

Wir wollen,
dass Sie
sicher leben.



Ihre Polizei

PRESSEDIENST

P O L I Z E I L I C H E K R I M I N A L P R Ä V E N T I O N

Informationen zur Kriminalprävention für Journalisten auf einen Klick: www.polizei-beratung.de/presse

16. Juni 2010

PRESSE - INFORMATION

Feierlaune mit lebensgefährlichen Folgen

Private TV-Sender unterstützen bundesweite Kampagne „Don't drink too much – STAY GOLD“ - Neuer Spot „Lebensgefahr“ geht ON AIR

Berlin/Stuttgart – Vier Spots, eine Botschaft: Seit über eineinhalb Jahren klärt die Kampagne der Polizei „Don't drink too much – STAY GOLD“ junge Menschen über die negativen Folgen von Alkoholmissbrauch und Gewalt auf. In Kooperation mit dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT) wurden drei der Aktionsspots der Kampagne bundesweit bislang rund 2500 mal in verschiedenen privaten Fernsehsendern ausgestrahlt. Das entspricht einer Gesamtmedialeistung von mehr als 2,5 Millionen Euro. In den kommenden Wochen wird nun auch der vierte und aktuelle Spot „Lebensgefahr“ auf Sendung gehen. Durch die Zusammenarbeit mit den Privatsendern kann die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen noch besser erreicht werden – und auch in Zukunft zum Erfolg der Kampagne beitragen.

„Wissenschaftliche Studien zum Medienkonsum junger Menschen bestätigen: Jugendliche sehen gerne fern. Vor allem private Fernsehsender sind bei der Altersgruppe der 16 bis 21-Jährigen sehr beliebt.

PRESSEKONTAKT

Seite 1 von 3

**PROGRAMM POLIZEILICHE KRIMINALPRÄVENTION der Länder und des Bundes (ProPK)
ZENTRALE GESCHÄFTSSTELLE**

c/o: LANDESKRIMINALAMT BADEN-WÜRTTEMBERG
Taubenheimstraße 85 · 70372 Stuttgart
Telefon (0711) 54 01-20 62 · Fax (0711) 2 26 80 00
E-Mail presse@polizei-beratung.de · Internet www.polizei-beratung.de



PRESSEDIENST POLIZEILICHE KRIMINALPRÄVENTION

Informationen zur Kriminalprävention für Journalisten auf einen Klick: www.polizei-beratung.de/presse

Daher ist die Zusammenarbeit mit dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT) ein wichtiger Baustein bei der Erschließung des Mediums Fernsehen für die Vermittlung von präventiven Botschaften“, sagt **Dr. Wolf Hammann**, Vorsitzender der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes und Landespolizeipräsident von Baden-Württemberg. Denn mit der Ausstrahlung der Aktionsspots auf bei Jugendlichen beliebten Fernsehsendern gelangt die zentrale Botschaft der Initiative direkt an ihre Zielgruppe: Mit wenig Alkohol kann man viel Spaß haben, exzessiver Alkoholkonsum verursacht nicht nur gesundheitliche Schäden, sondern kann auch andere gefährden. Das zeigt der Spot „Lebensgefahr“ auf drastische Weise:

Was als harmlose Party unter Freunden beginnt, endet in der Notaufnahme. Denn anstatt mit wenig Alkohol viel Spaß zu haben, peppen Gäste die Bowle mit Schnaps auf. Am Ende der Party schwebt der Gastgeber wegen akuter Alkoholvergiftung in Lebensgefahr. Diese Geschichte zum „Komasaufen“ haben Jugendliche zum Sieger des von der Polizei ausgerufenen Wettbewerbs „Ideenrausch“ gekürt. Im sozialen Netzwerk schülerVZ konnten sie selbst Drehbücher schreiben und anschließend unter zahlreichen Ideen die beste auswählen. Die Handlung des Spots ist also von Jugendlichen für Jugendliche geschrieben worden.

Der Spot „Lebensgefahr“ ist bislang nur im Internet auf www.staygold.eu und auf www.myvideo.de zu sehen. Dank der Zusammenarbeit mit dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. wird diese Sieger-Idee nun auch die Fernsehzuschauer erreichen.

VPRT-Präsident **Jürgen Doetz**: „Das Verhindern von Alkoholmissbrauch ist besonders mit Blick auf Minderjährige ein wichtiges gesamtgesellschaftliches Anliegen. Die privaten Rundfunkanbieter sind sich ihrer Verantwortung hier bewusst und leisten im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen Beitrag zur Information und Aufklärung. Deshalb freuen wir uns außerordentlich, dass wir die präventive Arbeit der Polizei im Rahmen der STAY GOLD-Kampagne zusammen mit unseren Mitgliedsunternehmen unterstützen können.“

Wir wollen,
dass Sie
sicher leben.



Ihre Polizei

PRESSEDIENST POLIZEILICHE KRIMINALPRÄVENTION

Informationen zur Kriminalprävention für Journalisten auf einen Klick: www.polizei-beratung.de/presse

Die Kampagne „Don't drink too much – STAY GOLD“ steht unter der Schirmherrschaft von Mechthild Dyckmanns, Drogenbeauftragte der Bundesregierung. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.staygold.eu. Die Pressemitteilung, spezielle Bilder für die Medien sowie Anzeigenvorlagen sind unter www.staygold.eu/presse eingestellt.