

# BUL Kampagne «Schon geschmalt?»

## Wirkungsmessung

September 2021

## Wirkungsmessung BUL Kampagne «Schon geschnallt?»

Auftraggeber	<b>Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft (BUL)</b> , Monika Schindler
Projektleitung	<b>Swissmilk, Marketing Services</b> , Angela Grande
Ziele	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wie viele landwirtschaftliche Betriebe konnten mit der Kernbotschaft der Kampagne «Schon geschnallt?» erreicht werden?</li><li>• Von wem wurde die Kampagne «Schon geschnallt?» wahrgenommen?</li><li>• Was haben die Zielpersonen mitgenommen? Worum geht es bei der Kampagne?</li><li>• Wie sind die eigenen Fahrzeuge ausgerüstet? Wurde dieses nachgerüstet oder bereits so ausgeliefert?</li><li>• Welche Einstellung haben die Zielpersonen gegenüber dem Gurtentragen?</li><li>• Was braucht es, damit auf landwirtschaftlichen Fahrzeugen Gurte getragen werden?</li><li>• Wie Informieren sich Fahrzeuglenkerinnen und -lenker bzw. Fahrzeughalterinnen und -halter über landwirtschaftliche Themen?</li></ul>
Methode	Onlinebefragung, Einladung direkt per Mail an agriTOP und BUL-Abo Adressen sowie Streuung über Partner der BUL
Universum	Beschäftigte auf Landwirtschaftsbetrieben der Deutschschweiz, Westschweiz und italienischsprachigen Schweiz
Stichprobe	n = 2'088
Zeitraum	Donnerstag, 2. September bis Mittwoch, 29. September 2021

## Bekanntheit & Angebot BUL

**87 % der Befragten haben vor der Umfrage schon von der Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft (BUL) gehört.**

42 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer geben an, dass sie das agriTOP Sicherheitskonzept nutzen, 24 % der Befragten haben ein BUL Abo. Weiterbildungen der BUL wurden von 34 % der Befragten besucht. 29 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzen keines der Angebote oder können die Frage für ihren Betrieb nicht beantworten.

## Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?»

**74 % aller befragten Personen, die auf einem Landwirtschaftsbetrieb in der Schweiz leben, arbeiten oder gelegentlich aushelfen, haben von der Kampagne «Schon geschnallt?» schon einmal gehört oder gelesen.** Die Nähe zur BUL ist ein entscheidender Faktor bezüglich der Bekanntheit der Kampagne. Diejenigen, die angeben, die BUL zu kennen, haben auch signifikant häufiger bereits von der Kampagne gehört.

Unter den verschiedenen Möglichkeiten, wie man zur Befragung kommen konnte, geben ebenfalls Personen, die direkt über E-Mailadressen aus der BUL Kartei angeschrieben wurden (Betriebe mit BUL-Abo oder agriTOP Sicherheitskonzept) häufiger an, dass sie die Kampagne kennen.

**Am höchsten ist die Bekanntheit bei Personen, die entweder über AgriTOP oder ein BUL-Abo verfügen und Weiterbildungskurse der BUL besucht haben. Dort liegt die Bekanntheit bei 89 % bzw. 86 %.** Diejenigen, die kein Angebot der BUL nutzen, zeigen die tiefsten Bekanntheitswerte, 57 % von ihnen kennen die Kampagne.

Die gesprochene Sprache und die Region des Betriebs hat keinen Einfluss auf die Bekanntheit der Kampagne. Hingegen kennen Männer die Kampagne häufiger als Frauen. Auch beim Alter zeigen sich Unterschiede, Personen zwischen 31 und 65 Jahre kennen die Kampagne eher als die Befragten bis 30 Jahre oder Befragte über 65 Jahre. Die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter sind besser informiert als Voll- und Teilzeitbeschäftigte auf den Betrieben sowie die gelegentliche Aushilfen. Das gleiche gilt für diejenigen, die noch in der Ausbildung sind. **Von den Lernenden kennen 89 % die Kampagne.** Am tiefsten liegt die Bekanntheit bei den gelegentlichen Aushilfen (57 %). Berufserfahrene kennen die Kampagne etwas häufiger. Auch die Ausbildung spielt eine Rolle, diejenigen mit tertiärer Ausbildung wie auch Personen, die eine Ausbildung mit landwirtschaftlicher Ausrichtung gemacht haben, kennen die Kampagne eher. Keinen Einfluss auf die Bekanntheit der Kampagne hat die Grösse des Betriebs gemessen an der Anzahl Mitarbeitenden. Auch ob Kinder auf dem Betrieb leben oder nicht, spielt für die Bekanntheit der Kampagne keine Rolle.

## Kernbotschaft der Kampagne «Schon geschnallt?»

Die Hälfte der Befragten, welche die Kampagne «Schon geschnallt?» bereits gesehen hat, gibt als deren Botschaft an, dass man auf landwirtschaftlichen Fahrzeugen den Sicherheitsgurt tragen soll. Weitere 24 % sprechen allgemein davon, dass man sich anschnallen soll, ohne dabei auf das Fahrzeug einzugehen. 4 % erwähnen das Nachrüsten von landwirtschaftlichen Fahrzeugen und 2 % sprechen von bestehender Gurtetragepflicht (zum Beispiel für Lehrbetriebe). **Insgesamt nennen 76 % eine Botschaft mit klarem Bezug zum Gurtragen.** Weitere Nennungen beziehen sich auf das Erhöhen der Sicherheit, Vermeiden von Unfällen und das Retten von Leben. Oft ist dabei auch von umkippenden Fahrzeugen die Rede, ohne den Gurt direkt anzusprechen. **Die Botschaft der Sensibilisierungskampagne wird somit sehr gut verstanden.**

## Bekanntheit Massnahmen

Am häufigsten wurde die Kampagne in **Fachzeitschriften** gesehen. 60 % aller Personen, welche die Kampagne wiedererkannt haben, geben an, dort ein Inserat gesehen zu haben. Dahinter folgen die **Infomail der BUL** (50 %) und von **agriTOP** (45 %). Auch die Webseite der BUL wird häufig genannt (43 %). 37 % geben an, dass Sie die **Kleber auf den Fahrzeugen** gesehen haben.

Etwa jede fünfte Person kennt die Kampagne von Messen, Flyern oder aus dem Unterricht (üK). Die Landmaschinenhändler werden von 17 % genannt. Über SocialMedia konnten 10 % erreicht werden, gleich viele wie in den G40 Fahrkursen. Kaum bekannt sind die Hofausfahrtstafeln, nur 2 % geben an, diese schon gesehen zu haben.

## Landwirtschaftliche Fahrzeuge

77 % der befragten Personen sind Halterinnen bzw. Halter von landwirtschaftlichen Fahrzeugen und lenken diese auch selber. Weitere 21 % lenken Fahrzeuge ohne Halter oder Halterin zu sein. Somit können 98 % aller Befragten Auskunft zu den Fahrzeugen auf dem Betrieb und ihrem eigenen Fahrverhalten geben.

Alle Befragten geben an, dass auf dem jeweiligen Betrieb mindestens ein landwirtschaftliches Fahrzeug vorhanden ist. Je ein Fünftel der Betriebe haben drei und vier Fahrzeuge im Einsatz. 30 Befragte geben an, dass sie mehr als 15 Fahrzeuge im Einsatz haben. **Der Median der Anzahl Fahrzeuge auf den Betrieben liegt bei 4.** Somit stehen auf gleich vielen Höfen 1 bis 4 Fahrzeuge wie auf Betrieben 4 und mehr Fahrzeuge stehen.

## Sicherheitsgurt bei den Fahrzeugen

Die 2'023 Personen, die Details zur den Fahrzeugen auf den jeweiligen Betrieben nennen konnten, teilen unter sich **9'875 Fahrzeuge** auf. 42 % dieser Fahrzeuge wurden bereits mit einem Sicherheitsgurt gekauft, bei 11 % wurde ein Gurt nachgerüstet. **47 % der Fahrzeuge auf diesen Betrieben verfügen über keinen Sicherheitsgurt.** Aus Sicht der Betriebe verfügen auf 21% alle eingesetzten Fahrzeuge über einen Sicherheitsgurt. Etwas weniger als die Hälfte dieser Betriebe hatte bereits alle Fahrzeuge mit Sicherheitsgurt gekauft (9 % aller Betriebe in der Befragung). Bei 27 % der Betriebe haben mindestens die Hälfte der Fahrzeuge einen Gurt, bei 35 % sind es weniger als die Hälfte. 17 % der Betriebe geben an, dass bei ihnen keine Fahrzeuge mit Gurt eingesetzt werden. 27 % der befragten Betriebe haben mindestens ein Fahrzeug selber mit Gurt nachgerüstet.

## Nachrüsten

**Der mit 36 % am häufigsten genannte Grund für das Nachrüsten der landwirtschaftlichen Fahrzeuge auf dem Betrieb ist, dass es sich um einen Lehrbetrieb handelt und dort ein Obligatorium für die von Lernenden genutzten Fahrzeuge herrscht.**

26 % wollten allgemein die Sicherheit erhöhen und Unfälle vermeiden. Weitere Faktoren sind ein Betrieb mit Hanglage (10 %), Angestellte (9 %) oder Kinder, die mitfahren oder selber zu fahren beginnen (6 %). **Muss der Sitz ersetzt werden, wird auch gleich umgerüstet (10 %).** Gleiches gilt, wenn das Fahrzeug in die MFK muss oder allgemein ein Service gemacht wird, dann wird das Nachrüsten gleich mit gemacht. Immerhin 3 % nennen die Kampagne «Schon geschnallt?» als Motivation fürs Nachrüsten.

## Tragen des Sicherheitsgurtes

Nur 5 % der befragten Lenkerinnen und Lenker von landwirtschaftlichen Fahrzeugen tragen den Sicherheitsgurt immer, wenn sie mit dem Fahrzeug unterwegs sind. Weitere 17 % geben an, den Gurt meistens zu benutzen. **55 % der Befragten nutzen den Sicherheitsgurt selten oder nie.**

Personen aus den französischsprachigen Regionen der Schweiz (Genferseeregion und Espace Mittelland) geben häufiger an, dass sie den Sicherheitsgurt wenig bis gar nicht tragen verglichen mit Personen, aus den anderen Regionen. Frauen und Männer unterscheiden sich hingegen nicht bezüglich der Häufigkeit des Tragens des Gurtes. Auch beim Alter zeigen sich keine signifikanten Unterschiede. **Unter denjenigen, die sich noch in Ausbildung auf dem Betrieb befinden, tragen doppelt so viele den Sicherheitsgurt regelmässig (42 %, Anteil «Immer»: 6 %), wie bei den Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern, den Angestellten und den Aushilfen.** Das gleiche Bild zeigt sich bei der Berufserfahrung. Ein Drittel der Befragten mit weniger als 5 Jahren Erfahrung tragen den Gurt meistens oder immer. Die Schulbildung hat keinen signifikanten Einfluss. Auch nicht, ob es sich um eine Ausbildung im Bereich der Landwirtschaft handelte oder einem anderen Berufsfeld. Die Betriebsgrösse zeigt in der Tendenz einen kleinen Effekt, so geben Personen, die alleine arbeiten seltener an, dass sie den Sicherheitsgurt regelmässig tragen, als diejenigen auf grösseren Betrieben. Tendenziell führen auch Kinder im Alter von 14 Jahren und älter auf dem Hof dazu, dass etwas regelmässiger Gurt getragen wird. Im Vergleich wird auf Betrieben, auf denen sich keine Kinder befinden, seltener ein Sicherheitsgurt getragen.

## Motivation zum Tragen des Sicherheitsgurtes

**Als die zwei wichtigsten Motivationen für das Tragen des Sicherheitsgurtes werden die Vorbildfunktion für Lernende und Mitarbeitende sowie Verbesserungen am Gurtsystem von jeweils 29 % der Befragten genannt.** Von jeder fünften Person wird das Gurtenobligatorium als bester Motivator gewählt. Auch finanzielle Unterstützung beim Nachrüsten sowie Warnhinweise beim Nichttragen könnten etwa einen Fünftel der Befragten zum vermehrten Tragen des Sicherheitsgurtes bewegen. 1 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Befragung möchte auch in Zukunft keinen Sicherheitsgurt tragen.

Ein Drittel der Befragten, die die Kampagne «Schon geschnallt?» kennt und landwirtschaftliche Fahrzeuge mit vorhandenem Sicherheitsgurt lenkt, gibt an, dass sie aufgrund der Kampagne den Gurt öfters tragen werden. Auf die übrigen Befragten hatte die Kampagne keinen Einfluss.

