



Pressemitteilung

Offensive gegen Brustschmerz

Universitätsmedizin Mainz, 1. FSV Mainz 05 und Boehringer Ingelheim starten dritte Aufklärungskampagne zum Thema Herzinfarkt

(Mainz, 2. Mai 2011) Mit fast 50 Prozent aller Todesfälle sind Herz-Kreislauf-Erkrankungen in Deutschland nach wie vor die Todesursache Nummer 1. Am häufigsten dabei ist der Tod durch Herzinfarkt, gefolgt von Schlaganfall und Herzschwäche. Etwa 40 Prozent der Patienten, die einen Herzinfarkt erleiden, sterben noch vor Eintreffen eines Arztes. Hauptgrund hierfür ist, dass Patienten zu viel Zeit verstreichen lassen, bevor sie einen Notarzt informieren. Das beste Ergebnis lässt sich bei einer Behandlung des Herzinfarktes innerhalb von einer Stunde („goldene Stunde“) erzielen. Tatsächlich beträgt in Deutschland jedoch die durchschnittliche Prähospitalzeit, also die Dauer vom Beschwerdebeginn bis zum Eintreffen im Krankenhaus, 225 Minuten. Der weitaus größte Anteil der Prähospitalzeit-Verlängerung entsteht durch patientenbedingte Verzögerungen. Vor allem ältere Patienten, Frauen und Patienten, die durch Begleiterkrankungen wie Diabetes und Schlaganfall ein besonderes Risiko für Koronarerkrankungen tragen, haben eine längere Prähospitalzeit.

Um diese Situation zu verbessern ist vor allem eines wichtig: die gezielte Aufklärung der Bevölkerung, was wann im Notfall zu tun ist. Daher möchte die II. Medizinische Klinik und Poliklinik der Universitätsmedizin Mainz ihre bereits zweimalig durchgeführte erfolgreiche regionale Aufklärungskampagne zum Thema Herzinfarkt und Chest Pain Unit (Brustschmerzeinheit, CPU) gemeinsam mit der Stiftung Mainzer Herz und der Deutschen Herzstiftung sowie in Kooperation mit dem 1. FSV Mainz 05 und Boehringer Ingelheim fortsetzen.

Im Fokus steht dieses Mal der ältere Patient. „Die Mehrzahl der Patienten, die in unserer Chest Pain Unit behandelt werden, sind über 65 Jahre“, so Univ.-Prof. Dr. Thomas Münzel, Direktor der II. Medizinischen Klinik und Poliklinik. „Das Ziel ist eine rasche, kompetente Versorgung der Patienten mit Brustschmerzen. Die medizinischen Erfahrungen mit dieser Einrichtung sind hervorragend. Bei den Patienten stößt sie auf große Akzeptanz.“

„Ein Punkt, der uns allerdings Sorgen macht, ist die atypische Beschwerdesymptomatik bei älteren Patienten im Rahmen eines Herzinfarktes“, so Prof. Thomas Münzel weiter. „Diese

Patienten haben häufig nicht die klassischen Angina pectoris-Schmerzen – lokalisiert hinter dem Brustbein – die in den Hals oder linken Arm ausstrahlen, sondern atypische Beschwerden wie Luftnot, Oberbauchbeschwerden oder auch Schweißausbrüche.“

„Die Chest Pain Unit ist für die Stadt Mainz und die umgebende Region ein Segen, ein überzeugendes Konzept, das jederzeit schnelle ärztliche Hilfe bietet“, sagt Herbert Heidel, ein Patient, der erfolgreich dort behandelt werden konnte. „Die Versorgung und Hilfe in der CPU erfolgte ohne Aufnahmebürokratie unmittelbar durch kompetente Herzspezialisten und war umfassend. Dabei beeindruckte mich die persönliche, freundliche und fürsorgliche Atmosphäre, die Prof. Münzel und sein Mitarbeitererteam verbreiten.“

