

## „Tippen tötet“

# Kampagne wird nach zwei Jahren ausgeweitet

**Hannover (30. März 2016).** Zwar lässt sich der Erfolg nicht in direkt gesenkten Unfallzahlen messen, eine hohe Aufmerksamkeit hat die Kampagne „Tippen tötet“ allerdings bereits erzielt. Ein großes Medienecho sowie zahlreiche Anfragen, sich der Kampagne anzuschließen – sogar aus dem europäischen Ausland – zeigen den großen Erfolg der Kampagne. Die Initiative, die über die Gefahren bei der Nutzung von Mobilfunkgeräten oder anderen elektronischen Geräten, vorrangig beim Führen von Kraftfahrzeugen, aufklären und sensibilisieren soll, wurde so zu einer Erfolgskampagne.

Fast genau zwei Jahre nach dem Beginn der niedersächsischen Verkehrssicherheits-Kampagne wollen die Verantwortlichen diese jetzt ausweiten. Zum Start wurde heute in Hannover auf einer Brücke das erste neue Spannband durch die Staatssekretärin des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, Daniela Behrens, Landespolizeipräsident Uwe Binias, Heiner Bartling, Innenminister a. D. und Präsident der Landesverkehrswacht Niedersachsen e. V. sowie Dr. Christoph Löwer, Hauptge-

schäftsführer des Wirtschaftsverbands Erdöl- und Erdgasgewinnung e. V., entrollt.

Staatssekretärin Daniela Behrens dazu: „Die Gefahr ist den meisten bewusst: Drei Viertel aller Autofahrerinnen und Autofahrer betrachten laut einer repräsentativen Umfrage des Deutschen Verkehrssicherheitsrates Telefonieren und SMS am Steuer als riskant. Eine Sekunde Ablenkung genügt, um bei 50 km/h 14 Meter im Blindflug unterwegs zu sein.“

Landespolizeipräsident Uwe Binias: „Ich war durch mein klingelndes Handy kurz abgelenkt“ oder „Ich wollte nur kurz mein Smartphone aus der Hosentasche ziehen“ sind Aussagen, die Polizeibeamtinnen und Polizeibeamte nach schweren Verkehrsunfällen von Beteiligten schon gehört haben. Und immer öfter steht in Ermittlungsberichten: „Kam aus ungeklärter Ursache von der Fahrbahn ab“.

Ist das Smartphone schuld?

„So hatte ich Sie vor zwei Jahren schon einmal aufgefordert, bei zu großer Neugier aufgrund

einer Nachricht kurz anzuhalten und sich die Zeit zu nehmen, ihre Nachricht zu lesen oder das Telefonat zu führen. Ich finde es schlimm, dass die Polizeibeamtinnen und –beamten auch heute noch immer wieder schwere Verkehrsunfälle aufnehmen müssen, weil es für den Verursacher oder die Verursacherin wichtiger war, die Nachricht zu lesen oder zu beantworten oder das Gespräch anzunehmen, als auf den Verkehr zu achten – häufig auch zum Nachteil von Unbeteiligten, die dieser Neugier aus reinem Egoismus zum Opfer fielen...“

Der Präsident der Landesverkehrswacht Niedersachsen, Heiner Bartling, ergänzt: „Wir haben die Vision eines unfallfreien Straßenverkehrs. Bis dahin ist es zwar noch ein weiter Weg, aber zumindest in den Köpfen aller am Straßenverkehr Beteiligten muss sich festsetzen, dass jede Ablenkung tödlich sein kann.“

Unter den Tippenden befinden sich oftmals Berufspendler, die gerade auf ihnen vertrauten Strecken das Handy immer wieder in die Hand nehmen. Hauptgeschäftsführer des Wirtschaftsverbands Erdöl- und Erdgasgewinnung e. V., Dr. Christoph Löwer: „Die Beschäftigten unserer Industrie legen jedes Jahr Millionen von Kilometern mit dem Auto zurück. Dass sie dabei stets sicher zu ihrem Zielort und wieder nach Hause zurückkehren, liegt uns sehr am Herzen.“

### **Mit folgenden Werbemaßnahmen wird die Kampagne weiter begleitet:**

- 48 Spannbänder an den Autobahnen und Bundesstraßen im größeren Format
- „Tippen tötet“ auf Wechselbrücken von Lastkraftwagen
- landesweite Plakataktion
- ca. 20.000 Handyhüllen für Verkehrssicherheitsaktionen
- Video-Clip-Wettbewerb
- landesweite Verkehrssicherheitstage zum Thema „Ablenkung“

### **Mit diesen Maßnahmen startete die Kampagne vor zwei Jahren:**

- 50.000 City-Cards an 500 Standorten in Hannover, Braunschweig, Göttingen, Lüneburg, Oldenburg, Osnabrück und Wolfsburg
- weitere 50.000 City-Cards und zahlreiche Plakate, die in der Verkehrssicherheitsarbeit vielfältig eingesetzt wurden (Aktionen, Fahrschulen, Firmen.....)
- 250 Plakate (City Light und Mega Light) bei der Städtewerbung in Hannover, Braunschweig, Göttingen, Lüneburg, Oldenburg, Osnabrück und Wolfsburg
- 22 Spannbänder an den Autobahnen
- Filmspot „Tippen tötet“ über Social-Media-Kanäle wie Facebook und Youtube
- Kettcar-Parcours zum Thema ‚Tippen tötet‘ auf der IdeenExpo 2015

### Zum Hintergrund:

Gebeugter Oberkörper, gesenkter Kopf und ein aufs Handy oder Smartphone gerichteter Blick - das ist ein alltäglicher Anblick im Straßenverkehr: Telefonieren, E-Mails, SMS, Apps und Internet ... Dieses Verhalten ist bei einem Fußgänger schon risikoreich und wird während der Autofahrt äußerst gefährlich. Angefangen hat es mit einem Radio im Auto. Heute ist das Auto eine Multi-Tasking-Zentrale auf vier Rädern.

Dies war 2014 Anlass für die Kampagne „Tippen tötet“ – angeregt durch das Netzwerk junger Fahrer des Unternehmens ExxonMobil Production Deutschland GmbH. Die Umsetzung der einzigartigen Kampagne erfolgte in einer Kooperation zwischen der Landesverkehrswacht Niedersachsen e.V., dem Wirtschaftsverband Erdöl- und Erdgasgewinnung e.V., ExxonMobil Production Deutschland GmbH, der Wintershall Holding GmbH und dem Land Niedersachsen.

Dieses Projekt wurde mit dem Förderpreis 2015 der Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie (BG RCI) ausgezeichnet. Die Jury lobte in ihrer Begründung für den Sonderpreis die enge Zusammenarbeit aller Partner für diese Kampagne.

So klar wie die Botschaft, so einfach und eindeutig ist das Herzstück der Kampagne: Ein Piktogramm, das in SMS-Sprache darstellt, dass Autofahren und gleichzeitiges Tippen auf dem Handy oder Smartphone unglücklich machen.

#### Ansprechpartnerin

Cornelia Zieseniß  
Geschäftsführerin  
Landesverkehrswacht Niedersachsen e. V.  
0511 35772617  
0172 4230890  
zieseniss@landesverkehrswacht.de