Universität der Bundeswehr München

Kampagnen gegen Ablenkung Beispiele und Bewertung

Prof. Dr. Anja Katharina Huemer

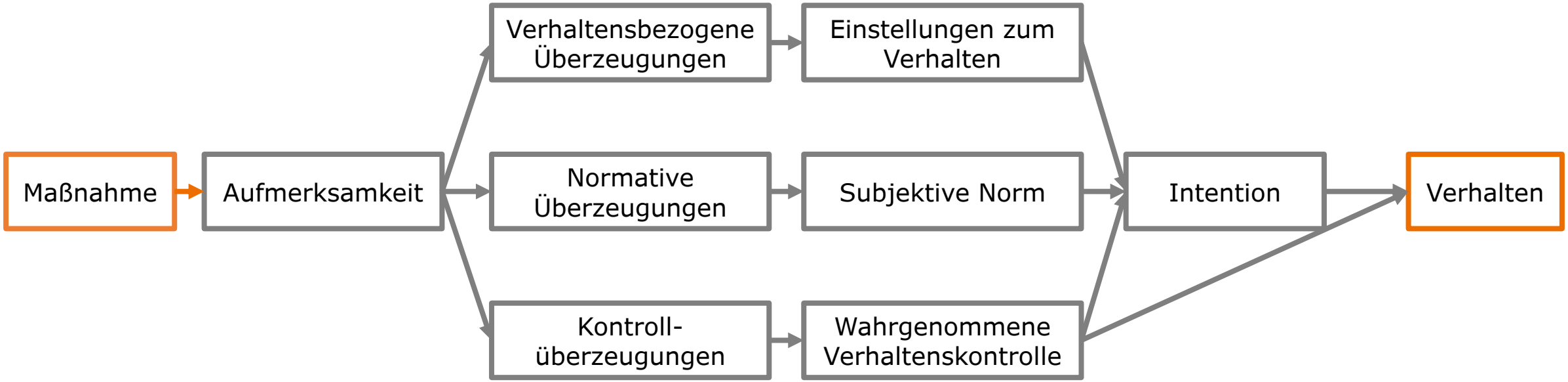
Maßnahmen – Education

Universität der Bundeswehr München

Effektivität von Kampagnen in Massenmedien

- Verhaltensänderung bei 5%

(Anker et al., 2010)

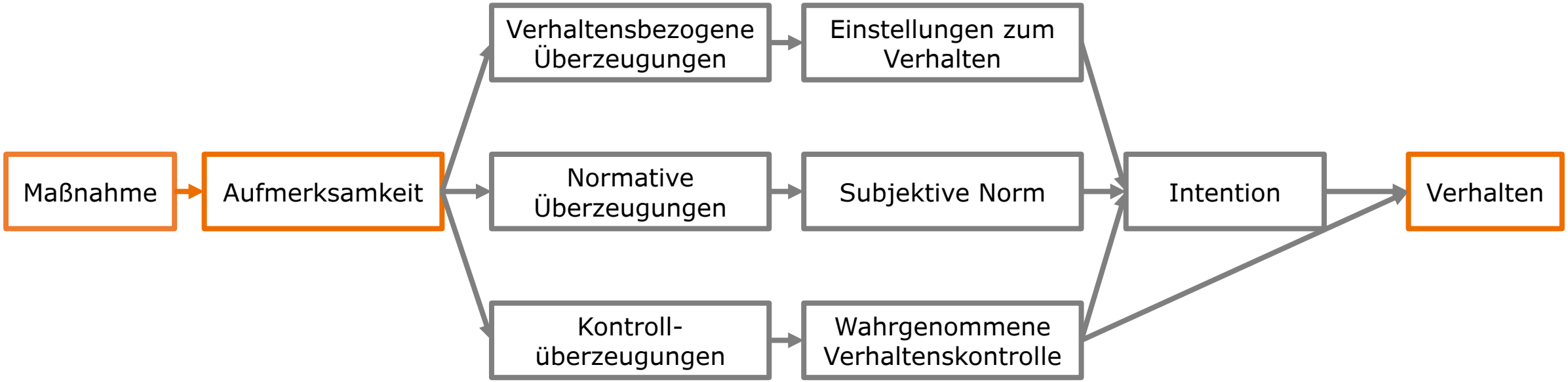


Maßnahmen – Education

Universität der Bundeswehr München

Aufmerksamkeit (& Erinnerung)

- Humor, Wortspiele & Reime wirken (Arnold & Horrey, 2022; Shealy et al., 2020)
- Emotionale Ansprache auch, aber nicht immer positiv (Arnold & Horrey, 2022)

