

Präventionskampagne

Risiko raus: Stoppt die Kopflosgigkeit

Wer mit dem Kopf nicht bei der Sache ist, riskiert einen Unfall. Die Folgen unüberlegten Handelns beim Transport im Betrieb, auf dem Arbeits- oder Schulweg können verheerend sein. Mit einer neuen Kampagne will die gesetzliche Unfallversicherung daher die Verantwortung der Menschen für sich und andere stärken. Das Motto: „Risiko raus“.

Eigentlich hätte sie darauf achten müssen. Eigentlich. Aber an diesem Freitagmorgen ist Iris B. mit dem Kopf woanders. Das Wochenende naht und sie will diesen einen Auftrag unbedingt abschließen. In Gedanken geht sie die Bestellung des Kunden noch einmal durch, während sie durch die Lagerhalle hastet. Vorbei an den Paletten, die hier zum Versand fertig gemacht werden. Die Warnschilder nimmt sie nur am Rande wahr. Ohne zu schauen betritt Iris B. die Fahrbahn zwischen den Stapeln. Ein Gabelstapler erwischt sie mit voller Wucht. Vom Hubmast am Kopf getroffen stürzt sie zu Boden.

Ganz schön kopflos manchmal, diese Erwachsenen. Mama hat ihn heute Morgen kaum angesehen, als er sich auf den Weg zur Schule gemacht hat. Normalerweise nörgelt sie gleich, wenn er nichts Helles anhat.

„Damit sieht Dich kein Autofahrer!“ Aber heute kramte sie wie wild in ihrem Arbeitszimmer nach wichtigen Unterlagen. Jetzt radelt Kevin S. in seiner dunklen Jacke zur Schule. Die mag er lieber. Schon flitzt der 12-Jährige auf die Kreuzung zu. Die Ampel zeigt grün. Er darf also fahren. Der Lkw, der hier abbiegen will, muss auf ihn warten. So hat er es in der Schule gelernt. Doch was ist das? Wo hat der denn seinen Kopf? Der bremst ja gar nicht! Die Lkw-Plane kommt auf Kevin S. zu. Dann kracht es hässlich.

Zu viele Unfälle

Iris B. und Kevin S. – zwei Beispiele von tausenden. Im Jahr 2007 haben die Unfallversicherungsträger (gewerbliche Berufsgenossenschaften und Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand) fast 230.000

MEIN KOPF IST NOCH IN DER KANTINE

RISIKO RAUS

Achten Sie auf Ihre Kollegen!
Durch zu hohe Beladung, Unsachtsamkeit und mangelnden Blickkontakt gefährden Sie sich und andere. Schalten Sie Ihren Kopf ein.
www.risiko-raus.de

UK|BG LSV

Dies ist nur eines von neun verschiedenen Kampagnenmotiven, die vermitteln möchten: Wer mit dem Kopf nicht bei der Sache ist, gefährdet sich und andere.

Arbeitsunfälle beim innerbetrieblichen Transport erfasst, davon waren 142 tödlich. Im öffentlichen Straßenverkehr wurden über 22 000 Arbeits- und Dienstwegeunfälle mit 195 Todesfällen sowie rund 105 000 Wegeunfälle mit 472 Todesopfern gemeldet. Die meisten dieser Unfälle passierten bei der Nutzung des Pkws.

Im Bereich der Schülerunfallversicherung wurden rund 60 000 Unfälle im öffentlichen Straßenverkehr verzeichnet. Fast die Hälfte davon (45,6 Prozent) waren Fahrradunfälle und 20,3 Prozent der Schüler wurden als Pkw-Fahrer oder -Mitfahrer verletzt oder getötet. Insgesamt verunglückten 55 Schüler tödlich.

Prävention tut not

Die traurige Wahrheit hinter diesen Unfällen ist – mit Rücksicht und Verantwortung hätten viele von ihnen vermieden werden können. Für die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung steht daher fest: Das Bewusstsein für die Risiken beim Fahren und Transportieren muss gefördert, das Verantwortungsgefühl der Menschen füreinander gestärkt werden.



Das signalfarbene Logo der Präventionskampagne wird vom Betrachter sofort als Warnsignal erkannt.

