



„Cool war auch das Drängelspiel. Beim Einsteigen in den Bus mach ich das aber nicht, klar.“

MobileKids!

Die Daimler-Verkehrssicherheitsinitiative „MobileKids“ kommt bei Kindern an und macht Schule – weltweit.

Text Sabine Weissinger Fotografie Barbara von Woellwarth

KARLSRUHE 49° N/8° E — Es ist still in der lichten Schulturnhalle. Die Technik steht: Leinwand, Boxen, das Podest mit den beiden Spielkonsolen. Ein großer Junge in Jeans und T-Shirt verteilt eine Ladung Shirts auf zwei dicken Trampolinmatten – rote Shirts auf die eine Seite, orangefarbene auf die andere. Hinten im Geräteraum schlüpfen zwei Schauspieler in ihre Gummi-Overalls und unter außerirdisch sympathische Riesenköpfe. In einer Viertelstunde werden fast hundert Kinder die Halle stürmen. Sie werden sich in zwei Teams um ihre leibhaftigen Maskottchen scharen und miteinander wettkämpfen.


Dann endlich ist es so weit: Heute steht bei den Dritt- und Viertklässlern einer Grundschule in Baden-Württemberg die „MobileKids-Tour“ auf dem Stundenplan. Ganz ähnliche und ganz andere Touren sind derweil anderswo unterwegs. Ob Indien, Italien oder Israel, ob Roadshows in Thailand, Malaysia, Singapur oder Projekte in China und Russland – die bis dato erste weltweite Kinderverkehrssicherheitsinitiative beschreitet neue Wege in der Verkehrserziehung: spielerisch, spannend, nah am Alltag. MobileKids soll Spaß machen; dann behalten die Kinder das, was sie wie nebenbei lernen und erfahren, besser in Erinnerung. Zielgruppe sind die Acht- bis Zwölfjährigen – die Altersgruppe, in der das Unfallrisiko besonders stark ansteigt. Im Spiel lernen sie, Situationen im Straßenverkehr besser einzuschätzen. Das ist die Idee, die hinter der Initiative steht: junge Verkehrsteilnehmer für die Risiken des Straßenverkehrs zu sensibilisieren.

Kompetenz für eine gute Sache. Verkehrssicherheit gehört zu den Kernkompetenzen von Daimler. Kinder gehören zu den schwächsten Verkehrsteilnehmern,

