

MaGIP 1/2020

Medienanalysen des Göttinger Instituts für Presseforschung

Göttinger Institut für Presseforschung, ✉ Stefan Matysiak (V.i.S.d.P.), Windausweg 20, 37073 Göttingen, ☎ 0551/9899805, goettinger-presseforschung.org

Wissenschaftskommunikation in Coronazeiten: Public Relations schlagen Qualitätsmedien.

Eine Metaanalyse

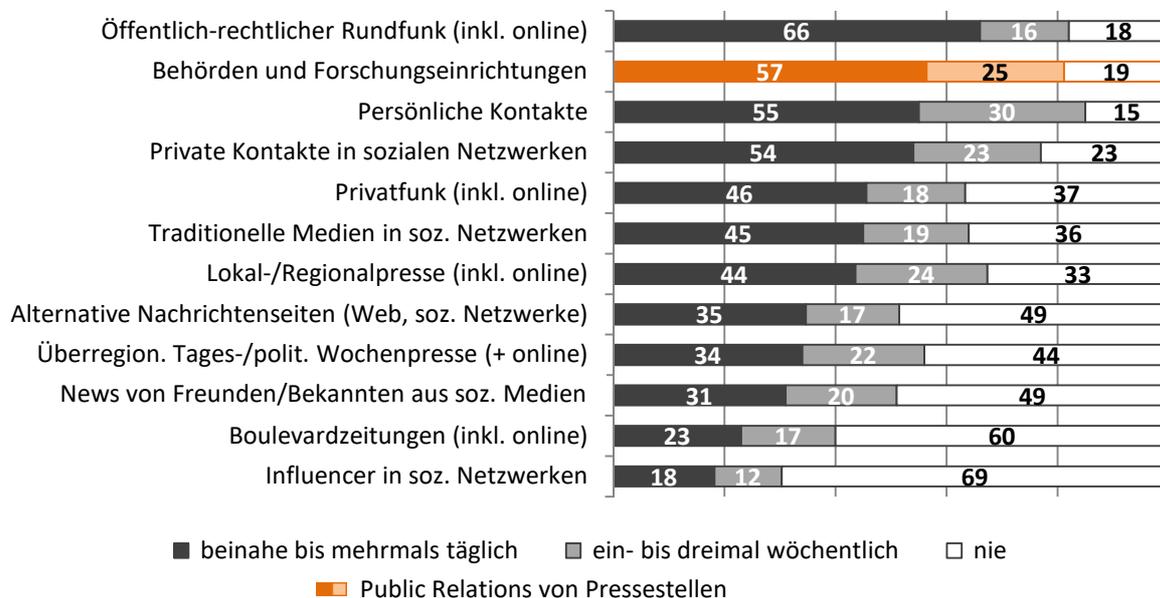
Von Stefan Matysiak

Die Öffentlichkeitsarbeit der Pressestellen von Behörden und Forschungseinrichtungen war in der Hochphase der Coronakrise die zweitwichtigste Informationsquelle der Bevölkerung. Das ergibt sich aus einer wissenschaftlichen Studie von Kommunikationswissenschaftler:innen der Universitäten Mainz und Düsseldorf.

figsten genutzte Medium war der öffentlich-rechtliche Rundfunk (inkl. Online-Angebot), den zwei Drittel der Befragten täglich oder mehrmals täglich nutzten (Abbildung 1).

Bereits auf Platz 2 der wichtigsten Informationsangebote rangierten Behörden und Forschungseinrichtungen bzw. die von deren Pressestellen per Webseite oder Social Me-

