Newsletter

# Prävention und Gesundheitsförderung SVV

Nr. 02 | 2012

27. September 2012

ASA | SVV

Schweizerischer Versicherungsverband
Association Suisse d'Assurances
Associazione Svizzera d'Assicurazioni

**Herausgeber:**
Heinz Roth
Leiter Prävention und Gesundheitsförderung
Schweizerischer Versicherungsverband SVV
C.F. Meyer-Strasse 14
Postfach 4288
CH-8022 Zürich
www.svv.ch
heinz.roth@svv.ch

**Redaktion und Realisation:**
Ursi Sydler GmbH, Niederlenz, www.sydler.com

**Download der Printversion und abonnieren des elektronischen Newsletters unter:**
www.svv.ch/newsletterpraevention

**Kopfstützen schützen – Erfolgreich mit Direktberatungen** 6

**4 Tipps von Joe Köpfchen** 8

**Über 10‘000 Direktberatungen für die richtige Einstellung** 9

**Zwei von drei Velofahrern verhalten sich regelwidrig** 10

**«Prävention im Büro» jetzt online mit der EKAS-Box** 12

**Neue Gefahrensymbole für chemische Produkte** 14

**Version française**

**10 000 conseils dispensés en direct avec la sécurité en tête** 15

**Erreurs d’évaluation des cyclistes, autant de sources d’accidents** 17

**«Prévention au bureau», désormais en ligne avec la Box CFST** 17

**La campagne de prévention «Bien regardé, bien protégé»** 17

**Präventionstag der Privatwirtschaft**

**Save-the-Date: 3. Präventionstag der Privatwirtschaft** 18

**Save-the-Date: 3$^{e}$ journée de prévention du secteur privé** 18

Heinz Roth

**Liebe Leserin, lieber Leser**

Die Schweiz führt mit der Informationskampagne «Genau geschaut, gut geschützt» neue Gefahrensymbole für chemische Produkte ein. Sie passt sich damit dem internationalen System «Globally Harmonized System» (GHS) an, das weltweit dieselben Gefahrensymbole verwendet. Um die Bevölkerung zu informieren, startete das Bundesamt für Gesundheit am 3. September 2012 eine nationale Kampagne. Die BAG-Kampagne wird vom Bereich Prävention SVV sowie anderen privaten und öffentlichen Partnern während dreier Jahre aktiv unterstützt. Diese Zusammenarbeit steht beim SVV unter dem Motto «Public – Private – Partnership». Die Vernetzung des Bereichs Prävention SVV mit nationalen Partnern entspricht der Strategie des Versicherungsverbandes und ermöglicht – mit dem Ziel der Reduktion von Unfällen –, Fachwissen und Kapital gemeinsam zu koordinieren.

Als Schwerpunkt informiert der vorliegende Newsletter über den Stand der Strassenverkehrskampagne «Kopfstützen schützen – Fahren Sie mit der richtigen Einstellung?». Die Kampagne machte 2012 während ihrer «Tour de Suisse» Zwischenhalt an 65 Tankstellen von Coop Pronto – in insgesamt fünf Regionen der deutschen, französischen und italienischen Schweiz. Mit den Beratungsaktionen an den Coop-Tankstellen wurde die Kampagnenbotschaft im direkten Gespräch mit den Automobilistinnen und Automobilisten durch geschulte Fachpersonen vertieft. Die in rote Overalls gekleideten Beraterinnen und Berater involvierten mit viel Charme und Umsicht die Tankenden in ein Gespräch und wiesen sie auf die Einstellung der Kopfstütze hin. Die Beratungsaktionen vor Ort wurden durch gezielte Medienberichte rund um die Tankstellen unterstützt.

Ebenfalls zum Thema Sicherheit auf der Strasse stellt Dr. Markus Hackenfort, Verkehrs- und Unfallforscher an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, seine neusten Untersuchungen zum Thema «Faktor Mensch in Verkehr und Sicherheit» vor. Mit seiner Analyse unfallbegünstigender Fehleinschätzung von Velofahrern hat er untersucht, inwieweit sicherheits- und regelwidriges Verhalten von Velofahrenden auf menschliche Faktoren einerseits und auf Faktoren der Verkehrsumwelt andererseits zurückzuführen sind und liefert damit Ansatzpunkte für mögliche neue Präventionsmassnahmen.

Mit der «EKAS-Box» lancierte die Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit ein innovatives Online-Projekt zur Prävention von Unfällen im Büro. Seit Mai 2012 fokussiert die Kampagne zudem mit einem neuen Sujet auf die Bildschirmarbeitsplätze. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit und besuchen Sie die EKAS-Box unter www.ekas-box.ch.

Auch 2013 führen der Schweizerische Versicherungsverband, economiesuisse und der Schweizerische Arbeitgeberverband den «Präventionstag der Privatwirtschaft» durch. «Bildung: Die andere Prävention.» – unter diesem Motto findet die gemeinsame Veranstaltung der Dachorganisationen der Wirtschaft am Donnerstag, 17. Januar 2013 von 13.30 bis 17.00 Uhr im CS Forum St. Peter in Zürich statt. Bildung hat einen vielfältigen Einfluss auf die Gesundheit: Einerseits trägt eine gute Bildung dazu bei, dass sich Menschen gesund und präventiv verhalten können. Andererseits werden Präventionsinhalte zunehmend in Bildungsinstitutionen vermittelt. Am 3. Präventionstag der Privatwirtschaft wird das Verhältnis zwischen Bildung und Prävention unter verschiedenen Aspekten beleuchtet und im Zusammenhang mit aktuellen politischen Debatten und konkreten Beispielen diskutiert. Anmeldungen sind bereits möglich unter www.svv.ch/praeventionstag.

Ich wünsche Ihnen gute Unterhaltung bei der Lektüre.

Heinz Roth
Leiter Prävention und Gesundheitsförderung SVV

**VERSION FRANÇAISE**

L'essentiel des articles en allemand a été résumé dans une «Version française» à l'intention des lectrices et lecteurs francophones. Vous trouverez celle-ci à partir de la page 15.

