

ein Leben
retten

100 Pro
reanimation

www.einlebenretten.de

AKTIONSLEITFADEN

Ideen & Tipps für Ihr erfolgreiches Event
in der Woche der Wiederbelebung



Unterstützen Sie die Kampagne
Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation

Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Roritzerstraße 27, 90419 Nürnberg
Tel +49 (0) 911 9337810
Fax +49 (0) 911 3938195
kontakt@einlebenretten.de

Vorsitzender des Stiftungsvorstandes:
Prof. Dr. med. h. c. Klaus van Ackern
Sitz Nürnberg, Amtsgericht Nürnberg
Steuer-Nr. 241/110/92105

Eine Initiative von:

Berufsvorband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

bevor wir mit den Vorbereitungen für die kommende „Woche der Wiederbelebung“ vom **19. bis 26. September 2015** starten, möchten wir uns an dieser Stelle bei allen, die mit eigenen Veranstaltungen und Events die Kampagne „Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation“ lebendig gemacht haben, bedanken.

Gemeinsam blicken wir, d.h. der Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V. und die Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie und Intensivmedizin e.V., mit unseren Kooperationspartnern, dem German Resuscitation Council e.V. und der Stiftung Deutsche Anästhesiologie, auf zwei sehr erfolgreiche Jahre zurück: Seit Kampagnenstart im Jahr 2013 wurden deutschlandweit über 1.400 Aktionen organisiert und mehr als 350.000 Menschen in Wiederbelebungsmaßnahmen geschult. Es gab Highlights, wie bspw. den Weltrekord im größten Wiederbelebungstraining in Münster. Zudem empfehlen sowohl der Schulausschuss der Kultusministerkonferenz als auch die WHO, das Thema Wiederbelebung in den Unterricht zu integrieren.

Aber nicht zuletzt sind es die vielen Aktionen bei Ihnen vor Ort, die die Menschen sensibilisieren und ihre Hemmschwellen in einem Notfall einzugreifen, abbauen. So konnten wir hierzulande gemeinsam die **Ersthelferquote** bei einem plötzlichen Herzstillstand in den beiden vergangenen Jahren von 19 % **auf 31 % steigern!**

WERDEN AUCH SIE TEIL DER AKTIONSWOCHE!

Gleichzeitig möchten wir Sie und alle, die zum ersten Mal auf „Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation“ und die „Woche der Wiederbelebung“ aufmerksam geworden sind, aufrufen, auch in diesem Jahr gemeinsam mit uns ein Zeichen zu setzen und mit einer eigenen Aktion die Steigerung der Ersthelferquote voranzutreiben.

Der Erfolg der letzten Jahre ist für uns eine enorme Motivation, uns weiter dafür einzusetzen, dass in Zukunft noch mehr Leben durch Ersthelfer gerettet werden – wir hoffen, Ihnen geht es genauso!

Mit diesem Leitfaden wollen wir Ihnen vielfältige Anregungen und praktische Hilfestellungen geben, damit Ihre Aktion ein voller Erfolg wird. Nutzen Sie dabei die von uns kostenfrei zur Verfügung gestellten Kampagnenmaterialien und Vorlagen für Präsentationen, Presstexte, Poster und Flyer auf www.einlebenretten.de/service.

Wir wünschen Ihnen schon jetzt viel Erfolg!



Prof. Dr. med. Dr. h.c. Hugo Van Aken
(Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.)



Prof. Dr. med. Götz Geldner
(Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.)

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

PRAXISTIPPS FÜR PLANUNG UND UMSETZUNG

1. WIE BEREITE ICH EINE ERFOLGREICHE AKTION VOR?

Vorab sollten Sie sich ein paar Gedanken zu Ihrer Aktion machen und diese am besten schriftlich festhalten. Das hilft, stets den Überblick zu behalten und Ihr Vorgehen für Helfer und Unterstützer nachvollziehbar zu machen. Folgende Punkte können Sie sich überlegen:

- ♥ **Ziel:** Was möchte ich mit meiner Aktion in meiner Region erreichen? Wie groß soll die Aktion werden, wie viele Menschen will und kann ich erreichen? Habe ich eine bestimmte Zielgruppe?
- ♥ **Wo:** In Ihrer Klinik, in der Fußgängerzone, in Schulen und Betrieben – überlegen Sie, wo Sie die Personen finden, die Sie mit Ihrer Aktion ansprechen wollen!
- ♥ **Direkte Helfer:** Wer kann helfen, meine Botschaften motivierend zu vermitteln? Welche Experten müssen klinikintern ins Boot geholt werden?
 - Wer ist als Interviewpartner für die Presse geeignet?
 - Wer kann gut auf Menschen zugehen und sie ermutigen im Ernstfall Erste Hilfe zu leisten?
 - Wer hat einen guten Draht zu Kindern, wer zu Senioren?
 - Wer kann die Aktion auf Social Media Kanälen begleiten?
 - Können wir Fürsprecher (z. B. gerettete Menschen und ihre Retter) mit einbeziehen?
- ♥ **Unterstützer / Sponsoren:** Welche Partner aus meinem beruflichen und privaten Umfeld können mich dabei unterstützen?
- ♥ **Wann:** Der optimale Zeitpunkt ist abhängig von Art und Zielgruppe der Veranstaltung:
 - Planen Sie einen Projekttag in Schule oder Betrieb – dann ist die ideale Zeit vormittags.
 - Informationsveranstaltungen in der eigenen Klinik sollten abends ab 18.00 Uhr stattfinden.
 - Veranstaltungen in der Fußgängerzone o.ä. sollten tagsüber am Wochenende durchgeführt werden.
- ♥ **Dauer:** Die Dauer ist abhängig von der Aktion. Ein Vortrag mit anschließendem Training sollte eine Zeitspanne von 1 bis max. 1,5 Stunden nicht überschreiten. Eine Reanimations-trainings-Aktion kann hingegen über mehrere Stunden stattfinden – an öffentlichen Plätzen kommen Passanten den ganzen Tag über vorbei.



Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

2. UNTERSTÜTZER / SPONSOREN – WEN KANN ICH MIT INS BOOT HOLEN?

Sicherlich haben Sie ganz unterschiedliche Kontakte im privaten und beruflichen Umfeld: Oft sieht man es als selbstverständlich an, z. B. mit dem Schuldirektor der Kinder per „Du“ zu sein, gemeinsam mit dem leitenden Notarzt oder dem Bürgermeister studiert oder dem Autohausinhaber im Sandkasten gespielt zu haben. Gehen Sie sowohl engere als auch entferntere Kontakte durch. **Wen kennen Sie?**

Sprechen Sie Ihr Projekt zur Aktionswoche persönlich an. Sie finden sicherlich schnell Mitstreiter, die sich ebenso begeistert für die Steigerung der Wiederbelebungsrate in Deutschland einsetzen werden!

Denn:

- ♥ **Mit geringen Mitteln zum größtmöglichen Effekt:** Oftmals reicht es aus, beim richtigen Partner den richtigen Impuls zu setzen. Wenn dieser sich auch mit dem Thema identifiziert, wird er es aktiv und selbstständig im eigenen Bereich gestalten.
- ♥ **Multiplikator-Effekte:** Partner mit hochfrequentiertem Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern fördern die Mund-zu-Mund-Propaganda: Schüler, Eltern, Angestellte von Betrieben oder Vereinsmitglieder bringen das Erlebte und Erlernte mit „nach Hause“, an den Stammtisch, zu Freunden...



Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

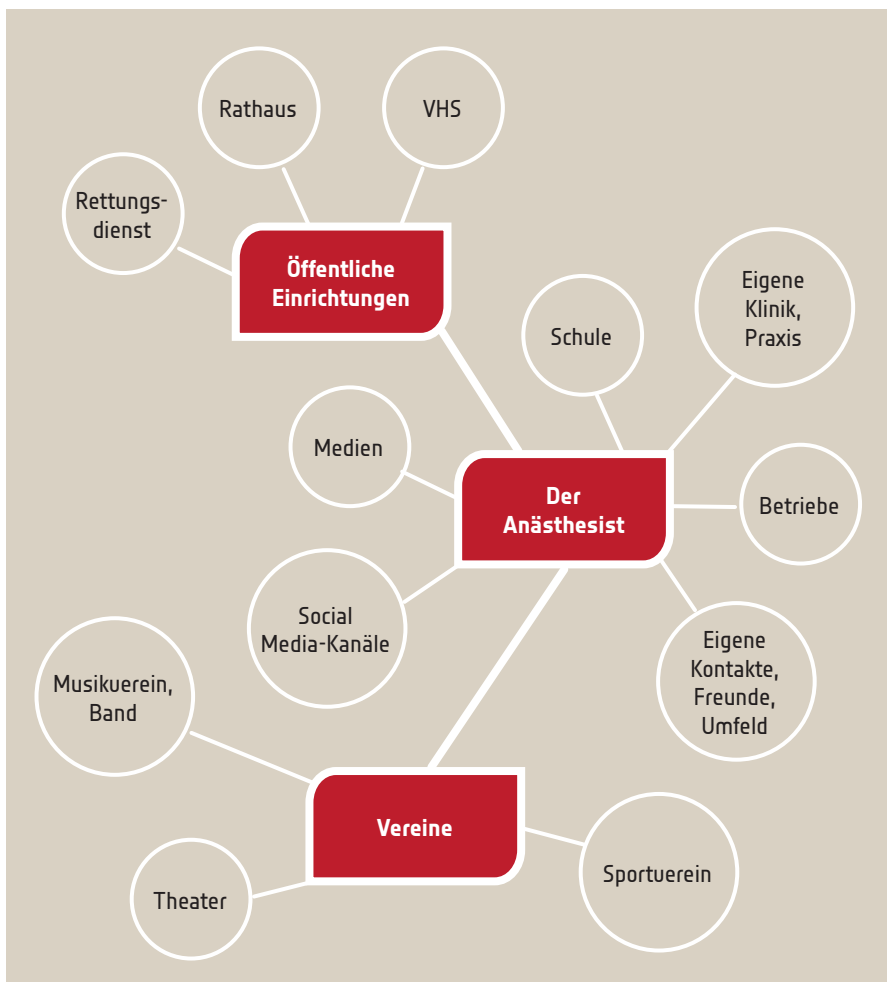
MÖGLICHE PARTNER

Gesundheitsnetzwerk

- ♥ Arztpraxen
- ♥ Apotheken
- ♥ Gesundheitsamt
- ♥ Hilfsorganisationen
- ♥ Fitnesscenter
- ♥ Seniorenheime
- ♥ Krankenkassen

Weitere starke Partner mit hohem Multiplikator-Potenzial

- ♥ Unternehmen
- ♥ Schulen
- ♥ Volkshochschulen
- ♥ Universitäten
- ♥ Sportvereine
- ♥ Kirchengemeinde
- ♥ Rathaus / Parteien
- ♥ Regionale Presse
- ♥ Bäcker
- ♥ Autohäuser
- ♥ Fahrschulen
- ♥ ...



Eine Initiative von:

Berufverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



3. SCHRITT FÜR SCHRITT ZU EINER ERFOLGREICHEN AKTION

In unserem Shop (www.einlebenretten.de/shop) können Sie verschiedene Kampagnenmaterialien, wie z. B. Flyer, Infotheken, Luftballons oder Fruchtgummiherzen bestellen. Denken Sie daran, Ihre gewünschten Artikel bis **zum 10. Juli 2015 zu bestellen**, damit sie rechtzeitig zur „Woche der Wiederbelebung“ bei Ihnen ankommen. Alternativ können Sie Flyer und Poster auch selbst ausdrucken!

Ankündigung und Nachbereitung Ihrer Aktion:

♥ Etwa 1 Monat vor der Veranstaltung:

- Drucken Sie Ihre **Flyer und Poster** und legen Sie sie sowohl am Veranstaltungsort als auch in der Klinik, bei Ärzten, Apotheken, Schulen, etc. aus.
- Sorgen Sie dafür, dass entsprechende Infos auch auf Ihrer **Klinik-Website** und ggf. in Ihren **Social Media Kanälen** zu finden sind.
- Machen Sie innerhalb Ihrer **E-Mail-Signatur** auf Ihre Aktion aufmerksam.
- Nutzen Sie auch **interne Kommunikationskanäle** zur Bekanntmachung (Newsletter, Intranet, Rundschreiben, ...).

♥ 1 bis 2 Wochen vor dem Termin:

- Versenden Sie eine **Einladung an die Redaktionen verschiedener Medien** (Zeitungen, Radio, TV).
- Stellen Sie den Redaktionen für die Ankündigung den **Vorbericht und Hintergrundinformationen** zu Ihrer Aktion und der „Woche der Wiederbelebung“ zur Verfügung. Adaptieren Sie hierfür die passende „Vorbericht“-Vorlage auf www.einlebenretten.de/service.html
- Ferner sollten Sie den Redaktionen Namen und Funktion der teilnehmenden Experten mitteilen und ihnen ein druckfähiges Foto in 300 dpi-Auflösung zukommen lassen.

