

## BOB, ook als je naar een feest gaat



**Op maandag 19 juni 2017 gaat wederom de Bob-zomercampagne van start. Deze campagne richt zich op het voorkomen van rijden onder invloed van alcohol. Dit gebeurt door automobilisten en hun passagiers te stimuleren samen de Bob-afspraken te maken en die consequent na te leven. Bob is daarbij degene die geen alcohol drinkt en de anderen veilig thuis brengt.**

### Focus campagne

De focus in de campagne is gericht op plaatsen en momenten, waar mensen alcohol drinken voordat ze met de auto huiswaarts gaan. Bijvoorbeeld in de horeca, bij evenementen, in de sportkantine, examenfeesten of bij familie en vrienden.

### Campagnebeeld

De zomercampagne is dezelfde campagne als voorgaande jaren en is een vervolg op het concept dat met de Bob-wintercampagne 2012-2013 geïntroduceerd is, 'BOB, ook als je op visite gaat'. De focus van de campagne heeft echter voor deze periode een ruimere insteek dan alleen de privéfeestjes, namelijk: allerlei zomerse activiteiten waarbij alcohol wordt gedronken. De doelgroep is daarom de bezoekers van zomerse feestjes: automobilisten en hun passagiers die naar een zomers event gaan, een terrasje gaan pikken, naar een (examen)feestje, naar een BBQ gaan bij familie en vrienden en bij dat bezoek alcohol drinken. De letter 'O' in het Bob-logo is op de attentieborden langs de snelwegen steeds vervangen door een item dat toepasselijk is op het thema 'zomerse feestjes' zoals een BBQ, een opblaasstoel, een buitenlamp en platenspeler.

Op een aansprekende manier wordt opnieuw de aandacht gevestigd op het cruciale keuzemoment voor het maken van de Bob-afspraken: liefst vóór het feestje, maar in ieder geval voordat er alcohol

### Voor meer informatie

[www.verkeersactie.nl](http://www.verkeersactie.nl) of de helpdesk:  
[info@verkeersactie.nl](mailto:info@verkeersactie.nl)

### Volgende actie

De scholen zijn weer begonnen (VVN)  
half augustus  
Aandacht op de weg/ gebruik smartphone  
half september

geschonken wordt. Met de payoff 'Daar kun je mee thuis komen' wordt het belang van die afspraak voor een veilige thuisreis nog eens benadrukt. Dat zonder betutteling en met typische Bob-humor.

### Campagnematerialen

Naast de mottoborden op het hoofdwegenet bestaat de campagne uit posters langs invalwegen, advertenties in de Limburgse media en persberichten. De advertenties en het persbericht staan op de site [www.verkeersactie.nl](http://www.verkeersactie.nl) en kunnen gedownload worden. Dit materiaal is vrijelijk te gebruiken ter ondersteuning van eigen campagnes.

Voor regionale ondersteuning van deze campagne zijn twee varianten van de posters, tuinfeest en terrasje, in twee formaten beschikbaar:

- Posters 84 x 118 cm
- Posters 50 x 76 cm

**Voor nabestellingen en reacties op deze actie kunt u reageren via de site [www.verkeersactie.nl](http://www.verkeersactie.nl). Voor alle materialen geldt op = op!**

### Wist je dat?

- 1 op de 5 verkeersslachtoffers het directe gevolg is van alcohol in het verkeer? In 2013 ging het om bijna 120 doden en ruim 4.000 ernstig gewonden.
- De Nederlandse politie bij alcoholcontroles jaarlijks 1 miljoen blaastesten afneemt?
- Bijna alle Nederlanders vinden dat alcohol en verkeer niet samengaan?
- Alcohol al na ongeveer 10 minuten je hersenen bereikt?