



*Projekt-  
 beschreibung  
 & Evaluation*

Sommer-  
 kampagne 2003

„Bikers Project 2003 – Effektive Bewusstseinsbildung zur Erhöhung der Sicherheit der Motorradfahrer“ GZ. 199.395/4-II/ST2/03



Das Projekt wurde gefördert vom

Österreichischen Verkehrssicherheitsfonds (VSF) / BMVIT  
 und vom  
 Land Oberösterreich (VSF- Landesanteil)

Mag. Michael Praschl  
 Thaliastraße 97/2  
 A-1160 Wien  
 Tel.: 01 494 80 60

Wien, November 2003

INMITTEN EINER AUTO-SCHLANGE  
 FÄHRT CHRISTOPH NUN SCHON ZIEMLICH LANGE.

DA SETZT ER AN ZUM ÜBERHOLEN.  
 DAS HÄTT' ER LIEBER NICHT TUN SOLLEN.

DENN, SCHLUCK, DAS AUTO NEBEN IHM,  
 SCHERT PLOTZLICH AUS – UND WIRFT IHN HIN.

Speziell beim Überholen gilt es auf völlig unerwartetes Handeln anderer reagieren zu können. Daher zeichnet sich der Köhner durch einen Fahrstil aus, der stets Reserven zum Bremsen, Lenken, Ausweichen oder zügigem Beschleunigen lässt.

**bmo** **VSF** **BIKERS project**  
**MOTORRAD SICHERHEIT**

Mit Sicherheitsreserve fahren und unter [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)  
 eine DUCATI MONSTER 620 i.e. in KURIER-rot gewinnen!

Projekt: GZ. 199.395/4-II/ST2/03

## **Bikers Project 2003 – Effektive Bewusstseinsbildung zur Erhöhung der Sicherheit der Motorradfahrer (Sommerkampagne 2003)**

Mag. Michael Praschl  
Nina Putzenlechner  
Mag. Norman Schätz

Das Projekt wurde finanziert von:

**Österreichischer Verkehrssicherheitsfonds** im BM für Verkehr, Innovation & Technologie (Kontakt: Ing. Mag. Robert Radetzky, Dr. Günther Breyer)  
**Land Oberösterreich** (Dr. Johann Grafenhofer, Ing. Max Angerer)

Weiters möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bei allen bedanken, die zum Erfolg des Projektes beigetragen haben. Das gilt – neben den oben genannten Projektförderern und Mitarbeitern - ganz besonders für...

**DANKE!**

Michael Bernleitner, Motorrad Magazin  
Didi Brandl, Ducati (Co-Sponsoring des Hauptpreises)  
Edwin Hofbauer, Motorrad Aktions Gruppe (MAG)  
Manfred Kössler und Erich Jerabek Fahrlehrer  
Josef Jaritsch (K) und Charly Gertschnig (Stmk), Aktivisten/Lobbyisten  
Kurier: Franz Heiling, Marcus Mittermeier (Sponsoring, Kooperation)  
Gerhard Laber; Zeitschrift „Biker in Österreich“  
Gerhard Malzer, Fachverband der Fahrschulen  
Herwig Mohsburger, Apa-Austria  
Nils Müller, Internetforum 1000ps.at  
Georg Scheiblauber und Hubert Trattner, Fahrtrainer  
Robert „Blacky“ Schwarz, Bundespolizeidirektion Wien  
Nicole Reif & Michael Nitsche, Saatchi & Saatchi  
Alexander Seger, Fahrschule Fürböck

alle Motorradclubs und Biker, die uns bei der Verteilung der Folder und der Verbreitung unserer Botschaften geholfen haben.

## INHALT

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>3</b>
WAS IST BIKERS PROJECT? .....	3
ZIELE VON BIKERS PROJECT .....	4
WAS STECKT HINTER DER KAMPAGNE? .....	6
<b>BIKERS PROJECT – SCHWERPUNKTE 2003</b> .....	<b>7</b>
BEISPIELE DER VOR-ORT-AKTIONEN 2003 .....	8
MEDIAPLÄNE: .....	9
EINDRÜCKE VON DEN VOR-ORT-AKTIONEN UND DEN BIKERTREFFS .....	10
<b>EVALUATION:</b> .....	<b>11</b>
KURZFASSUNG:.....	11
GRAFIKEN: REPRÄSENTATIVE TELEFONBEFRAGUNG <sup>(X)</sup> .....	13
GRAFIKEN: FAHRSCHULBEFRAGUNG .....	21
GRAFIKEN: UNFALLENTWICKLUNG .....	24
OFFENE FRAGEN (FAHRSCHULBEFRAGUNG).....	30
<i>Begündung der Beurteilung</i> .....	30
<b>ANHANG: BEISPIELE DER ANZEIGEN UND WERBEMITTEL</b> .....	<b>33</b>
<i>Anzeigenbeispiele:</i> .....	34
<i>Beispiele für Internetpräsenz:</i> .....	35
<i>A 1- Plakate:</i> .....	38
<i>Sicherheitstransparente:</i> .....	39
<i>Aufkleber, Straßenplakate, Aufnäher</i> .....	41
<i>Gefahrenstellenforum –OÖ &amp; Gefahrenstellenanalyse OÖ</i> .....	42

# Einleitung

---

## Was ist Bikers Project?

---

Bikers Project ist keine Institution oder Organisation sondern ein Projekt mit dem Ziel, die **Zahl der Motorradunfälle** deutlich zu senken. Im Vordergrund stehen eine effektive Bewusstseinsbildung bei Motorrad- und Autofahrern, die Motivation der Behörden, Sicherheitsmängel im Straßenbereich zu sanieren und die Förderung der Zusammenarbeit aller Kräfte, die etwas gegen Motorradunfälle unternehmen wollen.

Bikers Project Project entstand als logische Konsequenz einer umfassenden **Studie über die Motive des Schnellfahrens** und wirksame Argumentationstechniken gegen riskantes Verhalten (speedless-Studie 2000, gefördert vom Verkehrssicherheitsfonds) sowie einer **Studie über die Motive und das Verhalten von Motorradfahrern** (ride easy-Studie, 2000, gefördert vom Land Niederösterreich) sowie laufender **Analysen der wichtigsten Unfallursachen** (siehe [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)).

Aufbauend auf den Ergebnissen der Motorradstudie aus dem Jahr **2000** wurde im Jahr **2001** mit Fördermittel des Österreichischen Verkehrssicherheitsfonds (VSF) eine Kampagne entwickelt (inkl. Agenturausschreibung) und getestet und erstmals im Bundesland Niederösterreich (NÖ) – mit Fördermittel des Landes - umgesetzt. In diesem Jahr gab es in **NÖ** einen deutlichen Rückgang der tödlichen Motorradunfälle.

Aufgrund dieser positiven Erfahrungen wurde die Kampagne im Jahr **2002** mit Förderungen durch den VSF und durch die Länder Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark großräumiger umgesetzt (Radio, Print, Folder, Straßentafeln, PR, Präsenz bei Bikerevents, Gefahrenstellenanalyse, Homepage etc.). In diesem Jahr gab es in Österreich einen Rückgang der tödlichen Motorradunfälle um nahezu 20%, der primär auf den Unfallrückgang in den fördernden Bundesländern zurückzuführen war. Natürlich ist dieser Unfallrückgang nicht ausschließlich auf die Bikers Project – Aktivitäten zurückzuführen, aber ein gewisser Verdacht eines Zusammenhanges scheint gegeben.

Im Jahr **2003** wurde die Kampagne mit einem im Vergleich zu Jahr 2002 auf die Hälfte reduzierten Budget (um 40% reduzierte VSF-Förderung<sup>(x)</sup> im Vergleich zu 2002, keine Bundesländerförderungen aus NÖ u. Stmk.) aufgrund der späten Förderzusage erst **ab dem Sommer** fortgesetzt (Print, Folder, PR, Homepage, Transparente, Vor-Ort-Aktionen ab Ende Juli, Unfallursachenanalysen, Gefahrenstellenanalyse in Oberösterreich).

Insgesamt lagen die Unfallzahlen im Jahr 2003 (Anmerkung: zwischen Mai und September 1/3 mehr Wochenend-Sonntage als im Durchschnitt!) wieder auf dem Niveau von 2000 und 2001, wobei allerdings **ab Ende Juli** – trotz anhaltendem Schönwetter – der Anstieg der Zahl der tödlichen Motorradunfälle **gebremst** werden konnte. Im August dürften unserer Ansicht nach am ehesten die „Vor-Ort-Aktionen“ und die Medienberichte darüber einen unfallreduzierenden Effekt bewirkt haben.

---

## **Ziele von Bikers Project**

---

Bikers Project ist weder ein Motorradclub noch ein Verein oder eine Institution. Wie der Name schon sagt ist Bikers Project ein (zeitlich befristetes) **Projekt** mit der Zielsetzung, die Zahl der schweren Motorradunfälle ohne Zwangsmaßnahmen, Restriktionen oder Sanktionen deutlich zu senken, wobei als mittelfristige Zielsetzung (ca. 5 bis 6 Jahre) eine Halbierung der Opferzahlen des Jahres 2.000 formuliert wurde. Voraussetzung dafür ist natürlich das Vorhandensein eines entsprechenden Projektbudgets und die Kooperation der Wirtschaft.

Bewusstseinsbildung zur Unfallvermeidung ist aufgrund der **komplexen Motivation** des Fahr- und Risikoverhaltens eine sehr schwierige Materie, mit der Werbeagenturen ohne entsprechende fachliche Unterstützung eindeutig überfordert sind. Kleine Fehler in der Argumentationsstrategie (Stil und Inhalt!) können die Wirkung einer noch so teuren Kampagne zunichte machen oder sogar kontraproduktive Effekte auslösen.

<sup>(x)</sup> Natürlich war die VSF-Förderung auch im Jahr 2003 für Motorradverhältnisse sehr großzügig und hilfreich!

Entscheidend für die Wirkung einer Kampagne ist auch das Image bzw. der **Ruf des Absenders der Botschaft**. Die „Marke“ Bikers Project wurde auch deshalb ins Leben gerufen, um einen optimal geeigneten Botschaftssender zu entwickeln, der die Wirkung der Bewusstseinsbildung überhaupt erst ermöglicht bzw. verstärkt. Dazu muss die „Marke“ auch mit Inhalten wie „hohe Kompetenz“, „Objektivität“, „Engagement“, „Effizienz“ „Zielstrebigkeit bzw. Konsequenz“ aufgeladen sein.

Dieser Markenaufbau, der auch Voraussetzung des häufig zitierten – aber noch nie konsequent durchgeführten - „**Sicherheitsmarketing**“ ist, erfordert daher viel mehr als die Durchführung einer Kampagne. Bikers Project muss diese Inhalt bzw. angestrebten Imagekriterien durch Kompetenz und Engagement gegenüber den wichtigsten Zielgruppen beweisen und dazu auch entsprechende Forschung - z.B. Gefahrenstellen und Unfallursachen analysieren - betreiben.

Ein wichtiges Element der Kampagne ist, dass Bikers Project für Biker **konkret ansprechbar** ist und auch einen entsprechenden **Dialog** führt (z.B. über E-Mail oder div. Diskussionsforen und Gespräche direkt „**vor Ort**“ – bei Treffs, Festen etc.).

Nachdem Bikers Project auch die Motorradfahrer selbst auf deren Fehlverhaltensweisen und Unfallursachen in deren „eigenen Köpfen“ (d.h. Risikoeinstellungen, Selbstüberschätzung, etc.) hinweist, muss vereinzelt auch mit ablehnenden Reaktionen gerechnet werden (treten bei etwa 4-7% der Biker auf), auch wenn konsequent darauf verwiesen wird, dass die Mehrheit der Biker vernünftig unterwegs ist.

---

## Was steckt hinter der Kampagne?

---

Die Bikers Project-Kampagne 2002/2003 zielte neben der Bewusstmachung der Notwendigkeit einer Sicherheitsreserve vor allem auf eine **Erschwerung der Identifikation mit riskantem Verhalten** im Straßenverkehr ab. Während die optische Aufmachung der Kampagne ganz im Stil von Wilhelm Busch auf sarkastische Art die Schicksale sich selbst überschätzender Biker erzählt, zielen die inhaltlichen Botschaften auf Aspekte ab, die für Biker besonders bedeutsam sind:

- **Immer mit überraschenden Ereignissen rechnen!**
- **Immer mit Fehlern anderer rechnen!**
- **Immer damit rechnen, nicht gesehen zu werden!**
- **Besondere Vorsicht im Bereich von scharfkantigen Leitschienen!**

Die zentralen Botschaften bzw. Schlussfolgerungen lauten:

- **Sicherheitsreserve!**
- **Schnellfahrer bzw. Risikofahrer sind keine Helden!**

Durch den eigenwilligen, sarkastischen Stil der Botschaften wird eine Verdrängung der Inhalte, wie dies bei realistischen, abschreckenden Darstellungen häufig vorkommt, vermieden. Die Botschaften bleiben im „Hinterkopf“ haften und können dadurch echte Bewusstseins- und sogar Verhaltensänderungen bewirken. Ziel ist es auch, dass die Inhalte genau dann wieder **assoziiert** werden, wenn während der Fahrt klassische Gefahrenmomente wie Leitschienen, Traktoren etc. erkennbar werden. Vielleicht drehen die Biker in Zukunft beim Anblick von Leitschienen oder sich „verdächtig“ verhaltenden Verkehrsteilnehmern den Gasgriff – **bewusst oder unbewusst** - doch um 10% weiter zurück als bisher.

Die wichtigsten Anforderungen an Verkehrssicherheitswerbung sowie eine umfassende Checkliste für Kampagnen finden sich in:

**PRASCHL M. 2000, *speedless – Wirksame Argumentation gegen Schnellfahren – Motivanalyse, Argumentetest, Strategieentwicklung*, gefördert vom Österreichischen Verkehrssicherheitsfonds**

## Bikers Project – Schwerpunkte 2003

Die Bikers Project-Aktivitäten konzentrierten sich im Jahr 2003 auf die Sommermonate mit dem Schwerpunkt Mitte Juli bis Mitte September.

Tragende Elemente der Bikers Project-Kampagne waren im Jahr 2003 die **Anzeigen** in den Motorradzeitschriften und im Kurier, die **Öffentlichkeitsarbeit**, die **Folderverteilung** mit Gewinnspiel, die **Vor-Ort-Aktionen** sowie die Präsenz im **Internet**.

