

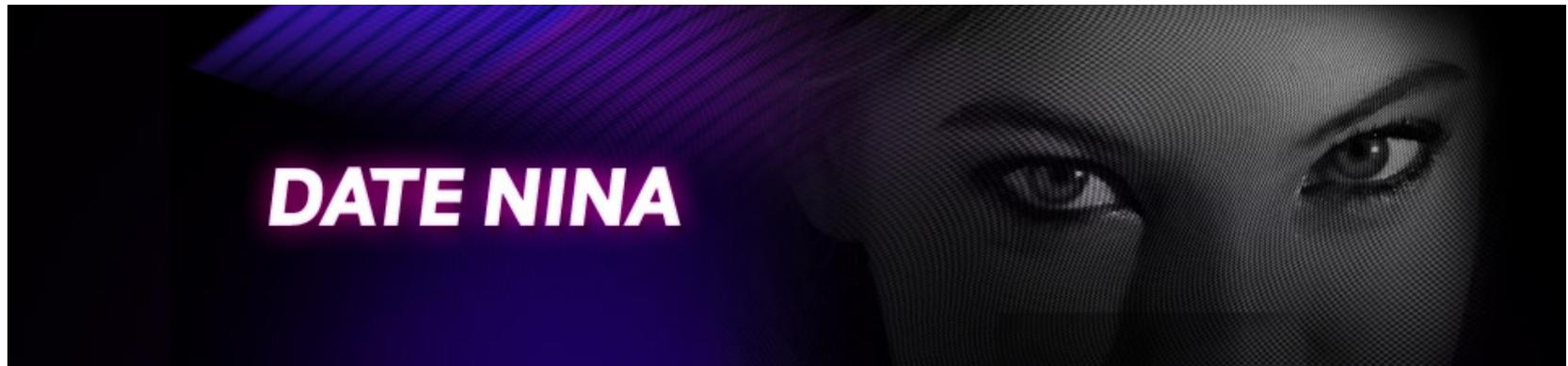
Ablauf Parallelveranstaltung 2: «Gefällt mir» – Prävention über die Peergruppe

- Projektbeschrieb SmokeFree Buddy App
- Interaktive Demonstration
- Projektbeschrieb Date Nina
- Gemeinsames Erarbeiten der Lessons Learned

Lukas Schmid, Projektleiter Kampagnen, Bundesamt für Gesundheit BAG
Monique Ben-Shmuel, Abteilungsleitung Prävention, RoadCross Schweiz

«Gefällt mir» 

