



Universität Zürich

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Nehmen Sie sich Zeit und nicht das Leben¹

Zwischenbericht zur FVS Geschwindigkeitskampagne 2009-2011

Evaluationsbericht auf Basis der Telefonbefragungen T1, T2 und T3

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli

Dr. Thomas N. Friemel

lic.phil. Jesse Bächler

Zürich, August 2010

¹Antwort auf die Frage nach der Botschaft der aktuellen Geschwindigkeitskampagne



Inhalt

1	Zusammenfassung und wichtigste Befunde.....	3
2	Beschreibung der Untersuchungsanlage	5
2.1	Datenerhebung	5
2.2	Repräsentativität.....	12
2.3	Interpretation der Befunde	12
2.4	Darstellung der Befunde	13
2.5	Stichprobenübersicht.....	13
3	Themenrelevanz	14
4	Kampagnenwahrnehmung.....	16
4.1	Ungestützte Kampagnenwahrnehmung (F64).....	16
4.2	Gestützte Kampagnenwahrnehmung (F65-F67)	18
4.3	Kontaktorte (F68).....	20
4.4	Kampagnenkontakt Internet (F69)	23
4.5	Kampagneninhalt ungestützt (F70).....	25
4.6	Erinnerung an zentrale Kampagnenelemente (F70 & F71)	28
4.7	Ungestützte Erinnerung an Kampagnenbotschaft (F72)	29
4.8	Erinnerung an Kampagnenabsender (F73).....	30
4.9	Verhaltensänderung aufgrund des Kampagnenkontakts (F74)	31
4.10	Anschlusskommunikation	32
4.11	Kampagnenbewertung (F78).....	33
4.12	Kampagnensprache	35
5	Anhang Fragebogen CATI T2 mit Mittelwerten und Häufigkeiten.....	38
6	Kampagnenmaterial	96



1 Zusammenfassung und wichtigste Befunde

Das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich wurde vom FVS beauftragt die Geschwindigkeitskampagne 2009-2011 zu evaluieren. Zu diesem Zweck wurde vor dem Kampagnenstart (Herbst 2009), nach der ersten Kampagnenwelle im Herbst/Winter 2009 und nach der zweiten Kampagnenwelle im Frühjahr 2010 jeweils eine repräsentative Telefonumfrage in allen drei Sprachregionen der Schweiz durchgeführt.

Die Befunde zeigen, dass das *Thema der „Verkehrssicherheit“* über alle Bevölkerungsgruppen hinweg als *„sehr wichtig“* eingeschätzt wird. Auch der Zusammenhang zwischen *„angepasster Geschwindigkeit“* und Verkehrssicherheit wird klar erkannt.

Bei der Frage nach Kampagnen zum Thema Verkehrssicherheit wurde im Frühjahr/Sommer 2010 die Geschwindigkeitskampagne spontan von jeder vierten Person (27%) genannt, womit sich die Kampagne deutlich von allen anderen Nennungen abhebt (Sicherheitsgurte, Alkohol, Schulanfang kommen auf je 10%). *Das vom FVS vorgegebene Ziel von 30% ungestütztem Recall konnte nach der zweiten Welle für die Kernzielgruppe der 18- bis 33-Jährigen bereits erreicht werden. Zusammen mit der (verbal) gestützten Abfrage kann für die Kampagne eine Reichweite von 77% bei der Gesamtbevölkerung festgestellt werden (nach der ersten Kampagnenwelle waren es 45%). Auch das Ziel von 90% Sichtbarkeit der Kampagne bis 2011 scheint somit in Reichweite zu rücken.* Die Aufschlüsselung nach Alterskategorien zeigt auch hier, dass es gelungen ist, die jüngere Generation zu erreichen.

Personen mit Kampagnenkontakt wurden über durchschnittlich 2.8 verschiedene Kanäle erreicht. *Das Plakat hat nach der zweiten Kampagnenwelle die Spots als reichweitenstärksten Kanal knapp abgelöst (56% vs. 54%). Die Aufkleber wurden von rund einem Drittel der Befragten wahrgenommen und bilden damit den drittichtigsten Kanal.* Das Internet (Banner, Website und Facebook) und die Platzierung in Computerspielen, scheinen kaum Breitenwirkung zu zeigen (Nennungen um je 5%).

Trotz der Reduktion auf einfache und eingängige Claims ist die Erinnerung an die Kampagnen Botschaft und das *Verständnis der Botschaft noch nicht auf dem angestrebten Niveau von 90%*. Das Verständnisproblem, welches nach der ersten Kampagnenwelle in der italienischen Schweiz und bei Personen über 54 aufgrund der Sprachbarriere festgestellt wurde, scheint mit dem deutschen Claim *„angepasstes Tempo schützt“* noch nicht ganz gelöst.

Die Kampagne wird von den befragten Personen *praktisch ausnahmslos positiv bewertet* (Kampagne ist gut gemacht, informativ, originell, sympathisch und die Rezipienten fühlen sich angesprochen).



Trotz der grossen Reichweite und der positiven Bewertung der Kampagne konnten in der Befragung *nur vereinzelt Effekte auf Einstellung und Verhalten der Verkehrsteilnehmer* festgestellt werden. Positiv zu vermerken ist indes, dass zumindest bei den 18- bis 23-Jährigen das Bewusstsein erhöht werden konnte, dass „auch sie etwas langsamer fahren könnten“. Eine konkrete Verhaltensintention oder gar ein angepasstes Fahrverhalten konnte für keine Untergruppe (Geschlecht, Alter, Sprachregion und Fahrtyp) festgestellt werden.

Als Absender der Kampagne wird nur die bfu erinnert (13%). Die Nennungen von SVV, FVS und VSR bewegen sich um 1%.

2 Beschreibung der Untersuchungsanlage

Das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich wurde vom FVS beauftragt die Geschwindigkeitskampagne 2009-2011 zu evaluieren. Der vorliegende Zwischenbericht basiert auf den Daten der Nullmessung vor Kampagnenstart sowie der ersten und zweiten Kampagnenevaluation vom Dezember 2009 bzw. Mai/Juni 2010. In einem separaten Zwischenbericht zur Thematik der „Übermüdung“ vom 2. Dezember 2009 wurden bereits konkrete Empfehlungen für die Ausarbeitung einer entsprechenden Kampagne zusammengefasst. Dieser Zwischenbericht baut auf dem Zwischenbericht vom Februar 2010 auf und fokussiert sich auf die Wahrnehmung und Bewertung der laufenden Geschwindigkeitskampagne.

2.1 Datenerhebung

Für die Datenerhebung kommen sowohl repräsentative Telefonumfragen (Computer Assisted Telephone Interview - CATI) sowie eine online Panelumfrage zum Einsatz. Dieser Bericht beschränkt sich auf die Befunde der ersten drei Telefonumfragen (T1, T2, T3), welche vor und nach der ersten Kampagnenwelle (W1) sowie nach der zweiten Kampagnenwelle (W2) durchgeführt wurden (vgl. Abb. 1). Die telefonische Befragung wurde von der Firma Demoscope Research & Marketing im Auftrag des IPMZ durchgeführt. Nachfolgend werden die einzelnen Datenerhebungen kurz zusammengefasst.

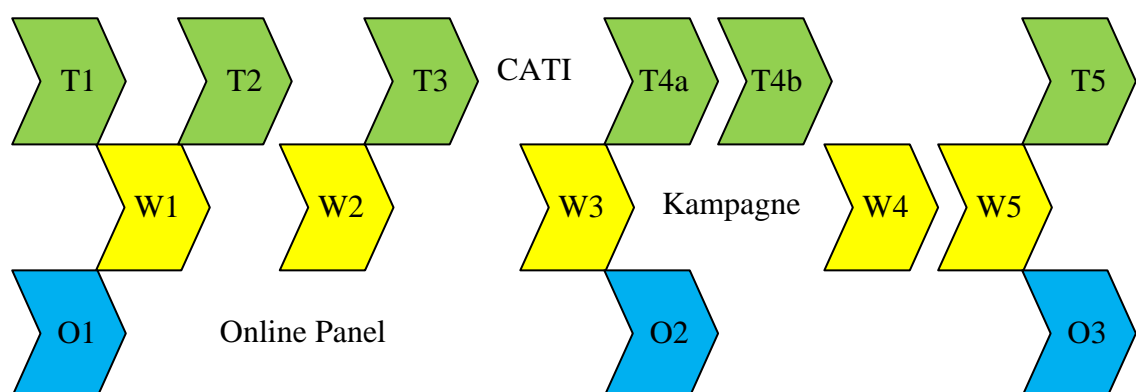


Abb. 1 Schema der Kampagnenwellen (W) und Datenerhebungen (T und O)

2.1.1 Telefonbefragung T1 September – Oktober 2009

Die *Feldzeit* der ersten Telefonbefragung (T1) dauerte vom 22. September bis und mit 19. Oktober 2009, wodurch die Nullmessung vor dem Start der Geschwindigkeitskampagne 2009-11 abgeschlossen werden konnte. Die durchschnittliche Interviewdauer



betrug *21.5 Minuten*. Tab. 1 zeigt die Anzahl Personen, welche in den drei Sprachregionen befragt wurden und zu welchem Fahrertypus sie gehören. Bei der Rekrutierung der befragten Personen wurden einzig für Motorradfahrer in der französischen und italienischen Schweiz Quotierungen vorgegeben (welche von der natürlichen Verteilung abweichen), um eine für die Analyse notwendige Mindestzahl im Sample zu haben. Die Motorradfahrer in der französischen und italienischen Schweiz sind in den hier ausgewiesenen Daten also proportional übervertreten.

Sprache	Total	Nur Auto	Nur Töff	Töff + Auto	Beifahrer	Nicht-Fahrer
D	700	528	3	78	70	21
F	201	125	0	48	22	6
I	99	55	1	43	0	0
Total	1'000	708	4	169	92	27
Anteil	100%	70.8%	0.4%	16.9%	9.2%	2.7%

Tab. 1 Befragte Personen nach Sprachregion und Fahrertypus

Die Filterlogik in T1 (Abb. 2) sah vor, dass, wenn jemand sowohl Auto wie auch Motorrad fährt, diese Person primär bzgl. des Motorrads befragt würde, den die Motorradfahrer auch einzelne Fragen zum Autofahren gestellt wurden. Nur vier von 173 befragten Motorradfahrern besitzen keinen Autoführerausweis oder fuhren in den vergangenen zwölf Monaten nie Auto.

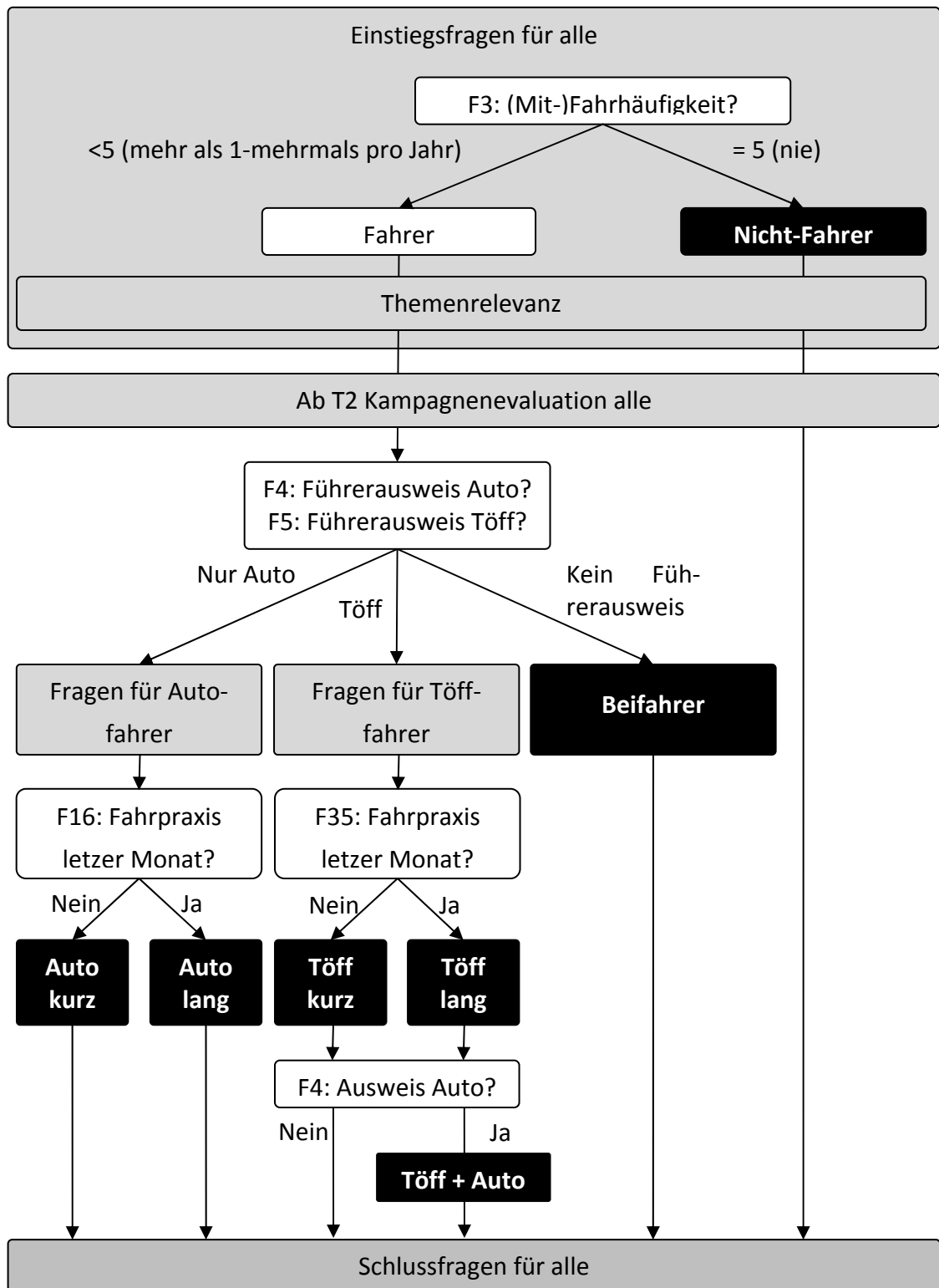


Abb. 2 Filterstruktur und Fahrertypen in T1



2.1.2 Telefonbefragung T2 Dezember 2009

Nach dem am 3. Dezember 2009 ein Pretest durchgeführt wurde, startete die Feldzeit der zweiten Telefonbefragung (T2) am 4. Dezember und wurde zwei Wochen später am 17. Dezember 2009 abgeschlossen. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 24 Minuten. Tab. 2 zeigt die Anzahl Personen, welche in den drei Sprachregionen befragt wurden, aufgeteilt in Personen mit Führerausweis, Beifahrer und Nicht-Fahrer.

Sprachregion	Total	Auto	Beifahrer	Nicht-Fahrer
D	727	684	23	20
F	208	201	3	4
I	110	103	3	4
Total	1'045	988	29	28

Tab. 2 Befragte Personen nach Sprachregion und Fahrertypus

Die Filterführung in T2 unterscheidet drei Fahrertypen. Wie bereits in T1 wurden aktive Autofahrer (Personen mit einem Führerausweis, welche in den letzten zwölf Monaten auch mindestens einmal selbst gefahren sind), Beifahrer und Nicht-Fahrer unterschieden (Abb. 3). Motorradfahrer wurden nicht separat befragt. Da für den vorliegenden Bericht vor allem die Fragen zur Kampagnenevaluation interessieren, sei hier auch noch die detaillierte Filterführung zu den Kampagnen bezogenen Fragen visualisiert (Abb. 4).

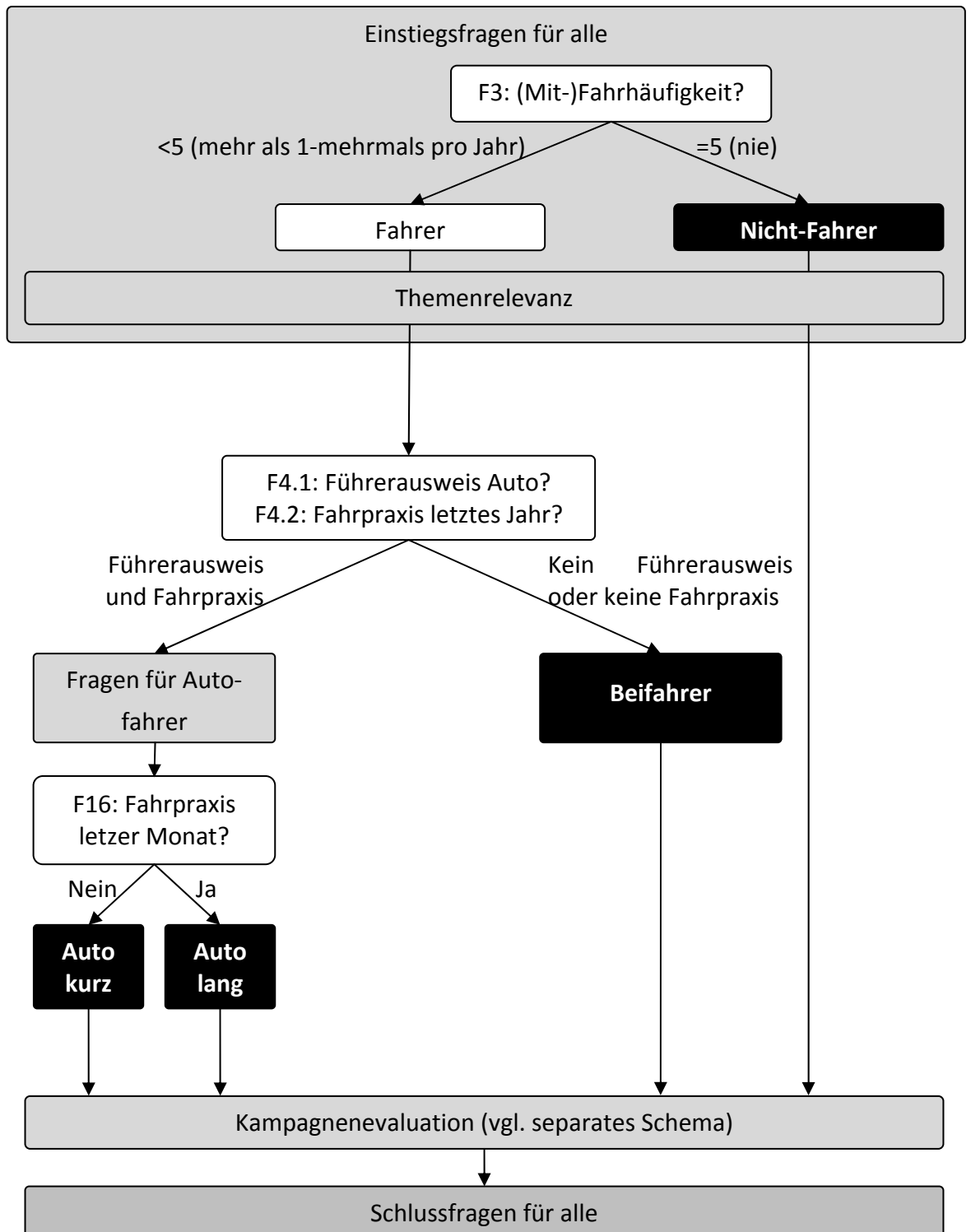


Abb. 3 Filterstruktur und Fahrertypen in T2

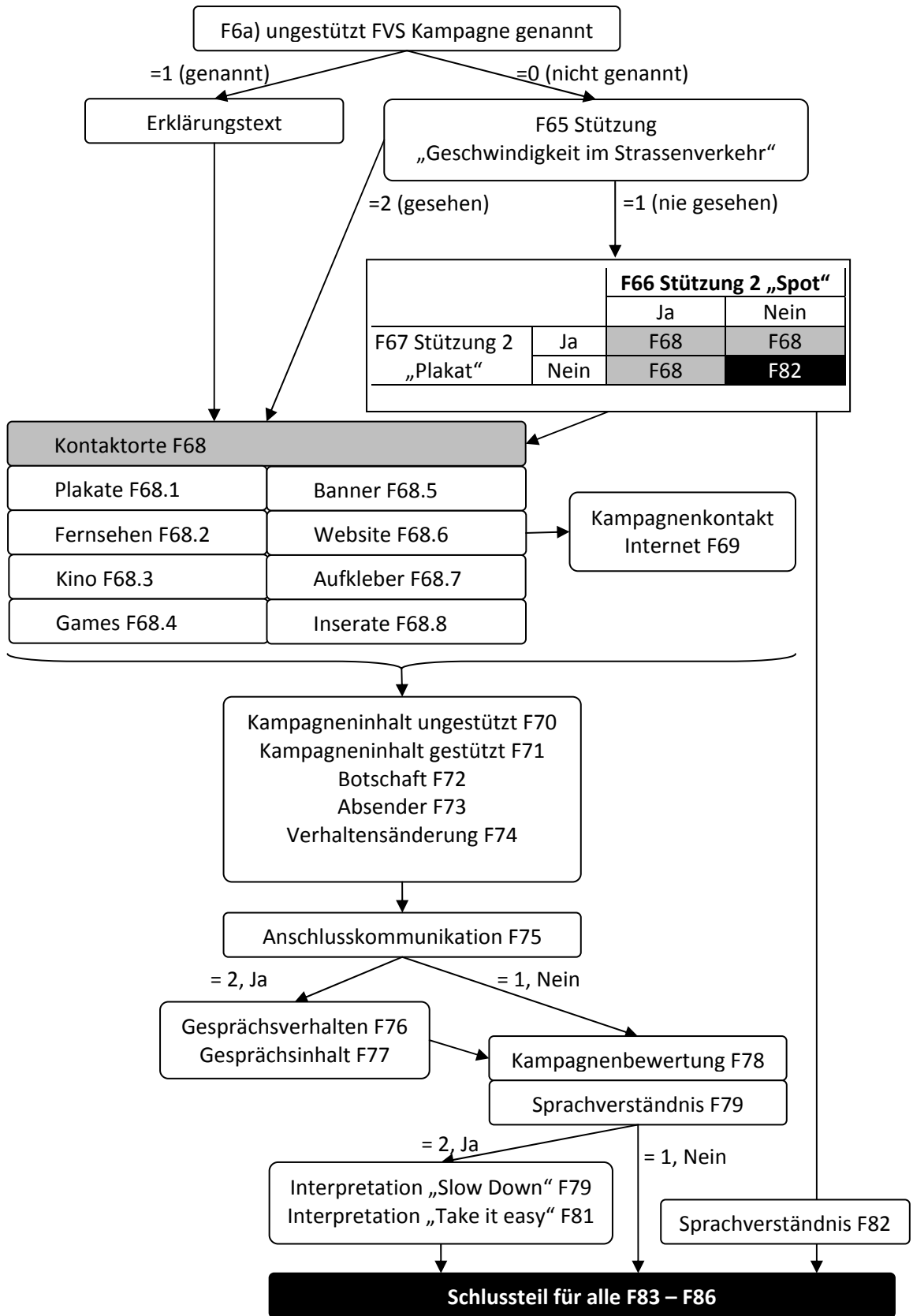


Abb. 4 Filterstruktur bzgl. Kampagnenevaluation in T2



2.1.3 Telefonbefragung T3 Mai – Juni 2010

Der leicht überarbeitete Fragebogen wurde einem erneuten Pretest unterzogen und die Erhebung der dritten Telefonbefragung (T3) startete am 17. Mai 2010. Aufgrund operativer Probleme des Befragungsinstituts verzögerte sich der Abschluss der Feldphase bedauerlicherweise. Anstatt die Erhebung wie geplant bis am 5. Juni abzuschliessen, erfolgte die Datenerhebung in der französischen Schweiz vom 25. bis 31. Mai und in der italienischen Schweiz vom 2. bis 17. Juni 2010. Zudem war eine Nachbefragung von 25 Motorradfahrern in der französischen Schweiz notwendig, um die Quotenvorgabe von 50 Motorradfahrern zu erfüllen. Diese Nachbefragung erfolgte am 29. Juni 2010.

Soweit dies möglich ist, wurde bei der Analyse der Daten überprüft, ob sich diese Verzögerungen bei der Datenerhebung negativ auf die Interpretierbarkeit der Daten ausgewirkt haben. Im speziellen wurde getestet, ob die später erhobenen Daten eine geringere Kampagnenerinnerung anzeigen. Diesbezüglich konnten aber keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden, womit die Daten der Welle T3 ohne grosse Vorbehalte mit den übrigen Daten verglichen werden dürfen. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 26.5 Minuten.

Tab. 3 zeigt die Anzahl Personen, welche in den drei Sprachregionen befragt wurden und zu welchem Fahrertypus sie gehören. Bei der Rekrutierung der befragten Personen wurden einzig für Motorradfahrer in der französischen und italienischen Schweiz Quotierungen vorgegeben (welche von der natürlichen Verteilung abweichen), um eine für die Analyse notwendige Mindestzahl im Sample zu haben. Die Motorradfahrer in der französischen und italienischen Schweiz sind in den hier ausgewiesenen Daten also proportional übervertreten.

Sprachregion	Total	Nur Auto	Nur Töff	Töff + Auto	Beifahrer	Nicht-Fahrer
D	707	539	4	81	66	17
F	241	166	2	48	24	1
I	120	50	1	50	4	6
Total	1'059	755	7	179	94	24
Anteil Stichprobe	100%	71.3%	0.7%	16.9%	8.9%	2.3%

Tab. 3 Befragte Personen nach Sprachregion und Fahrertypus

Die Filterführung in T3 unterscheidet fünf Fahrertypen. Wie bereits in T1 wurden Auto- und Motorradfahrer sowie die Kombination von beidem, Beifahrer und Nicht-Fahrer unterschieden (Abb. 2). Im Unterschied zu T1 wurde aber nicht mehr der Besitz des Führerausweises als Selektionskriterium verwendet, sondern die Frage, ob die Person in den letzten zwölf Monaten auch mindestens einmal selbst gefahren ist.



2.2 Repräsentativität

Die Auswertungen erfolgten *ohne Gewichtung*, da primär die Werte innerhalb der einzelnen Kategorien (welche zur Gewichtung verwendet würden) interessieren. Ein Rückschluss auf die „Gesamtbevölkerung“ *als Ganzes* ist nicht das primäre Ziel dieser Auswertung. Vielmehr geht es darum, wie sich z.B. die Autofahrer von den Motorradfahrern unterscheiden (hierfür sind die Aussagen „repräsentativ“). Auch für die Deutschschweiz sind die ungewichteten Zahlen repräsentativ. Einzig für die französische und italienische Schweiz wären für allfällige Detailauswertungen Gewichtungen notwendig.

2.3 Interpretation der Befunde

Unterschiede zwischen den verschiedenen Befragungswellen oder auch zwischen einzelnen Untergruppen (z.B. Männer vs. Frauen) werden nur dann kommentiert, wenn diese signifikant sind. Alle Signifikanz-Tests wurden auf dem Niveau von 0.05 durchgeführt. Dies heisst, dass der in der Stichprobe festgestellte Unterschied mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% auch in der Grundgesamtheit wiederzufinden ist. Die Grösse der Stichprobe hat einen wesentlichen Einfluss auf die Berechnung der Signifikanz. So kann es sein, dass für eine grosse Gruppe (wie z.B. die Deutschschweiz) ein Unterschied signifikant ist, während die gleiche Differenz bei einer kleinen Gruppe (z.B. italienische Schweiz) nicht signifikant ist. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass eine Signifikanz nichts aussagt über die Bedeutung des Unterschiedes. In Abhängigkeit der Stichprobengrösse und der Varianz der Werte können auch sehr kleine Unterschiede signifikant werden, die für die praktische Arbeit kaum von Bedeutung sind.