♥ 2 Tage vor dem Termin:

- Ein **telefonischer Rundruf** bei den Redaktionen kann klären, ob die Einladung tatsächlich eingegangen ist bzw. wer aus der Redaktion vor Ort sein wird.

♥ 1 bis 2 Tage nach der Veranstaltung:

- Den Medien sollte nun ein **Nachbericht** vorliegen. Adaptieren Sie hierfür die passende „Nachbericht“-Vorlage auf www.einlebenretten.de/service.html und ergänzen Sie sie gegebenenfalls. Den Nachbericht sollten Sie mit den Experten abstimmen und anschließend an die Redaktionen schicken.

Laden Sie hierfür kostenfreie Vorlagen für eine Presseankündigung, Flyer, Plakate sowie Nachbericht auf www.einlebenretten.de/service.html kostenfrei herunter!

TIPP

Ausführlichere Tipps zu Medienarbeit und Social Media haben wir Ihnen unter Punkt 4 und 5 bereit gestellt.

Denken Sie auch daran, für sich persönlich aber auch gemeinsam mit Ihren Partnern festzuhalten, was besonders gut gelungen ist und was weniger gut ankam – als „Learning“ für das kommende Jahr.

Nutzen Sie dafür unseren Evaluationsbogen unter

www.einlebenretten.de/presse

Eine Initiative von:

Berufsvorband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

4. KONTAKT ZU REGIONALEN MEDIEN AUF- UND AUSBAUEN

Haben Sie den Gesundheitsredakteur der größten Tageszeitung in Ihrer Region schon kennengelernt? Welche regionalen TV- und Radio-Sender gibt es? Gute Beziehungen zu Journalisten der lokalen und regionalen Medien sind das Fundament ergebnisreicher Öffentlichkeitsarbeit.

- ♥ Nutzen Sie ein Telefongespräch, um mit der Redaktion über Möglichkeiten der Berichterstattung zu sprechen. Bieten Sie auch eine Reanimationsschulung der Redakteure an – als Alternative zu teuren Anzeigenschaltungen.
- ♥ Wie wäre es mit einer Reportage über die „Woche der Wiederbelebung“, in der Ihre Klinikleitung sowie eine gerettete Person und ihr Retter zu Wort kommen?
- ♥ Oder Reporter berichten live von Ihrer Veranstaltung und werden dort aktiv eingebunden – indem sie z.B. ihre Reanimationsfertigkeiten auffrischen.

Wichtig ist, den persönlichen Kontakt regelmäßig zu pflegen. Journalisten schätzen es, einen konkreten Ansprechpartner zu haben und kontinuierlich über Neuigkeiten auf dem Laufenden gehalten zu werden.

Presseverteiler erstellen – Welche Medien sind für Ihre Klinik interessant?

Erstellen Sie Ihren eigenen Presseverteiler, d.h. ein Adressverzeichnis der relevanten Medien mit Titel des Mediums, Anschrift, Telefonnummer und Name des zuständigen Redakteurs (z.B. Ressort Gesundheit, Aktuelles). Über diesen Verteiler können Sie Journalisten mit Informationen per E-Mail, telefonisch oder per Post direkt versorgen.

Folgende Mediengattungen könnten in Frage kommen:

- ♥ Lokale, regionale (überregionale) Tageszeitungen
- ♥ Wochenzeitungen, Sonntagszeitungen
- ♥ Regionale und lokale Anzeigenblätter
- ♥ Regionale Zeitschriften, z. B. Stadtmagazine
- ♥ Lokale Radiostationen und Regionalfernsehsender
- ♥ Online-Portale, z. B. lokale Stadtportale, Social Media Plattformen

TIPP

Die Adressen und Telefonnummern der Redaktionen finden Sie im Impressum der jeweiligen Medien oder in Ihrem örtlichen Telefon- oder Branchenbuch.

Eine Initiative von:

Berufsvorband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

5. ERFOLGREICH IM SOCIAL WEB KOMMUNIZIEREN

Richtig eingesetzt, ist die Kommunikation über die sozialen Netzwerke eine optimale Ergänzung zu den klassischen Medien.

