

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Katrin Hellin-Plahr, Michael Theurer, Renata Alt, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Mario Brandenburg (Südpfalz), Sandra Bubendorfer-Licht, Dr. Marco Buschmann, Dr. Marcus Faber, Otto Fricke, Reginald Hanke, Peter Heidt, Markus Herbrand, Katja Hessel, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Michael Georg Link, Alexander Müller, Dr. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, Benjamin Strasser, Gerald Ullrich und der Fraktion der FDP

Impfkommunikation der Bundesregierung

Gegenwärtig wird die Diskussion um eine verpflichtende Impfung gegen das Coronavirus in vielen europäischen Ländern geführt. Frankreichs Präsident Emmanuel Macron kündigte bereits eine verpflichtende Corona-Impfung für Personal im Gesundheitsbereich an, die für Angestellte in Krankenhäusern und Pflegeheimen mit Kontakt zu Risikopatienten gelten soll (<https://rsw.beck.de/aktuell/daily/meldung/detail/frankreich-corona-impfung-fuer-gesundheitspersonal-wird-zur-pflicht>).

Die Fragesteller sind der Ansicht, dass die Bundesregierung gemeinsam mit den Ländern Lösungen finden muss, um durch richtige Kommunikation und Anreize die Impfbereitschaft zu steigern und hierdurch die Diskussion um unverhältnismäßige und damit verfassungswidrige Instrumente wie eine Impfpflicht von vornherein obsolet zu machen. Stattdessen scheint die Impfbereitschaft aktuell aber weiter zu sinken (<https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/impfbereitschaft-in-deutschland-der-steinige-weg-zur-herdenimmunitaet/27244880.html?ticket=ST-2780846-0cxFyduubuJsXchTNeno-ap3>).

Das Parlamentarische Begleitgremium COVID-19-Pandemie, das sich im April als Unterausschuss des Gesundheitsausschusses konstituiert hat, beschäftigte sich in seiner 6. Sitzung am 20. Mai 2021 intensiv mit der Impfkommunikation sowie der Kampagne der Bundesregierung. Schon seinerzeit wurde die Besorgnis abflauender Impfbereitschaft über die Sommermonate hinweg geäußert und angemahnt, über eine professionelle Impfkommunikation einer vierten Welle bestmöglich vorzubeugen. Die Fragesteller sind auf Basis der Expertenanhörung der Ansicht, dass die bisherige Impfstrategie und -kampagne Stringenz und Fingerspitzengefühl vermissen lässt. In der vorgenannten Sitzung wurde ferner auch die Impfbereitschaft von Kindern und Jugendlichen thematisiert. Prof. Dr. Cornelia Betsch von der Universität Erfurt führte aus, dass zum damaligen Zeitpunkt laut COSMO-Studie 66 Prozent der Eltern ihr Kind impfen lassen wollten, während sich 76 Prozent der Kinder selbst impfen lassen wollten (<https://www.bundestag.de/ausschuesse/a14/pandemie/anhoerungen/841990-841990>). Die Fragesteller sind der Ansicht, dass dieses Thema ebenfalls fokussiert betrachtet werden muss.

Weiterhin sind die Fragesteller der Meinung, dass die Bundesregierung nunmehr dringend eine professionelle Impfkommunikation etablieren muss, die den Bürgerinnen und Bürgern die Wichtigkeit und Dringlichkeit der Impfung vermittelt, um so einen bestmöglichen Schutz der sich bereits konkret abzeichnenden vierten Welle zu erreichen. Dabei sollte der Staat nach Ansicht der Fragesteller nicht bevormundend oder anbietend auftreten, sondern sachlich umfassend informieren und zugleich auf die Rationalität der Menschen setzen, die keine vehementen Impfgegner sind; darüber hinaus ist eine Einbeziehung der Ärzte in die Impfkommunikation vor Ort unerlässlich.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Pläne hat die Bundesregierung verfolgt, um die Bürgerinnen und Bürger über die Corona-Schutzimpfung zu informieren sowie zur Impfung zu motivieren?

Wie viele Personen sollten zum jetzigen Zeitpunkt nach internen Planungen der Bundesregierung geimpft sein (bitte nach Altersgruppen aufschlüsseln)?

Wie viele sind es jetzt (bitte nach Altersgruppen aufschlüsseln)?

2. Aus welchen Gründen sind Personen bis dato nach Kenntnis oder Einschätzung der Bundesregierung noch ungeimpft?
3. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung ergriffen, um möglichst viele bisher nicht geimpfte Personen zielgerichtet zu erreichen?
4. Welche Informationskanäle hat die Bundesregierung genutzt, um nicht geimpfte Personen zu erreichen (bitte nach Art und Anteil der jeweils genutzten Kanäle auflisten)?
5. Über welche Kanäle wirbt die Bundesregierung gegenwärtig genau für die Corona-Schutzimpfung und wie wurde in der Vergangenheit diesbezüglich verfahren?
 - a) In welchen Printmedien wird bzw. wurde für die Impfung geworben?
 - b) Wo wird bzw. wurde online für die Impfung geworben?
 - c) Wird bzw. wurde über TV-Werbespots geworben?
 - d) Wie wird bzw. wurde im öffentlichen Raum für die Impfung geworben?
 - e) Wie wird bzw. wurde in Social-Media-Kanälen für die Impfung geworben?
6. An welche Zielgruppen richtet sich die Werbung über die in Frage 2 erfragten Werbekanäle jeweils?
 - a) Wer hat die Werbung gestaltet?
 - b) Welche Testimonials sind genutzt worden, für welche Altersgruppe (bitte aufschlüsseln)?
 - c) Wie sind diese ausgewählt worden?
7. Liegen der Bundesregierung Erkenntnisse dazu vor, wie viele Menschen sich aufgrund der Werbung über die in Frage 2 erfragten Kanäle gezielt detailliert informiert haben?
 - a) Wenn ja, was sagen diese Zahlen aus?
 - b) Wenn nein, warum werden diese Zahlen nicht erfasst?

