

NRW: Schülerin aus Grevenbroich gewinnt landesweiten Plakatwettbewerb gegen Komasaufen
DAK-Kampagne gegen das Rauschtrinken mit bundesweit fast 7.000 jungen Teilnehmern

Düsseldorf, 25. Mai 2022. „bunt statt blau“: Unter diesem Motto beteiligten sich im Frühjahr bundesweit knapp 7.000 Schülerinnen und Schüler am Plakatwettbewerb der DAK-Gesundheit gegen das sogenannte Rauschtrinken bei Jugendlichen. In Nordrhein-Westfalen kommt das beste Plakat für die Präventionskampagne der Krankenkasse von der 17-jährigen Pia Lebeda aus Grevenbroich. Sie setzte sich gegen rund 1.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern durch und wurde zusammen mit den anderen Landesiegerinnen in Düsseldorf ausgezeichnet.

„Ich assoziiere mit dem Thema „Kunst gegen Komasaufen“ unter anderem Begriffe wie Absturz und Versinken. Dies passt für mich bildlich mit dem Untergehen zusammen. Die Figur entzieht sich dem fröhlichen und bunten Leben, in dem Feiern auch ohne Alkohol möglich ist“, so beschreibt Pia Lebeda ihr Siegerplakat. Mit der beeindruckenden Arbeit gewann die siebzehnjährige Schülerin aus Grevenbroich den Hauptpreis von 300 Euro. Der zweite Platz ging an Lara Marleen Grinder aus der neunten Klasse vom Gymnasium Lage. Den dritten Rang belegte die 16-jährige Joseé Naemi Dörnhoff aus Schwerte. Den Sonderpreis „Jüngere Künstler“ erhielt das Duo um Jule Stamp und Sophie Fuchs aus Morsbach für ihre Teamarbeit. Sie gehen in die sechste Klasse der Leonardo da Vinci-Schule in Morsbach.

Schul- und Bildungsministerin Yvonne Gebauer: Plakatwettbewerb führt die Folgen künstlerisch vor Augen

„Übermäßiger und exzessiver Konsum von Alkohol ist eine Gefahr, gerade auch für junge Menschen“, sagt Schul- und Bildungsministerin Yvonne Gebauer. „Rauschtrinken kann tragische und schmerzliche Folgen haben, nicht nur für die Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch für die ganze Familie“, betont Gebauer. „Dieser Plakatwettbewerb führt das – im wahrsten Sinne des Wortes – vor Augen. Deshalb danke ich den Schülerinnen und Schülern dafür, dass sie sich künstlerisch mit der Problematik auseinandergesetzt haben, umso auf dieses wichtige Thema aufmerksam zu machen. Den Gewinnerinnen und Gewinnern gratuliere ich sehr herzlich“, so die Ministerin weiter.

Entwicklung im Bundestrend

„Der Rückgang in Zeiten der Corona-Pandemie um 32 Prozent ist ein positives Signal. Wir wollen aber verhindern, dass schon bald ein Nachholeffekt einsetzt und die Einlieferungen ins Krankenhaus wieder sprunghaft ansteigen. Deshalb setzen wir in Nordrhein-Westfalen unsere erfolgreiche Alkohol-Präventionskampagne ‚bunt statt blau‘ fort.“, sagt Klaus Overdiek, Leiter der DAK-Landesvertretung. „Ich hoffe, dass wir die positive Entwicklung auch mit unserer vorausschauenden Präventionsarbeit weiterhin stabilisieren können“, so Overdiek.

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 dem Sucht- und Drogenbeauftragten der Bundesregierung Burkhard Blienert, dem DAK-Vorstandschef Andreas Storm und den Experten vom IFT-Nord die Bundesgewinner 2022. 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 zwölf Jahren. Insgesamt haben seit 2010 rund 122.000 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.