Die zweijährige Präventionskampagne „Risiko raus“ beschäftigt sich mit dem sicheren Fahren und Transportieren und umfasst den gesamten Bereich der innerbetrieblichen und außerbetrieblichen Verkehrssicherheit. An der Kampagne beteiligen sich alle gewerblichen Berufsgenossenschaften und Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand, die landwirtschaftliche Sozialversicherung (LSV) und die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV). Die Kampagne wird von den Ländern und von den Bundesministerien für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) sowie für Arbeit und Soziales (BMAS) mitgetragen und vom Deutschen Verkehrssicherheitsrat e.V. (DVR) aktiv begleitet. Darüber hinaus konnten weitere Kooperationspartner

gewonnen werden. Die Kampagnenstruktur gliedert sich in eine gemeinsame Dachkampagne aller beteiligten Institutionen, Berufsgenossenschaften, Unfallkassen und Partner sowie in eigene Aktivitäten der beteiligten Institutionen (Trägerkampagnen).

Die Ziele – Verantwortung übernehmen

Das übergreifende Ziel der Kampagne ist es, die Arbeits- und Verkehrssicherheit zu erhöhen. Im Fokus stehen Arbeitsunfälle beim innerbetrieblichen Transport und Verkehr sowie Arbeits- und Wege- sowie Schülerunfälle im Straßenverkehr. Mit modernen und nachhaltigen kommunikativen Mitteln soll das Bewusstsein bei Arbeitgebern und Versicherten geschaffen und geschärft werden, wie sie durch eigenes verantwortliches Handeln die Sicherheit verbessern können. Darüber hinaus werden die Kompetenzen und die Einstellung zu sicherheitsgerechten Verhaltensweisen gefördert.

Kampagneninhalte

Das Themenspektrum einer Kampagne zum sicheren Fahren und Transportieren ist naturgemäß sehr breit. Nicht alle denkbaren Themen können explizit berücksichtigt werden. Folgende gemeinsame Themenbereiche wurden von Experten der gesetzlichen Unfallversicherung definiert:

- Ladungssicherung verbessern
- die Sicherheit vor allem junger Radfahrer verbessern
- die Sicherheit beim innerbetrieblichen Transport erhöhen
- Anzahl und Qualität der Gefährdungsbeurteilungen zur Verkehrssicherheit erhöhen
- die Regelbefolgung verbessern
- die Sichtbarkeit verbessern

Eine Kampagne gegen die Kopflösigkeit

Wie aber will die Kampagne dieses Ziel erreichen? Hierzu setzen die Macher auf neue Kommunikationsformen, ein auffälliges Logo und vor allem eine clevere Idee: „Zeitdruck, Hektik, Unachtsamkeit – das alles bezeichnet der Volksmund gern als kopflöses Verhalten“, sagt Holger Zingsheim, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit bei der BG ETEM. „Das Kommunikationskonzept setzt daher darauf, diese Kopflösigkeit und ihre Folgen zu visualisieren.“

Das Arrangement von Text und Bild verweist auf die zentrale Aussage der Kampagne: Wer mit dem Kopf nicht bei der Sache ist, gefährdet sich und andere. Insgesamt neun Branchen- und Kindermotive sind bisher nach diesem Konzept entstanden. Sie zeigen Situationen, die aus dem Leben gegriffen sind. Da ist der Traktorfahrer, der von einem Nutzweg auf die Landstraße einbiegt, der Motorrollerfahrer, der sich an einer gefährlichen Straßenecke von einer hübschen Frau ablenken lässt. Da ist die Geschäftsfrau, die die Autotür öffnet, ohne sich umzuschauen, ob sie damit andere

gefährdet, und der Geschäftsführer, der nur Aufträge im Kopf hat und das leichtsinnige Verhalten seiner Mitarbeiter nicht bemerkt. Ein Kurztext am unteren Bildrand nennt die Gefahren, die mit solch kopflosem Verhalten verbunden sind. Daneben prangt das gelb-schwarze Logo der Kampagne: ein Ausrufezeichen in Form eines Warningschildes, dazu die Aufschrift „Risiko raus“.

„Risiko raus“ auf allen Kanälen

Doch das ist nicht alles. Um ihre Ziele zu erreichen, setzt die Kampagne auf eine vielfältige Ansprache der Zielgruppen. Neben einer kontinuierlichen Pressearbeit ist dies zum Beispiel die Präsenz auf einer Reihe von Veranstaltungen: etwa dem Deutschen Verkehrssicherheitstag 2010 in Dortmund. Ein besonderes Highlight ist die Unterstützung des deutschen Stapler-Cups im Sommer 2010.



Beim Stapler-Cup zählt nicht nur Geschwindigkeit, sondern Geduld, Konzentration, Präzision und vor allem Sicherheit.