Mit den Mittelwerten werden in der Regel auch die dazugehörigen Standardfehler (Standard Error oder kurz SE) ausgewiesen. Mit dieser Angabe kann der Leser auf einfache Weise ein ungefähres Konfidenzintervall berechnen, welches sich aus dem Mittelwert plus/minus dem doppelten Standardfehler ergibt. In 0 wird z.B. die Einschätzung der Themenrelevanz von Verkehrssicherheit für Frauen und Männer ausgewiesen. Für die Männer ergibt sich ein Mittelwert von 1.22 bei einem Standardfehler (SE) von 0.022. Bei den Frauen beträgt der Mittelwert 1.14 bei einem Standardfehler von 0.017. Es kann nun geprüft werden, ob der Wert 1.22 signifikant höher ist als 1.14. Die wäre gegeben wenn $1.22 - 2 * 0.017 > 1.14 + 2 * 0.017$ (genaugenommen müsste der SE nicht mal 2 sondern mal 1.96 gerechnet werden). Dies ergibt $1.186 > 1.174$. Der Unterschied ist somit signifikant.



2.4 Darstellung der Befunde

Die Darstellung der Befunde orientiert sich an den Inhalten und nicht an der Reihenfolge der Fragen im Fragebogen. Der Fragebogen sowie die Mittelwerte bzw. Häufigkeiten der Items sind im Anhang einsehbar (Abschnitt 5).

2.5 Stichprobenübersicht

	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T1	1000	493	507	79	164	472	285	700	201	99	708	173	119
T2	1045	518	527	103	201	458	283	727	208	110	988	—	57
T3	1059	541	518	89	197	400	283	707	241	111	755	186	118

Fahrtypus: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 4 Stichprobenübersicht



3 Themenrelevanz

Zu Beginn der Befragung wurde gefragt, für wie wichtig das Thema der Verkehrssicherheit gehalten wird. Als Antwortvorgabe wurde eine Skala von 1 (sehr wichtig), 2 (eher wichtig), 3 (eher unwichtig) und 4 (absolut unwichtig) vorgegeben. Mit einem Mittelwert zwischen 1.18 (T1) und 1.16 (T3) wird die Themenrelevanz sehr hoch und über die betrachtete Zeit stabil eingeschätzt (Tab. 8). Die Unterschiede der verschiedenen Untergruppen und die Veränderungen über die Zeit sind dabei vernachlässigbar (obwohl teilweise signifikant).

M	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		SE	Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M
T1	1.18 .014	1.22 .022	1.14 .017	1.14 .043	1.28 .038	1.18 .021	1.14 .025	1.18 .017	1.19 .031	1.19 .047	1.18 .016	1.21 .034	1.18 .049
T2	1.17 .012	1.20 .018	1.13 .015	1.25 .045	1.17 .028	1.15 .017	1.16 .022	1.17 .014	1.17 .027	1.15 .034	1.16 .012	—	1.26 .064
T3	1.16 .013	1.21 0.02	1.11 .015	1.21 .052	1.19 0.03	1.16 .019	1.13 .023	1.14 .014	1.23 .031	1.18 .045	1.13 .013	1.25 0.04	1.21 .046

Fahrertypen: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 5 Themenrelevanz Verkehrssicherheit (F7)

Die Relevanz der „angepassten Geschwindigkeit“ im Zusammenhang mit Verkehrssicherheit wird etwas weniger hoch bewertet, aber die Mittelwerte zwischen 1.2 und 1.4 können noch immer als „sehr wichtig“ interpretiert werden (Tab. 6). Auch hier sind die Unterschiede der verschiedenen Aufrißgruppen minim und mehrheitlich auch nicht signifikant.

M	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		SE	Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M
T1	1.31 .018	1.38 .028	1.24 .022	1.34 .065	1.46 0.05	1.31 .026	1.22 0.03	1.27 .019	1.44 .047	1.34 .066	1.30 .021	1.41 .048	1.26 .047
T2	1.29 .016	1.37 .024	1.20 0.02	1.44 .058	1.34 .036	1.28 .024	1.20 .026	1.27 .018	1.36 .041	1.27 0.05	1.29 .016	—	1.19 .053
T3	1.33 .018	1.41 .027	1.24 .022	1.44 .062	1.33 .038	1.33 .027	1.28 .033	1.27 0.02	1.46 .044	1.38 .057	1.29 .019	1.46 .051	1.33 .054

Fahrertypen: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 6 Themenrelevanz Geschwindigkeit (F8.1)



Bei der Frage, ob Geschwindigkeitskontrollen der Polizei ein wirksames Mittel für die Erhöhung der Verkehrssicherheit seien, sind Unterschiede zwischen den Alterskategorien erkennbar (Tab. 7). Während die 18- bis 23-Jährigen die Geschwindigkeitskontrollen nur für „eher wichtig“ halten (Werte um 2) wird dies mit zunehmendem Alter für wichtiger gehalten (zwischen 1.5 und 1.6 für 54- bis 70-Jährige).

M SE	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T1	1.65 .025	1.77 .039	1.53 0.03	1.97 .089	1.79 .065	1.63 .036	1.50 .043	1.60 .027	1.79 .065	1.76 .093	1.62 .029	1.92 .068	1.42 .061
T2	1.76 .024	1.87 .036	1.64 0.03	2.00 0.08	1.86 .054	1.75 .037	1.61 .041	1.76 .028	1.75 .056	1.74 .078	1.77 .025	—	1.49 .083
T3	1.72 .024	1.83 .035	1.60 .031	1.94 .087	1.75 .053	1.75 .035	1.57 .043	1.71 .028	1.76 .055	1.68 .078	1.70 .028	1.85 .059	1.64 .072

Fahrertypen: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 7 Wirksamkeit Geschwindigkeitskontrollen (F8.2)

Der Vergleich der Fragen zeigt auf, dass kaum an der allgemeinen Bedeutung von Verkehrssicherheit gezweifelt wird. Je konkreter die Fragen aber werden, desto geringer fällt die Relevanzeinschätzung aus. Dieser Befund kann so interpretiert werden, dass es für die Akzeptanz einer Kampagne von Vorteil ist, wenn ein klarer Bezug zum unumstrittenen Ziel der Verkehrssicherheit erkennbar ist.



4 Kampagnenwahrnehmung

Die folgenden Abschnitte thematisieren die Kampagnenwahrnehmung (ungestützt und gestützt), Kontaktorte, Kampagnenbewertung, Kampagnenverständnis und Anschlusskommunikation.

4.1 Ungestützte Kampagnenwahrnehmung (F64)

In T1 wurde zu Beginn des Fragebogens ohne genauere Anhaltspunkte (ungestützt) nach Kampagnen zum Thema „Verkehrssicherheit“ gefragt. Die langjährigen FVS Kampagnen „Schulanfang“ und „Sicherheitsgurte“ wurden mit 20.8% respektive 15.9% am häufigsten genannt (Tab. 8).

Ungestützte Erinnerung in %	T1 (F6)	T2 (F64)	T3 (F64)	T4a	T4b	T5
Prozentuierungsbasis	1'000	1'045	1'051			
Geschwindigkeit	5.7 ³	7.9 ³	27.0³			
Sicherheitsgurte	15.9 ³	13.5	11.8¹			
Kopfstützen	4.8 ^{2,3}	6.9¹	3.2²			
Alkohol	13.4	14.8 ³	10.9²			
Motorrad	2.3	1.6	3.1			
Schulanfang	20.8 ^{2,3}	12.8¹	8.4^{1,2}			
Velohelm	7.3 ²	3.9¹	7.6²			
Blindflug	3.1 ^{2,3}	1.7¹	0.5 ¹			
Handy (inkl. SMS)	2.7 ³	2.1	0.6^{1,2}			
Abstand (auf Autobahn)	1.6	1.2	1.7			
Kindersitz	1.2 ^{2,3}	0.3¹	1.3²			
Licht an	0.5 ²	3.6¹	1.1²			

^{1,2,etc.}Signifikante Veränderungen gegenüber den Wellen (p<0.05)

Tab. 8 Ungestützte Kampagnenerinnerung Verkehrssicherheit

Die Kampagne zur angepassten Geschwindigkeit wurde von rund 6% (T1) bzw. 8% (T2) der Befragten genannt. Obwohl die hier untersuchte Kampagne zum Befragungszeitpunkt T1 noch nicht begonnen hatte, wurden bereits 5.7% der Nennungen entsprechend codiert. Aus der Umfrageforschung ist bekannt, dass Befragte teilweise eine Tendenz zu sozial erwünschtem Antwortverhalten aufweisen. Das heisst, dass sie teilweise so antworten, wie sie glauben dass es von ihnen erwartet wird. Da es sich hier aber um eine ungestützte Erinnerung handelt, kann der verzerrende Einfluss der sozialen Erwünschtheit als geringer eingeschätzt werden als bei einer gestützten Befragung. Es



muss deshalb davon ausgegangen werden, dass sich die Befragten bei ihren Antworten auch auf andere Kampagnen zu Geschwindigkeit oder auf die allgemeine Medienberichterstattung zur Thematik beziehen.

Während nach der ersten Kampagnenwelle im Herbst 2009 keine signifikanten Effekte bei der ungestützten Erinnerung erkennbar sind (7.9%), machen die zu T3 erhobenen Werte deutlich (27.0%), dass das Ziel eines ungestützten Recalls von 30% (Vorgabe des FVS), nach der zweiten Kampagnenwelle im Frühjahr 2010 in realistische Reichweite rückt. Zur Zunahme zwischen T1 und T2 ist anzumerken, dass das Signifikanzniveau mit einem Wert von $p=0.053$ nur knapp verpasst wurde (eine signifikante Zunahme der Kampagnenerinnerung in der Gesamtbevölkerung kann nach der ersten Kampagnenwelle also nur mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5.3% angenommen werden).

In Tab. 8 sind alle Werte fett markiert, die einen signifikanten Unterschied gegenüber der vorangehenden Messung aufweisen. In T2 sind dies *Zunahmen* bei der Kampagne zu den Kopfstützen (von 4.8 auf 6.9%) und Licht an (0.5 auf 3.6%) sowie *Abnahmen* bei der Schulanfang Kampagne (von 20.8 auf 12.8%), Velohelm (7.3 auf 3.9%), Blindflug (3.1 auf 1.7%) sowie Kindersitze (1.2 auf 0.3%). In der dritten Befragungswelle (T3) ist eine signifikante *Zunahme* bei der Geschwindigkeitskampagne (von 7.9 auf 27.0%), der Velohelmkampagne (von 3.9 auf 7.6%) und der Kindersitzkampagne (von 0.3 auf 1.3%) feststellbar. Die Nennungen von Sicherheitsgurten, Kopfstützen, Alkohol, Schulanfang, Handy und Abblendlicht sind im Zeitraum zwischen Dezember 2009 und Juni 2010 alle rückläufig.

	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T1	5.7 ³	6.9	4.5	1.3	6.1	6.1	6.0	5.1	6.5	8.1	5.4	10.4	0.8
T2	7.9 ³	8.7	7.0	12.6¹	14.4¹	7.6	1.8¹	8.7¹	6.7	4.5	8.1¹	—	3.5
T3	27.0	26.8	27.2	32.6	35.0	29.6	15.2	26.2	31.1	23.4	28.7	28.5	13.6

Fahrertypen: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

^{1,2,etc.} Signifikante Veränderungen gegenüber den Wellen ($p<0.05$)

Tab. 9 Ungestützte Kampagnenerinnerung Geschwindigkeitskampagne

Die detaillierte Analyse nach Untergruppen zeigt, dass rund ein Drittel der Hauptzielgruppe der 18- bis 23- und 24- bis 33-Jährigen (Tab. 9) erreicht wurde. Nach beiden Kampagnenwellen kann eine deutliche Zunahme festgestellt werden, die statistisch hoch signifikant ist. Der Rückgang bei den 54- bis 70-Jährigen nach der ersten Kampagnenwelle (von 6.0 auf 1.8%; ebenfalls signifikant) erscheint zunächst wenig plausi-



bel. Eine mögliche Ursache liegt in der unterschiedlichen Codierer-Schulung in T2. In T2 wurde den Interviewern das Kampagnenmaterial bei der Schulung vorgeführt und sie wurden für konkrete Schlüsselemente der Kampagne sensibilisiert. Es ist möglich, dass dies zu einem etwas engeren (da konkreteren) Verständnis der Codierer geführt hat. Dies hatte möglicherweise zur Folge, dass Bezüge zu anderen Geschwindigkeitskampagnen oder der allgemeine Medienberichterstattung in T1 als „Geschwindigkeitskampagne“ codiert wurden, in T2 aber nicht.

Bei der Unterscheidung nach Sprachregionen zeigt sich in T2 einzig für die Deutschschweiz eine signifikant positive Veränderung von 5.1 auf 8.7%. Ebenfalls signifikant ist die Zunahme bei den Autofahrern (von 5.4 auf 8.1%). Die Veränderung in der italienischen Schweiz, welche zunächst ebenfalls deutlich erscheint (wenn auch negativ), ist aufgrund der geringeren Fallzahl nicht signifikant. Das Gleiche gilt für die Beifahrer und Nicht-Fahrer, wo ebenfalls nur geringe Fallzahlen vorhanden sind. Nach der zweiten Kampagnenwelle zeigen sich in T3 bei allen Unterkategorien signifikante Zunahmen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es gelungen ist, die Kernzielgruppe gezielt anzusprechen und bereits nach der zweiten Kampagnenwelle rund ein Drittel dieser Gruppe zu erreichen.

4.2 Gestützte Kampagnenwahrnehmung (F65-F67)

Neben der ungestützten Erinnerung, die vor allem für „etablierte“ Kampagnen hohe Werte zeigt (in T1 Schulanfang und in T3 Geschwindigkeit), muss auch die gestützte Erinnerung zur Messung der Kampagnenwahrnehmung hinzugezogen werden. Tab. 10 zeigt eine Übersicht der ungestützten und gestützten Kampagnenerinnerung.

In T3 wurden die Interviewer angewiesen, zwischen der Nennung der konkreten Kampagnenbotschaft (Stichworte „Slow down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“) und einer allgemeineren, aber noch immer eindeutigen Nennung („angepasste Geschwindigkeit“, „langsamer fahren“ oder „Engel“) zu unterscheiden. Zudem kamen bei den Postern zwei verschiedene Sujets zum Einsatz. Zum einen die Version mit dem Engel (Mahnwände) und zum anderen die Textbotschaft „angepasstes Tempo schützt“ (vgl. Abb. 5 sowie Kap. 6).



Abb. 5 Plakate Frühjahr 2010

Welle	% aller Befragten (≈ Anteil in der Bevölkerung)				
	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	1'045	1'059			
Ungestützt (F64a1) (Kampagne eindeutig erkannt)	7.9	22.4			
Ungestützt (F64a2) (Geschwindigkeitskampagne)	—	4.6			
1. Stützung (F65) (Geschwindigkeit im Strassenverkehr)	8.4	9.3			
2. Stützung Spot (F66) (Engel in Auto, singt zu Leuten)	23.6	27.5			
2. Stützung Plakat (F67a) T2: Kleber neben Bremslicht T3: Engel auf Pneu	10.4	13.3			
2. Stützung Plakat b (F67b) T3: Angepasstes Tempo schützt	—	24.9			
Total	45.4	77.2			

Tab. 10 Gesamtwahrnehmung Geschwindigkeitskampagne

Hier zeigt sich, dass die Kampagne bereits nach der ersten Welle eine beachtliche Wahrnehmung von 45.5% erreicht (Total bei T2). Neben den 7.9% der Befragten, welche auf das Stichwort „Kampagne zu Verkehrssicherheit“ (ungestützte Erinnerung) die Geschwindigkeitskampagne nannten, kommen weitere 8.4% hinzu, welchen auf die Spezifizierung „Kampagne zu Geschwindigkeit im Strassenverkehr“ reagierte; für 23.6% war die Schilderung des Spots und für 10.4% die Beschreibung der Plakate ausreichend, um die Kampagne eindeutig zu identifizieren (da bei der zweiten Stützung „Mehrfachantworten“ zulässig waren, entspricht das Total nicht der Summe der in der



Spalte ausgewiesenen Werte). Gemäss den Vorgaben des FVS wird für die Sichtbarkeit der Kampagne bis 2011 ein Wert von 90% angestrebt. Die Werte in T3 (nach der zweiten Kampagnenwelle) lassen erkennen, dass dieses Ziel ebenfalls in Reichweite rückt.

	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T1	5.7	6.9	4.5	1.3	6.1	6.1	6.0	5.1	6.5	8.1	5.4	10.4	0.8
T2	40.4	41.3	39.5	49.5	53.2	39.5	29.3	41.5	38.5	36.4	40.2	—	43.9
T3	77.2	77.1	77.4	83.1	85.8	79.4	65.7	77.7	75.1	79.3	77.0	81.2	72.9

Fahrertypen: A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 11 Kampagnenerinnerung (gestützt und ungestützt)

Die Aufschlüsselung der Gesamtwahrnehmung (gestützt und ungestützt) zeigt, dass bereits nach der zweiten Kampagnenwelle über 80% der Hauptzielgruppe erreicht werden konnte (Tab. 11). Sowohl bei T2 wie auch bei T3 sind für alle Untergruppen signifikant höhere Werte als in der vorangehenden Welle feststellbar.

Bezüglich der verwendeten Methodik der Befragung (verbale Stützung am Telefon) gilt es auf zwei Sachverhalte hinzuweisen. Zum einen ist davon auszugehen, dass Befragte bei einer gestützten Erinnerung eher zu einem sozial erwünschten Antwortverhalten neigen. Das heisst, dass sie möglicherweise angeben, die Kampagne gesehen zu haben, obwohl das nicht zutrifft. Dies würde zu einer leichten Überschätzung der effektiven Kampagnenwahrnehmung führen. Umgekehrt muss bedacht werden, dass die Kampagne primär mit visuellen Mitteln arbeitet (Plakate, Spots, Kleber, Website). Es kann davon ausgegangen werden, dass eine *visuelle* Stützung der Erinnerung durch das Vorlegen der Plakatsujets, das Vorspielen der Spots oder das Zeigen der Kleber im Gegensatz zur angewendeten *verbalen* Stützung zu einer Erhöhung der Kampagnenerinnerung führen würde. Es können also sowohl Argumente für eine methodenbedingte Überwie auch Unterschätzung der Kampagnenwahrnehmung angeführt werden, die jedoch nicht genau quantifizierbar sind.

4.3 Kontaktorte (F68)

Die Tabellen Tab. 12 und Tab. 13 zeigen auf, über welche Medienkanäle die Befragten die Kampagne wahrgenommen haben (für eine Übersicht der eingesetzten Kampagnenmittel siehe Kap. 6). In Tab. 12 ist der Anteil in der Gesamtbevölkerung ausgewiesen, während in Tab. 13 nur diejenigen Personen berücksichtigt sind, welche die Kampagne wahrgenommen haben.



% aller Befragten (≈ Anteil in der Gesamtbevölkerung)					
Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	1'045	1'059			
Plakat	21.8	56.1			
Fernsehen	34.5	53.6			
Kino	5.4	12.7			
Games	1.5	2.5			
Banner	5.3	9.1			
Website	2.7	3.9			
Aufkleber	9.3	32.7			
Inserat	11.1	23.7			
Facebook	—	6.1			
Duftengel	—	3.6			
Sonnenblende	—	2.9			
Medien	—	39.7			

Tab. 12 Kontaktorte in der Gesamtbevölkerung

% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)					
Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	474	763			
Plakat	48.1	77.9			
Fernsehen	76.2	74.4			
Kino	11.8	17.7			
Games	3.4	3.4			
Banner	11.6	12.6			
Website	5.9	5.4			
Aufkleber	20.5	45.3			
Inserat	24.5	32.9			
Facebook	—	8.5			
Duftengel	—	5.0			
Sonnenblende	—	4.1			
Medien	—	62.7			

Tab. 13 Kontaktorte der Personen mit Kampagnenkontakt

In T2 war das Fernsehen der Kanal mit den meisten Kampagnenkontakten: Rund ein Drittel der Gesamtbevölkerung (34.5%) hat den Spot im Fernsehen gesehen. Von den 474 befragten Personen mit Kampagnenkontakt sahen über drei Viertel (76.2%) den TV-Spot. An zweiter Stelle folgen in T2 die Plakate. Diese wurden von jedem fünften Schweizer/Schweizerin gesehen (21.8%) bzw. von fast jeder zweiten Person mit Kampagnenkontakt (48.1%). In der dritten Befragungswelle (T3) überflügeln die Plakate die



Fernsehspots leicht und erreichen rund 56% der Gesamtbevölkerung bzw. 78% der Personen mit Kampagnenkontakt. Eine bemerkenswerte Reichweite ist auch für die Aufkleber festzustellen, die nach der zweiten Kampagnenwelle (T3) von rund einem Drittel der Bevölkerung genannt wurden. Mit rund einem Viertel an der Gesamtbevölkerung (23.7% in T3) bzw. einem Drittel der Personen mit Kampagnenkontakt (32.9%) gehören auch Inserate zu den vermeintlich zentralen Kanälen dieser Kampagne. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass in der evaluierten Kampagnenphase keine Inserate zum Einsatz kamen (bzw. nur so sporadisch, dass keine messbaren Effekte zu erwarten sind). Diese unerwartet hohen Werte können zum einen aufgrund des oben erwähnten Effekts der sozialen Erwünschtheit zurückgeführt werden aber es liegt auch die Vermutung nahe, dass der Grad der Ausdifferenzierung der Abfrage das Erinnerungsvermögen der Rezipienten überfordert. Es ist demnach möglich, dass sich Personen an ein Sujet erinnern, aber nicht mehr sicher sind, ob sie es z.B. auf einem Plakat oder in einem Inserat gesehen haben. Es ist also nichtzulässig, die 23.7% „Falschnennungen“ als methodischen Unschärfbereich zu interpretieren, den es auch bei den anderen Kanälen zu berücksichtigen gilt. Vielmehr kann vermutet werden, dass ein Teil der Nennungen bei den Inseraten der Wahrnehmung der Plakate zugerechnet werden müsste. Ähnlich vorsichtig sind die Nennungen der „Medien“ zu interpretieren. Auch hier kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich die Antworten nur auf die Wahrnehmung im redaktionellen Teil der Massenmedien beziehen.

Die Nutzung der Website ist mit einem Anteil von 2.7% (T2) bis 3.9 (T3) an der Gesamtbevölkerung im Vergleich zu den anderen Kanälen sehr gering. Diesem Befund gilt es jedoch hinzuzufügen, dass es sich dabei um einen grundlegend anderen Kanal als die übrigen handelt: Während mit den Spots und Plakaten nur sehr wenige Informationen vermittelt werden können und eine eher passive Rezeption stattfindet, werden auf der Homepage vielfältige Hintergrundinformationen angeboten, die von den Besuchern aktiv aufgesucht und angewählt werden (müssen). Die dabei genutzten Inhalte werden unter 4.4 noch genauer untersucht.

	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T2	2.07	2.16	1.97	2.33	2.08	1.91	2.2	1.96	2.12	2.79	2.09	—	1.72
	.057	.082	.077	.164	0.11	.077	.154	0.06	.146	.232	.058	—	.212
T3	2.79	2.86	2.72	3.23	3.03	2.73	2.52	2.73	2.86	3.08	2.79	2.96	2.57
	.049	.069	0.07	.163	.107	0.07	.099	.061	.102	.137	.058	0.11	.159

Tab. 14 Anzahl genannter Kanäle (F68.1-F68.8)



In der ersten Kampagnenwelle (T2) wurden die Leute durchschnittlich über zwei Kanäle erreicht (Tab. 14). In T3 geben die Befragten durchschnittlich 2.79 verschiedene Kanäle an. Dies deutet darauf hin, dass nicht nur die Reichweite der Kampagne erhöht werden konnte, sondern auch die Präsenz. Bezieht man in die Analyse auch diejenigen Kanäle mit ein, in erst im Frühjahr 2010 eingesetzt (Duftengel, Sonnenblende) und/oder erst in T3 separat abgefragt wurden (Facebook, Medien), so steigt der Mittelwert der Kampagnenkanäle pro Person mit Kampagnenkontakt gar auf 3.55 (Tab. 15).

	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T3	3.55	3.59	3.5	4.34	3.79	3.46	3.16	3.51	3.83	3.21	3.52	3.67	3.53
	.062	.086	0.09	.207	.132	.088	.132	.079	.126	.151	.074	0.13	.217

Tab. 15 Anzahl genannter Kanäle: erweiterte Liste (F68.1-F68.12)

4.4 Kampagnenkontakt Internet (F69)

Die Nutzung der verschiedenen Onlineangebote bewegt sich in der Gesamtbevölkerung lediglich im einstelligen Prozentbereich (Tab. 17). Aufgrund der geringen Fallzahl besitzen die nachfolgenden Auswertungen nur eine bedingte Aussagekraft. Dennoch soll versucht werden, ein grobes Bild der Internetnutzung zu zeichnen, wie es sich aufgrund der telefonischen Befragung ergibt.

Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	28	41			
Altersgruppe	18-33	18-33			
Geschlecht	männlich	männlich			
Fahrertyp	Autofahrer	Autofahrer			
Fahrhäufigkeit	täglich	täglich			
Fahrpraxis	5-15'000 km/Jahr	10-15'000 km/Jahr			
Internetnutzung	täglich	täglich			
Ausbildung	Matura	Berufslehre			

Tab. 16 Merkmale des typischen Website Besuchers

Der durchschnittliche Nutzer der Webseite ist männlich, unter 33 Jahre alt, nutzt täglich das Internet, fährt täglich Auto und legt pro Jahr weniger als 15'000 km zurück (Tab. 16). Die am häufigsten vertretene Bildungsgruppe stellen in T2 diejenigen mit Matura dar, während in T3 Personen mit einer Berufslehre am häufigsten unter den Besuchern der Webseite zu finden sind.



