

## 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.

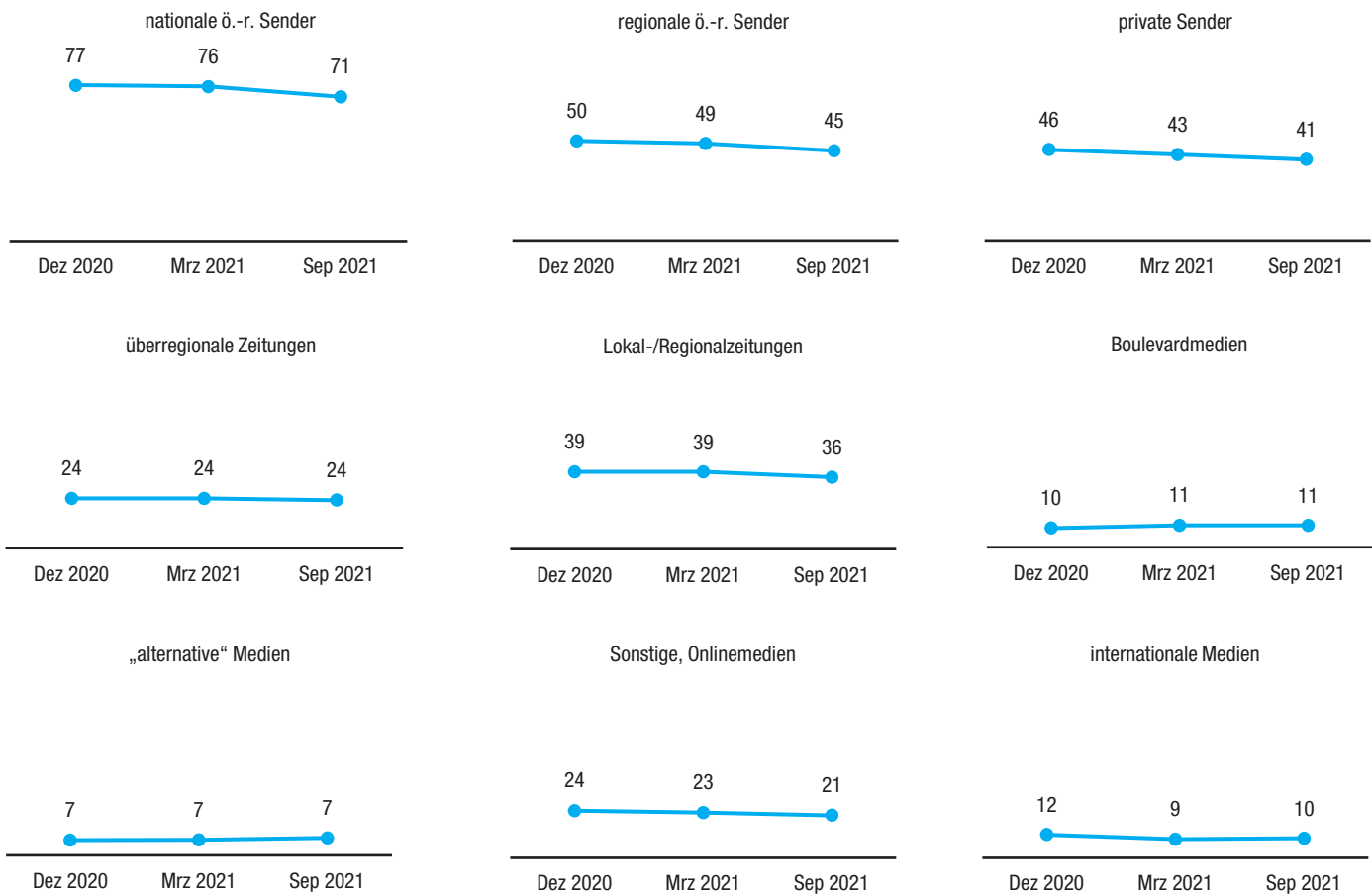
Die vier Befragungszeitpunkte decken verschiedene Phasen im zweiten Jahr der Pandemie ab: Die erste Panelerhebung war im Dezember 2020 im Feld, als die Pandemie ein zuvor unbekanntes Ausmaß in Deutschland erreichte und sich Deutschland in einem zweiten Lockdown befand. Die zweite Befragungswelle lief 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 soziodemographische Merkmale fassen lässt – die Unterschiede fallen jedenfalls zwischen den verschiedenen hier betrachteten Gruppen sehr gering aus.