Prävention über die Peergruppe am Beispiel von



RoadCross⁺

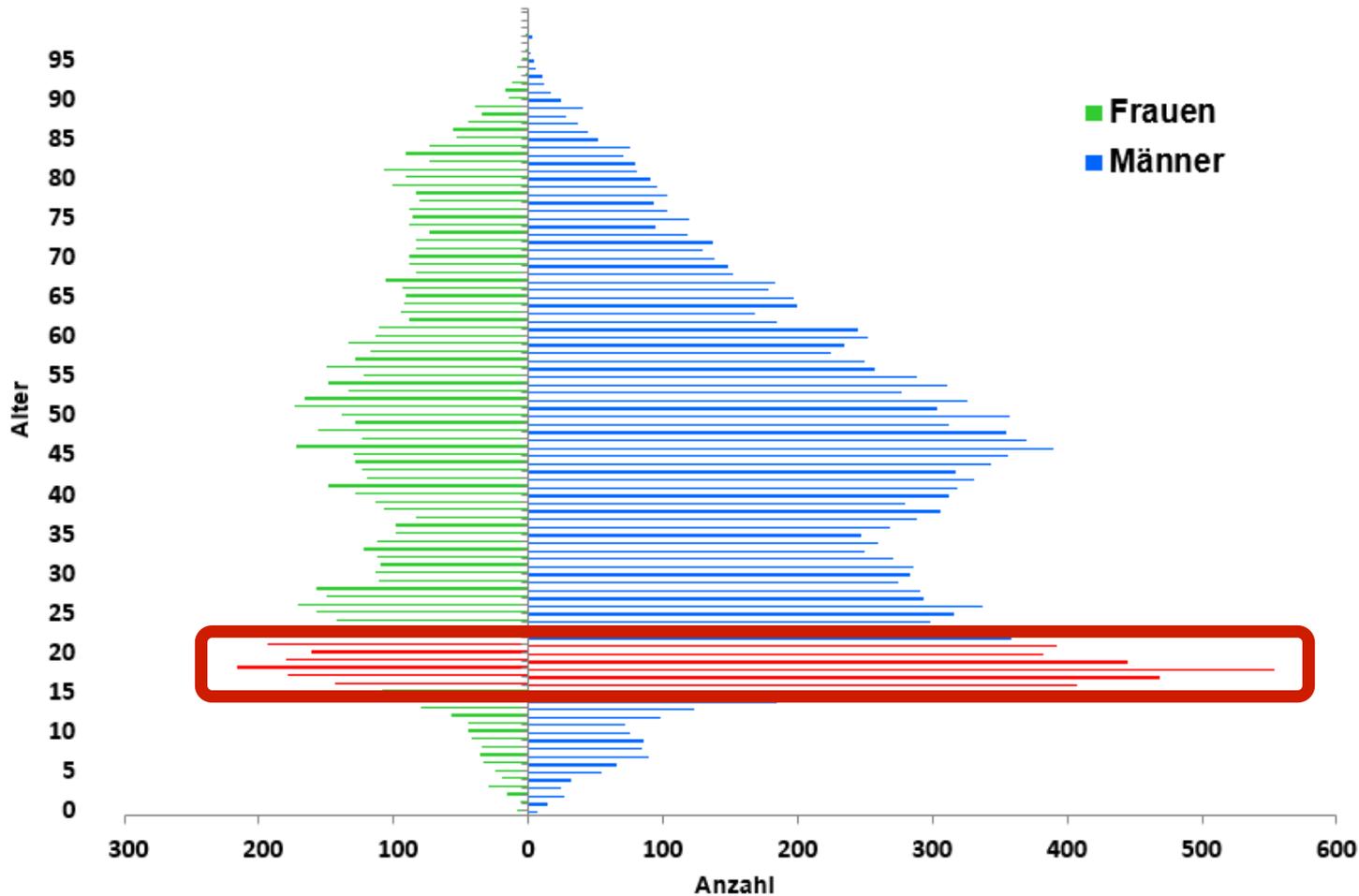
SCHWEIZ

Für Sie da. Mit Sicherheit.

- Stiftung für Verkehrssicherheit
- Beratung und Begleitung für Betroffene eines Verkehrsunfalls
- Verkehrsunfallprävention

