



Such Blickkontakt?

Ein alltägliches Erlebnis

Man tritt an den Fussgängerstreifen und blickt zum herannahenden Lenker, wartet bis er abbremst oder anhält. In den allermeisten Fällen sieht man dabei vom Lenker kaum etwas, sondern man beobachtet, wie sich der Lenker verhält. Ablesbar ist dies nicht in seinen Augen, sondern am Fahrzeug, etwa an den Rädern. Was soll da die Aufforderung „Such Blickkontakt!“?

Vor einigen Monaten hat der Fonds für Verkehrssicherheit (FVS) dem Automobilclub der Schweiz, der Vereinigung Road Cross und dem Verkehrssicherheitsrat (VSR) den Zuschlag für eine Werbekampagne erteilt. Zur Verfügung stehen für das dreijährige Programm insgesamt 6 Millionen Franken. Mit einer Website, abrufbar unter www.such-blickkontakt.ch, wurde die Kampagne vor Kurzem gestartet. Die Grundlage der Kampagne bildet die Aufforderung „Such Blickkontakt!“. Sie ist unserer Meinung nach nicht nur falsch gewählt, sondern auch gefährlich.

Was heisst Blickkontakt?

„Für eine erfolgreiche Präventionskampagne braucht es eine klare und einfache Handlungsanweisung.“ Dieser Feststellung in der Pressemitteilung der Projektleitung kann man nur beipflichten. Übereinstimmung herrscht weitgehend auch, was „Blickkontakt“ bedeutet. Gemäss allgemeinem Verständnis heisst „Blickkontakt“ ein sich „gegenseitiges in die Augen sehen“. In der Website wird dieses Verständnis mit einem kurzen Film illustriert. Er zeigt auf sehr holprige Art, wie man sich bei der Suche nach einem bestimmten Ort nicht zu Recht findet, wenn man den angefragten Gesprächspartner nicht ansieht. Aus dem Film wird die Folgerung gezogen: „Ohne Blickkontakt kommt es rasch zu Missverständnissen, auch an Fussgängerstreifen.“ Die Kernbotschaft der Kampagne umschreibt Niklaus Züricher, Direktor des ACS, wie folgt: „Nur wer Blickkontakt sucht, nimmt den anderen bewusst wahr und findet gleichzeitig heraus, ob er selbst gesehen wird.“ (Pressemitteilung) Im Interview in der Website ergänzt Züricher: „Wenn das nicht der Fall ist, dann wird es gefährlich. Allenfalls lebensgefährlich.“ Ja, man erwartet, dem Blickkontakt entnehmen zu können, wie der Angeblickte handeln wird: „Nur wer Blickkontakt sucht, nimmt den andern bewusst wahr, kann dessen oder deren Verhalten einschätzen und dann auch situationsgerecht reagieren.“ Blickkontakt wird als Basis „gegenseitiger Rücksichtnahme“ betrachtet. Ja, selbst dann „wenn Blickkontakt nicht hergestellt werden kann, hilft bereits die Suche.“ (Texte aus der Website)

Völlig überrissene Ansprüche

In diesen hohen Erwartungen an den Blickkontakt spiegeln sich sehr vage umgesetzte Erkenntnisse der Verhaltens- und Kommunikationsforschung. Blickkontakte spielen im zwischenmenschlichen Zusammenleben zweifellos eine wichtige Rolle. Die Ergebnisse dieser Forschung entstanden allerdings zumeist unter experimentellen Bedingungen oder zumindest unter Bedingungen, in denen Blickkontakte von den Beteiligten problemlos hergestellt werden können. Genau dies ist nun im alltäglichen Verkehrsgeschehen nur unter sehr günstigen und seltenen Bedingungen möglich.

Die Forschung geht davon aus, dass Blickkontakt im Sinne eines sich gegenseitigen in die Augenblicken nur innerhalb einer Distanz von weniger als 3.5 Metern möglich ist. Das heisst, im Verkehrsgeschehen kommt unter günstigen Umständen ein Blickkontakt zu spät zustande. Ich kann mein Verhalten nicht auf einen Blickkontakt ausrichten, wenn das Fahrzeug bereits derart nah ist. Wenn ich das tue, lande ich mit Sicherheit auf der Kühlerhaube.

