

Schülerinnen aus Rotherbaum gewinnen landesweiten Plakatwettbewerb gegen Komasaufen DAK-Kampagne gegen das Rauschtrinken mit bundesweit 4.000 jungen Teilnehmern

Hamburg, 30. November 2021. „bunt statt blau“: Unter diesem Motto beteiligten sich im Frühjahr bundesweit rund 4.000 Schülerinnen und Schüler am Plakatwettbewerb der DAK-Gesundheit gegen das sogenannte Komasaufen bei Jugendlichen. In Hamburg kommt das beste Plakat für die Präventionskampagne der Krankenkasse von den beiden 17-jährigen Schülerinnen Petra Ludewig Martin und Krisha Dalig aus Rotherbaum. Sie besuchen die elfte Klasse der Sophie-Barat-Schule. Mit ihrem Kunstwerk setzten sie sich gegen mehr als 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmern durch und wurden nun in Hamburg geehrt. Der DAK-Landeschef, Jens Juncker übergab die Preise und Urkunden.

„Mit unserem Plakat möchten wir sagen, dass Alkoholmissbrauch ein wichtiges Thema ist und Jugendliche sich deshalb damit und den schweren Folgen auseinandersetzen sollten. Es kann jeden treffen und ernsthafte gesundheitlich Schäden verursachen, so beschreibt Petra Ludewig Martin das Siegerplakat. Mit dem beeindruckenden Kunstwerk gewannen die siebzehnjährigen Schülerinnen der Sophia-Barat-Schule von 300 Euro.

Entwicklung gegen den Bundestrend

„Die Entwicklung gegen den Bundestrend ist besorgniserregend und zeigt uns, dass wir den Weg der Alkoholprävention weitergehen müssen“, sagt Jens Juncker, von der DAK-Gesundheit in Hamburg. „Aufgrund der gestiegenen Zahlen, ist es wichtig, unsere gemeinsamen Präventionsanstrengungen konsequent fortzusetzen.“ 2019 kamen nach aktueller Statistik rund 20.500 Zehn- bis Zwanzigjährige volltrunken in eine Klinik, fünf Prozent weniger als im Vorjahr. In Hamburg ist nach Angaben der DAK-Gesundheit die Zahl der betroffenen Kinder und Jugendlichen gegenüber dem Vorjahr um 19,2 Prozent (insgesamt 161 Kinder) gesunken. „Ich hoffe, dass wir mit unserer vorausschauenden Präventionsarbeit einen erheblichen Anteil zu einer Trendwende beitragen können“, so Juncker.

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.

Den Plakatwettbewerb „bunt statt blau – Kunst gegen Komasaufen“ gibt es mittlerweile seit zwölf Jahren. Insgesamt haben seit 2010 rund 115.000 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. Informationen zum Wettbewerb gibt es in allen Servicezentren der DAK-Gesundheit oder im Internet unter www.dak.de/buntstattblau.