# Kopfstützen schützen – Erfolgreich mit Direktberatungen

**Im Kampagnenjahr 2012 war Joe Köpfchens Beraterteam schweizweit an 65 Tankstellen von Coop Pronto präsent**

*Flankiert von verschiedenen Werbeaktivitäten und intensiver Medienarbeit setzte die Kampagne in diesem Jahr den Schwerpunkt auf qualitative Kontakte in Form von persönlichen Beratungsgesprächen vor Ort.*

Nach der Lancierung einer Ratgeber-Website, auf der Interessierte Tipps zur richtigen Einstellung der Kopfstütze abrufen können, stand im Kampagnenjahr 2012 die Präventionskampagne «Kopfstützen schützen – sicher unterwegs mit der richtigen Einstellung» ganz im Zeichen der Beratung vor Ort. Ziel der im Frühjahr durchgeführten Beratungsaktionen war es, im direkten Gespräch und mit konkreter Handlungsunterstützung direkt am Auto den neuartigen Beratungsansatz der Kampagne zu vertiefen. So sollten die Beraterinnen und Berater möglichst vielen Fahrerinnen und Fahrern helfen, direkt an ihrem eigenen Auto die Kopfstütze für sich und Mitfahrende in Höhe und Abstand so einzustellen, dass ein optimaler Schutz besteht. Mit diesem Ansatz wurde explizit auf qualitative Kontakte mit der Zielgruppe gesetzt. Ermöglicht wurde dieser Beratungsansatz, weil die Präventionsbotschaft durch die Vorgängerkampagne sowie durch die Reminderwellen im Jahr 2011 bereits eingeführt war. Als Ort für die Direktberatungen wurden Tankstellen gewählt. Mit Coop Pronto konnte hierfür ein idealer Partner gefunden werden. Unkompliziert stellte Coop Pronto 65 seiner Tankstellen für die Aktionen zur Verfügung. Dies in insgesamt fünf Regionen der deutschen, französischen und italienischen Schweiz.

Die Beratungsaktionen vor Ort wurden durch gezielte Werbemassnahmen rund um die Tankstellen aktiv unterstützt: Die Kampagnenfigur Joe Köpfchen zierte die Plakate an den Tankstellen, Fahnen wiesen auf die Aktion hin und «Kundenstopper»-Pendelständer zeigten den Tankstellenbesuchern, dass hier eine Gratis-Beratungsaktion stattfindet. Zudem liefen in den Tankstellen-Shops die TV-Spots und – wer ganz Ohr war – konnte beim Tanken einen Radiospot mit Joe Köpfchen hören.

### Beraterinnen und Berater als Sympathieträger

Vor allem aber die in rote Overalls gekleideten Beraterinnen und Berater – jeweils zwei pro Tankstelle – zogen sofort die Aufmerksamkeit der Tankenden auf sich. Neben den Kompetenz signalisierenden Overalls war sicher auch das Alter der Beratenden – allesamt im Rentenalter – ein echtes Plus. Mit viel Charme und Umsicht involvierten sie die Tankenden in ein Gespräch und wiesen sie auf die Einstellung der Kopfstütze hin. Zugute kam ihnen dabei auch die intensive Vorbereitung der Beratungsaktionen. An einem Testtag bei Coop Pronto mit Tankstelle in Kriens wurden mit zwei Beratern Ablauf und Gespräche sowie der Beratungsinhalt einen Tag lang getestet. Davon profitierten dann die anderen Beraterinnen und Berater, die an einem Schulungsnachmittag von Unfallexperte Prof. Anton Brunner ins Thema eingeführt und geschult wurden. Die so erworbene Kompetenz spürten auch die Tankkundinnen und -kunden.

Die Mehrheit der Coop-Pronto-Kundinnen und -Kunden schätzten die Beratung sehr und freuten sich über das Angebot. Dass die Beratungsaktionen gut ankamen und auf positives Echo stiessen, zeigt auch die hohe Zahl der Beratungen, die mit über 10‘000 Gesprächen die Erwartungen übertraf. Nach der jeweiligen Beratung überreichten die Joe Köpfchen-Helfer den Tankenden einen Infoflyer mit Tankgutscheinen und eine Sonnenblende als kleines Geschenk. Stimmungsbilder und Erkenntnisse aus den Beratungsgesprächen vor Ort sind im Beitrag auf Seite 9 zusammengefasst.

### Gute Präsenz an den Tankstellen und in den Medien

Die Beratungsaktionen an den Tankstellen von Coop Pronto wurden begleitet von einer kurzen nationalen TV-Welle, gezielten regionalen Banner-Schaltungen auf Newsportalen sowie viertelseitigen Anzeigen in lokalen und regionalen Medien, die auf die Aktion in der jeweiligen Region hinwiesen. Dank intensiver Medienarbeit bei lokalen und regionalen Medien konnten in allen Regionen zusätzliche redaktionelle Artikel platziert werden. Diese wiesen auf witzige Art auf die Aktionen an der lokalen Tankstelle hin.

*Die TV-Spots aus der letztjährigen Kampagne wurden auch 2012 während einer kurzen Zeitspanne gesendet.*

*Nach der Beratung erhielten die Autofahrenden einen Infoflyer mit Tankgutschein und ein praktisches Give-away.*

Wie bereits 2011 machte die Kampagnenfigur «Joe Köpfchen» alias «Jo le futé» bzw. «Joe la Testa» auch dieses Jahr wieder von den gut platzierten Plakatstellen des Verkehrssicherheitsrates VSR die vorbeifahrenden Autofahrerinnen und Autofahrer darauf aufmerksam, dass richtig eingestellte Kopfstützen am besten schützen. Mit über 9‘000 Besucherinnen und Besuchern verzeichnete auch die Ratgeber-Website während der Beratungsaktionen vor Ort einen erfreulichen Besucherzuwachs. Mehr als 80 Prozent dieser Website-Besucherinnen und -Besucher waren das erste Mal auf www.kopfstuetzen.ch, was zeigt, dass mit den Beratungsaktionen neue Kreise erschlossen werden konnten.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Beratung vor Ort an den Tankstellen von Coop Pronto steht im Herbst 2012 nochmals eine Werbewelle an. Anzeigen in ausgewählten Medien und Sponsoring-Spots am Radio erinnern auf einfache Weise an die Hauptpräventionsbotschaft «Kopfstützen schützen». So bleibt die Präventionsbotschaft weiterhin präsent.

### 2013: Die Botschaft verankern

Ende 2013 wird die Kampagne «Kopfstützen schützen – unterwegs mit der richtigen Einstellung» nach insgesamt sechs Jahren beendet. Damit die erfolgreiche Kampagne noch mög-

lichst lange weiterwirkt, steht das letzte Kampagnenjahr im Zeichen der Verankerung der Präventionsbotschaft. Die Vorbereitungen hierfür sind bereits in vollem Gange.

Auch 2013 wird auf Beratung gesetzt. Der Fokus liegt jedoch auf Aktionen mit Partnern. Diese Aktionen sollen dazu dienen, die Kampagnenbotschaft zu multiplizieren und möglichst nachhaltig zu verankern. Neben den Partneraktionen wird die Kampagne auch in der Öffentlichkeit weiterhin punktuell präsent sein. Insbesondere wird Joe Köpfchen auch nächstes Jahr an den VSR-Plakatstellen auf die richtige Einstellung der Kopfstütze hinweisen. Bei den Aktionen mit Partnern setzt die Kampagnenleitung auf eine optimale Mischung zwischen bestehenden und neuen Partnern und konzentriert sich auf drei bis vier grössere Aktionen.