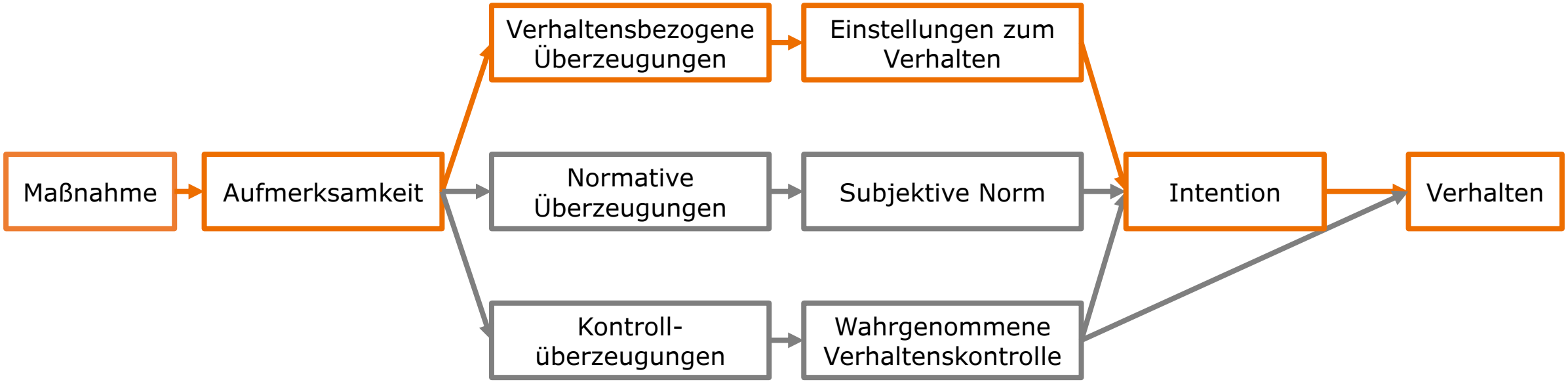


Maßnahmen – Education

Universität der Bundeswehr München

Wissen / Einstellung

- Zusätzlich **längere Informationen / Dokus zum Thema** (Arnold & Horrey, 2022; Wakefield et al., 2010)
- **Einfacher Zugang zu Hilfen für die Umsetzung**



- Wissen über Gefährlichkeit ist da, aber meist für Telefone
- Diskrepanz zwischen Wissen und Normen

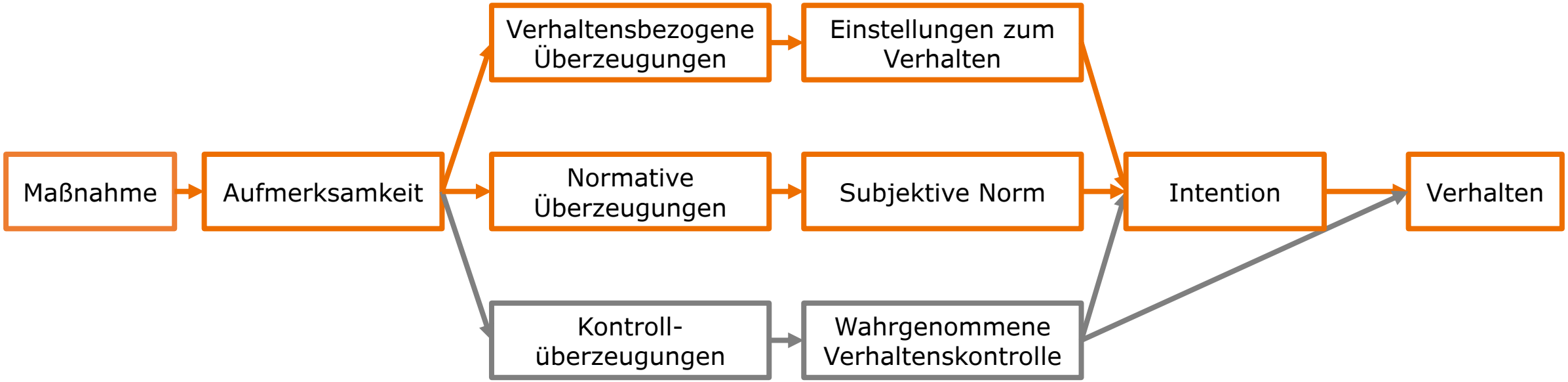
(European Comission, 2015; SWOV, 2020)

Maßnahmen – Education

Universität der Bundeswehr München

Normen

- De-normalisieren und stigmatisieren wirkt (Arnold & Horrey, 2022; Tamul et al., 2021)



- Framing über soziale Verluste wirkt besser als Nachrichten über Todesfälle (Martin & Kamins, 2019)
- Angst und Drohung wirkt bei emotional sensibleren Menschen besser (Peyton, 2021)

