



Statement von Thomas Bodmer, Mitglied des Vorstands der DAK-Gesundheit, im Rahmen der Pressekonferenz „bunt statt blau“ am 12. Juni 2018 in Berlin

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Damen und Herren,

zunächst bedanke ich mich bei Frau Mortler als heutige Gastgeberin und Schirmherrin von ‚bunt statt blau‘ und bei Emree Kavás, unserem künstlerischen Botschafter, der diese Siegerehrung als Sänger bereichert. Und ich bedanke mich bei den 8.000 Teilnehmern in diesem Jahr. Es gibt ‚bunt statt blau‘ bereits seit neun Jahren und jedes Jahr sind wir von neuem begeistert von den vielen tollen Plakaten. Herzlichen Dank!

Wir organisieren die Kampagne ‚bunt statt blau – Kunst gegen Komasaufen‘ um Kindern und Jugendlichen die Risiken von Alkoholmissbrauch aufzuzeigen. Komasaufen bei Jugendlichen ist eine gefährliche Tatsache, der wir gemeinsam begegnen müssen.

Dank intensiver Aufklärung sind die Zahlen beim regelmäßigen Alkoholkonsum zwar rückläufig, beim exzessiven Konsum allerdings nicht. 2016 mussten bundesweit 22.133 Zehn- bis Zwanzigjährige volltrunken in eine Klinik, 1,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Über den Plakatwettbewerb fließt dieses wichtige Gesundheitsthema in den Schulalltag ein. In 11.000 Schulen bundesweit haben Lehrerinnen und Lehrer Alkoholmissbrauch im Unterricht behandelt und Plakate gestalten lassen. Seit Beginn der Kampagne 2010 waren insgesamt 95.000 Schülerinnen und Schüler kreativ.

Die Kampagne ‚bunt statt blau‘ der DAK-Gesundheit ist ein wichtiger und erfolgreicher Baustein in der Prävention. Begleitstudien zeigen, dass die Schülerinnen und Schüler, die beim Wettbewerb mitmachen, anders mit Alkohol umgehen als andere Jugendliche. Sie sind ein Stück weit gegen das Komasaufen immun.

Außerdem entstehen für den Wettbewerb Plakate, die wirklich etwas Besonderes sind: Wir haben die Wirkung der Plakate auf die junge Zielgruppe durch das Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung

(IFT-Nord) prüfen lassen. Die selbst gemalten Plakate verstärken bei den Jugendlichen die Wahrnehmung, dass Alkoholkonsum schädlich ist. Sie haben eine sensibilisierende Wirkung, die sich durch traditionelle, eher an Erwachsene gerichtete Warnhinweise nicht erzielen lässt.

Die Präventionskampagne ‚bunt statt blau‘ der DAK-Gesundheit ist wichtig. Aber sie steht nicht allein. Im März haben wir mit Frau Mortler unsere Studie zur Social-Media-Nutzung vorgestellt, in der wir danach gefragt haben, wie abhängig WhatsApp, Instagram oder Snapchat machen können. Außerdem fördern wir mit der bundesweiten Initiative ‚fit4future‘ gesunde Schulen. Das gemeinsame Projekt mit der Cleven-Stiftung bietet vielen hundert Grundschulen neue Angebote in Sachen Ernährung, Bewegung und geistiger Fitness. All das zeigt: Wir setzen in der Prävention auf Qualität und Nachhaltigkeit.

‚bunt statt blau‘ ist eine wichtige und erfolgreiche Kampagne für die DAK-Gesundheit, die 2019 wieder stattfinden und in die zehnte Runde gehen wird. Ich freue mich schon auf das Jubiläum!