BZgA-Anzeigenmotiv der Kampagne "Alkohol? Kenn dein Limit' zur Alkoholprävention erhält Publikumspreis "Edgar Award 2013

BZgA-Anzeigenmotiv der Kampagne "Alkohol? Kenn dein Limit" zur Alkoholprävention erhält Publikumspreis "Edgar Award 2013"

Köln, 19. Juli 2013. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist für ihr aktuelles Anzeigenmotiv "Paar" der Jugendkampagne "Alkohol? Kenn dein Limit." ausgezeichnet worden. Sie erhielt den sogenannten "Edgar Award 2013" in Bronze der Zeitschrift "TV Spielfilm". Entschieden haben über die Preisvergabe die Leserinnen und Leser der Zeitschrift. Sie stimmen regelmäßig darüber ab, welche Anzeigen im Heft sie am meisten ansprechen.
"Ich freue mich sehr, dass die Leserinnen und Leser einer so vielgelesenen Zeitschrift unsere Botschaften zur Alkoholprävention bei jungen Menschen aufmerksam wahrnehmen und wertschätzen", erklärt Prof. Dr. Elisabeth Pott, Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. "Der Preis zeigt, dass Bilder und Botschaften der Anzeigen für die Zielgruppe richtig gewählt wurden und dort sehr gut ankommen."
Die Anzeigenserie der 2009 gestarteten Kampagne "Alkohol? Kenn dein Limit.", die die BZgA mit Unterstützung des Verbandes der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV) durchführt, setzt auf Kontrastwirkung. Die Kampagne richtet sich vor allem an junge Menschen zwischen 16 und 20 Jahren. Die Motive zeigen im Vordergrund ein Polaroid, auf dem Jugendliche in ausgelassener Stimmung, einander zugewandt und lächelnd zu sehen sind. Abgebildet sind Situationen, die der Lebenswelt junger Menschen entsprechen. Im Hintergrund sind Situationen zu sehen, die junge Leute erleben können, wenn sie zu viel Alkohol trinken. Der starke bildliche Kontrast wird mit kurzem Text unterstützt: Die Fragen auf den Motiven sollen dabei Selbstreflexion und kritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Alkoholkonsum fördern.
Mit Kommentaren wie "Aktuelle Thematik gut umgesetzt", "Regt zum Nachdenken an" und "Wissen, wann genug ist" hoben die Leserinnen und Leser der "TV Spielfilm" das Anzeigenmotiv "Paar" auf das Podest des Bronzegewinners des Jahres. Das Motiv "Straßenverkehr", das die BZgA in diesem Jahr zusammen mit Jugendlichen entwickelt hatte, wurde zusätzlich die beliebteste Anzeige im Juni 2013.
Die Anzeigenmotive finden Sie auf http://www.bzga.de/presse/pressemotive/alkohol-kenn-dein-limit/

Kontakt:
Dr. Marita Völker-Albert
Pressesprecherin der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
51101 Köln
Tel. 0221-8992280
Fax: 0221-8992201
E-Mail: marita.voelker-albert@bzga.de
 http://www.bzga.de
RSS-Feed: http://www.bzga.de/rss-presse.php
Twitter: http://www.twitter.com/bzga_de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=539623" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZGA)

51109 Köln

marita.voelker-albert@bzga.de

Firmenkontakt

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZGA)

51109 Köln

marita.voelker-albert@bzga.de

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung ist seit 1967 zum gesundheitlichen Wohle der Bürgerinnen und Bürger tätig. In dieser Zeit haben sich die Themen der gesundheitlichen Aufklärung erweitert, ihre Methoden geändert, und neue Aufgaben sind hinzugekommen. Gleichzeitig sind auch die Anforderungen an eine erfolgreiche Gesundheitsförderung gestiegen. Diesen Veränderungen haben wir Rechnung getragen und auf der Grundlage unseres Gründungsauftrags aus dem Jahre 1967 eine Neubestimmung vorgenommen. In diesem Sinne räumen wir in Zukunft der Erarbeitung von wissenschaftlichen Grundlagen und von Qualitätssicherungsverfahren noch mehr Raum ein. Durch nationale und internationale Kooperation fördern wir verstärkt ein arbeitsteiliges Vorgehen, denn erst durch die konsequente Nutzung der Stärken vieler Partner können Synergieeffekte entstehen. Mittelfristig streben wir den Aufbau als Clearingstelle an, damit Aktivitäten und Ressourcen auf zentrale Gesundheitsprobleme konzentriert und die Effektivität und Effizienz der gesundheitlichen Aufklärung gestärkt werden.Unsere Aufklärungsmaßnahmen konzentrieren wir auf ausgewählte Teile der Bevölkerung. In der nächsten Zeit ist dies vor allem die Zielgruppe "Kinder und Jugendliche". Unsere Kompetenz sehen wir in der Entwicklung, Umsetzung und wissenschaftlichen Überprüfung von Aufklärungsstrategien zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Dazu bedarf es auch der Beteiligung zentraler Kooperationspartner. Gleichzeitig wollen wir mehr als bisher Bürgerinnen und Bürger über aktuelle gesundheitliche Themen von bundesweiter Bedeutung informieren. Unverändert wichtig bleibt die langfristige Umsetzung der gesetzlichen und bundespolitischen Aufträge in der Sucht- und Aids-Prävention wie auch in der Sexualaufklärung und Familienplanung.