



Geblitzt.de Umfrage zeigt: Blitzermarathon polarisiert

Es ist wieder so weit. Am 3. April dieses Jahres wird im Zuge des europaweiten Blitzermarathons bundesweit justiert, gemessen und geblitzt. Die Messstellen gibt die Polizei im Vorfeld wie gewohnt bekannt. Bei vergangenen Blitzermarathons wurden in der Regel trotzdem zahlreiche Geschwindigkeitsverstöße registriert. Doch was hält eigentlich die Bevölkerung von der Großoffensive der Polizei? Die Berliner Coduka GmbH hat das Marktforschungsinstitut INSA-Consulere beauftragt, um insgesamt 1018 Personen in Sachen „Blitzen“ auf den Zahn zu fühlen.

Das relevanteste Ergebnis vorne weg: Über 80 % der Befragten sprechen sich für Geschwindigkeitsmessungen im Allgemeinen aus, aber nur knapp die Hälfte hält den Blitzermarathon für sinnvoll. Geschwindigkeitsüberwachungen seien wichtig, um Autofahrer zur Einhaltung des Tempolimits zu bewegen, sagen fast drei Viertel derer, die generell für das Blitzen sind. Rund 70 % meinen zudem, dass die Kontrollen mehr Sicherheit im Straßenverkehr herbeiführen würden. Wieso aber steht der Blitzermarathon als besondere Maßnahme der Verkehrsüberwachung weniger hoch im Kurs?

Jan Ginhold, Geschäftsführer der Coduka GmbH, hat eine Antwort: „Das großflächige Blitzen innerhalb von vierundzwanzig Stunden wäre nur dann nachhaltig, wenn man das Event mit verkehrspädagogischen Maßnahmen im Sinne einer besseren Aufklärung kombinieren würde. Zudem – und das sagen ja auch gut ein Viertel der Befragten – müssten die Einnahmen für passende Zwecke wie Straßenbau- und Sanierung verwendet werden.“ Wenn in kurzer Zeit so oft geblitzt wird, bleiben Messfehler nicht aus. Diesbezüglich verweist Jan Ginhold auf Geblitzt.de, den Online-Service der Coduka: „Hier können Betroffene ihren Anhörungsbogen und Bußgeldbescheid zwecks kostenfreier Prüfung einreichen.“

Die Frage, ob man überhaupt schon mal geblitzt wurde, beantworten fast zwei Drittel der Befragten mit ja – bei den über 60-Jährigen sind es sogar mehr als 70 %. Ein Beleg dafür, dass kaum jemand im Laufe seines Autofahrerlebens vor Post von der Bußgeldstelle gefeilt ist. Von den 493 interviewten Männern sind übrigens über zwei Drittel bereits geblitzt worden, bei den 525 weiblichen Befragten fällt dieser Anteil mit circa 60 % etwas geringer aus. In Bezug auf die Härte der Strafen für Tempoverstöße sehen weniger als die Hälfte der Befragten Anlass zur Nachjustierung. Allerdings variiert diese Meinung stark nach Alter der Befragten. Während von den 18- bis 29-Jährigen nur knapp über ein Drittel strengere Sanktionen fordert, spricht sich unter den 50- bis 59-Jährigen gut die Hälfte dafür aus.

Herausgeber

CODUKA GmbH
Edisonstr. 63
12459 Berlin

Pressekontakt

CODUKA GmbH
Leiter Marketing und PR: Dr. Sven Tischer
Telefon: 030 / 99 40 43 630
E-Mail: presse@coduka.de



SEITE 2 VON 2

Was die Antworten der Befragten aus den alten und neuen Bundesländern betrifft, herrscht in der Regel Übereinstimmung. Abgesehen von kleinen Nuancen, wie zum Beispiel bei der Frage nach der Notwendigkeit von Geschwindigkeitsüberwachungen: Ein Zehntel der Ostdeutschen ist nämlich der Meinung, die Polizei sollte sich auf wichtigere Aufgaben konzentrieren. Von den Westdeutschen denken das nur sieben Prozent. Auch den Blitzermarathon sehen ca. sechs Prozent mehr Menschen in Ost- als in Westdeutschland kritisch.

Wer geblitzt wird kann sich also von der Coduka GmbH helfen lassen. Diese arbeitet für die Überprüfung der Vorwürfe eng zusammen mit zwei großen Anwaltskanzleien, deren Verkehrsrechtsanwälte bundesweit vertreten sind. Die Zahlen können sich sehen lassen. Täglich erreicht das Geblitzt.de-Team eine Flut von Anfragen. 12 % der betreuten Fälle werden eingestellt, bei weiteren 35 % besteht die Möglichkeit einer Strafreduzierung. Und wie finanziert sich das kostenfreie Geschäftsmodell? Durch die Erlöse aus Lizenzen einer selbst entwickelten Software, mit der die Anwälte ihre Fälle deutlich effizienter bearbeiten können. Somit leistet die Coduka GmbH aufgrund des Einsatzes von Legal-Tech-Lösungen Pionierarbeit auf dem Gebiet der Prozessfinanzierung.

Herausgeber

CODUKA GmbH
Edisonstr. 63
12459 Berlin

Pressekontakt

CODUKA GmbH
Leiter Marketing und PR: Dr. Sven Tischer
Telefon: 030 / 99 40 43 630
E-Mail: presse@coduka.de