- ♥ Der Umfang Ihrer Social Media Nutzung hängt von der Art Ihrer Veranstaltung ab. Ein kompletter Aktionstag kann umfassender begleitet werden als ein einstündiger Vortrag.
- ♥ Wichtig ist, dass Sie Leute im Team haben, die keine Scheu vor den sozialen Netzwerken haben und wissen, wie man darüber kommuniziert.
- ♥ Sie müssen nicht alle Plattformen bespielen. Über Facebook erreichen Sie nach wie vor die meisten Menschen. In den letzten Jahren haben z.B. einige Unterstützer Facebookseiten eigens für Ihre Aktion in der „Woche der Wiederbelebung“ erstellt.
- ♥ Nutzen Sie am besten schon vorhandene Kanäle Ihrer Klinik, Ihres Vereins, etc.– posten Sie Bilder, kurze Videos oder machen Sie durch Statusmeldungen auf Ihre Aktion aufmerksam.
- ♥ Wenn Sie viele Fotos von der Aktion machen wollen, bietet sich auch ein Konto bei den Plattformen Pinterest oder Instagram an. Die Kampagne „Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation“ hat ein Pinterest Profil. Versehen Sie Ihre dort hochgeladenen Bilder mit eindeutigen Beschreibungen, wie z.B. „**Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation**“ oder „**Woche der Wiederbelebung 2015**“, können wir Ihre Fotos leicht auffinden und gerne auf unserem Profil teilen.

Ankündigung und Nachbereitung über Social Media:

♥ Etwa 1 Monat vor der Veranstaltung:

- Machen Sie zunächst neugierig: Z. B. mit Andeutungen auf die Aktion in Statusmeldungen auf Facebook oder über Tweets bei Twitter.
- Erstellen Sie auf Facebook eine Veranstaltungsseite. Facebook gibt hier Hilfestellung dazu: de-de.facebook.com/help/131325477007622/
- Neben allen relevanten Infos wie Datum, Ort, Uhrzeit, etc. benötigen Sie auch ein gutes Profilbild. Verwenden Sie doch das offizielle Kampagnenlogo und zeigen damit, dass Sie die „Woche der Wiederbelebung“ unterstützen:
www.einlebenretten.de/component/docman/doc_download/127-einlebenretten-100pro-facebook-profilbild-fuer-unterstuetzer-jpg.html?Itemid=
- Die Veranstaltungsseite sollte zeitgleich mit der ersten richtigen Ankündigung auf Ihrem Facebook-Profil veröffentlicht werden.
- Laden Sie als nächstes Ihre Fans bzw. die Leute, die Ihre Facebookseite „likern“ zu der Veranstaltung ein und bitten Sie sie, die Veranstaltung über ihr eigenes Profil zu teilen. So werden auch deren Kontakte informiert.

TIPP

Bevor Sie Ihre Veranstaltung auf Facebook ankündigen, sollte sie schon komplett durchgeplant sein.

Eine Initiative von:

Berufsvorband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

♥ Jetzt haben Sie Ihre Veranstaltung veröffentlicht, Fans eingeladen und möglichst breit gestreut. Nun heißt es: **das Interesse der Fans aufrecht halten**

- Treten Sie in Interaktion mit Ihren Fans.
- Versorgen Sie sie regelmäßig mit Hintergrundinfos und regen Sie einen Dialog an.
- Posten Sie Fotos oder erstellen Sie, wenn Sie die Kapazitäten dazu haben, ein kurzes Video, das neugierig auf die Veranstaltung macht.

♥ **Am Tag der Veranstaltung:**

- Begleiten Sie das Event online: Machen Sie Fotos mit dem Smartphone und laden Sie diese direkt bei Facebook hoch. Twittern Sie live von der Veranstaltung. Das hilft, die Fans langfristig zu binden.

♥ **1 bis 2 Tage nach der Veranstaltung:**

- Schöne Fotos von der Veranstaltung und ein Dankeschön an die Teilnehmer via Facebook kommen gut an und tragen dazu bei, dass beim nächsten Mal wieder viele Besucher kommen.

TIPP

Vergewissern Sie sich bei den fotografierten Personen, ob diese damit einverstanden sind. Machen Sie zu Beginn einer Veranstaltung darauf aufmerksam, dass Fotos gemacht und anschließend im Internet veröffentlicht werden. Wer dies nicht wünscht, soll bitte beim Fotografiertwerden darauf hinweisen. Das hilft Missverständnisse frühzeitig zu vermeiden.