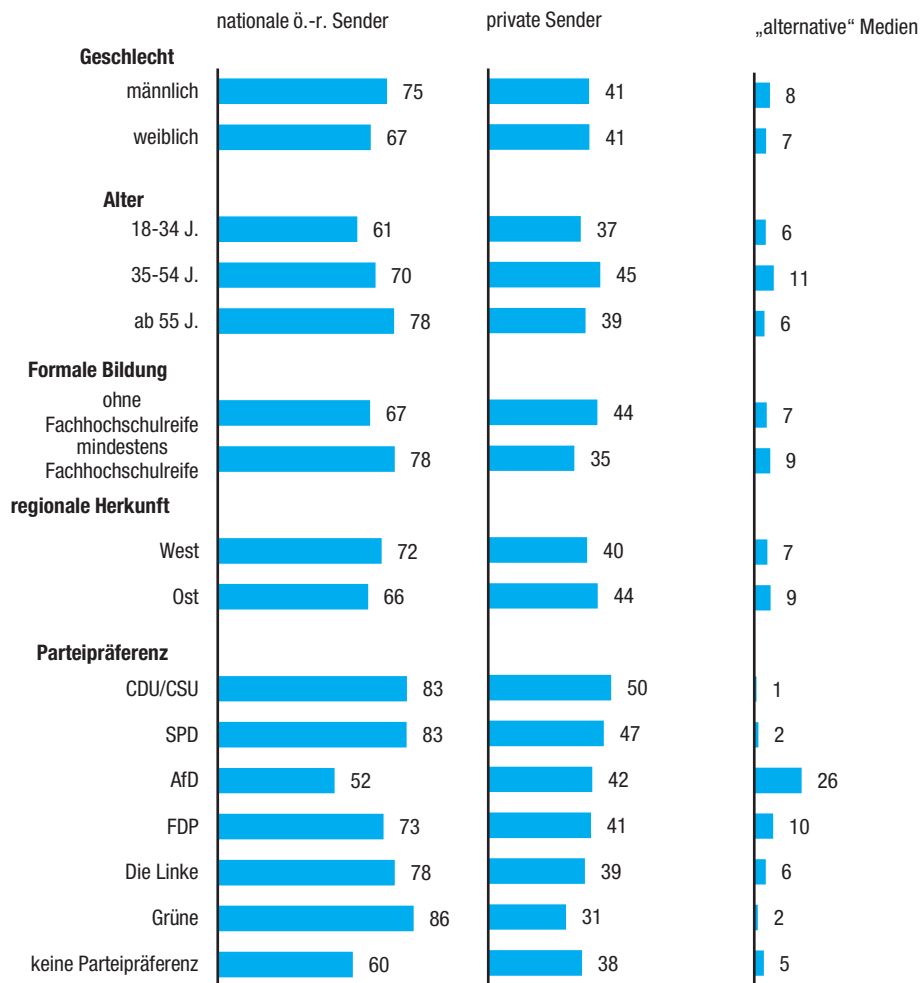
Auch mit Blick auf Parteipräferenzen finden sich teilweise starke Unterschiede bei der Mediennutzung. Anhänger der Grünen, der Union und der SPD nutzen nationale öffentlich-rechtliche Angebote am stärksten (> 80 %). Im Gegensatz dazu nutzen deutlich weniger Sympathisanten der AfD (52 %) und Menschen 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.

