

Unterrichtung

Hannover, den 06.07.2021

Die Präsidentin des Niedersächsischen Landtages
- Landtagsverwaltung -

Flächendeckende Informationskampagne zur Corona-Schutzimpfung erforderlich

Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion der CDU - Drs. 18/8285

Beschluss des Landtages vom 22.01.2021 - Drs. 18/8365 - nachfolgend abgedruckt:

Flächendeckende Informationskampagne zur Corona-Schutzimpfung erforderlich

Zu Beginn des Jahres 2021 sind die Schutzimpfungen gegen das Coronavirus in Niedersachsen angelauten. In Niedersachsen haben die Impfungen in den Pflegeheimen und ausgewählten Bereichen des medizinischen Sektors begonnen.

In der Bevölkerung ist aufgrund der bundesweiten Berichterstattung dagegen der Eindruck entstanden, dass es ab Ende Dezember flächendeckend mit den Impfungen losgeht und die Impfzentren ihren Betrieb aufnehmen. Da dies nicht so ist, gibt es viele Fragen. Die Öffentlichkeit muss stärker über die Priorisierung der Impfgruppen, den tatsächlichen Impfablauf und die Terminvorgabe informiert werden, damit die für eine erfolgreiche Pandemiebekämpfung notwendige Impfbeteiligung erreicht wird.

Vor diesem Hintergrund bittet der Landtag die Landesregierung,

1. kurzfristig eine eigene flächendeckende Informationskampagne zu den Corona-Schutzimpfungen anzuschließen, die die Bevölkerung insbesondere aufklärt über
 - die unterschiedlichen zur Verfügung stehenden Impfstoffe,
 - die Sinnhaftigkeit und Risiken einer Impfung,
 - die Priorisierung, Terminierung und Abläufe der jeweiligen Impfungen.
2. Diese Informationskampagne soll über einen längeren Zeitraum und über alle wesentlichen Informationskanäle wie Rundfunk, Zeitungen, (regionales) Fernsehen und Social-Media-Kanäle erfolgen.

Antwort der Landesregierung vom 05.07.2021

Seit Ende Dezember 2020 werden in Niedersachsen Menschen gegen das COVID-19-Virus geimpft. Bei der Impfreihenfolge richtet sich das Land nach den Vorgaben der „Verordnung zum Anspruch auf Schutzimpfung gegen das Coronavirus SARS-CoV-2“ (Coronavirus-Impfverordnung - CoronaimpfV).

Impfungen leisten einen entscheidenden Beitrag zur Eindämmung der Corona-Pandemie. Voraussetzung ist, dass sich ein Großteil der Bevölkerung für eine Impfung entscheidet und so eine Immunität gegen das Virus entwickelt.

Die Basis für eine hohe Impfbereitschaft ist eine verständliche und transparente Kommunikation.

Die Landesregierung informiert seit Beginn der Corona-Pandemie bzw. seit dem Start der Impfungen Bürgerinnen und Bürger fortlaufend u. a. zu Schutzmaßnahmen. Dazu zählt die Aufklärung über den wichtigen schützenden Aspekt von Impfungen ebenso wie die Information über Priorisierungsgruppen, Terminvergaben, etc.

Dabei erhalten Bürgerinnen und Bürgern auf unterschiedlichen Kanälen Informationen.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Telefonhotline zum Impfportal des Landes beantworten unter der kostenfreien Nummer 0800 99 88 665 in der Zeit von montags bis samstags von 8 bis 20 Uhr Fragen von Bürgerinnen und Bürgern und vergeben Termine bzw. Plätze auf der Warteliste. Die Terminvergabe bzw. die Anmeldung für einen Wartelistenplatz ist online unter www.impfportal-niedersachsen.de rund um die Uhr möglich.

Darüber hinaus informiert die Landesregierung Bürgerinnen und Bürger über die Corona-Webseite und Social-Media-Kanäle online. Vielfältige Informationen mit einem breit gefächerten FAQ-Bereich rund um die Corona-Schutzimpfung stehen online unter www.niedersachsen.de/Coronavirus/Impfung bereit. Zudem wurden Informationen über das Impfen im Rahmen der Kampagne ‚Wir sind stärker! Niedersachsen gegen Corona‘ aufgearbeitet und über diverse Kommunikationskanäle verbreitet.

