



Statens vegvesen

Nyttårspressekonferanse Trafikkulykker 2006

Seksjonsleder Finn Harald Amundsen

Trafikksikkerhetsseksjonen

Statens vegvesen, Vegdirektoratet



Utviklingstrekk – Drepte

- Økning i forhold til 2005, men innenfor langtidstrenden
- Økning i regionene øst, vest og nord
Reduksjon i sør
- Økning i aldersgruppene under 12 år og over 60 år
- Økning for bilførere
Reduksjon for bilpassasjerer
- Økning i personbil/buss/MC

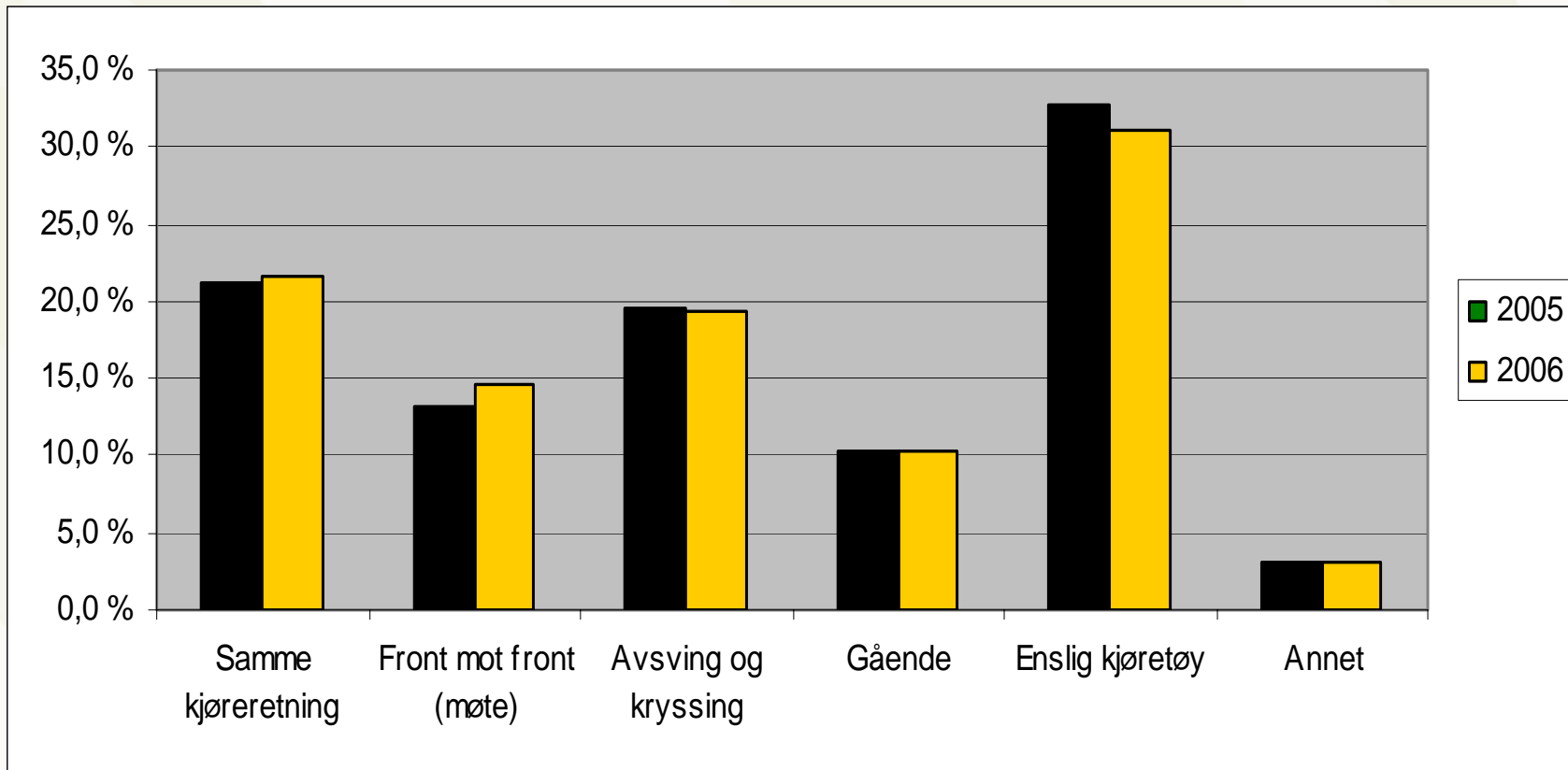


Utviklingstrekk – Skadde

- Reduksjon på ca 3%
- Reduksjon i regionene sør, midt og nord
- Alder omtrent som i 2005
- Noen flere bilførere
- Transportenheter
 - økning (buss, varebil, lastebil, MC)