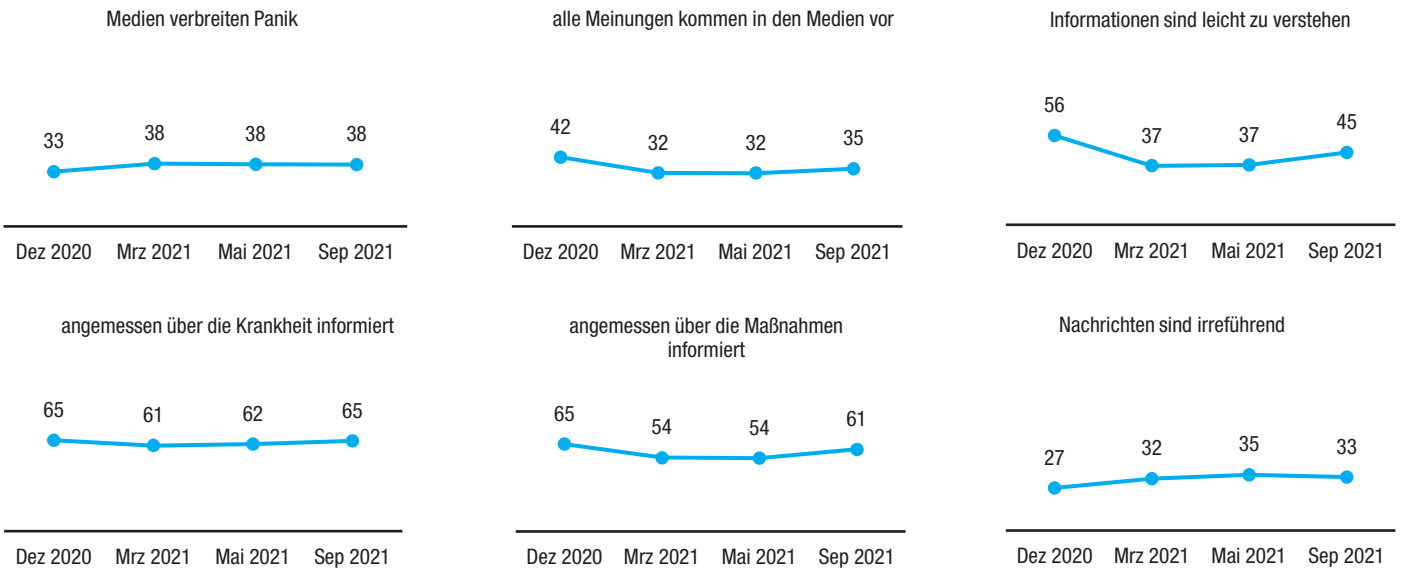
Veränderte  
Wahrnehmung der  
Berichterstattung  
im Zeitverlauf

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.

Parteiliche 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.

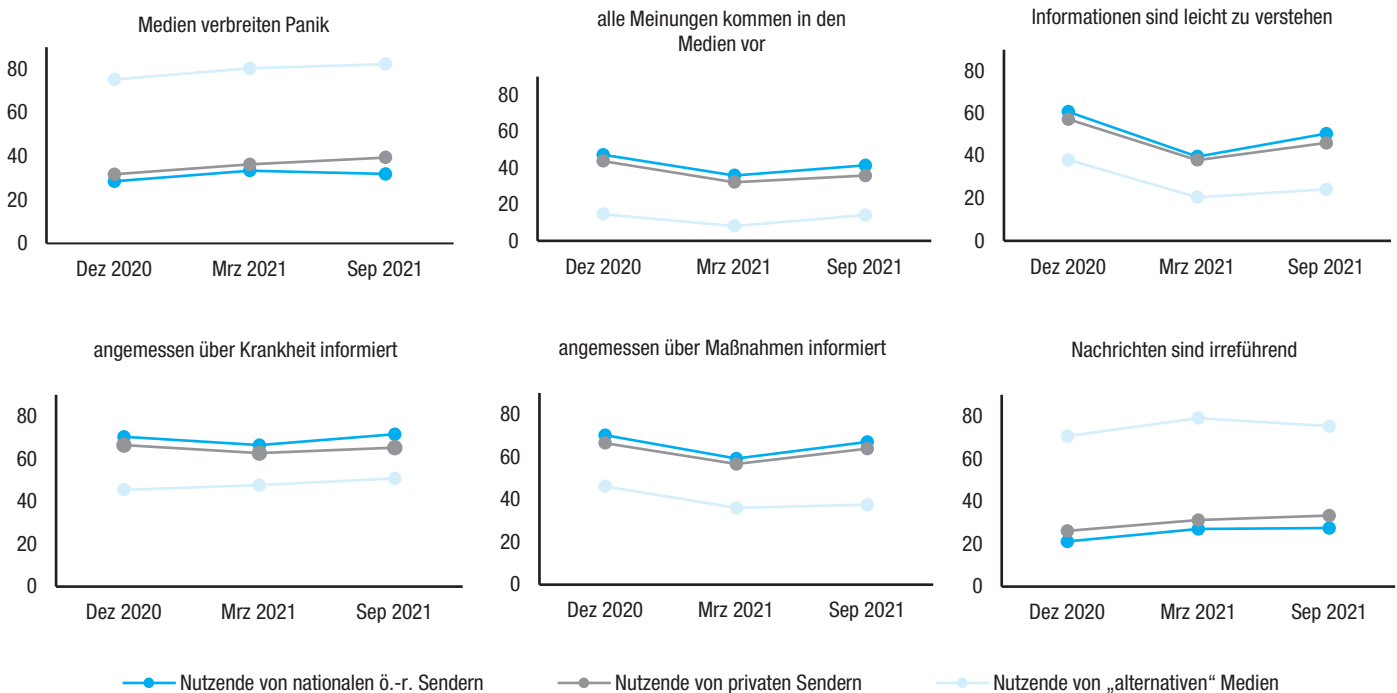
Aus der Abbildung wird unmittelbar eine Zweiteilung erkennbar: Das Publikum des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks unterscheidet sich kaum in seinen Einstellungen zu den Informationsleistungen, während das von „alternativen“ Medienangeboten davon stark abweichende Positionen vertritt: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

