

Schülerinnen aus Kropp gewinnen Plakatwettbewerb gegen Komasaufen in Schleswig-Holstein DAK-Kampagne gegen das Rauschtrinken mit bundesweit 8.000 jungen Teilnehmern

Kiel, 24. Mai 2018. „bunt statt blau“: Unter diesem Motto beteiligten sich im Frühjahr bundesweit fast 8.000 Schülerinnen und Schüler am Plakatwettbewerb der DAK-Gesundheit gegen das sogenannte Komasaufen bei Jugendlichen. Das beste Plakat Schleswig-Holsteins gestalteten drei Schülerinnen der Kropper Geestlandschule. Shania Fedde (15), Valeska Studt (15) und Shaline Wendt (16) setzten sich gegen mehr als 400 Teilnehmer aus dem Norden durch. Sie wurden zusammen mit den anderen Landessiegern in Kiel geehrt. Der Gesundheitsminister Dr. Heiner Garg übergab als Schirmherr der Aktion in Schleswig-Holstein die Preise und Urkunden.

„Mit der bunten Seite unseres Plakates wollen wir die Lebensfreude darstellen. Mit der blauen Gefahr durch zu viel Alkoholkonsum, beschreibt Shania Fedde aus dem Siegerteam die Idee hinter dem Plakat der Gewinner. Mit der beeindruckenden Arbeit gewannen die Schülerinnen aus der Klassenstufe 9/10 den Hauptpreis von 300 Euro. Der zweite Platz ging an Alexander Zilz (16) aus der zehnten Klasse des Lise-Meitner-Gymnasiums aus Norderstedt. Von derselben Schule kommt die drittplatzierte Stefanie Bödelt (16). Den Sonderpreis „Jüngere Künstler“ erhielt ein Team von drei Mädchen (alle 12) vom Gymnasium Elmschenhagen in Kiel.

Minister Garg: Jugendliche stärken

„Es ist erfreulich, dass sich der positive Trend aus 2015 in Schleswig-Holstein fortgesetzt hat. Trotzdem dürfen wir in unserem Engagement nicht nachlassen: Kinder und Jugendliche müssen so gestärkt werden, dass sie selbst erkennen, dass sinnloses Betrinken weder cool noch schlau ist. Durch den Wettbewerb beschäftigen sich die Jugendlichen selbstständig mit dem Thema und lernen voneinander über die negative Wirkung für die Gesundheit - gerade für junge Menschen. Rauschtrinken löst kein Problem, sondern schafft eher welche“, betont Schirmherr Gesundheitsminister Dr.Garg.

Komasaufen ist uncool

„Die Plakate machen auch im neunten Jahr der Präventionskampagne deutlich, dass es uncool ist, sich bewusstlos zu trinken“, sagt Cord-Eric Lubinski, Leiter der DAK-Landesvertretung Schleswig-Holstein. „Jugendliche müssen lernen, mit Alkohol vernünftig umzugehen. Das sehen wir an den ansteigenden Zahlen bei den Alkoholvergiftungen.“ 2016 kamen nach aktueller Bundesstatistik 22.133 Zehn- bis Zwanzigjährige volltrunken in eine Klinik, 1,9 Prozent mehr als im Vorjahr. In Schleswig-Holstein ist nach Angaben der DAK-Gesundheit die Zahl der betroffenen Kinder und Jugendlichen gegenüber dem Vorjahr um 6,1 Prozent gesunken. „Mit dem Plakatwettbewerb kommt dieses wichtige Gesundheitsthema in den Schulalltag“, so Lubinski.

Selbstgestaltete Plakate wirken

Die Plakate, die 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 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 der Drogenbeauftragten der Bundesregierung Marlene Mortler, dem DAK-Vorstandschef Andreas Storm und den Experten vom IFT-Nord die Bundesgewinner 2018. Erstmals gehört auch der Hamburger Deutsch-Soul-Sänger Emree Kavás der Bundesjury an. Er begeistert mit seiner Debütsingle „Kopf Hoch“ Medienvertreter und Musikkfans gleichermaßen. Informationen zum Wettbewerb gibt es in allen Servicezentren der DAK-Gesundheit oder im Internet unter www.dak.de/buntstattblau.

Den Plakatwettbewerb „bunt statt blau – Kunst gegen Komasaufen“ gibt es mittlerweile seit neun Jahren. Insgesamt haben seit 2010 rund 95.000 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.