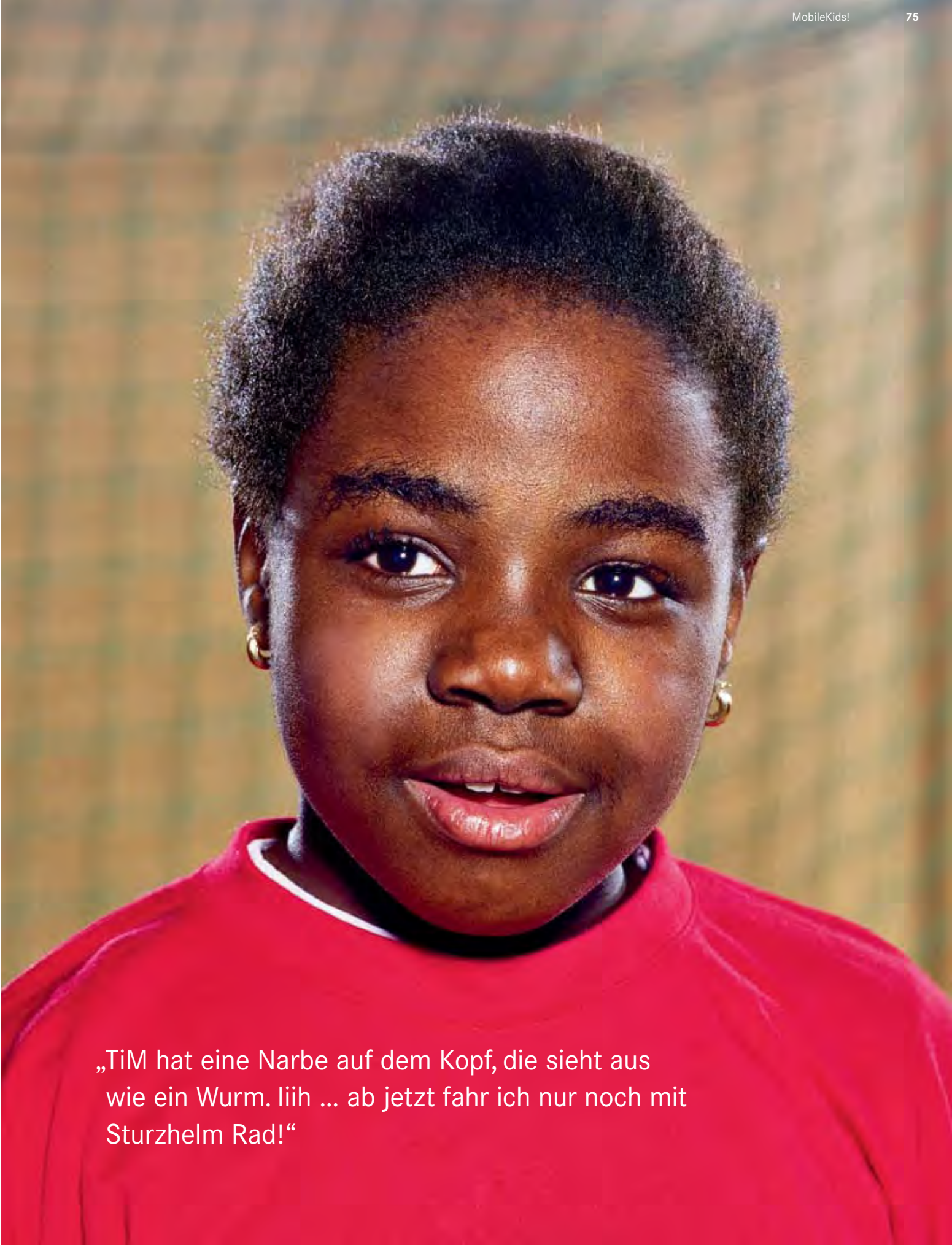
sie sind unerfahren und deshalb besonders gefährdet. Daimler setzt sich bereits seit Jahrzehnten für mehr Kinderverkehrssicherheit ein, der Konzern will auch in diesem Bereich seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Das Projekt „MobileKids“ wurde zusammen mit Verkehrssicherheitsexperten und Medienpädagogen entwickelt und startete im Jahr 2001. Die globale Initiative will weniger konkrete, von Land zu Land unterschiedliche Verkehrsregeln schulen, sondern zu mehr Rücksicht und Umsicht motivieren und weltweit gültige, stets kindgerechte Wahrnehmungsmuster und Verhaltensmuster trainieren: das Rüstzeug also, um sich sicherer im Straßenverkehr zu bewegen und Gefahren rechtzeitig zu erkennen.

Viele nationale Organisationen des Konzerns haben sich der Initiative bereits angeschlossen und sie an die Gegebenheiten vor Ort angepasst, natürlich immer und überall ohne Werbung und ohne Product-Placement. Stefan Bernhart aus dem Bereich Corporate Sponsorship bei Daimler, erklärt das Projekt „MobileKids“ als Business Case: „Daimler steht nicht nur für Innovationen im Bereich der aktiven und passiven Sicherheit, sondern wir übernehmen auch Verantwortung für die Sicherheit der jungen Verkehrsteilnehmer. Wir konzentrieren uns dabei besonders auf Kinder zwischen acht und zwölf Jahren. In diesem Alter sind Kinder schon sehr mobil und nehmen mit ihren Fahrrädern, Boards und Skates aktiv am Straßenverkehr teil, gleichzeitig sind sie aber noch unerfahren und deshalb besonders gefährdet. Daher stehen sie im Mittelpunkt unserer Initiative.“

MobileKids Deutschland. Bei allen Länderinitiativen dient das Internetportal des Projekts „MobileKids“ >>



„So wie das Mädchen im Film rase auch ich manchmal mit dem Rad den Gehweg runter. Ein bisschen mehr nach rechts und links und vorausschauen, das will ich ab jetzt echt machen.“

A close-up portrait of a young girl with dark skin and short, dark hair. She is wearing a red t-shirt and small gold hoop earrings. Her expression is neutral as she looks directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus green and brown pattern.

