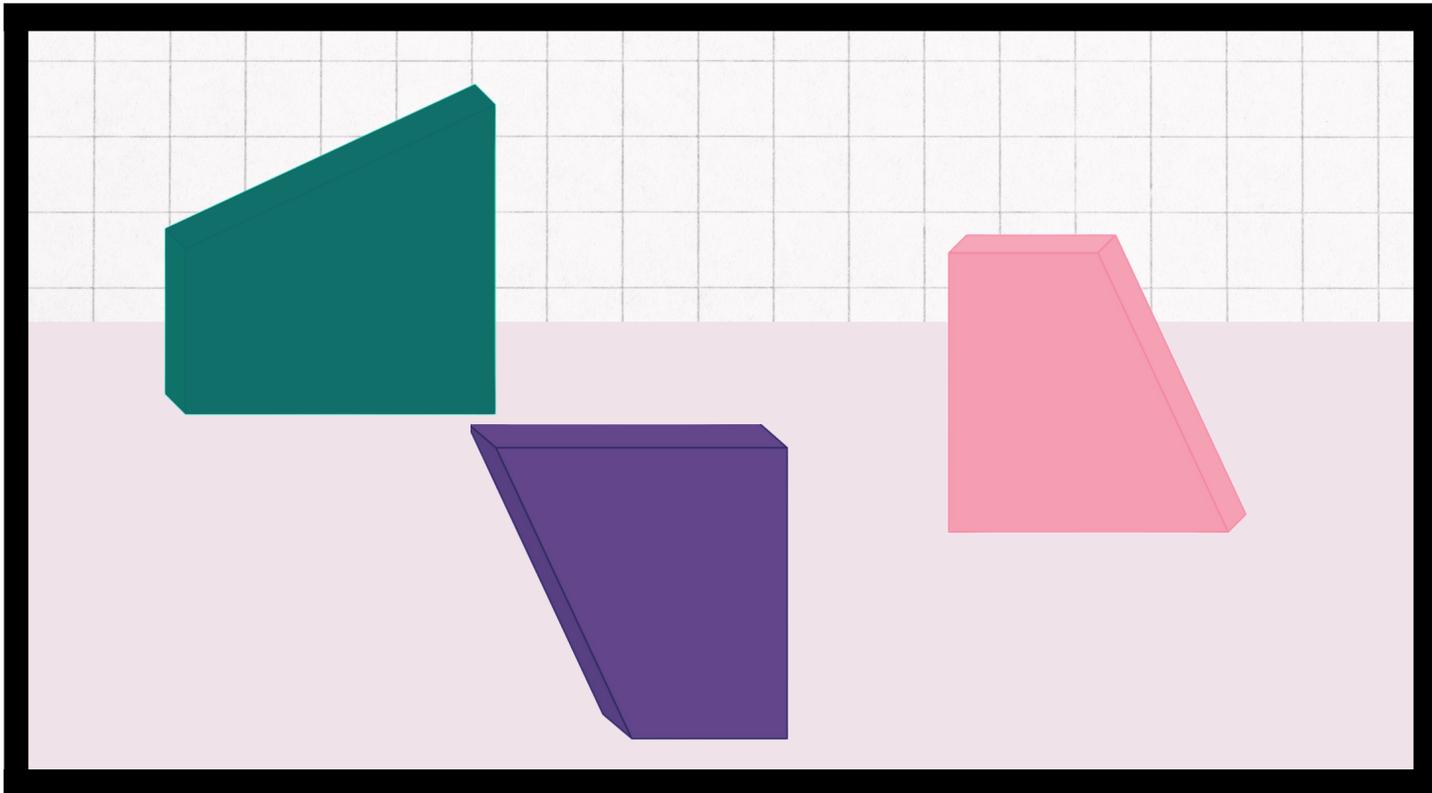


DEZEMBER 2020



GESUNDHEITSSCHUTZ DURCH INKLUSIVE KOMMUNIKATION - FEMINISTISCHE EMPFEHLUNGEN FÜR DIE COVID-19-PANDEMIE

TERESA BÜCKER und FRANZISKA KORN

POLICY BRIEF N°1

Die Corona-Politik von Bund und Ländern verfolgt das Ziel, alle in Deutschland lebenden Menschen möglichst gut vor einer Infektion mit dem Corona-Virus zu schützen. Um genau das zu erreichen und bestehende Diskriminierungen während der Pandemie nicht zu verschärfen, müssen politische Maßnahmen auf die spezifischen Lebensrealitäten und Bedürfnisse unterschiedlicher Gruppen abgestimmt sein.

Einer besonderen Bedeutung für effektiven Schutz kommt dabei dem Vertrauensaufbau über zielgruppenspezifische Risiko-Kommunikation zu. Wie eine inklusive, in der Breite erfolgreiche, Risiko-Kommunikation gelingen kann, zeigt dieser Policy-Brief.