Date Nina: Ausgangslage

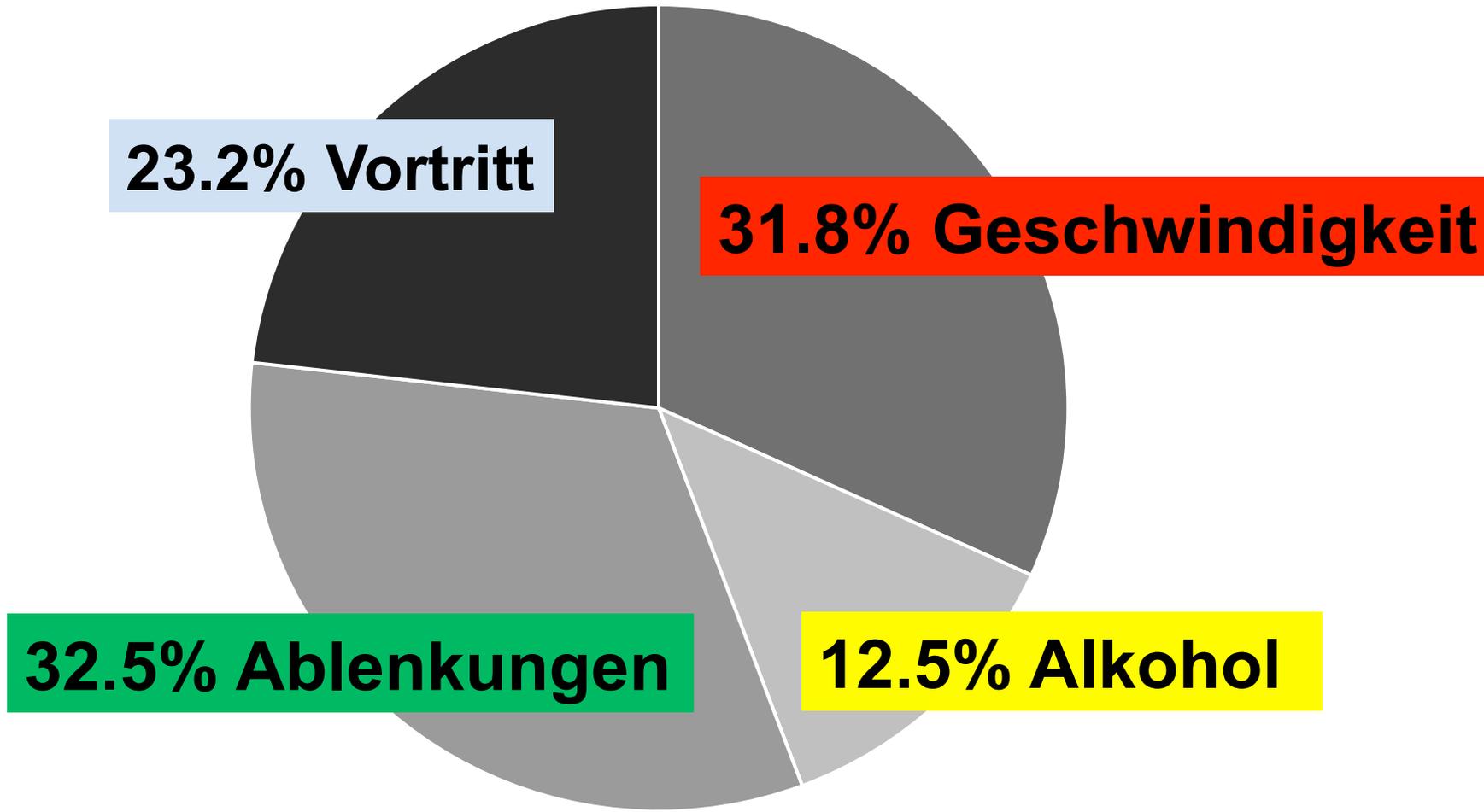
Schwerverletzte und Getötete im Strassenverkehr 2008 - 2014



Quelle:ASTRA

Monique Ben-Shmuel - Prävention über die
Peergruppe - Präventionstag - 18.3.16

Unfallursachen bei Jugendlichen



Ausgangslage

- Zielgruppe 16+ besonders gefährdet
- Zielgruppe Männer besonders gefährdet
- Zielgruppe junge Männer besonders schwer zu erreichen

Zielsetzung

- Sensibilisierung der Zielgruppe für die Thematik
- Auseinandersetzung mit der Eigenverantwortung in Zusammenhang mit Verkehrssicherheit

