

SACHBERICHT ZUM VERWENDUNGSNACHWEIS

Projekt

**„RAPID-COVID:
Rezeption und Akzeptanz öffentlicher Informationen trotz Polarisierung:
Der Schlüssel zum Erfolg gegen COVID-19“**

(Förderkennzeichen: 01KI20539)

**Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker
Freie Universität Berlin**



Teil I: Kurzbericht

Projekt

„RAPID-COVID:
Rezeption und Akzeptanz öffentlicher Informationen trotz Polarisierung:
Der Schlüssel zum Erfolg gegen COVID-19“

(Förderkennzeichen: 01KI20539)

Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker
Freie Universität Berlin



Aufgabenstellung und Forschungsstand

Im Rahmen des Projekts RAPID-COVID wollten wir verschiedenen Forschungsfragen nachgehen, die sich aus der Perspektive von politikwissenschaftlicher Einstellungs- und Verhaltensforschung und die kommunikationswissenschaftlicher Mediennutzungs- und Wirkungsforschung im Kontext der COVID-19-Pandemie ergaben. Konkret haben wir im Antrag die folgenden sechs Forschungsfragen formuliert:

1. Erhalten Bürger*innen die nötigen und korrekten Informationen zur COVID-19-Pandemie? Fühlen sie sich tatsächlich gut informiert?
2. Gibt es (normativ problematische) Unterschiede im Informationsstand zwischen verschiedenen Segmenten der Bevölkerung? Was kann man ggf. dagegen tun?
3. Wie verarbeiten Bürger*innen die Informationen, die sie erhalten? Gründlich? Heuristisch? Welche Merkmale des Senders, Empfängers, der Nachricht oder des Kontexts sind dabei entscheidend?
4. Wie weit verbreitet sind Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle bezüglich COVID-19 und der damit verbundenen Einschränkungen? Wie verändern sie sich über Zeit?
5. Was sind die Gründe für diese Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle?
6. Unter welchen Umständen führen sie dazu, dass Distanzierungs- und Hygienemaßnahmen nicht umgesetzt werden?

Um diese Fragen zu beantworten, hatten wir eine mehrfache Online-Befragung eines identischen Personenkreises geplant. Diese Personen sollten aus einem existierenden Online Access Panel eines Meinungsforschungsinstituts rekrutiert werden. Die mehrfachen Erhebungen sollten die Dynamik der öffentlichen Meinungsbildung widerspiegeln, gerade auch mit Blick auf die Reaktionen der Bevölkerung auf unterschiedlich intensive pandemische Bedingungen. In den Fragebogen sollten ebenfalls experimentelle Module eingebaut werden, um kausale Effekte insbesondere rund um verschiedene Informationskontexte identifizieren zu können. Die Ergebnisse des Projekts sollten auf wissenschaftlichen Fachveranstaltungen und in wissenschaftlichen Publikationen sichtbar gemacht werden. Ebenso wichtig war es, die Ergebnisse einer interessierten Öffentlichkeit sowie insbesondere verantwortlichen Personen in Medien und Politik zugänglich zu machen.

Ablauf des Vorhabens

Unmittelbar nach der Bewilligung des Projekts wurden die anvisierten Personalvorgänge sowie die Vergabe des Umfrageprojekts an ein Meinungsforschungsinstitut auf den Weg gebracht. Am Ende dieses Vergabeprozesses wurde der Auftrag an das Institut YouGov vergeben. Die erste Erhebungswelle konnte im Dezember 2020 realisiert werden. Dabei wurden insgesamt rund 3.200 Personen – repräsentativ für die wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren – interviewt. Die zweite Welle folgte im März 2021. Knapp 2.900 Personen konnten erneut interviewt werden. Parallel zu dieser zweiten Befragungswelle wurde ein Kontrollquerschnitt mit rund 1.000 Personen erstmals befragt. Dieser sollte sichtbar machen, ob unsere Mehrfachbefragungen bestimmten Verzerrungen unterliegen (z.B. aufgrund selektiver Nicht-Teilnahmen oder Befragungseffekten). Dies war erfreulicherweise nicht der Fall. Entgegen unserer ursprünglichen Planung fand die zweite Welle noch in einer sehr angespannten

pandemischen Lage statt. Deshalb haben wir noch verfügbare Projektmittel umgewidmet, um eine zusätzliche (kürzere) Befragungswelle zu realisieren. Diese wurde im Mai 2021 umgesetzt; wir konnten rund 2.700 Befragten ein drittes Mal befragen. Die letzte Befragungswelle fand im September 2021 mit rund 2.200 Befragten statt. Sie wurde ergänzt um einen weiteren parallelen Kontrollquerschnitt. Insgesamt konnten die Erhebungen damit nicht nur wie geplant umgesetzt, sondern sogar ergänzt werden. Hervorzuheben ist dabei die hohe Wiederbefragungsbereitschaft der Befragten über verschiedene Wellen hinweg.

In der Präsentation unserer Projektergebnisse gegenüber Wissenschaft, Öffentlichkeit und Stakeholdern haben wir uns der pandemischen Lage angepasst. Ergebnisse wurden 2021 und 2022 auf verschiedenen Fachkonferenzen virtuell präsentiert. Da *in situ* Workshops mit der Öffentlichkeit und Stakeholdern nicht umsetzbar waren, haben wir die Forschungsergebnisse verstärkt über Policy Briefs (die inzwischen rund 1.500 Mal heruntergeladen wurden) und Videos transportiert und unter www.rapidcovid.de dokumentiert. Eine Liste unserer Fachvorträge, Publikationen und Videos findet sich ebenfalls dort sowie im zweiten Teil dieses Berichts.

Wesentliche Ergebnisse

Die Ergebnisse unseres Projekts RAPID-COVID zeigen an sehr verschiedenen Stellen, dass es sich bei der COVID-19-Pandemie um eine *politisierte* Krise handelt(e). Sie zeigen, wie entscheidend die ideologische Verortung von Bürger*innen und deren kommunikative Vernetzung für das Erleben der Pandemie gewesen ist. Damit ergänzen wir bisherige Forschungen, die epidemiologische Muster, soziale Ungleichheiten sowie persönlichkeits- und sozialpsychologische Prozesse als entscheidend gesehen haben, um wichtige Einflussfaktoren.

Wir zeigen, dass sich die öffentliche Meinung und die politischen Auseinandersetzungen primär als *symbolische* Konflikte und weniger als aus Eigennutz motivierte Verteilungskonflikte manifestieren. Objektive Auswirkungen der Pandemie, z.B. in Form gesundheitlicher oder ökonomischer Betroffenheit, spielten eine untergeordnete Rolle für das subjektive Erleben der Pandemie-Jahre. Ebenso konnten sozialstrukturelle Merkmale die subjektive Pandemieerfahrung weniger gut erklären als etwa Parteipräferenzen (und hier v.a. Präferenzen für die AfD) und Mediennutzungsgewohnheiten (hier v.a. die Nutzung von sogenannten „alternativen“ Medien). Der besondere Stellenwert von Symbolen zeigt sich auch am Beispiel der Maskenpflicht, die als Einzelmaßnahme die größten Kontroversen auslöste, obwohl sie im Vergleich zu anderen Maßnahmen weit weniger in individuelle Freiheiten eingriff.

Auch förderten unsere Analysen verschiedene Asymmetrien zutage. Ein überwältigender Teil der Bevölkerung unterstützte die Maßnahmen gegen Corona; die Minderheit der Gegner*innen schaffte es jedoch aus der Gegenöffentlichkeit heraus, sich erhebliches Gehör zu verschaffen. Gleichsam standen Unterstützer*innen den Maßnahmenскеptiker*innen insgesamt negativer gegenüber. Die asymmetrische Dimension kristallisiert sich beispielhaft in der Debatte um die Impfpflicht heraus, in der ein eindeutiges und lautes Nein einer Minderheit in Bevölkerung und Bundestag am Ende ein vielstimmiges Ja der Mehrheit übertönte.

Teil II: Eingehende Darstellung

Projekt

„RAPID-COVID:
Rezeption und Akzeptanz öffentlicher Informationen trotz Polarisierung:
Der Schlüssel zum Erfolg gegen COVID-19“

(Förderkennzeichen: 01KI20539)

Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker
Freie Universität Berlin



Zusammenfassung der Projektziele

Im Rahmen des Projekts RAPID-COVID wollten wir verschiedenen Forschungsfragen nachgehen, die sich aus der Perspektive von politikwissenschaftlicher Einstellungs- und Verhaltensforschung sowie kommunikationswissenschaftlicher Mediennutzungs- und Wirkungsforschung im Kontext der COVID-19-Pandemie ergaben. Konkret haben wir im Antrag die folgenden sechs Forschungsfragen formuliert:

1. Erhalten Bürger*innen die nötigen und korrekten Informationen zur COVID-19-Pandemie? Fühlen sie sich tatsächlich gut informiert?
2. Gibt es (normativ problematische) Unterschiede im Informationsstand zwischen verschiedenen Segmenten der Bevölkerung? Was kann man ggf. dagegen tun?
3. Wie verarbeiten Bürger*innen die Informationen, die sie erhalten? Gründlich? Heuristisch? Welche Merkmale des Senders, Empfängers, der Nachricht oder des Kontexts sind dabei entscheidend?
4. Wie weit verbreitet sind Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle bezüglich COVID-19 und der damit verbundenen Einschränkungen? Wie verändern sie sich über Zeit?
5. Was sind die Gründe für diese Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle?
6. Unter welchen Umständen führen sie dazu, dass Distanzierungs- und Hygienemaßnahmen nicht umgesetzt werden?

Die Formulierung dieser Fragen basierte auf einer Evaluation anderer, zum Zeitpunkt der Antragstellung verfügbarer sozialwissenschaftlicher Datenerhebungen zu COVID-19, wie bspw. dem SOEP-CoV-Modul oder dem COSMO-Panel. Zum Zeitpunkt der Antragstellung war diesen Erhebungen gemein, dass sie v.a. Präventionsverhalten, Risikowahrnehmungen, psychologische Dispositionen und soziodemografische Faktoren in den Fokus stellten. Einschlägige Konzepte aus der politikwissenschaftlichen Einstellungs- und Verhaltensforschung (etwa zu populistischen Einstellungen und Akteuren), aber auch die kommunikative Einbettung und Vernetzung spielen dort nur eine untergeordnete Rolle. Entsprechend wollten wir mit unserem Projekt ein umfassenderes Bild der Informationsaufnahme und -verarbeitung der Bevölkerung samt ihren Folgen zeichnen, besonders vor dem Hintergrund der sich bereits abzeichnenden Politisierung und Polarisierung der Debatte.

Um unsere Fragen zu beantworten, hatten wir eine mehrfache Online-Befragung eines identischen Personenkreises geplant. Diese Personen sollten aus einem existierenden Online Access Panel eines Meinungsforschungsinstituts rekrutiert werden. Die mehrfachen Erhebungen sollten die Dynamik der öffentlichen Meinungsbildung widerspiegeln, gerade auch mit Blick auf die Reaktionen der Bevölkerung auf unterschiedlich intensive pandemische Bedingungen. In den Fragebogen sollten ebenfalls experimentelle Module eingebaut werden, um kausale Wirkungsmechanismen mit Blick auf Informationskontexte rund um die pandemische Situation identifizieren zu können.

Die Ergebnisse des Projekts sollten auf wissenschaftlichen Fachveranstaltungen und in wissenschaftlichen Publikationen sichtbar gemacht werden. Ebenso wichtig war es, die Ergebnisse einer interessierten Öffentlichkeit sowie insbesondere verantwortlichen Personen in Medien und Politik zugänglich zu machen.

Meilensteine in der Durchführung des Projekts / Wichtigste Positionen des zahlenmäßigen Nachweises

Die Bewilligung des Projekts erreichte uns im Juli 2020. Angesichts eines ursprünglich anvisierten Projektstarts zum 1. Juli 2020 war damit ein zeitlicher Verzug von Beginn an unvermeidbar. Um gleichwohl unmittelbar nach Bewilligung arbeitsfähig zu werden, haben wir in einem ersten Schritt den bereits mit der FU Berlin bestehenden Vertrag von Herrn Dr. David Schieferdecker aufgestockt. Zudem haben wir zwei bereits an meiner Arbeitsstelle beschäftigte studentische Hilfskräfte aufgestockt. Den Einstellungsvorgang für die bewilligte PostDoc-Stelle, die bewilligten Hilfskraftstellen sowie den Vergabevorgang für das Umfrageprojekt haben wir unverzüglich auf den Weg gebracht.

Die PostDoc-Stelle wurde am 9. August 2020 im FU-Stellenanzeiger mit einer Bewerbungsfrist bis zum 31. August 2020 ausgeschrieben. Insgesamt gingen sieben Bewerbungen ein. Am 23. September 2020 wurde das Präsidium der Freien Universität gebeten, Philippe Joly für die ausgeschriebene Stelle einzustellen. Als Einstellungstermin konnte letztlich der 1. November 2020 realisiert werden. Auch die beiden Stellen studentischer Hilfskräfte konnten zum 1. November 2020 mit Teodora Bibu und Dennis Klinke besetzt werden.

Im Rahmen des Vergabeverfahrens für das Umfrageprojekt wurden drei Angebote eingeholt. Der Zuschlag für das wirtschaftlichste Angebot wurde am 5. November 2020 an das Meinungsforschungsinstitut YouGov erteilt. Die ursprüngliche Bestellung wurde später erweitert, einerseits um eine zusätzliche Zwischenwelle, andererseits um die Mehrkosten für eine größere Zahl an Teilnehmer*innen. Letzteres wurde möglich, da die ursprünglich ausgewählten Teilnehmer*innen eine erfreulich hohe Bereitschaft zeigten, auch über mehrere Wellen wiederholt befragt zu werden (siehe unten: Forschungsdesign).

Unser ursprünglicher Kostenplan sah Reisemittel für Konferenzreisen sowie Reisen zu Stakeholdern in Medien und Politik vor. Diese Reisen sollten die Präsentation der Projektergebnisse ermöglichen. Der Verlauf der Pandemie ließ eine Umsetzung der Reisepläne nicht zu. Viele Fachkonferenzen fanden 2021 und 2022 ausschließlich virtuell statt. Auch darüber hinaus war die Durchführung von *in situ* Workshops bei Stakeholdern bis in den frühen Sommer 2022 nicht umsetzbar. Im ursprünglichen Antrag waren bereits Mittel für die Wissenschaftskommunikation vorgesehen. Mit diesen Mitteln sollten kurze Videos produziert werden, in denen wir die Ergebnisse einer breiteren Öffentlichkeit und Stakeholdern vorstellen. In Anbetracht der Unmöglichkeit des Reisens haben wir eine Mittelumwidmung beantragt, um die Ergebnisse noch stärker über diese Videos zu ventilieren. Der im Volumen entsprechend erhöhte Auftrag zur Produktion dieser Videos wurde im September 2021 an das Center für Digitale Systeme (CeDiS) der Freien Universität Berlin vergeben.

Forschungsdesign und Fragenprogramm / Umsetzung der mehrwelligen Online-Befragung

Als Instrument zur Beantwortung der eingangs formulierten Fragen war ursprünglich eine dreiwellige Online-Befragung eines identischen Personenkreises vorgesehen, wobei die Befragungspersonen aus einem existierenden Online Access Panel eines

Meinungsforschungsinstituts rekrutiert werden sollten. Die mehrfachen Erhebungen sollten die Dynamik der öffentlichen Meinung widerspiegeln, aber auch die Reaktionen der Bevölkerung auf unterschiedlich intensive pandemische Bedingungen erfassen. In das Fragenprogramm sollten dabei auch modulare Survey-Experimente zugeschaltet werden, um kausale Wirkungsmechanismen über das Paneldesign hinaus noch präziser identifizieren und analysieren zu können.

Der ursprüngliche Auftrag an YouGov sah drei Wellen vor, die 2020 und 2021 in erwartbar unterschiedlich intensivem Infektionsgeschehen durchgeführt werden sollten. Die erste Welle sollte mindestens 3.000 Interviews umfassen. Die dritte Welle sollte nicht weniger als 1.300 Interviews umfassen. Als Interviewdauer waren laut Ausschreibung jeweils 20 Minuten vorgesehen. Parallel zu den geplanten Panelwellen 2 und 3 sollten sog. Kontrollquerschnitte mit jeweils 1.000 Interviews durchgeführt werden.

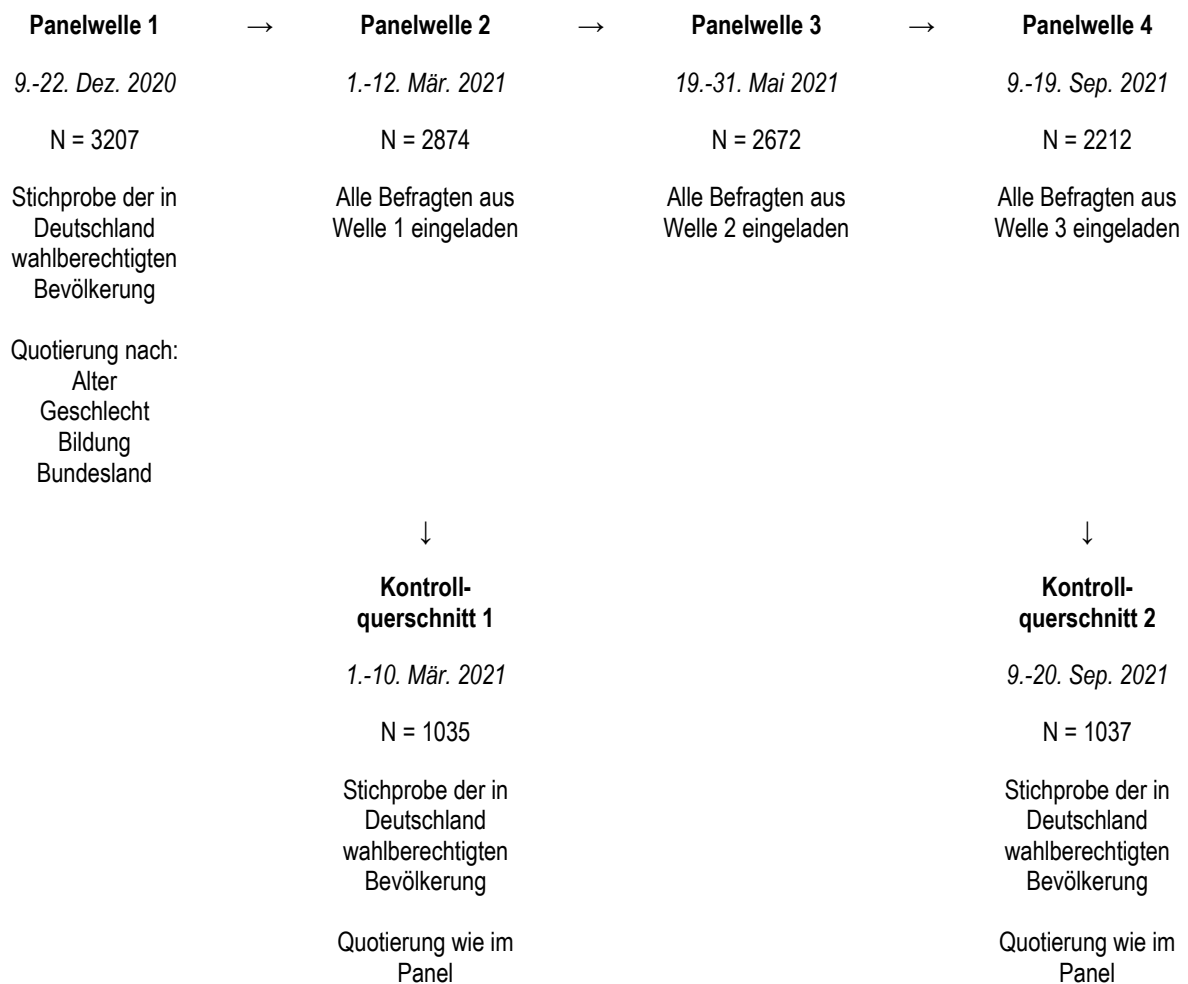
Alle Teilnehmer*innen wurden aus dem Online Access Panel des Meinungsforschungsinstituts YouGov rekrutiert. Für die Stichprobenziehung wurden Quoten für die Merkmale Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland definiert. Die Ausgangsstichprobe des Panels sollte die wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland repräsentativ abbilden. An der ersten Panelwelle im Dezember 2020 nahmen letztlich rund 3.200 Personen teil. An der zweiten Panelwelle im März 2021 nahmen noch knapp 2.900 Personen teil. Parallel zur zweiten Panelbefragungswelle haben wir eine zusätzliche Querschnittsbefragung mit einer neuen, vom Panel unabhängigen Stichprobe realisiert. Im Zuge dessen wurden weitere rund 1.000 Interviews durchgeführt. Die Motivation für diese Querschnittserhebung war es, zu prüfen, ob und inwiefern es selektive *Drop-outs* aus dem Kreis der ursprünglich befragten Personen gab, sowie ob und inwiefern es zu Konditionierungseffekten bei den verbliebenen Panelrespondent*innen durch die wiederholte Teilnahme gekommen ist. Unsere vergleichenden Analysen zeigen, dass beides letztlich nicht der Fall war.

Der Verlauf der Pandemie entwickelte sich in unserer Projektlaufzeit sehr dynamisch. So fand die zweite Welle – entgegen der ursprünglichen Planung – noch in einer angespannten pandemischen Lage statt. Zugleich beschleunigte sich die Impfkampagne merklich. Deshalb beschlossen wir, Projektmittel umzuwidmen und im Mai 2021 eine weitere Befragungswelle zu realisieren. An dieser Befragung nahmen rund 2.700 Personen teil. Diese zusätzliche Messung erlaubte es uns, die Entwicklungen über die Zeit hinweg kleinteiliger nachzuvollziehen. Als Folge der zusätzlichen Welle haben wir unsere letzte Befragung erst im September 2021 durchgeführt. Dies hatte den Vorteil, dass wir die öffentliche Meinung rund um die Bundestagswahl abbilden konnten. An der letzten Welle im September 2021 nahmen rund 2.200 Personen teil. Parallel zu dieser letzten Welle wurde ein neuerlicher Kontrollquerschnitt realisiert, an dem erneut rund 1.000 neue Befragten teilnahmen.

Die Einladungen bei Panelbefragungen folgen einer sequentiellen Logik: Teilnehmer*innen aus der ersten Welle wurden für die zweite Welle erneut eingeladen, Teilnehmer*innen aus der zweiten Welle für die dritte, etc. Dass von den ursprünglich 3.207 Teilnehmer*innen der ersten Welle noch 2.212 an der vierten und letzten Welle teilnahmen, entspricht somit einer Rate von 69% erfolgreicher Wiederbefragungen, was für eine vierwellige Erhebung bemerkenswert hoch

ist. Nicht minder erfreulich ist der Umstand, dass sich die Zusammensetzung und Struktur des befragten Personenkreises im Zeitverlauf kaum verändert hat. Insgesamt sind wir mit Blick auf die Qualität der erhobenen Daten sehr zuversichtlich, dass unsere Ergebnisse über alle Panelwellen hinweg ein repräsentatives Bild der wahlberechtigten Bevölkerung in Deutschland zeichnen. Die Beantwortung der Fragebögen für die erste, zweite und vierte Panelwelle sowie für die beiden Querschnitte dauerte im Mittel jeweils rund 20 Minuten. Die Beantwortung des Fragebogens für die kürzere, dritte Panelwelle dauerte etwa 10 Minuten. Abbildung 1 zeigt unser Forschungsdesign noch einmal im Überblick.

Abbildung 1: Forschungsdesign des Projekts RAPID-COVID



Im Rahmen der sechs Erhebungen (vier Panelwellen, zwei Querschnitte) wurden insgesamt rund 400 Variablen erhoben. Darunter waren offene und geschlossene Fragen sowie verschiedene Umfrageexperimente. Die geschlossenen Fragen bezogen sich auf sehr verschiedene Themenkomplexe; zentrale Aspekte waren:

- Nutzung von klassischen Medienangeboten, sozialen Medien und Regierungskommunikation
- Einstellungen zu Medienberichterstattung und Regierungskommunikation
- Häufigkeit interpersonaler Kommunikation im Allgemeinen und mit Blick auf die Pandemie
- Wissen über die Pandemie und die Maßnahmen der Regierung
- Exposition gegenüber Desinformation und Verschwörungsmäthen und der Glaube dieser
- Unterstützung der Eindämmungsmaßnahmen und Zufriedenheit mit dem Pandemiemanagement
- Persönliches Einhalten der Maßnahmen
- Impfbereitschaft und Einstellungen zur Impfung
- Affektive Polarisierung auf verschiedenen Dimensionen
- Politische Einstellungen, insbesondere, Links-Rechts-Orientierung, politische Selbstwirksamkeit, politisches Interesse, Institutionenvertrauen und Populismus
- Politisches Verhalten, insbesondere Wahlentscheidung sowie Formen konventioneller und unkonventioneller Partizipation
- Persönliche Situation im Zusammenhang mit der Pandemie, einschließlich Angst vor Ansteckung und tatsächliche Infektion, Impfung, wirtschaftliche Not und relative Deprivation
- Persönlichkeitsmerkmale, die relevant für die Verarbeitung von Informationen sind (z.B. need for cognition)
- Soziodemografische Daten, einschließlich Familiensituation und Beruf

In den offenen Fragen wurden die Befragten u.a. gebeten, ihre Wünsche bezüglich der Medienberichterstattung während der Pandemie zu äußern und die Gründe für die Nichtnutzung der Corona-Warn-App zu beschreiben.

Schließlich wurden sechs Umfrageexperimente durchgeführt. Diese deckten die folgenden Themen ab:

- Affektive Polarisierung während der Pandemie und ihre Auswirkungen auf die Wahrnehmung sozialer Distanz (Panelwelle 1)
- Wahrnehmung von Konflikten zwischen der Bundesregierung und den Landesregierungen (Panelwelle 1)
- Reaktionen auf wahrgenommene Nichteinhaltung von Eindämmungsmaßnahmen (Panelwelle 2)
- Die Effekte von Lesedauer und Framing auf die Wahrnehmung von kurzen Nachrichten über die Entwicklung der Pandemie (Panelwelle 2)
- Die Auswirkungen der Darstellung zyklischer Variation bei Neuinfektionen auf die Wahrnehmung von Infektionstrends (Querschnitt 1)
- Die Auswirkungen der Präsenz von radikalen Gruppen bei Protesten gegen Eindämmungsmaßnahmen auf die Einstellung zu den Demonstrierenden und ihren Forderungen (Querschnitt 2)

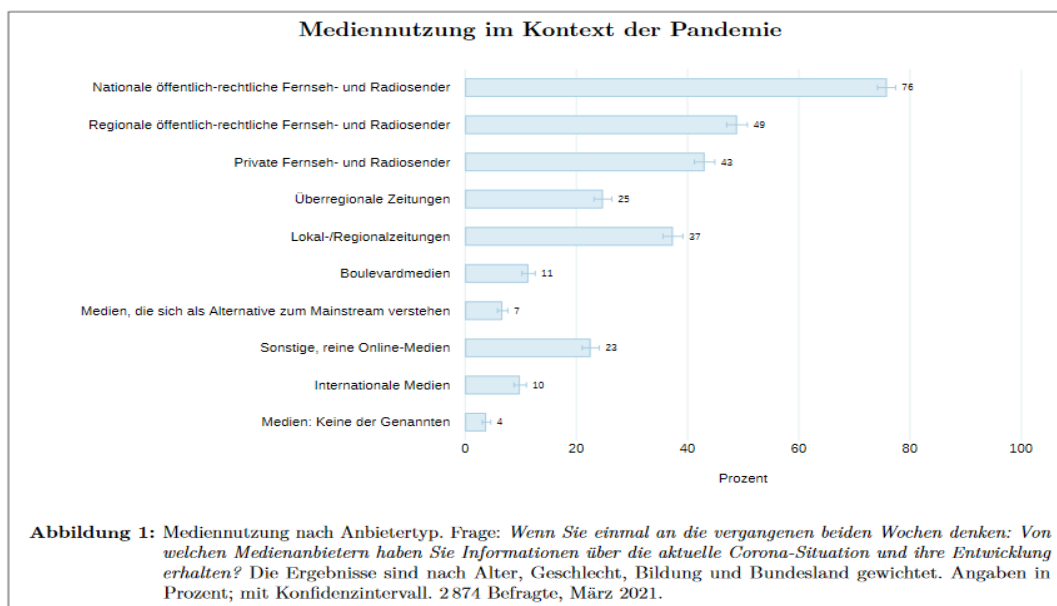
Erzielte Ergebnisse

Im Folgenden möchten wir einen Überblick über unsere Projektergebnisse präsentieren. Eine vollständige Liste unserer Vorträge, Publikationen und Videos findet sich am Ende dieses zweiten Berichtsteils. Wir möchten die Kernergebnisse entlang der oben formulierten Leitfragen darlegen.

1. Erhalten Bürger*innen die nötigen und korrekten Informationen zur COVID-19-Pandemie? Fühlen sie sich tatsächlich gut informiert?

In verschiedenen Publikationen und Videos haben wir uns dem Informationsstand der Bürger*innen und seinen möglichen Determinanten gewidmet. Hierbei haben wir uns insbesondere auf verschiedene Formen der Mediennutzung und die Bewertung des Medienangebots konzentriert. In unserem Policy Brief „Mediennutzung in der Pandemie: Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen?“ gehen wir auf die Muster der Mediennutzung in der Pandemie ein. In diesem Beitrag zeigen wir, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Bevölkerung eine herausgehobene Stellung als Informationsquelle hat(te) (siehe Abbildung 2). Die im öffentlichen Diskurs viel diskutierten sogenannten „alternativen Medien“ spielten in der Breite der Bevölkerung hingegen eher eine randständige Rolle.

Abbildung 2: Überblick über Mediennutzung zu Informationszwecken

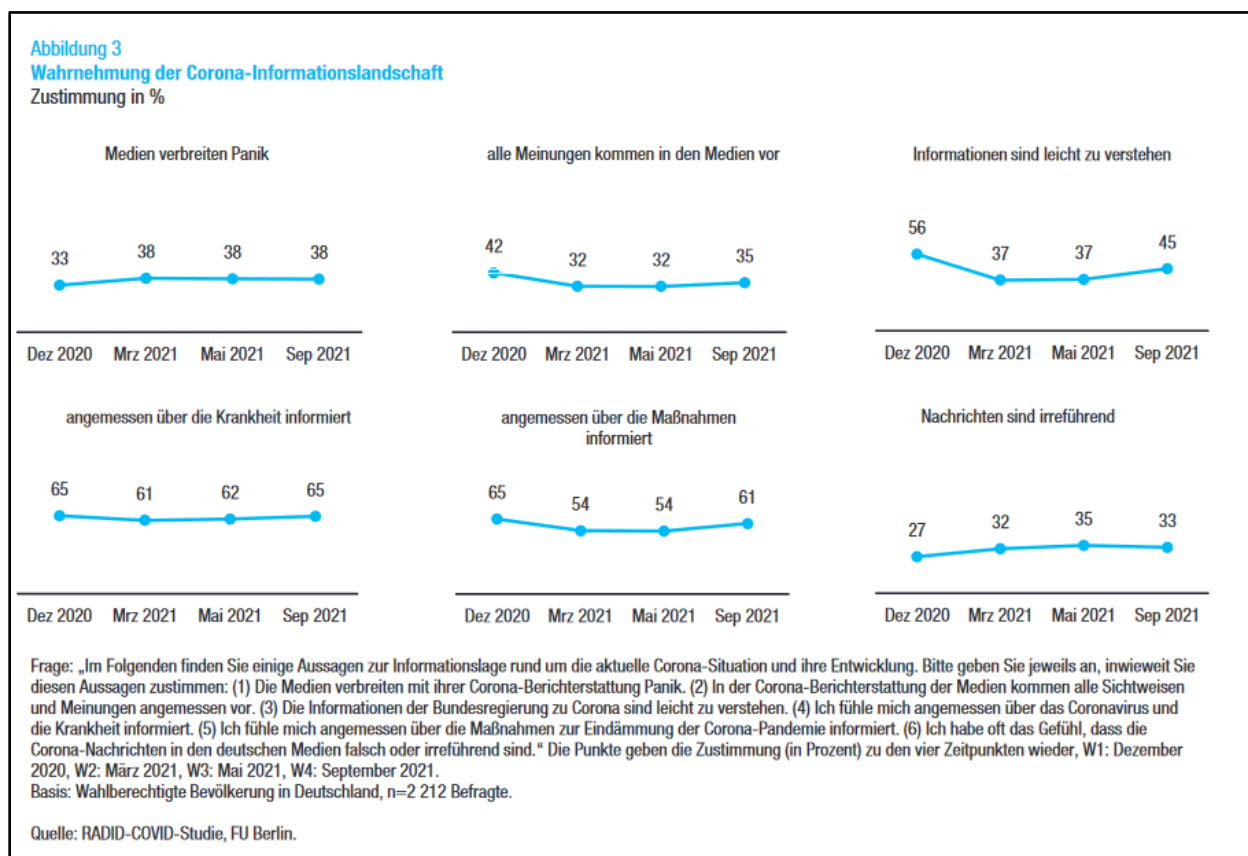


Quelle: RAPID-COVID. (2021). Mediennutzung in der Pandemie: Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen? *RAPID-COVID Policy Brief 4/2021*, Juni 2021.

In unserem Beitrag in der Fachzeitschrift *Media Perspektiven* haben wir darauf aufbauend die subjektive Bewertung der Corona-Informationslandschaft analysiert, auch im Zeitverlauf. Aus Abbildung 3 wird ersichtlich, dass die Berichterstattung alles in allem mehrheitlich positiv bewertet wird. Ein Großteil der Menschen in Deutschland fühlte sich angemessen über die Krankheit wie

auch die Maßnahmen informiert. Sie nahmen die Nachrichten nicht als irreführend wahr und fanden nicht, dass Medien Panik verbreiten.

Abbildung 3: Überblick über die Zufriedenheit mit der Informationslandschaft



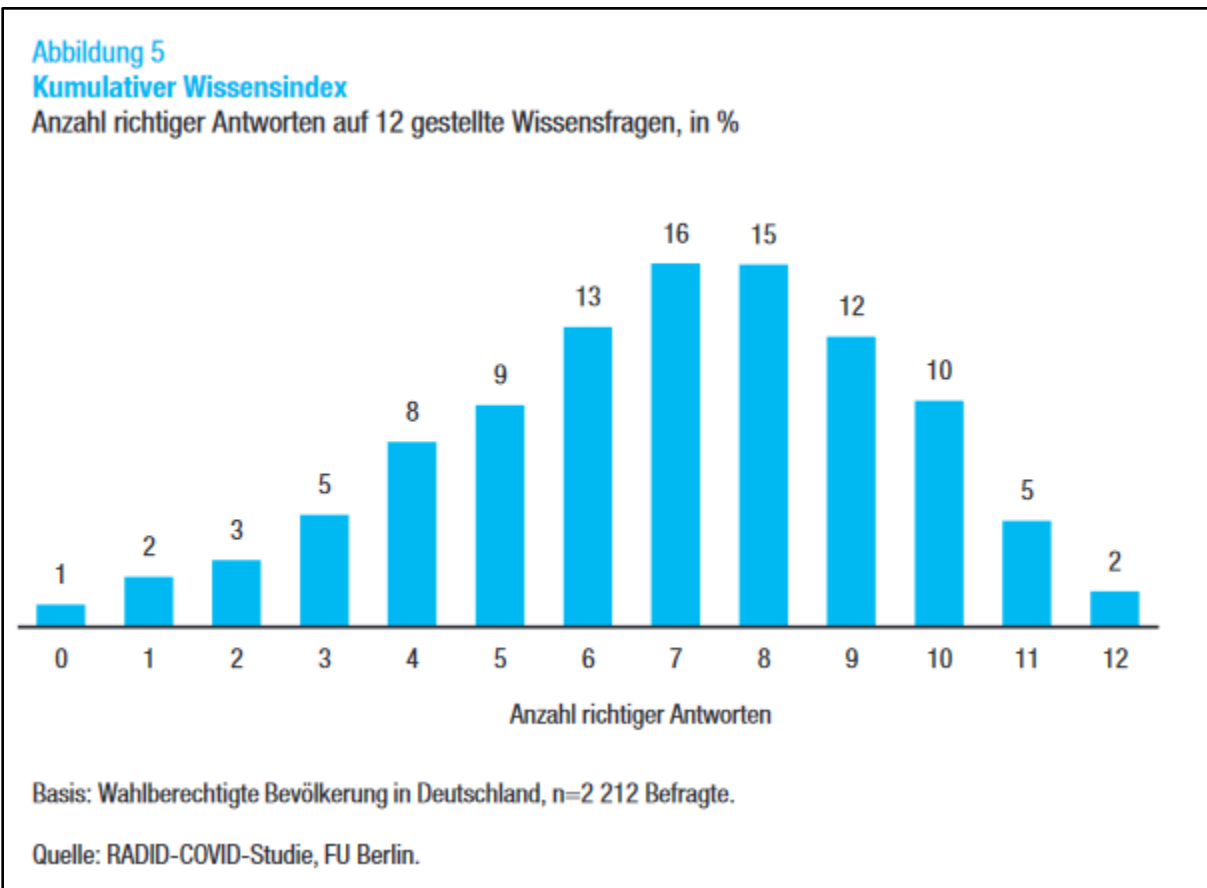
Quelle: Faas, T., Bibu, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Nutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft im zweiten Jahr der Pandemie: Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung. *Media Perspektiven*, 1/2022, 38–48.