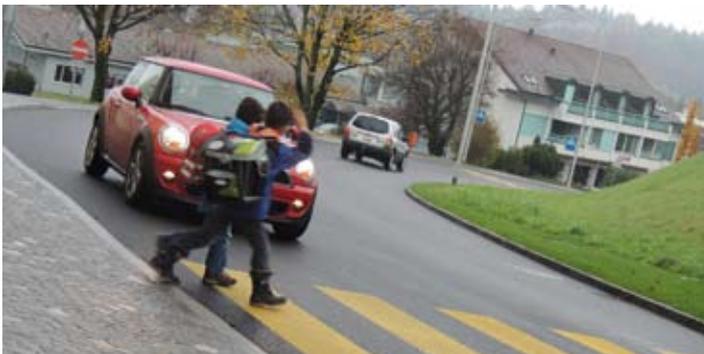
Weitere schwerwiegende Hindernisse kommen im alltäglichen Verkehr hinzu. Ein Fahrzeug bewegt sich und mit ihm bewegt sich auch der Fahrer, was das Erstellen des Blickkontakts erschwert. Normalerweise spiegelt sich der hellere Himmel insbesondere in stark abgewinkelten Frontscheiben. Nach wie vor erlaubt ist zudem das Eintönen der Frontscheibe, sofern die Tönung nicht mehr als 30 Prozent des Lichts reduziert (SR 741.41 Art 71a), was den Kontakt zum Fahrer zusätzlich erschwert.

All diese Einschränkungen führen dazu, dass es in den allermeisten Fällen gar nicht zu einem gegenseitigen Blickkontakt zwischen Fussgängern und Fahrzeuglenkern kommt. Man bildet sich diesen meisten nur ein. Die Autoindustrie ist aus Verkaufsargumenten darauf ausgerichtet, den Innenraum eines Fahrzeuges als Intimraum zu gestalten und nutzt dazu alle gesetzlichen Möglichkeiten. Der Blick des Fahrers, der Fahrerin aus dem abgedunkelten Innenraum in Freie ist gut. Umgekehrt soll möglichst verhindert werden, dass man problemlos in ein Fahrzeug hineinsieht.

Aus derart schwierigen Umständen zu schliessen, dass ein – zumeist nicht wirklich vorhandener, sondern eher eingebildeter - Blickkontakt es erlaube, das künftige Verhalten des Lenkers „einzuschätzen“, ist eine haltlose Übertreibung. Umgekehrt bilden sich die Lenker auf Grund ihrer guten Sicht ins Freie oft ein, der Fussgänger hätte sie gesehen und es herrsche bezüglich der nächsten Schritte Übereinstimmung.

Insgesamt muss die Tatsache, dass ein derart fragwürdiger und seltener Sachverhalt wie „Blickkontakt im Strassenverkehr“ ins Zentrum einer grossen und sehr teuren Werbekampagne gestellt wird, als äusserst problematisch, ja gefährlich bezeichnet werden.

Bilder aus dem Alltag



Die beiden Kinder im Bild haben realisiert, dass der Fahrer oder die Fahrerin ihr Fahrzeug angehalten hat. Sie schreiten auf den Fussgängerstreifen und bedanken sich beim Lenker freundlich. Sehen können sie, wie die Fotografie zeigt, den Lenker allerdings nicht wirklich, resp. bestenfalls als Schatten. Von Blickkontakt keine Spur. Sie bedanken sich trotzdem, da sie ja wissen, dass sich eine Person hinter dem Lenker befindet.



