

COOL

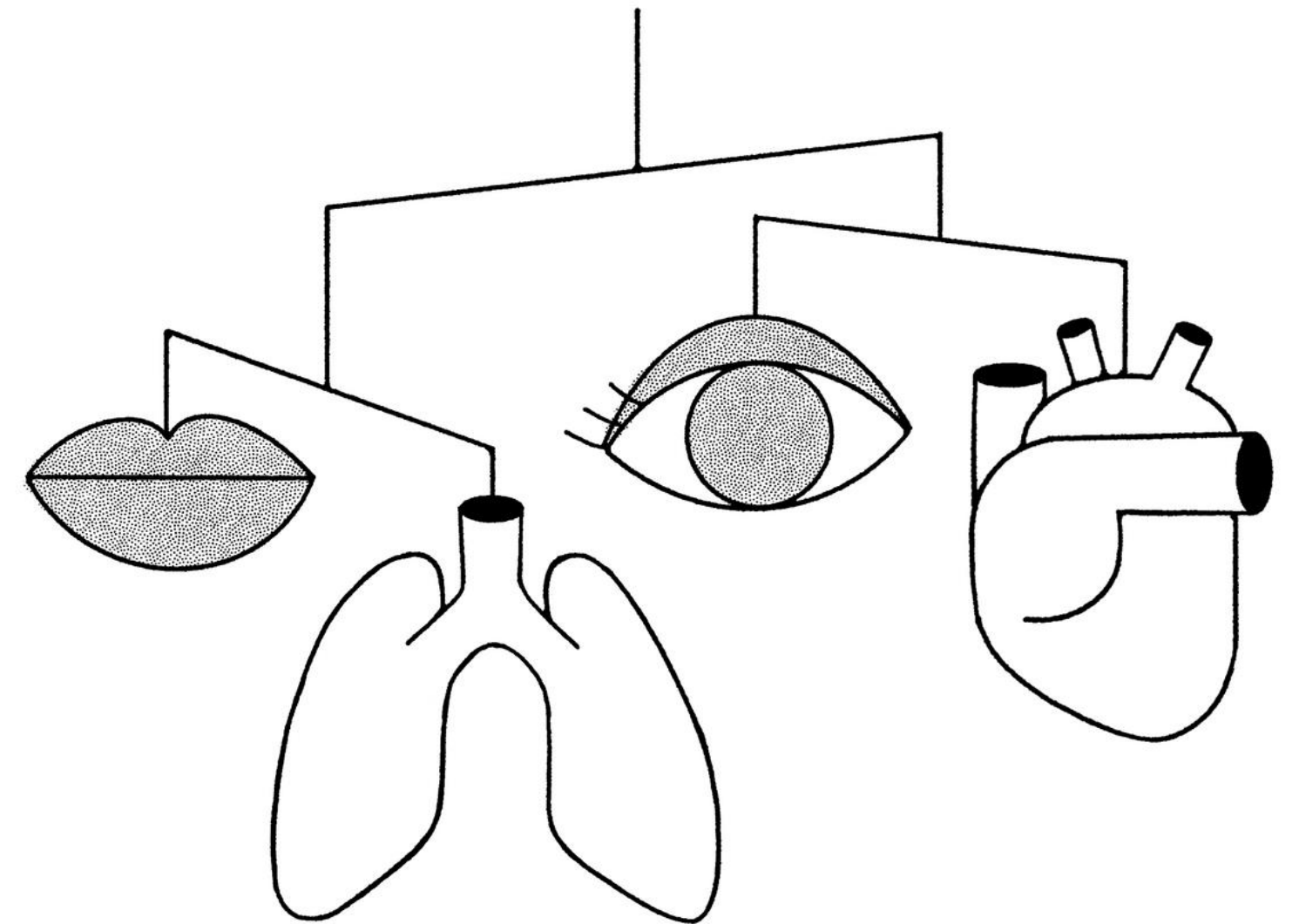
#coolchallenge

Vorstellung der Kampagne zur Alkoholprävention Presentazione della campagna per la prevenzione all'alcol 2025

Pressekonferenz BZ/Conferenza stampa BZ – 08.01.2025

Langfristige Ziele | Obiettivi a lungo termine

- Alkoholkonsummenge reduzieren
ridurre la quantità di alcol consumata
- Wissen über Alkohol erhöhen
aumentare le conoscenze sull'alcol
- Verstärkung des Problembewusstseins
aumentare la consapevolezza sui problemi legati all'alcol
- Punktnüchternheit im Straßenverkehr
sobrietà puntuale nella guida



