

## New Comer Corner

Sophie März\*, Thomas Mandl und Stefan Dreisiebner

# Informationsverhalten während Krisen

Mediennutzung, Zufriedenheit mit der Informationsversorgung und Umgang mit Fake News während der Covid-19-Pandemie im deutschsprachigen Raum

<https://doi.org/10.1515/iwp-2020-2135>

## Einleitung

In Zeiten von Krisen rücken existentielle Bedürfnisse wie die persönliche Sicherheit und das Überleben in den Vordergrund. Der Bedarf an Informationen verändert sich und Menschen benötigen meist gezieltere und mehr Informationen. Um dies in der aktuellen Covid-19-Pandemie zu untersuchen, wurde ein zweistufiges Verfahren eingesetzt, das eine Online-Umfrage und semi-strukturierte Interviews deutschsprachiger Personen umfasst. Ziel der Studie sind Erkenntnisse zu Informationsverhalten, Mediennutzung, Umgang mit Falschmeldungen und Zufriedenheit mit der allgemeinen Informationsversorgung. Es zeigt sich, dass Teilnehmende während der Covid-19-Pandemie nach aktueller und qualitativ hochwertiger Information suchen. Dies kann jedoch nicht am Medium festgemacht werden. Viele öffentlich-rechtliche und offizielle Informationsanbieter sind z. B. auf Social Media vertreten und stehen dort neben Inhalten, die von Nutzenden generiert wurden. Die Ergebnisse zeigen zudem eine Veränderung des Konsums von Informationen sowohl in der Quantität als auch Qualität der Teilnehmenden. Die Mehrheit ist während der Krise mit den erhaltenen Informationen zufrieden.

## 1 Veränderung von Informationsbedürfnissen in Krisen

Während der Covid-19-Pandemie steht die Diskussion um qualitativ hochwertige Informationen und Fake News im öffentlichen Diskurs. Wie in anderen Krisen besteht ein erhöhter Informationsbedarf. Insgesamt ist die Internetnutzung in Deutschland stark gestiegen, was am erhöhten Informationsbedarf liegt, wie an zunehmender Online-Kommunikation.

Aktuelle und seriöse Informationsquellen scheinen dabei stark gefragt zu sein, eher rezipiert als fragwürdige und populistische Quellen. Medien berichten von hohen Zugriffszahlen bzw. Zuschauendenzahlen fast aller Nachrichtenangebote (Boeff & Kirfel, 2020).

Neben dem steigenden Konsum von seriösen Quellen scheint auch die Verbreitung von Falschnachrichten zu zunehmen. Das Auftreten von Verschwörungsmythen führte in England bereits zu Brandanschlägen auf Funkmasten. Die Technologie-Giganten Facebook, Twitter, YouTube und TikTok geben an, Maßnahmen zum Schutz der Nutzenden gegen falsche und gefährliche Meldungen einzuleiten (Ghaffary & Heilweil, 2020). Die Anbieter ergreifen Maßnahmen, damit seriöse Organisationen verstärkt an oberen Positionen oder Info-Panels mit geprüften Informationen angezeigt werden (Skopeliti & John, 2020).

Das Zugriffsverhalten von Menschen auf Informationen verändert sich während Krisen. Beispielsweise zeigte eine Analyse zum Erdbeben in Haiti, dass der Bildungsgrad für die Auswahl von Informationsquellen eine sehr große Bedeutung hatte (Sommerfeldt, 2015). Die Inhalte, die während Krisen auf Social Media geteilt und gelesen werden, rücken immer stärker in den Fokus der Forschung. Eine Klassifikation im Rahmen der FIRE Konferenz von Twitter-Daten zum Nepal Erdbeben sollte z. B. Tweets erkennen, welche konkrete Bedürfnisse nennen oder den Standort von verfügbaren Ressourcen zeigen (Fadaei et al., 2018).

Der Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung des vorhandenen Risikos und dem Eingehen auf Maßnahmen

---

\*Kontaktperson: **Sophie März**, Universität Hildesheim, Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie, Universitätsplatz 1, 31141 Hildesheim, E-Mail: [maerz@uni-hildesheim.de](mailto:maerz@uni-hildesheim.de)  
**Prof. Dr. Thomas Mandl**, Universität Hildesheim, Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie, Universitätsplatz 1, 31141 Hildesheim, E-Mail: [mandl@uni-hildesheim.de](mailto:mandl@uni-hildesheim.de)  
**Dr. Stefan Dreisiebner**, Universität Hildesheim, Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie, Universitätsplatz 1, 31141 Hildesheim, E-Mail: [dreisiebner@uni-hildesheim.de](mailto:dreisiebner@uni-hildesheim.de)

der Prävention wurde für die MERS Krise untersucht (Oh et al., 2020). Dabei war die Rolle von negativen Emotionen besonders auffällig. Für die Covid-19-Pandemie wird eine Vielfalt von Aspekten untersucht. Die Autoren Latif et al. (2020) recherchierten und analysierten in diesem Zuge verschiedene Studien, die die Thematik Covid-19 aufgreifen. Dieser Artikel soll Forschenden und Interessierten einen Überblick geben, welche Datensätze verfügbar sind und welche Themengebiete behandelt wurden. Hierbei ist deutlich, dass wenig Bezug auf die Wahrnehmung der Nutzenden von Informationssystemen und Informations anbietenden genommen wird. Der Großteil der Studien beschäftigt sich mit quantitativen Erhebungen (Latif et al., 2020).

Darin liegt ein entscheidender Unterschied zu der vorliegenden Studie. Diese erfasst in einem zweistufigen Methodenverfahren sowohl quantitativ als auch qualitativ die individuelle Wahrnehmung deutschsprachiger Personen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in Bezug auf ihr Informationsverhalten.

Zunächst wird ein Online-Fragebogen erstellt, verteilt und ausgewertet und anschließend durch semi-strukturierte Interviews ergänzt. Ein starker Fokus liegt hierbei auf der individuellen Mediennutzung vor und während der Covid-19-Pandemie, speziellen Faktoren zur Auswahl von Medien, der Zufriedenheit mit der Informationsversorgung und Gründen für den Informationsbedarf. Das Thema Falschmeldungen wird ebenfalls behandelt.