8. Hat sich die Bundesregierung bei ihrer bisherigen Impfkommunikation extern von Sachverständigen aus der Wissenschaft oder Marketingexperten beraten lassen?
9. Erkennt die Bundesregierung Defizite in ihrer bisherigen Impfkommunikation?
10. Sind die bisherigen Informationsmaßnahmen der Bundesregierung evaluiert worden?
Wenn ja, wie genau ist die Evaluierung umgesetzt worden, und zu welchen Ergebnissen kam sie?
11. Liegen der Bundesregierung Auswertung oder Schätzungen vor, wie sich die Bewerbung der Corona-Schutzimpfung durch den Einsatz von Bundesmitteln insgesamt auf die Zahl der Impfungen ausgewirkt hat?
Wenn ja, was sagen diese aus?
12. Auf welchen Betrag belaufen sich die finanziellen Mittel, die für die Werbung über die in Frage 2 erfragten Werbekanäle jeweils aufgewendet wurden bzw. werden?
Wurden auch finanzielle Mittel für prominente Werbeträger aufgewendet (bitte nach prominenter Person und damit verbundenem finanziellen Aufwand auflisten)?
13. Wie schätzt die Bundesregierung das Potenzial ein, durch Anreize die Impfraten künftig weiter zu steigern (bitte begründen)?
14. Welche Anreize sind nach Kenntnis der Bundesregierung möglich, um die Impfbereitschaft zu steigern?
Welche sind aus Sicht der Bundesregierung besonders effektiv, um die Impfbereitschaft zu steigern?
Verzeichnet der Bund insoweit Erfahrungen und Best Practices?
15. Ist seitens der Bundesregierung beabsichtigt, künftig durch zusätzliche Werbemaßnahmen auf die Corona-Schutzimpfung hinzuweisen?
Wenn ja, auf welche Weise, über welche Kanäle und welche finanziellen Mittel sind dafür vorgesehen?
16. Wie hoch ist nach Kenntnis der Bundesregierung gegenwärtig der Anteil der geimpften Bürgerinnen und Bürger, die sich durch die Impfkampagne der Bundesregierung haben zum Impfen ermutigen lassen?
17. Plant die Bundesregierung, auch monetäre Anreize zur Verbesserung der Impfquote zu setzen oder nachgeordnete Ebenen hierzu zu ermutigen?
Wenn nein, welche konkreten Alternativen hat die Bundesregierung bereits umgesetzt?
18. Plant die Bundesregierung, den nachgeordneten Ebenen Unterstützung bei der Durchführung von Best-Practice-Ideen zur Steigerung der Impfbereitschaft (z. B. Impfungen in Kinos, Theatern etc.) zukommen zu lassen?
 - a) Wenn ja, in welcher Form?
 - b) Wenn nein, wieso nicht?

19. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung zur gezielten Aufklärung über die COVID-19-Schutzimpfung von Kindern und Jugendlichen getroffen?

Sind nach Kenntnis der Bundesregierung besondere Informationsangebote für Kinder und Jugendliche selbst oder ihre Eltern erstellt worden?

Wurde gezielt für Impfungen von Kindern und Jugendlichen ab 12 Jahren auf Basis einer individuellen und freien Impfscheidung geworben?

Gab oder gibt es explizite Werbemaßnahmen für Eltern?

Gab oder gibt es explizite Werbemaßnahmen für Kinder und Jugendliche?

20. Ist nach Kenntnis der Bundesregierung sichergestellt, dass bei Kindern und Jugendlichen stets vor einer Impfung geprüft wird, ob diese im Einzelfall bereits selbst einwilligungsfähig sind?

Ist nach Kenntnis der Bundesregierung sichergestellt, dass einwilligungsfähige Kinder und Jugendliche, die noch nicht das 18. Lebensjahr vollendet haben, auch faktisch ein Impfangebot erhalten?

21. Liegen der Bundesregierung Informationen oder Schätzungen darüber vor, ab wann mit der Zulassung von Impfstoffen für jüngere Kinder zu rechnen ist?

22. Welche Maßnahmen plant die Bundesregierung bereits jetzt zu ergreifen, um Eltern jüngerer Kinder gezielt über die Corona-Schutzimpfung zu informieren und aufzuklären?

Wurden bisher hierzu Maßnahmen getroffen (bitte nach Art und Umfang der Maßnahme aufschlüsseln)?

23. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung ergriffen oder plant zu ergreifen, um Schwangere und Stillende zielgerichtet zu informieren und innerhalb dieser Zielgruppe für eine Corona-Schutzimpfung auf Basis einer individuellen und freien Impfscheidung zu werben?

24. Liegen der Bundesregierung Informationen oder Schätzungen darüber vor, ob es gezielte Desinformationskampagnen in Bezug auf die genutzten Maßnahmen zur Erreichung von Bürgerinnen und Bürgern gegeben hat?

a) Wenn ja, welche Arten von Desinformationskampagnen wurden beobachtet, und welche Anzahl an Desinformationskampagnen hat es gegeben?

b) Wenn nein, wieso werden diese Zahlen nicht erfasst?

25. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung ergriffen, um Desinformationskampagnen gezielt vorzubeugen und zu vermeiden?

26. Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung ergriffen, um bereits erfolgte Desinformationskampagnen zu unterbinden und zu stoppen?

Berlin, den 18. August 2021

Christian Lindner und Fraktion