

18.02.2021 - 10:21 Uhr

Eine Million Schweizer machten einen "Dry January"



„Ich konnte mir beweisen, dass es auch ohne Alkohol geht“

Bern, 18. Februar 2021. **Rund eine Million Schweizerinnen und Schweizer verzichteten im vergangenen Januar auf Alkohol. Gut fünfmal so viele könnten sich vorstellen, dies in Zukunft einmal zu tun. Jeder zweite Schweizer hat bereits von der Auszeitkampagne „Dry January“ gehört. Der Erfolg übertraf die Erwartungen der Organisatoren, die bereits eine Neuauflage im Jahr 2022 vorbereiten.**

Die Organisatoren eines alkoholfreien Januars („Dry January“) sind mit der gerade zu Ende gegangenen Kampagne zufrieden. Das Blaue Kreuz, die Innovationsplattform staatslabor und das Groupement Romand d'Etudes des Addictions (Grea) führten dieses Jahr zum ersten Mal in der Schweiz einen Dry January durch. Die Idee eines alkoholfreien Januars stammt aus Grossbritannien, wo 2013 der erste Dry January stattfand. „Wir waren uns bewusst, dass ein alkoholfreier Januar während der Covidpandemie, die schon viel Verzicht verlangt, nicht überall auf Begeisterung stossen würde“, gibt Didier Rochat, Geschäftsführer des Blauen Kreuzes Schweiz, zu. Umso erfreulicher war es, dass laut der repräsentativen Umfrage eines externen Befragungsinstituts 14 Prozent der erwachsenen Bevölkerung im Januar bewusst auf Alkohol verzichteten. Dies entspricht rund einer Million Personen. Drei von vier Schweizern (77%) könnten sich vorstellen, einen Januar lang auf Alkohol zu verzichten.

Insgesamt weniger Alkoholkonsum wegen der Covidpandemie

Unterschiede gab es zwischen der Deutschschweiz und der Westschweiz. Jeder zweite Westschweizer (52%) trinkt wegen der Covidpandemie weniger Alkohol als sonst. In der Deutschschweiz ist es nur jeder Dritte (34%). Landesweit trinken 38 Prozent weniger und 13 Prozent mehr Alkohol als zu gewöhnlichen Zeiten. Der Dry January ist in der Westschweiz (62%) deutlich bekannter als in der Deutschschweiz (41%). „Die starke Mobilisierung von kantonalen und lokalen Akteuren aus dem Gesundheits- und Sozialbereich trug entscheidend zum Erfolg der Kampagne in der Westschweiz bei“, sagt Jean-Félix Savary, Geschäftsführer von Grea.

Der Dry January wurde landesweit mit einer App, einer Website, Postkarten und über soziale Medien bekannt gemacht. Gegen 4000 Menschen meldeten sich auf der Webseite an (www.dryjanuary.ch). Sie erhielten einen Newsletter und nahmen an einem Gewinnspiel teil. Postkarten machten mit Sprüchen wie „Agua Mineral hält dich multilingual“ oder „Eistee statt Kopfweg“ auf die Kampagne aufmerksam. Sie wurden vom staatslabor in Zusammenarbeit mit einer ehrenamtlich arbeitenden Kommunikationsagentur erarbeitet. „Der Dry January setzt auf eine international erfolgreiche Gesundheitskampagne und hat dies mit einem positiven und frischen Erscheinungsbild für die Schweiz adaptiert“, kommentiert Alenka Bonnard, Co-Geschäftsleiterin von staatslabor.

Auf Alkohol verzichtet, um sich besser zu fühlen

Beim Dry January steht das Wohlbefinden im Vordergrund. Als häufigste Gründe fürs Mitmachen nannten die Teilnehmer die Gesundheit (39%) und einen ohnehin geringen Alkoholkonsum (31%), gefolgt vom Reiz der Herausforderung (19%). Ein Teilnehmer verriet: „Ich konnte mir beweisen, dass es auch ohne Alkohol geht und ich nicht abhängig bin.“ Obwohl sich die Kampagne an durchschnittliche Trinker und nicht an Problemtrinker richtet, machten einige mit, um ihren (zu) hohen Alkoholkonsum einzudämmen.

Wer mitten im Jahr eine Alkohol-Auszeit nehmen möchte, für den empfiehlt sich die „Try Dry App“, die zwar für den Dry January entwickelt wurde, aber ganzjährig funktioniert. Die App belohnt alkoholfreie Tage mit aufmunternden Botschaften. Wer als nächstes lieber eine Auszeit von der Alkohol-Auszeit nehmen möchte, kann sich schon jetzt auf den Dry January 2022 freuen ...

Auskunft: Katrin Andres, Projektleiterin beim Blauen Kreuz Schweiz, 079 681 18 48, katrin.andres@blaueskruz.ch

Die Organisatoren

Das Blaue Kreuz hilft suchtkranken Menschen, unterstützt deren Angehörige und setzt sich für einen massvollen und

verantwortungsvollen Konsum ein. - www.blaueskreuz.ch

staatslabor ist eine Plattform, die Schweizer Behörden mit innovativen Lösungen unterstützt. - www.staatslabor.ch

Die Groupement Romand d'Etudes des Addictions (Grea) bietet Ausbildung, Studien und Informationen auf dem Gebiet der Suchthilfe an. - www.grea.ch

Blaues Kreuz Schweiz
Lindenrain 5
3012 Bern

Medieninhalte

Eine Million Schweizer machten dieses Jahr einen "Dry January".



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059010/100865499> abgerufen werden.