## 2 Stand der Forschung

Das Informationsverhalten von Nutzenden umfasst die Prozesse vom Zeitpunkt des akuten Informationsbedarfs über die Informationssuche bis zur Befriedigung des Bedürfnisses. Diese Aktivitäten können in unterschiedlichen Formen, Mustern und Verhaltensweisen auftreten. Viele Disziplinen beschäftigen sich mit diesem Thema, weshalb es unterschiedliche Faktoren zu betrachten gilt (Wilson, 1997). Im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie als gesellschaftliche Krise sind einige angrenzende Forschungsgebiete von Interesse.

Informationsbedarfe, die auf gesundheitliche Aspekte abzielen, bezeichnet die englischsprachige Fachliteratur als „Health Information Seeking Behavior“, abgekürzt „HISB“. Bei diesem sensiblen Thema mit hoher Betroffenheit spielen vor allem Kompetenzen in der Einschätzung von Gesundheit (Diviani et al., 2015), aber auch kulturelle Prägungen (Song et al., 2016) und demographische Faktoren wie Geschlecht und Bildung eine Rolle (Basch et al., 2018). Unterschiede lassen sich jedoch nicht nur in Form

verschiedener Nutzertypen, sondern auch anhand der Weiterentwicklung von Technologien und des erhöhten Informationsangebots betrachten (Zimmerman & Shaw, 2020). Nach Jacobs, Amuta und Jeon (2017) bieten Online-Angebote von Gesundheitsinformationen einen leichteren Zugang, können aber auch Ungleichheit im Wissensstand verfestigen.

Während gesellschaftlicher Krisen und Krankheitsausbrüchen wurden bereits Studien durchgeführt, die sich mit dem Ausbruch des ZIKA-Virus (Southwell et al., 2016) oder dem Erdbeben in Tibet (Barnwal et al., 2019) beschäftigten und Informationsverhalten analysieren. Bezogen auf Fake News während Krisen führten Sommariva, Vamos und Matzarlis (2018) eine Studie durch, ob sich verifizierte oder falsche Nachrichten schneller verbreiten. Anhand einer Inhaltsanalyse ZIKA-relevanter Nutzenden-Stories stellten die Forschenden fest, dass Gerüchte dreimal mehr geteilt werden. Unter einem anderen Blickwinkel sehen van der Meer und Jin (2019) Falschnachrichten während Krisen als „Crisis Misinformation“ und definieren diese Art der falschen Informationen als „[...] false information about a crisis, initially assumed to be valid, but can be later corrected or retracted, that can lead to factual misperception held by people.“ (p.2). Hierbei wurde untersucht, wie die Bevölkerung mit einer öffentlichen Korrektur von Falschinformationen umgeht. Anhand eines fiktiven Szenarios eines Virusausbruchs in Amerika wurden in einem Experiment 700 amerikanische Personen befragt und auf ihre Reaktion bzw. ihr Verhalten getestet. Öffentlich-rechtliche Kanäle und Nachrichtenmedien wirken hierbei jedoch überzeugender als Verbesserungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis (van der Meer & Jin, 2019).

Die Weltgesundheitsorganisation bezeichneten das vermehrte Aufkommen von Falschinformationen im Zuge der Covid-19-Pandemie als Infodemie (Vereinte Nationen, 2020). Eine Analyse von 38 Millionen englischsprachigen Medienberichten weltweit im Zeitraum Januar bis Mai 2020 zeigte, dass öffentliche Äußerungen von US-Präsident Donald Trump den höchsten Beitrag zu Covid-19 bezogenen Falschinformationen leisteten (Evanega et al., 2020).

## 3 Methodisches Vorgehen

Für die vorliegende Studie wurde ein zweistufiges Verfahren eingesetzt, beginnend mit einem Online-Fragebogen. Dieser ermöglichte eine schnelle und leichte Verteilung über Newsletter, Universitätswebseiten und Social Media wie Xing, LinkedIn, WhatsApp oder Facebook. Als Platt-

form diente die Software Limesurvey, die von der Universität Hildesheim bereitgestellt wurde. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich vom 12. April bis zum 17. Mai 2020 in Deutschland, Österreich und in der Schweiz.

Als qualitativer Bestandteil wurden semi-strukturierte Interviews mit zehn zufällig ausgewählten Teilnehmenden aus der Online-Umfrage durchgeführt. Diese sollten die Ergebnisse der Onlinebefragung vertiefen und Analyseansätze für die quantitativen Ergebnisse liefern. Darüber hinaus sollten mögliche weitere Veränderungen im Verlauf der Covid-19-Pandemie sichtbar werden. Die virtuellen Gespräche wurden im Zeitraum vom 26. Mai bis 5. Juni 2020 von zwei Forschenden mit Hilfe eines einheitlichen Interviewleitfadens mit dem Videokonferenzsystem BigBlueButton durchgeführt.

### 3.1 Online-Fragebogen

Insgesamt bestand die Umfrage aus sieben Bereichen (s. Tab. 1). Nach einer kurzen Einleitung in die Studie und einer zu bestätigenden Datenschutzerklärung folgten die demographischen Angaben und die subjektiv wahrgenommenen Veränderungen im Informationsverhalten. Anschließend sollten die Teilnehmenden Angaben zu ihrer Mediennutzung machen. Hier wurde die Nutzungsintensität vor und während der Covid-19-Krise erfragt, um Veränderungen feststellen zu können. Dazu sollten sie angeben, welche konkreten Quellen sie seit der Krise nutzen und nach welchen Kriterien sie auf verschiedenen Medienformaten nach Informationen suchen. Faktoren hierzu waren zum Beispiel die Verfügbarkeit von Themen aus der Region oder die journalistische Qualität von Informationen.

Es folgten Angaben zu Zufriedenheit mit der Informationsversorgung während der Covid-19-Krise und zu den Gründen für die Informationssuche, wie das Verfolgen der allgemeinen Lage oder die Sorge um die eigene Gesundheit. Einen weiteren wichtigen Bereich stellten Falschmeldungen dar. Hierzu wurde erfragt, ob diese erhalten wurden und wenn ja, über welches Medium und welche Reaktion oder welches Verhalten darauf erfolgte. Abschließend konnten die Teilnehmenden noch weitere Veränderungen im Informationsverhalten in einem freien Textfeld und Anregungen zur Studie angeben. Bei Bereitschaft im zweiten Teil der Studie – einem virtuellem Interview – teilzunehmen, konnten die Teilnehmenden ihre E-Mail Adresse hinterlassen.

