

Mit „Try Dry 2024“ alkoholfrei ins Jahr 2024 starten

Zum Jahresbeginn wird wieder international der „Dry January“ ausgerufen. Er wird in Deutschland durch eine Online-Kampagne auf Instagram und Facebook getragen. Jeden Tag wird es neue interessante Anregungen, Berichte und Fakten, rund um das Thema Gesundheit und Alkohol geben. Das Blaue Kreuz in Deutschland und die BARMER Krankenkasse führen das Projekt unter dem Namen „Try Dry 2024“ gemeinsam durch. Bei einem Vernetzungstreffen vom Kernteam der Kampagne mit Haupt- und Ehrenamtlichen aus dem Landesverband Westfalen wurden Ideen entwickelt, wie „Try Dry 2024“ und die Arbeit vor Ort sich gegenseitig unterstützen können.



So kannst du mitmachen:

„Try Dry 2024“ wird den Ortsgruppen und Einrichtungen folgende Artikel zur Verfügung stellen:

- Posts für euren Social-Media-Kanal, sodass die Inhalte von „Try Dry“ auf eurem Kanal erscheinen, nach einem ersten Einrichten, sogar automatisch,
- einen Flyer, mit dem ihr informieren könnt: Was ist der „Dry January“?, Wer steht dahinter?, Was ist die Absicht hinter „Try Dry 2024“?,
- einen Flyer, mit dem ihr motivieren könnt: „Mach mit bei ‚Try Dry 2024‘!“,
- attraktive Armbänder zur Aktion „Try Dry 2024“, mit denen ihr zeigen könnt, ich mache schon mit,
- einen Informationszettel, den ihr verwenden könnt, um die Lokalzeitung bei euch vor Ort zu informieren. Lokalzeitungen sind sehr interessiert an internationalen Kampagnen mit einem Bezug vor Ort, so können sie über ein gesellschaftlich-relevantes Thema berichten und gleichzeitig berichten, was bei ihnen vor Ort passiert.

Alle Werbeartikel können bestellt werden bei airi.lacza@gmail.com.

Passend dazu wurde überlegt, was vor Ort gemacht werden kann, das zur Kampagne passt, hier ein paar Beispiele:

- Eine Beratungsstelle will ihre Motivationsgruppe für einen Monat zur „Try Dry“-Gruppe umformen und für alle Interessierten öffnen,
- eine Sportselbsthilfegruppe plant „Try Dry 2024“ als Challenge (Herausforderung) für ihr Umfeld einzuführen,
- ein Ehrenamtlicher, der viel auf Mittelaltermärkten unterwegs ist, vernetzte sich gleich mit Projektleiterin Airi Lacza, die für ein Folk-Rock-Musiklabel arbeitet, und will ein Gewinnspiel mit Folk-Rock-Artikeln bei seinem Stand im Dezember anbieten und damit gleichzeitig auf den „Dry January“ aufmerksam machen,
- eine Online-Selbsthilfegruppe, an der auch Menschen aus anderen Ländern teilnehmen, überlegt, ob das nicht auch ein interessantes Thema für die Lokalzeitung sein könnte: Internationale Kampagne trifft internationale Selbsthilfegruppe und das alles wird vor Ort von Ehrenamtlichen zusammengehalten.

Daneben wurden Ideen gesammelt unter der Überschrift „**Ich trinke nicht, stattdessen gönne ich mir ...**“. Das könnten Ideen sein, die ihr vor Ort mit eurer Gruppe oder eurer Einrichtung umsetzt: Kochkurs, Winter-Grillen, alkoholfreier Cocktailabend, Barista-Kurs, Heiße-Schokolade-Stand in der Fußgängerzone, Achtsamkeitstraining, Gesellschaftsspiele-Treffen, Spaziergang, Fackel-Wanderung, Gesundheitsfasten als Gruppenangebot, Schlittschuhlaufen, Hallensport, einen Gottesdienst in der Kirche mitgestalten.

Über „Try Dry 2024“ bzw. „Dry January“ wird berichtet werden im Radio, in Zeitungen, vielleicht auch im Fernsehen. Die BARMER-Krankenkasse konnte als Projektpartner gewonnen werden und wird der Kampagne zusätzliche Reichweite verleihen. Deswegen: Macht mit! Regt Menschen an zu einem bewussten Umgang mit Alkohol! Bewirkt auf diese Weise Aufmerksamkeit für eure Arbeit vor Ort! Alle Fragen und Anregungen schreibt an Airi Lacza (airi.lacza@gmail.com).