Spezifische Kampagnenziele

- Menschen die Chance bieten, ihren Alkoholkonsum zu überdenken, und sie zu motivieren, 30 Tage auf Alkohol zu verzichten.
- Menschen, die ihren Alkoholkonsum langfristig reduzieren, sollen unterstützt werden.
- Alternative Genussräume aufzeigen
- Bereitschaft zu einer sachlichen Diskussion über Alkohol initiieren (gezielte Förderung von Wissen)
- Erwachsene überdenken ihre Vorbildfunktion beim Alkoholkonsum

Obiettivi specifici della campagna

- Offrire alle persone la possibilità di riflettere sul loro consumo di alcol e motivarle a rinunciare all'alcol per 30 giorni.
- Le persone che riducono il consumo di alcol a lungo termine devono essere sostenute.
- Mostrare aree di piacere alternative.
- Favorire la disponibilità a una discussione obiettiva sull'alcol (promozione mirata della conoscenza).
- Gli adulti riconsiderano la loro funzione di modello quando si tratta di consumo di alcol.

Laut den neuesten ISTAT Daten (2023) liegt Südtirol beim **täglichen Konsum** von Alkohol unter dem nationalen Durchschnitt.

14,4% der Südtiroler – 20,9% der Männer sowie 8,1 % der Frauen – konsumieren täglich Alkohol. Der italienweite Durchschnitt liegt hierbei bei 18,4% (29,5% im Jahr 2006).

Secondo l'ultima ricerca Istat (2023) rispetto al consumo quotidiano di alcol l'Alto Adige si posiziona sotto la media nazionale.

14,4% degli altoatesini – 20,9 % degli uomini e il 8,1 % delle donne – **consuma alcol giornalmente.**

La media nazionale arriva a 18,4% (29,5% nel 2006).

Persone di 11 anni e più per tipo di comportamento a rischio nel consumo di bevande alcoliche, Anno 2023

Tipo di comportamento a rischio nel consumo di bevande alcoliche

Regione	Consumo abituale eccedentario (a)	Consumo abituale eccedentario solo a pasto	Binge drinking
Bolzano/Bozen	7,0	22,3	16,5
Italia	8,8	46,9	7,8

Quelle/fonte: www.istat.it

Abstinente und Fast-abstinente Personen in Südtirol Persone astinenti o quasi astinenti in Alto Adige

21 in ge 79 La 24 Sü ge
**Zusammengefasst lässt sich sagen,
dass in Südtirol mehr als 35% der
Gesamtbevölkerung abstinent oder
fast-abstinent sind.**

Ur ak Ar M 78
**In sintesi, si può affermare che oltre il 35%
della popolazione totale dell'Alto Adige è
astinente o quasi.**