**Tabelle 1:** Aufbau des Fragebogens.

Bereich	Inhalt
Einleitung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Begrüßung</li> <li>– Motivation und Grund der Befragung</li> <li>– Datenschutzerklärung und Einwilligung der Teilnahme</li> </ul>
Demographische Daten	Alter, Geschlecht, Aufenthaltsort, Bildungsstand, Home Office, Risikogruppe für Covid-19
Nachrichtenkonsum	Selbstwahrnehmung von Veränderungen im Informationsverhalten
Mediennutzung <sup>1</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Intensität der Nutzung verschiedener Quellen vor und in der Covid-19-Krise</li> <li>– Angabe von konkreten, in der Krise neu herangezogenen Quellen</li> <li>– Faktoren für spezielle Mediennutzung</li> </ul>
Informationssuche	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zufriedenheit mit der Informationsversorgung während der Covid-19-Krise</li> <li>– Gründe der Informationssuche</li> </ul>
Fake News <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auftreten/ Erhalt offensichtlicher Falschmeldungen</li> <li>– Reaktion</li> <li>– Verhalten</li> </ul>
Anmerkungen	Angaben zu weiteren, wahrgenommenen Veränderungen im Informationsverhalten; Anregungen; Einwilligung für ein Skype Interview, Danksagung

Ausschließlich die Fragen zur Mediennutzung stellten Pflichtelemente in der Umfrage dar. Neben offenen Fragen, die in freien Textfeldern bearbeitet werden konnten, wurde eine 7-Punkt-Likert-Skala für Häufigkeiten (1: Täglich; 3: Einmal die Woche; 5: Einmal im Monat; 7: Nie) und Zustimmungen (1: Trifft in hohem Maße zu; 4: Neutral; 7: Trifft überhaupt nicht zu) eingesetzt.

Um eine hinreichende Usability und Verständlichkeit der Fragen und eine realistische Zeiteinschätzung zu gewährleisten, wurden Pretests mit drei Personen unterschiedlichen Alters, Berufs und Ausbildung durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse wurden Items ergänzt, präzisiert und auch entfernt. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgte mit Microsoft Excel und IBM SPSS Statistics.

<sup>1</sup> Adaptiert von Liu et al. (2016), PwC (2018), Breuning & Hottmannspötter (2019).

<sup>2</sup> Beispiele aus SWR3 (Urschinger, 2020).

## 3.2 Semi-strukturierte Interviews

Zur Kontrolle der Gespräche wurde ein Interviewleitfaden mit Gesprächsanreizen erstellt. Dieser ähnelte der Struktur des Online-Fragebogens inklusive der Erwähnung verschiedener Zeitpunkte, wie zum Beispiel der Berichterstattung der ersten Fälle aus China, den Einschränkungen im Zuge der Ausgangsbeschränkungen und späteren Lockerungen.

Folgende Elemente enthielt der Leitfaden: Einleitung, Mediennutzung, Kriterien der Mediennutzung, Zufriedenheit mit der Informationsversorgung während der Krise, Gründe für die Informationssuche und Falschnachrichten. Im Zuge von Pretests mit zwei Testpersonen wurde der Frageleitfaden überprüft und modifiziert. Die Interviews selbst wurden nach Einwilligung der Teilnehmenden aufgenommen, transkribiert und mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Meuser & Nagel, 2002).

## 4 Ergebnisse

Die Ergebnisse sowohl der Online-Umfrage als auch der semi-strukturierten Interviews belegen den erhöhten Bedarf an Informationen während der Covid-19 Krise. Im Folgenden werden zunächst die Teilnehmenden der verschiedenen Untersuchungs-Designs beschrieben, anschließend die Ergebnisse kombiniert und dem Aufbau der Befragung folgend dargestellt.

### 4.1 Zusammensetzung der Stichprobe

Insgesamt nahmen 308 Personen aus deutschsprachigen Ländern an der Umfrage teil (Tab. 2). Der Großteil der Teilnehmenden ist weiblich (60 %), 39 Prozent sind männlich, 0,7 Prozent divers. Die Altersverteilung erstreckt sich heterogen von 18 bis 29 Jahren (30 %), 30 bis 39 Jahren (22 %), 40 bis 49 Jahren (19 %), 50 bis 59 Jahren (19 %) und älter als 60 Jahren (9 %). Die meisten Teilnehmenden kamen aus Niedersachsen (34 %), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (13 %), Bayern (13 %) und Berlin (9 %). 24 Prozent stammten von außerhalb Deutschlands, aus Österreich (11 %) oder der Schweiz (13 %). Der Großteil der Befragten besitzt einen Hochschulabschluss (70 %), gefolgt von einem Abitur (16 %), einer Mittleren Reife (4,9 %) oder einem Qualifizierten Hauptschulabschluss (4,2 %). 72 Prozent der Beteiligten befand sich zum Zeitpunkt der Umfrage im Home-Office und 19,8 Prozent sehen sich selbst einer Risikogruppe von Covid-19 zugehörig.

Das Sample der semi-strukturierten Interviews bestand aus zehn zufällig ausgewählten Personen der Umfrage: sechs Probanden und vier Probandinnen. Sieben der zehn Teilnehmenden haben einen Hochschulabschluss, zwei das Abitur und eine Person die Mittlere Reife. Das Alter erstreckt sich heterogen mit drei Personen im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, drei weiteren im Alter zwischen 30 und 39 Jahren, zwei zwischen 50 und 59 Jahren sowie zwei weiteren über 60 Jahre.

Aufgrund der demographischen Daten der Teilnehmenden kann das Sample nicht als repräsentativ für die deutsche Bevölkerung gelten, jedoch Hinweise für das Informationsverhalten und die Zufriedenheit geben.

**Tabelle 2:** Demographische Daten der Teilnehmenden.

Demographische Variable	Kategorie	TeilnehmerInnen	
		N	%
Geschlecht	Weiblich	184	59,74 %
	Männlich	119	38,64 %
	Divers	2	0,65 %
	Keine Antwort	3	0,97 %
	Insgesamt	308	100 %
Alter	< 18	1	0,32 %
	18–29	91	29,55 %
	30–39	69	22,40 %
	40–49	58	18,83 %
	50–59	59	19,16 %
	> 60	29	9,42 %
	Keine Antwort	1	0,32 %
	Insgesamt	308	100 %
Bundesland	Baden-Württemberg	20	6,49 %
	Bayern	41	13,31 %
	Berlin	27	8,77 %
	Niedersachsen	106	34,42 %
	Nordrhein-Westfalen	40	12,99 %
	Außerhalb Deutschlands	73	23,70 %
	Keine Antwort	1	0,32 %
	Insgesamt	308	100 %
Bildungsstand	Qualifizierter Hauptschulabschluss	13	4,22 %
	Mittlere Reife	15	4,87 %
	Abitur	50	16,23 %
	Hochschulabschluss	216	70,13 %
	Sonstiges	12	3,90 %
	Keine Antwort	2	0,65 %
	Insgesamt	308	100 %

Tabelle 2: fortgesetzt.

