

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Außenwerbe-Offensive der Initiative #mehrAchtung zum Straßenkarneval: Wie eine großangelegte Aktion im Rheinland vor Alkohol am Steuer warnt

Berlin, 12. Februar 2026 – Auf zahlreichen digitalen Werbeflächen tauchen in den kommenden Tagen in den Karnevalshochburgen Düsseldorf, Köln oder Bonn Motive auf, die absurd-närrische Situationen unter der Überschrift „Wenigstens ist er nicht mehr gefahren“ zeigen. Anlässlich des Straßenkarnevals startet hier eine großangelegte Präventionskampagne, die für das Thema Alkohol am Steuer sensibilisieren will.

Hinter der Aktion, die vom 12. bis zum 25. Februar auf den digitalen Werbeflächen im öffentlichen Raum zu sehen sein wird, stehen das Bundesministerium für Verkehr (BMV) und der Deutsche Verkehrssicherheitsrat (DVR) mit ihrer langjährigen Initiative #mehrAchtung. Anstatt mit dem erhobenen Zeigefinger zu warnen, setzt die Kampagne bewusst auf einen augenzwinkernden Ansatz, der direkt aus der Lebensrealität der Feiernden schöpft und die Klugheit einzig richtige Entscheidung feiert, nach einer durchzechten Nacht das Auto stehen zu lassen.

Bundesverkehrsminister Patrick Schnieder: *„Die Verkehrssicherheit ist unsere oberste Priorität. Daher gehört zu einer gelungenen Karnevalsfeier eine sichere und verantwortungsvolle Heimkehr. Auch in der fünften Jahreszeit gilt selbstverständlich: Wenn Alkohol im Spiel ist, bleiben Auto, E-Scooter, Fahrrad und Roller stehen. Genau daran appelliert unsere rheinische Kampagne. Danke an alle Mitmenschen, die auch im Karnevals-Trubel vorausblickend und gewissenhaft #mehrAchtung zeigen.“*

Manfred Wirsch, Präsident des Deutschen Verkehrssicherheitsrats: *„Die Motive zeigen mit Humor, was im Kern eine ernste Botschaft ist: Wer trinkt, fährt nicht. Gerade in der fünften Jahreszeit ist es die klügste Entscheidung, das Fahrzeug stehen zu lassen. Alkohol am Steuer ist eines der größten vermeidbaren Risiken im Straßenverkehr. Der Verzicht auf Alkohol ist deshalb ein zentraler Beitrag zur Vision Zero – und ein Zeichen von Rücksicht und Verantwortung.“*

Die Kampagne wird in den Städten Aachen, Bonn, Düsseldorf, Köln, Mainz sowie Frankfurt am Main, Wiesbaden und Würzburg sichtbar sein. Die Motive werden auf digitalen Screens im öffentlichen Raum über den DOOH (digital-out-of-home) -Partner Hygh ausgespielt. Zusätzlich werden sie als Edgar Freecards direkt im Kneipenumfeld verteilt, um die Zielgruppe mit der nötigen Portion Lokalkolorit zu erreichen.

Die Aktion ist Teil der langfristig angelegten Verkehrssicherheitsarbeit von „Runter vom Gas“, die seit 2008 im Auftrag des BMV und DVR entwickelt und umgesetzt wird. Sie unterstützt die Vision Zero der Bundesregierung und richtet sich an rund 70 Millionen Verkehrsteilnehmende in Deutschland.

Über #mehrAchtung

#mehrAchtung appelliert an die Eigenverantwortung der Menschen, durch ihre Einstellung und ihr Verhalten zu mehr Rücksicht und einem respektvollen Miteinander im Straßenverkehr beizutragen. #mehrAchtung richtet sich an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Straßenverkehr – unabhängig von Mobilitätsform, Alter und Geschlecht. Weitere Informationen finden alle Interessierten auf der Website unter www.mehrachtung.de.

Über „Runter vom Gas“

Initiatoren der Verkehrssicherheitskampagne „Runter vom Gas“ sind das Bundesministerium für Verkehr (BMV) und der Deutsche Verkehrssicherheitsrat e. V. (DVR). Mit einer emotionalen Ansprache sensibilisiert „Runter vom Gas“ seit 2008 für Risiken im Straßenverkehr sowie eine Vielzahl von Unfallursachen und will damit für mehr Sicherheit auf deutschen Straßen sorgen.

Mehr Informationen zur Kampagne auf:

www.mehrachtung.de

www.facebook.com/RunterVomGas

www.instagram.com/runtervomgas_offiziell

Kontakt

#mehrAchtung-Kontaktbüro

kontakt@mehrachtung.de