Aufgrund der sehr positiven Erfahrungen werden die Beratungsaktionen an Tankstellen von Coop Pronto 2013 fortgeführt. Die Beraterinnen und Berater werden im Frühling 2013 wieder in ihren roten Overalls die Tankkundinnen und Tankkunden bei der Einstellung ihrer Kopfstütze beraten. Begleitend zu den Partneraktionen wird die Ratgeber-Website weiterentwickelt und aktualisiert. Auch im letzten Kampagnenjahr wird Unfallexperte Prof. Anton Brunner die Kampagne mit seiner fachlichen Expertise unterstützen.

Heinz Roth, Leiter Bereich Prävention des SVV erwartet auch für 2013 ein spannendes Kampagnenjahr: «Wir freuen uns auf eine intensive und befruchtende Zusammenarbeit mit Partnern – und erhoffen uns, dass die Botschaft auch nach dem Ende der Kampagne noch lange weiterwirkt.»

*Petra Hieber*
*advocacy ag*

**LINKS** @

Weitere Informationen rund um die SVV-Kampagne «Kopfstützen schützen – Sicher unterwegs mit der richtigen Einstellung» finden Sie unter: www.kopfstuetzen.ch

## 4 Tipps von Joe Köpfchen

**Was es für richtig eingestellte Kopfstützen alles zu beachten gilt, erklären vier Kurzfilme auf www.kopfstuetzen.ch**

# Über 10‘000 Direktberatungen für die richtige Einstellung

**Hohe Akzeptanz und gute Gespräche prägten die Beratungsaktionen der Kopfstützen-Kampagne 2012 vor Ort**

Die Kampagne «Kopfstützen schützen» machte dieses Jahr eine «Tour de Suisse»: An 65 Tankstellen von Coop Pronto überprüfte Joe Köpfchens Beratungsteam jeweils während eines Tages die richtige Einstellung der Kopfstütze an Fahrzeugen von Tankkundinnen und -kunden. Während des Tankens wurde ihnen die Aktion vorgestellt und die Prüfung der Kopfstütze angeboten. Dabei konnte die richtige Einstellung der Kopfstütze bestätigt oder die Kopfstütze gleich zusammen mit der Autofahrerin oder dem Autofahrer richtig eingestellt werden. So kam es zu vielen spannenden Begegnungen und interessanten Gesprächen. Das Ziel von rund 5‘000 Direktberatungen wurde mit 10‘281 Beratungsgesprächen bei weitem übertroffen. Nicht einmal jede zwanzigste der angesprochenen Personen lehnte die Beratung ab – die meisten davon aus Zeitmangel.

*Der Berater stellt die Kopfstütze richtig ein. Konkrete Hilfe kommt bei den Tankenden gut an.*

### Grosses Interesse – positive Stimmung

Die Erfahrung aus den direkten Begegnungen zeigt deutlich das grosse Interesse am Thema. «Die Tankenden waren der Aktion gegenüber sehr offen eingestellt», bestätigt denn auch Hansjörg Schnetzer, einer der zehn Berater vor Ort. «Die Stimmung an den Tankstellen war durchwegs positiv.» Das Ziel der Aktion – das Prüfen und richtige Einstellen von Kopfstützen, verbunden mit einem sympathischen Kontakt – konnte somit erreicht werden.

Die Praxis der Beraterinnen und Berater vor Ort macht aber auch deutlich, dass immer noch viele Personen nicht wissen, wie die richtige Einstellung sein muss oder wie die Kopfstützeneinstellung überhaupt verändert werden kann. Dabei sind kaum Unterschiede zwischen Altersgruppen und Geschlecht feststellbar. Vor allem Personen mit falsch eingestellter Kopfstütze waren überaus dankbar für die Tipps und die Hilfe der in roten Overalls gekleideten Berater. Aber auch bei Personen mit richtig eingestellten Kopfstützen war zu spüren, dass sie froh und dankbar waren zu erfahren, dass bei ihnen die Einstellung stimmt, insbesondere nachdem ihnen die Schutzwirkung einer richtig eingestellten Kopfstütze erläutert worden war. Denn mit der richtigen Einstellung kann im Ernstfall schweren Verletzungen vorgebeugt werden.

### Richtige Einstellung nicht immer möglich

Leider gab es auch eine beachtliche Zahl von Autofahrerinnen und Autofahrer, die keinen oder zu schlechten Schutz haben, da sich ihre Kopfstützen nicht optimal oder gar nicht einstellen liessen. Der am häufigsten angetroffene Grund für eine falsche Einstellung lag in der Höhe der Kopfstütze. Bei einer bedeutenden Zahl von Fahrzeugen konnte diese leider nicht optimal für den Fahrer eingerichtet werden. Grund ist die Grösse der Lenkerin respektive des Lenkers. «Bei Personen mit einer Grösse von über 1.80 Meter wird es bereits kritisch», weiss Hansjörg Schnetzer aus der Praxis. Während die Problematik der Körpergrösse tendenziell unabhängig vom Alter des Fahrzeuges auftrat, gab es weitere Gründe für die Nichteinstellbarkeit, die vor allem ältere Fahrzeuge betrafen. So konnte beispielsweise die Kopfstütze häufig nicht auf der richtigen Höhe eingerastet werden.

### Tankstellenbesuch extra wegen Beraterteam

«Vor allem ältere Personen verwechselten uns des öfteren mit einem Tankwart», sagt Hansjörg Schnetzer, «und wir wurden gleich auch gebeten, Wasser oder Öl zu überprüfen, was wir bei genügend Zeit natürlich gerne taten.» Teilweise mussten die Fahrzeugbesitzer aber auch an Garagen verwiesen werden, da defekte Kopfstützen entdeckt wurden, die dringend eine Reparatur durch eine Fachperson erforderten.

Erfreulich ist die Tatsache, dass viele der Tankenden Joe Köpfchen bereits von Fernsehspots, Plakaten oder aus den Printmedien kannten und nicht wenige deshalb auch extra am Beratungstag die entsprechende Tankstelle besuchten.

