

Sachverhalt:

## **laut! Sonderreihe Corona**

Impfen schützt noch immer am besten gegen Corona. Daher schrieb die Stadt Nürnberg Anfang des Jahres 2022 ihre Bürgerinnen und Bürger an. In dem Brief, der von Oberbürgermeister Marcus König, Umwelt- und Gesundheitsreferentin Britta Walthelm sowie Elisabeth Ries, Referentin für Jugend, Familie und Soziales, unterschrieben wurde, verwies die Stadt auf die verschiedenen Möglichkeiten sich in Nürnberg impfen zu lassen.<sup>1</sup>

Da allerdings nur Volljährige angeschrieben wurden, galt es ein Format zu finden, das vorrangig junge Menschen aus Nürnberg anspricht, die bislang nicht erreicht wurden. Oberbürgermeister Marcus König regte beim Nürnberger Jugendpartizipationsmodell laut! eine Kampagne für junge Menschen an, die diese Lücke schließt. laut! bietet in Nürnberg als Kooperationsverbund zwischen dem Jugendamt der Stadt Nürnberg, dem Kreisjugendring Nürnberg Stadt und dem Medienzentrum Parabol, verschiedene Module zur Jugendbeteiligung an und griff den Impuls gerne auf.

Im vorliegenden Bericht wird das Konzept, das die Jugend in Nürnberg mit ihren Bedenken zur Impfung ernst nimmt und inhaltlich wie medial dort abholt, wo sie gut erreichbar sind, kurz vorgestellt. Darüber hinaus wird die Reichweite der Social-Media-Kampagne präsentiert.

### **Die Social-Media-Impf-Kampagne von laut!**

#### Zielfindung

Innerhalb von wenigen Tagen nach dem Impuls des Oberbürgermeisters stand das Konzept für die Social-Media-Kampagne von laut!. In einer Zeit, in der junge Menschen massiv mit den Einschränkungen durch die Pandemie zu kämpfen hatten, schien es Ende Januar 2022 genau der richtige Augenblick zu sein, den Heranwachsenden zum Thema Impfen nicht nur Fragen zu stellen, sondern auch Antworten zu liefern. Über die sozialen Medien gestreut, sollte die Kampagne die Jugend, die sich fast zwangsläufig in den digitalen Raum zurückgezogen hatte, erreichen und informieren.

Entsprechend der 15. Bayrischen Infektionsschutzmaßnahmenverordnung galten zu dem Zeitpunkt des Kampagnenentwurfs für Ungeimpfte und Nichtgenesene weitreichende Kontaktbeschränkungen. Während der geimpfte Teil der Bevölkerung und minderjährige Schüler/-innen bereits wieder Konzerte besuchen oder in Stadien gehen konnte, erhöhte sich der Druck auf nicht geimpfte Auszubildende, Studierende, Stellensuchende, Arbeitende oder Selbstständige und setzte vor allem jungen Menschen zu, für die die Entscheidung für oder gegen eine Impfung nicht direkt auf der Hand lag. Ziel war es auch dort Informationen zu streuen, wo die Impfbereitschaft gering ist oder Communitys unter sich bleiben. Gerade auch Minderjährigen, die sich nicht ohne die Einwilligung der Eltern impfen lassen konnten oder wollten, galt es Informationen an die Hand gegeben, die für eine Entscheidungsfindung oder Diskussion hilfreich sind.

Um fachlich fundierte Antworten zu geben, musste darüber hinaus ein qualifizierter Ansprechpartner für die Beantwortung der Fragen gefunden werden.

---

<sup>1</sup> Vgl. Pressemeldung 14.01.2022 [https://www.nuernberg.de/presse/mitteilungen/presse\\_76550.html](https://www.nuernberg.de/presse/mitteilungen/presse_76550.html)

### Fragensammlung

Im ersten Schritt der Kampagne galt es herauszufinden, welche Fragen die jungen Nürnberger und Nürnbergerinnen rund um die Corona-Impfung beschäftigen, welcher Informationsbedarf besteht und welche Ängste sie bislang davon abgehalten haben, sich impfen zu lassen.