## Informationsverhalten

**Landwirtschaftliche Fachzeitschriften und Zeitungen sind mit Abstand die wichtigste Informationsquelle für die Landwirtschaft,** 87 % der Befragten informieren sich über diese. Ausstellungen und Messen (57 %), Berufskolleginnen und Berufskollegen (52 %), Webseiten von landwirtschaftlichen Organisationen (46 %) und Online-Medien (45 %) sind ebenfalls bei gut der Hälfte der Befragten verbreitet. Etwas mehr als ein Drittel nutzt direkte Informationen von Behörden und Verbänden (38 %) sowie Tages- und Wochenzeitungen (38 %). Das Bundesamt für Landwirtschaft (22%) wie auch Radio und Fernsehen (19 %) sind eher weniger stark verbreitet.

# Soziodemographie

# Soziodemographische Angaben der Teilnehmerinnen und Teilnehmer | 1

## BUL Kampagne «Schon geschnallt?»

Einladung per Mail an BUL-Abo	419	20 %	Frauen	237	11 %	Obligatorische Schule	77	4 %
Einladung per Mail an agriTOP	704	34 %	Männer	1'841	88 %	Fachmittelschule/Gymnasium (Maturität)	28	1 %
Link auf agrartechnik.ch	26	1 %	Divers	10	1 %	Berufliche Grundbildung, Berufsfeld Landwirtschaft (EBA/EFZ)	680	33 %
Link auf schweizerbauer.ch	565	27 %	12 bis 30 Jahre alt	529	25 %	Berufliche Grundbildung, anderer Beruf (EBA/EFZ)	296	14 %
Newsletter UFA Revue	203	10 %	31 bis 50 Jahre alt	993	48 %	Höhere Berufsbildung HF, Berufsfeld Landwirtschaft	724	35 %
Facebook Schweizer Bauernverband	123	6 %	51 bis 65 Jahre alt	488	23 %	Höhere Berufsbildung HF, anderer Beruf	122	6 %
Mitglieder Schweizer Bauernverband	48	2 %	Über 65 Jahre alt	78	4 %	Fachhochschule/ETH/Universität, Agrarwissenschaften	88	4 %
Deutsch	1'693	81 %	Bis 4 Jahre Berufserfahrung*	178	9 %	Fachhochschule/ETH/Universität, andere Studienrichtungen	38	2 %
Französisch	368	18 %	5 bis 10 Jahre Berufserfahrung	394	19 %	Keine Angaben	35	2 %
Italienisch	27	1 %	11 bis 20 Jahre Berufserfahrung	525	25 %			
Genferseeregion   VD, VS, GE	225	11 %	21 bis 30 Jahre Berufserfahrung	452	22 %			
Espace Mittelland   BE, FR, SO, NE, JU	679	32 %	Über 30 Jahre Berufserfahrung	531	25 %			
Nordwestschweiz   BS, BL, AG	201	10 %	Keine Angaben	8	0.4 %			
Zürich   ZH	155	7 %						
Ostschweiz   GL, SH, AR, AI, SG, GR, TG	475	23 %						
Zentralschweiz   LU, UR, SZ, OW, NW, ZG	327	16 %						
Ticino   TI	26	1 %						

\* Hinweis: Als Berufserfahrung wurden Angaben ab dem 14. Altersjahr gewertet (Beispiel: Angabe Alter = 21 Jahre, Angabe Berufserfahrung = 15 Jahre > Kategorie 5 bis 10 Jahre Berufserfahrung)

# Soziodemographische Angaben der Teilnehmerinnen und Teilnehmer | 2

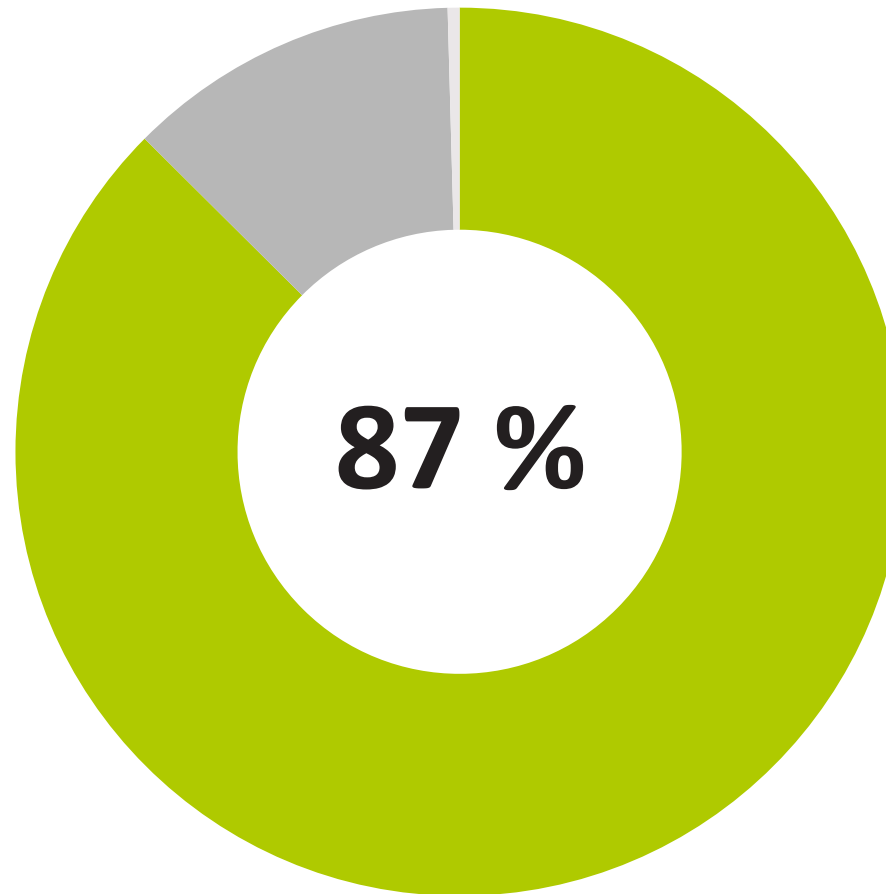
## BUL Kampagne «Schon geschnallt?»

Betriebsleitung	1'271	61 %	1 Person auf dem Betrieb	192	9 %	Ackerbau	1'261	60 %
Vollzeitbeschäftigung als Familienmitglied	230	11 %	2 Personen	645	31 %	Alpwirtschaft	313	15 %
Vollzeitbeschäftigung als externe Person	63	3 %	3 Personen	588	28 %	Futterbau	1465	70 %
Teilzeitbeschäftigung als Familienmitglied	283	14 %	4-5 Personen	424	20 %	Geflügel	2	12 %
Teilzeitbeschäftigung als externe Person	41	2 %	6-10 Personen	158	8 %	Gemüse	190	9 %
Lernende / Lernender	62	3 %	Mehr als 10 Personen auf dem Betrieb	33	2 %	Kleinwiederkäuer	225	11 %
Praktikum	2	0.1 %	Keine Angaben	48	2 %	Lohnunternehmen	410	19 %
Gelegentliche Aushilfe	113	5 %	Kinder unter 14 Jahre auf dem Betrieb	916	44 %	Obst / Beeren	293	14 %
Andere Aufgaben	23	1 %	Kinder über 14 Jahre	404	19 %	Pferde	212	10 %
			Keine Kinder auf dem Betrieb	898	43 %	Rindvieh	1'551	74 %
						Schweine	352	17 %
						Tourismus	73	4 %
						Wald	761	36 %
						Weinbau / Kelterei	138	7 %



# Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft (BUL)

Frage 11 Haben Sie vor dieser Umfrage schon einmal von der Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft (BUL) gehört?

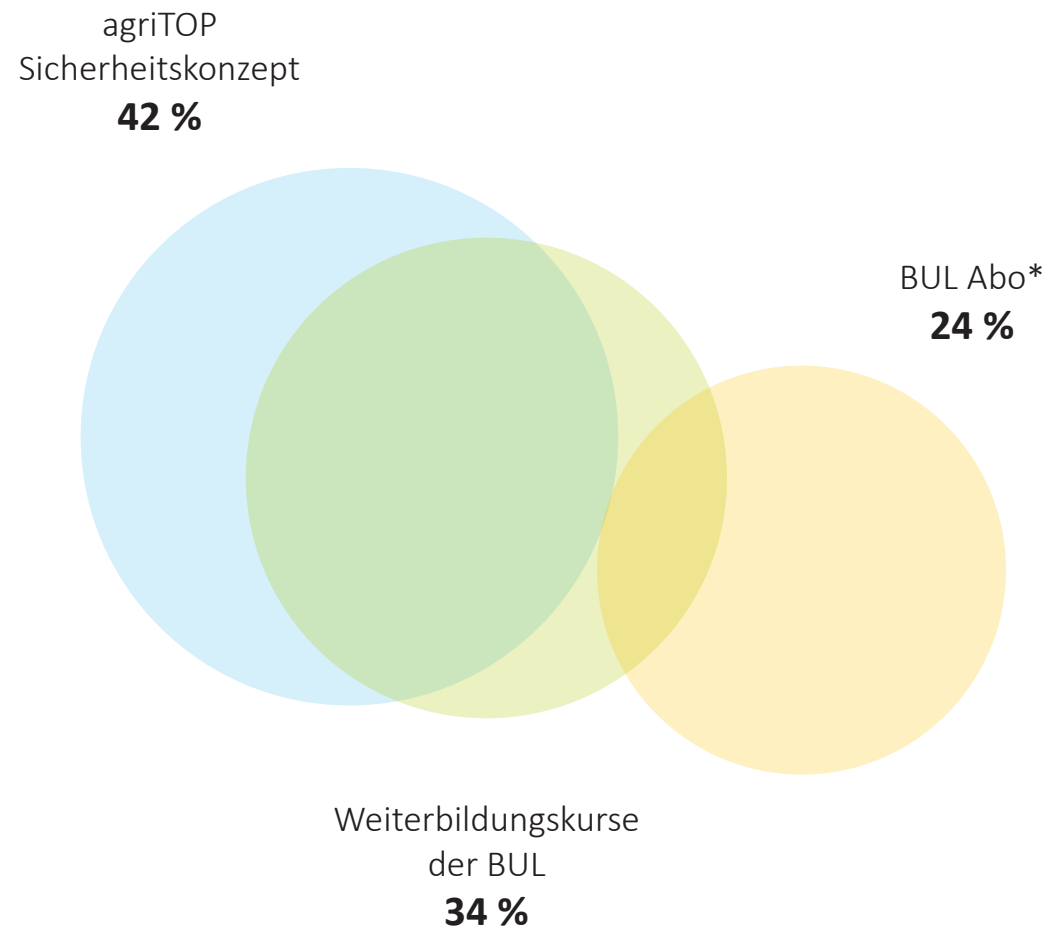


■ Ja ■ Nein ■ Weiss nicht, kann ich nicht sagen

87 % der Befragten haben vor der Umfrage schon von der Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft (BUL) gehört.

# Angebot der BUL

Frage 12 Nutzen Sie, bzw. Ihr Betrieb eines der folgenden Angebote?



Nur agriTOP Sicherheitskonzept	18 %
agriTOP und Weiterbildungskurse	25 %
Nur BUL Abo*	19 %
BUL Abo* und Weiterbildungskurse	5 %
Nur Weiterbildungskurse der BUL	5 %
Keines dieser Angebote	24 %
Weiss nicht, keine Angaben	5 %

42 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Befragung geben an, dass sie das agriTOP Sicherheitskonzept nutzen.

24 % der Befragten haben ein BUL Abo.

Weiterbildungen der BUL wurden von 34 % der Befragten besucht.

