



Baden-Württemberg

STAATSMINISTERIUM



Gemeinsame Pressemitteilung

Komasaufen: Ministerpräsident Kretschmann und DAK-Gesundheit starten Kampagne „bunt statt blau“ 2019 in Baden-Württemberg
2.000 Schulen im Südwesten können am erfolgreichen Plakatwettbewerb zur Alkoholprävention teilnehmen

Stuttgart, 31. Januar 2019. Kunst gegen Komasaufen: Unter diesem Motto starten Ministerpräsident Winfried Kretschmann und die DAK-Gesundheit die Kampagne „bunt statt blau“ 2019 zur Alkoholprävention in Baden-Württemberg. Der Plakatwettbewerb für Schülerinnen und Schüler zwischen 12 und 17 Jahren findet bereits zum zehnten Mal statt. Im Südwesten sind mehr als 2.000 Schulen zur Teilnahme eingeladen. Hintergrund: 2017 kamen knapp 22.000 Kinder und Jugendliche mit einer Alkoholvergiftung ins Krankenhaus. In Baden-Württemberg waren es 2.733 und damit 2,7 Prozent weniger als im Vorjahr. Expertinnen und Experten fordern weiter eine verstärkte Aufklärung über die Risiken des Rauschtrinkens, um die positive Entwicklung zu unterstützen.

„Gerade in jungen Jahren ist man vielen Verlockungen ausgesetzt, auch der Spaß soll nicht auf der Strecke bleiben. Jedoch können anfänglicher Spaß und Alkoholmissbrauch böse enden – im schlimmsten Fall: im Krankenhaus“, so Ministerpräsident Winfried Kretschmann. „Umso mehr schätze ich das jährliche Engagement und die Begeisterung der Schülerinnen und Schüler bei der Entwicklung von Werbeplakaten gegen das sogenannte ‚Komasaufen‘. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer motivieren mit ihrer Kreativität ihre Mitschülerinnen und Mitschüler, sich die Gefahren von Alkoholkonsum bewusst zu machen. „bunt statt blau“ signalisiert Freude und Ausgeglichenheit im Leben auch ohne Alkohol.“ Seit 2010 haben bundesweit mehr als 95.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer Plakate zum Thema eingereicht. Zahlreiche Landesregierungen, Suchtexperten und Künstler unterstützen die mehrfach ausgezeichnete Aktion.

Zehn Jahre bunt statt blau

„Eine regionale Alkoholprävention ohne erhobenen Zeigefinger bleibt für uns auch im zehnten Jahr unverzichtbar, um Kindern und Jugendlichen die Gefahren von Alkoholmissbrauch aufzuzeigen. Solche wichtigen Gesundheitsthemen wie dieses sollten im Schulalltag diskutiert werden“, sagt Siegfried Euerle, Landeschef der DAK-Gesundheit in Baden-Württemberg.

DAK-Gesundheit Baden-Württemberg
Pressesprecher
Daniel Caroppo
Tübinger Straße 7
70178 Stuttgart
Tel.: 0711/699668-1151
Email: daniel.caroppo@dak.de

Staatsministerium Baden-Württemberg
Pressestelle der Landesregierung
Richard-Wagner-Straße 15
70184 Stuttgart
Tel.: 0711/2153-222
Fax.: 0711/2453-480
Email: Pressestelle@stm.bwl.de

„Bei ‚bunt statt blau‘ werden junge Künstlerinnen und Künstler selbst zu glaubwürdigen Botschaftern gegen das Rauschtrinken. Das macht diese Präventionskampagne so besonders.“

Sonderpreis auf Instagram

Bei dem Plakatwettbewerb gibt es im Jubiläumsjahr wertvollere Geld- und Sachpreise zu gewinnen als bisher. Außerdem winkt auch 2019 den Schülerinnen und Schülern, die über die sozialen Netzwerke teilnehmen, ein Instagram-Sonderpreis: Wer ein Bild von seinem Plakat oder ein Video hochlädt, kann eine Polaroid-Kamera inklusive Zubehör gewinnen.

Sänger Emree Kavás in Bundesjury

Gemeinsam mit der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, Marlene Mortler, und dem Vorstandsvorsitzenden der DAK-Gesundheit, Andreas Storm, wird die Bundesjury nach dem Einsendeschluss am 29. März aus 16 Landesgegnern den Bundessieger „bunt statt blau“ 2019 wählen. Erneut in der Jury ist der Newcomer Emree Kavás. Der Hamburger Sänger landete 2017 mit seiner Debüt-Single „Kopf Hoch“ einen Hit und begeisterte im vergangenen Jahr mit der Popballade „Baby“. Weitere Informationen und die Teilnahmebedingungen gibt es unter: www.dak.de/buntstattblau

Auszeichnung für „bunt statt blau“

Der Sucht- und Drogenbericht der Bundesregierung lobt „bunt statt blau“ seit Jahren als erfolgreiches und beispielhaftes Präventionsprojekt gegen den Alkoholmissbrauch von Jugendlichen. Die erfolgreiche Gesundheitskampagne wurde mehrfach ausgezeichnet, zuletzt mit dem renommierten „Internationalen Deutschen PR-Preis 2014“. Die Kampagne ist eingebunden in die „Aktion Glasklar“, die seit 13 Jahren Schülerinnen und Schüler, Lehrkräfte und Eltern über das Thema Alkohol aufklärt.