



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

Von *voelker-albert*

Erstellt am 19 Jul 2013 - 10:17

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/> [1]

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 [2]

<http://www.bzga.de> [3]

RSS-Feed: <http://www.bzga.de/rss-presse.php> [4]

Twitter: http://www.twitter.com/bzga_de [5]

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung ist eine Fachbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit

- [Gesundheit und Vorsorge](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 08:31): <http://www.medkom24.eu/node/17940>

Links:

[1] <http://www.bzga.de/presse/presse motive/alkohol-kenn-dein-limit/>

[2] <mailto:marita.voelker-albert@bzga.de>

[3] <http://www.bzga.de>

[4] <http://www.bzga.de/rss-presse.php>

[5] http://www.twitter.com/bzga_de