

**Zusammenfassung der
Evaluation der
nationalen Grippe-
Präventionskampagne
2001**

Im Auftrag von :
Frau Marlène LÄUBLI
Frau Annick RYWALSKI
Kompetenzzentrum für
Evaluation (CCE)
Bundesamt für Gesundheit
(BAG)

Institut *érasm*
Oktober 2002

Massimo Sardi
Anya Ensmann

1. Zweck und Umfeld

Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) startete im Herbst 2001 eine erste nationale Kampagne zur Grippeprävention. Es handelt sich um eine Informationskampagne, die auf die Förderung der Grippeimpfung im grossen Massstab abzielt, indem sie informiert, für die Gefahren der Grippe sensibilisiert und davor warnt, die Krankheit zu verharmlosen. Ihr Ziel ist es, die Durchimpfung der Personen aus den Risikogruppen und all derer, für die sich diese Impfung empfiehlt, zu erhöhen. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Personen im Alter von 65 und darüber und Personen mit Chronischen Krankheiten (Risikogruppen), sowie das Pflegepersonal (Zielgruppe als Mittler um die Hauptzielgruppe der Risikogruppen zu erreichen). Zielgruppe im ersten Jahr der nationalen Grippepräventionskampagne ist, in ihrer Rolle als Vermittler von Information, die Ärzteschaft – namentlich Fachärzte für innere Medizin und Allgemeinmediziner – sowie das Pflegepersonal. Die zur Erreichung des Hauptziels der Kampagne gewählte Strategie (Ausweitung des durch die Grippeimpfung geschützten Personenkreises) ist eine Informationsstrategie. Das BAG gab hauptsächlich zwei Broschüren¹ heraus: die eine richtet sich insbesondere an die Ärztinnen und Ärzte, die andere ist für die Patientinnen und Patienten bestimmt und soll in den Warteräumen der Arztpraxen, Kliniken und Spitäler zur Verbreitung gelangen.

2. Durchführung der Studie

Ziel des vom Kompetenzzentrum für Evaluation (CCE) des BAG dem Institut érasme erteilten Auftrages war es, die nationale Kampagne zur Grippeprävention 2001-2002 zu evaluieren. Die Evaluation soll dem BAG nützliche Informationen zur Wahrnehmung, zum Verständnis wie auch der Akzeptanz der Kampagne und ihrer Botschaften liefern.

Die Evaluation erfolgte in zwei Etappen zwischen Januar und Mai 2001. Zunächst haben wir qualitative Informationen gesammelt, indem wir zwanzig eingehende Gespräche mit Ärztinnen und Ärzten in verschiedenen Schweizer Städten führten (praktizierende Allgemeinmediziner und Internisten in Genf, Lausanne, Freiburg, Zürich und Zug²). In einem zweiten Abschnitt haben wir quantitative Informationen auf der Grundlage einer brieflichen

¹ Diese beiden Informationsbroschüren bilden den Kern einer umfassenderen Kampagne mit Aktionen bei den Medien, der Verteilung eines Posters und der Einrichtung einer Website zur Information des breiten Publikums und des Fachpersonals im Gesundheitswesen (www.grippe.admin.ch)

² Die Auswahl der Städte geschah in Absprache mit dem Vertragsgeber

Umfrage bei einer Stichprobe von 504, der FMH angehörigen Schweizer Ärztinnen und Ärzten erhoben.

3. Bei der Evaluation gestellte Fragen

Die spezifischen Fragen, die das BAG für die Bewertung der Kampagne gestellt hatte, lauteten:

- a) Haben die Ärztinnen und Ärzte das erhaltene Informationsmaterial eingesehen?
- b) Haben die Ärztinnen und Ärzte eines oder mehrere Elemente des erhaltenen Informationsmaterials in ihrer Praxis verwendet?
- c) Wie beurteilen die Ärztinnen und Ärzte das erhaltene Unterstützungsmaterial auf der Grundlage ihrer Beziehungen zu den Patientinnen und Patienten?
- d) Wie beurteilen die Ärztinnen und Ärzte das für die Kampagne gewählte Bildmaterial auf der Grundlage ihrer Beziehungen zu den Patientinnen und Patienten?
- e) Wird das Thema der Grippeprävention in den Arztpraxen mit den Patienten und Patientinnen angesprochen?
- f) Ist seit dem Erhalt des Materials ein Wandel in der Art und Weise eingetreten, wie das Thema Grippe angesprochen wird – haben die Ärztinnen und Ärzte mehr geimpft?
- g) Deckt das verteilte Material den Bedarf der Ärztinnen und Ärzte an Unterstützungsmaterial?
- h) Wird die Kampagne von den Ärztinnen und Ärzten in den einzelnen Sprachregionen unterschiedlich beurteilt?

