



DRY JANUARY®
CH

DRY JANUARY SWITZERLAND 2021-23

VEREINBARUNG FÜR REGIONALE VERBREITUNGSPARTNER

Art. 1 – Lizenz

Der Brand Dry January ist markenrechtlich geschützt und Eigentum von Alcohol Change UK (ACUK). Lizenznehmer für die Schweiz ist Blaues Kreuz Schweiz (BKCH). Entsprechend gelten die Rahmenbedingungen, die im Vertrag zwischen dem BKCH und ACUK vereinbart wurden, als integrierender Bestandteil dieser Vereinbarung. Um sicherzustellen, dass diese vertragsgemäss umgesetzt werden, gelten für regionale Verbreitungspartner des Dry January zudem die nachfolgenden Bestimmungen.

Art. 2 – Regionale Verbreitungspartner

Jede Organisation welche den Dry January (DJ) promoten will, unterschreibt diese Vereinbarung. Das BKCH muss die Liste der regionalen Verbreitungspartner ACUK unterbreiten und von ihr bewilligen lassen. Erst dann gilt der Verbreitungspartner als anerkannt und diese Vereinbarung tritt in Kraft. Im Gegenzug werden die anerkannten Verbreitungspartner kostenlos auf der offiziellen DJ-Homepage mit Logo und Weblink erwähnt und aufgelistet.

Art. 3 – Publikationen ohne Logobenutzung

Publikationen über den Dry January ohne Abbildung des DJ Logos bedürfen keiner weiteren Absprache, solange klar daraus hervorgeht, dass die Verfasser:innen weder Organisator:innen noch offizielle Projektpartner des Dry January sind.

Art. 4 – DJ Materialien

DJ Materialien können durch die Verbreitungspartner zum Selbstkostenpreis bei der Projektleitung bestellt werden. Ausnahmen und Spezialwünsche müssen vier Wochen im Voraus dem BKCH vorgelegt werden, damit diese von ACUK begutachtet und bewilligt werden können.

Art. 5 – Lokale Verbreitungsaktionen

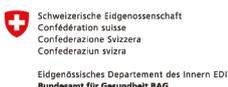
Lokale DJ Aktionen werden der Projektleitung gemeldet und werden inhaltlich freigegeben. Die Freigabe erfolgt gemäss Art. 7.

Im Sinne des gemeinsamen Kampagnenzwecks und gemäss ACUK Vorgaben verweisen alle DJ Kommunikationen ausschliesslich auf die offizielle Homepage, Social Media Kanäle und die Try Dry App.

Art. 6 – Logobenutzung

Es werden in der Projektkampagne nur Bildelemente (Logos, Banner usw.) verwendet, die durch die Projektgruppe Dry January offiziell zur Verfügung gestellt wurden. Die elektronischen DJ Vorlagen werden den Verbreitungspartnern kostenlos zur Verfügung gestellt.

Dry January wird unterstützt durch





DRY JANUARY[®]
CH

Für die regionale Kommunikation muss das Dry January Logo allein erscheinen. Grafische Abbildungen und der Druck von Produkten welche das Dry January Logo beinhalten müssen in Abstimmung mit der Projektleitung geschehen. Die Freigabe erfolgt gemäss Art. 7.

Es muss klar ersichtlich sein, dass die Verfassenden regionale Verbreitungspartner des schweizerischen Dry January sind. Die Liste aller Partner wird am Ende der Mitteilung in alphabetischer Reihenfolge (ohne Logo) erwähnt.

Art. 7 – Freigabeprozess

Eine Freigabe, welche die Zustimmung von Alcohol Change UK erfordert, dauert 4 Wochen und wird durch die Projektleitung des BKCH erfolgen.

Art. 8 – Schlüsselbotschaften

Die regionalen Verbreitungspartner verpflichten sich, die im Anhang aufgelisteten Schlüsselbotschaften und die von der Projektgruppe vertriebenen Bildelemente zu verwenden.

Art. 9 – Sponsoren

Nur von der Projektleitung und ACUK genehmigte Sponsoren dürfen den DJ promoten. Die Freigabe erfolgt gemäss Art. 7.

Art. 10 – Datenschutz

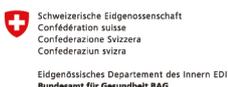
Jede Partei verpflichtet sich keine vertraulichen Informationen über das Geschäft, die Angelegenheiten, Kunden, Klienten oder Lieferanten der anderen Partei an irgendeine Person weiterzugeben

Aus Datenschutzgründen werden keine persönlichen Daten, E-Mail-Adressen an die Verbreitungspartner weitergeleitet. Die Verbreitungspartner dürfen überdies keine persönlichen Daten, E-Mail-Adressen etc. sammeln. Aggregierte Daten und daraus abgeleitete Berichte mit lokalen/kantonalen Informationen und Auswertungen können unter Kostenfolge bei der Projektleitung bestellt werden.

Art. 11 – Geltungsdauer

Diese Vereinbarung gilt vorerst für die drei Jahre 2021 bis 2023, kann jedoch von jeder Vertragspartei unter Einhaltung einer Frist von sechs Monate auf ein Jahresende gekündigt werden. Wird DJ auch ab 2024 weitergeführt, wird diese Vereinbarung ohne rechtzeitige Kündigung einer Partei unverändert fortgesetzt.

Dry January wird unterstützt durch





DRY JANUARY[®]
CH

Art. 12 – Gerichtsstand und anwendbares Recht

Auf die vorliegende Vereinbarung ist ausschliesslich Schweizer Recht anwendbar. Ausschliesslicher Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten im Zusammenhang mit dieser Vereinbarung ins Bern.

