

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Sibylle Meister (FDP)

vom 25. November 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. November 2021)

zum Thema:

Ausgestaltung der Berliner Impfkampagne

und **Antwort** vom 15. Dezember 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 16. Dez. 2021)

Frau Abgeordnete Sibylle Meister (FDP)

über

den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/10236
vom 25. November 2021
über Ausgestaltung der Berliner Impfkampagne

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Wie viele Popup-Impfzentren gibt es derzeit in Berlin?

Zu 1.:

Aktuell gibt es neun Impfstellen die über das Stadtgebiet Berlins verteilt sind. Die Erweiterung des bestehenden Impfangebots wird derzeit geprüft.

2. Wie viele mobile Impfteams sind aktuell in Berlin unterwegs?

Zu 2.:

Aktuell sind 23 mobile Impfteams im Land Berlin im Einsatz.

3. In welchen Sprachen wird die Aufklärung über die Impfung angeboten?

Zu 3.:

Die Unterlagen zur Aufklärung vor der COVID-19-Schutzimpfung stehen aktuell in folgenden Sprachen zur Verfügung:

Albanisch, Amharisch, Arabisch, Bulgarisch, Dari, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Griechisch, Italienisch, Kroatisch, Kurdisch, Paschtu, Polnisch, Rumänisch, Russisch, Serbisch, Somali, Spanisch, Tigrinisch, Türkisch, Urdu, Vietnamesisch.

Die Aufklärung und die dazu vorliegenden Materialien liegen in den Impfzentren schriftlich vor. Der Herausgeber ist das Robert-Koch-Institut.

Die Unterlagen können auch jederzeit online abgerufen werden:

<https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/Impfen/Materialien/COVID-19-Aufklaerungsbogen-Tab.html>

4. Wie stellt der Senat sicher, dass sprachliche Hürden bei der Aufklärung abgebaut und Vertrauen geschaffen wird?

Zu 4.:

Die Berliner Corona-Impfzentren bieten eine technische Sprachmittlung an (sog. Telefondolmetschen). Diese wird nicht für die Aufklärung, sondern für die Kommunikation (Übersetzung des gesprochenen Wortes) zwischen dem Anmeldepersonal, den Impfärztinnen und -ärzten und ggf. den Hilfskräften in der Ersten Hilfe angewendet.

Dabei werden Dolmetscher mit „medizinischen Grundkenntnissen“ in 14 Sprachen (Arabisch, Russisch, Bosnisch/Kroatisch/Serbisch, Türkisch, Tschechisch, Albanisch, Bulgarisch, Kurdisch-Kurmanci, Polnisch, Rumänisch Slowakisch, Ungarisch, Dari und Farsi/Per-sisch im direkten Abruf in kurzer Zeit erreicht. Außerdem sind mit vorheriger Terminplanung 45 weitere Sprachen und Dialekte abrufbar. Weitere Sprachen sind über Nachfrage durch eine Voranmeldung möglich.

Die Corona-Impfzentren sind außerdem mit Tablets ausgestattet. Mit diesen besteht jederzeit die Möglichkeit eine Videoschaltung mit dem Zentrum für Kultur und visuelle Kommunikation Gehörloser Berlin/Brandenburg als Träger der Landesdolmetscherzentrale eine Gebärdendolmetscherin oder einen Gebärdendolmetscher auf dem Bildschirm als Begleitung im Impfzentrum von der Anmeldung bis zum Verlassen nach der Impfung zu erhalten.

5. Wie viele Impfangebote gibt es aktuell an Sams- und Sonntagen, sowie nach 20 Uhr?

Zu 5.:

Die Corona-Impfzentrum Tegel und Messe sowie die Impfstelle Karlshorst sind Samstag und Sonntag geöffnet. Darüber hinaus bieten die Impfstationen ALEXA, Schönhauser Allee Arcaden, Rathaus-Center Pankow, Spandau-Arcaden sowie das Freizeitforum Marzahn auch Impfangebote an Samstagen an. Ab dem 15. Dezember 2021 wird zudem das Corona-Impfzentrum ICC eröffnet, das ebenfalls Impfungen an den Wochenenden anbietet.

6. Wie will der Senat dieses Angebot ausweiten?

Zu 6.:

Das Corona-Impfzentrum ICC wird am 15. Dezember eröffnet und wird ebenfalls an sieben Tage der Woche COVID-19-Schutzimpfungen anbieten. Die Errichtung und Eröffnung weiterer Impfstellen wird derzeit abgestimmt und geplant.

7. Welche Maßnahmen unternimmt der Senat, um allen in Berlin lebenden Personen aktiv ein Impfangebot zur Erst-, Zweit- und/oder Boosterimpfung zu unterbreiten?