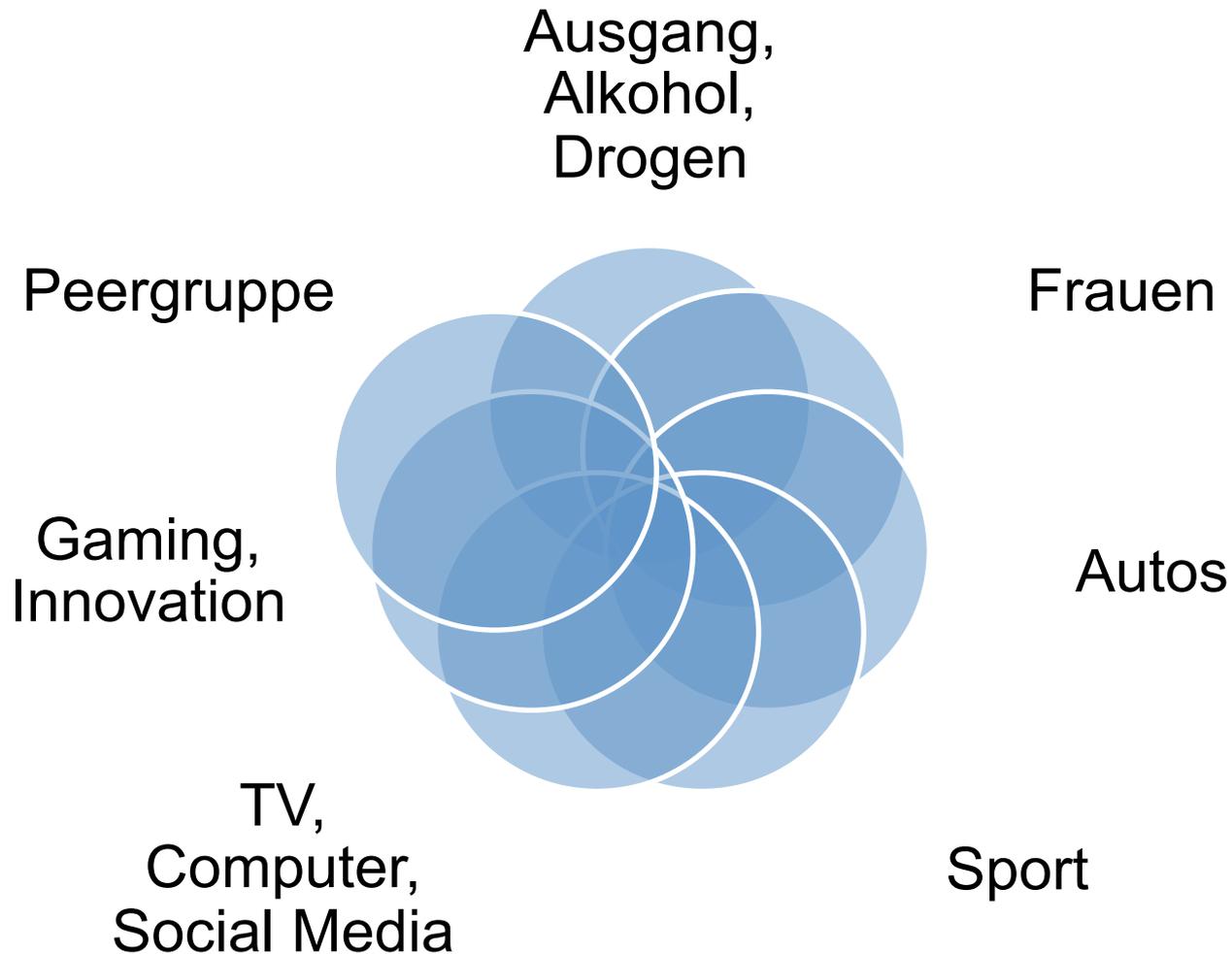
Problemstellung

- «Kommunikations-Overload» bei Zielgruppe → natürlicher Selektionsprozess der Mediennutzenden
- Korrektes Verhalten im Verkehr ist nicht attraktiv
- Media Budget ist sehr klein (knapp 50'000)

Lösung



Welt der Zielgruppe 2011



Umsetzung

- Interaktiver Film mit innovativen Elementen
- Realitätsnah, hohe Identifikation
- Zielgruppengerechte Besetzung
- User wird aktiv involviert
- Konsequenzen der Entscheidungen werden direkt und realistisch «erlebt»
- Kein pädagogischer Duktus

Türöffner: Teaser und Peers

- Teaser-Kampagne

Interaktives Video



Date Nina und finde heraus, ob du immer die richtige Entscheidung fällst.

Salut, beau jeune homme



Envie de me rencontrer? Mais attention: je ne suis pas une fille facile. Tu dois prendre les bonnes décisions, sinon ça peut mal finir.

