

"Gürteltiere" - Kinder als Zielgruppe der Verkehrssicherheitswoche 2007 *Christine Chaloupka-Risser & Ralf Risser*

Anfang März 2007 startete österreichweit eine neue EU-Kampagne: die „Gürteltier-Anschnall-Aktion“ (EU-Projekt EUCHIRES-1 European public awareness campaign on the use of seat belts and child restraint systems 2006) mit einem Gürteltier, das wir in Österreich „**Gordy**“ genannt haben, als Maskottchen. Ziele des Projektes sind die Promotion zum Anlegen von Sicherheitsgurten für Kinder und der generellen **korrekten Verwendung** von Kinderrückhaltesystemen, sowohl in Individual- als auch öffentlichen Verkehrsmitteln, wo bereits vorhanden. Nach wie vor besteht hier noch viel Unwissen, entsprechend Erkenntnissen des Vormerksystems sowie auch zufolge neuesten Meldungen des ÖAMTC.

Das Projekt wird je zur Hälfte finanziell gefördert von der Europäischen Union und dem Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, unterstützt vom Bundesministerium für Inneres und dem österreichischen Städtebund. Es wird durchgeführt von INFAR Wien, dem Institut für Nachschulung und Fahrerrehabilitation mit seinen Mitgliedern in allen neun österreichischen Bundesländern, gemeinsam mit FACTUM OHG, Verkehrs- und Sozialanalysen, welches für Inhalt und Strategie der Kampagne verantwortlich zeichnet.

Die Aktion startet österreichweit **Anfang März und dauert bis Oktober 2007**.

Projektpartner in der EU

Initiatoren:

Niederländisches Verkehrsministerium, seit 2003

Weitere Partner- Organisationen

- Belgian Road Safety Institute (Belgien; Projektkoordinator)
- Transport Research Centre (Tschechische Republik)
- Slovene Road Safety Council (Slowenien)
- Prévention Routière Portugaise, PRP (Portugal)
- Finnish Central organization for Traffic Safety Liikenneturva (Finnland)
- Deutscher Verkehrssicherheitsrat DVR (Deutschland)
- Swedish National Road and Transport Research Institute VTI (Schweden)
- Fundacio Catalana de Seguretat Viaria (FCSV, Race) (Spanien)
- Motor Transport Institute (Polen)
- Neu seit 2005/06: Österreich, Italien, (SipSivi), Lettland

Ausgangslage

Nach der Kampagne "Gurte retten Leben" konnte sowohl im Ortsgebiet, auf Freilandstrassen als auch auf Autobahnen vom 1. Halbjahr 2005 auf das 2. Halbjahr 2005 eine Steigerung der Kindersicherungsquote verzeichnet werden. Dies änderte sich allerdings im 1. Halbjahr 2006, wo es zu einer Abnahme in allen drei Gebieten kam.

Angesichts der Tatsache, dass seit 1.1.1994 eine gesetzliche Verpflichtung besteht, Kinder im Pkw mit geeigneten Rückhalteeinrichtungen zu sichern, zeigen die vorliegenden Daten somit noch immer Defizite im Sicherheitsbewusstsein.

Statistikdaten für Kindersicherung in Österreich (1. Halbjahr 2006)

■ Verwendung von Rückhaltesystemen am Vordersitz:	93%
■ Anschnallquote auf Sitzen im Fond:	83%
■ Anschnallquote auf Überlandstrassen :	93%
■ Anschnallquote im Ortsgebiet:	86%

(lt. KfV 2006)

Das Gürteltier-Projekt richtet sich direkt – face-to-face – an die Kinder

Hauptansprachegruppe sind Kinder im Alter von 7 bis 12 Jahren¹, weil sie noch unbefangen und noch am besten zu motivieren sind, sich z.B. in Gesundheitsdingen an Regeln zu halten (siehe dazu auch Chaloupka et al 1998).

Die Vorgehensweise bei der Ansprache der Kinder ist lustbetont, positiv und fröhlich. Sie versteht sich als Kontrapunkt zur bisherigen Gurteaktion, die vor allem die Erwachsenen zur Zielgruppe hatte und Unlustgefühle erzeugen sollte. Als Anreizobjekt dient das bereits im laufenden EU-Projekt seit 2003 eingesetzte Gürteltier als Maskottchen. Die spanische und auch die englische Bezeichnung für Gürteltier ist Armadillo. Dieses rollt sich in natura bei Gefahr ein. Dies soll den Kindern vermitteln, dass sich zu schützen logisch und natürlich ist. Das Tier aus Kautschuk vermittelt auch einen lustigen Aspekt. Es wird explizit auf negative Gefühlsansprachen verzichtet. Das Motto, das auch in Folder und Postern, Song/CD und Website auftaucht heißt: „Angeschnallt statt durchgeknallt“ – und letzteres kann gut im doppelten Wortsinn verstanden werden.