Zu 7.:

Das Land Berlin ergänzt die Impfangebote der Haus- und Facharztpraxen sowie betriebsärztlichen Dienste durch die Errichtung eines weiteren Corona-Impfzentrums, von Impfstellen und durch den Einsatz von mobilen Impfteams. Weiterhin werden Zielgruppenspezifische Informationsschreiben für die Bürgerinnen und Bürger postalisch zugestellt. Ergänzend dazu informiert das Land Berlin über die Impfhotline, über das Online-Portal und soziale Netzwerke.

8. Welche Maßnahmen hat der Senat ergriffen, damit jedes Kind ab 12 Jahren eine Impfung erhält?

Zu 8.:

Zum einen wurden Informationsschreiben versendeteten die über die Impfung an sich informieren und auf die möglichen Impfangebote die unter anderem auch in Impfzentren wahrgenommen werden können hingewiesen. Es gilt jedoch zu beachten, dass die Entscheidung bei den Erziehungsberechtigten liegt ob das Impfangebot angenommen wird. Impfangebote gibt es niedergelassenen Kinderarztpraxen, in drei Impfzentren sowie bei ergänzenden Angeboten.

9. Wie stellt der Senat sicher, dass alle Berlinerinnen und Berliner, die beruflich mit sogenannten vulnerablen Gruppen arbeiten, geimpft sind?

Zu 9.:

Dies kann nur durch eine gesetzliche Regelung auf Bundesebene umgesetzt werden. Ein entsprechender Gesetzesentwurf hierzu wurde am 10. Dezember 2021 erlassen. Das erforderliche Impfangebot zur Umsetzung ist in Berlin vorhanden

10. Durch welche Maßnahmen hat der Senat sichergestellt, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Senatsverwaltungen und Bezirksamtern durchgeimpft sind?

Zu 10.:

Das Land Berlin hat den gemäß der damals geltenden Fassung der Coronavirus-Impfverordnung prioritär zu impfenden Personengruppen wie etwa der Polizei Berlin Impfcodes für die Terminbuchungen in den Corona-Impfzentren zur Verfügung gestellt. Daneben wurden den betriebsärztlichen Diensten der Senatsverwaltungen, der Bezirksamter und der Senatskanzlei im Frühjahr 2021 über das zentrale Impfstofflager des Landes Berlin COVID-19-Impfstoff zur Verfügung gestellt, damit die Beschäftigten des Landes Berlin, die gemäß der damals geltenden Fassung der Coronavirus-Impfverordnung priorisiert impfanspruchsberechtigt waren, über die betriebsärztlichen Dienste geimpft werden konnten. Mit Änderung der Coronavirus-Impfverordnung im Juni 2021 und der stärkeren Einbindung der betriebsärztlichen Dienste in die Impfkampagne bieten die betriebsärztlichen Dienste COVID-19-Schutzimpfungen sowie sog. Auffrischimpfungen für die Beschäftigten an.

11. Hat der Senat das Ziel einer Impfquote von 100% bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Senatsverwaltungen und Bezirksämtern erreicht? Wenn nein, warum nicht?

Zu 11.:

Derzeit gibt es noch keine gesetzliche Regelung die zu einer COVID-19-Schutzimpfung verpflichtet. Das Land Berlin kann und konnte daher den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Impfangebote unterbreiten, deren Inanspruchnahme jedoch den Beschäftigten selbst obliegt.

12. Welche Kooperationen ist der Senat bezüglich der Impfkampagne mit den lokalen Radiosendern, Zeitungen und insbesondere dem Öffentlich-rechtlichen Rundfunk eingegangen?

Zu 12.:

Das Land Berlin hat keine Kooperationen im Zusammenhang mit der Impfkampagne vereinbart. Mitglieder des Senats haben Medien gebeten, hierfür Senderaum zur Verfügung zu stellen, ohne Gegenleistung. Zeitungen haben Anzeigen abgedruckt, die wie üblich gekauft sind. Redaktionelle Beiträge, unter Beteiligung von Senatsmitgliedern hat es in allen Berliner Medien gegeben.

13. Wie viele Kooperationen und welcher Art, bezüglich der Impfkampagne und eines Impfangebotes, ist der Senat mit Sport-, Tanz, Kleingarten- oder sonstigen Vereinen in Berlin eingegangen, um die Impfungen an die Berlinerinnen und Berliner zu bringen?

Zu 13.:

Im Rahmen von Pilotprojekten hat das Land Berlin in der ersten Phase der Impfkampagne im Frühjahr 2021 Einrichtungen der Kritischen Infrastruktur in die Impfkampagne des Landes Berlin bei der Impfung der Beschäftigten durch die Lieferung von Impfstoff und Impfstoffzubehör unterstützt. Darüber hinaus waren Impfbusse und mobile Impfteams an den unterschiedlichsten Orten im Einsatz.

14. Welche Zusammenarbeit zwischen landeseigenen Wohnungsbaugesellschaften und dem Senat gab es bezüglich der Impfkampagne und Impfangeboten?

Zu 14.:

Eine Zusammenarbeit des Landes Berlin zwischen landeseigenen Wohnungsbaugesellschaften war nicht vorgesehen.