Demographische Variable	Kategorie	TeilnehmerInnen	
		N	%
Home-Office	Ja	222	72,08 %
	Nein	74	24,03 %
	Keine Antwort	12	3,90 %
	Insgesamt	308	100 %
Risikogruppe	Ja	61	19,81 %
	Nein	235	76,30 %
	Keine Antwort	12	3,90 %
	Insgesamt	308	100 %

## 4.2 Ergebnisse der Online-Umfrage und der semi-strukturierten Interviews

Das semi-strukturierte Interview folgte der Online-Umfrage während des Lockdowns im Frühjahr 2020, weshalb von einer separaten Darstellung der Ergebnisse abgesehen wird. Die quantitativen Resultate sollen anhand von qualitativen Gesprächen eine Analyse aus Sicht der Teilnehmenden ermöglichen. Die Darstellung erfolgt in der Reihenfolge: Mediennutzung, Faktoren, Gründe, Falschnachrichten und weitere Anmerkungen bezüglich der Informationsversorgung.

### Mediennutzung regulär und während der Krise

Mit Blick auf die Nutzungsintensität haben 75 Prozent der befragten Personen das Gefühl, seit der Covid-19-Krise mehr Nachrichten und Informationen zu konsumieren. Demnach sind die am meisten genutzten Kanäle die Online-Kommunikation mit Bekannten und befreundeten Personen ( $M=2,16$ ), Öffentlich-rechtliches Fernsehen ( $M=2,24$ ), Nationale Zeitungen (Online & Offline) ( $M=2,51$ ) und Lokale Zeitungen (Online & Offline) ( $M=3,06$ ). Am wenigsten wurden Privates Fernsehen ( $M=5,13$ ) und Social Media wie Instagram ( $M=5,08$ ), Twitter ( $M=4,93$ ) und Facebook ( $M=4,85$ ) genutzt. Die Mittelwerte orientieren sich hierbei an folgender Einteilung: 1=täglich; 7=nie.

Abbildung 1 zeigt die Verteilung der angegebenen Häufigkeiten der Teilnehmenden im direkten Vergleich der regulären Nutzungsintensität zu Covid-19-Zeiten. Es ist ersichtlich, dass alle Medien während der Krise besonders in der täglichen Nutzung häufiger herangezogen wurden. Bis auf das Konsumieren von Informationen öffentlicher Organisationen, wie zum Beispiel des Robert-Koch-

Instituts, nutzten die Befragten nur Medien, die sie auch vor der Krise verwendeten. Die größte Veränderung lässt sich somit bei den unregelmäßigen Nutzenden erkennen. Jene Nutzende griffen während der Krise gehäuft täglich auf Informationsmedien zu.

Auf die offene Frage „Welche konkrete Quelle nutzen Sie jetzt, die Sie vor der Krise nicht herangezogen haben (z. B. bestimmte Zeitung, bestimmten Podcast, bestimmte Website)?“ antworteten 255 Teilnehmende. Neben dem Robert-Koch-Institut ( $N=92$ ), wurden Podcasts ( $N=51$ ), Podcasts des Virologen Christian Drosten ( $N=44$ ), YouTube ( $N=14$ ) und Twitter ( $N=10$ ) genannt. Die Nennungen machen deutlich, dass Social Media hinsichtlich der Informationsqualität unterschiedlich betrachtet werden müssen. YouTube wird unter anderem als Zugang zu ARD-Sendungen und Experteninterviews herangezogen. Auf Twitter werden beispielsweise die Accounts des Robert-Koch-Instituts oder des statistischen Bundesamts abonniert. Eine intensive Nutzung dieser Netzwerke dient somit auch der Informationsbeschaffung durch öffentlich-rechtliche Kanäle und seriösen Quellen. Die Informationsqualität kann nicht mehr nur anhand des Mediums unterschieden werden.

Aus den Interviews geht hervor, dass die Teilnehmenden erst nach den steigenden Infektionszahlen in Deutschland begannen, sich verstärkt zu informieren, um sich einen Überblick über die Geschehnisse zu verschaffen. Die Frequenz der Suche erhöhte sich bei zwei Teilnehmenden auf eine stündliche Recherche und Suche nach Neuigkeiten. Vor allem wissenschaftliche Informationen und offizielle Statistiken waren von großer Relevanz ( $N=7$ ). Wichtige Quellen waren auch hier unter anderem die Website des Robert-Koch-Instituts, die John Hopkins Universität und Videos von Forschenden, die vor der Krise nicht herangezogen wurden. Auch öffentlich-rechtliche Nachrichten wie die der Tagesschau wurden vermehrt konsumiert.

Eine weitere Veränderung konnte durch die Einschränkung bzw. Erweiterung des Interessengebietes ausgemacht werden. Waren anfangs vor allem globale Informationen zur Gewinnung eines breiten Überblicks relevant, fokussierte sich das Informationsbedürfnis später auf den eigenen Umkreis. Demnach wurden vermehrt auch lokale Informationsanbieter wie Zeitungen herangezogen. Dieses erklärt ein Teilnehmer anhand der Uneinigkeit der einzelnen Bundesländer und bei einer schrittweisen Lockerung das Erweitern des Recherchegebiets „Wieder mehr in Richtung des weltweiten Geschehens“.

Vier Interviewte gaben an, zum Zeitpunkt der Interviews wieder zu einem mit der Zeit vor Covid-19 vergleichbaren Informationsverhalten zurückgekehrt zu sein.