% aller Befragten (≈ Anteil in der Gesamtbevölkerung)					
Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	1'045	1'059			
Werbespot	1.4	1.9			
Musik-Clip	1.0	1.8			
9 Gründe	0.4	0.7			
Bremswegspiel	1.0	0.5			
Sprung aus Hochhaus	2.6	0.3			
Unfallstatistiken	0.8	0.9			
Physik	0.7	0.7			
Etwas bestellt	0.8	0.8			
Link zu Facebook	1.0	0.6			
Töff-Info	0.8	1.2			

Tab. 17 Kampagnenkontakt im Internet (Gesamtbevölkerung)

% Personen, welche die Website genutzt haben					
Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	28	41			
Werbespot	53.6	48.8			
Musik-Clip	35.7	46.3			
9 Gründe	14.3	17.1			
Bremswegspiel	35.7	12.2			
Sprung aus Hochhaus	96.4	7.3			
Unfallstatistiken	28.6	24.4			
Physik	25.0	17.1			
Etwas bestellt	28.6	22.0			
Link zu Facebook	35.7	14.6			
Töff-Info	28.6	31.7			

Tab. 18 Kampagnenkontakt im Internet (Personen mit Kampagnenkontakt)

Bezüglich der genutzten Inhalte können in Tab. 18 zwei interessante Feststellungen gemacht werden. Von den verschiedenen Inhalten auf der Homepage wurde in T2 primär die Simulation mit „dem Sprung aus dem Hochhaus“ genutzt (96%). Reine Informationsangebote wie Fahrphysik oder Unfallstatistiken stiessen auf weniger grosses Interesse (25 bzw. 29%). Es zeigt sich ferner, dass auch hier dem Erinnerungsvermögen der befragten Personen (und der Methode der Telefonbefragung) gewisse Grenzen gesetzt sind. Sehr häufig genutzt bzw. in sehr guter Erinnerung ist den Personen der bereits erwähnte „Sprung aus dem Hochhaus“. Die „9 Gründe, es langsamer anzugehen“, zu denen auch der „Sprung aus dem Hochhaus“ bzw. die damit visualisierte Aufprallge-



schwindigkeit gehört, werden jedoch nur von 14% genannt und sind das mit deutlichem Abstand am wenigsten genutzte Angebot.

In T3 heben sich nur noch die unterhaltenden Elemente (Werbespot und Musik-Clip) deutlich von den übrigen Angeboten ab und werden von knapp der Hälfte der Website Besuchern genutzt.

4.5 Kampagneninhalt ungestützt (F70)

Die Personen, welche die Kampagne wahrgenommen haben, wurden auch nach konkreten Inhalten gefragt, an die sie sich erinnern können (vgl. hierzu auch Kap. 6). Am besten in Erinnerung geblieben ist den Befragten der Engel. Rund 16% der Gesamtbevölkerung erinnern sich in T2 ungestützt an diese zentrale Figur der Kampagne und in T3 sind es gar 26.6% (Tab. 19). Von den Personen, welche die Kampagne gesehen haben, sind es rund ein Drittel der Personen (35% in T2 bzw. 37%), die sich an den Engel erinnern (Tab. 20). Betrachtet man nur die Personen mit Kampagnenkontakt, so können relativ gute Erinnerungswerte auch für die Rockband (16% in T2 und 12% in T3), in T2 die Frau (12%), in T3 den Mann und die Töff-Fahrer (13% bzw. 12%), die Botschaften Slow Down (15% bzw. 20%) und „Take it Easy“ (12% bzw. 13%) festgestellt werden (Tab. 20). Kaum in Erinnerung blieben den Befragten der Kleber auf dem Auto (5% bzw. 3%) sowie die Internet-Adresse oder die Absender der Kampagne (beide unter 1%).

Bemerkenswert ist die geringe Nennung der Botschaft „Angepasstes Tempo schützt“, welche bei dieser Abfrage lediglich von 1.7% der Befragten bzw. 2.4% der Personen mit Kampagnenkontakt genannt wurde. Dies ist umso erstaunlicher, weil wenige Fragen zuvor (F67b) rund ein Viertel der Befragten (24.9%) angaben, dass sie dieses Plakat gesehen hätten.



Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	1'045	1'059			
<i>Personen</i>					
Engel	16.0	26.6			
Rockband	7.3	8.9			
Weisse Kleider	1.3	2.5			
Mann (im Auto)	3.9	9.2			
Frau (im Auto)	5.5	(1.2)			
Töff-Fahrer	—	8.9			
<i>Orte</i>					
Tiefgarage	3.7	10.6			
Landstrasse	1.9	1.0			
Kreuzung	—	0.9			
Telefonkabine	—	0.1			
<i>Handlungen</i>					
Überholmanöver	0.8	(0.5)			
Leute im Stress	2.8	2.9			
Quietschende Reifen	—	1.6			
Staunen der Fahrer	0.1	2.9			
Lachen/Freude der Fahrer	0.4	0.1			
Engel beruhigt	3.3	7.6			
Entspanntes Fahren	2.1	1.8			
Langsames Fahren	2.0	6.1			
Telefon mit Gott/Band	—	0.4			
<i>Anderes</i>					
Lied / Musik	7.8	10.9			
Englische Sprache	0.8	0.5			
Slow Down	6.8	14.4			
Take it Easy	5.5	9.3			
Flügel (Engel/Logo)	1.1	5.2			
Angepasstes Tempo schützt	—	1.7			
Kleber auf Auto	2.2	1.9			
Bremslicht	2.3	0.2			
Engel auf Pneu	—	0.6			
<i>Informationen</i>					
Internet-Adresse	0.2	0.1			
Logo der Absender	0.2	0.2			
Anderes	11.7	7.9			
Weiss nicht	8.5	15.8			

Tab. 19 Ungestützte Erinnerung an Kampagneninhalte (Gesamtbevölkerung)



Welle	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	474	763			
<i>Personen</i>					
Engel	35.2	37.0			
Rockband	16.0	12.3			
Weisse Kleider	3.0	3.5			
Mann (im Auto)	8.6	12.7			
Frau (im Auto)	12.0	(1.7)			
Töff-Fahrer	—	12.3			
<i>Orte</i>					
Tiefgarage	8.2	14.7			
Landstrasse	4.2	(1.4)			
Kreuzung	—	1.3			
Telefonkabine	—	0.1			
<i>Handlungen</i>					
Überholmanöver	1.7	(0.7)			
Leute im Stress	6.1	4.1			
Quietschende Reifen	—	2.2			
Staunen der Fahrer	0.2	4.1			
Lachen/Freude der Fahrer	0.8	0.1			
Engel beruhigt	7.4	10.5			
Entspanntes Fahren	4.6	2.5			
Langsames Fahren	4.4	8.5			
Telefon mit Gott/Band	—	0.5			
<i>Anderes</i>					
Lied / Musik	17.3	15.1			
Englische Sprache	1.7	0.7			
Slow Down	15.0	20.1			
Take it Easy	12.0	13.0			
Flügel (Engel/Logo)	2.3	7.2			
Angepasstes Tempo schützt	—	2.4			
Kleber auf Auto	4.9	2.6			
Bremslicht	5.1	0.3			
Engel auf Pneu	—	0.8			
<i>Informationen</i>					
Internet-Adresse	0.4	0.1			
Logo der Absender	0.4	0.3			
Anderes	25.7	11.0			
Weiss nicht	18.8	21.9			

Tab. 20 Ungestützte Erinnerung an Kampagneninhalte (mit Kampagnenkontakt)



4.6 Erinnerung an zentrale Kampagnenelemente (F70 & F71)

Die zentralen Kampagnenelemente (Slogan, Bildelemente, Internetadresse) wurden zusätzlich noch gestützt abgefragt (Tab. 21 und Tab. 22). Mit der Stützung erinnern sich in T2 rund zwei Drittel der Personen mit Kampagnenkontakt (Tab. 22) an die Slogans „Slow down“ (15% + 50%) und „Take it easy“ (12% + 53%) und nach der zweiten Kampagnenwelle steigen die Werte in T3 auf 74% für „Slow down“ und 70% für „Take it easy“. Die Erinnerung an den Kleber neben dem Bremslicht des Autos bzw. dem Tank des Motorrads bleibt in T3 unverändert tief (5 bzw. 3% ungestützt und rund 30% mit Stützung). Die Erinnerung an den URL sinkt nach der zweiten Kampagnenwelle gar noch etwas von 22% auf 16% (mit Stützung).

Welle		% aller Befragten (≈ Anteil in der Bevölkerung)				
		2	3	4a	4b	5
Basis		1'045	1'059			
Slow down	Ungestützt	6.8	14.4			
	Gestützt	22.4	38.9			
Take it easy	Ungestützt	5.5	9.3			
	Gestützt	23.9	40.9			
Kleber neben Bremslicht / auf Tank	Ungestützt	2.2	1.9			
	Gestützt	13.6	22.2			
www.slow-n-easy.ch	Ungestützt	0.2	0.1			
	Gestützt	10.1	11.8			

Tab. 21 Erinnerung an konkrete Kampagneninhalte (Gesamtbevölkerung)

Welle		% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)				
		2	3	4a	4b	5
Basis		474	763			
Slow down	Ungestützt	15.0	20.1			
	Gestützt	49.5	54.0			
Take it easy	Ungestützt	12.0	13.0			
	Gestützt	52.9	56.7			
Kleber neben Bremslicht / auf Tank	Ungestützt	4.9	2.6			
	Gestützt	30.0	30.8			
www.slow-n-easy.ch	Ungestützt	0.4	0.1			
	Gestützt	22.4	16.4			

Tab. 22 Erinnerung an konkrete Kampagneninhalte (Personen mit Kampagnenkontakt)



4.7 Ungestützte Erinnerung an Kampagnenbotschaft (F72)

Die Personen mit Kampagnenkontakt wurden auch gefragt, was ihrer Meinung nach die Botschaft der Kampagne ist. Die Frage wurde offen gestellt und von den Interviewern codiert. In T2 sagten 18% der Gesamtbevölkerung, die Botschaft sei, „dass man langsamer fahren soll“ (Tab. 23). Dies sind rund 40% der Personen mit Kampagnenkontakt (Tab. 24). Nur etwa halb so häufig wurde gesagt, dass „man die Geschwindigkeit den Umständen anpassen soll“.

Welle	% aller Befragten (\approx Anteil in der Bevölkerung)				
	2	3	4a	4b	5
Basis	1'045	1'059			
Slow down	1.8	5.5			
Take it easy	3.3	5.0			
Man soll langsamer fahren	18.3	30.8			
Angepasstes Tempo schützt	—	6.4			
Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen	8.7	13.0			
Langsamer fahren macht Spass	4.1	7.2			
Langsam fahren ist cool	4.1	4.9			
Anderes	13.9	17.7			
Weiss nicht	4.5	7.4			

Tab. 23 Ungestützte Erinnerung an Kampagnenbotschaft (Gesamtbevölkerung)

Welle	% der Personen mit Kampagnenkontakt				
	2	3	4a	4b	5
Basis	474	763			
Slow down	4.0	7.6			
Take it easy	7.4	6.9			
Angepasstes Tempo schützt	—	8.9			
Man soll langsamer fahren	40.3	42.7			
Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen	19.2	18.1			
Langsamer fahren macht Spass	9.1	10.0			
Langsam fahren ist cool	9.1	6.8			
Anderes	30.6	24.5			
Weiss nicht	9.9	10.2			

Tab. 24 Ungestützte Erinnerung an Kampagnenbotschaft (Personen mit Kampagnenkontakt)



In T3 erhöhen sich die Werte in Relation zur Gesamtbevölkerung teilweise deutlich, bleiben bei den Personen mit Kampagnenkontakt jedoch relativ stabil. Einschränkend muss angemerkt werden, dass ein Teil der Befragten wohl aufgrund der gestützten Abfragen (Erinnern Sie sich an ein Plakat mit der Aussage „angepasstes Tempo schützt?“) einen Hinweis auf die hier gesuchte Kampagnenbotschaft hingewiesen wurden. Im Gegensatz zu den Befunde in Tab. 19 und Tab. 20 (erinnerte Kampagneninhalte), fallen die Werte für den deutschen Claim „angepasstes Tempo schützt“ gegenüber den englischen Claims („Slow down“, „Take it easy“) nicht ab.

In beiden Befragungswellen konnten rund 10% der Personen mit Kampagnenkontakt keine Botschaft nennen (weiss nicht). Unter Berücksichtigung der Personen, die andere (teilweise ähnliche, teilweise aber auch „falsche“ Botschaften) genannt haben, wird das Ziel des FVS, dass 90% der Verkehrsteilnehmer die Botschaft verstehen, nicht ganz erreicht. Dieser Befund bestätigt sich auch in der Detailanalyse bzgl. der Kampagnensprache (vgl. 4.12).

4.8 Erinnerung an Kampagnenabsender (F73)

Zwei Drittel der Personen mit Kampagnenkontakt konnten in T2 auf die offene Frage nach dem Absender der Kampagne keinen Absender nennen. Auch in T3 beträgt der Wert noch gut 50% (Tab. 26).

Welle	% aller Befragten (≈ Anteil in der Bevölkerung)				
	2	3	4a	4b	5
Basis	1'045	1'059			
Schw. Versicherungsverband	0.5	0.5			
bfu	8.0	13.3			
FVS	0.2	0.8			
VSR	—	1.1			
TCS	2.3	1.8			
Polizei	0.6	1.0			
Bund / Bundesämter	2.5	3.4			
suva	—	1.3			
Anderes	1.7	2.5			
Weiss nicht	30.0	49.1			

Tab. 25 Ungestützte Erinnerung an Kampagnenabsender (Gesamtbevölkerung)

Die meisten Nennungen entfielen auf die bfu (8 bzw. 13%). Die anderen Absender (SVV und FVS und VSR) wurden von fast niemandem erinnert. Die Werte liegen sogar unter jenen der nicht an der Kampagne beteiligten Institutionen (TCS, Polizei, Bund/Bundesämter, suva). Diese Befunde zeigen, dass es für relativ unbekannte Absen-



der wie dem Schweizerischen Versicherungsverband und dem Fonds für Verkehrssicherheit schwierig ist, von den Rezipienten wahrgenommen und erinnert zu werden. Dies im Gegensatz zu einem sehr bekannten und häufig im Zusammenhang mit Kampagnen auftretenden Akteur wie das bfu. Die Nennungen der nicht an der Kampagne beteiligten Akteure kann auf falsche Heuristiken der Rezipienten oder aber der Verwechslung der Kampagne zurückgeführt werden.

Welle	% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)				
	2	3	4a	4b	5
Basis	474	763			
Schw. Versicherungsverband	1.1	0.7			
bfu	17.7	18.5			
FVS	0.4	1.0			
VSR	—	1.6			
TCS	5.1	2.5			
Polizei	1.3	1.4			
Bund / Bundesämter	5.5	4.7			
suva	—	1.8			
Anderes	3.8	3.4			
Weiss nicht	66.0	68.2			

Tab. 26 Ungestützte Erinnerung an Kampagnenabsender (Personen mit Kampagnenkontakt)

4.9 Verhaltensänderung aufgrund des Kampagnenkontakts (F74)

Eine sehr direkte, aber auch entsprechend rudimentäre Erhebung der Kampagnenwirkung ist mit der Frage möglich, ob man bei sich selbst eine kampagnenbedingte Verhaltensänderung festgestellt hat. Die Mittelwerte der vier abgefragten Items liegen alle über dem theoretischen Neutralwert von 2.5. Dies heisst, dass die Leute tendenziell die Aussagen verneinen, bei sich eine Wirkung der Kampagne festgestellt zu haben. Je konkreter die Aussagen auf spezifische Handlungen bezogen sind, desto weniger wird ihnen zugestimmt (Tab. 27). Demnach gelingt es der Kampagne viel eher, die Leute zum Nachdenken über den eigenen Fahrstil anzuregen (2.69 in T2 bzw. 2.78 in T3), als dass die Rezipienten ihren Fahrstil bereits angepasst haben (3.3 in T2 und T3).

Diesem eher ernüchternden Befund kann entgeggehalten werden, dass die einzige signifikante Veränderung auf allen vier Dimensionen bei der Altersgruppe der 18- bis 23-Jährigen festgestellt werden kann. Diese sind sich aufgrund der Kampagne verstärkt „bewusst geworden, dass auch sie ein bisschen langsamer fahren könnten“. Der Mittel-



wert senkt sich hier von 2.73 (.128) auf 2.26 (.141). Dies ist der einzige Wert überhaupt, der unter dem Neutralwert von 2.5 liegt und somit als tendenzielle Zustimmung interpretiert werden kann.

Skala 1= trifft voll und ganz zu 4 = trifft überhaupt nicht zu	% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)				
	2	3	4a	4b	5
Mittelwerte					
Zum Nachdenken über eigenen Fahrstil angeregt	2.69 (.049)	2.78 (.040)			
Bewusst geworden, dass man langsamer fahren könnte	2.75 (.048)	2.68 (.041)			
Vorgenommen langsamer zu fahren	2.95 (.045)	2.94 (.037)			
Fahrstil wegen Kampagne angepasst	3.33 (.038)	3.32 (.032)			

Tab. 27 Verhaltensänderung aufgrund des Kampagnenkontakts (Personen mit Kampagnenkontakt)

4.10 Anschlusskommunikation

Erfolgreiche Kommunikationskampagnen zeichnen sich dadurch aus, dass sie bei den Rezipienten eine gewisse Anschlusskommunikation, also Gespräche mit Drittpersonen anregen. Die Reichweite der Kampagne wie auch die Tiefe der Verarbeitung kann dadurch erhöht werden. Im Rahmen der Evaluation wurde deshalb untersucht, wie häufig darüber gesprochen wird (4.10.1), welche Kommunikationsrollen die Personen dabei eingenommen haben (4.10.2) und welche Inhalte dabei thematisiert wurden (4.10.3).

4.10.1 Gesprächshäufigkeit (F75)

Rund ein Drittel der Personen mit Kampagnenkontakt hat bereits einmal mit anderen Personen über die Kampagne geredet (Tab. 28), wobei eine steigende Tendenz von T2 zu T3 festzustellen ist.

Welle	% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)				
	T2	T3	T4a	T4b	T5
Basis	474	763			
Schon darüber geredet	29.1	37.2			
Noch nie darüber geredet	69.0	60.6			
Weiss nicht	1.5	2.0			
Keine Angabe	0.4	0.3			

Tab. 28 Gesprächshäufigkeit (Personen mit Kampagnenkontakt)

4.10.2 Gesprächsrolle (F76)

Auf der Basis jener Personen, welche die Kampagne gesehen und darüber gesprochen haben, wurden diese Gesprächssituationen noch etwas genauer untersucht (Tab. 29). Dabei zeigt sich, dass je ein Drittel der Personen jemand anderem von der Kampagne erzählt hat (36% in T2 bzw. 29% in T3) bzw. sowohl davon erzählt als auch von anderen etwas darüber gehört hat (36% in T2 bzw. 37% in T3). Knapp ein Viertel der Personen gab an, von jemand anderem davon erzählt bekommen zu haben (23% bzw. 28%).

Welle	% der Personen mit Anschlusskommunikation				
	2	3	4a	4b	5
Basis	138	284			
Jemand anderem davon erzählt	35.5	28.9			
Davon erzählt bekommen	23.2	27.8			
Gesprächsrollen ausgeglichen	35.5	37.3			
Weiss nicht	5.8	5.6			
Keine Angabe	0.0	0.4			

Tab. 29 Gesprächsrollen (Personen mit Kampagnenkontakt)

4.10.3 Gesprächsinhalt (F77)

Bzgl. des Gesprächsinhalts wurden zwei Aspekte abgefragt (Tab. 30). Hierbei gaben jeweils rund 60% an, über die Umsetzung bzw. die Botschaft und die Wirkung der Kampagne gesprochen zu haben.

Welle	% der Personen mit Anschlusskommunikation				
	2	3	4a	4b	5
Basis	138	284			
Umsetzung der Kampagne	63.0	61.6			
Botschaft und Wirkung der Kampagne	60.9	62.0			

Tab. 30 Gesprächsinhalt (Personen mit Kampagnenkontakt)

4.11 Kampagnenbewertung (F78)

Die Personen mit Kampagnenkontakt wurden auch ihrer persönlichen Bewertung der Kampagne gefragt. Die Befragten wurden gebeten bzgl. zehn Items ihre Zustimmung auf einer Skala von 1 bis 4 anzugeben. Der theoretische Neutralwert (der nicht angegeben werden konnte) liegt bei 2.5. Werte unter 2.5 drücken tendenziell eine Zustimmung aus, während Werte über 2.5 eine Ablehnung der Aussage indizieren. Im Allgemeinen wird die Kampagne positiv bewertet (Tab. 31): Sie ist originell (1.62 bzw. 1.55), gut gemacht (1.63 bzw. 1.52), sympathisch (1.64 bzw. 1.55) sowie informativ (1.93 bzw. 2.04), von den Rezipienten wird die persönliche Relevanz des Themas anerkannt (Die



Kampagne betrifft auch mich = 2.22 bzw. 2.14; Ich sollte die Botschaft der Kampagne ernst nehmen = 1.72 bzw. 1.65) und die Kampagne wird auch nicht als Raserkampagne missverstanden (2.65 bzw. 2.56). Positiv zu vermerken ist auch, dass eine grundsätzliche Akzeptanz für Kampagnen zum Fahrverhalten besteht. Die Aussage „Kampagnen zum Fahrverhalten nerven mich“ wird klar abgelehnt (3.54 bzw. 3.48). Ebenso deutlich wird die Aussage abgelehnt, dass die Botschaft der Kampagne unklar sei (3.48 bzw. 3.46). Aufgrund der Daten lässt sich nur ein einziger Schwachpunkt erkennen: Obwohl die Kampagne als sympathisch eingestuft wird (1.62), wird sie im gleichen Zug auch als tendenziell belehrend bewertet (2.09 bzw. 2.10).

Skala 1= stimme voll und ganz zu 4 = stimme überhaupt nicht zu	% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)				
	2	3	4a	4b	5
Mittelwerte					
Die Kampagne ist gut gemacht	1.63 (.037)	1.52 (.029)			
Die Kampagne betrifft auch mich	2.22 (.049)	2.14 (.039)			
Ich sollte die Botschaft der Kampagne ernst nehmen	1.72 (.040)	1.65 (.029)			
Die Kampagne ist belehrend	2.09 (.044)	2.10 (.037)			
Kampagnen zum Fahrverhalten nerven mich	3.54 (.033)	3.48 (.029)			
Die Kampagne betrifft vor allem Raser	2.65 (.051)	2.56 (.041)			
Die Kampagne ist informativ	1.93 (.041)	2.04 (0.36)			
Die Kampagne ist originell	1.62 (.036)	1.55 (.030)			
Mir ist die Botschaft der Kampagne unklar	3.48 (.041)	3.46 (.033)			
Ich finde die Kampagne sympathisch	1.64 (.039)	1.55 (0.28)			

Tab. 31 Kampagnenbewertung (Personen mit Kampagnenkontakt)

Die Kampagnenbewertung wurde auch einer Detailanalyse bzgl. der verschiedenen Teilgruppen unterzogen. Hierbei konnten jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen oder Veränderungen über die Zeit festgestellt werden. Einzig für die 18- bis 23-Jährigen ist festzustellen, dass in T3 eine höhere persönlicher Bezug auszumachen ist als in T2. Der Wert des Items „Ich sollte die Botschaft der Kampagne ernst nehmen“ senkt sich von 1.89 in T2 auf 1.55 in T3.



4.12 Kampagnensprache

Die Kampagne arbeitet in allen drei Sprachregionen mit dem englischen Claim „Slow down, take it easy“. Es war deshalb nach der ersten Kampagnenwelle wichtig zu prüfen, ob die Botschaft von den Rezipienten verstanden wird (4.12.1 bis 4.12.4).

4.12.1 Verständnis des Claims (F79)

In einem ersten Schritt wurden die Personen gefragt, ob sie es sich grundsätzlich zutrauen würden, den Claim jemandem sinngemäss zu übersetzen, der kein Englisch kann. Von den Personen mit Kampagnenkontakt gab ein Fünftel an (20%), sich dies *nicht* zuzutrauen. Rund ein Fünftel der erreichten Personen kann die Kampagnenbotschaft demnach aus sprachlichen Gründen nicht vollumfänglich verstehen (Tab. 32).

% der Personen mit Kampagnenkontakt (ungestützt oder gestützt erinnert)	
Basis	474
Könnte sinngemäss übersetzen	78.7
Könnte nicht übersetzen	20.0
Weiss nicht	1.1
Keine Angabe	0.2

Tab. 32 Verständnis des Claims (Personen mit Kampagnenkontakt)

Die detailliertere Analyse entlang verschiedenen Alters und Sprachregionen zeigt, dass hier deutliche Unterschiede auszumachen sind (Tab. 33). Während rund 96% der 18 bis 23-Jährigen die Botschaft verstehen, sind es bei den 54- bis 70-Jährigen nur noch 61%. Markant sind auch die Unterschiede zwischen den Sprachregionen. Während die Kampagne in der Deutschschweiz von 84% verstanden wird, sind es in der französischen Schweiz knappe 70% und im Tessin nur noch gerade 54%. Das gesteckte Ziel, dass die Botschaft von 90% der Verkehrsteilnehmenden verstanden wird, wurde also nur für die jüngeren Fahrer (der Kernzielgruppe) erreicht. Bei den älteren Personen, in der französischen Schweiz sowie dem Tessin ist das Ziel ohne Anpassung der Kampagne wohl kaum zu erreichen.

	% der Personen mit Kampagnenkontakt												
	Total	Geschlecht		Alter				Sprachregion			Fahrtyp		
		Mann	Frau	18-23	24-33	34-53	54-70	D	F	I	A	M	B/N
T2	78.7	75.6	81.9	95.5	89.3	74.2	61.4	84.2	69.7	54.5	78.8	—	76.9

Fahrtypen A = Auto, M = Motorrad, B/N = Beifahrer / Nicht-Fahrer

Tab. 33 Verständnis des Claims nach Untergruppen



4.12.2 Interpretation von Slow Down (F80)

Den 373 Personen, die sich eine Interpretation grundsätzlich zutrauen, wurden vier unterschiedliche Übersetzung (und Interpretationen) vorgelesen und gebeten, diejenige auszuwählen, welche die Botschaft der Kampagne am besten ausdrückt (Tab. 34). Das Gros der Antworten entfiel dabei zu praktisch gleichen Teilen auf die Varianten „Man soll generell langsamer fahren“ und „Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen“. Die Botschaft, dass man generell etwas langsamer fährt ist zwar nicht falsch, entspricht aber nicht exakt dem Wissensziel, wie es in der inhaltlichen Vorgabe zur Kampagne definiert ist (angepasste Geschwindigkeit).

% der Personen die sich eine Interpretation zutrauen	
Basis	373
Man soll nicht schneller fahren als erlaubt ist	7.0
Man soll generell langsamer fahren	44.0
Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen	44.2
Man soll früher bremsen	1.9
Weiss nicht	2.1
keine Angaben	0.8

Tab. 34 Übersetzung und Botschaft von „Slow Down“

4.12.3 Interpretation von „Take it easy“ (F81)

Eine analoge Frage wurde auch für “Take it easy” gestellt (Tab. 35). Bei der Pressekonferenz und in der Medienmitteilung wurde die Interpretation kommuniziert, dass es „cool sei und Spass macht, es etwas langsamer anzugehen“. Auf diese Interpretation entfielen lediglich 17% der Antworten. Mit Abstand am häufigsten gewählt wurde die Antwort, dass “man beim Fahren ruhig bleiben soll” (62%).

