

Der neue Cocktail-Hit ist Kirsch-Banane



Kiba ist der neue Hit der alkoholfreien Cocktailbar des Präventionsvereins Himmelpforten. Auf die neue Partnerschaft mit Klindworth stoßen (von links) Gerd Gründahl, Burkhard Bönninghausen und Sven Frisch an. Foto: Eidtmann

HIMMELPFORTEN. Ob Skatertag oder Schulfest, Harley-Davidson-Treffen oder Musikevent, Ortsjubiläum oder Sponsorenlauf – der grüne Frosch, der auf gelbem Plakatuntergrund einen frischen Saft schlürft, ist im Landkreis Stade zum bekannten Werbeträger für alkoholfreie Cocktails geworden. Das Himmelpfortener Präventionsprojekt „Smarter ohne Kater“ gegen Alkoholmissbrauch zeigt im dritten Jahr Präsenz. An seiner Seite ist das Unternehmen Klindworth als neuer Partner.

Nach dem Ausstieg von Albi war Projektinitiator und Organisator Burkhard Bönninghausen gehalten, einen neuen Sponsor zu finden. „Bei uns stieß er gleich auf offene Ohren. Und es passte inhaltlich wie menschlich“, sagen Gerd Gründahl (Geschäftsführer) und Sven Frisch (Marketing) der Niehoffs Vaihinger Vertriebs GmbH.

Kinder und Jugendliche als Zielgruppe, Gesundheit und Mehrwegsystem – viele Schnittstellen seien mit dem Projekt „Smarter ohne Kater“ gegeben, so Gründahl und Frisch. Man teilt die Einschätzung des Präventionsvereins der Samtgemeinde Himmelpforten, dass die Aktion eine außergewöhnliche Strategie zur Alkoholprävention darstellt. Niederschwellig und breit aufgestellt würden Zielgruppen immer direkt erreicht. „Die Gespräche und Diskussionen am Rande der Cocktailbar mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zeigen Wirkung“, registriert Bönninghausen.

Die Premium-Safterei stellt dem Präventionsverein Säfte und Nektare für das Mixen von Cocktails kostenfrei zur Verfügung. Der Verein muss die Kooperation lediglich mit Leben erfüllen.

„Ich bin froh, dass ich weiterhin so hochwertige Säfte ausschenken kann“, sagt Bönninghausen, der als Hauptperson im Ausschank tätig ist. Denn nur mit Qualität kann der Verkauf im Cocktail-Anhänger, der oft in Nachbarschaft zum Alkoholausschank steht, wirklich punkten. Mit 1,50 Euro pro Cocktail ist der Preis bewusst unter dem eines alkoholhaltigen Getränkes angesetzt. Vom Erlös werden weitere begleitende und aufklärende Präventionsveranstaltungen wie etwa Theaterspiele finanziert. (je)