



# Schulterblick zur Corona-Impfkommunikation: Strategie, Kommunikationsarchitektur, Kampagne

**Servicestelle  
Corona-Impfdialog**

#ZusammenGegenCorona



Bundesministerium  
für Gesundheit



Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung

ROBERT KOCH INSTITUT



# Agenda

1. Status Quo und kommunikative Notwendigkeiten
2. Strategie: Absenderschaft, Ziele, Zielgruppen, Phasen und datenbasierte Steuerung
3. Die Leitidee der Kommunikation
4. Erster Blick auf die Kampagne
5. Mediaplanung

# 1

Der Status Quo und die  
kommunikativen  
Notwendigkeiten

# Es lassen sich derzeit drei zentrale Narrative erkennen.

Corona-Impfstoff

## Ein Lichtblick - und viele Fragen

Stand: 10.11.2020 14:50 Uhr



Debatte über Verteilung

## Warum nicht zuerst die Jüngeren geimpft werden sollten



Risiken und Nebenwirkungen

## Wie sicher ist der Covid-19-Impfstoff von Biontech?



DURCHBRUCH - WAS BEDEUTET DAS?

## Fünf Dinge, die man über den ersten Corona-Impfstoff wissen sollte

VON JOACHIM MÜLLER-JUNG - AKTUALISIERT AM 10.11.2020 - 14:49



11. November 2020, 5:25 Uhr Corona-Impfstoff

## Das Rennen geht weiter



Daraus kann man  
**drei Narrative / Debattenstränge**  
ableiten:

- 1. Impferwartungen:** Hoffnung, dass ein Leben nach Corona bald möglich sein wird  
Die Nachricht über einen in Deutschland entwickelten und in absehbarer Zeit verfügbaren Impfstoff macht Mut.
- 2. Impfsicherheit und Impfskepsis:** Risiken und Nebenwirkungen  
Die Entwicklung und Zulassung des Wirkstoffs erfolgen im Rekordtempo, das sorgt für Skepsis.
- 3. Impforganisation:** Die Verfügbarkeit und Verteilung des Impfstoffs  
Fragen rund um das Wann und Wie stellen sich auf verschiedenen Ebenen, sowohl auf EU-Ebene wie auch mikro-lokal.

# Das Zwischenfazit: Eine dreifache Aufgabe.

Wir rufen nicht nur zum Impfen auf („Ich lass mich impfen!“),  
sondern müssen auch den Informations- und  
Meinungsbildungsprozess frühzeitig begleiten  
(„Informieren Sie sich schon jetzt!“)  
und transparent machen, wie die Umsetzung funktioniert  
(„Wie gelingt die Umsetzung in Deutschland?“).

# 2

Strategie: Absenderschaft,  
Ziele, Zielgruppen, Phasen und  
datenbasierte Steuerung

**Die Mission der Impfkommunikation:  
Mit agiler 360°-Kommunikation  
einen Beitrag zur Umsetzung  
der Impfstrategie leisten.**

# Geschlossenes Auftreten für eine vertrauensschaffende Kommunikation

Um möglichst großes Vertrauen bei den Bürger\*innen, den Mitarbeiter\*innen im Gesundheits- und Gemeinwesen, den Risikogruppen und den wichtigen Multiplikatoren aufzubauen, ist eine einheitliche Kommunikation und auch Absenderschaft notwendig.

Auf allen Unterlagen finden wir daher die Logos des BMG, der BZgA und des RKI.

# Vier zentrale Kommunikationsziele

Um die Impfstrategie zu einem Erfolg zu machen, müssen wir nicht nur selbst kommunizieren, sondern auch andere dazu befähigen wichtige Informationen zu teilen. Deswegen müssen wir Menschen im Gesundheitsbereich als erste dialogisch einbinden und kontinuierlich informieren.



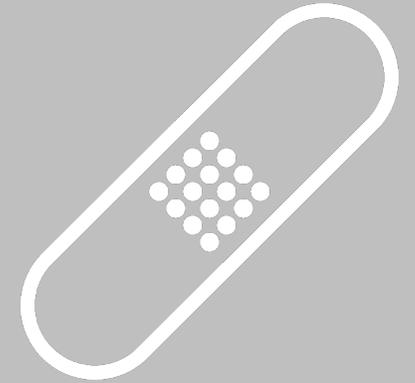
**Vertrauen schaffen**  
durch transparente  
Information und  
Aufklärung



**Qualifizierte  
Informations-  
weitergabe** durch  
dialogische  
Kommunikation  
ermöglichen



**Impf-  
Botschafter\*innen**  
und **Vertrauens-  
personen** sichtbar  
machen und  
kommunikative  
sprechfähig machen



**Breite Mitwirkung**  
bei der  
Durchimpfung  
sichern

# Kommunikationsphasen: am Beispiel der übergreifenden Werbelinie

Impfphase I A (gezielte zentralisierte Verimpfung)

Impfphase I B (erweiterte zentralisierte Verimpfung)

Bevölkerung: Info

## 1. Kampagnenwelle: Start / 2. Kampagnenwelle: Informieren

Impflogistik / Gemeinsamer Kraftakt

Impfsicherheit / Transparenz

Impfverteilung / Priorisierung

*Deutschland will mit der Corona-Impfung zurück in den Alltag kommen. Informieren Sie sich schon jetzt!*

---  
**Transparenz zeigen, Ängste abbauen:  
Information schafft Sicherheit**

Zielgruppen: Aktivierung

## 3. Kampagnenwelle: Erste Zielgruppen

ZG: Bewohner\*innen Pflege

ZG: >80 Jahre

ZG: Personal, med. Einr., Expo.

