



# **Qualitative Wirkungs- und Akzeptanzanalyse zum Gurt- Anlegeverhalten von LKW-Insassen**

Ergebnis-Präsentation

Bonn, 31. Januar 2002

# **Gliederung**

---

- 1. Einleitung**
- 2. Wirkungsfeld LKW-Fahren**
- 3. Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten**
- 4. Wirkungsanalyse Print-Motiv**
- 5. Anforderungen an Kommunikation**
- 6. Fazit und Empfehlungen**

# Einleitung

---

## Hintergrund und Ziele

LKW-Fahrer und ihre Beifahrer gurten sich sehr selten an, obwohl dies seit beinahe 10 Jahren vorgeschrieben ist. Unfälle haben häufig **schwere Verletzungen** zur Folge, die oft **Berufsunfähigkeit** nach sich ziehen und schwächer ausfallen würden, wenn die Insassen angeschnallt wären.

Der **Deutsche Verkehrssicherheitsrat (DVR)** plant daher eine breit angelegte **Kampagne** zur Erhöhung des Anschnallverhaltens von LKW-Insassen.

Sie soll in Kooperation mit einer Vielzahl **namhafter Mit-Initiatoren** umgesetzt werden (u. a. DEKRA, LKW-Hersteller, Berufsverband Güter, Verkehr und Logistik, Schadensversicherer).

# Einleitung

---

## Hintergrund und Ziele

**Hauptziel** der Untersuchung

**'Qualitative Wirkungs- und Akzeptanzanalyse  
zum Gurt-Anlegeverhalten von LKW-Insassen'**

**war die Bereitstellung einer Bewertungsgrundlage,**

die es ermöglicht, künftige Kommunikationsmaßnahmen im Bereich der Gurtnutzung von LKW-Insassen so zu gestalten, dass sie optimal auf die Probleme und Bedürfnisse der Betroffenen abgestimmt sind.

# Einleitung

---

## Aufbau der Untersuchung

Die Ziele der Untersuchung sollten anhand folgender **Themenkomplexe** beantwortet werden:

1. **Selbstverständnis und Arbeitsumfeld der LKW-Fahrer**
2. **Barrieren und Motive der Gurtnutzung**
3. **Anforderungen an die Kommunikation**
4. **Exploration konkreter Maßnahmen**

### Untersuchungsmaterial:

- es wurde **ein Plakat-Motiv** in **vier verschiedenen Ausführungen** exploriert (unterschiedliche Headlines),
- die Exploration erfolgte in **rotierender Reihenfolge**.

# Einleitung

---

## Stichprobe und Quotierung

Es wurden **40 LKW-Fahrer (Berufskraftfahrer)** mittels psychologischer Tiefeninterviews (Dauer 1,5 bis 2 Std.) befragt.

### Fahrzeuggröße:

- **alle Probanden** fuhren Fahrzeuge mit einem **zulässigen Gesamtgewicht von mindestens 12 Tonnen**

### Fahrtstrecken:

- 17 Probanden vorwiegend im **Fernverkehr** (Fahrten über mehrere Tage hinweg)
- 23 Probanden vorwiegend im **Nahverkehr** (Tages-Fahrten ohne Übernachtung)

# Einleitung

---

## Stichprobe und Quotierung

### Arbeitsumfeld:

- 17 LKW-Fahrer im **Speditionsverkehr**  
(Mitarbeiter/Fahrer für Speditionen; schwerpunktmäßig vertreten Fernverkehr)
- 23 LKW-Fahrer im **Werkverkehr** (Produktionsbetriebe mit eigenem Fuhrpark; schwerpunktmäßig vertreten Nahverkehr)

### Befragungsorte:

- 16 Interviews in **Köln**
- 18 Interviews im **Ruhrgebiet** (Bochum und Wuppertal)
- 6 Interviews in **Dresden**

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

## Auffälligkeiten in den Interviews

Hinter den (vermuteten) 'harten Kerlen' der LKW-Fahrer kommt häufig ein '**weicher Kern**' zum Vorschein:

- sie sind **froh**, dass man sich mit ihnen unterhält, dass sie mal **jemand nach ihrer Meinung fragt**,
- sie sind sehr **kooperationsbereit**,
- mehrfach endete das Interview mit der **Einladung**, doch mal mitzufahren,
- während sie gern über ihr Arbeitsumfeld sprechen, werden sie beim **Thema Sicherheit/Angurten** auffallend **schweigsam**.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Von den Befragten werden folgende **Verlockungen des Berufes** benannt:

- Alle Fahrer teilen eine große, oft schon in jungen Jahren erlebte **Faszination** für das **Fahren großer Fahrzeuge**.
- Der Beruf verspricht, **'frei und ungebunden'** sein zu können, weder in der Familie noch im Betrieb zu fest eingebunden zu sein.
- Man ist die meiste Zeit **unbeobachtet**, niemand guckt einem ständig über die Schulter, redet einem herein.
- Man sitzt nicht an einem Ort fest, sondern befährt die **'große, weite Welt'** und kann einem 'sehnsüchtigen Fernweh' nachgehen.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Man ist sein eigener Chef und hat seine Ruhe."

"Ich fand das früher im Betrieb schlimm, ständig unter Beobachtung zu sein."

"Ich war schon fast überall in Europa."

"Dieser Moment, wo man vom Hof runter fährt und weg ist, das ist immer wieder toll, auch nach 20 Jahren."

"Ich bin immer wieder froh, wenn ich weg fahren kann."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Die **Faszination für das Fahren der großen Fahrzeuge** spielt eine **besonders wichtige Rolle**:

- man ist stolz auf sein fahrerisches Können, solch **große 'Maschinen' unter Kontrolle haben** und **beherrschen** zu können, etwas so **Wuchtiges** steuern zu können,
- das Können zeigt sich z. B. im **'gefühlvollen Rückwärtsfahren und Rangieren'** (Zentimetergenauigkeit bei einem 42-Tonner!),
- man ist sich der Tatsache bewusst, dass man über eine **große Macht und Potenz** verfügt.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Der Umgang mit der **großen und übermenschlichen Macht**, die ihnen beim Besteigen des LKWs übertragen wird, steht im **Zentrum**

- ihres **Selbstverständnisses**

sowie

- des **konkreten Erlebens ihres Berufsalltags.**

Die **psychologische Hauptaufgabe** der LKW-Fahrer besteht somit in dem Bändigen und Beherrschen der **großen potentiellen Kräfte**, die ihnen anvertraut und **via Maschine verliehen** wurden.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Dabei findet für die Dauer der Fahrt eine Art **Vereinigung/Verschmelzung** mit dem LKW statt:

- die LKW-Fahrer **fühlen sich eins** mit ihrer 'Maschine', verwachsen mit ihr, fühlen sich 'unzertrennlich' mit ihr verbunden,
- sie verfügen für diese Zeit über die **übermenschliche Kraft** des LKWs und müssen diese beherrschen.