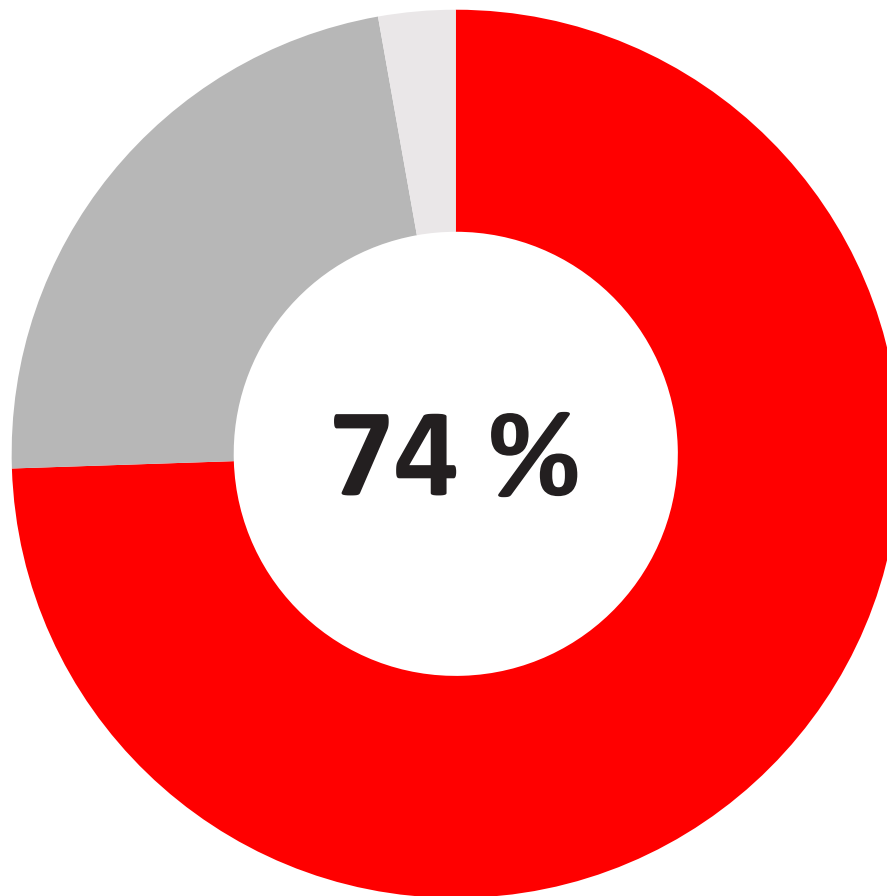
29 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzen keines der Angebote oder können die Frage nicht beantworten.

\* Wurden das agriTOP Sicherheitskonzept und das BUL Abo gewählt, wurden die Personen nur dem agriTOP Sicherheitskonzept zugeteilt

## Kampagne «Schon geschnallt?»

# Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?» | 1

Frage 1 Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Schon geschnallt?» gehört oder gelesen bzw. das Kampagnenlogo schon einmal gesehen?

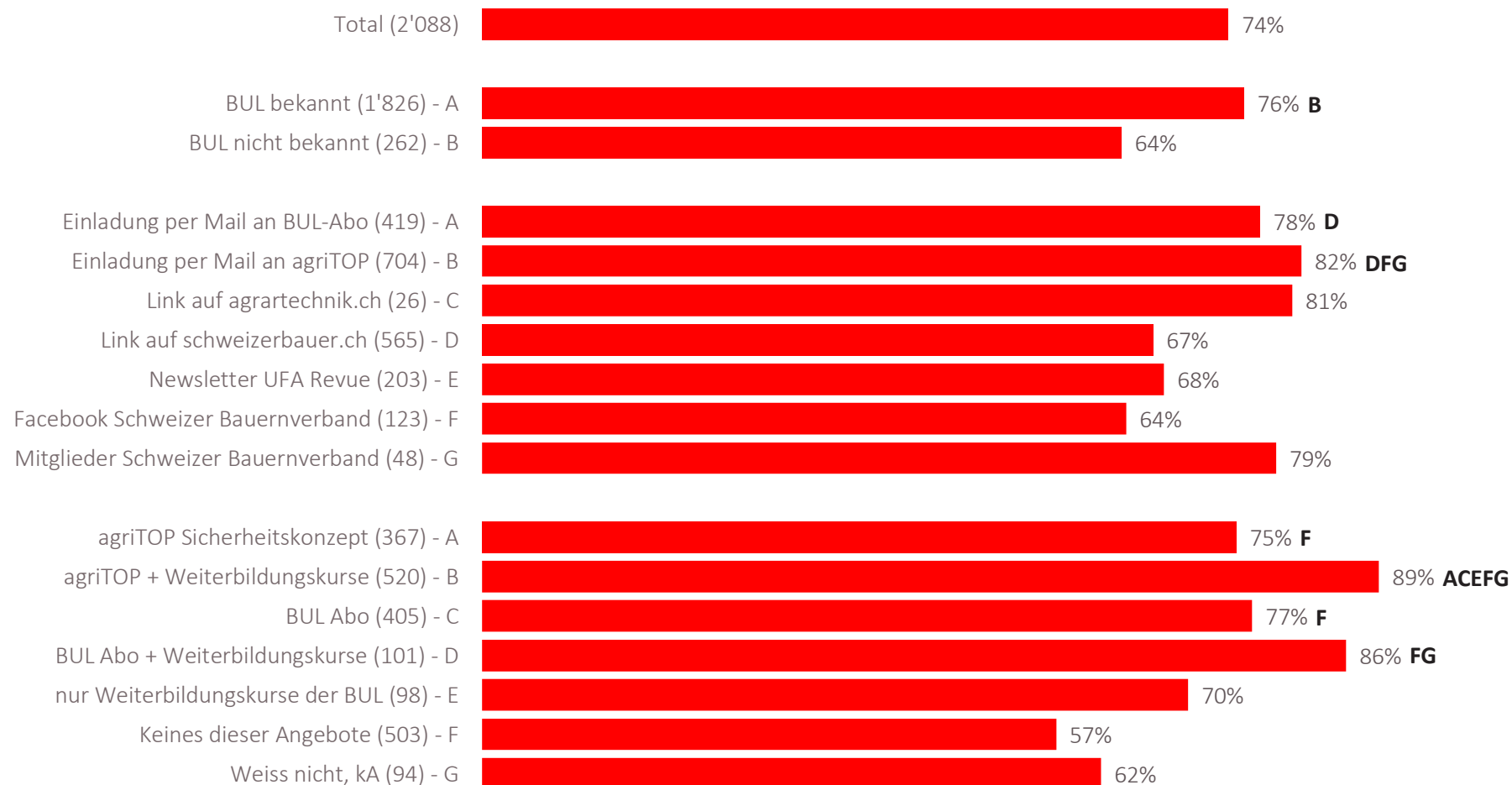


■ Ja ■ Nein ■ Weiss nicht, kann ich nicht sagen

74 % aller befragten Personen, die auf einem Landwirtschaftsbetrieb in der Schweiz leben, arbeiten oder gelegentlich aushelfen, haben von der Kampagne «Schon geschnallt?» schon einmal gehört oder gelesen.

# Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?» | 2

Frage 1 Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Schon geschnallt?» gehört oder gelesen bzw. das Kampagnenlogo schon einmal gesehen?



**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

Die Nähe zur BUL ist ein entscheidender Faktor bezüglich der Bekanntheit der Kampagne. Diejenigen, die angeben, die BUL zu kennen, haben auch signifikant häufiger bereits von der Kampagne gehört.

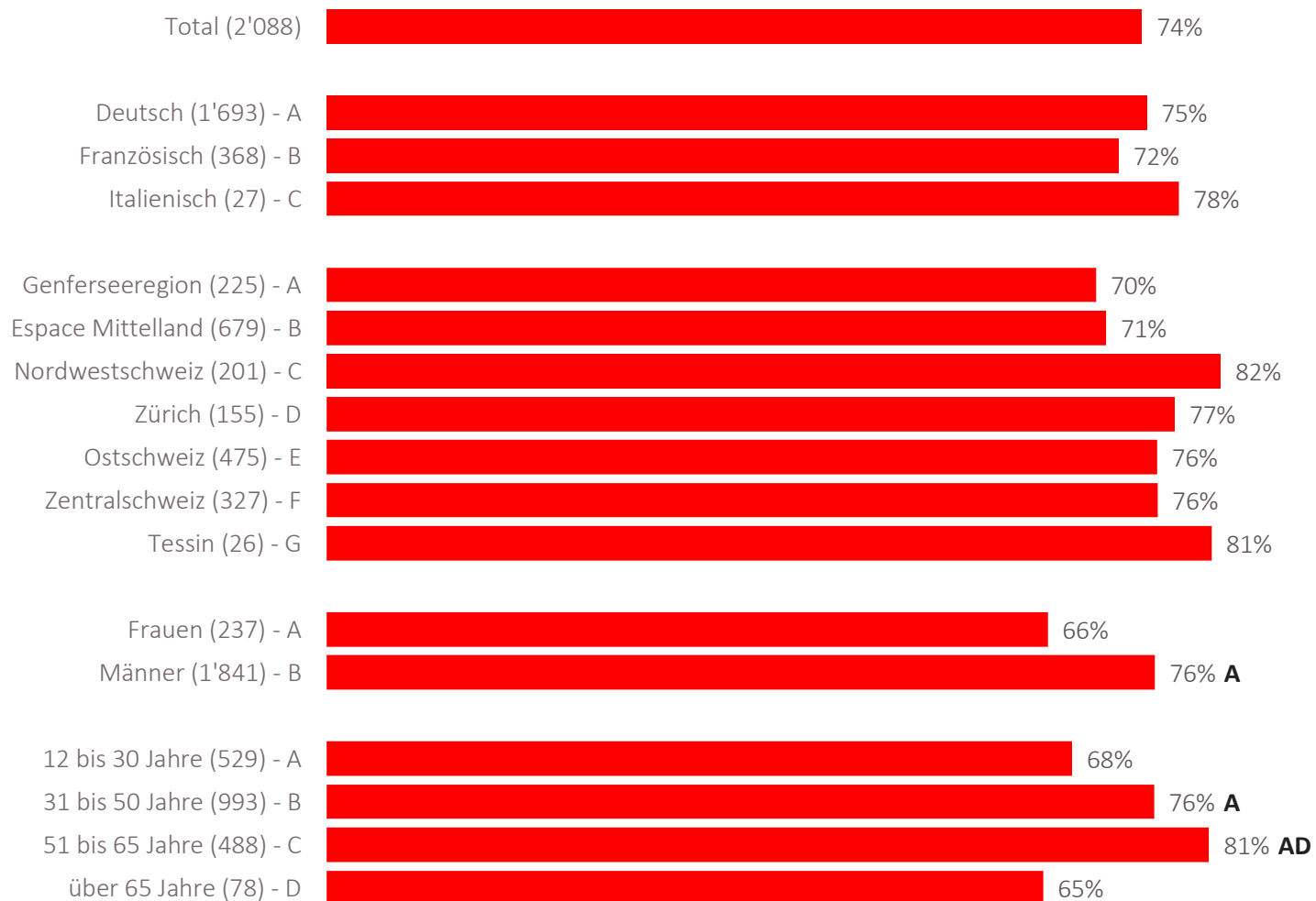
Unter den verschiedenen Möglichkeiten, wie man zur Befragung kommen konnte, geben ebenfalls Personen, die direkt über E-Mailadressen aus der BUL Kartei angeschrieben wurden (Betriebe mit BUL-Abo oder agriTOP Sicherheitskonzept) häufiger an, dass sie die Kampagne kennen.

Am höchsten ist die Bekanntheit bei Personen, die entweder über AgriTOP oder ein BUL-Abo verfügen und Weiterbildungskurse der BUL besucht haben. Dort liegt die Bekanntheit bei 89 % bzw. 86 %.

Diejenigen, die kein Angebot der BUL nutzen, zeigen die tiefsten Bekanntheitswerte, 57 % von ihnen kennen die Kampagne.

# Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?» | 3

Frage 1 Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Schon geschnallt?» gehört oder gelesen bzw. das Kampagnenlogo schon einmal gesehen?



**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

Die gesprochene Sprache und die Region des Betriebs hat keinen Einfluss auf die Bekanntheit der Kampagne.

Männer kennen die Kampagne häufiger als Frauen.

Auch beim Alter zeigen sich Unterschiede. Personen zwischen 31 und 65 Jahre kennen die Kampagne eher als die Befragten bis 30 Jahre oder Befragte über 65 Jahre.

# Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?» | 4

Frage 1 Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Schon geschnallt?» gehört oder gelesen bzw. das Kampagnenlogo schon einmal gesehen?



Die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter sind besser informiert als Voll- und Teilzeitbeschäftigte auf den Betrieben sowie die gelegentliche Aushilfen. Das gleiche gilt für diejenigen, die noch in der Ausbildung sind. Von den Lernenden kennen 89 % die Kampagne. Am tiefsten liegt die Bekanntheit bei den gelegentlichen Aushilfen (57 %).

Berufserfahrene kennen die Kampagne etwas häufiger.