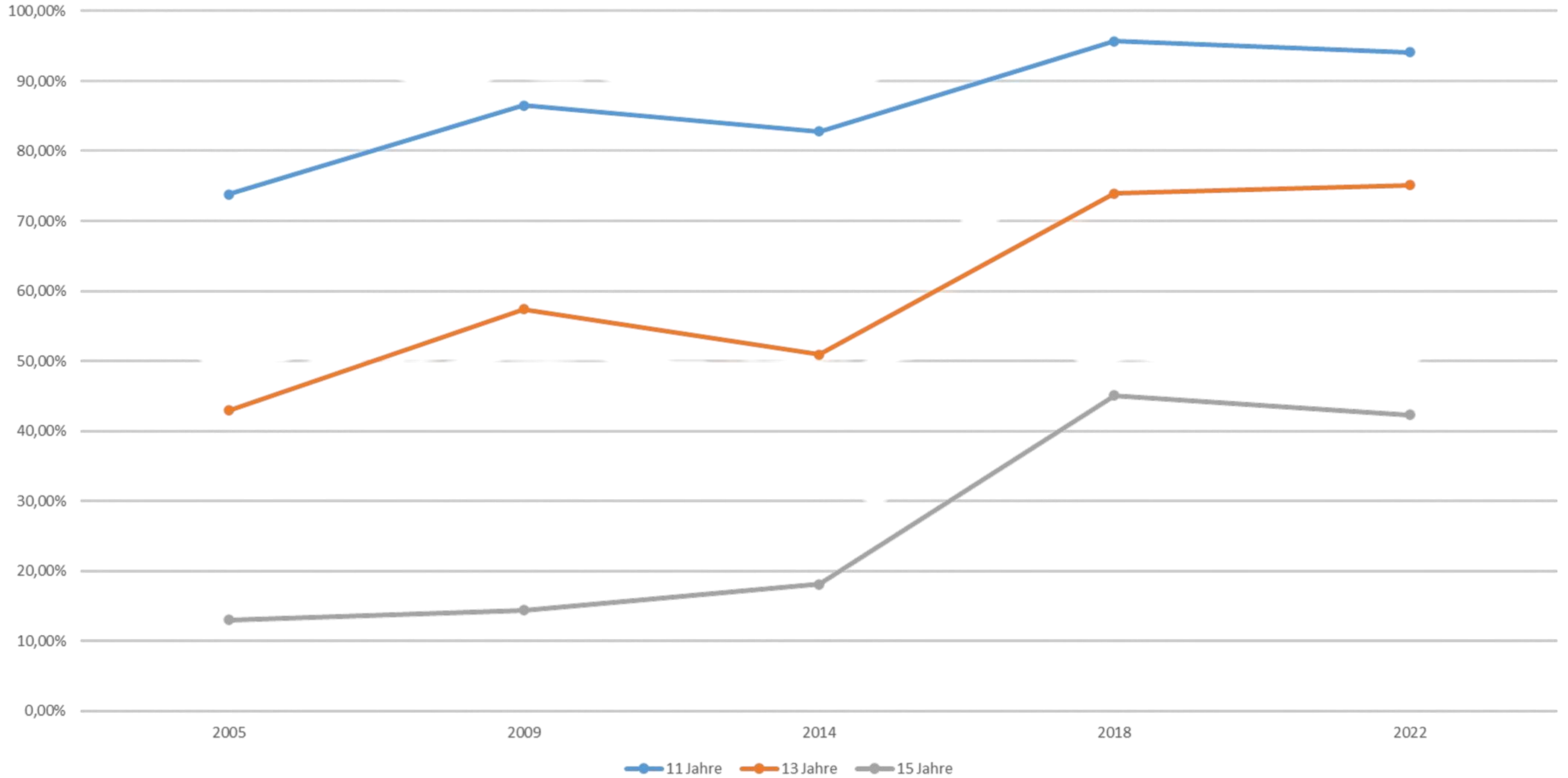
den 22-25-Jährigen immer noch 47%.

no
minori
(2).

s degli
e non

attuale
se o
del
47%.

Ricerche HBSG Studien: 2005-2022
Keinen Alkoholkonsum in den letzten 30 Tagen - Mai consumato alcool nei ultimi 30 giorni



Wegen Trunkenheit am Steuer eingezogene Führerscheine nach Altersklasse und Geschlecht - 2019-2023

Patenti ritirate per guida in stato di ebbrezza per classe di età e sesso - 2019-2023

ALTERSKLASSE (Jahre)	2019	2020	2021	2022	2023	% Veränderung 2022/23 Variazione % 2022/23	Durchschnittlicher Alkoholspiegel (g/l) 2023 Tasso alcolico medio (g/l) 2023	
15-19	11	6	13	19	9	-52,6	1,2	1
20-24	52	57	70	79	74	-6,3	1,1	2
25-29	67	79	77	103	89	-13,6	1,2	2
30-34	62	50	83	77	74	-3,9	1,4	3
35-39	60	49	45	78	73	-6,4	1,2	3
40-44	73	57	49	65	82	26,2	1,5	4
45-49	81	64	62	108	71	-34,3	1,4	4
50-54	69	59	53	86	72	-16,3	1,3	5
55-59	56	39	45	74	50	-32,4	1,3	5
60-64	31	28	30	52	41	-21,2	1,2	6
65 und mehr	47	30	51	59	50	-15,3	1,3	6
Insgesamt	609	518	578	800	685	-14,4	1,3	T
- davon Männer	553	466	527	724	613	-15,3	1,3	- di cui maschi
- davon Frauen	56	52	51	76	72	-5,3	1,4	- di cui femmine

Eingezogene Führerscheine wegen Trunkenheit

Patenti ritirate per guida in stato di ebbrezza

Anno-Jahr	2008	Pers.	1160
Anno-Jahr	2013	Pers.	750
Anno-Jahr	2014	Pers.	638
Anno-Jahr	2015	Pers.	601
Anno-Jahr	2016	Pers.	666
Anno-Jahr	2017	Pers.	624
Anno-Jahr	2018	Pers.	548
Anno-Jahr	2019	Pers.	609
Anno-Jahr	2020	Pers.	518
Anno-Jahr	2021	Pers.	578
Anno-Jahr	2022	Pers.	800
Anno-Jahr	2023	Pers.	685