- Peergruppe: Verkuppeln von risikofreudigen Peers



Hey Tom, habe ein Date für dich mit Nina arrangiert. Lass sie nicht warten ;-)

Jetzt Nina daten!
apps.facebook.com

22. Februar um 10:29 via Date Nina · Gefällt mir · Kommentieren · Date Nina

Einbezug der Peergruppe

Potenziale der Integration der Peer-Kommunikation als Verbreitungskanal

- Erweiterung der Reichweite (Southwell & Yzer, 2007)
- Erhöhung der Glaubwürdigkeit und Authentizität (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944)

Evaluation

durch Landert Partner, 2011:

- Hohe Identifikation
- Überzeugende Machart, Handlung
- Konsequenzen werden als realistisch empfunden
- Zugänglicher, spannender als andere bekannte Kampagnen
- Ausgangsverhalten wird nicht verurteilt
- Grosse Sensibilisierung für Thema

Demonstration



DATE NINA

Ein interaktiver Film von
RoadCross Schweiz

www.datenina.ch

Learnings aus dem Projekt



Learnings aus dem Projekt

Bereich

- Umsetzung Inhalt
- Medium / Mediennutzung
- Marketing

Learnings

Umsetzung Inhalt

Was sind die Gefahren
bei nicht zielgruppengerechter Umsetzung?

→ Für Prävention über die Peergruppe:
zielgruppengerechte Umsetzung = zwingend

Learnings

Umsetzung Inhalt

Welche Faktoren sind zu beachten?

- Besetzung Rollen
- Drehbuch, Script
- Keine Wertung über Lifestyle
- Tempo

→ Aktiver Einbindung der Zielgruppe notwendig

Learnings Medium / Mediennutzung: Nutzerzahlen

- *Mediabudget: 49'000 CHF*
- *87'000 Clicks*
- CHF 0.56 pro Klick
- Aber: Streuverlust sehr hoch, Einstiegsrate 28%
- 25'000 Spieler
- Besuchszeit Durchschnitt >8 Minuten

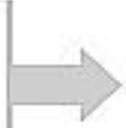
Learnings Medium / Mediennutzung

Innovation oder höhere Einstiegsrate?

Anfrage für Genehmigung

Date Nina bittet dich um deine Genehmigung für Folgendes:

-  **Auf meine allgemeinen Daten zugreifen**
Dazu zählen Name, Profilbild, Geschlecht, Netzwerke, Nutzerkennnummer, Freundesliste und alle anderen Informationen, die ich mit „Allen“ teile.
-  **Mir E-Mails schicken**
Date Nina darf mir E-Mails direkt an [redacted]@gmail.com senden · Ändern
-  **An meine Pinnwand posten**
Date Nina darf Statusmeldungen, Notizen, Fotos und Videos an meine Pinnwand posten
-  **Auf meine Daten zugreifen**
Date Nina darf auf meine Daten zugreifen, wenn ich die Anwendung nicht verwende



