

Seite: 15

Ressort: Kommunales

Ernüchternde Ergebnisse für Polizei und Ordnungsamt nach einer Studie der Uni Passau

Ein Blitzmarathon bringt nichts

Blitzmarathon – so nennen die Polizei oder die kommunalen Ordnungsämter die Überwachung des Straßenverkehrs, die meist einen Tag andauert, und systematisch Geschwindigkeitsüberschreitungen sanktioniert. Ein paar Tage vorher kündigt sie die Offensive an und informiert in einer Kampagne über die Gefahren des Rasens. „Nudging“ heißt diese Methode in der Forschung. Sie soll Menschen dazu motivieren, ihr Verhalten in eine bestimmte Richtung zu verändern. Im konkreten Fall also: weniger zu rasen.

Stefan Bauernschuster, Ökonomieprofessor an der **Universität Passau**, und seine Mitarbeiterin Ramona Rekers weisen in ihrer Studie Speed Limit Enforcement and Road Safety nach, dass diese Kampagne nichts bringt. Zwar halten

sich die Fahrer während der Blitzmarathons häufiger an die Geschwindigkeitsbeschränkungen, doch bereits am Tag danach ist der Effekt gleich Null. Auf Autobahnen wird selbst während der Blitzmarathons weiter gerast.

„Unsere wichtigste Erkenntnis: Gut zureden hilft bei Rasern nichts. Die Menschen fahren nur langsamer, wenn sie Sorge haben müssen, geblitzt und bestraft zu werden“, fasst Bauernschuster den Kern der Studie zusammen. Und Ramona Rekers ergänzt: „Sobald die Blitzerei vorbei ist, konnten wir keine Veränderung mehr feststellen. Blitzmarathons haben keinen anhaltenden Effekt für Sicherheit auf den Straßen.“

In die Passauer Studie flossen Forschungsdaten der Landesämter für Stati-

stik zu 1,5 Millionen Unfällen in den Jahren 2011 bis 2014 ein. Diese beinhalten Informationen zu Ort, Zeit, zu den Beteiligten und zur Unfallursache. Hinzu kamen Daten zu allen Blitzern an Blitzmarathon-Tagen und normalen Tagen sowie Daten von mehr als 2400 Messstationen, die stündlich Geschwindigkeit und Verkehrsaufkommen erfassen. Um die Wirkung der begleitenden Kampagne zu untersuchen, wertete das Team 60 Millionen Presseartikel kombiniert mit Daten von Google Trends und Twitter aus. So konnten die Forscher belegen, dass das Publikum die Medienberichterstattung zu den Blitzmarathons auch tatsächlich wahrnahm. > katrina jordan

Urheberinformation: DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Verlag Bayerische Staatszeitung, München