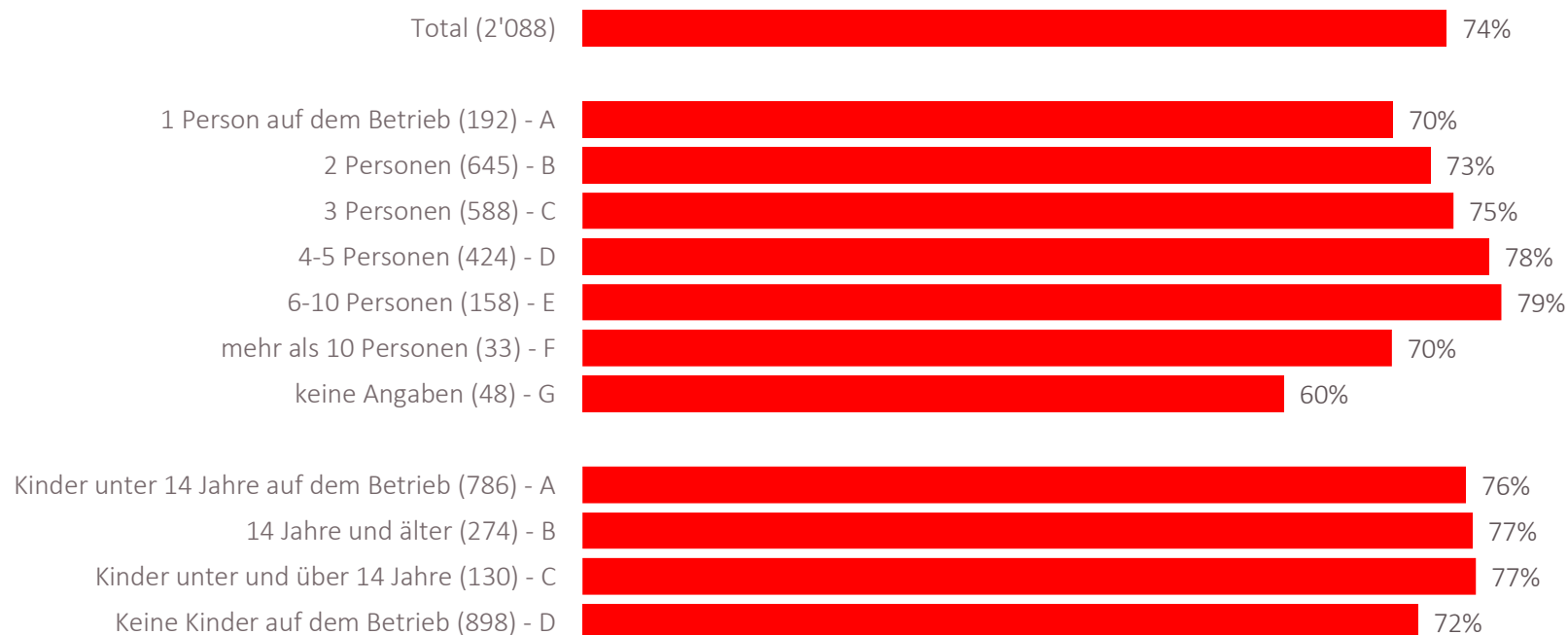
Auch die Ausbildung spielt eine Rolle, diejenigen mit tertiärer Ausbildung wie auch Personen, die eine Ausbildung mit landwirtschaftlicher Ausrichtung gemacht haben, kennen die Kampagne eher.

**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe



# Gestützte Bekanntheit Kampagne «Schon geschnallt?» | 5

Frage 1 Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Schon geschnallt?» gehört oder gelesen bzw. das Kampagnenlogo schon einmal gesehen?



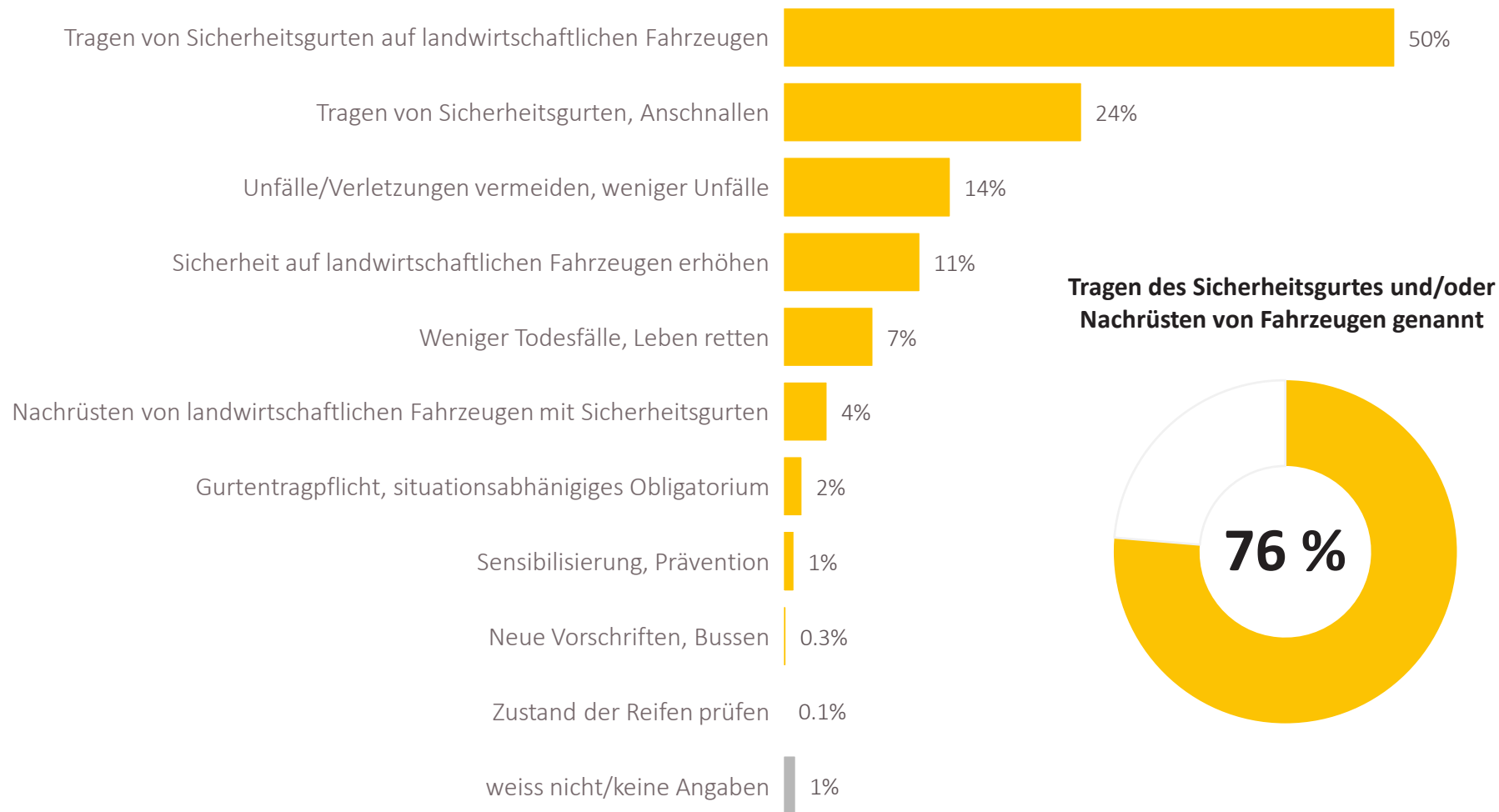
Keinen Einfluss auf die Bekanntheit der Kampagne hat die Grösse des Betriebs gemessen an der Anzahl Mitarbeitenden.

Auch ob Kinder auf dem Betrieb leben oder nicht, spielt für die Bekanntheit der Kampagne keine Rolle.

**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

# Kernbotschaft der Kampagne «Schon geschnallt?»

Frage 2 Was glauben Sie, ist die Botschaft dieser Kampagne? Was soll mit dieser Kampagne erreicht werden?  
*offene Frage, Antworten codiert*



Die Hälfte der Befragten, welche die Kampagne «Schon geschnallt?» bereits gesehen hat, gibt als deren Botschaft an, dass man auf landwirtschaftlichen Fahrzeugen den Sicherheitsgurt tragen soll. Weitere 24 % sprechen allgemein davon, dass man sich anschnallen soll, ohne dabei auf das Fahrzeug einzugehen. 4 % erwähnen das Nachrüsten von landwirtschaftlichen Fahrzeugen und 2 % sprechen von bestehender Gurtentragpflicht (zum Beispiel für Lehrbetriebe). Insgesamt nennen 76 % eine Botschaft mit klarem Bezug zum Gurttragen.

Weitere Nennungen beziehen sich auf das Erhöhen der Sicherheit, Vermeiden von Unfällen und das Retten von Leben. Oft ist dabei auch von umkippenden Fahrzeugen die Rede, ohne den Gurt direkt anzusprechen.

Die Botschaft der Sensibilisierungskampagne wird somit sehr gut verstanden.

# Bekanntheit Massnahmen

Frage 3 Wo ist Ihnen die Kampagne bzw. das Kampagnenlogo schon einmal begegnet?

Mehrfachantworten



Am häufigsten wurde die Kampagne in Fachzeitschriften gesehen. 60 % aller Personen, welche die Kampagne wiedererkannt haben, geben an, dort ein Inserat gesehen zu haben. Dahinter folgen die Infomail der BUL (50 %) und von agriTOP (45 %). Auch die Webseite der BUL wird häufig genannt (43 %).

37 % geben an, dass sie die Kleber auf den Fahrzeugen gesehen haben.

Etwa jede fünfte Person kennt die Kampagne von Messen, Flyern oder aus dem Unterricht (üK). Die Landmaschinenhändler werden von 17 % genannt.

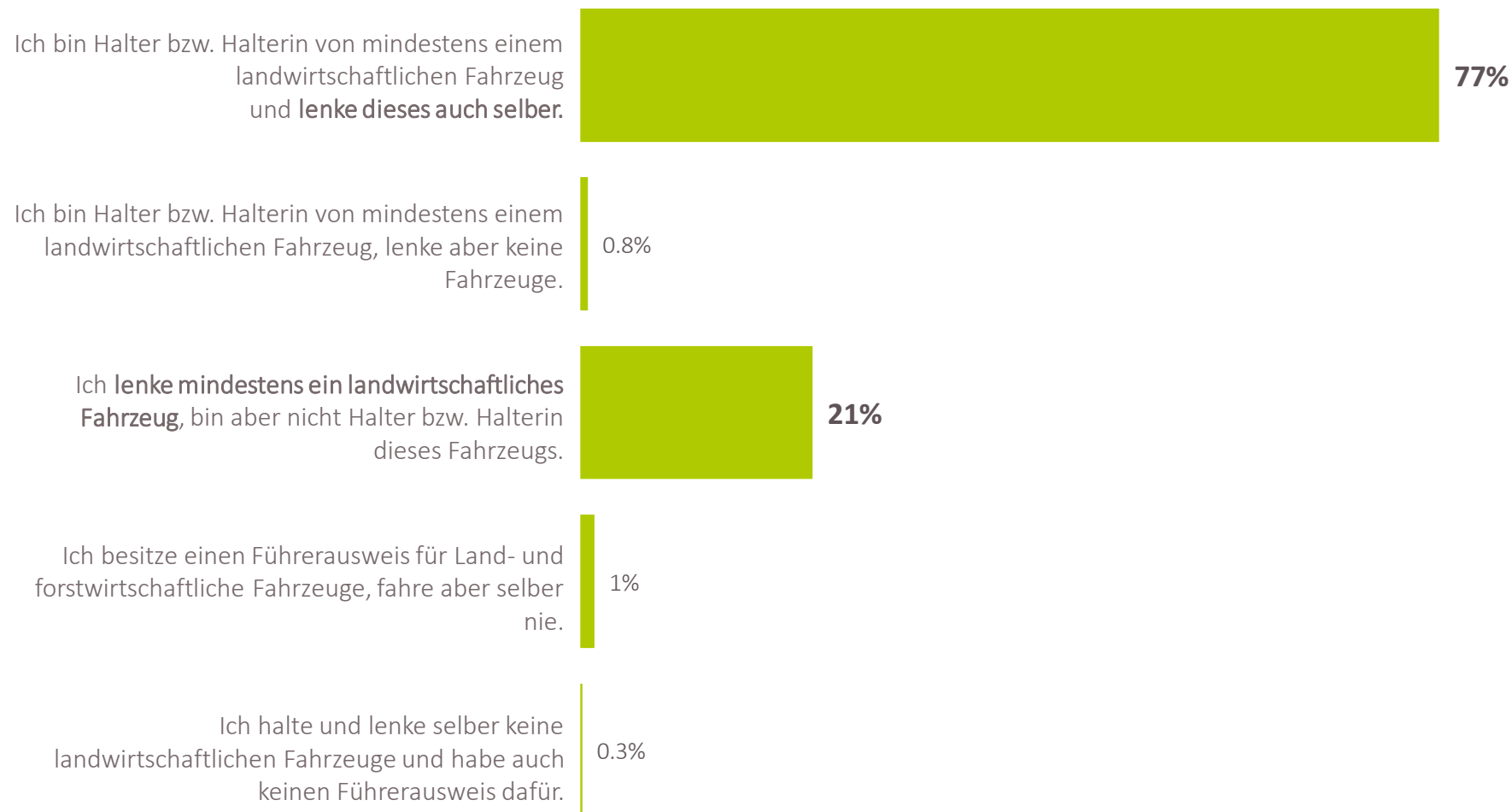
Über Social Media konnten 10 % erreicht werden, gleich viele wie in den G40 Fahrkursen.