1. Wie häufig in welchen Medien Coronainfos gesucht wurden



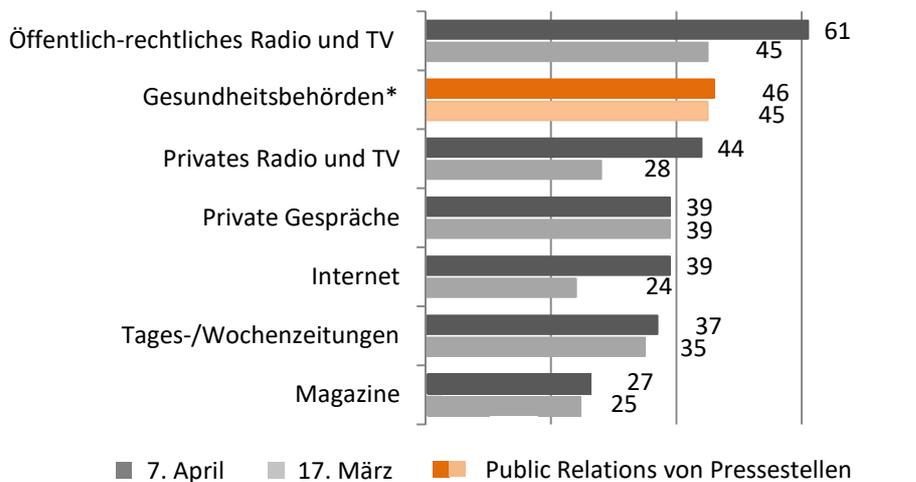
In Prozent; Daten nach Viehmann et al. (2020); N = 2038 Personen, Befragung vom 24. bis 26. März, repräsentative Online-Umfrage.

Die Forscher hatten gut 2.000 Menschen danach gefragt, wie häufig und aus welchen Quellen sie aktuelle Informationen über das Coronavirus bekommen hatten. Das am häu-

dia verbreiteten Informationen (57 Prozent).

Beinahe ebenso wichtige Informationsquellen waren das persönliche Gespräch (55 Prozent) und Kontakte in sozialen Netzwer-

2. Welche Medien wegen ihrer Coronaberichterstattung für relevant gehalten werden



In Prozent; Daten nach Betsch 2020b; N = ca. 1000 Personen, Befragung vom 10. März bis 25. Mai, repräsentative Online-Umfrage.

* Webseiten von Bundesgesundheitsministerium, Robert-Koch-Institut, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

ken (54 Prozent).

Die Public Relations der Pressestellen von Behörden und Forschungseinrichtungen war damit relevanter als digitale und analoge Angebot der Regional- und Lokalzeitungen (44 Prozent) sowie der überregionalen Tageszeitungen (*FAZ*, *Süddeutsche* etc.) und der politischen Wochenzeitschriften (*Spiegel*, *Stern* etc.) mit 34 Prozent.

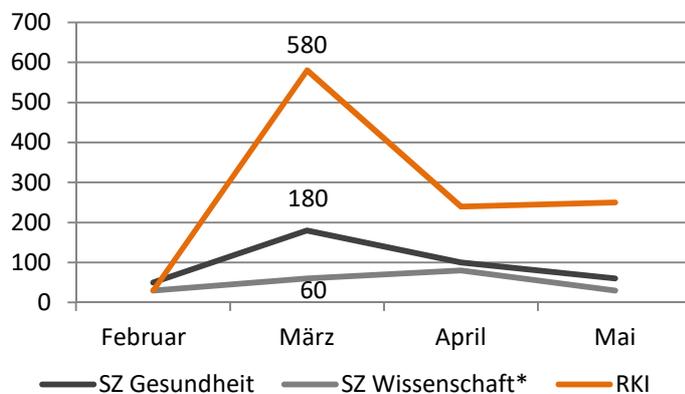
Da Qualitätsmedien wie *Süddeutsche Zeitung*, *Spiegel* oder *FAZ* über eigene Wissenschaftsredaktionen verfügen, waren sie ein wesentlicher Pfeiler der journalistischen Gesundheitsberichterstattung gewesen. Doch während der Hochphase der Coronapandemie haben die Pressestellen von Behörden und Forschungseinrichtungen in großem Ausmaß die Aufgabe der traditionellen Medien übernommen. Indem die PR von Behörden und Forschungseinrichtungen zur zweitwichtigsten Informationsquelle wurde, stellte sie die Wissenschafts- bzw. Gesundheitsberichter-

stattung der Qualitätsmedien weit in den Schatten. Damit wurde zugleich die unmittelbare Kommunikation von Pressestellen und Öffentlichkeit deutlich wichtiger als die mittelbare Kommunikation über die Medien.

Wie groß der Bedeutungsverlust der Qualitätsmedien ist, zeigt ein Vergleich der Klickzahlen von sued

deutscher.de und rki.de. Die Webseiten des Robert-Koch-Instituts (RKI) erlebten einen überraschend hohen Zuspruch: Verzeichnete man im Februar 2020 lediglich rund 30.000 Visits am Tag, gingen die Zahlen im Verlauf der ersten Welle der Coronakrise im Verlauf des März' durch die Decke.