Campaigning 2025: 1.1.-30.1.25



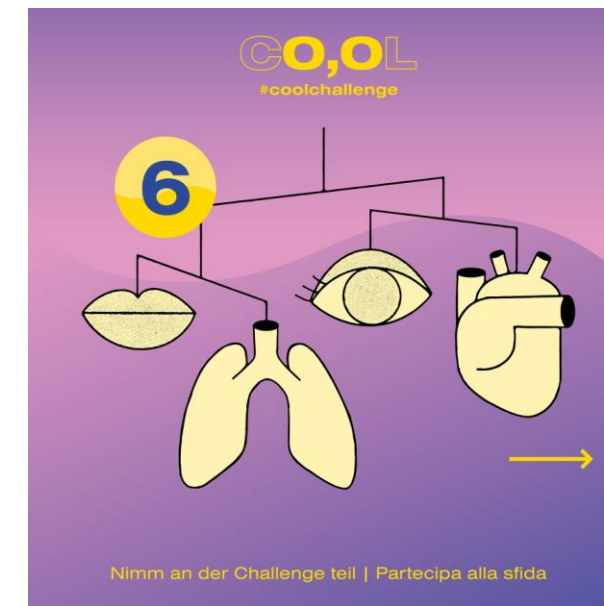
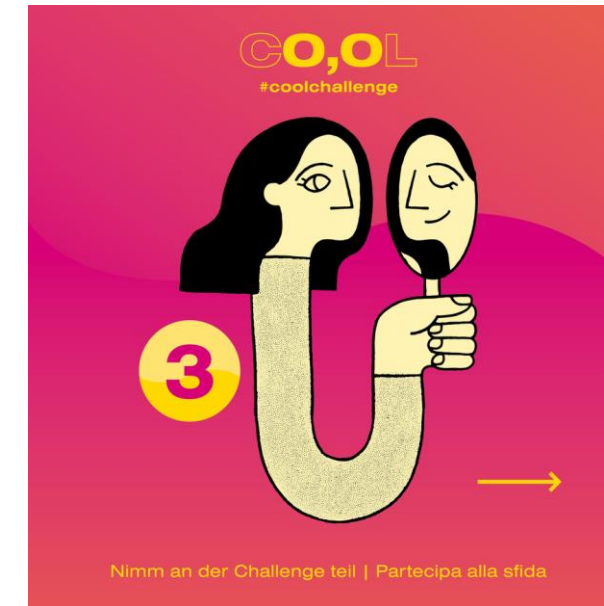
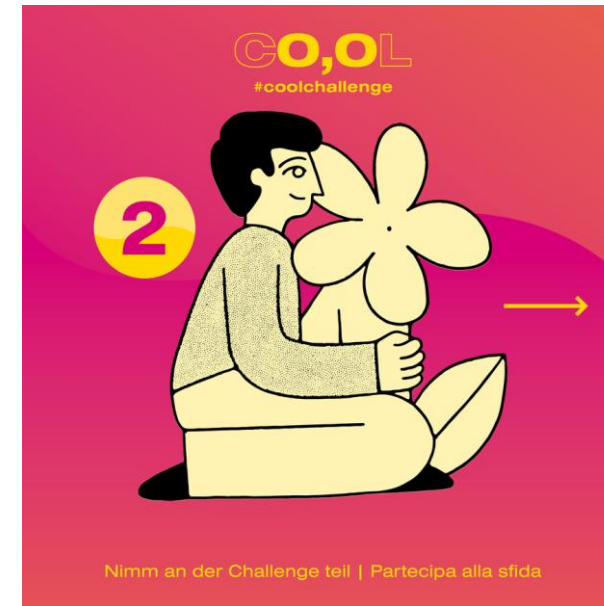
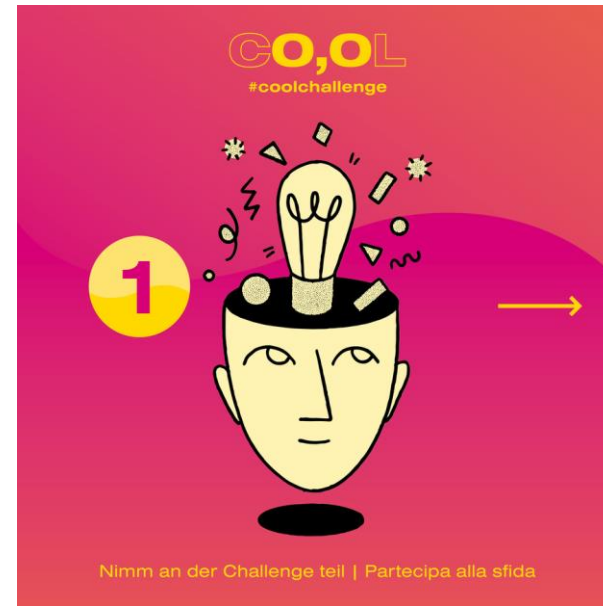
Kooperationen | Cooperazioni