% der Personen die sich eine Interpretation zutrauen	
Basis	373
Man soll die Fahrt geniessen	8.3
Man soll zurückhaltend fahren	10.5
Man soll beim Fahren ruhig bleiben	61.7
Langsam fahren macht Spass und ist cool	16.6
Weiss nicht	2.7
keine Angabe	0.3

Tab. 35 Übersetzung und Botschaft von „Take it easy“



4.12.4 Verständnis bei Personen, welche die Kampagne nicht gesehen haben (F82)

Um das grundsätzliche Verständnis auch bei den Personen zu prüfen, welche die Kampagne nicht gesehen haben, wurden diese gefragt, wie sie „Slow down, take it easy“ übersetzen würden. Rund zwei Drittel der 525 Personen machten daraufhin einen konkreten Vorschlag. Diese Vorschläge umfassten zwar ein breites Spektrum an wörtlichen und inhaltlichen Übersetzungen, entsprachen aber alle dem weiter gefassten Sinn der Kampagne. Dennoch bleiben rund 30%, denen sich die Textbotschaft der Kampagne offenbar nicht erschliessen würde (wenn sie denn die Kampagne gesehen hätten).

% der Personen ohne Kampagnenkontakt	
Basis	525
Übersetzungsvorschlag	68.8
Versteht es nicht / Kann nicht übersetzen	30.1
keine Angabe	1.1

Tab. 36 Übersetzung von „Slow down, take it easy“ durch Personen ohne Kampagnenkontakt



5 Fragebogen

5.1 Fragebogen T2 mit Mittelwerten und Häufigkeiten

5.1.1 Übersicht Fragen und Items

5.1.1	Übersicht Fragen und Items	38
5.1.2	Ansprache.....	40
5.1.3	Einstiegsfragen für alle	40
F1.	Geschlecht (1)	40
F2.	Alter (1).....	40
F3.	Fahrhäufigkeit (1)	40
F4.1	Filter: Führerausweisbesitz Auto (1).....	40
F4.2	Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1)	40
F5.	Filter: Führerausweisbesitz Motorrad (nur in T1, T3 und T5) (1).....	41
F6.	Kampagnenwahrnehmung (1) (neu im Evaluationsblock F64).....	41
F7.	Themenrelevanz Verkehrssicherheit (1)	41
F8.1	Einstellung: Themenrelevanz Geschwindigkeit (1)	41
F8.2	Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskontrollen (1) (Neue Platzierung, Welle 1 F61).....	41
F9.	Einstellung: Themenrelevanz Übermüdung (1)	41
5.1.4	Fragen für Autofahrer	42
F10.	Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)	42
F11.	Fahrpraxis (1).....	42
F12.	Fahrstil (11).....	42
F13.	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)	43
F14.	Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (8).....	43
F15.	Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)	44
F16.	Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1).....	44
F17.	Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (0/8).....	44
F18.	Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4).....	45
F19.	Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)	45
F20.	Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8).....	46
F21.	Wissen: Autofahren und Müdigkeit (3).....	46
F22.	Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1)	46
F23.	Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)	47
F24.	Bussen (1)	47
F25.	Führerausweisentzug (1)	47
F26.	Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1).....	47
F27.	Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1).....	48
F28.	Unfall Erfahrung (1).....	48
5.1.5	Fragen für Motorradfahrer	49
T1 F29:	Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1).....	49
T1 F30:	Fahrpraxis (1)	49
F1 F31:	Fahrstil (11)	49
T1 F32:	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10)	49
T1 F33:	Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (7).....	49
T1 F34:	Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (8)	49
T1 F35:	Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1).....	49
T1 F36:	Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (6)	49
T1 F37:	Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4)	49
T1 F38:	Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)	49
T1 F39:	Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8).....	49
T1 F40:	Wissen: Töfffahren und Müdigkeit (3).....	49
T1 F41:	Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1).....	49
T1 F42:	Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7).....	49
T1 F43:	Bussen (1).....	49



T1 F44: Führerausweisentzug (1)	49
T1 F45: Töff PS (1)	49
T1 F46: Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)	49
T1 F47: Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)	49
T1 F48: Unfall Erfahrung (1)	49
5.1.6 Fragen für Motorradfahrer, die auch Auto fahren	49
T1 F49: Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)	49
T1 F50: Fahrpraxis (1)	49
T1 F51: Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10)	49
T1 F52: Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)	49
T1 F53: Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (8)	49
T1 F54: Einstellung: Selbstwirksamkeit AUTO (2)	49
5.1.7 Fragen für Beifahrer	50
F55. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)	50
F56. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (5)	50
F57. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)	51
F58. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)	51
F59. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)	51
F60. Unfall Erfahrung (1)	52
5.1.8 Kampagnenevaluation	52
F64. Kampagnenerinnerung ungestützt (1) (Neue Platzierung, T1 F6)	52
Erklärungstext (1) → F 68	52
F65. Kampagnenerinnerung gestützt 1 (1)	52
F66. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Spot (1)	53
F67. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Plakat (1)	53
Erklärungstext Spot gesehen (1) → F68	53
Erklärungstext Plakat gesehen (1) → F68	53
Erklärungstext Spot und Plakat gesehen (1) → F68	53
F68. Kontaktorte (8)	53
F69. Kampagnenkontakt Internet (10)	54
F70. Kampagneninhalte ungestützt (1)	54
F71. Kampagneninhalte gestützt (4)	55
F72. Botschaft (1)	55
F73. Absender (1)	56
F74. Kampagnenwirkung Verhaltensänderung (4)	56
F75. Kampagnenwirkung Anschlusskommunikation (1)	56
F76. Gesprächsverhalten (1)	57
F77. Gesprächsinhalt (2)	57
F78. Kampagnenbewertung (10)	57
F79. Kampagnensprache (1)	58
F80. „Slow down“ Interpretation (1)	58
F81. „Take it easy“ Interpretation (1)	58
5.1.9 Sprachverständnis	58
F82. Kampagnensprache (1)	58
5.1.10 Schlussfragen für alle	59
F83. Einstellung: Notwendigkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)	59
F84. Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)	59
F85. Mediennutzung (8)	59
F86. Ausbildung (1)	60
6.1.9 Sonnenblende	104



5.1.2 Ansprache

Guten Abend/ guten Tag, mein Name ist XY, ich bin Mitarbeiter(in) von DemoSCOPE, einem unabhängigen Meinungsforschungsinstitut. Wir führen eine Befragung im Auftrag der Universität Zürich durch, wo das Thema „Sicherheit im Strassenverkehr“ behandelt. Ihr Haushalt ist durch ein Zufallsverfahren ausgewählt worden. Ihre Daten werden anonymisiert und vertraulich behandelt. Sie würden mir sehr helfen, wenn Sie mir ein paar Fragen beantworten würden. Es dauert nur zirka 20-25 Minuten.

5.1.3 Einstiegsfragen für alle

F1. Geschlecht (1) [GESCHLECHT OHNE ZU FRAGEN EINTRAGEN UND NUR IM ZWEIFELSFALL NACHFRAGEN.] 1 Mann 49.6% 2 Frau 50.4% (9 nicht feststell- und nicht erfragbar)
F2. Alter (1) Als erstes sollte ich von Ihnen wissen, wie alt Sie sind. [NOTIERWEISE: IN JAHREN EINTRAGEN] (999 k.A.)
F3. Fahrhäufigkeit (1) Wie häufig sind Sie als Fahrer oder Beifahrer im Auto unterwegs? 1 täglich 53.5% 2 1 – mehrmals pro Woche 32.7% 3 1 – mehrmals pro Monat 8.0% 4 1 – mehrmals pro Jahr 3.1% 5 nie 2.7%
F4.1 Filter: Führerausweisbesitz Auto (1) Filter F3 < 5 Besitzen Sie einen Führerausweis für Autos? [EINE ANTWORT] 1 Nein 97.3% 2 Ja 2.7% (8 weiss nicht) (9 k.A.)
F4.2 Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1) Filter 4.1 = 2 Sind Sie im letzten Jahr mindestens einmal selber Auto gefahren? [EINE ANTWORT] 1 Nein 94.5% 2 Ja 2.9% (8 weiss nicht) (9 k.A.) Ende Filter F4.1 Ende Filter F4.2



F5.	Filter: Führerausweisbesitz Motorrad (nur in T1, T3 und T5) (1)								
F6.	Kampagnenwahrnehmung (1) (neu im Evaluationsblock F64)								
F7.	Themenrelevanz Verkehrssicherheit (1) Für wie wichtig halten Sie das Thema Verkehrssicherheit? <table><tr><td>1 sehr wichtig</td><td>83.3%</td></tr><tr><td>2 eher wichtig</td><td>16.5%</td></tr><tr><td>3 eher unwichtig</td><td>0.2%</td></tr><tr><td>4 absolut unwichtig</td><td>0.0%</td></tr></table> (8 weiss nicht) (9 k.A.)	1 sehr wichtig	83.3%	2 eher wichtig	16.5%	3 eher unwichtig	0.2%	4 absolut unwichtig	0.0%
1 sehr wichtig	83.3%								
2 eher wichtig	16.5%								
3 eher unwichtig	0.2%								
4 absolut unwichtig	0.0%								
F8.1	Einstellung: Themenrelevanz Geschwindigkeit (1) Für wie wichtig halten Sie das Thema „angepasste Geschwindigkeit“ im Zusammenhang mit Verkehrssicherheit? <table><tr><td>1 sehr wichtig</td><td>73.8%</td></tr><tr><td>2 eher wichtig</td><td>24.1%</td></tr><tr><td>3 eher unwichtig</td><td>1.9%</td></tr><tr><td>4 absolut unwichtig</td><td>0.2%</td></tr></table> (8 weiss nicht) (9 k.A.)	1 sehr wichtig	73.8%	2 eher wichtig	24.1%	3 eher unwichtig	1.9%	4 absolut unwichtig	0.2%
1 sehr wichtig	73.8%								
2 eher wichtig	24.1%								
3 eher unwichtig	1.9%								
4 absolut unwichtig	0.2%								
F8.2	Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskontrollen (1) (Neue Platzierung, Welle1 F61) Für wie wichtig halten Sie die Geschwindigkeitskontrollen von der Polizei, um die Verkehrssicherheit zu erhöhen? <table><tr><td>1 sehr wichtig</td><td>41.5%</td></tr><tr><td>2 eher wichtig</td><td>42.8%</td></tr><tr><td>3 eher unwichtig</td><td>12.0%</td></tr><tr><td>4 absolut unwichtig</td><td>2.7%</td></tr></table> (8 weiss nicht) 0.8% (9 k.A.) 0.3%	1 sehr wichtig	41.5%	2 eher wichtig	42.8%	3 eher unwichtig	12.0%	4 absolut unwichtig	2.7%
1 sehr wichtig	41.5%								
2 eher wichtig	42.8%								
3 eher unwichtig	12.0%								
4 absolut unwichtig	2.7%								
F8.	Einstellung: Themenrelevanz Übermüdung (1)								



5.1.4 Fragen für Autofahrer

~~Die folgenden Fragen beziehen sich alle auf das Autofahren.~~

F9. Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)

Filter 4.2 = 2 (Fragen für aktive Autofahrer) N=1'016

Ganz allgemein, wie würden Sie Ihr fahrerisches Können beim Autofahren einstufen?

1 klar überdurchschnittlich	11.8%
2 eher überdurchschnittlich	30.6%
3 durchschnittlich	55.7%
4 eher unterdurchschnittlich	1.4%
5 klar unterdurchschnittlich	0.2%
(8 weiss nicht)	0.3%
(9 k.A.)	0.0%

F10. Fahrpraxis (1)

Wie viel Kilometer fahren Sie persönlich pro Jahr schätzungsweise mit dem Auto? Egal, ob mit Ihrem eigenen oder einem anderen Auto, so insgesamt gesehen, wie viel Kilometer sitzen Sie am Steuer? Würden Sie sagen ...

1 Unter 5.000 Kilometer	23.3%
2 5 bis unter 10.000 Kilometer	26.3%
3 10 bis unter 15.000 Kilometer	18.3%
4 15 bis unter 20.000 Kilometer	11.5%
5 20 bis unter 30.000 Kilometer	10.6%
6 30.000 Kilometer und mehr	9.9%

F11. Fahrstil (11)

Ich nenne Ihnen jetzt ein paar Aussagen, wo andere über ihren eigenen Fahrstil, also das Verhalten beim Autofahren gemacht haben. Können Sie mir bitte sagen, wie sehr die Aussagen auch auf Sie zutreffen.

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 trifft voll und ganz zu
2 trifft eher zu
3 trifft eher nicht zu
4 trifft überhaupt nicht zu
(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F11.1	Es macht mir Spass, mit hohem Tempo Auto zu fahren	3.06 (.029)
F11.2	Ich bin ein ruhiger, zurückhaltender Fahrer	1.84 (.025)
F11.3	Es macht mir Spass, anderen davonzufahren, andere abzuhängen	3.68 (.019)
F11.4	Ich fahre lieber zu langsam als zu schnell	2.69 (.030)
F11.5	Wenn ich die Gelegenheit habe, gebe ich Vollgas	3.19 (.029)
F11.6	Ich fahre nur ungern auf der Autobahn	3.33 (.030)
F11.7	Kurvige Landstraßen haben für mich einen sportlichen Reiz	3.12 (.031)
F11.8	Auf Landstrassen überhole ich nicht gern	2.43 (.033)
F11.9	Ich fahre manchmal schon ein bisschen riskant	3.27 (.024)
F11.10	Auf der Autobahn fahre ich häufig auf der Überholspur	2.77 (.029)
F11.11	Ich versuche häufig, das Limit des Autos auszunützen	3.61 (.021)

**F12. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)**

Beim Autofahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN.
DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN.
BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUN-
GEN MEHR KOMMEN]

F12.1	Nässe	31.5%
F12.2	Schnee	43.3%
F12.3	Laub	11.5%
F12.4	Lichtverhältnisse Dämmerung	16.9%
F12.5	Nebel	26.0%
F12.6	Kurven	4.0%
F12.7	Strasstyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	11.0%
F12.8	Fussgänger am Strassenrand	22.1%
F12.9	Velofahrer auf der Strasse	9.0%
F12.10	Verkehrsdichte	23.1%
F12.11	Eis	32.7%
F12.12	Regen	31.2%
F12.13	Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	9%
F12.14	Kinder	14.8%
F12.15	Gegenverkehr	5.4%
F12.16	Anderes	31.2%

F13. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (8)

Und wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 voll und ganz
2 eher schon
3 eher nicht
4 überhaupt nicht

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F13.1	Häufig lassen der Strassenzustand und die Verkehrsverhältnisse eine höhere Geschwindigkeit zu, als signalisiert ist	2.46 (.030)
F13.2	Wenn man nicht schneller fährt als signalisiert ist, ist man immer auf der sicheren Seite	2.59 (.032)
F13.3	Eine geringere Geschwindigkeit reduziert die Wahrscheinlichkeit, in einen Unfall verwickelt zu werden	2.20 (.030)
F13.4	Je höher die Geschwindigkeit, desto schlimmer sind die Folgen bei einem Unfall	1.33 (.020)
F13.5	Die Gefahr, einen Autounfall zu haben, hängt vor allem von meinem eigenen Fahrverhalten ab	2.23 (.028)
F13.6	Ich könnte einiges an meinem Fahrverhalten ändern, um meine Sicherheit im Strassenverkehr zu erhöhen	2.78 (.029)
F13.7	Übermüdet zu fahren, ist genauso gefährlich, wie wenn man alkoholisiert fährt	
F13.8	Ich habe mir vorgenommen, in Zukunft ein bisschen langsamer zu fahren	3.02 (.029)
F13.9	Ich fahre in letzter Zeit bewusst ein bisschen langsamer als früher	2.46 (.033)



F14. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)

Was denken Sie, wie gross ist der Einfluss von den folgenden Sachen auf Ihre Sicherheit beim Autofahren?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 *sehr gross*
- 2 *eher gross*
- 3 *eher klein*
- 4 *sehr klein*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F14.1	Tragen von Sicherheitsgurten	1.26 (.018)
F14.2	Anpassen von der Geschwindigkeit an die Strassen- und Verkehrsverhältnisse	1.26 (.016)
F14.3	Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss	1.13 (.015)
F14.4	Ablenkung durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichem	1.51 (.023)
F14.5	Müdigkeit	1.27 (.016)
F14.6	Richtige Einstellung von den Kopfstützen	1.71 (.027)
F14.7	Unachtsamkeit	1.27 (.017)
F14.8	Sicherheitsausrüstung vom Auto, wie z.B. ABS und Airbag	1.56 (.022)
F14.9	Verhalten der anderen Verkehrsteilnehmer	1.46 (.020)
F14.10	Telefonieren beim Fahren	1.40 (.023)

F15. Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)

Sind Sie im vergangenen Monat selber Auto gefahren?

1 *Nein* 96.4%

2 *Ja* 3.6%

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

F16. Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (0/8)

Filter F15=2

Ich lese Ihnen jetzt ein paar Fragen zum Autofahren vor. Denken Sie bitte an den letzten Monat und sagen Sie mir, wie häufig Sie sich entsprechend verhalten haben. Antworten Sie bitte mit...

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 *nie*
- 2 *selten*
- 3 *hin und wieder*
- 4 *oft*
- 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F16.1	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat den Sicherheitsgurt angezogen?	4.82 (.020)
F16.2	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Gefühl gehabt, dass Sie für die Strassen- und Verkehrsverhältnisse ein bisschen zu schnell unterwegs waren?	1.74 (.028)



F16.3	Wie häufig haben Sie sich im vergangenen Monat an die Alkohollimite (0,5 Promille) gehalten?	4.79 (.025)
F16.4	Wie häufig haben Sie sich durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichen Sachen ablenken lassen?	1.94 (.032)
F16.5	Wie häufig sind Sie im vergangenen Monat beim Fahren richtig müde gewesen?	1.53 (.026)
F16.6	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat auf richtig eingestellte Kopfstützen geachtet?	2.79 (.059)
F16.7	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat die Geschwindigkeitslimiten eingehalten?	4.29 (.025)
F16.8	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Licht auch am Tag eingeschaltet?	4.33 (.039)

F17. Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4)

Es kommt ja vor, dass man manchmal ein bisschen zu schnell fährt. Können Sie mir bitte sagen, wie oft Sie im letzten Monat die folgenden Geschwindigkeitsbegrenzungen absichtlich oder auch unabsichtlich übertreten haben?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 *nie*
- 2 *selten*
- 3 *hin und wieder*
- 4 *oft*
- 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

F17.1 Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?

F17.2 Ausserorts (80 km/h)?

F17.3 Innerorts in 50er Zonen?

F17.4 Innerorts in 30er Zonen?

F18. Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)

Können Sie mir jetzt noch sagen, um wie viele Stundenkilometer Sie die Geschwindigkeitsbegrenzung dabei übertreten haben. Es geht dabei um einen Durchschnittswert und nicht das absolute Maximum.

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN.]

[Codierung: WENN EIN GESCHWINDIGKEITS-BEREICH GENANNT WIRD, DANN SOLL DIE OBERE GENANNT GRENZE CODIEREN WERDEN (Z.B. NENNUNG VON „5-10“ WIRD MIT CODE 2 CODIERT, DA 10 IN DIESE KATEGORIE FÄLLT.)

- 1 *1-5 km/h zu schnell*
- 2 *6-10 km/h zu schnell*
- 3 *11-15 km/h zu schnell*
- 4 *16-20 km/h zu schnell*
- 5 *21 und mehr km/h zu schnell*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

Filter F17.1>1

F18.1 Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?

Ende Filter



Filter F17.2>1				
F18.2 Ausserorts (80 km/h)?				
Ende Filter				
Filter F17.3> 1				
F18.3 Innerorts in 50er Zonen?				
Ende Filter				
Filter F17.4> 1				
F18.4 Innerorts in 30er Zonen?				
Ende Filter				
Ende Filter Fahren im letzten Monat				
			ZONE	
% der Übertretung (aller Übertretungen)	100/120 km/h	80 km/h	50 km/h	30 km/h
1-5 km/h zu schnell	19.4	34.4	65.4	54.1
6-10 km/h zu schnell	56.0	53.5	30.3	35.1
11-15 km/h zu schnell	13.5	6.0	1.8	5.7
16-20 km/h zu schnell	9.1	4.4	0.5	2.2
21 und mehr km/h zu schnell	1.3	0.7	0.8	0.4
Weiss nicht	0.6	1.0	1.1	2.5
Keine Angabe / verweigert	0.1	0.0	0.0	0.0
F19. Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8)				
Filter: Frage überspringen, wenn F17.1=1 UND F17.2=1 UND F17.3=1 UND F17.4= 1 (um Personen auszufiltern, die NIE zu schnell fahren)				
Wenn Sie mal zu schnell fahren, wie oft ist es dann aus folgenden Gründen? Antworten Sie wieder mit				
[EINE ANTWORT PRO ZEILE]				
1 <i>nie</i>				
2 <i>selten</i>				
3 <i>hin und wieder</i>				
4 <i>oft</i>				
5 <i>immer</i>				
(8 <i>weiss nicht</i>)				
(9 <i>k.A.</i>)				
[ITEMS ROTIEREN]				
F19.1	Aus Unachtsamkeit			2.42 (.037)
F19.2	Weil ich es pressant habe			2.26 (.038)
F19.3	Weil alle zu schnell fahren			1.88 (.036)
F19.4	Weil es Spass macht ein bisschen zügig zu fahren			1.77 (.036)
F19.5	Weil ich ein guter Fahrer/ eine gute Fahrerin bin und die Sache auch so unter Kontrolle habe			2.00 (.044)
F19.6	Weil es nur wenige Geschwindigkeitskontrollen gibt			1.49 (.029)
F19.7	Weil ich die Geschwindigkeitskontrollen rechtzeitig erkennen und bremsen kann			1.61 (.036)
F19.8	Weil ich müde bin und schnell ans Ziel will			1.37 (.025)
F19.9	Weil ich möglichst schnell an meinem Ziel ankommen will			2.02 (.039)
F20. Wissen: Autofahren und Müdigkeit (3)				
F21. Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1)				



F22. Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)
 Manchmal fährt man ja bewusst langsamer als es möglich wäre. Wie oft ist das bei Ihnen aus folgenden Gründen der Fall? Antworten Sie wieder mit

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *nie*
 2 *selten*
 3 *hin und wieder*
 4 *oft*
 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)
 (9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F22.1	Weil ich müde bin	1.77 (.034)
F22.2	Weil ich dann die Fahrt mehr geniessen kann	1.90 (.036)
F22.3	Aus Rücksicht auf meine Beifahrer	2.40 (.043)
F22.4	Weil ich so Unfälle vermeiden kann	2.45 (.044)
F22.5	Weil bei einem Unfall dadurch die Folgen weniger schlimm sind	1.95 (.040)
F22.6	Weil ich es nicht eilig habe	2.24 (.040)
F22.7	Weil man nicht immer alles unter Kontrolle haben kann	2.26 (.039)

F23. Bussen (1)
 Wie viele Bussen haben Sie in den letzten drei Jahren wegen zu schnellem Autofahren bekommen?

[ANTWORTEN VORLESEN]

1 <i>keine</i>	53.1%
2 <i>1</i>	23.5%
3 <i>2-5</i>	21.0%
4 <i>6-10</i>	1.7%
5 <i>mehr als 10</i>	0.5%

(8 *weiss nicht*) 0.2%
 (9 *k.A.*) 0.0%

F24. Führerausweisentzug (1)
 Ist Ihnen der Führerausweis schon mal entzogen worden, weil Sie zu schnell Auto gefahren sind?

1 <i>Nein</i>	90.9%
2 <i>Ja</i>	9.1%

(8 *weiss nicht*)
 (9 *k.A.*)

F25. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)
 Für wie schwer schätzen Sie die Verletzungen ein, wo bei einer Frontalkollision mit 50 Stundenkilometern entstehen können?

[Beispiele für Verletzungsgrade: Schnittwunden, Prellungen (gering); Brüche (mittel); Lähmungen, Amputationen (schwer)]

[WENN EINE BANDBREITE ANGEGEBEN WIRD, DANN SOLL DIE HÖHERE KATEGORIE CODIERT WERDEN]



[ANTWORTEN VORLESEN]

1 Keine Verletzungen	0.6%
2 Geringe Verletzungen	2.0%
3 Mittlere Verletzungen	14.0%
4 Schwere Verletzungen	57.4%
5 Tödliche Verletzungen	25.9%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

F26. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)

Wie gross schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Sie im Verlauf von einem Jahr in einen Autounfall verwickelt werden, bei dem Sie mit mehr als 50 Stundenkilometern zusammen stossen? Bitte sagen Sie mir einen Prozentwert (= Wahrscheinlichkeit).

[NOTIERHINWEIS: XX.XXX, DREI NACHKOMMASTELLEN]

(88.8 weiss nicht)

(99.9 k.A.)

F27. Unfall Erfahrung (1)

Sind Sie selber schon mal in einen Autounfall mit einem grösseren Sachschaden oder einer verletzten Person verwickelt gewesen?

1 Nein	69.8%
2 Ja, grösserer Sachschaden	19.7%
3 Ja, verletzte Person	2.9%
4 Ja, beides	7.5%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

Ende Filter Autofahrer



5.1.5 Fragen für Motorradfahrer

Die folgenden Fragen beziehen sich alle auf das Motorradfahren.
T1 F29: Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)
T1 F30: Fahrpraxis (1)
F1 F31: Fahrstil (11)
T1 F32: Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10)
T1 F33: Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (7)
T1 F34: Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (8)
T1 F35: Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)
T1 F36: Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (6)
T1 F37: Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4)
T1 F38: Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)
T1 F39: Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8)
T1 F40: Wissen: Töfffahren und Müdigkeit (3)
T1 F41: Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1)
T1 F42: Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)
T1 F43: Bussen (1)
T1 F44: Führerausweisentzug (1)
T1 F45: Töff PS (1)
T1 F46: Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)
T1 F47: Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)
T1 F48: Unfall Erfahrung (1)

5.1.6 Fragen für Motorradfahrer, die auch Auto fahren

T1 F49: Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)
T1 F50: Fahrpraxis (1)
T1 F51: Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10)
T1 F52: Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)
T1 F53: Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (8)
T1 F54: Einstellung: Selbstwirksamkeit AUTO (2)



5.1.7 Fragen für Beifahrer

Fragen für Personen, die keinen Führerausweis besitzen oder erwerben wollen, aber mitfahren

F55. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)

Filter F3<5 UND 4.1= 1 N=29

Beim Autofahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?

