

Ideenkatalog zur Organisation von Aktionen im Rahmen der UN Road Safety Week 2007

Sehr geehrte Damen und Herren!

Vom **23. bis 29 April 2007** veranstalten die Vereinten Nationen (UN) die **1. Internationale Verkehrssicherheitswoche** (Road Safety Week), an der sich auch Österreich beteiligt. Ziel der Aktionswoche ist es, die „**Vision Zero**“ – eine Woche keine Verkehrstoten - zu verwirklichen.

In Österreich wird außerdem das Ziel verfolgt, dass niemand im Straßenverkehr schwer verletzt wird. Das erste Etappenziel – 50 Prozent weniger Getötete und 20 Prozent weniger Verletzte auf Österreichs Straßen - hat Österreich mit dem **Verkehrssicherheitsprogramm 2002 – 2010** gelegt.

Die „Vision Zero“ ist – wie der Name schon sagt – eine Vision. Keine Verkehrstoten und keine Schwerverletzten können in der Realität nicht erreicht werden, weil auch nicht alle Unfälle verhindert werden können. Dennoch verfolgt die Verkehrssicherheitswoche das Ziel, das Konzept „**Vision Zero**“ bekannt zu machen, Wege der Unfallprävention aufzuzeigen und letztendlich die Zahl der Verkehrstoten deutlich zu reduzieren. Hinter allen Verkehrssicherheitsaktivitäten in Österreich muss diese gemeinsame Vision stehen. Gefordert sind nicht nur die **Politik** sondern **alle am Verkehrsgeschehen Beteiligten**.

Daher ist der Hauptzugang zur Realisierung der „Vision Zero“ die **Rücksichtnahme im Straßenverkehr - gegenüber anderen, der Familie und sich selbst**. Ein spezieller Fokus soll bei allen Aktivitäten immer auch auf den jungen Verkehrsteilnehmern und Fahrern liegen.

Weitere Informationen finden Sie bitte auf:

http://www.bmvit.gv.at/verkehr/un_woche.html

<http://www.who.int/roadsafety/week/en/> (englisch)

<http://www.unece.org/trans/globalroadsafetyweek/rsun1home.html> (englisch)



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Hauptmotto der UN Verkehrssicherheitswoche:

Vision Zero – eine Woche – keine Verkehrstote

Österreichisches Logo:



Hauptzugang:

Rücksichtnahme im Straßenverkehr

Offizieller Slogan der UNECE/WHO:

Road Safety is no accident – Verkehrssicherheit ist kein Zufall

Hauptzielgruppe:

Junge Verkehrsteilnehmer/Junge Fahrer

Das vorliegende Papier enthält **Vorschläge für Aktionen**, die Sie bei Interesse während der Verkehrssicherheitswoche in Ihren Städten/Gemeinden durchführen könnten. Die Aktionen können dabei **in jeder Form abgewandelt werden**, und verstehen sich als reine Ideensammlung. Gerne stehen Ihnen die Mitarbeiter der Landesstellen des Kuratoriums für Verkehrssicherheit (KfV) bei Fragen zur Verfügung.

Die Aktionen sind so dargelegt, dass Sie jeweils einen Überblick über das **Ziel der Aktion, die Zielgruppe**, die sie damit erreichen können, die dazu **notwendigen Materialien/Organisationsschritte** und zuletzt noch **mögliche Partner** für die Aktionen bekommen.

Im Anhang finden Sie außerdem ein **A4 Poster im PDF – Format**, auf dem Sie ihre Aktionen in einem Textverarbeitungsprogramm oder handschriftlich vermerken, und welches Sie dann in Ihrer Stadt oder Gemeinde **veröffentlichen** können.