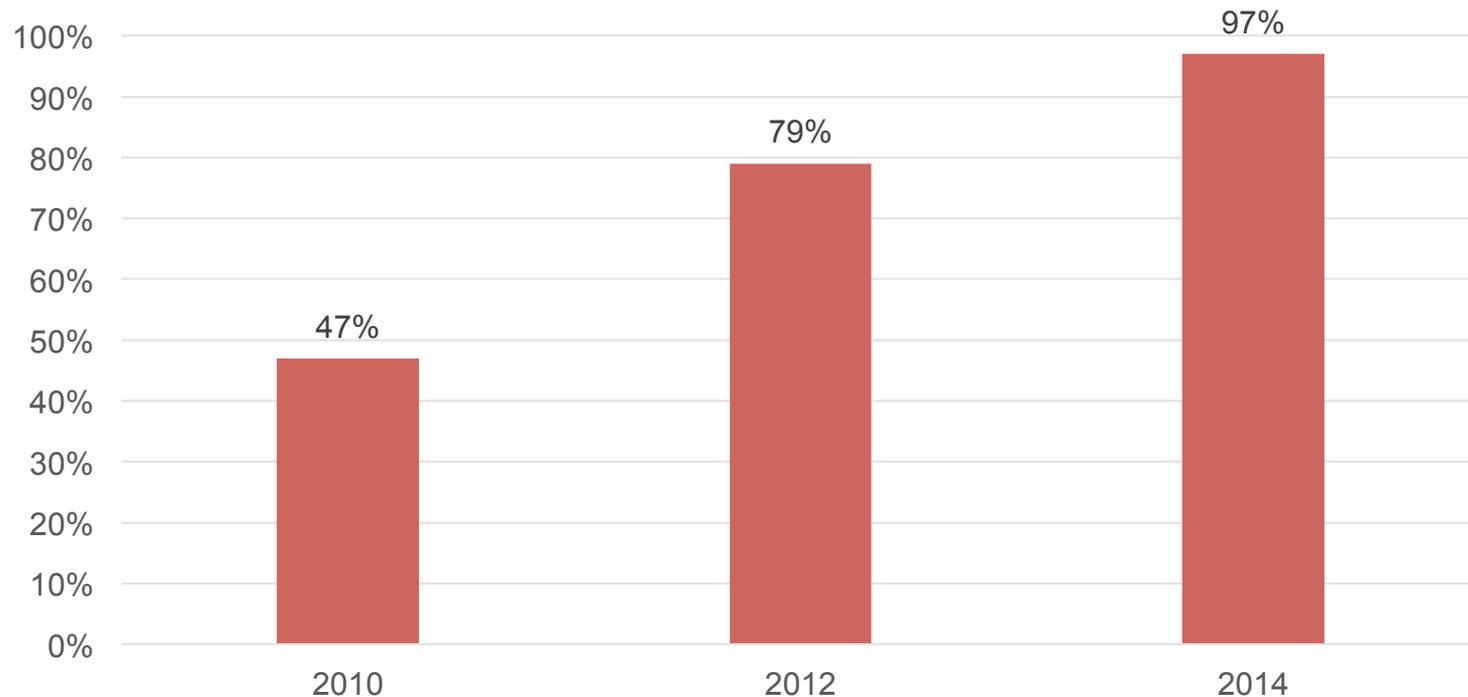
Date Nina

Learnings Medium / Mediennutzung

- 2012 zweite Runde ohne Personalisierung
- Grösseres Werbebudget aber weniger Publicity
- Einstiegsrate 38%
- 47'000 eindeutig identifizierbare Spieler
- Neues Problem: Smartphones

Learnings Medium / Mediennutzung

Verbreitung von Smartphones bei
jugendlichen Handybesitzern



Quelle: James Studie 2012, 2014

Learnings Medium / Mediennutzung

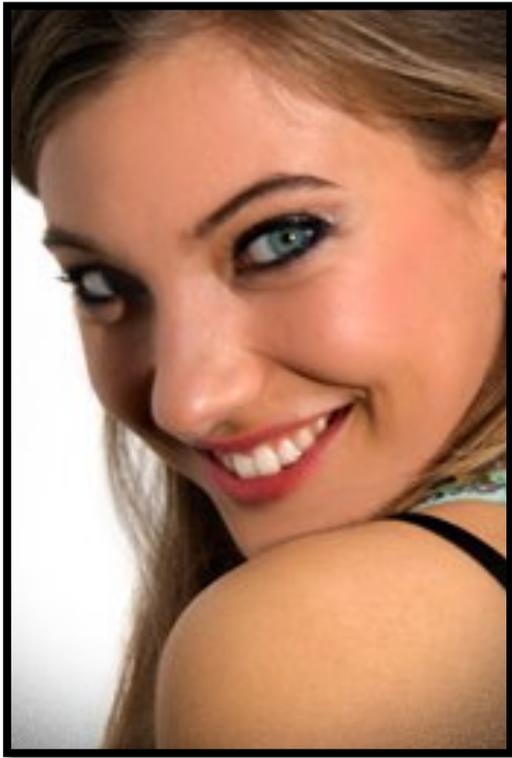
- Schnellebigkeit berücksichtigen, kurzfristig planen
- Niederschwellig, Hürden klein halten
- Social Media braucht Betreuung
- Einbezug Zielgruppe auch hier notwendig
- Spezialisierte Agentur beiziehen

Learnings Marketing



Learnings Marketing

- Prävention ≠ Marketing
- Exposure ≠ erreichen
- Involvement generieren im Zentrum
- Medien
- Agentur klare Ziele geben



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

www.datenina.ch

30.10.2014

RoadCross⁺
SCHWEIZ
Für Sie da. Mit Sicherheit.