



STIFTUNG MARIA EBENE
SUPRO



KENNiDI – Die alkoholfreie Alternative

Ein alkoholfreies Getränk für Gastronomiebetriebe in Vorarlberg und für Festveranstalter.

In Kooperation mit:



Im Auftrag von:



Kontext und strukturelle Verankerung



- Jugendgetränke wurden in einzelnen Gemeinden immer wieder neu initiiert, in vielen Gemeinden waren solche Jugendbeteiligungsmodelle aus unterschiedlichen Gründen jedoch nicht möglich und so wurde zunehmend der Ruf laut, einen „vorarlbergweiten Jugenddrink - eine alkoholfreie Alternative für unsere Jugend“ zu lancieren
- Am 31.05.2008 wurde das Getränk KENNiDI bei einem Event vorgestellt.
- KENNiDI = 0,2l Mangonektar gespritzt mit Leitungswasser oder Soda auf 0,4 l, serviert im 0,4 l KENNiDI-Glas oder Mehrwegbecher
- Zwei große Getränkehersteller (Rauch Fruchtsäfte und Pfanner Getränke) als Projektpartner
- Gastronomiebetriebe können sich nach wie vor für KENNiDI anmelden, unterschreiben dabei eine Vereinbarung, dass das Getränk mind. 20 Cent günstiger als ein kleines Bier (0,3 l) verkauft werden muss

Ziele



- Erwachsene und Jugendliche zu sensibilisieren
- Eine leistbare alkoholfreie Alternative, die im ganzen Land unter demselben Namen bekannt ist.
- Durch die anpassbare Preisgestaltung (Bedingung ist nur, dass KENNiDI 20 Cent günstiger als ein 0,3 l Bier sein muss) können Gastronomiebetriebe, unabhängig davon, ob es sich um ein gutbürgerliches Lokal oder ein Haubenlokal handelt, teilnehmen.
- Mehr Zustimmung seitens der Bevölkerung, da der Name auf den Vorarlberger Dialekt Bezug nimmt: KENN i DI = Kenn ich dich.
- Größere Bekanntheit durch den Einsatz des Getränks in der Gastronomie, bei Vereinen, in Gemeinden und bei Veranstaltungen des KENNiDI-Eventstandes.



Ablauf



- Gastronomiebetriebe können sich direkt in der SUPRO melden und erhalten KENNiDI-Gläser für den Ausschank.
- Bei Veranstaltungen des KENNiDI-Eventstandes wird das Getränk KENNiDI in Mehrwegbechern ausgeschenkt und ist Teil des Getränkeangebotes (zusätzlich zu alkoholfreien Cocktails).

Laufzeit und Reichweite



- Seit 31. Mai 2008: Vorstellung des Getränkes KENNiDI (gefördert durch das Projekt „Mehr Spaß mit Maß“)
 - 2009-2012: Teil des Projekts „KENNiDI“
 - Fortführung des Angebots
-
- 50 beteiligte Gemeinden bei der Lancierung
 - Derzeit ca. 200 Gastrobetriebe
 - 2009 - 2015: 186 Einsatztage mit dem KENNiDI-Eventstand
 - Übernahme des Konzepts im Fürstentum Liechtenstein und St. Galler Rheintal

Herausforderungen



- Bereits bestehende Jugendgetränke, die von Jugendlichen initiiert wurden – Unstimmigkeiten, da man sich übergangen fühlte
- Kontrolle, ob das Getränk tatsächlich als leistbare alkoholfreie Alternative verkauft wird
- Festgäste, die ein alkoholfreies Angebot belächeln

Besonderheiten



- Mangosaft hat sich bei der Verkostung durchgesetzt
- Der gestiegene Bekanntheitsgrad durch den vorarlbergweit selben Namen
- Zwei große Getränkehersteller (Rauch Fruchtsäfte und Pfanner Getränke) als Partner
- KENNiDI auch im Fürstentum Liechtenstein und St. Galler Rheintal (übernommen von den Organisationen vor Ort)

Lernschritte



- Klare Kommunikation von vornherein mit bestehenden Jugendinitiativen
- Klarstellung, dass es sich um eine leistbare alkoholfreie Alternative handelt, nicht um das Verbot von Alkohol

Kontakt

<http://kennidi.net/>



STIFTUNG MARIA EBENE
SUPRO



Ingrid Matt
SUPRO