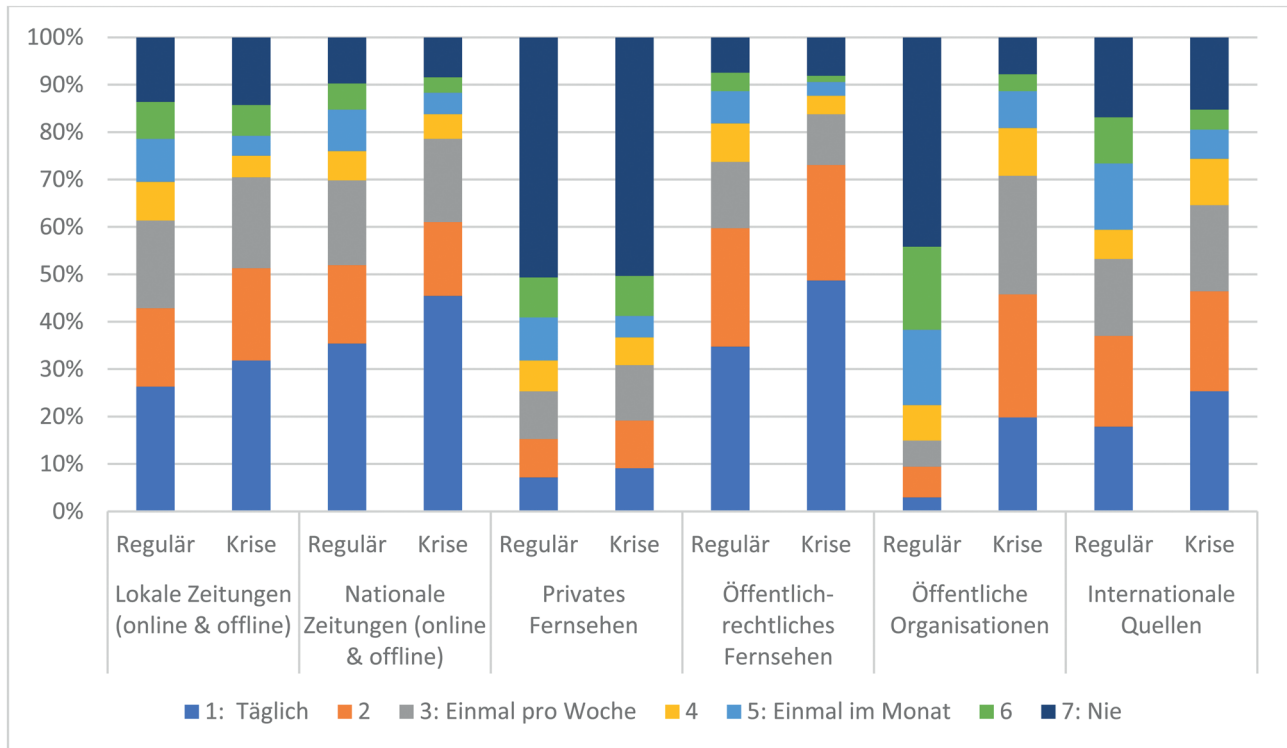


Abbildung 1: Die wahrgenommene Mediennutzung regulär und während der Covid-19-Krise.

### Faktoren der Mediennutzung

Als Kriterien für die Auswahl von Informationsquellen werden Glaubwürdigkeit und journalistische Qualität am wichtigsten eingeschätzt (s. Abb. 2). Die Personen, die sich der Risikogruppe zugehörig fühlen, legen signifikant mehr Wert auf regionale Information, die Eignung für die Familie und gute Unterhaltung.

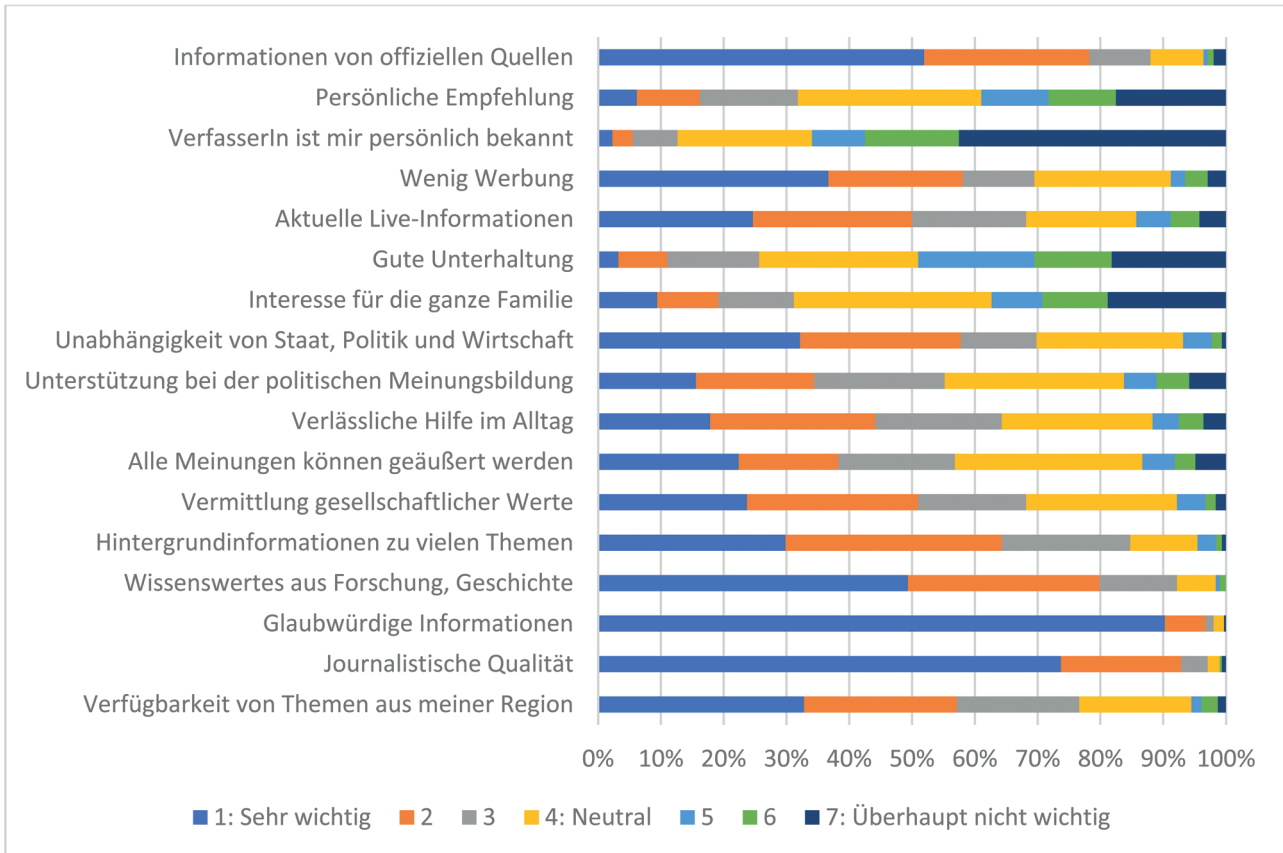
Die Gruppe, die Social Media intensiv nutzte, wurde genauer analysiert. Intensive YouTube-, Facebook- und Instagram-Nutzung korreliert signifikant mit der Wichtigkeit von aktuellen Informationen. Eine hohe Facebook-Nutzung korreliert zudem signifikant mit der Bedeutung, die der Unterhaltung zugeschrieben wird, und mit der Vernachlässigung unabhängiger Quellen.