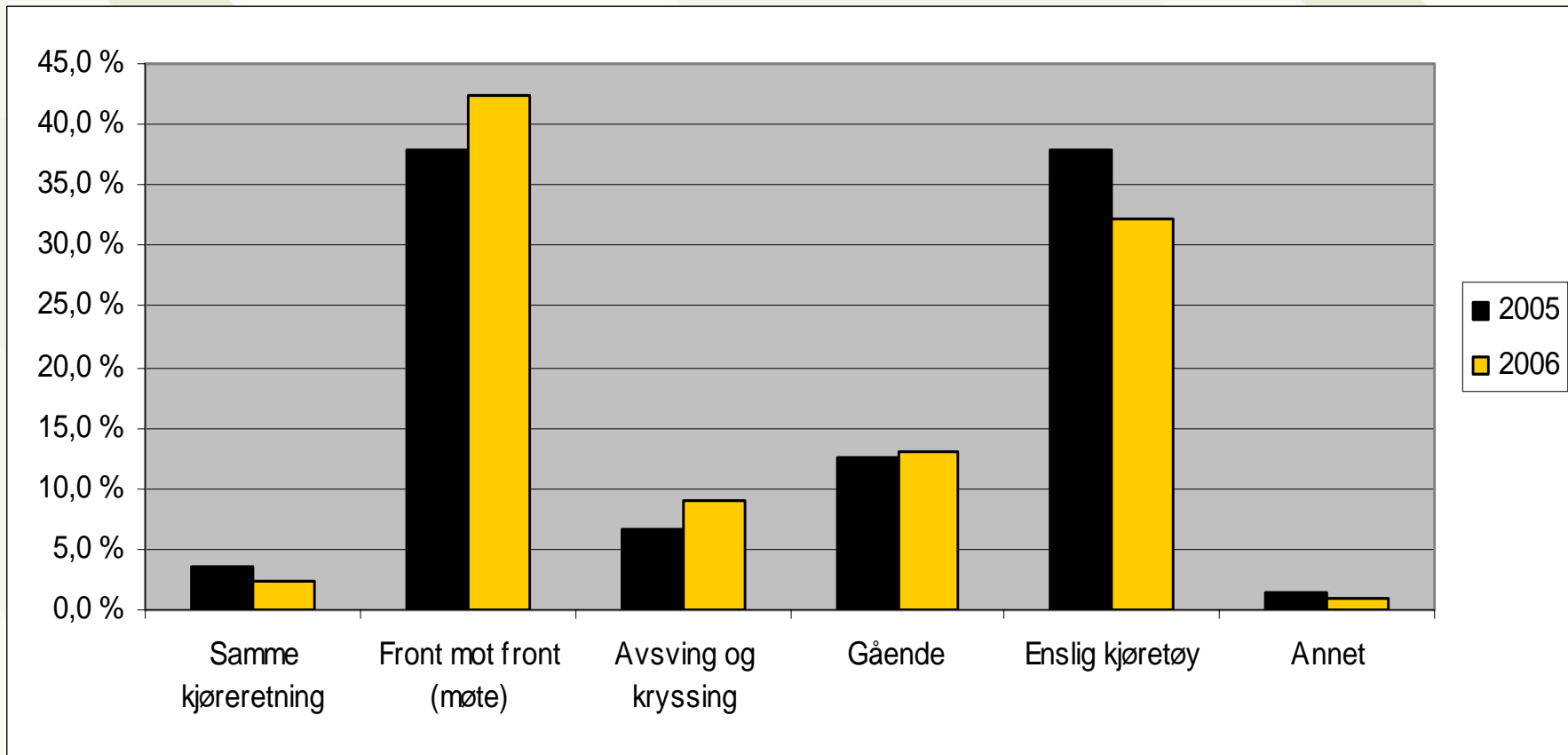


Uhellsgrupper - ulykker





Uhellsgrupper - Drepte





Tiltak og oppgaver i 2007

- Økt satsing på bilbelte
- Møteulykker
 - motorveger (E6 og E18)
 - midtrekkverk
 - midtfelt
- Utforkjøringar
 - TS inspeksjoner
 - Rekkverksutbedringer

