarsteller im Spot ist ein Radklau-Rookie – bis dato ohne kleptomatische Vorkenntnisse.

[Download](#)

Quelle: ŠKODA AUTO





ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 3 von 3

ŠKODA AUTO

- › ist eines der weltweit traditionsreichsten Fahrzeug-Unternehmen, das im Jahr 1895 – in den Pioniertagen des Automobils – gegründet wurde. Der Stammsitz des Unternehmens ist unverändert Mladá Boleslav.
- › verfügt aktuell über folgende Pkw-Modellreihen: CITIGO, FABIA, RAPID, OCTAVIA, YETI sowie KODIAQ und SUPERB.
- › lieferte 2016 weltweit mehr als 1 Million Fahrzeuge an Kunden aus.
- › gehört seit 1991 zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller. ŠKODA fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund, neben Fahrzeugen ebenso Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; fertigt in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine und Kasachstan mit lokalen Partnern.
- › beschäftigt mehr als 30.000 Mitarbeiter weltweit und ist in über 100 Märkten aktiv.