Darüber hinaus zeichnet sich die Information des Landes durch eine proaktive Pressearbeit aus. Dazu zählen regelmäßige Pressemitteilungen und deren Veröffentlichung auf der Homepage des Landes ebenso wie Interviews in Hörfunk und TV. Die Landesregierung informiert im Rahmen der Landespressekonferenz (LPK), die aktuell an drei Tagen in der Woche (dienstags LPK des Corona-Krisenstabes, mittwochs und freitags LPK der Sprecherinnen und Sprecher) stattfindet. Der Corona-Krisenstab sowie Pressekonferenzen bei besonderen Anlässen, z. B. die Neuöffnung einer Priorisierungsgruppe, werden live online von TV-Sendern (NDR und Sat. 1) mit Gebärdensprachübersetzung übertragen.

Die aktuelle Zeit steht immer noch im Zeichen der Impfstoffknappheit, sodass noch nicht alle Impfwilligen sofort einen Termin erhalten. Vom Bund angekündigte steigende Liefermengen und der Einstieg von niedergelassenen und betrieblichen Ärztinnen und Ärzten lässt jedoch vermuten, dass ab dem Sommer mehr Termine zur Verfügung stehen und eine gezielte Ansprache der Menschen notwendig ist, um sie vom schützenden Mehrwert einer Impfung zu überzeugen.

Daher hat die Landesregierung, eine Agentur mit der Entwicklung und Umsetzung einer crossmedialen niedersachsenweiten Informations-, Aufklärungs- und Werbekampagne zur Corona-Schutzimpfung und zum Testen für das Land beauftragt.

Dies vorausgeschickt, wird zu den Nummern 1 und 2 der Landtagsentschließung Folgendes ausgeführt:

Zu 1:

Seit Beginn der Corona-Schutzimpfungen werden vonseiten der Landesregierung, wie bereits vorstehend ausgeführt, die wichtigsten Informationen zum Sinn von Impfungen, Impfstoffverfügbarkeit und -sicherheit, Priorisierungen, Terminierungen und Abläufen vielfältig lanciert und ausgespielt. Dennoch macht aus Sicht der Landesregierung eine weitere Intensivierung der Informationstätigkeit insbesondere aufgrund steigender Impfstoffverfügbarkeit und die Aufhebung von Priorisierungen Sinn. Die Landesregierung setzt daher auf ein mehrgleisiges Vorgehen:

- Die Landesregierung hat im Sommer vergangenen Jahres die Kampagne „Wir sind stärker! Niedersachsen gegen Corona“ initiiert. Der Vertrag über die Umsetzung dieser Kampagne lief im April 2021 aus. Seit März 2021 wurde im Kontext dieser Kampagne über die Impfstoffthematik unter dem Claim „Impfen erklärt auf niedersächsisch“ kommuniziert.
- Die Kampagne des Bundes „Deutschland krempelt die Ärmel hoch“ ist primär auf das Impfen an sich ausgerichtet. Aufklärung spielt bislang nur eine untergeordnete Rolle. Allgemeine Fragen werden nur in PDF-Dokumenten (z. B. Leitfaden Patienten mit FAQs) angesprochen. Fragen der Bürgerinnen und Bürger sind zwar ein Teil der Kampagne, sie müssen jedoch „aktiv“ nach den Antworten suchen. Sie werden in ihrem Informationsbegehren nicht „abgeholt“. Die Kampagne ist stark auf den Bund ausgerichtet. Der Gestaltungsspielraum der Länder ist allerdings begrenzt. So kann z. B. keine komplette Umgestaltung bzw. Umwidmung von Anzeigen etc. auf das Land erfolgen.
- Eine gesonderte niedersächsische Impfkampagne zu Informations- und Werbezwecken, wie sie im Entschließungsantrag gefordert wird, wird vorbereitet. Diese Kampagne wird im Gesundheitsministerium verankert und von der Pressestelle in der Staatskanzlei eng begleitet.

- Um Synergieeffekte zu nutzen und Doppelinformationen zu vermeiden wird die niedersächsische Kampagne ihren eigenen Weg gehen und sich stärker an der Situation in Niedersachsen ausrichten. Allerdings gilt es, Maßnahmen des Bundes gezielt zu berücksichtigen und im Idealfall aufeinander abzustimmen.

Die Kampagne richtet sich auf alle impfberechtigten Personen in Niedersachsen aus.

Die Zielgruppe teilt sich aufgrund ihrer Haltung zur Impfung in:

- Einfach nur Nachlässige und Unorganisierte;
- Unschlüssige noch nicht Informierte;
- Ängstliche,
- Ausdrückliche Skeptiker;
- Erklärte Gegner der Covid-Impfung;
- Fundamentalistische Impfgegner.