Zu diesem Zweck wurden über 40 Einrichtungen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit in Nürnberg per E-Mail angeschrieben und gebeten, in den Dialog mit den jungen Menschen zu gehen und deren Fragen und Ängste herauszufiltern und zurückzumelden. Auch über die Social-Media-Kanäle von laut! wurden junge Menschen über diverse Postings aufgefordert ihre Fragen rund um die Corona-Impfung direkt an das laut!-Team zu melden.

Insgesamt wurden 23 Fragestellungen dabei erhoben, die es im Anschluss medial und inhaltlich in leichter Sprache aufzubereiten galt.

### Beteiligte Akteure der Social-Media-Impf-Kampagne von laut!

Bei der Umsetzung der Kampagne stieß laut! auf breite Unterstützung durch die Verwaltung. Die Sozialreferentin von Nürnberg beteiligte sich gerne am abschließenden laut! TV-Beitrag. Als Impulsgeber stand der Oberbürgermeister mehrfach für diverse Clips und Produktionen vor der Kamera.

Dr. Arnim Geise, Bereichsleitung Internistische Intensivmedizin des Klinikums Nürnberg Nord bestritt in beeindruckender Weise die nicht ganz einfache Aufgabe, kurze Antworten in verständlicher Sprache zu medizinischen Themen in die Kamera zu sprechen. Wir danken ihm und dem Klinikum Nürnberg für die Unterstützung der Kampagne.

Im besonderen Maße hat sich das Medienzentrum Parabol für die Realisierung der Kampagne stark gemacht. Die Planung, Produktion, das Onlinestellen der fertigen Videoclips auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen und die nicht zu unterschätzende Nachbetreuung der Social-Media-Kanäle von laut! haben viele zusätzliche Ressourcen gebunden. Das Ergebnis der gelungenen Kampagne kann sich auch dank des Nürnberger Influencers Mämmed alias „posutv“, sehen lassen!

### Projektzeitraum

Die Social-Media-Kampagne lief vom 12.03. bis zum 10.04. und vom 26.04. bis zum 01.05.2022.

Ergänzend zu der Kampagne erschien eine regulär produzierte laut! TV-Sendung zum Thema „Macht eine Corona-Impfung bei Jugendlichen noch Sinn?“ die nach den Übertragungen im Frankenfernsehen seit dem 27.06.2022 auf YouTube abrufbar ist. Die Veröffentlichung der laut! TV-Sendung stellt gleichzeitig den Abschluss der Kampagne dar.

### Auswertung der laut! Impfkampagne

Mit dem Stand vom 25.04.2022 wurden anhand der Rückmeldungen von jungen Nürnberger/innen insgesamt 23 Fragen formuliert. Dabei entstanden 51 unterschiedliche Clips, die je nach Plattform in verschiedener Form und Länge, in insgesamt 156 Clip-Veröffentlichungen mündeten. Die Gesamtlänge des Gesprächsinterviews mit Herrn Dr. Geise beträgt 25 Minuten, die Kurzantworten 6 Minuten.

Die Einzelclips wurden unter anderem auf den eigenen laut! Kanälen veröffentlicht:

- Instagram (18 Reels, 20 lange Antworten und 33 Storys)
- TikTok (22 kurze Antwortclips)
- Facebook (14 lange Antworten)
- YouTube (27 kurze Antwortclips und ein vollständiges Interview).

Der im Rahmen der Kampagne als Teaser entstandene Impfsketch „Onkel Ahmet“ erzielte bei TikTok @posutv 95.200 Views. Besonders beliebt war auch der Instagram-Reel: „regelmäßig impfen?“ mit

2.470 Views. Der YouTube Short: "Story1 – Du Fragst nen' Arzt" mit @posutv und Marcus König hatte 1.419 Views und der Kampagnenauftritt auf Facebook 107 Klicks.

Die Reichweite der Videoclips der Impf-Kampagne lag gesamt bei annähernd 200.000:

- Facebook: 3.136
- Instagram: Video-Beiträge: 4.608; Reels:15.179, Stories: ca. 2.640
- TikTok: 157.605
- YouTube: 9.126.