4. Befunde und Empfehlungen

Befunde bezüglich der Zielgruppe der Ärzteschaft (Allgemeinmediziner und Fachärzte für innere Medizin) und ihre Bewertung der Kampagne:

Die Kampagne ist **bekannt** und wurde von der grossen Mehrheit der befragten Ärztinnen und Ärzte **gesehen**; die mit der Verbreitung des Materials verfolgten Ziele sind unserer Ansicht nach erreicht:

- ⇒ Die grosse Mehrheit der befragten Ärztinnen und Ärzte erklärt, Material der Kampagne erhalten zu haben (81%).

Die Mehrheit der Ärztinnen und Ärzte hat das **erhaltene Material auch eingesehen**.

- ⇒ 72% der Ärztinnen und Ärzte, die auf die postalische Umfrage geantwortet haben, haben die für sie bestimmte Broschüre eingesehen (gelesen oder durchgeblättert). Was die für die Patientinnen und Patienten bestimmte Broschüre angeht, so wurde sie von der Mehrheit der Ärztinnen und Ärzte eingesehen. Die Deutschschweizer Ärzteschaft sowie die schon zuvor vom Nutzen der Impfung überzeugten Ärztinnen und Ärzte haben sich weitaus mehr für das erhaltene Material interessiert.

Insgesamt wird die Kampagne **akzeptiert**: die Ärztinnen und Ärzte haben das Material der Kampagne weitergegeben.

- ⇒ Von den 70% der Ärztinnen und Ärzte, die erklärten, sich an die Unterlagen „Patienten“ zu erinnern, haben 84% die Broschüren im Warteraum aufgelegt und 58% das Plakat in ihrer Praxis aufgehängt.

Das Material der Kampagne als solches wird nicht in Frage gestellt und für die Präventionstätigkeit als nützlich erachtet. Die darin enthaltene Information wird als angemessen beurteilt. Die Informationsträger könnten insofern verbessert werden, als sie attraktiver und expliziter gestaltet werden könnten.

- ⇒ Ein Fünftel der Ärztinnen und Ärzte spricht die Überzeugung aus, dass die erhaltene Dokumentation (Broschüre oder Plakat) Fragen aufgeworfen oder ihre Patientinnen

und Patienten veranlasst hat, um Erklärungen oder Ratschläge zu bitten. Dieses Gefühl ist noch stärker unter all denen, die das Poster aufgehängt und/oder die Broschüren im Warteraum aufgelegt haben;

- ⇒ Insgesamt halten die Deutschschweizer Ärztinnen und Ärzte das Bildmaterial für die angesprochenen Zielgruppen für angemessen, bedauern jedoch, dass die verwendeten Buchstaben für eine alternde Bevölkerung als Zielgruppe so klein ausgefallen sind. Ausserdem meinen sie, die Informationsträger seien für ein breites Publikum zu „intellektuell“. In der Westschweiz wurde der zu farblose oder zu neutrale Charakter der Darstellung herausgehoben (geringe visuelle Auffälligkeit). Ausserdem wurde dieselbe Kritik in Bezug auf die zu kleine Beschriftung oder die geringe Hervorhebung wesentlicher oder wichtiger Informationen laut;
- ⇒ Die Ärztinnen und Ärzte haben Schwierigkeiten sich darüber zu äussern, welche Wirkungen das Material der Kampagne bei den Patientinnen und Patienten hat;
- ⇒ Der allgemeine Einfluss dieser Art von Verbreitung (und dieser Art von Informationsträger), bleibt aufgrund der Vielfalt der medizinischen Dokumentation in den Arztpraxen recht unbestimmt (Sättigungseffekt).

