



## Gemeinsame Pressemitteilung

### Komasaufen: DAK-Gesundheit und Drogenbeauftragte starten Aufklärungskampagne „bunt statt blau“ 2018

Bundesweit werden zum neunten Mal die besten Schüler-Plakate gegen Alkoholmissbrauch gesucht

Hamburg / Berlin, 31. Januar 2018. „Kunst gegen Komasaufen“: Unter diesem Motto starten die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Marlene Mortler, und die DAK-Gesundheit die Kampagne „bunt statt blau“ 2018 gegen Alkoholmissbrauch. Der Plakatwettbewerb für Schüler zwischen zwölf und 17 Jahren findet zum neunten Mal statt. Hintergrund ist das gefährliche Trinkverhalten von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Zwar sind die Zahlen beim regelmäßigen Alkoholkonsum dank intensiver Aufklärung rückläufig, aber nicht beim exzessiven Konsum. Die Zahlen für das sogenannte Komasaufen, bei dem Jugendliche in kurzer Zeit viel Alkohol trinken, um betrunken zu werden, steigen erstmals seit 2012 wieder leicht an. 2016 kamen bundesweit 22.133 Zehn-bis Zwanzigjährige volltrunken in eine Klinik, 1,9 Prozent mehr als im Vorjahr.

Als Reaktion auf diese Entwicklung laden die DAK-Gesundheit und die Bundesdrogenbeauftragte bundesweit 11.000 Schulen ein, das Thema im Unterricht zu behandeln. „Wir starten die Kampagne ‚bunt statt blau gegen Komasaufen‘ 2018, um Kindern und Jugendlichen die Gefahren von Alkoholmissbrauch aufzuzeigen. Solche wichtigen Gesundheitsthemen sollten in den Schulalltag einfließen“, sagt DAK-Vorstandschef Andreas Storm. Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Marlene Mortler, unterstützt die Kampagne „bunt statt blau“ als Schirmherrin: „Für jeden muss klar sein: Gerade für Kinder und Jugendliche kann Alkohol extrem gefährlich sein! Die aktuellen Zahlen zeigen, wie wichtig eine umfassende Präventionsarbeit bei jungen Menschen ist. Wir müssen hier weiter dran bleiben.“

### Schülerinnen und Schüler bekennen Farbe

Seit 2010 haben bundesweit mehr als 87.000 junge Künstlerinnen und Künstler bunte Plakate gegen das Komasaufen gestaltet. Viele Plakate

entstehen im Rahmen des Sachkundeunterrichts, wenn Lehrkräfte mit Hilfe der Materialien aus der angebundenen „Aktion Glasklar“ das Thema Alkohol behandeln. Mit Blick auf die künstlerischen Leistungen der Teilnehmer erklärt Marlene Mortler: „Hier werden Schüler kreativ und übernehmen Verantwortung für sich und andere. Für sie ist es überhaupt nicht „in“, so viel Alkohol zu trinken, bis sie die Kontrolle über sich verlieren. Diese Botschaft ist es, welche ‚bunt statt blau‘ für mich so wertvoll macht.“

### **Wirksamkeit von „bunt statt blau“**

Die Plakate, die Schüler bei „bunt statt blau“ gestalten, sind besonders für Gleichaltrige durchaus 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. „Die Plakate haben eine sensibilisierende Wirkung, die sich durch traditionelle, eher an Erwachsene gerichtete Warnhinweise nicht erzielen ließ“, betont Institutsleiter Professor Dr. Reiner Hanewinkel. Entsprechend lobte der Sucht- und Drogenbericht der Bundesregierung 2017 „bunt statt blau“ als erfolgreiches und beispielhaftes Präventionsprojekt gegen den Alkoholmissbrauch bei Jugendlichen.

### **Promi und Politikerin gegen Rauschtrinken**

Neben der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, dem DAK-Vorstandschef und den Experten vom IFT-Nord, gehört 2018 erstmalig der Deutsch-Soul-Sänger Emree Kavás der Bundesjury an. Er begeistert mit seiner Debütsingle „Kopf Hoch“ Medienvertreter und Musikfans gleichermaßen: Die Bundesjury wählt nach dem Einsendeschluss am 31. März das beste „bunt statt blau“-Plakat gegen Rauschtrinken aus 16 Landessiegern aus: „Ich freue mich, dass ich die Kampagne ‚bunt statt blau‘ unterstützen darf“, betont der Newcomer aus Hamburg. „Der Ansatz und der Inhalt von ‚bunt statt blau‘ haben mich auf Anhieb angesprochen. Botschaften werden besser verinnerlicht, wenn sie positive Optionen bieten und keinesfalls nur Ängste schüren. Ich bin gespannt, was die Teilnehmer für Ideen entwickeln. Was kann die Alternative zu ‚blau‘ sein?“

### **Sonderpreis auf Instagram**

Bei dem Plakatwettbewerb gibt es Geld- und Sachpreise in Höhe von insgesamt rund 13.000 Euro zu gewinnen. Außerdem haben diejenigen, die über Instagram teilnehmen, die Chance auf einen Sonderpreis: Wer

ein Bild von seinem Plakat oder ein Video hochlädt, kann neben einem Geldpreis eine Eintrittskarte für die re:publica 2019 in Berlin gewinnen. Die re:publica ist die größte Konferenz zu den Themen Digitalisierung und Gesellschaft in Europa.

Weitere Informationen zum Wettbewerb und zur Kampagne gibt es in allen Servicezentren der DAK-Gesundheit oder im Internet unter [www.dak.de/buntstattblau](http://www.dak.de/buntstattblau).

Debütsingle „Kopf Hoch“ von Emree Kavás: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)