



Die deutschen Brauer  
Deutscher Brauer-Bund e.V.



## PRESSEMITTEILUNG

### Brauer werben für bewussten Genuss

Präventionskampagne des Deutschen Brauer-Bundes mit neuem Internet-Portal

**Berlin, 16. August 2016** „Bier bewusst genießen“, die bekannte Präventionskampagne der deutschen Brauer, präsentiert sich mit einem neuen Internet-Portal. Mit dem Relaunch der Webseite [www.bier-bewusst-geniessen.de](http://www.bier-bewusst-geniessen.de) wurde die Kampagne nicht nur moderner und übersichtlicher gestaltet – Verbraucherinnen und Verbraucher finden auf dem neuen Portal auch deutlich mehr Informationen und Tipps zum bewussten, verantwortungsvollen Genuss.

„Verbraucher können auf dem Portal viel Neues entdecken – die Kernbotschaften und die Zielgruppen haben sich jedoch nicht verändert“, sagt Dr. Hans-Georg Eils, Präsident des Deutschen Brauer-Bundes. „Die deutschen Brauer setzen sich ein für den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken. Ein verantwortlicher Umgang setzt Wissen voraus – über die bestimmten Lebensphasen und über mögliche Risiken – und genau hier setzt die Kampagne an“, so Eils.

Die deutschen Brauer bekennen sich im Rahmen ihrer Kampagne zum Prinzip der Punktnüchternheit. So muss Bier für Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren tabu sein. Auch Schwangere und Stillende sollten kategorisch auf alkoholische Getränke verzichten. Wer Auto fährt, einer gefahrgeneigten Arbeit nachgeht, Sport treibt oder Medikamente einnimmt, muss sich ebenfalls der Wirkung von Alkohol bewusst sein. Diese Botschaften will der DBB noch stärker als bisher adressieren – zugeschnitten auf Zielgruppen wie schwangere Frauen und stillende Mütter, Autofahrer (mit Schwerpunkt auf junge Fahranfängerinnen und Fahranfänger) sowie Jugendliche und deren Eltern, um insbesondere zur Sensibilisierung Heranwachsender beizutragen.

Die neue Internetseite bündelt die zentralen Felder der Alkoholprävention in vier Themenwelten:



Die Themenwelt „**Unser Bier. Bewusster Genuss.**“ ist die Startseite. Sie bietet ein breites Informationsangebot – vom Engagement der Brauer über Bier-Profile bis hin zu den Rohstoffen und zum Reinheitsgebot. Informiert wird auch über die Wirkungsweise des Alkohols im menschlichen Körper, nicht ohne bekannte und beliebte Mythen zu widerlegen.



Das Motto „**Don't Drink And Drive**“ richtet sich vor allem an junge Fahranfänger: Angereichert um Praxistipps, Infos zur Unfallstatistik, aber auch interaktive Elemente werden die Risiken von Alkohol im Verkehr klar und deutlich dargestellt. Dabei steht wie in den anderen Kapiteln die unterhaltsame Information und nicht der erhobene Zeigefinger im Vordergrund.



Die Aktion „**Schwanger. Natürlich ohne Alkohol!**“ richtet sich an werdende und stillende Mütter und deren Umfeld. Es werden wertvolle Hinweise zur Umstellung der Ernährungsgewohnheiten in der Zeit der Schwangerschaft und Stillzeit gegeben. Unter Bezug auf die Wirkungsweise von Alkohol auf das ungeborene Leben wird die Botschaft klar kommuniziert: In der Schwangerschaft ist jeder Schluck ist ein Risiko!



„**Bier? Sorry. Erst ab 16.**“ greift Aspekte der bekannten DBB-Jugendschutzkampagne auf und gibt nicht nur Eltern und Lehrern wertvolle Hinweise über den verantwortungsvollen Umgang mit Bier. Die Brauer positionieren sich klar gegen den Konsum durch und die Abgabe an Unter-16-Jährige. Interaktive Elemente, Rezepte für alkoholfreie Cocktails und Hilfsangebote runden das Informationsangebot ab.

„Die neue Internetseite, die nicht nur die wichtigsten Präventionsthemen bündelt, sondern Verbrauchern auch ansprechende Informationen bietet, sendet das deutliche Signal aus, dass sich die Braubranche ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist“, erklärt DBB-Präsident Dr. Eils. Dass dies auch von Seiten der Politik honoriert wird, zeigen die auf der Webseite veröffentlichten Statements. Der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, Christian Schmidt, gratulierte den Brauern zu der Kampagne, „denn diese Aktion ist ein Beispiel dafür, wie die Wirtschaft Verbraucher dabei unterstützen kann, bewusst zu konsumieren: Indem sie selbst aufklärt und auf Risiken hinweist – ohne erhobenen Zeigefinger, aber doch mit dem nötigen Nachdruck“.

Mitgliedsbrauereien des Deutschen Brauer-Bundes sowie weitere Unterstützer können auf ihren Webseiten auch weiterhin direkt zu [www.bier-bewusst-geniessen.de](http://www.bier-bewusst-geniessen.de) oder nun auch auf eine der vier Themenwelten verlinken.

Das Logo der Kampagne, bei zahlreichen Brauereien seit vielen Jahren zur Selbstverständlichkeit geworden, ist für alle Medien, Etiketten und Werbeträger kostenfrei nutzbar.

Bitte wenden Sie sich bei Interesse an die Pressestelle des DBB, Herrn Marc-Oliver Huhnholz, Tel.: 030/209167-16, E-Mail: [huhnholz@brauer-bund.de](mailto:huhnholz@brauer-bund.de).

4294 Zeichen • 654 Wörter

Diese Pressemitteilung steht zum Download für Sie im Internet bereit unter [www.brauer-bund.de/presse.html](http://www.brauer-bund.de/presse.html)

Pressekontakt:

Marc-Oliver Huhnholz

Pressesprecher

Die deutschen Brauer

Tel.: 030/209167-16

E-Mail: [huhnholz@brauer-bund.de](mailto:huhnholz@brauer-bund.de)



**Folgen Sie uns auf Twitter: Deutscher BrauerBund @germanbrewers**