Wie wird die Bevölkerung in der Schweiz aufgeklärt?

Die Warnsymptome des Herzinfarkts erkennen

Damien Di Rocco, Alexandre El Hage, Alessia Nidegger, Nura Roesler, Thomas Ruegger, Sean Sheppard

Faculté de biologie et de médecine de l'Université de Lausanne

Die Hälfte der Befragten kennt die Notrufnummer 144 nicht oder nennt eine andere Notrufnummer. Ungeachtet dieser besorgniserregenden Feststellung wurde bis anhin noch keine schweizweite Sensibilisierungskampagne durchgeführt.

Einleitung

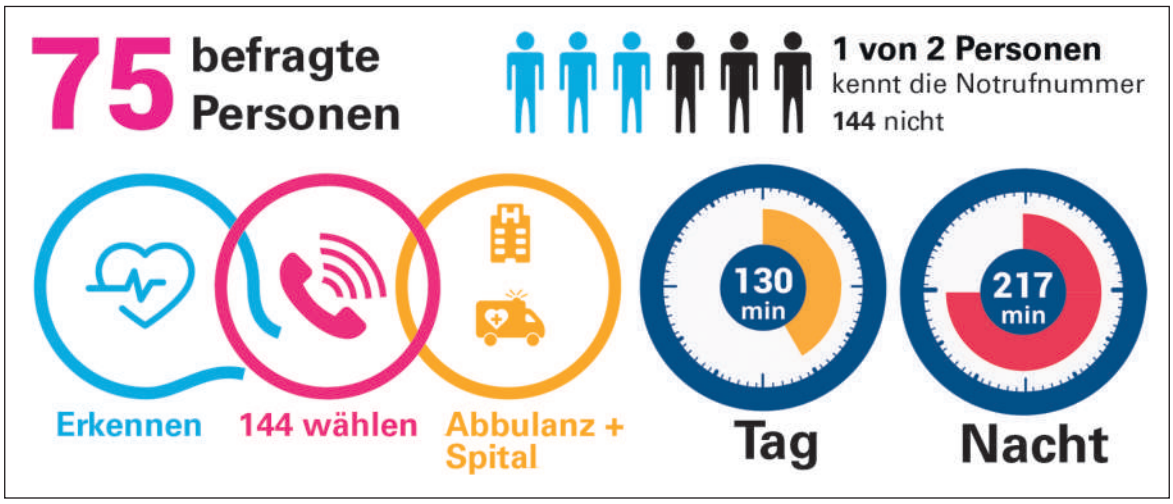
Koronarerkrankungen stellen in der Schweiz die häufigste Todesursache dar. Pro Jahr führen 18 000 Infarkte zu 2500 Todesfällen [1]. In den letzten zehn Jahren wurde die Zeitspanne bis zur Behandlung nach dem Notruf verkürzt [2]. Nach Auftreten der ersten Symptome warten die Patienten allerdings etwa 130 Minuten, in der Nacht sogar 217 Minuten, bevor sie den Notarzt rufen: Dies erklärt zum Teil, warum sich die Überlebensrate ungeachtet des medizinischen Fortschritts nicht verbessert hat [3]. Studien zufolge führen umfassende Sensibilisierungsmassnahmen zu einer signifikanten Verkürzung der Zeitspanne bis zum Notruf und somit zu einer Verringerung von Morbidität und Mortalität [4, 5].

Methodologie

Zuerst haben wir den aktuellen Wissensstand der Bevölkerung zu evaluieren versucht, danach haben wir die verschiedenen Faktoren untersucht, welche die Reaktionszeit im Falle eines Infarktes beeinflussen, besonders die Sensibilisierungsbemühungen in der Schweiz. Der erste Teil umfasste Recherchen in der Fachliteratur, für den zweiten wurden Vor-Ort-Erhebungen durchgeführt. Dazu wurden Treffen mit Vertretern des Waadtländer Gesundheitssystems vereinbart (etwa mit dem Kantonsarzt, der Leiterin der Schule für Notfallmedizin *FirstMed* und einem Notarzt) und in Lausanne 75 zufällig ausgewählte Passanten zu den Leitsymptomen des Infarktes befragt. Für weitere Recherchen wurden die Redaktion der RTS-Sendung *«36,9°»*, die *Schweizerische Herzstiftung* und der Chefarzt der Notfallabteilung in Genf kontaktiert.