*Reiner Langendorf*
*Geschäftsführer ecoprocess AG*

# Zwei von drei Velofahrern verhalten sich regelwidrig

**Die ZHAW Zürich hat anhand einer Studie untersucht, was Velofahrende zu regelwidrigem Verhalten veranlasst**

**Dr. Markus Hackenfort ist Forschungsleiter «Faktor Mensch in Verkehr und Sicherheit» an der ZHAW Zürich. Mit seiner «Analyse unfallbegünstigender Fehleinschätzungen von Velofahrern» hat er untersucht, inwieweit sicherheits- und regelwidriges Verhalten von Velofahrenden auf menschliche Ursachen einerseits und auf Faktoren der Verkehrsumwelt andererseits zurückzuführen sind. Die Erkenntnisse der Studie liefern Ansatzpunkte für mögliche neue Präventionsmassnahmen im Strassenverkehr.**

**Dr. Markus Hackenfort, Sie haben 2011 in der Stadt Zürich an neuralgischen Verkehrspunkten 283 Velofahrende auf ihr regelgerechtes bzw. regelwidriges Verhalten hin geprüft und befragt. Was war das Ziel Ihrer Studie?**

Kein Mensch stolpert über eine Bananenschale, von der er weiss, dass sie da liegt. Wenn mir also klar ist, dass da gleich etwas schief läuft, dann führe ich die geplante Handlung so nicht aus. Der Umkehrschluss lässt die Hypothese zu: Wenn Menschen regel- oder sicherheitswidrig handeln, dann ist bei ihnen die Gefahr möglicherweise gar nicht präsent. Bei unserer Studie ging es darum, in den Kopf der Velofahrenden zu schauen und versuchen herauszufinden, warum diese sich – nach objektiven Kenntnissen – an gefahrvollen Stellen regelwidrig verhielten.

**Mehr als zwei Drittel aller geprüften Velofahrenden verhielten sich regelwidrig. Erstaunt Sie dieser hohe Anteil?**

Ja, ich finde die Quote hoch. Da wir uns aber vorab die fraglichen Stellen angeschaut hatten, war mein Erstaunen bei der Durchführung selbst dann nicht mehr allzu riesig.

**Der Kern Ihrer Studie befasst sich mit Fehleinschätzungen. Inwiefern haben sich die an der Studie beteiligten Velofahrenden denn ‚verschätzt'?**

Zum einen haben wir bei regelwidrig Handelnden eine beträchtliche Kontroll-Illusion festgestellt. Das heisst, dass die Velofahrenden ihre eigenen Kompetenzen überschätzten. Das klingt primär mal trivial, hat aber in Bezug auf die Prävention massgebliche Auswirkungen. Denn wie wollen Sie jemandem erklären, dass er etwas nicht tun soll, von dem er den Eindruck hat, dass er es gut kann? Hat ein Velofahrer an einer Stelle die Erfahrung gemacht, dass es trotz sicherheitswidriger Handlung ein paar Mal gut geht, dann gilt für ihn ein neues Gesetz. Doch anhand der Vielzahl von Unfällen an den jeweiligen Stellen lässt sich erkennen, dass die Leute die

*Will wissen, was sich im Kopf von Velofahrenden abspielt: Verkehrs- und Unfallforscher Dr. Markus Hackenfort.*

Verkehrssituation eben nicht so gut im Griff haben, wie sie glauben. Da kommt die zweite Fehleinschätzung ins Spiel: das Nichtwissen des tatsächlichen Risikos. Unsere Studie hat gezeigt, dass Personen, die sich regelwidrig verhielten, im deutlich geringeren Masse das Wissen hatten, dass es an jenen Stellen gefährlich ist.

**Gibt es weitere Fehleinschätzungen?**

Neben dem falschen Wissen und der Überschätzung der eigenen Kontrollmöglichkeit kommt immer noch die Frage nach der Einschätzung der Schadenshöhe bei einem drohenden Unfall hinzu. Wenn man einen Schaden unterschätzt, kann das auch dazu beitragen, dass man sich unangemessen sicher fühlt. Bei den befragten Velofahrern spielte dies jedoch kaum eine Rolle. Sich regelwidrig und regeltreu verhaltende Velofahrende hatten durchgängig den Eindruck, dass bei einem möglichen Unfall die Schadenshöhe enorm wäre.

**Als dritthäufigsten Grund für regelwidriges Verhalten nannten die Befragten «Regelwidrigkeit war ungefährlicher». Können Sie diese Aussage nachvollziehen?**

Ja, an bestimmten Stellen durchaus. Wir haben so eine Situation in Zürich gehabt mit einem sich nähernden Tram. Die Velofahrenden überfuhren eine rote Ampel, weil sie den Eindruck hatten, dies sei für sie weniger gefährlich, als auf Grün zu warten. Wenn der Handelnde also den möglichen Schaden hoch einschätzt und glaubt, dass es an dieser Stelle viele Unfälle gibt, er zudem die Gefahr nicht kontrollieren zu können meint, sich aber dennoch regelwidrig verhält, dann können an der fraglichen Stelle technische oder organisatorische Probleme vorhanden sein, wie eine hochkomplexe oder nicht durchschaubare Signalisation.

**Es liegt also nicht immer am Faktor «Mensch»?**

Nein, das ist in der Tat so. Man muss grundsätzlich datenbasiert und punktuell vorgehen. Das heisst: Jede Verkehrssituation ist zunächst einzeln zu betrachten. Handlungen zu parallelisieren und an andere Orte zu übertragen, gelingt meiner Meinung nach bislang kaum. Sehr hilfreich ist das Beobachten von Beinaheunfällen, denn auf zehn Beinaheunfälle kommt in etwa ein Unfall. Mit dem vielen Datenmaterial kann dann so etwas wie eine «objektivierte Gefahr» ermittelt werden. Wenn diese objektivierte Gefahr in Relation zur Gefährlichkeitseinschätzung der Leute gleich hoch ist, ist aus psychologischer Sicht quasi alles erreicht. Dann ist es an den Planern zu schauen, was technisch oder organisatorisch möglich ist. Für eine erfolgreiche Prävention scheint mir daher enorm wichtig, dass interdisziplinäre Teams, Verkehrsplaner, Verkehrspsychologen und Vertreter der Polizei, sich mit solchen Fragestellungen gemeinsam beschäftigen.

**Was kann Ihre Studie hinsichtlich neuer Präventionsmassnahmen konkret einbringen?**

Die Velostudie zeigt deutlich, dass präventive Information alleine nicht reicht. Prävention muss praktisch erfahrbar machen können, dass eine Person das nicht kann, was sie meint zu können. Dann besteht auch eine hohe Bereitschaft, das bisherige eigene Verhalten zu hinterfragen und zu verändern. Wir haben es schliesslich mit einer hochgradig gesicherten eigenen Erfahrung zu tun, die es zu knacken gilt. Dabei muss punktuell vorgegangen werden, denn Velofahrerinnen und Velofahrer überschätzen sich nicht grundsätzlich, sondern hinsichtlich einer konkreten Verkehrssituation. Idealerweise sollten die Situationen mit den Handelnden retrospektiv aufgearbeitet werden können, wie wir das aus der betrieblichen Sicherheit kennen. In der Verkehrssicherheitsforschung haben wir solche Sichtweisen jedoch noch nicht so weit etablieren können, als dass wir dafür schon fertige Präventionsprogramme hätten. Wir leisten da in der Tat Pionierarbeit.

