

DVR - Input

Rücksicht im Straßenverkehr

Sicher Radfahren für Alle – ADFC Fachtagung
26. März 2026 in Heidelberg



Annette Nawrath

DVR Abteilungsleiterin Präventionsprojekte

Annette Nawrath

Dipl.-Ing. der Landschaftsplanung/ TU Berlin

gearbeitet für

- Nachhaltigen Tourismus (v.a. in Brandenburg)
- Amnesty International
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)



Seit 2017 beim Deutschen Verkehrssicherheitsrat (DVR) e.V.
Abteilungsleiterin Präventionsprojekte

Über den DVR

- Gegründet 1969 als Dachorganisation für öffentliche und private Institutionen, die sich für die Verkehrssicherheit engagieren
- Gemeinnütziger Verein
- 200 Mitglieder
 - Bundesministerium für Verkehr und alle Bundesländer
 - DGUV und Unfallversicherungsträger, Automobil-Clubs, Automobilhersteller und Verbände,
 - Technische Prüforganisationen, Fahrlehrerverbände
 - Zivilgesellschaftliche Organisationen



#mehrAchtung

Lehrerbildungszentrum
NRW e.V.
50170 Köln | mehrAchtung.de

Mit der Zeit gehen heißt auch: Anderen Zeit lassen.

Bringen wir #mehrAchtung auf die Straße.



Was dich bei Baustellen weiter bringt: Rücksicht.

#mehrAchtung für Straßenwärter.

#mehr
Achtung

Die Wehrmachtliche Initiative
wird gefördert von
und finanziert: mehrachtung.de



Niedersachsen



**Absender +
Bundesland**

Bildmotive-Optionen:

Druck:

- Billboard Straßen/Autobahn
- Plakaten A2 / A1

Digital:

- Social (Instagram, LinkedIn, Xing)
- Web

Frage über Mentimeter

Worüber ärgern Sie sich im
Straßenverkehr besonders?



Frage

Wer von Ihnen hat sich selbst schon einmal so verhalten, dass sich **andere über Sie geärgert** haben?



A person wearing a white helmet and a light-colored jacket is riding a bicycle away from the camera on a narrow street. In front of them is a large orange Mercedes-Benz truck with a license plate that reads 'B 52'. The street is lined with parked cars, including a silver car on the left and a red car on the right. The ground is covered with fallen yellow leaves, suggesting an autumn setting. The background shows residential buildings and trees with yellowing leaves.

Hier komme ich – Wer gibt nach?

DVR



§1 Straßenverkehrs-Ordnung (StVO)

1. Die Teilnahme am Straßenverkehr erfordert **ständige Vorsicht** und **gegenseitige Rücksicht**.
2. Wer am Verkehr teilnimmt hat sich so zu verhalten, dass kein Anderer **geschädigt, gefährdet** oder mehr, als nach den Umständen unvermeidbar, **behindert** oder **belästigt** wird.

Warum kommt es zu Ärger und Aggression im Straßenverkehr?

Aggressivität im Straßenverkehr - ein Zusammenspiel aus

- äußeren Umständen: zunehmender Verkehrsdichte/
Konkurrenz um den Straßenraum
- Psychologischen und physische Faktoren
- Fehlinterpretation und Kommunikation



Warum kommt es zu Ärger und Aggression im Straßenverkehr?

Situative und äußere Einflüsse

- **Verkehrsdichte/ Staus**
- **Verteilungskonflikte - gegenseitige Provokationen**
- **Zeitdruck**
- **Witterungseinflüsse**



Warum kommt es zu Ärger und Aggression im Straßenverkehr?

Psychologische und physische Ursachen

- Pkw/ Lkw als geschützter Raum
- Anonymität
- Frustrations-Aggressions-Hypothese
- Externalisierung des Ärgers über sich selbst
- Machtdemonstration
- Persönlichkeit und Verfassung/
verminderte Impulskontrolle/ Gefühl von Gefährdung



Warum kommt es zu Ärger und Aggression im Straßenverkehr?

Fehlinterpretation und Kommunikation

Situationen können durch Missverständnisse eskalieren

- **Wenig differenzierte Kommunikation**
(nur Lichthupe, Blinken, starke Gesten)
- **Mangelnde Fehlertoleranz/ „Bestrafung“ des Anderen**



Was braucht es, um rücksichtvoll zu sein?



#mehrAchtung
Ein Verkehrssicherheitskonzept, das mehr Rücksicht, mehr
und mehr Verantwortung mit sich bringt.

Tag der Verkehrssicherheit

Mal mit dem Rad.
Mal mit dem Auto.
Mal mit dem Zug.
Immer mit **#mehrAchtung.**

The advertisement features a man in a dark suit and purple tie standing in front of a blue and yellow bus. A large red graphic element, resembling a stylized 'A' or a triangle, is overlaid on the image. The text is white and red, with the hashtag #mehrAchtung in red.



VISION ZERO DES DVR:

„ALLE KOMMEN AN. NIEMAND KOMMT UM.“

MITEINANDER IM STRAßENVERKEHR

„VISION HARMONY“

- **Perspektivwechsel**
- **Regeln kennen und einhalten**
- **gelassen bleiben**
- **vorausschauendes Fahren**
- **Zeitpuffer einplanen**
- **In guter körperlicher Verfassung beleiben**
- **(fehlerverzeihende Verkehrsinfrastruktur vgl. Workshop 1)**
- **Härtere Sanktionen**

Vortrag von Dr. Stephanie Küpper

Wie kann Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Respekt und Rücksichtnahme im Straßenverkehr aussehen?



Kommunikative Maßnahmen

Formen der Kommunikation:

- Maßnahmen der **persönlichen, direkten Kommunikation**, die sich auf einzelne Personen oder Gruppen beziehen (z. B. Beratung, Mobilitätsbildung, Seminare, Zielgruppenprogramme, Trainings, Therapien)
- Maßnahmen, die über den Weg der **Massenkommunikation** auf eine größere Zielgruppe ausgerichtet sind (z. B. Kampagnen), zu denen keine persönlichen Gespräche gehören.
- Kommunikation über **die sozialen Netzwerke** im Internet (sowohl personale Kommunikation als auch der Massenkommunikation)

Wie kann Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Respekt und Rücksichtnahme im Straßenverkehr aussehen?

Was kann ÖA leisten?

- Problembewusstsein schärfen
- Langfristig soziale Normen verschieben

Wichtig: Kombination aus unterschiedlichen Maßnahmen

- Gesetzliches Regelwerk mit spürbaren Sanktionen
- polizeiliche Verkehrsüberwachung (Enforcement)
- Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur
- Verbesserung der Fahrzeugtechnik (ggf. automatisiertes Fahren)

Was kann Öffentlichkeitsarbeit leisten?

Kampagnen

- Fehlverhalten als „nicht normal“ adressieren
- Förderung von Empathie und Etikette
- lokale Botschaften
- in Interaktion treten (Social media)
- Zielgruppenspezifische Ansprache
- Stärkung der Selbstwirksamkeit
- Folgeaktionen

Kommunikation

- Reduzierung von Frustration durch Information
(lokale Gegebenheiten adressieren)



Welche Stakeholder braucht es für eine wirksame Kampagne? Und was können diese tun?

**Kampagne in
einer
Gemeinde/
landesweit**

Welche Stakeholder braucht es für eine wirksame Kampagne? Und was können diese tun?



Vielen Dank

Ihr/e Ansprechpartner/in:

Annette Nawrath

Abteilungsleiterin Präventionsprojekte

+49 (0)30 226677-112
anawrath@dvr.de

