

Pressemeldung

Bundesweite Aufklärungskampagne *MENINGITIS BEWEGT.* macht auf Meningokokken-Infektionen und ihre Folgekrankheiten aufmerksam

München, November 2016. Das Unternehmen GlaxoSmithKline (GSK) gab auf der Bundespressekonferenz am 15. November 2016 den Start der Kampagne *MENINGITIS BEWEGT.* bekannt. Diese macht auf die möglichen Krankheitsverläufe von Meningokokken-Infektionen wie einer Hirnhautentzündung oder Blutvergiftung aufmerksam. Die Moderatorin Shary Reeves unterstützt die Kampagne als Botschafterin.

Von einer Meningokokken-Meningitis sind besonders Säuglinge sowie Kleinkinder betroffen. 20 Prozent der Überlebenden dieser Infektion tragen lebenslange Folgeschäden mit sich.² Dazu können Hörverlust, Nierenversagen und Hirnschäden gehören. Nach einer Meningokokken-Sepsis kann es in manchen Fällen zu Amputationen von Gliedmaßen kommen. „Für Betroffene und Familien kippt das Leben nach solchen Operationen im wahrsten Sinne des Wortes von den Beinen,“ so Andrea Vogt-Bolm, Leiterin Institut AMPU VITA e.V. / AMPU KIDS, das Amputierte und deren Angehörige unterstützt.

Von Meningokokken ausgelöste Erkrankungen werden oft fehldiagnostiziert und können innerhalb von 24 Stunden tödlich enden.² Trotz der ernsthafte Folgen ist vielen Eltern nicht bewusst, dass es verschiedene Meningokokken-Typen gibt, gegen die in Deutschland geimpft werden kann.

Initiiert wird die Aufklärungskampagne von **GSK**, eines der weltweit führenden forschenden Arzneimittel- und Healthcare-Unternehmen. „Eine aktuelle in Deutschland durchgeführte Umfrage³ zeigt deutlich, dass Eltern sich mehr Informationen über Meningokokken-Erkrankungen und verwandte Themen wünschen. Mit unserer bundesweiten Kampagne *MENINGITIS BEWEGT.* wollen wir insbesondere junge Eltern und Menschen mit Kinderwunsch auf die Gefahren von Meningokokken-Infektionen aufmerksam machen und die Präventionsmöglichkeiten aufzeigen“, so **Markus Hardenbicker**, Leiter Unternehmenskommunikation bei GSK.

Als **Botschafterin der Kampagne** setzt sich **Shary Reeves** ein. Die Moderatorin, Schauspielerin und Autorin ist seit vielen Jahren für ihr gesellschaftliches Engagement bekannt und wurde 2016 mit dem Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet. „Wenn die Gesundheit der Kleinsten auf dem Spiel steht, ist das eine große Herausforderung für alle. Darum freue ich mich, die Kampagne *MENINGITIS BEWEGT*. unterstützen zu dürfen. Es ist mir ein echtes Anliegen, diese wichtige Aufklärungsinitiative zu begleiten“, so Reeves.

Neben klassischer Pressearbeit, Social Media-Aktivitäten, einem Kampagnenfilm, einer eigenen Kampagnen-Microsite, finden bundesweit Eltern-Info-Events statt. Ein Mediziner stellt sich vor Ort offenen Fragen zum Krankheitsbild sowie Schutzmöglichkeiten. Zusätzlich können sich die Teilnehmer in einer interaktiven Erlebnisausstellung audiovisuell mit dem Thema „Meningokokken“ auseinandersetzen.

Weitere Informationen zur Kampagne und geplanten Aktionen erhalten Sie unter **www.meningitis-bewegt.de**.

Besuchen Sie uns auch unter:

Facebook: MENINGITIS BEWEGT.

Twitter: menbewegt

Instagram: meningitisbewegt

YouTube: MENINGITIS BEWEGT.

Ihre Ansprechpartner:

Andreas Krause, Manager Produkt-PR (Hintergrundinformationen)

Tel.: 089 36044 8620, E-Mail: andreas.x.krause@gsk.com

GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG, Prinzregentenplatz 9, 81675 München

Larissa Kempkes, Agentur-Kontakt (Weitere Informationen und umfangreiches Bildmaterial)

Tel.: 0221 92 57 38 40, E-Mail: l.kempkes@borchert-schrader-pr.de

Borchert & Schrader PR GmbH, Antwerpener Straße 6-12, 50672 Köln

DE/BEX/0070/16, 09/2016

Referenzen

¹ Naghavi, Mohsen, et al. Global, regional, and national age-sex specific all-cause and cause-specific mortality for 240 causes of death, 1990-2013: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2013. *The Lancet* 2015, 385: 117-171.

² World Health Organization. Meningococcal Meningitis Factsheet N°141. November 2012. Available at <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs141/en/>, September 2016.

³ International Meningitis Parent Survey, Ipsos MORI on behalf of GSK. 5 February – 4 March, 2016.