3. Vergleich der Visits bei rki.de und sueddeutsche.de



Visits pro Tag in 1.000; Daten nach IVW, Wenchel 2020a/2020b; eig. Berechnungen.

* Wissenschaft/Bildung/Natur/Umwelt

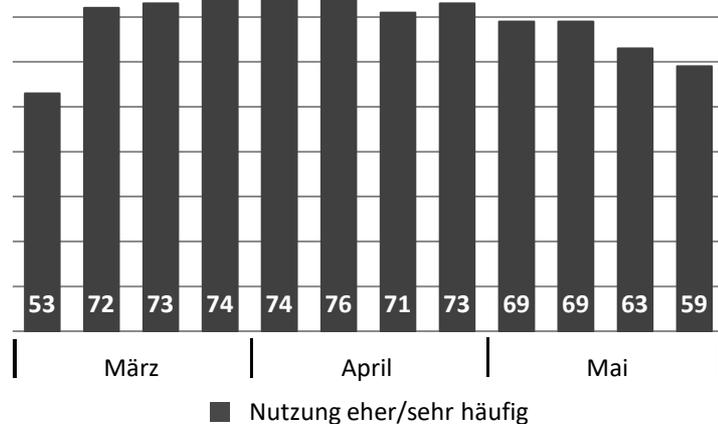
Auf dem Höhepunkt, dem 16. März, hatte die Seite rki.de an einem Tag rund 1,7 Millionen Besucher. Das war gegenüber der durchschnittlichen Tagesklickrate des Monats Februar ein Anstieg um das 57-fache. Als die Ansteckungsraten im Mai wieder sanken, ging die Zahl der Visits auf pro Tag durchschnittlich etwa 250.000 zurück. (Wenckel 2020a) Die Zahl der täglichen Besucher war beim RKI im März dreimal so hoch wie auf den Gesundheitsseiten von SZ online und knapp zehnmal so hoch wie auf den Wissenschaftsseiten. (Abbildung 3, Seite 2).

Ein weiterer Befund: Auch „weiche“ Quellen wie Gespräche wurden von der Bevölkerung sehr oft zur Gewinnung von Informationen über den Coronavirus genutzt, und zwar ebenfalls häufiger als die Qualitätsmedien SZ oder Spiegel. Obwohl diese sich online ausführlich mit der Pandemie befassten, waren die 34 Prozent Nutzung deutlich weniger als jene 55 Prozent der Befragten, die im persönlichen Kontakt von Gerüchten und vom Hörensagen gefärbtes Wissen über die Coronakrise austauschten. Für die Qualitätsmedien sollte dies eine Warnung sein.

Die Untersuchung von Viehmann et al. korrespondiert mit einer wissenschaftlichen Untersuchung über Wissen, Risikowahrnehmung, Schutzverhalten und Vertrauen in Coronazeiten, an der u.a. die Uni Erfurt, das Robert-Koch-Institut und die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung beteiligt waren. Die Studie bestätigt die führende Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Pressestellen von Bundesgesundheitsministerium, Robert-Koch-Institut und Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, die zuletzt von 61 bzw. 46 Prozent der Befragten für relevant gehalten wurden.¹

¹ Zu beachten ist die geringe Validität der Daten von Betsch 2020: Die Kategoriebildung mit ihrer Trennung von einerseits Internet und andererseits traditionellen Medien stammt aus den Zeiten vor der Medi-

4. Wie viele Menschen sich intensiv über die die Coronapandemie informierten (März - Mai)



In Prozent; Daten n. Betsch 2020a; N = ca. 1000 Personen, repräsentative Online-Befragung vom 10. März bis 25. Mai.

Die dritt- und viertrelevantesten Quellen waren der private Rundfunk (44) und Gespräche im Familien- und Bekanntenkreis (39) (Abbildung 2, Seite 2).