Im Zuge der Interviews nannten vier der zehn Personen die Qualität der dargestellten Informationen als ausschlaggebend, um bestimmte Medien zu nutzen oder zu vermeiden. Die Qualität und Gültigkeit dieser wird durch weitere Recherchen und wiederholten Faktencheck überprüft. Eine Person bekundete vor allem Vorsicht in der Nutzung von Social Media. „Auf sozialen Medien bekommt man sehr mundgerechte Infos [...]. Das habe ich als nicht so seriös wahrgenommen, weil es mir dann auch zu wenig Info war.“.

### Gründe der Informationssuche

Nahezu alle Teilnehmenden gaben an, nach Informationen zu suchen, um die allgemeine Lage zu überwachen (96 %). Weitere zentrale Gründe waren Informationen zu wirtschaftlichen und sozialen Aspekten der Krise (80 %) sowie zu Ausgangs- und Reisebeschränkungen (70 %). 59 Prozent der Personen recherchierten, um Ansteckungen zu vermeiden und 51 Prozent aufgrund von Sorge um die Gesundheit naher Angehöriger, die zur Risikogruppe zählen. In Sorge um die eigene Gesundheit konsumierten 40 Prozent der Befragten Informationen und 16 Prozent taten dies, um anderen Beistand während der Krankheit oder der Isolation zu leisten. Lediglich 4,2 Prozent versuchten Covid-19 spezifische Nachrichten zu vermeiden und aktiv auf eine Informationssuche zu verzichten. Diese Teilnehmenden schätzten sich selbst auch nicht als Risikopersonen ein. 7,79 Prozent der Personen gaben sonstige Gründe für die Informationssuche an. Hierzu zählten das Verfolgen des Weltgeschehens, das Bilden einer eigenen Meinung, die Empfehlungen von Bekannten oder der Familie und Interesse am Einfluss der Krise auf das eigene Leben und die Gesellschaft.

Aus den Interviews geht hervor, dass eine frühzeitige intensive Beschäftigung mit Covid-19 zu Beginn des Jahres 2020 dem Informationsbedarf bezüglich Geschäftsreisen



**Abbildung 2:** Unter <http://refugeeks.de> finden Geflüchtete, die in Hannover studieren möchten, alle Informationen über das Leben in Deutschland und insbesondere in Hannover.

und der beruflichen Tätigkeit entsprach. Demnach mussten die Teilnehmenden versuchen auf berufliche Veränderungen einzugehen und unter anderem Benchmark über das Verhalten anderer Unternehmen betreiben. Hierunter fielen Aspekte wie Kurzarbeit, Hygienekonzepte und Home-Office. Eine Teilnehmerin befand sich beispielsweise in Spanien in einem Auslandssemester und hatte Rückkehrbedenken, weshalb täglich Informationen des Auswärtigen Amtes abgerufen wurden. Während des Lockdowns interessierte es die Interviewten vor allem, welche Einschränkungen sie in ihrem täglichen Leben beachten mussten und welche gesundheitlichen Folgen das Virus mit sich bringt. Ende Mai 2020, zum Zeitpunkt der Interviews, änderten sich die Gründe bereits. Vom lokalen Geschehen konzentrierten sich die Interviewten wieder mehr auf die Auswirkungen auf Wirtschaft, Kurzarbeit und auf die Gesellschaft.

### Erhalt, Reaktion und Verhalten in Bezug auf Fake News

Insgesamt 246 Personen (80 %) der Teilnehmenden gaben an, bereits mit Falschinformationen in Bezug auf Covid-19

konfrontiert worden zu sein. Vor allem Dienste wie WhatsApp (n=77), Facebook (n=60), Twitter (n=33), YouTube (n=17) und Instagram (n=13) erwiesen sich dabei als Übermittlungsmedien für Fake News. Als erste Reaktion gaben 34 Prozent (n=139) an, die Falschmeldung eindeutig erkannt und nicht geglaubt zu haben, 37 Prozent (n=113) hegten Zweifel und 14 Prozent (n=42) amüsierten sich darüber. Ein geringer Teil glaubte anfangs an Falschmeldungen (6 %; n=18) oder glaubt noch immer daran (0,7 %; n=2).

Für den weiteren Umgang mit Falschmeldungen bekundeten 45 Prozent (n=140) der Befragten, weitere Recherche betrieben zu haben, 38 Prozent (n=118) ignorierten die Falschmeldungen, 31 Prozent (n=95) diskutierten über die Themen mit befreundeten Personen und Bekannten. Nur wenige Teilnehmende reagierten aktiv. 22 Prozent (n=68) hinterließen einen kritischen Kommentar, 2,9 Prozent (n=9) leiteten die Information an befreundete Personen weiter und 2,3 Prozent (n=7) schrieben einen lustigen Kommentar.

Neun der interviewten Personen (90 %) sehen sich ebenfalls regelmäßig mit Falschnachrichten konfrontiert. Ein Befragter gab an, Social Media komplett zu meiden

und den Diskurs zu Falschnachrichten ausschließlich in den Zeitungen zu verfolgen. Nur eine Person äußerte, sich nicht sicher zu sein, alle Falschnachrichten als solche erkennen zu können. Mehrere Interviewte gaben an, seit der Covid-19-Krise stärker für die Thematik Falschnachrichten sensibilisiert zu sein. Eine Teilnehmerin erklärte, dass sie versucht, ihren Mitmenschen beim Erhalt von Falschnachrichten über persönliche Nachrichten ihren Unmut zu verdeutlichen. Andere ignorierten Falschnachrichten oder machten sich gemeinsam mit befreundeten Personen über die Aussagen lustig.