Eine weitere Konkretisierung bzw. gezielte Bearbeitung soll jetzt zusammen mit der Agentur in einem Workshop erarbeitet werden. Die Informations- und Beratungstätigkeit soll dann durch eine spezielle Ansprache, wenn möglich im Zusammenspiel mit anderen gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren erfolgen.

Die Diversität der Menschen, sei es aufgrund ihrer nationalen Herkunft und ihrer sozialen Einbindung, ihres Bildungsstandes und möglicher Einschränkungen bzw. Behinderungen, findet bei der Wahl der Kommunikationsmittel und Ansprache Berücksichtigung.

Das Sozial- und Gesundheitsministerium hat gemeinsam mit der Staatskanzlei vor dem Hintergrund der im Erschließungsantrag benannten Ziele und Maßnahmen bzw. der erforderlichen Anforderungen an eine solche Kampagne ein Konzept und eine Kostenkalkulation erarbeitet. Die Kostenkalkulation umfasst einen Finanzbedarf von bis zu 3,6 Millionen Euro. Die entsprechenden Haushaltsmittel stehen im Einzelplan 13, Kapitel 5135 (Sondervermögen zur Bewältigung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie) zur Verfügung. Aufgrund des Überschreitens des aktuell maßgeblichen EU-Schwellenwertes für Liefer- und Dienstleistungsaufträge in Höhe von 214 000 Euro ist für die Vergabe der Kampagne eine europaweite öffentliche Ausschreibung notwendig. Die Ausschreibung und Vergabe führt das Logistikzentrum Niedersachsen (LZN) durch.

Die Zusammenarbeit mit der Agentur hat in der zweiten Juniwoche begonnen. Im Fokus stehen zunächst eine Weiterentwicklung der vorgeschlagenen Designlinie, die Erstellung einer sogenannten Landingpage sowie erste Maßnahmen zur besseren Erreichung von Menschen mit Migrationshintergrund und Menschen in sozialen Brennpunkten.

Die Kampagne wird mittels der unter 2. näher definierten Maßnahmen auf eine transparente Kommunikation, Aufklärung und Information sowie Vertrauen in die professionelle Vorgehensweise der verantwortlichen Akteurinnen und Akteure und in die Sicherheit der Impfstoffe aufbauen und sowohl an die Geduld der Menschen appellieren als auch mittels crossmedialer Bewerbung unschlüssige Personen für eine Impfung motivieren.

Darüber hinaus wird die Informations-, Aufklärungs- und Werbekampagne zur Corona-Schutzimpfung die Themen Testen und Schützen aufgreifen. Es soll verhindert werden, dass im Laufe der nächsten Monate die Bereitschaft der Menschen in Niedersachsen, sich an die Kontaktbeschränkungen sowie an die Abstands-, Masken- und Hygieneregeln zu halten erheblich zurückgeht.

Zu 2:

Die Kampagne greift die unter 1. aufgeführten Ziele und zu erreichenden Zielgruppen auf. Sie verfolgt einen crossmedialen Ansatz und verknüpft damit Maßnahmen der klassischen Werbung mit Online- und Social-Media-Formaten.

Dabei werden neben den gängigen Verbreitungs Kanälen, wie Anzeigen, Außenwerbung, Facebook-Postings, Hörfunk und TV mit Kampagneninhalten bespielt werden.

Folgende Maßnahmen sind als Bestandteil der Kampagne geplant:

- Anzeigenlinien für Print- und Online-Medien,
- Plakatlinien für die Außenwerbung (Großformatflächen, City-Light-Poster),
- Ambient Medien wie z. B. City Cards, Swing Cards, Brötchentütenwerbung,
- Poster und Informationsflyer,
- Online- und Social-Media grafische und animierte Kommunikation unter Einbindung der vorhandenen Kanäle des Landes,
- Bewegtbild-Werbung für Fahrgastfernsehen, Bildschirmwerbung im Einzelhandel oder beispielsweise Apotheken-TV,
- Spots für Online- und regionale TV-Kanäle,
- Hörfunk-Spots,
- Werbematerialien und Streuartikeln.

Aufgrund der von Diversität geprägten Bevölkerung Niedersachsens wird die Ansprache von Menschen mit besonderen Bedürfnissen ebenso wie die Ansprache von Menschen mit Migrationshintergrund bzw. nicht Deutsch sprechenden Personen besondere Berücksichtigung finden.

Nach dem Anfang Juni erfolgten Abschluss der Vergabe läuft der Vertrag jetzt zunächst bis zum 31.12.2021. Möglich sind optional sechs einseitige Vertragsverlängerungen durch den Auftraggeber um jeweils höchstens einen weiteren Monat.

(Verteilt am 07.07.2021)