



Presse- mitteilung

Pressestelle

HAUSANSCHRIFTEN Rochusstraße 1, 53123 Bonn
Wilhelmstraße 54, 10117 Berlin

TEL +49 (0)30 18 529 - 3171 bis 3177

FAX +49 (0)30 18 529 - 3179

E-MAIL pressestelle@bmelv.bund.de

INTERNET www.bmelv.de

DATUM

NUMMER

SPERRFRIST

Wettbewerb gegen „Komasaufen“: Jugendliche setzen auf kreativ statt exzessiv – Kurzfilm „Lebensgefahr“ gewinnt

Kreativ statt exzessiv: Diese Überlegung steckt hinter dem Wettbewerb „Ideenrausch“ der Polizei, an dem sich Hunderte von Jugendlichen aus ganz Deutschland beteiligt haben. Im Rahmen der Kampagne „Don't drink too much – STAY GOLD“ (zu Deutsch: Trink nicht zu viel, bleib Dir selbst treu) haben sie die Gelegenheit genutzt, Aktionen gegen das so genannte Komasaufen zu entwickeln. Gewonnen hat die Kurzfilmidee „Lebensgefahr“, gekürt wurde sie von den Jugendlichen selbst. Der Film zur Siegeridee ist unter www.staygold.eu im Internet eingestellt. Gerade während der Faschingszeit konsumieren immer mehr junge Menschen viel zu viel Alkohol. Deshalb ruft die Polizei gemeinsam mit ihrem Kooperationspartner, dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol gerade zur fünften Jahreszeit auf.

Was als harmloses Feiern unter Freunden beginnt, endet in der Notaufnahme. Denn anstatt mit wenig Alkohol viel Spaß zu haben, peppen die Gäste die Bowle mit Schnaps auf. Am Ende der Feier schwebt der Gastgeber wegen akuter Alkoholvergiftung in Lebensgefahr. Diese drastische Geschichte zum „Komasaufen“ haben Jugendliche im Rahmen des Wettbewerbs „Ideenrausch“ im schülerVZ zum Sieger gewählt. „Die Gewinneridee macht deutlich: Wer maßlos Alkohol trinkt, ist nicht cool, sondern ein Verlierer. Er gibt sich nicht nur der Lächerlichkeit preis und verliert die Kontrolle, sondern spielt auch mit seiner Gesundheit – im schlimmsten Fall sogar mit seinem Leben“, sagt Dr. Wolf Hammann, Vorsitzender der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes und Landespolizeipräsident von Baden-Württemberg. „Dass die Jugendlichen ausgerechnet diese Geschichte ausgewählt haben, zeigt, dass wir mit unserer Kampagne einen Schritt in die richtige Richtung gemacht haben: Junge Menschen beginnen über die negativen Folgen exzessiven Alkoholkonsums nachzudenken“, so Hammann weiter.

„Der Kurzfilm greift die Lebenswirklichkeit Jugendlicher auf und verdeutlicht, dass das so genannte Komasaufen zum Tod führen kann. Während der Karnevalszeit wollen wir damit die Aufmerksamkeit auf das Thema lenken und verdeutlichen, dass man sich nicht um den Verstand trinken muss, um Spaß zu haben“, erläuterte **Julia Klöckner, Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz**.

Jeder fünfte Jugendliche betrinkt sich regelmäßig. Oft enden solche Trinkgelage in Gewalt. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2008 rund 25.700 Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zwischen zehn und 20 Jahren aufgrund akuten Alkoholmissbrauchs stationär im Krankenhaus behandelt. Dies ist ein deutlicher Anstieg von elf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleich zum Jahr 2000 ist die Zahl sogar um 170 Prozent gestiegen (2000: 9.500 junge Patienten mit Alkoholvergiftung stationär behandelt). Doch nicht nur Alkoholvergiftungen, auch Schlägereien und Sachbeschädigungen von Jugendlichen unter Alkoholeinfluss sorgen immer wieder für Aufsehen. Nahezu jede dritte Gewalttat wurde im Jahr 2008 unter Alkoholeinfluss begangen. Zudem standen bei mehr als 65 Prozent der Widerstandsdelikte (2008: 18.250 von 28.007 Fällen) die Tatverdächtigen unter Alkoholeinfluss.

Der Ideenrausch-Wettbewerb ist ein weiterer Baustein der Kampagne „Don't drink too much – STAY GOLD“. Diese startete bundesweit bereits im Dezember 2008. Die Kampagne setzt auf provokante und dialektische Motive, die einen Denkprozess bei den Jugendlichen hervorrufen, an dessen Ende die Erkenntnis steht: Mit wenig Alkohol kann man viel Spaß haben. Wer allerdings übermäßig Alkohol konsumiert, riskiert gesundheitliche Schäden und läuft Gefahr, auch andere zu schädigen.

Weitere Informationen zur Kampagne „Don't drink too much – STAY GOLD“ und den Film zur Siegeridee finden Sie im Internet unter www.staygold.eu. Die Pressemitteilung, spezielle Bilder für die Medien sowie Anzeigenvorlagen sind unter www.staygold.eu/presse eingestellt.