Stark gewachsenes Informationsbedürfnis

Insgesamt hat die Coronapandemie zu einer starken Nutzung von Medien geführt. Während der Hochphase des Geschehens, von Mitte März bis Mitte April, informierten sich drei Viertel der Deutschen häufig über die Pandemie (Abbildung 4). Die mit einer Woche Verspätung begonnene Untersuchung zeigt für den 10. März einen Anteil von gut 50 Prozent, der sich häufig über die Coronlage informiert. Diese Zahl stieg bis zur Folgewoche noch einmal um knapp 50 Prozent. Die Zahlen zeigen auch, dass das intensive Nutzen der Informationsquellen für viele Menschen neu war. Nur ein Fünftel der Befragten suchte in der Hochphase der Coronapandemie genauso häufig wie vorher (oder weniger) nach Informationen. Beim größten Teil

enkonvergenz. Nach heutigem Stand sind die Kategorien unscharf, weil mittlerweile auch Radio, TV und Tageszeitungen über Internetauftritte verfügen.

5. Ob die Informationsquellen angesichts der Coronapandemie häufiger oder seltener genutzt werden



In Prozent; Daten: Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung; N = 998 Personen, Befragungszeitraum 25. bis 30. März 2020, repräsentative Befragung der deutschen Online-Gesamtbevölkerung.

war gegenüber den Vor-Corona-Zeiten ein gewachsener Informationshunger festzustellen (Abbildung 5). 41 Prozent der Bevölkerung informierte sich angesichts der Bedrohung „etwas häufiger“ in den Medien, bei 38 Prozent war es sogar „sehr viel häufiger“.

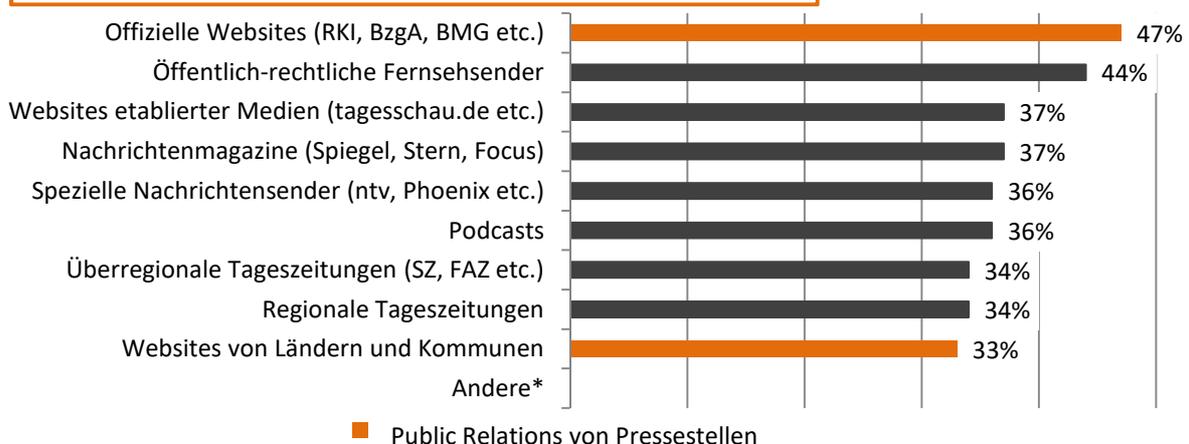
Hintergrundinformation als Domäne wissenschaftlicher Pressestellen

Als Domäne der Pressestellen erwies sich insbesondere die Hintergrundberichterstattung, wie eine Studie der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung ergab. Ein Ergebnis: Wenn die Befragten auf die Suche nach Hintergrundinformationen gingen, besuchten sie am häufigsten (47 Prozent) das Informati-

onsangebot der Pressestellen von RKI & Co. Erst auf Rang zwei folgte das Angebot der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (44 Prozent). Die Coronainformationen der Nachrichtenmagazine und das Online-Angebot etablierter Medien erreichten jeweils 37 Prozent der Bevölkerung. Die fünfthäufigste Informationsquelle waren nach dieser Untersuchung gemeinsam die TV-Nachrichtensender und Podcasts (jeweils 36 Prozent).

Die Daten zeigen, dass die Public Relations der Pressestellen in der Hochphase der Pandemie bei der Verbreitung tiefer reichenden Wissens den wichtigsten Beitrag leisteten. Die sogenannten Qualitätsmedien spielten auch hier keine primäre Rolle.