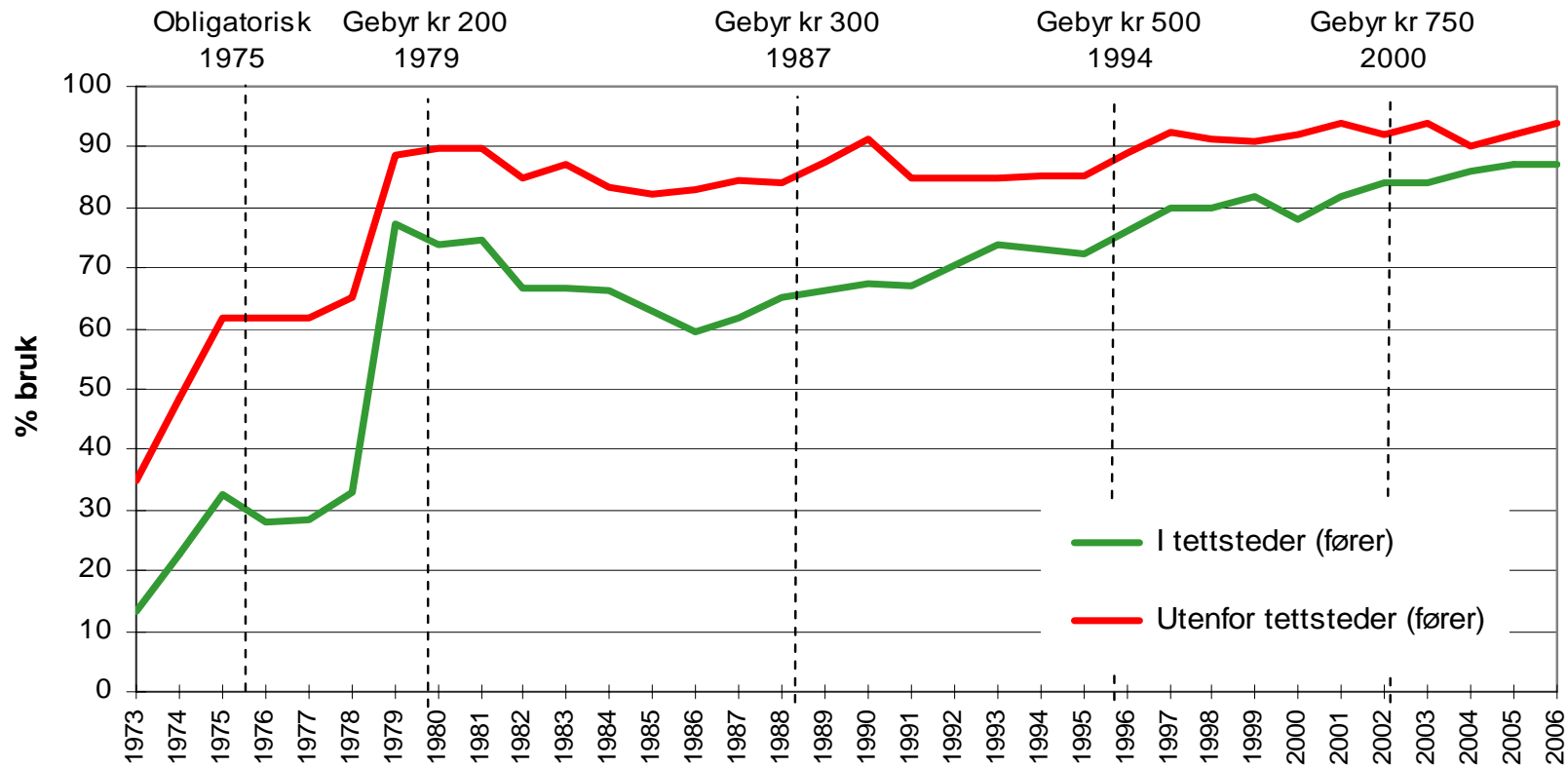


Tiltak og oppgaver i 2007 forts.

- Fotgjengere
 - Gangfelt (kriterier og gjennomgang)
 - Synlighet (refleks)
- MC
 - Synlighet
 - Veileder
 - Opplæring
- Sykkel
 - Synlighet
 - Sykkelveginspeksjoner
 - Sykkelhjelm



Bruk av bilbelte blant førere