15. In welcher Art wurde mit den weiteren landeseigenen Unternehmen zur Unterstützung der Impfung kooperiert, welche Angebote haben die landeseigenen Unternehmen gemacht und wie werden diese fortgeführt?

Zu 15.:

Landeseigene Unternehmen wie etwa die Tempelhof Projekt GmbH, die Tegel Projekt GmbH oder die Messe Berlin GmbH sind etwa in der Zurverfügungstellung der Liegenschaften oder den Aufbau und die Aufrechterhaltung der Betriebsbereitschaft der Corona-Impfzentren eingebunden.

16. In welchen sozialen Netzwerken und auf welchen Plattformen hat der Senat für die Erst-, Zweit- und Boosterimpfung geworben?

Zu 16.:

Das Land Berlin informiert und betreibt Öffentlichkeitsarbeit auf Twitter, Facebook, Instagram, YouTube und dem Hauptstadtportal Berlin.de. Veröffentlichungen erschienen in erster Linie auf den Kanälen der Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung, der Senatskanzlei und der Bezirksämter, aber auch bei anderen Verwaltungen und nachgelagerten Behörden. Veröffentlicht wurden Aufrufe/Appelle von Senatsmitgliedern, zahlreiche Hinweise und Informationen zu Impfangeboten, Impfangeboten vor Ort, diverse Kampagnenmotive, Reden des Regierenden Bürgermeister, ein Corona-Podcast und weitere Formate, die zum Thema Impfen informieren. Zudem wurden viele Fragen von Fans und Followern beantwortet.

17. Welche Zielgruppe wollte der Senat damit in den jeweiligen Netzwerken erreichen?

Zu 17.:

Die jeweiligen Zielgruppen, die den jeweiligen Medien zugeschrieben werden, zum Beispiel jüngere Menschen bei Instagram und Twitter, etwas ältere Menschen bei Facebook. Es war und ist das Ziel des Senats, möglichst alle Bevölkerungsteile durch Kampagnen und mediale Auftritte zu erreichen, was auch die Breite der medialen Ausspielung verdeutlicht. In erster Linie wurden die Beiträge auf Deutsch veröffentlicht. Aber auch auf Englisch, Türkisch und Arabisch wurde auf Impfangebote aufmerksam gemacht. Auch auf die mehrsprachigen Serviceseiten bei Berlin.de – inklusive Gebärdensprache – wurde unter anderem in den Sozialen Medien wiederholt hingewiesen.

18. Wie bewertet der Senat den Erfolg der Kampagne auf den sozialen Netzwerken und Plattformen?

Zu 18.:

Eine Erfolgsmessung, die einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen Wahrnehmung einer Kampagne und erfolgreicher Aufklärung, bis hin zur Impfung betrifft, ist nicht ohne Weiteres möglich. Aussagen hierzu stützen sich deshalb auch auf gängige Annahmen, Erfahrungen aus den Sozialwissenschaften, der Werbewirtschaft und des Campaignings. In den Sozialen Medien erzielten Veröffentlichungen zum Thema Impfen stets hohe Reichweiten – viele Berlinerinnen und Berliner konnten so erreicht werden. Auch die große Anzahl an Veröffentlichungen trug dazu bei. Ebenfalls erfolgreich ist zu werten, dass im Rahmen des Community Managements viele Nachfragen zum Thema Impfung beantwortet werden konnten. Bei Berlin.de lassen sich Zugriffszahlen auf die Bereiche der Information zu Corona gut

messen und stellen aus Sicht des Senats einen großen Erfolg da. Auch wenn ein ursächlicher Zusammenhang von Aufklärung durch Medienkanäle der Landesregierung mit der Impfquote nicht ausreichend sicher belegbar ist, kann, auch vor dem Hintergrund von Erfahrungen mit solchen Instrumenten angenommen werden, dass die Informationsarbeit der Landesregierung über die genannten Kanäle zu der überdurchschnittlichen Impfquote in der Hauptstadt beigetragen hat. Gerade in den vergangenen 2 Monaten war die Impfkampagne gemessen an den Imp fzahlen im Vergleich zu anderen Bundesländern überdurchschnittlich erfolgreich. Bei Erst-, Zweit- und Boosterimpfungen liegt Berlin (wieder) über dem Bundesdurchschnitt. Deshalb bewertet der Senat seine Informationskampagnen als erfolgreich.

19. Welche Testimonials und aus welchen Bereichen wurden für die Impfkampagne des Senats herangezogen?

Zu 19.:

Die Mitglieder der Landesregierung, zuvorderst der Regierende Bürgermeister, haben in Person wiederholt für das Impfen geworben. Darüber hinaus haben wir in unseren Social-Media-Kampagnen auch Berlinerinnen und Berliner zu Wort kommen lassen.

Berlin, den 15. Dezember 2021

In Vertretung
Martin Matz
Senatsverwaltung für Gesundheit,
Pflege und Gleichstellung