Die Ärztinnen und Ärzte sind kritischer, wenn es um ihren Status als „Zielgruppe“ geht. Sie sind der Ansicht, schon im Besitz der wesentlichen Informationen und als Vermittler der Prävention ausreichend sensibilisiert zu sein.

- ⇒ Insgesamt halten sich die Ärztinnen und Ärzte für gut informiert und können sich nur schlecht vorstellen, dass die zusätzliche Information einen Einfluss auf ihre Praktiken und ihr Verhalten haben könnte. In der Tat ist keine Änderung in der Art und Weise zu verzeichnen, wie die Problematik der Grippe angegangen wird;
- ⇒ Das Thema Grippe und Grippeimpfung wird systematisch von den Ärztinnen und Ärzten mit praktisch allen Patientinnen und Patienten über 65 Jahre angegangen, wenn diese nicht von selber darauf zu sprechen kommen. Insgesamt gesehen meinen die Ärztinnen und Ärzte, dass sie die Information nicht besser weitergeben können als sie es heute schon tun.

Das allgemeine Ziel einer Präventions- und Informationskampagne in Bezug auf Grippeerkrankungen wird von der gesamten Ärzteschaft sehr positiv bewertet. Die **Notwendigkeit, die mit Grippeerkrankungen verbundenen Risiken der Bevölkerung bewusst zu machen, wird bestätigt.**

Befunde über die Entwicklung der Durchimpfung in der Bevölkerung und Befunde über die Entwicklung der Sensibilisierung für Grippeerkrankungen

- ⇒ Alle gesammelten Daten weisen darauf hin, dass die **Durchimpfung** der Bevölkerung seit mehreren Jahren **am Steigen zu sein scheint**:
 - seit 1996-1997: deutlicher Anstieg der verkauften Impfstoffdosen;
 - laut Meldungen: ständiger Anstieg der Durchimpfung bei der Risikogruppe der über 65-Jährigen (Daten „Baseline Grippedurchimpfung“³ 1999 bis 2001);
 - seit 1999: Anstieg der Häufigkeit der Impfungen (Daten „Sentinella“);

- ⇒ In der Bevölkerung ist in den letzten Jahren eine deutliche Sensibilisierung gegenüber der Grippe und der Gripeschutzimpfung zu beobachten;

- ⇒ Der epidemiologische Höhepunkt von 1999 hat ohne Zweifel zu dieser Sensibilisierung beigetragen und die gesamten analysierten Daten scheinen eine grössere „Wachsamkeit“ der Bevölkerung gegenüber der Krankheit erkennen zu lassen (häufigere Impfungen, weniger gezählte Fälle usw.). Allerdings kann man nicht wissen, inwieweit diese Feststellungen nicht eher auf eine geringere Virulenz der Krankheit in den beiden letzten Jahren zurückzuführen sind. So ist namentlich im Hinblick auf eine mögliche stärkere Sensibilisierung der Bevölkerung festzuhalten, dass eine eingehendere Analyse der Daten von Baseline darauf hinzudeuten scheint, dass die Wachsamkeit gegenüber Grippeerkrankungen bei Personen von 65 Jahren und mehr nachzulassen scheint. Die auf die Meldungen gestützte scheinbare Zunahme der Impfungen zwischen 2000 und 2001 kann einerseits durch eine 1999 begonnene kräftige Sensibilisierung und andererseits durch die Präventionskampagne von 2001 bedingt sein. Im 2001 geimpfte Personen werden sich aber im 2002 nicht unbedingt wieder impfen lassen. Der Prozentsatz der Absichtserklärungen ist geringer als der Prozentsatz der Schutzimpfungen, während er 2001 noch gleich hoch war. Ausserdem weist die im Vorjahr gemeldete Durchimpfung keine Steigerung mehr auf. Diese Bewegungen scheinen darauf hinzuweisen, dass trotz der noch 2001 festgestellten Steigerung die Menschen schon dabei sind, die Grippe für das kommende Jahr wieder zu verharmlosen.

³ Umfrage „Baseline Grippedurchimpfung Berichtsband“, DemoSCOPE Research and Marketing, Adligenswil, 2000, 2001, 2002.