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



KOOPERATIONSBEISPIELE

Egal, wen Sie in Wiederbelebnungsmaßnahmen ausbilden: Gestalten Sie Ihr Training bzw. Ihren Vortrag an die jeweilige Zielgruppe angepasst, spannend und kurzweilig:

- Binden Sie **Kurz-Videos** in Ihren Vortrag ein – z.B. den Kaya Yanar Spot
www.youtube.com/watch?v=uqUcWnYxyWo
- Weisen Sie auf die **Social Media**-Plattform hin, um das Thema zu verbreiten:
facebook.com/100proreanimation oder twitter.com/_100pro
- Bringen Sie **Musik** ins Spiel, die den Rhythmus der Herzdruckmassage unterstützt. Eine Playlist der Songs mit 100 Beats pro Minute gibt es auf
www.einlebenretten.de/service.html
Bitte beachten Sie jedoch, dass für die Nutzung der Stücke bei öffentlichen Veranstaltungen GEMA Gebühren anfallen!
- Es gibt auch eine **Reanimations-App** für Smartphones
(mit den wichtigsten Schritten und einem Taktgeber für die Herzdruckmassage):
itunes.apple.com/de/app/leben-retten/id503567777?mt=8

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:

VERANSTALTUNGEN IN ...

1. SCHULEN

Früh übt sich...! Noch ist Reanimationsunterricht in Deutschland nicht flächendeckend etabliert. Der Schulausschuss der Kultusministerkonferenz empfiehlt jedoch, das Thema in den Unterricht ab der siebten Klasse mit zwei Stunden pro Schuljahr zu integrieren. Das wird sich lohnen: In einigen skandinavischen Ländern ist Laienreanimation bereits fester Bestandteil des Lehrplans – was sich nachweislich positiv auf die Ersthelferquote auswirkt.¹

Ziel: Aufbau und Implementierung eines deutschlandweiten Erste Hilfe Netzwerks in Schulen durch regelmäßige Aktionen, Einführung von Schulsanitätern sowie die feste Implementierung von Wiederbelebungstrainings in den Lehrplan (z.B. Biologie- oder Sportunterricht).

Ansprechpartner: Direktoren, Lehrer, Schulämter, Kultusministerien

Ideen:

- ♥ **Train-the-Trainer:** Laden Sie Biologie- oder Sportlehrer zu einer Schulung ein.
- ♥ **Erste-Hilfe-Stunde** im Unterricht, Initiierung einer Projektwoche
- ♥ **Öffentlichkeitswirksam:** Laden Sie in Absprache mit der Schule den Bürgermeister, den Leiter Ihrer Klinik und die lokale Presse für den offiziellen Startschuss ein.
- ♥ **Urkunde:** Teilnahme lohnt sich! Verleihen Sie jedem geschulten Schüler eine Urkunde. Eine Vorlage finden Sie auf www.einlebenretten.de/service.html zum Download

Nutzen Sie die speziell für Schüler zugeschnittene Präsentationsvorlage im Aktionskoffer – kostenfrei zum Download unter www.einlebenretten.de

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

¹ In den Ländern, in denen Laienreanimation in den Schulen unterrichtet wird, konnte erreicht werden, dass in fast drei Viertel aller Fälle eines Herzstillstandes mit einer Wiederbelebung durch Laien begonnen wird, bevor der Rettungsdienst eintrifft.

Aktuelle Studie belegt Nutzen von Reanimationstrainings an Schulen

Projekt „Schüler werden Lebensretter“ der Universitätsklinik Münster

Das Projekt hat zum Ziel, die Wiederbelebung als theoretischen und praktischen Lerninhalt im Schulunterricht zu verankern. Evaluiert wurde es im Rahmen einer aktuellen Studie, die die Wirkung regelmäßiger Wiederbelebungstrainings an einem Gymnasium in Münster und in Aachen über sechs Jahre hinweg untersuchte.

Ergebnis:

Die Einführung eines Reanimationsunterrichts im Schulkontext ist möglich und führt zu einer Befähigung der Schülerinnen und Schüler, eine Wiederbelebung durchzuführen. Bereits Sechstklässlerinnen und -klässler verfügen über die notwendigen Voraussetzungen, um hinreichende Reanimationskenntnisse und -fähigkeiten zu erlangen.

