

29.12.2021 - 08:00 Uhr

Medienmitteilung: Dry Hard! - In drei Tagen beginnt der «Dry January»



Dry Hard!

Bern, 29. Dezember 2021. **Am 1. Januar startet die Aktion für einen alkoholfreien Januar «Dry January».** Die Organisatoren rechnen mit über einer Million Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Wer mitmacht, tut etwas für seine Gesundheit, hinterfragt seine Konsumgewohnheiten und gewinnt mit etwas Glück einen Preis beim Dry-January-Gewinnspiel.

Ein alkoholfreier Januar ist kein Verzicht, sondern ein Gewinn. Wer am Dry January teilnimmt, hat mehr Energie, kann sich besser konzentrieren und besser schlafen. Beim letzten Dry Januar machte eine Million Menschen in der Schweiz mit. Die Organisatoren gehen davon aus, dass diese Zahl heuer noch übertroffen wird. Wer sich auf der [Website](#) oder über die «Try Dry»-App anmeldet, erhält einen Newsletter und nimmt automatisch an einer täglichen Verlosung teil. Zu gewinnen gibt es zum Beispiel Ski-Tageskarten, Fitness-Abos oder Seilpark-Gutscheine.

Gemäss einer Umfrage wollen die Dry-January-Teilnehmenden etwas für ihre Gesundheit tun (39 %), konsumieren ohnehin wenig Alkohol (31 %) oder suchen die Herausforderung (19 %). Drei von vier Schweizerinnen und Schweizern (77 %) sind grundsätzlich bereit, einen Monat lang auf Alkohol zu verzichten.

Der Dry January ist eine Kampagne der Suchthilfeorganisationen [Blaues Kreuz](#), [Fachverband Sucht](#) und [Sucht Schweiz](#) sowie in der Westschweiz des Groupement Romand d'Etudes des Addictions ([Grea](#)). Ziel der Kampagne ist es, Konsumgewohnheiten bewusst zu machen, diese kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls zu korrigieren.

Lustige Kurzfilme und augenzwinkernde Sprüche

Dem Dry January 2022 sind Themenwochen rund um den Alkoholkonsum vorausgegangen: Gesundheit, Wohlbefinden, Sport, Ernährung und Genuss, Gesunder Körper und Geist und Die Macht der Gewohnheiten. Für die Kampagne wurden multimediale Beiträge erstellt: Kurzfilme, Cartoons von Max Spring, Mocktail-Rezepte, Gesundheitstipps, Postkarten mit augenzwinkernden Sprüchen wie «Weniger Wein, mehr Sein», Aufkleber und mehr. Diese werden über die Website www.dryjanuary.ch und über [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) und [YouTube](#) verbreitet.

Mehr als sechzig Gesundheitsorganisationen beteiligen sich am Dry January 2022, darunter die Regionalorganisationen des Blauen Kreuzes, das Zürcher Sozialwerk Pfarrer Sieber und der Schweizerische Verband Medizinischer Praxis-Fachpersonen. Sogar ein Winzer aus der Westschweiz wirbt für die alkoholfreie Auszeit. «Beim Verteilen von Flyern und Postkarten in der Berner Altstadt kamen die meisten Leute mit einem Lächeln auf uns zu. Es ist ermutigend zu sehen, wie gut die Kampagne ankommt», sagt Kampagnenleiterin Anne Graber vom Blauen Kreuz.

250 000 Menschen leiden unter ihrem Alkoholkonsum

Der Missbrauch von Alkohol verursacht körperliche und psychische Schäden und kostet die Schweiz jährlich 2,8 Milliarden Franken. Die Kosten fallen im Gesundheitswesen, am Arbeitsplatz und in der Strafverfolgung an. Ganz zu schweigen vom Leid der Betroffenen und deren Angehörigen.

Jede fünfte Person in der Schweiz trinkt missbräuchlich Alkohol, das heisst regelmässig oder sporadisch zu viel, zu oft oder zur falschen Zeit. Eine Viertelmillion Menschen sind alkoholabhängig.

Der Dry January richtet sich an Menschen mit durchschnittlichem Alkoholkonsum. Personen mit einem problematischen Alkoholkonsum oder solche, die sich nicht sicher sind, können sich unter www.blaueskreuz.info/de/online-tests informieren.

Auskunft: Anne Graber, Projektleiterin Kampagnen beim Blauen Kreuz Schweiz, 078 208 59 91, anne.graber@blaueskreuz.ch

Anfragen auf Französisch beantwortet Frau Marie Cornut, Projektleiterin bei Grea, 076 731 18 78.

Blaues Kreuz Schweiz
Lindenrain 5
3012 Bern

Medieninhalte



Logo weiss

Logo schwarz

DRY JANUARY



Postkarte



Postkarte



Cartoon

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059010/100883367> abgerufen werden.