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Überblick über die Themen der Woche

23.4.2007	24.4.2007	25.4.2007	26.4.2007	27.4.2007	28./29.4.2007
Auftakt Vision Zero für eine Wo- che	Tag der Nicht - Raser	Tag der Kin- der im Straßen- verkehr	Tag der Rück- sichtnahme	Tag der Fußgänger	Tag der nicht- alkoholisierten Lenker
Gib dem Leben eine Chance	Keine Chance den Rasern	Gib den Kin- dern eine Chance	Keine Chance den Rück- sichtslosen	Gib den Fuß- gängern eine Chance	Keine Chance dem Alkohol

Ideen für die einzelnen Thementage

Montag 23.4.2007 – Auftakt – Vision Zero für eine Woche

Gib dem Leben eine Chance

Aktion 1: Darstellung der regionalen Zahl der Verkehrstoten 2006 anhand von Kreuzen, Gräbern, Urnen

Ziel: Visualisierung der regionalen Anzahl an Verkehrstoten im Jahr 2006 über allgemein bekannte Symbole. Diese können fotografiert, und das Bild anschließend über die Medien verbreitet werden. Die Symbole können auch an einer exponierten Stelle aufgestellt werden, wo nicht nur ein Foto auf die Aktion aufmerksam machen kann, sondern auch die Passanten direkt angesprochen werden können.



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Fotograf, Festlegung einer geeigneten Stelle für das Foto/das Aufstellen der Symbole

Mögliche Partner: regionale Medien

Aktion 2: Darstellung der regionalen Zahl der Verkehrstoten 2006 anhand eines Fotos der entsprechenden Anzahl von Familien

Ziel: Jeder Verkehrstote hat eine Familie, die von dem plötzlichen Verlust betroffen ist. Hinzukommen noch Belastungen durch Einkommensverluste, zusätzlicher Aufwand für die Kinderbetreuung, Ausgaben für die psychologische Betreuung etc. Auf einem Foto/öffentlichen Platz sollen so viele Familien zu sehen sein, wie es Verkehrstote in der Region gegeben hat. Dadurch soll unterstrichen werden, für wie viele Familien sich das Leben komplett geändert hat. Möglich wäre die Teilnahme von Familien die tatsächlich von einem Verlust betroffen sind.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Teilnahme von Familien, Fotograf, Festlegung eines geeigneten Platzes für die Durchführung dieser Aktion

Mögliche Partner: Medien, Familien



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Aktion 3: Darstellung der regionalen Zahl der Verkehrstoten 2006 durch die entsprechenden Anzahl von Luftballons, die fliegen gelassen werden

Ziel: Die davonfliegenden Ballons können fotografiert, und das Bild anschließend über die Medien verbreitet werden. Durch die Wahl einer exponierten Stelle für die Aktion können auch Passanten direkt erreicht werden.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Luftballons, Helium, Benachrichtigung einer nahe gelegenen Flughäörde (je nach Anzahl der Ballons), Auswahl eines Ortes der für die Aktion geeignet ist

Mögliche Partner: Medien

Aktion 4: Darstellung der regionalen Zahl der Verkehrstoten 2006 durch Kinder

Ziel: Visualisierung der regionalen Anzahl der Verkehrstoten im Jahr 2006. Die Kinder könnten in verschiedenen Formationen (sitzend, stehend,...) auftreten und fotografiert werden. Das Einbeziehen von Kindern hat einerseits den Vorteil, dass die Betroffenheit bei den Passanten größer ist, andererseits kann die Aktion auch einen Lerneffekt bei den Kindern auslösen, der dann an die Eltern weitergegeben werden kann.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Beteiligung von Schulen/Kindern, Festlegung eines geeigneten Platzes für die Durchführung der Aktion

Mögliche Partner: Schulen, Medien



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Aktion 5: Darstellung der regionalen Zahl der Verkehrstoten 2006 durch ein Bild der entsprechenden Anzahl an Köpfen/Gesichtern/Köpfen ohne Gesichtern, das mit Slogans wie „Es könnte auch Ihr Kopf dabei sein“ versehen ist.

Ziel: Visualisierung der regionalen Anzahl der Verkehrstoten im Jahr 2006. Durch die Darstellung von realen Personen wird eine extrem hohe Betroffenheit erreicht.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Fotograf, Erlaubnis der fotografierten Personen zur Veröffentlichung des Bildes.

