25.11.2013 – 12:36 Uhr

JOHNNIE WALKER® ruft mit neuem Film "Glass Car" zu verantwortungsvollem Umgang mit Alkohol auf

Paulo (ots/PRNewswire) -

Wenn Sie an die Zerbrechlichkeit des menschlichen Lebens erinnert werden möchten, sehen Sie einem Formel-1-Rennwagen, der vollständig aus JOHNNIE WALKER-Whisky-Gläsern gebaut ist, dabei zu, wie er in Millionen Stücke zerspringt, sagt Carolyn Panzer, Director of Corporate Social Responsibility für Diageo, dem Hersteller des erfolgreichsten Blended Scotch Whisky der Welt.

(Photo: http://photos.prnewswire.com/prnh/20131122/654067)

Video: http://www.jointhepact.com/theglasscar

The Glass Car ("Der Glaswagen") ist ein neuer Film, der heute im Rahmen der Join The Pact-Kampagne veröffentlicht wurde. Ziel der weltweiten Kampagne ist es, eine Million Menschen zu einer schriftlichen Zusage dazu zu bewegen, nicht zu trinken und Auto zu fahren. Der 90 Sekunden lange Film basiert auf der Zerbrechlichkeit des Glases und stellt einen Rennwagen dar, der aus 1.750 Gläsern besteht. Schön, leistungsstark und doch so zerbrechlich: der Glaswagen symbolisiert die Bedeutung, zu jedem Zeitpunkt die richtige die richtige Entscheidung zu treffen und sich unter Kontrolle zu haben.

"Unsere Partnerschaft mit Vodafone McLaren Mercedes bietet eine erstaunlich leistungsstarke Plattform zum Thema verantwortungsvolles Trinken", so Panzer. "Im Vorfeld des Grossen Petrobas-Preises von Brasilien haben wir den Film The Glass Car veröffentlicht, um die Verbraucher daran zu erinnern, dass Kontrolle alles ist, sowohl im Rennsport als auch im Leben."

Join The Pact hat das Ziel, eine Million Unterschriften mit dem Versprechen zu sammeln, niemals zu trinken und dann Auto zu fahren. Dafür wurde der Hashtag #ImNOTdriving für soziale Netzwerke geschaffen. JOHNNIE WALKER verlost eine Million Kilometer an sicheren Fahrdiensten.

In The Glass Car erklärt der zweifache Formel 1-Weltmeister Mika Häkkinen, JOHNNIE WALKER-Botschafter für massvolles Trinken: "Im Rennsport ist Kontrolle das A und O. Bruchteile von Sekunden trennen Gewinner und Verlierer voneinander und entscheiden darüber, ob man das Rennen überhaupt zu Ende fährt. The Glass Car erinnert eindrucksvoll daran, wie schnell unsere Träume zerbrechen können. Sehen Sie es sich an, teilen Sie es und unterschreiben Sie mit dem Versprechen, niemals zu trinken und Auto zu fahren."

In einer sorgfältig erstellten Computer-Reproduktion des McLaren-Technologiezentrums, das bis auf 3 mm genau dargestellt wird, zeigt dieser schöne Film ein eindrucksvolles CGI-Modell eines Formel 1-Wagens von Vodafone McLaren Mercedes sowie einen atemberaubenden Aufprall bei 300 Bildern pro Sekunde, deren Produktion über eine Woche Zeit in Anspruch nahm und die allein mehr als 100 Gigabyte Daten produzierten. Sie finden den Film The Glass Car auf http://www.jointhepact.com/theglasscar.

Gavin Pike, Global Brand Director von JOHNNIE WALKER, erklärte: "Das verantwortungsbewusste Trinken steht im Zentrum der achtjährigen Zusammenarbeit von JOHNNIE WALKER und Vodafone McLaren Mercedes. Als Ergebnis dieser Partnerschaft haben bereits mehr als eine Million Verbraucher weltweit das Versprechen angegeben, nie zu trinken und Auto zu fahren. Vor neun Wochen wurde in Singapur die neue Kampagne ins Leben gerufen, deren Ziel es ist, über den Hashtag #ImNOTdriving eine weitere Million Zusagen zu erreichen. Im Gegenzug werden weltweit kostenlose Fahrdienste verlost."