Die genannten hauptsächlichen Feststellungen veranlassen uns zu den folgenden Empfehlungen:

- ➔ Die Präventionskampagne 2001 hat dazu beigetragen, die Aufmerksamkeit gegenüber der Krankheit und ihren Folgen wach zu halten. Es ist eindeutig, dass auch in den kommenden Jahren eine Präventionskampagne beibehalten werden muss, um die mit dem epidemiologischen Höhepunkt von 1999 begonnene Sensibilisierung zu unterstützen, zu begleiten und zu vertiefen.
- ➔ Die Ärzteschaft darf nicht mehr als Zielgruppe betrachtet werden, wenn eine Präventionskampagne derselben Art eingeleitet werden sollte. Es reicht, dass sich die Kommunikation des BAG bei dieser Zielgruppe auf das BAG-Bulletin stützt, das von den praktizierenden Ärztinnen und Ärzten sehr geschätzt wird. Die Erwartungen der Ärzteschaft betreffen eher Informationen über die Entwicklung der Krankheit („Sentinella“) und sollten regelmässig über das Bulletin oder andere, möglicherweise noch besser geeignete Informationsträger mitgeteilt werden.
- ➔ Wenn es auch nicht möglich ist festzustellen, welche Auswirkungen das Material der Kampagne bei den Patientinnen und Patienten gefunden hat, so ist doch unbestritten, dass die ausschliessliche Verbreitung von Informationen über den „medizinischen Bereich“ (Arztpraxen, Warteräume usw.) nur einen sehr beschränkten Anteil der Personen erreicht, die zur Risikogruppe der über 65-Jährigen gehört. Wie die Ärztinnen und Ärzte bestätigt haben, sucht ein zweifellos bedeutender Teil der betroffenen Bevölkerung sie nicht während der Sensibilisierungszeit auf. Eine erhöhte Durchimpfung der Bevölkerung hängt daher von den Personen ab, die keine Arztpraxen aufsuchen. Folglich drängt sich eine allgemeinere Informationskampagne auf, wenn man einen grösseren Teil der betroffenen Bevölkerung erreichen will.
- ➔ Die Grippe ist eine saisonale Krankheit. Sie wird folglich kaum das ganze Jahr über besorgniserregend wirken. Das ist wahrscheinlich auch der Grund dafür, dass ihre Gefahren und ihre Folgen stark verharmlost werden. Die Tatsache, dass die Krankheit zum Zeitpunkt der Schutzimpfungen nicht sichtbar ist, lässt ihre Gefahren abstrakt erscheinen und wird nicht mit dem Alltagsleben (Ende Sommer) in Zusammenhang gebracht. Die Grippeimpfung ist ein vorausschauendes Verhalten, das man stimulieren und aktivieren muss. Die Entscheidung darüber, ob man sich impfen lässt oder nicht, muss innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums getroffen werden. Die Bereitstellung entsprechender Informationen über einen sehr langen

Zeitraum, wie das bei der Kampagne 2001 der Fall war, könnte sich im Hinblick auf die empfohlene Impfperiode als nicht angemessen erweisen.

- ➔ Falls in Zukunft wieder eine Präventionskampagne für die Zielgruppe der über 65-Jährigen gestartet wird, sollte man einen günstigen Zeitpunkt für die Kommunikation auswählen. Wir würden eine Medienkampagne (Plakate oder Fernsehspots) empfehlen, in der alle Anstrengungen der Kommunikation auf Schlüsselmomente ausgerichtet sind, um die Bevölkerung insgesamt oder einzelne Zielgruppen stärker für die Grippe oder die Grippeimpfung zu sensibilisieren und sie zu grösserer Wachsamkeit anzuregen. Eine solche Informationskampagne muss allerdings reaktiver geführt werden. Sie muss als ein Stimulierungsmoment gestaltet werden, das den Menschen zum Bewusstsein bringt, welchen Einfluss die Grippe auf das Leben und die Lebensqualität der über 65-Jährigen hat und damit zum breiten Diskussionsthema sowohl im privaten wie auch im öffentlichen Bereich werden.

- ➔ Die Alternative zu einer Medienkampagne liegt in einer gezielteren Botschaft, die den ausgewählten Bevölkerungsgruppen direkt zugänglich gemacht wird. In dieser Hinsicht könnte es sich lohnen, eine Zusammenarbeit mit den Krankenkassen zur Verbreitung von Informationen über die Grippe und zur Förderung der Grippeimpfung zu prüfen.