6. Wo sich Menschen Hintergrundinformationen zur Coronapandemie besorgten



Daten nach Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung 2020, S. 2; N = 998 Personen, Befragungszeitraum 25. bis 30. März 2020, repräsentative Befragung der deutschen Online-Gesamtbevölkerung.

* Andere: Videoportale (33 Prozent), Wochenzeitungen wie ZEIT oder BamS (32), Freunde, Bekannte, Verwandte (31), andere Nachrichtensites wie web.de oder t-online (28), Soziale Netzwerke (28), private Fernsehsender (27), Radio (24).

Pressestellen auch als Quelle aktueller Informationen wichtig

Wenn es um die Verbreitung aktueller Informationen geht, sind Pressestellen zwar nicht mehr die allerwichtigste Quelle, sie spielen aber auch für die schnelle Information eine wichtige Rolle (Abbildung 7).

Suchte die Bevölkerung während der Coronahochphase nach aktuellen Informationen, waren die beiden wichtigsten Quellen das sehr rasch reagierende öffentlich-rechtliche Fernsehen (79 Prozent) und das ebenso schnelle Radio (73 Prozent).

Immerhin zwei Drittel der Befragten suchten aktuelle Informationen jedoch auch im Angebot der Pressestellen von Gesundheitsbehörden und Forschungseinrichtungen (66 Prozent) nach aktuellen Informationen.

Sehr relevant für die schnelle Informationsvermittlung waren auch die Pressestellen der Länder, Städte und Kommunen, deren Websites von mehr als jedem Zweiten aufgerufen wurden (56 Prozent).

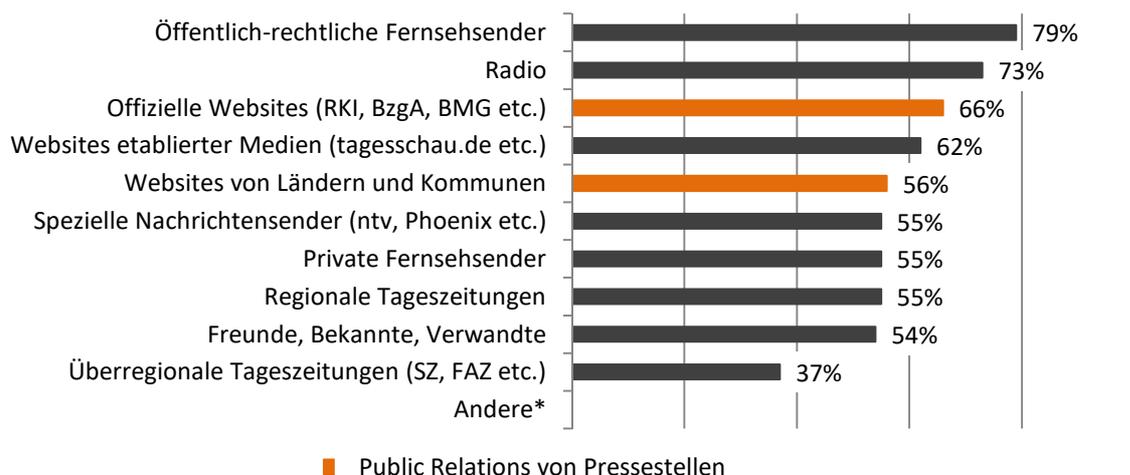
Public Relations gilt als vertrauenswürdig

Die große Bedeutung der Pressestellen zeigte sich während der Hochphase der Coronapandemie, wenn die Bevölkerung gefragt wurde, welchen Informationsquellen sie vertraut. Auch hier schnitten die Pressestellen am besten ab (Abbildung 8). Auf einer siebenstufigen Skala von 1 (sehr wenig Vertrauen) bis 7 (sehr viel Vertrauen) erreichten die Webseiten von Bundesgesundheitsministerium, Robert-Koch-Institut und Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung mit 5,42 den mit Abstand höchsten Wert.

Hohes Vertrauen wird auch wieder dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie den Tages- und Wochenzeitungen entgegen gebracht.

Die wissenschaftlichen Daten von Betsch 2020c finden ihre Bestätigung im jüngsten Special Report des Edelman Trust Barometers: Danach gaben 68 bis 83 Prozent der Be-

7. Wo sich die Menschen aktuelle Corona-Informationen besorgten



Daten nach Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung 2020, S. 2; N = 998 Personen, Befragung vom 25. bis 30. März 2020, repräsentative Befragung der deutschen Online-Gesamtbevölkerung.