[ANTWORTEN **NICHT VORLESEN**.
DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN.
BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUNGEN MEHR KOMMEN]

F55.1	Nässe	31.0%
F55.2	Schnee	37.9%
F55.3	Laub	20.7%
F55.4	Lichtverhältnisse Dämmerung	31.0%
F55.5	Nebel	34.5%
F55.6	Kurven	3.4%
F55.7	Strasstyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	6.9%
F55.8	Fussgänger am Strassenrand	13.8%
F55.9	Velofahrer auf der Strasse	6.9%
F55.10	Verkehrsdichte	20.7%
F55.11	Eis	37.9%
F55.12	Regen	37.9%
F55.13	Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	17.2%
F55.14	Kinder	20.7%
F55.15	Gegenverkehr	3.4%
F55.16	Anderes	20.7%

F56. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (5)

Und wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Geschwindigkeit zu?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 voll und ganz
- 2 eher schon
- 3 eher nicht
- 4 überhaupt nicht

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F56.1	Häufig lassen der Strassenzustand und die Verkehrsverhältnisse eine höhere Geschwindigkeit zu als signalisiert ist	2.57 (.188)
F56.2	Wenn man nicht schneller fährt als signalisiert ist, ist man immer auf der sicheren Seite	2.18 (.179)
F56.3	Eine geringere Geschwindigkeit reduziert die Wahrscheinlichkeit, in einen Unfall verwickelt zu werden	1.79 (.157)
F56.4	Je höher die Geschwindigkeit, desto schlimmer sind die Folgen bei einem Unfall	1.24 (.081)
F56.5	Die Gefahr, einen Autounfall zu haben, hängt vor allem vom eigenen Fahrverhalten ab	2.07 (.130)



F57. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)

Was denken Sie, wie gross ist der Einfluss von den folgenden Sachen auf die Sicherheit beim Autofahren?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 sehr gross
- 2 eher gross
- 3 eher klein
- 4 sehr klein

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F57.1	Tragen von Sicherheitsgurten	1.17 (.071)
F57.2	Anpassen der Geschwindigkeit an die Strassen- und Verkehrsverhältnisse	1.21 (.077)
F57.3	Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss	1.07 (.048)
F57.4	Ablenkung durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichem	1.17 (.071)
F57.5	Müdigkeit	1.10 (.058)
F57.6	Richtige Einstellung von den Kopfstützen	1.90 (.135)
F57.7	Unachtsamkeit	1.07 (.050)
F57.8	Sicherheitsausrüstung vom Auto, wie z.B. ABS und Airbag	1.43 (.120)
F57.9	Verhalten der anderen Verkehrsteilnehmer	1.38 (.104)
F57.10	Telefonieren während dem Fahren	1.21 (.077)

F58. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)

Für wie schwer schätzen Sie die Verletzungen ein, wo bei einer Frontalkollision mit 50 Stundenkilometern entstehen können?

[Beispiele für Verletzungsgrade: Schnittwunden, Prellungen (gering); Brüche (mittel); Lähmungen, Amputationen (schwer)]

[WENN EINE BANDBREITE ANGEGEBEN WIRD, DANN SOLL DIE HÖHERE KATEGORIE CODIERT WERDEN]

[ANTWORTEN VORLESEN]

1 Keine Verletzungen	0.0%
2 Geringe Verletzungen	0.0%
3 Mittlere Verletzungen	10.3%
4 Schwere Verletzungen	72.4%
5 Tödliche Verletzungen	17.2%

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

F59. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)

Wie gross schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Sie im Verlauf von einem Jahr in einen Autounfall verwickelt werden, bei dem Sie mit mehr als 50 Stundenkilometern zusammen stossen? Bitte sagen Sie mir einen Prozentwert (= Wahrscheinlichkeit).

[NOTIERHINWEIS: XX.XXX, DREI NACHKOMMASTELLEN]

(88.8 weiss nicht)
(99.9 k.A.)



F60. Unfall Erfahrung (1)

Sind Sie selber schon mal in einen Autounfall mit einem grösseren Sachschaden oder einer verletzten Person verwickelt gewesen?

- | | |
|-----------------------------|-------|
| 1 Nein | 79.3% |
| 2 Ja, grösserer Sachschaden | 17.2% |
| 3 Ja, verletzte Person | 0.0% |
| 4 Ja, beides | 3.4% |

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

Ende Filter Beifahrer

5.1.8 Kampagnenevaluation

F64. Kampagnenerinnerung ungestützt (1) (Neue Platzierung, T1 F6)

Zum Thema Verkehrssicherheit werden ja immer wieder Kampagnen durchgeführt. Haben Sie in der letzten Zeit solche gesehen und können Sie mir diese beschreiben?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! NACHFRAGEN, BIS KEINE NEUEN KAMPAGNEN MEHR GENANNT WERDEN!]
[GENANNTES SOFORT EINTRAGEN. MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH.]

- | | | |
|--|-------|-------|
| a) Angepasste Geschwindigkeit / langsamer fahren / Slow Down / Take it easy / Engel | → F68 | 7.7% |
| b) Sicherheitsgurte | | 12.8% |
| c) Kopfstützenkampagne | | 6.9% |
| d) Alkohol (Drink or Drive) | | 14.0% |
| e) Motorradkampagne (Fahr weise) | | 1.5% |
| f) Schulanfang / Schulweg (Achtung Kinder, Larissa: „Gäll, du haltisch für mich aa“) | | 12.6% |
| g) Velohelm | | 3.6% |
| h) Blindflug („keine Ablenkung während der Fahrt“; „lenken statt ablenken“) | | 1.5% |
| i) Andere [Antwort notieren]: | | 17.5% |

Erklärungstext (1) → F 68

Filter F64a) angegeben

[BEI NENNUNG MEHRERER KAMPAGNEN WENN MÖGLICH DIE BESCHREIBUNG VERWENDEN, WELCHE DIE LEUTE VERWENDET HABEN]

In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie (bei Antwort A) gerade beschrieben haben.

F65. Kampagnenerinnerung gestützt 1 (1)

Filter F64a) nicht angegeben

Wir interessieren uns speziell für eine Kampagne, wo Sie noch nicht erwähnt haben. Haben Sie in den letzten Wochen eine Kampagne zum Thema „Geschwindigkeit im Strassenverkehr“ gesehen?

- | | |
|--|-------|
| 1 Nein, noch nie gesehen | 81.0% |
| 2 Ja, schon gesehen .. -> F68 ohne Einleitungstext | 8.4% |

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)



<p>F66. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Spot (1) Filter F65= 1</p> <p>Erinnern Sie sich an einen Werbespot am Fernsehen, im Kino oder im Internet, in dem ein Engel zusammen mit einer Rockband zu Leuten im Auto singt?</p> <p>1 <i>Nein, ich erinnere mich nicht</i> 56.5% 2 <i>Ja, ich erinnere mich</i> 23.6%</p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p>	
<p>F67. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Plakat (1)</p> <p>Erinnern Sie sich an ein Plakat mit dem Bremslicht von einem Auto und einem Kleber neben dran?</p> <p>1 <i>Nein, ich erinnere mich nicht</i> 69.1% 2 <i>Ja, ich erinnere mich</i> 10.4%</p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p> <p>Filter: Wer sich nicht an die Kampagne erinnern kann (F65+F66+F67 = nein) → F82</p>	
<p>Erklärungstext Spot gesehen (1) → F68 Filter F66=2 und F67=1 (Spot gesehen, Plakat nicht gesehen)</p> <p>In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie schon mal den Spot gesehen haben.</p>	
<p>Erklärungstext Plakat gesehen (1) → F68 Filter F66=1 und F67=2 (Plakat gesehen, Spot nicht gesehen)</p> <p>In den Folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie schon mal das Plakat gesehen haben.</p>	
<p>Erklärungstext Spot und Plakat gesehen (1) → F68 Filter F66=2 und F67=2 (Plakat gesehen, Spot gesehen)</p> <p>In den Folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, von der Sie schon mal den Spot und das Plakat gesehen haben.</p>	
<p>F68. Kontaktorte (8) Filter F64a)= 1 (FVS Kampagne ungestützt erkannt) oder F65=2 (1. Stütze) oder F66=2 oder F67=2 (2. Stützen)</p> <p>Kampagnen werden ja häufig über verschiedene Medien kommuniziert. Können Sie mir sagen, ob Sie diese Kampagne an den folgenden Orten schon gesehen haben?</p> <p style="text-align: center;">EINE ANTWORT PRO ZEILE</p> <p>1 <i>Nie gesehen</i> 2 <i>Schon gesehen</i></p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p> <p style="text-align: center;">ITEMS ROTIEREN</p> <p style="text-align: right;">Alle Personen mit Kampagnenkontakt</p>	



F68.1	Auf Plakaten	21.8%	48.1%
F68.2	Im Fernsehen (TV Spot)	34.5%	76.2%
F68.3	Im Kino	5.4%	11.8%
F68.4	In Computer Spielen (Bandenwerbung)	1.5%	3.4%
F68.5	Internet <u>Bannerwerbung</u> (NICHT die Website der Kampagne selbst)	5.3%	11.6%
F68.6	<u>Internet-Seite</u> der Kampagne (Web-Seite der Kampagne selber, nicht die Bannerwerbung am Rand)	2.7%	5.9%
F68.7	Aufkleber (Sticker)	9.3%	20.5%
F68.8	Inserate	11.1%	24.5%
F69. Kampagnenkontakt Internet (10)			
Filter F68.6 angegeben (Internet-Seite besucht)			
Ich zähle jetzt ein paar Sachen auf, wo auf der Internet-Seite vorkommen. Können Sie mir bitte sagen, ob Sie diese angesehen oder genutzt haben?			
1 Ja, angesehen oder genutzt			
2 Nein, nicht angesehen oder genutzt			
8 weiss nicht			
(9 k.A.)			
ITEMS ROTIEREN		% der Internetnutzer (F68.6)	Absolut
F69.1	Werbespot (nicht Musik-Clip der Band)	1.4%	15
F69.2	Musik-Clip (nicht Werbe-Spot mit Autofahrern)	1.0%	10
F69.3	9 Gründe wieso man langsamer fahren sollte	0.4%	4
F69.4	Spiel zum ausprobieren vom Bremsweg	1.0%	10
F69.5	Spiel mit dem Sprung aus einem Haus	2.6%	27
F69.6	Informationen zu Unfallstatistiken	0.8%	8
F69.7	Informationen zur Physik im Strassenverkehr	0.7%	7
F69.8	Etwas bestellt, z.B. Kleber	0.8%	8
F69.9	Link zu Facebook	1.0%	10
F69.10	Informationen für Töff-Fahrer	0.8%	8
ENDE Filter F69			
F70. Kampagneninhalt ungestützt (1)			
Können Sie mir kurz beschreiben, an was Sie sich bei der Kampagne noch erinnern können? Z.B. was sieht man auf dem Plakat oder was passiert im Spot?			
ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH			
<i>Personen</i>			
		Alle	Personen mit Kampagnenkontakt
1	Engel, Jesus, Hippie	16.0%	35.2%
2	Rockband	7.3%	16.0%
3	Weisse Kleider	1.3%	3.0%
4	Mann (im Auto)	3.9%	8.6%
5	Frau (im Auto)	5.5%	12.0%
<i>Orte</i>			
6	Tiefgarage	3.7%	8.2%
7	Landstrasse	1.9%	4.2%
<i>Handlungen</i>			
8	(Versuchtes) Überholmanöver	0.8%	1.7%
9	Leute im Stress	2.8%	6.1%



10	<i>Staunen der Autofahrer</i>	0.1%	0.2%
11	<i>Lachen, Freude der Autofahrer</i>	0.4%	0.8%
12	<i>Engel beruhigt</i>	3.3%	7.4%
13	<i>Entspanntes Fahren</i>	2.1%	4.6%
14	<i>Langsames Fahren</i>	2.0%	4.4%
<i>Anderes</i>			
15	<i>Lied / Musik</i>	7.8%	17.3%
16	<i>Englische Sprache</i>	0.8%	1.7%
17	<i>Slow down</i>	6.8%	15.0%
18	<i>Take it easy</i>	5.5%	12.0%
19	<i>Flügel (des Engels oder im Logo)</i>	1.1%	2.3%
20	<i>Kleber auf Auto</i>	2.2%	4.9%
21	<i>Bremslicht</i>	2.3%	5.1%
<i>Informationen</i>			
22	<i>Internet-Adresse (www.slow-n-easy.ch)</i>	0.2%	0.4%
23	<i>Logos der Organisationen (bfu, ASA/VSS, FVS)</i>	0.2%	0.4%
24	<i>Anderes, nämlich:</i>	11.7%	25.7%
88	<i>weiss nicht</i>	8.5%	18.8%
	<i>(99 k.A.)</i>		
F71. Kampagneninhalt gestützt (4)			
Ich zähle jetzt ein paar Sachen auf, die in der Kampagne vorkommen. Können Sie mir bitte sagen, ob Sie sich an diese erinnern können?			
ITEMS ROTIEREN		Alle	Personen mit Kampagnen
Filter F70 Antwort 17 nicht genannt			
F71.1	Die Aussage „Slow Down“	22.4%	49.5%
Filter F70 Antwort 18 nicht genannt			
F71.2	Die Aussage „Take it easy“	23.9%	52.9%
Filter F70 Antwort 20 nicht genannt			
F71.3	Kleber neben dem Bremslicht des Autos	13.6%	30.0%
Filter F70 Antwort 22 nicht genannt			
F71.4	Internet-Adresse www.slow-n-easy.ch	10.1%	22.4%
Ende Filter			
F72. Botschaft (1)			
Was ist ihrer Meinung nach die Botschaft von dieser Kampagne?			
[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH. NACH WEITEREN BOTSCHAFTEN FRAGEN BIS KEINE MEHR GENANNT WIRD]			
		Alle	Personen mit Kampagnen
1	<i>Slow down</i>	1.8%	4.0%
2	<i>Take it easy</i>	3.3%	7.4%
3	<i>Man soll langsamer fahren</i>	18.3%	40.3%
4	<i>Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen</i>	8.7%	19.2%
5	<i>Langsamer fahren macht Spass</i>	4.1%	9.1%
6	<i>Langsam fahren ist cool</i>	4.1%	9.1%
7	<i>Anderes, nämlich:</i>	13.9%	30.6%
8	<i>weiss nicht</i>	4.5%	9.9%
	<i>(9 k.A.)</i>		



F73. Absender (1)

Wissen Sie auch, von wem die Kampagne ist?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH]

	Alle	Personen mit Kampagnen
1 Ja, vom Schweizerischen Versicherungsverband (ASA/SVV)	0.5%	1.1%
2 Ja, von der bfu (Beratungsstelle für Unfallverhütung)	8.0%	17.7%
3 Ja, vom FVS (Fonds für Verkehrssicherheit)	0.2%	0.4%
4 Ja, vom TCS (Touring Club), ACS (Automobilclub), VCS (Velo Club)	2.3%	5.1%
5 Ja, von der Polizei	0.6%	1.3%
6 Ja, vom Bund, Bundesämter	2.5%	5.5%
7 Von (NOTIEREN) _____:	1.7%	3.8%
8 Nein, weiss nicht (9 k.A.)	30.0%	66.0%

F74. Kampagnenwirkung Verhaltensänderung (4)

Filter F70 Antwort 22 nicht genannt

Ich lese Ihnen jetzt vor, wie andere auf die Kampagne reagiert haben. Können Sie mir bitte sagen, wie sehr das auch auf Sie zutrifft. Bitte antworten Sie mit...

EINE ANTWORT PRO ZEILE

- 1 trifft voll und ganz zu
- 2 trifft eher zu
- 3 trifft eher nicht zu
- 4 trifft überhaupt nicht zu
- (8 weiss nicht)
- (9 k.A.)

ITEMS ROTIEREN

F74.1	Die Kampagne hat mich zum Nachdenken über meinen eigenen Fahrstil angeregt	2.69 (.049)
F74.2	Mir ist bewusst geworden, dass auch ich ein bisschen langsamer fahren könnte	2.75 (.048)
F74.3	Ich habe mir vorgenommen, ein bisschen langsamer zu fahren	2.95 (.045)
Filter F15= 2 (nur Personen, die im letzten Monat auch selbst gefahren sind)		
F74.4	Ich habe meinen Fahrstil wegen der Kampagne angepasst und fahre jetzt ein bisschen langsamer	3.33 (.038)

ENDE Filter F74

F75. Kampagnenwirkung Anschlusskommunikation (1)

Haben Sie mit anderen Personen über die Kampagne geredet?

	Alle	Personen mit Kampagnenkontakt
1 Nein, noch nie darüber geredet	31.3%	69.0%
2 Ja, schon darüber geredet	13.2%	29.1%
(8 weiss nicht)		
(9 k.A.)		

**F76. Gesprächsverhalten (1)**Filter F75 = 2 (nur Personen, die über die Kampagne geredet haben) **N=138**

Wenn Sie an ein solches Gespräch denken, haben eher Sie jemand anderem davon erzählt, oder ist es eher jemand anderes gewesen, wo Ihnen davon erzählt hat?

	Alle	Personen mit Anschlusskommunikation
1 Eher ich jemand anderem	4.7%	35.5%
2 Eher jemand anderer mir	3.1%	23.2%
3 Beide ungefähr gleich viel	4.7%	35.5%
(8 weiss nicht)	0.8%	35.5%
(9 k.A.)		

F77. Gesprächsinhalt (2)

- 1 Ja, darüber geredet
 2 Nein, nicht darüber geredet
 (8 weiss nicht)
 (9 k.A.)

ITEMS ROTIEREN

	Alle	Personen mit Anschlusskommunikation
F77.1 Haben Sie bei diesen Gesprächen über die Umsetzung von der Kampagne (wie z.B. das Logo, den Engel und die Musik) geredet?	8.3%	63.0%
F77.2 Haben Sie bei diesen Gesprächen über die Botschaft oder die Wirkung von der Kampagne geredet?	8.0%	60.9%

Ende Filter

F78. Kampagnenbewertung (10)

Ich lese Ihnen jetzt ein paar Aussagen von anderen Personen vor. Sagen Sie mir bitte, wie sehr Sie diesen zustimmen. Wenn Sie die Kampagne zu wenig gut in Erinnerung haben, um eine Frage zu beantworten, dann sagen Sie mir dies einfach.

EINE ANTWORT PRO ZEILE

- 1 stimme voll und ganz zu
 2 stimme eher zu
 3 stimme eher nicht zu
 4 stimme überhaupt nicht zu
 (8 weiss nicht)
 (9 k.A.)

ITEMS ROTIEREN

F78.1 Die Kampagne ist gut gemacht	1.63 (.037)
F78.2 Die Kampagne betrifft auch mich	2.22 (.049)
F78.3 Ich sollte die Botschaft von der Kampagne ernst nehmen	1.72 (.040)
F78.4 Die Kampagne ist belehrend	2.09 (.044)
F78.5 Kampagnen zum Fahrverhalten nerven mich	3.54 (.033)
F78.6 Die Kampagne betrifft vor allem Raser	2.65 (.051)
F78.7 Die Kampagne ist informativ	1.93 (.041)
F78.8 Die Kampagne ist originell	1.62 (.036)
F78.9 Mir ist die Botschaft der Kampagne unklar	3.48 (.041)
F78.10 Ich finde die Kampagne sympathisch	1.64 (.039)



F79. Kampagnensprache (1)

Der Leitspruch der neuen Verkehrssicherheitskampagne ist auf Englisch und lautet „Slow Down, Take it easy“. Könnten Sie diesen Spruch jemandem sinngemäss übersetzen, der kein Englisch kann?

	Alle	Personen mit Kampagnenkontakt
1 <i>Nein</i>	9.1%	20.0%
2 <i>Ja</i>	35.7%	78.7%
(8 weiss nicht)	0.5%	1.1%
(9 k.A.)	0.1%	0.2%

F80. „Slow down“ Interpretation (1)

Filter F79=2

Ich lese Ihnen jetzt vier sinngemässe Übersetzungen von „Slow down“ vor. Können Sie mir bitte sagen, welche für Sie am besten die Botschaft von der Kampagne ausdrückt?

	Alle	Personen mit Kampagnenkontakt
1 <i>Man soll nicht schneller fahren als erlaubt ist</i>	2.5%	7.0%
2 <i>Man soll generell langsamer fahren</i>	15.7%	44.0%
3 <i>Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen</i>	15.8%	44.2%
4 <i>Man soll früher bremsen</i>	0.7%	1.9%
(8 weiss nicht)	0.8%	2.1%
(9 k.A.)	0.3%	0.8%

F81. „Take it easy“ Interpretation (1)

Und jetzt noch vier Übersetzungen von „Take it easy“. Können Sie mir auch da sagen, welche für Sie am besten die Botschaft von der Kampagne ausdrückt?

	Alle	Personen mit Kampagnenkontakt
1 <i>Man soll die Fahrt geniessen</i>	3.0%	8.3%
2 <i>Man soll zurückhaltend fahren</i>	3.7%	10.5%
3 <i>Man soll beim Fahren ruhig bleiben</i>	22%	61.7%
4 <i>Langsam fahren macht Spass und ist cool</i>	5.9%	16.6%
(8 weiss nicht)	1.0%	2.7%
(9 k.A.)	0.1%	0.3%

Ende Filter

5.1.9 Sprachverständnis

F82. Kampagnensprache (1)

Filter F64 nicht = a UND F65=1 UND F66=1 UND F67=1 (Personen, welche die Kampagne NICHT gesehen haben) N=525

Der Leitspruch der neuen Verkehrssicherheitskampagne ist Englisch und lautet „Slow Down, Take it easy“. Wie würden Sie diesen Spruch jemandem sinngemäss übersetzen, der kein Englisch kann?

[KATEGORIEN NICHT VORLESEN]

1 <i>Übersetzung:...</i>	69.9%
2 <i>Verstehe es nicht / kann ich nicht übersetzen</i>	30.1%

(9 k.A.)

Ende Filter F82



5.1.10 Schlussfragen für alle

F83. Einstellung: Notwendigkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)	
Für wie wichtig halten Sie es, dass eine Kampagne für langsames Fahren gemacht wird?	
1 sehr wichtig	39.9%
2 eher wichtig	43.4%
3 eher unwichtig	12.4%
4 absolut unwichtig	3.0%
(8 weiss nicht)	1.1%
(9 k.A.)	0.2%
F84. Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)	
Glauben Sie, dass eine Kampagne für langsames Fahren tatsächlich eine Wirkung aufs Fahrverhalten haben kann?	
1 Ja sicher	15.9%
2 Eher ja	36.7%
3 Eher nicht	33.9%
4 Nein sicher nicht	10.6%
(8 weiss nicht)	2.6%
(9 k.A.)	0.4%
F85. Mediennutzung (8)	
Jetzt habe ich noch ein paar Fragen, wie oft Sie verschiedene Medien nutzen. Antworten Sie bitte mit...	
[EINE ANTWORT PRO ZEILE]	
1 täglich	
2 mehrmals pro Woche	
3 mehrmals pro Monat	
4 Mehrmals pro Jahr	
5 seltener	
6 nie	
[ITEMS ROTIEREN]	
F85.1	Wie häufig schauen Sie Programme vom Schweizer Fernsehen? (Deutschschweiz: SF1, SF zwei, SF info; Französische Schweiz: TSR 1, TSR 2; Italienische Schweiz: La1, La2 (ehem. TSI 1, TSI 2) 2.11 (.045)
F85.2	Wie häufig schauen Sie Schweizer Privat-Fernseh-Sender? (3+, Tele Züri, Tele Bärn, Tele Top, Tele Tell etc.) 3.79 (.061)
F85.3	Wie häufig schauen Sie Deutsche Privat-Fernseh-Sender? (RTL, Pro7, VOX, Sat 1, Kabel 1 etc. ; NICHT ARD, ZDF, 3Sat, SWR3 etc.) 2.80 (.057)
F85.4	Wie häufig hören Sie Schweizer Privatradios? (Deutschschweiz: alle ausser DRS 1,2,3,4, Virus, Musikwelle, Swiss Pop, Swiss Jazz, Swiss Classic; Französische Schweiz: alle ausser La 1ère, Espace 2, Couleur 3, Option Musique, RSR Savoires, WRS, Swiss Pop, Swiss Jazz, Swiss Classic; Italienische Schweiz: alle ausser Reteuno, Retedue, Retetre) 2.97 (.064)
F85.5	Wie oft nutzen Sie das Internet (ohne E-Mail)? 2.21 (.052)
F85.6	Wie oft spielen Sie Computerspiele, in denen es um Auto- und Töfffahren geht? 5.69 (.026)
F85.7	Wie oft gehen Sie ins Kino? 4.57 (.030)
F85.8	Wie oft sehen Sie sich bewusst Plakate auf der Strasse an? 3.28 (.051)
Zum Schluss habe ich noch eine Frage zu Ihrer Person.	



F86. Ausbildung (1)

Was ist Ihre höchste Ausbildung?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! Bei Unsicherheit beim Interviewten Nachfragen und die möglichen Kategorien nennen. Wenn keine eindeutige Zuordnung möglich ist, dann soll zusätzlich zur Codierung (bitte in jedem Fall vornehmen) auch die Angabe offen erfasst werden]

1	Keine Schulbildung	0.1%
2	Primarschule	1.7%
3	Sekundarschule	3.3%
4	Anlehre (mit Anlehrvertrag)	0.9%
5	Berufslehre oder Berufsschule	38.7%
6	Diplommittelschule oder allgemeinbildende Schule	1.7%
7	Handelsschule, Handelsdiplom	5.7%
8	Berufsmatura	1.8%
9	Maturitätsschule, Gymnasium, Seminar	4.8%
10	Höhere Fachschule (Krankenpflegeschule, Schule für Sozialarbeit Medizinisch-technische Assistentin)	9.3%
11	Höhere Berufsausbildung mit Meisterdiplom, Eidgenössischem Fachausweis oder Gleichwertiges	5.3%
12	Fachhochschule, Technikerschule (Technikum)	7.8%
13	Universität, ETH (Eidgenössische Technische Hochschule), EPFL, HSG (Hochschule St. Gallen)	13.5%
14	Bei Unsicherheit ZUSÄTZLICH offen erfassen:: _____	7.3%
99	Keine Angabe	

Vielen Dank!