Kaum bekannt sind die Hofausfahrtstafeln, nur 2 % geben an, diese schon gesehen zu haben.

# Landwirtschaftliche Fahrzeuge

# Nutzung landwirtschaftlicher Fahrzeuge

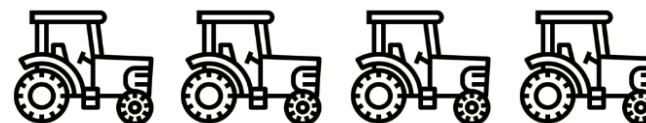
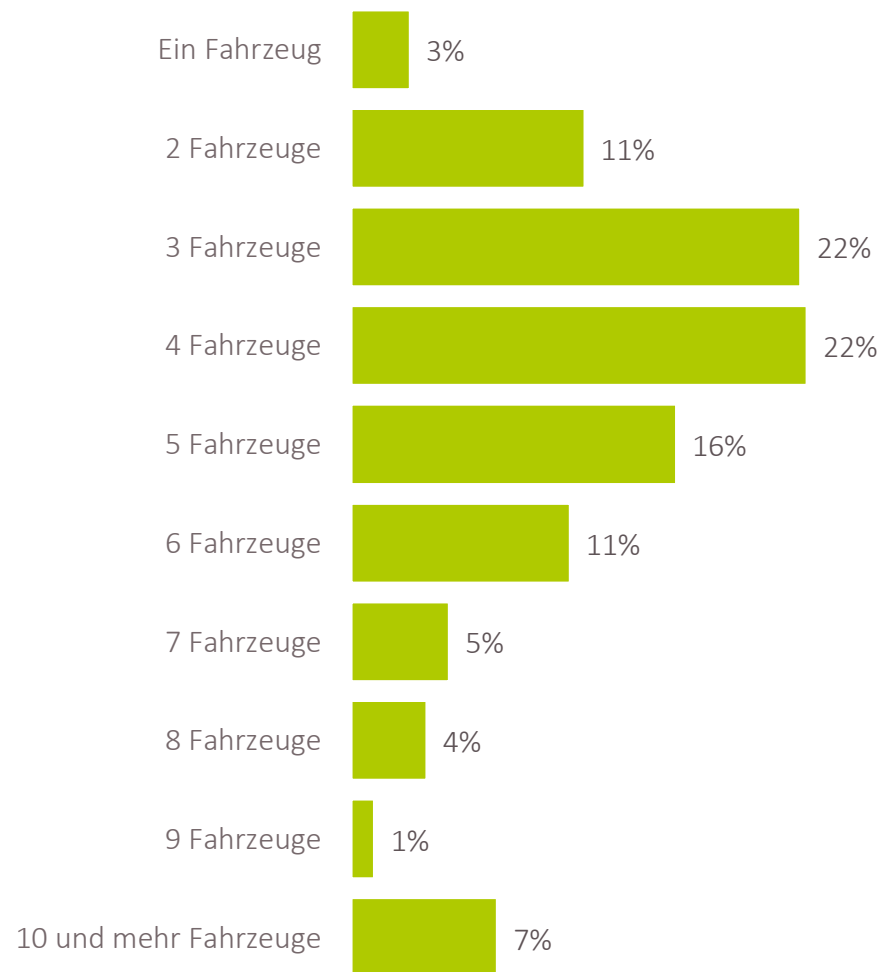
Frage 4 Welche der folgenden Aussagen zu landwirtschaftlichen Fahrzeugen (z.B. Traktor, Transporter, Hoflader, Teleskoplader, Stapler, usw.) trifft auf Sie zu?



77 % der befragten Personen sind Halterinnen bzw. Halter von landwirtschaftlichen Fahrzeugen und lenken diese auch selber. Weitere 21 % lenken Fahrzeuge ohne Halter oder Halterin zu sein. Somit können 98 % aller Befragten Auskunft zu den Fahrzeugen auf dem Betrieb und ihrem eigenen Fahrverhalten geben.

# Anzahl Fahrzeuge auf dem Betrieb

Frage 5 Wie viele landwirtschaftliche Fahrzeuge (z.B. Traktor, Transporter, Hoflader, Teleskoplader, Stapler, usw.) sind auf dem Betrieb, auf dem Sie hauptsächlich tätig sind, im Einsatz?



**Median: 4 Fahrzeuge**

Alle Befragten geben an, dass auf dem jeweiligen Betrieb mindestens ein landwirtschaftliches Fahrzeug vorhanden ist.

Je ein Fünftel der Betriebe haben drei und vier Fahrzeuge im Einsatz. 30 Befragte geben an, dass sie mehr als 15 Fahrzeuge im Einsatz haben.

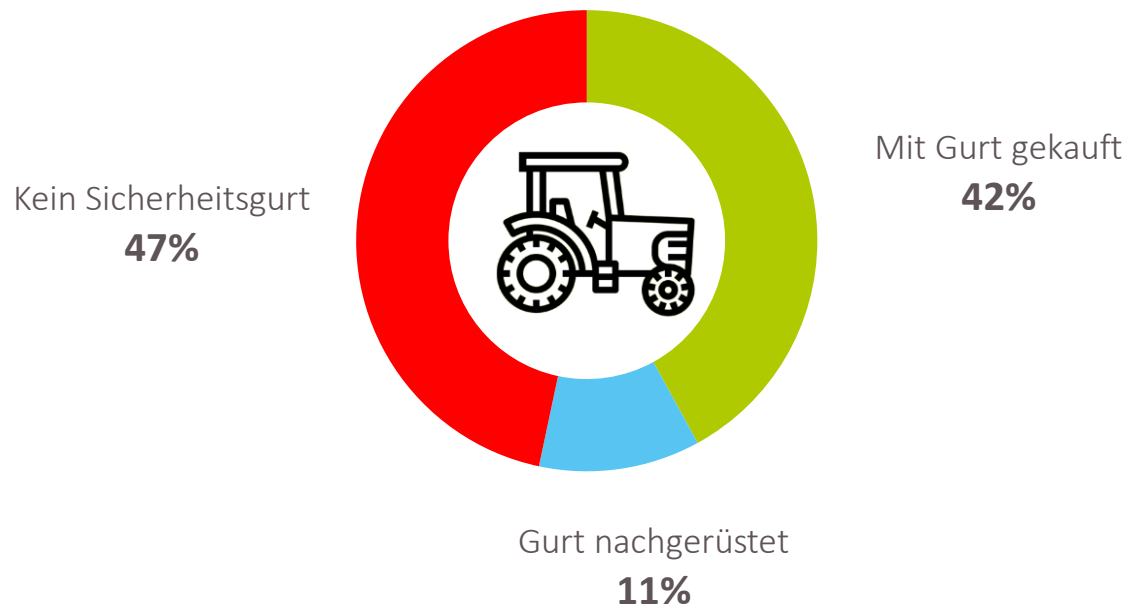
Der Median der Anzahl Fahrzeuge liegt bei 4. Somit stehen auf gleich vielen Höfen 1 bis 4 Fahrzeuge wie auf Betrieben 4 und mehr Fahrzeuge stehen.

*Hinweis: Das Bundesamt für Statistik gibt für 2015 die Traktordichte mit einem Anteil von 3.6 Fahrzeugen pro Betrieb an.*

Frage 6 Wurde dieses Fahrzeug mit Sicherheitsgurt gekauft, selber nachgerüstet oder hat es keinen Sicherheitsgurt?

Wie viele dieser Fahrzeuge wurden mit Sicherheitsgurt gekauft, wie viele selber nachgerüstet und wie viele haben keinen Sicherheitsgurt?

## 9'875 Fahrzeuge



Die 2'023 Personen, die Details zu den Fahrzeugen auf den jeweiligen Betrieben nennen konnten, teilen unter sich 9'875 Fahrzeuge auf.

42 % dieser Fahrzeuge wurden bereits mit einem Sicherheitsgurt gekauft, bei 11 % wurde ein Gurt nachgerüstet.

47 % der Fahrzeuge auf diesen Betrieben verfügen über keinen Sicherheitsgurt.

Frage 6 Wurde dieses Fahrzeug mit Sicherheitsgurt gekauft, selber nachgerüstet oder hat es keinen Sicherheitsgurt?

Wie viele dieser Fahrzeuge wurden mit Sicherheitsgurt gekauft, wie viele selber nachgerüstet und wie viele haben keinen Sicherheitsgurt?

## 2'033 Betriebe

Kein Fahrzeug auf dem Betrieb mit Gurt

**17%**

Alle Fahrzeuge auf dem Betrieb mit Gurt

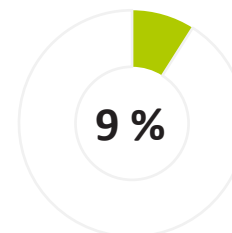
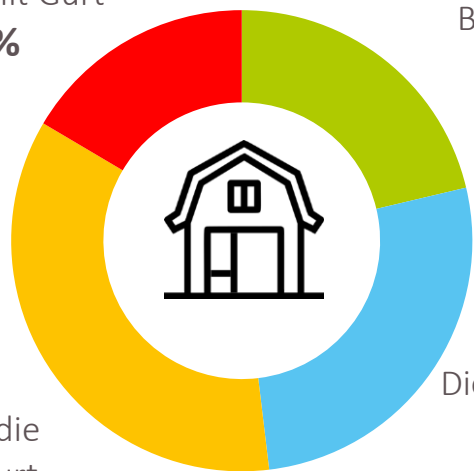
**21%**

Weniger als die Hälfte mit Gurt

**35%**

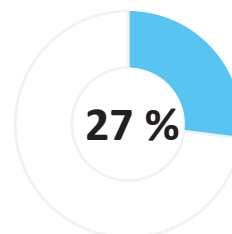
Die Hälfte der Fahrzeuge oder mehr mit Gurt

**27%**



**9 %**

alle Fahrzeuge mit Gurt gekauft



**27 %**

mind. ein Fahrzeug nachgerüstet

Auf 21 % der Betriebe, die an der Befragung teilgenommen haben, verfügen alle eingesetzten Fahrzeuge über einen Sicherheitsgurt. Etwas weniger als die Hälfte dieser Betriebe hatte bereits alle Fahrzeuge mit Sicherheitsgurt gekauft (9 % aller Betriebe in der Befragung).

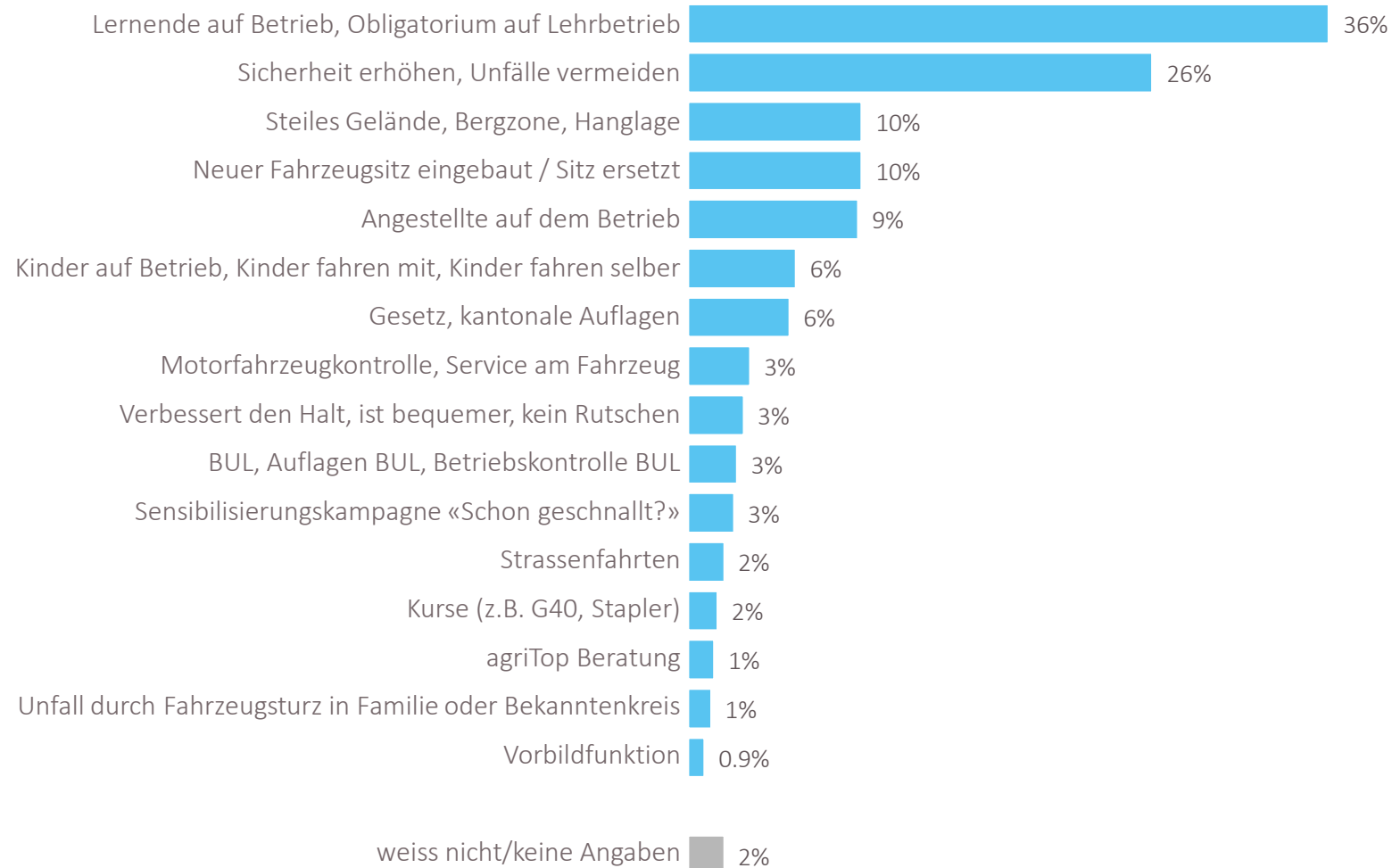
Bei 27 % der Betriebe haben mindestens die Hälfte der Fahrzeuge einen Gurt, bei 35 % sind es weniger als die Hälfte.