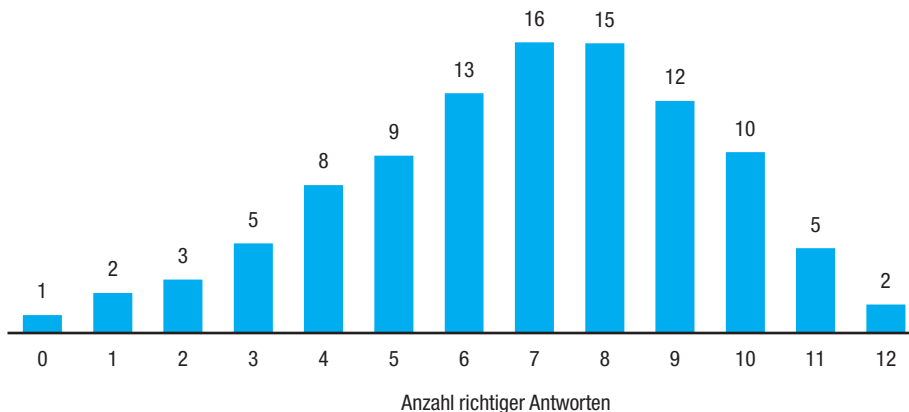
#### September 2021

- 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

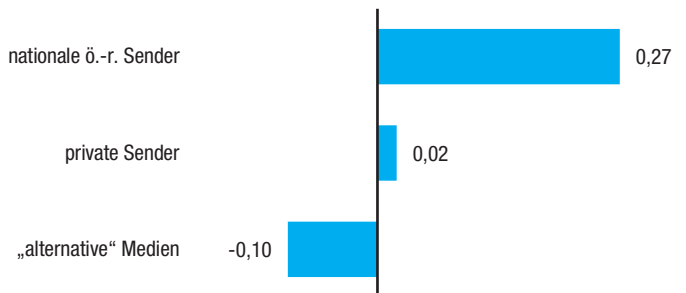
In der Corona-Pandemie sind die wechselseitigen Abhängigkeiten und Spannungsverhältnisse zwischen Medien, Politik und Öffentlichkeit deutlich geworden. Im vorliegenden Beitrag haben wir uns diesem Spannungsverhältnis aus der Perspektive von Bürgerinnen und Bürgern genähert und ihre Mediennutzung und 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. Programme 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.

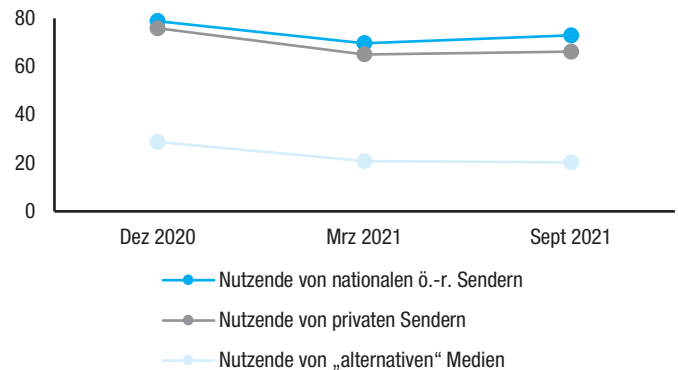
Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland, n=2 212 Befragte.

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.