

## **Plakate gegen Komasaufen wirken bei Schülern**

**Studie zum DAK-Wettbewerb „bunt statt blau“: Siegerbilder warnen besser vor Alkoholmissbrauch als konventionelle Hinweise**

**Hamburg, 31. Januar 2018. Im Kampf gegen das sogenannte Komasaufen sind Schülerplakate wirksamer als konventionelle Warnhinweise. Nach einer aktuellen Studie für die DAK-Gesundheit erzeugen Gewinnerbilder der Kampagne „bunt statt blau“ eine deutlich höhere Risikowahrnehmung bei Kindern und Jugendlichen. Bereits sehr kurze Präsentationen der Plakate verändern messbar die Einstellungen zu Alkohol.**

**Seit dem Start im Jahr 2010 haben mehr als 87.000 Schüler am DAK-Plakatwettbewerb „bunt statt blau – Kunst gegen Komasaufen“ teilgenommen. Das Kieler Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT-Nord) evaluiert die Kampagne regelmäßig und hat jetzt erstmals die Wirkung der Gewinnerplakate auf jugendliche Betrachter untersucht.**

An der aktuellen Onlinestudie\* des Kieler Instituts für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT-Nord) haben sich 1.273 Schüler beteiligt. Sie wurden per Zufall entweder mit „bunt statt blau“-Plakaten, konventionellen Warnhinweisen oder neutralen Bildern konfrontiert. Anschließend sollten sie einen Fragebogen zum Thema Alkohol ausfüllen. Obwohl ihnen das jeweilige Bild nur sechs Sekunden lang gezeigt wurde, hatte die Präsentation einen messbare Effekt: In der Gruppe derjenigen, die ein „bunt statt blau“-Plakat sahen, war hinterher das Bewusstsein für die Gefahren von Alkohol stärker ausgeprägt als bei denjenigen, die einen traditionellen Warnhinweis vor Augen hatten. Sechs von zehn Studienteilnehmern in der „bunt statt blau“-Gruppe assoziierten mit Alkohol ein hohes Risiko. Das waren 18 Prozent mehr als in der Warnhinweis-Gruppe. Für eine hohe Risikoeinschätzung mussten die Befragten auf einer Skala von null bis zehn mindestens eine Acht vergeben. „Die Plakate haben eine sensibilisierende Wirkung, die sich durch traditionelle, eher an Erwachsene gerichtete, Warnhinweise nicht erzielen ließ“, fasst Institutsleiter Professor Dr. Reiner Hanewinkel die Ergebnisse zusammen.

„Wir freuen uns über die Ergebnisse der Studie“, sagt Andreas Storm, Vorstandsvorsitzender der DAK-Gesundheit. „Sie weist nach, wie stark selbst gemalte Plakate das Bewusstsein der Kinder und Jugendlichen beeinflussen können. Das ist für die Prävention ein sehr wichtiges Ergebnis“, so Storm.

„Ziel unserer Kampagne ist, dass Schüler mit ihren Plakaten zu glaubwürdigen Botschaftern im Kampf gegen den Alkoholmissbrauch werden. Die Studienergebnisse zeigen, wie gut das Konzept aufgeht.“

### Einsatz der Plakate auf Ausstellungen und Werbeflächen

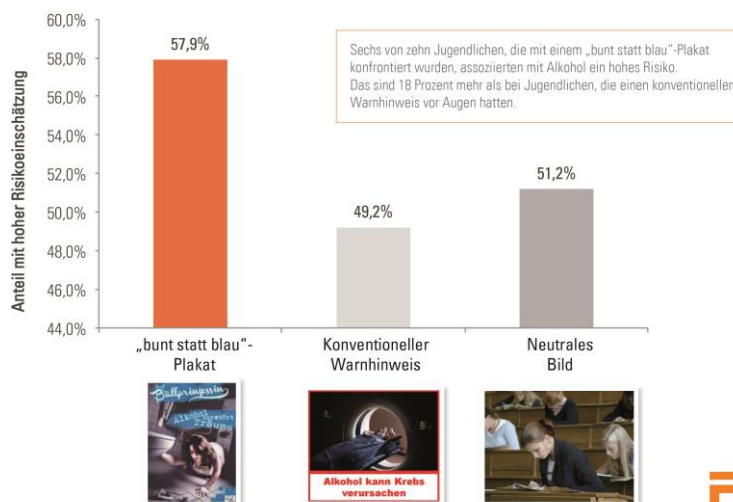
Die DAK-Gesundheit gestaltet mit den Gewinnerplakaten jedes Jahr eine Wanderausstellung, die bundesweit in Schulen, Rathäusern und anderen öffentlichen Einrichtungen gezeigt wird. Viele Gemeinden nutzen die „bunt statt blau“-Plakate auch auf großen Werbeflächen. Zum 1. Februar startet die Krankenkasse gemeinsam mit der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, Marlene Mortler, die neunte Runde des Wettbewerbs. Bis zum 31. März können Schulen das Thema Alkoholmissbrauch im Unterricht behandeln und ihre Schüler Plakate dagegen entwerfen lassen. In ganz Deutschland wurden dazu 11.000 Schulen eingeladen.

Alle Informationen und die Teilnahmebedingungen stehen im Internet unter: [www.dak.de/buntstattblau](http://www.dak.de/buntstattblau)

\* Die Teilnehmer im Alter zwischen 13 und 19 Jahren wurden über eine Anzeige in den sozialen Netzwerken geworben. Alleiniges Einschlusskriterium war das Alter.

## „bunt statt blau“: So wirken Schülerplakate gegen Komasaufen

Selbst gemalte Motive sensibilisieren stärker als konventionelle Warnhinweise



Quelle: DAK-Onlinestudie 2017 zur Wirksamkeit von „bunt statt blau“-Plakaten