Gleichwohl zeigen sich auch verschiedene kritische Aspekte. Erstens sind selbst bei diesen mehrheitlich positiv bewerteten Aspekten substantielle Anteile der Befragten anderer Meinung und zeigen deutliche Unzufriedenheit. Zweitens gibt es Aspekte an der Berichterstattung rund um die Pandemie, die mehrheitlich kritisch gesehen werden. Dies betrifft etwa die Verständlichkeit der Informationen oder die Vielfältigkeit der Medienberichterstattung. Drittens zeigen einige Indikatoren rückläufige Tendenzen im Zeitverlauf. Obwohl davon auszugehen ist, dass sich Medienunternehmen im Zeitverlauf kritisch mit ihrer eigenen Berichterstattung auseinandergesetzt haben, haben sich die Einstellungen nicht verbessert. Weitergehende Analysen in diesem Beitrag zeigen auch, dass die Wahrnehmung der Medienlandschaft eng mit den Nutzungsmustern verbunden ist. Gerade Nutzer*innen sogenannter „alternativer Medien“ haben ein sehr kritisches Bild der (klassischen) Medienlandschaft.

Im besagten Artikel beschreiben wir außerdem den Wissensstand rund um das Sars-CoV-2-Virus und daraus abgeleitete Aspekte in der Bevölkerung. Über die verschiedenen Wellen unseres Projekts hinweg haben wir insgesamt zwölf Wissensfragen gestellt, die wir in unserem Beitrag für

Media Perspektiven zu einem kumulativen Wissensindex verdichten. Abbildung 4 zeigt dessen Verteilung. Erkennbar wird, dass in der Bevölkerung sehr unterschiedliche Wissensstände rund um die Pandemie messbar sind. Im Mittel können unsere Befragten sieben von zwölf Wissensfragen richtig beantworten – allerdings bei erkennbar hoher Varianz rund um diesen Mittelwert: Manche wissen sehr viel, andere sehr wenig.

Abbildung 4: Kumulierter Wissensindex

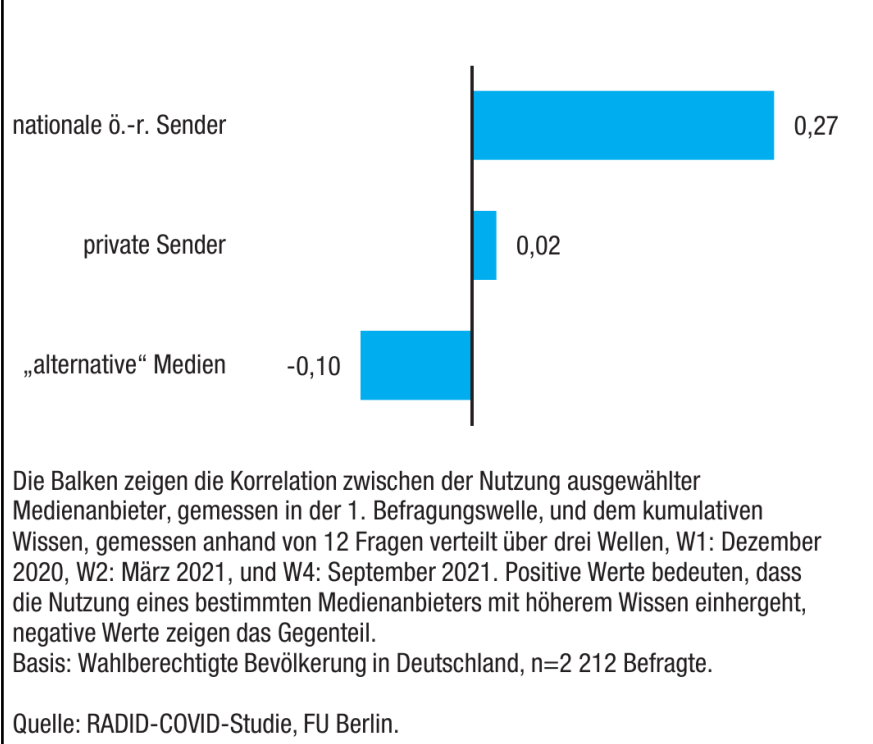


Quelle: Faas, T., Bibu, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Nutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft im zweiten Jahr der Pandemie: Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung. *Media Perspektiven*, 1/2022, 38–48.

Weitergehende Analysen zeigen, dass gerade die Nutzung nationaler öffentlich-rechtlicher Medien in einem positiven Zusammenhang mit dem Wissensstand steht (siehe Abbildung 5). In unserem Video „Wissen zur Pandemie – und wie es mit der Mediennutzung zusammenhängt“ zeigen wir darüber hinaus, dass die Nutzung sozialer Medien nicht mit dem Pandemiewissen zusammenhängt.

Abbildung 5: Korrelation zwischen Mediennutzung und Wissen

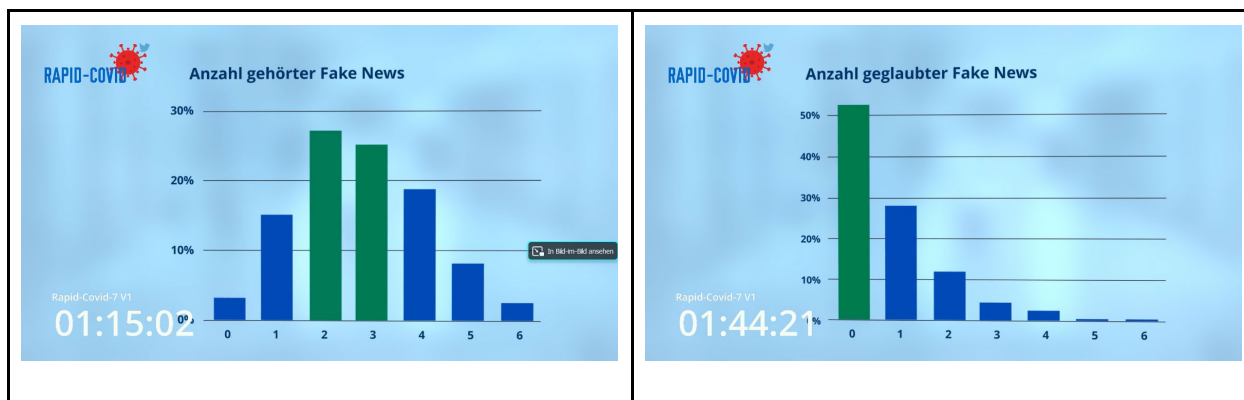
Abbildung 6
Korrelationen zwischen der Mediennutzung ausgewählter Anbietertypen
in der ersten Welle und dem kumulativen Wissensindex



Quelle: Faas, T., Bibu, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Nutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft im zweiten Jahr der Pandemie: Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung. *Media Perspektiven*, 1/2022, 38–48.

In unserem Video „Fake News und Corona“ nähern wir uns dem gleichen Thema aus der gegensätzlichen Perspektive: Sind die Menschen mit Desinformation, sogenannten „Fake News“, in Kontakt gekommen, und glauben sie diese? Neben den zwölf Wissensfragen haben wir auch sechs falsche und irreführende „Fake News“ über die verschiedenen Wellen unserer Befragung hinweg platziert. Die Ergebnisse (siehe Abbildung 6) zeigen, dass die Menschen durchaus mit solchen irreführenden Nachrichten in Kontakt gekommen sind. Die Mehrheit von ihnen hat aber keine einzige davon geglaubt. Hierbei zeigten sich erneut Unterschiede je nach Mediennutzung – Nutzer*innen sogenannter „alternativer Medien“ glaubten diese Informationen eher.

Abbildung 6: Exposition und Glauben von Desinformation



Quelle: Video „Fake News‘ und Corona“, Screenshots

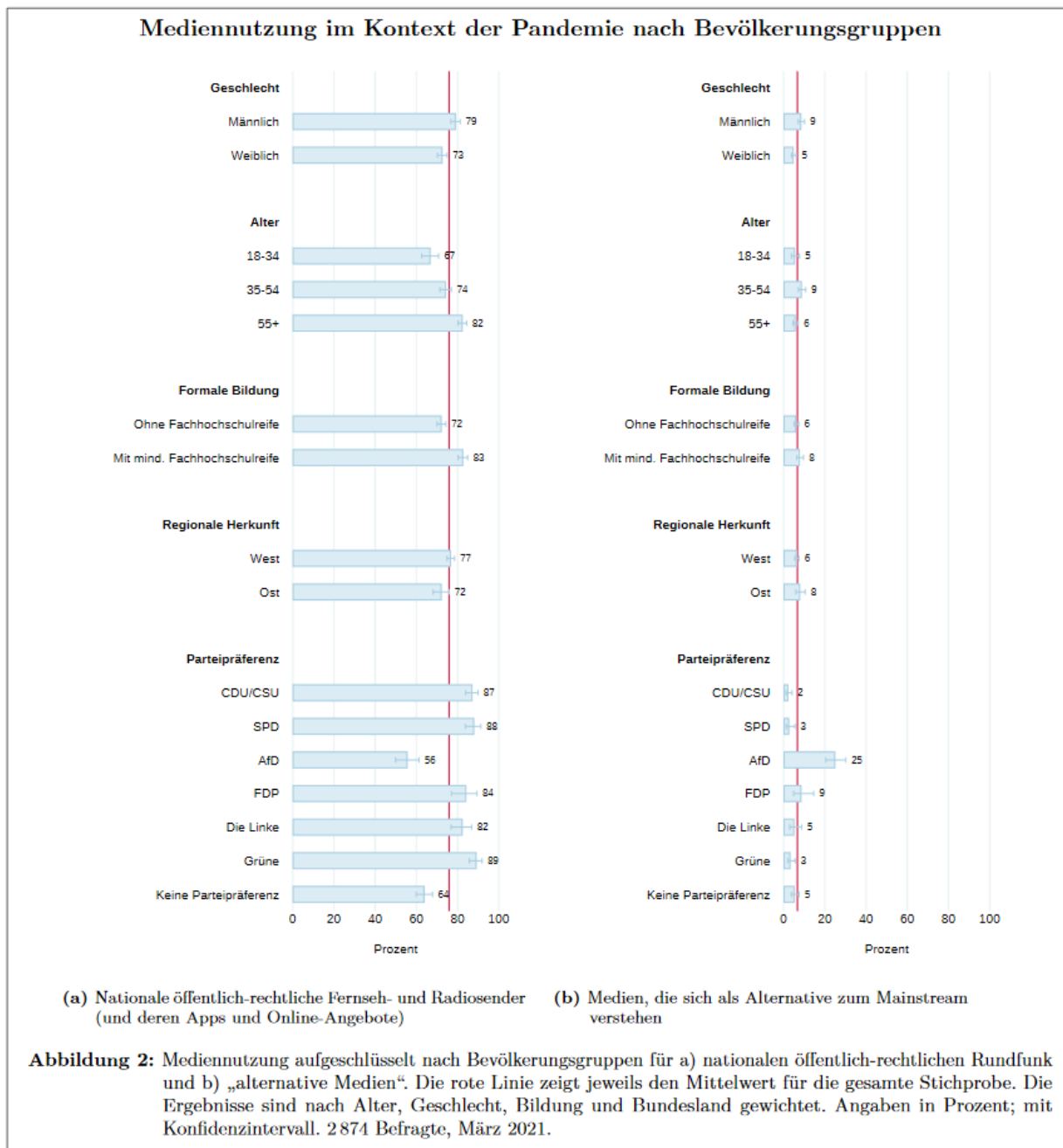
2. Gibt es (normativ problematische) Unterschiede im Informationsstand zwischen verschiedenen Segmenten der Bevölkerung? Was kann man ggf. dagegen tun?

Bei all unseren Analysen haben wir als Querschnittsthema Unterschiede zwischen Gruppen zu einzelnen Zeitpunkten, aber auch im Zeitverlauf betrachtet. Wir haben verschiedene Subgruppen betrachtet: klassische soziodemografische Bevölkerungssegmente (Alter, Geschlecht, Bildung, Region), Gruppen unterschiedlicher Betroffenheit (bspw. Zugehörigkeit zu Risikogruppen) sowie Personengruppen mit verschiedenen ideologischen/parteipolitischen Prädispositionen sowie Formen der Mediennutzung.

Exemplarisch wird diese Analyselogik in Abbildung 7 deutlich, die sich Mustern der Mediennutzung in verschiedenen gesellschaftlichen Subgruppen widmet. Wir beobachten gewisse Unterschiede zwischen soziodemografischen Gruppen (hier bspw. nach Alter oder dem Grad formaler Bildung). Die Unterschiede entlang ideologischer/parteipolitischer Verortung fallen aber sehr viel stärker aus. Dieses Muster ist einerseits bemerkenswert, weil die Mediennutzung wiederum mit dem Wissen und anderen Variablen zusammenhängt. Andererseits ist es bemerkenswert, da sich dieses Muster so viele weitere Dimensionen des Erlebens der Pandemie zeigt.

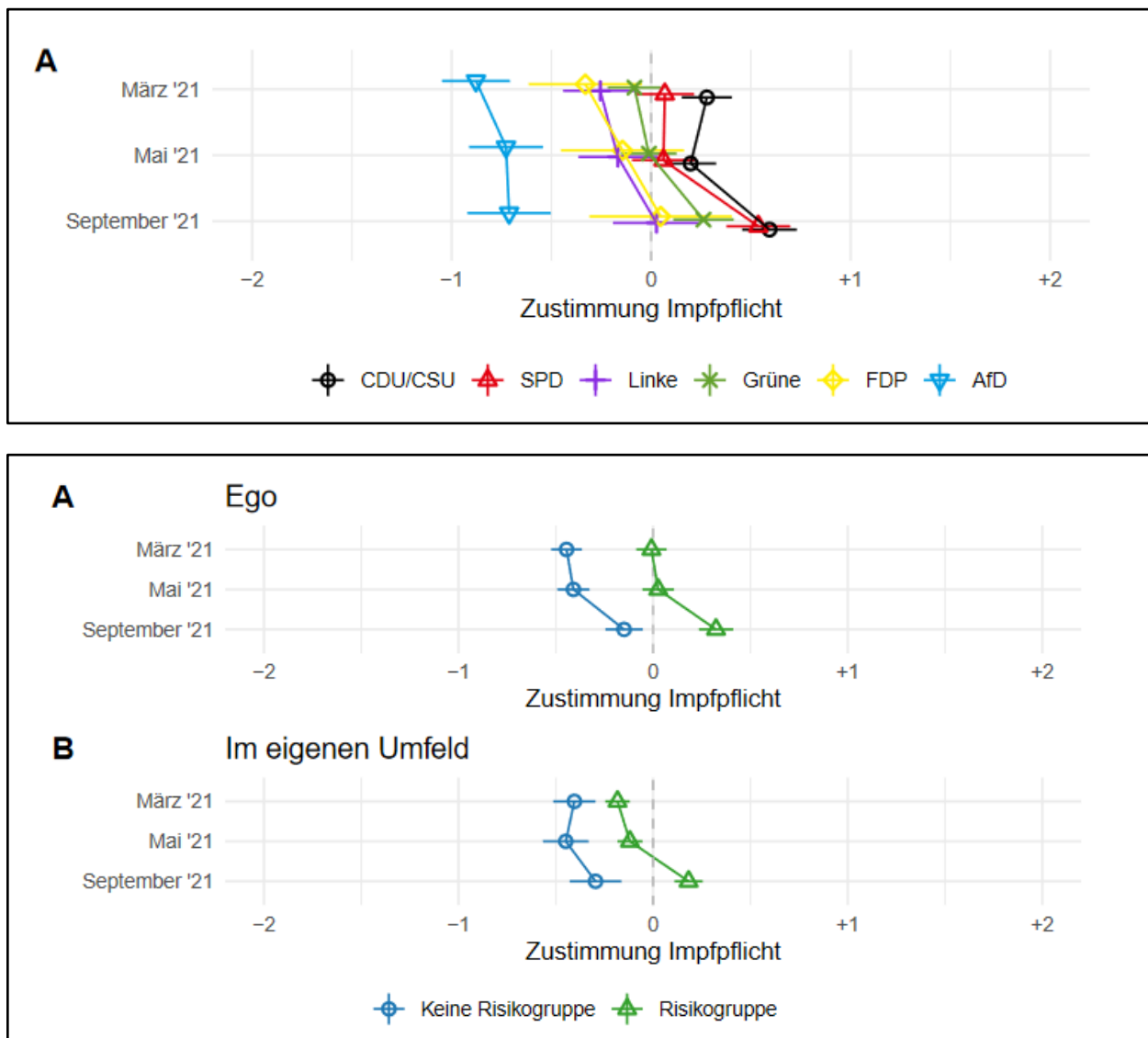
Für das Erleben der Pandemie waren ideologische und kommunikative Faktoren insgesamt also einflussreicher als die Zugehörigkeit zu bestimmten sozialstrukturellen Gruppen. In unserer Analyse zum Thema Impfpflicht im Policy Brief „Sag, wie hältst Du’s mit der Impfpflicht?“ sind wir dabei noch einen Schritt weitergegangen und konnten zeigen, dass sich selbst die eigene Betroffenheit – etwa als Mitglied einer Risikogruppe – weniger stark auf die Unterstützung auswirkt als die Parteipräferenz. Dabei fiel erneut vor allem der Unterschied zwischen Anhänger*innen der AfD auf der einen Seite und den Anhänger*innen anderer Parteien auf der anderen Seite besonders groß aus (Abbildung 8).

Abbildung 7: Mediennutzung in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen



Quelle: RAPID-COVID. (2021). Mediennutzung in der Pandemie: Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen? RAPID-COVID Policy Brief 4/2021, Juni 2021.

Abbildung 8: Zustimmung zur Impfpflicht



Quelle: Richter, S., Faas, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Sag, wie hältst Du's mit der Impfpflicht? Einstellungen der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht. *RAPID-COVID Policy Brief 1/2022*, April 2022.

Der Frage, wie man dieser Politisierung begegnen könnte, haben wir uns in einem Essay im Band „Follow the Science – aber wohin?“ sowie in unseren Videos wiederholt gewidmet. Dabei zeigen wir auf, dass man aus der Corona-Pandemie für zukünftige Krisen lernen kann, dass eine klare, verständliche Vermittlung von Hintergrundwissen über viele Kanäle hinweg essentiell ist. Oder wie wir es in besagtem Essay (Faas/Krewel 2022) formuliert haben:

„Es wäre unrealistisch, vielleicht auch gar nicht wünschenswert, dass alle Menschen alles rund um die Pandemie wüssten. Es geht auch nicht darum, mit dem Finger auf jene zu zeigen, die ein geringes Wissen über die Pandemie an den Tag legen. ... Man sollte sich keine Illusionen machen, was das Level an Interesse und Wissen in der Bevölkerung angeht – und das ist einer modernen,

hochgradig komplexen und arbeitsteilig organisierten Gesellschaft auch gut so. Und doch heißt Demokratie eben auch immer: Es braucht breite Unterstützung, es braucht Akzeptanz, ansonsten droht jederzeit Protest und Konflikt. Was lernen wir nun aus alledem, gerade auch über den Tag hinaus? Die Pandemie hat uns innerhalb eines sehr kleinen, dichten Zeitraums von zwei Jahren vorgeführt, wie herausfordernd es sein kann, wenn Wissenschaft, Politik, Medien und Öffentlichkeit sich auf weitreichende, einschneidende Maßnahmen unter dem (Ein-)Druck einer existentiellen Krise verständigen und verabreden müssen. In dieser Verdichtung war dies ohne Zweifel außergewöhnlich – aber die Grundlogik finden wir so auch an anderen Stellen wieder, etwa beim Klimawandel. Auch hier stehen existentielle Fragen auf der Agenda, auch hier fordert die Wissenschaft einschneidende Maßnahmen, auch hier muss Politik gleichwohl abwägen und auch hier fällt die Unterstützung der Maßnahmen nicht unisono hoch aus. Skepsis ist da und sie lässt sich noch dazu von populistischen oder extremistischen Kreisen vereinnahmen. Die Situation mag sich im Vergleich zur Corona-Pandemie eher wie in Zeitlupe entfalten, in ihrer Struktur ist sie erschreckend ähnlich.”

3. Wie verarbeiten Bürger*innen die Informationen, die sie erhalten? Gründlich? Heuristisch? Welche Merkmale des Senders, Empfängers, der Nachricht oder des Kontexts sind dabei entscheidend?

Dem Aspekt der Informationsverarbeitung in der Pandemie haben wir uns vor allem auf survey-experimentellem Weg gewidmet. Dabei haben wir primär die mediale Repräsentation von pandemiebezogenen Informationen in den Blick genommen. Unser Ziel war es, Reaktionen der Befragten auf unterschiedliche Meldungen zu erfassen und zu analysieren. In einem Experiment haben wir etwa geprüft, wie Befragte auf der Basis von Informationen aus einer Kurznachricht die künftige Entwicklung von Fallzahlen einschätzen. Hierzu haben wir experimentell variiert, ob Experten die Entwicklung einordnen und wieviel Verarbeitungskapazitäten die Befragten der Nachricht schenken können (manipuliert über die vorgegebene Lesedauer). Abbildung 9 zeigt zwei der eingesetzten Versionen, mit und ohne einordnendem Experten-Framing.

Die vorläufigen Analysen dieses Experiments zeigen, dass Rezipienten den Trend im Infektionsgeschehen besser erkennen, wenn Experten (hier das RKI) ihn einordnen. Dies galt unabhängig davon, ob die Befragten selbst viel oder wenig Zeit zum Lesen der Nachricht hatten. Dies verdeutlicht einerseits die Wichtigkeit, komplexe Informationen zu vereinfachen. Andererseits zeigt es den potenziellen Einfluss von Interpretationen durch Expert*innen.

Der Frage nach der angemessenen Komplexität in Berichten zum Infektionsgeschehen haben wir uns auch in einem anderen Experiment gewidmet. Aufgrund der Meldepraxis von Neuinfektionen zeigen die in deutschen Medien berichteten Trends innerhalb einzelner Wochen zyklische Schwankungen. So sind bspw. an Sonntagen stets geringere Zahlen gemeldet worden als an anderen Tagen, da es in den Gesundheitsämtern an Wochenenden stets zu Verzügen bei den Meldungen von Fallzahlen gekommen ist.

Abbildung 9: Variationen von Kurznachrichten und ihr Folgen: Experimentelle Stimuli

 <p>Meldung von Heute um 07:22 Uhr</p> <p>RKI meldet: Fast 15.000 Neuinfektionen</p> <p>Bundesweit wurden binnen 24 Stunden 14.964 Corona-Neuinfektionen gemeldet. Die 7-Tage-Inzidenz liegt derzeit bei 93,6 Fällen pro 100.000 Einwohner, der 7-Tage-R-Wert bei 1,17. Vor einer Woche betrug die Zahl der Neuinfektionen 7.595.</p>	 <p>Meldung von Heute um 07:22 Uhr</p> <p>RKI alarmiert: Neuinfektionen steigen auf fast 15.000</p> <p>Bundesweit wurden binnen 24 Stunden 14.964 Corona-Neuinfektionen gemeldet. Die 7-Tage-Inzidenz liegt derzeit bei 93,6 Fällen pro 100.000 Einwohner, der 7-Tage-R-Wert bei 1,17. Vor einer Woche betrug die Zahl der Neuinfektionen 7.595. Diese Zahlen zeigen eine alarmierende Beschleunigung der Virus-Übertragungen in der Bevölkerung in Deutschland.</p>
---	---

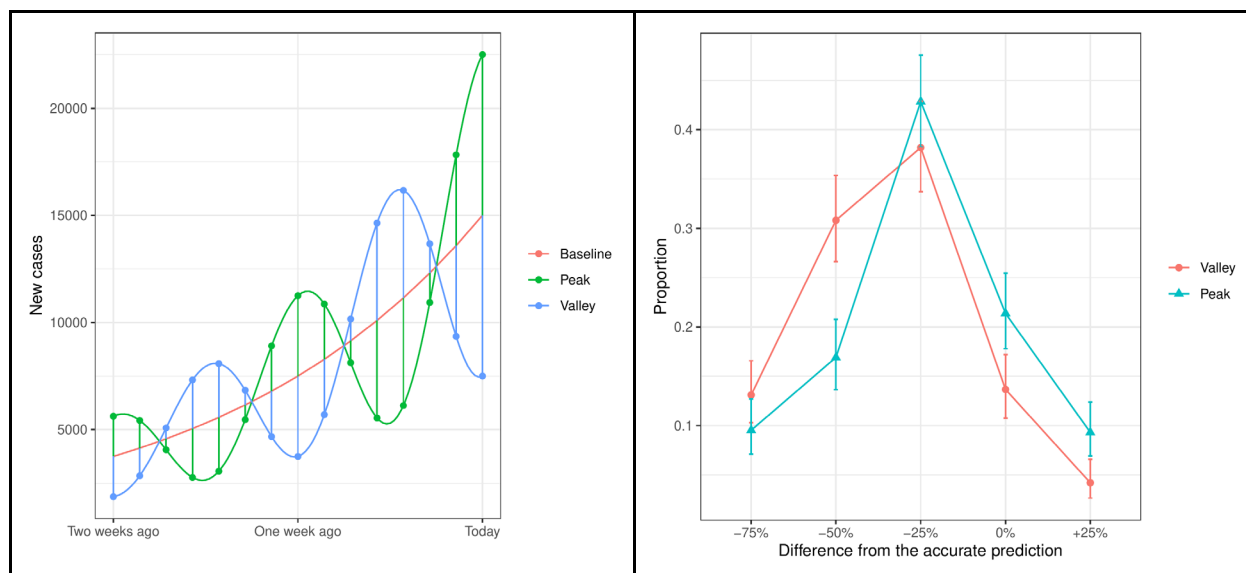
Quelle: Experiment über die Effekte von Lesedauer und Framing auf die Wahrnehmung von kurzen Nachrichten über die Entwicklung der Pandemie (Panelwelle 2).

Abbildung 10 zeigt die Grundlogik und das Ergebnis dieses Experiments. Auf der linken Seite der Abbildung sehen wir zwei identische Trends im Infektionsgeschehen (rote Linie). Diese zugrunde liegenden Trends können einmal als zyklische Schwankung präsentiert werden, die am Ende, dem heutigen Tag („today“), auf einen Hochpunkt („peak“) oder aber an einem Tiefpunkt („valley“) steht. Erkennen die Menschen den (identischen) zugrunde liegenden Trend? Welche Fallzahlen erwarten sie in den nächsten Tagen und Wochen – je nach Lage des Endpunkts? Und führen solche Muster sogar zu einer Änderung der Unterstützung von Eindämmungsmaßnahmen?

Der rechte Teil der Abbildung zeigt ein ausgewähltes Ergebnis. Abgetragen sind dort die prozentualen Abweichungen zwischen den von den Befragten erwarteten Fallzahlen in der Zukunft im Vergleich zu den Fallzahlen, die sich de facto aus dem abgebildeten Trend ergeben. Es zeigt sich, erstens, dass nur eine Minderheit der Menschen in der Lage ist, die Zahlen korrekt vorherzusagen. Die überwiegende Mehrheit der Menschen unterschätzt die Entwicklung und erkennt den exponentiell wachsenden Trend nicht korrekt. Der aus der Literatur bekannte exponential-growth-bias findet sich also auch mit Bezug auf die Infektionszahlen in der Pandemie.

Darüber hinaus zeigt sich, dass der jeweilige Endpunkt der zyklischen Schwankung ebenfalls einen Einfluss hat. In der „Valley“-Bedingung, in der die abgetragene Linie auf einem Tiefpunkt endet, fallen die Unterschätzungen der tatsächlich zu erwartenden Fallzahlen noch gravierender aus als in der „Peak“-Bedingung.

Abbildung 10: Die (Effekte der) Darstellung zyklischer Variation der Infektionszahlen



Quelle: Joly, P., Faas, T., & Schieferdecker, D. (2022). Cyclic Variation Bias: Misperceiving Infection Trends During the COVID-19 Pandemic.

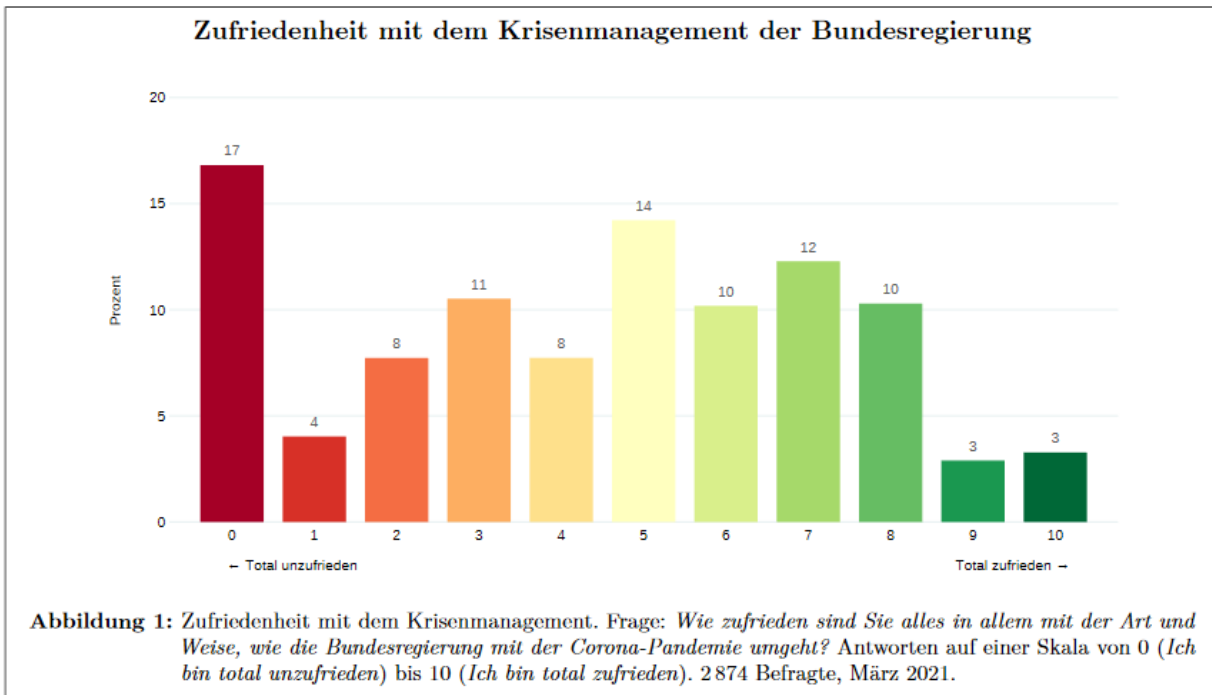
Mit anderen Worten: Wenn an einem Montag die Fallzahlen geringer waren als am Freitag, generalisieren die Befragten diesen kurzzeitigen Abfall zu einem längerfristigen Trend. Im zur Einreichung vorbereiteten Manuskript „Cyclic Variation Bias: Misperceiving Infection Trends During the COVID-19 Pandemic“ schlussfolgern wir:

„When observing an exponential growth on which a regular oscillation has been superimposed, people attach a disproportionate importance to the last phase of the oscillation instead of focusing on the underlying trend. This pattern appears to have consequences for the perception of the evolution of the COVID-19 pandemic. In our experiment, participants who were presented a graph of daily COVID-19 cases ending on a local peak, as opposed to a local valley, 1) believed that the number of infections was increasing faster, 2) predicted a higher number of infections a week later, and 3) were more supportive of a tightening of containment measures. These findings revealed the existence of what we called a cyclic variation bias.“

4. Wie weit verbreitet sind Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle bezüglich COVID-19 und der damit verbundenen Einschränkungen? Wie verändern sie sich über Zeit?

In weiteren Analysen haben wir uns den Fragen nach den sozialen und politischen Folgen von Corona-Erfahrungen gewidmet. Im ersten Schritt analysierten wir, wie zufrieden die Bürger*innen mit dem (Corona-)Krisenmanagement der Bundesregierung gewesen sind. Dieser Frage widmeten wir uns schon früh und ausführlich in unserem zweiten Policy-Brief. Abbildung 11 zeigt eine weit verbreitete *Unzufriedenheit* diesbezüglich.

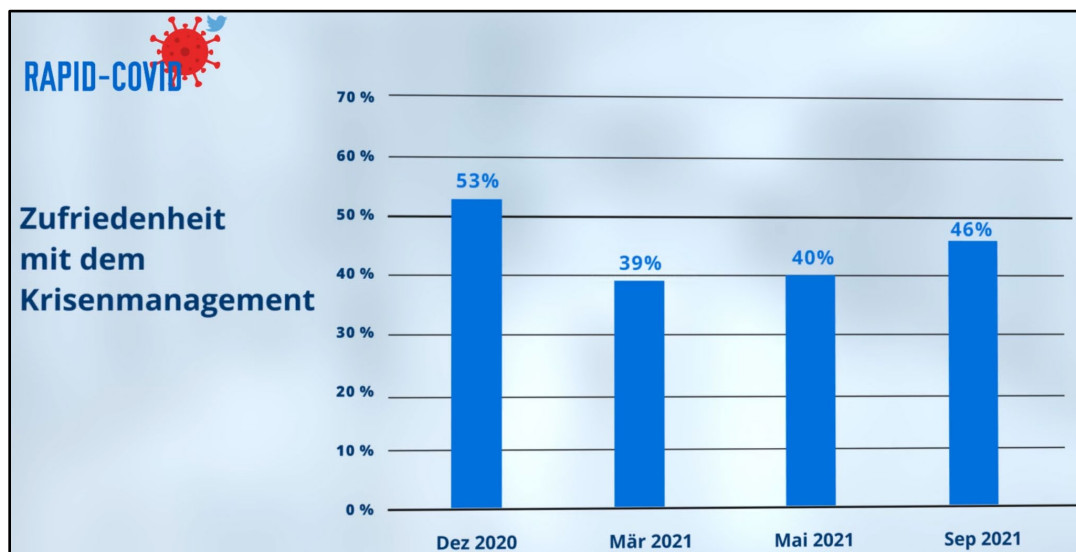
Abbildung 11: Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement



Quelle: RAPID-COVID. (2021). Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise? Hintergründe und zeitliche Entwicklung der Wahrnehmung des Krisenmanagements. *RAPID-COVID Policy Brief 2/2021*, Mai 2021.

Im darauf aufbauenden Video „Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise?“ haben wir die zeitliche Entwicklung betrachtet. Wir sehen, dass die Zufriedenheit im Jahr 2020 auf höherem Niveau gestartet war, aber im Jahr 2021 deutlich zurückgegangen ist. Erst im September 2021 erhöhte sie sich wieder etwas (siehe Abbildung 12).

