



PRESSEMITTEILUNG

Bundesweite Kampagne gegen Alkohol am Steuer

DONT DRINK AND DRIVE warnt junge Menschen vor Risiken

Berlin, 15. September 2020. Seit Jahren gibt es einen rückläufigen Trend bei Straßenverkehrsunfällen, die mit Alkohol in Verbindung stehen. Der Anteil der Alkoholdelikte an der Gesamtzahl aller Unfälle hat sich seit 1995 mehr als halbiert. Auch wenn die langfristige Entwicklung insgesamt erfreulich ist: Immer wieder sind es gerade junge Autofahrerinnen und Autofahrer, die in schwere und tödliche Unfälle verwickelt sind – und häufig ist die Ursache Alkohol. Deshalb hat der Deutsche Brauer-Bund e.V. als einer der Träger die seit mehr als 25 Jahren laufende Verkehrssicherheitskampagne DONT DRINK AND DRIVE in diesem Jahr massiv verstärkt und den Kampf gegen Alkohol am Steuer in den Mittelpunkt seiner Präventionsaktivitäten gestellt. KEINE AUSREDEN lautet die Botschaft, mit der sich die deutschen Brauer in diesem Jahr mit einer bundesweiten Plakatkampagne und über die Sozialen Medien ganz gezielt an die junge Zielgruppe wenden.

Der Präsident des Deutschen Brauer-Bundes (DBB), Dr. Jörg Lehmann, präsentierte in der Bundespressekonferenz in Berlin die neuen Motive der Kampagne und dankte den Vertretern von Politik und Verbänden für die Unterstützung des gemeinsamen Ziels, die Zahl der Verkehrstopfer weiter zu senken. „Wir dürfen und werden im Kampf gegen Alkohol am Steuer nicht nachlassen. Mit der Aktion KEINE AUSREDEN im Rahmen der Kampagne DONT DRINK AND DRIVE wollen wir besonders jüngere Menschen ansprechen und sie überzeugen, entweder auf das Auto oder auf alkoholhaltige Getränke zu verzichten“, sagte Lehmann. „Die deutschen Brauer stehen für bewussten Genuss und einen verantwortungsvollen Umgang mit Bier. Jeder muss wissen, dass es Lebenssituationen gibt, zu denen Alkohol einfach nicht passt.“

Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Daniela Ludwig MdB, die die Schirmherrschaft über die Plakatkampagne übernommen hat, sagte bei der

Präsentation: „Alkohol und Autofahren ist und bleibt eine oftmals leider lebensgefährliche Kombination. Wer trinkt, der fährt nicht! Was so einfach klingt, ist aber nach wie vor ein Thema, an dem wir gemeinsam arbeiten und welches wir in die Fläche bringen müssen. Ich freue mich sehr über das präventive, seit Jahren sehr erfolgreiche Engagement und unterstütze diese Aktion herzlich gern.“

Dass verstärkte Aufklärung über die Risiken von Alkohol im Straßenverkehr ein wichtiges gesellschaftliches und politisches Anliegen ist, verdeutlichen zahlreiche Unterstützer der Kampagne wie etwa die Vorsitzenden der beiden Bundestagsausschüsse für Ernährung und Landwirtschaft sowie Verkehr. Auch Vertreter des TÜV-Verbandes, der Deutschen Verkehrswacht und des Bundes gegen Alkohol und Drogen im Straßenverkehr begleiteten die Präsentation der Kampagne in Berlin.

Entwickelt worden war die breit angelegte Plakatkampagne der deutschen Brauer von der Düsseldorfer Agentur Rumblefish, unterstützt wird sie vom Fachverband Aussenwerbung e.V.. Mit insgesamt über 5.000 Plakatwänden und über 20.000 City-Light-Postern entsteht in diesem Jahr eine hohe Reichweite von mehreren hundert Millionen Kontakten in deutschen Städten. In einem ersten Durchgang im März 2020 waren die Motive bereits unter anderem in Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hannover, Stuttgart, Bremen, Dresden und München zu sehen. Ein zweiter Durchgang der Plakatkampagne wird nun im Herbst folgen. Um junge Leute ganz direkt anzusprechen, wird der Brauer-Bund die Kampagnenmotive auch in den Sozialen Netzwerken verbreiten lassen, vor allem über Instagram, Facebook und Twitter.

Weitere Informationen im Internet unter www.bierbewusstgeniessen.de/ddad.

Pressekontakt:
Marc-Oliver Huhnholz
Pressesprecher
Tel.: 030/209167-16
E-Mail: huhnholz@brauer-bund.de



Folgen Sie uns auf Twitter: @germanbrewers