

# HPV-Impfkampagnen in Deutschland: Erreichen sie die Zielgruppen und erhöhen sie die Impfbereitschaft?

K. Moser<sup>1</sup>, N. J. M. Ouédraogo<sup>2</sup>, J. Spaar<sup>1</sup>, N. Koller<sup>1</sup>, C. Maulbecker-Armstrong<sup>1</sup>

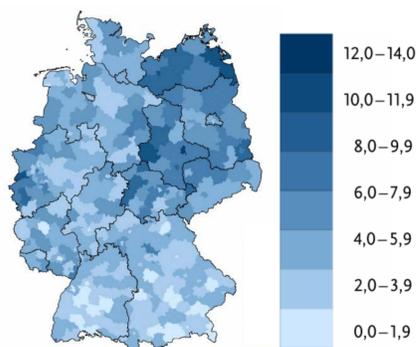
<sup>1</sup>Technische Hochschule Mittelhessen, Gießen

<sup>2</sup>Deutsches Krebsforschungszentrum Heidelberg

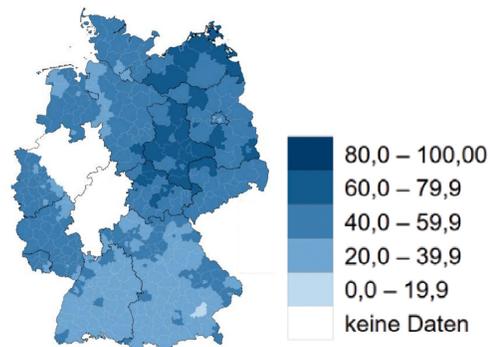
Forschen für ein Leben ohne Krebs

## Einleitung

In Deutschland ist die Bevölkerung unzureichend informiert, wenn es um gesundheitliche Vorteile einer Impfung gegen humane Papillomviren (HPV) geht. Dies spiegeln niedrige Impfquoten wider (2019: Mädchen 47,2 %, Jungen 5,1 %). [1] Trotz Informationskampagnen z. B. durch die BZgA oder den Impfstoffhersteller MSD steigen die Impfquoten nur langsam an. Es stellt sich daher die Frage, ob diese Kampagnen ihre Zielgruppen erreichen. In dieser Studie soll erfragt werden, über welche Kanäle sich die HPV-Zielgruppen Wissen aneignen bzw. wie sie zu erreichen



Impfquote in Prozent für eine vollständige HPV-Impfung (HPV-Humane Papillomviren), 15-jährige Jungen, Kreisebene, Dezember 2019 [1]



Impfquote in Prozent für eine vollständige HPV-Impfung (HPV-Humane Papillomviren), 15-jährige Mädchen, Kreisebene, Dezember 2018 [2]

## Methoden

Die Methodik der Untersuchung beinhaltet eine online-Befragung und eine paper/pencil-Befragung. Befragt wurden:

### Junge Erwachsene:

Studierende der THM und Auszubildende eines Großunternehmens.

### Jugendliche:

Schüler:innen der 7. – 10. Klasse einer Gesamtschule.

### Eltern von Kindern im Alter von 9-12 Jahren:

Eltern von Kindern der 4. – 6. Klasse einer Jenaplanschule mit Förderstufe und die Eltern der 5. u. 6. Klasse der Gesamtschule.

### Kinder im Alter von 9-12 Jahren:

Kinder der Jenaplanschule Klasse 4 bis 6. Ihnen wurde ein Kurzfragebogen mit 5 Fragen ausgehändigt.

Die Fragebögen wurden separat für jede Zielgruppe mit Microsoft Forms erstellt. Neben soziodemographischen Daten wurden die Zielgruppen zu ihrem Wissen und den Informationsquellen zum Thema humane Papillomviren befragt. Die Umfrageteilnehmer sollten angeben, welche bzw. ob sie Informationsquellen nutzen um gesundheitsbezogene Fragen für sich zu beantworten. Sie sollten angeben, ob ihre Impfbereitschaft durch bessere/mehr Informationen steigen würde.