Abbildung 12: Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement im Verlauf der Pandemie

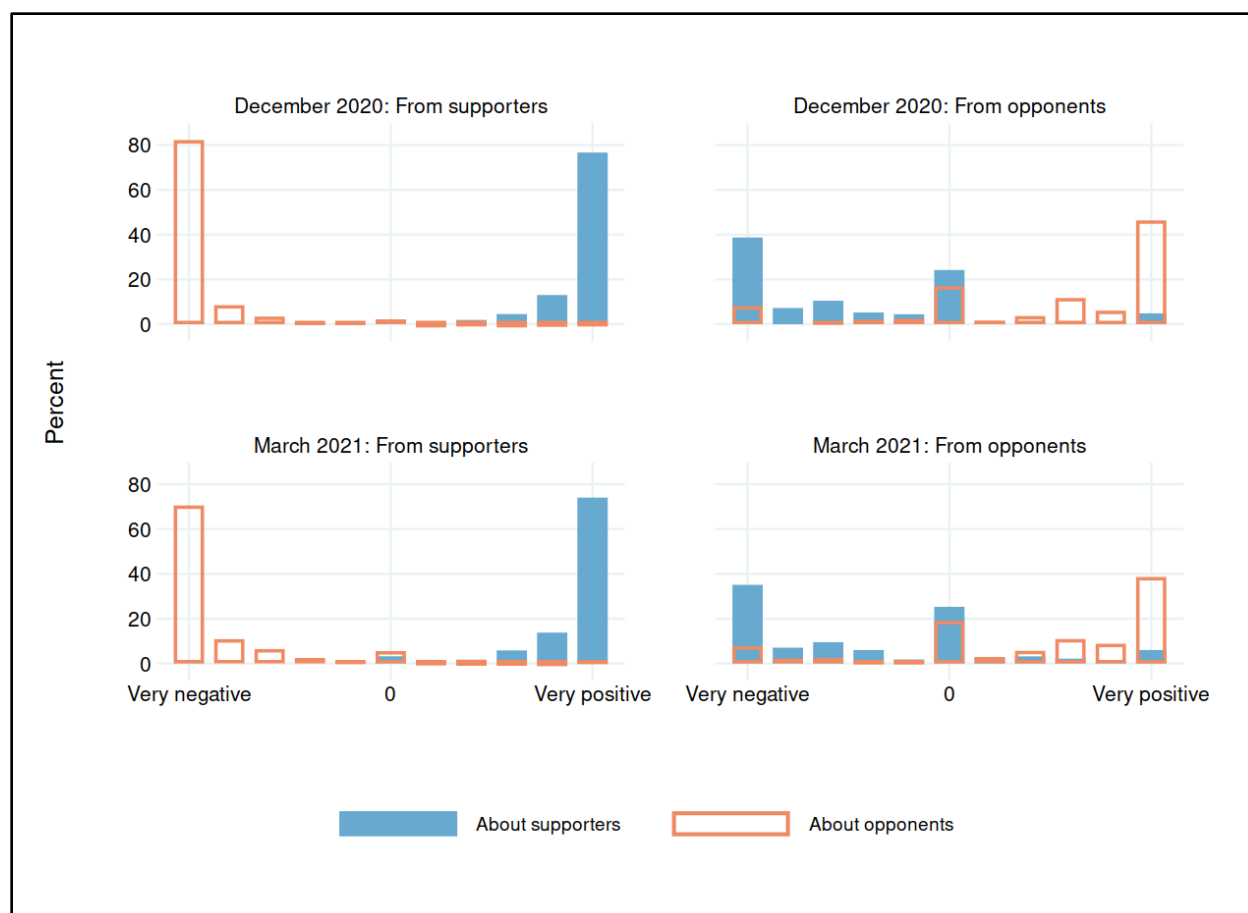


Quelle: Video „Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise?“, Screenshot.

Intensiv haben wir uns mit den Folgen der Pandemie für den sozialen Zusammenhalt der Gesellschaft beschäftigt. Hat die Pandemie zu gesellschaftlichen Spaltungen geführt? Insbesondere haben wir uns dem Aspekt der sogenannten „affektiven Polarisierung“ gewidmet, d.h. der Frage, wie sich Befürworter*innen und Gegner*innen von Corona-Maßnahmen, aber auch Befürworter*innen und Gegner*innen von Impfungen wechselseitig wahrnehmen?

Unsere Analysen zeigen, dass Befürworter*innen insgesamt sehr positiv wahrgenommen werden, Gegner*innen dagegen sehr negativ. Zudem finden wir eine hohe affektive Polarisierung zwischen beiden Gruppen. Sowohl Befürworter*innen als auch Gegner*innen nehmen ihre eigene Gruppe deutlich positiver als die jeweils andere wahr. Dies ist besonders ausgeprägt bei Befürworter*innen, die andere Befürworter*innen sehr positiv, Gegner*innen dagegen sehr negativ bewerten. Bei den Gegner*innen ist das Muster weniger eindeutig und folgt keiner symmetrischen Logik. Moderate Gegner*innen von Corona-Maßnahmen zeigen deutlich weniger polarisierte Muster als Befürworter*innen und überzeugte Gegner*innen (siehe Abbildung 13).

Abbildung 13: Affektive Polarisierung zwischen Maßnahmengegner*innen und Befürworter*innen



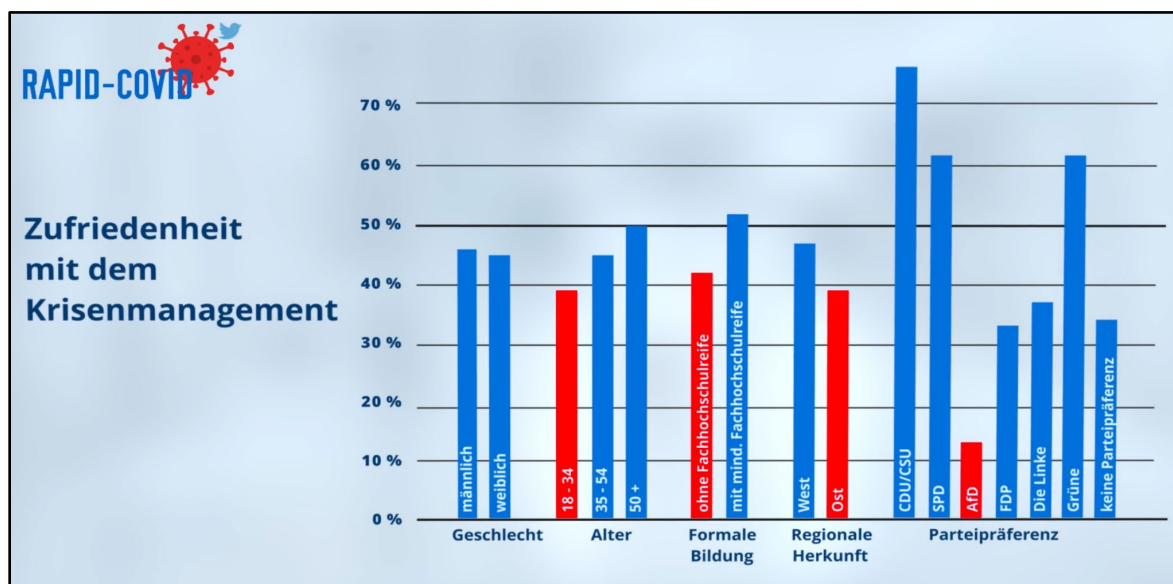
Quelle: Schieferdecker D., Joly P., & Faas, T. (2022). Affective Polarization Between Opinion-Based Groups in a Context of Low Partisan Discord.

Diese Spannung zwischen den Meinungsgruppen bleibt nicht ohne Folgen, wie wir im zur Veröffentlichung vorbereiteten Beitrag „Affective Polarization Between Opinion-Based Groups in a Context of Low Partisan Discord“ zeigen. Die Identifikation mit einer der Meinungsgruppen führt demnach dazu, dass der anderen Gruppe positive Eigenschaften ab- und negative Eigenschaften zugesprochen werden. So sehen Befürworter*innen und überzeugte Gegner*innen die Gegenseite z.B. als weniger gebildet, weniger ehrlich und als schlechtere Gesprächspartner*innen. In einem Umfrageexperiment zeigen wir zudem, dass Befragte, die Maßnahmen unterstützen, einem neuen Nachbarn weniger wohl gesonnen sind, wenn dieser die Maßnahmen ablehnt.

5. Was sind die Gründe für diese Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle?

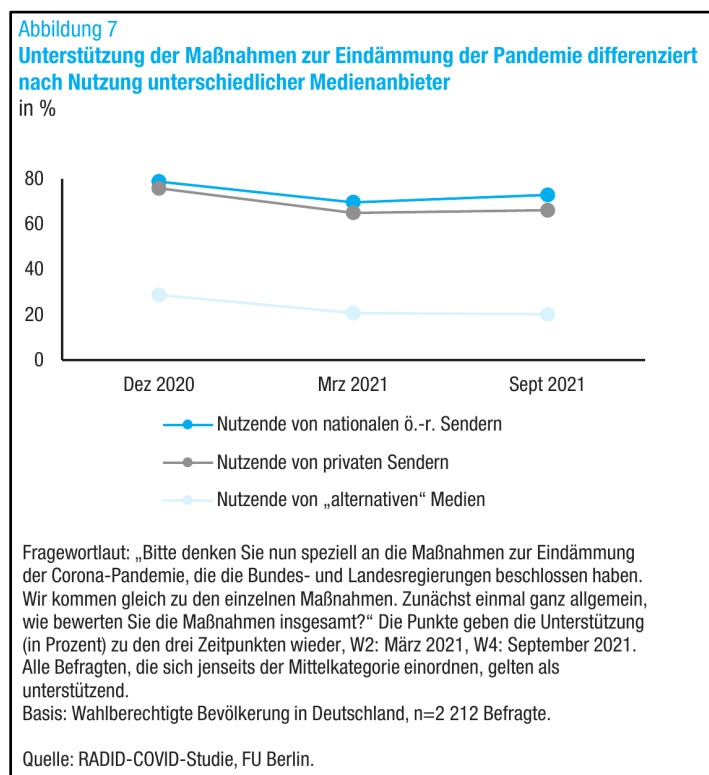
Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Gefühle der Unzufriedenheit nur moderat mit soziodemografischen Faktoren und dem Erleben der Pandemie zusammenhängen. Auch die individuelle ökonomische Belastung und die persönliche Betroffenheit (z.B. als Mitglied einer Risikogruppe) können die Unterstützung der Maßnahmen und die Zufriedenheit mit dem Pandemiemanagement nur bedingt erklären. Am deutlichsten aber korrelieren die Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle mit der Parteipräferenz und – etwas weniger deutlich – mit der Mediennutzung. An verschiedenen Stellen zeigen wir, dass die Zufriedenheit mit dem Pandemiemanagement primär mit der Parteipräferenz korreliert. Die Unterstützer*innen der AfD stachen hier erneut mit einer besonders kritischen Attitüde gegenüber den Regierungsmaßnahmen hervor (siehe Abbildung 14). Ebenso fielen Nutzer*innen von sog. „alternativen“ Medien mit einer deutlich niedrigeren Unterstützung und Zufriedenheit auf, gerade im Vergleich zu Nutzer*innen etablierter Medien (siehe Abbildung 15). Auch hier zeigt sich also wieder das Bild, dass vor allem die Politisierung von symbolisch aufgeladener Informationsvermittlung für das Erleben der Krise entscheidend gewesen ist.

Abbildung 14: Maßnahmenunterstützung je nach Bevölkerungssegment



Quelle: Video „Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise?“, Screenshot.

Abbildung 15: Maßnahmenunterstützung je nach Mediennutzung (im Zeitverlauf)



Quelle: Faas, T., Bibu, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Nutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft im zweiten Jahr der Pandemie: Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung. *Media Perspektiven*, 1/2022, 38–48.

In unserer zur Einreichung vorbereiteten Veröffentlichung „Truly A Cross-Cutting Issue?“ gehen wir den ideologischen Unterschieden in der Bevölkerung und ihren Hintergründen nach. Wir untersuchen, wie sich der Konflikt um die Maßnahmen zu anderen großen politischen Streitthemen verhält. Wir können zeigen, dass eine klare Ablehnung der Maßnahmen im Allgemeinen mit einem konservativen bis reaktionären Weltbild einhergeht. Überzeugte Kritiker*innen der Maßnahmen waren mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit auch gegen eine offene Migrationspolitik, gegen eine Priorisierung von ökologischen über ökonomischen Interessen, gegen eine Nutzung von gendergerechter Sprache etc. Moderate Kritiker*innen schienen hingegen auch bei anderen Streitthemen weniger klar festgelegt. Im Lager der Maßnahmenunterstützer*innen ließen sich dagegen weniger deutliche Profile zeichnen.

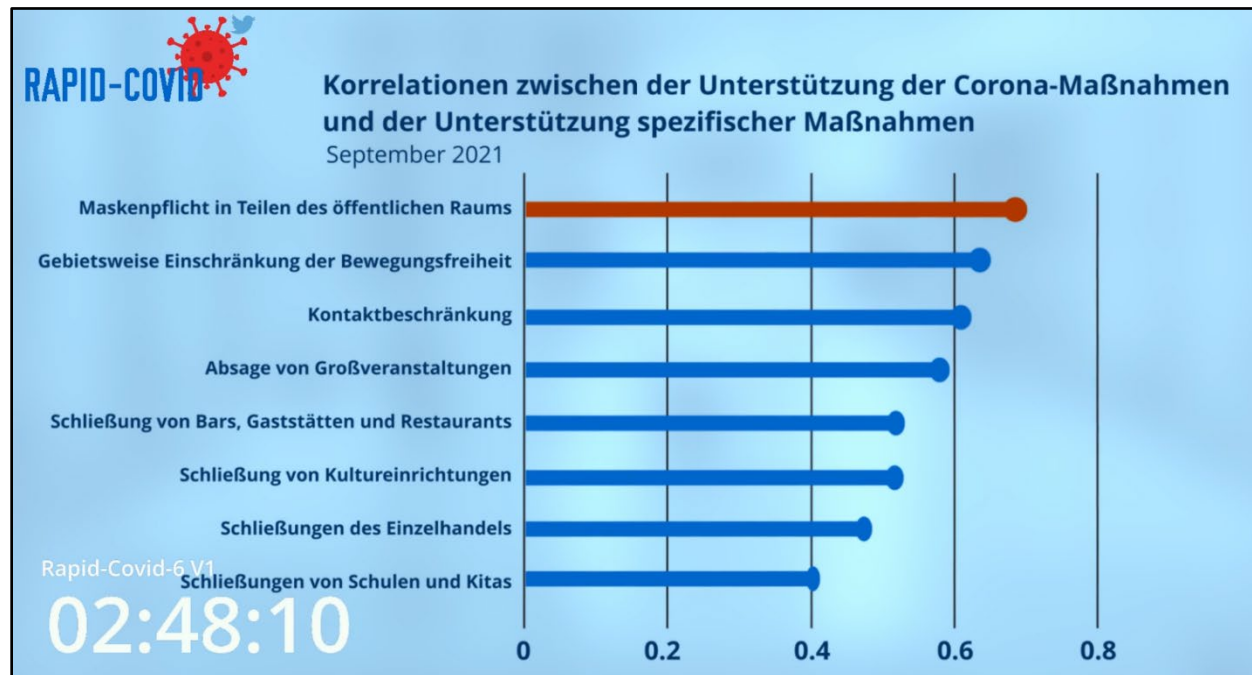
6. Unter welchen Umständen führen diese Unzufriedenheits- und Verdrossenheitsgefühle dazu, dass Distanzierungs- und Hygienemaßnahmen nicht umgesetzt werden?

Wir haben das Präventionsverhalten (z.B. Einhaltung der AHA-Regeln, Nutzung des Home Office) in allen vier Wellen abgefragt. Unsere Analysen zeigen, dass unterschiedliche Bevölkerungsgruppen die Maßnahmen durchaus unterschiedlich stark umsetzen (bzw. angeben, sie umzusetzen). So hielten sich bspw. vor allem Frauen und ältere Menschen strenger an die

Vorgaben. Ebenso berichteten Personen mit höherer Angst vor einer Infektion von einem strikteren Einhalten der Vorgaben. Parteipräferenz und Mediennutzung schienen aber auch hier eine Rolle zu spielen. Erneut waren es vor allem Wähler*innen der AfD und Nutzer*innen sogenannter „alternativer“ Medien, die die Präventionsmaßnahmen weniger streng umsetzten, während es Wähler*innen der anderen Parteien – v.a. der Regierungsparteien – und Nutzer*innen der öffentlich-rechtlichen Medien stärker taten.

Im Zusammenhang mit der Umsetzung der Maßnahmen ist die herausgehobene Stellung der Pflicht zum Tragen der Maske ein weiterer bemerkenswerter Befund. Unter allen Maßnahmen war es besonders die Maskenpflicht, die polarisierte. Wie wir im Video „Unterstützung der Corona-Maßnahmen“ zeigen, war es demnach auch die Unterstützung der Maskenpflicht, die am stärksten von allen Maßnahmen mit der generellen Unterstützung der Eindämmungspolitik assoziiert gewesen ist (siehe Abbildung 16).

Abbildung 16: Der Zusammenhang zwischen der Unterstützung von Einzelmaßnahmen und der generellen Eindämmungspolitik



Quelle: Video „Unterstützung der Corona-Maßnahmen“, Screenshot.

Wir haben uns auch den Reaktionen auf die Nichteinhaltung der Maßnahmen gewidmet. In einer Vignetten-Studien legten wir den Befragten ein Szenario vor, bei dem sie sehen, wie ihr neuer Nachbar eine Gruppe von Personen zu sich in seine Wohnung einlädt, obwohl gerade Kontaktbeschränkungen galten. Der Grund des Treffens wurde dabei experimentell manipuliert, sodass einige Befragte erfuhren, dass es sich um eine Zusammenkunft des Vorstands eines Sportvereins, eines muslimischen Kulturvereins, der Kreisgruppe der Grünen oder der Kreisgruppe der AfD war. Im Anschluss fragten wir, ob die Befragten den Nachbarn sanktionieren würden – bspw. den Nachbarn meiden oder ihn bei den Ordnungsbehörden anzeigen würden. Wie im zur Einreichung vorbereiteten Manuskript „Affective Polarization Between Opinion-Based

Groups in a Context of Low Partisan Discord” dargelegt, fanden wir nicht nur, dass Unterstützer*innen der Maßnahmen diesen Regelverstoß eher ahnden würden, und Gegner*innen eher darüber hinwegsehen würden. Diese Tendenz war besonders ausgeprägt für diejenigen, die der anderen Seite besonders ablehnend gegenüberstanden. Die Politisierung der Maßnahmen zeigt sich auch daran, dass besonders Treffen der Parteien eher dazu führen, dass der Nachbar sanktioniert werden sollte.

Zusammenfassung

Die Ergebnisse unseres Projekts RAPID-COVID zeigen an sehr verschiedenen Stellen, dass es sich bei COVID-19-Pandemie um eine *politisierte* Krise handelt(e). Sie zeigen, wie entscheidend die ideologische Verortung von Bürger*innen und deren kommunikative Vernetzung für das Erleben der Pandemie gewesen ist. Damit ergänzen die Ergebnisse unseres Projekts bisherige Forschungen, die epidemiologische Gesetzmäßigkeiten, soziale Ungleichheiten und persönlichkeits- und sozialpsychologische Prozesse als entscheidend beschrieben haben um wichtige Einflussfaktoren.

Wir zeigen, dass sich die öffentliche Meinung und die politischen Auseinandersetzungen primär als *symbolische* Konflikte und weniger als aus Eigennutz motivierte Verteilungskonflikte manifestieren. Die objektiven Merkmale der Erfahrung der Pandemie, z.B. in Form gesundheitlicher oder ökonomischer Betroffenheit, spielten eine untergeordnete Rolle für das subjektive Erleben der Pandemie-Jahre. Ebenso konnten sozialstrukturelle Merkmale die subjektive Pandemieerfahrung weniger gut erklären als etwa Parteipräferenzen (und hier v.a. Präferenzen für die AfD) und Mediennutzungsgewohnheiten (hier v.a. die Nutzung von sogenannten „alternativen“ Medien). Der besondere Stellenwert von Symbolen zeigt sich auch am Beispiel der Maskenpflicht, die als Einzelmaßnahme die größten Kontroversen auslöste, obwohl sie im Vergleich zu anderen Maßnahmen weit weniger in individuelle Freiheiten eingriff. Auch förderten unsere Analysen verschiedene Asymmetrien zutage. Ein überwältigender Teil der Bevölkerung unterstützte die Maßnahmen gegen Corona; die Minderheit der Gegner*innen schaffte es jedoch aus der Gegenöffentlichkeit heraus, sich erhebliches Gehör zu verschaffen. Gleichsam standen Unterstützer*innen Maßnahmenskeptiker*innen insgesamt negativer gegenüber. Die asymmetrische Dimension kristallisiert sich beispielhaft in der Debatte um die Impfpflicht heraus, in der ein eindeutiges und lautes Nein einer Minderheit in Bevölkerung und Bundestag am Ende ein vielstimmiges Ja der Mehrheit übertönte. Muster wie diese gilt es für weitere Corona-Wellen, aber auch andere Krisen, etwa den Klimawandel, frühzeitig mitzudenken.

Publikationen

Faas, T., Bibu, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Nutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft im zweiten Jahr der Pandemie: Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung. *Media Perspektiven*, 1/2022, 38–48.

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

<https://twitter.com/wahlforschung/status/1499395643214741512>

Faas, T., & Krewel, M. (2022). Interaktionen von Politik und Wissenschaft in der Mediengesellschaft: Stimmenfang, Vorlesung oder Unterhaltung? In Rudolf Augstein Stiftung (Hg.), *Follow the Science – aber wohin? Wissenschaft, Macht und Demokratie im Zeitalter der Krisen* (S. 159-171). Ch. Links Verlag.

Policy Briefs

RAPID-COVID. (2021). Wer unterstützt die Corona-Maßnahmen? Hintergründe und zeitliche Entwicklung. *RAPID-COVID Policy Brief 1/2021*, April 2021. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-30327>

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

<https://twitter.com/wahlforschung/status/1394743824203792387>

RAPID-COVID. (2021). Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise? Hintergründe und zeitliche Entwicklung der Wahrnehmung des Krisenmanagements. *RAPID-COVID Policy Brief 2/2021*, Mai 2021. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-30419>

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

<https://twitter.com/wahlforschung/status/1396739049025679362>

RAPID-COVID. (2021). Pandemie und Polarisierung: (Wechselseitige) Wahrnehmungen von Befürworter*innen und Gegner*innen der Corona-Maßnahmen. *RAPID-COVID Policy Brief 3/2021*, Juni 2021. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-30736>

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

<https://twitter.com/wahlforschung/status/1405155562426441730>

RAPID-COVID. (2021). Mediennutzung in der Pandemie: Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen? *RAPID-COVID Policy Brief 4/2021*, Juni 2021. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-30915>

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

<https://twitter.com/wahlforschung/status/1413874491780997123>

Richter, S., Faas, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Sag, wie hältst Du's mit der Impfpflicht? Einstellungen der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht. *RAPID-COVID Policy Brief 1/2022*, April 2022. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-34461>

Kommunikation und Reaktionen auf Twitter.

https://twitter.com/s_riecht/status/1511463857897807880

Manuskripte in Vorbereitung auf Einreichung in wissenschaftlichen Fachzeitschriften

Joly, P. (2022). Extremist Beliefs, Violent Tactics, or Both? Radical Flanks Effects and the Mobilization Against COVID-19 Containment Measures.

Joly, P., Faas, T., & Schieferdecker, D. (2022). Cyclic Variation Bias: Misperceiving Infection Trends During the COVID-19 Pandemic.

Schieferdecker D., Joly P., & Faas, T. (2022). Affective Polarization Between Opinion-Based Groups in a Context of Low Partisan Discord.

Schieferdecker, D. & Joly, P. (2022). Truly A Cross-Cutting Issue? How Attitudes on COVID-19 Containment Map Onto Existing Ideological and Affective Conflict in Germany.

Vorträge

Faas, T., Schieferdecker, D., & Joly, P. (2020, 11. Dezember). RAPID-COVID: Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization – Key to Overcoming COVID-19. Berlin/Bern-Workshop zu Politischer Soziologie.

Faas, T., Schieferdecker, D., & Joly, P. (2021, 19. Januar). Rezeption und Akzeptanz öffentlicher Informationen trotz Polarisierung: Der Schlüssel zum Erfolg gegen COVID-19. Vernetzungstreffen „Forschung zu ELSA im Zusammenhang mit dem Ausbruchsgeschehen von SARS-CoV-2“.

Joly, P., Schieferdecker, D., & Faas, T. (2021, 12. Februar). First wave of the RAPID-COVID Panel: Early Findings and Observations. Berlin/Bern-Workshop zu Politischer Soziologie.

Joly, P., Schieferdecker, D., & Faas, T. (2021, 25. Februar). Affective Polarization in Times of Pandemic: Early findings of the RAPID-COVID Panel. Meeting of the German Political Psychology Network.

Schieferdecker, D., Joly, P., & Faas, T. (2021, 18. Mai). Affective Polarization Between Opinion-Based Groups in a Context of Traditionally Low Partisan Discord: The Case of COVID-19 Containment Policies in Germany. Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft.

Schieferdecker, D., Joly, P., & Faas, T. (2021, 20. Mai). Affective Polarization Between Opinion-Based Groups in a Context of Traditionally Low Partisan Discord: The Case of COVID-19 Containment Policies in Germany. Virtuellen Jahrestagung des DVPW-Arbeitskreises „Wahlen und politische Einstellungen“ 2021.

Joly, P., Faas, T., & Schieferdecker, D. (2021, 9. Juli). Cyclic Variation Bias: Misperceiving Infection Trends During the COVID-19 Pandemic. Berlin/Bern-Workshop zu Politischer Soziologie.

Schieferdecker, D., Joly, P., & Faas, T. (2021, 1. September). Beyond Partisanship: Affective Polarization Between Opinion-Based Groups During the COVID-19 Pandemic. ECPR General Conference 2021.

Schieferdecker, D. (2021, 7. Oktober). Science Communication in Times of COVID-19 under the Spotlight. Leopoldina International Virtual Panel in Cooperation with the Academy of Science of South Africa.

Joly, P., Faas, T., & Schieferdecker, D. (2022, 22. Mai). Cyclic Variation Bias: Misperceiving Infection Trends During the COVID-19 Pandemic. Political Behavior Workshop Berlin-Hamburg.

Faas, T., Schieferdecker, D., & Joly, P. (2022, 24. Mai). Asymmetric Affective Polarization. Conference: Science for Resilience – Learnings from the Pandemic in Wien.

Joly, P. (2022, geplant im August). Extremist Beliefs, Violent Tactics, or Both? Radical Flanks Effects and the Mobilization Against COVID-19 Containment Measures. ECPR General Conference 2021, Universität Innsbruck.

Beiträge und Erwähnungen im publizistischen Diskurs

Deutschlandfunk Kultur (2022). Auch Maßnahmen-Skeptiker verdienen Respekt.

<https://www.deutschlandfunkkultur.de/corona-massnahmen-debatte-100.html>

Deutschlandfunk Nova (2022). Bundestag: Impfpflicht: Abstimmung ohne Fraktionszwang.

<https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/ohne-fraktionszwang-abstimmung-im-bundestag-ueber-impfpflicht>

SWR2 (2022). Der Spalt-Pieks – Was wird nun aus der Corona-Impfpflicht? SWR2 Forum vom

26.1.2022. <https://www.swr.de/swr2/leben-und-gesellschaft/der-spalt-pieks-was-wird-nun-aus-der-corona-impfpflicht-100.html>

Zeit (2022). Der Spalt. <https://www.zeit.de/2022/09/polarisierte-gesellschaft-spaltung-meinung-corona/komplettansicht>

<https://www.zeit.de/2022/09/polarisierte-gesellschaft-spaltung-meinung-corona/komplettansicht>

sowie Thematisierung in verschiedenen Folgen von „unter3“, dem Phoenix Politik-Podcast (u.a. In den Folgen mit Saskia Esken (<https://www.phoenix.de/sendungen/gespraeche/unter-3/saskia-esken-im-phoenix-p-a-2448269.html>) und Dirk Wiese (<https://www.phoenix.de/sendungen/gespraeche/unter-3/dirk-wiese-im-phoenix-politik-podcast-a-2753849.html>))

Website

www.rapidcovid.de

Videos (alle abrufbar unter www.rapidcovid.de)

RAPID-COVID. (2022). RAPID-COVID: Das Projekt. RAPID-COVID Video 0.

RAPID-COVID. (2022). Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise? RAPID-COVID Video 1.

RAPID-COVID. (2022). Pandemie und Polarisierung. RAPID-COVID Video 2.

RAPID-COVID. (2022). Medienkonsum in der Pandemie – gut informiert durch die Krise? RAPID-COVID Video 3.

RAPID-COVID. (2022). Wissen zur Pandemie – und wie es mit der Mediennutzung zusammenhängt. RAPID-COVID Video 4.

RAPID-COVID. (2022). Impfpflicht – ja oder nein? Die Sicht der Bevölkerung. RAPID-COVID Video 5.

RAPID-COVID. (2022). Unterstützung der Corona-Maßnahmen. RAPID-COVID Video 6.

RAPID-COVID. (2022). „Fake News“ und Corona. RAPID-COVID Video 7.

Publikationen und Policy Briefs

Projekt

**„RAPID-COVID:
Rezeption und Akzeptanz öffentlicher Informationen trotz Polarisierung:
Der Schlüssel zum Erfolg gegen COVID-19“**

(Förderkennzeichen: 01KI20539)

**Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker
Freie Universität Berlin**



Rudolf Augstein
Stiftung (Hg.)

FOLLOW THE SCIENCE-

ABER WOHIN?

Wissenschaft, Macht und Demokratie
im Zeitalter der Krisen

Mit einem
Vorwort von
Jakob Augstein

Ch.Links VERLAG

Rudolf Augstein Stiftung (Hg.)

Follow the science –
aber wohin?

Wissenschaft, Macht und Demokratie
im Zeitalter der Krisen

Inhalt

Jakob Augstein

Vorwort 7

Barbara Prainsack

Politik und Wissenschaft
in der Gesundheitskrise 11

Alexander Bogner

Konsenspolitik. Wie die Wissenschaft
in der Krise zum politischen Akteur wird 25

Heribert Prantl

Grundrechte in Quarantäne 43

Markus Gabriel 55

Der blinde Fleck der Komplexität –
die Wissenschaften in der Krise

Caspar Hirschi

Zur problematischen Vorbildfunktion
der Klimakrise für die Corona-Krise 73

Wolfgang Merkel

Demokratische Resilienz in Zeiten
der Transformation 99

Auch als  erhältlich

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese
Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über
www.dnb.de abrufbar.

Ch. Links Verlag ist eine Marke
der Aufbau Verlage GmbH & Co. KG

© Aufbau Verlage GmbH & Co. KG, Berlin 2022
www.christoph-links-verlag.de
Prinzenstraße 85, 10969 Berlin
Umschlaggestaltung: zero-media.net, München
Satz: Britta Dieterle, Berlin
Lektorat: Birgit Schmitz, Berlin
Druck und Bindung: Druckerei F. Pustet, Regensburg
Gedruckt auf säurefreiem, chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-96289-158-9

Olivia Mitscherlich-Schönherr
Kluges Handeln in der Krise – eine kritische
Phänomenologie politischer Klugheit 117

Sibylle Anderl
Das Modellzeitalter 141

Thorsten Faas und Mona Krewel
Interaktionen von Politik und Wissenschaft
in der Mediengesellschaft: Stimmenfang,
Vorlesung oder Unterhaltung? 159

Viola Priesemann
Raus aus der akademischen Blase – die
neuen Herausforderungen für die Wissenschaft
im Umgang mit Öffentlichkeit und Medien
Interview von Sibylle Anderl 173

Biografien der Beiträger:innen 191

Jakob Augstein

Vorwort

Die Geschichte der Corona-Krise sollte jetzt geschrieben werden. Die Zeit eilt. Eine Krise jagt die nächste. »Corona« ist noch gar nicht richtig vorbei, da kommt schon »Klima«. Krisen sind jetzt überhaupt der Normalfall. Vielleicht war das in Wahrheit schon immer so. Aber in letzter Zeit fühlen wir uns besonders verwundbar.

Die Pandemie hatte ungeheure Ausmaße. Aber sie waren überschaubar im Vergleich zu den viel größeren Verwüstungen, die der menschengemachte Klimawandel noch anrichten wird. Beiden Krisen ist gemeinsam, dass sie von den nicht intendierten Folgen menschlichen Tuns erzählen und von der Frage, wie wir damit umgehen. Es wäre ja ein Missverständnis, COVID-19 als Naturphänomen zu verstehen. Dieses Corona-Virus, das vermutlich von einer Fledermaus über einen Zwischenwirt auf den Menschen überggesprungen ist, hat mit der Natur ebenso viel oder wenig zu tun, wie der Starkregen, der im Sommer 2021 das einst idyllische Ahrtal verwüstet hat. Beiden Krisen ist auch gemeinsam, dass sie sich im Dreieck zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Politik abspielen.

Die Corona-Krise ist darum ein Lehrstück für die Klima-Krise. Es ist nicht übertrieben zu sagen, dass unser Leben davon abhängt, wie gut oder schlecht der Austausch in diesem Dreieck aus Wissenschaft, Öffentlichkeit und Politik funktioniert.

Also: Hat er gut funktioniert? Das vorliegende Buch versammelt Aufsätze, die dieser Frage nachgehen. Die meisten wurden für eine Tagung verfasst, die die Rudolf Augstein Stiftung im Herbst 2021 in Berlin abgehalten hat. Zu dieser Tagung waren

es darum geht, anhand von Szenarios Zukunftsvarianten auszuloten. Dass man anhand von Modellen also etwa Informationen darüber generieren kann, wie sich das Infektionsgeschehen entwickeln könnte, wenn sich die Bevölkerung unter bestimmten Bedingungen in bestimmter Weise verhalten würde. Man muss wohl oder übel akzeptieren, dass Unsicherheiten ein Bestandteil dieser Modelle sind, den man nie los wird, egal wie viel Energie man in ihre Verbesserung steckt – denn diese Unsicherheit liegt nicht an der Unzulänglichkeit der Modelle sondern an der grundsätzlichen Natur des zu verstehenden Problems. Entsprechend darf man Modellen nie blind vertrauen, sondern sollte immer kritisch nach ihren jeweiligen Limitierungen fragen. Gleichzeitig müssen wir uns daran gewöhnen, dass unser aktueller Wissensstand immer nur vorläufig ist und sich wie die aktuelle Stauprognose jederzeit ändern kann, dass uns das aber nicht vom Handeln abhalten darf, sondern vielmehr dazu führen sollte, dass wir unsere Entscheidungen immer wieder neu hinterfragen und mit der Realität abgleichen – ohne daraufhin verbissen nach Schuldigen zu suchen. In Bezug auf wissenschaftliche Modellbildung ist noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Im besten Fall hat uns die Pandemie dabei helfen können, zumindest ein Grundverständnis zu entwickeln. Für bevorstehende, andere Herausforderungen werden wir es noch gut gebrauchen können.

Thorsten Faas und Mona Krewel

Interaktionen von Politik und Wissenschaft in der Mediengesellschaft: Stimmenfang, Vorlesung oder Unterhaltung?

In den vergangenen 25 Jahren haben sich politische Akteur:innen angesichts der zunehmenden Komplexität moderner Gesellschaften verstärkt an Wissenschaftler:innen gewandt. Immer wieder wurden Expert:innenkommissionen einberufen, um staatlichen Institutionen mit innovativen Ideen beizuspringen, ihnen neue Handlungsperspektiven aufzuzeigen oder sie bei ganz konkreten Fragestellungen zu beraten. Die Hartz-Kommission, die Ethikkommission für eine sichere Energieversorgung oder der erst kürzlich von der Bundesregierung ins Leben gerufene Corona-Expertenrat sind nur drei von vielen Beispielen. Von einer »Verwissenschaftlichung« der Politik ist zuweilen die Rede; einige politische Kommentator:innen sprachen in der Ära Schröder sogar von der »Berliner Räterepublik«. Darin schwang schon deutliche Kritik mit, schließlich handelt es sich bei Wissenschaftler:innen nicht um demokratisch gewählte und damit legitimierte Vertreter:innen. An sie weitreichende politische Entscheidungen zu delegieren, erscheint entsprechend fragwürdig – worauf jüngst auch das Bundesverfassungsgericht in seinem Corona-Urteil mit Vehemenz hingewiesen hat.

Nicht nur von einer »Verwissenschaftlichung« der Politik ist die Rede. Zugleich wird eine »Medialisierung« sowohl der Politik als auch der Wissenschaft diagnostiziert. Politik und Wissenschaft müssen (und wollen) mehr denn je Präsenz in der Öffentlichkeit

zeigen: Politiker:innen benötigen die Medien, um ihre Themen zu transportieren und Wähler:innen zu erreichen. Von Wissenschaftler:innen wird erwartet, dass sie ihre Themen mediengerecht und öffentlichkeitswirksam vermitteln können. Der eigene Podcast kann heute genauso zum Portfolio von Wissenschaftler:innen gehören wie die Promotion. Umgekehrt benötigen Medien ihrerseits Politiker:innen, um politischen Themen ein Gesicht zu geben. Ebenso greifen sie routinemäßig auf Wissenschaftler:innen zurück, um ihrem Publikum komplexe Themen zu vermitteln – sei es, weil sie selbst keine ausreichende Expertise besitzen, sei es, weil sie journalistische Aussagen belegen und ihnen Gewicht verleihen wollen.

