

COVID-19-Impfstoff-Angebote und was Deutsche wünschen: *What makes good stuff even better?*

Die Immunisierung möglichst vieler Menschen gegen COVID-19 ist das derzeit wichtigste Mittel im Kampf gegen die Viruspandemie. Aktuell sind auf dem deutschen Markt vier Impfstoffe zugelassen. Angenommen, es bestände die freie Wahl zwischen Impfstoffen – welches Impfstoff-Angebot würden Personen mit Impfinderesse wählen und von welchen Merkmalen ist ihre Entscheidung abhängig? Um das herauszufinden, haben Gelszus rmm Marketing Research und das Institut für angewandte Datenanalyse IfaD aus Hamburg im Online Access Panel der respondi AG eine bevölkerungsrepräsentative Conjoint-Studie durchgeführt, die auf genau diese Fragen Antworten liefert.

*Die Conjoint-Studie auf Basis eines Choice-Based-Conjoints (CBC) hat den Studienteilnehmer*innen dabei Impfstoff-Angebote zur Wahl gestellt, welche sich aus den Eigenschaften der aktuell zugelassenen Vakzine zusammensetzen – ohne emotional aufgeladene Anbieternamen konkret zu nennen.*

mRNA-Vakzine zwar medial im Vordergrund, Bedeutung des Impfstofftyps allerdings eher überschätzt

Die Ergebnisse der Studie zeigen eine klare **Präferenz** in Richtung der neuartigen **mRNA-Impfstoffe** (Moderna sowie BioNTech/Pfizer). mRNA-Impfstoffe erhalten, unabhängig von der Kombination anderer Merkmale, durchweg höhere Nutzenwerte als Vektor-Impfstoffe (AstraZeneca / Johnson & Johnson). Die Ergebnisse der Studie zeigen allerdings, dass durchaus weitere wichtige Faktoren bei der Wahl eines Impfstoff-Angebotes eine Rolle spielen.

Neben- und Schutzwirkungen eines Impfstoffs wichtigste Faktoren

Dass möglichst **keine Nebenwirkungen**, wie die sehr seltenen Hirnvenenthrombosen, bei einem Impfstoff bekannt sind, ist für die Befragten der Conjoint-Studie der weitaus wichtigste Aspekt – besonders bei jenen, die noch überlegen, ob sie sich überhaupt impfen lassen.

