

## **„bunt statt blau“: Schüler aus Mitte gewinnt Plakatwettbewerb in Berlin**

**Bildungssenatorin Busse übergab als Schirmherrin der DAK-Kampagne gegen Alkoholmissbrauch die Preise**

**Berlin, 13. Juni 2022. „bunt statt blau“: Unter diesem Motto beteiligten sich im Frühjahr bundesweit knapp 7.000 Schülerinnen und Schüler am Plakatwettbewerb der DAK-Gesundheit gegen das sogenannte Komasaufen bei Jugendlichen. Das beste Plakat aus Berlin kommt von Malte Eriksson (17) aus Mitte. Er setzte sich gegen rund 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch und wurde von der Schirmherrin der Aktion, Bildungssenatorin Astrid-Sabine Busse, geehrt.**

Das Plakat von Malte Eriksson trägt die Botschaft „Keep your color; don't drink!“ und zeigt die Silhouette eines Mannes, bunt gefüllt mit vielen kleinen Bildern und Figuren. Über eine Flasche gelangen blaue von diesen in den Körper, die ihn nach und nach einnehmen. Mit der beeindruckenden Arbeit gewann der 17-jährige Schüler aus Mitte den Hauptpreis von 300 Euro. Den zweiten Rang belegt Beatrice Rotärmel (17) aus Marzahn. Der dritte Preis geht an die Teamarbeit von Damian Kleybrink, Jan Skirskymonsky und Eray Yilmaz, alle 13 Jahre alt vom Herder-Gymnasium in Charlottenburg-Wilmersdorf. Den Sonderpreis für „Jüngere Künstler“ gewannen Albrecht Holzapfel und Leif Rose beide ebenfalls 13 Jahre alt und vom Herder-Gymnasium.

### **Bildungssenatorin Busse: Beeindruckende Statements gegen Alkoholmissbrauch**

„Alkoholmissbrauch schädigt die mentale und körperliche Gesundheit junger Menschen enorm. Die Kampagne macht ganz bewusst auf diese Gefahren aufmerksam und versucht, zusammen mit den Jugendlichen Präventionsarbeit zu leisten. Auch in diesem Jahr sind wieder bemerkenswerte und kreative Plakate entstanden. Meinen herzlichen Glückwunsch an die Gewinnerinnen und Gewinner für Ihr Engagement. Mit Eurer Fantasie und Eurem Einfallsreichtum sind beeindruckende Statements gegen den Alkoholmissbrauch entstanden. Das ist praktische Präventionsarbeit.“, betont Bildungssenatorin Astrid-Sabine Busse.

**Berlin: 260 Kinder und Jugendliche mit Alkoholvergiftung im Krankenhaus**

Nach aktuellen Zahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg kamen 2020 berlinweit 260 Kinder und Jugendliche im Alter von zehn bis 19 Jahren mit einer Alkoholvergiftung ins Krankenhaus, rund 29 Prozent weniger als im Vorjahr. „Der Rückgang stationärer Behandlungen in Zeiten der Corona-Pandemie ist ein positives Signal. Wir wollen aber verhindern, dass schon bald ein Nachholeffekt einsetzt und die Einlieferungen ins Krankenhaus wieder sprunghaft ansteigen. Deshalb setzen wir in Berlin unsere erfolgreiche Alkohol-Präventionskampagne ‚bunt statt blau‘ fort.“, sagt Volker Röttches, Leiter der Landesvertretung der DAK-Gesundheit. „Ich hoffe, dass wir die positive Entwicklung auch mit unserer vorausschauenden Präventionsarbeit weiterhin stabilisieren können.“

**Selbstgestaltete Plakate wirken**

Die Plakate, die Schülerinnen und Schüler bei „bunt statt blau“ gestalten, sind tatsächlich für Gleichaltrige besonders eindrucksvoll: Das Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT-Nord) in Kiel hat in einer Online-Studie mit 1.273 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ihre Wirkung im Vergleich zu konventionellen Warnhinweisen untersucht. Demnach verstärken die von der Zielgruppe selbst gemalten „bunt statt blau“-Plakate die Wahrnehmung, dass Alkoholkonsum schädlich ist. Sie haben eine stärker sensibilisierende Wirkung als traditionelle, eher an Erwachsene gerichtete, Warnhinweise.

Im Juni wählt eine Bundesjury mit dem Sucht- und Drogenbeauftragten der Bundesregierung Burkhard Blienert, dem DAK-Vorstandschef Andreas Storm und Experten vom IFT-Nord auf Bundesebene die beeindruckendsten Plakate 2022. Informationen zum Wettbewerb gibt es in allen Servicezentren der DAK-Gesundheit oder im Internet unter [www.dak.de/buntstattblau](http://www.dak.de/buntstattblau).

Der Plakatwettbewerb „bunt statt blau – Kunst gegen Komasaufen“ fand in diesem Jahr bereits zum dreizehnten Mal statt. Insgesamt haben seit 2010 rund 122.000 Schülerinnen und Schüler an der Aktion teilgenommen, die im Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung als beispielhafte Präventionskampagne genannt wird. Sie erhielt mehrere Auszeichnungen wie beispielsweise den Internationalen Deutschen PR-Preis.