

Wie animiert man möglichst viele Menschen zur Coronavirus-Impfung?

Erfolgreiche Impfkommunikation

Die Impfung breiter Bevölkerungsschichten ist der einzige Ausweg aus der Pandemie. Mit korrekter Beratung kann man die Patienten davon überzeugen. Fachleute raten dazu, explizit auf das Gemeinwohl zu verweisen.

Wenn Studien zeigen, dass die Impfungen sicher sind, muss das die Kernbotschaft gegenüber den Patienten sein.

Die Impfungen gegen SARS-CoV-2 werden freiwillig sein. Fakt ist aber: Damit Herdenimmunität einsetzt, müssen 60–70% der Bevölkerung geimpft sein. Wie gelingt es also, dass sich derart viele Menschen impfen lassen? Fachleute setzen v. a. auf Aufklärung und Information. Ärzte spielen als wichtige Multiplikatoren und als Ansprechpartner in Gesundheitsfragen dabei eine wichtige Rolle

„Für eine erfolgreiche Impfkommunikation sollte betont werden, dass die Impfstoffe alle klinischen Prüfungen durchlaufen haben mit Tausenden von Probanden und dass die Zulassungsbehörden auch bei der pharmazeutischen Qualität keine Abstriche machen“, sagt etwa Alexander Krämer, Seniorprofessor an der Fakultät für Gesundheitswissenschaften der Universität Bielefeld. „Wenn wir in gut gemachten Studien sehen, dass Impfungen sicher und wirksam sind, muss das die Kernbotschaft der Kommunikation sein“, betont auch Julia Neufeind, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachgebiet Impfprävention beim Robert-Koch-Institut. Auch sie betont die Rolle von Ärzten – weist aber darauf hin, dass auch das private Umfeld wichtig für die Meinungsbildung ist.

Senja Post, Professorin im Arbeitsbereich Wissenschaftskommunikation in den Lebenswissenschaf-

ten an der Georg-August-Universität Göttingen, weist in diesem Zusammenhang daraufhin, dass viele Menschen Nachrichten in der Corona-Krise „intensiv und emotional“ nutzten. In dieser Gemengelage könne es zu „heftigen Reaktionen“ kommen – v. a. dann, wenn im Zuge der Immunisierungen ein „spektakuläres Ereignis wie eine schwere Krankheit eintritt“.

Hintergrundinformationen und „prosozialen Aspekt“ vermitteln

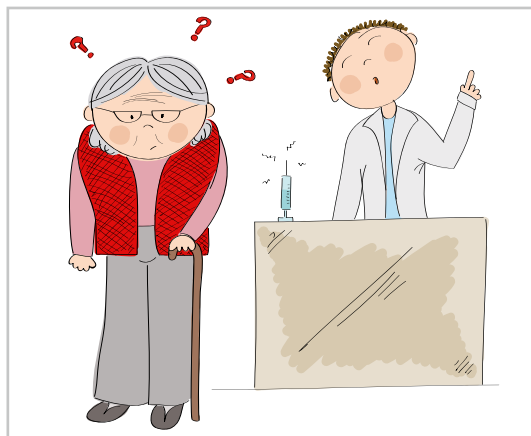
Damit die Menschen bei solchen Ereignissen nicht falschen Erklärungen aufsitzen, sollten Medien und öffentliche Akteure im Vorhinein nicht nur über die Chancen der Impfung berichten, so Post. „Sie sollten auch vorsorglich Hintergrundinformationen vermitteln, die zu einer sachlich angemessenen Interpretation solcher Ereignisse notwendig sind.“ Auch Ärzte können zur Verbreitung korrekter und wissenschaftlich fundierter Informationen beitragen.

Um eine hohe Impfbereitschaft zu erzielen, sei es wichtig, den „prosozialen Aspekt“ von Impfungen zu unterstreichen – „also zu betonen, dass ich nicht nur mich selbst schütze, sondern auch das Gemeinwohl unterstütze“, sagt Florian Zimmermann, Professor für Ökonomie an der Bonn Graduate School of Economics.

Goodies für Geimpfte?

Neben der direkten Ansprache der Patienten werden auch gesellschaftsweite Maßnahmen diskutiert. So könnte man z. B. Geimpfte mit der Aussicht auf bevorzugte Behandlung in der Pandemie locken. Dies hält Dr. Ralf Krumkamp, Mitarbeiter der Abteilung Infektionsepidemiologie am Bernhard-Nocht-Institut für Tropenmedizin, innerhalb Deutschlands aber für problematisch. Anders sehe es aus, wenn man etwa in andere Länder einreisen wolle. Es sei gut möglich, dass das nur mit einem bestehenden Impfschutz möglich sei – und dies könnte zögerliche Patienten motivieren.

Thomas Hommel



Ärzte beeinflussen mit ihren Äußerungen die Einstellung der Patienten maßgeblich.

Hier steht eine Anzeige.