### Anmerkungen

Am Ende der Umfrage konnten Teilnehmende noch weitere durch Covid-19 wahrgenommene Veränderungen ihres Informationsverhaltens und der einhergehenden Mediennutzung äußern. Die meistgenannte Veränderung war die Frequenz des Informationskonsums. Ein „Information Overload“ wurde oft erwähnt, welcher nach einiger Zeit der Informationsrecherche auftrat und zu Gefühlen der Frustration und Überforderung führte. Überdenken und kritisches Reflektieren von dargebotenen Informationen fanden im Laufe der Zeit immer mehr Raum bei vielen Teilnehmenden. Dies verbanden einige Personen auch mit dem Heranziehen unterschiedlicher Quellen und Meinungen zu einem Thema. Des Weiteren nahmen die Teilnehmenden eine häufigere Kommunikation mit ihrer Familie und befreundeten Personen vor allem durch Videokonferenz-Systeme wahr. Verbesserungsbedarf sahen die Teilnehmenden in der Quantität und der Strukturierung der Informationen. Ein Gefühl der Überforderung durch zu viele unstrukturierte und widersprüchliche Empfehlungen und Meinungen entstand. Unzufrieden waren zwei Personen mit qualitativ schlecht aufbereiteten Artikeln der MSN-Startseite oder der Krisenkommunikation der österreichischen Regierung.

## 4 Diskussion und Ausblick

Die meisten Personen sind mit der Informationsversorgung während der Krise zufrieden (84 %). Im Gegensatz zu anderen Untersuchungen zu vorhergehenden Krisen (Liu et al. 2016, Jang & Baek, 2019) ergab sich für diese Stichprobe keine stark erhöhte Nutzung von Social Media, sondern eher die intensivere Nutzung von Qualitätsmedien.

75 Prozent der Teilnehmenden der Online-Umfrage (N=308) empfinden seit dem Beginn der Covid-19-Krise ein gesteigertes Informationsbedürfnis. Gefragt sind vor

allem zuverlässige und qualitativ hochwertige Informationen. Die am häufigsten genutzten Medien sind das öffentlich-rechtliche Fernsehen sowie internationale und lokale Print- und Online Zeitungen. Die größte Veränderung ließ sich bei der verstärkten Nutzung von Informationsseiten öffentlich-rechtlicher Organisationen wie dem Robert Koch-Institut erkennen.

Die Nutzungsintensität verschiedener Informationsquellen veränderte sich vor allem bei Nutzenden, die unregelmäßige Recherche betrieben und seit dem Beginn der Covid-19-Krise verschiedene Medien täglich nutzten. Wurde ein Medium vor der Krise nie verwendet, griffen diese Personen auch nach dem Eintreten der Krise nicht darauf zu.

Methodisch müssen sich Studien zunehmend differenziert mit Nutzungsformen von Social Media befassen, denn Quellen wie Facebook oder Twitter enthalten auch Inhalte von zuverlässigen Quellen, wie Nachrichtenportalen oder Forschungsinstituten. Die Anstrengungen der Plattformen zur Eindämmung von Fake News scheinen bei weitem nicht auszureichen, denn etwa 80 Prozent gaben an, bereits mit Fake News zu Covid-19 konfrontiert worden zu sein. Kritisches Denken und Informationskompetenz sind demnach unabdingbar. Die Teilnehmenden von Umfrage und Interviews scheinen eine ausgeprägte Kompetenz der Evaluierung von Information und deren Wahrheitsgehalt zu haben. Eine mögliche Erklärung könnte die hohe Quote der Hochschulabschlüsse innerhalb des Samples sein. Dies schränkt die Allgemeingültigkeit dieser Studie ein. Hierzu wäre es interessant, weitere Studien zum Informationsverhalten mit einer größeren Heterogenität im Bildungsstand durchzuführen. Da die Befragten nur nach ihrer generellen Einschätzung zu Falschinformationen befragt wurden, ist es außerdem denkbar, dass wahre Informationen als Falschinformationen klassifiziert wurden oder umgekehrt.

Eine Herausforderung war die laufende Weiterentwicklung des Wissensstands in Bezug auf Covid-19 – wie beispielsweise der Einsatz von Schutzmasken, von dem anfänglich abgeraten und der mittlerweile wissenschaftlich empfohlen wird. Mit fortschreitender Dauer der Covid-19 Krise ergibt sich auch zukünftiges Forschungspotenzial – insbesondere, ob sich die in dieser Studie aufgezeigten Veränderungen im Informationsverhalten dauerhaft manifestieren.

**Deskriptoren:** Empirische Untersuchung, Benutzerforschung, Informationsverhalten, Pandemie, Informationsqualität, Informationskompetenz, Medien, Deutschland, Österreich, Schweiz



