

PRESSE-INFORMATION

Corona: Inaktivierter Impfstoff könnte Durchimpfungsrate in Deutschland erhöhen

Paris, den 21. Juni 2022 – Die Verwendung eines interaktiven Ganzvirusimpfstoffs könnte das Image der Impfung gegen das Coronavirus bei 19 Prozent der ungeimpften Deutschen verbessern. Das ergab eine Studie, die das Marktforschungsinstitut Ipsos im April 2022 unter 1000 Deutschen im Alter von 18 bis 75 Jahren im Auftrag des französischen Unternehmens Valneva durchführte. Die Bereitstellung eines inaktivierten Impfstoffs könnte die Durchimpfungsrate im Rahmen einer saisonalen Auffrischungsimpfung deutlich erhöhen (+4,3 Punkte).

Drei von vier Deutschen wollen ihren Impfstoff frei wählen können

Die Ipsos-Studie zeigt, dass 75 Prozent der befragten Deutschen gerne die Möglichkeit hätten, den Impfstoff, der ihnen verabreicht wird, selbst zu wählen. Die Aufnahme eines Totimpfstoffs in das deutsche Impfstoffangebot gegen COVID-19 würde das Image der Impfung gegen diese Krankheit bei 19 Prozent der zögerlichen und impfesistenten Personen verbessern. Wenn der deutschen Bevölkerung eine saisonale Impfung empfohlen würde, hätte die Verwendung eines inaktivierten Impfstoffs das Potenzial, die Impfabsticht der Deutschen um 4,3 Prozentpunkte zu erhöhen, was die saisonalen Impfquote auf bis zu 71,4 Prozent der erwachsenen Bevölkerung erhöhen könnte.

Mehrheit sieht Impfung als einzige Möglichkeit, die Pandemie zu besiegen

In Deutschland überwiegt die wahrgenommene Wirksamkeit der Impfung gegenüber der Wirksamkeit von sonstigen Corona-Maßnahmen. So glauben zwei Drittel (66%) der erwachsenen Bevölkerung, dass Hygienemaßnahmen wie die Maskenpflicht, der Sicherheitsabstand und das regelmäßige Händewaschen nicht ausreichen, um die Pandemie zu bekämpfen, sondern dass die Impfung das einzig wirksame Mittel gegen Covid-19 ist. Heute wiegen die Motive, sich impfen zu lassen, schwerer als die Ängste insbesondere vor Nebenwirkungen (38%) und mangelnder Erfahrung mit dem neuen Impfstoff (34%). Die Deutschen lassen sich vor allem zum Schutz impfen: für sich selbst (77%), für Angehörige (75%) und für vulnerable Gruppen (73%), gefolgt von verschiedenen Motiven wie der Erlangung einer Herdenimmunität (69%) und dem Erhalt eines Impfpasses (57%).

PRESSE-INFORMATION

Methode

Die Studie wurde von Ipsos in Zusammenarbeit mit Valneva vom 8. bis 21. April 2022 unter 1000 Personen im Alter zwischen 18 und 75 Jahren in Deutschland durchgeführt. Die befragten Personen sind hinsichtlich unterschiedlicher soziodemografischer Kriterien (Alter, Geschlecht, Region) repräsentativ für die gesamtdeutsche Bevölkerung. Die Daten der Befragten wurden mithilfe eines Online-Fragebogens vor dem Hintergrund einer Lockerung der mit der Pandemie verbundenen Einschränkungen wie der 3G-Regel und der Pflicht zum Tragen eines Mundschutzes (außer in Schulen, öffentlichen Verkehrsmitteln und Gesundheitseinrichtungen) erhoben.

Über Ipsos

Ipsos, eines der größten Marktforschungsunternehmen der Welt, ist in 90 Märkten tätig und beschäftigt rund 18.000 Mitarbeiter.

Unsere Forscher, Analysten und Wissenschaftler sind leidenschaftlich neugierig und haben fachübergreifende Fähigkeiten entwickelt, die es ihnen ermöglichen, tiefgehende Informationen und Analysen über die Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürgern, Verbrauchern, Patienten, Kunden und Mitarbeitern zu liefern.

Unsere 75 Lösungen basieren auf Primärdaten aus unseren Umfragen, unserer Beobachtung der sozialen Netzwerke sowie qualitativen bzw. beobachtenden Techniken. Unser Slogan „Game Changers“ bringt unser Bestreben auf den Punkt, unseren 5.000 Kunden dabei zu helfen, sich in einer sich schnell verändernden Welt selbstbewusst zu bewegen.

Ipsos wurde 1975 in Frankreich gegründet und ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext Paris notiert. Das Unternehmen ist in den Indizes SPF 120 und Mid-60 gelistet und ist für die Nutzung des verzögerten Abwicklungsdienstes (SRD) qualifiziert. ISIN-Code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.de | www.ipsos.com

Pressekontakt

Agentur Hopscotch
ipsos@hopscotch.fr