Sie werden für die Dauer der Fahrten zu einer Art **temporärer Riese** (der sich damit aber auch die Probleme eines Riesen einhandelt).

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Die befragten LKW-Fahrer **unterschieden** sich hinsichtlich der **Enge ihrer Beziehung** zu und dem **Grad des Eins-Werdens** mit dem LKW:

- die im **Nahverkehr Tätigen** haben meist eine **weniger enge Beziehung** zum Fahrzeug,
- **Fernfahrer** haben meist eine **engere und innigere Beziehung** zur ihrem LKW: das, was sie sind, sind sie, wenn sie in ihrem LKW sitzen (==>identitätsstiftend).
- Eine gelebte (24h-) **Trucker-Kultur** kann als Ausdruck dafür gewertet werden, dass man sich ohne seine Maschine nicht mehr wohl bzw. **nicht vollständig** fühlt.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Das mit dem **temporären Riesen-Dasein** verbundene **Machterleben** kann festgemacht werden:

- an der **(potentiell) großen (Riesen-)Kraft/Leistung** der 'Maschinen', die alles **'überrollen'** und **'platt walzen'** können,
- an der erhöhten und damit **erhabenen (Sitz-)Position des LKW-Fahrers**, der über allen anderen im Straßenverkehr **'thront'** und dadurch **Weitblick** hat,
- an dem **Überlegen-Sein** gegenüber allen anderen Verkehrsteilnehmern auf der Straße (Fußgänger, Radfahrer, PKWs), die ihnen gegenüber wie **Zwerge** erscheinen.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Es gibt nichts Größeres auf Deutschlands Strassen!"

"Im LKW kann ich ja auf die anderen unten gucken, da fühlt man sich schon sicherer!"

"Das ist schon faszinierend - hoch über allen anderen zu sitzen!"

"Es ist wie ein Thron teilweise. Ein überlegenes Gefühl, man fährt etwas wesentlich Größeres."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

In der gesamten Studie zeigte sich, dass sich die LKW-Fahrer ihrer verantwortungsvollen Aufgabe sehr bewusst sind (!) und sich um **verantwortungsvolles Handeln** bemühen:

- große Sorgsamkeit im Umgang mit der **Sicherung der Ladung**, da sie wissen, dass **ungesicherte Ladungen** (v. a. Kies, Stahlträger, Gefahrgüter etc.) zu lebensgefährlichen 'Geschossen' werden,
- **große Vorsicht** gegenüber den unterlegenen (zwerghaften) Verkehrsteilnehmern (v. a. Kinder),
- Wissen darum, dass bereits **kleine Funktionsuntüchtigkeiten** (Bremsen, Licht etc.) **schwerwiegende, todbringende Konsequenzen** nach sich ziehen können.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Wenn ich nicht aufpasse und in ein Stauende rase, verwandelt sich der PKW in eine Blechkugel!"

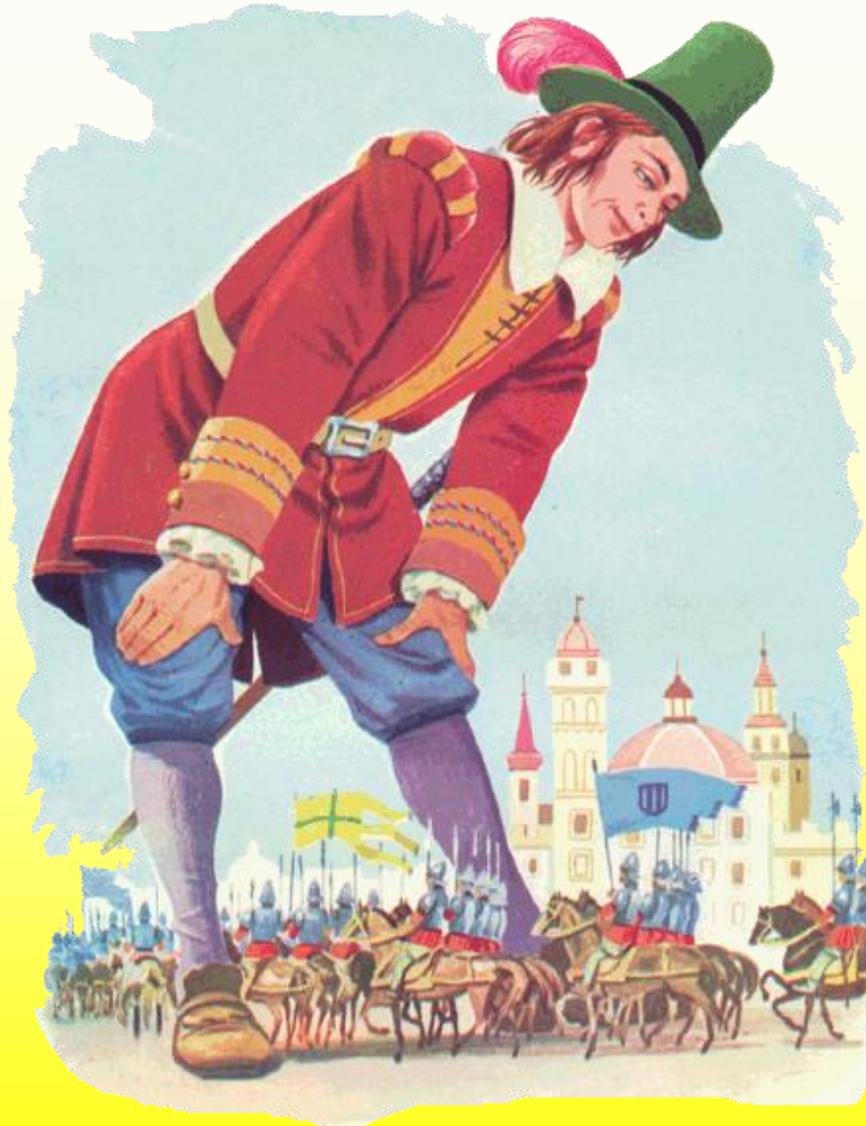
"Kaputte Bremsen können eine Katastrophe auslösen."