HGV, KVV, Schulämter, Jugendarbeit, Gemeindenverband

Unione Albergatori, AC ,Intendenze scolastiche, lavoro giovanile, consorzio dei comuni

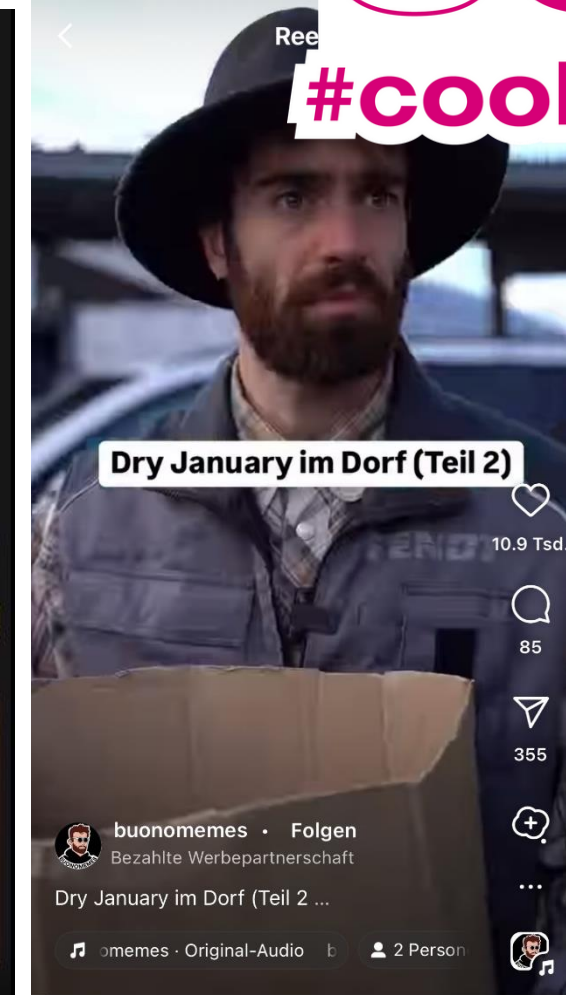
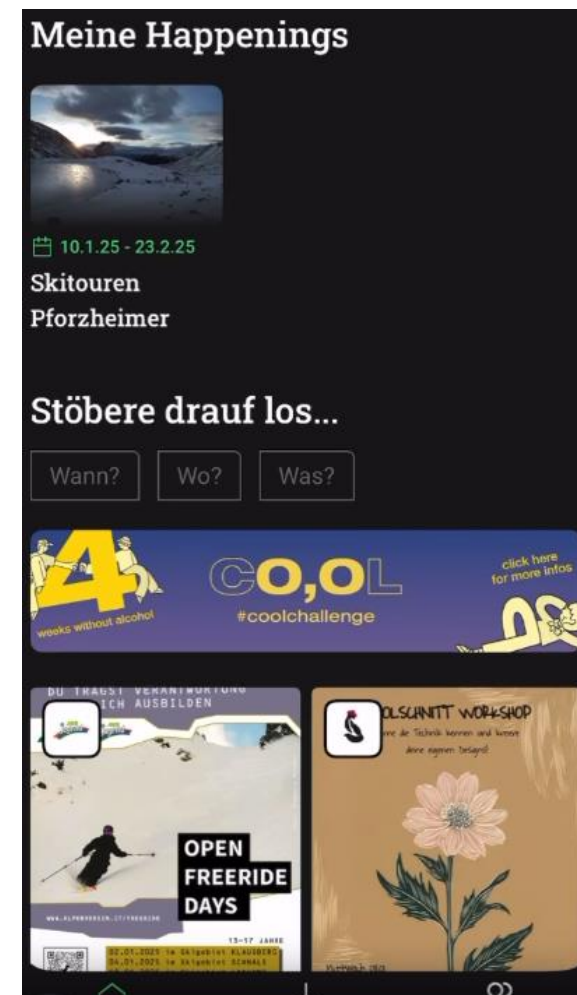