Was so einfach und kompatibel klingt, ist es in der Praxis aber keineswegs. Trotz der skizzierten Interessenkongruenz harmonisieren die Logiken von politischen, medialen und wissenschaftlichen Akteur:innen nicht immer und automatisch miteinander. Die Darstellung eines wissenschaftlichen Themas kann schlicht zu komplex für ein breites Publikum sein. Journalist:innen möchten ihre Leser:innen und Zuschauer:innen zwar informieren, aber auch nicht überfordern und sie dabei auch ein wenig unterhalten, um im Wettbewerb um Reichweiten und Quoten attraktiv zu bleiben. Aus ihrer Perspektive ist es nötig, Wissenschaftler:innen zur Vereinfachung von Sachverhalten zu bewegen und Komplexität zu reduzieren. Die Reputation von Wissenschaftler:innen aber (gerade in ihrer eigenen *scientific community*) beruht darauf, sich mit höchst komplexen Sachverhalten auszukennen und diese zu durchdringen. Zu starke Vereinfachungen können ihrem Ruf daher abträglich sein, ihnen das Label eines »Fernsehprofessors« einbringen.

Politiker:innen wiederum können sich nur bedingt auf eine öffentliche Debatte mit Wissenschaftler:innen einlassen. Mögen Wissenschaftler:innen auch fordern, »das Richtige« zu tun, so können Politiker:innen dem selten 1:1 folgen. Sie werden weitere

Erwägungen in ihr Kalkül einfließen lassen. Diese können finanzieller Natur sein, wenn es um die Frage geht, welche Kosten mit dem Erreichen bestimmter, aus wissenschaftlicher Sicht wünschenswerter Ziele verbunden sind. Sie können aber auch partei- und wahlpolitischen Logiken folgen, wenn sie an Beschlüsse ihrer Parteien oder Fraktionen gebunden sind, sich von der politischen Konkurrenz abgrenzen und so letztlich Stimmen an Wahltagen gewinnen wollen. Überdies wird von Politiker:innen erwartet, die Interessen vieler verschiedener gesellschaftlicher Gruppen gegeneinander abzuwägen. So können Politiker:innen im Gegensatz zu Wissenschaftler:innen die Reduktion von CO₂-Emissionen und das Erreichen von Klimazielen nicht diskutieren, ohne etwa wirtschaftliche und soziale Implikationen – kurz- und längerfristiger Art – mitzudenken.

Gerade in der jüngsten Vergangenheit hat die Interaktion von Politik, Wissenschaft und Medien angesichts der riesigen Herausforderungen unserer Zeit eine neue Qualität erfahren. Massive Migrationsbewegungen, eine globale Klimakrise oder die Corona-Pandemie zwingen Politik und Wissenschaft zu enger Zusammenarbeit. In einer Demokratie benötigen die Ergebnisse und Produkte dieser Zusammenarbeit aber auch breite Akzeptanz der Öffentlichkeit und letztlich die Unterstützung der Bevölkerung, mindestens mehrheitlich. Sie müssen erklärt und verständlich gemacht werden, für sie muss geworben und mitunter auch um sie gerungen werden. Aber wie gut gelingt das letztlich? Wie stellt sich der Austausch von Politik und Wissenschaft öffentlich und medial dar? Wie verständlich sind die Informationen und Debatten? Und schaffen sie am Ende Akzeptanz und Legitimität für jene Maßnahmen, die die Politik beschlossen hat?

Diese Fragen wollen wir im Folgenden am Beispiel der Corona-Pandemie in den Blick nehmen. Wir wollen uns dabei zunächst die mediale Begleitung und Repräsentation der Pandemie anschauen und dafür speziell die Auseinandersetzung mit der Pandemie in

politischen Talkshows heranziehen. Anschließend wollen wir betrachten, wie die Menschen in Deutschland die Pandemie erlebt haben: Wie hat sich ihr Kenntnisstand rund um die Pandemie entwickelt, was folgt daraus mit Blick etwa auf die Unterstützung von Maßnahmen zur Bekämpfung der Pandemie? Und was lernen wir eigentlich aus alledem über die Tage der Pandemie, die hoffentlich bald gezählt sein werden, hinaus?

Der Corona-Diskurs zwischen Politik und Wissenschaft in der Öffentlichkeit: Vom Bundestag und aus dem Labor in die Talkshow – was heißt das für die Qualität der COVID-19-Debatte?

Politische Talkshows sind ohne Zweifel ein sehr spezielles mediales Format. Und doch sind sie gerade für den Austausch und das Aufeinandertreffen von Wissenschaft, Politik und (medialer) Öffentlichkeit von besonderer Bedeutung. Im Gegensatz zu reinen Nachrichtenformaten bieten sie Raum für Argumente, sie formen Narrative, die politische Debatten prägen, sie werden millionenfach verfolgt und bringen durch ihre Gästebewertung verschiedene Subsysteme der Gesellschaft miteinander in Kontakt. In Summe kommt ihnen eine erhebliche Bedeutung für die Politikdarstellung und -herstellung in Deutschland zu; sie können als Gradmesser des öffentlich-medialen Diskurses dienen. Aber tun sie das wirklich? Können sie diese hochgesteckten Erwartungen erfüllen, gerade in Zeiten einer Pandemie? Schon in weniger turbulenten Zeiten sehen sich politische Talkshows immer wieder Kritik ausgesetzt, was ihre Gäste-, Themen- und Schwerpunktauswahl angeht. Sie spiegeln nur eine eingeschränkte, noch dazu inszenierte und unterkomplexe Sicht auf eigentlich komplexe Sachverhalte wider, so heißt es. Wir haben diese Fragestellungen mit Blick auf die Zeit der Corona-Pandemie untersucht.

Seit den ersten Meldungen zum Ende des Jahres 2019 über eine neuartige Lungenkrankheit in China haben sich die Ereignisse weltweit überschlagen: Ständig neue Entwicklungen, ständig neue Erkenntnisse, ständig neue Kriterien und Kennzahlen, ständig neue – oder zumindest andere – Maßnahmen. Welchen Niederschlag hat das in den Talkshows des Landes gefunden? Im Rahmen des Projekts »Corona-Sprechstunde mit Maybrit Illner, Anne Will & Frank Plasberg: Parteilich und oberflächlich oder ausgewogen und informativ?«, das wir gemeinsam mit der Rudolf Augstein Stiftung durchgeführt haben, konnten wir alle Talkshows der reichweitenstärksten Sendungen »Maybrit Illner«, »Anne Will« und »Hart aber Fair« zwischen Januar 2020 und Juli 2021, in deren Fokus die Pandemie stand, inhaltsanalytisch auswerten. Dies waren insgesamt 112 Sendungen.¹

Was die Aktualität der Debatte betrifft, so taucht die erste Sendung »Maybrit Illner« zu Corona schon im Januar 2020 auf; eine weitere folgt im Februar 2020. Mit der Ankunft der Pandemie in Deutschland dominiert das Thema Corona dann in den Monaten März bis Mai 2020 die Talkshowlandschaft hierzulande. Auch zu Beginn des Jahres 2021, als Deutschland neuerlich mit hohen Fallzahlen zu kämpfen hatte, findet sich kaum etwas anderes als Corona. Die Debatte nahm also offenkundig breiten Raum ein.

Doch wer sitzt am Talkshow-Tisch und prägt den öffentlichen Diskurs über die Pandemie in Deutschland? Einige wenige Personen gehörten zu den Dauergästen der Talkshows in der Pandemie. Absoluter Spitzenreiter war dabei Karl Lauterbach (SPD), der in 22 Sendungen – und damit in fast jeder fünften Sendung! – zu Gast war. Es folgten Helge Braun (CDU), Markus Söder (CSU), Olaf Scholz (SPD) und Christian Lindner (FDP), die jeweils in zwölf Sendungen auftraten; Manuela Schwesig (SPD) war in immerhin elf Sendungen präsent. Mit Melanie Brinkmann kommt auch eine Wissenschaftlerin auf eine zweistellige Zahl an Auftritten in den

betrachteten Talkshows im Untersuchungszeitraum: Sie war in zehn Sendungen zu Gast.

Schon diese wenigen Zahlen zeigen: Die Sendungen bleiben *politische* Talkshows; Gäste aus der Politik prägen die Sendungen stark. Insgesamt waren 611 Gästepositionen in den 112 Sendungen zu füllen, 236 Mal waren diese Positionen mit Politiker:innen besetzt – also fast 40 Prozent. 156 Mal waren Wissenschaftler:innen zu Gast, 86 Mal Journalist:innen, wobei die beiden zuletzt genannten Gruppen auch eine größere Vielfalt an Personen repräsentieren als die Gruppe der Politiker:innen. Der Blick auf die Politiker:innen zeigt weiterhin, dass mit Christian Lindner nur ein einziger Oppositionspolitiker auf eine zweistellige Zahl an Auftritten in den ausgewerteten Sendungen kommt.

Noch deutlicher treten diese Muster zutage, wenn man sich anschaut, wie eigentlich in den einzelnen Sendungen die Redezeiten verteilt sind. Lässt man die Moderator:innen Anne Will, Maybrit Illner und Frank Plasberg an dieser Stelle einmal außen vor, so verbleiben pro Sendung rund 45 Minuten Redezeit, die auf die Gäste entfallen. Fast die Hälfte davon entfällt auf Politiker:innen, ein knappes Viertel auf Wissenschaftler:innen und ein Siebtel auf Journalist:innen. Politiker:innen sind also nicht nur sehr präsent in den Sendungen (knapp 40 Prozent aller Gästepositionen), sie beanspruchen auch noch überproportional viel Sendezeit. Von der Redezeit, die auf Politiker:innen entfällt, füllen dabei Mitglieder der Bundes- oder Landesregierungen rund 60 Prozent. Insgesamt ist eine deutliche Exekutivorientierung in der Auswahl von Talkshowgästen festzustellen, die erst im Laufe der Pandemie im Jahre 2021 etwas nachlässt.

Auch wenn unklar bleiben muss, wie genau eine »richtige« Besetzung und Beitragsverteilung aussehen würde, so offenbart die Gästeauswahl doch eine gewisse Einseitigkeit des öffentlichen Diskurses über die Pandemie: Eine kleine Gruppe von Politiker:innen, in der Regel Regierungsmitglieder, prägt die öffentliche

Debatte. Aus Sicht der Medien mag diese Exekutivorientierung durchaus Sinn ergeben, da Regierungsmitglieder – gerade in Zeiten häufig tagender Konferenzen der Ministerpräsident:innen – entscheidungsbeteiligt und -befugt sind. Gleichwohl schränkt dies natürlich die Meinungsvielfalt und Debatte ein. Auch die Tatsache, dass Wissenschaftler:innen mehr »Come-and-Go-Gäste« in den politischen Talkshows sind, während sich der recht überschaubare Kreis der »professionellen« Talkshow-Gäste aus dem Kreis der Politiker:innen rekrutiert, gibt diesen Dauergästen die Möglichkeit, über längere Zeit ein bestimmtes Framing ihrer Sicht auf die Pandemie und den Umgang damit zu etablieren.

Tatsächlich zeigt sich dies, wenn man weniger die Gäste als ihre Beiträge und die darin angesprochenen Themen betrachtet. Insgesamt haben wir in 112 Sendungen 8436 Redebeiträge identifiziert und codiert, also im Durchschnitt 75 pro Sendung. Die Analyse dieser Beiträge zeigt: Es wurde vor allem über politisch beschlossene Corona-Maßnahmen gesprochen. Fast 50 Prozent der Redebeiträge waren diesem Themenfeld gewidmet, das damit weit vor allen anderen liegt. Auf Platz 2 folgt das Thema »Impfkampagne/Impfstoff«, das Gegenstand von 14 Prozent aller Beiträge war. Eher wissenschaftliche Aspekte rund um die Pandemie – das Virus als solches oder das Pandemiegeschehen in Deutschland – spielten dagegen nur eine nachgeordnete Rolle.

Dabei prägt die Exekutivlastigkeit der Gäste die Diskussionen auch inhaltlich. Politiker:innen gerade aus der Exekutive haben ein Interesse daran, über die von ihnen beschlossenen Maßnahmen zu sprechen – und dafür zu werben. Bewertungen der Maßnahmen prägen die Debatte stark. Diese fallen in 68 Prozent der Fälle positiv aus; gerade die Bewertungen von Seiten der Vertreter:innen von Bundes- und Landesregierungen sind unisono positiv, während kritische Anmerkungen eher von Vertreter:innen aus Parteien und Fraktionen ohne Regierungsämter kamen – die allerdings zahlenmäßig seltener zu Gast waren.

Auch diese Fokussierung auf Maßnahmen ohne eine breitere Einbettung in die Funktionsweise des Virus und die Entwicklung des pandemischen Geschehens in Deutschland dokumentiert eine eingeschränkte, eher unterkomplexe Sicht auf die Dinge. Die geringe wissenschaftliche Fundierung der Diskussionen zeigt sich auch darin, dass in lediglich elf Prozent der Redebeiträge auf statistische Informationen zurückgegriffen wird. Was statistische Maßzahlen betrifft, so zeigt sich, dass vor allem auf die Zahl der Neuinfektionen Bezug genommen wird. R-Werte, Hospitalisierungsraten oder auch Todesfälle spielen dagegen eine sehr nachgeordnete Rolle. Das erscheint erneut problematisch, weil lediglich der Indikator für die Präsenz des Phänomens, nicht aber seine Ursachen und die Dynamik – etwa über den R-Wert – sichtbar werden. Dieses Muster bestätigt auch eine Studie von Marcus Maurer, Carsten Reinemann und Simon Kruschinski für weitere Medien.

Zusammengefasst zeigt dies, dass die Debatte über anspruchsvolle Themen zwischen Politik und Wissenschaft im Lichte der Öffentlichkeit unterkomplex bleibt. Zu erwarten ist, dass dies auch Folgen für den Informationsstand der Bevölkerung hat. Wie sollen Menschen etwas über das Virus und die Pandemie erfahren, wenn medial wenig dazu vermittelt wird? Die Unterstützung der Maßnahmen kann dann nur auf Vertrauen und weniger auf einem tiefen Verständnis der Zusammenhänge basieren. Genau diesem Aspekt wollen wir uns jetzt explizit zuwenden.

Rezeption und Wirkung des Corona-Diskurses in der Medienarena – Was kommt in der Bevölkerung an?

Spike-Proteine, mRNA-Impfstoffe, Aerosole, FFP2-Masken, R-Werte, 7-Tage-Inzidenzen, Hospitalisierungsraten – um das Virus, die Pandemie, ihre Entwicklung und ihre Eindämmung zu verstehen, brauchte es viele, auch immer wieder neue und in jedem Fall der

Öffentlichkeit zuvor gänzlich unbekannte Konzepte und Kennziffern. Dabei hatte schon der amerikanische Politikwissenschaftler Philipp Converse mit Blick auf den Wissensstand der Bevölkerung zu bedenken gegeben, »the mean level is very low but the variance is very high« – der Wissensstand sei sehr niedrig, die Varianz dagegen sehr hoch. Vor dem Hintergrund einer solchen, auch für Deutschland durchaus angemessenen Ausgangslage erscheint es fast heroisch anzunehmen, dass die Bevölkerung dem Pandemie-diskurs problemlos würde folgen können, gerade auch vor dem Hintergrund der Tatsache, dass dieser – wie soeben gesehen – viele blinde Flecken hatte.

Und doch scheint gerade in Zeiten, in denen das Vertrauen in Institutionen – mit Blick auf Politik, Medien und Wissenschaft – zumindest in Teilen der Gesellschaft erodiert, ein tieferes Verständnis für die Hintergründe der pandemischen Entwicklung und den sich daraus ergebenden Herausforderungen und Handlungszwängen nötig. Um den Wissensstand der Bevölkerung und damit einhergehende Wahrnehmungen rund um die Pandemie zu beleuchten, können wir erneut auf empirische Ergebnisse – dieses Mal aus einer Bevölkerungsperspektive – zurückgreifen. Im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekts »RAPID-COVID: Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization – Key to Overcoming COVID-19« haben wir ein repräsentatives Sample der deutschen Bevölkerung insgesamt vier Mal im Zeitraum zwischen Dezember 2020 und September 2021 befragt und dabei auch immer wieder aktuelle Wissensfragen rund um die Pandemie gestellt.² Alles in allem sind diese Ergebnisse eher ernüchternd:

- Im Dezember 2020 haben wir die Befragten mit der Aussage »Nur wenn die Reproduktionszahl R über einen längeren Zeitraum unter 0 liegt, geht die Zahl der Neuinfektionen zurück« konfrontiert und um Einschätzung ihrer Richtigkeit gebeten.

37 Prozent der Befragten geben dabei die richtige Antwort »falsch«,³ 38 Prozent beantworten die Fragen mit »richtig« (und damit falsch), 25 Prozent geben offen an, die Antwort nicht zu kennen. Nach fast einem Jahr Pandemie kann demnach nur ein gutes Drittel diese – zugegebenermaßen nicht ganz einfache – Frage richtig beantworten.

- Im März 2021 haben wir diese Frage in unserer zweiten Befragungswelle erneut gestellt – dieses Mal mit etwas mehr Erfolg: 47 Prozent nennen die richtige Antwort »falsch« (28 Prozent »richtig«, 25 Prozent »weiß nicht«).
- Ebenfalls im März 2021 haben wir die Aussage »Zwischen der Ansteckung mit dem Coronavirus und dem Beginn der Erkrankung vergehen im Mittel 5 bis 6 Tage« in die Befragung integriert: 64 Prozent geben die richtige Antwort.
- »Die Impfstoffe von Biontech / Pfizer und Moderna sind mRNA-Impfstoffe, der Impfstoff von AstraZeneca nicht« – 47 Prozent der Befragten konnten die Richtigkeit dieser Aussage im März korrekt einschätzen.
- In unserer vierten Welle im September 2021 wussten zwar 69 Prozent der Befragten, dass die Delta-Variante des Coronavirus die zu diesem Zeitpunkt in Deutschland dominierende sei, allerdings wiesen nur 31 Prozent der Befragten die Aussage »Die Delta-Variante des Coronavirus wurde zuerst in Großbritannien entdeckt« als falsch zurück.

Differenzierte Betrachtungen nach gesellschaftlichen Gruppen fördern dabei zwar gewisse Unterschiede nach Alter, Geschlecht und Bildung zutage: Aber selbst in der Gruppe der Menschen mit formal hoher Bildung (also mindestens Fachhochschulreife) geben im Dezember 2020 nur 45 Prozent die richtige Antwort (»falsch«) bezogen auf den R-Wert; im März 2021 sind es 54 Prozent. Geringe Kenntnisse über die Pandemie sind alles in allem auch im zweiten Jahr einer omnipräsenten Pandemie sehr weit

verbreitet – allerdings wurde etwa über den R-Wert auch wenig berichtet und diskutiert. Wie sollte es also auch anders sein?

Diese Kenntnisstände schlagen sich auch in den subjektiven Wahrnehmungen der Menschen nieder: »Die Informationen der Bundesregierung zu Corona sind leicht zu verstehen« – dieser Aussage stimmen in unseren Befragungswellen nie mehr als die Hälfte der Befragten zu – teils sogar mit rückläufiger Tendenz! Angemessen informiert über COVID-19 fühlen sich rund zwei von drei Befragten – jeder Dritte aber nicht. Der Aussage: »Die Statistiken in den Medien rund um die Pandemie finde ich oft verwirrend«, stimmen weniger als 30 Prozent der Befragten *nicht* zu. Objektiv wie subjektiv gibt es demnach weit verbreitete Verunsicherung und Unkenntnis über das Virus und die Pandemie, die noch dazu eng zusammenhängen: Wer objektiv weniger weiß, fühlt sich auch subjektiv weniger wissend. Und das wiederum – sowohl bezogen auf objektives Wissen als auch subjektive Informiertheit – bleibt nicht ohne Konsequenzen. Denn mit einem geringeren subjektiven Wissenstand gehen ein geringeres Maß an Vertrauen in die Politik, eine geringere Bereitschaft, die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie zu unterstützen und auch eine geringere Impfbereitschaft einher. Nun wäre es sicherlich zu einfach zu sagen: Wüssten die Menschen mehr, wäre alles gut. Aber gleichwohl zeigt sich in der Gesamtschau, dass in Teilen der Gesellschaft ein geringeres Maß an Wissen und Informiertheit mit geringer Unterstützung von konkreten Maßnahmen, aber auch allgemeiner mit geringerem Vertrauen zusammenkommt.

So what?

Es wäre unrealistisch, vielleicht auch gar nicht wünschenswert, dass alle Menschen alles rund um die Pandemie wüssten. Es geht auch nicht darum, mit dem Finger auf jene zu zeigen, die ein

geringes Wissen über die Pandemie an den Tag legen. Der Mannheimer Politikwissenschaftler Jan van Deth hat einmal mit Blick auf ein allgemeines politisches Interesse, das in der Bevölkerung auch eher mäßig hoch ist, gesagt: »Das Leben, nicht die Politik ist wichtig.« Das kann man aus guten Gründen auf die Pandemie oder auch auf Fragen der Wissenschaft übertragen. Man sollte sich keine Illusionen machen, was das Level an Interesse und Wissen in der Bevölkerung angeht – und das ist in einer modernen, hochgradig komplexen und arbeitsteilig organisierten Gesellschaft auch gut so. Und doch heißt Demokratie eben auch immer: Es braucht breite Unterstützung, es braucht Akzeptanz, sonst droht jederzeit Protest und Konflikt.

Was lernen wir nun aus alledem, gerade auch über den Tag hinaus? Die Pandemie hat uns innerhalb eines sehr kleinen, dichten Zeitraums von zwei Jahren vorgeführt, wie herausfordernd es sein kann, wenn Wissenschaft, Politik, Medien und Öffentlichkeit sich auf weitreichende, einschneidende Maßnahmen unter dem (Ein-)Druck einer existentiellen Krise verständigen und verabreden müssen. In dieser Verdichtung war dies ohne Zweifel außergewöhnlich – aber die Grundlogik finden wir so auch an anderen Stellen wieder, etwa beim Klimawandel. Auch hier stehen existentielle Fragen auf der Agenda, auch hier fordert die Wissenschaft einschneidende Maßnahmen, auch hier muss Politik gleichwohl abwägen und auch hier fällt die Unterstützung der Maßnahmen nicht unisono hoch aus. Skepsis ist da und sie lässt sich noch dazu von populistischen oder extremistischen Kreisen vereinnahmen. Die Situation mag sich im Vergleich zur Corona-Pandemie eher wie in Zeitlupe entfalten, in ihrer Struktur ist sie erschreckend ähnlich.

Gerade vor diesem Hintergrund der drängenden Probleme unserer Zeit, von denen die Corona-Pandemie nur eines ist, und einer auch weiterhin anzunehmenden Verzahnung von Wissenschaft, Medien und Politik in der Zukunft scheint es wichtig, dass

alle drei Akteursgruppen sich der Tatsache bewusst sind, dass die Annahme wichtiger Beschlüsse unter anderem auch davon abhängt, dass die Menschen sie verstehen. Und dafür bedarf es eines gewissen Hintergrundwissens, wenngleich dies allein auch noch kein Garant für Akzeptanz ist. Trotzdem sind Wissen und Verständnis ein wichtiger Schritt auf diesem Weg. Dass es bezüglich der Vermittlung komplexer Themen in den Medien durchaus noch Optimierungsbedarf gibt, zeigt das Beispiel des Umgangs mit dem Thema Corona in politischen Talkshows klar und deutlich.

Anmerkungen

- 1 Unser Dank gilt Elena Kalter, Teodora Bibu, Anton Köneke, Teresa Reichelt, Lina Wollgast, Gergö Hornburg und Martin Müller, die uns bei der Codierung der Talkshows tatkräftig unterstützt haben.
- 2 Die Befragungen wurden als Onlinebefragungen von YouGov realisiert, aus deren Access Panel die Befragten nach einem bevölkerungsrepräsentativen Quotenplan auch rekrutiert wurden.
- 3 Der R-Wert kann definitionsgemäß nicht unter 0 liegen; für einen Rückgang der Zahl der Neuinfektionen muss er unter 1 liegen.

Ergebnisse der RAPID-COVID-Panelbefragung Nutzung und Wahrnehmungen der Informations- landschaft im zweiten Jahr der Pandemie

Von Thorsten Faas*, Teodora Bibu*, Philippe Joly* und David Schieferdecker*

Massenmedien erfüllen in modernen Gesellschaften verschiedene Funktionen. Sie sind zentrale Vermittlungsinstanzen orientierender, öffentlicher Informationen, die Bürgerinnen und Bürger benötigen, um ihr Leben zu gestalten. Zudem sind sie Plattformen für Meinungs- und Willensbildungsprozesse. Schlussendlich sorgen ihre Diskurse für Identität und sozialen Zusammenhalt.

Corona-Pandemie stellte die Medien vor besondere Herausforderungen

Im Dezember 2019 wurden die ersten Infektionen mit dem neuartigen Sars-CoV-2-Virus im chinesischen Wuhan bestätigt. Der Ausbruch und die Entwicklung der Corona-Pandemie haben die Massenmedien in allen drei genannten Aspekten vor eine immense Herausforderung gestellt. Massenmedien mussten der Öffentlichkeit komplexe Informationen über eine pandemische Entwicklung nahebringen, über deren Ursprünge und Verläufe am Anfang nur wenig bekannt war. Ebenso mussten sie die seitens der Politik beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie schnell und breit in die Öffentlichkeit tragen. In einer Demokratie sind Medien aber nicht nur ein Sprachrohr zur Vermittlung von Informationen, sondern auch ein Motor öffentlicher Diskussionen und damit öffentlicher Meinungs- und Willensbildungsprozesse. Gerade dem Aspekt einer vielfältigen, ausgewogenen Berichterstattung, in deren Rahmen auch Kontroversen sichtbar werden, kommt dabei eine zentrale Rolle zu – zumindest in nicht-pandemischen Zeiten. Aber in pandemischen Zeiten? Die Debatte, inwiefern Massenmedien angemessen über die Pandemie berichteten wurde schnell ein Kernbestandteil in der zunehmend heftig geführten öffentlichen Debatte.

Diese Herausforderungen treffen klassische Medienangebote in einer für sie schwierigen Zeit. Seit zwei Dekaden stellen sie sich den Herausforderungen des Strukturwandels, der durch die wirtschaftliche Transformation und die neuen technischen, digitalen Strukturen entstanden sind. Gleichzeitig wurden sie in den letzten Jahren verstärkt zur Zielscheibe populistischer Akteure. (1)

Wie wurde die Pandemie-Berichterstattung rezipiert?

Diesen großen normativen Fragen nach der Funktionserfüllung der Massenmedien in einer globalen Gesundheitskrise, aber auch in einer von Populisten geprägten Zeiten nähert sich dieser Beitrag mit

einigen empirischen Beobachtungen. Untersucht wurden dabei der Medienkonsum und die Wahrnehmungen der Medien durch die Bürgerinnen und Bürger. Auf welchem Weg erhalten sie die Informationen, die sie benötigen, um durch eine Pandemie zu navigieren? Wie bewerten sie die Informationslandschaft? Unterscheiden sich Bürgerinnen und Bürger mit unterschiedlicher Mediennutzung systematisch in ihrem Wissensstand? In welchem Zusammenhang steht die Nutzung bestimmter Kanäle mit der Akzeptanz politischer Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie?

Kurz und knapp

- Die RAPID-COVID-Studie untersuchte die pandemiebezogene Mediennutzung und Wahrnehmung medialer Informationen im zweiten Corona-Jahr.
- Öffentlich-rechtliche Sender bleiben auch im Verlauf der Pandemie die wichtigsten Informationsquellen.
- Kritische Einstellungen zur Corona-Berichterstattung der Medien lassen sich vor allem durch ideologisch-inhaltliche Präferenzen erklären.
- Nutzende des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wissen mehr über das Coronavirus und zeigen eine höhere Akzeptanz der Maßnahmen als Nutzende sogenannter „alternativer Medien“.

Vorliegende sozialwissenschaftliche Studien zeichnen bereits ein Bild des Verhältnisses von Politik, Medien und Öffentlichkeit aus der Perspektive der Bürger. Viehmann, Ziegele und Quiring etwa haben Ergebnisse einer dreiwöchigen Panelbefragung (durchgeführt zwischen März und Juli 2020) vorgelegt, in deren Rahmen sie die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Mediennutzung der Bevölkerung analysiert haben. (2) Ihre Daten zeigen eine starke Nachfrage nach coronabezogenen Informationen zu Beginn der Pandemie im März 2020, die im weiteren Verlauf wieder etwas nachließ. Im Hinblick auf verschiedene Medienanbieter konnten sie sowohl für die Frühphase als auch für den Sommer 2020 eine hohe Popularität von öffentlich-rechtlichen Angeboten beobachten. Weiterhin konnten sie zeigen, dass Nutzende öffentlich-rechtlicher Sender wie auch Lesende von Tageszeitungen eher zufrieden mit der Arbeit der Regierung waren und ein höheres Vertrauen in die mediale Krisenberichterstattung hatten. Umgekehrt verhielt es sich, wenn Informationen bevorzugt in sogenannten alternativen Medien genutzt wurden.

* FU Berlin.

Wolling, Schumann und Arlt untersuchten, basierend auf Daten aus dem April 2020, ob es Zusammenhänge zwischen der Art der Mediennutzung und den Einstellungen zur Pandemie, gerade auch den Eindämmungsmaßnahmen gibt. (3) Sie identifizierten idealtypische Bevölkerungssegmente, nämlich Kritisierende sowie besorgte, optimistische und sorglose Unterstützende. Ihre Typen unterschieden sich nicht nur systematisch in ihrer Haltung zu den Eindämmungsmaßnahmen, sondern auch in ihren Bewertungen der Medienberichterstattung. Bemerkenswerterweise fanden sie keine Zusammenhänge zwischen den persönlichen Ansichten zur Pandemie und den genutzten Medienangeboten.

Jakobs und andere konzentrieren sich auf das Medienvertrauen und die Wahrnehmung der Informationslandschaft in der Pandemie. (4) Sie nutzen dafür bevölkerungsrepräsentative Daten aus einer Welle der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen, die bereits am Ende des ersten Jahres der Pandemie (November/Dezember 2020) lag. Sie konnten zeigen, dass zwei Drittel der Befragten die Corona-Berichterstattung für vertrauenswürdig hielten. Im Vergleich zu früheren, vorpandemischen Erhebungen war das Vertrauen in die Medien sogar noch gestiegen. Dies galt vor allem für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, regionale und überregionale Tageszeitungen.

Veränderte
Mediennutzung im
Laufe der Pandemie

Die drei ausgewählten Studien demonstrieren, dass erstens unterschiedliche Medienanbieter unterschiedlich stark genutzt und in ihrer Leistung bewertet werden. Zweitens spielt der Faktor Zeit in der Pandemie eine Rolle, was die Zu- oder Abwendung zu bzw. von Medien betrifft. Die Nutzung veränderte sich im Laufe des ersten Jahres der Pandemie. Schließlich zeigen die Studien, wenn auch nicht ganz einheitlich, dass Mediennutzung und andere pandemiebezogene Einstellungen in einem Zusammenhang zu stehen scheinen.

Im vorliegenden Beitrag möchten wir die Erkenntnisse dieser drei Studien aufgreifen und die Entwicklung im zweiten Jahr der Pandemie beobachten. Zunächst wurde dabei gefragt, welche Muster und Veränderungen sich in der pandemiebezogenen Mediennutzung erkennen lassen? Im Anschluss wurde der Wandel der Wahrnehmung der medialen Informationslandschaft untersucht. Abschließend wurde geprüft, ob die Mediennutzung systematisch mit dem Erleben der Pandemie zusammenhängt. Hierbei wurde nicht nur die Maßnahmenakzeptanz betrachtet, sondern auch inwieweit die Informiertheit der Bevölkerung mit verschiedenen Formen der Mediennutzung variiert.

Die „RAPID-COVID“-
Studie

Die hier verwendeten Daten stammen aus dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)-geförderten Projekt „Receiving and Accep-

ting Public Information Despite Polarization“ (RAPID-COVID). Im Rahmen dieses Projekts wurde eine viertägige Panelerhebung – also eine viermalige Befragung eines identischen Personenkreises – realisiert. Die befragten Personen wurden nach einem Quotenplan aus dem Online-Access-Panel des Meinungsforschungsinstituts YouGov rekrutiert. Dabei wurden nur bundesdeutsche Staatsbürgerinnen und Staatsbürger ab 18 Jahren in die Auswahlgesamtheit einbezogen.

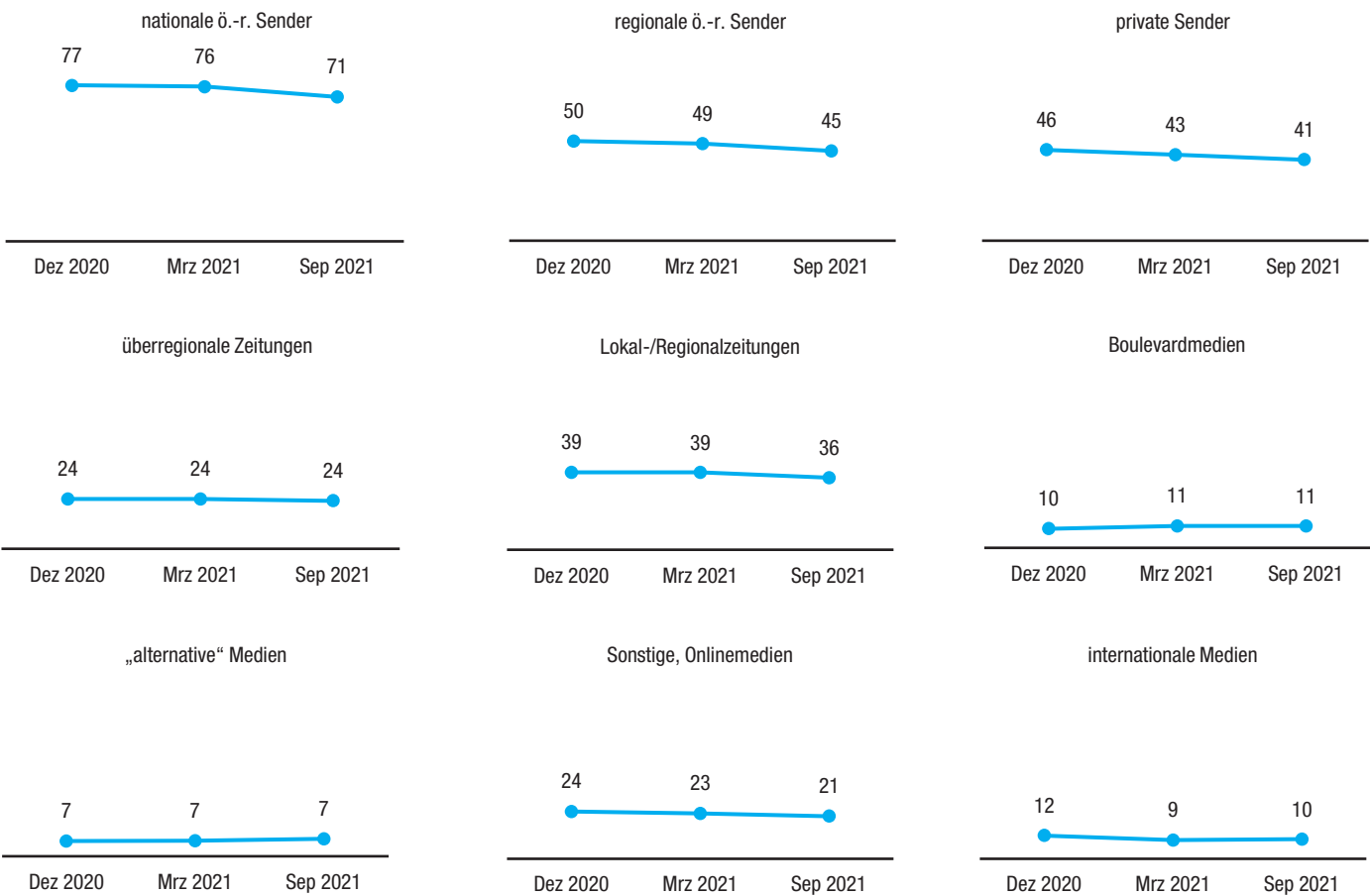
Die vier Befragungszeitpunkte decken verschiedene Phasen im zweiten Jahr der Pandemie ab: Die erste Panelerhebung war im Dezember 2020 im Feld, als die Pandemie ein zuvor unbekanntes Ausmaß in Deutschland erreichte und sich Deutschland in einem zweiten Lockdown befand. Die zweite Befragungswelle lief im März 2021, als die politischen Debatten um den Fortgang der Impfkampagne und die dritte Pandemiewelle in vollem Gange waren. Die dritte Befragung fand im späten Mai 2021 statt, als die dritte Corona-Welle langsam auslief. Die vierte Untersuchung im September 2021 fiel in eine eher ruhige pandemische Phase, sollte aber auch das Momentum vor der Bundestagswahl erfassen. An der ersten Befragung im Dezember 2020 nahmen rund 3 200 Befragte teil. Der Panelverlauf war insgesamt sehr erfreulich. Trotz eines gewissen Maßes einer unvermeidlichen Panelmortalität – d.h. Personen schieden während des Untersuchungszeitraums aus der Stichprobe aus – nahmen immer noch rund 2 200 Befragte an der vierten Untersuchung teil. Alle hier präsentierten Panelanalysen umfassen nur Personen, die an allen betrachteten Wellen teilgenommen haben. Alle Analysen sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet.

