

# Verkehrssicherheitskampagne

## „Lenken Sie Ihr Schicksal selbst“

### Regelmäßige VSF- Verkehrssicherheitskampagne

Der Verkehrssicherheitsfonds (VSF) des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit) führte bisher alle drei Jahre eine große bewusstseinsbildende Kampagne zu einem brisanten Verkehrssicherheitsthema durch. Die letzte Kampagne 2012/2013 widmete sich dem Thema „Kinder sehen die Welt anders“.



### Aktuelles Thema: Überhöhte Geschwindigkeit

Auf Basis der Unfallstatistik und der Unfallursachenforschung wurde für die bewusstseinsbildende Kampagne 2016/17 das Thema „nicht angepasste Geschwindigkeit“ gewählt. Nicht angepasste Geschwindigkeit speziell auf Freilandstraßen gehört laut aktuellen Verkehrsstatistiken zu den häufigsten Ursachen für tödliche Unfälle. Zentrale Zielsetzung der Verkehrssicherheitskampagne ist die Prävention von Verkehrsunfällen aufgrund überhöhter oder nicht angepasster Geschwindigkeit im Straßenverkehr speziell auf Landstraßen, also nicht auf Autobahnen oder Straßen innerhalb von Ortschaften.



### Häufigste Ursachen für tödliche Unfälle

Unachtsamkeit / Ablenkung	114
Nicht angepasste Geschwindigkeit	90
Vorrangverletzung	42

Getötete bei allen Unfällen gesamt: 479



Unachtsamkeit / Ablenkung	23,7 %
Nicht angepasste Geschwindigkeit	18,8 %
Vorrangverletzung	8,8 %

### Kernzielgruppe: Routinierte Fahrer auf ihnen vertrauten Strecken

Kernzielgruppe der Kampagne sind männliche Autofahrer zwischen 35 und 45, die geübte Autofahrer sind und auf ihnen vertrauten Strecken in gefährliche Routinen verfallen. Die Kampagne spricht zwei Zielgruppen an: Zum einen die Zielgruppe der routinierten Autofahrer, zum anderen die Zielgruppe der gefährdeten Verkehrsteilnehmer, also die gesamte Öffentlichkeit.

### Vergabeverfahren

Der Verkehrssicherheitsfonds beauftragte die Rechtsanwälte schwarz huber-medek & partner mit der Durchführung des zweistufigen Wettbewerbs. Einreichungen wurden anonymisiert, sich bewerbende Agenturen präsentierten nicht persönlich. Das Preisgericht bestand unter anderem aus KommunikationsexpertInnen.

### Volumen und Mediaplan

Das Budget der Verkehrssicherheitskampagne beträgt 3.500.000 Euro. Teil der Kommunikation sind Printsujets, TV- und Hörfunkspots sowie die Online-Aktivitäten (Werbung und Social Media). Die von Reichl und Partner konzipierte Kampagne läuft von November 2016 bis Mai 2017.