Projekt: „Retten macht Schule“

Eine Initiative der Klinik und Poliklinik für Anästhesie und Intensivtherapie der Universitätsmedizin Rostock

Im Rahmen des Projekts „Retten macht Schule“ erhalten alle Schüler der 7. Klasse in Mecklenburg-Vorpommern Wiederbelebungunterricht.

Ergebnis:

- ♥ Seit 2010 ist der Wiederbelebungunterricht in Mecklenburg-Vorpommern fester Bestandteil der Schulkultur
- ♥ Über 30.000 Schüler sind bislang in Wiederbelebung ausgebildet
- ♥ 83 % der Lehrer halten die Wiederbelebung als Pflichtlernstoff für absolut notwendig
- ♥ 75 % der Schüler bereitet der Unterricht Spaß, fast 80 % fühlen sich besser auf Notfälle vorbereitet

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



2. BETRIEBE

Ein Großteil der Herzstillstände findet im persönlichen Umfeld statt – das heißt zu Hause, beim Sport oder auf der Arbeit. So ist eine Reanimationsschulung für Mitarbeiter im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung eine sehr gute Möglichkeit, altes Wissen aufzufrischen.

So hat ein Wiederbelebungstraining im Betrieb folgenden Effekt:

- ♥ Die Teilnehmer verbindet ein Erlebnis, sie sprechen darüber, und erzählen davon in ihrem privaten Umfeld.
- ♥ Das Thema wird als Eigen-PR-Thema durch alle Kanäle der Unternehmenskommunikation verbreitet, z.B. als Nachbericht mit Fotos in der Mitarbeiterzeitung, im Intranet, Firmen-Newsletter, auf der Firmen-Website, in der regionalen Presse, Social Media Plattformen...

Ansprechpartner: Geschäftsführung, Betriebsärzte, leitende Angestellte

Ideen:

- ♥ Interaktive, multimediale **Kurzvorträge**
- ♥ **Urkunde:** Übergeben Sie jedem geschulten Teilnehmer eine „Lebensretter“-Urkunde.
- ♥ **Erfüllung der betrieblichen Ersthelferquote:** Bei 2–20 versicherten Arbeitnehmern mind. ein Ersthelfer, bei mehr als 20 in Verwaltungs- und Handelsbetrieben mind. 5 %, in sonstigen Betrieben mind. 10 % Ersthelfer

TIPP

Spannend könnte auch eine Schulung von Mitarbeitern des öffentlichen Personennahverkehrs oder großer Taxi-Unternehmen sein. Die Firmen könnten das Thema so auch weiter in den öffentlichen Raum tragen. (z.B. durch Werbedisplays in Bussen).

Eine speziell für Betriebe zugeschnittene Präsentationsvorlage finden Sie im Aktionskoffer unter

www.einlebenretten.de

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

3. ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN UND VERANSTALTUNGEN

Gehen Sie raus! So erreichen Sie auch Menschen, die nicht zu festen Veranstaltungen in Ihre Klinik kommen.

Ansprechpartner: Bürgermeister, Betreiber von Volkshochschulen, Veranstalter von Gesundheitsmessen, Gesundheitsnetzwerk, ...

Ideen:

- ♥ Medienwirksame **Reanimationsaktion im Rathaus:** Lassen Sie den Bürgermeister in Aktion treten!
- ♥ **Regionale Promis einbinden**, z. B. bekannte Fußballer, Schauspieler, Musikband, Politiker, ...
- ♥ Interaktive **Kurzuorträge**
- ♥ **Fußgängerzone** / Einkaufspassage: Reanimations-Express-Training inkl. Infostand / Straßenumfragen
- ♥ **Flashmob:** Organisieren Sie z. B. mit regionalen Medienpartnern ein überraschendes Ereignis in der Stadt und berichten Sie darüber! Machen Sie den Flashmob zusätzlich online bekannt: www.flash-mob.de
- ♥ **Aufmerksamkeitsstarkes Event – „Gerettete treffen ihre Retter“:** Ein emotionales Wiedersehen im kleinen Rahmen schafft ein tolles Thema für die regionale oder gar überregionale Presse. Vergessen Sie die fotografische Begleitung nicht!

TIPP

Eine speziell für öffentliche Einrichtungen und Veranstaltungen zugeschnittene Präsentationsvorlage finden Sie im Aktionskoffer unter

www.einlebenretten.de

19.9. – 26.9.2015
WOCHE DER
WIEDERBELEBUNG



Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

4. SPORTVEREINE

Gesundheits- bzw. körperbewusste Menschen sind für das Thema Wiederbelebung leichter zu gewinnen. Im Sportverein können Sie viele Interessierte auf einmal erreichen.