* Andere: soziale Netzwerke (37 Prozent), Nachrichtenmagazine wie Spiegel oder Stern (32), andere Nachrichtensites wie web.de oder t-online (32), Wochenzeitungen wie ZEIT oder BamS (29), Podcasts wie Corona-virus Online von Christian Drost/NDR info (27), Videoportale (26).

fragten an, dass sie Wissenschaftlern und Medizinern am meisten vertrauen. „Menschen wie du und ich“ genießen das Vertrauen von 63 Prozent der Befragten. Am unteren Ende der Liste stehen Regierungsbeamte (48 Prozent) und Journalisten (43 Prozent) (Edelmann Trust 2020).

Public Relations statt Journalismus

Die deutlich gewachsene Nachfrage nach der Public Relations von Behörden und Forschungseinrichtungen sowie das vergleichsweise große Desinteresse an den traditionellen Medien bestätigt die Krise des Journalismus im Allgemeinen und des Wissenschaftsjournalismus im Speziellen – Die traditionellen Medien wurden ihrem wissenschaftlichen Informationsauftrag so wenig gerecht, dass die Bevölkerung sich direkt den Webseiten der einschlägigen Gesundheitseinrichtungen zuwandte.

Diese Krise ist das Ergebnis unzähliger Sparrunden, in deren Verlauf die Redaktionen ausgedünnt und die Etats verkleinert wurden. In der Konsequenz sank die Qualität der Berichterstattung, was die Nachfrage reduzierte und dann weitere Sparrunden begründete. Eine „Todesspirale“, so der Chef der Mediengruppe der *Neuen Zürcher Zeitung*, Veit Dengler (dpa 2020). „Dieses Problem trifft stark spezialisierte Ressorts, zu denen auch der Wissenschaftsjournalismus gehört, besonders.“ (Schäfer 2020)

Während beim Journalismus gespart wird, rüsten die Pressestellen auf. „Auf der anderen Seite erweitern und professionalisieren wissenschaftliche Einrichtungen seit Jahren ihre strategische Kommunikation.“ (Schäfer 2020) Die aktuellen Nutzungsstatistiken belegen, dass die Professionalisierung erfolgreich war.

Möglich wird der Bedeutungszuwachs der PR, weil sich die Pressestellen heute Dank der von ihnen bespielten Webseiten direkt und unmittelbar an die eigene Zielgruppe wenden können. Die Öffentlichkeitsarbeit hat durch das Internet die Möglichkeit bekommen, „mittels ‚eigener Medien‘ die etablierten Selektionsroutinen des Journalismus zu umgehen

und die Rezipienten direkt für eigene wirtschaftliche und politische Ziele zu beeinflussen“ (Seuffert 2017: 55).

Vor Erfindung des Internets konnte die Public Relations ihre Zielgruppe nur dann erreichen, wenn sie den Medien eine Pressemitteilung zukommen ließ und dann das Glück hatte, dass die Redakteure die Informationen aufgriffen. Wanderte die Pressemitteilung in den Papierkorb, war der Kommunikationsversuch gescheitert.

Dieses traditionelle Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus hat einen tiefgreifenden Wandel durchlebt. Die Medien sind nur noch ein kleiner Kanal, um seine Zielgruppe zu erreichen. „Das Kräfteverhältnis zwischen Wissenschafts-PR und Journalismus verschiebt sich also“ (Schäfer 2020) – und zwar deutlich zu Gunsten der Public Relations.

Indem PR heute „unter Umgehung des Journalismus bzw. journalistischer Selektionskriterien“ verbreitet werden kann, stellt sich die Grundsatzfrage, „ob weiterhin journalistische Vermittlungsinstanzen notwendig sind“ (Bosshart/Hofstetter 2017, S. 103).

Nach dem Ende der Hochphase der Coronapandemie spricht vieles dafür, dass die Antwort „nein“ lautet: Die Statistiken zeigten, dass viele Menschen ohne journalistische Vermittlungsinstanzen auskommen, wenn sie wissenschaftliche bzw. Gesundheitsinformationen benötigen.

