



Was bei Lufthansa so alles mitfliegt

45 Millionen Passagiere fliegen mit der Lufthansa jährlich rund um die Welt. Alltag und Routine für die Gesellschaft, für die nach wie vor Sicherheit und Komfort ganz starke Argumente sind. Es gibt aber auch die Konfrontation mit dem medizinischen Notfall. Auf dem 3. Lufthansa Forum für Reisemedizin in Frankfurt am Main konnten sich 250 Teilnehmer aus aller Welt ein Bild davon machen, was das deutsche Luftfahrtunternehmen in sein „Gesundheitswesen“ investiert.

| Antje Isbaner

Flugzeuge haben sich zu einem selbstverständlichen Transportmittel etabliert – zunehmend auch für ältere Leute. So kommt es, dass der Anteil älterer Fluggäste stetig steigt. Die Flugcrew wird daher immer häufiger mit gesundheitlichen Problemen der Fluggäste konfrontiert. Und die Flugziele liegen in immer entfernteren Regionen dieser Erde. Das birgt für die Reisenden eine zusätzliche Belastung, die mitunter einer medizinischen Versorgung bedarf. Wie diesem Problem begegnet werden kann, war Thema des Forums.

Alles für den Notfall

Zu der medizinischen Standardausrüstung in allen Lufthansa Flugzeugen gehören Notfallboxen wie die so genannten Doctor's Kit, First Aid Kit und Stewardessen Kit. Hinzu kamen in den letzten Jahren Defibrillatoren. Aber auch das Internet hält Einzug in den Flugzeugen. Die Telemedizin an Bord zählte zu den innovativsten Themen des Lufthansa-Forums für Reisemedizin. Gemeinsam mit der Charité

Berlin entwickelt die Fluggesellschaft derzeit eine Technik zur Übermittlung so genannter Vitalparameter per Breitband-Internet. Erste Testflüge haben bewiesen, dass in naher Zukunft Vitalparameter wie die Sauerstoffsättigung des Bluts und die Herzfrequenz von akut erkrankten Passagieren während des Fluges sicher an ein medizinisches Kompetenzzentrum am Boden übertragen werden können. Die dortigen Ärzte sind dann in der Lage eine genaue Diagnose zu erstellen und der Flugzeugbesatzung oder dem mitreisenden Fachpersonal gezielte Informationen zur Therapie zu geben. „Ein gutes Beispiel für unser Verständnis von Qualität und Innovation“, betonte Thierry Antinori, Bereichsvorstand Marketing und Vertrieb Deutsche Lufthansa AG. Als weltweit erstes Flugunternehmen verfügt nur die Lufthansa über diese leistungsfähige Internetverbindung, die die Voraussetzung dafür schafft, Daten in hoher Qualität zu übertragen. Eine weitere Innovation, die seit 1996 systematisch entwickelt und nun fest in den Routinebetrieb integriert werden konnte,