Meister im sicheren Staplerfahren

„Risiko raus!“ ist Partner des Stapler Cups

Slalom fahren, schwerbeladene Paletten umsetzen, Hindernisse überwinden – das alles in wenigen Minuten. Der Linde Stapler-Cup verlangt seinen Teilnehmern einiges an Können ab. Über 1.600 Teilnehmer jährlich bewerben sich bei einem der mehr als zwei Dutzend Vorentscheide, die mittlerweile im sechsten Jahr bundesweit stattfinden. Das Ziel: Als einer von insgesamt 60 Finalisten in die Endrunde auf dem Aschaffener Schlossplatz kommen und Deutscher Meister werden. Oder aber als Team von Kollegen die Firmenmeisterschaft gewinnen.

Erstmals als Partner mit dabei im Jahr 2010: „Risiko raus!“ - Die Kampagne für mehr Sicherheit beim Fahren und Transportieren. Überzeugt hat die Kampagnenmacher nicht nur die thematische Nähe zu „Risiko raus!“, „Auch die philosophische Grundausrichtung des Stapler-Cups liegt voll auf unserer Linie“, sagen Elke Rogosky und Martin Rüdell, Projektleiter der Kampagne „Risiko raus!“. Beim Cup zählt nämlich nicht nur Geschwindigkeit, sondern Geduld, Konzentration, Präzision und vor allem Sicherheit. Zweck des Wettbewerbs ist, auf die beruflichen und sicherheitstechnischen Voraussetzungen des Staplerfahrens aufmerksam zu machen. Mit der Meisterschaft werben die Veranstalter unter anderem für die Ausbildung zum Staplerfahrer – denn Qualifikation erhöht die Sicherheit für alle im Betrieb. Weitere Informationen zum Linde Stapler-Cup unter www.staplercup.com.



Seit Jahren finden in den Bildungsstätten der BG ETEM Seminare zum Thema Verkehrssicherheit statt.

Beteiligung der BG ETEM

Die seit Jahren erfolgreich laufenden Schulungsaktivitäten zum Thema Verkehrssicherheit in den Bildungsstätten werden intensiviert und den Kampagnenzielen angepasst. Im Einzelnen sind das:

- Mehrtägige Intensivtrainings für Pkw-Fahrer zum Thema „Defensives Fahren“ in den Bildungsstätten Augsburg, Berghof und Linowsee,
- Mehrtägige Intensivtrainings für Motorradfahrer,
- Fachseminare zum Thema Ladungssicherung, Transport im Betrieb und sicherer Betrieb von Flurförderzeugen.

Weitere Schulungsmaßnahmen in den Betrieben für Pkw- und Zweiradfahrer werden vorbereitet. Daneben hält die BG ETEM eine Vielzahl von Broschüren, DVD's und Prüflisten zum Thema bereit. Diese finden Sie im Internet unter www.bgetem.de/medien zum Herunterladen oder zum Bestellen.



Das Lernmodul bietet Gelegenheit, in 20 Minuten Ihr Wissen zur Verkehrssicherheit aufzufrischen.

Ein besonderes Angebot stellt das Online-Lernmodul zum Verhalten im Straßenverkehr dar. Etwa 20 Minuten hat der Übende Gelegenheit, Lerneinheiten z. B. zu Unfallursachen, Geschwindigkeit, Alkohol oder Ladungssicherung zu bearbeiten. Im Anschluss kann er das neue Wissen mit Testfragen überprüfen. Sie finden das Lernmodul im Internet unter www.bgetem.de/praevention. Weitere Infos zur neuen Präventionskampagne „Risiko raus“ gibt es unter: www.risiko-raus.de.

DGVU / NORBERT SCHNEIDER

Die unterschätzte Gefahr

Dr. Hiltraut Paridon, Arbeitspsychologin am Institut für Arbeit und Gesundheit (IAG) der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung in Dresden, über die Wahrnehmung von Gefahren und die Gründe, warum Routine manchmal gefährlich sei kann.



Dr. Hiltraut Paridon

Frau Dr. Paridon, die meisten Menschen würden von sich sagen, dass sie gut einschätzen können, wie gefährlich eine Tätigkeit ist. Aber stimmt das auch?