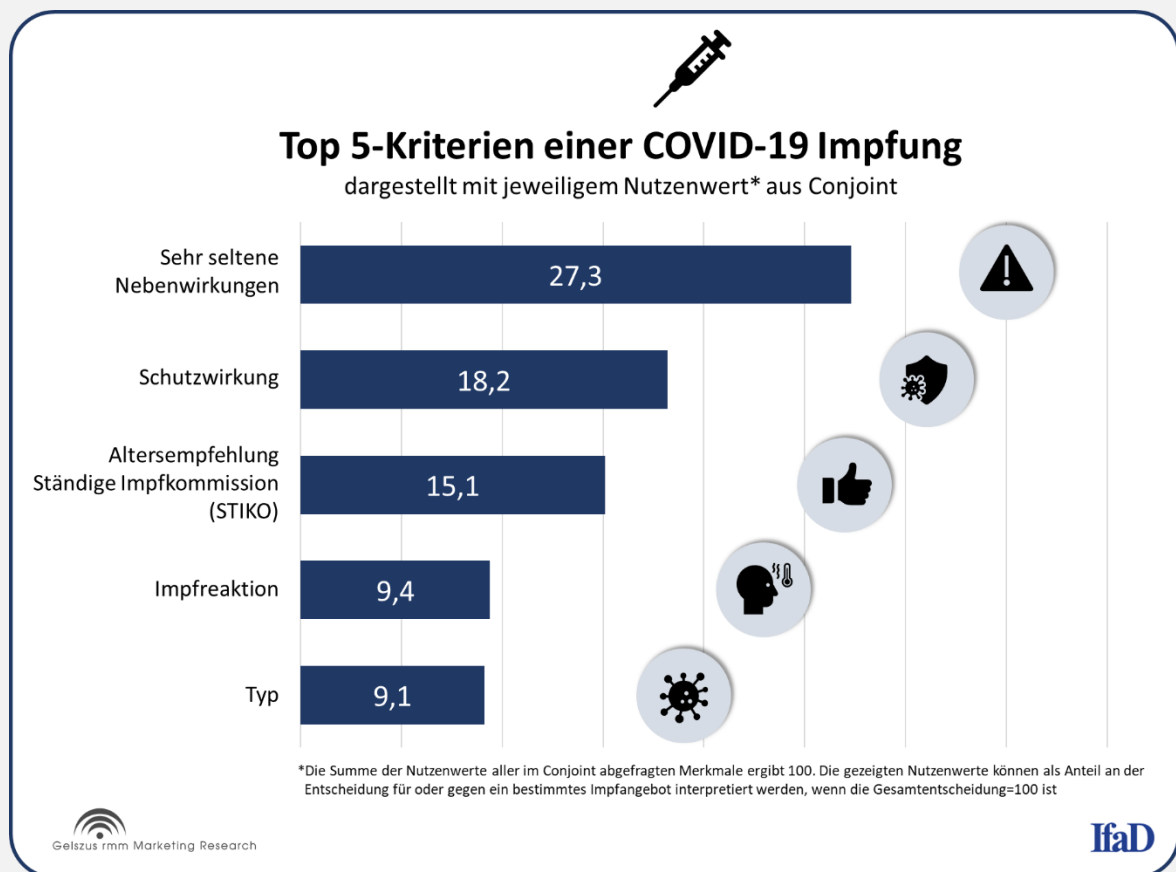
Alle Teilnehmer*innen legen darüber hinaus jedoch außerdem großen Wert auf die möglichst **hohe Schutzwirkung** eines Impfstoffs sowie die **Empfehlungen der Ständigen Impfkommission (STIKO)** zur Altersfreigabe.

Ein präferiertes Impfstoffprodukt zeichnet sich weiterhin durch eine Schutzwirkung von idealerweise 95% - mindestens jedoch - 80% aus. Für viele Menschen ist damit vornehmlich das „Leistungspaket“ einer Impfung der relevante Aspekt, der ihre Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Impfstoff-Angebot beeinflusst und weniger die Tatsache, ob es sich generell um einen mRNA oder Vektor-Impfstoff handelt.

Altersempfehlungen der STIKO von hoher Bedeutung

Große Bedeutung messen die Befragten den **Empfehlungen der STIKO** bei – besonders im Hinblick auf die vom Impfstoff abhängigen Empfehlungen zum Einsatz ab einem bestimmten Alter. In der Regel wird der Impfstoff, der für die eigene Altersgruppe empfohlen wird, klar präferiert.

Die Empfehlung der STIKO hat gemäß der Conjoint-Studie unmittelbaren Einfluss auf die Wahl des Impfstoff-Angebots in verschiedenen Altersgruppen. Zudem wird besonders in Haushalten mit Kindern Impfstoffen hoher Nutzen zugesprochen, die laut STIKO-Empfehlung möglichst früh, d.h. bereits ab oder sogar unter 18 Jahren, verimpft werden können. Hier zeigt sich, wie wichtig Familien eine Empfehlung der STIKO im Hinblick auf die Impfung ihrer Kinder ist. Diese Erkenntnis ist begünstigt dadurch, dass bei jüngeren (18-34 Jahre) und mittleren Altersklassen (35-54 Jahre) eine Altersempfehlung der STIKO einen besonders hohen Nutzen aufweist.



