

MHH-Chirurgen implantieren kleinstes Kunstherz

Neuentwicklung »Heart Ware« zum ersten Mal in der Hochschule eingesetzt / Patient erholte sich schnell

(sc) Zum ersten Mal haben Chirurgen der MHH-Abteilung Thorax-, Herz- und Gefäßchirurgie einem 57-jährigen Patienten das kleinste Kunstherz der Welt am 4. Januar 2007 implantiert. Damit ist er der siebte Patient weltweit, der von der Neuentwicklung »Heart Ware« profitiert.

»Der Eingriff und auch die Zeit danach ist komplikationslos verlaufen. Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden«, sagt Dr. Martin Strüber, Leiter des Bereichs Transplantation der MHH-Abteilung Thorax-, Herz- und Gefäßchirurgie, der mit seinem Team den Patienten operierte. Der Mann aus Halberstadt erholte sich sehr schnell, konnte bereits nach drei Tagen die Intensivstation und am 6. Februar 2007 die MHH verlassen. »Mir geht es sehr gut«, sagte er. »Ich bin froh, dass die MHH die neue Technik bei mir einsetzen konnte.« Der Patient litt nach einem Herzinfarkt an einer schweren Herzinsuffizienz.

Das System »Heart Ware« wird an der Herzspitze in die linke Herzkammer der Patienten eingesetzt. Das Blut aus der Lunge

Stichwort Kunstherz

(mc) Die Herztransplantation ist nach wie vor die effektivste Therapie eines Herzversagens. Doch seit der Jahrtausendwende hat sich die Zahl der Patienten in Deutschland verdoppelt, die auf ein Spenderherz warten, weil Spender fehlen. Daher müssen Mediziner auf den Einsatz von Kunstherzen zurückgreifen, um Menschen mit einer Herzschwäche das langfristige Überleben bei normalen Alltagsbelastungen zu sichern. Die MHH ist eines von vier Zentren weltweit, die im Rahmen einer Studie das neue Kunstherz »Heart Ware« einsetzen. Vier Patienten wurden bislang am Universitätsklinikum in Wien, zwei Patienten im Royal Perth Hospital in Australien erfolgreich operiert.



Operation gelungen: Dr. Martin Strüber am Bett des Patienten.

strömt in die linke Herzkammer und wird in die Maschine gesaugt, von dort mit Hilfe eines Motors um das Herz »herumgepumpt« und in die Körperschlagader weitergeleitet. Der große Vorteil von »Heart Ware« liegt in einer technischen Neuentwicklung des Motors: Der so genannte Impeller transportiert das Blut mit 3.500 Umdrehungen in der Minute weiter. Er schwebt mit Hilfe eines Magnetfeldes im Blut und braucht deshalb keine Lager oder keine Aufhängung mehr. Weil mit dieser Methode die Maschinenteile sich nicht mechanisch abnutzen können, steigt die Haltbarkeit der Geräte drastisch an – auf bis zu zehn Jahre.

Kontakt:

Dr. Martin Strüber

Telefon: (0511) 532-3435

E-Mail: strueber.martin@mh-hannover.de

Konsiliardienst für Kinderherzen

(sc) Die Versorgung von Früh- und Neugeborenen mit Herzerkrankungen zu verbessern – das ist Ziel der Kooperation zwischen der MHH und dem Klinikum der Stadt Wolfsburg. Der Vertrag wurde am 7. Dezember 2006 von Dr. Andreas Tecklenburg, MHH-Präsidiumsmitglied für Krankenversorgung, und Wilken Köster, Direktor des Klinikums der Stadt Wolfsburg, unterzeichnet. Seit Januar 2007 steht dem Wolfsburger Klinikum ein Kinderkardiologe der MHH-Abteilung Kinderheilkunde, Pädiatrische Kardiologie und Pädiatrische Intensivmedizin auf Anforderung für die kinderardiolo-

gische Untersuchung Früh- und Neugeborener mit Herzerkrankungen zur Verfügung. Dieser Facharzt nimmt erforderliche Untersuchungen im Klinikum der Stadt Wolfsburg vor und leitet gegebenenfalls erste Therapiemaßnahmen in die Wege. »Die MHH behandelt als Maximalversorger perinatalogische Risikopatienten auf höchstem Niveau, mit der Einrichtung des Konsiliardienstes schaffen wir zudem eine wohnortnahe Versorgung«, sagte Dr. Tecklenburg.

»Wir sind auf dem richtigen Weg«

MHH-Präsident Professor Dr. Dieter Bitter-Suermann im Interview zum neuen Corporate Design der Hochschule



Warum musste sich die MHH gerade jetzt ein neues Erscheinungsbild geben?

Das Präsidium hatte im Sommer 2005 beschlossen, dass die MHH zum ersten Mal in ihrer Geschichte ein einheitliches Erscheinungsbild bekommen sollte. Im Laufe der vergangenen 41 Jahre hat sich in der Hochschule ein Wildwuchs an Briefköpfen, Logos und Signets entwickelt. Es war einfach an der Zeit, die Außendarstellung der MHH zu vereinheitlichen – und damit zu professionalisieren. Den hervorragenden Leistungen in Forschung, Lehre, Krankenversorgung, aber auch in der Verwaltung und Technik musste ein adäquates Corporate Design zur die Seite gestellt werden.

Eine Arbeitsgruppe aus allen Bereichen der MHH hat das Erscheinungsbild gemeinsam mit dem Büro für Gestaltung Wangler & Abele in München entwickelt. Welche Vorgaben hatte das Präsidium gemacht?

Um eine Akzeptanz in allen Bereichen der MHH zu bekommen, hatten wir der Arbeitsgruppe vorgegeben, aus den drei Buchstaben »MHH« ein neues, unverbrauchtes Logo zu entwickeln. Was dabei herausgekommen ist, ist so eine Art Neuanfang. Das neue Erscheinungsbild ist aber viel mehr als das Logo. Wir werden zum ersten Mal seit unserer Gründung mit einheitlichen Briefen nach außen auftreten. Auch für Plakate, Powerpoint-Präsentationen, Poster oder Faltblätter haben wir erstmals ein eignes, einheitliches Design. Das ist ein großer Fortschritt ...

... macht aber insbesondere in den Sekretariaten eine Menge Mehrarbeit.

Das ist richtig. Jeder Brief, jede Vorlage muss neu eingerichtet werden. Aber dieser Mehraufwand lohnt sich. Und auf der anderen Seite sparen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch Zeit. Das neue Erscheinungsbild bietet Vorlagen, mit denen

auf relativ unkomplizierte Weise Flyer, Plakate oder Poster erstellt werden können. Da muss nicht jeder Beschäftigte wieder bei null anfangen, sondern kann auf Basis des Corporate Designs sein Produkt erstellen.

Das klingt sehr nach Gleichmacherei. Bleibt dabei nicht die akademische Freiheit auf der Strecke?

Schauen Sie sich doch die Gestaltungsmöglichkeiten an, die das neue Erscheinungsbild bietet. Das hat nichts mit Gleichmacherei zu tun, die Vielfalt ist enorm. Ein einheitliches Erscheinungsbild schränkt die akademische Freiheit überhaupt nicht ein. Im Übrigen ist die MHH nicht die erste Hochschule, die sich ein Corporate Design gibt. Von den medizinischen Fakultäten etwa sind Dresden, Köln, Erlangen bereits diesen Schritt gegangen, zahlreiche andere starten gerade entsprechende Projekte. Wir sind also nicht die ersten, aber immer noch in der Spitzengruppe. Und diese »weichen« Wettbewerbsfaktoren, zu denen das Erscheinungsbild gehört, werden immer wichtiger.

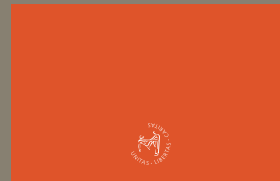
Derzeit sehen wir in der MHH das neue Erscheinungsbild neben allen Varianten des alten. Warum hat die MHH nicht mit einem Schlag umgestellt?

Weil wir mit unseren Ressourcen sparsam umgehen müssen. Alle alten Produkte, wie etwa Vordrucke oder Multicards, werden wir zunächst aufbrauchen. Bei Briefen aber können wir sehr rasch umstellen, da wir bislang ja kein vorgedrucktes Briefpapier genutzt haben. Das Präsidium hat die Abteilungsleiter aufgefordert, bis Mitte des Jahres 2007 das neue Erscheinungsbild umzusetzen. Die ersten Symposien mit neuen Postern und Faltblättern haben bereits stattgefunden und auch die neuen Powerpoint-Präsentationen sind bereits im Einsatz. Wir sind auf dem richtigen Weg.

Mit Professor Bitter-Suermann sprach Stefan Zorn.

MHH 2007

Das neue Erscheinungsbild der Hochschule

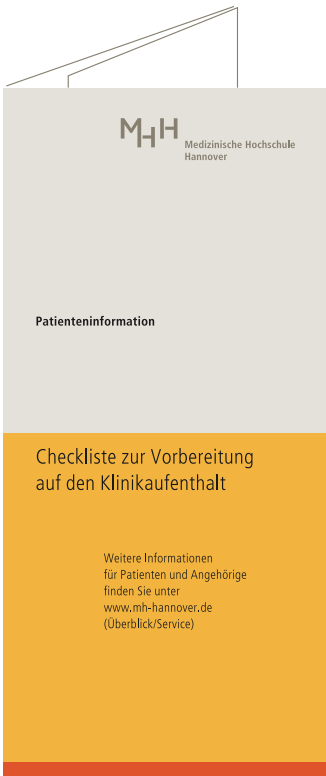


Visitenkarte

Briefbogen

Printprodukte

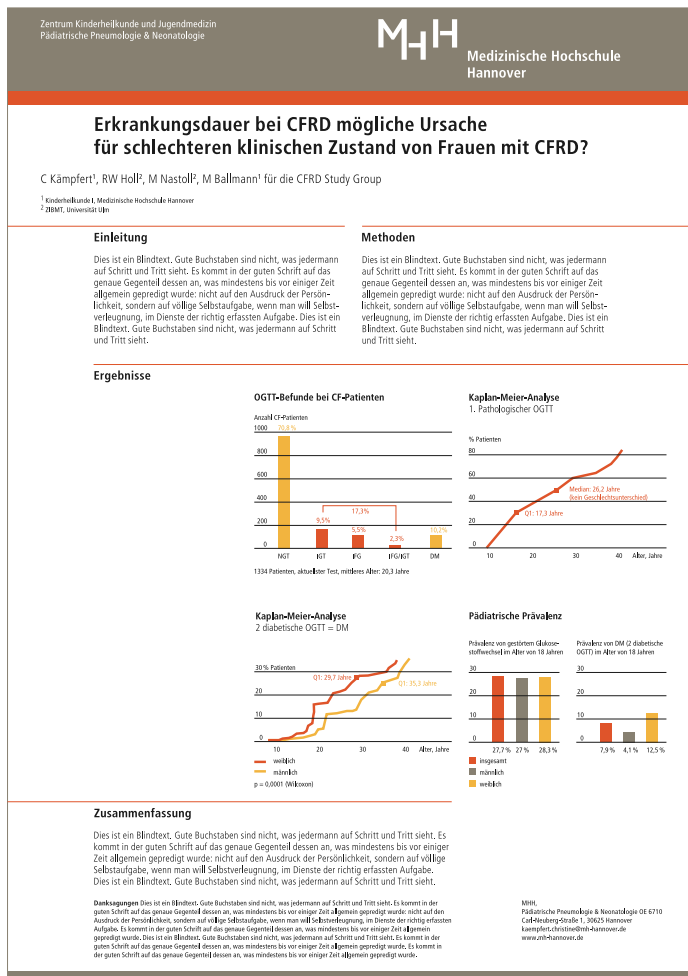




Hausintern erstellte Flyerblätter



Hausintern erstelltes Plakat



Wissenschaftliches Plakat

Was Sie jetzt wissen wollen ...

Woher bekomme ich die Vorlagen, etwa für den neuen Brief oder für Flyer und Plakate?

Alle Bausteine des neuen Erscheinungsbildes finden Sie auf unserer Intranetseite www99.mh-hannover.de. Gleich am Kopf der Startseite steht ein Kasten »Neues MHH-Corporate-Design«. Klicken Sie auf die Zeile »Weitere Informationen finden Sie hier«, dann öffnet sich ein neues Fenster. Dort finden Sie als ersten Punkt unter »Infos zum neuen Corporate Design« eine Zusammenfassung, wie das Erscheinungsbild 2007 der MHH aussieht. Punkt 2 ist eine »Step-by-Step-Anleitung«, in der genau erklärt wird, wie Sie die Mustervorlagen auf Ihrem PC verankern oder wie Sie an die Schriften kommen. Im dritten Punkt, den »Office-Vorlagen«, sind alle Vorlagen vom Brief über Fax oder Gutachten bis hin zu Schriftenpaketen, Plakat-, Poster- und Flyer-Vorlagen, Logos, aber auch Muster einer Powerpoint-Präsentation zu finden. Darunter finden Sie auch das elektronische Formular, um Visitenkarten zu bestellen.

Wie kann ich auf unseren Abteilungs-Laptop die neue MHH-Schrift »Frutiger« aufspielen?

Auf alle Rechner, die über eine IP-Adresse vom ZIMt aus zu erreichen sind, ist die neue Schrift bereits automatisch aufgespielt worden. Ist Ihr PC nicht in das Netzwerk der MHH integriert, so können Sie das Schriftpaket auch direkt aus dem Intranet herunterladen. Sie finden die Schrift auf der Seite www99.mh-hannover.de unter »Neues MHH-Corporate-Design« im Ordner »Office-Vorlagen«. Sollte Ihr Rechner Sie wegen fehlender Rechte die Schrift nicht installieren lassen, wenden Sie sich bitte an die Kollegin oder den Kollegen Ihrer Abteilung mit Administratorrechten oder an das ZIMt, Telefon 2565.

Was ist der Unterschied zwischen den beiden Briefvorlagen »Musterbrief.doc« und »Vordruckbrief.doc«?

Im neuen Erscheinungsbild gibt es zwei Briefvarianten. »Musterbrief.doc« ist so eine Art Volkswagen: Dieser Brief wird komplett von Ihrem Drucker erstellt, inklusive des schwarzen MHH-Logos. Sie können also ganz normales weißes Druckerpapier für die Erstellung nutzen. »Vordruckbrief.doc« ist eine edlere Variante und eher mit einem Mercedes gleichzusetzen: Um diesen Brief zu drucken, brauchen Sie das neue vorgedruckte Briefpapier. Es enthält das neue Logo in grau und einen roten Balken am unteren Briefrand. Das neue Briefpapier können Sie in unserer Druckerei bestellen.

Wo kann ich im neuen Brief auf unsere Sprechstunden hinweisen?

Im »Musterbrief.doc« ist als Standard in der Fußzeile das Präsidium aufgeführt. Diese Fußzeile kann von jeder Abteilung individuell gestaltet werden. Dort können also Sprechzeiten, aber auch ein Abteilungslogo oder ein weiteres Logo eines Kooperationspartners untergebracht werden. Weitere Informationen finden Sie auf der Seite www99.mh-hannover.de unter »Neues MHH-Corporate-Design« im Ordner »Step-by-Step-Anleitung« auf Seite 2.

Wir wollen ein Faltblatt für unsere Abteilung erstellen. Wie geht das?

Als erstes müssen Sie sich für eine Farbkombination entscheiden, denn die Grundfarben und der rote untere Rand des Flyers ist bereits vorgedruckt. Das spart Kosten und sorgt für eine gleich bleibende Farbqualität. Selbst wenn Sie den Flyer nur schwarzweiß bedrucken lassen, ist er immer noch farbig und wirkt professionell. Welche Farbkombinationen es gibt, erfahren Sie auf der Seite www99.mh-hannover.de unter »Neues MHH-Corporate-Design« im Ordner »Step-by-Step-Anleitung« auf Seite 10. Die DIN A4-Faltblätter (Flyer) werden in PowerPoint erstellt, dazu müssen Sie die Vorlage aus dem Ordner »Office-Vorlagen« herunterladen. Die gestaltete PowerPoint-Datei senden Sie unter Angabe Ihrer Kostenstelle, der Auflagenzahl und der von Ihnen gewünschten Farbkombination per E-Mail an DigitaleMedien@mh-hannover.de. Sie können Ihre Flyer nach wie vor auch komplett von den Digitalen Medien layouten und drucken lassen, Telefon 2963. Das Procedere gilt auch für Plakate.

Wer hilft mir weiter?

Wenden Sie sich bei Fragen

- rund um **Word-Vorlagen** an
Bernward Engelke,
engelke.bernward@mh-hannover.de, Telefon 2555,
- bei Fragen rund um **Powerpoint, Druck und Layout** an
Digitale Medien,
digitale-medien@mh-hannover.de, Telefon 2963,
- bei Fragen zu **Schriften, Hardware und Programmen** an
das Helpdesk des ZIMt,
helpdesk@mh-hannover.de, Telefon 2565,
- bei allgemeinen Fragen zum **Erscheinungsbild** an
Stefan Zorn, pressestelle@mh-hannover.de, Telefon 6773.