Mögliche Partner: Medien

Aktion 6: entsprechende Anzahl Äpfel an einer exponierten Stelle deponieren

Ziel: Visualisierung der regionalen Anzahl der Verkehrstoten im Jahr 2006 durch ein leicht erhältliches und kostengünstiges Symbol. Die Aktion mit einer Pressekonferenz oder der Verteilung von Informationsmaterial werden.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Äpfel, Auswahl eines geeigneten Platzes für die Aktion

Mögliche Partner: Medien, Obstbauern, Obsthandel/Lebensmittelhandel



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Aktion 7: Pressekonferenz/Presseausendung zum Thema

Mögliche Inhalte: Bei der Pressekonferenz/Presseausendung können die Ziele der Aktionswoche sowie die Aktionen vorgestellt werden. Außerdem können aktuelle Unfallzahlen präsentiert, und die Bevölkerung zur Beteiligung am gemeinsamen Ziel „Vision Zero“ aufgerufen werden.

Dienstag 23.4.2007 – Tag der Nicht-Raser

Keine Chance den Rasern

Aktion 8: Aufprallsimulator/Überschlagssimulator (Verfügbarkeit prüfen!)

Ziel: Vor allem jugendliche Lenker überschätzen die eigenen Fahrfähigkeiten und unterschätzen die Gefahr von überhöhter Geschwindigkeit. Anhand der Simulatoren können sie am eigenen Körper spüren, wie stark sich bereits ein Frontalzusammenstoß bei 10km/h anfühlt.

Zielgruppe: jugendliche Lenker, alkoholisierte Lenker

Was ist notwendig: Aufprallsimulator, Überschlagssimulator, Informationen zur Aktion, Einladung von Schulklassen/jugendlichen Fahrern

Mögliche Partner: ARBÖ, ÖAMTC

Aktion 9: Apfel-Zitrone-Kampagne

Ziel: Die Aktion Apfel – Zitrone soll einerseits persönliche Betroffenheit bei jenen Verkehrsteilnehmern auslösen, die zu schnell unterwegs waren, andererseits soll die Aktion



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



durch einen „Belohnungseffekt“ dazu beitragen, richtiges Verhalten im Straßenverkehr zu fördern. Schnellfahrern wird eine Zitrone überreicht, für jene, die sich richtig verhalten haben, gibt es einen Apfel als Belohnung.

Zielgruppe: Kfz-Lenker

Was ist notwendig: Äpfel, Zitronen, die Auswahl einer geeigneten Stelle

Mögliche Partner: Polizei, Lebensmittelhandel

Aktion 10: Mobile Tempoanzeigen (Verfügbarkeit prüfen!)

Ziel: Die Mobile Tempoanzeige erinnert die KFZ Lenker an die Einhaltung der Geschwindigkeitsbestimmungen. Die Geschwindigkeit der vorbeifahrenden Autos wird gemessen, und auf einem großen, für alle Passanten sichtbaren Farbdisplay angezeigt. Mit der Anzeige der Fahrgeschwindigkeit wird das gefahrene Tempo, welches ansonsten nur der Autofahrer selbst kennt, öffentlich ausgewiesen.

Zielgruppe: Kfz-Lenker

Was ist notwendig: Mobile Tempoanzeige

Mögliche Partner: Polizei, ÖAMTC oder ARBÖ



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Mittwoch 24.4.2007 – Tag der Kinder im Straßenverkehr

Gib den Kindern eine Chance

Aktion 11: Aktion Gib Acht auf uns! Sicherer Schulweg

Ziel: Schulkinder sollen über die kritischen Stellen im Schulumfeld informiert werden. Autofahrer sollen auf Kinder am Schulweg aufmerksam gemacht werden. Die Schulen können sich eine oder mehrere kritische Stellen im Umfeld der Schule aussuchen, die am Aktionstag mit heliumgefüllten Luftballons markiert werden. Ergänzend können Transparente für die Autofahrer aufgehängt werden, bzw. Poster von den Schulkindern gemalt werden, die die Aktion erklären.

Zielgruppe: Schulkinder, Autofahrer

Was ist notwendig: Luftballons, Helium, Poster, Transparente, Teilnahme von Schulen

Mögliche Partner: Polizei, Schulen

Aktion 12: Apfel-Zitrone in der Nähe von Schulen/Schulwegen

Ziel: Die Aktion Apfel-Zitrone wird von Kindern begleitet, die die Äpfel und Zitronen verteilen. Damit wird auch ein Lerneffekt bei den Kindern erzielt, den diese dann an ihre Eltern weitergeben.