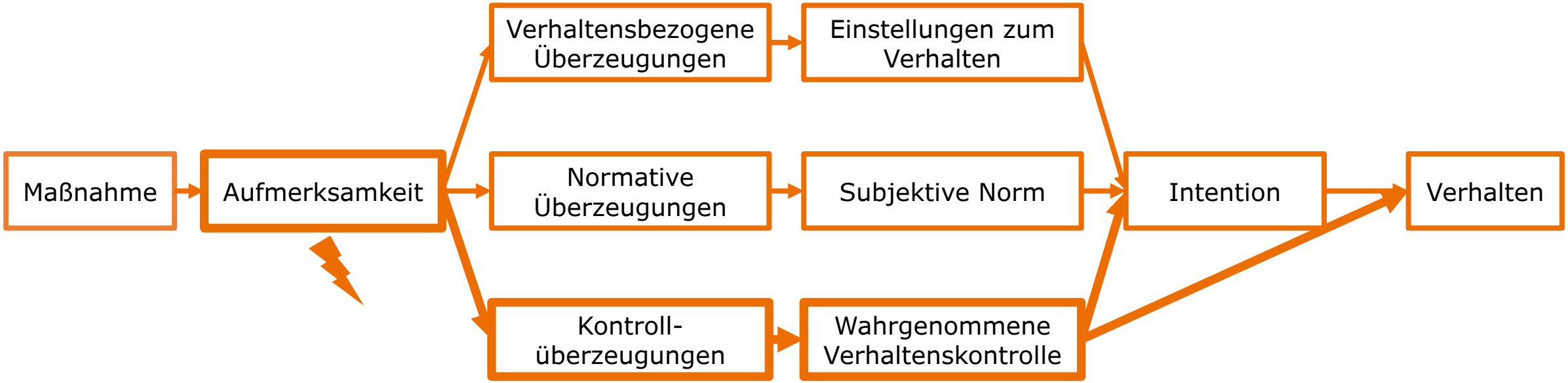
Maßnahmen – Education

Universität der Bundeswehr München

Kontrollüberzeugungen

- Meist ist es nicht so, dass der eine eigene Fehler den tödlichen Unfall verursacht

(Dunn et al., 2014; Fuller 2000)

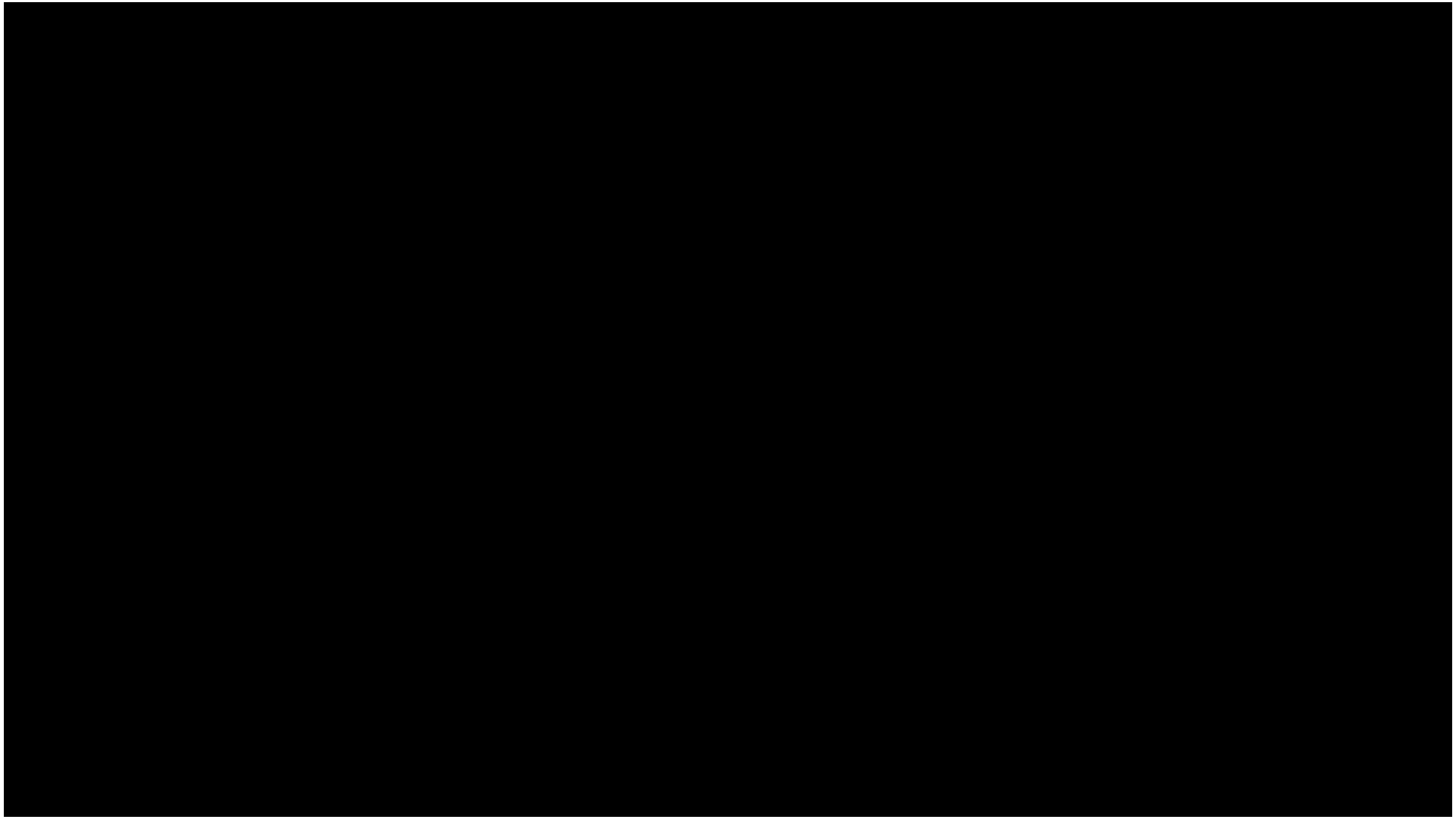


- Komplexität erhalten **(Reaktanz vermeiden)**
- **„Es kann immer etwas außerhalb deiner Kontrolle passieren"**

Emotionale Ansprache / Verantwortung / Wissen

Universität der Bundeswehr München

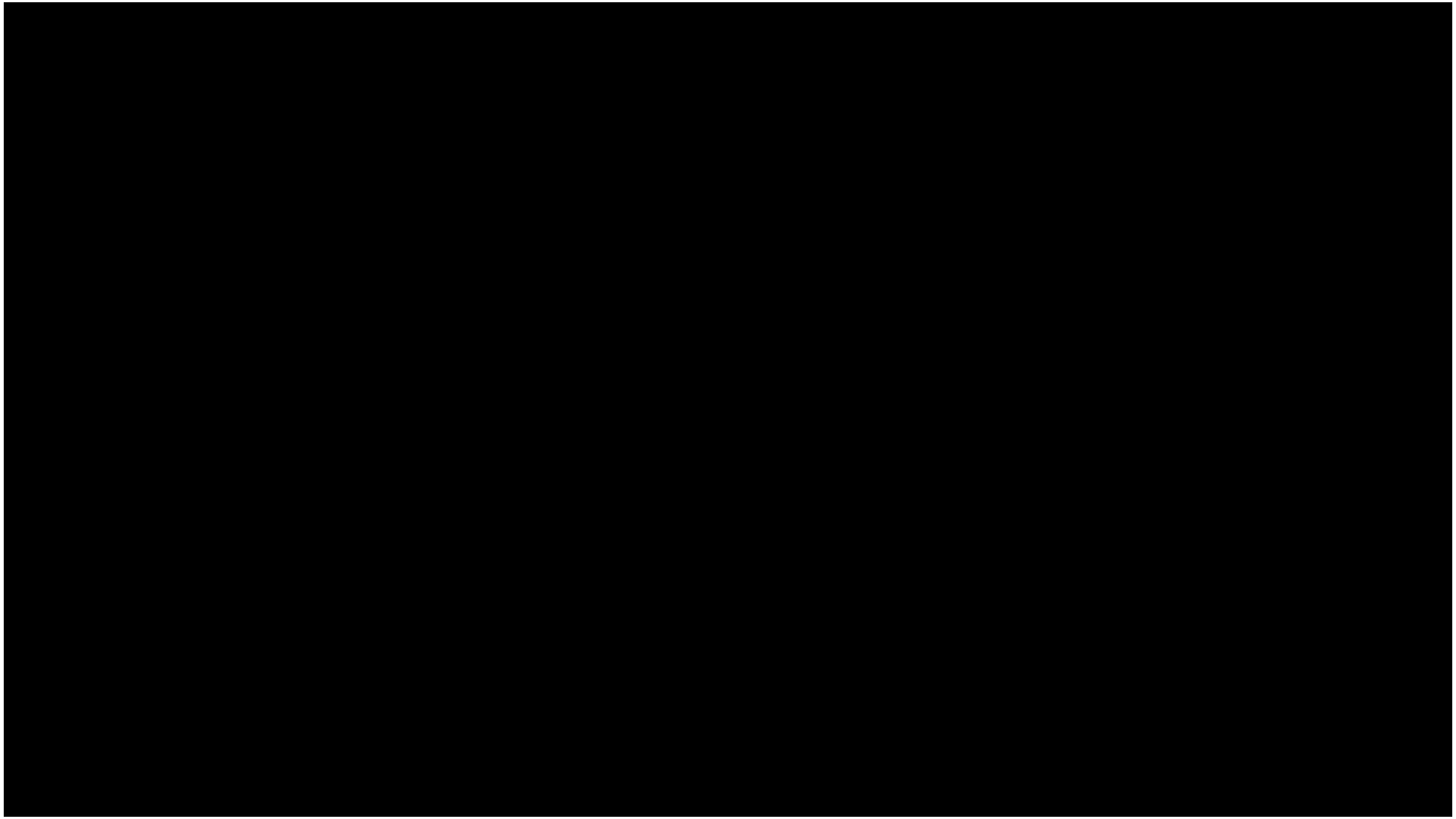
Channel 6 NEWS, USA, 2014; https://www.youtube.com/watch?v=rClJW9gnchc



Emotionale Ansprache / Verantwortung / Wissen

Universität der Bundeswehr München

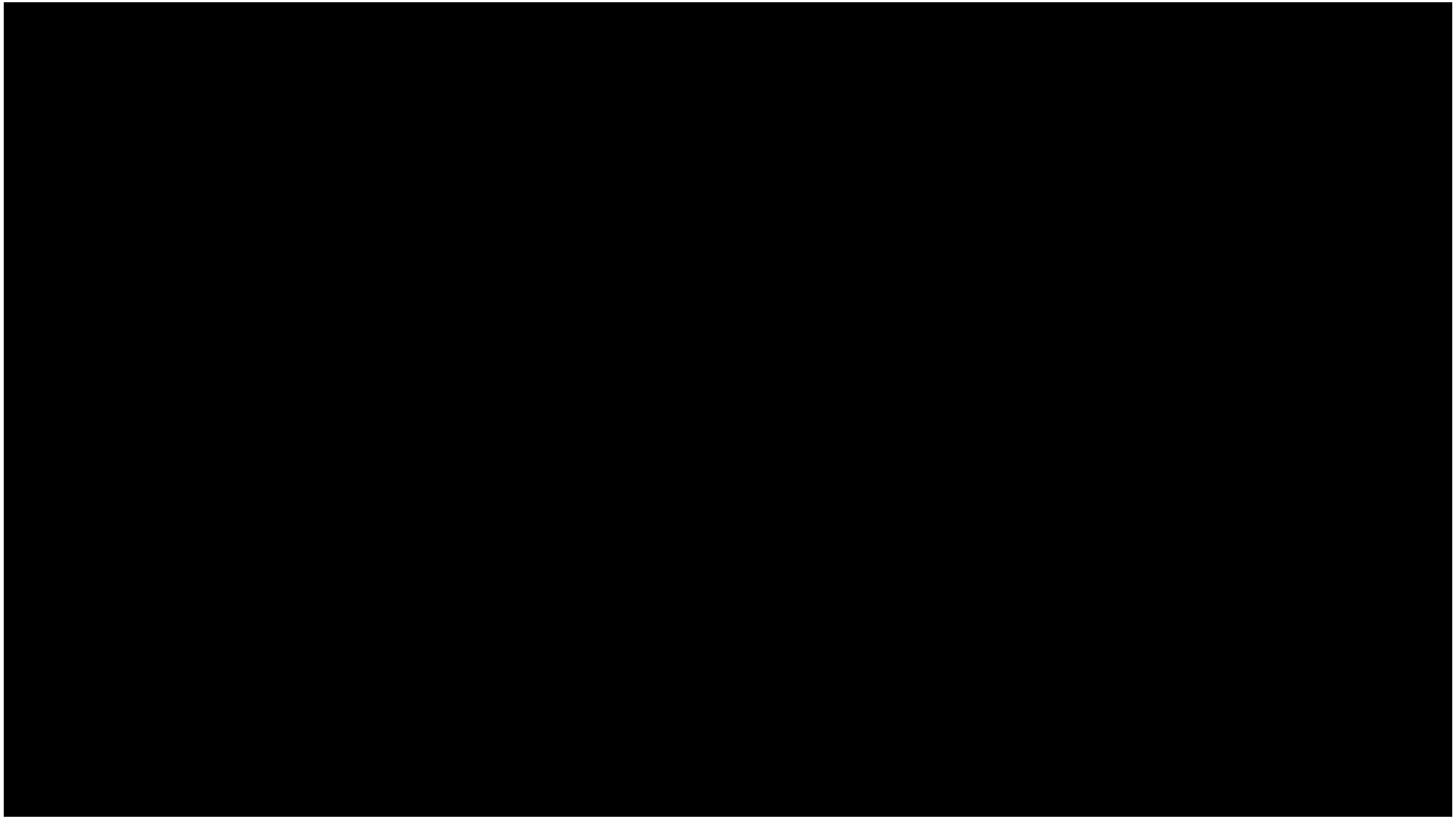
National Safety Council USA; https://youtu.be/8UFB7CbYtKA?si=N1VeOvGh2_lIF81N