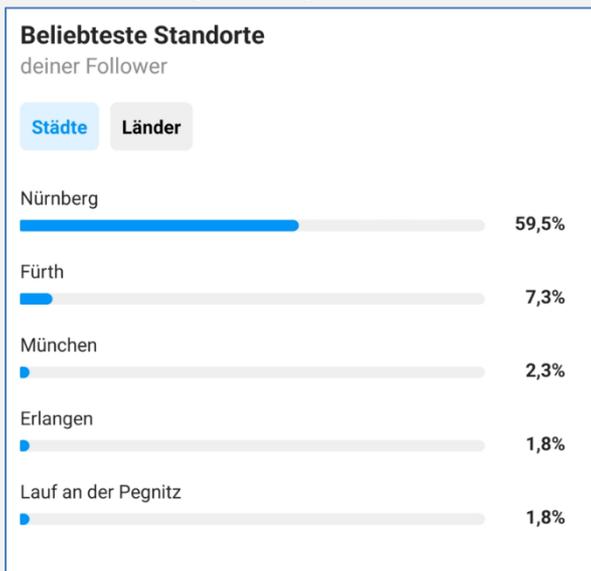
Die statistische Erfassung ist dabei nicht punktgenau, da die verschiedenen Plattformen unterschiedliche Auswertungsmöglichkeiten (monats- und tageweise) bieten und parallel zu der Impf-Kampagne der übliche Betrieb von laut! fortgeführt wurde.

Bei einem Blick auf die Gesamtstatistik von laut! lässt sich die Steigerung der Reichweite insbesondere auf den für junge Menschen relevanten Plattformen wie TikTok aber auch auf Instagram und YouTube in den Monaten März und April 2022 gut erkennen.

laut! Social Media / E-Partizipation					
Bereiche	Module/ Teilnehmer	Januar	Februar	März	April
<b>Gesamtreichweite (Impressionen) - alle Module</b>					
	Instagram (D)	1.638	6.978	16.858	6.501
	Facebook (A)	1.721	954	2.619	1.236
	Youtube (S)	18.332	19.906	26.134	21.770
	Tiktok / Snapchat (S)	7	5	141.400	20.500
	<b>GESAMT</b>	<b>21.698</b>	<b>27.843</b>	<b>187.011</b>	<b>50.007</b>

Abbildung 1: Auszug aus der laut! Gesamtstatistik 2022

Die wohl kniffligste Aufgabe bei Social Media ist es, die richtige Zielgruppe zu erreichen.



Ein Blick auf die Statistik lässt – trotz überörtlichem Interesse an dem Partizipationsmodell laut! - den lokalen Bezug auf Nürnberg deutlich feststellen.

Abbildung 2: laut!-Instagram Auswertung für den Zeitraum vom 27.03-25.04.2022

Herauszuheben ist, dass durch die Verbreitung und Verlinkung der Videoclips von der Kampagne auf diversen Homepages (Stadt Nürnberg, Klinikum Nord) und auf anderen Social-Media-Accounts (Marcus König, Stadt Nürnberg, „posutv“) viele neue Menschen (97,1%) den YouTube-Kanal von laut! besuchten und Videos von dort aufriefen.

Abostatus	Aufrufe ↓
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Gesamt</b>	<b>4.595</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Nutzer ohne Abo <span>?</span>	4.461 97,1 %
<input checked="" type="checkbox"/> Abonnenten	134 2,9 %

Abbildung 3: laut!-YouTube-Auswertung 12.03.-25.04.2022

Die größte Steigerung, die dank der Auswahl des jungen Gesichts der Social-Media-Kampagne „posutv“ erreicht wurde, ist auf dem TikTok-Kanal von laut! zu verzeichnen – einer Plattform, die bei jungen Menschen unglaublich beliebt ist.

