



Anfragen zum Plenum zur Plenarsitzung am 15.02.2022 – Auszug aus Drucksache 18/21257 –

Frage Nummer 54

mit der dazu eingegangenen Antwort der Staatsregierung

Abgeordneter
**Florian
Siekmann**
(BÜNDNIS
90/DIE GRÜ-
NEN)

Ich frage die Staatsregierung, ob sie aus den neuen Erkenntnissen des Robert-Koch-Instituts bzgl. der Impfquote bei Menschen mit Migrationshintergrund¹ Konsequenzen ziehen und so eine gezieltere mehrsprachige Impfkampagne initiieren möchte (bei nein bitte begründen), wie sie gegen Falschinformationen, die in manchen Einwanderinnen- bzw. Einwanderer-Communities kursieren, vorgehen möchte und wie sie die Sprachbarrieren bei der Ansprache von Menschen mit Migrationshintergrund abbauen möchte (bitte genau erläutern)?

Antwort des Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege

Die Impfstrategie des Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege (StMGP) gegen das Coronavirus SARS-CoV-2 ist darauf ausgelegt, eine maximal hohe Impfquote in allen zur Impfung zugelassenen Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Jede diesbezügliche professionelle Kommunikation setzt die Analyse der jeweils definierten Zielgruppen voraus. Diese Grundsätze sind die Grundlage jeglicher Planung und Konzeption kommunikativer Maßnahmen des StMGP, insbesondere auch im Rahmen der Coronapandemie. Der Kommunikation des StMGP zur Coronavirus Schutzimpfung liegen stets Kriterien wie Gender, Ethnie, Alter und Authentizität für Auswahl und Zusammenstellung von Protagonisten, Ansprache, Inhalten, Sprachfassungen, Medium und Kanälen, Multiplikatoren, Zeitpunkt und Belegung der Medien (Zeit/Ort/Frequenz) zugrunde. Folglich ist das StMGP stets bemüht, alle relevanten Zielgruppen kommunikativ zu adressieren und zu erreichen.

Für die Kampagnen „ICH KREMPEL DIE ÄRMEL HOCH!“ (Pflegekräfte), „ICH TU’S FÜR ...“ (alle Bürgerinnen und Bürger Bayerns) und „HANDELN JETZT.“ (Appellkampagne / Stimmen aus der Pflege) wurde beispielsweise jeweils eine gleiche Anzahl von weiblichen und männlichen Protagonisten unter Berücksichtigung unterschiedlichster Migrationshintergründe gewählt. Das sehr erfolgreiche Magazin „MUCKIMAG“, das sich mit den psychischen Belastungen von Familien in der Pandemie auseinandersetzt, wird – wie auch die dazugehörige Homepage – in fünf Fremdsprachen angeboten (Arabisch, Kroatisch, Polnisch, Rumänisch, Türkisch).

Schon bevor die erste Impfung verabreicht werden konnte, wurden unter anderem Videostatements von deutsch- und fremdsprachigen Ärztinnen und Ärzten sowie

¹ https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Projekte_RKI/COVIMO_Reports/-covimo_studie_bericht_9.pdf?__blob=publicationFile

Fakten und Aufklärungsmaterialien in mehreren Sprachen auf allen vom StMGP bespielten Social-Media-Kanälen veröffentlicht und zielgerichtet ausgespielt. Darüber hinaus wurden in Kooperation mit der Integrationsbeauftragten in verschiedenen Sprachen Testimonials zum Impfen veröffentlicht und so eine noch weitere Bandbreite an sprachlichen Zielgruppen angesprochen. Die sehr beliebten Übersichtsgrafiken zu Impffakten wurden in mehrere Sprachen übersetzt verbreitet. Einzelne Impffakten wurden in Übersetzungen gezielt an die jeweilige sprachliche Zielgruppe in Bayern ausgespielt.

Die Impfkampagnenseite „ICH TU'S FÜR ...“ wird durch das StMGP seit Juni 2021 in vier verschiedenen Sprachfassungen (Deutsch, Englisch, Russisch und Türkisch) angeboten. Darüber hinaus hat das StMGP auf seiner Corona-Impfseite (Abrufzahlen bis 01.02.2022: 8 092.132 Aufrufe) auf das Aufklärungssortiment des Robert Koch-Institut (RKI) verlinkt, das eine Auswahl von 23 Sprachen (Deutsch, Englisch, Albanisch, Arabisch, Bulgarisch, Chinesisch, Farsi, Französisch, Griechisch, Italienisch, Kroatisch, Kurdisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Somali, Spanisch, Tigrinya, Tschechisch, Türkisch, Ungarisch, Vietnamesisch) für seine Materialien („Informationspapiere der Impfzentren“, „Aufklärungsmaterialien zur COVID-19-Impfung mit Vektor-Impfstoff“, „Aufklärungsmaterialien zur COVID-19-Impfung mit mRNA-Impfstoff“ und „Informationen rund um das Corona-Virus inklusive Corona-Impfung“) vorhält. Des Weiteren bietet das StMGP eine Website zum Thema Impfmythen an, da sich viele anderssprachige Bevölkerungsgruppen von kursierenden Impfmythen von einer Impfung abhalten lassen. Die angebotenen Informationen zu Impfmythen liegen in neun Sprachen (Englisch, Italienisch, Französisch, Polnisch, Türkisch, Rumänisch, Russisch Arabisch und Farsi) vor. Neben den eigentlichen Impfinformationsangeboten werden auf der Rechtsgrundlagenseite des StMGP für die beiden wichtigsten Rechtsgrundlagen, die Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung (BayIfSMV) und die Allgemeinverfügung Isolation, in der Regel Übersetzungen in neun Sprachen (Englisch, Italienisch, Französisch, Polnisch, Türkisch, Rumänisch, Russisch Arabisch und Farsi) angeboten. Zur Steigerung der Impfbereitschaft bzw. zur Erreichung weiterer Zielgruppen wurden nach Beschluss der Staatsregierung bereits Mitte Juli 2021 verschiedene Maßnahmen unter Mitwirkung der Impfzentren bzw. der Landkreise und kreisfreien Städte sowie von weiteren Kooperationspartnern ergriffen. Die Maßnahmen zielen insbesondere auf möglichst niedrigschwellige Angebote mit unterschiedlichen Zielgruppen ab (Bevölkerung gesamt bzw. bestimmte Bevölkerungsgruppen). Es ging dabei u. a. auch darum, mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine sehr mobile Zielgruppe zu erreichen, die möglichst ohne Terminierung oder Vorgaben Impfangebote haben möchte. Es finden und fanden vielfältige Sonderimpfkaktionen (wie „Pop-Up-Impfungen“ mit mobilen Impfteams/Impfbussen, „Familiensonntage“, „Drive-In-Impfen“), Aktionen mit Kooperationspartnern (wie beispielsweise Gaststätten, Sportvereinen, Einkaufszentren und Religionsgemeinschaften) und auf bestimmte Bevölkerungsgruppen fokussierte Impfkaktionen (z. B. Impfungen von Schülern, Impfungen von Erntehelfern, Impfkaktionen bei Jobcentern und Tafeln und an sozialen Brennpunkten) statt.