

Voor meer informatie

[www.rovl.nl](http://www.rovl.nl) of [info@rovl.nl](mailto:info@rovl.nl)

Volgende actie

MONO, aandacht op de weg:  
vanaf begin september

# Ben je BOB, zeg het hardop!

Begin juli gaat wederom de Bob-zomercampagne van start in Limburg. Boodschap van de campagne is dat je van tevoren afsprekt wie de Bob is als je samen met de auto ergens naar toe gaat en hardop zegt dat je de Bob bent, ook als je alleen rijdt en ergens komt waar geschonken wordt. Door het gebruik van alcohol kan immers de verkeersveiligheid in gevaar komen.



Vanwege de versoepelingen van de coronamaatregelen is het juist nu nodig om automobilisten te herinneren aan de sociale Bob norm (alcohol en verkeer gaan niet samen). Begin juni is door het Rijk hiervoor de kortdurende campagne 'Bob, ook nu de kroeg weer open is' gehouden, de 'Ben je Bob, zeg het hardop!' campagne sluit hier naadloos op aan.

## Bob: kom veilig thuis

De Bob-campagne richt zich op het voorkomen van rijden onder invloed van alcohol. Het fenomeen Bob is volledig ingeburgerd en het maken van de Bob-afpraak is voor een ruime meerderheid van de automobilisten inmiddels een gewoonte.

Automobilisten en hun passagiers worden gestimuleerd samen de Bob-afpraak te maken en die consequent na te leven. Bob is daarbij degene die geen alcohol drinkt en zichzelf en de anderen veilig thuisbrengt.

De focus in de campagne is gericht op automobilisten, alleen rijders en samen rijders, die met de auto naar locaties gaan waar alcohol wordt geschonken zoals horecagelegenheden, sportkantines, bij familie of vrienden of bij evenementen. Juist in die situaties kunnen automobilisten door de gezellige sfeer en het groepsproces in de verleiding komen om alcohol te drinken, ook al hebben ze zich (al dan niet op basis van een afspraak met anderen) voorgenomen om als Bob nuchter te blijven. De slogan 'Ben je Bob, zeg het hardop!' laat op positieve wijze zien dat het heel normaal is dat je tijdens het uitgaan net als bij visites en etentjes al vooraf een Bob-afpraak maakt en deze afspraak ook kenbaar maakt.

## Campagnemateriaal

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

Zoals steeds het geval is, ontvangen alle campagnekalenderdeelnemers het campagnemateriaal in de gebruikelijke hoeveelheden. Voor regionale ondersteuning van deze campagne zijn de posters in twee formaten beschikbaar:

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

Voor alle materialen geldt op = op! Voor nabestellingen en reacties op deze actie kunt u reageren via [info@rovl.nl](mailto:info@rovl.nl).

## Bob houdt de nul

Uit onderzoek blijkt dat 1 drankje al genoeg is, om je trek te geven in het volgende. En dat gebeurt razendsnel, omdat alcohol in ongeveer 10 minuten je hersenen bereikt.

Met wie, wanneer en waar je drinkt heeft ook invloed. Zeg maar eens 'nee' tegen je vrienden en familie als het gezellig is en iedereen een drankje neemt. Omdat het bij de sfeer hoort of omdat je niet zo flauw wilt doen. Voor je het weet, zit je aan de wettelijke grens van wat je mag drinken. Ga je er overheen dan breng je jezelf, je eventuele passagiers én andere verkeersdeelnemers in gevaar. Daarnaast riskeer je ook nog eens een hoge boete of zelfs verlies van je rijbewijs. Een Bob heeft daarom dus 0% op.

Zorg dus dat je altijd een Bob afspraak maakt of kies er voor zelf Bob te zijn. Dan kan iedereen veilig thuiskomen!

