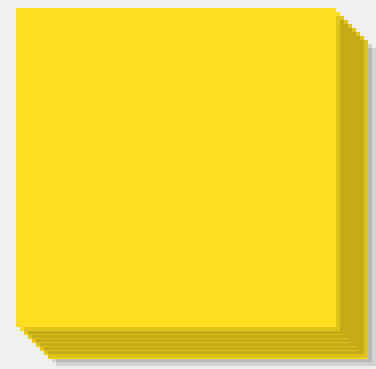


# Erfahrungsaustausch RegionalbotschafterInnen: Vorbehalte gegen Corona-Impfungen

Orga (an der es häufig scheitert) wurde vom Netzwerk abgenommen - gerade attraktiv für die Gruppe der Zugewanderten

Aktion mit dem Netzwerk "Gesund Arbeit in Thüringen" zu Impfungen direkt im Unternehmen: Wurde gerade von Geflüchteten sehr gut angenommen!

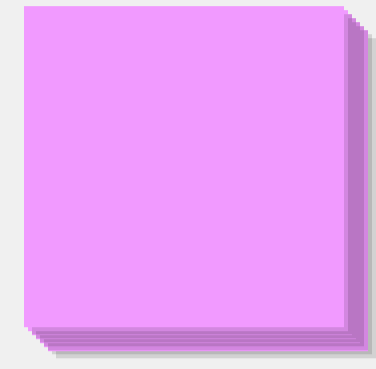
**Wor erhält man Informationen zur Impfung in mehreren Sprachen?**



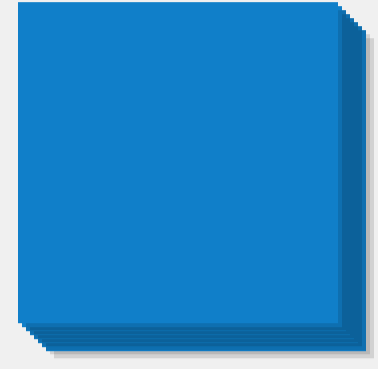
**Incentives für Gemimpfte?**

Urlaubstage für Geimpfte

**Hat Corona die Integration in den Betrieben zurückgeworfen?**



Gute Beispiele aus der Praxis?



**Wie stellt man sicher, dass Informationen alle erreichen?**

Infos in einfacher verständlicher Sprache bereitstellen

Sich Zeit nehmen für Mitarbeiter\*innen und Azubis, die noch nicht bereit sind zur Impfung; noch nicht überzeugt sind

Probleme zur Impfung zu überzeugen eher in osteuropäischer community, als in arabischer community

Klare Kommunikation ist wichtig! "Klare Kante zeigen", keine zu höfliche Vorsicht!

**Welcher Kommunikationskanal ist empfehlenswert?**



**Impuls Taman Noor, IKAT**



**Umsetzung des Infektionsschutzgesetzes: Wie läuft es mit 3G in dr Praxis?**

Testen vorab für Handwerksbetriebe sehr schwierig, wenn umgeimpft - teilweise Arbeitsstart um 06:00 Uhr, Testzentren noch nicht geöffnet

Pro Wochen werden bei Temps z.B. 1.000 Schnelltests benötigt (logistisch sehr schwierig an Mitarbeiter\*innen auf dem Bau zu vermitteln)

intensive Beratung für Erstimpfungen

Beispiel Münchenstift: Strukturen schaffen

Pandemiebeauftragte aus der Pflege in jedem Haus

Kampagne mit Testimonials aus den einzelnen Häusern: Bilder von Kolleg\*innen

Jeder bekommt einen Urlaubstag mehr, wenn bestimmte Impfquoten geknackt werden

Beispiel Münchenstift: Anreize schaffen

Beispiel Münchenstift: Wissensraum schaffen

Inforaum im Intranet und Update per E-Mail in einfacher Sprache

Digitaler Termin mit Chefapotheker München Klinik

Beispiel CFM: In Kampagne der Charite eingebunden, wöchentliche Infos/Videobotschen des Vorstands mit Infos

Beispiel Temps: Ausbildungszentrum ist Impfzentrum

Infomaterialien in verschd. Landessprachen und in "einfacher Sprache"

IKAT versteht sich als "Stütze für die Entscheidung" der migrantischen community in Neukölln

Menschen aus der community sprechen mit community

Was fehlt ist Vertrauen in die Impfung: Entscheidung, was wahr und was "fake-news" ist, schwierig

Informationen in einfacher Sprache darstellen

Streetworker in die Arbeit einbinden, Menschen dort abholen, wo sie sind

Problem ist die Informationsvermittlung

Testzentrum im Hotel bei Herrn Thies, ebenfalls Tagungsraum im Hotel als Impfzentrum umfunktioniert: So konnte auch Personal unkompliziert getestet und geimpft werden vor und nach der Arbeitszeit

Hat als niedrigschwelliges Angebot gut geholfen um die Gruppe der Geflüchteten geholfen