

---

**Risiko raus: Stoppt die Kopflosigkeit** Wer mit dem Kopf nicht bei der Sache ist, riskiert einen Unfall. Die Folgen unüberlegten Handelns beim Transport im Betrieb, auf dem Arbeits- oder Schulweg, können verheerend sein. Mit einer neuen Kampagne will die gesetzliche Unfallversicherung daher die Verantwortung der Menschen für sich und andere stärken. Das Motto: »Risiko raus!«.

---



Eigentlich hätte sie darauf achten müssen. Eigentlich. Aber an diesem Freitagmorgen ist Iris B. mit dem Kopf woanders. Das Wochenende naht und sie will diesen einen Auftrag unbedingt abschließen. In Gedanken geht sie die Bestellung des Kunden noch einmal durch, während sie durch die Lagerhalle hastet. Vorbei an den Paletten, die hier zum Versand fertig gemacht werden. Die Warnschilder nimmt sie nur am Rande wahr. Ohne zu schauen betritt Iris B. die Fahrbahn zwischen den Stapeln. Ein Gabelstapler erwischt sie mit voller Wucht. Vom Hubmast am Kopf getroffen stürzt sie zu Boden.

**Zu viele Unfälle** Knapp 230.000 Arbeitsunfälle jährlich verzeichnen die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung – Berufsgenossenschaften, Unfallkassen und landwirtschaftliche Sozialversicherung – beim innerbetrieblichen Transport. Rund 150 davon enden tödlich. Hinzu kommen 23.000 Arbeits- und Dienstwegunfälle im Straßenverkehr mit rund 170 Toten.

Auch der Weg zur Arbeit, zur Schule und zur Uni birgt Gefahren. So werden den Trägern der gesetzlichen Unfallversicherung jährlich rund 175.000 Wege- und Schulwegunfälle im Straßenverkehr gemeldet. Über 500 Versicherte verloren bei einem dieser Unfälle ihr Leben.

**Prävention tut Not** Für die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung steht fest: Das Bewusstsein für die Risiken beim Fahren und Transportieren muss gefördert, das Verantwortungsgefühl der Menschen füreinander, muss gestärkt werden. Gemeinsam mit ihren Partnern, dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat (DVR) und den Bundesländern, haben sie daher die neue Präventionskampagne »Risiko raus!« ins Leben gerufen.

**Faktor Mensch im Mittelpunkt** Die Kampagne »Risiko raus!« rückt den Faktor Mensch in den Mittelpunkt und setzt damit genau da an, wo Sicherheitstechnik nicht mehr weiterhilft. Ziel ist, das Bewusstsein für die Verkehrssicherheit im Betrieb und auf der Straße zu schärfen. Das bedeutet auch, Arbeitsorganisation und persönliches Verhalten darauf zu prüfen, ob sie Zeitdruck erzeugen, der wiederum die Unfallgefahr erhöht. Die Kampagne richtet sich also nicht nur an die Arbeitnehmer, die die Tätigkeiten ausführen, sondern auch an diejenigen, die das betriebliche Umfeld gestalten.

**Eine Kampagne gegen die Kopfflosigkeit** Zeitdruck, Hektik, Unachtsamkeit – das alles bezeichnet der Volksmund gern als kopfloses Verhalten. Das Kommunikationskonzept setzt daher darauf, diese Kopfflosigkeit und ihre Folgen zu visualisieren.

Um ihre Ziele zu erreichen, setzt die Kampagne auf eine vielfältige Ansprache der Zielgruppen. Neben einer kontinuierlichen Pressearbeit ist dies zum Beispiel die Präsenz auf einer Reihe von Veranstaltungen: etwa dem Deutschen Verkehrssicherheitstag 2010 in Dortmund.

Auch neue Medien haben ihren Platz bei »Risiko raus!«. So gibt es ein Multimediaquiz, das es erlaubt, den eigenen Risikotyp zu ermitteln – ideal für den Einsatz bei Unterweisungen und Seminaren. Für Jugendliche gibt es spezielle Webclips, die insbesondere die Risiken des Fahrradfahrens thematisieren. Der Clou: Über die Möglichkeit, den Clip personalisiert an Freunde und Verwandte weiterzuschicken, verbreitet sich die Botschaft wie von selbst im Internet.

**Nachtrag** Iris B. überlebte den Zusammenstoß mit dem Gabelstapler. Sie brauchte jedoch lange Zeit, um sich von den Folgen zu erholen: ein offenes Schädelhirntrauma mit Blutergüssen und ein Felsenbeinbruch im Ohr. Zu ihrer großen Erleichterung kehrten Gehör-, Geruchs- und Geschmacksinn nach einigen Wochen zurück.



**Weitere Informationen**

[www.risiko-raus.de](http://www.risiko-raus.de)