5.2 Fragebogen T3 mit Mittelwerten und Häufigkeiten

5.2.1 Übersicht Fragen und Items

5.2.1	Übersicht Fragen und Items	61
5.2.2	Ansprache:	63
5.2.3	Einstiegsfragen für alle	63
F1.	Geschlecht (1)	63
F2.	Alter (1).....	63
F3.	Fahrhäufigkeit (1)	63
F4.1	Filter: Führerausweisbesitz Auto (1).....	63
F4.2	Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1)	63
F5.1	Filter: Führerausweisbesitz Motorrad (nur in T1, T3 und T5) (1).....	64
F5.2	Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1)	64
F6.	Kampagnenwahrnehmung (-) (Ab T2 im Evaluationsblock F64).....	64
F7.	Themenrelevanz Verkehrssicherheit (1)	64
F8.1	Einstellung: Themenrelevanz Geschwindigkeit (1)	64
F8.2	Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskontrollen (1) (ab T2 hier, in T1 noch F61).....	65
F9.	Einstellung: Themenrelevanz Übermüdung (-) nur in T1 abgefragt.....	65
5.2.4	Fragen für Autofahrer (n=755).....	66
F10.	Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)	66
F11.	Fahrpraxis (1).....	66
F12.	Fahrstil (11).....	66
F13.	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)	67
F14.	Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (8).....	67
F15.	Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)	68
F16.	Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1).....	68
F17.	Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (0/8).....	68
F18.	Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4).....	69
F19.	Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)	69
F20.	Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8).....	70
F21.	Wissen: Autofahren und Müdigkeit (-) nur in T1 abgefragt.....	70
F22.	Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (-) nur in T1 abgefragt.....	70
F23.	Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)	71
F24.	Bussen (1)	71
F25.	Führerausweisentzug (1).....	71
F26.	Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1).....	71
F27.	Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1).....	72
F28.	Unfall Erfahrung (1).....	72
5.2.5	Fragen für Motorradfahrer (n=186).....	73
F29.	Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)	73
F30.	Fahrpraxis (1).....	73
F31.	Fahrstil (11).....	73
F32.	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)	74
F33.	Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (7).....	74
F34.	Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (8)	75
F35.	Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1).....	75
F36.	Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (6).....	75
F37.	Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4).....	76
F38.	Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)	76
F39.	Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8).....	77
F40.	Wissen: Töfffahren und Müdigkeit (-)	77
F41.	Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (-)	77
F42.	Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)	77
F43.	Bussen (1)	78
F44.	Führerausweisentzug (1).....	78
F45.	Töff PS (1)	78
F46.	Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1).....	79
F47.	Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1).....	79



F48.	Unfall Erfahrung (1).....	79
5.2.6	Fragen für Motorradfahrer, die auch Auto fahren (n=179)	80
F49.	Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)	80
F50.	Fahrpraxis (1).....	80
F51.	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10)	80
F52.	Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)	81
F53.	Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (8).....	81
F54.	Einstellung: Selbstwirksamkeit AUTO (2)	81
5.2.7	Fragen für Beifahrer (n=94)	83
F55.	Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)	83
F56.	Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (5).....	83
F57.	Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)	84
F58.	Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1).....	84
F59.	Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1).....	84
Mean	24.59 (2.297).....	84
F60.	Unfall Erfahrung (1).....	85
5.2.8	Kampagnenevaluation.....	86
F61.	Kampagnenerinnerung ungestützt (1) (Neue Platzierung, T1 F6).....	86
	Erklärungstext 1 → F 68	86
F62.	Kampagnenerinnerung gestützt 1 (1)	86
F63.	Kampagnenerinnerung gestützt 2 Spot (1).....	87
F64.	Kampagnenerinnerung gestützt 2 Plakat (1)	87
F67b)	Kampagnenerinnerung gestützt 3 Plakat 2 (1)	87
F67c)	Nachfrage Kampagnenbotschaft (1) → F 68.....	87
F67d)	Nachfrage Kampagnen Motto	88
F67e)	Nachfrage Kampagnen Motto	88
F67f)	Nachfrage Kampagnen Motto	88
F65.	Kontaktorte (8).....	89
F66.	Kampagnenkontakt Internet (10)	89
F69b)	Kampagnenkontakt Facebook (1)	90
F69c)	Kampagnenkontakt Facebook (1)	90
F70.	Kampagneninhalt ungestützt (1)	90
F71.	Kampagneninhalt gestützt (4)	91
F72.	Botschaft (1).....	91
F73.	Absender (1).....	92
F74.	Kampagnenwirkung Verhaltensänderung (4).....	92
F75.	Kampagnenwirkung Anschlusskommunikation (1)	92
F76.	Gesprächsverhalten (1).....	93
F77.	Gesprächsinhalt (2)	93
F78.	Kampagnenbewertung (10).....	93
F79.	Kampagnensprache (1).....	93
F80.	„Slow down“ Interpretation (1).....	93
F81.	„Take it easy“ Interpretation (1).....	93
5.2.9	Sprachverständnis	94
F82.	Kampagnensprache (1).....	94
5.2.10	Schlussfragen für alle.....	94
F83.	Einstellung: Notwendigkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)	94
F84.	Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1).....	94
F85.	Mediennutzung (8).....	94
F86.	Ausbildung (1)	95



5.2.2 Ansprache:

Guten Abend/ guten Tag, mein Name ist XY von DemoSCOPE, einem unabhängigen Meinungsforschungsinstitut. Wir führen eine Befragung im Auftrag der Universität Zürich durch, wo das Thema „Sicherheit im Strassenverkehr“ behandelt. Ihr Haushalt ist durch ein Zufallsverfahren ausgewählt worden. Ihre Daten werden anonymisiert und vertraulich behandelt. Sie würden mir sehr helfen, wenn Sie mir ein paar Fragen beantworten würden. Es dauert nur zirka 20 Minuten.

5.2.3 Einstiegsfragen für alle

<p>F1. Geschlecht (1)</p> <p>[GESCHLECHT OHNE ZU FRAGEN EINTRAGEN UND NUR IM ZWEIFELSFALL NACHFRAGEN.]</p> <table><tr><td>1 Mann</td><td>51.1%</td></tr><tr><td>2 Frau</td><td>48.9%</td></tr></table> <p>(9 nicht feststell- und nicht erfragbar)</p>	1 Mann	51.1%	2 Frau	48.9%						
1 Mann	51.1%									
2 Frau	48.9%									
<p>F2. Alter (1)</p> <p>Als erstes sollte ich von Ihnen wissen, wie alt Sie sind.</p> <p>[NOTIERWEISE: IN JAHREN EINTRAGEN]</p> <p>(999 k.A.)</p>										
<p>F3. Fahrhäufigkeit (1)</p> <p>Wie häufig sind Sie als Fahrer oder Beifahrer im Auto oder Töff unterwegs?</p> <table><tr><td>1 täglich</td><td>55.1%</td></tr><tr><td>2 1 – mehrmals pro Woche</td><td>31.2%</td></tr><tr><td>3 1 – mehrmals pro Monat</td><td>7.1%</td></tr><tr><td>4 1 – mehrmals pro Jahr</td><td>4.4%</td></tr><tr><td>5 nie</td><td>2.3%</td></tr></table>	1 täglich	55.1%	2 1 – mehrmals pro Woche	31.2%	3 1 – mehrmals pro Monat	7.1%	4 1 – mehrmals pro Jahr	4.4%	5 nie	2.3%
1 täglich	55.1%									
2 1 – mehrmals pro Woche	31.2%									
3 1 – mehrmals pro Monat	7.1%									
4 1 – mehrmals pro Jahr	4.4%									
5 nie	2.3%									
<p>F4.1 Filter: Führerausweisbesitz Auto (1)</p> <p>Filter F3 < 5</p> <p>Besitzen Sie einen Führerausweis für Autos?</p> <p>[EINE ANTWORT]</p> <table><tr><td>1 Nein</td><td>7.6%</td></tr><tr><td>2 Ja</td><td>90.0%</td></tr></table> <p>(8 weiss nicht)</p> <p>(9 k.A.) 2.4%</p>	1 Nein	7.6%	2 Ja	90.0%						
1 Nein	7.6%									
2 Ja	90.0%									
<p>F4.2 Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1)</p> <p>Filter 4.1 = 2</p> <p>Sind Sie im letzten Jahr mindestens einmal selber Auto gefahren?</p> <p>[EINE ANTWORT]</p> <table><tr><td>1 Nein</td><td>11.8%</td></tr><tr><td>2 Ja</td><td>88.2%</td></tr></table> <p>(8 weiss nicht)</p> <p>(9 k.A.)</p> <p>Ende Filter F4.2</p>	1 Nein	11.8%	2 Ja	88.2%						
1 Nein	11.8%									
2 Ja	88.2%									



F5.1 Filter: Führerausweisbesitz Motorrad (nur in T1, T3 und T5) (1)

Besitzen Sie einen Führerausweis für Töff mit 125 ccm oder mehr?

[Hinweis: Mit dem „neuen“ Führerausweis dürfen bei bestandener Autoprüfung auch Motorräder bis 25kw Leistung bzw. 0.16 kw/kg gefahren werden. Lediglich für leistungsstärkere Motorräder ist heute eine Prüfung notwendig. Früher wurde für Motorräder bis 125 ccm eine separate Prüfung verlangt.]

[EINE ANTWORT]

1 Nein 61.6%
2 Ja 36.1%

(8 weiss nicht)
(9 k.A.) 2.4%

F5.2 Filter: Fahrpraxis letztes Jahr (1)

Filter 5.1 = 2

Sind Sie im letzten Jahr mindestens einmal selber mit einem Töff mit 125 ccm oder mehr gefahren?

[EINE ANTWORT]

1 Nein 82.4%
2 Ja 17.6%

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

Ende Filter F5.2

Ende Filter F4.1

F6. Kampagnenwahrnehmung (1) (Ab T2 im Evaluationsblock F64)

F7. Themenrelevanz Verkehrssicherheit (1)

Für wie wichtig halten Sie das Thema Verkehrssicherheit?

1 sehr wichtig 85.2%
2 eher wichtig 13.5%
3 eher unwichtig 0.8%
4 absolut unwichtig 0.4%

(8 weiss nicht) 0.1%
(9 k.A.) 0.1%

F8.1 Einstellung: Themenrelevanz Geschwindigkeit (1)

Für wie wichtig halten Sie das Thema „angepasste Geschwindigkeit“ im Zusammenhang mit Verkehrssicherheit?

1 sehr wichtig 71.3%
2 eher wichtig 24.5%
3 eher unwichtig 2.5%
4 absolut unwichtig 0.9%

(8 weiss nicht) 0.7%
(9 k.A.) 0.1%



F8.2 Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskontrollen (1) (ab T2 hier, in T1 noch F61)	
Für wie wichtig halten Sie die Geschwindigkeitskontrollen von der Polizei, um die Verkehrssicherheit zu erhöhen?	
<i>1 sehr wichtig</i>	44.2%
<i>2 eher wichtig</i>	41.8%
<i>3 eher unwichtig</i>	10.4%
<i>4 absolut unwichtig</i>	2.9%
<i>(8 weiss nicht)</i>	0.6%
<i>(9 k.A.)</i>	0.1%
F9. Einstellung: Themenrelevanz-Übermüdung (1) nur in T1 abgefragt	



5.2.4 Fragen für Autofahrer (n=755)

Die folgenden Fragen beziehen sich alle auf das Autofahren.

F10. Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)

Filter 4.2 = 2 (Fragen für aktive Autofahrer)

Ganz allgemein, wie würden Sie Ihr fahrerisches Können beim Autofahren einstufen?

1 klar überdurchschnittlich	8.3%
2 eher überdurchschnittlich	21.0%
3 durchschnittlich	40.9%
4 eher unterdurchschnittlich	0.6%
5 klar unterdurchschnittlich	0.3%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

F11. Fahrpraxis (1)

Wie viel Kilometer fahren Sie persönlich pro Jahr schätzungsweise mit dem Auto? Egal, ob mit Ihrem eigenen oder einem anderen Auto, so insgesamt gesehen, wie viel Kilometer sitzen Sie am Steuer? Würden Sie sagen ...

1 Unter 5.000 Kilometer	15.9%
2 5 bis unter 10.000 Kilometer	19.5%
3 10 bis unter 15.000 Kilometer	12.5%
4 15 bis unter 20.000 Kilometer	8.3%
5 20 bis unter 30.000 Kilometer	8.6%
6 30.000 Kilometer und mehr	6.6%

F12. Fahrstil (11)

Ich nenne Ihnen jetzt ein paar Aussagen, wo andere über ihren eigenen Fahrstil, also das Verhalten beim Autofahren gemacht haben. Können Sie mir bitte sagen, wie sehr die Aussagen auch auf Sie zu treffen.

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 trifft voll und ganz zu
- 2 trifft eher zu
- 3 trifft eher nicht zu
- 4 trifft überhaupt nicht zu

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F12.1	Es macht mir Spass, mit hohem Tempo Auto zu fahren	3.06 (.035)
F12.2	Ich bin ein ruhiger, zurückhaltender Fahrer	1.76 (.028)
F12.3	Es macht mir Spass, anderen davonzufahren, andere abzuhängen	3.71 (.024)
F12.4	Ich fahre lieber zu langsam als zu schnell	2.77 (.049)
F12.5	Wenn ich die Gelegenheit habe, gebe ich Vollgas	3.28 (.031)
F12.6	Ich fahre nur ungern auf der Autobahn	3.26 (.038)
F12.7	Kurvige Landstraßen haben für mich einen sportlichen Reiz	3.19 (.038)
F12.8	Auf Landstrassen überhole ich nicht gern	2.48 (.042)
F12.9	Ich fahre manchmal schon ein bisschen riskant	3.30 (.028)
F12.10	Auf der Autobahn fahre ich häufig auf der Überholspur	2.84 (.037)
F12.11	Ich versuche häufig, das Limit des Autos auszunützen	3.61 (.024)



F13. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)		
Beim Autofahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?		
[ANTWORTEN NICHT VORLESEN. DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN. BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUNGEN MEHR KOMMEN]		
F13.1	Nässe	30.5%
F13.2	Schnee	37.2%
F13.3	Laub	9.9%
F13.4	Lichtverhältnisse Dämmerung	10.3%
F13.5	Nebel	20.3%
F13.6	Kurven	5.0%
F13.7	Strasstyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	15.9%
F13.8	Fussgänger am Strassenrand	22.1%
F13.9	Velofahrer auf der Strasse	15.9%
F13.10	Verkehrsdichte (inkl. Nennung von „Abstand“)	28.6%
F13.11	Eis	18.1%
F13.12	Regen	32.2%
F13.13	Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	9.1%
F13.14	Kinder	23.0%
F13.15	Gegenverkehr	9.3%
F13.16	Anderes	
F14. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (8)		
Und wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?		
[EINE ANTWORT PRO ZEILE]		
	<i>1 voll und ganz</i>	
	<i>2 eher schon</i>	
	<i>3 eher nicht</i>	
	<i>4 überhaupt nicht</i>	
	<i>(8 weiss nicht)</i>	
	<i>(9 k.A.)</i>	
[ITEMS ROTIEREN]		
F14.1	Häufig lassen der Strassenzustand und die Verkehrsverhältnisse eine höhere Geschwindigkeit zu, als signalisiert ist	2.53 (.043)
F14.2	Wenn man nicht schneller fährt als signalisiert ist, ist man immer auf der sicheren Seite	2.65 (0.43)
F14.3	Eine geringere Geschwindigkeit reduziert die Wahrscheinlichkeit, in einen Unfall verwickelt zu werden	2.25 (.041)
F14.4	Je höher die Geschwindigkeit, desto schlimmer sind die Folgen bei einem Unfall	1.39 (.028)
F14.5	Die Gefahr, einen Autounfall zu haben, hängt vor allem von meinem eigenen Fahrverhalten ab	2.35 (.038)
F14.6	Ich könnte einiges an meinem Fahrverhalten ändern, um meine Sicherheit im Strassenverkehr zu erhöhen	2.83 (.039)
F14.7	Übermüdet zu fahren, ist genauso gefährlich, wie wenn man alkoholisiert fährt (nur in T1 abgefragt)	
F14.8	Ich habe mir vorgenommen, in Zukunft ein bisschen langsamer zu fahren	3.13 (.039)
F14.9	Ich fahre in letzter Zeit bewusst ein bisschen langsamer als früher	2.63 (.040)



F15. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)

Was denken Sie, wie gross ist der Einfluss von den folgenden Sachen auf Ihre Sicherheit beim Autofahren?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *sehr gross*

2 *eher gross*

3 *eher klein*

4 *sehr klein*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F15.1	Tragen von Sicherheitsgurten	1.24 (.024)
F15.2	Anpassen von der Geschwindigkeit an die Strassen- und Verkehrsverhältnisse	1.26 (.018)
F15.3	Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss	1.20 (.026)
F15.4	Ablenkung durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichem	1.52 (.030)
F15.5	Müdigkeit	1.29 (.022)
F15.6	Richtige Einstellung von den Kopfstützen	1.84 (.046)
F15.7	Unachtsamkeit	1.30 (.022)
F15.8	Sicherheitsausrüstung vom Auto, wie z.B. ABS und Airbag	1.67 (.042)
F15.9	Verhalten der anderen Verkehrsteilnehmer	1.48 (.030)
F15.10	Telefonieren beim Fahren	1.48 (.034)

F16. Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)

Sind Sie im vergangenen Monat selber Auto gefahren?

1 *Nein* 95.5%

2 *Ja* 4.5%

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

F17. Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (0/8)

Filter F15=2

Ich lese Ihnen jetzt ein paar Fragen zum Autofahren vor. Denken Sie bitte an den letzten Monat und sagen Sie mir, wie häufig Sie sich entsprechend verhalten haben. Antworten Sie bitte mit...

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *nie*

2 *selten*

3 *hin und wieder*

4 *oft*

5 *immer*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F17.1	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat den Sicherheitsgurt angezogen?	4.83 (.023)
F17.2	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Gefühl gehabt, dass Sie für die Strassen- und	



	Verkehrsverhältnisse ein bisschen zu schnell unterwegs gewesen sind?	1.77 (.034)
F17.3	Wie häufig haben Sie sich im vergangenen Monat an die Alkohollimite (0,5 Promille) gehalten?	4.73 (.034)
F17.4	Wie häufig haben Sie sich durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichen Sachen ablenken lassen?	1.90 (.039)
F17.5	Wie häufig sind Sie im vergangenen Monat beim Fahren richtig müde gewesen?	1.62 (.034)
F17.6	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat auf richtig eingestellte Kopfstützen geachtet?	2.93 (.069)
F17.7	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat die Geschwindigkeitslimiten eingehalten?	4.25 (.030)
F17.8	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Licht auch am Tag eingeschaltet?	4.35 (.044)
F18.	Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4)	
	Es kommt ja vor, dass man manchmal ein bisschen zu schnell fährt. Können Sie mir bitte sagen, wie oft Sie im letzten Monat die folgenden Geschwindigkeitsbegrenzungen absichtlich oder auch unabsichtlich übertreten haben?	
	[EINE ANTWORT PRO ZEILE]	
	1 <i>nie</i>	
	2 <i>selten</i>	
	3 <i>hin und wieder</i>	
	4 <i>oft</i>	
	5 <i>immer</i>	
	(8 <i>weiss nicht</i>)	
	(9 <i>k.A.</i>)	
F18.1	Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?	2.36 (.042)
F18.2	Ausserorts (80 km/h)?	1.98 (.037)
F18.3	Innerorts in 50er Zonen?	1.68 (.034)
F18.4	Innerorts in 30er Zonen?	1.63 (.044)
F19.	Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)	
	Können Sie mir jetzt noch sagen, um wie viele Stundenkilometer Sie die Geschwindigkeitsbegrenzung dabei übertreten haben. Es geht dabei um einen Durchschnittswert und nicht das absolute Maximum.	
	[EINE ANTWORT PRO ZEILE]	
	[ANTWORTEN <u>NICHT</u> VORLESEN.]	
	[Codierung: WENN EIN GESCHWINDIGKEITS-BEREICH GENANNT WIRD, DANN SOLL DIE OBERE GENANNT GRENZE CODIEREN WERDEN (Z.B. NENNUNG VON „5-10“ WIRD MIT CODE 2 CODIERT, DA 10 IN DIESE KATEGORIE FÄLLT.)	
	1 <i>1-5 km/h zu schnell</i>	
	2 <i>6-10 km/h zu schnell</i>	
	3 <i>11-15 km/h zu schnell</i>	
	4 <i>16-20 km/h zu schnell</i>	
	5 <i>21 und mehr km/h zu schnell</i>	
	(8 <i>weiss nicht</i>)	
	(9 <i>k.A.</i>)	
	Filter F17.1>1	
F19.1	Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?	
	Ende Filter	



Filter F17.2>1				
F19.2 Ausserorts (80 km/h)?				
Ende Filter				
Filter F17.3> 1				
F19.3 Innerorts in 50er Zonen?				
Ende Filter				
Filter F17.4> 1				
F19.4 Innerorts in 30er Zonen?				
Ende Filter				
Ende Filter Fahren im letzten Monat				
		ZONE		
% der Übertretung (aller Übertretungen)	100/120 km/h	80 km/h	50 km/h	30 km/h
1-5 km/h zu schnell	22.2	43.2	75.1	64.6
6-10 km/h zu schnell	57.3	49.3	23.4	30.0
11-15 km/h zu schnell	10.4	5.0	0.9	2.5
16-20 km/h zu schnell	8.3	2.0	0.3	0.8
21 und mehr km/h zu schnell	1.1	0.2	0.0	1.7
Weiss nicht	0.6	0.2	0.3	0.4
Keine Angabe / verweigert	0.2	0.0	0.0	0.0
F20. Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8)				
Filter: Frage überspringen, wenn F17.1=1 UND F17.2=1 UND F17.3=1 UND F17.4= 1 (um Personen auszufiltern, die NIE zu schnell fahren)				
Wenn Sie mal zu schnell fahren, wie oft ist es dann aus folgenden Gründen? Antworten Sie wieder mit				
[EINE ANTWORT PRO ZEILE]				
1 <i>nie</i>				
2 <i>selten</i>				
3 <i>hin und wieder</i>				
4 <i>oft</i>				
5 <i>immer</i>				
(8 <i>weiss nicht</i>)				
(9 <i>k.A.</i>)				
[ITEMS ROTIEREN]				
F20.1	Aus Unachtsamkeit			2.48 (.045)
F20.2	Weil ich es pressant habe			2.17 (.044)
F20.3	Weil alle zu schnell fahren			1.83 (.043)
F20.4	Weil es Spass macht, ein bisschen zügig zu fahren			1.71 (.043)
F20.5	Weil ich ein guter Fahrer/ eine gute Fahrerin bin und die Sache auch so unter Kontrolle habe			2.06 (.058)
F20.6	Weil es nur wenige Geschwindigkeitskontrollen gibt			1.61 (.044)
F20.7	Weil ich die Geschwindigkeitskontrollen rechtzeitig erkennen und bremsen kann			1.71 (.044)
F20.8	Weil ich müde bin und schnell ans Ziel will			1.44 (.034)
F20.9	Weil ich möglichst schnell an meinem Ziel ankommen will			1.97 (.044)
F21. Wissen: Autofahren und Müdigkeit (3) nur in T1 abgefragt				
F22. Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1) nur in T1 abgefragt				



F23. Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)
 Manchmal fährt man ja bewusst langsamer als es möglich wäre. Wie oft ist das bei Ihnen aus folgenden Gründen der Fall? Antworten Sie wieder mit

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *nie*
 2 *selten*
 3 *hin und wieder*
 4 *oft*
 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)
 (9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F23.1	Weil ich müde bin	1.73 (.040)
F23.2	Weil ich dann die Fahrt mehr geniessen kann	2.04 (.047)
F23.3	Aus Rücksicht auf meine Beifahrer	2.54 (.055)
F23.4	Weil ich so Unfälle vermeiden kann	2.52 (.056)
F23.5	Weil bei einem Unfall dadurch die Folgen weniger schlimm sind	2.21 (.055)
F23.6	Weil ich es nicht eilig habe	2.22 (.048)
F23.7	Weil man nicht immer alles unter Kontrolle haben kann	2.35 (.052)

F24. Bussen (1)
 Wie viele Bussen haben Sie in den letzten drei Jahren wegen zu schnellem Autofahren bekommen?

[ANTWORTEN VORLESEN]

1 <i>keine</i>	53.6%
2 <i>1</i>	27.3%
3 <i>2-5</i>	17.6%
4 <i>6-10</i>	0.9%
5 <i>mehr als 10</i>	0.3%

(8 *weiss nicht*) 0.1%
 (9 *k.A.*) 0.1%

F25. Führerausweisentzug (1)
 Ist Ihnen der Führerausweis schon mal entzogen worden, weil Sie zu schnell Auto gefahren sind?

1 <i>Nein</i>	93.5%
2 <i>Ja</i>	6.2%

(8 *weiss nicht*)
 (9 *k.A.*) 0.3%

F26. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)
 Für wie schwer schätzen Sie die Verletzungen ein, wo bei einer Frontalkollision mit 50 Stundenkilometern entstehen können?

[Beispiele für Verletzungsgrade: Schnittwunden, Prellungen (gering); Brüche (mittel); Lähmungen, Amputationen (schwer)]

[WENN EINE BANDBREITE ANGEGEBEN WIRD, DANN SOLL DIE HÖHERE KATEGORIE CODIERT WERDEN]



[ANTWORTEN VORLESEN]

1 Keine Verletzungen	0.8%
2 Geringe Verletzungen	2.4%
3 Mittlere Verletzungen	17.4%
4 Schwere Verletzungen	55.6%
5 Tödliche Verletzungen	22.4%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

F27. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)

Wie gross schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Sie im Verlauf von einem Jahr in einen Autounfall verwickelt werden, bei dem Sie mit mehr als 50 Stundenkilometern zusammen stossen? Bitte sagen Sie mir einen Prozentwert (= Wahrscheinlichkeit).

[EGAL OB MAN FAHRER ODER BEIFAHRER, SCHULDIG ODER UNSCHULDIG IST]

Mean: 22.18 (.910)

(88.8 weiss nicht)

(99.9 k.A.)

F28. Unfall Erfahrung (1)

Sind Sie selber schon mal in einen Autounfall mit einem grösseren Sachschaden oder einer verletzten Person verwickelt gewesen?

1 Nein	72.1%
2 Ja, grösserer Sachschaden	19.2%
3 Ja, verletzte Person	1.7%
4 Ja, beides	6.8%

(8 weiss nicht) 0.1%

(9 k.A.) 0.1%

Ende Filter Autofahrer



5.2.5 Fragen für Motorradfahrer (n=186)

Die folgenden Fragen beziehen sich alle auf das Töfffahren.		
F29. Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1)		
Filter F5.2 = 2 (Fragen für Motorradfahrer)		
Ganz allgemein, wie würden Sie Ihr fahrerisches Können beim Töfffahren einstufen?		
<i>1 klar überdurchschnittlich</i>	11.3%	
<i>2 eher überdurchschnittlich</i>	29.0%	
<i>3 durchschnittlich</i>	53.8%	
<i>4 eher unterdurchschnittlich</i>	4.3%	
<i>5 klar unterdurchschnittlich</i>	0.0%	
<i>(8 weiss nicht)</i>	1.1%	
<i>(9 k.A.)</i>	0.1%	
F30. Fahrpraxis (1)		
Wie viel Kilometer fahren Sie persönlich pro Jahr schätzungsweise mit dem Töff? Egal, ob mit Ihrem eigenen oder einem anderen Töff, so insgesamt gesehen, wie viel Kilometer fahren Sie? Würden Sie sagen...		
<i>1 Unter 1.000 Kilometer</i>	29.6%	
<i>2 1 bis unter 3.000 Kilometer</i>	25.3%	
<i>3 3 bis unter 5.000 Kilometer</i>	17.2%	
<i>4 5 bis unter 10.000 Kilometer</i>	14.0%	
<i>5 10 bis unter 20.000 Kilometer</i>	11.8%	
<i>6 20.000 Kilometer und mehr</i>	2.2%	
F31. Fahrstil (11)		
Ich nenne Ihnen nun einige Dinge, welche andere über ihren eigenen Fahrstil, also das Verhalten beim Töfffahren gesagt haben. Sagen Sie mir bitte, wie sehr diese Dinge auch auf Sie zutreffen.		
[EINE ANTWORT PRO ZEILE]		
<i>1 voll und ganz</i>		
<i>2 eher schon</i>		
<i>3 eher nicht</i>		
<i>4 überhaupt nicht</i>		
[ITEMS ROTIEREN]		
F31.1	Beim Töfffahren kann ich mich gut abreagieren	3.21 (.085)
F31.2	Auf freier Strecke probiere ich gern aus, wie gut ich selbst fahren kann	3.02 (.090)
F31.3	Es macht mir Spass, mit hohem Tempo Töff zu fahren	3.11 (.082)
F31.4	Es ist für mich ein besonderer Reiz, die Beschleunigung auf dem Töff zu spüren	2.51 (.093)
F31.5	Ich bin ein ruhiger, zurückhaltender Fahrer	1.75 (.072)
F31.6	Es macht mir Spass, anderen davonzufahren, andere abzuhängen	3.63 (.056)
F31.7	Ich fahre lieber zu langsam als zu schnell	2.61 (.100)
F31.8	Kurvige Landstraßen haben für mich einen sportlichen Reiz	2.90 (.089)
F31.9	Auf Landstrassen überhole ich nicht gern	2.68 (.100)
F31.10	Ich fahre manchmal schon etwas riskant	3.15 (.071)
F31.11	Ich versuche häufig, das Limit des Töffs auszunutzen	3.86 (.119)

**F32. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)**

Beim Töffahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN.

DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN.

BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUNGEN MEHR KOMMEN]

F32.1	Nässe	34.9%
F32.2	Schnee	17.7%
F32.3	Laub	14.0%
F32.4	Lichtverhältnisse Dämmerung	4.3%
F32.5	Nebel	9.1%
F32.6	Kurven	12.4%
F32.7	Strassentyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	25.3%
F32.8	Fussgänger am Strassenrand	18.8%
F32.9	Velofahrer auf der Strasse	9.7%
F32.10	Verkehrsdichte	28.0%
F32.11	Eis	5.4%
F32.12	Regen	22.6%
F32.13	Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	7.5%
F32.14	Kinder	18.8%
F32.15	Gegenverkehr	12.4%
F32.16	Anderes	

F33. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (7)

Und wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 voll und ganz
2 eher schon
3 eher nicht
4 überhaupt nicht

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F33.1	Häufig lassen der Strassenzustand und die Verkehrsverhältnisse eine höhere Geschwindigkeit zu, als signalisiert ist	2.33 (.071)
F33.2	Wenn man nicht schneller fährt als signalisiert ist, ist man immer auf der sicheren Seite	2.60 (.072)
F33.3	Eine geringere Geschwindigkeit reduziert die Wahrscheinlichkeit, in einen Unfall verwickelt zu werden	2.21 (.087)
F33.4	Je höher die Geschwindigkeit, desto schlimmer sind die Folgen bei einem Unfall	1.48 (.049)
F33.5	Die Gefahr, einen Töffunfall zu haben, hängt vor allem von meinem eigenen Fahrverhalten ab	2.38 (.093)
F33.6	Ich könnte einiges an meinem Fahrverhalten ändern, um meine Sicherheit im Strassenverkehr zu erhöhen	2.63 (.080)
F33.7	Übermüdet zu fahren, ist genauso gefährlich, wie wenn man alkoholisiert fährt	
F33.8	Ich habe mir vorgenommen, in Zukunft ein bisschen langsamer zu fahren	2.94 (.078)
F33.9	Ich fahre in letzter Zeit bewusst ein bisschen langsamer als früher	2.31 (.082)

**F34. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (8)**

Was denken Sie, wie gross ist der Einfluss von den folgenden Sachen auf Ihre Sicherheit beim Töfffahren?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *sehr gross*

2 *eher gross*

3 *eher klein*

4 *sehr klein*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F34.1	Tragen von der Schutzausrüstung	1.34 (.064)
F34.2	Anpassen von der Geschwindigkeit an die Strassen- und Verkehrsverhältnisse	1.34 (.054)
F34.3	Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss	1.41 (.100)
F34.4	Ablenkung durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem und ähnlichem	2.23 (.148)
F34.5	Müdigkeit	1.40 (.060)
F34.6	Unachtsamkeit	1.37 (.067)
F34.7	Sicherheitsausrüstung des Töffs wie z.B. ABS	2.10 (.127)
F34.8	Verhalten der anderen Verkehrsteilnehmer	1.51 (.075)

F35. Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1)

Sind Sie im vergangenen Monat selber Töff gefahren?

1 *Nein* 33.9%

2 *Ja* 66.1%

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

F36. Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (6)

Filter F35 = 2

Ich lese Ihnen jetzt ein paar Fragen zum Töfffahren vor. Denken Sie bitte an den letzten Monat und sagen Sie mir, wie häufig Sie sich entsprechend verhalten haben. Antworten Sie bitte mit...

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *nie*

2 *selten*

3 *hin und wieder*

4 *oft*

5 *immer*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F36.1	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat Ihre Schutzkleidung, also Helm, Handschuhe, Nierengurt, Lederkombi oder funktionale Jacke/Hose, Rückenprotektor und feste Schuhe, angezogen? [Bei Rückfragen: Es zählt nur, wenn alles getragen wurde]	4.15 (.143)
F36.2	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Gefühl gehabt, dass Sie für die Strassen- und Verkehrsverhältnisse ein bisschen zu schnell unterwegs gewesen sind?	1.79 (.097)



F36.3	Wie häufig haben Sie sich im vergangenen Monat an die Alkohollimite (0,5 Promille) gehalten?	4.72 (.090)
F36.4	Wie häufig haben Sie sich durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem und ähnlichen Sachen ablenken lassen?	1.26 (.064)
F36.5	Wie häufig sind Sie im vergangenen Monat beim Fahren richtig müde gewesen?	1.34 (.064)
F36.6	Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat die Geschwindigkeitslimiten eingehalten?	4.21 (.078)

F37. Geschwindigkeitsübertretung: Häufigkeit (0/4)

Es kommt ja vor, dass man manchmal ein bisschen zu schnell fährt. Können Sie mir bitte sagen, wie oft Sie im letzten Monat die folgenden Geschwindigkeitsbegrenzungen absichtlich oder auch unabsichtlich übertreten haben?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 *nie*
 2 *selten*
 3 *hin und wieder*
 4 *oft*
 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

F37.1	Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?	1.93 (.095)
F37.2	Ausserorts (80 km/h)?	2.13 (.085)
F37.3	Innerorts in 50er Zonen?	1.54 (.090)
F37.4	Innerorts in 30er Zonen?	1.45 (.077)

F38. Geschwindigkeitsübertretung: Ausmass (0/0-4)

Können Sie mir jetzt noch sagen, um wie viele Stundenkilometer Sie die Geschwindigkeitsbegrenzung dabei übertreten haben. Es geht dabei um einen Durchschnittswert und nicht das absolute Maximum.

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN.]

[Codierung: WENN EIN GESCHWINDIGKEITS-BEREICH GENANNT WIRD, DANN SOLL DIE OBERE GENANNT GRENZE CODIEREN WERDEN (Z.B. NENNUNG VON „5-10“ WIRD MIT CODE 2 CODIERT, DA 10 IN DIESE KATEGORIE FÄLLT.)

- 1 *1-5 km/h zu schnell*
 2 *6-10 km/h zu schnell*
 3 *11-15 km/h zu schnell*
 4 *16-20 km/h zu schnell*
 5 *21 und mehr km/h zu schnell*

(8 *weiss nicht*)

(9 *k.A.*)

Filter F37.1>1

F38.1 Auf Autostrassen oder Autobahnen (100 bzw. 120 km/h)?

Ende Filter

Filter F37.2>1

F38.2 Ausserorts (80 km/h)?

Ende Filter



Filter F37.3>1
F38.3 Innerorts in 50er Zonen?
 Ende Filter
 Filter F37.4>1
F38.4 Innerorts in 30er Zonen?
 Ende Filter
 Ende Filter Fahren im letzten Monat

% der Übertretung (aller Übertretungen)	100/120 km/h	ZONE		
		80 km/h	50 km/h	30 km/h
1-5 km/h zu schnell	13.6	14.0	50.0	60.6
6-10 km/h zu schnell	37.9	47.7	42.9	30.3
11-15 km/h zu schnell	24.2	17.4	2.4	3.0
16-20 km/h zu schnell	15.2	16.3	2.4	6.1
21 und mehr km/h zu schnell	3.1	2.3	2.4	0.0
Weiss nicht	1.5	2.3	0.0	0.0
Keine Angabe / verweigert	1.5	0.0	0.0	0.0

F39. Geschwindigkeitsübertretung: Gründe/Motive (8)
 Filter: Frage überspringen, wenn F37.1=1 UND F37.2=1 UND F37.3=1 UND F37.4=1
 (um Personen auszufiltern, die NIE zu schnell fahren)

Wenn Sie mal zu schnell fahren, wie oft ist es dann aus folgenden Gründen? Antworten Sie wieder mit

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

1 *nie*
 2 *selten*
 3 *hin und wieder*
 4 *oft*
 5 *immer*

(8 *weiss nicht*)
 (9 *k.A.*)

[ITEMS ROTIEREN]

F39.1	Aus Unachtsamkeit	2.34 (.092)
F39.2	Weil ich es pressant habe	1.96 (.094)
F39.3	Weil alle zu schnell fahren	1.65 (.084)
F39.4	Weil es Spass macht, ein bisschen zügig zu fahren	2.15 (.098)
F39.5	Weil ich ein guter Fahrer/ eine gute FahrerIn bin und die Sache auch so unter Kontrolle habe	2.13 (.107)
F39.6	Weil es nur wenige Geschwindigkeitskontrollen gibt	1.52 (.077)
F39.7	Weil ich die Geschwindigkeitskontrollen rechtzeitig erkennen und bremsen kann	1.64 (.086)
F39.8	Weil ich müde bin und schnell ans Ziel will	1.36 (.066)
F39.9	Weil ich möglichst schnell an meinem Ziel ankommen will	1.78 (.079)

F40. Wissen: Töfffahren und Müdigkeit (3)

F41. Wissen: Versicherung bei Unfall wegen Übermüdung (1)

F42. Geschwindigkeitsuntertretung: Gründe/Motive (7)
 Manchmal fährt man ja bewusst langsamer als es möglich wäre. Wie oft ist das bei Ihnen aus folgenden Gründen der Fall? Antworten Sie wieder mit

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]



1 <i>nie</i>		
2 <i>selten</i>		
3 <i>hin und wieder</i>		
4 <i>oft</i>		
5 <i>immer</i>		
(8 <i>weiss nicht</i>)		
(9 <i>k.A.</i>)		
[ITEMS ROTIEREN]		
F42.1	Weil ich müde bin	1.72 (.082)
F42.2	Weil ich dann die Fahrt mehr geniessen kann	2.81 (.106)
F42.3	Aus Rücksicht auf meine Beifahrer	2.89 (.110)
F42.4	Weil ich so Unfälle vermeiden kann	2.84 (.113)
F42.5	Weil bei einem Unfall dadurch die Folgen weniger schlimm sind	2.51 (.116)
F42.6	Weil ich es nicht eilig habe	2.70 (.104)
F42.7	Weil man nicht immer alles unter Kontrolle haben kann	2.73 (.122)
F43. Bussen (1)		
Wie viele Bussen haben Sie in den letzten drei Jahren wegen zu schnellem Töfffahren bekommen?		
[ANTWORTEN VORLESEN]		
1 <i>keine</i>	84.9%	
2 <i>1</i>	8.1%	
3 <i>2-5</i>	5.4%	
4 <i>6-10</i>	1.1%	
5 <i>mehr als 10</i>	0.5%	
(8 <i>weiss nicht</i>)		
(9 <i>k.A.</i>)		
F44. Führerausweisentzug (1)		
Ist Ihnen der Führerausweis schon mal entzogen worden, weil Sie zu schnell Töff gefahren sind?		
1 <i>Nein</i>	93.0%	
2 <i>Ja</i>	7.0%	
(8 <i>weiss nicht</i>)		
(9 <i>k.A.</i>)		
F45. Töff PS (1)		
Wie viele PS hat der Töff, mit dem Sie am häufigsten selbst fahren?		
[NOTIERHINWEIS: 3 STELLIG NOTIEREN]		
KEINE sinnvollen Ergebnisse (teilweise wurde offensichtlich Hubraum angegeben)!!!		
(888 <i>weiss nicht</i>)		
(999 <i>k.A.</i>)		



F46. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)

Für wie schwer schätzen Sie die Verletzungen ein, wo bei einer Kollision oder einem Sturz mit 50 Stundenkilometern entstehen können?

[Beispiele für Verletzungsgrade: Schnittwunden, Prellungen (gering); Brüche (mittel); Lähmungen, Amputationen (schwer)]

[WENN EINE BANDBREITE ANGEGEBEN WIRD, DANN SOLL DIE HÖHERE KATEGORIE CODIERT WERDEN]

[ANTWORTEN VORLESEN]

1 Keine Verletzungen	0.5%
2 Geringe Verletzungen	3.8%
3 Mittlere Verletzungen	10.2%
4 Schwere Verletzungen	59.1%
5 Tödliche Verletzungen	22.6%

(8 weiss nicht) 3.8%
(9 k.A.)

F47. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)

Wie gross schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Sie im Verlauf von einem Jahr in einen Töffunfall verwickelt werden, bei dem Sie mit mehr als 50 Stundenkilometern zusammen stossen oder stürzen? Bitte sagen Sie mir einen Prozentwert (= Wahrscheinlichkeit).

[NOTIERHINWEIS: XX.XXX, DREI NACHKOMMASTELLEN]

Mean = 21.99 (1.768)

(88.8 weiss nicht)
(99.9 k.A.)

F48. Unfall Erfahrung (1)

Sind Sie selber schon mal in einen Töffunfall mit einem grösseren Sachschaden oder einer verletzten Person verwickelt gewesen?

1 Nein	74.2%
2 Ja, grösserer Sachschaden	10.8%
3 Ja, verletzte Person	7.0%
4 Ja, beides	7.5%

(8 weiss nicht) 0.5%
(9 k.A.)

Ende Filter Töfffahrer



5.2.6 Fragen für Motorradfahrer, die auch Auto fahren (n=179)

Filter 0 = 2 UND F5=2 (Fragen für Töfffahrer, die auch Autofahrer sind)	
Nun habe ich noch ein paar Fragen zum Autofahren.	
F49. Selbsteinschätzung Fahrkönnen (1) Ganz allgemein, wie würden Sie Ihr fahrerisches Können beim Autofahren einstufen?	
<i>1 klar überdurchschnittlich</i>	17.9%
<i>2 eher überdurchschnittlich</i>	37.4%
<i>3 durchschnittlich</i>	42.5%
<i>4 eher unterdurchschnittlich</i>	1.1%
<i>5 klar unterdurchschnittlich</i>	1.1%
<i>(8 weiss nicht)</i> <i>(9 k.A.)</i>	
F50. Fahrpraxis (1) Wie viel Kilometer fahren Sie persönlich pro Jahr schätzungsweise mit dem Auto? Egal, ob mit Ihrem eigenen oder einem anderen Auto, so insgesamt gesehen, wie viel Kilometer sitzen Sie am Steuer? Würden Sie sagen ...	
<i>1 Unter 5.000 Kilometer</i>	14.0%
<i>2 5 bis unter 10.000 Kilometer</i>	16.8%
<i>3 10 bis unter 15.000 Kilometer</i>	17.3%
<i>4 15 bis unter 20.000 Kilometer</i>	15.6%
<i>5 20 bis unter 30.000 Kilometer</i>	20.1%
<i>6 30.000 Kilometer und mehr</i>	16.2%
<i>(D/D)</i>	
F51. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (10) Beim Autofahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?	
[ANTWORTEN NICHT VORLESEN. DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN. BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUNGEN MEHR KOMMEN]	
F51.1 Nässe	35.8%
F51.2 Schnee	33%
F51.3 Laub	15.1%
F51.4 Lichtverhältnisse Dämmerung	8.9%
F51.5 Nebel	19.6%
F51.6 Kurven	5.6%
F51.7 Strassentyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	15.1%
F51.8 Fussgänger am Strassenrand	23.5%
F51.9 Velofahrer auf der Strasse	14.0%
F51.10 Verkehrsdichte	30.7%
F51.11 Eis	11.2%
F51.12 Regen	23.5%
F51.13 Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	6.7%
F51.14 Kinder	16.8%
F51.15 Gegenverkehr	10.6%
F51.16 Anderes	



<p>F52. Filter: Fahrpraxis letzter Monat (1) Sind Sie im vergangenen Monat selbst Autogefahren?</p> <p>1 <i>Nein</i> 0.6% 2 <i>Ja</i> 99.4%</p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p>
<p>F53. Verhalten: Sicherheitsrelevantes Verhalten im vergangenen Monat (8) Filter F52 = 2</p> <p>Ich lese Ihnen jetzt ein paar Fragen zum Autofahren vor. Denken Sie bitte an den letzten Monat und sagen Sie mir, wie häufig Sie sich entsprechend verhalten haben. Antworten Sie bitte mit...</p> <p style="text-align: center;">[EINE ANTWORT PRO ZEILE]</p> <p>1 <i>nie</i> 2 <i>selten</i> 3 <i>hin und wieder</i> 4 <i>oft</i> 5 <i>immer</i></p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p> <p style="text-align: center;">[ITEMS ROTIEREN]</p> <p>F53.1 Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat den Sicherheitsgurt angezogen? 4.66 (.071) F53.2 Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Gefühl gehabt, dass Sie für die Strassen- und Verkehrsverhältnisse ein bisschen zu schnell unterwegs gewesen sind? 1.84 (.072) F53.3 Wie häufig haben Sie sich im vergangenen Monat an die Alkohollimite (0,5 Promille) gehalten? 4.56 (.088) F53.4 Wie häufig haben Sie sich durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichen Sachen ablenken lassen? 2.03 (.068) F53.5 Wie häufig sind Sie im vergangenen Monat beim Fahren richtig müde gewesen? 1.58 (.066) F53.6 Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat auf richtig eingestellte Kopfstützen geachtet? 2.97 (.142) F53.7 Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat die Geschwindigkeitslimiten eingehalten? 4.29 (.058) F53.8 Wie häufig haben Sie im vergangenen Monat das Licht auch am Tag eingeschaltet? 4.24 (.100)</p> <p>Ende Filter F53</p>
<p>F54. Einstellung: Selbstwirksamkeit AUTO (2) Nun habe ich noch zwei Aussagen zum Fahrverhalten mit dem Auto. Sagen Sie mir auch hier, wie sehr Sie den Aussagen zustimmen.</p> <p style="text-align: center;">[EINE ANTWORT PRO ZEILE]</p> <p>1 <i>voll und ganz</i> 2 <i>eher schon</i> 3 <i>eher nicht</i> 4 <i>überhaupt nicht</i></p> <p>(8 <i>weiss nicht</i>) (9 <i>k.A.</i>)</p> <p style="text-align: center;">[ITEMS ROTIEREN]</p>



F54.1	Die Gefahr, einen Autounfall zu haben, hängt vor allem von meinem eigenen Fahrverhalten ab	2.46 (.079)
F54.2	Ich könnte einiges an meinem Fahrverhalten ändern, um meine Sicherheit im Strassenverkehr zu erhöhen	2.75 (.075)
F54.3	Ich habe mir vorgenommen, in Zukunft ein bisschen langsamer zu fahren	3.03 (.087)
F54.4	Ich fahre in letzter Zeit bewusst ein bisschen langsamer als früher	2.67 (.088)
Ende Filter Töfffahrer die auch Autofahrer sind		



5.2.7 Fragen für Beifahrer (n=94)

Fragen für Personen, die keinen Führerausweis besitzen oder erwerben wollen, aber mitfahren

F55. Wissen/Einstellung: Faktoren/Gründe für Geschwindigkeitsanpassung (1)

Filter F3<5 UND (F4.2=1 ODER 4.2 = 1) UND (F5.1=1 ODER F5.2=1) (keine Fahrpraxis im letzten Jahr)

Beim Autofahren sollte man die Geschwindigkeit ja nicht nur der Geschwindigkeitsbegrenzung anpassen, sondern auch den Strassen- und Verkehrsverhältnissen. Können Sie mir sagen, auf was man nach Ihrer Erfahrung besonders achten muss?

[ANTWORTEN **NICHT VORLESEN**.
DIE ERSTEN FÜNF ANTWORTEN CODIEREN.
BEI WENIGER ALS FÜNF NACHFRAGEN BIS KEINE NENNUNGEN
MEHR KOMMEN]

F55.1	Nässe	22.3%
F55.2	Schnee	24.5%
F55.3	Laub	3.2%
F55.4	Lichtverhältnisse Dämmerung	9.6%
F55.5	Nebel	19.1%
F55.6	Kurven	2.1%
F55.7	Strasstyp (Belag wie z.B. Kies und Zustand wie z.B. Schlaglöcher)	13.8%
F55.8	Fussgänger am Strassenrand	23.4%
F55.9	Velofahrer auf der Strasse	12.8%
F55.10	Verkehrsdichte	19.1%
F55.11	Eis	22.3%
F55.12	Regen	26.6%
F55.13	Lichtverhältnisse starke Licht-Schatten-Wechsel	4.3%
F55.14	Kinder	28.7%
F55.15	Gegenverkehr	4.3%
F55.16	Anderes	

F56. Wissen: Geschwindigkeit und Sicherheit; Einstellung: Selbstwirksamkeit (5)

Und wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Geschwindigkeit zu?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 voll und ganz
2 eher schon
3 eher nicht
4 überhaupt nicht

(8 weiss nicht)
(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F56.1	Häufig lassen der Strassenzustand und die Verkehrsverhältnisse eine höhere Geschwindigkeit zu als signalisiert ist	2.84 (.171)
F56.2	Wenn man nicht schneller fährt als signalisiert ist, ist man immer auf der sicheren Seite	2.60 (.123)
F56.3	Eine geringere Geschwindigkeit reduziert die Wahrscheinlichkeit, in einen Unfall verwickelt zu werden	2.31 (.119)
F56.4	Je höher die Geschwindigkeit, desto schlimmer sind die Folgen bei einem Unfall	1.37 (.055)
F56.5	Die Gefahr, einen Autounfall zu haben, hängt vor allem vom eigenen Fahrverhalten ab	2.17 (.119)



F57. Wissen/Einstellung: Sicherheit allgemein (10)

Was denken Sie, wie gross ist der Einfluss von den folgenden Sachen auf die Sicherheit beim Autofahren?

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 sehr gross
- 2 eher gross
- 3 eher klein
- 4 sehr klein

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

[ITEMS ROTIEREN]

F57.1	Tragen von Sicherheitsgurten	1.32 (.061)
F57.2	Anpassen von der Geschwindigkeit an die Strassen- und Verkehrsverhältnisse	1.48 (.094)
F57.3	Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss	1.17 (.056)
F57.4	Ablenkung durch das Bedienen von Geräten wie Navigationssystem, Musikanlage, Handy und ähnlichem	1.55 (.074)
F57.5	Müdigkeit	1.29 (.052)
F57.6	Richtige Einstellung von den Kopfstützen	2.10 (.140)
F57.7	Unachtsamkeit	1.28 (.053)
F57.8	Sicherheitsausrüstung vom Auto, wie z.B. ABS und Airbag	2.01 (.153)
F57.9	Verhalten der anderen Verkehrsteilnehmer	1.52 (.067)
F57.10	Telefonieren während dem Fahren	1.41 (.079)

F58. Risikowahrnehmung: Folgen eines Unfalls (1)

Für wie schwer schätzen Sie die Verletzungen ein, wo bei einer Frontalkollision mit 50 Stundenkilometern entstehen können?

[Beispiele für Verletzungsgrade: Schnittwunden, Prellungen (gering); Brüche (mittel); Lähmungen, Amputationen (schwer)]

[WENN EINE BANDBREITE ANGEZEIGT WIRD, DANN SOLL DIE HÖHERE KATEGORIE CODIERT WERDEN]

[ANTWORTEN VORLESEN]

1 Keine Verletzungen	3.2%
2 Geringe Verletzungen	22.3%
3 Mittlere Verletzungen	54.3%
4 Schwere Verletzungen	18.1%
5 Tödliche Verletzungen	2.1%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

F59. Risikowahrnehmung: Wahrscheinlichkeit eines Unfalls (1)

Wie gross schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Sie im Verlauf von einem Jahr in einen Autounfall verwickelt werden, bei dem Sie mit mehr als 50 Stundenkilometern zusammen stossen? Bitte sagen Sie mir einen Prozentwert (= Wahrscheinlichkeit).

[NOTIERHINWEIS: XX.XXX, DREI NACHKOMMASTELLEN]

Mean 24.59 (2.297)

(88.8 weiss nicht)

(99.9 k.A.)



F60. Unfall Erfahrung (1)

Sind Sie selber schon mal in einen Autounfall mit einem grösseren Sachschaden oder einer verletzten Person verwickelt gewesen?

1 Nein	77.7%
2 Ja, grösserer Sachschaden	10.6%
3 Ja, verletzte Person	2.1%
4 Ja, beides	9.6%

(8 weiss nicht)

(9 k.A.)

Ende Filter Beifahrer



5.2.8 Kampagnenevaluation

F61. Kampagnenerinnerung ungestützt (1) (Neue Platzierung, T1 F6)
Zum Thema Verkehrssicherheit werden ja immer wieder Kampagnen durchgeführt. Haben Sie in der letzten Zeit solche gesehen und können Sie mir diese beschreiben?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! NACHFRAGEN, BIS KEINE NEUEN KAMPAGNEN MEHR GENANNT WERDEN!]
[GENANNTES SOFORT EINTRAGEN. MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH.]

a)	„Slow Down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“ [Kampagnen Motto eindeutig identifiziert.] → Erklärungstext 1 → F68	22.4%
a2)	Angepasste Geschwindigkeit / langsamer fahren / Engel [richtige Kampagne aber nicht das konkrete Motto] → F67c)	5.2%
b)	Sicherheitsgurte	11.8%
c)	Kopfstützenkampagne	3.2%
d)	Alkohol (Drink or Drive)	11.9%
e)	Töffkampagne (Fahr weise)	3.1%
f)	Schulanfang / Schulweg (Achtung Kinder, Larissa: „Gäll, du haltisch für mich aa“)	8.4%
g)	Velohelm	7.6%
h)	Blindflug („keine Ablenkung während der Fahrt“; „lenken statt ablenken“)	0.5%
i)	Anti-Raser Initiative	2.5%
j)	Andere [Antwort notieren]:	Handy 0.6%, Abstand 1.7%, Kindersitz 1.3%, Licht an 1.1%
k)	KEINE genannt	

Erklärungstext 1 → F 68
Filter F64a angegeben

[BEI NENNUNG MEHRERER KAMPAGNEN WENN MÖGLICH DIE BESCHREIBUNG VERWENDEN, WELCHE DIE LEUTE VERWENDET HABEN]

In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie gerade beschrieben haben.

F62. Kampagnenerinnerung gestützt 1 (1)
Filter F64a) und F64a2) **nicht** angegeben
Wir interessieren uns speziell für eine Kampagne, wo Sie noch nicht erwähnt haben. Haben Sie in den letzten Wochen eine Kampagne zum Thema „Geschwindigkeit im Strassenverkehr“ gesehen?

