

Schweinegrippe: „saumäßig“ informiert

- **Aufklärung im Fernsehen stößt auf positive Resonanz**

Schlechte Informationslage

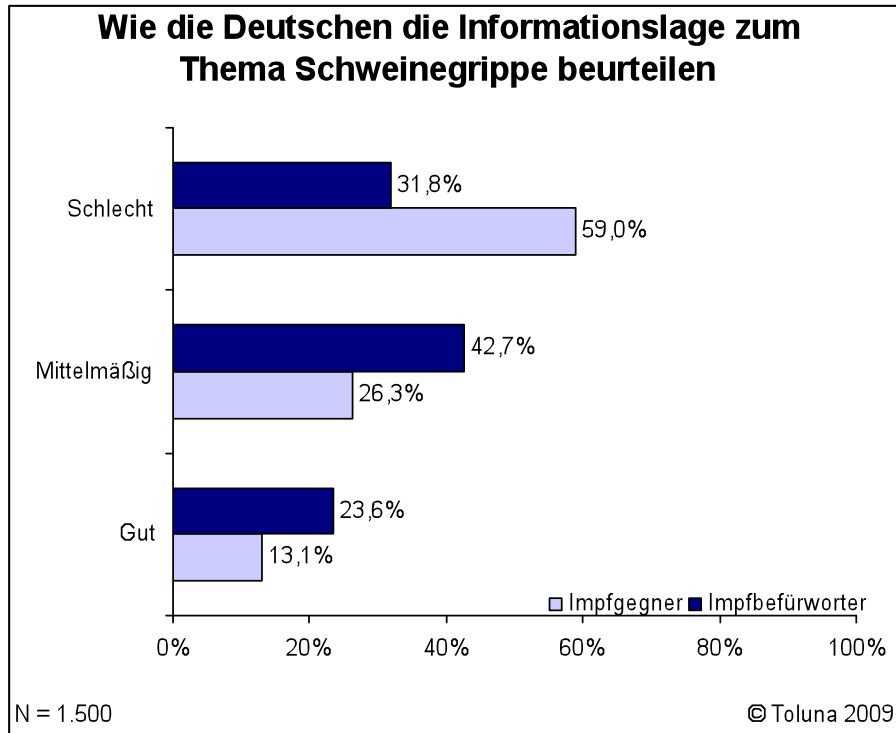
Hamburg, den 30. Oktober 2009 – Keine Nachrichtensendung im TV und keine Zeitung ohne Schweinegrippe-Meldung. Dennoch: Wegen schlechter Informationen verzichteten 65 Prozent der Deutschen auf die Schweinegrippe-Impfung. Sie wissen nicht, welche Nebenwirkungen auftreten können und ob diese vorbeugende Maßnahme für sie aus medizinischer Sicht notwendig ist. Nur 13 Prozent der Impfgegner beurteilen die derzeitige Informationslage als gut. Das ergab eine repräsentative Umfrage der Kommunikationsagentur Faktenkontor, die gemeinsam mit dem Marktforscher Toluna unter 1.500 Bundesbürgern durchgeführt wurde.

Bundesregierung ist weit abgeschlagen

Auch die Mehrheit der Impfbefürworter sieht die Aufklärung kritisch: Lediglich ein knappes Viertel ist mit der aktuellen Informationslage zufrieden und meint, über ein ausreichendes Wissen im Hinblick auf die Impfung zu verfügen. 43 Prozent fühlen sich mittelmäßig informiert, und 32 Prozent gaben an, schlecht aufgeklärt worden zu sein. Bei den verschiedenen Informationsanbietern macht das Massenmedium Fernsehen die beste Figur: Ein Fünftel der Befragten ist der Ansicht, dass in TV-Sendungen sehr gut über das Thema Schweinegrippe aufgeklärt wird. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Ärzte mit 13 und das Internet mit 12 Prozent. Weit abgeschlagen sind Gesundheitsbehörden, Apotheken und die Bundesregierung, die gemeinsam auf nur sechs Prozent kommen.

Nur jeder Siebte will sich impfen lassen

Derzeit plant lediglich jeder Siebte, sich impfen zu lassen, und 20 Prozent haben noch keinen Entschluss gefasst. Für den Fall, dass die Informationsanbieter ihre Aufklärungskampagne ausweiten, würden 19 Prozent der Impfgegner doch noch zum Arzt gehen und sich eine Spritze geben lassen.



Die Aufklärungskampagne zur Schweinegrippe kommt nicht gut an.

**Hintergrund-
informationen**

Die vorliegenden Studienergebnisse basieren auf einer online-repräsentativen Panelstudie von Toluna QuickSurveys im Auftrag der Kommunikationsagentur Faktenkontor. Im Oktober 2009 wurden dafür 1.500 Bundesbürger befragt. Weitere Informationen unter www.toluna.com/quicksurveys.

**Faktenkontor:
Spezialagentur für
Research, Studien
und Kompetenz-PR**

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird – soweit erforderlich – über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt. Derzeit betreut das Unternehmen mehr als 50 Kunden.

Pressekontakt

Faktenkontor GmbH
 Jörg Forthmann
 Tel.: 040 22703-7787
 Fax.: 040 22703-7961
 E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de