Sprachenvielfalt bei GORDY

Die vorhandenen Materialien (website, Folder) wurden auch auf türkisch und serbisch-bosnisch-kroatisch übersetzt. Dies nicht zuletzt, um erwachsene Bezugspersonen, die z.T. der deutschen Sprache nicht sehr gut mächtig sind, auch informieren zu können. Aus verschiedenen informellen Quellen (denn eindeutige offizielle Fakten sind aufgrund fehlender Beobachtungs-, Befragungs- oder Exekutivdaten nicht zu erhalten) liegen übereinstimmende Hinweise vor, dass die fehlende Information hinsichtlich der Gesetzeslage, aber auch das kulturelle Eigenverständnis von MigrantInnenfamilien, dazu führen, dass Kinder türkischer oder serbisch-kroatisch-bosnischer Herkunft weniger häufig korrekt mit der aktuellen Norm (mindestens ECE 44/03 od. 04) entsprechenden Rückhaltesystemen gesichert sind.

Die Einbindung der Exekutive soll in Österreich stark forciert werden.

Das Hauptziel ist eine permanente Verhaltensänderung. Diese soll durch wiederholte und vernetzte Rückmeldungen erreicht werden, um die Verwendung von Sicherheitsvorrichtungen für Kinder zu einer alltäglichen Realität, zu einem Reflex vom frühesten Kindesalter an zu machen.

Im Rahmen speziell stattfindender Fahrzeugkontrollen der Exekutive - österreichweit von Anfang März bis Mitte Mai - sind auch „Gordy-Teams“ anwesend, die Kindern, die sich ebenfalls im Fahrzeug befinden, den Gordy samt Folder überreichen und ein

¹ Volksschulalter bis Vorpubertät = erwiesenermaßen höchste Wahrscheinlichkeit der Aufnahme von diesbezüglichen Informationen und Aktionen noch ohne peer-group-Einfluss.

bis zwei Sätze mit den Kindern sprechen. Insgesamt finden in allen neun österreichischen Bundesländer an ca. 180 Tagen (ca. 20 pro Bundesland) 1-2-stündige Kontrollen in der Früh oder zu Mittag im Rahmen des Gürteltier-Projektes statt. Situieret sind die Kontrollen in der unmittelbaren Nähe von Volksschulen und Kindertageseinrichtungen, sowie von größeren Einkaufszentren. Die Exekutive zeigte sich bislang sehr engagiert und orderte darüber hinaus in einigen Bundesländern auch Gürteltiere und Folder sowie CDs mit dem Gordy-Song für ihre eigenen Verkehrserziehungsaktivitäten in den Schulen.

Besonderes Augenmerk wird dabei auf die face-to-face Aktionen gelegt.

In Schulen und überall dort, wo Kinder versammelt anzutreffen sind und wo ein wenig Zeit zur Verfügung gestellt wird (ca. 30-40 Minuten = eine knappe Schulstunde) sollen sie in kleinen Gruppen spielerisch mit dem Thema konfrontiert werden.

Da es nicht nur um das Anschnallen selbst geht, sondern auch um die **korrekte Verwendung** von Rückhaltesystemen stellt sich auch die Frage, ob die Kinder überhaupt wissen, dass sie bis zu einer bestimmten Größe auf einer Sitzerrhöhung, wenn nicht sogar noch auf einem Kindersitz Platz nehmen sollten. Somit werden ihnen auch diesbezüglich Fragen näher gebracht, ein Größenverständnis wird hergestellt, und es wird mit ihnen danach besprochen, was der Grund dafür sein könnte, dass sie die Kindersicherungseinrichtungen, falls überhaupt vorhanden, vielleicht selbst gar nicht mehr verwenden wollen. Eventuell wird Anschnallen nicht als „cool“ empfunden. Aber auch der **Zeitvertreib** spielt wahrscheinlich eine Rolle, falls man einmal längere Zeit im Auto verbringen muss, auf einer längeren Fahrt. Was sollen die Kinder da tun? Fragen sind u.a:

- Wenn ihr länger mit dem Auto wo hinfahrt, wie vertreibt ihr euch dann die Zeit während der Fahrt?
- Gäbe es irgendwelche speziellen Spiele, die ihr gerne für eine längere Autofahrt hättet?