17 % der Betriebe geben an, dass bei ihnen keine Fahrzeuge mit Gurt eingesetzt werden.

27 % der befragten Betriebe haben mindestens ein Fahrzeug selber mit Gurt nachgerüstet.



Frage 7 Was war ausschlaggebend, dass das landwirtschaftliche Fahrzeug mit einem Sicherheitsgurt nachgerüstet wurde?  
*offene Frage, Antworten codiert*



Der mit 36 % am häufigsten genannte Grund für das Nachrüsten der landwirtschaftlichen Fahrzeuge auf dem Betrieb ist, dass es sich um einen Lehrbetrieb handelt und dort ein Obligatorium für die von Lernenden genutzten Fahrzeuge herrscht.

26 % wollten allgemein die Sicherheit erhöhen und Unfälle vermeiden.

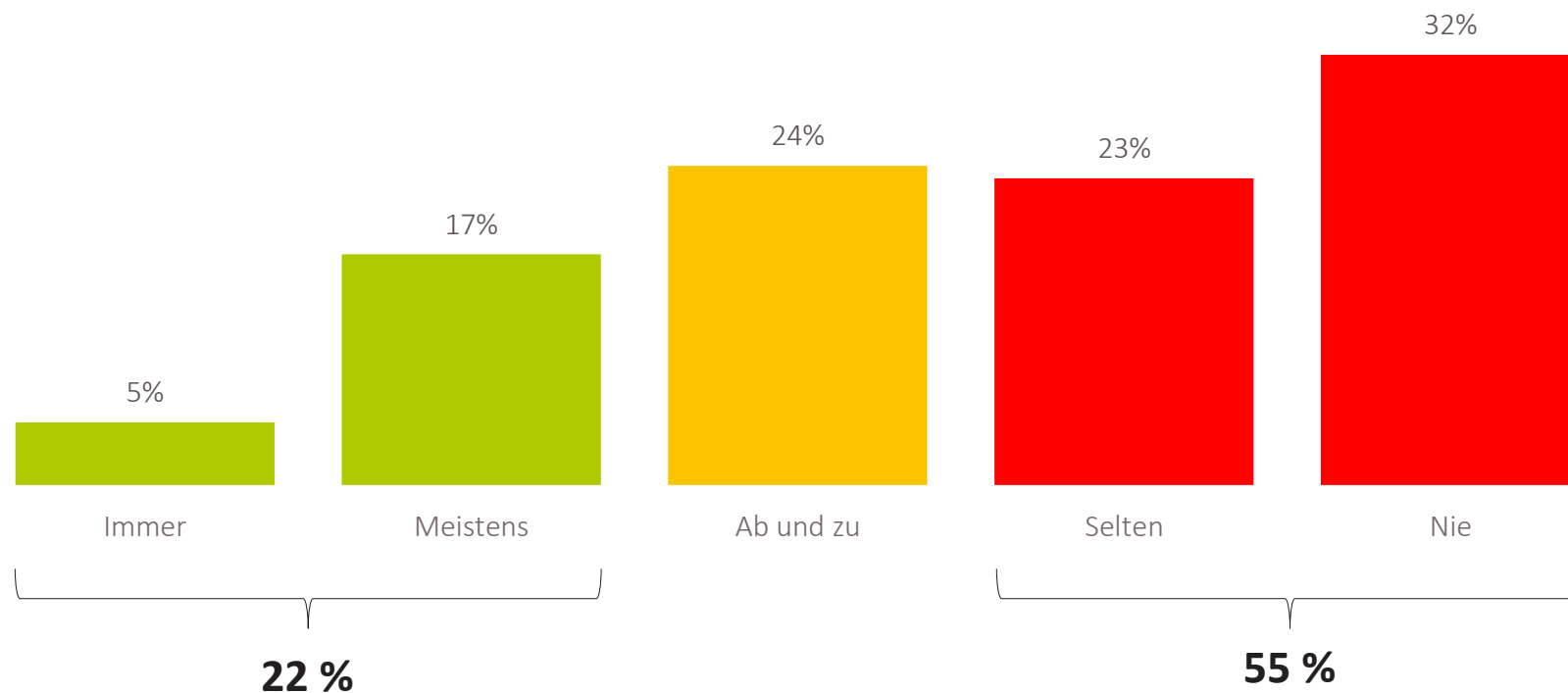
Weitere Faktoren sind ein Betrieb mit Hanglage (10 %), Angestellte (9 %) oder Kinder, die mitfahren oder selber zu fahren beginnen (6 %).

Muss der Sitz ersetzt werden, wird auch gleich umgerüstet (10 %). Gleiches gilt, wenn das Fahrzeug in die MFK muss oder allgemein ein Service gemacht wird, dann wird das Nachrüsten gleich mit gemacht.

Immerhin 3 % nennen die Kampagne «Schon geschnallt?» als Motivation fürs Nachrüsten.

# Tragen des Sicherheitsgurtes | 1

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?

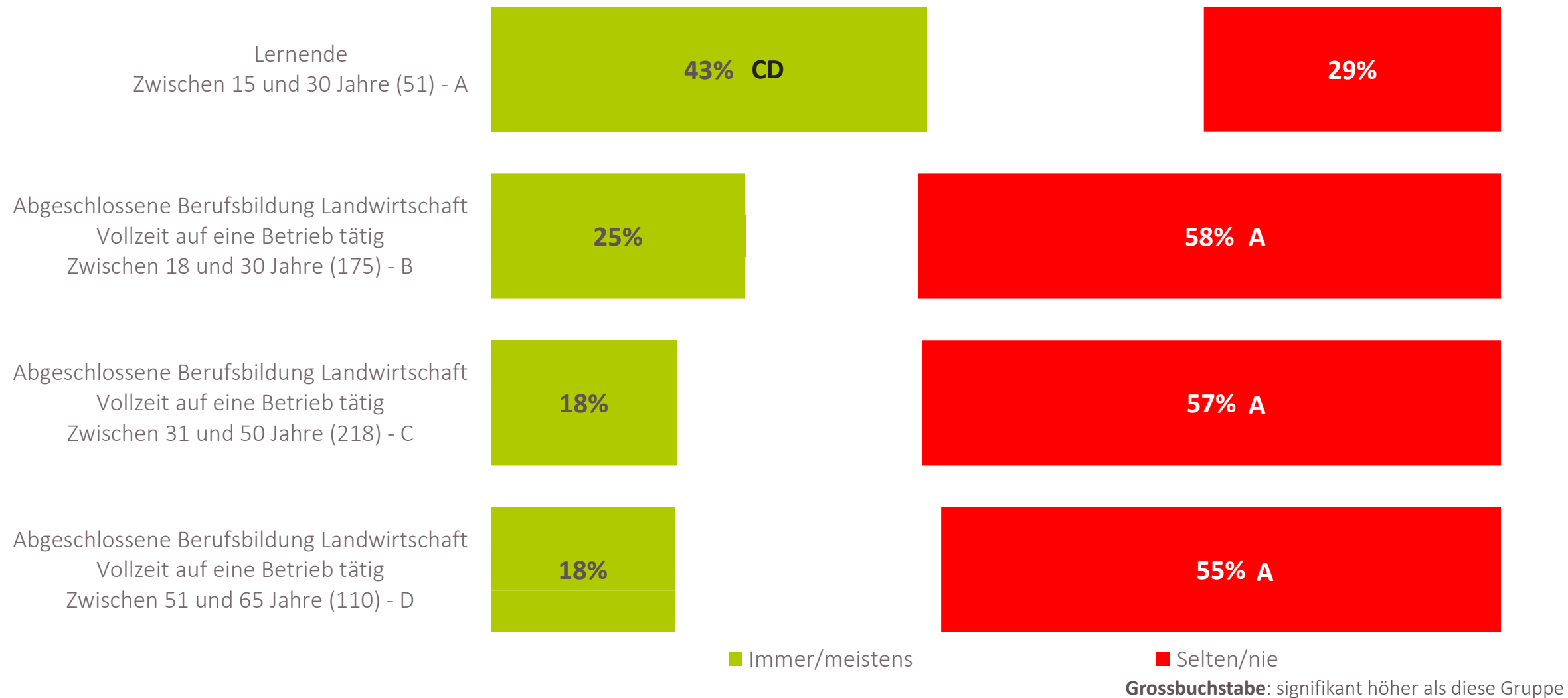


Nur 5 % der befragten Lenkerinnen und Lenker von landwirtschaftlichen Fahrzeugen tragen den Sicherheitsgurt immer, wenn sie mit dem Fahrzeug unterwegs sind. Weitere 17 % geben an, den Gurt meistens zu benutzen.

55 % der Befragten nutzen den Sicherheitsgurt selten oder nie.

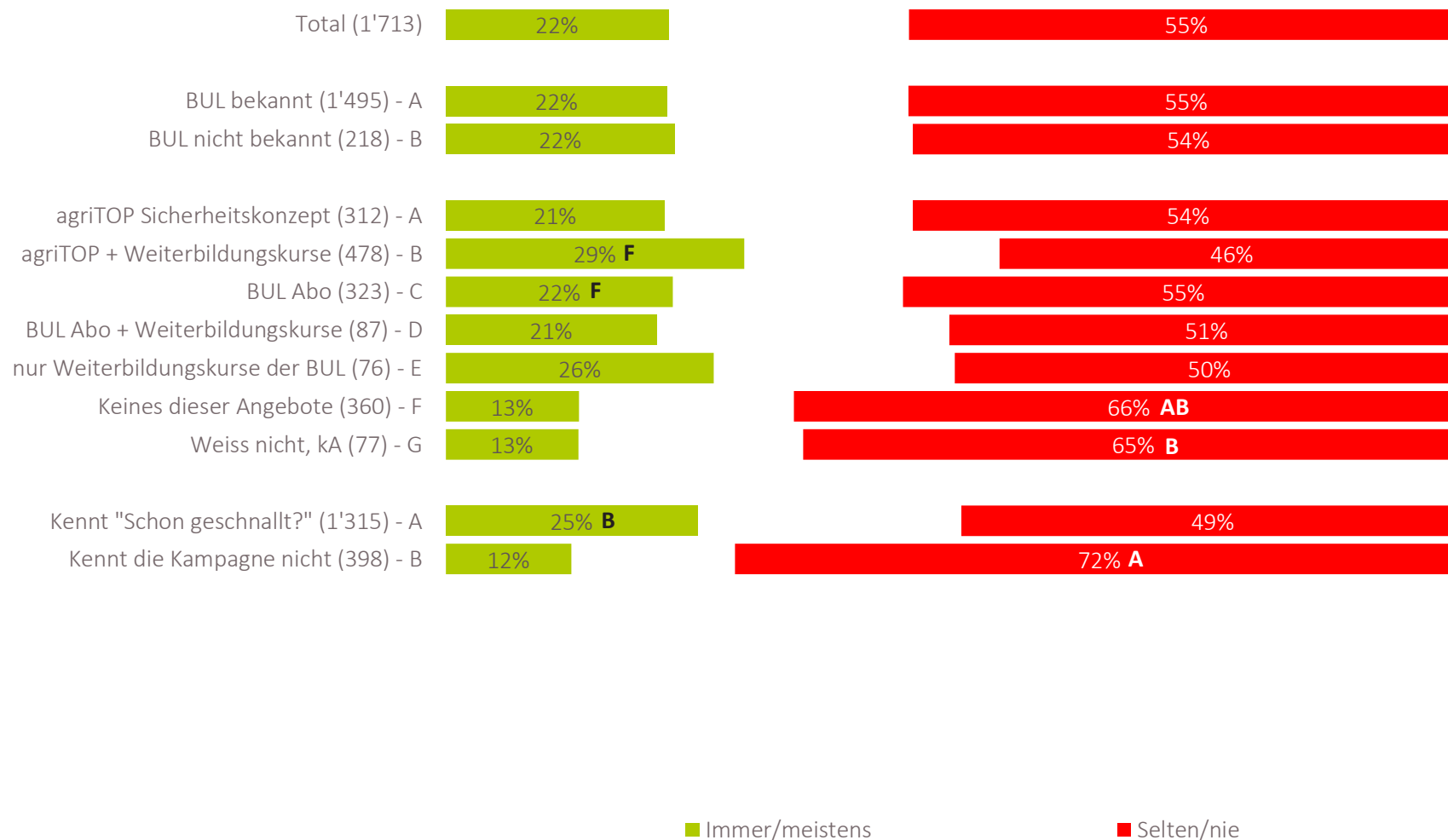
# Tragen des Sicherheitsgurtes

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?