9 Gründe 9 motivi



Kampagnenmittel / Elementi della campagna 2025

- Implementieren einer Pre-Kampagne in der Vorweihnachtszeit inkl. akustischer Adventskalender
- Plakate und Postkarten mit neuer Grafik
- Print-Anzeigen/annunci
- Radiospots
- Reels & Videos
- Aktualisierung der Landingpage www.coolcomma0.com
- Try Dry App
- WhatsApp Channel
- Citylights an Bushaltestellen
- Zusammenarbeit mit Influencer



CO,OL #coolchallenge to 2024

Weitere Sichtbarkeit mit Ulteriore visitbilità con

Videoterminals: STA Zügen , Landesämter, Sabes
terminali video: treni sta, uffici provinciali, Azienda
sanitarie

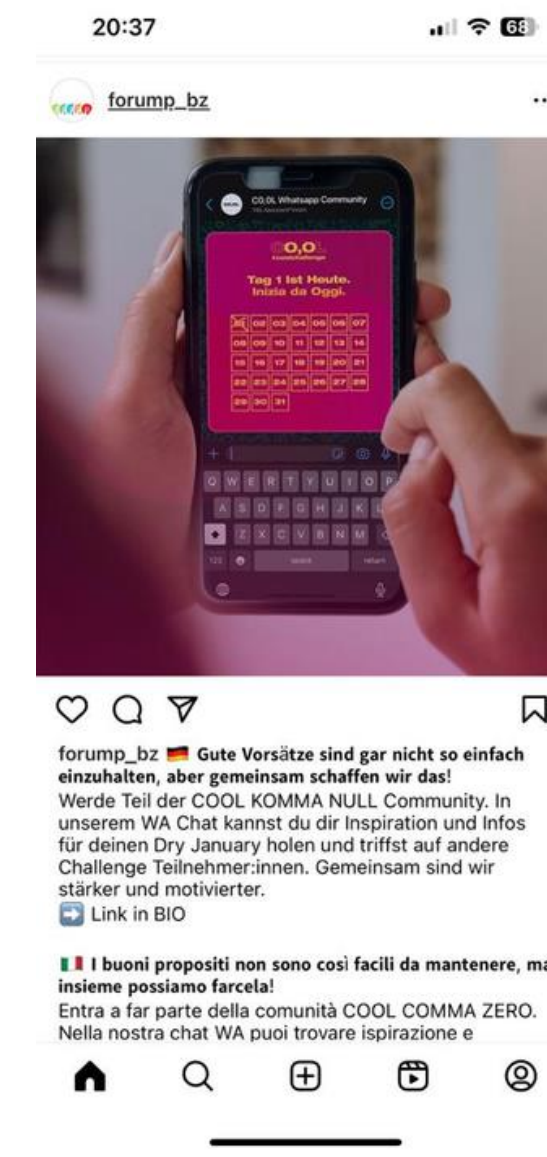
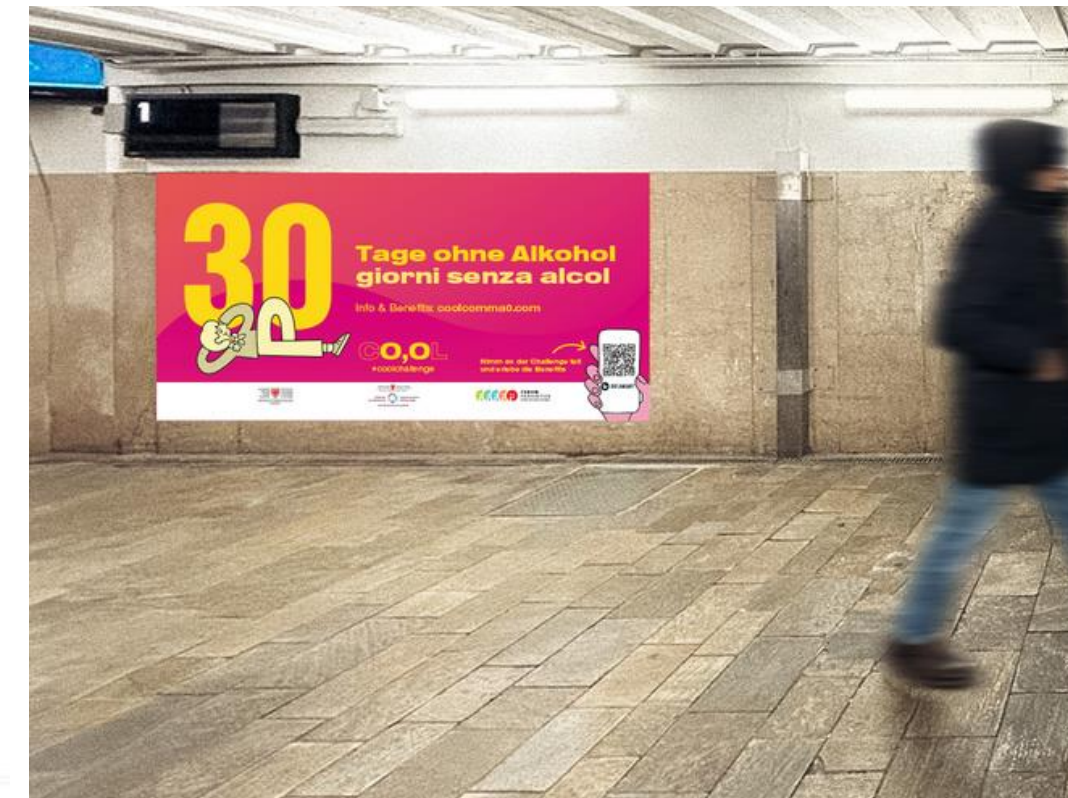
Bahnhof Bozen – stazione di Bolzano