Die Fragebögen umfassten neben wechselnden Modulen einen festen Kern an Fragen, auf den wir uns in der Analyse stützen. Dies waren erstens Fragen zum coronabezogenen Mediennutzungs- und Informationsverhalten. Zweitens wurde von den Befragten erfragt, wie sie die Corona-Informationslandschaft wahrnahmen. Drittens enthielten die Fragebögen Wissensfragen rund um das Corona-Virus und die Pandemie, die allerdings von Welle zu Welle wechselten und jeweils aktuelle Aspekte der Pandemie thematisierten. Viertens sollten die Befragten angeben, inwiefern sie die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie unterstützten oder ablehnten. Schließlich wurden umfangreiche sozialstrukturelle Informationen zu den Befragten erhoben, um Subgruppenanalysen vornehmen zu können.

Im ersten Schritt der empirischen Betrachtung wenden wir uns der Frage zu, welche Medienanbieter die Menschen in Deutschland nutzen, um sich über die Pandemie zu informieren und wie sich diese Nutzung im Zeitverlauf verändert hat. In drei der vier

Mediennutzung im
Verlauf der Pandemie

Abbildung 1
Mediennutzung nach Anbietertyp im Zeitverlauf
in %



Frage: „Wenn Sie einmal an die vergangenen beiden Wochen denken: Von welchen Medienanbietern haben Sie Informationen über die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung erhalten?“ Die Punkte geben die Nutzung (in %) zu den drei Befragungszeitpunkten wieder, W1: Dezember 2020, W2: März 2021, W4: September 2021. Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

Befragungswellen wurden die Teilnehmenden gefragt, von welchen Medienanbietern sie in den vergangenen beiden Wochen Informationen über die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung erhalten haben. (5) Die Befragten konnten so viele Medienanbieter auswählen, wie sie wollten. (6)

Abbildung 1 zeigt die Ergebnisse im Zeitverlauf. Wenn wir zunächst einmal auf die Ergebnisse aus der letzten Befragungswelle im September 2021 schauen, so bestätigen diese die Muster früherer Studien, auch wenn exakte Vergleiche der Nutzungsniveaus aufgrund unterschiedlicher Frage- und Antwortformulierungen nicht möglich sind. Mit Abstand am weitesten verbreitet war die Nutzung des nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Fast drei Viertel (71 %) der Befragten geben an, sich in den nationalen öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehsendern – also bei Das Erste, ZDF oder dem Deutschlandfunk – über die Pandemie zu informieren. Auch

das Angebot des regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks erfreute sich großer Popularität: Fast die Hälfte der Befragten wurde von den Informationsangeboten der Landesrundfunkanstalten – etwa BR, MDR oder WDR – erreicht. Knapp dahinter kamen private Fernsehsender, die für 41 Prozent der Befragten als Informationsquelle dienten. Bei der Presse lagen erwartungsgemäß regionale und lokale Angebote mit 36 Prozent vor nationalen Printangeboten (24 %). Boulevardmedien wie die BILD-Zeitung wurden von etwa jedem zehnten Befragten als Informationsquelle genannt. Gleiches gilt für internationale Medien, wie die BBC oder die New York Times.

Im Zuge des Strukturwandels der Öffentlichkeit sind über diese traditionellen Medienangebote hinaus auch neue Anbieter entstanden, die sich ähnlich wie traditionelle Massenmedien mit professionell erstellten Produkten an ein großes, nicht vorher bestimmtes Publikum richten, die diese aber nur im Internet

Nur eine kleine Minderheit nutzt „alternative“ Medien oder informiert sich nicht

anbieten. In den Fokus der öffentlichen Debatte rund um coronabezogene Informationen sind dabei besonders Medien geraten, die sich selbst als „Alternativen“ zu etablierten Medien stilisieren. Von den Befragten gibt allerdings nur ein kleiner Teil (7 %) an, sich über Medien wie KenFM, Nachdenkseiten oder Compact über Corona zu informieren. Damit ist die Gruppe deutlich kleiner als diejenige, die andere reine Onlinemedien, wie etwa T-Online, nutzt (21 %). Bemerkenswert ist schließlich, dass 5 Prozent der Befragten aus keiner Quelle Informationen über die Pandemie bekamen.

Mit dieser Längsschnittstudie kann nicht nur der Endpunkt der Datenerhebung im September 2021 betrachtet werden, sondern auch die Entwicklung der Mediennutzung über fast ein Jahr hinweg nachgezeichnet werden. Abbildung 1 zeigt ein Bild hoher Stabilität. Sich über Corona zu informieren, scheint Teil einer stark habitualisierten Mediennutzung zu sein.

Bei genauer Betrachtung zeigen sich einige wenige Veränderungen, vor allem bei den insgesamt am stärksten nachgefragten Anbietern. Von Dezember 2020 bis September 2021 verringerte sich etwa der Anteil der Befragten, die die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien nutzten, von 77 auf 71 Prozent; bei den privaten Sendern von 46 auf 41 Prozent. Dies bestätigt Trends, die schon Viehmann und andere für die früheren Phasen der Pandemie aufgezeigt haben. (7) Bei Print- und Onlineangeboten fallen die Veränderungen dagegen geringer aus bzw. sind gar nicht zu beobachten.

Soziodemografische Charakteristika

Um nicht nur Veränderungen im Zeitverlauf zu betrachten, sondern auch unterschiedliche Nutzungsmuster in der Bevölkerung prüfen zu können, wurde die Mediennutzung aus der letzten Erhebungswelle im September 2021 nach vier soziodemografischen Eigenschaften – Alter, Geschlecht, Bildung, Wohnregion – differenziert. Zudem wurden die erfragten Parteipräferenzen der Befragten herangezogen, um auch deren politische Orientierung einbeziehen zu können. Welche Muster sich für drei ausgewählte Medienangebote, nämlich den nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, private Fernsehsender und sogenannte alternative Medien, ergeben, zeigt Abbildung 2.

Tatsächlich werden deutliche Unterschiede erkennbar. Obwohl sich der nationale öffentlich-rechtliche Rundfunk insgesamt großer Popularität in der Gesellschaft erfreut, fördert die differenzierte Analyse deutliche Unterschiede in der Nutzung zutage: Zwischen der jüngsten (bis 34 Jahren) und der ältesten Gruppe (ab 55 Jahre) liegen bei der Nutzung fast 20 Prozentpunkte Unterschied, die erneut eine größere Distanz junger Nutzer zu diesen Angeboten belegen. Weniger stark, aber gleichwohl sichtbar

sind Unterschiede nach Geschlecht (stärkere Nutzung bei Männern), Bildung (stärkere Nutzung bei Menschen mit formal hoher Bildung) und Wohnort (stärkere Nutzung bei Westdeutschen). (8) Bei privaten Fernsehsendern finden wir dagegen in Teilen spiegelbildliche Muster: Sie werden eher von Menschen mit formal niedriger Bildung und einem ostdeutschen Wohnort rezipiert. Zudem werden sie vor allem von Menschen in der mittleren Altersgruppe genutzt. Auch sogenannte alternative Medienangebote werden verstärkt in der mittleren Altersgruppe genutzt. Darüber hinaus scheint es sich bei Nutzerinnen und Nutzern alternativer Medien um eine heterogene Gruppe zu handeln, die sich kaum unter Rückgriff auf einfache soziodemografische Merkmale fassen lässt – die Unterschiede fallen jedenfalls zwischen den verschiedenen hier betrachteten Gruppen sehr gering aus.

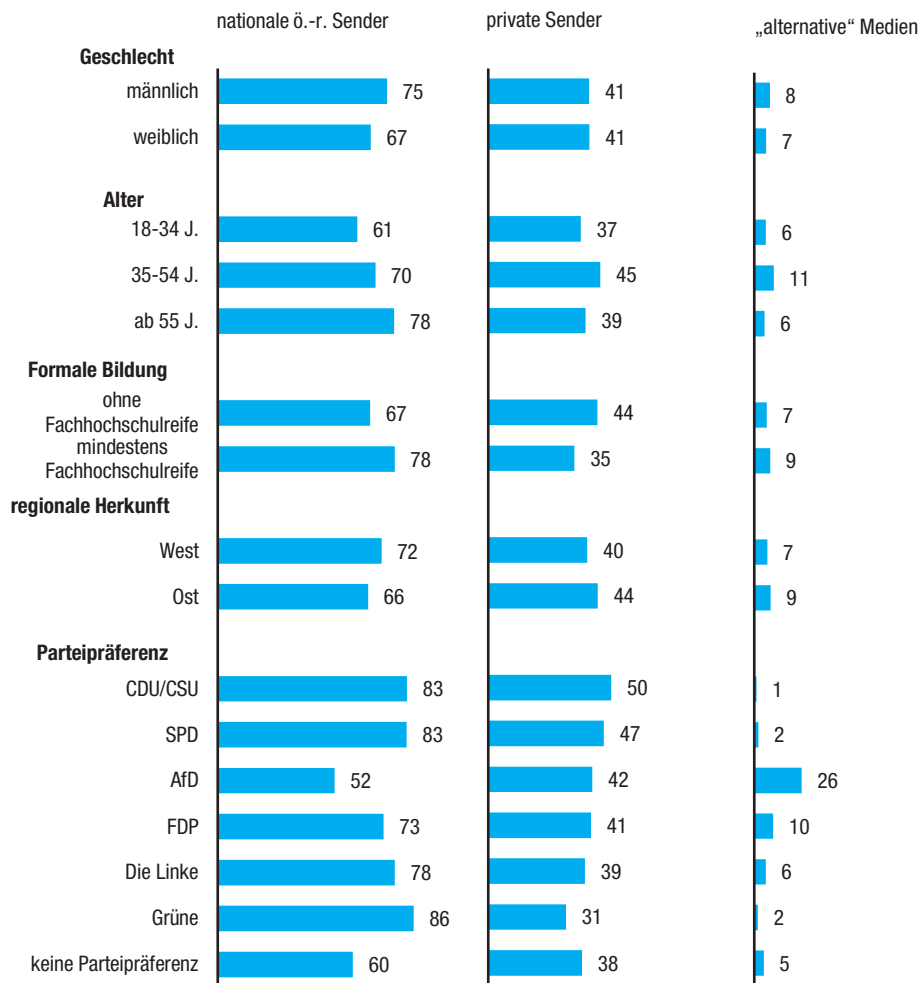
Auch mit Blick auf Parteipräferenzen finden sich teilweise starke Unterschiede bei der Mediennutzung. Anhänger der Grünen, der Union und der SPD nutzen nationale öffentlich-rechtliche Angebote am stärksten (> 80 %). Im Gegensatz dazu nutzen deutlich weniger Sympathisanten der AfD (52 %) und Menschen ohne Parteipräferenz (60 %) diese Informationsquelle. Auch in diesen Gruppen werden dessen Angebote aber, trotz einer kritischen Grundhaltung gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, immerhin noch von einer knappen Mehrheit genutzt. Bei privaten Fernsehsendern fällt auf, dass diese besonders häufig von Anhängerinnen und Anhängern der Union und SPD (> 47 %) und besonders selten von Anhängern der Grünen (31 %) genutzt werden. Sogenannte alternative Medien werden von AfD-Wählenden deutlich häufiger als im Durchschnitt genutzt (26 %). Die Nutzung sogenannter alternativer Medienangebote lässt sich also vor allem inhaltlich-ideologisch fassen. Dabei darf man allerdings auch nicht übersehen, dass Anhänger der AfD immer noch doppelt so häufig den nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Informationsquelle nennen als „alternative“ Medien.

Bei der Betrachtung des Medienkonsums ergibt sich ein Bild hoher Stabilität. Dass man dies nicht als ein Zeichen allgemeiner Zufriedenheit lesen sollte, haben die markanten parteipolitischen Unterschiede in den Zu- aber auch Abwendungsmustern gezeigt. Zumindest in einigen Gruppen scheint es deutliche Vorbehalte gegenüber traditionellen Medien zu geben – aber vielleicht auch darüber hinaus? Um der Frage nachzugehen, wie die mediale Berichterstattung und die Informationslandschaft rund um Corona insgesamt wahrgenommen wurden und welche Veränderungen diesbezüglich im Zeitverlauf auftraten, bat man die Befragten nach ihrem Grad an Zustimmung zu insgesamt sechs Aussagen rund um die Informationslandschaft, wobei sie ihre Antworten

Ö.-r. Angebote werden von einer Mehrheit aller Parteianhänger genutzt

Wahrnehmungen der Corona-Informationslandschaft im Verlauf der Pandemie

Abbildung 2
Mediennutzung ausgewählter Anbietertypen nach soziodemographischen Merkmalen und parteipolitischen Präferenzen
September 2021, in %



Frage: „Wenn Sie einmal an die vergangenen beiden Wochen denken: Von welchen Medienanbietern haben Sie Informationen über die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung erhalten?“
Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

auf einer fünfstufigen Skala abstufen konnten. Als Zustimmung wurden alle Antworten gewertet, die einer Aussage „eher“ oder „voll und ganz“ zustimmten. Abbildung 3 zeigt, dass die Informationslandschaft insgesamt differenziert bis kritisch gesehen wurde und sich die Einstellungen an einigen Stellen im Zeitverlauf deutlich verändert haben.

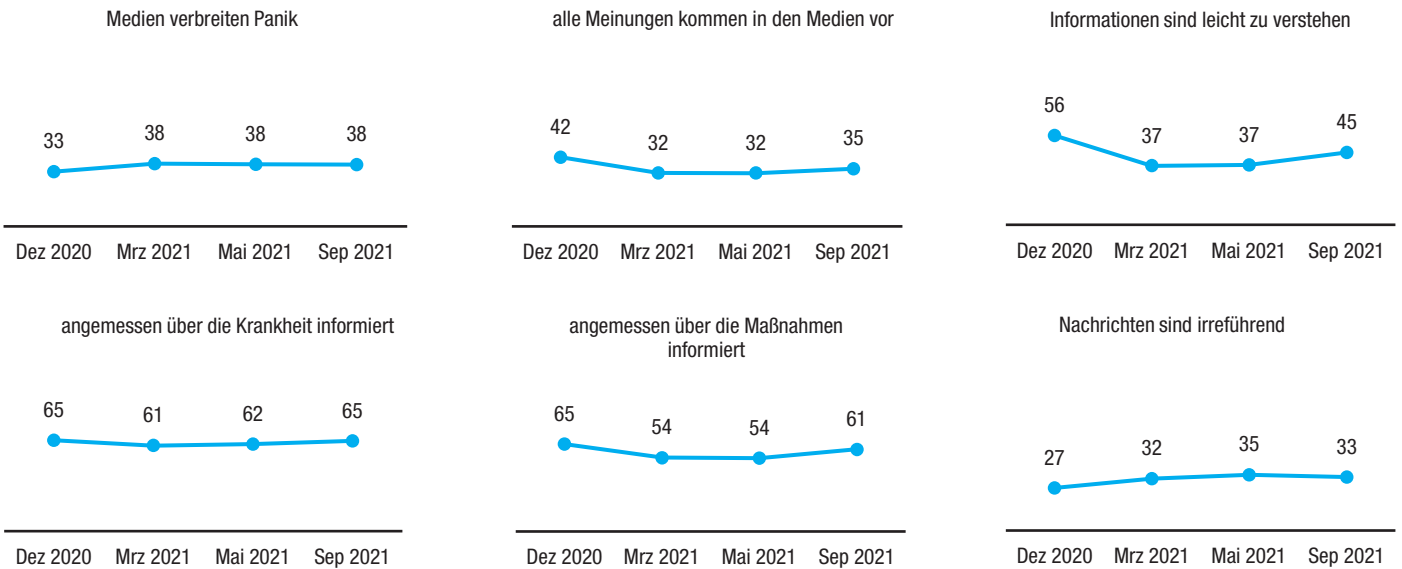
Veränderte
Wahrnehmung der
Berichterstattung
im Zeitverlauf

Im Dezember 2020 empfand eine Mehrheit der Menschen (56%), dass Informationen der Regierung rund um die Pandemie leicht zu verstehen seien. Zwei Drittel der Menschen fühlten sich sowohl gut über die Krankheit COVID-19 als auch die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie informiert. Nur ein gutes Viertel fand die Berichterstattung irreführend. Ein Drittel der Menschen unterstellte den Medien, Panik zu verbreiten. Schlussendlich teilten weniger als die Hälfte der Befragten (42%) die Ansicht, dass alle

Meinungen rund um die Pandemie in den Medien angemessen vertreten seien.

In den ersten Monaten des Jahres 2021 verschlechterte sich das wahrgenommene Bild der Informationslandschaft nachhaltig. Informationen der Regierung rund um die Pandemie wurden nun als viel weniger verständlich eingeschätzt. Von 56 Prozent im Dezember 2020 ging der Wert auf 37 Prozent im März und Mai 2021 zurück. Menschen fühlten sich auch weniger gut informiert, vor allem über die geltenden Maßnahmen, weniger die Krankheit selbst. Die Informationen wurden häufiger als irreführend (27% im Dezember 2020, 35% im Mai 2021) und „Panik verbreitend“ (33 bzw. 38%) angesehen. Die Kritik, dass nicht alle Positionen rund um die Pandemie angemessen vorkämen, weitete sich aus: Nur noch 32 Prozent teilten im März und

Abbildung 3
Wahrnehmung der Corona-Informationslandschaft
Zustimmung in %



Frage: „Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zur Informationslage rund um die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen: (1) Die Medien verbreiten mit ihrer Corona-Berichterstattung Panik. (2) In der Corona-Berichterstattung der Medien kommen alle Sichtweisen und Meinungen angemessen vor. (3) Die Informationen der Bundesregierung zu Corona sind leicht zu verstehen. (4) Ich fühle mich angemessen über das Coronavirus und die Krankheit informiert. (5) Ich fühle mich angemessen über die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie informiert. (6) Ich habe oft das Gefühl, dass die Corona-Nachrichten in den deutschen Medien falsch oder irreführend sind.“ Die Punkte geben die Zustimmung (in Prozent) zu den vier Zeitpunkten wieder, W1: Dezember 2020, W2: März 2021, W3: Mai 2021, W4: September 2021.

Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

Mai 2021 die Ansicht, dass alle Meinungen rund um Corona in den Medien angemessen vertreten seien. Erst bei der vierten Befragung im September 2021 verbesserte sich die öffentliche Meinung zur Informationslandschaft wieder – also in einer Zeit relativer pandemischer Entspannung –, auch wenn die Ausgangswerte aus dem Dezember 2020 nicht wieder erreicht wurden.

Parteilpolitische Präferenzen beeinflussen die Wahrnehmung am stärksten

Analog zur Betrachtung der Nutzungsmuster sollte im nächsten Schritt der Frage nachgegangen werden, ob es Unterschiede zwischen bestimmten Gruppen der Gesellschaft hinsichtlich ihrer Wahrnehmung der Informationslandschaft gibt. Allerdings liefert eine Differenzierung anhand der soziodemografischen Merkmale Alter, Geschlecht, Bildung und Wohnregion keine Hinweise auf nennenswerte Unterschiede. Am ehesten noch zeigen sich Effekte von Alter und Bildung: Jüngere Befragte stufen die Berichterstattung weniger häufig als alarmistisch („verbreiten Panik“) ein (33 % vs. 37 % im gesamten Sample); ältere Befragte fühlten sich dagegen besonders gut über Covid-19 (71 % vs. 66 %) und die Eindämmungsmaßnahmen (67 % vs. 62 %) informiert. Befragte mit höherer formaler Bildung fanden die Nachrichten weniger häufig falsch oder irreführend (28 % vs. 33 %). Deutlich stärker hingegen unter-

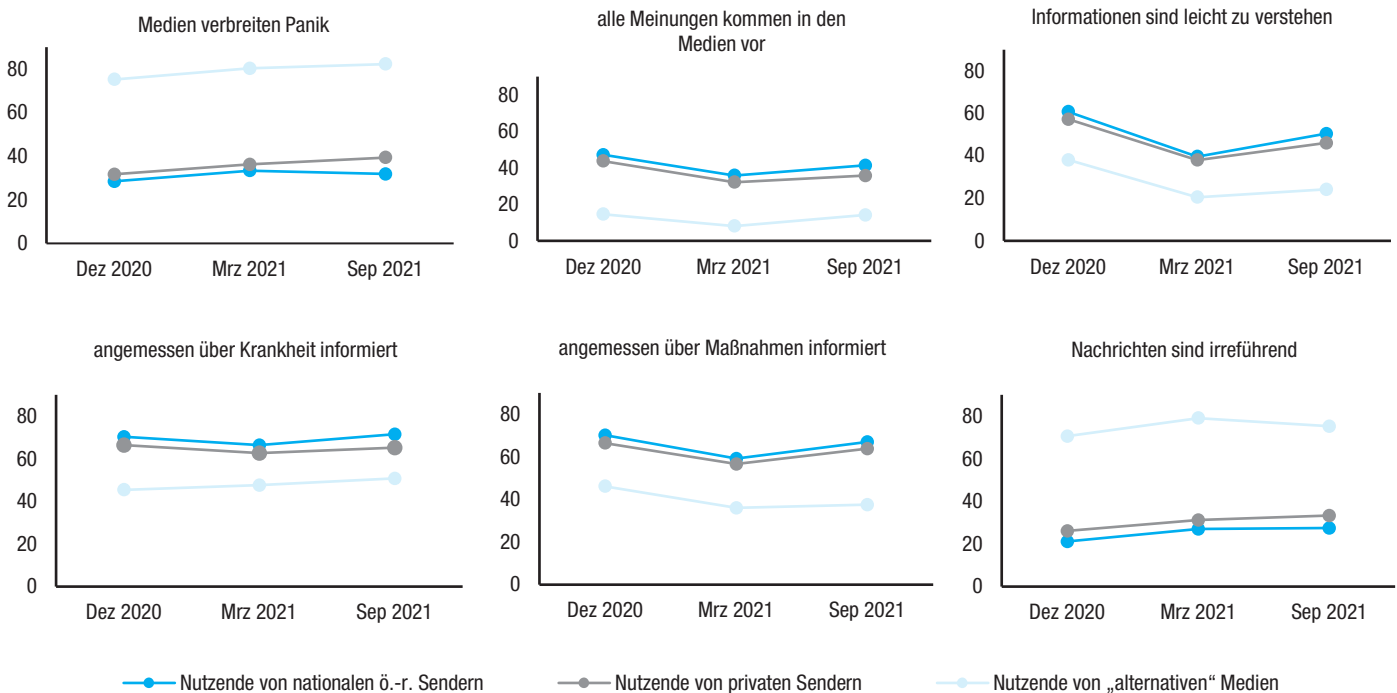
schieden sich die Befragten entlang ihrer Parteipräferenzen: Ein Großteil der AfD-Anhänger meint, dass die Medien Panik machen (74 %) oder irreführende und falsche Informationen verbreiten (75 %), während diese Meinungen deutlich seltener unter den Anhängerinnen und Anhängern von Union (22 % bzw. 18 %), SPD (22 % bzw. 21 %) und Bündnis 90/Die Grünen (16 % bzw. 12 %) zu finden sind.

Wir können an dieser Stelle festhalten, dass der Blick auf die Informationslandschaft durchaus kritischer geworden ist. Abschließend soll nun der Zusammenhang zwischen beiden Aspekten – Nutzung und Wahrnehmung – geprüft werden: Wie hängt der Einstellungswandel mit der Art der genutzten Medien zusammen? Abbildung 4 zeigt exemplarisch, wie sich Nutzende nationaler öffentlich-rechtlicher Anbieter, privater Rundfunkanbieter und sogenannter alternativer Medien unterscheiden.

Aus der Abbildung wird unmittelbar eine Zweiteilung erkennbar: Das Publikum des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks unterscheidet sich kaum in seinen Einstellungen zu den Informationsleistungen, während das von „alternativen“ Medienangeboten davon stark abweichende Positionen vertritt: Es äußert über alle Einstellungsvariablen

Kritischste Haltung bei Nutzern „alternativer“ Medien

Abbildung 4
Wahrnehmung der Corona-Informationslandschaft differenziert nach Nutzung unterschiedlicher Medienanbieter
Zustimmung in %



Frage: „Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zur Informationslage rund um die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. (1) Die Medien verbreiten mit ihrer Corona-Berichterstattung Panik. (2) In der Corona-Berichterstattung der Medien kommen alle Sichtweisen und Meinungen angemessen vor. (3) Die Informationen der Bundesregierung zu Corona sind leicht zu verstehen. (4) Ich fühle mich angemessen über das Coronavirus und die Krankheit informiert. (5) Ich fühle mich angemessen über die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie informiert. (6) Ich habe oft das Gefühl, dass die Corona-Nachrichten in den deutschen Medien falsch oder irreführend sind.“ Die Punkte geben die Zustimmung (in Prozent) zu den vier Zeitpunkten wieder, W1: Dezember 2020, W2: März 2021, W3: Mai 2021, W4: September 2021.
Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

hinweg die kritischsten Meinungen. Besonders die Aussagen zur „medialen Panikmache“ und zu falschen und irreführenden Informationen in den Nachrichten erhalten in dieser Gruppe fast doppelt so hohe Zustimmungswerte. Zugleich darf man nicht übersehen, dass auch Nutzerinnen und Nutzer des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und privater Sender mehrheitlich nicht der Meinung sind, dass alle Meinungen in den Medien angemessen vorkommen.

Im Zeitraum der Erhebung verliefen die Muster der Veränderungen selbst in allen Gruppen sehr gleichförmig – nahezu überall lieferte die zweite Erhebung aus dem März 2021 die kritischsten Werte. Diese Gleichförmigkeit legt nahe, dass die Entwicklungen weniger mit den eigenen rezipierten Medien zu tun haben, sondern Ausdruck medienübergreifender, gesamtgesellschaftlicher Stimmungslagen sind.

Wissen über die Pandemie und Maßnahmenakzeptanz als Korrelate zur Mediennutzung

Abschließend stellt sich die Frage, inwiefern unterschiedliche Mediennutzungsgewohnheiten mit einem unterschiedlichen Erleben und Verarbeiten der Pandemie einhergehen. Zunächst interessierte dabei die Frage, ob Nutzerinnen und Nutzer verschie-

dener Medien unterschiedlich viel über das Virus und die Pandemie wissen. In der ersten, zweiten und vierten Welle sollten die Befragten für jeweils vier relevante Aussagen, die das aktuelle pandemische Geschehen der Zeit beschrieben, entscheiden, ob diese zutreffen oder nicht. Die Befragten konnten mit „Aussage richtig“, „Aussage falsch“ oder „weiß nicht“ antworten. So wurde zum Beispiel im Dezember 2020 das Verständnis für die Reproduktionszahl R untersucht; im März 2021 ging es um Wissen zu den Impfstoffen, im September wurde nach der Delta-Variante des Virus gefragt (vgl. Tabelle 1). Die korrekten Antworten der Personen, die an allen vier Befragungen teilgenommen haben, wurden zu einem kumulativen Wissensindex summiert, dessen Verteilung in Abbildung 5 dargestellt ist.

Alles in allem ist das Wissen über die Pandemie mittelmäßig stark ausgeprägt. Im Durchschnitt beantworteten unsere Befragten 6,9 der 12 gestellten Fragen korrekt, obwohl die Fragen zum jeweiligen Zeitpunkt der Befragung sehr aktuell und relevant waren. 28 Prozent der Befragten konnten neun Fragen oder mehr richtig beantworten. Dagegen konnten

Tabelle 1
Liste der verwendeten Wissensitems

Dezember 2020

- Man kann Andere mit dem Coronavirus anstecken, auch wenn man selbst keine Symptome der Krankheit hat.
- Störungen des Geruchs- oder Geschmackssinns können als Symptom einer COVID-19-Erkrankung auftreten.
- Nur wenn die Reproduktionszahl R über einen längeren Zeitraum unter 0 liegt, geht die Zahl der Neuinfektionen zurück.
- Im Frühjahr 2020 sind in Europa mehr Menschen gestorben als im gleichen Zeitraum in den Jahren zuvor.

März 2021

- Die Impfstoffe von Biontech/Pfizer und Moderna sind mRNA-Impfstoffe, der Impfstoff von AstraZeneca nicht.
- Nur wenn die Reproduktionszahl R über einen längeren Zeitraum unter 0 liegt, geht die Zahl der Neuinfektionen zurück.
- Zwischen der Ansteckung mit dem Coronavirus und dem Beginn der Erkrankung vergehen im Mittel 5 bis 6 Tage.
- Die B.1.1.7-Mutation des Coronavirus ist im Vergleich deutlich ansteckender.

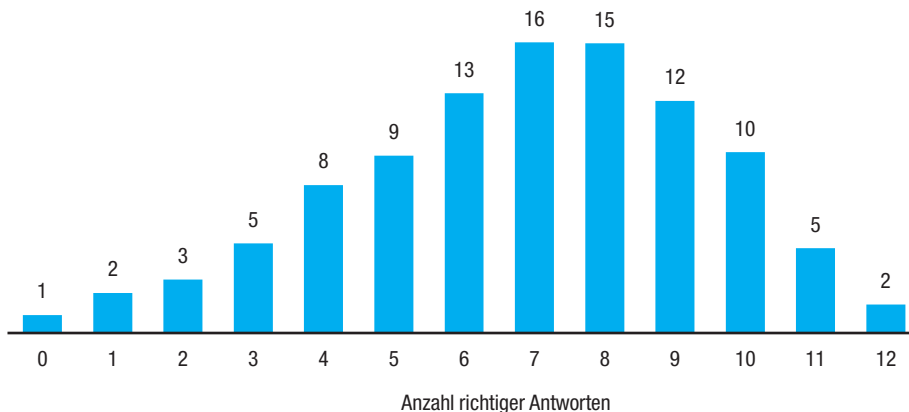
September 2021

- Die Delta-Variante ist die aktuell dominante Variante des Coronavirus in Deutschland.
- Die Delta-Variante des Coronavirus wurde zuerst in Großbritannien entdeckt.
- Die in Deutschland zugelassenen Impfstoffe bieten nur einen minimalen Schutz gegen die Delta-Variante des Coronavirus.
- Einfache medizinische Masken (sog. "OP-Masken") dienen primär dem Schutz anderer und weniger dem eigenen Schutz vor einer Infektion.

Quelle: Studie RAPID-COVID, FU-Berlin.

Abbildung 5
Kumulativer Wissensindex

Anzahl richtiger Antworten auf 12 gestellte Wissensfragen, in %



Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

11 Prozent der Befragten nur maximal drei Fragen richtig beantwortet. Die Varianz ist also hoch.

Nutzende der
ö.-r- Sender
zeigen höchsten
Wissensstand

Doch variiert das Wissen mit der Mediennutzung? Abbildung 6 zeigt, in welchem Verhältnis die Nutzung verschiedener Medienanbieter aus der ersten Befragungswelle mit dem Wissen über alle Wellen hinweist. Die Korrelationskoeffizienten zeigen an, wie stark der Zusammenhang zwischen der Nutzung eines bestimmten Mediums und dem Wissensindex ist. Positive Werte bedeuten, dass die Nutzung mit höhe-

rem Wissen einhergeht (je größer die Zahl, desto stärker trifft das zu), negative Werte zeigen das Gegenteil – die entsprechenden Nutzer wissen weniger.

Das Ergebnis ist deutlich. Personen, die den nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Dezember 2020 (und angesichts der hohen Stabilität der Mediennutzung wohl auch darüber hinaus) nutzten, haben im Durchschnitt ein höheres Wissen über die Pandemie. (9) Mit der Nutzung von privaten Fernsehsendern geht dagegen nur ein kaum merk-

licher Anstieg des Wissens einher. Die Nutzung sogenannter alternativer Medien geht sogar mit einem geringeren Wissensstand über die Pandemie einher: Personen, die im Dezember 2020 Informationen aus solchen Medien erhalten haben, eigneten sich im Laufe der Pandemie weniger Kenntnisse an als andere.

Zwei Drittel befürworten Corona-Maßnahmen

In einem zweiten Schritt wurde untersucht, ob sich Nutzerinnen und Nutzer verschiedener Medien mit Blick auf die Akzeptanz der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie unterschieden. In allen Befragungswellen wurden die Teilnehmenden gefragt, wie sie die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie insgesamt bewerten. Hierbei konnten die Befragten ihre Antwort auf einer elfstufigen Skala, die von totaler Ablehnung bis zu uneingeschränkter Unterstützung reicht, abstimmen. Als Unterstützung zählen alle Befragten, die sich jenseits der Mittelkategorie befinden, unabhängig vom Ausmaß der Unterstützung.

In unserer letzten Befragungswelle unterstützten ungefähr zwei Drittel der Befragten die Maßnahmen. Abbildung 7 differenziert dieses globale Maß an Unterstützung nun danach, aus welchen Quellen Befragte Informationen beziehen. Auch hier ist das Ergebnis eindeutig. Eine klare Mehrheit der Nutzenden des nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie auch privater Fernsehsender unterstützt die Maßnahmen. Ein Großteil der Nutzerinnen und Nutzer von sogenannten alternativen Medienangeboten lehnt hingegen die Maßnahmen ab. Der Unterschied beträgt fast 50 Prozentpunkte. Dabei ist auch mit Blick auf die zeitliche Entwicklung festzustellen, dass die Maßnahmenunterstützung im Laufe des zweiten Jahres der Pandemie insgesamt und in allen Gruppen abnahm.

Fazit

Mediennutzungstrends setzen sich im zweiten Coronajahr fort

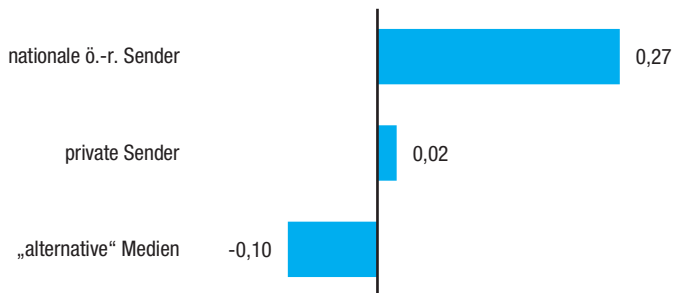
In der Corona-Pandemie sind die wechselseitigen Abhängigkeiten und Spannungsverhältnisse zwischen Medien, Politik und Öffentlichkeit deutlich geworden. Im vorliegenden Beitrag haben wir uns diesem Spannungsverhältnis aus der Perspektive von Bürgerinnen und Bürgern genähert und ihre Mediennutzung und Wahrnehmung der Informationslandschaft einerseits sowie ihr Wissen rund um die Pandemie und ihre Akzeptanz von Maßnahmen andererseits in den Blick genommen. Dabei zeigt sich, dass Trends, die sich in früheren Studien andeuten, sich auch im zweiten Jahr der Pandemie, das hier untersucht wurde, fortsetzen.

In Krisenzeiten am häufigsten ö.-r. Programmangebote genutzt

Erstens zeigen die Ergebnisse auf der Basis der vorliegenden Panelstudie, dass sich die überwiegende Mehrheit der deutschen Bürger für die Informationsbeschaffung über die Pandemie auf Medien verlassen und sich dabei die traditionellen Medienanbieter der größten Popularität erfreuen. Dies gilt insbesondere für den nationalen öffentlich-rechtlichen Rund-

Abbildung 6

Korrelationen zwischen der Mediennutzung ausgewählter Anbietertypen in der ersten Welle und dem kumulativen Wissensindex



Die Balken zeigen die Korrelation zwischen der Nutzung ausgewählter Medienanbieter, gemessen in der 1. Befragungswelle, und dem kumulativen Wissen, gemessen anhand von 12 Fragen verteilt über drei Wellen, W1: Dezember 2020, W2: März 2021, und W4: September 2021. Positive Werte bedeuten, dass die Nutzung eines bestimmten Medienanbieters mit höherem Wissen einhergeht, negative Werte zeigen das Gegenteil.