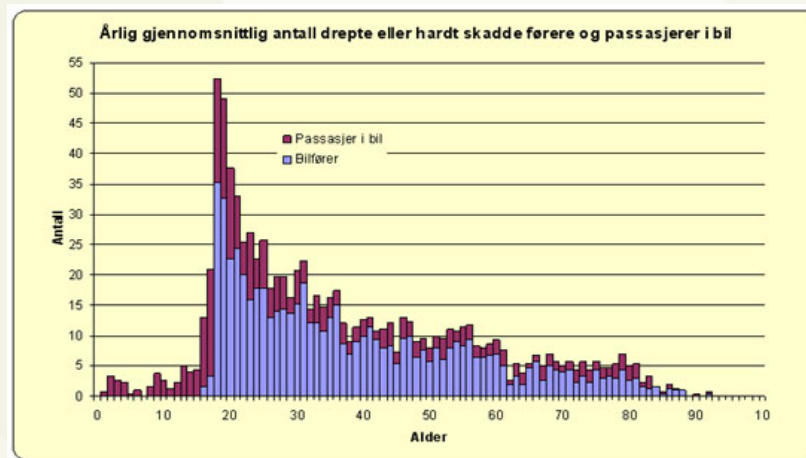
Bakgrunn (bilbeltekampanje)

"65 (44 %) av de 147 omkomne i bil i 2005 brukte ikke bilbelte"

UAG-rapport 2005

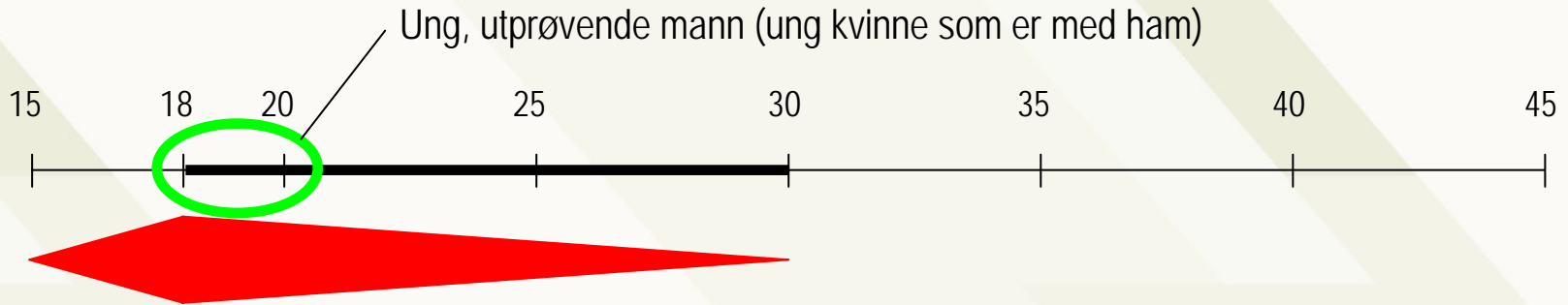
Ulykkestallene for de seneste årene viser at det er et stort potensial i å redusere antall alvorlig skadde og drept i aldersgruppen 16-24 år.

