

Voor meer informatie

www.rovl.nl of de helpdesk:
info@rovl.nl

Volgende actie

De scholen zijn weer begonnen (VVN):
half augustus
MONO, aandacht op de weg :
begin september

BOB, ook als je naar een feest gaat

Begin juli 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-afpraak 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 '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-afpraak: liefst vóór het feestje, maar in ieder geval voordat er alcohol geschonken wordt. Met de payoff 'Daar kun je mee thuiskomen' 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 www.rovl.nl/ campagnes 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, tuinkeest en terrasje, 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.



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.

