

Bunt statt blau: Schülerin aus Barntrup holt NRW-Landessieg

Karima Bakari mit bestem Plakat gegen Komasaufen – DAK-Gesundheit und Schulministerin Gebauer ehren Sieger

Düsseldorf, 13. November 2020. „bunt statt blau“: Unter diesem Motto schufen in diesem Jahr bundesweit mehr als 6.100 Schülerinnen und Schüler Kunstwerke gegen das „Komasaufen“. Das beste Plakat aus Nordrhein-Westfalen kommt von einer Schülerin des Städtischen Gymnasiums Barntrup. Karima Bakari setzte sich mit ihrer Idee gegen rund 800 weitere Teilnehmer in NRW durch. Jetzt ehrten die Krankenkasse DAK-Gesundheit und die Schirmherrin der Kampagne, Schulministerin Yvonne Gebauer, die besten Nachwuchskünstler auf Landesebene. Die Werke der Landessieger werden in einer Ausstellung demnächst durch Deutschland touren. Die vier besten Plakate aus NRW werden zudem in Kürze im Schulministerium zu sehen sein.

Die Kampagne „bunt statt blau“ fand zum elften Mal statt. „Erfreulicherweise haben wir auch in diesem Jahr eine hohe Teilnehmerzahl in NRW bei ‚bunt statt blau‘. „Es ist gut, wenn wichtige Gesundheitsthemen wie die Alkoholprävention in den Schulalltag einfließen“, so Klaus Overdiek, Leiter der DAK-Landesvertretung Nordrhein-Westfalen. Trotz der vielen Einschränkungen durch die Corona-Pandemie sei die Kampagne wieder ein großer Erfolg. „Im Kampf gegen das Komasaufen sind Jugendliche ganz wichtige Botschafter. Wenn Schülerinnen und Schüler selbst auf die Risiken des Rauschtrinkens hinweisen und Auswege aufzeigen, dann ist dies eine wirkungsvolle Prävention.“

Die Botschaft der Siegerin

„Im Grunde geht es darum eben auch bei meinem Plakat, das Verschwinden der Grenze zwischen gesundem `Spaß` und Missbrauch. Um eine gesunde Balance in dem Menschen selbst, der sich so gut kennt, dass er eine Grenze setzen kann, etwas Festes, einen Rahmen“, sagt Karima Bakari zur Botschaft ihres Plakates. Den zweiten Platz belegte Julia Steffens (17) aus Bergisch Gladbach, Schülerin der Otto-Hahn-Gymnasiums. Amine Vera Küçük Dortmund, 18 Jahre, belegte mit ihrem Plakat den dritten Rang. Sie besucht das Stadtgymnasium. Der

Sonderpreis „Junge Künstler“ geht an Sophie Berner, 13 Jahre, vom Gutenberg-Gymnasium in Bergheim.

Zu viele ganz junge Komasäufer

Insgesamt gab es nach neuester Statistik des Statistischen Landesamtes (it.nrw) im Jahr 2018 unter Kindern und Jugendlichen aus Nordrhein-Westfalen 4.658 Klinikeinweisungen wegen akutem Alkoholmissbrauch. Im Jahr zuvor waren es 4.924 Betroffene. „Der Trend ist insgesamt positiv. Die Zunahme um 70 Kinder und Jugendliche unter 15 Jahren ist allerdings besorgniserregend“, sagt Klaus Overdiek. „Wir müssen weiterhin die Präventionsarbeit stärken und hier eine Kehrtwende schaffen“. Die Kampagne „bunt statt blau“ werde daher fortgesetzt.

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.

Eine Bundesjury mit der Drogenbeauftragten der Bundesregierung Daniela Ludwig, dem DAK-Vorstandschef Andreas Storm und den Experten vom IFT-Nord gibt nun die Bundesgewinner 2020 bekannt. Auch der Hamburger Deutsch-Soul-Sänger Emree Kavás gehört der Bundesjury an. Er begeistert mit seiner Debütsingle „Kopf Hoch“ Medienvertreter und Musikfans 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 elf Jahren. Insgesamt haben seit 2010 rund 110.000 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.