40 unge i denne alderen ble drept i bilulykker i 2005, mindre enn halvparten brukte bilbelte.

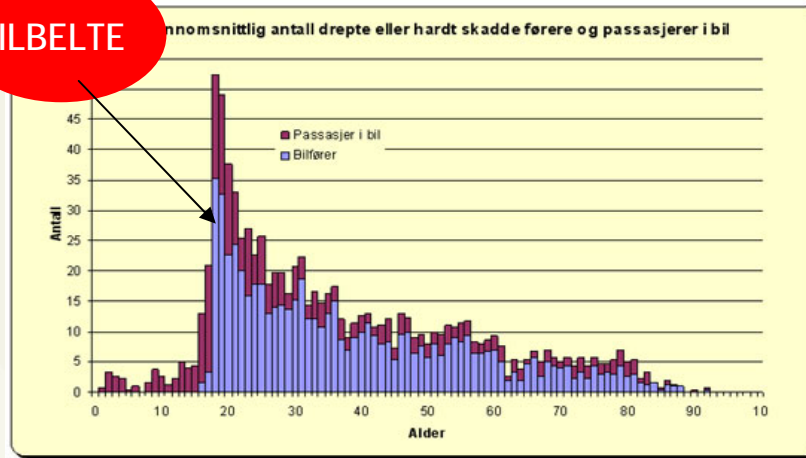




Målgruppefokus



BILBELTE





Årets kampanje

- Som før....
 - Bruk av bilbeltebildene og informasjonsmateriell
 - Kampanjeskilt
 - Landsomfattende kontroller kombinert med info
 - Mediefokus (PR)
 - Massekommunikasjon (reklame) i ulike medier
- Nytt – ***filmkonkurrans! Innlevering av manus og idè, kåring av vinner, produksjon og visning!***



Filmkonkurransen

- Konsept:
 - Ungdom (16-24) hjelper Statens vegvesen med å få ungdom til å bruke bilbelte – gjennom ideer til reklamefilmer
 - Skape oppmerksomhet og engasjement om bilbelte i målgruppa, og forsterke "Husk bilbelte"-budskapet på en ny måte
 - Nasjonal avstemming for å kåre vinner
 - Vinnerfilm blir produsert i samarbeid med kjent filmregissør. Filmen vises riks på TV og kino.

Involvering: Vekt på å finne forslag til kampanjeløsninger som gjør målgruppen synlig, aktive og som lar dem snakke selv.