Über Future_s

Future_s ist eine feministische Research- und Advocacy-Organisation mit der Mission, eine sozial gerechte, inklusive Gesellschaft zu gestalten. Mit eigener Forschung, der Entwicklung neuer Werkzeuge und Interventionsmethoden beraten wir Organisationen, Institutionen und Entscheidungsträger_innen und tragen mit unseren Publikationen zur öffentlichen Meinungsbildung bei.

1

In der Pandemie ist zielgruppengerechte Kommunikation unerlässlich

Im Krisen-Management der Covid-19-Pandemie müssen schnell Entscheidungen getroffen werden. Dabei gehen Perspektiven politisch unterrepräsentierter Gruppen häufig verloren. Wenn diskriminierte Gruppen, wie zum Beispiel arme Menschen, von Rassismus Betroffene oder Menschen mit Behinderungen übersehen werden, passen Corona-Maßnahmen nicht zu ihrer Lebensrealität, verstärken bestehende Diskriminierungen und können ihre soziale, ökonomische und gesundheitliche Situation verschlechtern. Beispiele hierfür sind der Anstieg von häuslicher Gewalt in der ersten Phase der Corona-Pandemie, fehlende digitale Zugänge zum Unterricht von armen Schüler_innen oder die höheren Infektionsraten mit Covid-19 bei rassistisch diskriminierten Menschen.

Um die Menschen in Deutschland in ihrer Vielfalt zu erreichen müssen Policy-Maßnahmen durch eine intersektionale Linse entwickelt werden, um zukunftsgewandte Politik für alle zu machen. Krisenkommunikation muss so gestaltet sein, dass sie durch zielgruppengerechte Ansprache unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen möglichst viele Bürger_innen erreicht, damit alle Menschen sich selbst und andere schützen können. Je inklusiver und effektiver die Risiko-Kommunikation ist, desto besser trägt sie zur Pandemie-Bekämpfung bei.

3

Vertrauensaufbau über Community-Management

Die Erfahrungen aus vorausgegangenen Pandemien im internationalen Kontext haben gezeigt, dass Maßnahmen zum gesundheitlichen Schutz der Bevölkerung die höchste Durchdringung erreichen, wenn die Risiko-Kommunikation dialogisch konzipiert ist. Vertrauen entsteht, wenn Bürger_innen emotional involviert sind und selbst Verantwortung übernehmen können, statt nur passiv Informationen aufzunehmen und die Pandemie „von außen“ zu beobachten.

Community-Engagement macht sie zum Teil der Lösung. Community-Engagement beschreibt einen Ansatz, unterschiedliche Bevölkerungsgruppen so zu unterstützen, dass sie sich innerhalb des Pandemie-Managements als Partner_innen verstehen und Verantwortung für die Gesundheit ihrer Community übernehmen wollen und können. Mit einem Top-Down-Ansatz hingegen können der spezifische Kontext und die jeweiligen Lebensrealitäten schnell übersehen werden – insbesondere dann, wenn Teams in Behörden und Politik wenig divers sind und keine interkulturellen Kompetenzen haben.

2

Zielgruppen kennen und verstehen

Die Risiko-Wahrnehmung in der Bevölkerung unterscheidet sich oft von der Einschätzung von Expert_innen und Regierungsbehörden. Eine Aufgabe der politischen Kommunikation ist es daher, die Risiko-Wahrnehmung anzugleichen, sodass Risiken weder unterschätzt werden, noch Panik ausbricht. Dafür muss immer wieder erhoben werden, was unterschiedliche Gruppen von Menschen wissen, wie ihre Lebensrealität ist, welchen besonderen Risiken sie ausgesetzt sind, ob, wie und warum sie sich risikohaft verhalten sowie welche Maßnahmen sie schließlich treffen können. Wenn die spezifischen Bedürfnisse einer Gruppe identifiziert sind, können Botschaften und Maßnahmen so angepasst werden, dass sie ihre jeweilige Lebenssituation anerkennen. Nur so können Maßnahme langfristig Akzeptanz erfahren und umgesetzt werden.

4

Vertrauen aufbauen über Kommunikation

Die wichtigsten Elemente des Vertrauens in Risiko-Kommunikation sind:

Expertise

Die Kommunikation enthält gesicherte Erkenntnisse und ist auf dem neuesten Stand. Es werden Lösungen beschrieben. Die kommunizierten Informationen stimmen überein mit den Aussagen weiterer Expert_innen

Glaubwürdigkeit

Der_die Absender_in sagt die Wahrheit. Es werden keine Informationen zurückgehalten oder ausgelassen. Die Informationen sind verlässlich.

Wohlwollen

In der Kommunikation wird Interesse am Wohlergehen der Personengruppe deutlich. Man kennt und adressiert die spezifischen Sorgen und Bedürfnisse.

Identifikation

Der_die Absender_in teilt Werte, Erfahrungen und Lebenssituation der adressierten Gruppe.

Dieses Verständnis von Vertrauensbildung unterstreicht die Bedeutung von Community-Engagement, weil durch die Einbindung von Community-Mitgliedern in die Kommunikation, die Möglichkeit zur Identifikation geschaffen wird. Maßnahmen wird dann am meisten vertraut, wenn Informationen von Mitgliedern der jeweiligen Community sowohl mit erarbeitet als auch verbreitet werden.