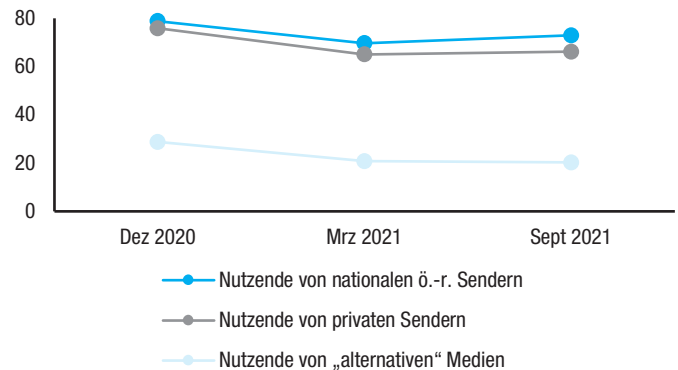
Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

Abbildung 7

Unterstützung der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie differenziert nach Nutzung unterschiedlicher Medienanbieter

in %



Fragewortlaut: „Bitte denken Sie nun speziell an die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie, die die Bundes- und Landesregierungen beschlossen haben. Wir kommen gleich zu den einzelnen Maßnahmen. Zunächst einmal ganz allgemein, wie bewerten Sie die Maßnahmen insgesamt?“ Die Punkte geben die Unterstützung (in Prozent) zu den drei Zeitpunkten wieder, W2: März 2021, W4: September 2021. Alle Befragten, die sich jenseits der Mittelkategorie einordnen, gelten als unterstützend.

Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

Quelle: RADID-COVID-Studie, FU Berlin.

funk. Außerdem hat sich gezeigt, dass der Medienkonsum über die gesamte untersuchte Zeitspanne recht stabil ist; zudem zeigen sich vertraute Muster, was Unterschiede zwischen soziodemografisch definierten Gruppen ergibt. Der nationale öffentlich-rechtliche Rundfunk etwa wird stärker von älteren Menschen genutzt; es zeigen sich aber auch Unterschiede nach Geschlecht (stärkere Nutzung bei Männern), Bildung (stärkere Nutzung bei Menschen

mit formal hoher Bildung) und Wohnort (stärkere Nutzung bei Westdeutschen). Bei privaten Fernsehsendern finden wir dagegen in Teilen spiegelbildliche Muster.

Größere Zufriedenheit bei Nutzenden ö.-r. Angebote

Diese hohe Nutzung sollte man aber nicht mit weitverbreiteter Zufriedenheit gleichsetzen – im Gegenteil: Ein Drittel unserer Befragten bewerten das Medienangebot in der Pandemie als irreführend und zu alarmierend; ein ähnlicher Anteil fühlt sich unangemessen informiert. Diese kritischen Sichtweisen finden wir dabei vor allem bei Unterstützende der AfD beziehungsweise Nutzerinnen und Nutzern sogenannter alternativer Medien, während Nutzende des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insgesamt zufriedener sind.

Präferenz für „alternative“ Medien korreliert mit geringem Wissensstand

Und für all das deuten sich auch Konsequenzen an, etwa mit Blick auf das Wissen der Befragten. Die Präferenzen für bestimmte Medienangebote korrelieren mit einem unterschiedlichen Wissensniveau. Nutzende der sogenannten alternativen Medienangebote zeigen einen niedrigen Wissensstand, die Nutzung öffentlich-rechtlicher Sender geht dagegen mit einem Mehr an Wissen einher. Im zweiten Jahr der Pandemie sind es vor allem Personen, die der AfD nahestehen, die die öffentlich-rechtlichen und traditionellen Qualitätsmedien weniger nutzen, die mit dem Informationsangebot unzufrieden und sogenannten alternativen Medien zugewandt sind. Hauptsächlich sind es Nutzer von „alternativen“ Medienangeboten, die ein geringeres Wissen über die Pandemie haben und die Maßnahmen eher ablehnen. Insgesamt ist es demnach auch im zweiten Jahr der Pandemie keineswegs egal, von welchen Medienangeboten Bürgerinnen und Bürger Gebrauch

machen – es hat Folgen auf vielen verschiedenen Ebenen. Sowohl für die Zufriedenheit als auch den Wissensstand der Bürgerinnen und Bürger.

Anmerkungen

- 1) Vgl. hierzu die Ergebnisse der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen. Zuletzt: Jakobs, Ilka/Tanjev Schultz/Christina Viehmann/Oliver Quiring/Nikolaus Jakob/Marc Ziegele/Christian Scherer: Medienvertrauen in Krisenzeiten. Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2020. In: Media Perspektiven 3/2021, S. 152-162.
- 2) Viehmann, Christina/Marc Ziegele/Oliver Quiring: Gut informiert durch die Pandemie? Nutzung unterschiedlicher Informationsquellen in der Corona-Krise. Ergebnisse einer dreiwöchigen Panelbefragung im Jahr 2020. In: Media Perspektiven 10-11/2020, S. 556–577.
- 3) Wolling, Jens/Christina Schumann/Dorothee Arlt: Vier Corona-Welten – Divergierende Vorstellungen von einer multiplen Krise und die Rolle der Medien. Eine Typologie auf Grundlage der Weltbezugs-Theorie. In: Media Perspektiven, 10-11/2020, S. 578–590.
- 4) Jakobs u.a. (Anm. 1)
- 5) Bei der dritten Welle handelte es sich um eine kürzere Befragung, für die das Fragenprogramm gekürzt werden musste. Angesichts der insgesamt zu beobachtenden hohen Stabilität der Mediennutzung wurde daher in dieser Welle auf die erneute Abfrage verzichtet.
- 6) Die Befragten wurden dabei explizit darauf hingewiesen, dass es keine Rolle spielt, ob sie die Inhalte dieser Medienanbieter offline oder online konsumieren.
- 7) Vgl. Viehmann/Ziegele/Quiring (Anm. 2).
- 8) Das Muster zeigt sich in ähnlicher Form, teilweise noch deutlicher für regionale öffentlich-rechtliche Angebote. Diese werden fast doppelt so häufig von älteren Menschen genutzt. Zudem sind es auch hier v.a. Männer und Menschen mit formal hoher Bildung, die auf diese Angebote zurückgreifen. Allerdings ist der regionale Rundfunk in den östlichen Bundesländern deutlich beliebter. Auch die Ergebnisse für Printanbieter reproduzieren das Grundmuster.
- 9) Gleiches gilt auch für die Nutzung von regionalen und überregionalen Zeitungen und in geringerem Maße für regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Wer unterstützt die Corona-Maßnahmen? Hintergründe und zeitliche Entwicklung

Policy Brief 1/2021, April 2021

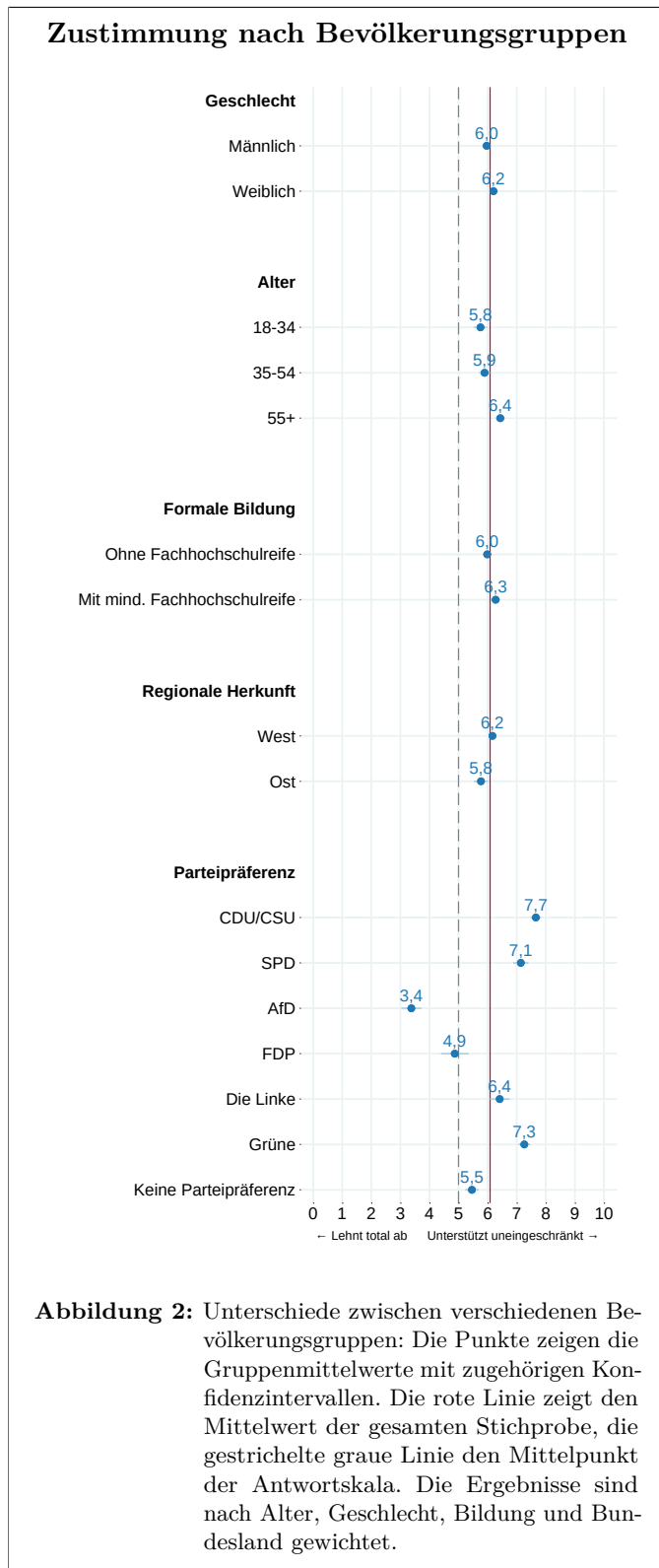
GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

POLITISCHE SOZIOLOGIE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Freie Universität  Berlin



Eine insgesamt deutliche Unterstützung der Maßnahmen bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass diese Unterstützung auch in allen Teilen der Bevölkerung gegeben ist. Abbildung 2 weist die entsprechenden Werte in Teilgruppen der Bevölkerung aus.

Unterschiede nach Geschlecht zeigen sich dabei kaum: Männer und Frauen unterstützten die Maßnahmen in annähernd gleichem Maße. Anders sieht es beim Alter aus: Ältere Befragte (über 55 Jahre) unterstützen die Maßnahmen (noch) stärker; der Unterschied im Vergleich zu den beiden jüngeren Altersgruppen beträgt etwa einen halben Skalenpunkt. Gewisse Unterschiede zeigen sich auch bezüglich der formalen Bildung: In der Tendenz steigt die Unterstützung mit höherer formaler Bildung. Schließlich zeigt sich eine etwas höhere Unterstützung der Maßnahmen in West- als in Ostdeutschland.

Die deutlichsten Unterschiede zwischen Gruppen zeigen sich in einer parteipolitischen Differenzierung. Am stärksten unterstützen die Wähler*innen der Regierungsparteien auf Bundesebene (Union: 7,7, SPD: 7,1) sowie der Grünen (7,3) die Maßnahmen. Mit deutlichem Abstand folgen Wähler*innen der Linken (6,4). Wähler*innen der FDP liegen mit einem Mittelwert von 4,9 fast exakt in der Mitte. Einzig die Anhänger*innen der AfD lehnen die Maßnahmen mehrheitlich ab (3,4). Menschen ohne aktuelle Parteipräferenz liegen im mittleren Bereich (5,5).

Entwicklung im Zeitverlauf

Abschließend werfen wir noch einen Blick auf die zeitliche Entwicklung der Unterstützung, indem wir die Ergebnisse aus unserer März-Erhebung mit der früheren Erhebung aus dem Dezember 2020 vergleichen. Dabei zeigt sich: Auch wenn die Unterstützung im März 2021 hoch ist, ist sie im Vergleich zum Dezember des Vorjahres doch deutlich gesunken. Die Zahl derer, die die Maßnahmen generell befürworten, fiel von 71 % auf 61 %, der Mittelwert ist von 6,9 auf 6,1 – also um fast einen Skalenpunkt – zurückgegangen. In der Betrachtung von Teilgruppen zeigt sich, dass die Unterstützung vor allem in der Gruppe der älteren Befragten (von 7,5 auf 6,4) sowie bei Anhänger*innen von SPD (von 8,2 auf 7,1) und FDP (von 6,1 auf 4,9) überdurchschnittlich stark zurückgegangen ist.

Informationen zum Projekt RAPID-COVID

RAPID-COVID ist ein Projekt an der Freien Universität Berlin an der Schnittstelle von politischer Kommunikation, politischer Psychologie und politischer Kulturforschung. Das Kürzel RAPID steht für *Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization*. Im Rahmen des Projekts verknüpfen wir Forschung zu Mediennutzung, Kampagneneffekten, Populismus und Protest, um zu verstehen, wie Menschen die Pandemie und den politischen Umgang damit wahrnehmen und bewerten.

Wir interessieren uns insbesondere dafür, ob und wie relevante Informationen über die Pandemie bei der Bevölkerung ankommen, ob es (normativ problematische) Unterschiede hinsichtlich des Informationsstandes zwischen verschiedenen Teilen der Bevölkerung gibt, ob und welche Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung entstehen und wie die Informationen zur Corona-Pandemie von der Bevölkerung aufgenommen und verarbeitet werden. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

Datengrundlage

Die Grundlage unseres Projektes sind Paneldaten - also Befragungen eines identischen Personenkreises -, die in drei Wellen mittels einer Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov gesammelt werden. An der zweiten Welle (mit einer Feldzeit vom 01.03.2021 bis zum 12.03.2021) haben 2874 in Deutschland wahlberechtigte Personen teilgenommen. Das Panel ist quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland.

Team

Projektleitung Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker

Koordination Philippe Joly, M. Sc.

*Mitarbeiter*innen* Teodora Bibu
Dennis Klinke

Zitation

RAPID-COVID (2021, April). „Wer unterstützt die Corona-Maßnahmen? Hintergründe und zeitliche Entwicklung“. *Policy Brief* 1/2021.

Impressum

Prof. Dr. Thorsten Faas
Freie Universität Berlin
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Innstraße 21
14195 Berlin
thorsten.faas@fu-berlin.de
www.rapidcovid.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise?

Hintergründe und zeitliche Entwicklung
der Wahrnehmung des Krisenmanagements

Policy Brief 2/2021, Mai 2021

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

POLITISCHE SOZIOLOGIE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

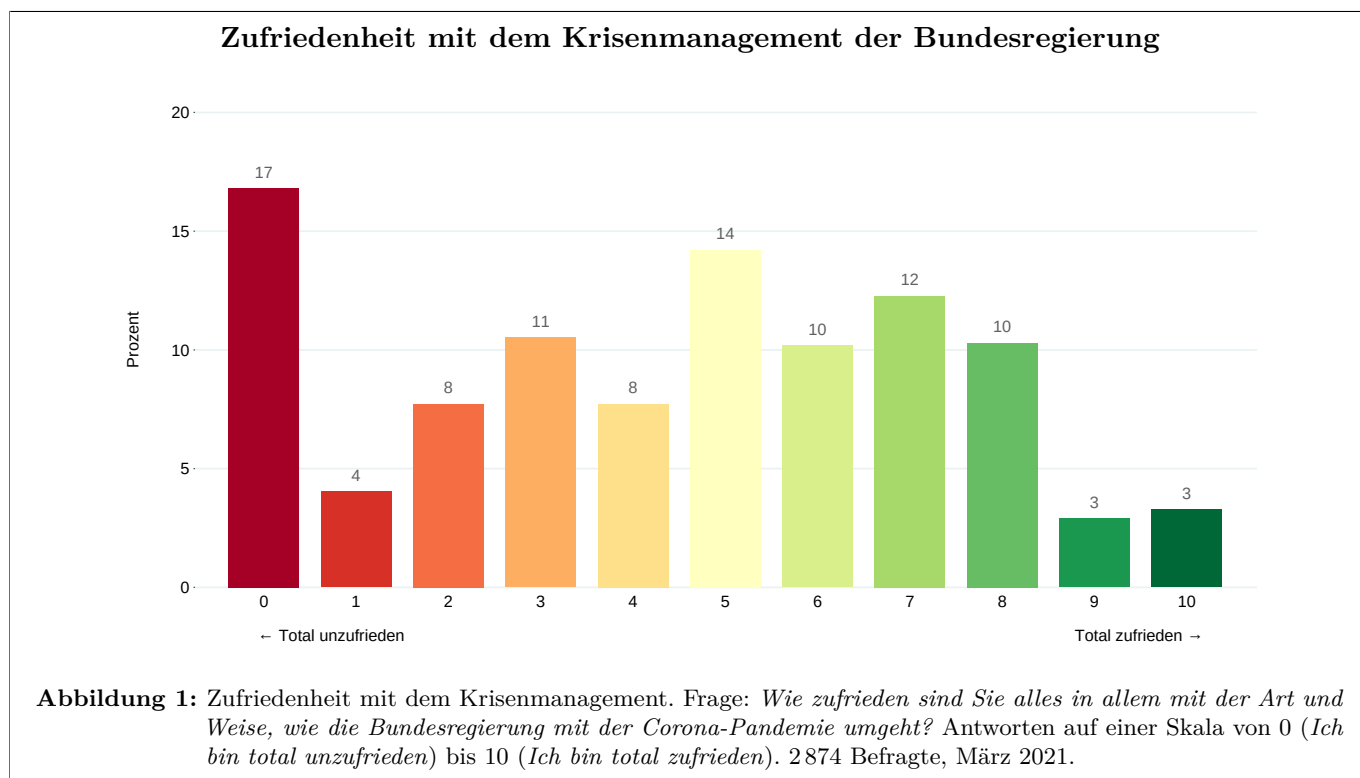
Freie Universität  Berlin

Die Corona-Pandemie stellt Politik und insbesondere Regierungen vor immense Herausforderungen. Eine hoch ansteckende Infektionskrankheit, die bei vielen Menschen schwere, ja tödliche Krankheitsverläufe auslöst, zwingt sie zum Handeln. Die beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie greifen tief in das private, soziale, kulturelle und wirtschaftliche Leben in Deutschland ein. Dabei gilt es nicht nur das Infektionsgeschehen zu kontrollieren, sondern auch die sozialen und ökonomischen Folgen der Pandemie und der beschlossenen Maßnahmen abzufedern. Schlussendlich sollen umfassendes Testen und die Impfkampagne den Weg aus der Krise ebnen. Kurzum: Die Pandemie erfordert ein gutes Krisenmanagement.

Wie aber ist es um die Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement der Bundesregierung bestellt? Dieser Frage gehen wir mit dem vorliegenden Policy Brief nach. Er basiert auf repräsentativen Bevölkerungsdaten, die wir im Rahmen des BMBF-geförderten Forschungsprojekts RAPID-COVID erhoben haben – zum ersten Mal im Dezember 2020, zum zweiten Mal im März 2021. Eines der Ziele des Projekts ist es zu

verstehen, inwiefern es Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung gibt. Gefragt haben wir entsprechend: „Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit der Art und Weise, wie die Bundesregierung mit der Corona-Pandemie umgeht?“ mit Antwortmöglichkeiten von 0 („Ich bin total unzufrieden.“) bis 10 („Ich bin total zufrieden.“). Abbildung 1 zeigt die Verteilung der Antworten der 2874 Befragten aus der zweiten Befragung im März 2021. Die Dominanz der rötlich-gefärbten Balken zeigt: Die Bevölkerung ist mit dem Krisenmanagement unzufrieden. Insgesamt finden sich 47 % der Befragten auf der Seite der Unzufriedenen und nur 39 % auf der Seite der Zufriedenen.

Auffällig ist das Ungleichgewicht zwischen den Extrempositionen: Während ganze 17 % mit dem Krisenmanagement total unzufrieden sind (mit einem Skalenwert von 0), gibt es lediglich 3 %, die total zufrieden sind (mit einem Skalenwert von 10). 14 % der Befragten sind unentschieden und verorten sich genau in der Mitte. Als arithmetisches Mittel über die elfstufige Skala (von 0 bis 10) ergibt sich ein Wert von 4,4.



Welche Unterschiede gibt es bezüglich der Zufriedenheit zwischen verschiedenen Teilgruppen der Gesellschaft? Abbildung 2 schlüsselt dies genauer auf. Zwischen Frauen und Männern zeigen sich keine relevanten Unterschiede. Auch die verschiedenen Altersgruppen sind gleichermaßen (un-)zufrieden mit dem Krisenmanagement der Regierung. Größere Unterschiede finden wir hinsichtlich der Bildung: Befragte ohne Fachhochschulreife sind im Vergleich um 0,4 Punkte unzufriedener. Ein ähnlich großer Unterschied besteht zwischen Befragten aus den neuen und alten Bundesländern: Ostdeutsche sind einen halben Punkt unzufriedener als Westdeutsche.

Wie bei der Unterstützung der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie zeigen sich die größten Unterschiede bei der Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement je nach parteipolitischer Präferenz. Die höchsten Werte zeigen sich bei Wähler*innen der Regierungsparteien. Dabei erweisen sich Wähler*innen der CDU/CSU mit einem mittleren Wert von 6,4 nochmals zufriedener als Wähler*innen der SPD (5,6). Wähler*innen der Grünen sind im Mittel (5,4) ebenfalls noch zufrieden mit dem Krisenmanagement. Dagegen sind Wähler*innen der Linken (4,0) und der FDP (3,1) insgesamt unzufrieden. Die geringste Zufriedenheit finden wir bei Wähler*innen der AfD (2,0).

Entwicklung im Zeitverlauf

Wie hat sich die Zufriedenheit in den zurückliegenden Monaten entwickelt? Ein Vergleich der Befunde aus dem März mit der früheren Erhebung aus dem Dezember 2020 zeigt, dass die Unzufriedenheit zugenommen hat. War im Dezember noch eine knappe Mehrheit zufrieden mit dem Krisenmanagement (51%), sind es im März 2021 nur noch 39%. Der Mittelwert ist entsprechend um fast einen Skalenpunkt von 5,2 im Dezember 2020 auf 4,4 im März 2021 gesunken.

In der Betrachtung der Teilgruppen wird deutlich, dass sich insbesondere Unterschiede in Bezug auf das Alter nivelliert haben: Im Dezember waren die Befragten über 55 Jahren noch deutlich zufriedener als die jüngeren Altersgruppen (+0,6 bzw. +0,7); drei Monate später ist dieser Unterschied auf +0,2 geschrumpft. Bei Betrachtung der Parteipräferenz zeigen sich die größten Rückgänge der Zufriedenheit bei Wähler*innen der FDP (von 4,5 auf 3,1) und die die geringsten Rückgänge bei Wähler*innen von CDU/CSU (von 6,9 auf 6,4).

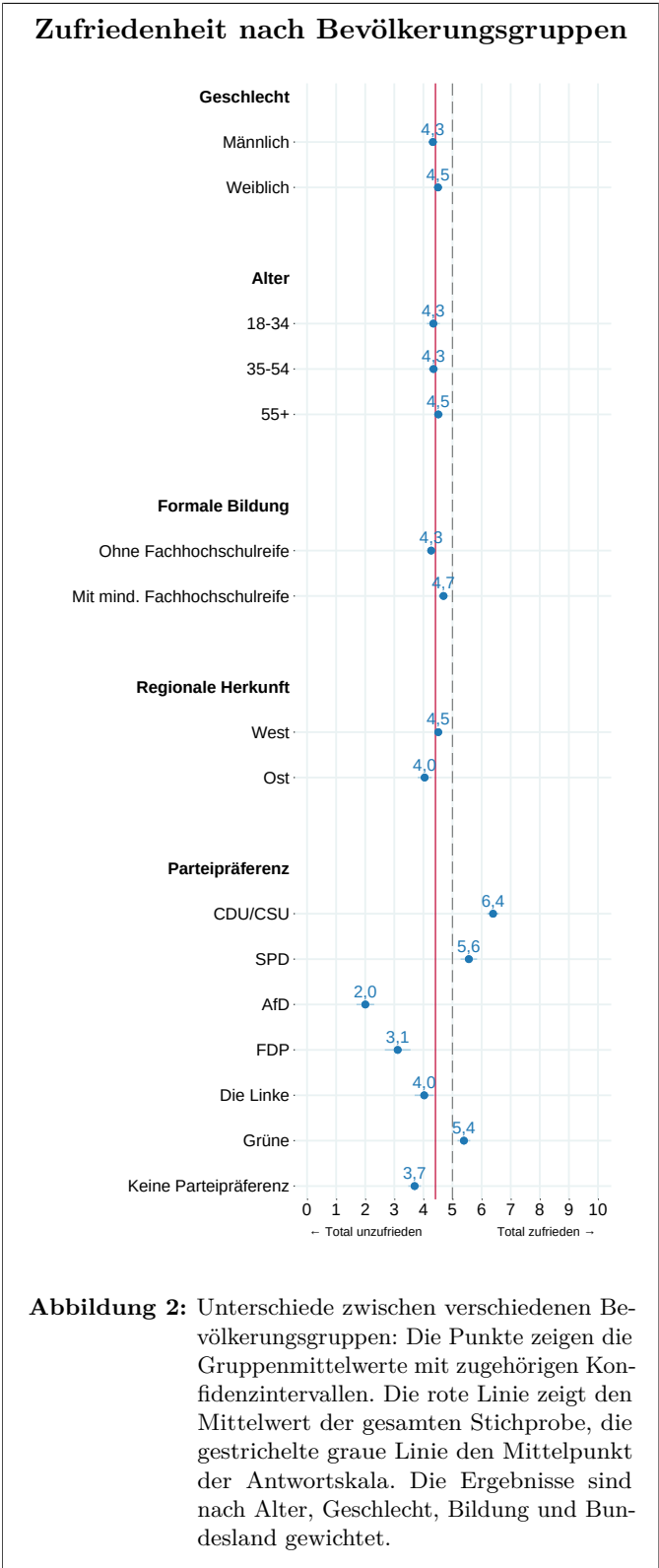


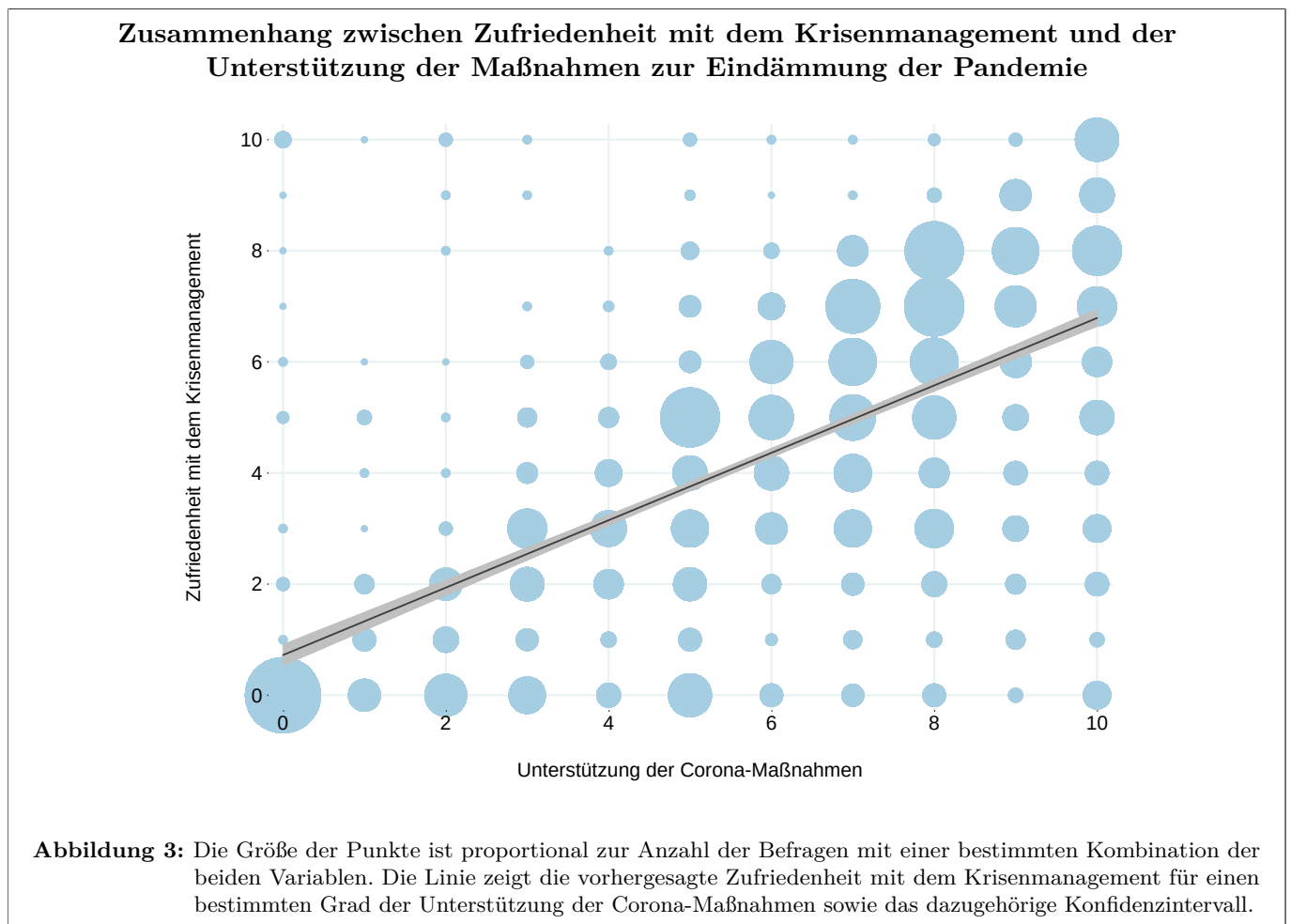
Abbildung 2: Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen: Die Punkte zeigen die Gruppenmittelwerte mit zugehörigen Konfidenzintervallen. Die rote Linie zeigt den Mittelwert der gesamten Stichprobe, die gestrichelte graue Linie den Mittelpunkt der Antwortskala. Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet.

Insgesamt ähneln die Ergebnisse also jenen aus unserem ersten Policy-Brief, in dem wir die Unterstützung der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie betrachtet haben. Dies gilt sowohl für die Muster in den Teilgruppen als auch für die zeitliche Entwicklung, die in beiden Fällen eine negative Tendenz aufweist. Während man also vermuten könnte, dass Unterstützung der Maßnahmen und Wahrnehmung des Krisenmanagements Hand in Hand gehen, fällt auf, dass die mittlere Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement *deutlich* niedriger liegt als die mittlere Unterstützung der Maßnahmen (4,4 gegenüber 6,1 im arithmetischen Mittel).

Unsere Daten erlauben es uns, den Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement und der Unterstützung der Maßnahmen genauer zu betrachten. Abbildung 3 zeigt, wie sich unsere

Befragten auf die möglichen Paarungen von Antwortoptionen verteilen. Auf der Seite der Kritiker*innen der Maßnahmen ist das Muster sehr eindeutig: Wer die Maßnahmen nicht unterstützt, ist auch unzufrieden mit dem Krisenmanagement der Bundesregierung - und umgekehrt. Differenzierter ist das Bild auf der Gegenseite: Eine starke Unterstützung der Maßnahmen geht nicht automatisch mit großer Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement einher.

Mit anderen Worten: Während die Ablehnung der Maßnahmen mit Regierungsunzufriedenheit einhergeht, gilt dies nicht für die Unterstützung der Maßnahmen und Regierungszufriedenheit. Daher darf man aus rückläufiger Zufriedenheit mit dem Krisenmanagement auch nicht folgern, dass auch die Unterstützung der Corona-Maßnahmen zurückgeht, selbst wenn diese von der Bundesregierung beschlossen werden.



Informationen zum Projekt RAPID-COVID

RAPID-COVID ist ein Projekt an der Freien Universität Berlin an der Schnittstelle von politischer Kommunikation, politischer Psychologie und politischer Kulturforschung. Das Kürzel RAPID steht für *Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization*. Im Rahmen des Projekts verknüpfen wir Forschung zu Mediennutzung, Kampagneneffekten, Populismus und Protest, um zu verstehen, wie Menschen die Pandemie und den politischen Umgang damit wahrnehmen und bewerten.

Wir interessieren uns insbesondere dafür, ob und wie relevante Informationen über die Pandemie bei der Bevölkerung ankommen; ob es (normativ problematische) Unterschiede hinsichtlich des Informationsstandes zwischen verschiedenen Teilen der Bevölkerung gibt; ob und welche Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung entstehen und wie die Informationen zur Corona-Pandemie von der Bevölkerung aufgenommen und verarbeitet werden. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

Datengrundlage

Die Grundlage unseres Projektes sind Paneldaten - also Befragungen eines identischen Personenkreises -, die in drei Wellen mittels einer Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov gesammelt werden. An der zweiten Welle (mit einer Feldzeit vom 01.03.2021–12.03.2021) haben 2 874 in Deutschland wahlberechtigte Personen teilgenommen. Das Panel ist quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland.

Team

Projektleitung Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker

Koordination Philippe Joly, M. Sc.

*Mitarbeiter*innen* Teodora Bibu
Dennis Klinke

Zitation

RAPID-COVID (2021, Mai). „Die Corona-Pandemie – eine Management-Krise? Hintergründe und zeitliche Entwicklung der Wahrnehmung des Krisenmanagements“. *Policy Brief 2/2021*.

