# **Pressemeldung**

|  |
| --- |
| An die Redaktionen |

Ihre Ansprechpartnerin

Claudia Bell

Referentin für Presse und Kommunikation

T +49 7195-30 55-213

E c.bell@steiger-stiftung.de

Winnenden, 21. Mai 2024

**Björn Steiger Stiftung startet aufrüttelnde Kampagne**

**City Lights im Berliner Regierungsviertel machen auf Missstände im Rettungswesen aufmerksam**

Absperr-Band in Neon-Gelb, Warn-Westen in Leucht-Rot, dazu der Slogan: “Unser Rettungsdienst in Not” - mit hoher Sichtbarkeit macht eine Plakatkampagne im Berliner Regierungsviertel zurzeit auf die Notstände im Rettungswesen aufmerksam: Insgesamt 117 Flächen in unmittelbarer Nähe von Regierungs- und Parteizentralen klagen an:

“Wie unsere Verordnungen Leben gefährden und der Gesetzgeber nichts dagegen unternimmt”, ist das Thema mit dem die Björn Steiger Stiftung bundesweit – und konzentriert an zentralen Punkten für die Berliner Entscheiderinnen und Entscheider – auf aktuelle Missstände im Rettungswesen aufmerksam macht. Unter “rettet-die-retter.de” informiert die gemeinnützige Stiftung über Wege aus dem aktuellen Notstand.

Unsere Notfallversorgung arbeitet in einem Gesundheitssystem, dessen Akteure nicht aufeinander abgestimmt sind”, sagt Pierre-Enric Steiger, Präsident der Björn Steiger Stiftung. Dies sei “ein System, das Leben retten will - es aber täglich aufs Spiel setzen muss“. Ziel der aktuellen Kampagne ist es, “den Druck auf Öffentlichkeit und Politik zu erhöhen, damit es zu einer dringend notwendigen Gesetzesänderung kommt”, erklärt Steiger. Ziel ist ein einheitliches Rettungsdienstgesetz, mit einheitlichen Standards und Leitstellen, die künftig auch mit dem ärztlichen Bereitschaftsdienst, Palliativ-Team und anderen Dienstleistern aus dem Sozial- und Gesundheitsbereich vernetzt sind. Und nicht nur wie bisher Rettungswagen schicken können.“

Zusätzlich zur Plakat-Aktion und vertiefenden Informationen über rettet-die-retter.de sind zahlreiche Meta-Ads auf Rettungsdienst-Websites zu sehen, informieren packende Spots auf YouTube, Spotify und über diverse Social-Media-Plattformen. Auf emotionale Weise werden so die Folgen der aktuellen Rettungsdienstgesetze aufzeigt. Denn jeden Tag sterben Menschen, die mit einer Modernisierung der Maßnahmen gerettet werden könnten.

Die Björn Steiger Stiftung wurde nach dem tragischen Verlust des achtjährigen Björn Steigers von dessen Eltern gegründet. Björn starb 1969 nach einem Verkehrsunfall mangels rechtzeitiger Hilfe. Die Stiftung, die auch die Notrufnummern 110 und 112 ins Leben gerufen hat, engagiert sich seither für verschiedene Initiativen, darunter die Bekämpfung des plötzlichen Herztods, die Verbesserung der Notfallversorgung in Deutschland oder den Transport von Frühgeborenen mit dem Baby-Notarztwagen "Felix". Dennoch könnten noch viel mehr Menschenleben gerettet werden, wenn es in Deutschland ein einheitliches, für alle Bundesländer geltendes Rettungsdienstgesetz gäbe. Außerdem muss der Rettungsdienst immer noch zu jedem Notruf ausrücken, auch wenn es sich offensichtlich nicht um einen Notfall handelt. Die Stiftung fordert deshalb eine zentrale Steuerung der Anrufe über eine einheitliche Gesundheitsleitstelle, in der unter anderem sowohl 112 als auch die 116117, die Nummer des ärztlichen Bereitschaftsdiensts, zusammen abgefragt werden.

Unterstützt wird die Stiftung dabei von der Design- und Kommunikationsagentur Loup aus dem Netzwerk Bold & Epic, die dafür ein Kampagnenkonzept, das zunächst von Sommer+Sommer konzipiert wurde, weiterentwickelt hat.

**Bildmaterial steht unter diesem Link zum Download bereit:** <https://nextcloud.steiger-stiftung.de/index.php/s/YjLJBmAHcnT76YN>

Bildrechte: Björn Steiger Stiftung, Loup GmbH.