Ansprechpartner: Vereinsvorstände, Gruppenleiter

Ideen:

- ♥ **Train-the-Trainer:** Laden Sie Gruppenleiter zu einer gezielten Schulung ein. Nutzen Sie die Gesprächsrunde, um gemeinsam zu diskutieren, inwiefern sich auch die Vereine für das Thema stark machen können.
- ♥ Je nach Gruppengröße: **Reanimations-Training** während der normalen Trainingszeit / Zusammenlegen mehrerer Übungsgruppen zu einem Reanimationstraining

5. KLINIK / PRAXIS INTERN / PFLEGEHEIM

Nutzen Sie die Chance, Ihre Klinik für Anästhesiologie bzw. anästhesiologische Praxis anlässlich der „Woche der Wiederbelebung“ bekannter zu machen!

Ansprechpartner: Krankenhausleitung, Leitung der Klinik für Anästhesiologie

Ideen:

- ♥ Der Klassiker: Vortragsveranstaltung / interaktiver Info-Abend inkl. Reanimationstraining

6. FREIZEIT

Auch über Freizeitaktivitäten und Trendsportarten können Sie viele Menschen erreichen. Auf diese Weise treffen Sie auf Menschen, die sich, womöglich auch vor dem Hintergrund ihrer Hobbys, besonders leicht für Wiederbelebungsmaßnahmen sensibilisieren lassen. In welche Ihrer Hobbys lässt sich ein Reanimationstraining gut integrieren?

Ansprechpartner: Vereinsvorstände, Betreiber von Freizeiteinrichtungen

Ideen:

- ♥ Wie wäre es mit einem „Prüfen. Rufen. Drücken!“ Geocaching-Event mit Reanimationsschulung?
- ♥ Auch in Kletterhallen, Schwimmbädern, Golfclubs, etc. können Sie die Besucher zu Lebensrettern ausbilden!

TIPP

Eine speziell für Kliniken und Praxen zugeschnittene Präsentationsvorlage finden Sie im Aktionskoffer unter

www.einlebenretten.de

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

ein Leben retten

100 Pro reanimation

www.einlebenretten.de

SERVICE

Nutzen Sie die Materialien der Kampagne „Ein Leben retten. 100 Pro Reanimation“:

- ♥ Flyer
- ♥ Poster – individualisierbar für Ihre Aktion
- ♥ Internet-Störer für Ihre Website „Woche der Wiederbelebung“
- ♥ und vieles mehr ...

Bestellung über unseren Shop oder Download unter www.einlebenretten.de

Bestellen Sie bis zum 10.07.2015, um die Materialien pünktlich zur „Woche der Wiederbelebung“ zu erhalten.



Verweisen Sie auf weiterführende Info-Plattformen:

- ♥ **Website:** www.einlebenretten.de/
- ♥ **Facebook:** www.facebook.com/100proreanimation
- ♥ **Pinterest:** www.pinterest.com/einlebenretten/
- ♥ **Twitter:** twitter.com/_100pro
- ♥ **YouTube:** www.youtube.com/channel/UCIC532q6ZW95QQ02LV6JxBg/feed

Eine Initiative von:

Berufsvorband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:



Bundesministerium
für Gesundheit

ein Leben
retten

100 Pr♥
reanimation

www.einlebenretten.de

DAS REANIMATIONSREGISTER

Das Deutsche Reanimationsregister – German Resuscitation Registry (GRR)[®] ist das Instrument zum Qualitätsmanagement von präklinischen Reanimationen und innerklinischen Notfallteameinsätzen in Deutschland und anderen deutschsprachigen Standorten. Es ermöglicht die Erfassung und Auswertung der eigenen Einsätze und den Vergleich mit Anderen durch ein Ergebnisbenchmarking.

Melden Sie sich und Ihre Institution an und helfen so mit, die Reanimationsergebnisse in Deutschland weiter zu verbessern!

Weitere Informationen finden Sie unter www.reanimationsregister.de!

Eine Initiative von:

Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.
Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie
und Intensivmedizin e.V.

In Kooperation mit:

German Resuscitation Council e.V.
Stiftung Deutsche Anästhesiologie

Unter der Schirmherrschaft des:

