



## MEDIENPREIS: „DRÜCK MICH“ – MEDIENKAMPAGNE ZU HERZSTILLSTAND UND REANIMATION

### PreisträgerIn:

PULS Verein zur Bekämpfung des plötzlichen Herztodes

**Herzstillstand.**  
▶ rufen ▶ drücken ▶ schocken

[www.drueckmich.at](http://www.drueckmich.at)

### Inhalt der Kampagne:

**50 Prozent der Todesfälle sind auf Erkrankungen des Herz-Kreislaufsystems zurückzuführen.**

Jeder Zehnte erleidet in Österreich im Laufe seines Lebens einen unerwarteten Herzstillstand. Die ersten Minuten danach sind entscheidend fürs Überleben – **Reanimation durch Laien** daher ein wichtiger Faktor, die Überlebensrate zu steigern.

Ziel dieser Initiative ist es, langfristig durch Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung die **Lebensrate nach plötzlichem Herzstillstand zu steigern**. Der Schwerpunkt liegt dabei in multimedialer Öffentlichkeitsarbeit zur Verankerung des Themas in der Bevölkerung mittels Rundfunk, Printmedien und sozialer Medien sowie im Einsatz von Testimonials.

## Fakten zur Kampagne:

- Start zum **Weltherztag** im September 2014
- Plakate, Kinospots, Pressekonferenz, Medienarbeit, TV-Spots, Defi-Schulungen, Infoveranstaltungen, etc.
- **600.000 BürgerInnen** wurden erreicht



# Herzstillstand.

Keine Reaktion? Keine normale Atmung?

► rufen      ► drücken      ► schocken



Rufen Sie den Notruf 144.



Drücken Sie kräftig und schnell in die Mitte des Brustkorbs: mindestens 100 mal pro Minute.



Falls ein Defibrillator vorhanden ist, schalten Sie diesen ein und befolgen Sie die Anweisungen.

[www.drückmich.at](http://www.drückmich.at)