Banner auf institutionellen Seiten und lokalen
Medien

Banner su siti istituzionali e media locali

Social Media: Facebook, Instagram, TikTok, x,
youtube, Google

Verteilung Plakate in Landesämtern,
Krankenhäusern, Schulen, Jugendzentren,
Arztpraxen, Apotheken, Sozialdienste ecc
Diffusione delle locandine negli uffici provinciali,
ospedali, nelle scuole, centri giovanili, ambulatori
medici, farmacie, servizi sociali ecc



New Landingpage: www.coolcomma0.com

- WhatsApp Community Channel
- 9 Gründe/9 motivi
- Kampagnenmaterial/materiale della campagne
- Try Dry App
- Selbsttest, Hilfe & Kontakt
Autotest, sostegno e contatti



Try Dry APP

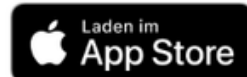
Tracke deinen Erfolg mit der Try Dry-App

- 🕒 Wie lange hältst du durch?
- 📊 Wie viele Kalorien sparst du ein?
- 💰 Wie viel Geld hast du gespart?
- 👍 Wie fit bist du?

Vergleiche dein normales Trinkverhalten mit dem Dry January und der Zeit danach.

Die App ist in Deutsch, Französisch und Englisch verfügbar.

Fragen zur App? Unsere [FAQ](#) helfen weiter.



How 'Dry January' is the secret to better sleep, saving money and losing weight

By: Anna Ford

Last updated: Wednesday, 2 January 2019



New research from the University of Sussex shows that taking part in Dry January – abstaining from booze for a month – sees people regaining control of their drinking, having more energy, better skin and losing weight. They also report drinking less months later.

The research, led by Sussex psychologist Dr [Richard de Visser](#), was conducted with over 800 people who took part in Dry January in 2018. The results show that Dry January participants are still drinking less in August. They reported that:

- drinking days fell on average from 4.3 to 3.3 per week;
- units consumed per drinking day dropped on average from 8.6 to 7.1;
- frequency of being drunk dropped from 3.4 per month to 2.1 per month on average.