Statens vegvesen

Trafikkonsulent
Statens vegvesen

Kåre Uthaug
Regissør Fritt Vilt

Sigrid Bonde Tusvik
Skuespiller

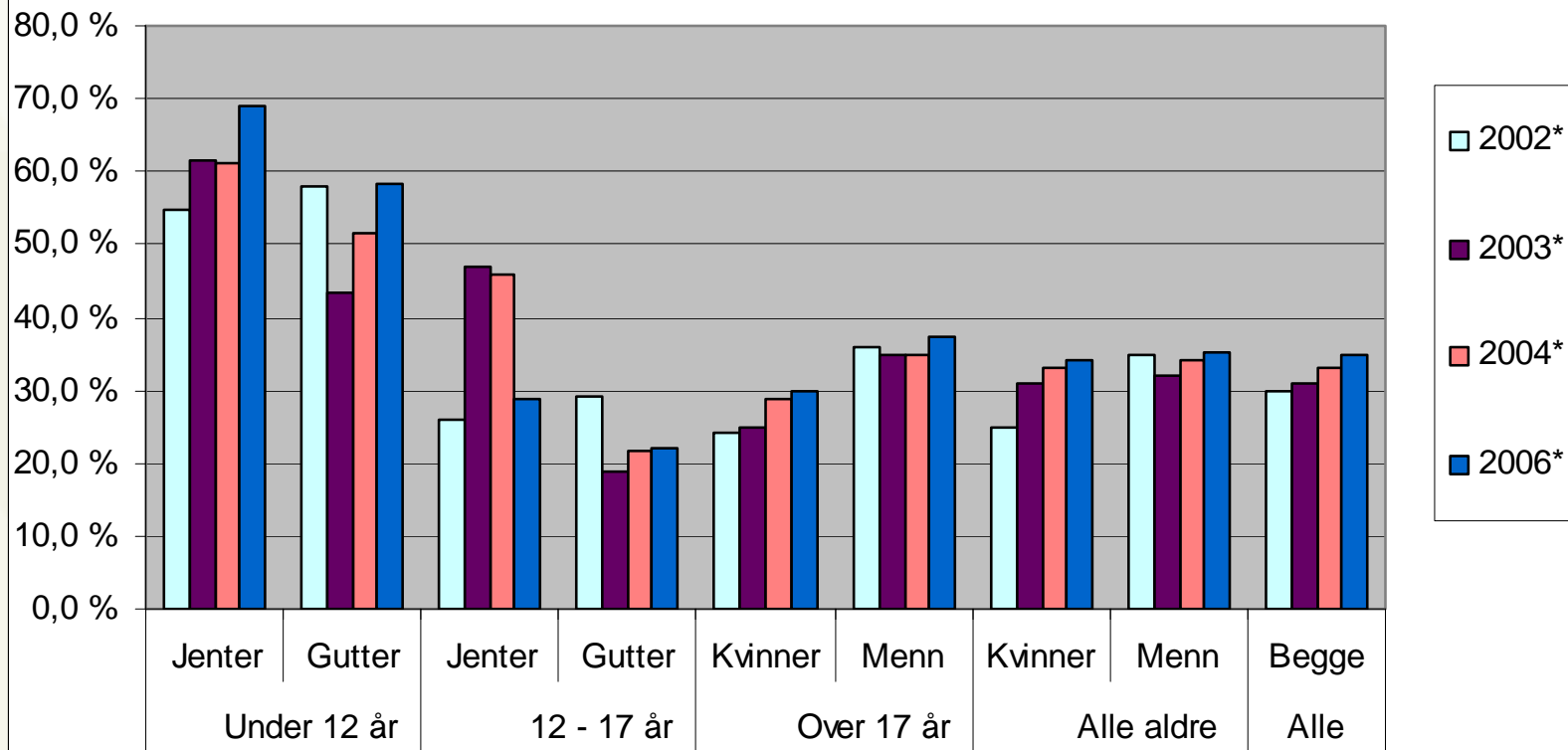
**VIL DU
LAGE FILM?**

Nå skal til for å få unge folk til å alltid bruke bilbelte?
Har du den beste ideen og er mellom 16-24 år, får du lage reklamefilm sammen med regissøren hak Fritt Vilt.
Les mer på vegvesen.no/bilbelte eller send **BILBELTE** til 2229. Innleveringsfrist 1. februar.

Statens vegvesen



Bruk av sykkelhjelm 1999 - 2006



* Tallene er vektet



Føreratferd og risiko

- Kjøring med for høy fart – 3 ganger så farlig
- Kjøring når en er søvning – 3 ganger så farlig
- Uoppmerksom i 2 sekunder – dobbelt så farlig
- Aggressiv kjøring – dobbelt så farlig
- Høyrisikokjøring (for fort, uten bilbelte, gammel bil, søvning) – opp til 100 ganger så farlig