„TiM hat eine Narbe auf dem Kopf, die sieht aus wie ein Wurm. liih ... ab jetzt fahr ich nur noch mit Sturzhelm Rad!“

als Basis: mit Infos für Kinder, Eltern und Lehrer in sechs verschiedenen Sprachen. Hinzu kommt die Online-stadt „Mokitown“ – die erste weltweite, auf Kinder zugeschnittene Plattform zum Thema Sicherheit im Straßenverkehr.

In Deutschland gehören außerdem die „Nimbols“ dazu: eine 3-D-animierte TV-Serie mit einem Online-spiel, bei dem die witzig-turbulenten Helden des Planeten Traffix Erfahrungen rund um Mobilität und Sicherheit sammeln, aber auch Umweltschutz, Lärm oder Energie zum Thema machen, und natürlich die MobilKids-Tour mit TiM. Unterstützt von den Kultusministerien in Bayern und Baden-Württemberg, hat sie seit 2006 knapp 100 Schulen besucht und fast 10.000 Schüler begeistert. Dabei gibt's zunächst didaktisch aufbereiteten Lernstoff in der Klasse, danach folgt Action pur: TiM kommt mit interaktivem Film-Quiz in Gameshow-Manier, mit Musik, Bewegung und mit Spielen, welche die Kinder aktiv einbinden und die Themen der Lernmaterialien begreifbar machen.

„Die MobileKids-Tour ist eine ideale Ergänzung zu unserer Kampagne im Fernsehen und im Internet. Die Kinder können in der Schule das vertiefen, was sie bereits bei den Nimbols und in Mokitown über Verkehrssicherheit gelernt haben“, hebt Stefan Bernhart die Bedeutung der MobileKids-Tour hervor.

MobileKids wird auch von unabhängigen Studien begleitet; 2007 durch die Uni Koblenz-Landau. Ihr Fazit: Die Gefahrenerkennung hat sich unter den Kids deutlich verbessert. \

[360 GRAD ONLINE]



Als Zusatzinformationen zu diesem Beitrag finden Sie im Internet folgende Elemente:

[1] **MobileKids-Aktivitäten: Indien und Italien**

[2] **Weitere Websites:**

[www.mobilekids.de]

[www.mokitown.de]

[www.nimbols.de]

[www.daimler.com/nachhaltigkeit]

RUNDHERAUS

Drei Fragen an ...


Jörg-Tim Wilhelm, Tour-Entertainer TiM, deutscher Musiker und Schauspieler, bekannt als Moderator von „Pumuckl-TV“.



— **TiM, auf der aktuellen MobileKids-Tour hast du engen Kontakt zu den Kindern. Worauf fahren die besonders ab?** Auf die Musik – mitsingen, klatschen, hüpfen, miteinander Spaß haben. Zusammen mit den Spielen ist das auch ein toller Zugang zu Kindern mit Migrationshintergrund.

— **Und wie bringst du ihre Augen zum Leuchten?** (TiM lacht.) Na, da ist unser Film-Quiz: weckt den Kampfgeist, das Wir-Gefühl im Team. Dazu die zwei Nimbols: die intelligente Neema und der tollpatschige Urp. Die beiden lebenden, mitspielenden Mannschaftssymbole, die jedes der Kinder auf dem T-Shirt trägt – das begeistert! Die Shirts können sie anschließend mit nach Hause nehmen, als Andenken an die Tour.

— **Welches Erlebnis hat dich am stärksten beeindruckt?** Die Offenheit der Kinder ist für mich immer neu beeindruckend. Lustig sind manche Briefe, die ich nach einer Etappe erhalte, eine Einladung zum Eisessen etwa. Ein Kind schrieb: „Meine Lehrerin mag dich – aber das bleibt unser Geheimnis, ja?“ Das zeigt mir, dass mich die Kinder akzeptieren.

A close-up portrait of a young girl with light blonde hair, freckles, and a bright red t-shirt. She is smiling slightly and looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus green and brown.

„Beim Film-Quiz hat unser Team gewonnen, weil bei uns ein paar dabei waren, die das schon richtig gut draufhaben – die haben das sofort gemerkt, wenn’s unübersichtlich wurde oder gefährlich!“