Konkret umfasst die neue Kampagne drei Plakatsmotive mit den Titeln „Maximale Therapie beim älteren Patienten“, „Offensiv gegen Brustschmerz“ und „Langfristiger Erfolg ist planbar – auch beim Herzinfarkt“. Diese werden in den nächsten drei Monaten auf Bussen im Mainzer Stadtgebiet sowie auf großformatigen Bannern am Hauptbahnhof zu sehen sein. Am Samstag, den 21. Mai 2011, wird es einen „Mainzer Tag gegen Herzinfarkt“ geben. Auf dem Bahnhofsvorplatz steht ein zweistöckiger, roter Original-Londonbus bereit, in dem gezielt Aufklärungsarbeit geleistet wird. Außer Gesundheitsberatung rund um das Thema Herz und Herznotfall wird auch noch einmal darauf eingegangen, warum für diese neue Versorgungseinrichtung der englische Name „Chest Pain Unit“ gewählt wurde. „Wir sehen die Notwendigkeit, dass wir gerade für ältere Patienten auf diese Einrichtung hinweisen müssen“, so Prof. Münzel. „Aber obwohl die englische Namensgebung immer wieder kritisch kommentiert wird, haben wir uns hier an der bereits etablierten Notfalleinrichtung für Schlaganfälle, der ‚Stroke Unit‘, orientiert. Die Chest Pain Units (CPUs) in Deutschland gelten übrigens europaweit als Vorbild und es wird diskutiert, eine Ausweitung auf europäischer Ebene zu forcieren.“

„Wir freuen uns, dass wir mit 1. FSV Mainz 05 diese erfolgreichen Awareness-Kampagnen fortsetzen können. Insbesondere erhoffen wir uns, dass wir über den Sympathieträger Mainz 05 vor allem auch jene Teile der Bevölkerung erreichen können, für die der Herzinfarkt heute vielleicht noch gar kein Thema ist“, sagt Prof. Thomas Münzel.

Das bekräftigt auch Harald Strutz, Präsident des 1. FSV Mainz 05: „Wissen über ernste Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie den Herzinfarkt hilft, sich vor diesen zu schützen. Als Verein, der ab Juli 2011 rund 34.000 Fans zu jedem Heimspiel in der Coface Arena begrüßen und enorme öffentliche Aufmerksamkeit genießen darf, können wir zur Aufklärung und umfassenden Information zum Thema Herzinfarkt beitragen. Wir freuen uns, die Offensive gegen Herzerkrankungen nun schon zum dritten Mal unterstützen und langfristig etwas zur Präventionsarbeit beitragen zu können.“

„Gesundheitsaufklärung muss nachhaltig sein, um wirklich wirken zu können“, betont Dr.

Engelbert Günster, Landesleiter Deutschland und Vorsitzender der Geschäftsführung von Boehringer Ingelheim Deutschland. „Wir haben viele positive Rückmeldungen zu den ersten beiden Chest Pain Unit/Mainz 05-Kampagnen erhalten, die uns darin bestärkt haben, diese wichtige Initiative in unserer Heimatregion weiter zu unterstützen. Wir hoffen, in diesem Jahr insbesondere ältere Mitbürger zu erreichen, die von einer schnellen und professionellen Versorgung ganz besonders profitieren.“

Weitere Informationen:

Dr. Renée Dillinger-Reiter, Stabsstelle Kommunikation und Presse Universitätsmedizin Mainz
Tel. 06131 / 17 7424, Fax 06131 / 17 3496, E-Mail: pr@unimedizin-mainz.de

Tobias Sparwasser, Geschäftsführer Medien/PR Mainz 05
Tel. 06131 / 37550 22, Fax: 06131 / 37550 33, E-Mail: sparwasser@mainz05.de

Sebastian Wachtarz, Media & PR, Boehringer Ingelheim GmbH
Tel.: 06132 77-3519, Fax: 06132 77-4580, E-Mail: sebastian.wachtarz@boehringer-ingelheim.com