

## Impfkommunikation – Was können Hochschulen und Forschungseinrichtungen jetzt tun?

Die ersten Impfstoffe gegen das Coronavirus sind zugelassen und derzeit wird noch viel über die Verteilung und Auslieferung diskutiert. Die größere Debatte steht aber noch bevor: Um die Pandemie wirklich in den Griff zu kriegen, braucht es vor allem eine hohe Impfbereitschaft. Die Herdenimmunität ist erst bei einer Impfquote von 70–80 Prozent erreicht. Umfragen zeigen jedoch, dass die Impfbereitschaft niedriger ist. Das liegt vor allem daran, dass viele Menschen noch unentschieden sind, ob sie sich impfen lassen wollen oder nicht und erst mal abwarten wollen. Außerdem macht [ein kleiner, aber lauter Teil der Bevölkerung](#) aktiv gegen die Impfung mobil. Hier muss die Wissenschaft dagegenhalten.

Wie kann gute Impfkommunikation aussehen, welche Rolle spielen Hochschulen und Forschungseinrichtungen dabei und wie können sie Forschende dabei unterstützen? Ein Überblick.

### Was wissen wir über die Impfbereitschaft<sup>1</sup>?

Das [COSMO - Covid-19 Snapshot Monitoring](#) erhebt seit Mai 2020 regelmäßig Zahlen zu Wissen, Risikowahrnehmung, Schutzverhalten und Vertrauen der Bevölkerung zu Covid-19.

- Wichtige Aussage: **Die Impfbereitschaft ist dabei kontinuierlich geringer, als sie für eine Herdenimmunität sein müsste.**

Das Projekt [„Gesellschaftliche Selbstermächtigung: Ausmaß, Gründe, Folgen, Maßnahmen“](#) erhebt die Wahrnehmung der Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie in der deutschen Bevölkerung. Zwei repräsentative Umfragen.

- Wichtige Aussage: **Trotz der deutlichen Zunahme des wahrgenommenen Infektionsrisikos ist die Impfbereitschaft in der Bevölkerung substantiell gesunken.**

Das [Wissenschaftsbarometer 2020](#) erhebt die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Forschung und Wissenschaft. In diesem Jahr gab es, neben dem regulären Wissenschaftsbarometer, zwei Corona-Spezialerhebungen. Dabei wurde auch die Impfbereitschaft abgefragt.

- Wichtige Aussage: **Das Vertrauen in Wissenschaft und Forschung ist in der Pandemie gestiegen. Gleichzeitig zeigt sich eine hohe Zahl an Anhängern von Verschwörungsmythen.**

### Was sind die Ziele von Impfkommunikation?

Eine informierte und fundierte Entscheidung durch jede\*n Einzelne\*n im Bezug auf eine Impfung ermöglichen.

---

<sup>1</sup> Studien zur Impfbereitschaft:

<https://projekte.uni-erfurt.de/cosmo2020/web/>

<https://www.marsilius-kolleg.uni-heidelberg.de/fellows/Publikationfellows2020.html>

<https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2020/>

**Welche Akteur\*innen<sup>2</sup> sind bei der Kommunikation zum Thema Impfungen besonders wichtig?**

**Ärzt\*innen/ Beschäftigte im Gesundheitssystem** – Sie sind Befragungen zufolge [die vertrauenswürdigste Quelle](#) für eine Impfentscheidung und ihre Aussagen und Handlungen beeinflussen die Entscheidungen der Menschen. Deshalb ist es wichtig, sie mit Kommunikationsmaterialien zu versorgen und Ihnen bei ihrer Kommunikation zur Seite zu stehen. Dies scheint insbesondere relevant, da in [Befragungen eine gewisse Skepsis](#) unter Pflegekräften gegenüber der Impfung zu beobachten ist.

**Wissenschaftler\*innen** – Wissenschaftler\*innen genießen insgesamt ein hohes Vertrauen in der Bevölkerung, wie das Wissenschaftsbarometer 2020 erneut bestätigt. Darum sind neben den Aussagen von Impfforscher\*innen auch die Aussagen von Wissenschaftler\*innen anderer Fachrichtungen wichtig für gelungene Kommunikationsstrategien.

**Medien** – [Liegen mit ihren Vertrauenswerten weit hinter](#)<sup>3</sup> den ersten beiden Gruppen, haben aber mit [99 Prozent Tagesreichweite](#)<sup>4</sup> bei der Bevölkerung über 14 Jahren eine besondere Rolle und Verantwortung.

**Behörden** – Sie spielen insbesondere dort eine Rolle, wo es um Information und Aufklärung sowie transparente Abläufe geht. Hier kann die Wissenschaftskommunikation helfen, Materialien bereitzustellen und auszugestalten.

**Personen, die im Fokus der Öffentlichkeit stehen** – Die Werbewirkungsforschung zeigt, dass sich [Einsatz von Prominenten und Real-Life-Testimonials](#)<sup>5</sup> in diesem Bereich lohnt. Das könnte auch in der Impfkommunikation nützlich sein, wenn etwa Vorbilder sich impfen lassen.

**Politiker\*innen** – sind die Entscheidungsträger\*innen für Maßnahmen in der Pandemie. 77 Prozent der Befragten des [Wissenschaftsbarometers](#)<sup>6</sup> stimmten (eher) zu, dass politische Entscheidungen im Umgang mit Corona auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen sollten. Die politische Kommunikation wird so auch zur Wissenschaftskommunikation.

**Welche Faktoren<sup>7</sup> beeinflussen die Entscheidungen von Individuen, sich impfen zu lassen?**

Prof. Dr. Cornelia Betsch von der Universität Erfurt benennt hier [fünf Faktoren, die 5 C's der Impfentscheidung](#), die auch für die Wissenschaftskommunikation relevant sind.

---

<sup>2</sup> Studien zu Akteur\*innen in der Impfkommunikation:

Ärzt\*innen als vertrauenswürdigste Quelle für Impfentscheidungen: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6026859/>  
Impfskepsis unter Pflegekräften: <https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/media/en/publications/Publications/vaccine-hesitancy-among-healthcare-workers.pdf>

Vertrauen in Ärzt\*innen, Wissenschaftler\*innen, Politiker\*innen und Journalist\*innen im

Wissenschaftsbarometer: <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2020/>

<sup>3</sup> <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2020/>

<sup>4</sup> ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/studien/langzeitstudie-massenkommunikation/>

<sup>5</sup> Was bringen (prominente) Testimonials? – Werbewirkungsstudien in der Meta-Analyse:

[https://www.researchgate.net/publication/273922576\\_Was\\_bringen\\_prominente\\_Testimonials\\_-\\_Werbewirkungsstudien\\_in\\_der\\_Meta-Analyse](https://www.researchgate.net/publication/273922576_Was_bringen_prominente_Testimonials_-_Werbewirkungsstudien_in_der_Meta-Analyse)

<sup>6</sup> <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2020/>

<sup>7</sup> Faktoren für Impfentscheidungen:

Stellungnahme im Bundestag von Cornelia Betsch: [https://www.bundestag.de/resource/blob/663526/3cf67c474063a8ccbdda121f5be042e/19\\_14\\_112-5-ESV-Dr-Betsch\\_Masernschutz-data.pdf](https://www.bundestag.de/resource/blob/663526/3cf67c474063a8ccbdda121f5be042e/19_14_112-5-ESV-Dr-Betsch_Masernschutz-data.pdf)

Paper zu den 5C: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0208601>

- Confidence – beschreibt das Vertrauen in Sicherheit und Effektivität des Impfstoffes sowie das Vertrauen in Entscheidungsträger und das Gesundheitssystem
- Complacency – beschreibt die Wahrnehmung des Krankheitsrisikos und ob die Impfung dementsprechend für notwendig gehalten wird
- Constraints – beschreibt das Ausmaß wahrgenommener struktureller Hürden wie Stress, Zeitnot oder Aufwand.
- Calculation – erfasst das Ausmaß aktiver Informationssuche und bewusster Evaluation von Nutzen und Risiken von Impfungen
- Collective Responsibility – beschreibt das Ausmaß prosozialer Motivation, durch die eigene Impfung zur Reduzierung der Krankheitsübertragung beizutragen, und damit andere indirekt zu schützen, z. B. kleine Kinder oder Kranke

### Was bedeutet dies für die Kommunikation?

- Confidence/Complacency – Die Wissenschaftskommunikation kann dazu beitragen, indem sie transparent über Stärken und Schwächen von Impfstoffen berichtet und dabei vor allem auch den Vergleich anstellt, welche Gefahren entstehen, wenn man sich nicht impfen lässt.
- Constraints/Calculation – Die Wissenschaftskommunikation kann dabei helfen, Informationen leicht zugänglich zu machen und zwar in den Netzwerken, in denen sich die unterschiedlichen Zielgruppen bewegen.
- Collective Responsibility – Dieser Wert kann über gute Wissenschaftskommunikation als Mobilisierungsfaktor genutzt werden.

### Welche Rolle können Wissenschaftsinstitutionen und Forscher\*innen bei der Kommunikation zum Thema Impfen spielen?

Hochschulen/Forschungseinrichtungen:

- Bereitstellen von Expertise im Haus:
  - Expert\*innen aus der Impfstoffforschung sowie der Psychologie und der Statistik werden in den kommenden Wochen besonders gefragt sein. In früheren Phasen der Pandemie [kritisierte die WPK](#), dass es nicht genügend Zugang zu Expertise gab. Dies gilt es nun zu ändern.
- Vorbereitung der Expert\*innen auf den Umgang mit Verschwörungsmythen und kritischen Nachfragen:
  - Gerade das Thema Impfung ist sehr komplex und mit vielen Emotionen verbunden. Daher sollten die Expert\*innen der Einrichtungen im Umgang mit [Skeptiker\\*innen, Ängsten und Kritik](#) geschult werden.
- Proaktive Aufklärung über die eigenen Kanäle:
  - Um [Verschwörungsmythen vorzubeugen](#), sollten Hochschulen und Forschungseinrichtungen aktiv über Fragen aufklären, die als besonders kritisch erachtet werden bzw. häufig von Impfkritikern aufgeworfen werden. Diese Art der proaktiven Aufklärung hilft auch anderen im Dialog mit Kritikern.
- Aktiver Widerspruch bei Konfrontation mit Verschwörungsmythen
  - Widerspruch gegen Verschwörungsmythen ist insbesondere deshalb wichtig, weil die Mythen dadurch nicht einfach unkommentiert im Raum stehen und

von Dritten wahrgenommen werden. [In Studien zeigt sich](#), dass die Einordnung und Entgegnung insbesondere „Mitleser\*innen“ der Mythen hilft diese einzuordnen.

Forscher\*innen:

- Haltung zur Impfung proaktiv kommentieren, denn auch wenn Personen der Impfung grundsätzlich positiv gegenüberstehen, kann es sein, dass sie [trotzdem untätig bleiben](#). Hier braucht es zusätzliche Motivation.
- Unsicherheiten in der Forschung offen legen und transparent machen
- Reden und Zuhören: [Persönliche Gespräche](#)<sup>8</sup>, vor allem im privaten, aber [auch im professionellen Umfeld](#)<sup>9</sup>, schaffen besonders gut Zugang zu und Vertrauen in Informationen, Zuhören = aktiv und Bedenken des Gegenübers ernst nehmend
- Eigenes Vertrauen in die Arbeit der Impfforschung betonen
- Bei Bedarf Unterschiede zwischen [anekdotischer und wissenschaftlicher Evidenz](#)<sup>10</sup> erklären
- [Science Denialism](#)<sup>11</sup> kennen und [damit umgehen lernen](#)<sup>12</sup>

**Worauf muss ich achten, wenn ich Impfkommunikation betreibe?**

- Bedarfs- und zielgruppengerecht aufbereitete Kommunikation, angepasst an Gesundheitswissen und Sprachkompetenzen der jeweiligen Zielgruppe
- Berücksichtigung der adressatenorientierten Ansprache und Aufbereitung der Botschaften, Formate und des Mediums
- Beachtung der [Leitlinien guter Wissenschafts-PR](#)
- Kommunikation verschiedener Inhalte unter Berücksichtigung [wissenschaftlicher Unsicherheiten](#). Hier gibt es klare Belege, dass transparente Kommunikation von Unsicherheiten das Vertrauen nicht schmälert und die überwiegende Anzahl der Konsument\*innen dies hilfreich findet.
- Sachlich bleiben. Studien zeigen, dass zu [enthusiastischer Sprachstil](#) und [Aggressivität](#) die Vertrauenswürdigkeit von Expert\*innen senken.

**Eine besondere Herausforderung sind Impfmythen. Warum ist es wichtig, sich damit auseinanderzusetzen?**

- Die Verbreitung von Impfmythen schadet nicht nur dem Vertrauen in den Impfstoff, sondern auch der Einhaltung weiterer beschlossener Maßnahmen [zur Eindämmung der Pandemie](#) oder allgemeiner Hygienemaßnahmen.

---

<sup>8</sup> [https://www.researchgate.net/publication/331105823\\_Al\\_Gore\\_Eltern\\_oder\\_Nachrichten\\_Studien\\_zur\\_Wirkung\\_Aneignung\\_und\\_Online-Kommunikation](https://www.researchgate.net/publication/331105823_Al_Gore_Eltern_oder_Nachrichten_Studien_zur_Wirkung_Aneignung_und_Online-Kommunikation)

<sup>9</sup> Deutschland spricht: Was passiert, wenn die Filterblase platzt?: <https://news.briq-institute.org/de/2019/08/14/deutschland-spricht/>

<sup>10</sup> Reducing the Influence of Anecdotal Reasoning on People's Health Care Decisions: Is a Picture Worth a Thousand Statistics?: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0272989X05278931>

<sup>11</sup> Science denial as a form of pseudoscience: [https://www.researchgate.net/publication/317296256\\_Science\\_denial\\_as\\_a\\_form\\_of\\_pseudoscience](https://www.researchgate.net/publication/317296256_Science_denial_as_a_form_of_pseudoscience)

<sup>12</sup> Attitude roots and jiu jitsu persuasion: Understanding and overcoming the motivated rejection of science: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28726454/>

- In Studien zeigte sich zudem, dass ein Zusammenhang zwischen dem Glauben an Verschwörungsmythen und der [Anerkennung von Gewalt als Mittel zur Lösung von Konflikten in Krisen besteht](#)<sup>1314</sup>.

Das Richtigstellen von Falschnachrichten ist in den meisten Zielgruppen wirksam und zeigt keine [unerwünschten Wirkungen](#).

### Wie sollte man Impfmythen begegnen?

- proaktiv in den Dialog gehen und mögliche Mythen und Zweifel frühzeitig adressieren
- eine informierte Impfentscheidung ist nur möglich, wenn [Scheinargumente als solche entlarvt](#) und von tatsächlicher Evidenz getrennt werden
- Impfmythen nicht nur faktenbasiert begegnen, sondern aufzeigen, was an der Argumentation der Gegenseite [nicht stimmt](#)
- Alternativerklärungen anbieten, denn [psychologische Forschungsergebnisse](#) zeigen, dass das Anbieten einer Erklärung ausschlaggebend ist, damit eine falsche Behauptung korrigiert wird
- Die Botschaften basieren üblicherweise auf den gleichen [fünf rhetorischen Techniken](#):
  - Falsche Experten zitieren
  - Verschwörungstheorien postulieren
  - Nicht-repräsentative Befunde selektieren
  - Fakten und Zitate verfälschen
  - Unerreichbare Erwartungen an die Wissenschaft stellen.
- Die [Struktur](#), die das Debunking Handbook 2020 für eine erfolgreiche Argumentation gegen Impfmythen vorschlägt, hat vier Bestandteile:
  1. Beginnen Sie mit dem Fakt, sodass er einfach, konkret und einprägsam ist.
  2. Über Impfmythos warnen: Warnen Sie, dass die Falschinformation benannt wird und erwähnen Sie diese nur einmal
  3. Den Trugschluss erklären: Erklären Sie, warum die Falschinformation in die Irre führt
  4. Bestätigen Sie den Fakt am Ende möglichst mehrfach und stellen Sie sicher, dass er eine alternative ursächliche Erklärung liefert.

Es gibt aber auch Situationen, in denen ein [emotionaler Einstieg in das Gespräch hilfreich sein kann](#).

---

13

[https://www.researchgate.net/profile/Philipp\\_Jugert/publication/315767258\\_The\\_great\\_recession\\_and\\_group\\_based\\_control\\_JSI2017/data/58e3467fa6fdcc385931f3bd/Fritsche-et-al-2017-JSI.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Philipp_Jugert/publication/315767258_The_great_recession_and_group_based_control_JSI2017/data/58e3467fa6fdcc385931f3bd/Fritsche-et-al-2017-JSI.pdf)

<sup>14</sup> American Conspiracy Theories: <https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199351800.001.0001/acprof-9780199351800>

## Interessante Lektüre

[Digitales Impfquotenmonitoring zur COVID-19-Impfung](#) des Robert Koch Instituts

[Policy Brief: Impfung gegen SARS-CoV-2: Anforderungen an die Kommunikation mit der Bevölkerung](#) des Kompetenznetz Public Health COVID-19

[Fact Sheet: „Umgang mit Falschnachrichten in Medien“](#) des Kompetenznetzes Public Health Covid-1

“[The COVID-19 Vaccine Communication Handbook](#)” von Lewandowsky, Cook, Schmid et al. ist von einem Team aus Wissenschaftler\*innen unterschiedlicher akademischer Disziplinen erstellt. Es richtet sich an Ärzte, Journalisten, Angehörige der Pflegeberufe, politische Entscheidungsträger sowie Forschende, Lehrende, Studierende und Eltern und soll darüber informieren, wie sich Fehlinformationen gegen die Corona-Impfung widerlegen lassen und dient als Leitfaden für Gespräche. Das [Kommunikationshandbuch zum COVID-19-Impfstoff von Lewandowsky](#) et. al. gibt es jetzt auch auf Deutsch.

„[Vaccines and trust](#) – How concerns arise and the role of communication in mitigating crises Individual decisions Culture and social norms Risk perception Effect of building trust V“ (WGO)

[Widerlegen, aber richtig - Debunking Handbook 2020](#) von Lewandowsky et al.

[Best practice guidance: How to respond to vocal vaccine deniers](#) von der Weltgesundheitsorganisation (WHO)

„[Opportunities and challenges of Web 2.0 for vaccination decisions](#)“ von Betsch et. al.

[Communicating scientific uncertainty: a tailored approach for increased transparency](#) von der European Food Safety Authority

[Examining how people reason about controversial scientific topics](#) von Zimmermann und Lobato

[A guide to vaccinations for COVID-19](#) von der British Society for Immunology