1 Nein, noch nie gesehen	62.0%
2 Ja, schon gesehen .. -> F67c)	9.3%
(8 weiss nicht)	2.7%
(9 k.A.)	0.1%
(d/d)	



F63. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Spot (1)	
Filter F65= 1	
Erinnern Sie sich an einen Werbespot am Fernsehen, im Kino oder im Internet, in dem ein Engel zusammen mit einer Rockband zu Leuten im Auto oder zu Töfffahrern singt?	
1 Nein, ich erinnere mich nicht	33.6%
2 Ja, ich erinnere mich	27.0%
(8 weiss nicht)	0.8%
(9 k.A.)	0.1%
F64. Kampagnenerinnerung gestützt 2 Plakat (1)	
Erinnern Sie sich an ein Plakat auf dem ein Engel auf einem Pneu sitzt?	
1 Nein, ich erinnere mich nicht	13.3%
2 Ja, ich erinnere mich	47.8%
(8 weiss nicht)	0.9%
(9 k.A.)	
F67b) Kampagnenerinnerung gestützt 3 Plakat 2 (1)	
Erinnern Sie sich an ein Plakat mit der Aussage „angepasstes Tempo schützt“?	
Italienisch: „una velocità adeguata protegge“	
Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“	
1 Nein, ich erinnere mich nicht	24.9%
2 Ja, ich erinnere mich	35.2%
(8 weiss nicht)	1.9%
(9 k.A.)	
Ende Filter F66	
Sprung: Wer sich nicht an die Kampagne erinnern kann (F65+F66+F67+F67b = nein) → F83	
F67c) Nachfrage Kampagnenbotschaft (1) → F 68	
Filter F61a2) angegeben oder F65= 2 (Kampagne gekannt)	
Sie haben vorhin eine Kampagne zum Thema der Geschwindigkeit genannt. Wissen Sie zufällig, wie diese Kampagne genau heisst, unter welchem Motto sie steht?	
[BEI FALSCHER ANTWORT NACHFRAGEN, OB NOCH ANDERE BEKANNT]	
1 Richtige Antwort „Slow Down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“)	4.4%
2 Fast richtige Antwort	0.4%
3 Richtige Assoziationen Engel, etc.	0.2%
4 Andere Kampagne (nicht identifizierbar)	1.5%
(8 weiss nicht)	6.8%
(9 k.A.)	
Ende Filter F67c)	
Unabhängig der Antworten weiter mit Frage → F68	



F67d) Nachfrage Kampagnen Motto

Filter F66=2 und F67=1 (Spot gesehen, Plakat nicht gesehen)

In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie schon mal den Spot gesehen haben. Wissen Sie zufällig, wie diese Kampagne genau heisst, unter welchem Motto sie steht?

[BEI FALSCHER ANTWORT NACHFRAGEN, OB NOCH ANDERE BEKANNT]

- | | | |
|---|--|------|
| 1 | Richtige Antwort „Slow Down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“ | 8.0% |
| 2 | Fast richtige Antwort | 1.5% |
| 3 | Richtige Assoziationen Engel | 4.0% |
| 4 | Andere Kampagne/keine Antwort | 0.5% |

Ende Filter F67d)

Unabhängig der Antworten weiter mit Frage → F68

F67e) Nachfrage Kampagnen Motto

Filter F66=1 und F67=2 (Plakat gesehen, Spot nicht gesehen)

In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, wo Sie schon mal das Plakat gesehen haben. Wissen Sie zufällig, wie diese Kampagne genau heisst, unter welchem Motto sie steht?

[BEI FALSCHER ANTWORT NACHFRAGEN, OB NOCH ANDERE BEKANNT]

- | | | |
|---|--|------|
| 1 | Richtige Antwort „Slow Down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“ | 0.2% |
| 2 | Fast richtige Antwort | 0.2% |
| 3 | Richtige Assoziationen | 0.3% |
| 4 | Andere Kampagne/keine Antwort | 0.4% |

Ende Filter F67e)

Unabhängig der Antworten weiter mit Frage → F68

F67f) Nachfrage Kampagnen Motto

Filter F66=2 und F67=2 (Plakat gesehen, Spot gesehen)

In den folgenden Fragen interessieren wir uns genau für diese Kampagne, von der Sie schon mal den Spot und das Plakat gesehen haben. Wissen Sie zufällig, wie diese Kampagne genau heisst, unter welchem Motto sie steht?

[BEI FALSCHER ANTWORT NACHFRAGEN, OB NOCH ANDERE BEKANNT]

- | | | |
|---|--|------|
| 1 | Richtige Antwort „Slow Down“, „Take it easy“ oder „angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“ | 6.6% |
| 2 | Fast richtige Antwort | 0.6% |
| 3 | Nein | 0.4% |
| 4 | Andere Kampagne/keine Antwort | 0.1% |

Ende Filter F67f)

Unabhängig der Antworten weiter mit Frage → F68



F65. Kontaktorte (8)

Filter F64a)= 1 (FVS Kampagne ungestützt erkannt) oder F65=2 (1. Stütze) oder F66=2 oder F67=2 oder F67b=2 (2. Stützen)

Kampagnen werden ja häufig über verschiedene Medien kommuniziert. Können Sie mir sagen, ob Sie diese Kampagne an den folgenden Orten schon gesehen haben?

EINE ANTWORT PRO ZEILE

- 1 *Nie gesehen*
- 2 *Schon gesehen*

- (8 *weiss nicht*)
- (9 *k.A.*)

ITEMS ROTIEREN

F65.1	Auf Plakaten	56.1%
F65.2	Im Fernsehen als Werbespot	53.6%
F65.3	Im Kino	12.7%
F65.4	In Computer Spielen (Bandenwerbung)	2.5%
F65.5	Internet <u>Banner</u> werbung (NICHT die Website der Kampagne selbst)	9.1%
F65.6	<u>Internet-Seite</u> der Kampagne (Web-Seite der Kampagne selber, nicht die Bannerwerbung am Rand)	3.9%
F65.7	Aufkleber (Sticker)	32.7%
F65.8	Inserate	23.7%
F65.9	Facebook	6.1%
F65.10	Duftengel	3.6%
F65.11	Sonnenblende	2.9%
F65.12	In der Medienberichterstattung z.B. Zeitungsartikel, Internet, Fernsehen	39.7%

F66. Kampagnenkontakt Internet (10)

Filter F68.6 angegeben (Internet-Seite besucht)

Ich zähle jetzt ein paar Sachen auf, wo auf der Internet-Seite vorkommen. Können Sie mir bitte sagen, ob Sie diese angesehen oder genutzt haben?

- 1 *Ja, angesehen oder genutzt*
- 2 *Nein, nicht angesehen oder genutzt*
- 8 *weiss nicht*
- (9 *k.A.*)

ITEMS ROTIEREN

F66.1	Werbespot (nicht Musik-Clip der Band)	1.9% / 48.8%
F66.2	Musik-Clip (nicht Werbe-Spot mit Autofahrern)	1.8% / 46.3%
F66.3	9 Gründe wieso man langsamer fahren sollte	0.7% / 17.1%
F66.4	Spiel zum ausprobieren vom Bremsweg	0.5% / 12.2%
F66.5	Spiel mit dem Sprung aus einem Haus	0.3% / 7.3%
F66.6	Informationen zu Unfallstatistiken	0.9% / 24.4%
F66.7	Informationen zur Physik im Strassenverkehr	0.7% / 17.1%
F66.8	Etwas bestellt, z.B. Kleber	0.8% / 22.0%
F66.9	Link zu Facebook	0.6% / 14.6%
F66.10	Informationen für Töff-Fahrer	1.2% / 31.7%

ENDE Filter F69



F69b) Kampagnenkontakt Facebook (1)		
Filter F65.9=0 (Facebook NICHT als Kontaktort angegeben)		
Haben Sie gewusst, dass der Engel wo in der Kampagne vorkommt eine eigene Facebook Seite hat?		
1 Ja		1.9%
2 Nein		61.4%
3 Weiss nicht was Facebook ist		1.1%
(8 weiss nicht)		0.7%
(9 k.A.)		(System 34.9%)
ENDE Filter F69b)		
F69c) Kampagnenkontakt Facebook (1)		
Filter F65.9=1 (Facebook als Kontaktort angegeben) oder F69b= 1 (weiss, dass ein Facebook Profil besteht)		
Sind Sie selber auch mit dem Engel auf Facebook befreundet oder ein Fan von ihm?		
1 Ja		0.9% / 11.8%
2 Nein		6.8% / 84.7%
(8 weiss nicht)		
(9 k.A.)		
ENDE Filter F69c)		
F70. Kampagneninhalte ungestützt (1)		
Können Sie mir kurz beschreiben, an was Sie sich bei der Kampagne noch erinnern können? Z.B. was sieht man auf dem Plakat oder was passiert im Spot?		
ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH		
<i>Personen</i>		
25	Engel, Jesus, Hippie	26.6%
26	Rockband	8.9%
27	Weisse Kleider	2.5%
28	Mann (im Auto)	9.2%
29	Frau (im Auto)	1.2%
5b)	Töfffahrer	8.9%
<i>Orte</i>		
30	Tiefgarage	10.6%
31	Landstrasse	1.0%
7b	Kreuzung	0.1%
7c	Telefonkabine (neben Autobahn)	
<i>Handlungen</i>		
32	(Versuchtes) Überholmanöver	0.5%
33	Leute im Stress	2.9%
9b	Quietschende Reifen / Hupen	1.6%
34	Staunen der Autofahrer/Töfffahrer (öffnen das Visier)	2.9%
35	Lachen, Freude der Autofahrer	0.1%
36	Engel beruhigt	7.6%



37	<i>Entspanntes Fahren</i>	1.8%
38	<i>Langsames Fahren</i>	6.1%
14b)	<i>Telefonieren mit Gott / Band</i>	
<i>Anderes</i>		
39	<i>Lied / Musik</i>	10.9%
40	<i>Englische Sprache</i>	0.5%
41	<i>Slow down</i>	14.4%
42	<i>Take it easy</i>	9.3%
18b)	<i>„angepasstes Tempo schützt“ (bzw. Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“</i>	1.7%
43	<i>Flügel (des Engels oder im Logo)</i>	5.2%
44	<i>Kleber auf Auto / Töff</i>	1.9%
45	<i>Bremslicht</i>	0.2%
<i>Informationen</i>		
46	<i>Internet-Adresse (www.slow-n-easy.ch)</i>	0.1%
47	<i>Logos der Organisationen (bfu, ASA/VSS, FVS, VSR)</i>	0.2%
48	<i>Anderes, nämlich:</i>	<i>Engel auf Pneu 0.6%</i>
<i>88 weiss nicht (99 k.A.)</i>		
F71. Kampagneninhalte gestützt (4)		
Ich zähle jetzt ein paar Sachen auf, wo in der Kampagne vorkommen. Können Sie mir bitte sagen, ob Sie sich an diese erinnern können?		
ITEMS ROTIEREN		
Filter F70 Antwort 17 nicht genannt		
F71.1	Die Aussage „Slow Down“	38.9 %
Filter F70 Antwort 18 nicht genannt		
F71.2	Die Aussage „Take it easy“	40.9 %
Filter F70 Antwort 20 nicht genannt		
F71.3	Kleber neben dem Bremslicht des Autos oder auf dem Tank des Töffs	22.2 %
Filter F70 Antwort 22 nicht genannt		
F71.4	Internet-Adresse www.slow-n-easy.ch	11.8%
Ende Filter		
F72. Botschaft (1)		
Was ist Ihrer Meinung nach die Botschaft von dieser Kampagne?		
[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH. NACH WEITEREN BOTSCHAFTEN FRAGEN BIS KEINE MEHR GENANNT WIRD]		
1	<i>Slow down</i>	5.5%
2	<i>Take it easy</i>	4.4%
2b)	<i>Aussage: „angepasstes Tempo schützt“, Italienisch: „una velocità adeguata protegge“, Französisch: „une vitesse adaptée vous protège“</i>	6.4%
3	<i>Man soll langsamer fahren</i>	30.8%
4	<i>Man soll die Geschwindigkeit den Umständen anpassen</i>	13%



5	<i>Langsamer fahren macht Spass</i>	7.1%
6	<i>Langsam fahren ist cool</i>	4.8%
7	<i>Anderes, nämlich:</i>	
8	<i>weiss nicht</i>	
9	<i>k.A.)</i>	
F73. Absender (1)		
Wissen Sie auch, von wem die Kampagne ist?		
[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! GENANNTES SOFORT EINTRAGEN! MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH]		
1	<i>Ja, vom Schweizerischen Versicherungsverband (ASA/SVV)</i>	0.5%
2	<i>Ja, von der bfu (Beratungsstelle für Unfallverhütung)</i>	13.3%
3	<i>Ja, vom FVS (Fonds für Verkehrssicherheit)</i>	0.8%
3b	<i>Ja, vom Verkehrssicherheitsrat (VSR)</i>	1.1%
4	<i>Ja, vom TCS (Touring Club), ACS (Automobilclub), VCS (Velo Club)</i>	1.8%
5	<i>Ja, von der Polizei</i>	1.0%
6	<i>Ja, vom Bund, Bundesämter</i>	3.4%
7	<i>Von (NOTIEREN)_____:</i>	
8	<i>Nein, weiss nicht</i>	
9	<i>(k.A.)</i>	
F74. Kampagnenwirkung Verhaltensänderung (4)		
Filter F70 Antwort 22 nicht genannt		
Ich lese Ihnen jetzt vor, wie andere auf die Kampagne reagiert haben. Können Sie mir bitte sagen, wie sehr das auch auf Sie zutrifft. Bitte antworten Sie mit...		
EINE ANTWORT PRO ZEILE		
1	<i>trifft voll und ganz zu</i>	
2	<i>trifft eher zu</i>	
3	<i>trifft eher nicht zu</i>	
4	<i>trifft überhaupt nicht zu</i>	
8	<i>weiss nicht</i>	
9	<i>(k.A.)</i>	
ITEMS ROTIEREN		
F74.1	Die Kampagne hat mich zum Nachdenken über meinen eigenen Fahrstil angeregt	3.03 (.058)
F74.2	Mir ist bewusst geworden, dass auch ich ein bisschen langsamer fahren könnte	2.88 (.055)
F74.3	Ich habe mir vorgenommen, ein bisschen langsamer zu fahren	3.13 (.051)
Filter F15= 2 (nur Personen, die im letzten Monat auch selbst gefahren sind)		
F74.4	Ich habe meinen Fahrstil wegen der Kampagne angepasst und fahre jetzt ein bisschen langsamer	3.49 (.047)
ENDE Filter F74		
F75. Kampagnenwirkung Anschlusskommunikation (1)		
Haben Sie mit anderen Personen über die Kampagne geredet?		
1	<i>Nein, noch nie darüber geredet</i>	43.6% / 60.6%
2	<i>Ja, schon darüber geredet</i>	26.8% / 37.2%
8	<i>weiss nicht</i>	1.4% / 2.0%
9	<i>(k.A.)</i>	0.2% / 0.3%



F76. Gesprächsverhalten (1)

Filter F75 = 2 (nur Personen, die über die Kampagne geredet haben)

Wenn Sie an so ein ~~solches~~ Gespräch denken, haben eher **Sie** jemand anderem davon erzählt, oder ist es eher **jemand anderes** gewesen, wo Ihnen davon erzählt hat?

1 Eher ich jemand anderem	7.7% / 28.9%
2 Eher jemand anderer mir	7.5% / 27.8%
3 Beide ungefähr gleich viel	10.0% / 37.3%
(8 weiss nicht)	1.5% / 5.6%
(9 k.A.)	0.1% / 0.4%

F77. Gesprächsinhalt (2)

Haben Sie mit anderen Personen über die Kampagne geredet?

- 1 Ja, darüber geredet
- 2 Nein, nicht darüber geredet
- (8 weiss nicht)
- (9 k.A.)

ITEMS ROTIEREN

F77.1	Haben Sie bei diesen Gesprächen über die Umsetzung von der Kampagne (wie z.B. das Logo, den Engel und die Musik) geredet?	16.5% / 61.6%
F77.2	Haben Sie bei diesen Gesprächen über die Botschaft oder die Wirkung von der Kampagne geredet?	16.6% / 62.0%

Ende Filter

F78. Kampagnenbewertung (10)

Ich lese Ihnen jetzt ein paar Aussagen von anderen Personen vor. Sagen Sie mir bitte, wie sehr Sie diesen zustimmen. Wenn Sie die Kampagne zu wenig gut in Erinnerung haben, um eine Frage zu beantworten, dann sagen Sie mir dies einfach.

EINE ANTWORT PRO ZEILE

- 1 stimme voll und ganz zu
- 2 stimme eher zu
- 3 stimme eher nicht zu
- 4 stimme überhaupt nicht zu
- (8 weiss nicht)
- (9 k.A.)

ITEMS ROTIEREN

F78.1	Die Kampagne ist gut gemacht	2.44 (.086)
F78.2	Die Kampagne betrifft auch mich	2.62 (.069)
F78.3	Ich sollte die Botschaft von der Kampagne ernst nehmen	2.13 (.067)
F78.4	Die Kampagne ist belehrend	2.71 (.074)
F78.5	Kampagnen zum Fahrverhalten nerven mich	3.82 (.051)
F78.6	Die Kampagne betrifft vor allem Raser	2.96 (.064)
F78.7	Die Kampagne ist informativ	2.59 (.071)
F78.8	Die Kampagne ist originell	2.28 (.079)
F78.9	Mir ist die Botschaft der Kampagne unklar	3.91 (.058)
F78.10	Ich finde die Kampagne sympathisch	2.22 (.077)

F79. Kampagnensprache (1)

F80. „Slow down“ Interpretation (1)

F81. „Take it easy“ Interpretation (1)



5.2.9 Sprachverständnis

F82. Kampagnensprache (1)

5.2.10 Schlussfragen für alle

F83. Einstellung: Notwendigkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)

Für wie wichtig halten Sie es, dass eine Kampagne für langsames Fahren gemacht wird?

1 sehr wichtig	44.7%
2 eher wichtig	42.2%
3 eher unwichtig	9.6%
4 absolut unwichtig	2.1%
(8 weiss nicht)	1.0%
(9 k.A.)	0.4%

F84. Einstellung: Wirksamkeit von Geschwindigkeitskampagnen (1)

Glauben Sie, dass eine Kampagne für langsames Fahren tatsächlich eine Wirkung aufs Fahrverhalten haben kann?

1 Ja sicher	18.5%
2 Eher ja	38.0%
3 Eher nicht	33.0%
4 Nein sicher nicht	8.6%
(8 weiss nicht)	2.0%
(9 k.A.)	

F85. Mediennutzung (8)

Jetzt habe ich noch ein paar Fragen, wie oft Sie verschiedene Medien nutzen. Antworten Sie bitte mit...

[EINE ANTWORT PRO ZEILE]

- 1 täglich
- 2 mehrmals pro Woche
- 3 mehrmals pro Monat
- 4 Mehrmals pro Jahr
- 5 seltener
- 6 nie

[ITEMS ROTIEREN]

F85.1	Wie häufig schauen Sie Programme vom Schweizer Fernsehen? (Deutschschweiz: SF1, SF zwei, SF info; Französische Schweiz: TSR 1, TSR 2; Italienische Schweiz: La1, La2 (ehem. TSI 1, TSI 2)	2.16 (.045)
F85.2	Wie häufig schauen Sie Schweizer Privat-Fernseh-Sender? (3+, Tele Züri, Tele Bärn, Tele Top, Tele Tell etc.)	3.92 (.059)
F85.3	Wie häufig schauen Sie Deutsche/Französische/Italienische Privat-Fernseh-Sender? (RTL, Pro7, VOX, Sat 1, Kabel 1 etc. ; NICHT ARD, ZDF, 3Sat, SWR3 etc.)	2.89 (.057)
F85.4	Wie häufig hören Sie Schweizer Privatradios? (Deutschschweiz: alle ausser DRS 1,2,3,4, Virus, Musikwelle, Swiss Pop, Swiss Jazz, Swiss Classic; Französische Schweiz: alle ausser La 1ère, Espace 2, Couleur 3, Option Musique, RSR Savoires, WRS, Swiss Pop, Swiss Jazz, Swiss Classic; Italienische Schweiz: alle ausser Reteuno, Retedue, Retetre)	2.95 (.063)
F85.5	Wie oft nutzen Sie das Internet (ohne E-Mail)?	2.13 (.052)
F85.6	Wie oft spielen Sie Computerspiele, in denen es um Auto- und Töfffahren geht?	5.71 (.025)
F85.7	Wie oft gehen Sie ins Kino?	4.51 (.030)
F85.8	Wie oft sehen Sie sich bewusst Plakate auf der Strasse an?	3.13 (.051)

Zum Schluss habe ich noch eine Frage zu Ihrer Person.



F86. Ausbildung (1)

Was ist Ihre höchste Ausbildung?

[ANTWORTEN NICHT VORLESEN! Bei Unsicherheit beim Interviewten Nachfragen und die möglichen Kategorien nennen. Wenn keine eindeutige Zuordnung möglich ist, dann soll zusätzlich zur Codierung (bitte in jedem Fall vornehmen) auch die Angabe offen erfasst werden]

1	Keine Schulbildung	0.6%
2	Primarschule	1.8%
3	Sekundarschule	5.2%
4	Anlehre (mit Anlehrvertrag)	1.3%
5	Berufslehre oder Berufsschule	41.0%
6	Diplommittelschule oder allgemeinbildende Schule	1.9%
7	Handelsschule, Handelsdiplom	4.9%
8	Berufsmatura	2.2%
9	Maturitätsschule, Gymnasium, Seminar	5.8%
10	Höhere Fachschule (Krankenpflegeschule, Schule für Sozialarbeit Medizinisch-technische Assistentin)	7.7%
11	Höhere Berufsausbildung mit Meisterdiplom, Eidgenössischem Fachausweis oder Gleichwertiges	7.3%
12	Fachhochschule, Technikerschule (Technikum)	8.9%
13	Universität, ETH (Eidgenössische Technische Hochschule), EPFL, HSG (Hochschule St. Gallen)	13%
14	Bei Unsicherheit ZUSÄTZLICH offen erfassen:: _____	
99	Keine Angabe	

Vielen Dank!



6 Kampagnenmaterial

6.1 Herbst 2009

6.1.1 TV Spot: Tiefgarage



Mann im Stress



Quietschende Reifen / Tiefgarage



Engel beruhigt / singt



Staunen



Lachen / Freude



Kleber neben Rücklicht

www.slow-n-easy.ch



Informationen



6.1.2 TV Spot: Überholmanöver



Quietschende Reifen
(versuchtes) Überholmanöver



Gestresste Frau / Hupen



Staunen



Engel beruhigt / singt



Lachen / Freude



Kleber neben Rücklicht

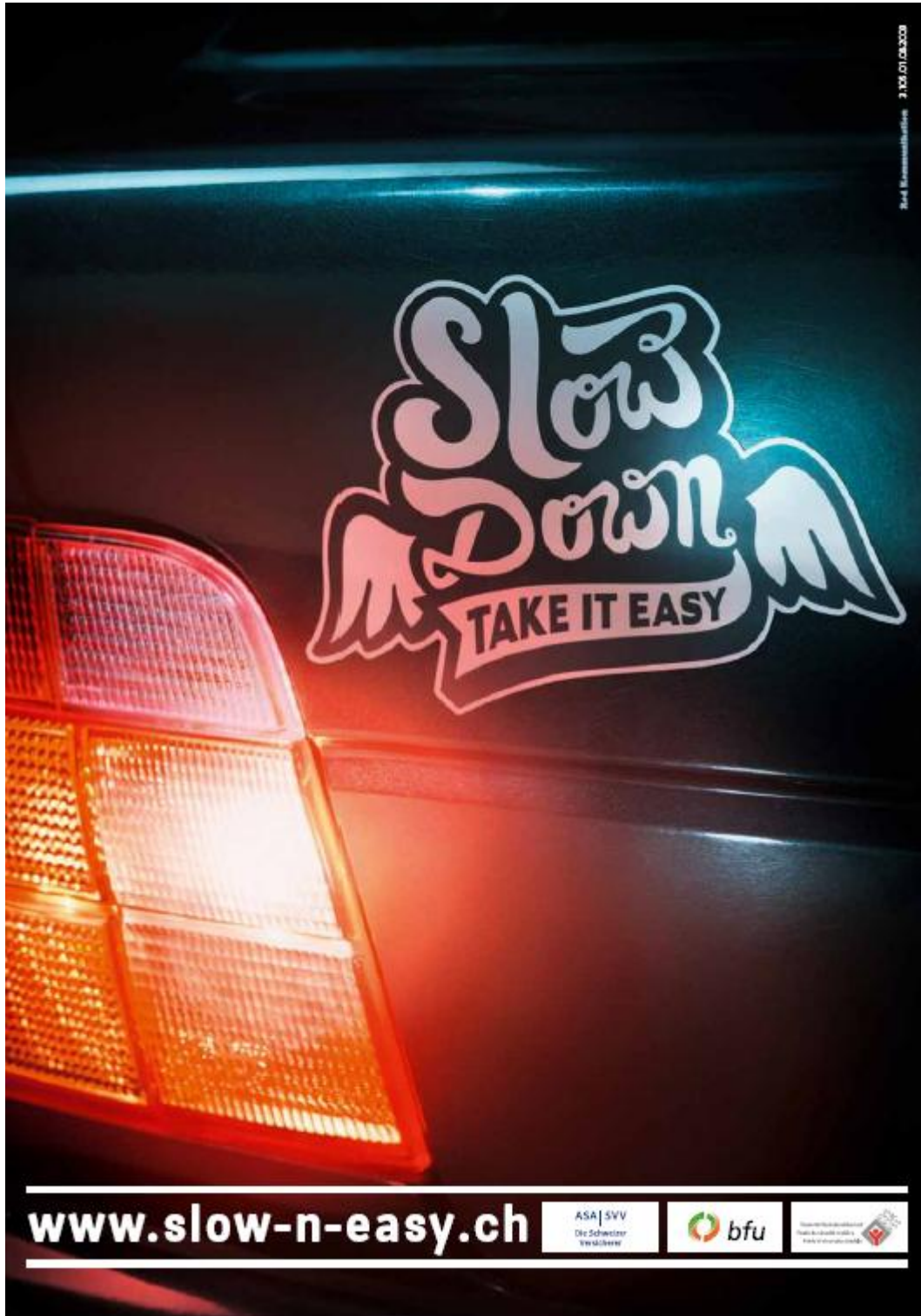
www.slow-n-easy.ch



Informationen



6.1.3 Plakat



(f/i identisch mit anderen Abesender-Logos)



6.1.4 Aufkleber



6.1.5 Werbung in Computerspiele





6.1.6 Internetseite (www.slow-n-easy.ch)

6.1.7 Facebook



6.2 Frühjahr 2010

6.2.1 Plakate





6.2.2 TV Spot: Tiefgarage

vgl. 6.1.1

6.2.3 TV Spot: Motorräder an Kreuzung



Quitschende Reifen



Kreuzung



Engel beruhigt / singt



Staunen (öffnen des Visiers)



Kleber auf Tank

www.slow-n-easy.ch



Informationen



6.2.4 Kino Spot: Telefon mit Gott / Sänger für Band / Frau auf Landstrasse



An einer Autobahn...



Engel ruft Gott an



Schutzengel beklagt sich...
...muss aber noch 348 Jahre arbeiten.



Gott rät zu Spass und Kreativität
Engel ruft Band an



Quietschende Reifen
(versuchtes) Überholmanöver



Gestresste Frau / Hupen



Staunen



Lachen / Freude



Kleber neben Rücklicht

www.slow-n-easy.ch



Informationen



6.2.5 Aufkleber

vgl. 6.1.4

6.2.6 Werbung in Computerspielen

vgl. 6.1.5

6.2.7 Internetseite

vgl. 6.1.6

6.2.8 Facebook

vgl. 6.1.7

6.2.9 Duftengel



6.2.10 Sonnenblende