"Meine größte Angst ist es, tagsüber in der Stadt Kinder zu schädigen!"

"Der Fahrer ist verantwortlich für alles!"

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---



Die Befragten verhalten sich (die meiste Zeit über) wie **'vorsichtige Riesen'**.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Die LKW-Fahrer haben (aufgrund ihrer Riesen-Kraft) **Angst, großen Schaden anzurichten:**

- Die Angst, jemand anderes könnte durch das eigene Gefährt zu Schaden kommen, ist ständig **sehr präsent.**
- Dies **überlagert das Auskosten** des Gefühls, im Straßenverkehr der **Mächtigeren** zu sein. Demgegenüber fällt die Angst, anderen etwas anzutun, mehr ins Gewicht.

"Wenn was passiert, werden sie ihres Lebens nicht mehr froh!"

"Die Angst fährt immer mit."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Aufgrund der **Größenverhältnisse** im Vergleich zu anderen Teilnehmern kommt es zu sehr **unterschiedlichen Perspektiven** und **Blickwinkeln** auf ihr Verkehrsverhalten:

- die '**filigrane Feinmotorik der Riesen**' wirkt aus der Sicht von 'Normalsterblichen' evtl. '**grob-schlächtig und ungehobelt**' (z. B. wenn mal ein Außenspiegel dran glauben muss),
- umgekehrt erscheinen den Riesen die 'Normalsterblichen' teilweise wie "**lästige, kleine Fliegen**", auf die man aber doch Rücksicht nehmen muss,
- das Anrichten von 'Bagatellschäden' wird als (ungefährliche) **Kostprobe der (potentiellen) Macht** erlebt.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Ich musste zurücksetzen und hatte den BMW nicht gesehen, der hatte genau hinter mir geparkt. Dem habe ich das Dach abgenommen bis zur Heckscheibe. Dem Fahrer standen die Tränen in den Augen."

"Letztens mussten mal ein paar PKW-Spiegel dran glauben."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

## Zustand und Ausrüstung der Fahrzeuge:

- Die **kontinuierlichen Modernisierungen** der **Fahrzeuge** werden einerseits **sehr geschätzt**, da sie zu einer ständigen Verbesserung des (Fahr-)**Komforts** für den Fahrer beitragen.
- Andererseits geht dabei auch das **Gefühl** für die **Größe** und **Mächtigkeit** des Fahrzeuges zunehmend **verloren**, oft spürt man die arbeitenden Kräfte nur noch in **extremen Situationen**, etwa bei einer scharfen Bremsung.

"Dass die sich mittlerweile so leicht wie PKWs fahren lassen, lässt einen Anfänger dann vergessen, dass er mit einer Waffe unterwegs ist."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Angesichts der **verantwortungsvollen** und **mächtigen** Aufgabe, die sie inne haben, sind sie darüber erstaunt,

- wie **wenig Respekt und Anerkennung** ihnen die Bevölkerung, Betriebs-Kollegen, Auftrags-Betriebe, die anderen Verkehrsteilnehmer (s. u.), z. T. die Polizei und die Behörden entgegen bringen.
- Die LKW-Fahrer beklagen häufig, dass ihr **geringes Ansehen** im Widerspruch zu der eigenen **Arbeit im Dienste der Allgemeinheit** steht.

"Ohne uns geht's nicht! Aber das sagt einem keiner."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Die **strengen gesetzlichen Regelungen** und die **Vielzahl an Vorschriften** und **Kontrollen**, mit denen man konfrontiert ist,

- dienen als **Bestätigung**, welche gefährliche und gewaltige Kräfte in der **eigenen Obhut** liegen.
- Die Tatsache, dass nur (Riesen-) **Spezialisten** (z. B. von der BAG) eine wirkliche Überprüfung vornehmen können, bestärkt einen in dem Gefühl, etwas **Besonderes** zu sein.

"Der LKW-Fahrer ist der am strengsten kontrollierte Mann Europas."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Im krassen Gegensatz zur empfundenen (**potentiellen**) **Macht** steht auch das **Ausgeliefert-Sein** gegenüber

- den **Vorgaben und Weisungen des Chefs/der Disponenten** hinsichtlich Strecke, (Über-)Ladung und Terminierung, die es zu erfüllen gilt,
- den **Störungen** durch äußere Einflüsse wie **Witterungs- und Verkehrsverhältnissen**, denen man hilflos ausgeliefert ist.

Das **angestrebte verantwortungsvolle Verhalten** gerät durch **enge Termin- und Auftragsvorgaben** (Be- und Entlademöglichkeiten) unter Druck: der LKW-Fahrer wird in diesen Fällen zum **'gehetzten Riesen'**.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Um die Lenkzeiten einzuhalten, müssten sie eine Pause einlegen, aber wie soll man das tun, wenn alle Rastplätze proppenvoll sind?"

"Wenn du das nicht schaffst, kannst du dir einen anderen Job suchen!"

"Wenn die Bahn so voll ist und ich meinen Liefertermin nicht einhalten kann, das ist echt Druck. Aber ich kann ja nix daran machen."

"Bußgeld nehm' ich in Kauf. Chef sagt: Fahr lieber. Der würde das dann auch zahlen."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Es wurden folgende **Haupt-Gefahrenquellen** benannt:

- unkontrollierbares (Fehl-)Verhalten von **PKWs**,
- unvorhersehbares Verhalten im Zusammenhang mit anderen **LKWs**,
- Gefahren im Zusammenhang mit der **Ladung**,
- Gefahren im Zusammenhang mit der **Monotonie** (Übermüdung, Sekundenschlaf).