Ergebnisse

Die Hälfte der Befragten kennt die Notrufnummer 144 nicht oder nennt eine andere Notrufnummer. Dieses besorgniserregende Ergebnis stimmt indes mit anderen in der Schweiz durchgeführten Umfragen überein [3]. 2014 hat *FirstMed* den Versuch unternommen, diesen Missstand durch Massnahmen zu beheben, mit denen Kinder mit Hilfe von Liedern und Bildbroschüren für die Notrufnummer 144 sensibilisiert werden



Dieser Artikel entstammt den Arbeiten des Moduls «Medizin in der Gemeinschaft» («immersion communautaire») der medizinischen Fakultät Lausanne.

sollten. Im Hinblick auf ihre Kenntnisse über das Thema Herzinfarkt nennen zwei Drittel der Gesprächspartner Symptome, die mit Schlaganfall in Verbindung stehen, obwohl 70% der Befragten einen Erste-Hilfe-Kurs absolviert haben.

Um die Ursache dieser Mängel zu ergründen, wurden die Massnahmen untersucht, durch welche die Bevölkerung der Schweiz aufgeklärt wird, und es stellte sich heraus, dass auf Bundesebene keine Kampagne zur Sensibilisierung für Infarktsymptome existiert. In der Romandie stehen zwar verschiedene Internet-Videos, Broschüren und Mailbotschaften zu diesem Zweck zur Verfügung, nur ein kleiner Teil der Bevölkerung kommt allerdings in Kontakt mit diesen Informationen, und ihre Verlässlichkeit ist in manchen Fällen zweifelhaft.

Wir haben uns folglich gefragt, warum nichts mehr getan wird, um die Öffentlichkeit aufzuklären, da es laut Studien bewiesen ist, dass diese Massnahmen in anderen Ländern wirksam sind und ermutigende Ergebnisse zeigten. Das grösste Hindernis scheinen die Kosten zu sein. Laut einer Genfer Studie wählt eine – vor allem mittels Fernsehen – aufgeklärte Bevölkerung jedoch rascher den Notruf, wodurch die Morbidität und Mortalität sowie die Kosten sinken [5]. Die Studie zeigte ausserdem, dass es keine zusätzlichen Kosten im Zusammenhang mit Ausfahrten von Ambulanzfahrzeugen und mit Fehlalarmen gab, da deren Zahl aufgrund einer guten Triage der Anrufe nicht gestiegen war. Neben den Kosten scheint der Mangel an quantitativen Daten ein Haupthindernis für die Umsetzung von Sensibilisierungskampagnen zu sein. Erst vor kurzem wurde im Kanton Waadt eine Studie durchgeführt, die ergab, dass die Zeitspanne bis zum Notruf etwa 90 Minuten beträgt.

Korrespondenz:
Thomas Rüegger
Faculté de biologie
et de médecine
Université de Lausanne
CH-1011 Lausanne
Thomas.Ruegger[at]unil.ch

Fazit

Die Hälfte der Befragten hätte bei Warnsymptomen, die auf Infarkt hindeuten, nicht angemessen reagiert. Ungeachtet dieser besorgniserregenden Feststellung wurde bis anhin noch keine schweizweite Sensibilisierungskampagne durchgeführt. Die Schlüsselakteure bedauern diese Tatsache und sind sich über den Nutzen derartiger Programme einig. Auch andere Verbesserungen wurden vorgeschlagen, zum Beispiel die Ernennung eines Koordinators, der die Bemühungen der verschiedenen Akteure (etwa des *Bundesamts für Gesundheit*, der *Schweizerischen Herzstiftung*, der Notärzte und anderer) abstimmt.

Wir sind der Ansicht, dass eine Fernsehkampagne einen Grossteil der Bevölkerung erreichen könnte und das beste Mittel wäre, um die Zeitspanne bis zum Notruf und somit die von Infarkten verursachten Leiden und finanziellen Kosten zu verringern.

Verdankung
Wir bedanken uns bei unserer Tutorin Dr. Anne Oppliger.

Literatur

1 Meyer K, Simmet A, Junker C. Acute myocardial infarction and associated deaths in Switzerland – an approach to estimating incidence. Kardiovaskuläre Medizin. 2007;10:279–84.
2 Oberhänsli M, Stauffer J-C, Togni M, Chabanel D, Hayoz D, Cook S. Infarctus myocardique aigu: importance du «networking» dans la prise en charge initiale. Revue Médicale Suisse. 2010;6:2166–72.
3 Maggi S. Syndrome coronarien aigu: analyse des délais dans la prise en charge. Thèse de doctorat, 2004. Université de Genève Thèse n° 10397.
4 Herlitz J, Hartford M, Karlson BV, Risenfors M, Blonm M, Luepker RV, et al. Effect of a media campaign to reduce delay times for acute myocardial infarction on the burden of chest pain patients in the emergency department. Cardiology. 1991;79(2):127–34.
5 Gaspoz J-M, Unger P-F, Urban P, Chevrolet J-C, Rutishauser, Lovis C, et al. Impact of a public campaign on pre-hospital delay in patients reporting chest pain. Heart. 1996;76:150–5.