### Aktivitäten 2003:

- Weiterentwicklung der **Folder**, die bereits im Vorjahr verwendet wurden. D.h. 4 der 6 Folder wurden auf Basis der Evaluation 2002 überarbeitet und moderner gestaltet sowie mit einem Gewinnspiel kombiniert (Ducati Monster 620 als Hauptpreis, Gewinnerin: Charlotte Zeiski).  
Verteilung der Folder über 330 Fahrschulen, über 2 Motorradzeitschriften (Beilagen), über einige Motorrad- und Zubehörhändler, über die motorradfreundliche Gastronomie, persönliche Verteilung und Diskussion bei Bikertreffs und -festen.
- Entwicklung eines zusätzlichen **neuen Folders** mit dem Thema „Rennstrecke versus Straße“. Dieser Folder wurde speziell für die **Kooperation mit der Exekutive** und den Fahrtrainingszentren entwickelt.  
Verteilung der Folder über die Exekutive, über Fahrtrainingszentren, über Händler und persönliche Verteilung und Diskussion bei Bikerfesten.
- **Anzeigenschaltungen** in Form von Kooperationsvereinbarungen mit dem Kurier (ist auch Sponsor des Gewinnspielpreises), dem **Motorradmagazin** (6 Anzeigen, zusätzliche Sicherheitskolumne), der Zeitschrift „**Biker in Österreich**“ (Anzeigen + 1 Seite Bericht in jeder der 6 Ausgaben) und dem **Reitwagen** (2 Anzeigen). Einige zusätzliche (stark verbilligte) Anzeigen in anderen **Autozeitschriften** (z.B. Alles Auto).
- **Öffentlichkeitsarbeit** durch regelmäßige und anlassbezogene Presseaus-sendungen, regelmäßige Kontakte mit Journalisten, Teilnahme an Internet-Diskussionsforen, Beantwortung von zahlreichen Anfragen etc.  
Die Medienberichte sind in einem eigenen Band („**Pressespiegel**“) zusammengefasst.
- **Vor-Ort-Aktionen** zum Thema „Auf Sicht fahren“. Diese Aktionen erregten große Aufmerksamkeit und könnten durchaus einen Beitrag zum deutlichen Rückgang der Motorradunfälle im August beigetragen haben.  
Auflistung siehe nächste Seite.
- **OÖ**: Errichtung eines **interaktiven Gefahrenstellenforums** im Internet, an dem auch die Ansprechpartner der OÖ-Landesregierung teilnehmen. Die Meldungen gelangen also direkt an die richtige Stelle (Finanzierung durch Land OÖ).

---

## Beispiele der Vor-Ort-Aktionen 2003

---



- 26.7. 13:30 bis 18:00 Stmk: **B 77 Gaberl**, zwische Köflach und Weißkirchen, Stmk. aus Köflach kommend nach dem Ort Salla (zw. Salla und Gaberl Haus) "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 27.7. 13:30 bis 18:00 Stmk: **B 24 Wildalpen** (Nähe des Ortes Wildalpen, voraussichtlich ca. 3-5 km nach dem Ort in Richtung Mariazell) "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 2.8. 13:30 bis 18:00 NÖ: **B 28 zw. Reith und Puchenstuben** (Nähe des Lokals Wastl am Walde) "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 3.8. 13:30 bis 18:00 NÖ zw. **Kleinzell** und Kalte Kuchl, "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 9.8. 13:30 bis 18:00 Doppelaktion in OÖ: B 137 bei **Grieskirchen** und B 130 bei **Hartkirchen**
- 10.8. 13:30 bis 18:30 NÖ: **Exelberg** zwischen Scheiblingstein und Parkplatz Dopplerhütte
- 10.8. 13:30 bis 18:30 OÖ: **Ziehberg**
- 16.8. 13:30 bis 18:00 NÖ: **B 27 Höllental** "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 17.8. 13:30 bis 18:00 Stmk.: **B20 Seebergsattel** "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 10.8. 13:30 bis 18:30 OÖ: **B115 bei Ternberg**
- 23.8. 13.30 bis 18:00 B: **B15 zwischen Hof und Donnerskirchen** "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 24.8 13:30 bis 18:00 NÖ: **Annaberg** - zw. Türnitz und Annaberg "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 30.8. 13:30 bis 18:00 NÖ: **Kalte Kuchl** (beim Lokal)
- 06.9. 13:30 bis 18:00 NÖ: **B119 zw. St. Georgen am Walde und Arbesbach** (Nahe der Kreuzung nach Bärnkopf) "Fahnen + Tafel-Aktion"
- 07.9. 13:30 bis 18:00 NÖ: **Exelberg** (Parkplatz Dopplerhütte)

Weitere Aktionen in **OÖ, Salzburg und Kärnten** wurden direkt von den Bundesländern aus organisiert.

---

## Mediapläne:

---

### Print:

- Kurier (8 x Streifenanzeige auf den Titelseiten der Motorradbeilagen im Juli und August 2003)
- Motorrad Magazin (6 x ½ Seite + 2 x Folderbeilage in den Abo-Exemplaren + regelmäßige Sicherheitskolumne)
- Biker in Österreich (6 x 2 Seiten, davon jeweils 1 Seite Anzeige und 1 Seite Berichterstattung, 1 x 1 Seite im ÖMTK-Kalender im März 03)
- Der Reitwagen (2x ½ Seite in der Juli-Ausgabe),
- Das Sicherheitsmagazin (1 x ½ Seite + Bericht in der Juli-Ausgabe)
- Alles Auto (1x ½ Seite in der Juli-Ausgabe)
- OÖ: Die Wahrheit - Voest-Betriebszeitung (2 x 1/2 Seite + Bericht in der Juni und August-Ausgabe)

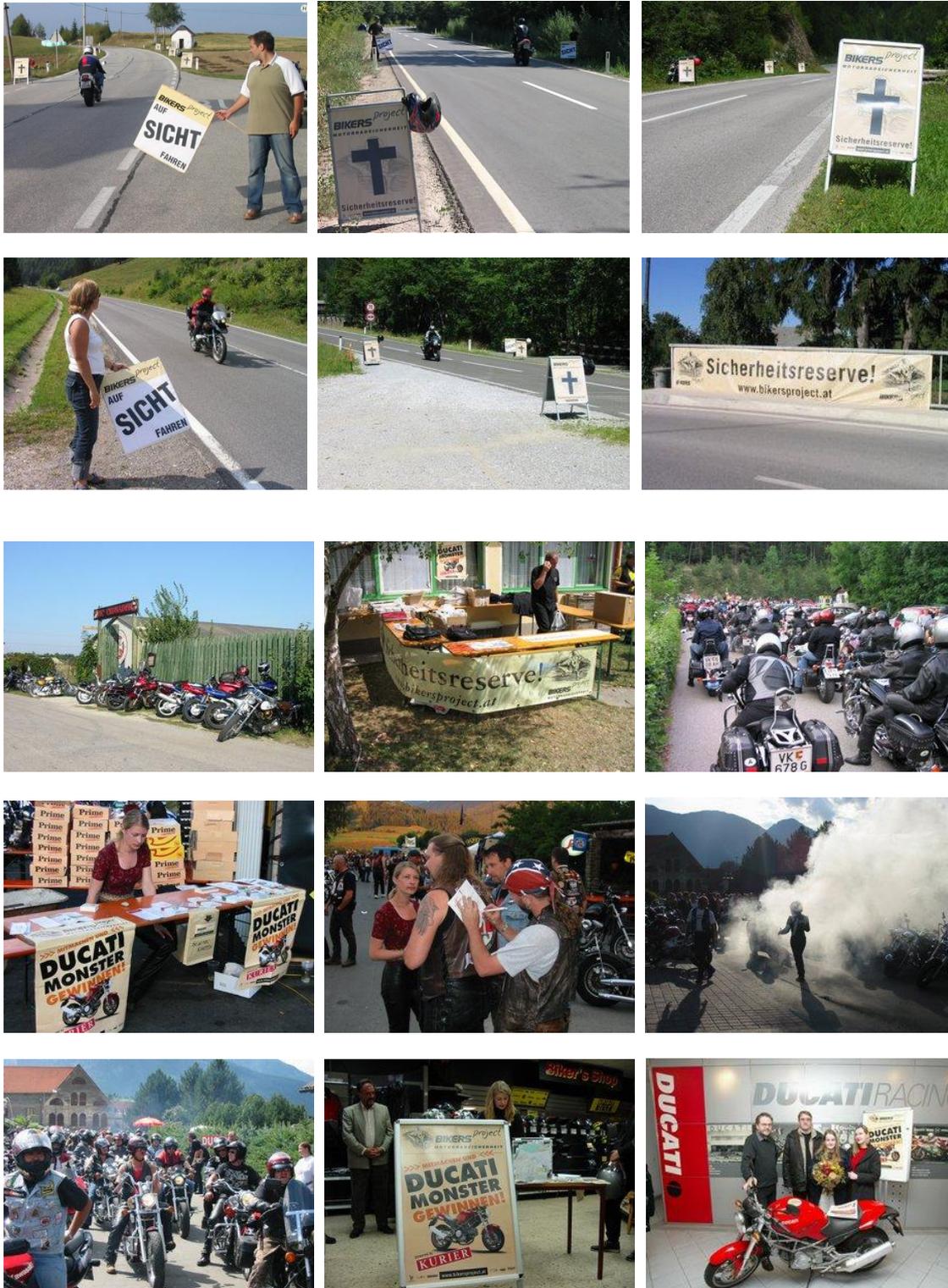
### Elektronische Medien:

- Zahlreiche Radiointerviews/-berichte (ca. 20)
- OÖ: TV-Beitrag über Sicherheitsaktionen in „Oberösterreich heute“
- Homepage mit zahlreichen Verlinkungen von anderen Motorradseiten
- Bannerwerbung im größten österreichischen Motorradforum [www.1000ps.at](http://www.1000ps.at) sowie mehrere Berichte/Artikel in diesem Forum
- OÖ: Spezielles, eigens beworbenes Diskussionsforum „Gefahrenstellen Oberösterreich“ +inkl. 2-monatiger Bannerwerbung in [www.1000ps.at](http://www.1000ps.at)

### Weitere Medien:

- 20 Transparente (6 x 1 m) mit Sicherheitsappellen, die im August und September an einigen stark befahrenen Motorradstrecken angebracht waren.
- Informationsplakate (Format A1) zum Ducati-Gewinnspiel (500) und beschriftbare Plakate (1.000)
- Fahnen mit der Aufschrift „Auf Sicht fahren“ (Eigenproduktion)

**Eindrücke von den Vor-Ort-Aktionen und den Bikertreffs**



Weitere Berichte von Festen und Aktionen finden sich unter [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)

## Evaluation:

Für die Evaluation der Kampagne wurden folgende Indikatoren herangezogen:

- Repräsentative telefonische Motorradfahrerbefragung (Bekanntheit der Kampagne, Beurteilung etc.), 450 telefonische Interviews
- Befragung der Fahrschulen, die Bikers Project-Folder zur Verteilung an die Fahrschüler erhielten.
- Analyse der Entwicklung der Motorradunfallzahlen im Jahresverlauf (speziell der schweren Motorradunfälle mit Todesopfern) in Österreich
- Analyse der Entwicklung der Unfallzahlen („Beteiligte“) im Bereich der Strecken mit den Bikers Project – Sicherheitsreserve-Schildern

---

### Kurzfassung:

---

Die repräsentative<sup>(X)</sup>, österreichweite Motorradfahrerbefragung zeigte, dass „Bikers Project“ **44%** der Motorradfahrer **bekannt** ist (2002 waren es 38%). In Anbetracht des eingesetzten Budgets, ein sehr guter Wert. In der östlichen Hälfte von Österreich (47%) ist die Bekanntheit - sicher auch aufgrund der Straßentafeln und der Sicherheitsaktionen - deutlich höher als in der westlichen Hälfte (34%). Ebenso ist die Bekanntheit bei Vielfahrern (über 10.000 km/Jahr: ca. 60%) höher. Auch das ist ein Hinweis, dass die Präsenz der Kampagne „auf der Straße“ eine hohe Aufmerksamkeit erreicht.

In diesem Zusammenhang ist auch das Ergebnis bemerkenswert, dass die „**Vor-Ort-Aktionen**“ mit Fahnen und Plakatständern im Straßenbereich sensationellen **54%** der telefonisch befragten Biker aufgefallen sind. Mit recht großem Abstand folgen der Bekanntheitswerte der **Straßentafeln** mit **26%** (gibt es nur in NÖ u. Stmk), der **Sicherheitsfolder bzw. –broschüren** mit **24%** und der **Anzeigen in Printmedien** (22%). Das **Ducati-Gewinnspiel** ist **11%** der Biker ausgefallen, was in Anbetracht der Bewerbung über den Kurier, die Folder und das Internet ein etwas enttäuschender Wert ist.

Die **Folder** sind vor allem als Beilagen in Motorradzeitschriften (18%) aufgefallen, weiters bei Bikerveranstaltungen (3%), in Fahrschulen (1%) und im Kfz-Zubehörhandel (0,7%). Die Verteilung der Rennstreckenfolder durch die Exekutive ist den Befragten nicht aufgefallen.

Die **Anzeigen** sind hauptsächlich in den Motorradmagazinen (16%) aufgefallen, weiters in Tageszeitungen d.h. im Kurier (3,5%) und im Internet (2,9%). Hier zeigte sich, dass das Internet nach wie vor keine echte Breitenwirkung hat. Trotz starker, 3 Monate langer Präsenz im größten Motorradforum Österreichs (1000ps.at) kennen **nur 2,9%** Bikers Project-Anzeigen aus dem **Internet**. Bei den Lesern der konkreten Zeitschriften/Zeitungen lag die Erinnerung natürlich deutlich höher. 64% der „Biker in Österreich“-Leser kennen die Anzeigen, 60% der „Motorrad Magazin“-Leser und 54% der „Reitwagen“-Leser.

(X) Zufallsauswahl aus Adresslisten (ca. 30%), die von einigen Händlern zur Verfügung gestellt wurden sowie Zufallsauswahl von Bikern, die in diversen Bazaren und Motorradheften inserierten (Verkauf & Suche von Fahrzeugen u. Ersatzteilen).

Die Bikers Project-**Anzeigen** wurden im Durchschnitt mit **2,1** (40% „*sehr gut/sehr sinnvoll*“, 20% „*ziemlich sinnvoll*“, 31% „*durchschnittlich*“, 4% „*weniger sinnvoll*“ und 5% „*sinnlos/schlecht*“) beurteilt, die **Straßenaktionen** mit **2,3** (36% „*sehr gut/sehr sinnvoll*“, 22% „*ziemlich sinnvoll*“, 22% „*durchschnittlich*“, 12% „*weniger sinnvoll*“ und 7% „*sinnlos/schlecht*“) und die **Folder** mit **2,4** (28% „*sehr gut/sehr sinnvoll*“, 23% „*ziemlich sinnvoll*“, 32% „*durchschnittlich*“, 9% „*weniger sinnvoll*“ und 7% „*sinnlos/schlecht*“). Zurückhaltende Fahrer beurteilten die Kampagne insgesamt deutlich besser (2,0) als rasante Fahrer (2,7). Dies erklärt sich auch daraus, dass manchen Risikofahrer ein offenbar „schmerzhafter“ Spiegel vorgehalten wird. Dies führte auch dazu, dass in einigen Biker-Diskussionsforen (z.B. 1000ps.at/Reitwagen) die erwarteten heftigen Reaktionen zu finden waren, die allerdings eher durch einige Einzelpersonen angeheizt wurden (eine Dokumentation liegt auf).

Von den befragten **Fahrschulen** wurden die **Folder** insgesamt mit der Note **2,1** beurteilt (37% „*sehr gut/sehr sinnvoll*“, 24% „*ziemlich sinnvoll*“, 32% „*durchschnittlich*“, 3% „*weniger sinnvoll*“ und 2% „*sinnlos/schlecht*“).

64% meinen, dass sich die Folder im Vergleich zum Vorjahr *verbessert* haben, 31% nannten „*gleich gut*“ und nur 2% konstatierten eine Verschlechterung.

Dass der Folder mit einem **Gewinnspiel** (Ducati Monster als Hauptpreis) kombiniert war, beurteilten 37% mit „*sehr gut*“, 45% mit „*gut*“, 10% mit „*durchschnittlich*“ und 9% mit „*weniger gut bzw. schlecht*“ (Note: **1,9**).

