

Aktion BOB

Eine Aktion gegen Alkohol am Steuer

Stufe 2: Effektivität wahrscheinlich

Programminformationen

Ziel

Vermeidung von Autofahren unter Alkoholeinfluss, Prävention von alkoholbedingten Verkehrsunfällen

Zielgruppe

junge Fahrerinnen und Fahrer bis zu einem Alter von 25 Jahren

Methode

Durch Öffentlichkeitsarbeit und Workshops an Schulen (ab Klasse 11 und auch in Vereinen, Fahrschulen, Behörden, Betrieben für die Auszubildenden und an beruflichen Schulen) wird die Aktion bekanntgemacht und für das Thema sensibilisiert.

BOB ist die Bezeichnung für die Person einer Gruppe, die nach Absprache keinen Alkohol trinkt und sich und seine Mitfahrer sicher nach Hause bringt. Er oder sie dokumentiert seine Verantwortungsübernahme für die Gruppe nach außen, indem er/sie sich mit dem knallgelben BOB-Schlüsselanhänger zu erkennen gibt.

Die Aktion wirbt unter Gaststätten, Kneipen und Diskotheken für eine Teilnahme. Dort erhält BOB ein alkoholfreies Getränk gratis.

Material / Instrumente

Schlüsselanhänger, Material Öffentlichkeitsarbeit

Programmbeschreibung

<http://www.aktion-bob.de/idee.html>

Ansprechpartner

<http://www.aktion-bob.com/>

Evaluation

Röser, F., Hamburger, K. & Knauff, M. (2012): Evaluation der Aktion BOB: Befragungen und statistische Analyse, Abschlussbericht Justus-Liebig-Universität Gießen

http://www.aktion-bob.de/aktionen/sonstige/evaluation_uni-gi_aktion-bob_09-2012.html

Das Programm wurde am 06.11.2015 in die Datenbank eingestellt und zuletzt am 16.12.2016 geändert.

Umsetzung und Evaluation

Evaluation

veröffentlicht

Evaluationsmethode und Ergebnisse

Röser et al. 2012 (Zeitreihen - Untersuchung mit Kontrollgruppen, Prozessevaluation zu Bekanntheit und Akzeptanz der Aktion BOB):

Die Evaluationsstudie analysiert die Verkehrsunfallzahlen der Jahre 2006 (Einführung von BOB in 2007) bis 2011 mit dem Schwerpunkt bei 18-24 jährigen Fahrerinnen und Fahrern mit und ohne Alkoholeinfluss in Hessen. Landkreise, in denen BOB eingeführt wurde, werden mit anderen Landkreisen ohne BOB und der Entwicklung in Hessen insgesamt verglichen.

Die Unfälle nach Alkoholkonsum im Bereich der BOB-Region gingen signifikant zurück. Dieser Trend fällt bei den 18-24 Jährigen am deutlichsten aus. Im LK Lahn-Dill (BOB-Region) ist die Gesamtzahl der Unfälle der 18-24 Jährigen unter

Alkoholeinfluss im Jahr 2011 gegenüber dem Jahr 2006 um 58% zurückgegangen, im statistisch vergleichbaren LK Limburg-Weilburg hingegen nahmen die Unfälle um 9% zu.

Bei einem Vergleich der Unfälle der 18-24 Jährigen unter Alkoholeinfluss in Mittelhessen mit dem gesamten Bundesland Hessen (ohne Mittelhessen), nahmen die Unfälle in der BOB Region stärker ab (44%) als in ganz Hessen (27%). Wie groß der Anteil der Aktion BOB am Zustandekommen dieser Unterschiede war, ließ sich mit der Evaluationsmethode nicht beantworten.

Die Prozessevaluation zeigt einen hohen Bekanntheitsgrad und eine große Akzeptanz der Aktion BOB in den Einsatzgebieten auf.

Konzeptqualität

Kriterien sind erfüllt

Evaluationsergebnisse

(überwiegend) positiv

Evaluationsniveau und Beweiskraft

2 Sterne, vorläufige Beweiskraft

erforderliche Kooperationspartner

Polizei, Gaststätten, Schulen, Vereine

Zeit bis zu erwartbaren Auswirkungen auf Risiko- bzw. Schutzfaktoren

kurzfristig (bis 1 Jahr)

Erfahrungen mit dem Programm

Programm probiert in

Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Programm aufgenommen in anderen Datenbanken, best-practice-Listen o.ä.

Danner-Medaille 2015 des Bundes gegen Alkohol und Drogen im Straßenverkehr

Suchzugänge

Problemverhalten

Alkohol- und Drogenmissbrauch

Risikofaktoren

Kinder / Jugendliche

Umgang mit Freunden mit Problemverhalten: Alkohol- und Drogenkonsum
Anerkennung von Peers für Problemverhalten

Nachbarschaft / Stadtteil

Verfügbarkeit von Alkohol und Drogen

Kinder / Jugendliche

zustimmende Haltungen zum Problemverhalten: Alkohol- und Drogenkonsum

Schutzfaktoren

Kinder / Jugendliche

Moralische Überzeugungen und klare Normen
Interaktion mit pro-sozialen Peers

Programmtyp

selektiv

Institutionen

Jugendliche

Geschlecht

beide

Alter der Zielgruppe

18