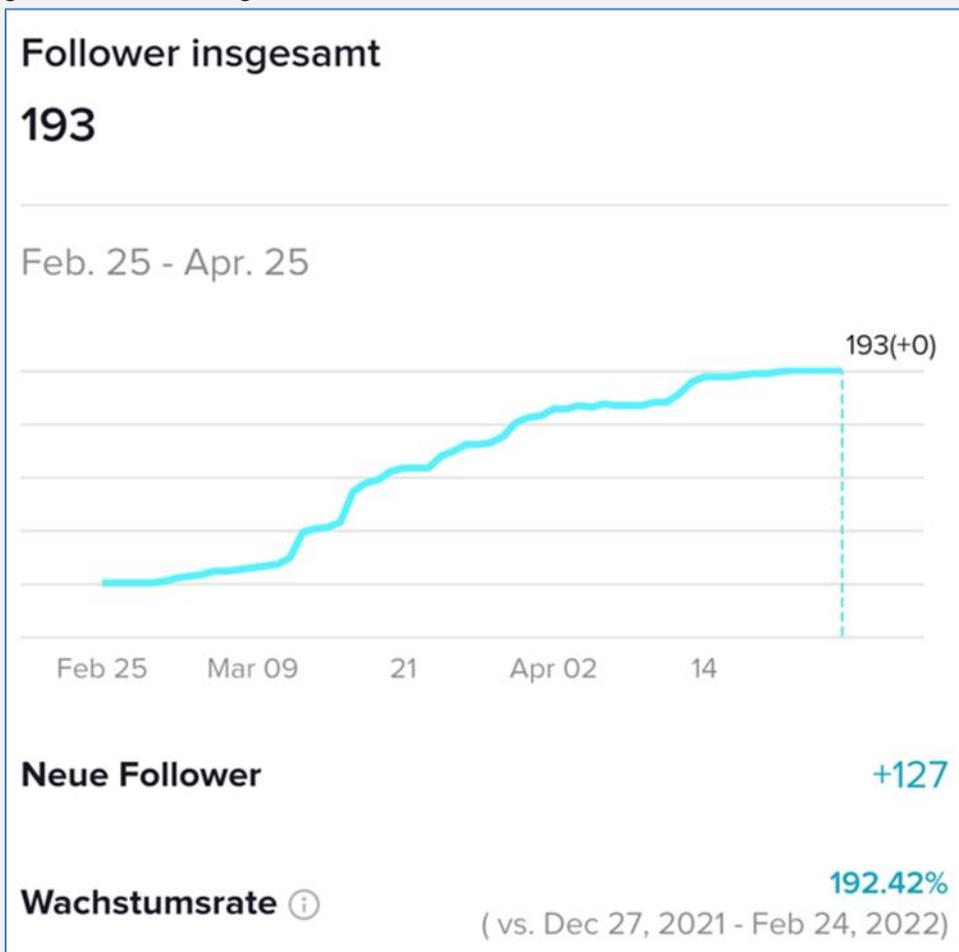


Abbildung 4: laut!-TikTok-Auswertung 25.02.-25.04.2022

Die im Juli veröffentlichte laut! TV-Sendung wurde im Frankenfernsehen sechsmal ausgestrahlt und erreicht mit diesem Format 150.000 Zuschauer/-innen.

#### Finanzierung

Die Social-Media-Kampagne, die zusätzlich zu den bestehenden Formaten und Modulen von laut! entstanden ist, kann nicht durch die zur Verfügung stehenden Mittel gestemmt werden, deshalb bemüht sich der Kooperationsverbund von laut! derzeit um eine projektbezogene Förderung durch die Fritz-Hintermayr-Stiftung. laut! hofft die angefallenen Kosten für Planung, Produktion und Nachbetreuung im Bereich der Gesundheitsförderung für Jugendliche, in Höhe von 7.000€ durch eine entsprechende Zuwendung der Stiftung decken zu können. Den Löwenanteil der Umsetzung der Social-Media-Kampagne stemmte das Medienzentrum Parabol, aber auch dem KJR entstanden zusätzliche Kosten, die zu decken sind.

#### Archiv

Alle im Rahmen der Kampagne entstanden Videoclips und auch das Gesamtvideo sind auf der Homepage von laut! zu finden unter: <https://laut-nuernberg.de/corona>

Der laut! TV-Beitrag kann abgerufen werden unter: <https://laut-nuernberg.de/unsere-module/laut-tv>

Die Kampagne fand zum richtigen Zeitpunkt statt, um junge Menschen objektiv und zielgruppengerecht über Corona zu informieren und Ängste abzubauen. Nach der Auswertung ist sie nun abgeschlossen. Das erarbeitete umfangreiche Material steht bis auf Weiteres online auf der Homepage von laut! zur Verfügung.

Den Abschluss dieses Berichts bildet ein **Videoclip von ca. 2-3 Min.**