# Tragen des Sicherheitsgurtes | 2

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?



**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

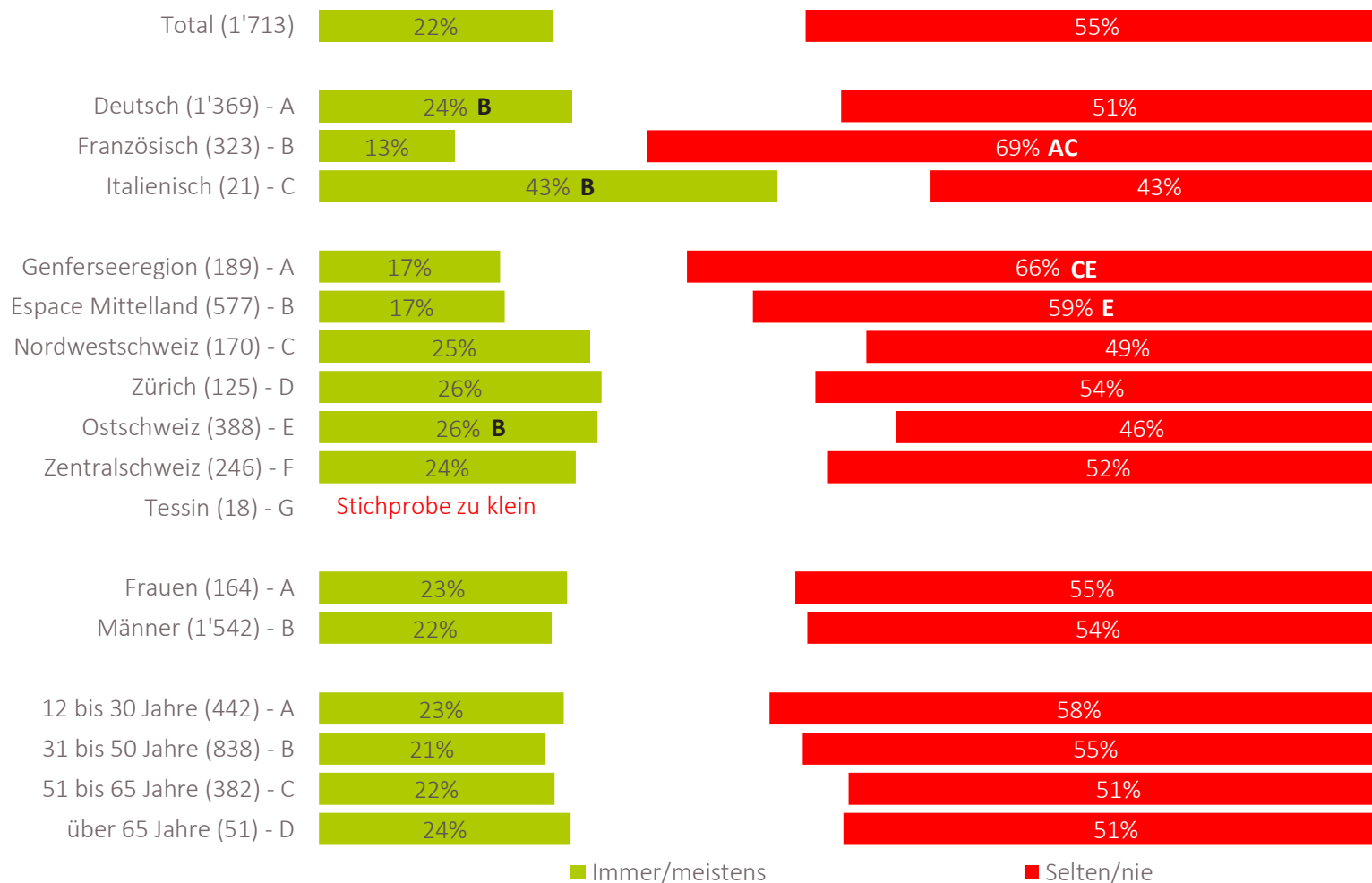
Diejenigen, welche die BUL kennen, tragen den Sicherheitsgurt weder häufiger noch seltener als andere. Ein Unterschied ist hingegen bei denjenigen zu sehen, welche die Angebote der BUL nutzen. Insbesondere diejenigen, die das agriTOP Sicherheitskonzept einsetzen und Weiterbildungskurse besucht haben, wie auch Befragte mit BUL Abo tragen den Gurt öfters, als diejenigen, die kein Angebot nutzen.

Auch bezüglich Bekanntheit der Kampagne «Schon geschnallt?» zeigt sich ein Unterschied, diejenigen, welche diese kennen, tragen öfters einen Gurt, als diejenigen, die sie nicht kennen.

Hier gilt aber auch zu beachten, dass diejenigen, die Angebote der BUL nutzen, die Kampagne eher kennen, der Effekt also nicht nur auf die Kampagne zurückgeführt werden kann.

# Tragen des Sicherheitsgurtes | 3

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?



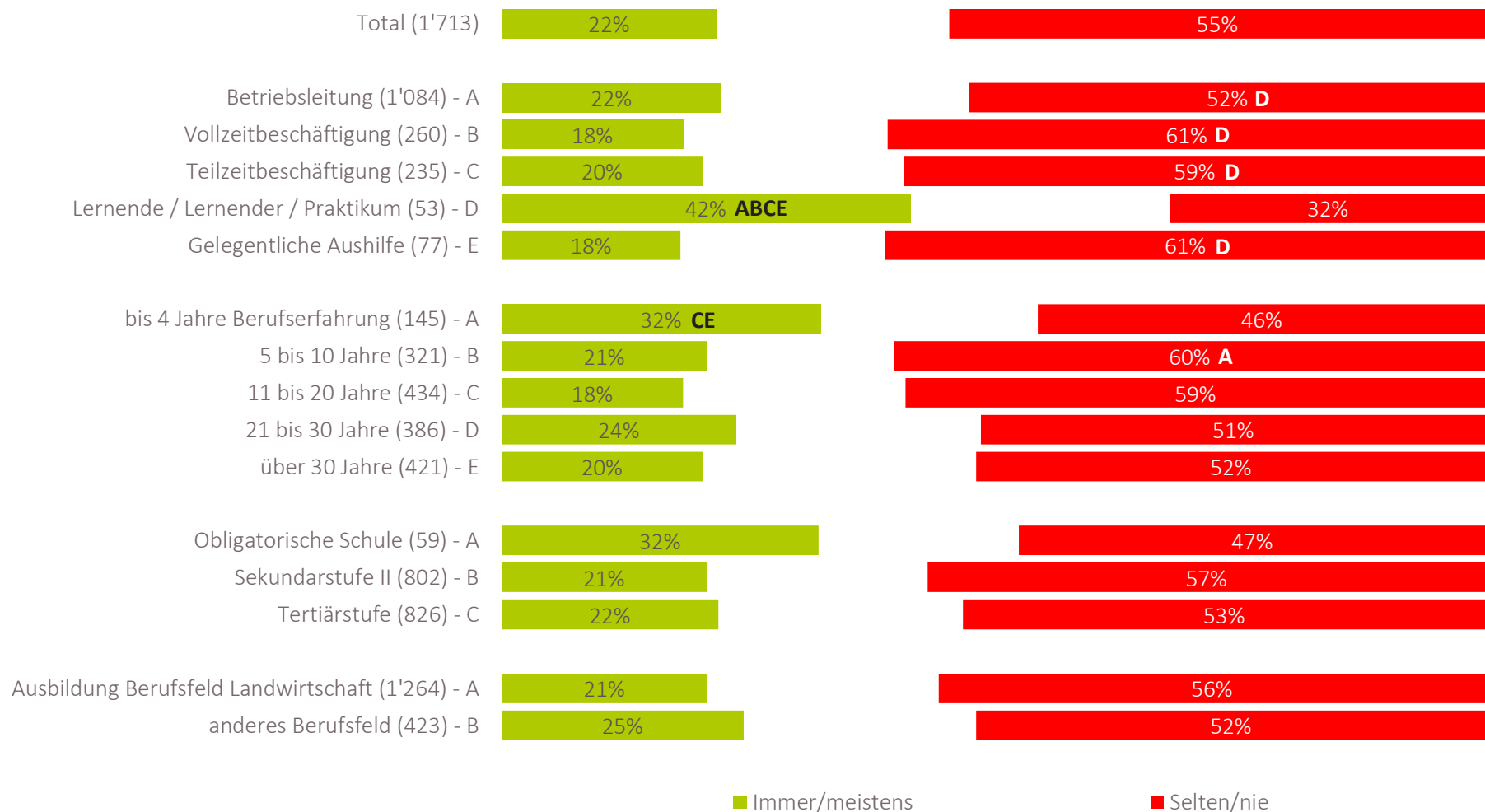
**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

Personen aus den französischsprachigen Regionen der Schweiz (Genferseeregion und Espace Mittelland) geben häufiger an, dass sie den Sicherheitsgurt wenig bis gar nicht tragen verglichen mit Personen, aus den anderen Regionen.

Frauen und Männer unterscheiden sich hingegen nicht bezüglich der Häufigkeit des Tragens des Gurtes. Auch beim Alter zeigen sich keine signifikanten Unterschiede.

# Tragen des Sicherheitsgurtes | 4

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?