Die unten genannte Organisation verpflichtet sich, als regionaler Verbreitungspartner des Dry January die oben aufgelisteten Richtlinien einzuhalten.

Zurücksenden an:

Blaues Kreuz Schweiz, Lindenrain 5, 3012 Bern

dryjanuary@blaueskreuz.ch

Verbreitungspartner

Name der Organisation und Weblink

Kontaktperson mit Tel. und Mail

Eigene Social Media-Kanäle

Ort und Datum

Stempel und Unterschrift

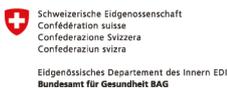
Blaues Kreuz Schweiz

Kontaktperson mit Tel. und Mail

Ort und Datum

Stempel und Unterschrift

Dry January wird unterstützt durch





DRY JANUARY® CH

Anhang : Dry January - Schlüsselbotschaften

Schlüsselbotschaften zur Förderung und Einbeziehung in die Kampagne

1. Dry January ist eine Chance für die Menschen, ihre Beziehung zum Alkohol neu zu gestalten.
2. Dry January ist gut für Ihren Geldbeutel, Ihre Haut, Ihre Energie, Ihr Gewicht und Ihr geistiges Wohlbefinden.
3. Ein Monat ohne Alkohol hat auch eine positive Wirkung auf Ihren Körper, indem er Leberprobleme, Blutdruck und Krebsproteine reduziert.
4. Dry January kann Ihnen dabei helfen, den Alkoholkonsum langfristig in den Griff zu bekommen.
5. Dry January ist für alle, die glauben, dass sie von einer Pause vom Alkohol profitieren würden.
6. Menschen, die sich für den Dry January anmelden, haben eine doppelt so hohe Erfolgswahrscheinlichkeit wie Menschen, die versuchen, es allein zu schaffen.
7. Dry January ist NICHT für Menschen, die körperliche Entzugserscheinungen wie Schwitzen, Zittern oder Kopfschmerzen haben, wenn sie mit dem Trinken aufhören. Wenn dies bei Ihnen der Fall ist, suchen Sie dringend ärztliche Hilfe auf, da solche Symptome gefährlich sein können.
8. Personen, die sich für den Dry January anmelden, erhalten kostenlose Tipps und Ratschläge, damit sie den Monat optimal nutzen können.
9. Am einfachsten melden Sie sich über die Try Dry-App an.
10. Die Try Dry-Anwendung, die Unterstützungs-E-Mails und die private Facebook-Gruppe sind auf Englisch, werden aber demnächst auf Deutsch und Französisch übersetzt.

Schlüsselbotschaften, die vermieden und nicht in die Kampagne aufgenommen werden sollen

11. Dry January ist eine "Entgiftung". (Ist er nicht. Eine Entgiftung ist ein medizinisches Verfahren bei Alkoholvergiftung).
12. Dry January ermutigt zu mehr Alkoholkonsum während des restlichen Jahres. (Dieser so genannte Rebound-Effekt ist selten. Die meisten Menschen, die den Dry January richtig machen, trinken sechs Monate später weniger).
13. Dry January ist "gegen" Alkohol. (Er dient der langfristigen Gesundheit durch die Kontrolle des Alkoholkonsums. Dry January ist gegen Alkoholschäden, aber nicht gegen Alkohol an sich).
14. Beim Dry January geht es darum, etwas aufzugeben. (Beim Dry January geht es darum, etwas zu gewinnen - mehr Geld, einen gesünderen Körper, einen glücklicheren Geist und Freiheit von einer schwierigen Beziehung zum Alkohol).
15. Dry January ist eine Abstinenzkampagne. (Dry January ermutigt die Menschen nicht dazu, für immer trocken zu bleiben. Tatsächlich fördert er kein bestimmtes zukünftiges "Trinkziel" und überlässt es den Trinkern, darüber selbst zu entscheiden. Sie ermöglicht es den Menschen, durch die Lernerfahrung einer kurzen Periode der Abstinenz langfristig die Kontrolle über das Trinken zu übernehmen. Die kurze Periode der Abstinenz soll ihnen helfen, eingefahrene, unbewusste Gewohnheiten zu durchbrechen).
16. Dry January ist nur für "Alkoholiker" oder Personen mit ernsthaften Alkoholproblemen geeignet. (Dry January ist nützlich für alle, die ein leichtes oder mässiges Alkoholproblem haben, und hilft ihnen, die Kontrolle über ihren Alkoholkonsum wiederzuerlangen, oder für alle, die einfach nur eine Pause vom Trinken wünschen. Dry January ist NICHT für Personen mit Alkoholabhängigkeit geeignet - siehe Botschaft 7).
17. Alle Botschaften, die vernünftigerweise als Ausrichtung der Kampagne auf eine bestimmte politische Partei oder Position angesehen werden könnten.
18. Alle Botschaften, die vernünftigerweise als Ausrichtung der Kampagne auf eine bestimmte Marke oder ein bestimmtes Unternehmen oder als Unterstützung einer Marke oder eines Unternehmens angesehen werden können.
19. Jede Kritik an einer Regierung oder politischen Partei.
20. Jede Nachricht, die vernünftigerweise als beleidigend, herabwürdigend oder diskriminierend angesehen werden könnte.
21. Alle Mitteilungen, die negative Auswirkungen auf den Ruf der Kampagne oder den Ruf des ACUK oder anderer internationalen Partner von Dry January haben könnten.

Dry January wird unterstützt durch



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Gesundheit BAG



GRUPPEMENT ROMAND D'ETUDES DES ADDICTIONS



SUCHT | SCHWEIZ



Fachverband
Sucht