*Ursi Sydler*

## DIE STUDIE IN KÜRZE

Im Auftrag des Fonds für Verkehrssicherheit (FVS) und der Stadt Zürich erstellte die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) unter der Leitung von Dr. Markus Hackenfort die «Analyse unfallbegünstigender Fehleinschätzungen von Velofahrern». Im Fokus der Untersuchung steht die Frage, ob sich das subjektive Gefährlichkeitsurteil von regelwidrig und regeltreu handelnden Velofahrern in Bezug auf objektiv gefährliche Handlungen (z.B. Missachten des Rotlichts, Fahren über das Trottoir) unterscheidet. Die «Kenntnis des Risikos» wurde mittels Fragen zur allgemeinen und eigenen Unfallwahrscheinlichkeit sowie einer subjektiven Einschätzung der drohenden Schadenshöhe und der subjektiven Kontrolle des drohenden Schadens ermittelt.

**Die wichtigsten Resultate**

Die Hauptbefunde der Befragung legen nahe, dass regelwidrig Handelnde konkreten Verkehrssituationen eine geringere Gefährlichkeit zuweisen als regelgerecht Handelnde. Befragt nach den expliziten Gründen für eine Regelübertretung wird mit grösster Häufigkeit die Dauer des Wartens angegeben sowie die individuelle Fähigkeit, auch bei regelwidrigem Verhalten drohende Unfälle verhindern zu können. Da die Höhe des drohenden Unfallschadens durch regelwidrig Handelnde zwar geringer, aber dennoch nicht als gering erachtet wird, sieht die Studie für die Prävention zwei zentrale Ansatzpunkte: Zum einen sollte die Kenntnis über die objektive Unfallgefahr an ausgewählten Bereichen angemessen vermittelt werden, zum anderen empfiehlt sich die Veranschaulichung individueller Grenzen der Fahrkompetenz.

Die Befragung der 283 Velofahrerinnen und Velofahrer fand in der Stadt Zürich an besonders stark frequentierten Orten statt, an welchen zudem eine hohe Zahl von Verkehrsübertretungen verzeichnet wird. Die umfangreichen Ergebnisse aber auch Erkenntnisse für mögliche Präventionsmassnahmen sind im 78-seitigen Forschungsbericht der ZHAW zusammengefasst.

## LINKS @

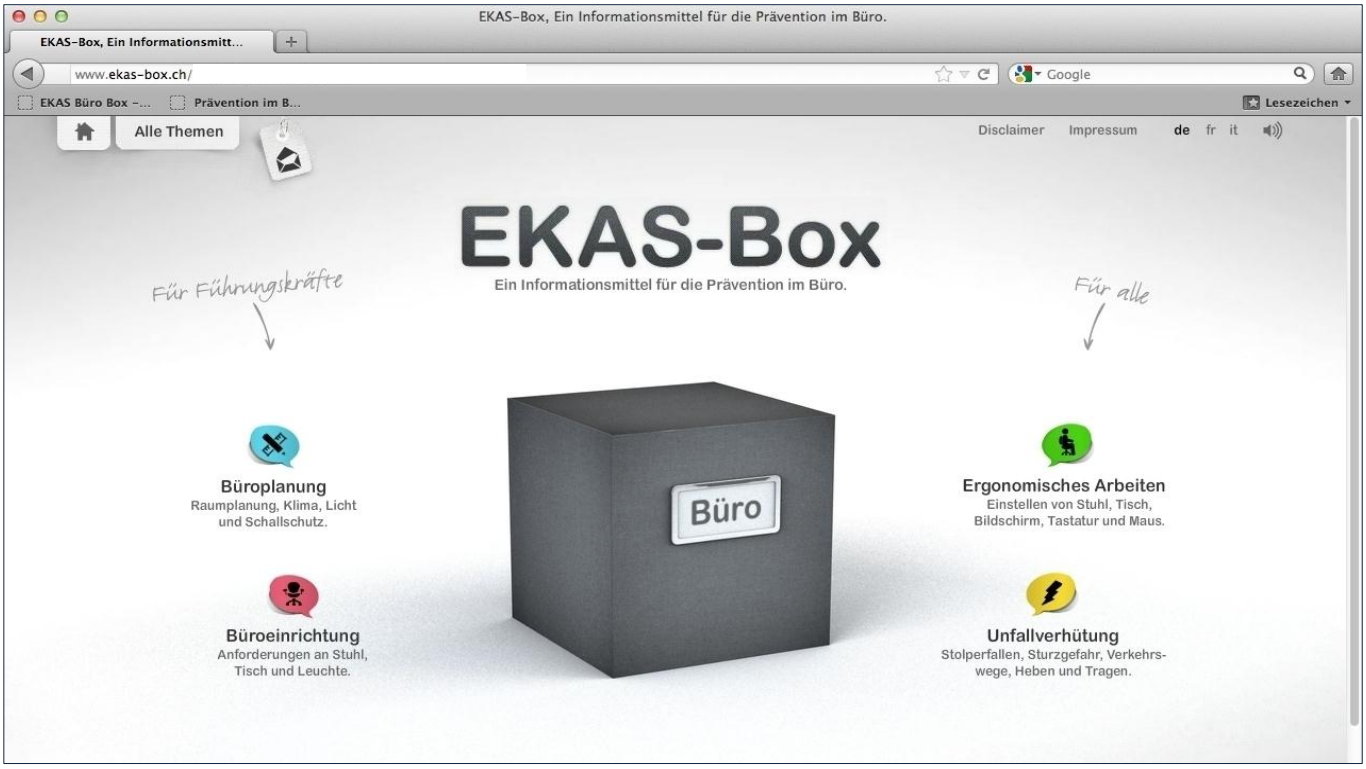
Die erwähnte Studie wird voraussichtlich im Herbst 2012 als Buchbeitrag veröffentlicht. Weitere Informationen zur Thematik finden Sie unter: http://psychologie.zhaw.ch/forschung sowie http://psychologie.zhaw.ch/markus-hackenfort

**Die Auftraggeber der Studie:**

Fonds für Verkehrssicherheit (FVS): www.fvs.ch
Stadtpolizei Zürich: www.stadt-zuerich.ch/stadtpolizei

# «Prävention im Büro» jetzt online mit der EKAS-Box

**Die EKAS lanciert ein innovatives Präventionsinstrument mit Tipps zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**




*Auf unterhaltsame Weise vermittelt die EKAS-Box Tipps zur Büroplanung und Büroeinrichtung sowie zum ergonomischen Arbeiten und der Unfallverhütung. Die Informationen sind interaktiv und benutzerfreundlich aufgearbeitet.*

Die vom SVV aktiv unterstützte Kampagne «Prävention im Büro» der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS fokussiert sich seit Mai dieses Jahres mit einem neuen Sujet auf den Bildschirmarbeitsplatz. Gleichzeitig ist ein innovatives Präventionsinstrument, die EKAS-Box (www.ekas-box.ch), in Fachkreisen vorgestellt worden. Die EKAS-Box gibt auf interaktive und unterhaltsame Weise Informationen und Tipps, um mit wenig Aufwand die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz in Unternehmen zu fördern. Im September ist sie öffentlich lanciert worden.