Geringe Impfreaktionen werden in Kauf genommen

In der Studie weisen nachvollziehbar Impfstoffe einen hohen Nutzen auf, die **keine starken Impfreaktionen** wie Fieber, Kopfschmerzen, Ermüdung oder Übelkeit mit sich bringen. Ob die Impfreaktion auf ein Vakzin jedoch leicht oder mittelstark ausfällt, macht für die Befragten keinen wesentlichen Unterschied.

Männer warten weniger gerne auf Impftermin(e)

Eine im Vergleich höhere Präferenz zu einem besonders schnell verfügbaren Impfstoffprodukt lässt sich in der Studie vor allem unter den Männern ausmachen. Sie wollen eher schneller als Frauen geimpft werden und sehen in Impfstoffen einen besonders hohen Nutzen, wenn sie diesen aufgrund von guter Verfügbarkeit möglichst noch im aktuellen Monat erhalten können.

Einmal-Impfung im Vorteil bei Urlaubsplanern

Urlaubsplaner sehen einen leichten Vorteil in der Einmalimpfung, welche zurzeit ausschließlich das Präparat von Johnson & Johnson ermöglicht.

Die Option einer Verkürzung des Abstands zwischen den einzelnen Impfungen hat allerdings nur einen geringeren Einfluss auf die Impfstoffpräferenz. Selbst eine starke Verkürzung des Intervalls von 12 auf 4 Wochen zwischen den beiden für eine vollständige Immunisierung notwendigen Terminen bleibt im Conjoint ohne offensichtlichen Effekt auf den Nutzen eines Impfstoff-Angebots.

Impf-Ort und Abstand zwischen zwei Impfungen eher unbedeutend

Insgesamt kommt es Studienteilnehmern*innen weniger auf den Ort an (wie Impfzentrum, Betriebsarzt oder Hausarztpraxis), wo die Impfung stattfindet.

Schnelle Verfügbarkeit steigert Attraktivität von Impfstoff-Angeboten

Im Rahmen der Conjoint-Analyse lassen sich nun durch entsprechende Kombination der Impfstoffeigenschaften die aktuell zugelassenen Vakzinen nachbilden und der Nutzen vorhersagen. Im Ergebnis präferieren die Befragten dann eindeutig Impfstoffe von BioNTech/Pfizer oder Moderna, da sie keine Nebenwirkungen aufweisen, von der STIKO empfohlen sind und die höchste Schutzwirkung bieten.

Doch wie können auch Angebote von Vektor-Impfstoffen an Attraktivität gewinnen? Die Simulation der in der Conjoint-Befragung erhobenen Präferenzen zeigt, dass durch eine deutlich kürzere Wartezeit an einem bevorzugten Impf-Ort – insbesondere Hausarzt – die Entscheidungen häufiger auch zugunsten von Vektor-Impfstoffen getroffen werden könnten.

Der Vorzug einer schnellen ersten Impfung mit einem Vektor-Impfstoff würde viele Impfwillige demnach über andere als Nachteil empfundene Eigenschaften hinwegsehen lassen.

Methodik

| | |
|--------------------------|--|
| Methode | Online-Befragung (CAWI) im Access-Panel, optimierte Durchführbarkeit für Smartphones |
| Conjoint-Variante | Choice Based Conjoint (CBC) ohne explizite Nennung von Impfstoff-Marken |
| Erhebungszeitraum | 11.-14.Juni 2021 |
| Zielgruppe | Personen zwischen 18 und 74 Jahren, die in Deutschland leben und eine Impfung nicht ablehnen |
| Stichprobengröße | n=750 |
| Quoten | Bevölkerungsrepräsentativ nach Geschlecht, Alter, Bundesländern |
| Durchführung | Gelszus rmm Marketing Research GmbH, IfaD Institut für angewandte Datenanalyse GmbH, respondi AG |

Kontakt



Steffen Kühnast
Geschäftsführung
040 - 251 58 - 109
skuehnast@gelszus-rmm.com

Hamburg, im Juni 2021