Impressum

Prof. Dr. Thorsten Faas
Freie Universität Berlin
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Innstraße 21
14195 Berlin
thorsten.faas@fu-berlin.de
www.rapidcovid.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Pandemie und Polarisierung

(Wechselseitige) Wahrnehmungen von
Befürworter*innen und Gegner*innen der Corona-Maßnahmen

Policy Brief 3/2021, Juni 2021

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

POLITISCHE SOZIOLOGIE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Freie Universität



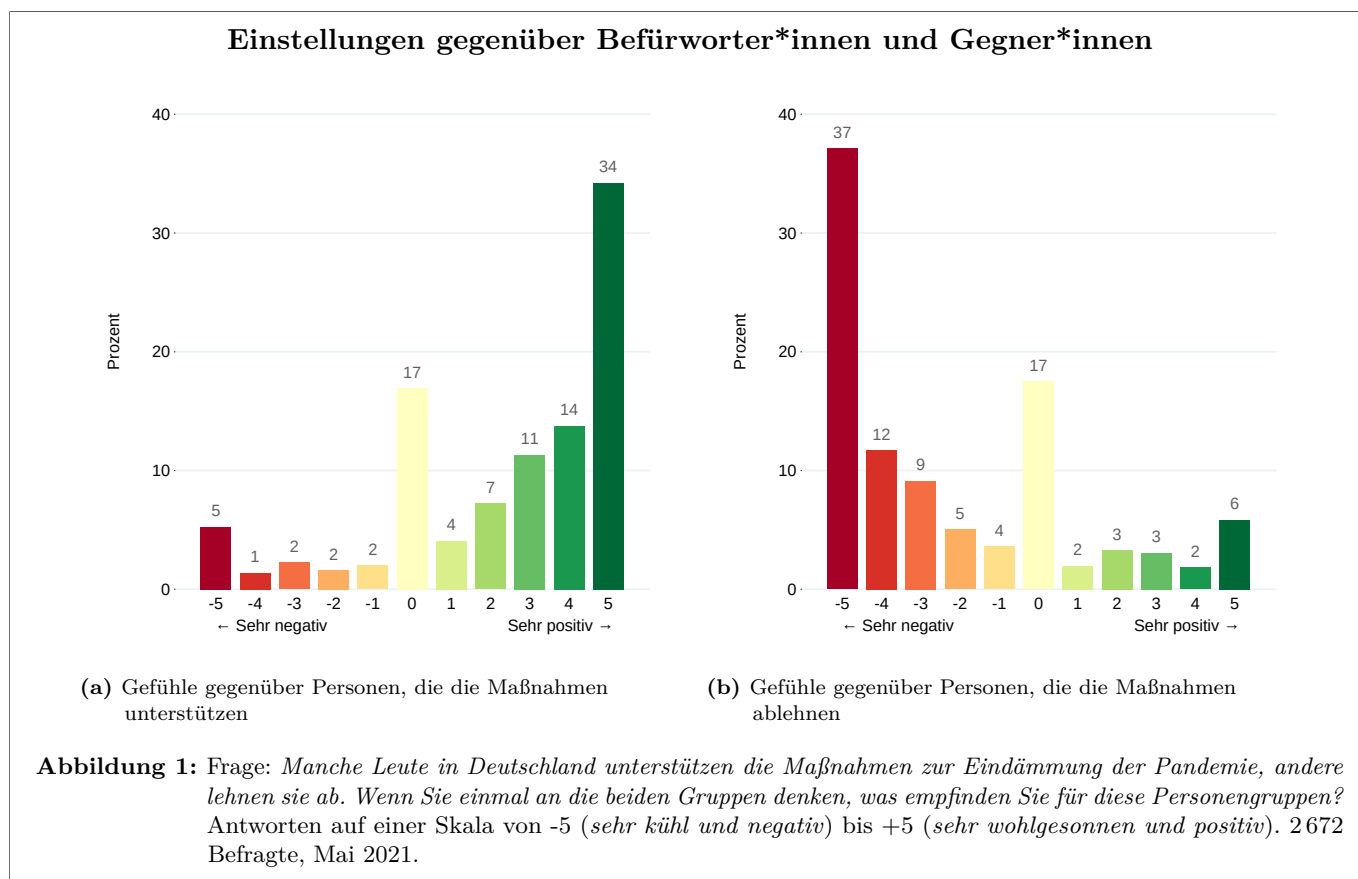
Berlin

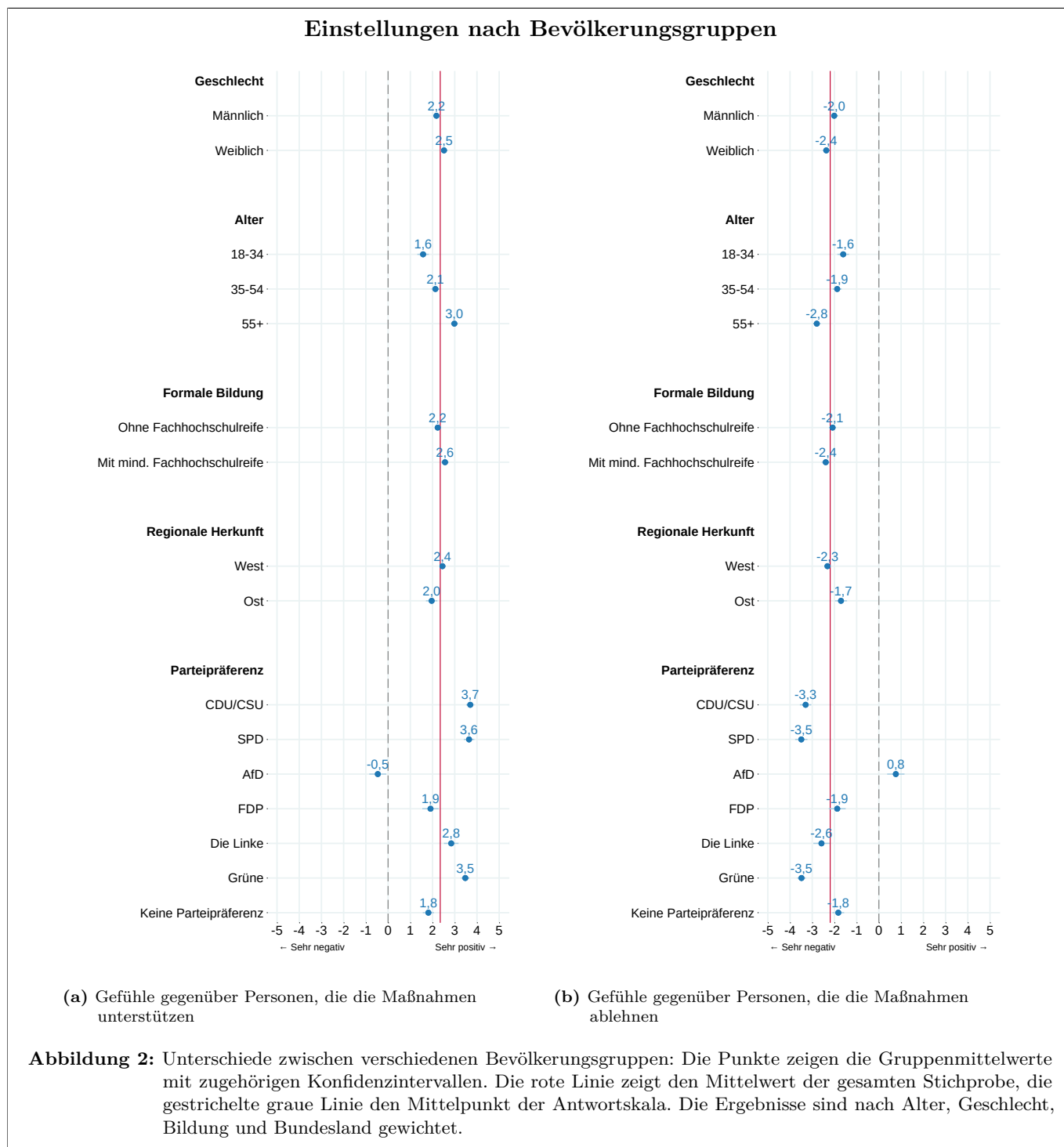
Für lebendige Demokratien sind Meinungsverschiedenheiten eine Notwendigkeit. Zugleich aber gilt: Wenn sich Meinungslager unversöhnlich, ja gar feindlich gegenüberstehen und der jeweils anderen Seite nicht mehr zuhören, wird es schwer, sinnvolle Diskurse zu führen und Kompromisse zu finden.

Hat die Pandemie Deutschland geteilt? Gerade die Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus werden von hitzigen Debatten begleitet. Daran ändert auch der Umstand, dass diese in der Bevölkerung mehrheitlich unterstützt werden, nichts (siehe unseren ersten Policy Brief). Doch wie werden Befürworter*innen und Gegner*innen jeweils wahrgenommen? Wie stehen sich beide Gruppen gegenüber? Im Rahmen des RAPID-COVID-Projekts sind wir diesen Fragen mittels bevölkerungsrepräsentativer Befragungen zu drei Zeitpunkten (Dezember 2020, März 2021 und Mai 2021) nachgegangen. Wir haben unsere Befragten

gebeten, ihre Gefühle sowohl gegenüber den Befürworter*innen als auch den Gegner*innen auf 11-stufigen Skalen von „sehr kühl und negativ“ (-5) bis „sehr wohlgesonnen und positiv“ (+5) zum Ausdruck zu bringen.

Die Ergebnisse in unserer Mai-Erhebung fallen spiegelbildlich aus, wie Abbildung 1 zeigt: Befürworter*innen der Maßnahmen werden insgesamt sehr positiv wahrgenommen, Gegner*innen dagegen sehr negativ. Konkret stehen 71% unserer Befragten Befürworter*innen positiv gegenüber, während dies mit Blick auf Gegner*innen nur 16% sind. Umgekehrt stehen 67% der Befragten den Gegner*innen negativ gegenüber, aber nur 12% den Befürworter*innen. 17% stehen beiden Gruppen neutral (mit einem Wert von 0) gegenüber. Vor dem Hintergrund der mehrheitlichen Unterstützung der Maßnahmen in der Bevölkerung deutet sich hier bereits eine Polarisierung an.





Unterschiede zwischen Bevölkerungsgruppen

Wie sehen die Bewertungen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen aus? Abbildung 2 zeigt, dass es keine relevanten Unterschiede nach dem Geschlecht gibt. Ge-

wisse Unterschiede in den Mustern zeigen sich, wenn man die Befragten nach ihrer formalen Bildung oder ihrer regionalen Herkunft trennt: Die Mittelwerte fallen im Westen wie auch bei Menschen mit formal hoher Bildung pointierter aus. Noch deutlicher treten Muster zutage, wenn man die Gefühle verschiedener

Altersgruppen vergleicht. Gerade bei älteren Befragten (55+) sind die Muster polarisierter, sie sehen Unterstützer*innen besonders positiv, Gegner*innen besonders negativ.

Sehr deutliche Unterschiede treten auch hervor, wenn man die Gruppen entlang ihrer Parteipräferenz bildet: Wähler*innen von Union, SPD, Grünen und Linken sehen Befürworter*innen besonders positiv, Gegner*innen dagegen besonders negativ. Auch bei Wähler*innen der FDP und Nichtwähler*innen findet sich dieses Muster, wenn auch weniger stark ausgeprägt. Einzig Anhänger*innen der AfD stehen - im Durchschnitt - Befürworter*innen wie Gegner*innen in gleichem Maße neutral gegenüber: Beide Gruppen werden von AfD-Wähler*innen mit -0,5 bzw. +0,8 im Mittel sehr nahe am Nullpunkt gesehen.

Affektive Polarisierung

In der bisherigen Betrachtung standen Gesamtbewertungen im Fokus: Wie werden die Gegner*innen *insgesamt* bewertet? Wie die Befürworter*innen? Um etwas über die (affektive) Polarisierung in der Gesellschaft sagen zu können, müssen wir aber noch einen Schritt weitergehen. Polarisierung impliziert nämlich, dass die Gegner*innen die eigene Gruppe (der Geg-

ner*innen) sehr positiv sehen, die Befürworter*innen dagegen sehr negativ - und umgekehrt.

Um Muster affektiver Polarisierung sichtbar machen zu können, wird zunächst für jede Person die Differenz zwischen ihrer Bewertung der Befürworter*innen und ihrer Bewertung der Gegner*innen gebildet. Anschließend wird, da die Richtung keine Rolle spielt, der Betrag gebildet, sprich das Vorzeichen entfernt. Bewertet eine Person beide Gruppen gleich gut oder schlecht, ist die Differenz gleich Null - keine Polarisierung. Wird eine Gruppe dagegen maximal positiv bewertet (+5), die andere maximal negativ (-5), liegt die Differenz bei 10 - maximale Polarisierung. Schließlich werden auf dieser Basis Mittelwerte gebildet, um Polarisierung in Gruppen zu betrachten. Abbildung 3 zeigt, in welchem Zusammenhang affektive Polarisierung zur Positionierung bezüglich der Corona-Maßnahmen steht.

Sie fördert ein bemerkenswertes Muster zutage: Bei Personen, die die Corona-Maßnahmen uneingeschränkt unterstützen, - und das sind viele! - ist die affektive Polarisierung stark ausgeprägt: Die eigene Gruppe (der Befürworter*innen) wird maximal positiv bewertet, die andere Gruppe (der Gegner*innen der Maßnahmen) maximal negativ. Der resultierende Mittelwert liegt mit 8,6 sehr nahe am möglichen Maximum von 10.

Zusammenhang zwischen der Unterstützung der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie und affektiver Polarisierung

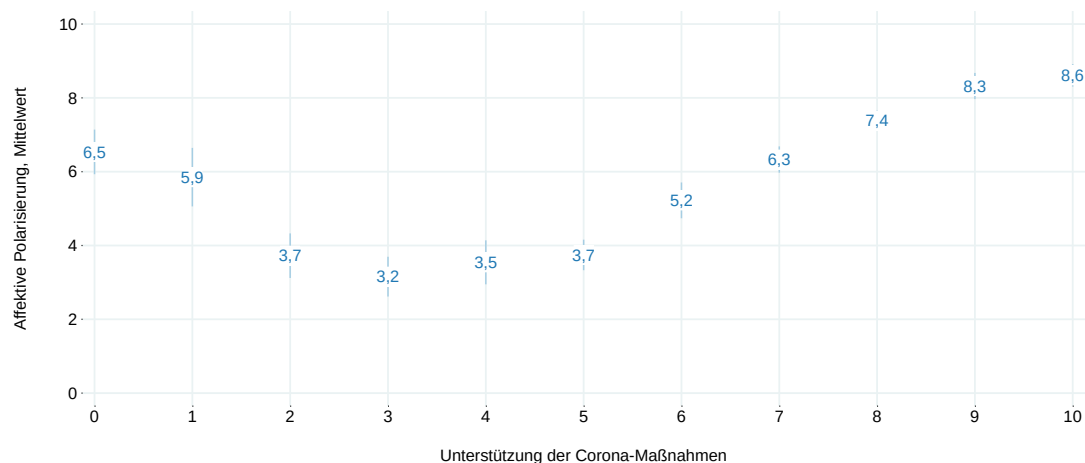


Abbildung 3: Mittlere affektive Polarisierung nach Unterstützungsgrad der Corona-Maßnahmen sowie die dazugehörigen Konfidenzintervalle. Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet.

Mit nachlassender Unterstützung der Maßnahmen geht auch die Polarisierung zurück. Am schwächsten ausgeprägt ist sie bei Personen, die gegenüber den Maßnahmen eine neutrale oder aber eine moderat skeptische Haltung haben. Einen Anstieg der Polarisierung sieht man erst wieder bei jenen, die die Maßnahmen total ablehnen, wobei die Polarisierungslevels selbst hier niedriger ausfallen als bei den uneingeschränkten Unterstützer*innen. Affektive Polarisierung in der Pandemie folgt demnach keiner Symmetrie: Während die Befürworter*innen sich selbst gut, die Gegner*innen aber schlecht findet, gilt das umgekehrt nicht in gleicher Eindeutigkeit. Für die Gegner*innen ist das Bild ambivalenter.

Affektive Polarisierung in Bevölkerungsgruppen

Diese Muster finden sich auch in fast allen Teilgruppen der Gesellschaft, wie Abbildung 4 zeigt. Männliche Befürworter sind polarisierter als männliche Gegner, Gleiches gilt für Frauen. Auch differenziert nach Bildung zeigen sich keine unterschiedlichen Muster in den Teilgruppen. Minimale Unterschiede zeigen sich zwischen Ost und West. Anders stellt sich das Bild in den verschiedenen Altersgruppen dar. Zwar gilt in allen Altersgruppen: Die Polarisierung ist bei Befürworter*innen höher als bei Gegner*innen, aber zugleich gilt auch: Je älter die Befragten, desto polarisierter sind ihre Meinungen. Auch bei älteren Gegner*innen ist die Polarisierung höher als bei jüngeren Gegner*innen; für jüngere Befürworter*innen zeigen sich weniger polarisierte Muster als für ältere.

Auch bei den Anhänger*innen der Parteien bestätigen sich grundsätzlich die Muster: Mehr Polarisierung bei Befürworter*innen, weniger bei Gegner*innen. An zwei Stellen finden wir allerdings Abweichungen: Anhänger*innen der FDP weisen in beiden Gruppen unterdurchschnittliche Polarisierungslevels auf, sind also im Mittel gemäßigter. Bei Anhänger*innen der AfD dagegen gilt: Überdurchschnittliche Polarisierung bei Gegner*innen, unterdurchschnittliche bei Befürworter*innen. In der Konsequenz führt dies dazu, dass sich innerhalb der AfD-Anhänger*innen keine Unterschiede in der affektiven Polarisierung zwischen Befürworter*innen und Gegner*innen der Maßnahmen finden.

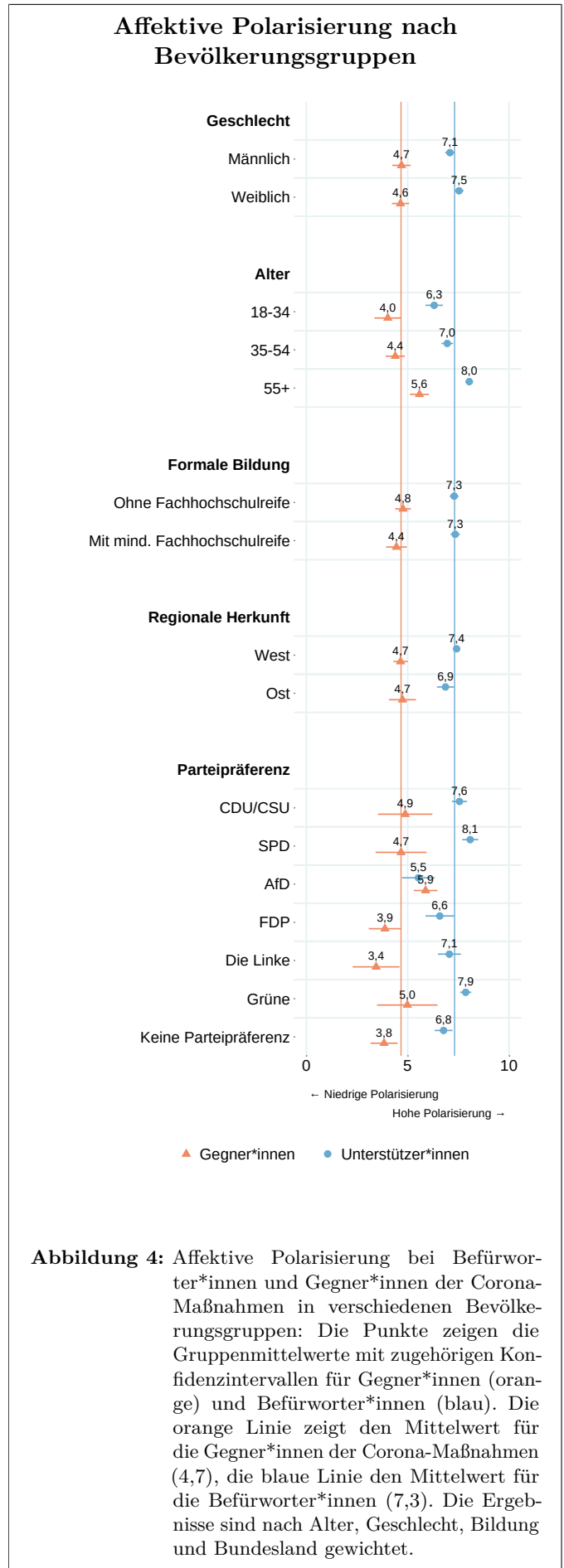


Abbildung 4: Affektive Polarisierung bei Befürworter*innen und Gegner*innen der Corona-Maßnahmen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen: Die Punkte zeigen die Gruppenmittelwerte mit zugehörigen Konfidenzintervallen für Gegner*innen (orange) und Befürworter*innen (blau). Die orange Linie zeigt den Mittelwert für die Gegner*innen der Corona-Maßnahmen (4,7), die blaue Linie den Mittelwert für die Befürworter*innen (7,3). Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet.

Informationen zum Projekt RAPID-COVID

RAPID-COVID ist ein Projekt an der Freien Universität Berlin an der Schnittstelle von politischer Kommunikation, politischer Psychologie und politischer Kulturforschung. Das Kürzel RAPID steht für *Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization*. Im Rahmen des Projekts verknüpfen wir Forschung zu Mediennutzung, Kampagneneffekten, Populismus und Protest, um zu verstehen, wie Menschen die Pandemie und den politischen Umgang damit wahrnehmen und bewerten.

Wir interessieren uns insbesondere dafür, ob und wie relevante Informationen über die Pandemie bei der Bevölkerung ankommen; ob es (normativ problematische) Unterschiede hinsichtlich des Informationsstandes zwischen verschiedenen Teilen der Bevölkerung gibt; ob und welche Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung entstehen und wie die Informationen zur Corona-Pandemie von der Bevölkerung aufgenommen und verarbeitet werden. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

Datengrundlage

Die Grundlage unseres Projektes sind Paneldaten - also Befragungen eines identischen Personenkreises -, die in vier Wellen mittels einer Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov gesammelt werden. An der dritten Welle (mit einer Feldzeit vom 19.05.2021–31.05.2021) haben 2 672 in Deutschland wahlberechtigte Personen teilgenommen. Das Panel ist quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland.

Team

Projektleitung Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker

Koordination Philippe Joly, M. Sc.

*Mitarbeiter*innen* Teodora Bibu
Dennis Klinke

Zitation

RAPID-COVID (2021, Juni). „Pandemie und Polarisierung: (Wechselseitige) Wahrnehmungen von Befürworter*innen und Gegner*innen der Corona-Maßnahmen“. *Policy Brief 3/2021*.

Impressum

Prof. Dr. Thorsten Faas
Freie Universität Berlin
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Innstraße 21
14195 Berlin
thorsten.faas@fu-berlin.de
www.rapidcovid.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Mediennutzung in der Pandemie

Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen?

Policy Brief 4/2021, Juni 2021

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

POLITISCHE SOZIOLOGIE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

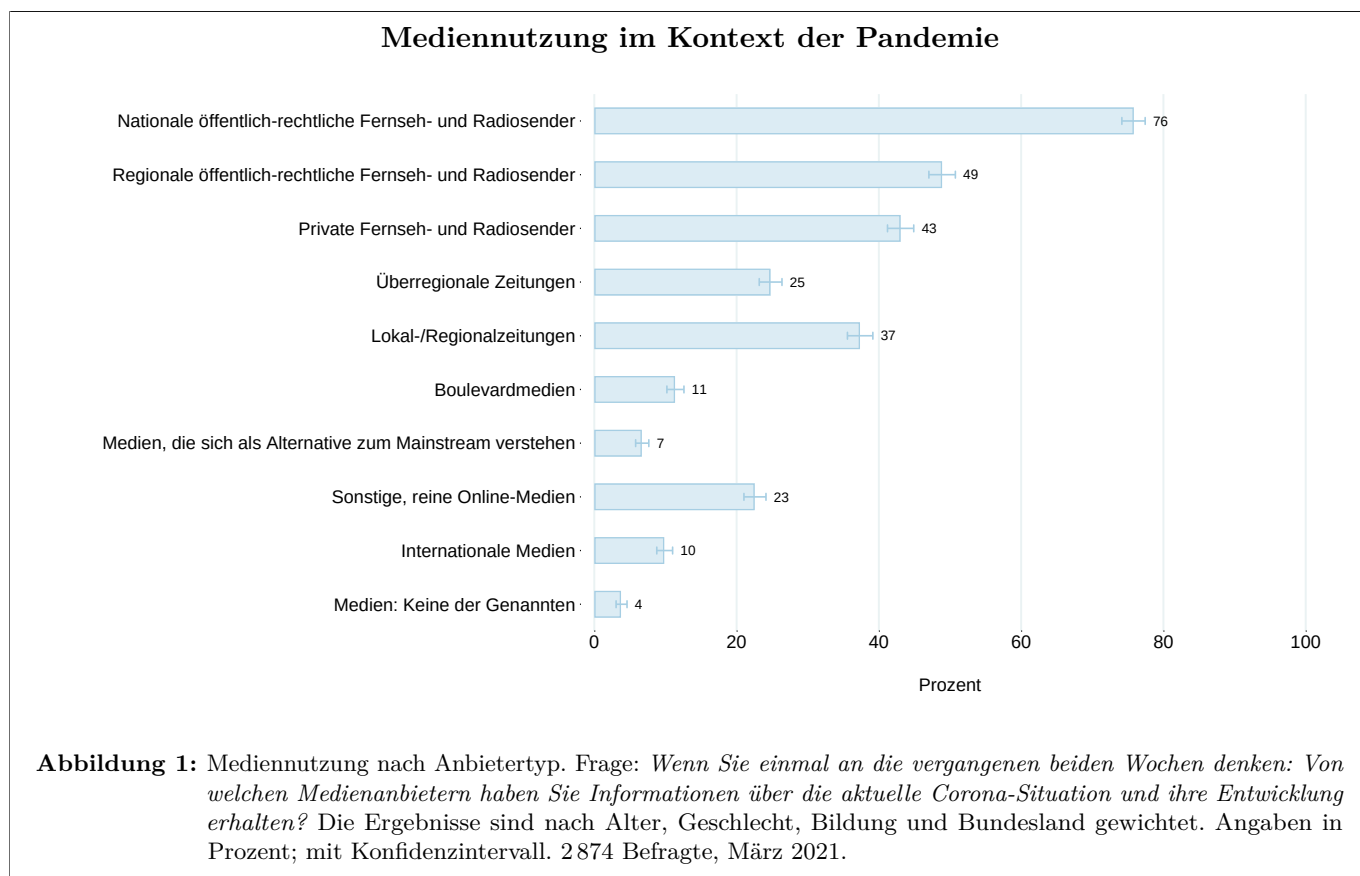
Freie Universität  Berlin

Die Eindämmung der Pandemie erforderte weitreichende Maßnahmen, die immer wieder und mitunter sehr kurzfristig an die dynamische pandemische Situation angepasst werden mussten. Menschen müssen einerseits von den jeweils geltenden Regeln wissen, um sie einhalten zu können, andererseits in einer Demokratie auch darüber diskutieren und streiten können. Dass die grundlegenden Informationen sie aber erreichen, kann keinesfalls vorausgesetzt werden, sondern hängt vielmehr von der Informationslandschaft und vor allem von der Art und Weise der Mediennutzung durch Bürger*innen ab.

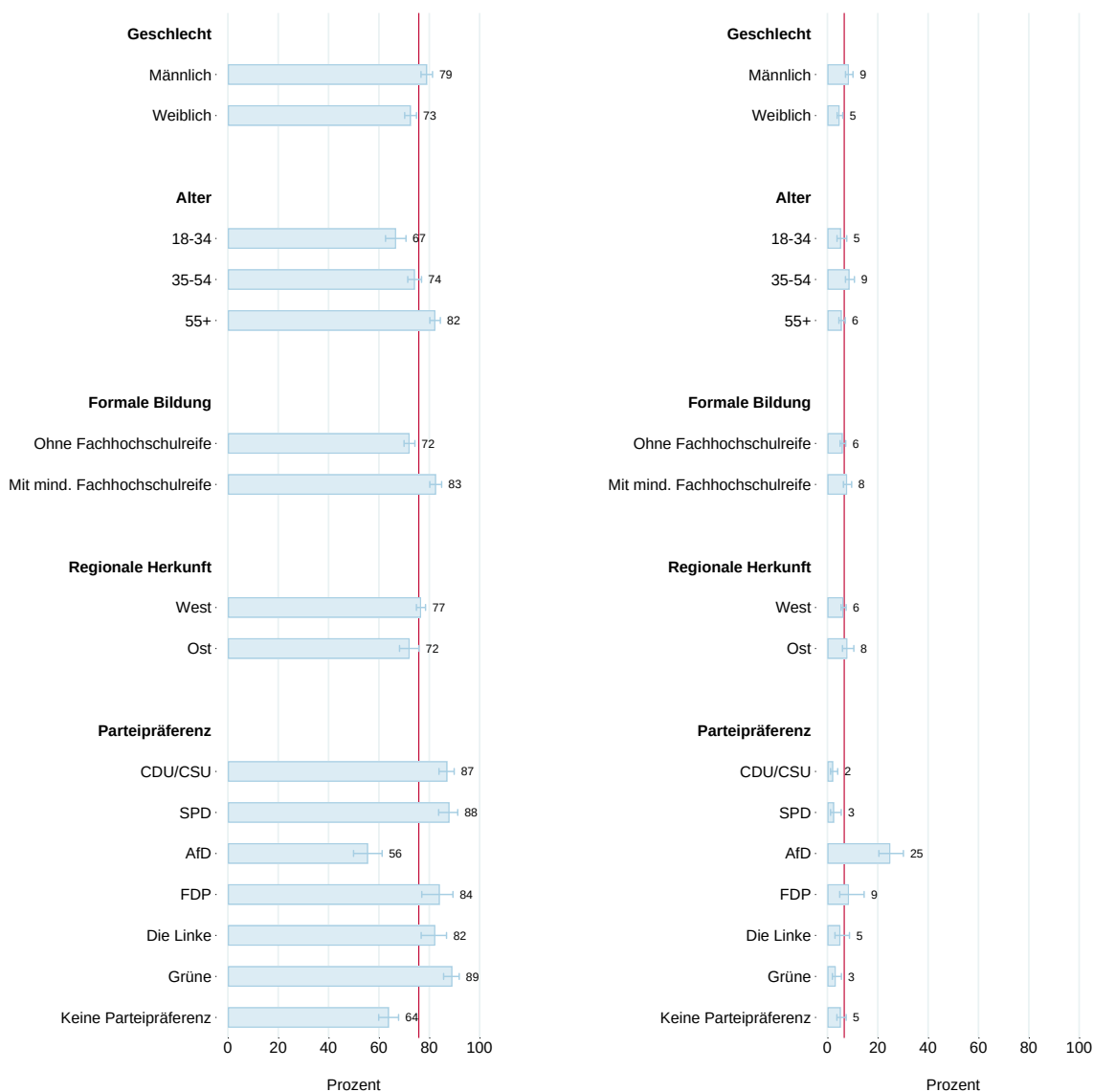
Mit diesem Policy Brief gehen wir vor diesem Hintergrund der Frage nach, wer in Deutschland welche Medien nutzt, um sich über die Pandemie zu informieren. Unsere Befunde basieren auf repräsentativen Bevölkerungsdaten, die wir im Rahmen des BMBF-geförderten Forschungsprojekts RAPID-COVID im März 2021 erhoben haben. Konkret haben wir unsere 2874 Teilnehmer*innen gefragt, von welchen Medienanbietern sie „in den vergangenen beiden Wochen“ Informationen über die aktuelle Corona-Situation und ihre Entwicklung erhalten haben. Die Befragten konn-

ten dabei so viele Medienangebote auswählen, wie sie wollten.

Abbildung 1 zeigt die Ergebnisse. Deutlich wird der hohe Nutzungsgrad des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Drei Viertel unserer Befragten informierten sich über die nationalen öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehsender, also ARD, ZDF oder Deutschlandfunk, über die Pandemie. Damit ist der nationale öffentlich-rechtliche Rundfunk die mit großem Abstand am häufigsten genutzte Quelle. Weiterhin nutzte knapp die Hälfte (49 %) der Befragten auch regionale öffentlich-rechtliche Sender. Diese liegen damit noch knapp vor privaten Rundfunkanbietern (43 %). Lokal- und Regionalzeitungen dienten einem guten Drittel als Informationsquelle; überregionale Zeitungen und sonstige Online-Medien wurden noch jeweils von einem Viertel genutzt. Nur jeder zehnte Befragte gab an, sich über Boulevardmedien (wie die BILD-Zeitung) oder internationale Medien über die Pandemie und ihre Entwicklung zu informieren. Medien, die sich selbst als Alternative zu etablierten Medien präsentieren (z. B. KenFM, Tichys Einblick, Nachdenkseiten oder Compact), werden nur von 7 % der Befragten genutzt.



Mediennutzung im Kontext der Pandemie nach Bevölkerungsgruppen



(a) Nationale öffentlich-rechtliche Fernseh- und Radiosender (und deren Apps und Online-Angebote)

(b) Medien, die sich als Alternative zum Mainstream verstehen

Abbildung 2: Mediennutzung aufgeschlüsselt nach Bevölkerungsgruppen für a) nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk und b) „alternative Medien“. Die rote Linie zeigt jeweils den Mittelwert für die gesamte Stichprobe. Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet. Angaben in Prozent; mit Konfidenzintervall. 2 874 Befragte, März 2021.

Mediennutzung in einzelnen Bevölkerungsgruppen

Im nächsten Schritt betrachten wir, ob und ggf. wie sich die Mediennutzung zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen unterscheidet (siehe Abbildung 2).

Hierbei haben wir uns auf die Nutzung von nationalen öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radiosendern auf der einen Seite (Abbildung 2a) und sogenannte „alternative Medien“ auf der anderen Seite konzentriert (Abbildung 2b), um damit das Spektrum an Medien möglichst breit abdecken zu können.

Die Angebote des nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks werden etwas häufiger von Männern als von Frauen und von West- als von Ostdeutschen genutzt. Größer fallen die Unterschiede nach dem Grad formaler Bildung und dem Alter aus: Die Nutzungshäufigkeit liegt bei Befragten mit mindestens Fachhochschulreife im Vergleich um 11 Punkte höher; bezogen auf das Alter trennen die 18- bis 34-Jährigen 15 Prozentpunkte von der Altersgruppe ab 55 (67% zu 82%). Noch größer sind die Unterschiede, wenn man nach Parteipräferenz differenziert: Die Nutzungshäufigkeit des nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegt bei Anhänger*innen von Grünen, SPD, Union, FDP und Linken zwischen 89 und 82%. Dem stehen einerseits Menschen ohne Parteipräferenz gegenüber, bei denen die Nutzung bei 64% liegt, andererseits die Anhänger*innen der AfD mit 56%. Letzteres heißt aber auch: Immerhin jede zweite AfD-Anhänger*in nutzt Angebote des nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks, um sich über Corona zu informieren.

Anders stellen sich Niveau und Muster dar, wenn wir im zweiten Schritt die sogenannten „alternativen Medien“ betrachten. Dabei bleiben einige Muster im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk bestehen (stärkere Nutzung bei Männern), andere verschwinden (Bildung, regionale Herkunft), andere verschieben sich, etwa bezogen auf das Alter.

Für Parteipräferenzen gilt: Anhänger*innen von Union, SPD, Grünen und Linken nutzen alternative Medien praktisch nicht, Anhänger*innen der AfD dagegen mit 25% überdurchschnittlich häufig. Auch für die Anhänger*innen der FDP finden wir mit 9% einen überdurchschnittlichen Wert. Bemerkenswert ist, dass Menschen ohne Parteipräferenz sowohl mit Blick auf den nationalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch alternative Medien unterdurchschnittliche Werte aufweisen. Hier deutet sich an, dass es Gruppen innerhalb der Gesellschaft gibt, die in geringerem Maße von Corona-bezogenen Informationen erreicht werden, obwohl diese für sie nicht minder bedeutsam sind.

Mediennutzung und Unterstützung der Maßnahmen

Gerade das abweichenden Muster, das wir für die AfD finden, lässt vermuten, dass auch ein Zusammenhang zwischen der Art der Mediennutzung und der Akzeptanz von Corona-Maßnahmen besteht. Im letzten Schritt wollen wir diese Verbindung explizit betrach-

ten: Zu diesem Zweck haben wir unsere Befragten in Unterstützer*innen und Gegner*innen unterteilt (siehe dazu auch [Policy Brief 1](#)). Abbildung 3 zeigt, wie weit die mittlere Nutzung der verschiedenen Medientypen in den Gruppen voneinander abweicht. Das Bild ist insbesondere mit Blick auf die Nutzung nationaler öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten deutlich: Die Gruppenmittelwerte weichen um 24 Punkte voneinander ab. Auch für die regionalen Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (20 Punkte Differenz) sowie Lokal- und Regionalzeitungen (10 Punkte) finden sich deutliche Unterschiede. In umgekehrter Richtung liegt die Mittelwertdifferenz bei 15 Punkten, wenn es um alternative Medien geht.

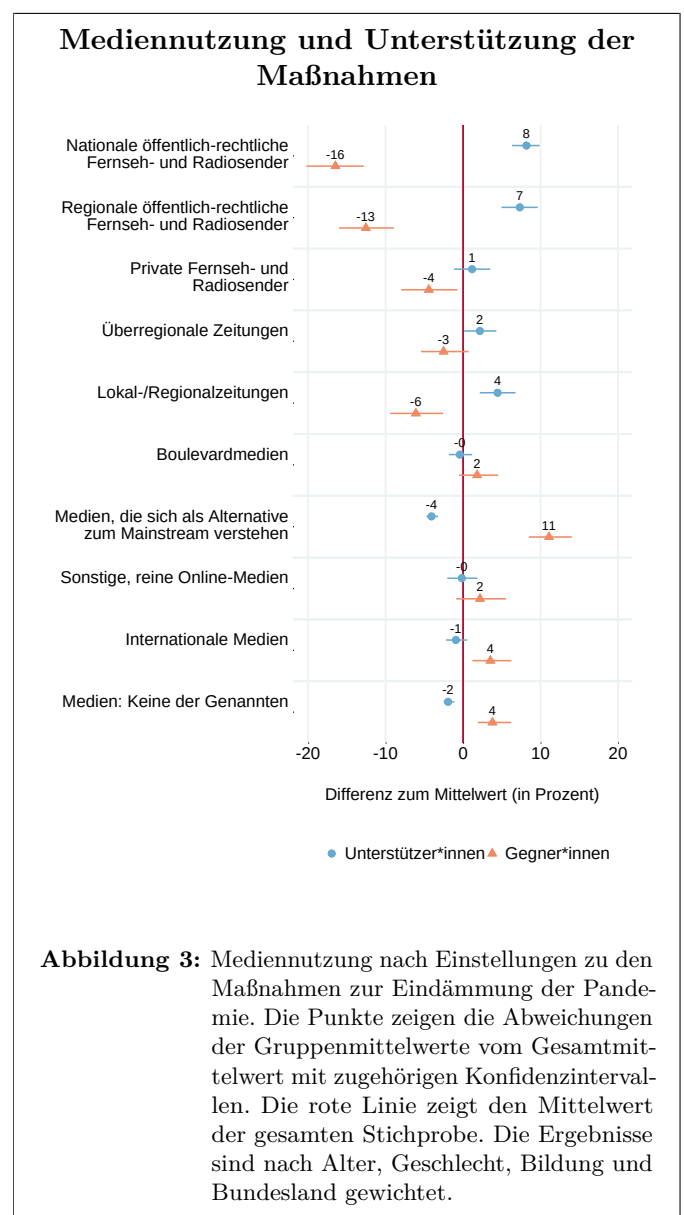


Abbildung 3: Mediennutzung nach Einstellungen zu den Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. Die Punkte zeigen die Abweichungen der Gruppenmittelwerte vom Gesamtmittelwert mit zugehörigen Konfidenzintervallen. Die rote Linie zeigt den Mittelwert der gesamten Stichprobe. Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet.