Mit einem Klick dreht und öffnet sich die EKAS-Box für einen interaktiven und informativen Rundgang durch verschiedene Bürosituationen. Dabei vermitteln die animierten Figuren Sophie und Alex in den Landessprachen sowie in Englisch, wie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Bürobetrieb konkret verbessert werden können. Sie zeigen beispielsweise mit den Themen Ergonomie und Unfallverhütung, was Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beachten müssen, damit das Büro sicher und ihr Arbeitsplatz ergonomisch richtig eingerichtet ist. So sieht man im Kapitel «Ergonomisches Arbeiten» u.a., wie die Tischhöhe korrekt eingestellt sein sollte oder was einen guten Bürostuhl ausmacht. Im Kapitel «Unfallverhütung» finden die Mitarbeitenden Tipps, wie sie Unfälle im Büro vermeiden können. Mit den Kapiteln «Büroplanung» und «Büroeinrichtung» hingegen wendet sich die EKAS-Box eher an Führungskräfte. Hier geht es um Themen wie Raumgestaltung, Verkehrs- und Fluchtwege, Klima, Licht und Lärm.

Beide Benutzergruppen können somit direkt auf die für sie relevante Information zugreifen und sich auch über die anderen Themen informieren. In allen vier Kapiteln sind die wichtigsten Inhaltspunkte durch eine explorative Navigation oder via das Inhaltsmenü abrufbar. Die Informationen werden mit animiertem Bild, mit Ton und begleitenden Beschriftungselementen unterhaltsam aufbereitet. Jedes Kapitel verfügt weiter über ein PDF-Dokument, das die wichtigsten Informationen auf ein bis drei Seiten zusammenfasst. Dieses kann von den Besuchern mit einem Klick heruntergeladen und ausgedruckt werden.

### Unterhaltsame und zielgruppengerechte Prävention

Die EKAS-Box entspricht dem Bedürfnis der Menschen nach vermehrt digitaler Nutzung von Inhalten. Präventionsinstrumente in gedruckter Form sind bereits reichlich vorhanden und werden von zahlreichen Zielgruppen wenig beachtet. Die EKAS-Box passt sich dem heutigen Medienverhalten – insbesondere der jüngeren Zielgruppe – an. Sie setzt auf die Möglichkeiten der elektronischen Medien, erleichtert die Nutzung der Informationen und mit dem Klick zum Weiterempfehlen auch die Verbreitung des Instruments. Zudem ist die EKAS-Box so konzipiert, dass sie etwa 97 Prozent der User problemlos nutzen können. Für die Nutzung auf iPads oder Smartphones ist eine HTML-Version ohne Flashprogrammierung erhältlich. Bei der Entwicklung der EKAS-Box wurde stark auf die Anwender fokussiert. Anhand von Befragungen und Testversionen konnten mit der benutzerzentrierten Methode in Unternehmen Bedürfnisse, Fähigkeiten sowie Erwartungen an die EKAS-Box erhoben werden. Die Erkenntnisse sind anschliessend bei der Programmierung und der Darstellung der Inhalte eingeflossen. Die EKAS-Box wurde von der EKAS, zusammen mit der Agentur mit der Maus GmbH und der Kommunikationsagentur advocay ag anhand dieser Methode erarbeitet.

### Die EKAS-Box ist erfolgreich lanciert

Die EKAS-Box wurde seit ihrer Präsentation an der EKAS-Trägerschaftstagung vom 8. Mai 2012 in Biel von den Fachleuten rege besucht. Rund 7‘400 erstmalige Besucher und rund 400 Weiterempfehlungen an Kollegen kann die EKAS-Box für die ersten fünf Monate vorweisen. Dies zeigt, dass die EKAS-Box als innovatives und ansprechendes Online-Präventionsinstrument in Fachkreisen begrüsst und sehr geschätzt wird.

Auf das neue Online-Präventionsinstrument der EKAS wird in der aktuellen Kampagne «Prävention im Büro» aktiv hingewiesen. Im September 2012 erhielten rund 17‘000 KMU in der Schweiz von der EKAS ein Schreiben, das sie einlädt, die neue EKAS-Box zu erkunden. Ebenso erscheinen Berichte und Inserate sowie Banner in den Medien dazu. Aufbauend auf der EKAS-Box ist unter www.praevention-im-buero.ch auch eine Liste mit praktischen Tipps erhältlich. Als neue Informationsmittel sind dieses Jahr auch ein Katalog der meistgestellten Fragen sowie eine Publikationsliste mit Literatur und Websites zum Thema Büroarbeitsplatz hinzugekommen. Und dank dem Quiz lohnt sich ein Besuch doppelt, da attraktive Preise zu gewinnen sind.

*«Richtig sitzen» ist einer von zahlreichen animierten Beiträgen auf der EKAS Box-Website.*

*Der Bildschirmarbeitsplatz steht dieses Jahr im Scheinwerferlicht der Kampagne «Prävention im Büro».*

*Dr. Serge Pürro*
*Geschäftsführer der EKAS, Luzern*

**LINKS** @

Öffnen Sie die EKAS-Box unter: www.ekas-box.ch

Weitere Informationen zur Kampagne «Prävention im Büro» finden Sie unter: www.praevention-im-buero.ch

# Neue Gefahrensymbole für chemische Produkte

**Der SVV unterstützt die Präventionkampagne des Bundes zur Einführung des neuen Gefahrenkennzeichnungssystems GHS**

Die Schweiz führt ein neues Gefahrenkennzeichnungssystem für chemische Produkte ein. Sie passt sich damit dem internationalen System «Globally Harmonized System» (GHS) an, das weltweit dieselben Gefahrensymbole verwendet. Als Mitglied der Trägerschaft unterstützt der SVV die Kampagne. Anlässlich einer Medienkonferenz wurde die Präventionskampagne unter der Leitung des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) am 3. September 2012 gestartet.

Ziel der nationalen Kampagne ist es, die neue Gefahrenkennzeichnung und deren Bedeutung bekannt zu machen und einfache Verhaltensregeln zum korrekten Umgang mit chemischen Produkten zu vermitteln. Mit dem Slogan «Genau geschaut, gut geschützt» werden Bevölkerung und Betriebe für die wohl wichtigste und dennoch häufig missachtete Verhaltensregel im Umgang mit chemischen Produkten sensibilisiert: Wer die Hinweise auf der Etikette liest, schützt sich selbst und andere vor Gefahren. Dies ist denn auch die Hauptbotschaft der visuellen Dachkampagne, welche für die verschiedensten Informationsmittel verwendet wird. Wichtigstes Informationsmittel ist die umfangreiche Website, auf welcher Broschüren, Merkblätter, Lernmaterialen und Flyer zum Download bereit stehen. Auf spielerische Weise werden die Kampagnenbotschaften auch mit Lernfilmen und einem online Risikotest vermittelt. Im Rahmen der Kampagne ist zudem eine kostenlose App für Smartphones lanciert worden, die eine Notruf-145-Funktion enthält, welche bei Vergiftungsfällen und Vergiftungsverdacht betätigt werden kann.

*Die Einführung neuer Gefahrensymbole bietet Gelegenheit, den richtigen Umgang mit Chemikalien zu erklären.*

### Steigenden Vergiftungsfällen entgegenwirken

Der SVV setzt sich für die Reduktion von toxikologischen Ereignissen ein. Denn Vergiftungsfälle sind Unfällen gleichgestellt und werden somit durch die Unfallversicherung gedeckt. Ein weiterer Grund für sein Engagement bei der Kampagne sieht der SVV in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand und Privaten (Public-Private-Partnership). Dieser gemeinsamen Projektstruktur steht der SVV positiv gegenüber.

Dass eine nachhaltige Prävention für die Reduktion von Vergiftungsfällen je länger je mehr nötig ist, zeigen die Zahlen des toxikologischen Institutes. Von 2004 bis 2011 musste bei den Beratungen zu Vorfällen mit Haushaltchemikalien eine Zunahme von 30 Prozent verzeichnet werden.

Vor dem eigentlichen Startschuss der Kampagne Anfang September wurde der Handel und die Industrie über das neue Gefahrenkennzeichnungssystem GHS informiert. Konsumenten sowie Arbeitnehmende und Arbeitgeber stehen bis zum Kampagnenabschluss Ende 2014 im Fokus. Im Verlaufe von 2013 wird die Kommunikation zudem auf bestimmte Berufs- und Risikogruppen ausgeweitet.

*Heinz Roth*
*Leiter Prävention SVV*

**LINKS**

Weitere Informationen zu «Genau geschaut, gut geschützt» finden Sie auf der umfangreichen Kampagnenwebsite: www.cheminfo.ch

# 10 000 conseils dispensés en direct avec la sécurité en tête

**En 2012, l'équipe de conseillers de Jo le futé était présente dans 65 stations-services de Coop Pronto**

*Accompagnée de différentes activités publicitaires et d'un intense travail avec les médias, la campagne a, cette année, mis l'accent sur la qualité des contacts sous la forme d'entretiens-conseil personnalisés dispensés sur le terrain.*

Lors de son «Tour de Suisse» organisé au printemps de cette année, la campagne «L'appui-tête protège» est passée à la vitesse supérieure: il s'agissait de dispenser des conseils lors de contacts directs avec les automobilistes et de les aider concrètement à bien régler leur appui-tête. Les stations-services ont été mises à l'honneur pour cette action de conseil en direct, et Coop Pronto s'est avérée un partenaire idéal. La société a mis spontanément 65 de ses stations-service à disposition réparties dans cinq régions de Suisse alémanique, de Suisse romande et du Tessin.

Les conseils dispensés sur le terrain étaient activement soutenus par des mesures publicitaires ciblées aux abords des stations-service. Mais ce sont surtout les conseillers habillés de rouge – deux par station – qui attiraient immédiatement l'attention des automobilistes. Outre leur costume de professionnels, l'âge des conseillers a également constitué un atout indéniable – ils avaient tous l'âge de la retraite. Avec charme et doigté, ils sont allés au-devant des automobilistes venus faire le plein et ont attiré leur attention sur le bon réglage des appuis-tête. Ils se sont alors largement inspiré de la formation dispensée par l'expert en accidents, le professeur Anton Brunner.

La plupart des clients de Coop Pronto ont apprécié la démarche et ont été très contents d'être conseillés. Plus de 10 000 entretiens-conseil ont ainsi eu lieu; ce chiffre élevé, bien supérieur aux attentes, témoigne du succès de cette campagne de conseil et de l'écho très positif qu'elle a suscité. Néanmoins, l'expérience des conseillers sur le terrain a nettement mis en évidence le fait que les automobilistes sont encore très nombreux à ne pas savoir comment

régler correctement leur appui-tête, ni comment en modifier le réglage. Et il n'y a pas vraiment de différence selon les classes d'âge et les sexes.

Les animations dans les stations-service de Coop Pronto ont été accompagnées de diverses activités publicitaires comme des spots TV et des affiches ainsi qu'un travail intensif auprès des médias. Avec plus de 9000 visiteurs, le site web dédié a également enregistré une nette augmentation de sa fréquentation pendant cette campagne d'animations sur le terrain. Devant le succès rencontré par ces conseils dispensés en direct dans les stations-service de Coop Pronto, une nouvelle vague d'animations aura lieu à l'automne 2012.

### 2013: ancrer le message

Fin 2013, la campagne «L'appui-tête protège – roulez avec la sécurité en tête» prendra fin après six ans de bons et loyaux services. Et pour que cette campagne porte ses fruits encore longtemps, la dernière année est placée sous le signe de l'ancrage de ce message de prévention dans les esprits. L'accent est donc mis sur des opérations réalisées avec des partenaires. Il s'agit de marteler le plus possible le message de la campagne afin qu'il résonne encore longtemps dans les têtes. Outre ces opérations réalisées en partenariat, la campagne sera également présente ponctuellement dans les médias. Etant donné le succès rencontré dans les stations-service, le partenariat avec Coop Pronto est poursuivi en 2013.

Heinz Roth, responsable de la Prévention au sein de l'ASA, s'attend à une année 2013 passionnante: «Nous nous réjouissons de poursuivre notre intense et fructueuse collaboration avec nos partenaires – et espérons que notre message résonnera encore longtemps après la fin de la campagne.»

*Petra Hieber*
*advocacy ag*

**LIENS** @

Pour de plus amples informations sur la campagne ASA «L'appui-tête protège – Roulez avec la sécurité en tête», consultez le site http://www.appuis-tete.ch

## 4 conseils de Jo le futé

**Quatre petites vidéos sur www.appuis-tete.ch présentent les éléments à prendre en compte pour bien régler les appuis-tête**

# Erreurs d'évaluation des cyclistes, autant de sources d'accidents

**Interview avec Markus Hackenfort, spécialiste en accidentologie à la ZHAW de Zurich**

A la demande du Fonds de sécurité routière (FSR) et de la ville de Zurich, la Haute école zurichoise des sciences appliquées (la ZHAW) a réalisé une «Analyse des erreurs d'évaluation des cyclistes généralement génératrices d'accidents» sous la direction de Markus Hackenfort. Cette étude a examiné dans quelle mesure le comportement imprudent et les infractions des cyclistes découlaient, d'une part, de l'individu lui-même et, d'autre part, des facteurs liés aux conditions de circulation. Les enseignements tirés de cette étude fournissent des points d'appui pour la définition de nouvelles mesures de prévention dans la circulation routière.

Dans cette interview, Markus Hackenfort affirme avec conviction que l'information préventive seule ne suffit pas. A son avis, il faut procéder au cas par cas, car si les cyclistes ne surestiment généralement pas leurs capacités, ils ne savent pas toujours apprécier correctement les situations concrètes. Idéalement – tel est l'avis du spécialiste en accidentologie –, il faut pouvoir reconsidérer rétrospectivement le déroulement des événements avec les acteurs impliqués.

*Ursi Sydler*

*Voir le texte allemand en page 10/11.*

# «Prévention au bureau», désormais en ligne avec la Box CFST

**La CFST lance un instrument de prévention novateur comprenant de nombreux conseils en matière de sécurité au travail**

Soutenue par l'ASA, la campagne «Prévention au bureau» organisée par la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail CFST se concentre depuis mai 2012 sur le poste de travail informatique. En outre, un instrument de prévention novateur, la Box CFST (www.box-cfst.ch), a été présenté dans les cercles professionnels. Lancée officiellement en septembre, la Box CFST donne de manière ludique des conseils pour améliorer facilement la sécurité au travail et la protection de la santé au bureau.

Un simple clic suffit pour ouvrir la Box CFST qui passe alors en revue les différentes situations rencontrées dans les bureaux. Les personnages animés, Sophie et Alex, présentent dans les trois langues nationales ainsi qu'en anglais la manière dont la sécurité au travail et la protection de la santé peuvent être améliorées au bureau.

Dans le sillage de la Box CFST, une liste avec des conseils pratiques a été établie. Avec d'autres outils d'information elle est également disponible sous www.prevention-au-bureau.ch. Une visite s'impose doublement, car le quiz est l'occasion de gagner des prix intéressants.

*Serge Pürro*

*Voir le texte allemand en page 12/13.*

# La campagne de prévention «Bien regardé, bien protégé»

**L'ASA soutient la campagne de la Confédération sur l'introduction du nouvel étiquetage des produits chimiques (SGH)**

La Suisse passe à un nouvel étiquetage des produits chimiques. Elle reprend ainsi le «Système Général Harmonisé de classification et d'étiquetage des produits chimiques» (SGH), qui constitue le standard au niveau mondial. La campagne de prévention a été lancée le 3 septembre 2012 sous la direction de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). L'ASA soutient cette campagne en qualité d'organisme responsable. Il s'agit de présenter les nouveaux symboles de danger et d'en expliquer la signification, tout en rappelant les règles à suivre lors de la manipulation de produits chimiques.

L'ASA s'engage en faveur de la réduction des accidents toxicologiques. En effet, les empoisonnements sont assimilés aux accidents et sont donc couverts par l'assurance-accidents. L'engagement de l'ASA dans cette campagne s'explique également par le fait qu'il s'agit d'une collaboration partenariale entre les pouvoirs publics et le secteur privé (Public-Private-Partnership). L'ASA est extrêmement favorable à de tels projets communs.

*Heinz Roth*

*Voir le texte allemand en page 14.*

# Save-the-Date: 3. Präventionstag der Privatwirtschaft

**Organisiert vom Schweizerischen Versicherungsverband
in Zusammenarbeit mit economiesuisse und dem Schweizerischen Arbeitgeberverband**

**Zum Thema:**

## Bildung: Die andere Prävention.

**Donnerstag, 17. Januar 2013, 13.30 bis 17.00 Uhr
CS Forum St. Peter, Zürich**

Bildung hat einen vielfältigen Einfluss auf die Gesundheit: Einerseits trägt eine gute Bildung dazu bei, dass sich Menschen gesund und präventiv verhalten können.

Andererseits werden Präventionsinhalte zunehmend in Bildungsinstitutionen vermittelt, sei dies in der Volksschule, der Berufsausbildung oder der beruflichen Weiterbildung.

Am 3. Präventionstag der Privatwirtschaft wird das Verhältnis zwischen Bildung und Prävention unter verschiedenen Aspekten beleuchtet und im Zusammenhang mit aktuellen politischen Debatten und konkreten Beispielen diskutiert.

Reservieren Sie sich den Nachmittag des 17. Januar 2013.
Über das detaillierte Programm werden wir Sie im Oktober 2012 informieren.

**LINKS**

Anmelden können Sie sich bereits jetzt unter:
www.svv.ch/praeventionstag

**Heinz Roth, SVV / Fridolin Marty, economiesuisse / Jürg Zellweger, Arbeitgeberverband**

# Save-the-Date: 3e journée de prévention du secteur privé

**Organisée par l'Association Suisse d'Assurances
en collaboration avec economiesuisse et l'Union patronale suisse.**

## La formation: l'autre prévention.

**Jeudi 17 janvier 2013, 13h30 à 17h00
CS Forum St-Peter, Zurich**

La formation influe de diverses manières sur la santé: d'une part, une bonne formation favorise un comportement sain et préventif.

D'autre part, la prévention est de plus en plus souvent abordée lors des divers enseignements dispensés par les établissements de formation, qu'il s'agisse de l'école obligatoire ou des instituts de formation professionnelle ou continue.

Lors de la 3e journée de prévention du secteur privé, le rapport entre formation et prévention sera abordé sous différents angles, éclairé à la lumière des débats politiques actuels et illustré d'exemples concrets.

Réservez votre après-midi du 17 janvier 2013.
Nous vous communiquerons les détails du programme en octobre 2012.

**LIENS**

Vous pouvez vous inscrire dès à présent sous
www.svv.ch/praeventionstag

**Heinz Roth, ASA / Fridolin Marty, economiesuisse / Jürg Zellweger, Union Patronale**