Die Fahrschulbesitzer waren zu 52% Meinung, dass die Folder von den **Fahrschülern** „*gut*“ (44%) oder „*sehr gut*“ (8%) aufgenommen wurden (31% „*durchschnittlich*“, 13% „*weniger gut*“, 2% „*schlecht*“). Dies ist gegenüber dem Vorjahr eine Verbesserung. Bei 34% der befragten Fahrschulen wurden die Folder auch im **Unterricht** eingesetzt, bei 34% *nur verteilt*, bei 23% *nur aufgelegt* (3% „*verteilt und aufgelegt*“, 3% „*weder noch*“).

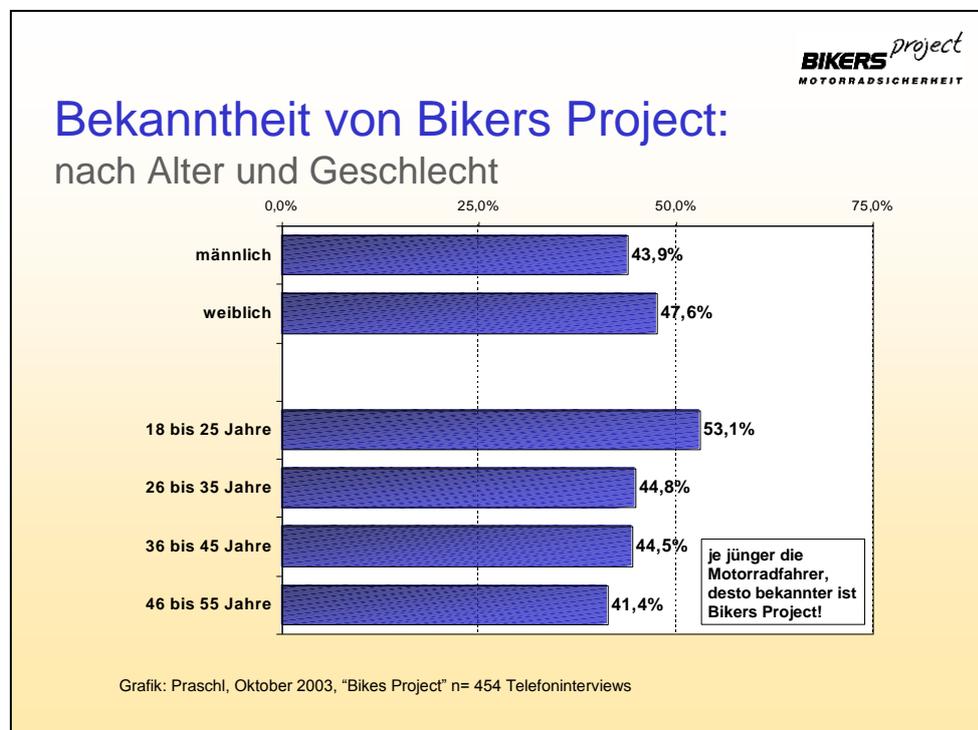
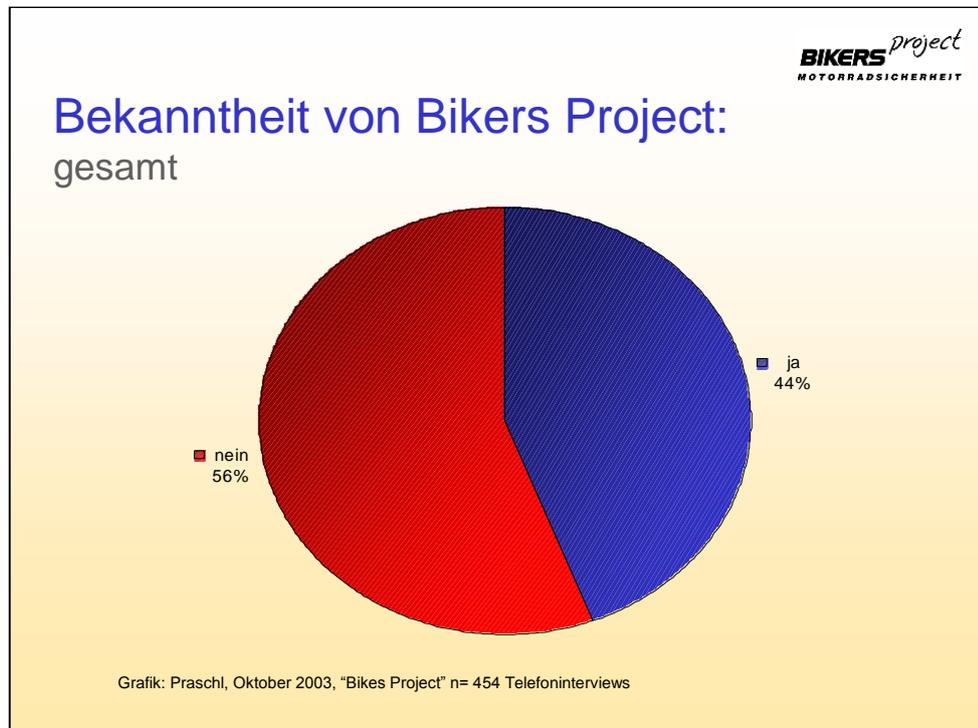
Die Analyse der **Unfallzahlen** kann natürlich nur einige Indizien liefern, signifikante Ergebnisse sind aufgrund der geringen Fallzahl und der multikausalen Unfallursachen bzw. Einflussfaktoren kaum möglich. Die diesjährige Motorradsaison war durch deutlich überdurchschnittlich viele Sonnentage (ohne Niederschlag), insbesondere an Wochenenden, gekennzeichnet. Das Schönwetter riss erst gegen Ende September ab. Die Zahl der tödlichen Unfälle erreichte, vor allem bedingt durch das Schönwetter (mehr Tage – vor allem Wochenenden - an denen mit dem Motorrad gefahren wurde), wieder das höhere Niveau der Jahre 2000 und 2001, was gegenüber dem Jahr 2002 einen Anstieg um ca. 20% bedeutet.

Ein Indiz für eine mögliche Wirkung der Kampagne auf die Unfallzahlen ist der **Rückgang der tödlichen Motorradunfälle ab der dritten Juliwoche**. Im August sank die Zahl der tödlichen Motorradunfälle im Vergleich zum Juli auf die Hälfte – trotz anhaltendem Schönwetter. Die Kampagne war auf den Sommer konzentriert und setzte sich die Unfallsenkung im Bereich des Monats August zum Ziel. Von Ende Juli bis Anfang September wurde die Kampagne durch die „**Vor-Ort-Aktionen**“ verstärkt. Möglicherweise war auch das schon fast übermäßig heiße Wetter ein zusätzlicher Grund für den Unfallrückgang im August.

Auf den Strecken mit den **Sicherheits-Straßenschildern** ging die Zahl der tödlichen Motorradunfälle seit dem Jahr 2000 zwar von 5 auf 1 zurück, die Zahl der Unfälle mit Personenschaden aber nur von 69 auf 56. Nach dem deutlichen Rückgang im Vorjahr war dieses Jahr wieder ein Anstieg (von 44 auf 56) festzustellen. Möglicherweise wäre etwas Abwechslung bei den Schildern (jährliche Erneuerung) und/oder die (eigentlich vorgesehene) Kombination mit Radiospots sinnvoll (Schilder mit „Erinnerungsfunktion“).

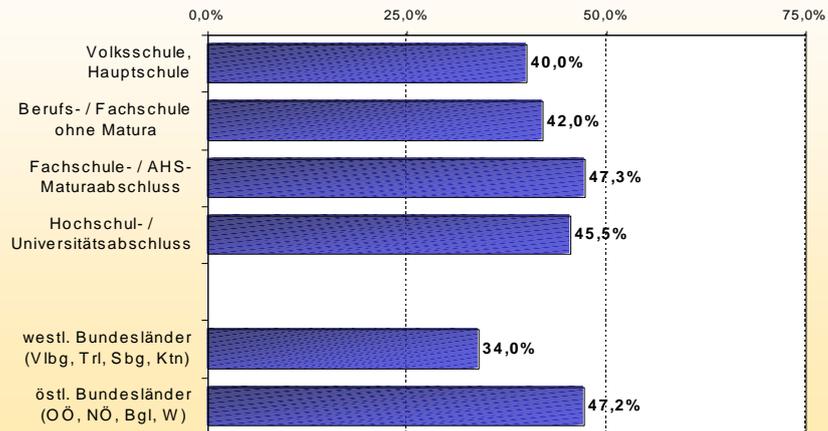
Die Ergebnisse der Evaluation werden auf den folgenden Seiten in Form von Diagrammen dokumentiert.

**Grafiken: repräsentative Telefonbefragung (X)**



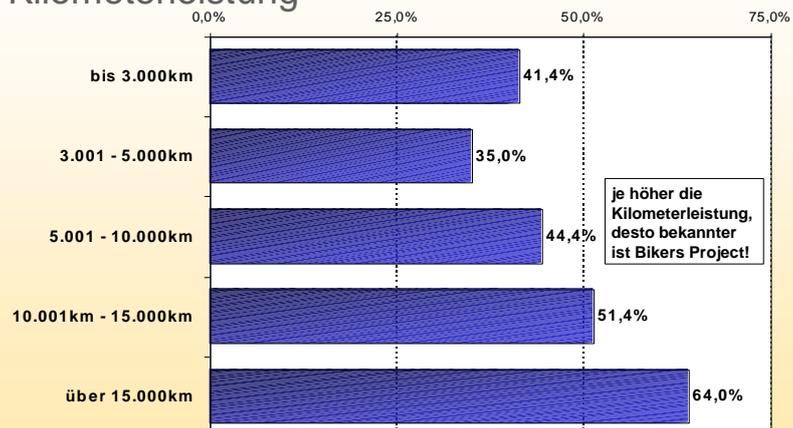
(X) Die Befragungspersonen wurden zufällig aus Kundenlisten einiger Motorradhändler sowie aus einer Liste von Inserenten in Bazaren und Motorradzeitschriften (Motorrad-Kauf/-Verkauf/ Ersatzteile etc.) ausgewählt. Es wurden österreichweit im September 2003 450 Motorradfahrer telefonisch befragt (Fragebogen im Anhang).

## Bekanntheit von Bikers Project: nach Schulabschluss, Bundesländern

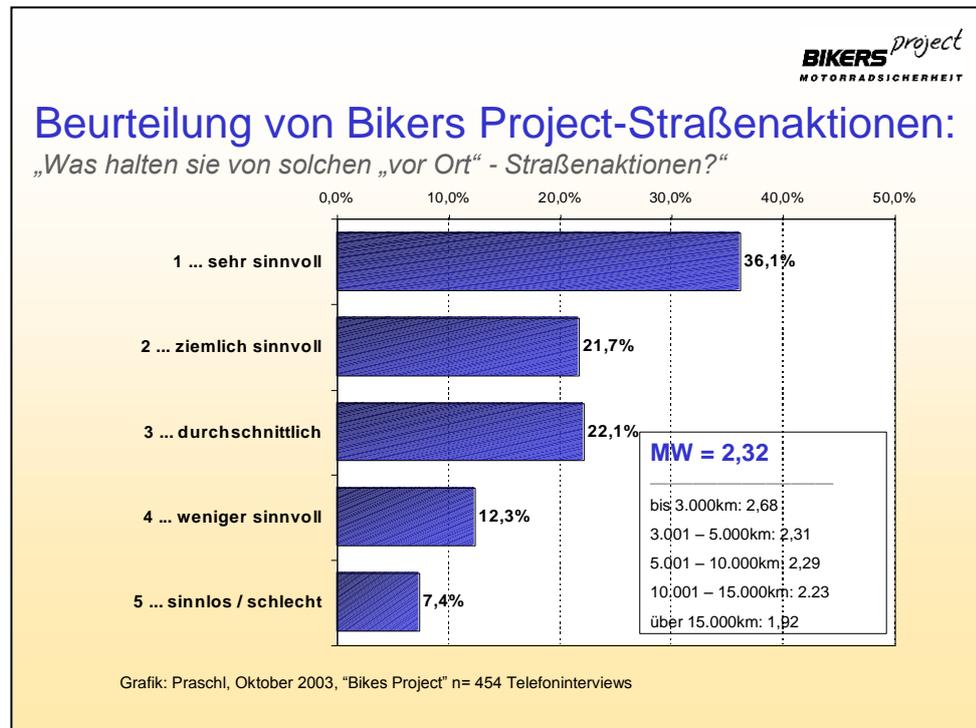
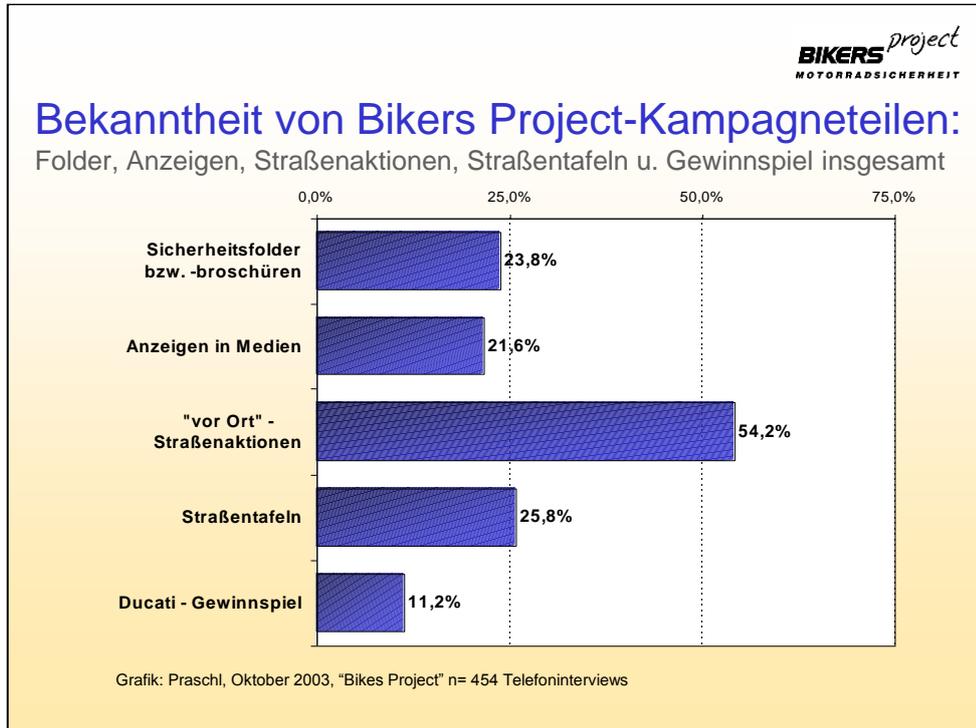


