

Werbekampagne – Kooperation im Straßenverkehr

Im Folgenden finden Sie die Ergebnisse einer Untersuchung zum Verhalten im Straßenverkehr. Lesen Sie sich diese Ergebnisse sorgfältig durch. Stellen Sie sich vor, Sie würden im Bundesverkehrsministerium arbeiten. Sie bekommen nun den Auftrag, eine Werbekampagne zu entwickeln, mit dem Ziel, die Kooperationsbereitschaft unter Verkehrsteilnehmern zu fördern (Entwicklung von Werbeplakaten, Werbesprüchen, Aufklebern usw.).

Wählen Sie eines oder mehrere der im Rahmen der Untersuchung gewonnenen Ergebnisse aus und versuchen Sie, dieses bzw. diese in Ihre Werbekampagne einzubauen:

1. Einer der Hauptgründe für rücksichtsloses Fahren ist der Zeitdruck.
2. Das partnerschaftliche Verhalten des Einzelnen ist wichtig als Modell für andere und wirkt häufig als direkter Auslöser für weitere partnerschaftliche Reaktionen.
3. Im Straßenverkehr gilt ebenso wie in vielen anderen Lebensbereichen das Prinzip: Wie Du mir - so ich Dir.
4. Voraussetzung für partnerschaftliches Verhalten ist Einfühlungsvermögen in die Situation des anderen.
5. Als besonders partnerschaftlich gilt, sich deutlich für eine freundliche Geste des anderen zu bedanken.
6. Wichtige Voraussetzungen für partnerschaftliches Verhalten ist, dass derjenige, der auf dieses Verhalten angewiesen ist, dies eindeutig kundtut (z.B. durch Zeichengebung oder direkten Blickkontakt).
7. Es gibt keinen ausschließlich rücksichtslosen oder ausschließlich partnerschaftlichen Verkehrsteilnehmer. Alle Verkehrsteilnehmer zeigen langfristig sowohl rücksichtsloses als auch partnerschaftliches Verhalten.