MHH bietet noch schnellere Hilfe bei Herzinfarkt

Hochschule eröffnete neue Chest Pain Unit auf Station 12C

(stz) Der akute Herzinfarkt ist in Deutschland mit Abstand die häufigste Todesursache, jedes Jahr sterben rund 60.000 Menschen daran. Bei einem Herzinfarkt zählt jede Sekunde, daher ist schnellstmögliche Hilfe lebenswichtig. Die MHH eröffnete deshalb eine Soforthilfestation für Patienten mit Verdacht auf Herzinfarkt, die Professor Dr. Helmut Drexler am 29. Januar 2007 den Medien präsentierte. »Je weniger Zeit zwischen den ersten Symptomen sowie Diagnostik und Therapie vergeht, desto größer sind die Überlebenschancen«, betonte der Direktor der MHH-Abteilung Kardiologie und Angiologie. In der neuen so genannten Chest Pain Unit (CPU, zu deutsch: Brustschmerz-Einheit) wurden vier Notfallbetten für unverzügliche kardiologische Rettungsmaßnahmen direkt neben den Herzkatheterlaboren im MHH-Bettenhaus, Ebene 2, Knoten A, eingerichtet. Zuweisenden Ärzten, Rettungsdiensten und ambulanten Patienten steht damit rund um die Uhr ein Herzspezialist zur optimierten Notfallversorgung zur Verfügung. Die MHH-Kardiologie hatte die Versorgungseinheit über einen Zeitraum von drei Monaten aufgebaut und getestet, bevor sie im regulären Betrieb an den Start ging.

»Fortschritte in der Therapie von Herz-Kreislauf-erkrankungen tragen deutlich mehr zur Verbesserung der allgemeinen Lebenserwartung bei als Entwicklungen in irgendeinem anderen Gebiet der Medizin«, erläuterte Professor Drexler. In den USA hat man seit über einem Jahrzehnt Erfahrungen mit Chest Pain Units gesammelt: Die Sterblichkeitsrate bei Herzinfarkten konnte dort im Vergleich mit Krankenhäusern ohne derartige Einrichtungen um 37 Prozent gesenkt werden. In Deutschland gibt es bisher nur in den Universitätskliniken Heidelberg und Mainz Chest Pain



EKG o.k.: Patient Manfred Schröder und Professor Dr. Helmut Drexler (von links) in der Chest Pain Unit.

Units. Interessant ist die Chest Pain Unit nicht nur für die zuweisenden Ärzte und die Rettungsdienste, sondern auch für Patienten, die direkt ins Krankenhaus gehen – bei Verdacht auf Herzinfarkt ist das fast jeder dritte Patient. »Als ich Schmerzen in der Brust bekam, wusste ich gleich, das muss ein Herzinfarkt sein. Hier in der MHH wurde ich sofort behandelt und man hat alles Erdenkliche getan, um mir zu helfen. Drei Stunden später ging es mir schon wieder so gut, dass ich am liebsten aufgestanden wäre«, sagte Manfred Schröder, ein Patient, der während der Testphase in der Chest Pain Unit behandelt worden ist. Aber auch für die Kostenträger ist eine solche Soforthilfe-Einheit von großem Interesse, denn die Erfahrungen aus Heidelberg und Mainz zeigen, dass so die durchschnittlichen Liegezeiten und damit die Kosten gesenkt werden können. »Das Risiko bleibender Folgeschäden wird nachhaltig minimiert«, sagte Professor Drexler.

Gebärmutterhalskrebs-Vorsorge

Professor Dr. Peter Hillemanns beteiligte sich an Aufklärungskampagne

(sc) Aufklärung über Gebärmutterhalskrebs und die Möglichkeiten der Prävention und Früherkennung standen im Mittelpunkt der Informationswoche »Europäische Gebärmutterhalskrebs-Woche« vom 21. bis 28. Januar 2007. Die Kampagne führte die Europäische Gesellschaft für Gebärmutterhalskrebs (ECCA) durch. In Deutschland startete dieses Projekt unter Federführung der Organisation ZERVITA. Am 22. Januar 2007 berichtete Kooperationspartner Professor Dr. Peter Hillemanns, Direktor der MHH-Frauenklinik, im Pressegespräch über die Bedeutung von Infektionen mit

humanen Papilloma-Viren (HPV) bei der Entstehung von Gebärmutterhalskrebs und über die Chancen der HPV-Diagnostik und -Therapie. Gebärmutterhalskrebs (Zervix-Karzinom) nimmt nach dem Brustkrebs weltweit Platz zwei in der Rangliste der häufigsten bösartigen Veränderungen weiblicher Geschlechtsorgane ein. Mit der Einführung von Impfstoffen gegen den Auslöser der Erkrankung, die humanen Papilloma-Viren (HPV), scheidet nun eine neue Ära zu beginnen. »Wir müssen jetzt dafür sorgen, dass möglichst viele Frauen auch wirklich einen Zugang zu den neuen Möglichkeiten erhalten«, sagte Professor Hillemanns. Er appellierte auch an die niedergelassenen Ärzte, die Frauen bei einer besseren Vorsorge zu unterstützen.