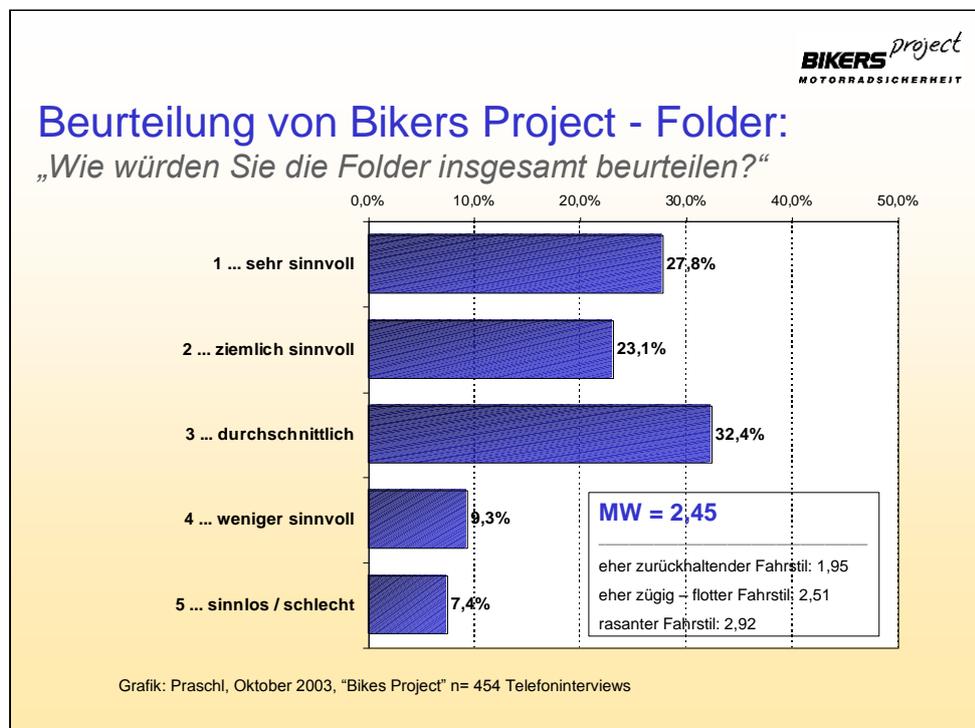
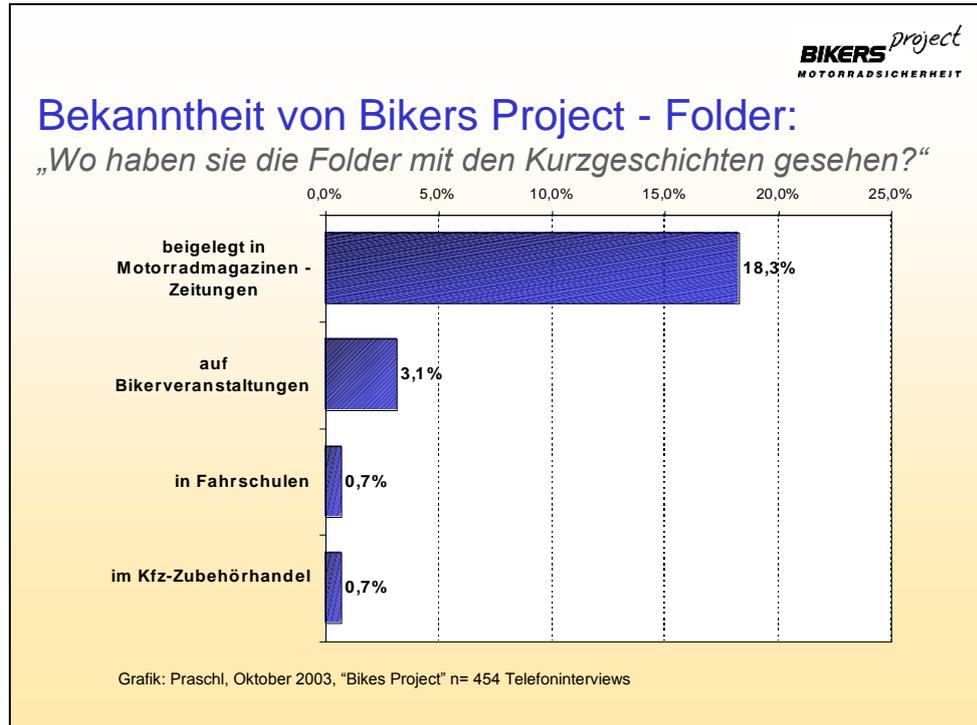
Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

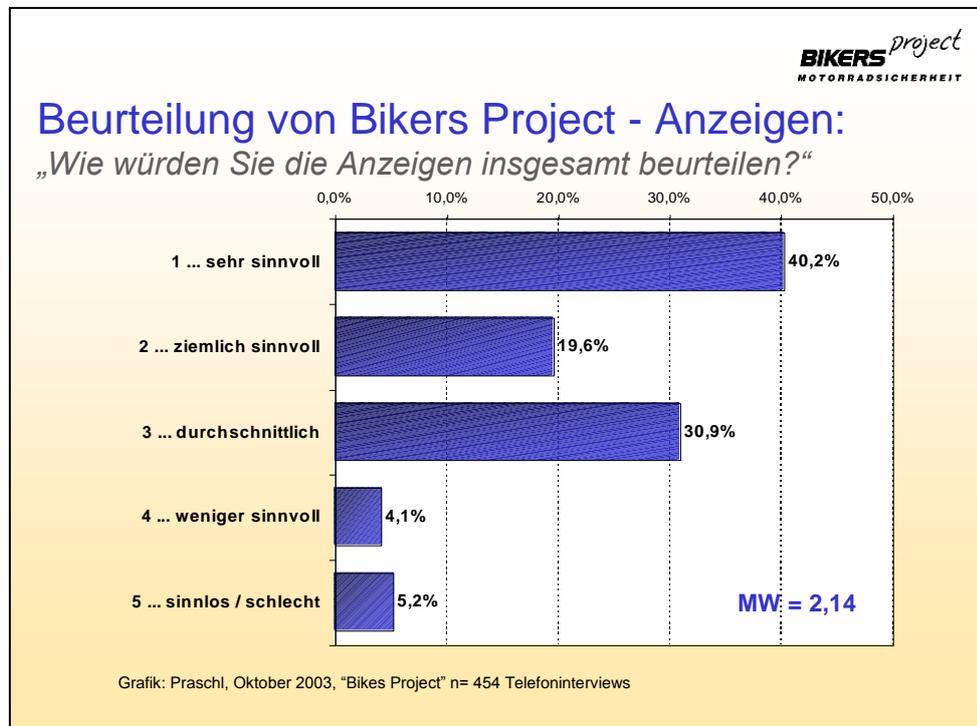
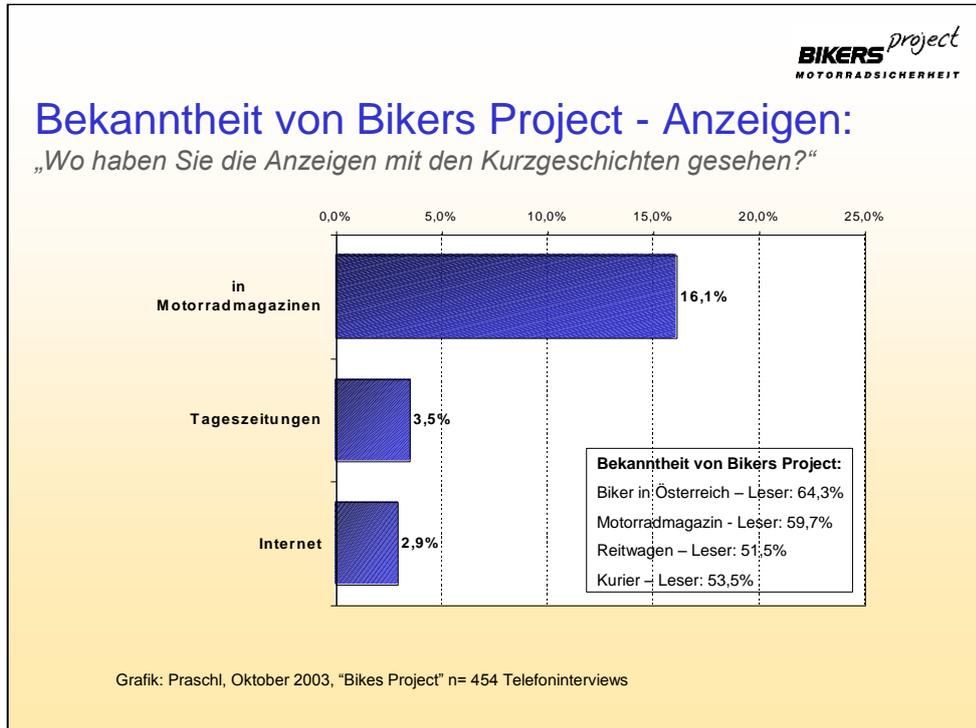
## Bekanntheit von Bikers Project: nach Kilometerleistung

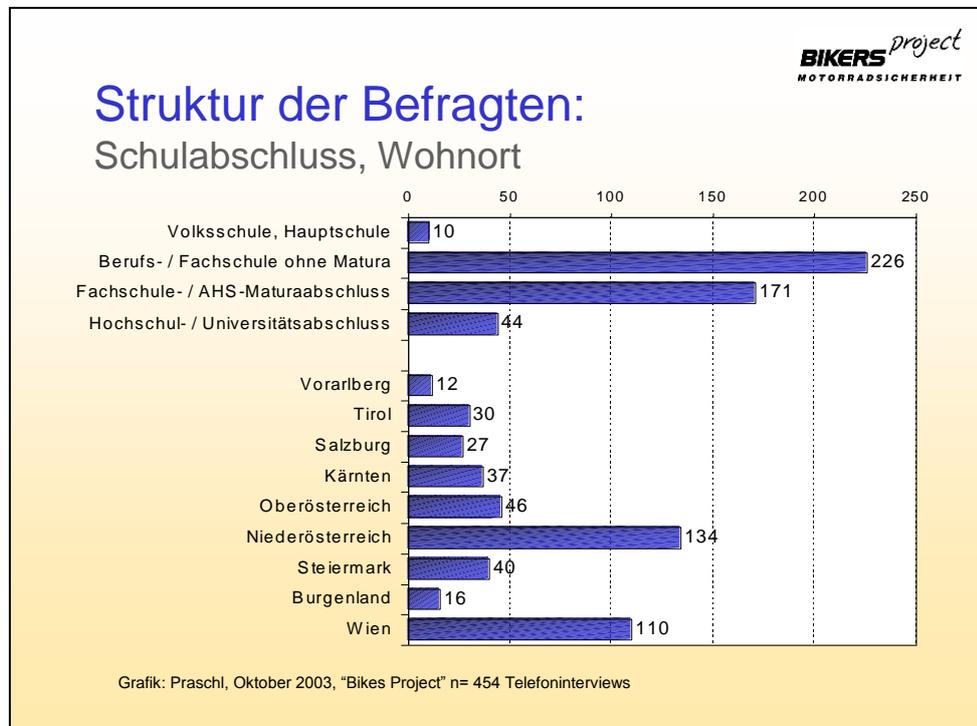
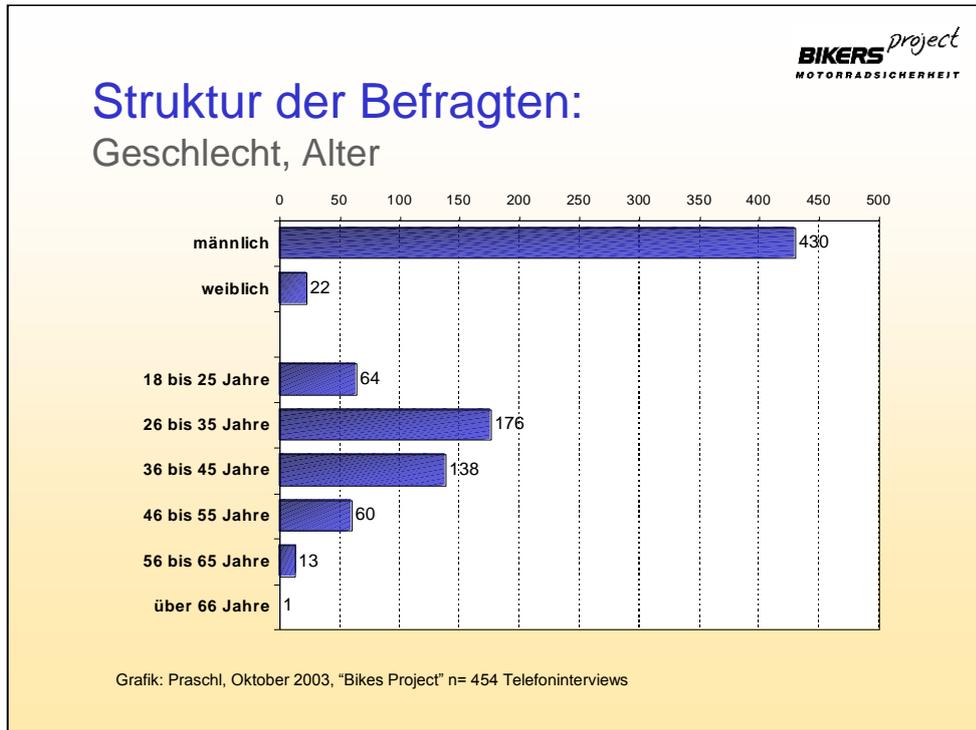


Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

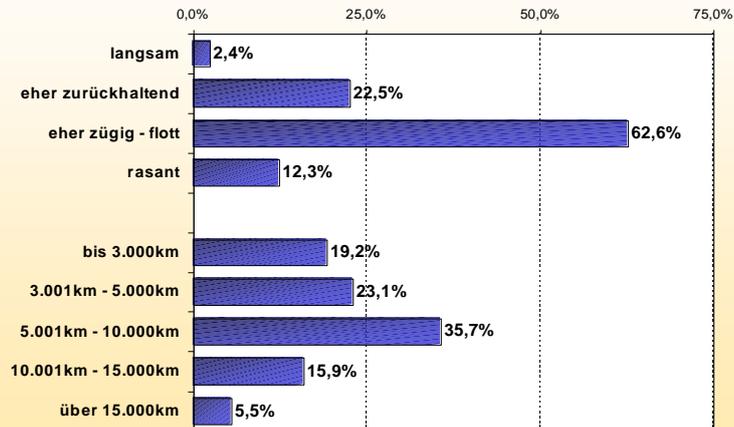






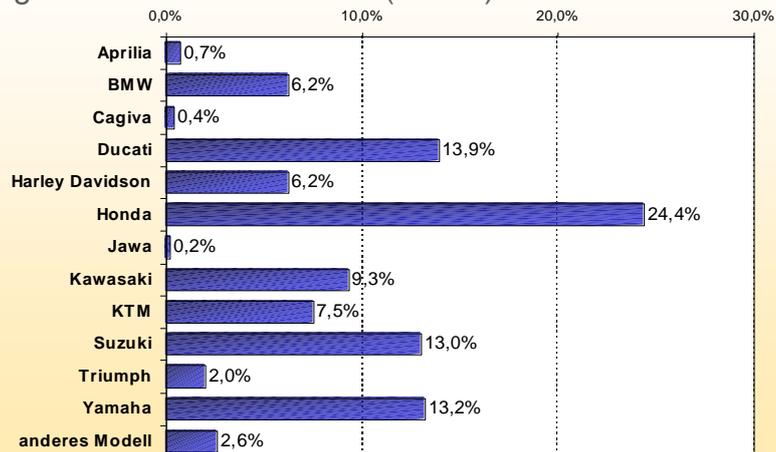


## Struktur der Befragten: selbst eingeschätzter Fahrstil, Fahrleistung pro Jahr



Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

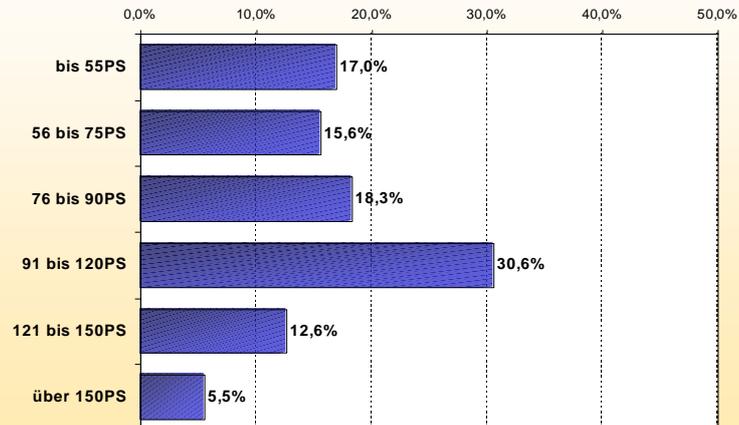
## Struktur der Befragten: vorwiegend benütztes Motorrad (Marke)



Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

## Struktur der Befragten:

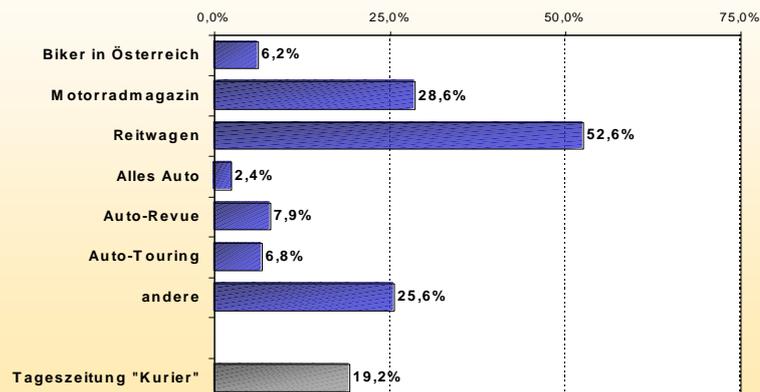
Motorleistung des vorwiegend benutzten Motorrads (Marke)



Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

## Struktur der Befragten:

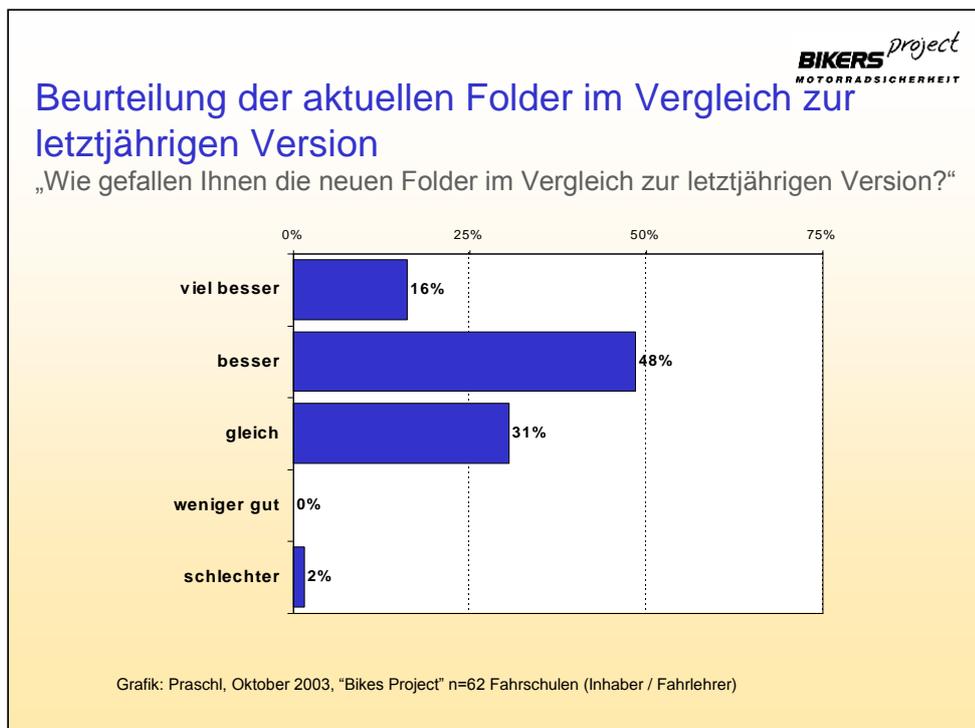
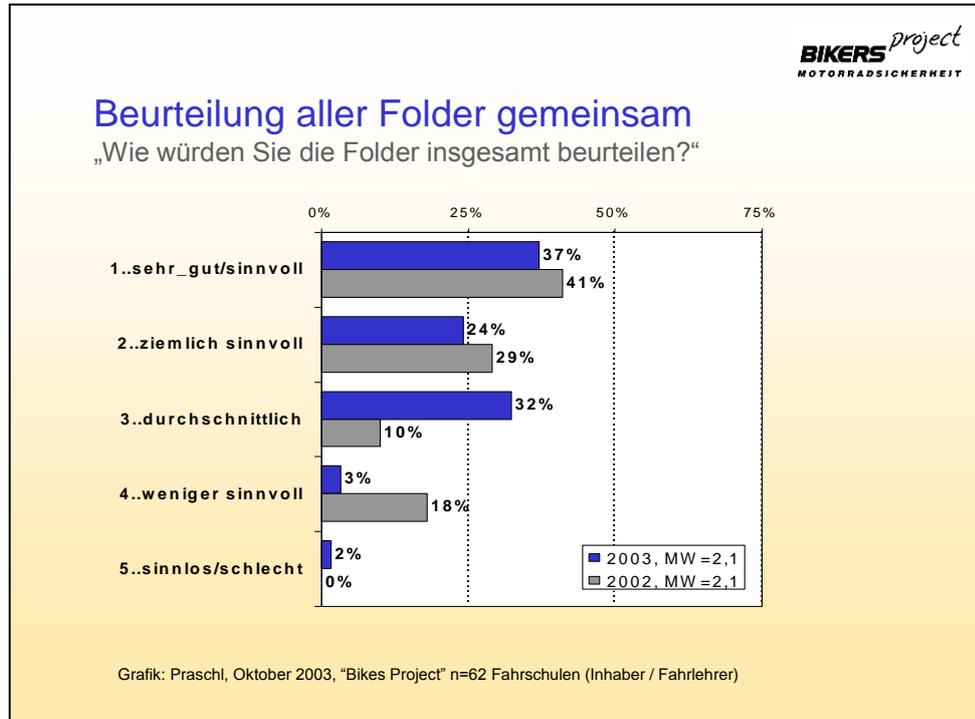
Lesekonsum folgender Motorrad- u. Automagazine und Tageszeitung „Kurier“



Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n= 454 Telefoninterviews

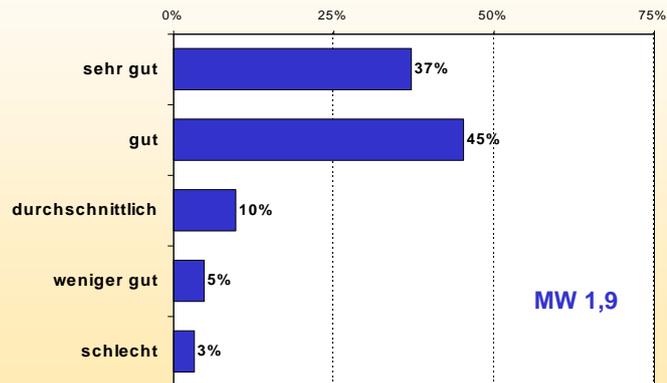
## Grafiken: Fahrschulbefragung

Von allen angeschriebenen österreichischen Fahrschulen sendeten 62 die ausgefüllten Fragebögen zurück. Der Rücklauf ist somit im Vergleich zu Vorjahr um 20% gestiegen.



## Beurteilung der Kombination von Folder mit einem Gewinnspiel (Ducati Monster als Hauptpreis)

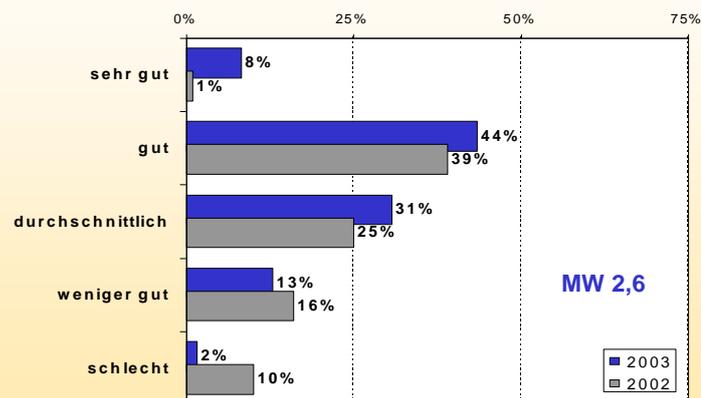
„Wie gefällt Ihnen die Kombination der Folder mit einem Gewinnspiel?“



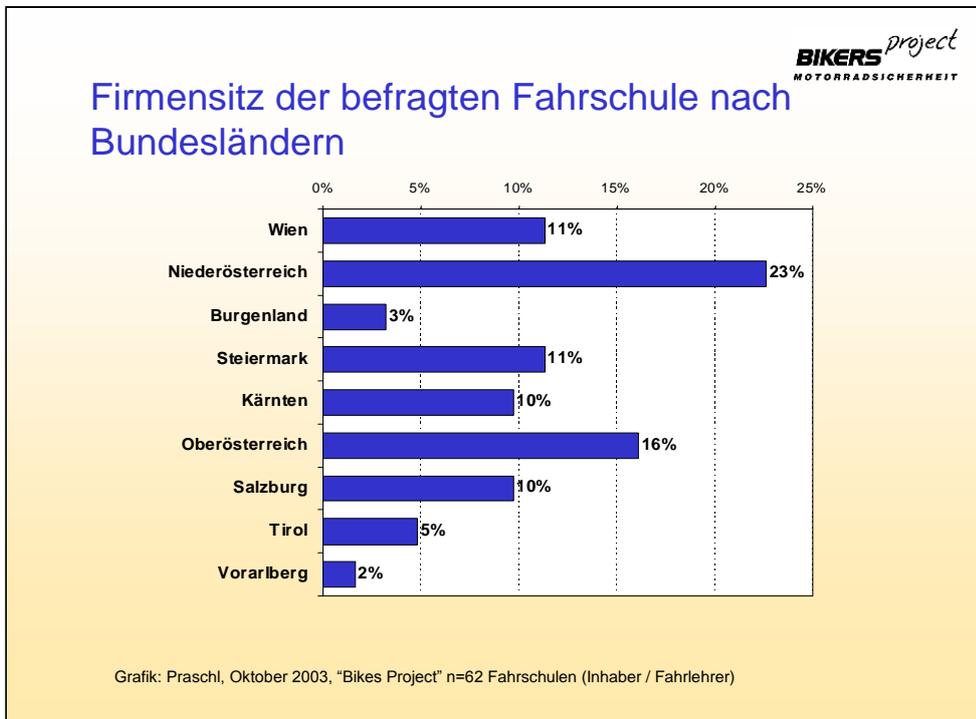
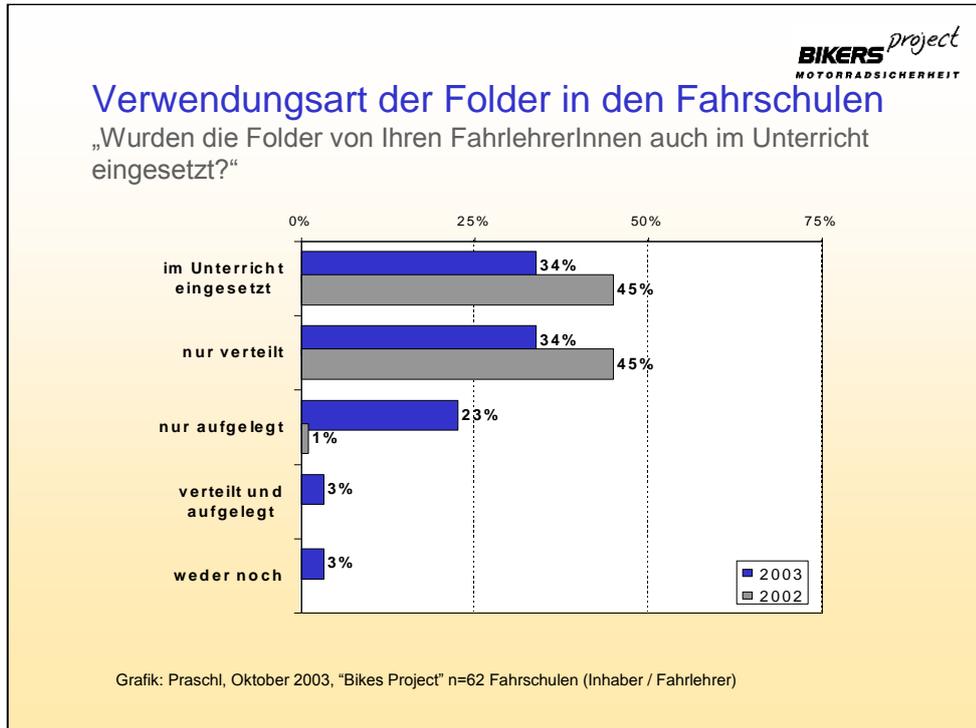
Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n=62 Fahrschulen (Inhaber / Fahrlehrer)

## Einschätzung der Folder bei den Fahrschülern

„Wie wurden die Folder Ihrer Meinung nach von den Fahrschülern aufgenommen?“

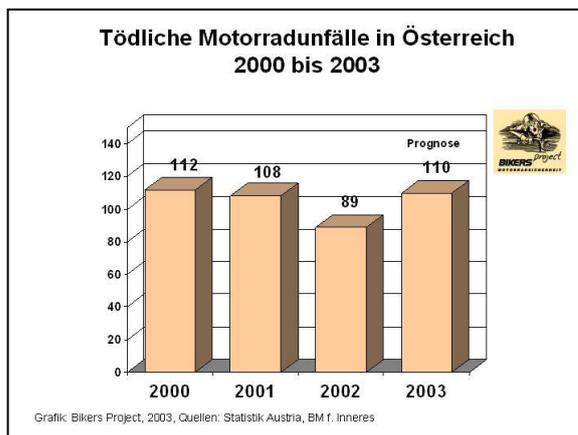


Grafik: Praschl, Oktober 2003, "Bikes Project" n=62 Fahrschulen (Inhaber / Fahrlehrer)



## Grafiken: Unfallentwicklung

Für diese Aufstellung werden jeweils die ersten 3 Quartale der Vergleichsjahre herangezogen. Damit ist die Motorradsaison aber ohnehin nahezu komplett abgebildet. Die genauen Auswertungen für das komplette Jahr 2003 werden nach Veröffentlichung der Daten durch die Statistik Austria aufbereitet (voraussichtlich März 2004).



Insgesamt sind die tödlichen Motorradunfälle nach dem deutlichen Rückgang im Vorjahr etwa wieder auf das Niveau der vorangegangenen Jahre angestiegen. Dieser Anstieg ist aber primär auf das nahezu durchgehende Schönwetter von Mai bis September zurückzuführen. Vor allem die **ungewöhnlich hohe Anzahl der Schönwetter-Wochenenden** in diesem Zeitraum spielt hier eine entscheidende Rolle. Ein Sommer-Wochenende mit durchgehend schönem, niederschlagsfreiem Wetter schlägt sich in der Motorradunfallbilanz

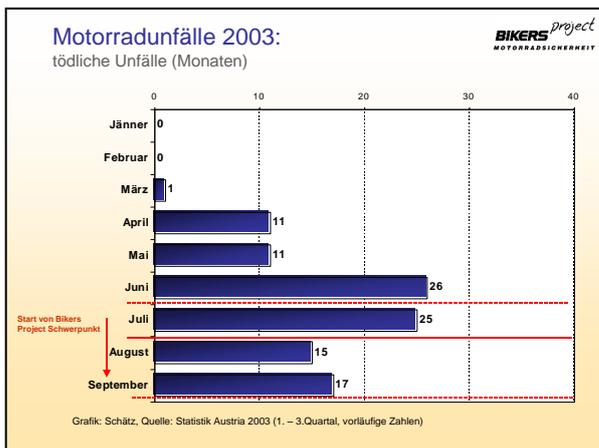
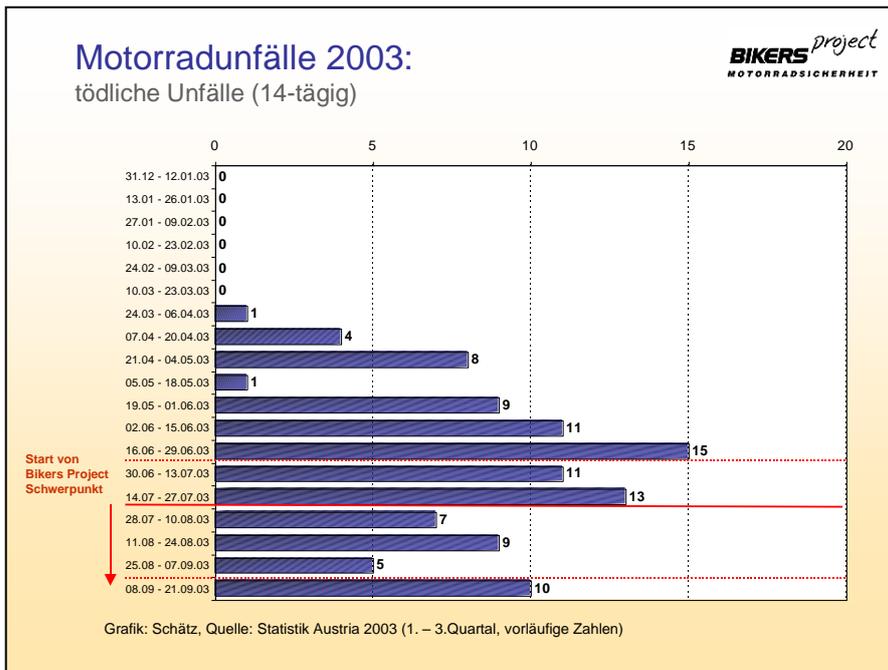
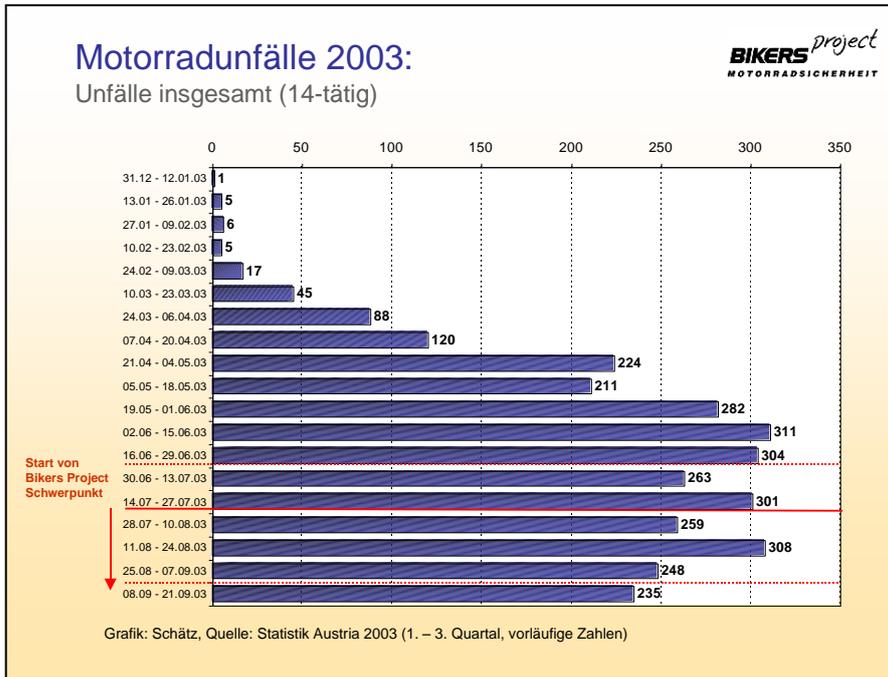
durchschnittlich mit (ernüchternden) 2-3 Todesopfern nieder. 6-8 solche zusätzlichen schönen Wochenenden würden einen Anstieg der Zahl der Motorrad-Todesopfer um ca. 20 erklären.

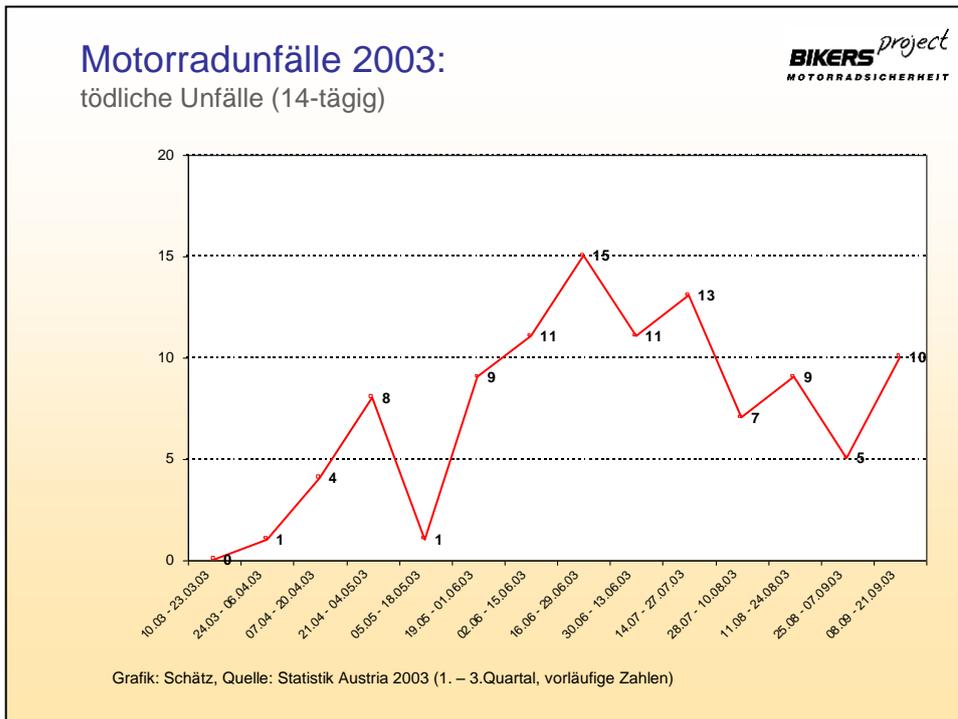
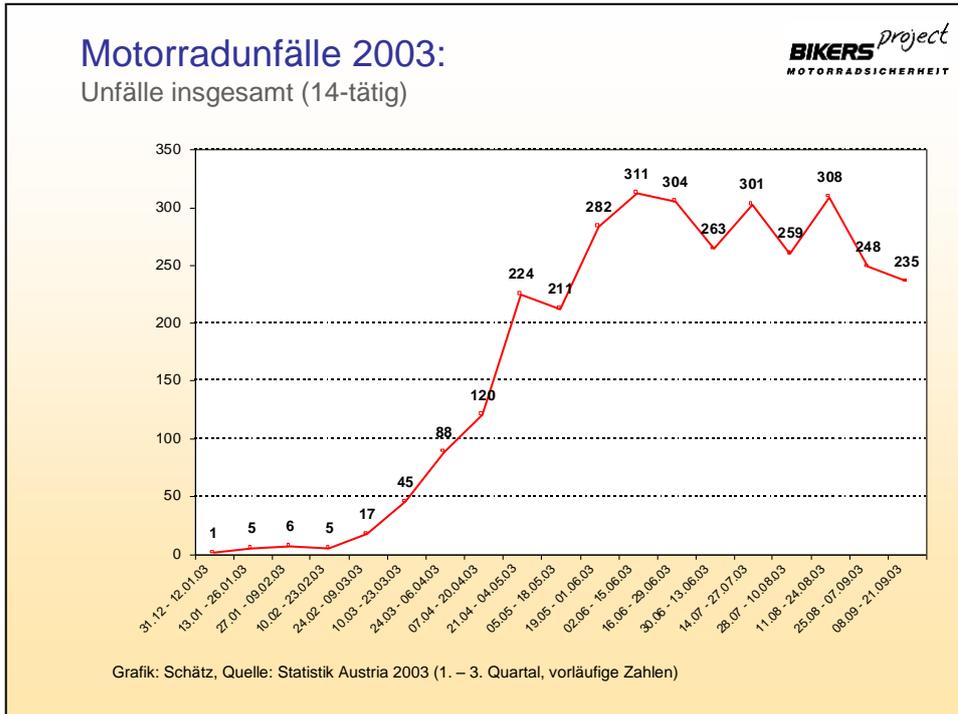
Bikers Project war aufgrund der späten Projektzusage erst ab Juli mit dem Schwerpunkt August (+ „Vor-Ort-Aktionen“) aktiv (Zielsetzung: Unfallreduktion zumindest im August). Aufgrund der Unfallentwicklung im ersten Halbjahr wurden die „Vor-Ort-Aktionen“ vor allem in den Bundesländern NÖ, Stmk. und OÖ durchgeführt.

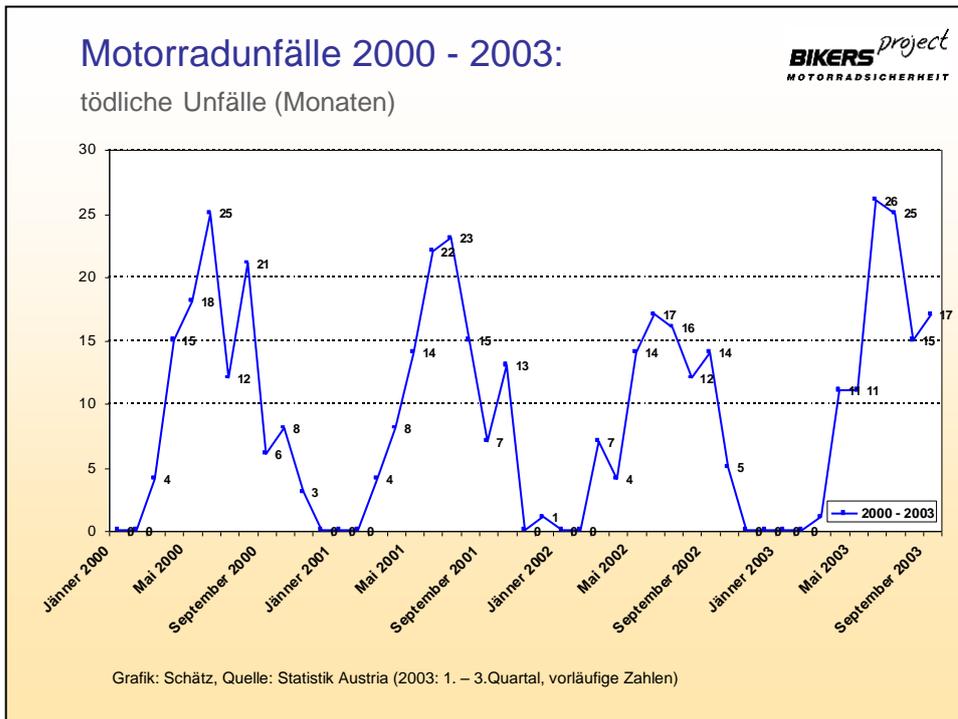
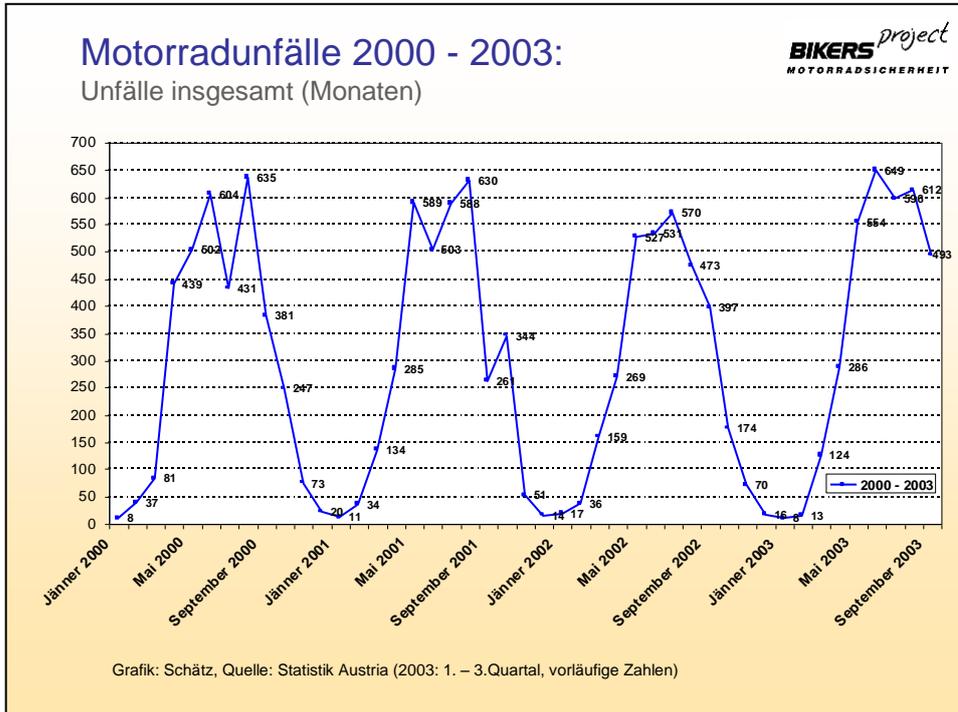
Die folgenden Grafiken beziehen sich daher stark auf den „Intensiv-Kampagnenzeitraum“, um eine mögliche Auswirkung erkennen zu können. Bei der Zahl der Todesopfer ist tendenziell ein Rückgang ab Ende Juli, trotz Fortbestand des Schönwetters, festzustellen. Möglicherweise wirkte sich die übermäßige Hitze (Juli & August) aber auch hemmend auf die Nutzungsintensität des Motorrades aus.

