



Shutterstock

Das WEF schlägt einen psychologischen Plan zur Überwindung der „Impfmüdigkeit“ vor

- [uncut-news.ch](https://www.uncut-news.ch)
- Juli 2, 2021
- [Tipp/Must read/Topthema/Aktuell](#)

Die Überwindung des Zögerns und der Ablehnung des COVID-19-Impfstoffs“ sei „die größte Herausforderung der Marketing-Kommunikation unseres Lebens“, hieß es kürzlich in einem Artikel auf der [Website des Weltwirtschaftsforums \(WEF\)](#).

Der Beitrag wurde von drei Marketingexperten verfasst: Rohit Deshpandé, Professor für Marketing an der Harvard Business School; Ofer Mintz von der University of Technology, Sydney; und Imram Currim, Professor für Marketing an der Paul Merage School of Business, University of California.

Die Gruppe hatte Nachforschungen darüber angestellt, wie man das bekämpfen kann, was sie als „Nachfrageproblem“ für COVID-Injektionen beschrieben, da das Angebot die Nachfrage übersteigt. Dies veranlasste sie zu dem Vorschlag, „solche Lösungen zu schaffen und zu implementieren, um Kundensegmente zu informieren, zu überzeugen und zum Handeln zu bewegen, und wir glauben, dass diese Art von Ansatz auch die Kommunikationsbemühungen für den Impfstoff COVID-19 fördern könnte.“

Die Wissenschaftler wollen die Psychologie nutzen, um für Impfstoffe zu werben, indem sie feststellen, wie Kunden Entscheidungen in einem Prozess von Denken, Fühlen und Handeln treffen. Der gesamte Prozess wiederholt sich, wenn sich eine Person für eine COVID-19-Injektion entscheiden muss, so die Autoren.

Während der Schwerpunkt auf der Förderung des dritten Teils dieses Prozesses, dem „machen“ oder dem eigentlichen Impfereignis selbst, liegt, beklagte die Gruppe die Tatsache, dass noch viel Arbeit nötig ist, um diejenigen zu überzeugen, die als „Impfzöglinge, zögerliche oder Impfverweigerer Bevölkerungsgruppen“ beschrieben werden.

Um diesen Teil der Bevölkerung zu überzeugen, „müssen wir uns auf die Phasen ‚Denken‘ und ‚Fühlen‘ der Entscheidungsfindung konzentrieren“, so die Marketingexperten.

Als solche haben Deshpandé, Mintz und Currim drei Empfehlungen ausgearbeitet, „um die Impfmüdigkeit auszurotten“.

Wissen und Fehlinformationen

Die drei Autoren riefen zu einer Kampagne gegen „Fehlinformationen“ über den Impfstoff auf und erklärten, wie man die Art und Weise, wie Menschen über den Impfstoff denken, ansprechen kann. Die Gruppe stellte fest, dass viele, die der Spritze skeptisch gegenüberstanden, glaubten, sie sei „übereilt, mit zu wenig berichteten über die Nebenwirkungen“, und schlug vor, diese Leute direkt zu konfrontieren.

„Dies kann durch lokale Führungskräfte in Angriff genommen werden, die proaktiv auf Skeptiker zugehen und sie durch Mittel wie Telefonanrufe, Direktwerbung, Fernsehen, Plakatwände und digitale Kanäle aufklären.“

Dies allein wurde jedoch als nicht ausreichend erachtet: Es wurden „durchsetzungsfähigere Ansätze“ im Kampf gegen sogenannte „Impfstoff-Fehlinformationen, insbesondere in den sozialen Medien“ gefordert. Um dies zu erreichen, müssen „Schulungen und Finanzmittel“ zur Verfügung gestellt werden, um medizinischen Fachkräften oder gemeinnützigen Gruppen zu helfen.

Der Krieg der Gefühle

Diejenigen, die gegen die Impfung sind, haben starke Gefühle dagegen, behaupteten die drei Autoren, und als solche „könnte die Verwendung von Informationsquellen, denen diese Menschen vertrauen, ihre Gefühle gegenüber dem Impfstoff verbessern.“

In diesem Zusammenhang führte das WEF „medizinische Anbieter, politische und religiöse Führer“ auf, hob aber auch die Bedeutung von „Gemeinschaften“ hervor.

Die drei Autoren schlagen eine Möglichkeit vor, emotionale Angst zu erzeugen, die gegen „Impfskeptiker“ eingesetzt werden kann.

QUELLE: WORLD ECONOMIC FORUM PROPOSES PSYCHOLOGICAL PLAN TO OVERCOME 'VACCINE HESITANCY'

Quelle: <https://uncutnews.ch/das-wef-schlaegt-einen-psychologischen-plan-zur-ueberwindung-der-impfmuedigkeit-vor/>
20210704 DT (<https://stopreset.ch>)