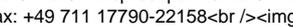




## Mercedes-Benz Kundencenter Rastatt: Interaktives Verkehrserziehungsprogramm für Schulen im Großraum Rastatt

Mercedes-Benz Kundencenter Rastatt: Interaktives Verkehrserziehungsprogramm für Schulen im Großraum Rastatt  
RoadSense, das Verkehrserziehungsprogramm von Mercedes-Benz für junge Mitfahrer im Alter von 13 bis 15, ist im April 2015 zum dritten Mal in Rastatt Plätze für rund 1.000 Schülerinnen und Schüler. Interessierte Schulen können sich jetzt im Internet anmelden. Das Verkehrserziehungsprogramm RoadSense von Mercedes-Benz bietet rund 1.000 Schülerinnen und Schüler in Rastatt die Gelegenheit, sich das eigene Verhalten im Straßenverkehr bewusst zu machen und die Eigenverantwortung zu stärken. Unter Anleitung speziell geschulter Fahrlehrer lernen die Teilnehmer der Eintagesveranstaltung, sich selbst in ihrer Rolle als Mitfahrer und andere Verkehrsteilnehmer einzuschätzen, Konflikte zu lösen und Risiken zu vermeiden. Zusätzlich werden mit einer so genannten Rauschbrille, die Wirkung von Alkohol simuliert und die Gefahren des "Toten Winkels" demonstriert. Die Trainingsinhalte von RoadSense hat Mercedes-Benz in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat und der Jacobs University Bremen entwickelt. Es richtet sich an Schüler der achten und neunten Klasse. Die Unfallkasse Baden-Württemberg befürwortet das Programm als einen Baustein der Mobilitätserziehung in der Sekundarstufe der Rastatter Schulen. Als Erfinder des Automobils investiert Mercedes-Benz seit über 125 Jahren in die Sicherheit im Straßenverkehr. Vorangetrieben durch die Vision des unfallfreien Fahrens steht der Automobilkonzern vor allem für zahlreiche Innovationen im Bereich der aktiven und passiven Sicherheit, wie z.B. der Aktive Totwinkel-Assistent, DISTRONIC Plus oder Pre-Safe Plus. Mit dem Verkehrserziehungsprogramm RoadSense erweitert Mercedes-Benz den Sicherheitsgedanken über das Fahrzeug hinaus bis zum Faktor Mensch und nimmt Jugendliche in den Fokus: So zählen die falsche Einschätzung von Situationen und des eigenen Könnens, ein geringes Risikobewusstsein und Gruppendruck zu häufigen Unfallursachen von jugendlichen Fahrern und Mitfahrern. Seit Juni 2010 haben mehr als 25.000 Schüler an inzwischen zwölf etablierten Standorten in Deutschland an RoadSense teilgenommen. RoadSense ist vom 21. bis 30. April 2015 wieder im Mercedes-Benz Kundencenter in Rastatt, Gottlieb-Daimler-Straße, 76437 Rastatt. Die Anmeldung zu RoadSense können alle interessierten Schulen selbstständig über ein Registrierungssystem im Internet unter [www.roadsense.de](http://www.roadsense.de) vornehmen. Dort sind auch weitere Informationen zum Programm erhältlich. Ansprechpartner: Maïke Federico, Wirtschaftskommunikation, Werke Bremen Rastatt. Tel.: +49 711 17-40217. Fax: +49 711 17790-22158. 

### Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

### Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

ehemals DaimlerChrysler AG DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.