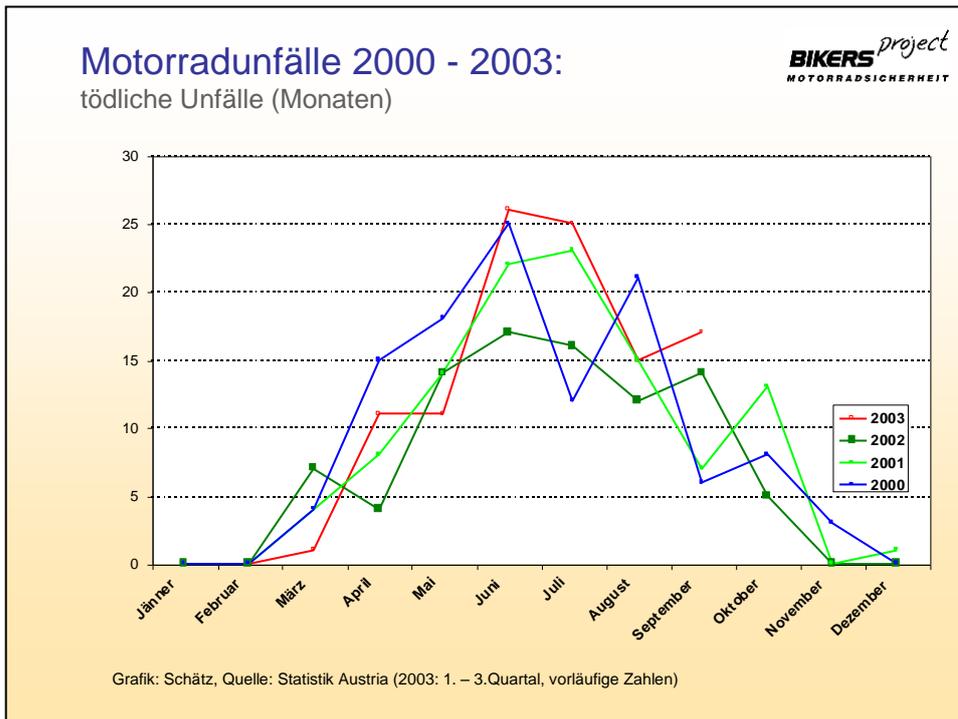
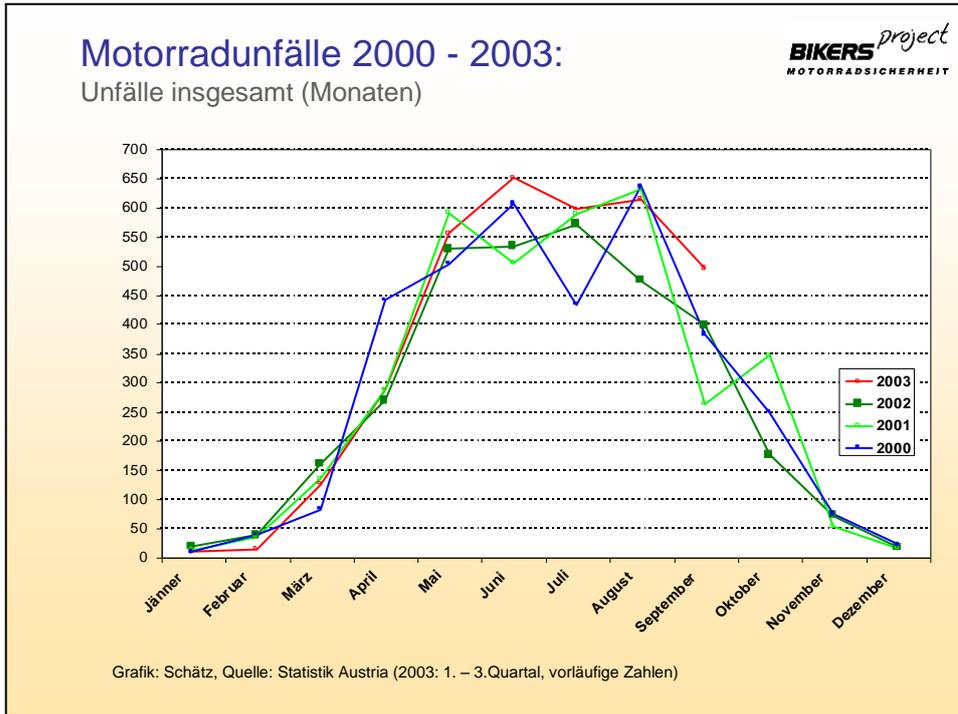
	Ö ges	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W
1992	80	3	10	13	12	12	11	11	6	2
1993	96	4	8	24	25	7	11	4	4	9
1994	94	6	4	24	19	11	14	13	1	2
1995	85	4	2	27	15	7	13	10	3	4
1996	84	2	14	28	5	5	15	10	4	1
1997	111	3	7	30	12	13	19	14	8	5
1998	87	3	4	20	24	6	20	5	2	3
1999	103	3	4	23	21	10	20	13	3	6
2000	112	2	9	32	16	11	23	9	7	3
2001	108	8	12	18	20	5	21	20	3	1
2002	89	3	9	16	12	7	16	20	1	5
2003	110	4	7	25	24	5	18	16	5	6

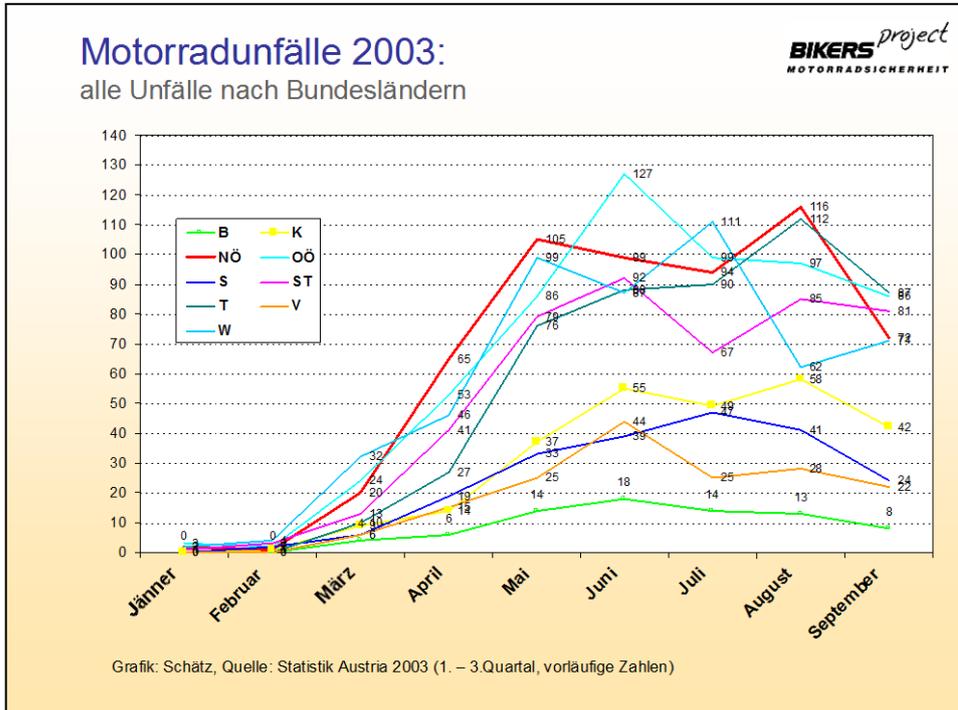
2003: Vorläufige Zahlen des Innenministeriums (Können von den endgültigen Zahlen etwas abweichen)



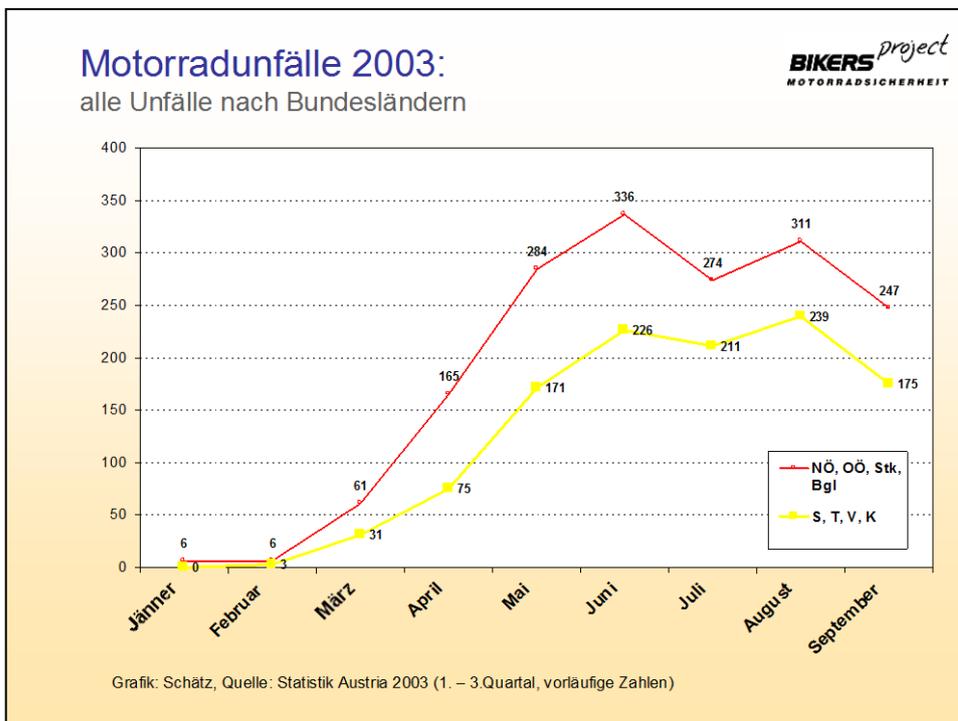








In Niederösterreich (rot) wurden im August die meisten „Vor-Ort-Aktionen durchgeführt.“



## Offene Fragen (Fahrschulbefragung)

### Wie würden Sie die Folder insgesamt beurteilen?

#### Begründung der Beurteilung

	<i>Beurteilung</i>	<i>Begründung der Beurteilung</i>
	<b>sehr gut / sinnvoll</b>	sensibilisiert
		informiert
		Zielgruppengerecht
		ansprechend
		lustig
		einprägsam
		Stil ist gut
		Bewusstseinsbildung
		super Gewinnspiel
		Attraktivitätszuwachs durch Gewinnspiel
		Farbdruck
		gut gestaltet
		... wenn sie vom Fahrschüler zu Herzen genommen werden
		regt auf humorvolle Art zum Nachdenken an / Anstoß zum Nachdenken
		Auseinandersetzen mit eigenem Fehlverhalten und mit Fehlverhalten von anderen Verkehrsteilnehmern
		dient der Verkehrssicherheit – Unfallvermeidung
		Unterstreichen der div. Gefahren bei Einspurigen Fahrzeugen
		witzig für die Jugend
		witzig
		gute Anregung, die zum Nachdenken auffordert
		nachhaltig informativ
		weil der Witz gut ankommt und in die Seele eindringt
	<b>ziemlich sinnvoll</b>	wichtigste Probleme besprochen
		wäre jedoch besser, statt vieler Folder nur einen zu gestalten
		jugendlich aufgebaut
		abschreckend
		real
		zynisch
		wird ev aufgehoben – längere Wirkung
		regt Motorradfahrer zum Denken an
		Inhalt ist kurz und bündig und auf das Wesentliche bezogen
		leicht verständlich
		regen zum Nachdenken an
		Es bestand reges Interesse am Unterricht

	<b>durchschnittlich</b>	Farben fehlen
		Aufmachung für die Kunden nicht sehr interessant, deshalb bleiben Folder gerne liegen
		Bewertung ergibt sich einfach aus dem Durchschnitt zwischen sehr gut und sinnlos – aber sicher nicht schlecht
		wenig Interesse
		wer steckt sich so viele Folder ein?
		Lustig aber wenig auffallend
		... ob Abschreckung so gelingt?
		sehr wenige A-Führerscheinkunden, die noch nicht wissen, wie´s im Straßenverkehr wirklich zugeht
		Im Theoriekurs für A-Schein ist viel zu wenig Zeit
		viele Folder – bleiben ungelesen liegen
		realistische Bilder mit Unfallfolgen wären besser
		Infoschrift oder CD wie im Fahrschulunterricht
		Format passend für Führerscheintascherl
		„Reserven“ Absätze sind eintönig und langweilig
		Die Bilder weniger lustig darstellen, denn es ist nicht lustig, wenn man stirbt
	<b>weniger sinnvoll</b>	zu brutale und zynische Methode (erhobener Zeigefinger)
		zu viele Folder – 1 Folder würde genügen
	<b>sinnlos / schlecht</b>	sprechen vom Design her keinen Jugendlichen an
		sind noch immer unberührt – trotz auflegen
	habe nichts erhalten	Motorradausbildung erst seit April 2003

**Welche Vorschläge und Wünsche hätten Sie für zukünftige Inhalte der Motorradverkehrsicherheitskampagne?**

	<i>Kommentare / Vorschläge</i>
	jugendlichere Aufmachung
	Inhalte sind schon ok
	Auf Vernunft und Einsicht eingehende Kampagne
	weiter so!
	Weitermachen
	Filmmaterial
	CD mit Bildern könnte im Unterricht gut gebraucht und verwendet werden
	Motorrad Kurzvideos
	Im Frühjahr (Saisonbeginn) Geschicklichkeitsfahren im Langsamfahrbereich am Übungsplatz und anschließende Ausfahrt
	Bekanntmachen neuester Bestimmungen und Vorschriften
	wäre besser, statt vieler Folder nur einen zu gestalten
	vielleicht wäre es besser, statt 5 verschiedenen einen kompletten Folder aufzulegen
	Fahrschulen sind nicht die Zielgruppe: die Zielgruppe sind die Biker (Messen, kalte Kuchl, Magazine,...)
	Mehr auf Partnerkunde eingehen wäre besser
	Sollten direkt versendet werden
	Vor der Prüfung werden Folder kaum angenommen
	kleinere Auflage
	Fahrsicherheitstrainings über das gesamte Bundesgebiet verteilt bzw. dort, wo besonders viele Unfälle passieren
	Bewusstseinsbildung auch bei Autofahrern
	Man sollte sich grundsätzlich überlegen, mehr A-Schüler zu bekommen – L17 und A Theorie wäre sinnvoll
	Mehr Achtung vor dem eigenen Leben/Körper und vor dem der Anderen
	Die Homepage ist klasse!!! – sollte mehr beworben werden. Es fehlt nur eine Kontaktseite für Tourenanbieter und Mitfahrer bzw. chat
	Abschreckende Bilder auf lustig bringen wirkt kontraproduktiv
	Nachschulung für solche, die Motorrad fahren wollen, aber schon vor langer Zeit den A-Schein gemacht haben, ohne zu fahren
	Sicherheit durch geeignete Motorradbekleidung und Stiefel
	Wir Fahrschulen sollten nach dem Gesetz noch mehr ausbilden müssen (dürfen)
	bissige Leitschiene, brenzlige Kurven, Reserven einbauen – beibehalten!
	Was hat Selbst-Achtung mit Verkehrssicherheit zu tun? – Sollte man das in eine Bikers Project Geschichte einbauen?
	Bewusstseinsbildung im höheren Geschwindigkeitsbereich besser in die Kampagne einbauen
	Gefahrenlehre
	Man könnte auch Fahrsicherheitstrainings verlosen

## **Anhang: Beispiele der Anzeigen und Werbemittel**

Alle Werbemittel inkl. der Rundfunkspots sind im Internet und auf der, diesem Bericht beigefügten CD abrufbar.

[www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)

**Anzeigenbeispiele:**

Eine komplette Aufstellung befinden sich im „Pressespiegel“

Eine der 8 Streifenanzeigen im Kurier:



INMITTEN EINER AUTO-SCHLANGE  
FÄHRT CHRISTOPH NUN SCHON ZIEMLICH LANGE.

DA SETZT ER AN ZUM ÜBERHOLEN,  
DAS HÄTT' ER LIEBER NICHT TUN SOLLEN.

DENN, SCHLUCK, DAS AUTO NEBEN IHM,  
SCHERT PLOTZLICH AUS – UND WIRFT IHN HIN.

Speziell beim Überholen gilt es auf völlig unerwartetes Handeln anderer reagieren zu können. Daher zeichnet sich der Köhner durch einen Fahrstil aus, der stets Reserven zum Bremsen, Lenken, Ausweichen oder zügigem Beschleunigen lässt.

bmo **BIKERS** project  
MOTORRADSICHERHEIT

Mit Sicherheitsreserve fahren und unter [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)  
eine DUCATI MONSTER 620 i.e. in KURIER-rot gemaint!

Beispiele von Anzeigen in Motorradzeitschriften:

SCHAU, SCHAU!



DER JOSEF FEHRT IN ALLER RUH  
MIT 100 AUF DIE KREUZUNG ZU.



DOCH LINKS DAS AUTO BLEIBT NICHT STEHEN,  
HAT IHN WAHRSCHEINLICH ÜBERSEHEN.

WÄREN NOCH RESERVEN DA,  
ZUM BREMSEN ODER SO, NAJA –  
DANN WÄR DER JOSEF GANZ FEIN RAUS.  
NUR SO SCHAUT'S LEIDER BITTER AUS.



DER WAGEN WIRKT WIE EINE MAUER,  
UND SENSENMANN STEHT AUF DER LAUER.

Da hilft es gar nichts, schuldlos zu sein. Die fehlende Knautschzone wirkt sich immer zum Nachteil des Motorradfahrers aus. Daher fährt der wahne Köhner stets mit einer Sicherheitsreserve zum Bremsen, Lenken, Ausweichen oder Beschleunigen. [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)

bmo **BIKERS** project  
DAS DAS IM GRIFP.

RUNDKURS : STRASSE



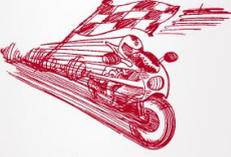
AM SAMSTAG LÄSST'S DER MIKE GERN KRACHEN,  
UND GLÖHT MIT 190 SACHEN.

DOCH FÄHRT ER UNTERM HELM MIT KOPF,  
UND TREIBT AM RUNDKURS SEINEN TOPF.



DER STURZRAUM GROSS, DIE STRECKE GRIFFIG,  
SO SCHLEIFT AM KNIE DER MIKE GAR PFIFFIG.

ER WEISS, HIER KANN NICHT VIEL GESCHEHEN,  
ER KANN GETROST AM GASGRIFP DREHEN.



MIT BESTZEIT FÄHRT DURCHS ZIEL DER MIKE,  
UND STEIGT DAMN UNVERSEHRT VOM BIKE.



DA WAR JETZT NOCH MAL GLÖCK DABEI  
ES STOPPT IHN NUR DIE POLIZEI.

AUCH HUGO LIEBT ES ANZUGASEN,  
DOCH LEIDER AUF DEN BUNDESSTRASSEN.

VIEL ZU SCHNELL UND OHNE HIRN,  
WILL ER DIE GRENZEN AUSPROBIERN.

SCHLAGLOCH, RÖLLSPILT, ACH WELCH GRAUS,  
ES TRÄGT IHN AUS DER KURVE RAUS.

GOTT LOBI – ER FANGT DAS BIKE NOCH AB,  
ENTGEHT DER LEITSCHIENE NUR KNAPP.

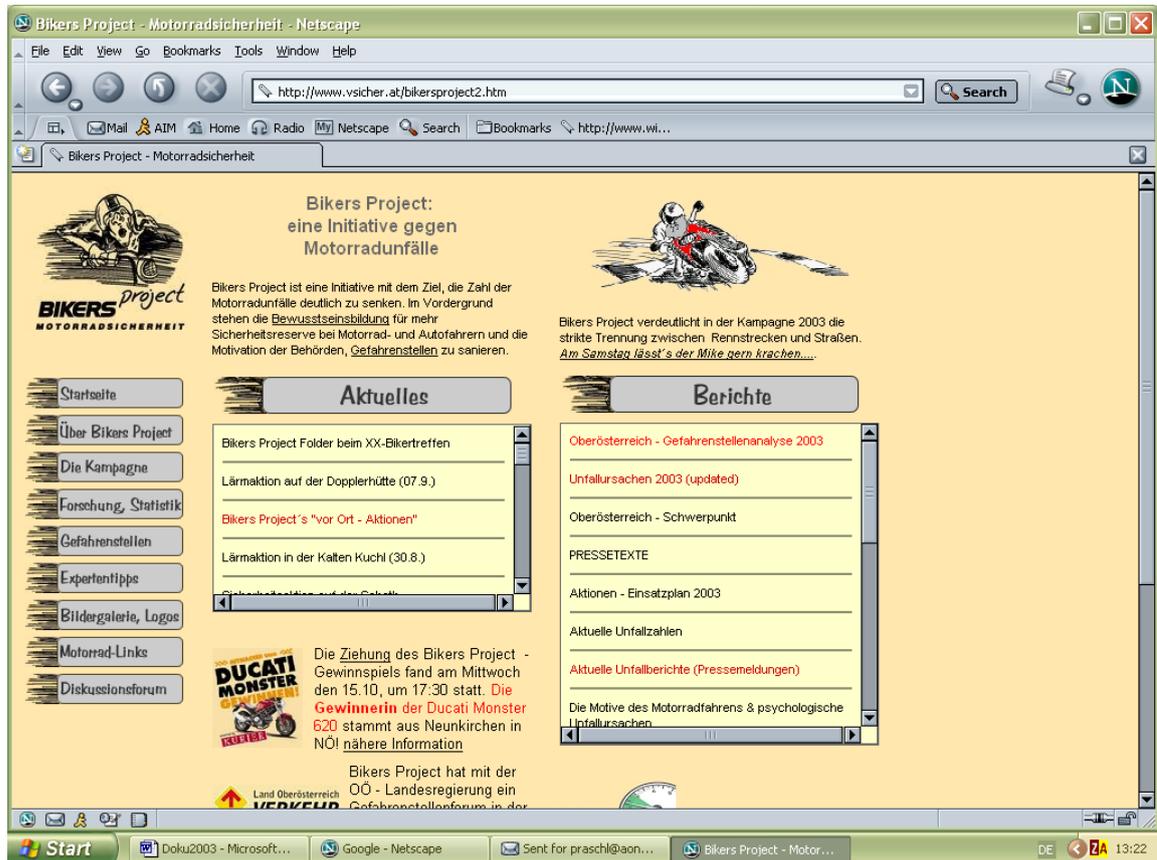
DER BIKER HAT DAS RECHT ZU RASEN,  
AUF RENNSTRECKEN, DOCH NICHT AUF STRASSEN.

WER DIESES NICHT BEHIRNET HAT,  
DEM DROHT NICHT NUR EIN STRAFMANDAT.

bmo **BIKERS** project  
DAS DAS IM GRIFP.

**Beispiele für Internetpräsenz:**

Homepage: [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)



Die Homepage ist mittlerweile sehr umfangreich (einige hundert Seiten) und stark frequentiert.

Beispiele für die **animierten Werbebanner** auf der Motorradplattform [www.1000ps.at](http://www.1000ps.at).  
Über 3 Monate lang gab es wöchentlich wechselnde Banner aus jeweils 7 Bildern (im Beispiel werden 3 der 7 Bilder gezeigt)



Gefahrenstellenforum des Landes OÖ (vom Land OÖ finanziert)

1000PS.net - Die stärkste Motorrad Seite im Internet - Netscape

http://www.1000ps.at/forum.asp?interesse=15&suchen=true&fid=2

1000PS.net > Gefahrenstellen OÖ-Forum > Neue Gefahrenstelle melden Gefahrenstellen Beispiele

**Manfred Obermeir** ist Euer direkter Ansprechpartner in der Verkehrstechnik der OÖ-Landesregierung. Er schaut mehrmals pro Woche ins Forum und registriert und kommentiert die Meldungen.

Aktuelle Themen im Forum - Gefahrenstellen-OÖ		
Thema	von	Letzte Antwort vor
Leitplanken - überall - neu/alt - egal (23)	hawker	20 Stunden
Mehr Bitumen als Asphalt (10)	dansmear	20 Stunden
Thalgauer Landesstrasse (8)	axxis	11 Tagen
Inhaltlich Klarstellung der letzten Diskussionen (110)	Norman	13 Tagen
Niveauunterschied bei Neuhofen (6)	DirtyHarry	17 Tagen
Gefahrenmeldungen abgefahren (11)	Norman	18 Tagen
1020 Wien -> Praterstern (5)	Thrillz	23 Tagen
diesel zwischen katzelsdorf und mauerbach (NÖ) (9)	erpelito	29 Tagen
NOE/Flachberg - neu asphaltiert (4)	ZX6R-636	29 Tagen
Grundsätzliches zur Rissessanierung (81)	M_Obermeir	31 Tagen
Gefahrenstellen, Motorradsicherheit, Unfälle, Kosten et (28)	Venceremos	43 Tagen
GEFAHRENSTELLE: undichte (Diesel-) Tanks bei KFZ (20)	Harpyr	45 Tagen
Obstbäume (15)	Yams	46 Tagen
B38 bei Freistadt Richtung Sandl (1)	HaBa	58 Tagen
Gefahrenstelle im Salzkammergut (21)	hornetbuster	59 Tagen
Unfälle beim Guzzi-Treffen 2002, Hilferuf (0)	Claus BikersPr	60 Tagen
Strmk Palfau-Großreifling extreme Baustelle! (3)	ullybaer	60 Tagen
Neue Gefahr: Das ... (5)	Reinileini	64 Tagen
Sand in Richtung Haselrast (11)	charly_944	69 Tagen
Strecke Helfenberg-Waxenberg (12)	gsxfler	72 Tagen



siehe auch: [www.bikersproject.at](http://www.bikersproject.at)

A 1- Plakate:

Der Plakate wurden im Rahmen von Aktionen oder Events eingesetzt, bei Händlern und in Fahrschulen etc. angebracht.



1000 Stück (zum Beschriften)



500 Stück (Hinweis auf Gewinnspiel)

Sicherheitstransparente:

Die insgesamt 15 Sicherheitstransparente wurden ab Juli 2003 auf vielbefahrenen Motorradstrecken und bei "Vor Ort - Veranstaltungen" (NÖ, B, OÖ, Stmk) angebracht.



Die „Lärm sparend fahren“-Transparente wurden von der NÖ-Landesregierung (eigenes Lärmprojekt) und der OÖ-Landesregierung finanziert.

Anwendungsbeispiele:

**Stains - Jungraben (Stmk.)**



## **Bikersfest beim Sulmwirt (Stmk.)**



## **Soboth (Ktn.)**



## **Hengstpass (OÖ)**



Aufkleber, Straßenplakate, Aufnäher

Aufkleber (wurden nur im Jahr 2002 produziert) 16cm x 8cm / 9cm x 8cm



Straßenplakate (Format: NÖ: 150cm x 200cm / Stmk.: 160cm x 250cm, wurden nur im Jahr 2002 produziert) Die Standorte sind in der Projektdokumentation 2002 dargestellt.



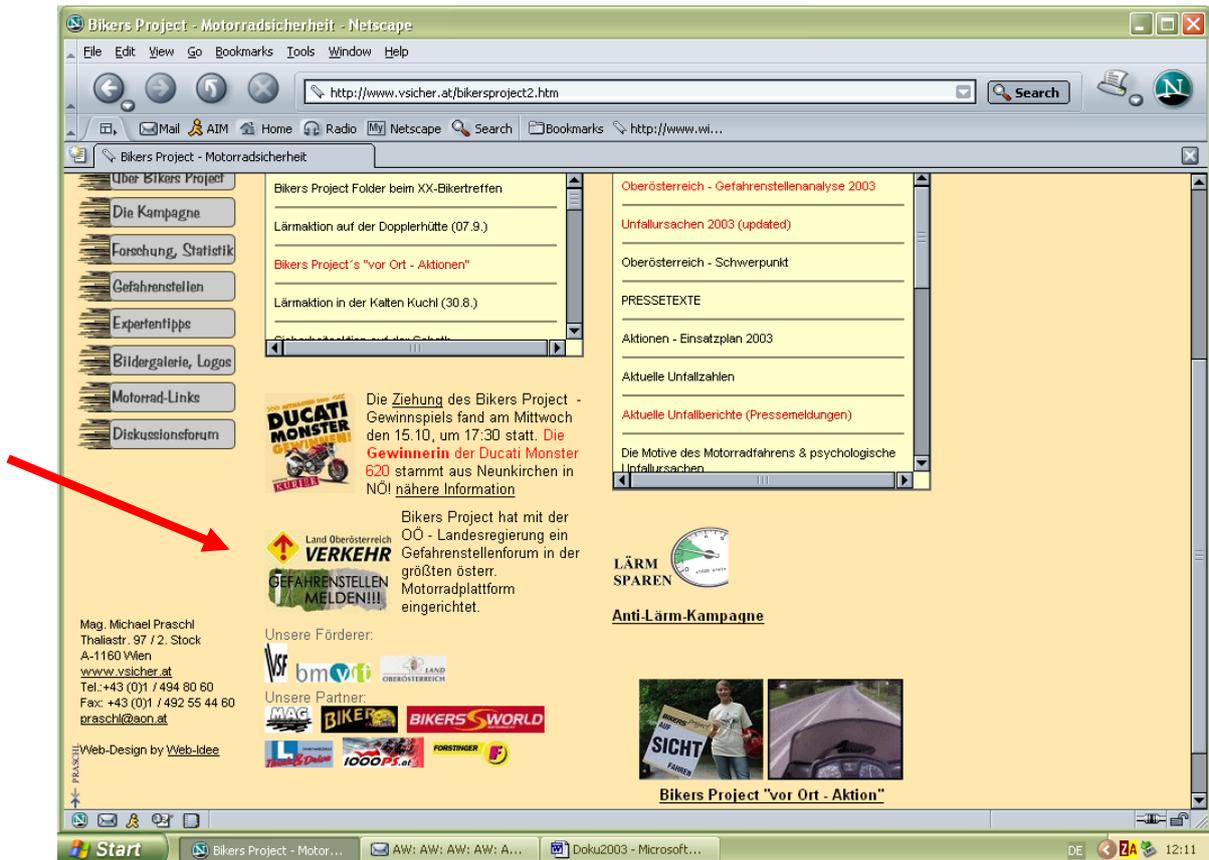
Aufnäher (8cm x 3cm), T-Shirts (im Jahr 2002 produziert)



## Gefahrenstellenforum –OÖ & Gefahrenstellenanalyse OÖ

Dieses Forum wurde als „Pilotprojekt“ durch das Land Oberösterreich finanziert.

Wenn sich dieses Forum bewährt, könnte eine Ausweitung auf andere Bundesländer überlegt werden.



Im Ergänzungsband „**Gefahrenstellenforum OÖ**“ sind beispielhaft Ausdrücke aus dem Diskussionsforum eingefügt sowie alle selbst durchgeführten Gefahrenstellenanalysen aus OÖ.