**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

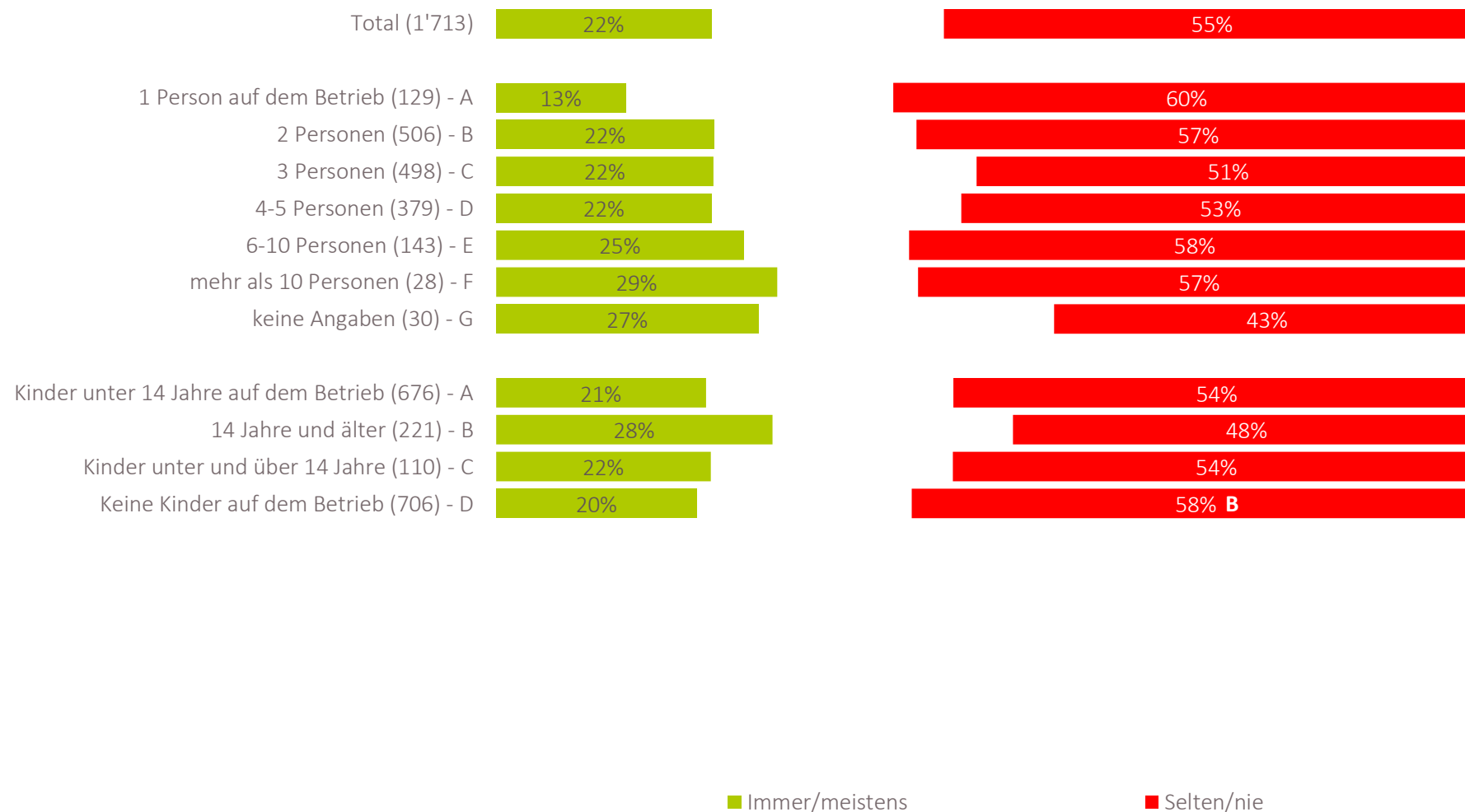
Unter denjenigen, die sich noch in Ausbildung auf dem Betrieb befinden, tragen doppelt so viele den Sicherheitsgurt regelmässig (42 %, Anteil «Immer»: 6 %), wie bei den Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern, den Angestellten und den Aushilfen.

Das gleiche Bild zeigt sich bei der Berufserfahrung. Ein Drittel der Befragten mit weniger als 5 Jahren Erfahrung tragen den Gurt meistens oder immer.

Die Schulbildung hat keinen signifikanten Einfluss. Auch nicht, ob es sich um eine Ausbildung im Bereich der Landwirtschaft handelte oder einem anderen Berufsfeld.

# Tragen des Sicherheitsgurtes | 5

Frage 8 Tragen Sie beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge jeweils den Sicherheitsgurt?



**Grossbuchstabe:** signifikant höher als diese Gruppe

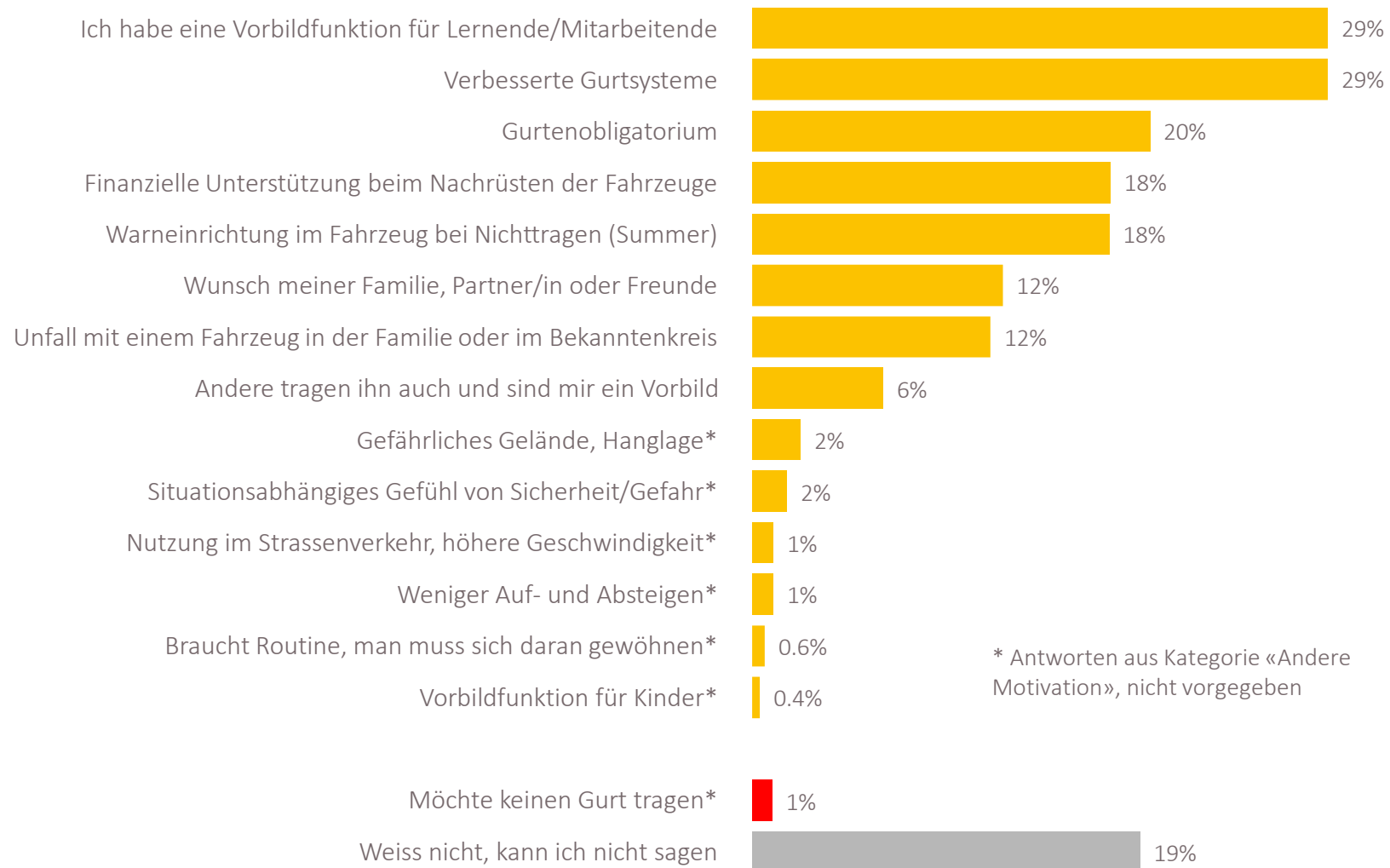
Die Betriebsgrösse zeigt in der Tendenz einen kleinen Effekt, so geben Personen, die alleine arbeiten seltener an, dass sie den Sicherheitsgurt regelmässig tragen, als diejenigen auf grösseren Betrieben.

Tendenziell führen auch Kinder im Alter von 14 Jahren und älter auf dem Hof dazu, dass etwas regelmässiger Gurt getragen wird. Im Vergleich wird auf Betrieben, auf denen sich keine Kinder befinden, seltener ein Sicherheitsgurt getragen.

# Motivation zum Tragen des Sicherheitsgurtes

Frage 10 Was bräuchte es, damit Sie den Sicherheitsgurt zukünftig häufiger tragen?

Mehrfachantworten



\* Antworten aus Kategorie «Andere Motivation», nicht vorgegeben

Als die zwei wichtigsten Motivationen für das Tragen des Sicherheitsgurtes werden die Vorbildfunktion für Lernende und Mitarbeitende sowie Verbesserungen am Gurtsystem von jeweils 29 % der Befragten genannt.

Von jeder fünften Person wird das Gurtenobligatorium als bester Motivator gewählt.

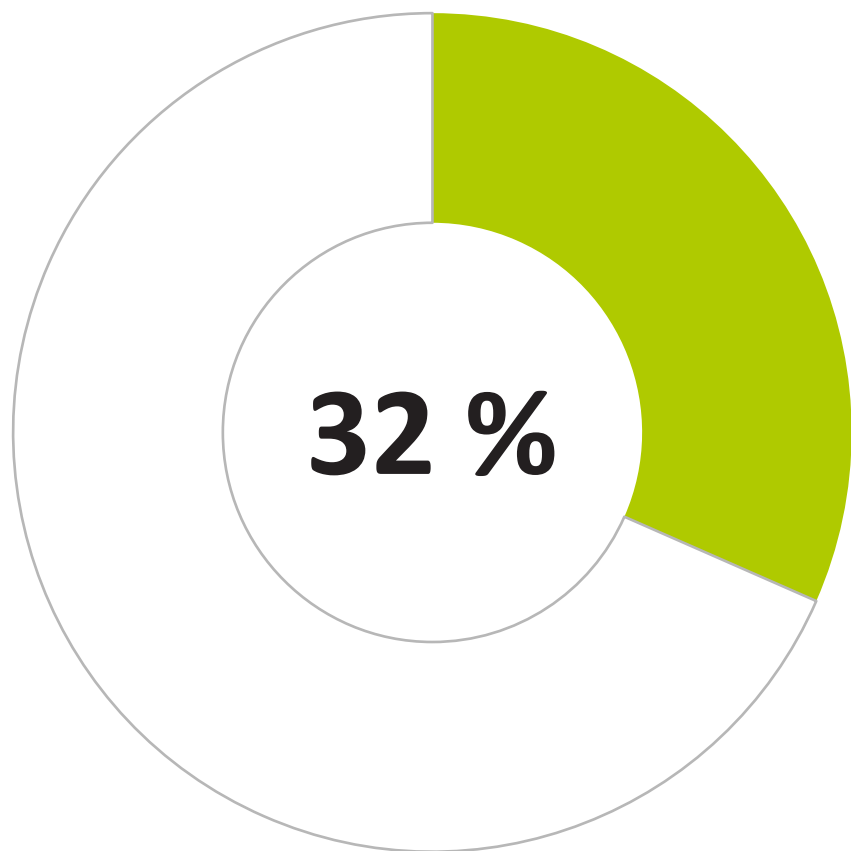
Auch finanzielle Unterstützung beim Nachrüsten sowie Warnhinweise beim Nichttragen könnten etwa einen Fünftel der Befragten zum vermehrten Tragen des Sicherheitsgurtes bewegen.

1 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Befragung möchte auch in Zukunft keinen Sicherheitsgurt tragen.



# Einfluss Kampagne «Schon geschnallt?»

Frage 9 Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?



- Die Kampagne "Schon geschnallt?" hat dazu geführt, dass ich den Sicherheitsgurt beim Lenken der landwirtschaftlichen Fahrzeuge nun öfters trage.
- Die Kampagne "Schon geschnallt?" hat keinen Einfluss darauf, ob ich den Sicherheitsgurt trage oder nicht.

Ein Drittel der Befragten, die die Kampagne «Schon geschnallt?» kennt und landwirtschaftliche Fahrzeuge mit vorhandenem Sicherheitsgurt lenkt, gibt an, dass sie aufgrund der Kampagne den Gurt öfters tragen werden.

Auf die übrigen Befragten hatte die Kampagne keinen Einfluss.

# Informationsverhalten

# Informationsverhalten landwirtschaftliche Themen

Frage 13 Welche Quellen nutzen Sie, um sich über die Landwirtschaft zu informieren?

Mehrfachantworten



\* Antworten aus Kategorie «Andere Quellen», nicht vorgegeben

Landwirtschaftliche Fachzeitschriften und Zeitungen sind mit Abstand die wichtigste Informationsquelle für die Landwirtschaft, 87 % der Befragten informieren sich über diese.

Ausstellungen und Messen (57 %), Berufskolleginnen und Berufskollegen (52 %), Webseiten von landwirtschaftlichen Organisationen (46 %) und Online-Medien (45 %) sind ebenfalls bei gut der Hälfte der Befragten verbreitet.

Etwas mehr als ein Drittel nutzt direkte Informationen von Behörden und Verbänden (38 %) sowie Tages- und Wochenzeitungen (38 %).

Das Bundesamt für Landwirtschaft (22%) wie auch Radio und Fernsehen (19 %) sind eher weniger stark verbreitet.



### **Angela Grande**

Stv. Leiterin Marketing Services  
*M.Sc. in Social & Economic Psychology*

Schweizer Milchproduzenten SMP  
Marketing Services  
Weststrasse 10  
Postfach  
CH-3000 Bern 6

Tel. +41 031 359 57 43 (direkt)  
angela.grande@swissmilk.ch

### **Reto Grolimund**

Leiter Marketing Services  
*M.Sc. in Business and Economics*

Schweizer Milchproduzenten SMP  
Marketing Services  
Weststrasse 10  
Postfach  
CH-3000 Bern 6

Tel. +41 031 359 57 44 (direkt)  
reto.grolimund@swissmilk.ch