Humor / Wissen

Universität der Bundeswehr München

https://www.youtube.com/watch?v=P9UxWcZbGMQ



Soziale Normen

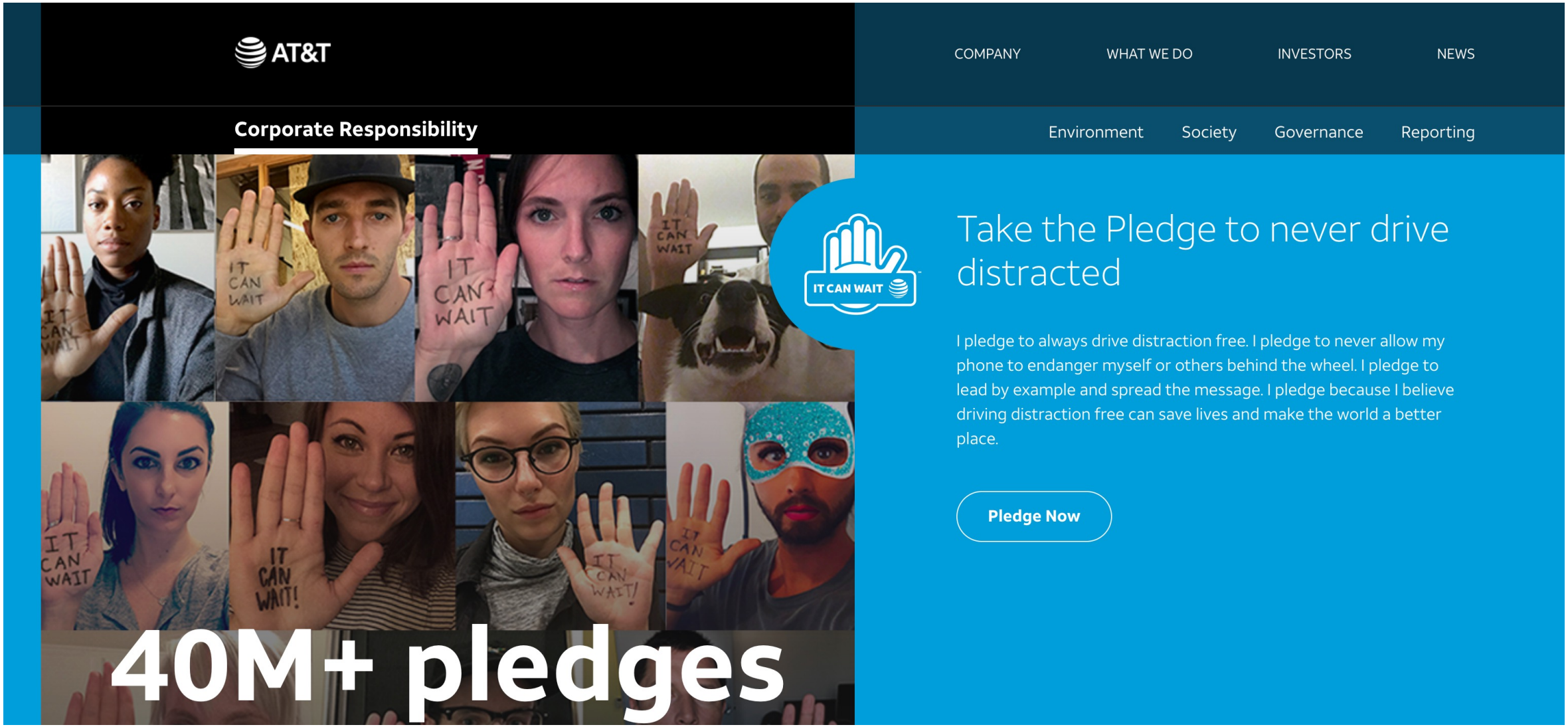
Universität der Bundeswehr München

https://www.think.gov.uk/campaign/mobiles-2022/

Normen / Selbstverpflichtungen

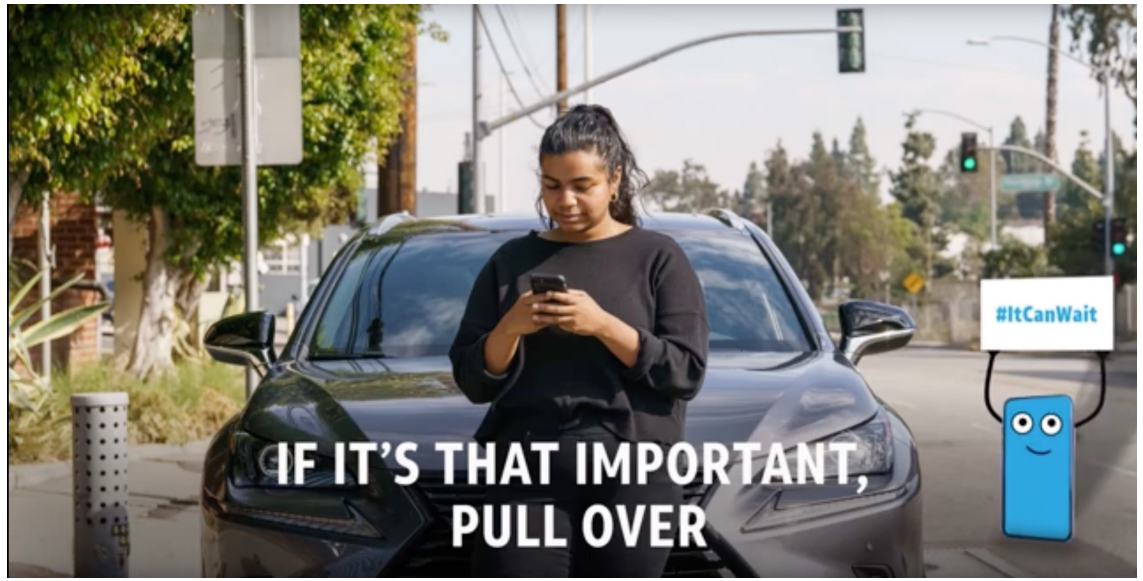
Universität der Bundeswehr München

It can wait – At&T, USA, 2010; https://about.att.com/csr/itcanwait



Einfache Botschaften / Hilfen zur Umsetzung

Universität der Bundeswehr München



It can wait – At&T, USA, 2010; https://about.att.com/csr/itcanwait

Soziale Normen / Hilfen zur Umsetzung

Universität der Bundeswehr München

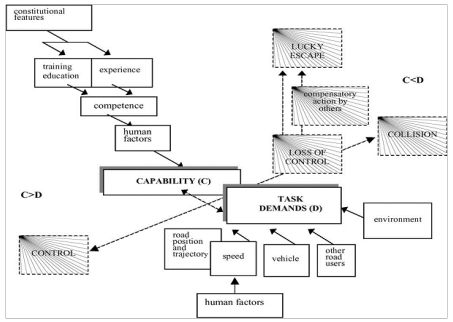
It can wait – At&T, USA, 2010; https://about.att.com/csr/itcanwait

Viel Gutes (DVR, 2021)

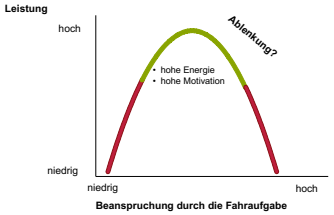
Universität der Bundeswehr München

"Informations- und Aufklärungskampagnen sind wichtig, um zu vermitteln, wie sich Ablenkung auswirkt. Zusätzlich sollte erklärt werden,

- dass das Gefährdungspotenzial von Ablenkung unterschätzt wird und der Bruchteil einer Ablenkungssituation zu einem Unfall führen kann. Viele kritische Situationen bleiben folgenlos, weil die übrigen Verkehrsteilnehmen den aufpassen;



- weshalb die Motivation für Nebentätigkeiten so über mächtig werden kann, weil etwa Verkehrsteilnahme eine automatisierte Routine ist;

