

Transkript der Infografik

Die Infografik basiert auf Daten und Fakten aus einer Repräsentativbefragung der Allgemeinbevölkerung zur Laienreanimation der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Die Kernaussage steckt im Logo des Nationalen Aktionsbündnisses Wiederbelebung: Du kannst Leben retten! Prüfen, rufen, drücken.

Ein aktueller Erste-Hilfe-Kurs verhilft zu mehr aktiven Wiederbelebungsmaßnahmen, da Menschen die Angst abbauen, etwas falsch zu machen oder der bewussten Person schwer zu schaden. Dabei gilt: Jeder kann helfen. Denn man kann nichts falsch machen – außer, nicht zu helfen.

In drei Kreisdiagrammen sind Fakten zu Erster Hilfe dargestellt: 93 % der befragten Erwachsenen und 42 % der 12- bis 15-Jährigen haben einen Erste-Hilfe-Kurs absolviert. Bei einem Drittel lag die Teilnahme allerdings bereits über 10 Jahre zurück.

Das Interesse an Reanimation ist sehr hoch (Skalenwerte zwischen 6 bis 10, wobei 10 der Höchstwert ist). 72 % der Erwachsenen und 61 % der befragten 12- bis 15-Jährigen bejahen dies. Und wiederum 89 % der Erwachsenen und 87 % der 16 bis 19 Jahre alten Jugendlichen trauen sich zu, eine Herzdruckmassage durchzuführen.

25 % der Befragten haben sogar schon einmal persönlich eine Reanimation miterlebt. Davon haben 39 % aktiv geholfen. 83 % haben eine Herzdruckmassage durchgeführt, 62 % eine Beatmung. 46 % der befragten Personen haben allerdings nicht geholfen.

Zentrale Anliegen des Nationalen Aktionsbündnisses Wiederbelebung, NAWIB, sind daher:

- Hilfsbereitschaft fördern und Hemmungen abbauen. Man kann nichts falsch machen, außer nicht zu helfen.
- Handlungssicherheit vermitteln: Prüfen, rufen, drücken ist die einfache Formel, um Leben zu retten.
- Interesse wecken und Wissen vermitteln – im World Wide Web und durch die Kursangebote des Bündnisses.

Datenbasis

Repräsentative Befragung im Auftrag der BZgA durch die Info GmbH im Juni und August 2021.

Stichgruppengröße: 3.407 aus der deutschsprachigen Wohnbevölkerung zwischen 12 und 75 Jahren; disproportionaler Stichprobenboost für die Altersgruppe 12 bis 15 Jahre.

Auswahlverfahren: Geschichtete Zufallsauswahl aus dem ADM-Mastersample und dem ADM-Mobilfunksample (zufallsgenerierte Telefonnummern nach dem Gabler-Häder-Verfahren im Dual-Frame-Design).

Methodik: computergestützte Telefoninterviews im Dual-Frame-Design, mit ø 20 Minuten Interviewdauer.