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

## 'Kampf von Ungleichen'

Die Fahrer beklagen, dass **PKW-Fahrer** die **(Riesen-)Kräfte** der LKWs **nicht richtig einschätzen** können und sie zu einem fürsorglichen Verhalten gezwungen sind:

- durch ihr (Fehl-)Verhalten machen sie den LKW-Fahrer zu einer **Gefahr für alle Beteiligten**,
- mehrere Probanden berichteten von Situationen, in denen sie (auf Feldwege, in Lärmschutzwände) **auswichen**, um einen PKW-Fahrer **nicht töten zu müssen**,
- wenn diese sich dann noch aufregen, wirkt dies aus der Perspektive der LKW-Fahrer wie ein **'Zwergen-Aufstand'**.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Man sieht oft Kamikazeaktionen von PKW-Fahrern. Wenn die wüssten, wie sehr sie sich in Gefahr begeben."

"Wenn ich 80 fahre und da fährt so ein PKW-Fahrer vor mir rein mit 70 an der Auffahrt, da stehen mir die Haare zu Berge!"

"Ich habe 40 t hinter mir, da kann man nicht mal eben abbremsen, aber das wissen die nicht. Autofahrer sollte man mal aufklären."

"Die (PKW-Fahrer) werden immer aggressiver, haben kein Verständnis für uns! Dabei sind wir doch gefährlich für die und nicht umgekehrt." <sup>30</sup>

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

In allen Interviews berichten die Fahrer, dass sie **Auffahrunfälle mit ihresgleichen, also anderen LKWs** ('Riesen gegen Riesen') sehr fürchten.

- Man fürchtet, von der Ladung der vorherfahrenden LKWs **zerdrückt** oder **zerquetscht** zu werden.
- Man fürchtet, dass einen die **eigene Ladung zerquetscht** oder 'köpft' (z. B. bei Stahlträgern).
- In dieser Unfallsituation wännen sich die LKW-Fahrer sehr gefährdet, da der LKW **über keine Knautschzone** verfügt.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

"Das führt zum Verlust der Beine!"

"Bei einem Unfall mit einem anderen LKW wär man sowieso Matsch."

"Da kommt eine Wand auf einen zu."

"Ein Unfall mit einem anderen LKW wäre der Super Gau, die sind ja gleich hoch."

"Bei der Vorstellung, hinter einem stoppenden LKW zu sein, bekommt man einen Adrenalin-Stoß hoch zehn."

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Die LKW-Fahrer fürchten des weiteren die Gefahren, die von der **Ladung** ausgehen können:

- die Fahrer **sichern ihre Ladung am liebsten selber**, da davon viel des subjektiven Sicherheitserlebens abhängt.

Die **Monotonie weiter Strecken** birgt ihre eigenen **Gefahren** und wird oft als **anstrengend** und **qualvoll** erlebt:

- Als hilfreich werden die '**aufgerauten**' **Seitenstreifen** - wie es sie zum Teil im Ausland gibt - erlebt, die den lebensgefährlichen Schlaf verhindern können.

# Wirkungsfeld LKW-Fahren

---

Den **identifizierten Gefahrenquellen** gemeinsam ist,

- dass es in großem Maße auch um den **Schutz anderer** geht,
- sich erst **nachrangig** um den **Schutz der eigenen Person** gekümmert wird.

Während PKW-Fahrer egoistisch an sich denken, müssen LKW-Fahrer auch und vor allem **an andere denken**:

**==> für diese ('kulturelle') Leistung sollten sie mehr Anerkennung und Lob erfahren.**

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Es ließen sich folgende Gruppen in der Stichprobe differenzieren:

- **regelmäßige Angurter,**
- **sporadische Angurter/sporadische Nicht-Angurter,**
- **regelmäßige Nicht-Angurter.**

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Allgemein fiel auf, dass sich **ungern** mit dem **Thema Gurt** beschäftigt wurde:

- angesichts der **explosiblen Wucht**, die mit einem LKW verbunden ist, wirkt der Gurt (zunächst) wie eine **Lappalie**, wie ein **Utensil aus der 'Zwergenwelt'**,
- die Befragten sprechen lieber davon, **andere zu schützen** als darüber, wie sie sich selbst schützen können.

"Bei der Größe von LKWs kann man sich nicht vorstellen, dass ein Gurt etwas bringen kann."

"Wem tue ich damit weh, wenn ich mich nicht anschnalle?"

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

## Unterschiede Nahverkehr/Fernverkehr und Werksverkehr/Speditionsverkehr

- Innerhalb der Stichprobe gurteten sich die Fahrer, die im **Nahverkehr** tätig sind, **häufiger** an als Fahrer, die im Fernverkehr tätig sind,
- es bestand ein Zusammenhang zwischen der **Innigkeit der Beziehung** zum Fahrzeug und dem Angurten bzw. Nicht-Angurten (bei weniger innigen Beziehung wird sich eher angegurtet).
- Im **Werksverkehr** wird vom Arbeitgeber häufiger **darauf geachtet**, ob sich angegurtet wird oder nicht.

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Es wird deutlich, dass denjenigen, die sich anschnallen, nicht mehr, sondern z. T. **weniger Respekt** entgegen gebracht wird. Vermutet werden:

- **Fahranfänger,**
- **unsichere Fahrer,**
- **autoritätsgläubige Fahrer (Angst vor Bußgeld).**

"Das sind die Mimöschen, die sich anschnallen, sagen viele."

"Man denkt schon mal, der ist angeschnallt, der ist vielleicht unsicher."

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

## 'Psychologischer Kern' des Nicht-Angurtens

- Der Gurt stellt eine (symbolische) **Trennung in der (engen) Beziehung** zwischen Fahrer und Maschine dar und steht somit dem Gefühl, **eins zu sein** mit dem Fahrzeug, entgegen,
- der Gurt wird (unbewusst) als **'Keil'** empfunden, der zwischen Fahrzeug und Fahrer getrieben wird,
- der Gurt erinnert den Fahrer daran, dass **nicht er**, sondern **die Maschine übermächtig** ist,
- der Gurt **nimmt** dem Fahrer etwas von seiner (notwendigen) **harten Schale**.

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

"Mit dem Gurt fühle ich mich irgendwie schwächer."

"Ich verbringe so viel Zeit in meinem Wagen, da möchte ich mich wohl fühlen."

"Im Wohnzimmer möchte ich auch nicht am Fuß angenagelt werden!"

"Man fühlt sich ohnehin schon eingepfercht."

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Der Gurt konfrontiert die Fahrer mit der Tatsache,

- dass die **übermenschlichen Kräfte** der '**Maschine**' einem **menschlichen 'Steuermann'** übergeben werden,
- dass sie als Menschen **verletzlich, verwundbar** und **sterblich** sind.

**==> Der Gurt symbolisiert das Gefühl des potentiellen Kontrollverlustes (Ohnmacht/Hilflosigkeit).**

**==> Der Gurt stellt ein Symbol der Ent-Machtung dar.**

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Die Fahrer tragen (rationale) Argumente gegen den Gurt mit **großer Überzeugung** vor.

- In den **gefürchtetsten Unfallszenarien** wird der Gurt als wenig schützend eingeschätzt.
- Mittels der Gegenargumente möchte man zurück zur Vorstellung gelangen, man sei durch Können und Erfahrung **immer Herr der Lage**.

Eine **Bestätigung** ihres Verhaltens (Nicht-Angurten) sehen die Fahrer auch darin,

- dass die Polizisten/BAG meist **andere Themen** (Fahrzeug, Ladung, Lenkzeit, Papiere etc.) für **wichtiger** halten.

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

"Man ist eingequetscht hinter dem Steuer,  
weswegen man nicht durch die Scheibe fliegt!"

"Der Gurt bringt nichts, wenn ich auf einen  
anderen LKW auffahre!"

"Unsere Sicherheit ist doch niemandem  
wichtig."

"Man müsste die Arbeitgeber und Disponenten  
schulen, damit die einen daran erinnern."

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

Die **regelmäßigen Angurter** betonen,

- dass sie sich das Angurten zur unüberlegten, **automatisierten Routine** gemacht haben,
- dass ihnen die **Gewohnheit**, sich im **PKW** anzugurten, das Angurten im LKW **erleichtert** hat,
- dass dies **vom Arbeitgeber gefordert** würde, dass von ihm (bzw. vom Disponent oder Pförtner etc.) aktiv dazu ermuntert würde,
- dass diesbezüglich **anfallende Bußgelder** nicht vom Arbeitgeber übernommen würden (im Gegensatz zu anderen evtl. anfallenden Bußgeldern).

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

In den Ausführungen der **regelmäßigen Angurter** wird des weiteren deutlich, dass

- die Behandlung des Themas von Seiten des Arbeitgebers **z. T. als Fürsorge** erlebt wird, insofern mit einer **Aufwertung der eigenen Person/Position** verbunden werden kann,
- es leichter fällt, sich anzugurten, wenn man es **für andere** (Ehefrau, Familie) tut,
- der **Automatismus** hilft, das, für was der Gurt steht (potentielle Gefährdung der eigenen Person), vergessen zu lassen.

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

"Ich schnalle mich an, weil das meiner Frau wichtig ist, damit die Versicherung auch bezahlt, wenn mir was passiert."

"Ich finde das gut, dass das meinem Chef wichtig ist, das heißt, ich bin ihm auch irgendwo wichtig."

# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

## 1. Auffälligkeit sporadische Angurter

- Es gibt Fahrer, die sich nur **in besonders gefährlichen Situationen** angurten (z. B. 'Berghoch bei Schnee und Eis'),
- in diesen Situationen wird man sich der eigenen **menschlichen Dimension** gegenüber dem riesenhaften, übermenschlichen Gefährt gewahr.

"Letzten Winter habe ich mich ein paar mal angeschnallt, da ging es bei Winterberg den Berg hoch und die Fahrbahn war vereist, zwei Kollegen standen schon am Wegesrand, da hab ich gedacht, jetzt guck ich mal, ob ich das in den Griff bekomme."

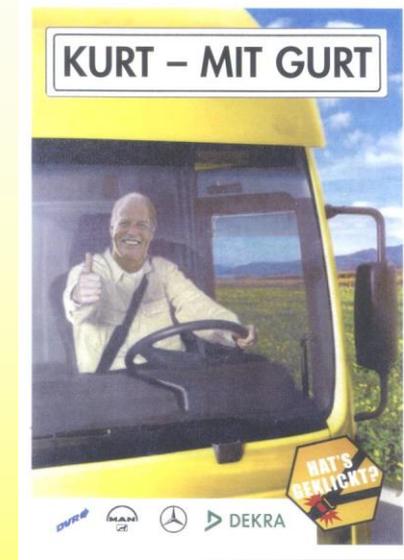
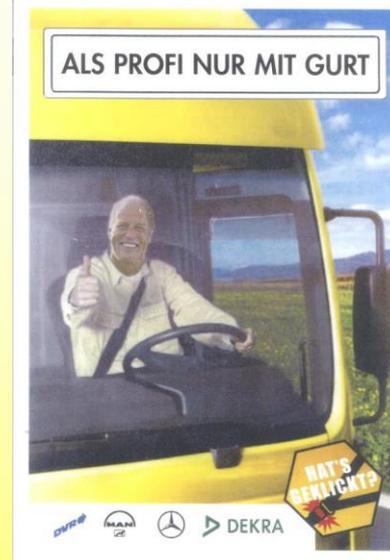
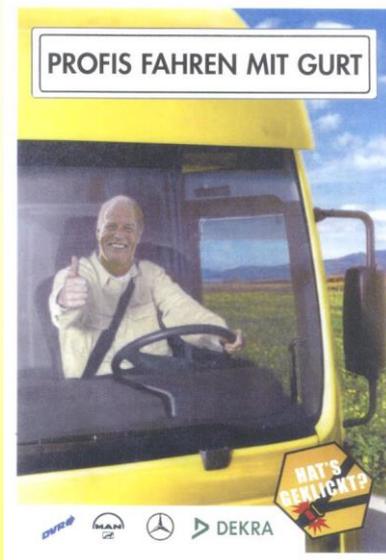
# Charakteristika Gurt-Anlegeverhalten

---

## 2. Auffälligkeit sporadische Nicht-Angurter

- Es gibt aber auch solche, die sich **in gefährlichen Situationen** gerade **nicht angurten** (z. B. Übermüdung).
- Im diesem Falle will man durch ein Nicht-Angurten eine **höhere Konzentration und Wachsamkeit herbeiführen** und sich nicht in Sicherheit wiegen.

# Wirkungsanalyse Print-Motiv



# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

## 1. Verniedlichung des Berufs-Alltags

Der erster Eindruck ist das Wahrnehmen einer **idyllischen Fahr-Szene**:

- die Landschaft, die Farben und die Witterungsverhältnisse stellen ein (selten) **erreichtes Ideal** dar,
- dies wird als **Beschönigung** und **Verharmlosung** des Berufsalltags empfunden, dem Motiv fehlt die **Brisanz**.

"Das erinnert mich an eine Bärenmarke  
Reklame!"

"Der Berufsalltag sieht anders aus."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Nach der Aufnahme der Gesamtstimmung wird sich dem abgebildeten **Fahrer** ausführlicher zugewendet, der ebenfalls als '**schöngefärbt**' empfunden wird:

- er wird zwar als sympathisch, aber als **untypisch für einen LKW-Fahrer** angesehen,
- er wird als zu schick gekleidet und eher als '**Büromensch**' erlebt.

"Zum Fotomachen ist der gut, aber zum Rückwärtsfahren müsste der wohl aussteigen und ich müsste das machen."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Bei näherer Betrachtung fällt den Betrachtern des weiteren auf,

- dass die Perspektive in dem LKW eine extrem **'unnatürliche'** ist,
- dass die **übermächtige Überlegenheit** der LKWs nicht zum Ausdruck gebracht (sondern verniedlicht) wird,
- dass sich da ein Fotograf **auf eine Stufe** mit den LKW-Fahrern stellt,

"Uns sehen ja die meisten von unten."

"So guckt mir doch keiner in den Wagen!"

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

## 2. Banale Vorschrift

In diese Verharmlosung reiht sich die **Behandlung des Themas Gurt** ein:

- in der abgebildeten Darstellung erscheint das Angurten wie ein **banaler**, aber auch **beliebiger Akt**,
- es werden **keine Gründe** angegeben, warum man sich anschnallen sollte.

"Der macht das, weil er es schön findet - soll er doch."

"Das ist eine Aussage, aber keine Antwort auf die Frage warum."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Etwas **Bewegung** kommt in die Rezeption durch die Kombination mit dem Thema Profi-Sein.

Das **Rekurrieren auf das Profi-Sein** wird dabei **zwiespältig** aufgenommen:

- einerseits steckt in der bloßen Erwähnung des Begriffs im Zusammenhang mit LKW-Fahrern eine **Aufwertung und Anerkennung**,
- andererseits **stimmen die wenigsten** der Tatsache zu, dass man einen **Profi am Angegurtet-Sein erkennt**.

"Profi bin ich, weil ich fahren kann, nicht weil ich den Gurt nehme."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

## Headline ‚Als Profi nur mit Gurt‘



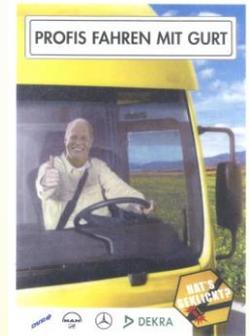
Dieser Headline stehen (v. a. die Nicht-Angurter) **ablehnend** gegenüber.

- Sie impliziert die Aussage, dass es **keine Ausnahme gibt**, sie bedeutet, dass man **ohne Gurt auf keinen Fall Profi** ist.
- Die **Ablehnung** spitzt sich noch einmal zu, wenn die Headline in **Bezug zum gezeigten Fahrer** gesetzt wird.

"Der auf dem Plakat kann sich angurten, dafür aber nicht Rückwärtsfahren mit Hänger, das kann ich dann dafür!"

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

## Headline ‚Profis fahren mit Gurt‘



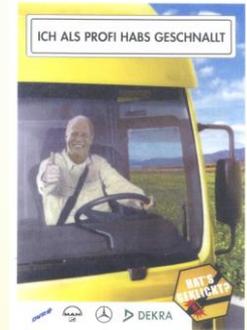
Die Headline ist so **allgemein** und **beliebig** gehalten, dass sie auf weniger Ablehnung, aber auf große **Gleichgültigkeit** trifft. Die Fahrer verstehen sie **nicht als eindeutige** oder persönlich an sie gerichtete Botschaft:

- es bleibt auch hier **unklar**, aus welchem Grund Profis mit Gurt fahren,
- die Fahrer **ergänzen die Headline** durch die Worte 'manchmal', 'zum Teil'.

"Profis fahren mit Gurt - aber warum, sagen sie nicht."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

## Headline ‚Ich als Profi hab’s geschnallt‘

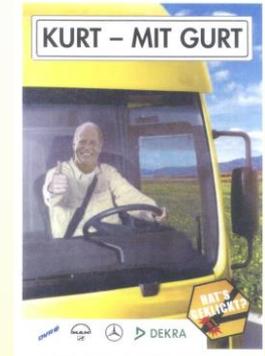


Auch diese Headline stößt auf Widerspruch, bietet aber die Möglichkeit zu einer **etwas differenzierteren Auseinandersetzung**.

- Man kommt sich zunächst 'blöd' vor, es selber ‚nicht geschnallt‘ zu haben,
- man fürchtet, dass das Image des LKW-Fahrers weiter leidet, wenn die Fahrer dastehen als die, die es nicht geschnallt haben,
- der Headline wird zugestanden, dass sie **an die Einsicht der Fahrer** appelliert.

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

## Headline Kurt - Mit Gurt



Diese Headline weist ebenfalls deutliche **Schwachpunkte** auf:

- sie steht als Aussage im Raum, ohne zu verwickeln ('Das ist Kurt mit Gurt'),
- sie ist **nicht imstande**, eine **Auseinandersetzung** mit dem Thema Gurt in Gang zu bringen.

"Kurt schnallt sich also an, na und?"

"Das ist Kurt mit Gurt, dass hat keinen Aussagewert."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Wohlwollender wird das Element '**Hat's geklickt?**' aufgenommen:

- die **Frage** setzt etwas in Gang, **ohne** dass man sich dabei **bevormundet** vorkommt,
- die **Doppeldeutigkeit** von Verstehen und Anschallen fordert heraus.

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

## 3. Nett gemeinte Absichtserklärung

Bei der Betrachtung der Absender (an-)erkennen die Befragten eine gut gemeinte Absicht:

- **bekannte Größen**, die sich auch sonst um die **Sicherheit** der Fahrer kümmern, haben sich zusammengeschlossen,
- dies verleiht dem Motiv einen Anstrich von **Seriosität** und Ernst.

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Die **DEKRA** wird als Absender durchweg sehr positiv aufgenommen:

- sie wird als **TÜV für LKWs** angesehen und gilt als **Kontrollinstanz**, die für die Sicherheit der Fahrer sorgt,
- sie ist **gewichtig** und steht für **Kompetenz** und **Zuverlässigkeit**, ist bekannt durch Schulungen und Sicherheitstrainings,
- die Kontrolle gilt in diesem Fall dem Unternehmer und **kommt dem Fahrer zugute**,
- Dekra als Absender zu sehen, **schmeichelt** die Fahrer!

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

"Die sorgen dafür, dass man mit einem sicheren Auto unterwegs ist. Als Chef würde mich das vielleicht stören, als Fahrer find ich das gut."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Die **Herstellermarken** kommen als Absender ebenso **gut** an:

- auch die Herstellermarken stehen im Ruf, etwas **für die Fahrer und ihre Sicherheit** zu tun.
- Sie sind beliebt, da sie durch immer bessere und komfortablere Fahrzeuge auch etwas zum **Wohlergehen** der Fahrer beitragen (z. B. hydraulische Sitze).
- Man traut ihnen auch **Innovationen im Bereich der Sicherheit** zu (z. B. ABS für LKWs).
- Man und Mercedes Benz stehen prototypisch für **alle Herstellermarken**, es gilt das Prinzip: je mehr desto besser (auch: Scania, Renault und Volvo).

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

"Das sind die Großen. Wenn die das mittragen, dann ist das wie eine Unterschrift, das ist gut!"

"Schön wäre, wenn es noch mehr wären."

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

Insgesamt besteht im Zusammenhang mit den Motiven die Gefahr,

- dass sich das **Vorurteil** bestätigt, dass man sich **nicht** wirklich mit dem **Berufsstand** und der konkreten Situation der LKW-Fahrer **auseinandersetzt**,
- dass die **verniedlichte Darstellung des Berufsalltags** nicht zu einem Umdenken bez. des (unbewusst) brisanten Themas des Angurtens führen wird.

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

## Fazit/Print-Motiv:

Das Motiv kann nur in stark modifizierter Form empfohlen werden.

## Notwendige Modifikationen:

- **Potenz** und **Größe** des LKWs müssen deutlicher zum Tragen kommen (durch Perspektive und beeindruckenderes Gefährt),
- Fahrer sollte etwas **bodenständiger** sein, ohne lächerlich zu wirken (keine Karikatur).

# Wirkungsanalyse Print-Motiv

---

## Fazit

### Weitere notwendige Modifikationen:

- Es müssen **Argumente** für das Anschlallen geliefert werden (Unfallzahlen, wie viele hätten überleben können etc.).
- Die **Argumentation** sollte deutlich den Wert der LKW-Fahrer kommunizieren, der aber unabhängig von ihrem Anschall-Verhalten existiert ('Wir brauche euch, deshalb müsst ihr euch schützen'), s. Anforderungen an Kommunikation.

# Anforderungen Kommunikation

---

Die Fahrer finden es zunächst **völlig ungewohnt**, dass **Präventionsmaßnahmen** an sie adressiert sein könnten:

- sie denken bei Präventionsmaßnahmen **eher an Autofahrer**, es fällt ihnen **schwer**, sich selbst **Aufklärungsbedarf einzugestehen**,
- die **erinnerten Präventionsmaßnahmen** werden eher an Autofahrer adressiert beschrieben.

"Ja stimmt, es gibt so Plakate, aber die hängen so niedrig, die sehen wir kaum."

"Die Plakate sind nur für PKWs, die sind zu klein und zu niedrig."

# Anforderungen an Kommunikation

---

Erinnert werden neben Plakaten (v. a. 'Geier') vor allem

- **spezielle** Sicherheitstrainings,
- **spezielle** Fahrtrainings.

Stolz und lebendig wird von solchen Aktionen berichtet, in denen man **persönlich involviert** war:

- ein Proband zog ein (bereits sehr abgegriffenes!) **Foto** aus der Tasche, auf dem er vor dem **Colani-Truck** abgelichtet war, geradezu ein Highlight in seinem LKW-Dasein.

# Anforderungen an Kommunikation

---

In allen Ausführungen zu diesem Thema wird **unisono** deutlich:

- dass man eine von allen anderen Verkehrsteilnehmern/Adressaten **abgegrenzte, spezifische Ansprache** wünscht,
- eine Ansprache von '**Profis für Profis**' gewünscht ist,
- dies für ein **Ernstnehmen der Kommunikation unbedingt erforderlich** ist.

# Anforderungen an Kommunikation

---

Für die **allgemeinen Anforderungen an die Kommunikation** bei LKW-Fahrern bedeutet dies:

- unbedingte Berücksichtigung der **anderen (Riesen-)Dimension**, in der sich LKW-Fahrer bewegen,
- unbedingte Berücksichtigung ihrer **professionellen Bedingungen**.

In diesem Zusammenhang kommt häufig auch zum Ausdruck, dass es die **Beliebtheit der Gurte** steigern würde, wenn diese **anders aussehen und funktionieren** würden oder **zusätzliche technische Features** hätten.

# Anforderungen an Kommunikation



# Anforderungen an Kommunikation

---

Sehr gut kommt es bei den Fahrern an, wenn via Kommunikation ein ‚**Sich Kümmern**‘ zum Ausdruck gebracht wird:

- Man wünscht sich etwa, dass der **Chef aus Fürsorge-Pflicht um die Fahrer** zum Anschnallen auffordert (und nicht, weil man es muss).
- Man würde gerne **explizit zum Schutz der eigenen Person** aufgefordert werden, statt an eine Regel erinnert zu werden.