Zielgruppe: Schulkinder, Kfz-Lenker

Was ist notwendig: Äpfel, Zitronen, Definition einer geeigneten Stelle für die Durchführung der Aktion. Warnwesten.



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Mögliche Partner: Exekutive, Schulen, Lebensmittelhandel

Aktion 13: Aktion Weiße Engel

Ziel: Durch die so genannten Elterntaxis werden häufig eigene und fremde Kinder gefährdet. (Schutzwege direkt vor Schulen oder Kindergärten werden als Parkplätze missbraucht, Kinder werden ohne Gurt und Kindersitz im Auto gebracht und abgeholt, steigen auf der gefährlichen Straßenseite aus) Eltern sollen daher auf falsches und gefährliches Verhalten aufmerksam gemacht, und über die rechtliche Situation aufgeklärt werden. In der Früh und zu Mittag werden vor Schulen und Kindergärten Eltern angehalten und auf falsches Verhalten aufmerksam gemacht. An Kinder könnten Reflektoren verteilt werden.

Zielgruppe: Kindergarten- und Volksschulkinder, Kfz-Lenker

Was ist notwendig: geschulte Referenten, die mit den Eltern sprechen, Reflektoren

Mögliche Partner: Schulen, Kindergärten, Exekutive

Donnerstag 25.4.2007 – Tag der Rücksichtnahme (Fokus Zweiradfahrer)

Keine Chance den Rücksichtslosen

Aktion 14: Aktionstag Helm auf – gut drauf:

Ziel: Radfahrer mit Helm werden fotografiert und das beste Foto (sympathischste) prämiert (mit einem Gutschein für ein Fahrradservice, einem Fahrradhelm, einem Fahrrad....) Durch das Fotografieren von besonders sympathischen Personen soll die Akzeptanz von Fahrradhelmen erhöht werden. Durch das Gewinnspiel wird zum Tragen von Helmen angeregt.



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Zielgruppe: Radfahrer aller Altersgruppen

Was ist notwendig: Fotograf, Auswahl einer geeigneten Stelle für das Foto, Bereitstellung von Informationen in Form von kurzen Tipps zum Thema Fahrradhelm,

Mögliche Partner: Sportgeschäfte, ÖAMTC, ARBÖ

Aktion 15: Verteilung von roten Rosen an besonders rücksichtsvolle Fahrer

Ziel: Motivation für besonders rücksichtsvolles Verhalten erhöhen. Aufzeigen von Möglichkeiten wie jeder einzelne einen Beitrag zur Vision Zero leisten kann. Vorbildwirkung durch Veröffentlichung von besonders rücksichtsvollem Verhalten.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer

Was ist notwendig: Rosen, Festlegung von geeigneten Stellen für die Durchführung der Aktion, Fotograf

Mögliche Partner: Medien, Blumenhandel

Aktion 16: Interviews von verschiedenen Verkehrsteilnehmer-Gruppen

Ziel: In den Interviews sollen Motive für rücksichtsloses Verhalten herausgefunden werden. Neben dem Verständnis für die anderen Verkehrsteilnehmer-Gruppen könnten auch Probleme, mit denen bestimmte Gruppen zu kämpfen haben, herausgefunden – und eventuell behoben werden.

Zielgruppe: alle Verkehrsteilnehmer



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Was ist notwendig: Plattform für die Veröffentlichung von einzelnen Interviews/Kernaussagen

Mögliche Partner: Medien, Schulen

Freitag 27.4.2007 – Tag der Fußgänger

Gib den Fußgängern eine Chance

Aktion 17: Aktion Vorrang für Zebras

Ziel: Bessere Bekanntmachung der Schutzweg-Bestimmung der 19. StVO-Novelle bei den Kfz-Lenkern und übrigen Verkehrsteilnehmern. Es handelt sich hier um eine Aktion für partnerschaftliches Denken und Handeln im Straßenverkehr, und kann gemeinsam mit Schülern durchgeführt werden. Diese stehen mit großen „Vorrang für Zebras“ - Tafeln an beiden Seiten des Zebrastreifens. Eine zweite Gruppe könnte Informationsblätter an Autofahrer und Fußgänger verteilen.