5

Wie soziales Stigma die Pandemie-Bekämpfung erschwert

Soziales Stigma in der Covid-19-Pandemie bedeutet, dass eine Person oder eine Personengruppe negative Zuschreibungen erhält, die in Verbindung mit dem Corona-Virus stehen. Soziales Stigma kann sich in unterschiedlichen Diskriminierungsformen ausdrücken, beispielsweise in Rassismus oder Stigmatisierung von Sexarbeiter_innen. In der Pandemie wurde soziales Stigma zunächst sichtbar an asiatisch gelesenen Menschen, die aufgrund ihrer äußeren Erscheinung in Verbindung mit dem Virus gebracht und vermehrt rassistisch diskriminiert wurden. Mittlerweile betrifft es die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen, zum Beispiel aufgrund ihrer Berufszugehörigkeit, ihrer Lebenssituation, ihres Alters, ihrer zugeschriebenen Herkunft.

Soziales Stigma kann dazu führen, dass Menschen sich bei einer (vermuteten) Infektion keine ärztliche Hilfe suchen, um Diskriminierung zu vermeiden. Es kann ebenso dazu führen, dass sie empfohlene Verhaltensweisen zum gesundheitlichen Schutz nicht annehmen. Soziales Stigma bedroht zudem den gesellschaftlichen Zusammenhalt und kann zum so genannten „Othering“ führen, sodass das Virus vor allem bei anderen Gruppen als der eigenen verortet wird. Menschen beginnen dann, sich risikohaft zu verhalten und zu entsolidarisieren, da sie sich vermeintlich sicherer vor einer Erkrankung fühlen und sie Erkrankungen außerhalb ihrer eigenen Gruppe weniger berühren. Für die Eindämmung der Pandemie ist jedoch Solidarität von immenser Bedeutung.

Der Entstehung von sozialem Stigma kann mit einer Vielzahl von kommunikativen Maßnahmen entgegengewirkt werden. Dazu zählen beispielsweise eine umfassende und faktenorientierte Aufklärung von Menschen darüber, wie das Virus übertragen wird, die Einbindung von Personen, die in spezifischen Communitys Vertrauen aufbauen können, Geschichten von Menschen, die vom Virus genesen sind, um Angst entgegenzuwirken, sowie Kampagnen-Material, das die Vielfalt der in Deutschland lebenden Menschen zeigt.

6

Drei zentrale Empfehlungen sind:**Die Vielfalt der Gesellschaft in der Krisenkommunikation widerspiegeln**

Die spezifischen Lebensrealitäten und Kommunikationsbedürfnisse verschiedener Gruppen müssen dazu bekannt sein und adressiert werden. Um die Lebensrealitäten diskriminierter Gruppen sichtbar zu machen, arbeitet Future_s mit Steckbriefen und hat dafür eine entsprechende Methodik entwickelt. In diesen Steckbriefen wird u.a. beschrieben, wie Maßnahmen der Corona-Politik zu weiterer Ausgrenzung und Verschlechterung der Lebensumstände beitragen und welche Policy-Maßnahmen die Gruppen hingegen schützen könnten.

Etablieren von Community-Engagement-Programmen

In der gegenwärtigen Pandemie-Situation kann ein schnell umsetzbarer Community-Engagement-Ansatz beispielsweise die Einrichtung von Covid-19-Gesundheitsräten sein. Die Gesundheitsräte sollen einen wechselseitigen, transparenten und offenen Informationsfluss ermöglichen und Expert_innen für sowie Vertreter_innen aus bestimmten Communitys verantwortungsvolle Rollen bei der Beratung, Entscheidungsfindung, Gestaltung und Implementierung von Maßnahmen geben. Empfohlen werden die zwei Fokusthemen „Armut und Gesundheit“ sowie „Rassismus und Gesundheit“.

Inklusivität aller Risikokommunikationsmaßnahmen sicherstellen

Alle Kommunikationsmaßnahmen sollten systematisch auf die Qualitätsmerkmale von Risikokommunikation überprüft werden. Future_s hat dafür einen Leitfaden für Kommunikationsabteilungen entwickelt. Risikokommunikation muss das Ziel beinhalten, Solidarität gruppenübergreifend aufzubauen, die Entstehung von sozialem Stigma zu vermeiden und ihm dort entgegenzuwirken, wo es schon entstanden ist. Kommunikationsmaßnahmen sollten stets auf umfangreichen Wissen über die jeweilige Zielgruppe aufbauen. Dazu braucht es zum einen mehr Forschung, um die Lebensrealität unterschiedlicher Gruppen sowie Mehrfachdiskriminierungen in Deutschland wissenschaftlich zu erfassen. Zum anderen gehört zu einer effektiven Risiko-Kommunikation kontinuierliches Community-Engagement dazu, das ebenso in Ministerien und Behörden institutionalisiert werden sollte.

Kontakt:

Jeannette Gusko / Gründungsgeschäftsführerin
future_s E-Mail: mail@future-s.de
Website: <https://future-s.de/>