



factsheet - mei '12

ALCOHOL EN VERKEER

Sinds de start van Bob-campagne is er een sterke daling van het aantal alcoholincidenten in het verkeer

Bob-campagne

De Bob-campagne is een gezamenlijk initiatief van het ministerie van Infrastructuur en Milieu, de gezamenlijke producenten van bier, wijn en gedistilleerde dranken en Veilig Verkeer Nederland.

Uitgangspunten van de Bob-campagne:

- De Bob-campagne bevordert het nuchter autorijden waarbij Bob degene is die nuchter blijft, zodat iedereen veilig thuiskomt.
- Door de positieve aanpak van de campagne is het niet drinken als je nog moet rijden makkelijker bespreekbaar en tot zeer breed gedragen norm geworden.
- De combinatie van voorlichting en handhaving die tijdens de Bob-campagne hand in hand gaan, blijkt een succes.

Resultaten

Sinds de invoering van de Bob-campagne in 2001 is er een daling van het aantal alcoholincidenten:

- Het aantal dodelijke verkeersongelukken waarbij alcohol in het spel was, is gedaald van 280 in 2001 naar 105 in 2008¹.
- Het aantal verkeersgewonden (waarbij sprak is van een ziekenhuisopname) waarbij alcohol in het spel was, is gedaald van 3.000 in 2001 naar 2.400 in 2008².
- Het aantal overtreders van de alcohollimiet bij verkeerscontroles is gedaald van 4,1% in 2002 naar 2,4% in 2010 zie onderstaand overzicht³. In 2009 heeft er geen meting plaatsgevonden.
- Het alcoholgebruik onder de groep beginnende bestuurders neemt ook af. Zo daalde het percentage overtreders van 4,8% in 2008 naar 4,1% in 2010³.

Ontwikkeling overtreders alcohollimiet in %



1 Thuiskomen in 2008 - Een overzicht van de monitoringsresultaten van de verkeersveiligheids campagnes 2003 - 2008, ministerie van Verkeer en Waterstaat

2 Ministerie van Verkeer en Waterstaat, Rijden onder invloed in Nederland in 1999-2008

3 Ministerie van Infrastructuur & Milieu, Rijden onder invloed in Nederland in 2002-2010