## Literatur

- Barnwal, D., Ghelani, S., Krishna, R., Basu, M., & Ghosh, S. (2019). Identifying fact-checkable microblogs during disasters. In R. C. Hansdah (Ed.), *ACM Digital Library, Proceedings of the 20th International Conference on Distributed Computing and Networking* (pp. 389–392). ACM. <https://doi.org/10.1145/3288599.3295587>.
- Basch, C. H., MacLean, S. A., Romero, R.-A., & Ethan, D. (2018). Health Information Seeking Behavior Among College Students. *Journal of Community Health*, 43(6), 1094–1099. <https://doi.org/10.1007/s10900-018-0526-9>.
- Boeff, M. & Kirfel, G. (2020). Mit Corona schlägt die Stunde der Qualitätsmedien. <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Mit-Corona-schlaegt-die-Stunde-der-Qualitaetsmedien,coronavirus620.html> [5.10.2020].
- Breunig, C., Hottmannspötter, E. (2019). ARD/ZDF Massenkommunikation Trends 2019: Fernseh- und Radioprogramme im Systemvergleich. *Media Perspektive*, 2019(7-8), 334–349. <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2019/detailseite-2019/ardzdf-massenkommunikation-trends-2019-fernseh-und-radioprogramme-im-systemvergleich/> [5.10.2020].
- Diviani, N., van den Putte, B., Giani, S., van Weert, J. C. (2015). Low health literacy and evaluation of online health information: A systematic review of the literature. *Journal of Medical Internet Research*, 17(5), e112. <https://doi.org/10.2196/jmir.4018>.
- Evanega, S.; Lynas, M; Adams, Smolenyak J. (2020). Coronavirus Misinformation: Quantifying sources and themes in the COVID-19 ‘infodemic’. <https://allianceforscience.cornell.edu/wp-content/uploads/2020/09/Evanega-et-al-Coronavirus-misinformationFINAL.pdf> [5.10.2020].
- Fadaei, N.; Im, C., Modha, S., Mandl, T. (2018). DAICT-Hildesheim @ Information Retrieval from Microblogs during Disasters (IRMiDis 2018) In: Working Notes of FIRE–Forum for Information Retrieval Evaluation. Gandhinagar, India, <http://ceur-ws.org/Vol-2266/> [5.10.2020].
- Ghaffary, S. & Heilweil, R. (2020). Facebook doubles down on removing coronavirus conspiracy theories. <https://www.vox.com/recode/2020/1/31/21115589/coronavirus-wuhan-china-myths-hoaxes-facebook-social-media-tiktok-twitter-wechat> [5.10.2020].
- Jacobs, W., Amuta, A. O., Jeon, K. C. (2017). Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among US adults. *Cogent Social Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2017.1302785>.
- Jang, K., & Baek, Y. M. (2019). When Information from Public Health Officials is Untrustworthy: The Use of Online News, Interpersonal Networks, and Social Media during the MERS Outbreak in South Korea. *Health Communication*, 34(9), 991–998. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1449552>.
- Latif, S.; Usman, M.; Manzoor, S.; Iqbal, W.; Qadir, J.; Tyson, G.; ... & Crowcroft, J. (2020). Leveraging Data Science To Combat COVID-19: A Comprehensive Review. preprint [techrxiv.org](https://arxiv.org/abs/2003.09271).
- Liu, B. F., Fraustino, J. D., & Jin, Y. (2016). Social Media Use During Disasters. *Communication Research*, 43(5), 626–646. <https://doi.org/10.1177/0093650214565917>.
- Meer van der, T. G. L. A., & Jin, Y. (2019). Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source. *Health Communication*, 00(00), 1–16. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1573295>.
- Oh, Sang-Hwa, Yoon Lee, Seo & Han, Changhyun (2020). The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, In: *Health Communication*. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>.
- PwC. (2018). Vertrauen in Medien. Düsseldorf. <https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/pwc-studie-vertrauen-in-medien-2018.pdf> [5.10.2020].
- Skopeliti, C. & John, B. (2020). Coronavirus: How are the social media platforms responding to the „infodemic“? <https://firstdraftnews.org/latest/how-social-media-platforms-are-responding-to-the-coronavirus-infodemic/> [5.10.2020].
- Sommariva, S., Vamos, C., Mantzarlis, A., Đào, L. U.-L., & Martinez Tyson, D. (2018). Spreading the (Fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications for Health Professionals Using a Case Study. *American Journal of Health Education*, 49(4), 246–255. <https://doi.org/10.1080/19325037.2018.1473178>.
- Sommerfeldt, E. J. (2015). Disasters and Information Source Reperitoires: Information Seeking and Information Sufficiency in Postearthquake Haiti. *Journal of Applied Communication Research*, 43(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/00909882.2014.98268>.
- Song, H., Omori, K., Kim, J., Tenzek, K. E., Morey Hawkins, J., Lin, W.-Y., Kim, Y.-C., & Jung, J.-Y. (2016). Trusting Social Media as a Source of Health Information: Online Surveys Comparing the United States, Korea, and Hong Kong. *Journal of Medical Internet Research*, 18(3), e25. <https://doi.org/10.2196/jmir.4193>.
- Southwell, B. G., Dolina, S., Jimenez-Magdaleno, K., Squiers, L. B., & Kelly, B. J. (2016). Zika Virus-Related News Coverage and Online Behavior, United States, Guatemala, and Brazil. *Emerging Infectious Diseases*. <https://doi.org/10.3201/eid2207.160415>.
- United Nations (31 March 2020). UN tackles ‘infodemic’ of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis. <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19> [25.10.2020].
- Urschinger, K. (2020). Faktenchecks: Wir klären Lügen & Fake News in der Corona-Krise. SWR3. <https://www.swr3.de/aktuell/diesse-meldungen-sind-fake-news-von-coronavirus-bis-volkmarsen-100.html> [5.10.2020].
- Wilson, T. D. (1997). Information behaviour: An interdisciplinary perspective. *Information Processing & Management*, 33(4), 551–572. [https://doi.org/10.1016/S0306-4573\(97\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S0306-4573(97)00028-9).
- Zimmerman, M. S., & Shaw, G. (2020). Health information seeking behaviour: A concept analysis. *Health Information and Libraries Journal*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1111/hir.12287>.



**Sophie März**  
 Universität Hildesheim  
 Institut für Informationswissenschaft und  
 Sprachtechnologie  
 Universitätsplatz 1  
 31141 Hildesheim  
[maerz@uni-hildesheim.de](mailto:maerz@uni-hildesheim.de)

Sophie März ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin an der Universität Hildesheim. Sie hat ihren Bachelor „Internationales Informationsmanagement“ in Hildesheim und ihren Masterabschluss 2019 in einem Joint Degree zusammen mit der Chungbuk National University in Südkorea absolviert. Neben Informationsverhalten und Informationskompetenz liegen ihre Interessen vor allem im Bereich Erklärbarer Künstlicher Intelligenz.



**Prof. Dr. Thomas Mandl**  
 Universität Hildesheim  
 Institut für Informationswissenschaft und  
 Sprachtechnologie  
 Universitätsplatz 1  
 31141 Hildesheim  
[mandl@uni-hildesheim.de](mailto:mandl@uni-hildesheim.de)

Prof. Dr. Thomas Mandl arbeitet am Institut für Informationswissenschaft & Sprachtechnologie an der Universität Hildesheim. Nach dem Studium der Informationswissenschaft an der Universität Regensburg und der University of Illinois at Urbana-Champaign hat er sich 2006 habilitiert. Aktuell forscht er in den Bereichen Mensch-Maschine Interaktion, Bildanalyse in den Digital Humanities und der Evaluierung von Hate Speech Erkennung.



**Dr. Stefan Dreisiebner**  
 Universität Hildesheim  
 Institut für Informationswissenschaft und  
 Sprachtechnologie  
 Universitätsplatz 1  
 31141 Hildesheim  
[dreisiebner@uni-hildesheim.de](mailto:dreisiebner@uni-hildesheim.de)

Dr. Stefan Dreisiebner ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie der Universität Hildesheim. Sein Forschungsschwerpunkt liegt im Bereich digitale Lehr- und Lerntechnologien, Informationskompetenz und Informationsverhalten. Er war Koordinator des Erasmus+-Projekts Information Literacy Online (ILO, 2016-2019).