Alle Antworten, die im Rahmen dieser Aktionsrunden gegeben werden, werden gesammelt. Einige Anregungen befinden sich auch derzeit schon auf dem Folder, der dem "GORDY" immer beigegeben wird. Sinnvolle, von den Kindern selbst geäußerte Ideen und Verhaltensweisen werden hervorgehoben. Die ModeratorInnen selbst „impfen“ somit den Kindern nichts ein, sondern regen an, selbst nachzudenken und greifen auf deren eigene Vorschläge zurück. Nur dann, wenn es keine Antwort gibt oder absolut falsche Vorschläge kommen, wird eingegriffen.

Die Kinder werden auch angeregt, die Eltern oder Großeltern, falls diese sich nicht anschnallen, nach dem Grund zu fragen bzw. sie daraufhin anzusprechen, dass sie sich anschnallen sollen. Auch hier werden erst die Meinungen der Kinder über Möglichkeiten der Ansprache von Erwachsenen erfragt. **Gordy soll sie daran erinnern.**

Die Bedeutung der Website

Als Vernetzungsmöglichkeit im eigentlichen Sinn soll ein Gefühl der „Gordy-Familie“ österreichweit aber auch international entstehen. Kinder werden (u.a. im Rahmen der Veranstaltungen sowie durch die Folder und Plakate) angeregt, ihre Schulaktionen rund um das Thema „Gurtanlegen - sich selbst sicher machen“ - zu beschreiben und z.B. Bilder oder Fotos davon ein zu senden. Diese werden dann von einer Jury

bewertet und am Ende der Aktion prämiert. Gordy-Webseite dafür lautet www.gordy.at

Das Kreativ-Team – eine gemeinsam Philosophie

Besonders erfreulich war, dass wir für die Gestaltung der Grafiken und Animation der Website sowie der Kreation des "GORDY-Songs" renommierte Kreative gewinnen konnten. So war dies in musikalischer Richtung Reinhold Huemer "Hooch", der, selbst an einer Musikschule in Oberösterreich tätig, mehrere Jahre hindurch die linzer Kinderklangwolke gestaltete und in grafischer Angelegenheit die "Bonsai-Cuts", die schon mehrfach sowohl für die Stadt Wien, den Touristenverband oder auch das WIFI Animationsfilme für diverse Veranstaltungen entwickelten und auch dafür prämiert wurden. Als Drehscheibe des Kreativ-Teams fungierte ein Mitarbeiter von FACTUM OHG, der Gestalter der Website Dietmar Lasser, der dafür sorgte, dass alle die gemeinsame Philosophie verstanden, die hinter dem Projekt steht und diese dann auch umsetzten. Ein roter Faden sollte sichtbar sein.

Medienarbeit

Die bisherige Medienresonanz ist sehr gut. In sämtlichen Bundesländern wurde praktisch jede Woche in den größeren aber auch kleineren Tageszeitungen sowie in Monatsmagazinen über die unterschiedlichen Aktionen im Rahmen des Projektes berichtet. Wir konnten den Kindersitzexperten Peter Jahn sowohl für die Auftaktveranstaltung am 1.3. als auch für eine Willkommen-Österreich Sendung in Sachen Gürteltier-Aktion gewinnen und sind auch mit der Website www.autokindersitz.at verlinkt.

Aber die Medienarbeit stellt sich auch manchmal als problematisch bzw. als eine Eigendynamik entwickelnde Sache dar. Nur begrenzt besteht ja die Möglichkeit, Journalisten vorzugeben, was sie schreiben sollen und worauf der Schwerpunkt zu legen ist. So wurden trotz einheitlicher, schriftlicher Medien-Information in ganz Österreich jeweils unterschiedliche Aspekte hervorgehoben bzw. die Kampagne zeitweise gänzlich der Initiative der Exekutive zugeordnet. Dazu kommt, dass auch die Exekutive in einigen Bundesländern zusätzlich ihre eigenen Presseaussendungen durchführte, die dann z.T. nicht mehr mit uns abgestimmt wurde.

Jedenfalls war aufgrund der Beauftragung des Observer deutlich ersichtlich, wie die Pressemeldungen zum Thema Anschnallen ab 1.März sprunghaft anstiegen. – was letztendlich der Sache "Kindersicherung im Fahrzeug" nur dienlich sein kann.