Zu den Bildern:

Die Sicht des Fussgängers in ein Fahrzeug hinein hängt stark vom Neigungswinkel der Frontscheibe ab. Dieser ist bei Lastwagen (Bilder oben und unten Rechts) kleiner als bei Personenwagen (Bild unten links). Auch sind bei Lastwagen die Tönung der Scheiben oft geringer. Fährt man bergauf, so wird der Winkel grösser und die Scheiben reflektieren das Licht stärker. Die Sicht zwischen Fahrer und Fussgänger verschlechtert sich. Dabei spielt auch die Wetterlage eine Rolle. Auch die Augenhöhe des Fussgängers spielt eine Rolle. Kann er von oben herab in ein Fahrzeug blicken, was sich jedoch nur aus grosser Nähe auswirkt, wird die Reflexion in der Frontscheibe ebenfalls vermindert. All diese Faktoren weisen darauf hin, dass es höchst selten zu wirklichen Blickkontakten kommen kann.

Auf was es ankommt

Den Machern der Kampagne ist es bewusst, dass Blickkontakt im Verkehr nicht immer hergestellt werden kann. Man geht jedoch davon aus, dass dies nur in Ausnahmesituationen der Fall sei und nicht umgekehrt. Ja, man versteigt sich sogar in die Behauptung, dass in angeblichen Ausnahmesituationen bereits die Suche nach dem Blickkontakt „helfe“.

Dies provoziert die Frage, ob es wirklich sinnvoll ist, sich auf etwas zu konzentrieren, was nur in Ausnahmefällen möglich ist? Dies muss eher als gefährlich betrachtet werden.

Wenn ich an einen Fussgängerstreifen trete, so stehe ich so hin, dass mich heranfahrende Lenker sehen können. Ich richte dabei meinen Blick auf das heranfahrende Fahrzeug und versuche auf Grund des noch recht weit entfernten Fahrzeugs zu beurteilen, ob der Lenker sein Fahrzeug abbremst. Dies kann ich, sofern ich über genügend Erfahrung verfüge, auf Grund einer ganzheitlichen Betrachtung des Fahrzeugs in den meisten Fällen gut beurteilen. Mit einem Blickkontakt zum Lenker hat dies alles nicht zu tun. Von ihm sehe ich bestenfalls irgendwelche Umrisse, vielleicht bewegt er sich...oder hält das Handy in der Hand, was mich natürlich irritiert und zu besonderer Aufmerksamkeit verpflichtet. Auf keinen Fall werde ich versuchen, einen Blickkontakt mit dem Fahrer, der Fahrerin herzustellen. Meine ganze Aufmerksamkeit richtet sich auf das Fahrzeug. In ihm spiegelt sich das Verhalten des Lenkers und nicht in seinen Augen.

Die Aktion „Such-Blickkontakt“ entspricht in keienr Weise der alltäglichen Situation im Strassenverkehr und führt auf ein Nebengeleise, das als gefährlich bezeichnet werden muss. Der motorisierte Strassenverkehr wird vermenschlicht und somit verharmlost. Man muss ja „nur“ miteinander kommunizieren, einander, wie zwei Verliebte in die Augen blicken ist, dann kommt alles gut. Diese Tendenz widerspricht der Realität völlig. Fahrzeuge und insbesondere Autos sind nun einmal keine Objekte, mit denen man kommunizieren kann, auch wenn da menschliche Lenker am Steuer sitzen.

Zur Illustration sei hier ein Leserbrief „Blickkontakt funktioniert“ zitiert, der als Reaktion auf unseren Analysebeitrag (siehe Beilage) im Tagesanzeiger am 16. November 2012 erschien: „Was Marco Hüttenmoser schreibt deckt sich nicht mit meinen Erfahrungen. Sehe ich wartende Kinder am Fussgängerstreifen, kann ich fast immer beobachten, dass sie Blickkontakt mit mir suchen. Falls sie bei meinem Anhalten noch zögern, gebe ich ihnen ein Handzeichen – und erhalte oft ein freundliches Winken zurück. Blickkontakt funktioniert und ist nötig. Nicht nur am Fussgängerstreifen...“ – Was der Fahrer berichtet ist nur ein vermuteter Blickkontakt. Es ist häufige Täuschung von Fahrern und Fahrerinnen, die aus ihrer Warte mit guter Sicht auf einen Blickkontakt schliessen und glauben sich auf diese Weise verständigen zu können. Richtig ist, dass der Leserbriefschreiber anhält. Völlig falsch ist, dass er den Kindern ein Zeichen gibt, dass sie nun die Strasse queren können. Dies führt, wie dies selbst in der Website der diskutierten Kampagne erwähnt wird, zu Missverständnissen. Die Kinder vergessen auf Grund derartiger Aufforderungen, dass auf der zweiten Hälfte der Strasse ebenfalls Fahrzeuge hat und auf dort ereignen sich die meisten Unfälle. Zutreffend ist auch, dass die Kinder normalerweise sehr freundlich sind und anhaltenden Fahrzeuglenkern zuwinken. Allerdings ohne diese wirklich zu sehen und schon gar nicht mit Blickkontakt. (Siehe Bilder oben)