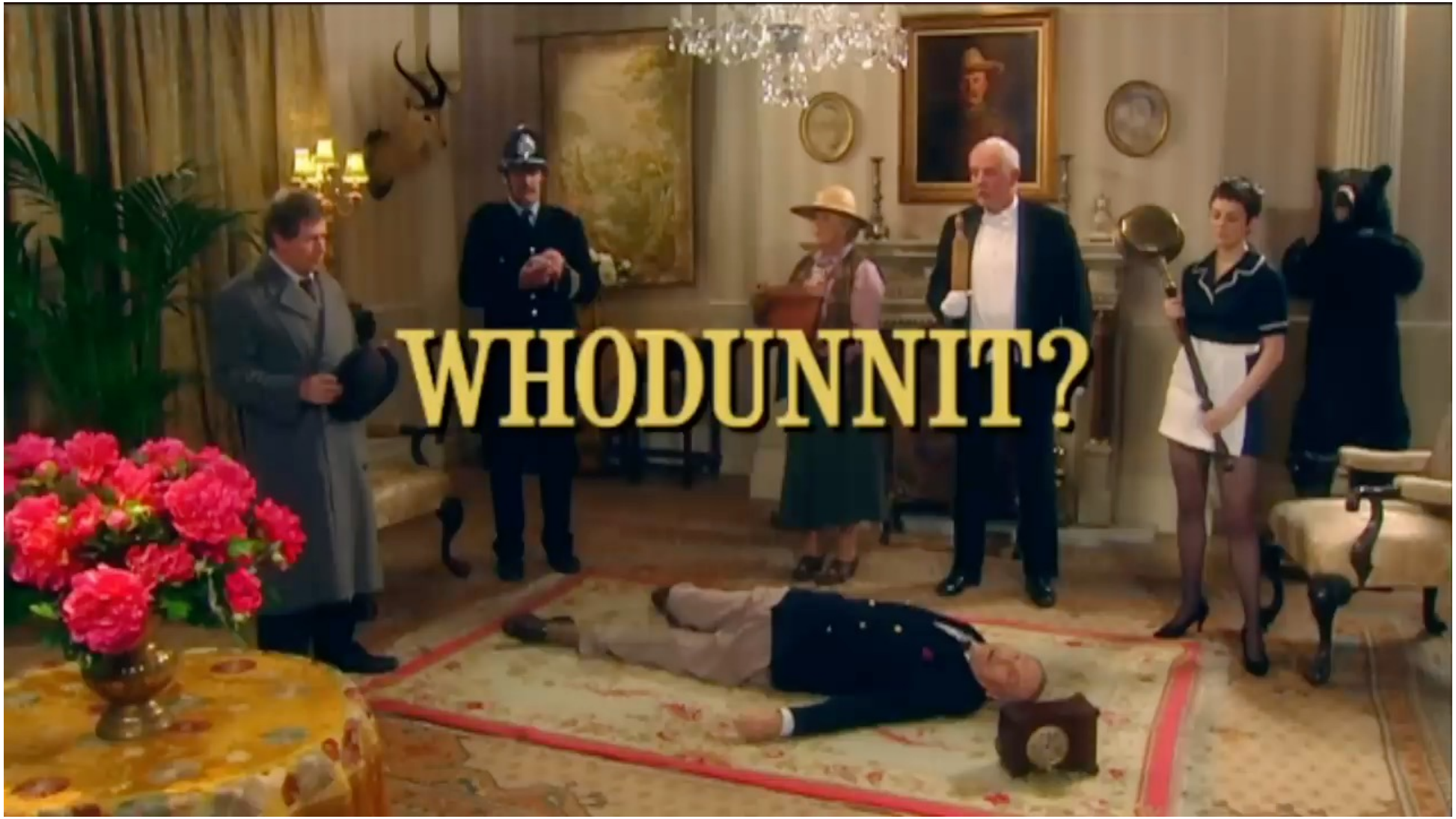


- worin die vermeintlichen Gewinne der Nebentätigkeiten liegen (Zeit sparen, erreichbar sein, Beziehungen managen, Netzwerken können etc.) und wie diese ihren Ver stärkungswert verlieren können"

Oldie but Goodie

Universität der Bundeswehr München

https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA



Quellen

Universität der Bundeswehr München

- Anker, A. E., Feeley, T. H., McCracken, B., & Lagoe, C. A. (2016). Measuring the effectiveness of mass-mediated health campaigns through meta-analysis. *Journal of health communication*, *21*(4), 439-456.
- Arnold, L. S. & Horrey, W. J. (2022). Effectiveness of Distracted Driving Countermeasures: An Expanded and Updated Review of the Scientific and Gray Literatures (Research Brief). Washington, D.C.: AAA Foundation for Traffic Safety. https://aaafoundation.org/wp-content/uploads/2022/03/22-1066-AAAFTS-Distracted-Driving-Research-Brief_v2.pdf
- Bradish, T., Wilson, J. H., & Locker Jr, L. (2019). Hands-free law in Georgia: predictors of post-law cellphone use among college drivers. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, *66*, 226-233.
- Chen, H. Y. W., Xie, J. Y., & Donmez, B. (2023). Gamification of Driver Distraction Feedback: A Simulator Study With Younger Drivers. *IEEE Transactions on Human-Machine Systems*.
- Dunn, N.; Hickman, J. Hanowski; R. (2014): Crash Trifecta: A Complex Driving Scenario for Describing Safety-Critical Event Causation. https://www.vtti.vt.edu/PDFs/ndrs-2014/Dunn-2014.pdf
- DVR (2021). Praxishilfen zur Verkehrssicherheit. Ablenkung im Straßenverkehr https://www.dvr.de/fileadmin/downloads/materialien-fuer-betriebe-und-oeffentliche-einrichtungen/Praxishilfe_fuer_IK_und_BG/Praxishilfen-zur-Verkehrssicherheit-Ablenkung.pdf
- European Commission, Driver Distraction, European Commission, Directorate General for Transport, September 2015. https://road-safety.transport.ec.europa.eu/system/files/2021-07/ersosynthesis2015-driverdistraction25_en.pdf
- Fuller, R. (2000). The task-capability interface model of the driving process. *Recherche-Transports-Sécurité*, *66*, 47-57.
- Martin, I. M., & Kamins, M. A. (2019). Effectively using death in health messages: Social loss versus physical mortality salience. Journal of Consumer Behaviour, 18(3),
- 205–218.Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The lancet*, *376*(9748), 1261-1271.
- Oviedo-Trespalacios, O., Williamson, A., & King, M. (2019). User preferences and design recommendations for voluntary smartphone applications to prevent distracted driving. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, *64*, 47-57.
- Peyton, D. F. (2021). An evaluation of fear appeals response using cognition value through emotional intelligence and texting and driving public service
- announcements. ProQuest Information & Learning.
- Shealy, T., Kryschtal, P., Franczek, K., Katz, B. J., Virginia Transportation Research, C., Virginia Department of, T., & Federal Highway, A. (2020). Driver Response to Dynamic Message Sign Safety Campaign Messages (01741727; p. 65p). http://www.virginiadot.org/vtrc/main/online_reports/pdf/20-R16.pdf
- SWOV (2020). Which countermeasures targeting driver distraction are implemented, and how effective are they? In: SWOV (2020). *Distraction in traffic*. SWOV fact sheet, July 2020. SWOV, The Hague. https://swov.nl/en/fact/distraction-which-countermeasures-targeting-driver-distraction-are-implemented-and-how
- Tamul, D., Einstein, C., Hotter, J., Lanier, M., Purcell, L., & Wolf, J. (2021). Narrative persuasion and stigma: Using news accounts to denormalize texting while driving. Accident; Analysis and Prevention, 151, 105876.
- Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The lancet*, *376*(9748), 1261-1271.