ZG: Personal, med. Einr., vuln.

ZG: Pflegepersonal amb./stat.

ZG: andere Tätige in Pflegeein.

*Die ersten Personengruppen gehen voran, um vor Corona geschützt zu sein. Wir sind solidarisch.*

*Menschen im Gesundheitssystem bündeln alle Kräfte, um sich und andere zu impfen.*

---  
**Impfbereitschaft und Motivation steigern: Schutz für die Gefährdeten geht vor**

Service

## Advertorials

Advertorial-Formate: Kombi aus Info + Aktivierung (z.B. mit Text, Infografik o.ä. (Print, Native Advertising etc.)

## Impfung schreitet voran

### Die wichtigsten Fragen und Antworten

*Was müssen Sie wissen über die Umsetzung der Impfstrategie und den Weg aus der Pandemie?*

## Für mehr Menschen möglich.

### Plakative Vorbilder und Zielgruppen I B

*Wer lässt sich impfen und was sollten wir alle wissen?*

---  
**Mit Vorbildern überzeugen**

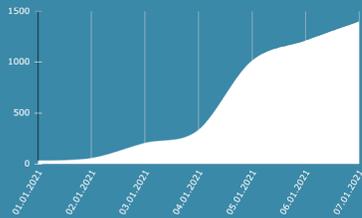
## Fakten für Ihre Entscheidung

**Advertorial-Formate:  
Kombis**

# Datenbasierte Impf-Kommunikation

## Daten-Input

- Social Listening
- Umfragen
- Impf-Statistiken
- Datenanalysen
- Kommentare
- Performance-Daten
- ...



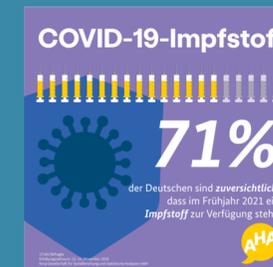
## Impf-Update

- Impf-Index
- Aktuelle Narrative
- Desinformation
- Einstellungs- und Verhaltensanalysen
- Kampagnen-Monitoring
- Zielgruppen-Analysen



## Kommunikation

- Neue Inhalte und Formate
- Neue Zielgruppen
- Budgetverteilung
- Regionaler Fokus
- Neue Kanäle
- Strategische Ansprachen
- Mythen widerlegen



# 3

Die Leitidee der Kommunikation

# Die Leitidee

Wir brauchen ein „Yes we can“  
für die Corona-Impfstrategie.

Eine Leitidee, die den  
**gemeinsamen Kraftakt** vermittelt.

Einen optimistischen Appell, der eine neue,  
hoffnungsvolle Ära in der Eindämmung  
der Pandemie einleitet und dazu aufruft,  
**sich impfen zu lassen.**

DIE LEITIDEE

Deutschland krepmpelt die  
Ärmel hoch für die neue  
Corona Schutzimpfung.



