

Hintergrund:

Marktforschung „Achtung im Straßenverkehr“

1. Ausgangslage – wer hat gefragt?
2. Ziel – was wurde gefragt?
3. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
4. Methodologie – wie wurde vorgegangen?

1. Ausgangslage – wer hat gefragt?

Im Rahmen der vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) sowie dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat (DVR) gestarteten neuen Initiative #mehrAchtung der Verkehrssicherheitskampagne „Runter vom Gas“ führte das Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) eine Bevölkerungsbefragung zum Thema „Achtung im Straßenverkehr“ durch.

Im Februar und März 2023 wurden in Zusammenarbeit mit dem Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) über 2.000 in Deutschland lebende Menschen per Telefon- und Onlineinterview sowie in Fokusgruppen-Diskussionen befragt.

2. Ziel – was wurde gefragt?

Die Marktforschungsstudie liefert erstmals Ergebnisse zur Wahrnehmung von Achtsamkeit im Straßenverkehr. Denn dazu existieren bislang keine aussagekräftigen Erkenntnisse. Für die Studie wurde das Konzept Achtsamkeit im Sinne von Respekt und Wertschätzung, Vorsicht und Aufmerksamkeit sowie Rücksichtnahme und Altruismus definiert.

Um zielführende Aussagen zu erhalten, standen drei Fokusthemen im Mittelpunkt der Untersuchung:

- Wie beurteilen die Menschen in Deutschland ihre Achtsamkeit außerhalb des Straßenverkehrs?
- Wie beurteilen sie ihre Achtsamkeit im Straßenverkehr?
- Wie beurteilen sie die Achtsamkeit anderer im Straßenverkehr?

3. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Die repräsentative Achtsamkeitsstudie zeigt:

1. **Die Achtsamkeit der Mitmenschen wird im Straßenverkehr im Vergleich zu anderen Lebensbereichen am schlechtesten bewertet.**

Interpretation und Schlussfolgerung: Überall ist die Bevölkerung schon achtsamer unterwegs als im Straßenverkehr. Um das Verkehrsklima nachhaltig zu verbessern, müssen wir gemeinsam mehr Achtsamkeit auf die Straße bringen.

2. **Mehr als 80 % der Befragten sind der Meinung, dass achtsames Verhalten das Unfallrisiko stark oder sehr stark reduzieren kann.**

Interpretation und Schlussfolgerung: Mehr Achtsamkeit kann – als ein Faktor von vielen – laut Einschätzung der Befragten möglicherweise dazu beitragen, das Unfallrisiko zu reduzieren und uns somit der Vision Zero – null Unfalltote im Straßenverkehr – ein Stück näherzubringen.

3. Mehr als 60 % der Befragten geben an, durch das erlebte achtsame Verhalten anderer im Straßenverkehr besonders motiviert zu sein, selbst achtsam zu sein.

Interpretation und Schlussfolgerung: Achtsamkeit ist bei einem großen Teil der Befragten selbstverstärkend. Das heißt, wenn ich selbst achtsamer bin, wirkt sich das positiv auf meine Mitmenschen aus und umgekehrt. Wenn andere sich rücksichtsvoll und achtsam verhalten, werde ich selbst positiv beeinflusst.

4. Wer achtsam ist, fährt gelassener.

Interpretation und Schlussfolgerung: Achtsame Personen lassen sich laut Umfrage weniger von persönlichen Umständen im Straßenverkehr beeinflussen.

5. Personen, die sich selbst als sehr achtsam einschätzen, nehmen mehr Rücksicht auf andere Verkehrsteilnehmende als Personen, die sich selbst als unachtsam einschätzen.

Interpretation und Schlussfolgerung: Jeder Einzelne macht den Unterschied: Wer an der eigenen Achtsamkeit arbeitet, beeinflusst das Verkehrsklima positiv.

6. Je höher die selbst erlebte Achtsamkeit, desto öfter nimmt man positive Ereignisse und Rücksicht im Straßenverkehr wahr.

Interpretation und Schlussfolgerung: Positive Erfahrungen im Straßenverkehr gibt es schon. Die Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer müssen sie nur als solche erkennen. Mit mehr Achtsamkeit nehmen sie positive Erlebnisse stärker wahr und sorgen durch den in Aussage 3 benannten selbstverstärkenden Effekt dafür, dass es noch mehr werden. Wer Achtsamkeit im Straßenverkehr erlebt, ist auch selbst achtsamer unterwegs.

4. Methodologie – wie wurde vorgegangen?

Im Februar 2023 wurde zunächst eine qualitative Erhebung durchgeführt, um ein tiefergehendes Verständnis von Haltungen und Verhalten der Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer zu erlangen. Dazu wurden Fokusgruppen interviewt, deren Mitglieder verschiedene Perspektiven im Straßenverkehr repräsentieren, beispielsweise Menschen in urbanem oder ländlichem Umfeld und Nutzer verschiedener Mobilitätsangebote.

Die daraus gewonnenen Erkenntnisse dienen dem Marktforschungsinstitut zur qualitativen Vorbereitung der Entwicklung des Fragebogendesigns für die repräsentative Befragung.

Diese fand im März und April 2023 statt. Dazu wurden etwa 2.000 quantitative Interviews im gesamten Bundesgebiet durchgeführt, deren Teilnehmerinnen und Teilnehmer zur Hälfte

online und zur Hälfte telefonisch befragt wurden.

In der Auswertung wurden die Ergebnisse zudem nach folgenden Analysegruppen unterschieden: Altersgruppen, Geschlecht, Mobilitätseinschränkung, Haushaltstyp, formales Bildungsniveau, Gebietstyp RegioStar2, Bundeslandgruppen, Besitz eines PKW-Führerscheins, Jahresfahrleistung Pkw in km gruppiert, hauptsächlich gefahrene Pkw-Strecken, Nutzersegmente, Verkehrsklimaindex nach BAST gruppiert, Score selbst berichtete Achtsamkeit gruppiert, Gesamt.

Das Verkehrsklima wurde über die Wahrnehmung und Bewertung des Umgangs der Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer miteinander erfasst. Der Verkehrsklimaindex wurde nach Vorgaben der Basisstudie der Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST) gebildet. Dabei werden insgesamt acht Variablen mit einer Ausprägung von -3 bis +3 aufsummiert, so dass sich insgesamt eine Spannbreite des Indexes von -24 bis +24 ergibt. Dieser wurde dann in die fünf Gruppen „sehr niedrig“, „niedrig“, „mittel“, „hoch“ und „sehr hoch“ unterteilt. Die im Score selbst berichtete Achtsamkeit wurde über einen Summenindex mit den Fragen zur Selbstachtsamkeit zwischen den verschiedenen Arten der Verkehrsteilnahme gebildet und ebenfalls in fünf Gruppen wie beim Verkehrsklimaindex unterteilt.

Für Fragen zu den Ergebnissen, der Methodologie oder der Befragung allgemein, sowie zur Einordnung der Ergebnisse können Sie sich gern an unser Kontaktbüro wenden.

Medienkontakt:

#mehrAchtung-Kontaktbüro

kontakt@mehrachtung.de