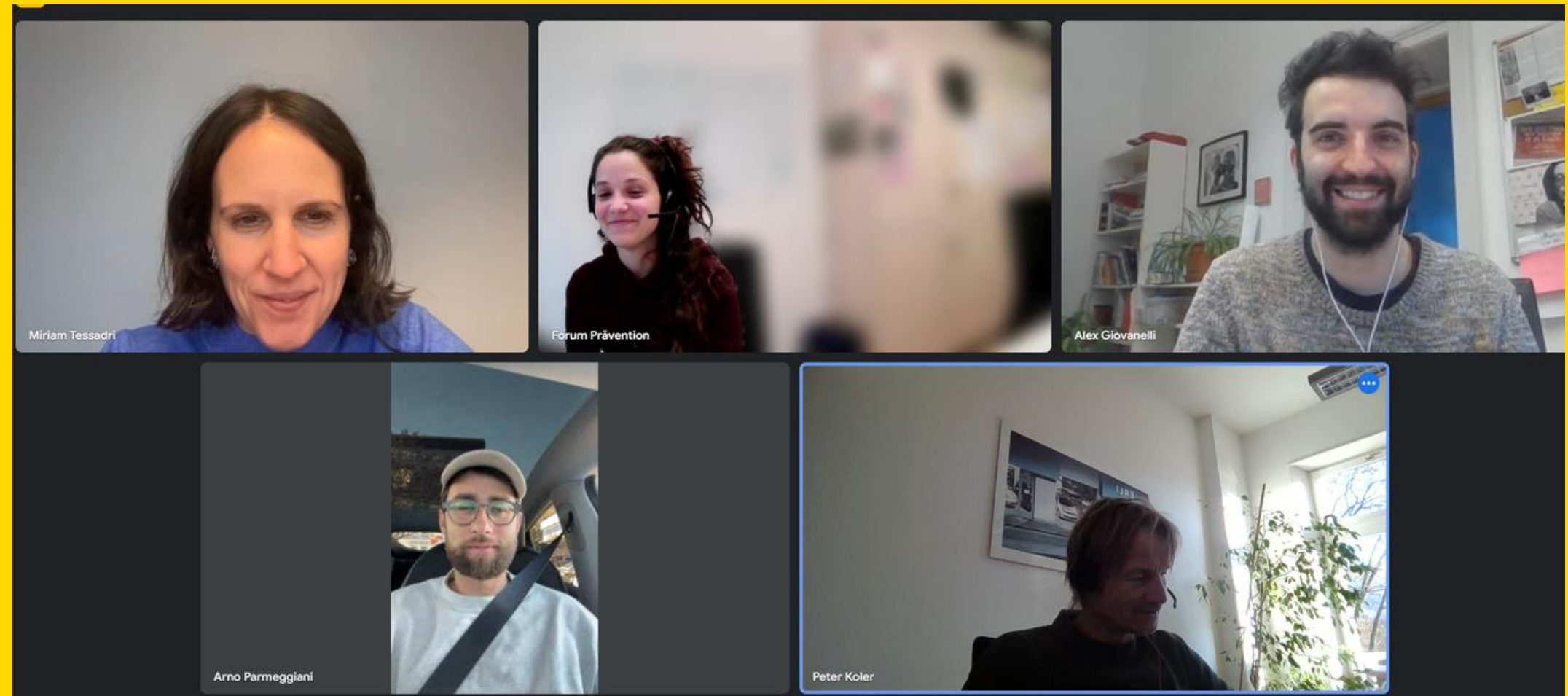
DRY JANUARY

Dry January

Koordinierungseinheit im Bereich der Abhängigkeitserkrankungen eingerichtet (gemäß Art. 7 L.G. Nr. 3/2006)
Steuerungsgruppe Alkohol: Abteilung Gesundheit, Abteilung Soziales, Sabes, D.f.A. Schulamt, Amt für Jugendarbeit, Bad Bachgart, Hands

Unità di coordinamento nel settore delle dipendenze (art. 7 L.P. n. 3/2006).

Gruppo di coordinamento alcol: ripartizione sanità, ripartizione affari sociali, Azienda sanitaria, SerD, intendenza scolastica, ufficio giovani, Bad Bachgart, Hands



Mitarbeiter:innen Team Forum Prävention und Kreativagentur zukunvt



Z+ Bas Kast

"Eine Flasche Wein zu entkorken, kostet keinen Mut"

Jahrzehntelang trank der Bestsellerautor Bas Kast jeden Abend ein, zwei Gläschen Wein. Jetzt nicht mehr, für die Gesundheit. Und weil er keine billigen Kicks braucht.

Interview: Jan Schwenkenbecher

Unübersehbar entwickelt sich ein gesellschaftlicher Trend hin zu alkoholfreien Alternativen, nicht nur bei Autofahrer:innen, schwangeren Frauen oder besonders gesundheitsbewussten Mitmenschen. È evidente una tendenza da parte della società verso alternative prive di alcol, e non solo tra gli automobilisti, le donne in gravidanza o le persone particolarmente attente alla salute.



Alkoholfreie Weine sind gekommen, um zu bleiben



Marc Almert: ASI Best Sommelier of the World 2019, Stellvertretender Geschäftsführer Baur au Lac Vins, Chef Sommelier Baur au Lac



„Oans, zwoa, gsuffa“

In München öffnet ein neuer Biergarten, in dem es nur Alkoholfreies gibt.

Gefragte Alternative

Produktion von alkoholfreiem Bier in zehn Jahren mehr als verdoppelt

Deutsche Brauer haben im vergangenen Jahr rund doppelt so viel alkoholfreies Bier gebraut wie im Jahr 2013, auch dank hoher Nachfrage aus dem Ausland. Die Produktion von Bier mit Alkohol ging dagegen zurück.

30.07.2024, 12:23 Uhr

2 Min



08.01.2025

COOL

#coolchallenge

Danke für die Aufmerksamkeit!
Grazie per l'attenzione!

info@forum-p.it · www.forum-p.it
www.coolcomma0.com