Informationen zum Projekt RAPID-COVID

RAPID-COVID ist ein Projekt an der Freien Universität Berlin an der Schnittstelle von politischer Kommunikation, politischer Psychologie und politischer Kulturforschung. Das Kürzel RAPID steht für *Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization*. Im Rahmen des Projekts verknüpfen wir Forschung zu Mediennutzung, Kampagneneffekten, Populismus und Protest, um zu verstehen, wie Menschen die Pandemie und den politischen Umgang damit wahrnehmen und bewerten.

Wir interessieren uns insbesondere dafür, ob und wie relevante Informationen über die Pandemie bei der Bevölkerung ankommen; ob es (normativ problematische) Unterschiede hinsichtlich des Informationsstandes zwischen verschiedenen Teilen der Bevölkerung gibt; ob und welche Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung entstehen und wie die Informationen zur Corona-Pandemie von der Bevölkerung aufgenommen und verarbeitet werden. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

Datengrundlage

Die Grundlage unseres Projektes sind Paneldaten - also Befragungen eines identischen Personenkreises -, die in vier Wellen mittels einer Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov gesammelt werden. An der zweiten Welle (mit einer Feldzeit vom 01.03.2021–12.03.2021) haben 2 874 in Deutschland wahlberechtigte Personen teilgenommen. Das Panel ist quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland.

Team

Projektleitung Prof. Dr. Thorsten Faas
Dr. David Schieferdecker

Koordination Philippe Joly, M. Sc.

*Mitarbeiter*innen* Teodora Bibu
Dennis Klinke

Zitation

RAPID-COVID (2021, Juni). „Mediennutzung in der Pandemie: Woher beziehen Bürger*innen ihre Informationen?“. *Policy Brief* 4/2021.

Impressum

Prof. Dr. Thorsten Faas
Freie Universität Berlin
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Innstraße 21
14195 Berlin
thorsten.faas@fu-berlin.de
www.rapidcovid.de



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Sag, wie hältst Du's mit der Impfpflicht?

Einstellungen der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht

Simon Richter, Thorsten Faas, Philippe Joly & David Schieferdecker

Policy Brief 1/2022, April 2022

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

POLITISCHE SOZIOLOGIE
DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Freie Universität



Berlin

Sag, wie hältst Du's mit der Impfpflicht?

Einstellungen der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht

Simon Richter* Thorsten Faas† Philippe Joly‡ David Schieferdecker§

5. April 2022

Abstract

Aktuell ist die Debatte um die Corona-Impfpflicht in vollem Gange. Die Entscheidung im Deutschen Bundestag steht unmittelbar bevor. Hinter welchem Gesetzesvorschlag sich dort eine Mehrheit versammeln wird, ist offen. Die Abstimmung wurde zur Gewissensentscheidung der Abgeordneten erklärt und wird daher nicht entlang von Partei- und Fraktionslinien fallen. Doch wie stehen die Bürger*innen eigentlich zur einer allgemeinen Corona-Impfpflicht? Um diese Frage zu beantworten, nutzen wir in diesem Policy Brief repräsentativ erhobene Daten aus dem Projekt „RAPID-COVID“. Die Daten stammen zwar aus dem bereits vergangenen Jahr 2021; dafür wurde allerdings ein identischer Personenkreis zu drei verschiedenen Zeitpunkten befragt, sodass wir ein präzises Bild der zeitlichen Entwicklung der öffentlichen Meinung zur allgemeinen Impfpflicht in Deutschland nachzeichnen können. Im Kern lassen sich vier Erkenntnisse festhalten: Erstens hat die Zustimmung zu einer allgemeinen Corona-Impfpflicht im Verlauf des Jahres 2021 zugenommen. Zweitens gibt es trotzdem bis zum Jahresende in der Bevölkerung keine Einigkeit zur Frage, ob eine allgemeine Impfpflicht eingeführt werden sollte oder nicht. Drittens besteht diese Uneinigkeit auch innerhalb der Anhänger*innenschaft von Parteien, nicht nur zwischen diesen. Einzige Ausnahme ist das AfD-Lager, das die Impfpflicht recht einhellig ablehnt. Viertens erweist es sich als grundsätzlich schwierig zu erklären, wer für oder gegen die Einführung einer Impfpflicht ist. Am besten kann noch die eigene Betroffenheit die Einstellung zu einer generellen Impfpflicht erklären: Personen, die entweder selbst zu einer Hochrisikogruppe zählen oder eine solche Person in ihrem Umfeld haben, stimmen der Einführung einer Impfpflicht eher zu als andere. Ungeimpfte lehnen sie eindeutig ab. Unter den Geimpften zeigt sich dagegen erneut ein eher diffuses Bild, was letztlich zu einer strukturellen Asymmetrie in der Impfpflicht-Debatte führt.

Was zu Beginn der Pandemie noch durch die Bank abgelehnt wurde, ist nun seit geraumer Zeit als Debatte in vollem Gange: Soll in Deutschland eine allgemeine Corona-Impfpflicht eingeführt werden? Und wenn ja, in welcher Form? Die Entscheidung im Deutschen Bundestag steht unmittelbar bevor. Hinter welchem Gesetzesvorschlag sich dort eine Mehrheit versammeln wird, ist allerdings noch offen – schließlich wurde die Abstimmung zur Gewissensentscheidung der Abgeordneten erklärt und wird damit nicht entlang von Partei- und Fraktionslinien fallen. Doch wie stehen die Bürger*innen eigentlich zur einer allgemeinen Corona-Impfpflicht? Um diese Frage zu beantworten, greifen wir auf repräsentativ erhobene Daten aus dem Projekt „RAPID-COVID“ zurück, die im Jahr 2021 erhoben wurden. Auch wenn die Pandemie im zurückliegenden Jahr noch eine andere war – die Delta-Variante war vorherrschend, Omikron noch nicht identifiziert, Impfstoffe waren noch relativ neu und knapp – so lohnt dieser Blick doch, um etwas über die Befürworter*innen und Gegner*innen einer Impfpflicht zu lernen. Im Rahmen von „RAPID-COVID“

*Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft, Freie Universität Berlin, simon.richter@fu-berlin.de, www.simonrichter.eu, Ihnestr. 21, 14195 Berlin.

†Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft, Freie Universität Berlin.

‡Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft, Freie Universität Berlin.

§Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin.

wurde zu drei Zeitpunkten im Jahr 2021 bei einem identischen Kreis von Personen die Einstellung der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Impfpflicht erfragt: im März, im Mai und im September 2021. Diese zeitliche Breite der Daten erlaubt es, die Einstellung zur Impfpflicht in verschiedenen Stadien der Pandemie zu beobachten. Konkret wurden die Befragten gebeten, auf einer fünfstufigen Skala ihre Zustimmung zur Aussage „Deutschland sollte eine generelle Impfpflicht gegen Corona einführen“ anzugeben. Die Antwortskala rangierte von „stimme überhaupt nicht zu“ (-2) bis „stimme voll und ganz zu“ (+2). Den Skalenmittelpunkt bildet die Antwortkategorie „teils/teils“ (0).

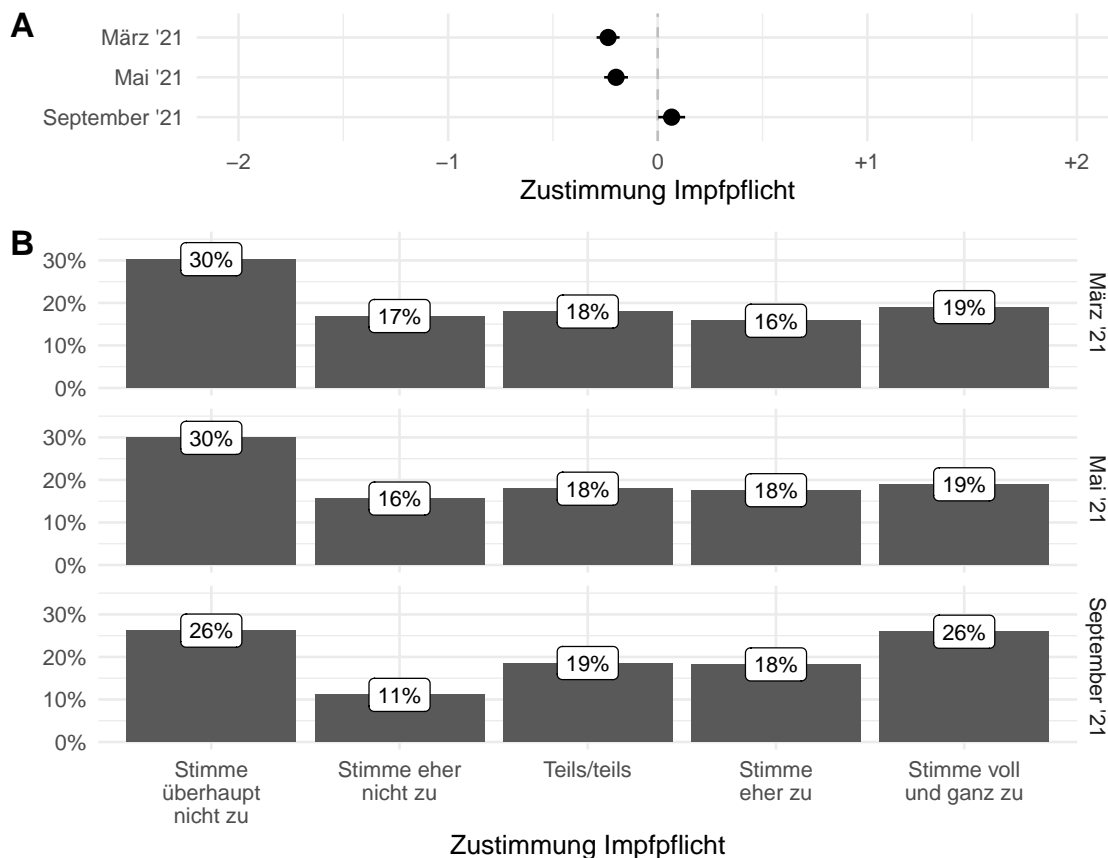


Abbildung 1: Einstellung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht in den drei Befragungswellen im Mittel (A) und in den einzelnen Antwortkategorien (B). Mittel- und Anteilswerte sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet. Mittelwerte sind mit 95%-Konfidenzintervallen versehen.

Ergebnis: Zu allen drei Befragungszeitpunkten zeigte sich ein gespaltenes Meinungsbild. Betrachtet man die mittlere Einstellung der Befragten, so zeigt sich zu keinem Zeitpunkt eine klare Mehrheit für oder gegen die Einführung einer allgemeinen Impfpflicht. Vielmehr lautet die „durchschnittliche“ Antwort „teils/teils“. Gleichwohl zeichnet sich ab, dass die Zustimmung zu einer Impfpflicht im Zeitverlauf leicht zunimmt (siehe Abbildung 1A).

Die Betrachtung eines einzigen Mittelwerts täuscht jedoch darüber hinweg, dass es sehr wohl einen beträchtlichen Anteil der Bevölkerung gibt, der eine eindeutig zustimmende oder eindeutig ablehnende Position zur Impfpflicht einnimmt. Das zeigen die Verteilungen der Antworten auf der fünfstufigen Skala (Abbildung 1B) – und zwar über alle drei Befragungswellen hinweg. Nur ein knappes Fünftel der Befragten gibt tatsächlich die Antwort „teils/teils“ und zeigt sich damit unentschieden. Dem stehen rund 80% der Befragten gegenüber, die einer Impfpflicht zustimmend oder ablehnend gegenüberstehen. Jede zweite befragte Person gibt sogar eine absolut eindeutige Antwort und stimmt entweder „überhaupt nicht“ oder aber „voll und ganz“ zu. Dabei zeigt sich eine leichte Verschiebung hin zur Zustimmung im Jahresverlauf, die auch schon bei der Betrachtung der Mittelwerte zu beobachten ist.¹

¹Aktuellere Umfrageergebnisse, etwa der ARD-DeutschlandTrend aus dem Februar 2022, deuten auf eine ähnlich verhaltene Zustimmung in der Bevölkerung hin.

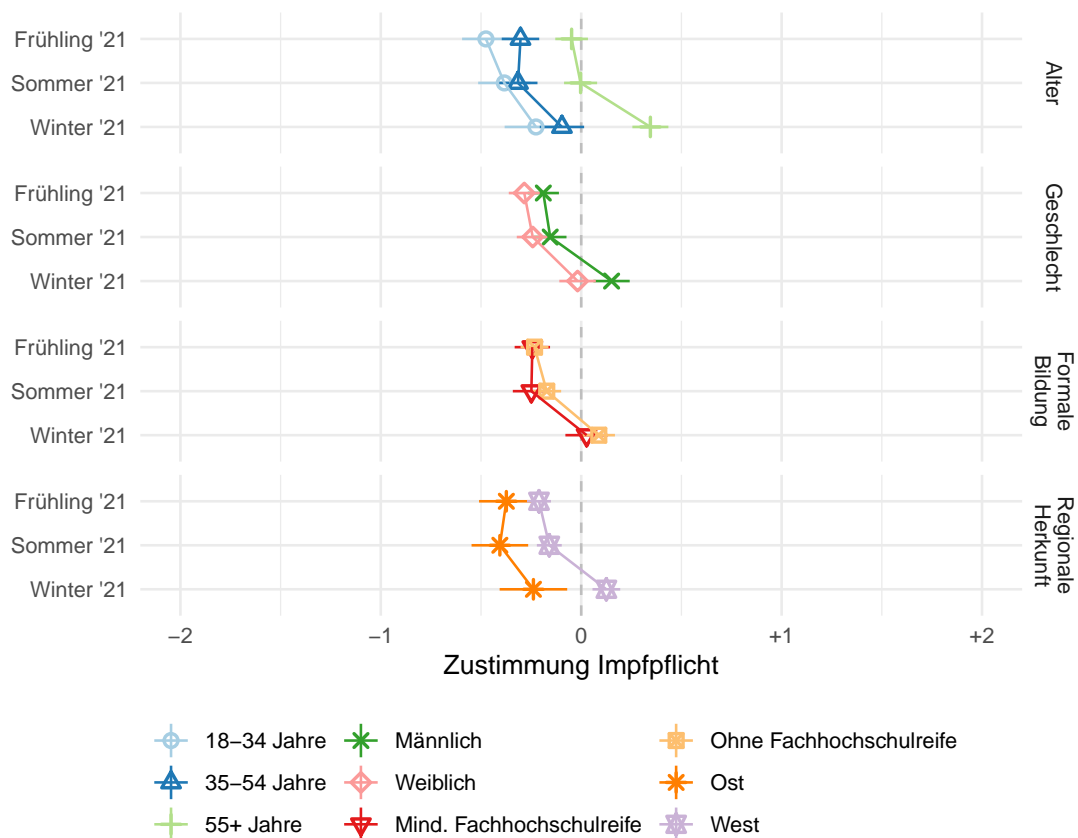


Abbildung 2: Einstellung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht in den drei Befragungswellen im Mittel nach Bevölkerungsgruppen. Mittelwerte sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet und mit 95%-Konfidenzintervallen versehen.

An diese Diagnose schließt sich unweigerlich die Frage an, inwieweit diese Camps durch strukturelle Unterschiede gekennzeichnet sind. Welche Gruppen tendieren eher zur Ablehnung und welche eher zur Zustimmung zu einer allgemeinen Impfpflicht? Erste Hinweise liefert eine Betrachtung von unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen (Abbildung 2). Vor allem das Alter der Befragten kann einen Teil der Unterschiede erklären. Gerade bei älteren Menschen (55 Jahre oder älter) ist der Anteil der Zustimmenden im Jahresverlauf 2021 angestiegen. Außerdem hat sich in der regionalen Herkunft der Befragten im Jahresverlauf ein Muster herausgebildet: Befragte aus Westdeutschland standen im Herbst 2021 einer Impfpflicht etwas positiver gegenüber als die ostdeutschen Studienteilnehmer*innen. Hinsichtlich des Geschlechts oder des formalen Bildungsgrades ergaben sich weder generelle Niveauunterschiede in der Zustimmung noch unterschiedliche Trends über Zeit.

Können unter Umständen Einstellungs- oder Gruppenzugehörigkeitsmuster die markanten Unterschiede in der Zustimmung zur Impfpflicht im Jahr 2021 noch besser erklären? Im Folgenden untersuchen wir anhand bivariater Verteilungen, inwieweit die Parteianhängerschaft oder verschiedene Formen der individuellen Betroffenheit von der Impfpflicht mit unterschiedlichen Einstellungen zu dieser einhergehen.

Parteianhängerschaften

Die im Bundestag vertretenen Parteien tun sich offenkundig schwer mit und in der Debatte um die Impfpflicht, wie sie aktuell im Frühjahr 2022 geführt wird. In den meisten Parteien finden sich Anhänger*innen ebenso wie Gegner*innen einer allgemeinen Impfpflicht. Doch bestätigt sich dieses Muster auch bei ihren Anhängerschaften? Um dieser Frage nachgehen zu können, betrachten wir die Ablehnung bzw. Zustimmung unter all jenen Befragten, die angaben, sich mit einer der im Bundestag vertretenen Parteien zu identifizieren.

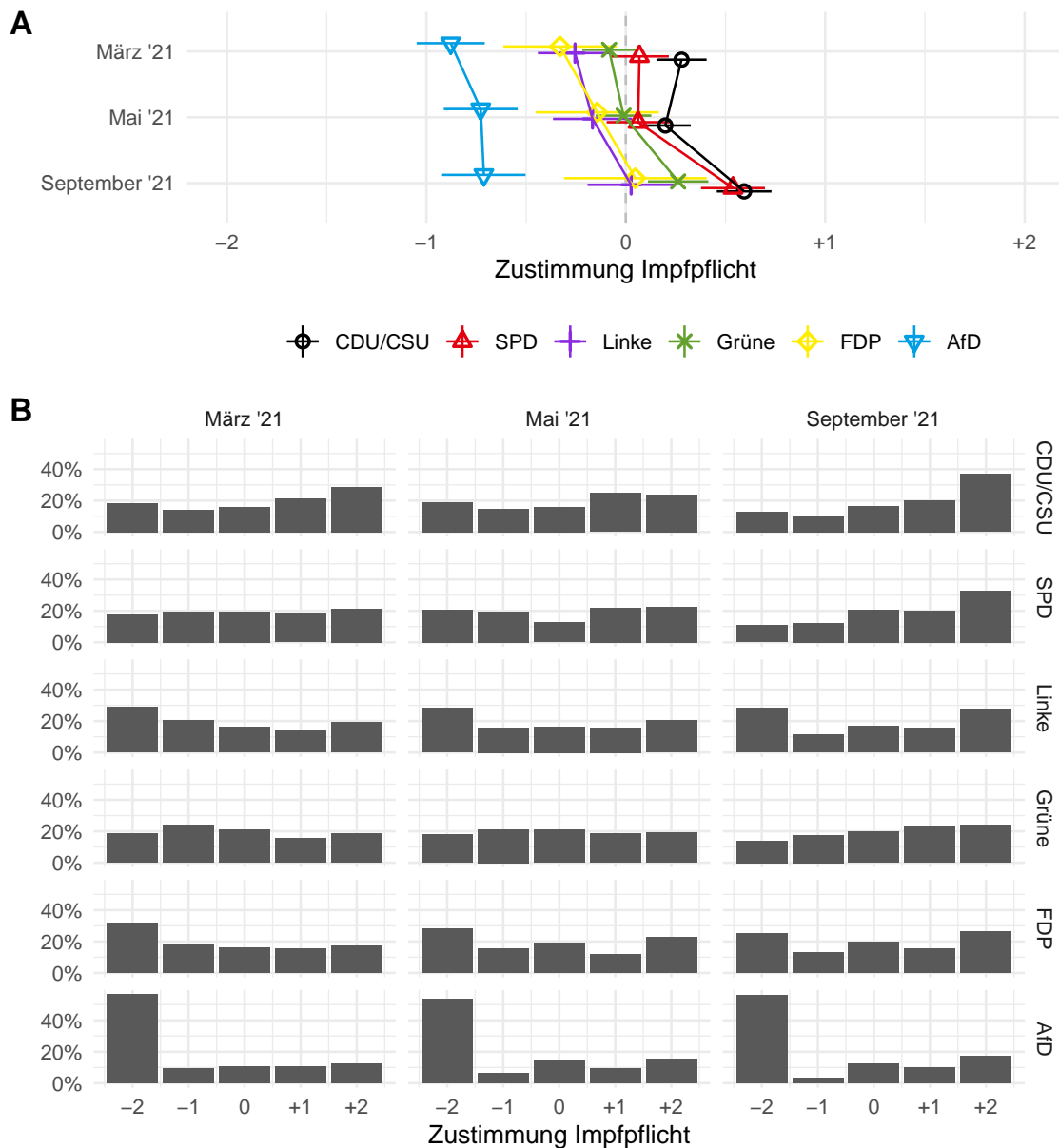


Abbildung 3: Einstellung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht in den drei Befragungswellen im Mittel (A) und in den einzelnen Antwortkategorien (B) nach Parteiidentifikation. Mittel- und Anteilswerte sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet. Mittelwerte sind mit 95%-Konfidenzintervallen versehen.

Wenn wir die Mittelwerte auf der fünfstufigen Zustimmungsskala vergleichen (Abbildung 3A), so wird deutlich, dass sich die Parteienlandschaft in zwei Gruppen einteilen lässt: Auf der einen Seite stehen die Anhänger*innen der AfD hervor, die sich recht eindeutig gegen die Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht aussprechen. Diese ablehnende Haltung ist über die drei Befragungszeitpunkte hinweg stabil. Der AfD stehen alle anderen im Bundestag vertretenen Parteien gegenüber, deren Anhängerschaften die zweite Gruppe bilden. Im Mittel liegt deren Zustimmung zur Einführung einer Impfpflicht rund um den Skalenmittelpunkt, die Anhängerschaften dieser Parteien sind also unentschieden. Allerdings zeigt sich im zeitlichen Verlauf eine wachsende Unterstützung einer Impfpflicht – im Speziellen unter den Anhänger*innen von CDU/CSU und SPD.

Auch hier zeigt ein Blick hinter die Mittelwerte, dass die Anhängerschaften der Parteien weniger unentschieden als vielmehr gespalten sind (Abbildung 3B). Das zeigen die breiten Verteilungen, die sowohl ein beträchtliches Maß an Zustimmung, aber eben auch an Ablehnung innerhalb der Parteilager an den Tag legen. Im Zeitverlauf ergibt sich vor allem bei CDU/CSU und SPD eine nennenswerte Verschiebung hin zu breiterer Unterstützung, die sich gerade in der Herbstwelle zeigt. Auch im Lager der Grünen deutet sich ein solcher Trend an, fällt aber schwächer aus. Die

Lager der Linken und der FDP kommen aus einer tendenziellen Ablehnung der Impfpflicht und sind am Ende des Beobachtungszeitraums weitgehend polarisiert zur Frage der Einführung einer Impfpflicht. Einzig in der Anhängerschaft der AfD zeigt sich durchgängig eine große und eindeutige Ablehnung der Impfpflicht.

Eigene Betroffenheit

Der Versuch, durch Rückgriff auf Parteibindungen das Muster der Zustimmung und Ablehnung einer Impfpflicht zu sortieren, war alles in allem mit Ausnahme der AfD wenig erfolgreich. Wir wollen uns daher einer möglichen alternativen Erklärung zuwenden: dem Grad der eigenen Betroffenheit von einer Impfpflicht. Dabei können Menschen auf zweierlei Weise von der Impfpflicht betroffen sein – durch die Impfung selbst oder durch (den Schutz vor einer) Infektion. Eine Impfpflicht würde ungeimpfte Personen verpflichten, sich impfen zu lassen. Eine (verpflichtende) Impfung – gerade auch für die Bevölkerung insgesamt – würde aber auch das eigene Risiko (oder das einer nahestehenden Person) verringern, durch eine Infektion schwer zu erkranken oder gar zu sterben. Auch eine Überlastung des Gesundheitssystems wäre durch eine hohe Impfquote unwahrscheinlicher. Gerade für Menschen aus den sogenannten Risikogruppen könnte dies einen entscheidenden Unterschied machen, wenn sie sich eine Meinung über die mögliche Einführung einer Impfpflicht bilden. Vor diesem Hintergrund fragen wir: Wie hängt die eigene Betroffenheit mit der Einstellung zur Impfpflicht zusammen?

Risikogruppen

Mit Blick auf den Risikogruppen-Status zeigen sich in der Tat Unterschiede. Menschen, die sich selbst zu einer Risikogruppe zählen, sind deutlich häufiger für eine allgemeine Impfpflicht (Abbildung 4A). Allerdings ist (erneut) anzumerken, dass sich auch unter den Befragten aus Risikogruppen im Mittel keine einhellige Zustimmung zur Einführung einer Impfpflicht zeigt. Im Zeitverlauf nimmt in beiden Gruppen die Zustimmung in etwa gleichem Umfang zu. Ein ähnlicher Effekt findet sich, wenn man die Gruppe derer, die Menschen aus Risikogruppen im eigenen Umfeld haben (eigener Haushalt, nähere Verwandte oder Freund*innen), mit den übrigen Befragten vergleicht (Abbildung 4B). Auch hier liegt die Zustimmung zur Einführung einer Impfpflicht unter Menschen mit Personen aus Hochrisikogruppen in der Umgebung höher. Im Zeitverlauf nimmt die Zustimmungslücke hier sogar zu.

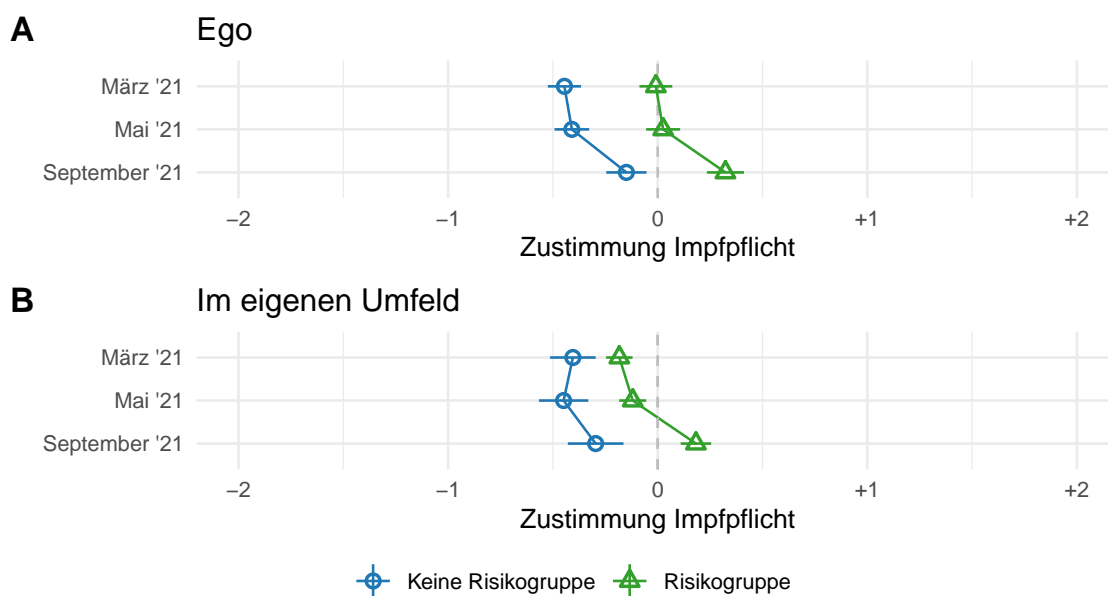


Abbildung 4: Einstellung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht in den drei Befragungswellen im Mittel nach Hochrisiko-Status - entweder durch den eigenen Status als Teil einer Hochrisikogruppe (A) oder durch eine solche Person im eigenen Umfeld (B). Mittelwerte sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet und mit 95%-Konfidenzintervallen versehen.

Impfstatus

Die stärksten und eindeutigsten Muster finden wir, wenn wir den aktuellen Impfstatus als Kriterium heranziehen, allerdings in einer asymmetrischen Art und Weise (Abbildung 5). Diejenigen, die von der Einführung einer Impfpflicht unmittelbar betroffen wären – also Menschen, die bis dato noch nicht gegen das Corona-Virus geimpft sind und folglich dann zu einer Impfung verpflichtet wären –, lehnen die Einführung einer allgemeinen Impfpflicht strikt ab. Hier liegt die Ablehnung im Mittel sogar nahe am Skalenendpunkt von -2. Diesen gegenüber stehen bereits geimpfte (sowie absolut impfbereite) Personen: Hier finden wir eine größere Offenheit für eine Impfpflicht, die aber bei weitem nicht das Ausmaß und die Eindeutigkeit erreicht, die wir auf der anderen Seite als Ablehnung sahen. Das „Dagegen“ ist hier sehr klar, das „Dafür“ deutlich diffuser. Tatsächlich ging die Unterstützung der Impfpflicht unter Geimpften im Mai 2021 sogar zeitweise ein wenig zurück. Interessant ist abschließend ein Blick auf die „Impfskeptiker*innen“, also jene Menschen, die noch nicht geimpft sind, weil sie erst einmal abwarten möchten. Diese „Impfskeptiker*innen“ werden im Zeitverlauf den Impfgegner*innen immer ähnlicher. Natürlich verändert sich auch die Zusammensetzung der Gruppen im Zeitverlauf, weil sich aus dieser Gruppe heraus mehr und mehr Menschen impfen lassen und damit in die Gruppe der Geimpften wechseln. Aber es zeigt auch, dass zu einem frühen Zeitpunkt der Impfkampagne „Skepsis“ noch etwas Eigenständiges war, eine mittlere Position quasi. Wer aber inzwischen immer noch impfskeptisch ist, gehört wohl in Wahrheit zur Gruppe der Impfgegner*innen.

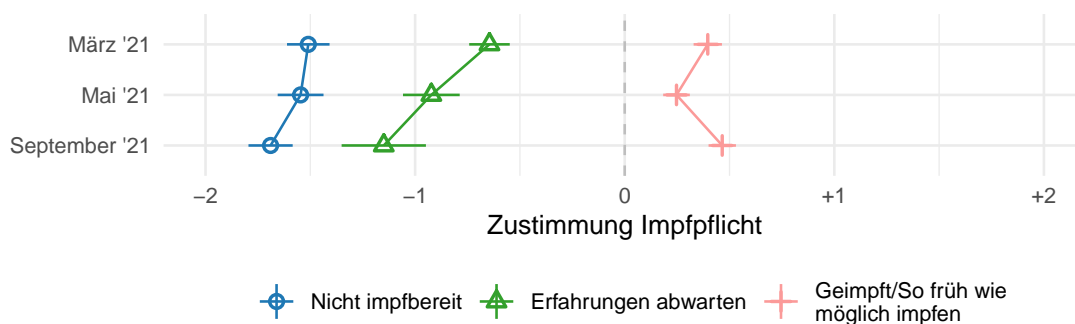


Abbildung 5: Einstellung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht in den drei Befragungswellen im Mittel nach Impfstatus. Mittelwerte sind nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gewichtet und mit 95%-Konfidenzintervallen versehen.

Fazit

Alles in allem tat und tut sich Deutschland schwer damit, eine eindeutige Position zum Thema „allgemeine Corona-Impfpflicht“ zu finden. Über weite Strecken hielten sich im Jahr 2021 Gegner*innen und Befürworter*innen anteilmäßig die Waage, erst im Herbst gewannen die Unterstützer*innen die Überhand. Und dennoch bleibt die Unterstützung eher diffus. All unsere Bemühungen, der Gruppe der Unterstützer*innen eine klare Kontur zu geben, waren bestenfalls von mäßigem Erfolg gekrönt. Zwar finden sich gesellschaftliche Gruppen, die recht deutlich einer Impfpflicht zuneigen – ältere Menschen, Hochrisikogruppen –, aber nirgends ist die Unterstützung einhellig, überall gibt es auch Skepsis und Vorbehalte gegen eine Impfpflicht. Dies gilt auch für die – große – Gruppe der Geimpften, die eine Impfpflicht zwar tendenziell, aber keineswegs einhellig unterstützen. Auf der gegenüberliegenden Seite des Spektrums stellt sich die Situation anders dar: Es gibt klare Hochburgen der Gegner*innen einer Impfpflicht, etwa in der Anhängerschaft der AfD und erst recht in der Gruppe der Ungeimpften. Sie lehnen eine Impfpflicht beinahe unisono ab.

Die Gründe für diese Asymmetrie mögen vielfältig sein: Das Argument dagegen scheint sich aus einer ganz unmittelbaren Betroffenheit zu speisen, das noch dazu an Stärke und Schärfe dadurch gewinnt, dass Geimpfte etwas beschließen möchten, das sie selbst bestenfalls indirekt, die Ungeimpften aber ganz unmittelbar betrifft. Und das ist ein zweiter Punkt, dem man Beachtung schenken sollte: Den Argumenten der Befürworter*innen liegen viel komplexere und unsichere Wirkungsmechanismen zugrunde (Belastungen von Krankenhäusern, soziale Verantwortung, mögliche Entwicklungen in einer unsicheren Zukunft) als den Argumenten der Gegner*innen, die eine Pflicht aus starker eigener Position heraus laut und deutlich ablehnen und dafür mit der

AfD auch ein politisches Sprachrohr haben. Die Konsequenz all dessen könnte sein, dass die Komplexität der Pro-Argumente dazu führt, dass es keine Mehrheit für eine irgendwie geartete Impfpflicht gibt und sich damit die Gegner*innen, obwohl in der Minderheit befindlich, am Ende durchsetzen.

Informationen zum Projekt „RAPID-COVID“

„RAPID-COVID“ ist ein Projekt an der Freien Universität Berlin an der Schnittstelle von politischer Kommunikation, politischer Psychologie und politischer Kulturforschung. Das Kürzel RAPID steht für Receiving and Accepting Public Information Despite Polarization. Im Rahmen des Projekts verknüpfen wir Forschung zu Mediennutzung, Kampagneneffekten, Populismus und Protest, um zu verstehen, wie Menschen die Pandemie und den politischen Umgang damit wahrnehmen und bewerten. Wir interessieren uns insbesondere dafür, ob und wie relevante Informationen über die Pandemie bei der Bevölkerung ankommen; ob es (normativ problematische) Unterschiede hinsichtlich des Informationsstandes zwischen verschiedenen Teilen der Bevölkerung gibt; ob und welche Unzufriedenheitsgefühle in der Bevölkerung entstehen und wie die Informationen zur Corona-Pandemie von der Bevölkerung aufgenommen und verarbeitet werden. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

Datengrundlage

Die Grundlage unseres Projektes sind Paneldaten – also Befragungen eines identischen Personenkreises –, die in vier Wellen mittels einer Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov gesammelt werden. Die Einstellung zu einer allgemeinen Corona-Impfpflicht wurde in letzten Wellen 2, 3 und 4 abgefragt. An der zweiten Welle (mit einer Feldzeit vom 01.03.2021–12.03.2021) haben 2 874, an der dritten Welle (19.05.2021–31.05.2021) haben 2 672 und an der vierten Welle (09.09.2021–19.09.2021) haben 2 212 in Deutschland wahlberechtigte Personen teilgenommen. Das Panel ist quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland.

Zitation

Richter, S., Faas, T., Joly, P., & Schieferdecker, D. (2022). Sag, wie hältst Du's mit der Impfpflicht? Einstellungen der deutschen Bevölkerung zur Einführung einer allgemeinen Corona-Impfpflicht. *RAPID-COVID Policy Brief* 1/2022, April 2022.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-34461>

Impressum

Prof. Dr. Thorsten Faas
Freie Universität Berlin
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Innstraße 21
14195 Berlin
thorsten.faas@fu-berlin.de
www.rapidcovid.de



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung