

## Nul promiel actie in Overijssel

ing. S. Tjepkema, Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid Overijssel  
dr. E.R. Seydel, drs. J.M. Gutteling, Universiteit Twente, Vakgroep Psychologie

De afgelopen twee jaar is door het Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid in Overijssel geëxperimenteerd met een nieuw alcohol- en verkeersproject: de Nul promiel actie. De inwoners van Twente werd verzocht hun handtekening te zetten onder de belofte: 'Ik drink niet als ik nog moet rijden'. Het resultaat: meer dan vijftienduizend handtekeningen, 80% van de Twentenaren kent de actie, het aantal ongevallen met alcohol is spectaculair gedaald.

In november van het vorig jaar werd de experimentele fase van de zogenaamde 'Nul promiel actie' afgesloten. Dit alcoholverkeersproject was twee jaar eerder op 27 november 1987 van start gegaan in de Gemeentekring Midden Twente, bestaande uit de gemeenten Borne, Hengelo, Ambt- en Stad Delden, Weerselo, Markelo, Goor en Diepenheim. De keuze voor deze regio was het gevolg van een inventarisatie van de alcoholongevallen en de bestuurlijke bereidheid om aan de actie deel te nemen.

De actie werd ontwikkeld door de werkgroep 'Alcohol/medicijnen en verkeer' van het Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid Overijssel (ROVO), waarin zitting hebben de ANWB, Veilig Verkeer Nederland, Politie, Provincie, Rijkswaterstaat Directie Overijssel en Openbaar Ministerie. Het ging bij de Nul promiel actie om het tot stand brengen van een mentaliteit- en gedragsverandering met betrekking tot rijden onder invloed om daardoor een daling van het rijden onder invloed en het aantal alcoholongevallen te bereiken. Belangrijk was verder dat met het experiment ervaring werd opgedaan met een aanpak waarbij de gemeente een centrale rol vervult.

De actie werd gekenmerkt door een zogenaamd 'community-based' karakter. Dit betekent dat de uitwerking van de activiteiten zoveel mogelijk door de deelnemende gemeenten binnen de regio gedragen moest worden. Die gemeente speelde bij de actie een centrale rol, omdat ze het dichtst bij de burgers staat en over mogelijkheden beschikt om belangrijke organisaties uit de gemeente en burgers direct te betrekken bij het ontwikkelen van acties. De Nul promiel actie kreeg hiermee een sterk persoonlijk gericht karakter en deed een beroep op sociale controle als instrument tegen rijden onder invloed.

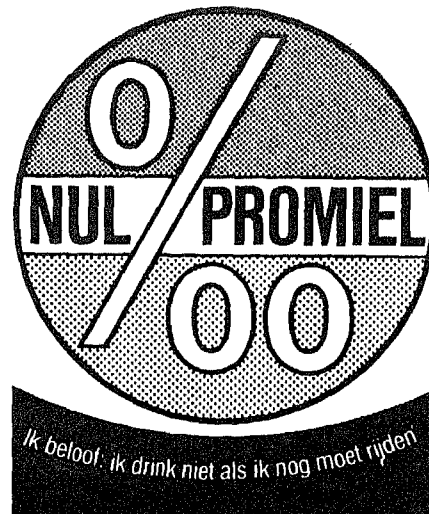
Centraal onderdeel was de belofte die automobilisten afleggen om gedurende (minstens) een jaar niet te drinken wanneer men nog moest rijden door middel van het ondertekenen van de 'beloftebon' en hier openlijk voor uitkomen door

een sticker op de achterraut te plakken. Dit was het middel om de discussie binnen de gemeente los te maken tussen burgers onderling en binnen specifieke doelgroepen (sporters, jongeren, vrouwen, enzovoort). De actie kon worden gekoppeld aan manifestaties en activiteiten binnen de gemeenten en een regionaal discoproject. Het project in Twente moest leiden tot een blauwdruk voor de aanpak van rijden onder invloed binnen gemeenten. Daartoe werd het project met voor- en naonderzoek begeleid door de Universiteit Twente [1].

### Gemeenten

Onder de betreffende werkgroep 'Alcohol/medicijnen en verkeer' van het ROVO functioneerde de projectgroep 'Nul promiel actie'. Hierin hadden coördinatoren van alle deelnemende gemeenten zitting, maar ook organisaties als de Alge-

*Officiële hoogwaardigheidsbekleders gaven het goede voorbeeld door de Nul promiel' belofte af te leggen.*



mene Nederlandse Drankbestrijdingsorganisatie (ANDO), Consultatiebureau voor Alcohol en drugs (CAD), Districtsgezondheidsdienst-Gezondheidsvoorzorging en -opvoeding (DGD-GVO), OM en Rijkspolitie. In de projectgroep werden ervaringen uitgewisseld en gezamenlijke activiteiten op regionaal niveau opgezet.

Er is gekozen voor een regionale aanpak, omdat:

1. Veel van de verplaatsingen met alcohol regionaal zijn, waardoor gemeenten geconfronteerd worden met de gevolgen van drankgebruik elders, in de vorm van verkeersongevallen.
2. Veel gemeenten afzonderlijk te klein zijn om zelfstandig activiteiten te ontwikkelen. Door goede onderlinge afstemming en uitwisseling van ervaringen kunnen activiteiten meer doelgericht en effectiever plaatsvinden.
3. Onderlinge afstemming en coördinatie van politie-activiteiten in regioverband de effectiviteit van de politiezet zal verhogen.
4. Door deze integrale aanpak wordt een meerwaarde gegeven aan de activi-

teiten van de afzonderlijke organisaties en instellingen.

Per gemeente werd een klankbordgroep ingesteld, waarin naast de gemeente verschillende groeperingen uit de lokale gemeenschap zitting hadden, zoals vrouwenraad, jongerenorganisaties, VVN-afdelingen, scholen, sportvereniging en horeca. Deze klankbordgroep heeft in principe de coördinator van de gemeente als voorzitter/initiator. Er is binnen de gemeenten een groot aantal activiteiten ontplooid in het jaar dat de actie in de regio is gehouden. Hieruit bleek dat de Nul promiel actie een goede aanleiding kan zijn voor publieksgerichte activiteiten en tot publiciteit kan leiden. De activiteiten zijn ruwweg in te delen in:

#### **Wervingsacties**

Hierin wordt getracht zoveel mogelijk mensen de belofte te laten ondertekenen. Hierbij werd vaak aangehaakt op publieksevenementen als markten, braderieën, sportevenementen, enzovoort.

#### **Informatie-acties**

Hierin wordt inhoudelijke informatie over onderwerpen met betrekking tot rijden onder invloed en de specifieke doelgroepen gegeven.

#### **Publiciteitsacties**

Dit kan variëren van het verzenden van een persbericht tot het organiseren van persconferenties en 'Mediagevoelige' evenementen.

Een belangrijk element bij de lokale en regionale acties was de inschakeling van bekende personen (horeca, artiesten, bedrijfsleven, sporters, en dergelijke) die een belofte afleggen. De gedachte hierbij was de voorbeeldwerking voor bepaalde doelgroepen.

Discovervoerd werd ook als onderdeel van de actie opgezet. Vrij snel na de start van de Nul promiel actie werd de totstandkoming van een regionaal discovervoerproject voorbereid om jongeren een alternatief voor het eigen vervoer op zaterdagavond te bieden. Dit ging op 7 januari 1989 bij de zeven grootste discotheken in de regio van start, waarbij taxi- en openbaar-vervoerbedrijven waren betrokken. Het project werd begeleid met een publiciteitscampagne en was voorafgegaan door een behoeftepeiling onder het uitgaanspubliek. In één jaar tijd maakten ruim 25 000 personen hiervan gebruik.

#### **Effect onverwacht positief**

Om na te gaan wat het effect van de Nul promiel campagne op de houding en het gedrag van automobilisten is geweest, is onderzoek verricht. Een deel van het onderzoek betrof het verrichten van twee enquêtes, voorafgaand aan de campagne in oktober 1987 en na de campagne,

dat wil zeggen in februari 1989. In totaal werden circa 1200 personen ondervraagd. De ondervraagden zijn onderverdeeld in een groep 18 - 25 jarigen en een groep van 25 jaar en ouder. Ander onderzoek betrof groepsdiscussies met jongeren en personen die de 'belofte' hebben afgelegd en interviews met plaatselijke coördinatoren. Daarnaast werd op basis van ongevalgegevens van de Dienst Verkeersongevallen Registratie (VOR) het effect op het aantal alcoholongevallen nagegaan.

Algemene constatering is dat er voor een groot aantal van de onderwerpen die in het onderzoek aan de orde zijn geweest, verschuivingen in positieve zin zijn waargenomen ten opzichte van de situatie voorafgaand aan de Nul promiel campagne. Het gaat daarbij niet zozeer om de kennis die men heeft omtrent alcohol en verkeer. Men was al vrij goed op de hoogte van onder meer de wettelijke maatregelen en de effecten van alcoholgebruik. Veranderingen hebben vooral plaatsgevonden bij onderwerpen die met concreet gedrag te maken hebben, zoals het voornemen om minder alcohol te drinken, om het drinken van alcohol tot minder gelegenheden te beperken, niet met een borrel op te gaan rijden.

Er is een tendens om minder alcohol te drinken en om meer gebruik te maken van zogenaamde mixed-drinks. De verschuivingen deden zich in hoofdzaak bij de jongeren voor. Landelijk gezien kan een soortgelijk beeld worden waargenomen. Opmerkelijk is echter dat de ROVO-campagne, alsmede de kern van de campagne namelijk het afleggen van de 'belofte', en de daaruit voortvloeiende regionale en lokale activiteiten een zeer grote bekendheid onder de respondenten hebben gekregen, want 80% van de ondervraagden kent de ROVO-campagne. Deze bekendheid is het grootst in werkgebieden waar men relatief gezien het meest actief was. Hieraan kan men de conclusie verbinden dat de Nul promiel campagne en de lokale activiteiten in belangrijke mate hebben bijgedragen aan het gevonden effect.

Uit de interviews met mensen die de Nul promiel belofte hadden afgelegd bleek dat er in grote lijnen twee groepen te onderscheiden zijn. Enerzijds is er een groep die altijd al 'nul promiel' reed en de actie als mogelijkheid ziet om hier openlijk voor uit te komen. Anderzijds zijn het de twijfelaars die zo nu en dan met alcohol op aan het verkeer deelnemen en het afleggen van de belofte 'spontaan' of onder aandrang van familie of kennissen, als een middel zien om hun gedrag te veranderen. Uit de actie in Twente blijkt door de persoonlijke benadering op markten en dergelijke dat met name deze laatste groep bereikt kan worden.

Naast de voorlichting kent het publiek ook een belangrijke plaats toe aan alcoholcontroles. In dit verband wordt zelfs door bijna veertig procent van het publiek, dat wil zeggen ruim veertig procent van de jongeren en 35 procent van de ouderen, de elkaar ondersteunende functie van de campagne en de activiteiten van de politie expliciet genoemd. Niet onvermeld mag blijven dat zestien procent van de respondenten de ontwikkeling van een gemeentelijk beleid op het terrein van het alcoholgebruik als belangrijk element van een dergelijke campagne noemt. Ons inziens pleit dit voor een aanpak waarin voorlichting als beleidsinstrument ingezet moet worden in directe samenhang met alcoholcontroles, die immers ook een instrument van beleid vormen.

#### **Daling alcoholongevallen**

In dezelfde periode van het voor- en nader onderzoek ten behoeve van de Nul promiel actie werd door de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) onderzoek verricht naar het verband tussen de omvang van het rijden onder de invloed van alcohol en de

**Centraal onderdeel van de Nul promiel actie was de belofte om gedurende minstens een jaar niet te drinken wanneer men nog moest rijden door middel van het ondertekenen van de 'beloftebon'.**



## **ACTIE RIJ NUL PROMIEL!**

Kom in het geweer tegen alcohol in het verkeer. Vul de bon in en beloof een jaar lang geen alcohol te drinken als u nog moet rijden.

### **NUL PROMIEL**

Teken de belofte. U ontvangt dan de sticker 'Ik Rij Nul Promiel'. Plak die op uw auto of brommer. Want een goed voorbeeld doet goed volgen.

---

#### **BELOFTEBON**

Ja, ik beloof in ieder geval een jaar lang geen alcohol te drinken als ik nog moet rijden. Stuur mij de sticker.

#### **IK RIJ NUL PROMIEL**

Naam \_\_\_\_\_ M/V  
Adres \_\_\_\_\_  
Postcode/Plaats \_\_\_\_\_  
Leeftijd \_\_\_\_\_ Datum \_\_\_\_\_  
Handtekening \_\_\_\_\_

Stuur de bon naar het actieadres:

89 - 10

aandacht die de media aan dat onderwerp besteden [2]. Men constateerde vooral in het oosten van het land (de provincies Overijssel en Gelderland) zowel een significante daling van het aantal alcoholongevallen met doden en gewonden, als van het percentage automobilisten dat onder invloed van alcohol aan het verkeer deelnam. Ook werd hierbij vastgesteld dat er in het oosten twee maal zoveel aandacht in de media voor rijden onder invloed was als elders. Worden de ongevalcijfers met alcohol specifiek voor Overijssel bekeken, dan blijkt hier tijdens de duur van de campagne (1987/1988) ook sprake te zijn van een sterke daling (19%) van het aantal letsel- en dodelijke ongevallen waarbij alcohol in het spel is (zie tabel 1). Gezien het feit dat de media bij de Nul promiel actie een belangrijke rol speelden en de actie ook buiten de regio Twente veel publiciteit heeft gekregen, kan geconcludeerd worden dat de positieve ontwikkelingen zeker voor een deel aan deze actie zijn toe te schrijven.

### Problemen en belemmeringen

De community-based benadering wordt er door gekenmerkt dat een sterk beroep wordt gedaan op de participatie van de doelgroep. Hierbij kunnen problemen ontstaan die met name te maken hebben met de mate waarin men de doelstellingen van de actie onderschrijft, hetgeen zich met name in de eerste periode van de actie voordeed. Dit had vooral te maken met de korte tijd tussen introductie en uitvoering van de actie en het feit dat de actie als een totaalpakket werd gepresenteerd waardoor men het gevoel had dat er weinig ruimte voor een eigen invulling was.

Daarnaast varieerde de problematiek van rijden onder invloed tussen de diverse deelnemende gemeenten. Dit had consequenties voor het enthousiasme en de uitvoering van de actie. Na verloop van tijd bleek het erg belangrijk te zijn dat de

Tabel 1. Ontwikkeling aantal alcoholongevallen (start Nul promiel actie: 27 november 1987).

Jaar	Overijssel			Nederland		
	abs.	per.	dal- %	abs.	per.	dal- %
'83	287	100	0	4251	100	0
'84	270	94	6	4137	97	3
'85	228	79	21	3684	86	14
'86	218	76	24	3561	84	16
'87	149	52	48	3082	73	27
'88	126	44	56	2763	65	35



Begin 1989 bij ging bij zeven grote discotheken de discobus van start. In één jaar tijd maakten ruim 25 000 personen hiervan gebruik.

gemeentelijke coördinator gemotiveerd was voor de actie en contacten binnen de gemeente kon leggen en dat hij/zij ondersteuning kreeg op bestuurlijk niveau van een gemotiveerde wethouder, burgemeester en of de politiecommissaris. Daarnaast kwam naar voren dat het vaststellen van de plaats van een breed samengestelde klankbordgroep binnen de gemeentelijke organisatie en het beschikbaar hebben van een werkbudget essentieel waren voor het welslagen van de actie.

### Landelijk vervolg

De resultaten van de Nul promiel actie zijn zodanig dat VVN de actie, als onderdeel van haar landelijke alcohol- en verkeerscampagne overgenomen heeft. Er is materiaal aangemaakt dat tegen kostprijs door gemeenten besteld kan worden. Naast de publiciteitsmiddelen als posters, folders, antwoordkaarten en stickers is er ook een handleiding voor de gemeentelijke coördinatoren en een instructievideo gemaakt. Er is genoeg ruimte gelaten voor een eigen invulling van de Nul promiel actie.

In Overijssel wordt deze werkwijze momenteel op grote schaal toegepast en duidelijk is dat meer dan de helft van de Overijsselse gemeenten bereid is de actie over te nemen. Op basis van de ervaringen met het proefproject wordt een grote ruimte voor eigen inbreng aan de gemeenten gelaten in de uitvoering en de tijdsplanning van de actie. Ter ondersteuning van de gemeenten zijn er een tweetal regionale begeleidingsgroepen opgericht waarin alle ondersteunende organisaties vertegenwoordigd zijn. Sponsoring door een verzekeringsmaatschappij maakt het mogelijk om provinciaal meer publiciteit aan de actie te geven en veel materiaal gratis aan de gemeenten aan te bieden.

### Conclusies

- De Nul promiel actie heeft in Overijssel geleid tot een sterke verandering in de houding en het gedrag van automobilisten ten aanzien van rijden onder invloed.
- Zowel het aantal alcoholongevallen met doden en gewonden als het rijden onder invloed is significant afgenomen gedurende de actieperiode.
- Gemeenten kunnen zelfstandig en succesvol alcohol- en verkeerscampagnes voeren op basis van de Nul promiel actie.
- Bij gemeentelijke alcohol- en verkeerscampagnes zijn de volgende aspecten van belang:
  - De noodzaak van de aanpak van het speerpunt alcohol en verkeer dient te 'leven' binnen de gemeente.
  - Er dient zowel een ambtelijk als bestuurlijk coördinator te zijn, alsmede een breed samengestelde werkgroep.
  - Er dient een budget voor de plaatselijke campagne vrijgemaakt te worden.
  - De uitvoering van de actie dient duidelijk lokaal gericht te zijn.
  - Een belangrijke voorwaarde voor het slagen van de campagne is een keuze voor de juiste voorbeeldfiguren die de Nul promiel belofte afleggen.
  - De campagne dient sterk publiciteitsgericht te zijn.
  - De campagne dient minimaal 1 jaar gevoerd te worden ten einde voldoende draagvlak te krijgen.
  - Door een regionale aanpak wordt het draagvlak van de acties verbreed en kunnen kleinere gemeenten 'meeliften' met de activiteiten van de grotere.
  - Regionaal opererende organisaties als ROV's, CAD's, DGD's, enzovoort, kunnen een ondersteunende rol spelen bij de gemeentelijke campagnes ten aanzien van voorlichtingsactiviteiten en regionale publiciteit.
  - Met de politie dienen goede afspraken over controle-activiteiten ten aanzien van rijden onder invloed en een koppeling van deze activiteiten met de campagne gemaakt te worden.
  - Zowel lokaal als regionaal kan betrokkenheid van het bedrijfsleven een goede ondersteuning van de campagne betekenen.

### Literatuur

1. Seydel E.R., J.M. Gutteling en W. Nieuwenhuijse, Nul promiel actie: Voorlichting over alcohol en verkeer. Rapport verkrijgbaar bij Universiteit Twente, Vakgroep Psychologie, tel. 053-893287. Kosten f. 25,-
2. Mathijssen M.P.M., J.C.M. Soder en W.L.G. Verschuur, Minder automobilisten onder invloed, minder alcoholododen. Verkeerskunde 40 (1989), nr. 12, p. 522-525.

Nadere informatie over de Nul promiel actie bij ROVO, Postbus 48, 8000 AA Zwolle tel. 038-252158.