Nicht immer sind die Reaktionen von Autolenkern so „freundlich“. Viele Ärgern sich, dass Kinder nicht auf den Fussgängerstreifen treten, obwohl sie ja abbremsen und den Kindern Zeichen geben. Die Kinder zwingen sie, wie sie richtig gelernt haben, anzuhalten. Dies führt nicht selten zum Fehlschluss, dass Lenker glauben, die Kinder wollten ja gar nicht über die Strasse und aufs Gas treten... All dies sind Missverständnisse, die oft auf angeblich vorhandenen Blickkontakten beruhen. Es sind Missverständnisse, die sich allerdings nicht nur mit Kindern ereignen, sondern auch mit Erwachsenen. Auch Erwachsene können in den allermeisten Fällen keinen Blickkontakt mit dem Lenker aufnehmen und selbst wenn dies der Fall ist, können sie daraus keine Schlussfolgerungen ziehen.

Kinder auf der Suche nach dem Lenker

Auf die Situation der Kinder will die Werbekampagne „Such Blickkontakt“ später näher eingehen. Aus den Bemerkungen zeigt sich jedoch, dass „Blickkontakt“ bei Kindern keine Rolle mehr spielt. Richtigerweise wird darauf hingewiesen, dass Kinder zur besonders gefährdeten Gruppe von Verkehrsteilnehmern gehören, dass man sie nicht „herüberwinken“ darf und die Kinder gelernt hätten, eine Strasse erst zu queren, „wenn die Räder still stehen“. Erneut stellt sich die Frage, was eine Werbekampagne soll, wenn das zentrale Thema „Blickkontakt“ bei der wichtigsten Gruppe der Adressaten versagt?

Interessant ist nun allerdings, dass Kinder im Strassenverkehr den Blickkontakt zu den Fahrern auf intensive Weise suchen. Lehrreich ist diese Feststellung insofern als die Kinder bei dieser Suche regelmässig enttäuscht werden. Kinder lernen die grosse Bedeutung des Blickkontaktes schon früh kennen. Sie wissen genau, dass es Blickkontakt braucht, wenn man etwas erreichen oder ganz einfach kommunizieren möchte. Sie blicken dem Ansprechpartner, der Mutter, dem Vater, andern Kindern oder Erwachsenen in die Augen.



Auch die 5jährige Anna blickt zur Mutter hoch, bevor sie es wagt, auf dem Weg in den Kindergarten selbstständig die Strasse zu betreten.

Auf der Strasse werden die Kinder mit einer völlig neuen Situation konfrontiert. Aus Erfahrung wissen sie zwar schon früh, dass Autos von Menschen gesteuert werden. In ihrem Versuch, mit den Menschen hinter dem Steuer Kontakt aufzunehmen scheitern sie jedoch erbärmlich, da sich die Lenker hinter viel Blech, getönten und reflektierenden Scheiben verstecken, die eine wirkliche Kontaktaufnahme verunmöglichen. Am Deutlichsten spiegelt sich diese Situation in Kinderzeichnungen. In verschiedensten Varianten machen die Kinder in ihren Zeichnungen auf ihren Konflikt aufmerksam. Dazu einige Beispiele:

1. Die Autoscheiben werden betont, bleiben aber leer





2. Der Suchprozess nach einem Lenker wird durch das Einrahmen der leeren Fenster betont





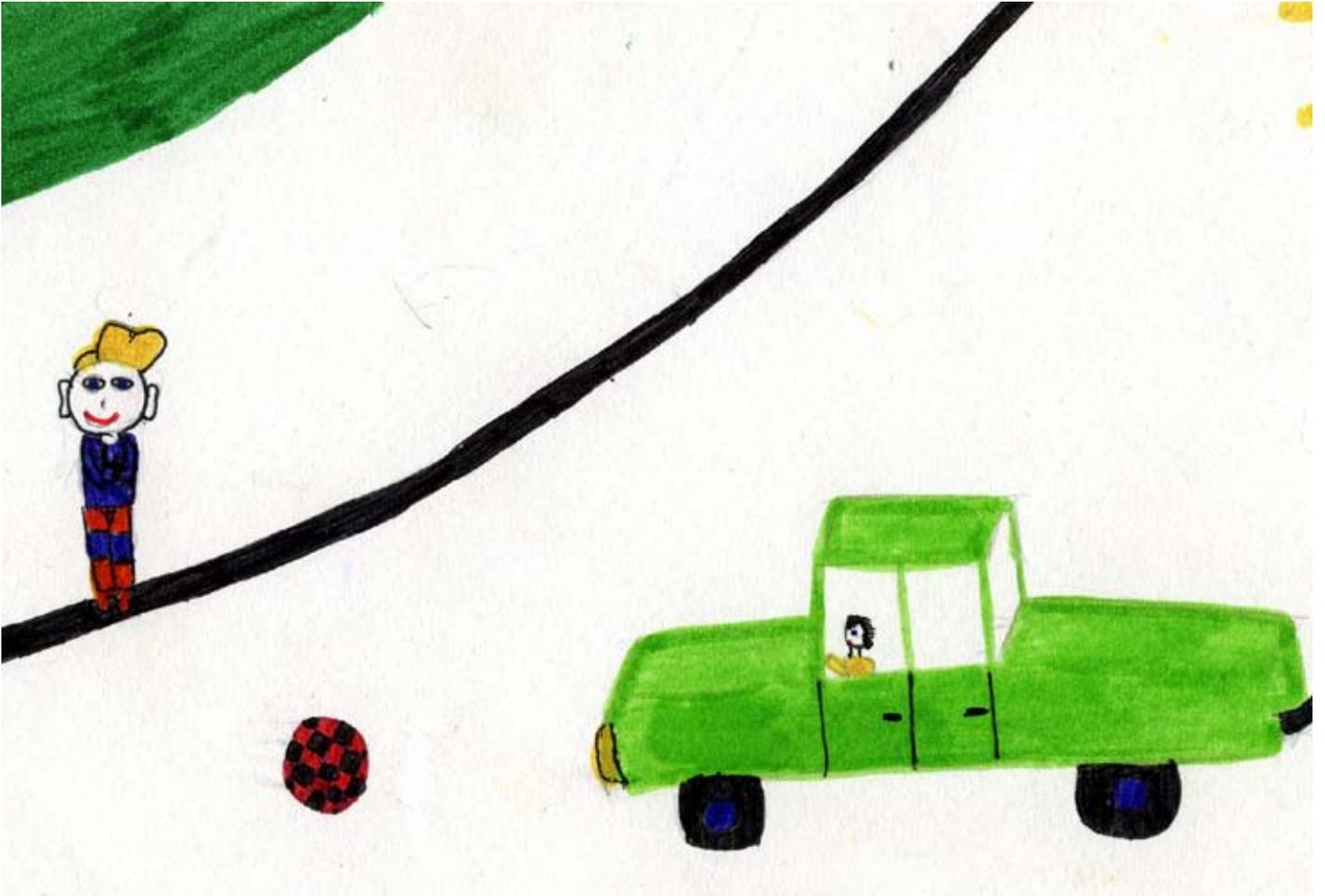
3. Dunkel übermalte Autoscheiben machen deutlich, dass die Kinder niemanden sehen.





4. Die Lenker werden winzig klein dargestellt





5. Jüngere Kinder übermalen die eingezeichneten Fenster mit heftigen Strichen und betonen damit die erfolglose Suche nach einem Lenker





6. Ältere Kinder zeigen mit Schraffuren auf, dass die Autoscheiben reflektieren und man den Lenker nicht sehen kann.





Wie sind die Kinderzeichnungen zu verstehen?

Im Gegensatz zu Erwachsenen, die ab und zu einen Lenker oder eine Lenkerin hinter dem Steuer entdecken und daraus voreilig schliessen, dass Blickkontakt besteht, sehen die Kinder genau hin und halten in den Zeichnungen fest, dass sie hinter den Scheiben keine wirklichen Fahrer am Steuer entdecken, mit dem sie Blickkontakt aufnehmen könnten. Zu Recht werden Kinder von den Verkehrsinstruktoren deshalb angeleitet, sich nicht auf derartige Kontakte abzustellen, sondern - oft zum Ärger vieler Lenker, die versuchen die Kinder hinüberzuwinken - stur zu warten, bis die Räder tatsächlich still stehen.

Schlussfolgerungen

Die Kampagne stellt die klare Aufforderung „Such Blickkontakt!“ ins Zentrum. Man tut so, als ob Blickkontakt fast immer möglich sei. Genauer Hinsehen zeigt jedoch, dass das Erstellen von Blickkontakt im Strassenverkehr, verstanden als ein sich gegenseitig in die Augen schauen, nur in Ausnahmefällen möglich ist. (zu grosse Distanz, reflektierende und getönte Scheiben, sich bewegendes Objekt etc.) Ein Randphänomen rückt in der Kampagne ins Zentrum.

Die Suche nach einem Blickkontakt erfordert zwingend eine Einengung und Ausrichtung des Blickwinkels. Im Gegensatz dazu wird behauptet: „Wer Blickkontakt sucht, nimmt die Umgebung bewusst wahr“. (Replik von Niklaus Zürcher auf unseren Analysebeitrag im Tagesanzeiger vom 17.11.2012)

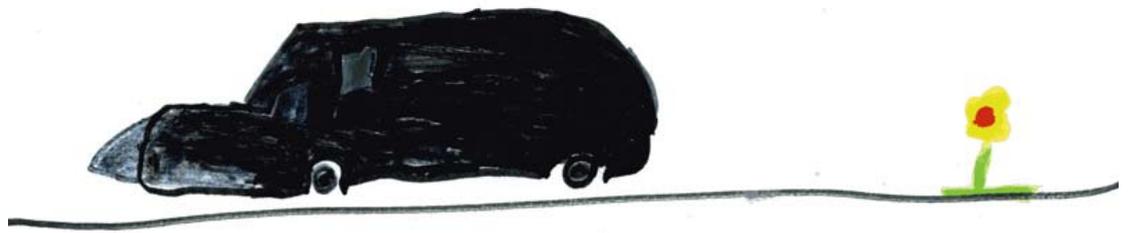
Dem Blickkontakt werden Fähigkeiten zugewiesen, die als Lesen im Kaffesatz bezeichnet werden müssen: „Wer Blickkontakt sucht,...kann das Verhalten der anderen besser einschätzen.“ (ebenda) Derartige Annahmen führen bekannterweise oft zu Missverständnissen und zu höchst gefährlichen Situationen.

Blickkontakt wird als Basis der gegenseitigen Rücksichtnahme zwischen den verschiedenen Verkehrsteilnehmern bezeichnet. Dagegen muss festgehalten werden, dass nicht irgendwelche angebliche Blickkontakte zu grösserer Rücksichtnahme im Verkehr führen. Entscheidend für diese sind im Wesentlichen charakterliche Eigenschaften der Lenker resp. der Fussgänger sowie die jeweilige gefühlsmässige Situation der Betroffenen.

Gegenseitige Rücksichtnahme kann durch bauliche Massnahmen und Tempobeschränkungen gefördert werden, die den Lenker zwingen in bewohnten Gebieten langsam zu fahren. Auch ein Umdenken in der Autoindustrie ist von Bedeutung: statt Geschwindigkeit, schnittige Formen mit stark reflektierenden Scheiben und einen sehr intimen Innenraum ins Zentrum zu stellen, sollte sie Autos konstruieren, die von allen Seiten einsichtig sein. Die Autofahrer und Autofahrerin werden dadurch wie die Fussgänger zu einer öffentlich kontrollierbaren Person. Telefonieren am Steuer, Abfassen vom Mails etc. werden besser kontrollierbar. Der Kontakt zwischen Fahrern und Fussgängern würde zwar nicht einfach, aber doch erleichtert.

In der Kampagne „Suche Blickkontakt!“ wird der Strassenverkehr insgesamt verharmlost. Automobile sind nun einmal keine „Gesprächspartner“. Im Gegensatz zum zur alltäglichen face to face Kommunikation, besteht zwischen Lenker und Fussgänger ein materieller Graben, der sich nur durch klare Regeln einigermaßen bewältigen lässt. Die meisten Autos sind und bleiben Blickkontakten versperrte „schwarze Kisten“, wie sie von den Kindern so treffend gezeichnet und letztlich auch von Erwachsenen erfahren werden.

Hü/Muri/18.11.2012



Tagesanzeiger/Analyse S.9 vom 14.11.2012

Verkehrssicherheit «Suche Blickkontakt» ist eine gefährliche Kampagne. *Von Marco Hüttenmoser**

Wenn Blicke töten

Alle zwei, drei Jahre spricht der durch die Motorfahrzeugsteuern alimentierte Bundesfonds für Verkehrssicherheit rund 6 Millionen Franken für eine Kampagne, die vorwiegend aus Werbespots besteht. Diesmal erhielten der Automobil-Club der Schweiz, Roadcross und der Schweizerische Verkehrssicherheitsrat den Zuschlag für ein Projekt, das der grösseren Sicherheit der Fussgänger dienen soll. Unter dem Titel «Suche Blickkontakt» wollen sie zu mehr Kommunikation beim Strassenqueren auffordern.

Der Ansatz ist mehr als naiv - er ist gefährlich. Die Suche nach Blickkontakt zwischen Fussgänger und Fahrzeuglenker ist ein frommer Wunsch. Wenn ich als Erwachsener am Strassenrand stehe, suche ich nicht den Blickkontakt mit dem nahenden Lenker, sondern beobachte sein Verkehrsverhalten: Wie rasch fährt er? Bremsst er ab? Aus diesen Beobachtungen schliesse ich, ob ich auf die Strasse treten kann oder nicht. Versuche einer gegenseitigen Absprache führen oft zu Missverständnissen. Und diese können tödlich sein.

Gewiss, der Blickkontakt ist wichtig in unserem Leben. Aber man schaue sich einmal an, wie Kinder ihre

Erfahrung am Fussgängerstreifen zeichnen. Die Fenster der Autos sind gross, werden eingerahmt. Die Kinder suchen den Kontakt zum Lenker, finden ihn aber nicht. Sie übermalen die Fenster oft mit heftigen Strichen oder mit schwarzer Farbe.

Zwischen Fussgängern und Fahrzeuglenkern liegen ganz einfach zu viel Blech und zu stark getönte Scheiben. Die Kampagne verharmlost den Strassenverkehr - und das ist gefährlich. Von wegen mehr Sicherheit.

Wo der Blickkontakt genügt

Da fragt es sich, wie eine so teure und fehlgeleitete Kampagne überhaupt zustande kommen konnte. Der Entscheidungsprozess sagt alles: Die wenigen grossen Verkehrsorganisationen, die regelmässig berücksichtigt werden, haben Einsitz im Entscheidungsgremium, der Verwaltungskommission des Fonds.

Da braucht es keine grossen Absprachen. Ein Blickkontakt genügt.

**Marco Hüttenmoser ist Leiter der Forschungs- und Dokumentationsstelle Kind und Umwelt und Koordinator des Netzwerks Kind und Verkehr.*