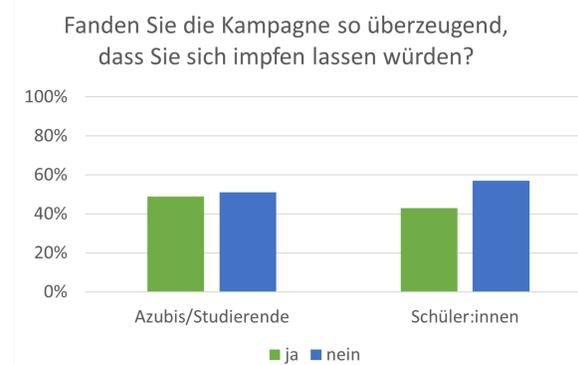
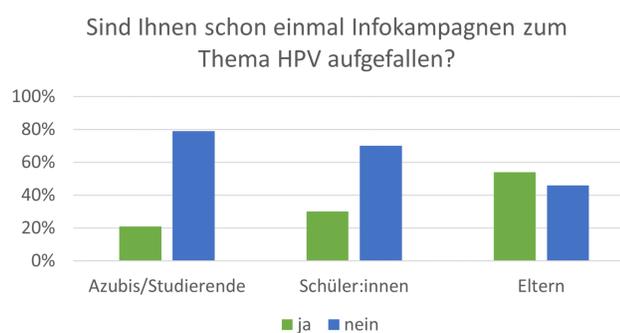
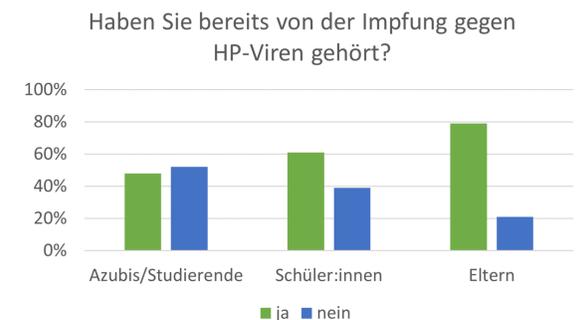
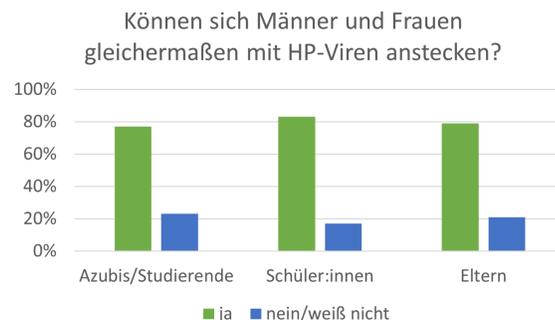
## Ergebnisse

Die Mehrheit der Befragten weiß, dass sich sowohl Männer als auch Frauen mit HP-Viren infizieren können. Nur die Gruppe der Eltern hat mehrheitlich (54%) HPV-Infokampagnen bewusst wahrgenommen.

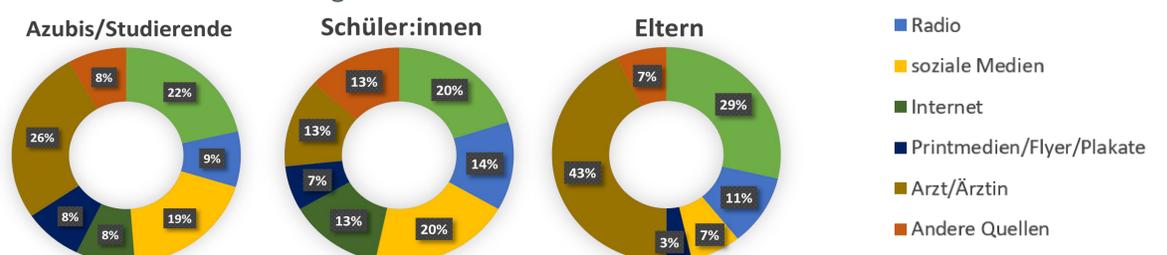
Die Befragung der Kinder (9-12 Jahre) zeigt, dass 55% keine Kampagnen gesehen haben und dass 80% nicht gegen HPV geimpft sind, bzw. es nicht wissen.

Dass es eine Impfung gegen HPV gibt, wissen 79% der Eltern und 61% der Schüler:innen. Bei den Auszubildenden und Studierenden hat über die Hälfte (52%) noch nichts von der HPV-Impfung gehört.

Eltern beziehen Infos hauptsächlich über Ärzt:innen und aus dem Fernsehen. Bei Azubis, Studierenden und Schüler:innen verteilen sich die wenigen positiven Antworten auf Fernsehen, soziale Medien und Ärzt:innen. Eine Erhöhung der Impfbereitschaft konnte durch Kampagnen nicht verzeichnet werden.



Wenn Sie schon Infos zum Thema erhalten haben, auf welchem Weg haben Sie diese erreicht?



## Schlussbetrachtung

Die Ergebnisse zeigen, dass Eltern überwiegend durch Ärzt:innen und Medien wie Fernsehen über die HPV-Impfung informiert werden. Jugendliche hingegen durch soziale Medien und Fernsehen. Um die spezifischen Zielgruppen der HPV-Impfung (Eltern, Jugendliche) optimal zu erreichen, sollten HPV-Kampagnen die favorisierten Informationsquellen der Zielgruppe berücksichtigen.