Ja, in den meisten Fällen haben wir ein gutes Gefühl dafür, mit welchen Risiken unsere Handlungen verbunden sind. Realistisch schätzen wir circa 70 Prozent aller Tätigkeiten ein. Die restlichen

30 Prozent teilen sich gleichmäßig auf in 15 Prozent, bei denen wir die Risiken über-, und 15 Prozent, bei denen wir die Risiken unterschätzen.

Welche Folgen hat das für das Unfallrisiko?

Sehr große. Die meisten Unfälle – etwa 50 Prozent – entfallen nämlich auf die Tätigkeiten, deren Gefährlichkeit wir unterschätzen. 40 Prozent der Unfälle geschehen, wenn wir die Risiken realistisch einschätzen. Und nur 10 Prozent bei Aktivitäten, bei denen wir die Gefahren zu hoch einschätzen.

Können Sie Beispiele hierfür nennen?

Das Gehen zum Beispiel wird unterschätzt. Sehr viele Unfälle – auch sehr viele schwere – entfallen immer noch auf Stolpern, Rutschen und Stürzen. Ein weiteres sehr bekanntes Beispiel ist der Vergleich Flugreisen und Autofahren. Die Gefahren des Fliegens werden immer noch häufig überschätzt, denn die Wahrscheinlichkeit, einen Unfall im Straßenverkehr zu haben, ist viel höher als mit einem Flugzeug abzustürzen.

Warum überschätzen wir die Gefährlichkeit bestimmter Tätigkeiten?

Das Überschätzen von Risiken hängt zum einen mit der Präsenz von Ereignissen in den Medien zusammen. Wenn über einen Unfall in den Medien berichtet wird, so glauben wir, dass die Unfallwahrscheinlichkeit auch besonders hoch ist. Das ist zum Beispiel bei Flugzeugabstürzen der Fall. Zum anderen macht auch das Erleben eines Unfalls im persönlichen Umfeld einen Unterschied. Wenn uns das Opfer nahe steht, dann beeinflusst das auch die Art, wie wir das Risiko einschätzen, dem es sich ausgesetzt hat.

Und woran liegt es, dass wir Gefahren unterschätzen?

Das hat viel mit unserer Erfahrung zu tun. Wenn wir merken, dass uns auch in gefährlichen Situationen nichts passiert, wiegen wir uns in Sicherheit. Und das kann dann eben auch leicht ins Auge gehen. Besonders problematisch ist dieser Umstand bei Regelverstößen. Häufig geht bei Regelverstößen nämlich alles gut. Wenn wir nun regelmäßig Schutz-Vorschriften missachten, ohne dass etwas passiert, dann schätzen wir langfristig die Gefahr zu niedrig ein und merken gar nicht mehr, dass wir gegen Regeln verstoßen. Und das kann mitunter sehr schlecht ausgehen.

Wie kann man die Gefahrenwahrnehmung korrigieren?

Bei einem Unfall korrigiert sie sich von selbst, weil man am eigenen Leib erfährt, dass man nicht unverwundbar ist. Wir glauben nämlich häufig, dass das Unglück nur andere trifft und nicht uns. Aber natürlich ist ein Unfall kein geeigneter Weg, um das Bewusstsein für bestimmte Gefahren zu schärfen.

Das heißt, es gibt keine Möglichkeit zur Korrektur?

Doch. Zum Beispiel, indem man sich die Mechanismen klar macht, die hinter der Gefahrenwahrnehmung stecken. Wenn wir uns vergegenwärtigen, dass bestimmte Faktoren – zum Beispiel Routine oder das Erleben „Es geht doch immer gut“ – dazu führen, dass wir uns weniger schützen, dann können wir entsprechend handeln und unsere Gefahrenwahrnehmung korrigieren.

Kann das nicht dazu führen, dass wir übervorsichtig werden?

Das kann es. Wir stecken hier in einem echten Dilemma. Routine ist ja etwas sehr Wichtiges. Wenn wir bestimmte Handlungen nicht automatisieren könnten, wären wir gar nicht lebensfähig. Wir müssen also unterscheiden lernen zwischen Situationen, in denen Routine hilfreich ist, und Situationen, in denen sie gefährlich ist.

IAG

Seminarangebot des Instituts für Arbeit und Gesundheit (IAG) der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung

Das IAG berät zur Entstehung, Auswirkung und Veränderung einer ungünstigen Gefahrenwahrnehmung. Außerdem bietet es vom 12.–14. 10. 2010 ein Seminar zum Thema an: „Kann denn Sicherheit gefährlich sein? Die Psychologie der Gefahrenwahrnehmung“.