„BOB“-Kampagne: Immer mehr machen mit

Verkehrssicherheitsaktion der Polizei und dieser Zeitung soll Zahl der „Disco-Unfälle“ senken

Dillenburg (spa). Im Herbst vergangenen Jahres hatte das Polizeipräsidium Mittelhessen die „BOB“-Kampagne, die ein Zeichen gegen den Alkoholmissbrauch am Lenkrad setzen soll, gestartet. Ziel der Initiatoren, zu denen auch Partner aus Gastronomie und regionale Unternehmen gehören, war es vor allem, jene schlimmen „Disco-Unfälle“ zu verhindern, die sich fast alltäglich mit oft schrecklichen und tragischen Folgen ereignen.

Die „BOB“-Kampagne wird jetzt auch von der Deutschen Bank und der Langenaubacher Unternehmerin Ulrike Kreutz unterstützt. V.l.: Polizeihauptkommissar Andreas Düding (BOB-Projektleiter im heimischen Raum), Arne Reinhardt (Leiter der Deutschen Bank-Filiale in Dillenburg), Ulrike Kreutz und Peter Hornof (Leiter des Regionalen Verkehrsdienstes Lahn-Dill).

Bei der „BOB“-Aktion mit im Boot sitzen seit Oktober 2007 auch DILL-ZEITUNG, HERBORNER ECHO und HAIGERER KURIER. Jetzt erreichte die Initiative auch die Dillenburger Filiale der Deutschen Bank.

Hinter dem Fantasienamen „BOB“ verbirgt sich ein ganz wichtiger Job – nämlich der des Chauffeurs, der den Abend über die Finger vom Alkohol lässt und sich dann mit 0,0 Promille nach einem feuchtfröhlichen Treffen im Kreise seiner Freunde hinter‘s Steuer setzt, um seine Kumpels sicher nach Hause zu bringen.

Damit „BOB“ funktioniert, bedarf es der tatkräftigen Unterstützung von Firmen, Vereinen, Feuerwehren und Banken, die sich bei der Polizei mit „BOB“-Schlüsselanhängern eindecken und sie an ihre Mitarbeiter, Kunden, Besucher und Mitglieder abgeben. Der knallgelbe „BOB“ ist Talisman und Ausweis zugleich, mit dem man zeigen kann: „Ich bin heute der BOB.“

In einigen Gaststätten, die sich an der Aktion beteiligen, ist der Anhänger bares Geld wert. Die Wirte spendieren dem „BOB“ ein alkoholfreies Getränk – als Dankeschön für seinen Freundschaftdienst. Mittlerweile haben sich über 70 Gaststätten im Kreis dieser Initiative angeschlossen.

Im Rahmen einer neuerlichen Aktionswoche erwarb Arne Reinhardt (Leiter des Investment+FinanzCenter der Deutschen Bank in Dillenburg) jetzt 200 BOB-Schlüsselanhänger, die er und seine Mitarbeiter in den kommenden Wochen und Monaten an jugendliche Bank-Kunden weitergeben möchten. Jeder BOB-Schlüsselanhänger ist an Appell an die Jugendlichen, sich an dem Projekt zu beteiligen.

Polizeihauptkommissar Andreas Düding (BOB-Projektleiter im heimischen Raum) und Perter Hornof (Leiter des Regionalen Verkehrsdienstes Lahn-Dill) brachten ihre Freude über das Engagement der Deutschen Bank zum Ausdruck und übergaben die BOB-Schlüsselanhänger persönlich. „Mit im Boot“ sitzt darüber hinaus jetzt auch die Langenaubacher Unternehmerin Ulrike Kreutz, die spontan einen Geldbetrag spendete, um die BOB-Aktion zu fördern.

Im Zuge des Aktionstages codierten Beamte des Regionalen Verkehrsdienstes zudem kostenlos Fahrräder. Durch eine individuelle Gravur werden die Räder zu einem Unikat. Bei dem Verlust eines Rades oder dessen Auffinden kann es anhand dieser Kennung sofort zugeordnet werden.

„BOB“-Kampagne: Das Ursprungsland ist Belgien

„BOB“ kann jeder werden, der in abendlicher Runde – ob beim Kegeln, in der Disco oder beim Open-Air-Konzert – mit seinen Freunden unterwegs ist.

Ganz besonders wendet sich das Projekt an junge Leute. Und das aus gutem Grund: Obwohl der Anteil der 18- bis 24-Jährigen an der Gesamtbevölkerung bei acht Prozent liegt, ist diese Altersgruppe fast an jedem dritten Verkehrsunfall beteiligt. Zwischen Januar 2006 und Juni 2007 gab es allein im Lahn-Dill-Kreis 120 dieser Karambolagen, allesamt mit jungen Leuten, die ausschließlich auf den Einfluss von Alkohol und/oder Drogen zurückzuführen waren. Dabei wurden 82 Fahrer und Insassen zum Teil schwer verletzt. Der Sachschaden belief sich auf knapp eine halbe Million Euro.

Ursprungsland der „BOB“-Aktion ist Belgien, wo 97 Prozent der Bevölkerung bereits wissen, was hinter der Initiative steckt. Wer seinen auffallenden Schlüsselanhänger vor sich auf den Tisch legt, gibt zu erkennen, nüchtern zu bleiben und keinen Alkohol trinken zu bleiben.

Holland kopierte diese Kampagne.

Getragen wird die „BOB“-Kampagne auch vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DeHoGa). Dessen Mitgliedsbetriebe sind an einem speziellen „BOB“-Aufkleber erkennbar.

Unternehmen und Gaststätten, die „BOB“-Anhänger haben möchten, können sich wegen Einzelheiten direkt mit der Direktion Verkehrsdienste des Polizeipräsidiums Mittelhessen unter Tel. (0641) 7006-3804 in Verbindung setzen. Mail-Anschrift: dvs.ppmh@polizei.hessen.de. (spa)