



**Wichtig ist:** Je nach Gruppe (bereit, zögerlich, ablehnend) sind unterschiedliche Strategien notwendig.

## Die fünf wesentlichen psychologischen Gründe des (Nicht)-Impfens (5C)

**CONFIDENCE** (Vertrauen in die Effektivität und Sicherheit von Impfungen) „Ich habe volles Vertrauen in die Sicherheit von Impfungen.“

➔ Klären Sie zum Beispiel über Falschinformationen auf.

**COMPLACENCY** (Risikowahrnehmung) „Impfungen sind überflüssig, da die Krankheiten, gegen die sie schützen sollen, kaum noch auftreten.“

➔ Klären Sie über das Risiko von Folgeerkrankungen auf.

**CONSTRAINTS** (praktische Hindernisse, z. B. Stress, Zeitmangel, Kosten) „Alltagsstress hält mich davon ab, mich impfen zu lassen.“

➔ Bauen Sie Alltagshürden ab und machen Sie das Impfen möglichst einfach – zum Beispiel durch Impferinnerungen.

**CALCULATION** (Abwägung von Risiken und Nutzen, umfangreiche Informationssuche) „Bei Impfungen wäge ich Nutzen und Risiken ab.“

➔ Klären Sie über Pro und Contra von Impfungen auf, schaffen Sie ein gutes Angebot an Informationen.

**COLLECTIVE RESPONSIBILITY** (prosoziale Motivation) „Wenn alle geimpft sind, brauche ich mich nicht auch noch impfen lassen.“

➔ Klären Sie über den Gemeinschaftsschutz auf.

## Risikokommunikation – Gesundheitsinformationen leicht verständlich machen

**EINFACHE SPRACHE** für ein besseres Verständnis

- ➔ Setzen Sie medizinische Fachbegriffe sparsam ein.
- ➔ Nutzen Sie geläufige, konkrete Wörter und kurze Sätze.
- ➔ Setzen Sie keine qualitativen Labels wie z. B. „wenig“ anstelle von Zahlen ein – diese interpretiert jeder anders.

**ABSOLUTE RISIKEN UND HÄUFIGKEITEN** für eine realistische Risikoeinschätzung

- ➔ Verwenden Sie absolute Risiken und geben Sie eine Bezugsgröße an:  
„Ohne Grippe-Impfung erkranken 5 von 10 Personen und mit Grippe-Impfung 2–3 von 10 Personen.“
- ➔ Verwenden Sie Häufigkeiten statt Prozentangaben: 3 von 100 Personen anstelle von 3 %.

**SCHAUBILDER**, um das Risiko auf einen Blick zu vermitteln

- ➔ Nutzen Sie einfache Schaubilder, die den Unterschied im Risiko illustrieren – zum Beispiel, indem sie die Erkrankungsrate von Geimpften der Erkrankungsrate von Ungeimpften gegenüberstellen.

## Wichtige Techniken, um Gespräche motivierend und empathisch zu führen

<b>POSITIV BEKRÄFTIGEN,</b> um das Gespräch in eine progressive Richtung zu lenken	▶ „Es ist schön, dass Sie über die Grippe-Impfung nachdenken.“	<b>OFFEN FRAGEN,</b> um mehr über Sorgen, Bedenken und dahinter liegende Gründe zu erfahren	▶ „Was brauchen Sie, damit Sie sich bei der Entscheidung für die Grippe-Impfung wohler fühlen?“
<b>REFLEKTIEREND ANTWORTEN,</b> um Verständnis zu demonstrieren	▶ „Ich nehme wahr, dass Sie hinsichtlich der [Sicherheit der Grippe-Impfung] viele Fragen haben.“		
	<b>VORSICHT, WENN SIE VERSTÄNDNIS ÄUSSERN:</b> Wiederholen Sie nicht unbeabsichtigt eine geäußerte Falschinformation!	<b>STATT:</b> „Ich verstehe, dass Sie Bedenken haben, dass die Grippe-Impfung die Grippe auslösen könnte.“	<b>SAGEN SIE:</b> „Ich nehme wahr, dass es Ihnen wichtig ist, nicht die Grippe zu bekommen, und gesund zu bleiben.“
<b>GESPRÄCHSABLAUF STRUKTURIEREN (EPE-STRATEGIE),</b> um gezielt Informationen zu vermitteln	<b>ELICIT</b> Ausgangslage erfragen: „Was wissen Sie über die Sicherheit der Grippe-Impfung?“	<b>PROVIDE</b> Informationen anbieten: „Dürfte ich dazu ein paar Informationen mit Ihnen teilen?“	<b>ELICIT</b> Verständnis erfragen: „Wie sehen Sie Ihre Entscheidung jetzt, nach unserem Gespräch?“
<b>ZUSAMMENFASSEN,</b> um relevante Aspekte des Gesprächs hervorzuheben	▶ „Was Sie als wichtigsten Punkt mitnehmen sollten, ist ...“		

## Allgemeine Empfehlungen für die Gesprächsführung

- ➔ Beginnen Sie das Gespräch auffordernd: „Heute ist Ihre Grippe-Impfung dran.“
- ➔ Geben Sie eine starke persönliche Empfehlung: „Ich rate Ihnen zu der Impfung.“
- ➔ Bei Falschinformationen nicht gleich widersprechen. Erkennen Sie die dahinterliegende (Schutz-)Motivation an und reagieren Sie mit gezielten Informationen: „Ich sehe, dass Sie um ihre Gesundheit besorgt sind.“
- ➔ Bieten Sie aktiv Informationsmaterial an: „Hier finden Sie weitere Informationen.“
- ➔ Halten Sie den Dialog am Ende offen: „Vereinbaren Sie doch gleich einen Termin für unser nächstes Gespräch.“