

„Don't drink and drive' – hinter dem Lenkrad und auf dem Sattel“

Pernod Ricard begeht mit 18.800 Mitarbeitern Aktionstag zum verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol

Am Mittwoch, den 05. Juni 2013 waren die Mitarbeiter von Pernod Ricard weltweit im Rahmen des dritten „Responsib`ALL Day“ unterwegs, um den Folgen von missbräuchlichem Alkoholkonsum entgegenzuwirken. Bei Pernod Ricard Deutschland stand der Tag unter dem Motto „Don't drink and drive“ und stellte nicht nur das Auto, sondern ganz gezielt das Verkehrsmittel Fahrrad in den Fokus. Denn gerade in Verbindung mit Alkohol sind Radfahrer große Gefahren im Straßenverkehr ausgesetzt und sich dessen häufig nicht bewusst. Nach dem Jahresbericht des Kraftfahrtbundesamtes aus dem Jahr 2012, sank die Zahl der alkoholbedingten Unfälle mit dem Auto zwar auf 147.000 Verstöße, die der Radfahrer nehmen im Gegensatz dazu stetig zu.

Pernod Ricard aktivierte weltweit beim dritten „Responsib`ALL Day“ alle 18.800 Mitarbeiter. In Deutschland wurden gemeinsam mit Experten aus der Uniklinik Bonn und Vertretern des Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (ADFC) sowie des Fahrlehrerverband Nordrhein e.V., die fatalen Folgen von Alkohol im Straßenverkehr beleuchtet. Ziel war es, die Mitarbeiter durch eine aktive Einbindung zu sensibilisieren. Als Anbieter von Premiumspirituosen ist Pernod Ricard ein verantwortungsvoller Umgang und maßvoller Genuss von Alkohol sehr wichtig und ein besonderes Anliegen. Die Kampagne „Mein Kind will keinen Alkohol“ oder das Kooperationsprojekt „Responsible Party“ mit dem internationalen Studentennetzwerk ESN stehen stellvertretend für die langjährige und erfolgreiche Aufklärungsarbeit. Ganz aktuell wurde das Thema auch auf der Gastronomiemesse Barzone 2013 integriert, indem neben einem kostenlosen Shuttle-Service, umfängliches Infomaterial und ein zusätzliches Wasserangebot bereitgestellt wurden.

Rudolf Scharping, Präsident Bund Deutscher Radfahrer e.V.: „Ich freue mich, dass Pernod Ricard Deutschland auf die Gefahren des Alkoholkonsums im Straßenverkehr aufmerksam macht und unterstütze diesen Tag. Das Thema Alkohol in Verbindung mit Fahrradfahren wird trotz alarmierender Zahlen unterschätzt. Die Hemmschwelle, betrunken auf das Fahrrad zu steigen, ist niedrig und der sich daraus ableitende Handlungsbedarf in Punkto Aufklärungsarbeit sowohl für die Politik als auch die Wirtschaft hoch.“

David Haworth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Pernod Ricard Deutschland GmbH: „Es gilt der Slogan ‚Don't drink and drive' - hinter dem Lenkrad und auf dem Sattel. Dafür haben wir in diesem Jahr unsere Mitarbeiter mobilisiert und sie zu wichtigen Botschaftern gemacht. Aufklärungsarbeit und Engagement rund um unser Kerngeschäft stehen bei uns ganz oben auf der Agenda. Dieser Tag ist eine tolle Ergänzung zu unseren bestehenden Aktivitäten im Bereich der unternehmerischen Verantwortung und jedes Jahr ein großer Erfolg bei unseren Mitarbeitern.“



Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern weltweit mit führender Marktposition in allen Kontinenten. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit weltweit 18.000 Mitarbeitern in über 70 Ländern Spirituosen und Weine. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert. Als deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns vermarktet Pernod Ricard Deutschland auf dem hiesigen Markt ein Portfolio von bekannten Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine´s, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 180 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2011/12 einen Bruttoumsatz von 570 Millionen Euro und einen Absatz von 27,6 Millionen Litern verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter ausbauen. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein. Der Internationale Spirituosen Wettbewerb ISW zeichnete Pernod Ricard Deutschland zum „Spirituosen-Importeur des Jahres 2012“ aus.

Bonne Nouvelle Sozialkommunikation

Simone Stein-Lücke

Annagraben 40, 53111 Bonn

Tel.: +49(0)228 – 90278411

Email: stein@bonne-nouvelle.de

www.facebook.com/MeinKindwillkeinenAlkohol