"Die Reaktion der Verbraucher ist bislang sehr positiv, und wir haben bereits mehr als 10.000 Kilometer kostenlose Fahrdienste angeboten. Die Formel-1-Saison nähert sich ihrem Höhepunkt, und gleichzeitig bereiten sich die Menschen in vielen Teilen der Erde auf die Weihnachtszeit vor. Das ist der richtige Moment, um diesen Film wirkungsvoll einzusetzen und die wichtige Botschaft zu übermitteln, nicht zu trinken und Auto zu fahren."

Pike fügte hinzu: "JOHNNIE WALKER setzt sich für persönliche Fortschritte ein. Das macht die Marke so persönlich, und für uns ist verantwortungsbewusstes Trinken Teil dieses Fortschritts. Dieser neue Film verleiht unserer weltweiten Kampagne zusätzliche Kraft und nutzt unsere Partnerschaft mit Vodafone McLaren Mercedes dazu, unser Engagement für Weltklasse-Standards in verantwortungsvollem Marketing zu demonstrieren."

Hinweise an die Redaktion:

Join the Pact und Vodafone McLaren Mercedes

JOHNNIE WALKER hat den massvollen Alkoholgenuss ins Zentrum seiner achtjährigen Partnerschaft mit dem Formal 1-Team von Vodafone McLaren Mercedes gestellt. Durch seine Vorreiter-Rolle als Sponsor und mit Mika Häkkinen sowie Sergio Perez und Jenson Button als weltweiten Botschaftern für verantwortungsbewusstes Trinken nimmt JOHNNIE WALKER diese Probleme mittels der Join the Pact-Kampagne direkt in Angriff.

Join the Pact fordert die Verbraucher weltweit dazu auf, sich schriftlich dazu zu verpflichten, niemals zu trinken und zu fahren. Seit

2006 engagieren sich Mika und die McLaren F1-Fahrer für diesen weltweiten Aufruf. Sie haben bereits eine Million Unterschriften gesammelt.

Mika hat über 30 Länder auf vier Kontinenten besucht, vor unzähligen Medien, Regierungsvertretern, Interessenvertretern und Verbrauchern Reden gehalten und mittels einzigartiger JOHNNIE WALKER-Erfahrungen wichtige Botschaften vermittelt.

Anlässlich des Grossen Preises von Singapur 2013 ("Singtel") in der Formel 1 kündigte JOHNNIE WALKER den nächsten Schritt der Join the Pact-Kampagne an, die das Ziel hat, über den Hashtag #ImNOTdriving eine weitere Million Unterschriften mit dem Versprechen zu sammeln, nie zu trinken und Auto zu fahren. Um die Million Unterschriften anzuerkennen, verschenkt JOHNNIE WALKER weltweit eine Million Kilometer sicherer Fahrten nach Hause.

Informationen zu Diageo

Diageo ist der weltweit führende Anbieter für Getränke mit einem herausragenden Angebot an Marken für Spirituosen, Biere und Weine. Zu diesen Marken gehören Johnnie Walker, Crown Royal, die Whiskies JepsilonB und Bushmills, die Wodka-Marken Smirnoff, Cîroc und Ketel One, Baileys, Captain Morgan, Tanqueray und Guinness.

Diageo ist weltweit tätig mit einer Markenpräsenz in mehr als 180 Ländern und wird sowohl an der New York Stock Exchange (DEO) als auch an der London Stock Exchange (DGE) gehandelt. Weitere Informationen zu Diageo, den Mitarbeitern und den Marken finden Sie auf http://www.diageo.com. Um mehr über Diageos weltweiten Einsatz für massvolles Trinken mittels bewährter Verfahren, Informationsvermittlung und Initiativen zu erfahren, besuchen Sie http://www.DRINKiQ.com.

Celebrating life, every day, everywhere.

Der Begriff JOHNNIE WALKER, die schreitende Figur und andere Logos sind Handelsmarken (c) John Walker & Sons 2013.

Trinken Sie verantwortungsvoll.

Photo:
http://photos.prnewswire.com/prnh/20131122/654067

Kontakt:

Weitere Informationen erhalten Sie bei: Alan Watson, Smarts
Communicate, E-Mail: Alan.Watson@smartscommunicate.com, Tel. +44 (0)
28
9039 5500; Gillian Cook, DIAGEO, E-Mail: Gillian.Cook@diageo.com,
Tel.: +31
6 13195266

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100022000/100747710 abgerufen werden.