Zielgruppe: Kfz-Lenker

Was ist notwendig: Herstellung der „Vorrang für Zebras“-Tafeln (kann in Schulen erfolgen), Festlegung der Zebrastreifen, an denen die Aktion durchgeführt werden soll, Erstellung von Informationsblättern zum Verteilen (könnte ebenfalls in Schulen erfolgen und hat damit gleichzeitig einen Lerneffekt für die beteiligten Schüler)

Mögliche Partner: Schulen, Exekutive



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**

Aktion 18: Verteilung von Reflektoren für Fußgänger in den frühen Morgenstunden und bei Einbruch der Dunkelheit

Ziel: Bei Dunkelheit gibt es die meisten Unfälle mit Fußgängern. Vielen Fußgängern (insbesondere Kindern und Senioren) ist nicht bewusst, dass die Fahrzeuglenker Fußgänger ohne Reflexmaterial sehr spät sehen, und daher nicht mehr rechtzeitig bremsen können.

Zielgruppe: Fußgänger, Kfz-Lenker

Was ist notwendig: Reflektoren

Mögliche Partner: Sportfachgeschäfte, Reflektorenproduzenten

Aktion 19: Aktion „Hallo Auto“

Ziel: Schulkinder können Entfernungen und Geschwindigkeiten noch nicht richtig einschätzen. Fähigkeiten, die jedoch für eine sichere Überquerung der Fahrbahn wesentlich sind. Sind Kinder miteinander unterwegs, kommt es immer wieder zu Situationen, in denen nichts so uninteressant ist wie der Straßenverkehr. Sie sind dann völlig miteinander beschäftigt und übersehen noch leichter als sonst die Gefahren des Straßenverkehrs. Bei dieser Aktion erfahren Kinder bei Bremsversuchen wie lange die Bremswege von Autos bei unterschiedlichen Geschwindigkeiten sind, und lernen so auf diese Gefahr mehr Rücksicht zu nehmen.

Zielgruppe: Kinder im Volksschulalter

Was ist notwendig: Motivation von Schulklassen, Kooperation eines Unterneh-



mens/Institution, die diese Bremsversuche auf einem geeigneten Gelände durchführen kann. Kommentierung der Ergebnisse/Verteilung von Informationsmaterial

Mögliche Partner: Schulen, ÖAMTC, ARBÖ

Samstag 28.4.2007 und Sonntag 29.4.2007 – Tag der nicht-alkoholisierten Lenker

Keine Chance dem Alkohol

Aktion 20: Einsatz eines Diskobusses/Sammeltaxis

Ziel: In einigen Gemeinden wurde der Diskobus bereits eingeführt. Es können damit beliebte Diskotheken mit dem öffentlichen Verkehr erreicht werden. Anrufsammeltaxis können die gleiche Funktion erfüllen. Es können dadurch Verkehrsunfälle nach Diskothekenbesuchen insbesondere von alkoholisierten Lenkern vermieden werden.

Zielgruppe: Diskobesucher

Was ist notwendig: Organisation von Bussen/Sammeltaxis, Festlegung von wichtigen Stopps, Bekanntmachung der Aktion

Mögliche Partner: Diskotheken, Bars, Verkehrs-/Taxiunternehmen

Aktion 21: Verteilung von alkoholfreien Getränken vor Diskotheken, Bars und Kinos

Ziel: Der Anteil von 18-24 Jährigen an alkoholisierten Lenkern ist mit rund 25% sehr hoch. Viele Jugendliche bilden an den Wochenenden Fahrgemeinschaften, um zu den umliegenden Unterhaltungseinrichtungen zu kommen. Dabei wird gerne Alkohol konsumiert und die Verlockung für den Fahrer ist groß, dies ebenso zu tun. Durch die Verteilung von alkoholfreien Getränken soll auf die Gefahr von Alkohol am Steuer hingewiesen werden.



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**



Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Zielgruppe: jugendliche Lenker, alkoholisierte Lenker

Was ist notwendig: Kooperation eines Getränkeherstellers, der die Getränke zur Verfügung stellt.

Mögliche Partner: Getränkehandel, Diskotheken, Bars, Kinos



**ROAD SAFETY
IS NO ACCIDENT**