Regionaljournal Steiermark

ASFINAG: Kampagne „Park & Write“

Laut Wirkungsmessung nutzen jetzt weniger Personen während der Fahrt das Handy

Wie gefährlich Ablenkung und Unaufmerksamkeit ist, sieht man an der Unfallstatistik: Im Jahr 2023 waren auf diese Ursache 569 Unfälle zurückzuführen, bei denen 119 Menschen schwer verletzt wurden. Zwölf Personen verunglückten tödlich. Erst dahinter kommen als Unfallursachen mangelnder Sicherheitsabstand (523 Unfälle mit 49 Schwerverletzten und einem Toten) sowie nicht angepasste Geschwindigkeit (439 mit 62 Schwerverletzten und zwölf Todesopfern). Das Mobiltelefon ist dabei besonders häufig der tatsächliche Grund.

Dabei ist die Lösung für mehr Sicherheit einfach und liegt vor allem viel näher, als die meisten glauben. Die ASFINAG betreibt entlang der mehr als 2250 Kilometer Autobahnen und Schnellstraßen 59 eigene Rastplätze und 108 Parkplätze. Dazu kommen noch 89 Raststationen mit Tankstellen und Restaurants mit ausreichend Parkplätzen. Im Durchschnitt steht also alle neun Kilometer eine Rastmöglichkeit zur Verfügung. Bei einer Geschwindigkeit von 130 km/h sind das im Durchschnitt nur knapp vier Minuten, die man zu einem „Park & Write“-Platz benötigt, um gefahrlos Nachrichten lesen oder schreiben zu können, zu telefonieren, das Navi zu programmieren oder auch den passenden Radiosender einzustellen.

Vor allem das Mobiltelefon ist mittlerweile ständiger Begleiter am Steuer, wie eine IFES-Umfrage im Auftrag der ASFINAG im Rahmen der Kampagne „Park & Write“ ergab. Dass die Botschaften der Kampagne ihre Wirkung nicht verfehlt haben, zeigt jetzt die zweite IFES-Umfrage, die so genannte Wirkungsmessung.

Die wesentlichsten Ergebnisse:

Mehr als 800 Personen wurden befragt, von zwei Dritteln der Befragten wurde die Kampagne wahrgenommen, überdurchschnittlich stark von

jungen Fahrerinnen und Fahrern bis 29 Jahre.

Vor der Kampagne gaben 38 Prozent der Befragten an, auf der jüngsten längeren Fahrt eine Pause gemacht zu haben, nach der Kampagne waren das 47 Prozent.

Nur noch 22 Prozent gaben an, eine Pause zu machen, sei mühsam, nur um Nachrichten zu checken. Zuvor waren es 28 Prozent.

Besonders erfreulich ist es, dass viele der Befragten in Summe ein „entspannteres“ Verhältnis zum Handy während einer Autofahrt entwickelt haben. Vor Start der Kampagne gaben noch 41 Prozent an, Nachrichten auf dem Handy möglichst rasch checken zu wollen. Bei der zweiten Umfrage hatten nur noch 24 Prozent dieses gefährliche Verlangen.

Auch die eingesetzten Werbemittel der Kampagne kamen gut an. Die Sprüche auf den Textanzeigen („Du bist jetzt auch ohne Handy mobil“, „Wer fährt gerade, wenn du schreibst?“) haben die Hälfte aller Befragten sehr zum Nachdenken angeregt. Plakate, Radiospots und die Brückentransparente fanden jeweils mehr als 40 Prozent sehr oder eher einprägsam.

„Mit unserer Kampagne ist es uns sehr gut gelungen, unsere Kundinnen und Kunden auf die Gefahr der Handynutzung während der Fahrt aufmerksam zu machen. Weniger Ablenkung bedeutet weniger Unfälle, weniger dadurch verursachtes Leid und damit mehr Sicherheit auf unseren Autobahnen“, sagt Vorstand Hartwig Hufnagl. Mit der Kampagne haben wir nicht nur viele Fahrerinnen und Fahrer zum Nachdenken angeregt, sondern eine echte Verhaltensänderung bewirkt – es bleiben tatsächlich mehr Menschen stehen, um auf Handynachrichten zu antworten.“

Petra Mödlhammer, Leiterin Konzernkommunikation und Marketing bestätigt: „Die Message war klar und ist angekommen: Es sind immer nur ein paar Minuten bis zum nächsten Rastplatz. Es zahlt sich also gar nicht aus, sein Leben für einen unnötigen Blick aufs Handy zu riskieren.“