MOOD #ÄRMELHOCH

# #ÄrmelHoch

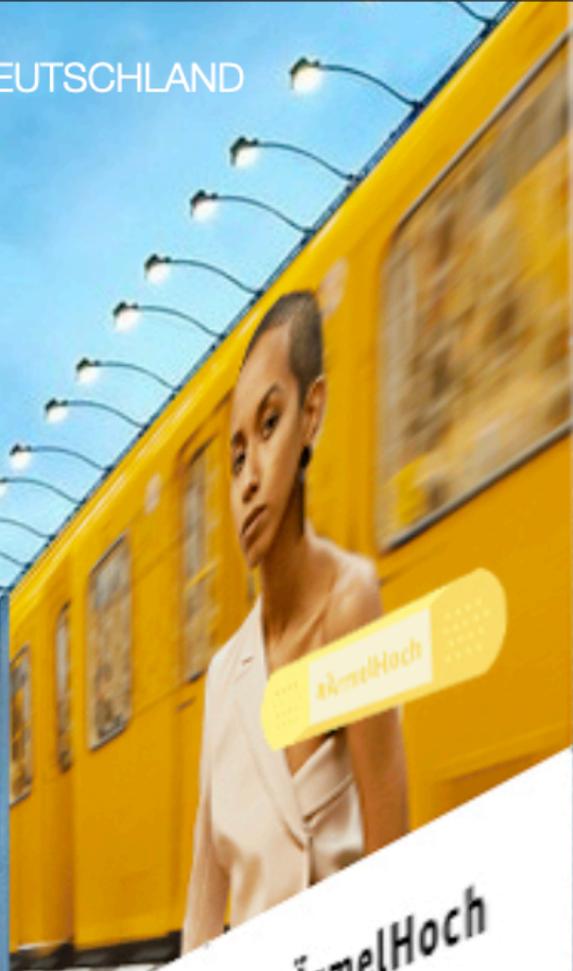
- GEMEINSAMER KRAFTAKT
- LOGISTISCHE HERAUSFORDERUNG
- WIR PACKEN DAS AN

- WIR SIND BEREIT
- WIR INFORMIEREN UNS
- SYMBOL FÜR IMPFBEREITSCHAFT

4

Erster Blick auf die Kampagne

**PHASE 1A**  
KAMPAGNENWELLE „1A START“

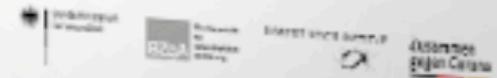


Berlin krepelt die #ÄrmelHoch  
für die Corona-Schutzimpfung



Deutschland krepelt die #ÄrmelHoch  
für die Corona-Schutzimpfung

Informieren Sie sich zur größten Impfkampagne in der Geschichte der Bundesrepublik.  
Hier Ihre Entscheidung und einen Weg zurück in den Alltag.  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)



Entwurfs-  
stadium,  
nicht final!

**PHASE 1A**  
KAMPAGNENWELLE „1A INFO“



# #Ärmelhoch? Gut informiert entscheiden.

Informieren Sie sich schon jetzt über die Corona-Schutzimpfung und wie wir gemeinsam zurück in den Alltag finden können. Antworten auf Ihre Fragen bekommen Sie hier: [www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Wir beraten Sie gern: 116 117

Moodbild!



# #Ärmelhoch? Die Corona- Schutzimpfung ist und bleibt freiwillig.

Informieren Sie sich schon jetzt über die Corona-Schutzimpfung und wie wir gemeinsam zurück in den Alltag finden können. Antworten auf Ihre Fragen bekommen Sie hier: [www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Wir beraten Sie gern: 116 117

Moodbild!

**PHASE 1A**  
KAMPAGNENWELLE „1A ZIELGRUPPEN“



## Unsere Ältesten trifft das Virus am härtesten. Deshalb krepeln sie als erstes die **#ÄrmelHoch**

Die Corona-Schutzimpfung ist da!  
Jetzt gehen die ersten Personengruppen  
voran, um vor Corona geschützt zu sein.  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Wir beraten Sie gerne: 0123 45678



Moodbild!



## Wir lassen uns impfen, aber Mama zuerst. **#ÄrmelHoch** für die Corona Schutzimpfung.

Wir impfen zuerst die, die besonders gefährdet sind.  
Wer über 80 Jahre alt ist oder in einer Pflegeeinrichtung  
lebt, kann einen frühen Termin bekommen.  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Wir beraten Sie gerne: 0123 45678



Moodbild!

BENEDIKT, 58, INTENSIVMEDIZINER



## Unsere Ältesten zu schützen, ist eine Herkulesaufgabe. Deshalb krempel ich die **#Ärmel hoch**

Die Corona-Impfung ist da! Jetzt gehen die ersten Personengruppen voran, um sich und andere vor Corona zu schützen. Informieren Sie sich schon jetzt unter: [www.coronashutzimpfung.de](http://www.coronashutzimpfung.de)  
Wir beraten Sie gerne: 116 117

Moodbild!

TATJANA K., 41, ÄRZTIN



Ein kleiner Piekser für mich, bestmöglicher Schutz für meine Patienten. **#ÄrmelHoch** für die Corona-Schutzimpfung.

Lassen auch Sie sich impfen, um Corona einzudämmen. Interview mit Tatjana K. und alle Informationen rund um die Impfung finden sie hier: [www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Impfberatung unter: 116 177

Moodbild!

## PHASE 2 - EIN AUSBLICK

Wir wollen zurück in den Alltag – deshalb krempeln wir die **#ÄrmelHoch**



# Für alle die gegen Corona sind – jetzt **#ÄrmelHoch** und impfen lassen

Mit der Corona-Schutzimpfung zurück in die Normalität.  
Gemeinsam können wir es schaffen! Alle Informationen  
rund um die Impfung finden sie hier:  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Telefonisch: 116 117



Moodbild!





# #ÄrmelHoch damit aus dem Jogginganzug wieder ein Anzug wird

Mit der Corona-Schutzimpfung zurück in die Normalität.  
Gemeinsam können wir es schaffen! Alle Informationen  
rund um die Impfung finden sie hier:  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Telefonisch: 116 117



Moodbild!





Ein kleiner Pickser für  
mich, eine große Hilfe  
für die Menschheit.  
**#ÄrmelHoch**

Mit der Corona-Schutzimpfung zurück in die Normalität.  
Gemeinsam können wir es schaffen! Alle Informationen  
rund um die Impfung finden sie hier:  
[www.coronaschutzimpfung.de](http://www.coronaschutzimpfung.de)  
Telefonisch: 116 117

Moodbild!

5

Mediaplanung



# Vielen Dank!

**Servicestelle  
Corona-Impfdialog**

*#ZusammenGegenCorona*



Bundesministerium  
für Gesundheit



Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung

ROBERT KOCH INSTITUT