# Anforderungen an Kommunikation

---

Ein **wichtiger Anknüpfungspunkt für die Kommunikation** ist also die

**==> Sensibilisierung für den Selbstschutz.**

**Nach dem Motto:**

'Denkt auch mal an euch, weil wir brauchen euch.'

- **Dies würde gleichzeitig Anerkennung und Aufwertung kommunizieren.**

# Anforderungen an Kommunikation

---

Eine **Beteiligung von Herstellern** trifft auf sehr **hohe Akzeptanz**:

- durch die enge Verbundenheit zu ihren Fahrzeugen fühlen sie sich auch **mit den Herstellern** dieser Fahrzeuge **verbunden**,
- man sieht und anerkennt das Bemühen der Hersteller, ständig den **Komfort** und die **Sicherheit** der Fahrer zu **erhöhen**,
- die Beteiligung der Hersteller garantiert die **Professionalität einer (Präventions-)Aktion**.

# Anforderungen an Kommunikation

---

**Konkrete Anforderungen** an Kommunikation bez. des Themas **Angurten**:

- die LKW-Fahrer möchten zu der Einsicht, dass das Angurten etwas bringt, durch **Drastik** geradezu gezwungen werden,
- Drastik bedeutet das **Eingeständnis**, dass es um **wirkliche Gefahren und große Bedrohungen** geht,
- v. a. die Fahrer, die zum Argumentieren gegen den Gurt neigen, wünschen sich eine Ansprache mit gezielter **Aufklärung**.

# Anforderungen an Kommunikation

---

## Medien-Akzeptanz:

- eindeutige **Präferenz** haben Medien, die imstande sind, die **Komplexität/Drastik** des Themas zu kommunizieren,
- am besten vorstellbar sind **Videofilme**, die **anschaulich Gefahren** bebildern (Dummies, die durch Scheiben fliegen),
- dabei möchten die Fahrer umfassend und anschaulich über den **besseren Schutz durch das Angeschnallt-Sein** informiert werden.

"Vielleicht gibt es ja Argumente, man sollte so Videos zeigen, wann der Gurt hilft und wie man sonst durch die Scheibe fliegt."

# Anforderungen an Kommunikation

---

Medien-Akzeptanz (Fortsetzung):

- Die **Videovorführung** soll gekoppelt sein mit einer **event-ähnlichen Aktion, z. B. auf Rastplätzen,**
- man kann sich **nicht** vorstellen, dass das **komplexe Thema ausschließlich** via einer (unlebendigen) **Broschüre** oder eines Plakates herübergebracht werden kann.

# Anforderungen an Kommunikation

---

## Vorteile eines Event-Charakters:

- man möchte **Spezialisten** (!) anwesend haben, mit denen man **sprechen** und diskutieren kann,
- ein Event wäre eine Gelegenheit, in **Austausch** mit Kollegen und Fachleuten zu kommen und die **Gemeinschaftlichkeit** unter Kollegen zu fördern,
- optimal wäre eine **sichtbare, spektakuläre Sensation**, z. B. in Form eines speziellen, **aufsehenerregenden** (durch Deutschland oder Europa tourenden) **'Gurt'-Trucks**.

"Vielleicht eine Info-Veranstaltung auf dem Rastplatz, wo man ins Warme gebeten wird und einem noch ein Kaffee angeboten wird."

# Fazit und Empfehlungen

---

Psychologisch gesehen sollte **sowohl die Beschaffenheit des Gurtes** als auch die **Kommunikation bez. der Vorteile des Angurtens**:

- weniger den Eindruck vermitteln, man wolle die LKW-Fahrer **'anbinden'** und ihnen somit das Gefühl geben, dass sie in ihren Riesen-Gefährten **verletzliche Steuermänner** sind,
- sondern eher den Eindruck vermitteln, man wolle die LKW-Fahrer **noch enger an das Fahrzeug binden**.

**Nach dem Motto:**

**'Der Gurt verleiht dir Kraft, macht dich stärker.'**

# Fazit und Empfehlungen

---

## Die Haupt-Anforderungen auf einen Blick:

- **rundherum professionelle** Ansprache,
- Ansprache, die den **übergroßen Dimensionen der LKWs** und **LKW-Fahrern gerecht** wird,
- **gekoppelt mit Aspekten des Respekt-Zollens und der Anerkennung,**
- **(erkennbares Nebenziel) Image-Verbesserung.**

# Fazit und Empfehlungen

---

**'Psychologische Kernaussagen' Angurten:**

**'Der Gurt bindet dich nicht an, sondern er verleiht dir Kräfte, macht dich stark',**

**'Wir wollen dich schützen, weil wir dich brauchen.'**

# Fazit und Empfehlungen

---

Eine **Kooperation** aller wichtigen Institutionen ist auf jeden Fall zu empfehlen:

- sie erhöht das '**Gewicht**' des Themas und der Zielgruppe,
- sie erhöht die **Seriosität** und **Glaubwürdigkeit** der 'Botschaften',
- sie **garantiert Professionalität** (von Profis für Profis),
- sie vermittelt das Gefühl, **von allgemeiner Bedeutung** und **wichtig** zu sein.

# Fazit und Empfehlungen

---

Die geplanten Maßnahmen sollten als **Kernstück** eine

**==> spektakuläre Aktion**

beinhalten

(ein Spektakel für Riesen muss ja auffallen ...).

**Stichwort:**

**'Pro-Gurt'-Truck**

# Fazit und Empfehlungen

---

**Plakat- und Broschüre-Maßnahmen** sind dazu geeignet,

- eine **aufsehenerregendere Aktion** zu **unterstützen** und zu **begleiten**,
- als **Reminder** zu fungieren.

Sie sind **nicht dazu geeignet**,

- **alleinstehend** das **Thema** Erhöhung der Akzeptanz des Gurtes bei Nicht-Angurtern zu **'stemmen'**.

# Fazit und Empfehlungen

---

Das vorliegende **Printmotiv** sollte modifiziert werden:

- **Brisanz** des Berufsalltags und die besondere (Riesen-) Perspektive sollten **stärker kommuniziert** werden,
- die **Verniedlichung des Berufsalltags** bewirkt Reaktanz oder Gleichgültigkeit,
- die '**banale Vorschrift**' sollte durch nachvollziehbare Argumente unterfüttert werden.

**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit!!**