Möglichkeiten der Kooperation

Das Sujet „GORDY“ gemeinsam mit den Zusatzmedien (Folder, Poster, CD/Song, Webseite, aber auch T-Shirts sowie Zusatzinformationsblätter mit allgemeinen Hinweisen für Erwachsene) kann überall dort, wo gemeinsam mit Kindern das Thema „korrekte Verwendung der Kinderrückhaltevorrichtung“ eingehender zur Sprache kommt, als „Anker“ (Verknüpfungs- und Erinnerungspunkt) verwendet werden. Sei es in Gemeinden, die in einer Nachmittagseinrichtung eine Informationsveranstaltung planen, oder in Schulen, Kaufhäusern, Autosalons, bei Kinderärzten etc. Die österreichischen Projektkoordinatoren (siehe unten) werden einerseits direkt Kontakte herstellen. Sie übermitteln andererseits auch Materialien an Interessierte, die sich von sich aus mit ihnen in Verbindung setzen. Es ist geplant, an die 100.000

Gordys nach Österreich zu bringen und diese auf die Bundesländer zu verteilen. Bislang wurden bereits ca. 40.000 bei verschiedenen Aktivitäten zu den Kindern gebracht.

Evaluation

Am Ende der Kampagne steht eine Evaluation in Form von europaweit einheitlichen Fragebögen sowie einer österreichinternen Medienanalyse und Befragung der ProjektmitarbeiterInnen in den Bundesländern, hinsichtlich ihrer Erfahrungen und Zufriedenheit. Daraus verspricht man sich eine Qualitätsverbesserung in einer möglichen weiteren Phase der EU-Kampagne.

Was es braucht – Vernetzungen

In den wenigen Wochen der bisher laufenden Kampagne wurden mehrere Aspekte deutlich: Es gibt viele engagierte Personen, seien es Eltern, Betreuungspersonal, LehrerInnen, Exekutivbeamte, VertreterInnen von offiziellen Stellen (wie z.B. dem Städtebund), ÄrztInnen, StudentInnen etc., die ohne viel Aufhebens ihre Mitarbeit oder Informationen in Sachen Kindersicherung anbieten. Ohne sie wäre ein Projekt wie dieses nicht sinnvoll umsetzbar. Es kommt zu einer Art "Schneeballeffekt", der die Projektidee auch in kleinere Winkel unserer Bundesländer trägt. Im vorliegenden Fall kann weiters ein Teil des Anreizes zur Kooperation mit Sicherheit dem Maskottchen "Gordy" zugeschrieben werden, aber auch dem Engagement sämtlicher KampagnenmitarbeiterInnen, vorrangig Verkehrs-PsychologInnen und NachschulungstrainerInnen, sowie SoziologiestudentInnen in allen Bundesländern. Nicht zuletzt soll hier aber auch die intensive Betreuung und Diskussionsbereitschaft der Projekt-Verantwortlichen beim Verkehrssicherheitsfonds des BMVIT, Frau Dr. Eva-Maria Eichinger, hervorgehoben werden, ohne welche v.a. die Kooperation mit dem BMI wohl nicht so reibungslos verlaufen wäre.

Nähere Informationen:

Dr. Christine Chaloupka-Risser: 01/5041546-15, e-mail: christine.chaloupka@factum.at
Prof. Dr. Ralf Risser: 01/5041546-14, e-mail: ralf.risser@factum.at
Adresse beide: FACTUM OHG und INFAR-Wien, Danhausergasse 6/4, 1040 Wien
Sowie:
Dr. Eva-Maria Eichinger: 01/71100-5724, e-mail: eva-maria.eichinger@bmvit.gv.at
Adresse: BMVIT Österr. Verkehrssicherheitsfonds, Stubenring 1, 1011 Wien

www.factum.at; www.infar.at; www.gordy.at

Literatur:

Ch. Chaloupka & R. Risser 1998, Zielgerechte Ansprache junger Menschen von 15 bis 16 Jahren im Rahmen der Verkehrsausbildung. Richtlinienkatalog zur Informationsvermittlung im Rahmen von Mobilitätsaus-bildungsprogrammen, FACTUM OHG, Wien, Finanziert vom österreichischen Verkehrssicherheitsfonds

KfV 2006, Erhebung der Verwendungsquoten von Sicherheitsgurten und Kindersitzen in Pkw, Evaluierung der BMVIT-Kampagne „Gurte retten Leben“ 2006, Wien