

VSF kompakt

Evaluierung der Verkehrssicherheitskampagne „Voll am Leben“

Ausgabe 67 – Forschungsband 99



Sujet aus der Verkehrssicherheitskampagne *Voll am Leben* © BMIMI (ehemals BMK)

Zusammenfassung

Die Kampagne „Voll am Leben“ (Laufzeit 06/2023 bis 08/2024) zielte darauf ab, für die Gefährlichkeit des Schnellfahrens zu sensibilisieren, um Geschwindigkeitsübertretungen zu reduzieren. Im Zuge der begleitenden Evaluierung wurden die Effekte der Kampagne auf relevante Einstellungen und Meinungen wiederholt erfasst und durch entsprechende Anpassungen während der Laufzeit maximiert.

Eckpunkte

Die Kernzielgruppe der Kampagne waren männlichen Pkw-Lenker im Alter von 17 bis 24 Jahren, da insbesondere junge Männer zum Schnellfahren tendieren. Die Evaluierung

umfasste folgende Fragestellungen: (1) Welche Meinungen und Einstellungen hinsichtlich des Schnellfahrens hat die Kernzielgruppe? (2) Erreicht die Kampagne die Zielgruppe? (3) Ändert die Kampagne relevante Einstellungen und Meinungen bezüglich des Schnellfahrens sowie das eigene Geschwindigkeitsverhalten junger Lenker?

Problem

Schnellfahren bzw. unangepasste Geschwindigkeit ist eine der Hauptunfallursachen im österreichischen Straßenverkehr. Ein Großteil der schweren Unfälle wird hierbei von jungen Männern verursacht. Zudem besteht in dieser Gruppe eine hohe Akzeptanz von Geschwindigkeitsübertretungen.

Gewählte Methodik

Zur Evaluierung der Kampagne wurde jeweils vor, während und nach der Kampagne eine repräsentative Online-Befragung durchgeführt. Jede Stichprobe bestand aus der Kernzielgruppe (männliche Pkw-Lenker, 17 bis 24 Jahre [n= 350]) sowie österreichischen Pkw-Lenkenden (17 bis 65 Jahre [n= 650]). Die Evaluation wurde dabei, wie auch die Kampagne selbst, theoriebasiert durchgeführt.

Ergebnisse

Die Erhebung der Ausgangssituation bestätigte, dass junge Pkw-Lenker risikoreichere Einstellungen haben und zu höheren Geschwindigkeitsübertretungen neigen als die Gesamtheit der österreichischen Pkw-Lenkenden bis 65 Jahre. Mit Hilfe der Kampagne konnten die entsprechenden Einstellungen der Kernzielgruppe in geringem Ausmaß verändert werden. Insgesamt erreichte die Kampagne einen hohen Bekanntheitsgrad unter jungen Lenkern (67%). Die größte Reichweite wurde über soziale Medien, insbesondere TikTok, erzielt.

Schlussfolgerungen

In der Analyse zeigte sich, dass trotz hoher Reichweite die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema der Kampagne nicht ausreichend stattgefunden hat. Die Webseiten künftiger Kampagnen aber auch die Postings auf den Social-Media-Kanälen und der Infothek des Ministeriums sollten daher vermehrt genutzt werden, um Hintergrundwissen zu vermitteln und damit die Botschaft der Kampagne zu unterstützen. Auch wären für zukünftige Kampagnen regelmäßige Impulse über die gesamte Kampagnenlaufzeit

empfehlenswert, damit die Botschaften dauerhaft präsent bleiben. Aufgrund der hohen gesellschaftlichen Akzeptanz des Schnellfahrens bedarf es außerdem einer Vielzahl von Maßnahmen über einen längeren Zeitraum hinweg, um verbreitete Einstellungs- und Verhaltensweisen nachhaltig zu ändern.

Nutzen für die Verkehrssicherheit

Die Verkehrssicherheitskampagne ist Teil des österreichischen Aktionsplans Geschwindigkeit und dient der Bewusstseinsbildung, dass Schnellfahren sowie eine unangepasste Geschwindigkeit nicht akzeptabel und riskant sind. Die Evaluierung gibt neben der Wirkung auch Aufschluss über Einstellungen zum Thema Schnellfahren und zeigt damit den konkreten Änderungsbedarf auf.

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Österreichischer Verkehrssicherheitsfonds

Radetzkystraße 2, 1030 Wien

E-Mail: road.safety@bmimi.gv.at

Inhaltliche Erarbeitung und verantwortliche Autorin/verantwortlicher Autor:

Kuratorium für Verkehrssicherheit

Mag.^a Eva Aigner-Breuss

Dipl.-Psych.ⁱⁿ Daniela Knowles

Schleiergasse 18, 1100 Wien

Telefon: +43 (0)577077-1242

E-Mail: eva.aigner-breuss@kfv.at