Für Pressestellen sind diese Entwicklungen ein Segen, für die Gesellschaft hingegen nicht. PR als „besserer Journalismus [...] wäre eine bedenkliche Entwicklung“ (Groß 2020), da mit den Medien auch ihre Wächterfunktion verloren ginge, so Alexandra Groß, seit Mai 2017 stellvertretende Präsidentin der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland (GPRA). Dazu sei die Aufgabe der unabhängigen Medien als Korrektiv in einer demokratischen Gesellschaft viel zu wichtig.



Dass die journalistische Kontrolle der Wissenschaft unverzichtbar ist, ergibt sich bereits aus der Tatsache, dass die Wissenschaft zwar einen Objektivitätsanspruch hegt, die Pressestellen jedoch keinesfalls frei von individuellen Interessen sind. So konkurrieren beispielsweise Universitäten um Forschungsgelder und um Studierende, weshalb ihre Pressestellen gezwungen sind, Erfolgsmeldungen zu verbreiten und Misserfolge wie etwa negative Universitätsrankings unter den Tisch fallen zu lassen. Auch dass Forschung von sozialen, politischen, wirtschaftlich-kom-

merziellen oder ethischen Fragen tangiert ist und beispielsweise bei medizinisch-naturwissenschaftlichen Themen die Gefahren gentechnischer Modifikationen von Leben und Lebensmitteln oder Gentherapien kontrovers betrachtet werden können, sollte ein Grund dafür sein, die Wissenschafts-PR ausgiebig journalistisch zu überprüfen. Medien, die darauf verzichten, geben der einseitigen Selbstdarstellung eine Bühne (Matysiak 2018: 184-190).



26.10.2020

Literatur

- Betsch, Cornelia (2020a): COVID-19 Snapshot Monitoring (COSMO). Ergebnisse aus dem wiederholten querschnittlichen Monitoring von Wissen, Risikowahrnehmung, Schutzverhalten und Vertrauen während des aktuellen COVID-19 Ausbruchsgeschehens. Stand 4.9.2020. Uni Erfurt, online, https://projekte.uni-erfurt.de/cosmo2020/cosmo-analysis.html#5_informationsverhalten (14.9.2020).
- Betsch, Cornelia (2020b): COVID-19 Snapshot Monitoring (COSMO). Ergebnisse aus dem wiederholten querschnittlichen Monitoring von Wissen, Risikowahrnehmung, Schutzverhalten und Vertrauen während des aktuellen COVID-19 Ausbruchsgeschehens. Stand 11.4.2020. Uni Erfurt, online, https://projekte.uni-erfurt.de/cosmo2020/archiv/06-02/cosmo-analysis.html#84_relevanz (14.9.2020).
- Betsch, Cornelia (2020c): COVID-19 Snapshot Monitoring (COSMO). Ergebnisse aus dem wiederholten querschnittlichen Monitoring von Wissen, Risikowahrnehmung, Schutzverhalten und Vertrauen während des aktuellen COVID-19 Ausbruchsgeschehens. Stand 11.4.2020. Uni Erfurt, online, https://projekte.uni-erfurt.de/cosmo2020/archiv/06-02/cosmo-analysis.html#83_vertrauen (14.9.2020).
- Bosshart, Stefan/Brigitte Hofstetter (2017): Forschungsstand: Was wir bisher über den Medienwandel wissen. In: Puppis, Manuel/Michael Schenk/Brigitte Hofstetter (Hrsg.): Medien und Meinungsmacht. Zürich: vdf Hochschulverlag, S. 85-112.
- dpa (2015): NZZ-Chef warnt vor "Todesspirale" durch Sparen in Redaktionen. In: Newsroom.de, 18.06.2015, <https://www.newsroom.de/news/aktuelle-meldungen/print-7/nzz-chef-warnt-vor-to-desspirale-durch-sparen-in-redaktionen-836164/> (14.9.2020).
- Edelman Trust (2020): Edelman Trust Barometer 2020, Special Report: Trust and the Coronavirus, online, https://www.edelman.de/sites/g/files/aatuss401/files/2020-03/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Coronavirus%20Special%20Report_0.pdf (14.9.2020).
- Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (2020): Korona Krise: Sorgen, Informationsbedürfnis, Mediennutzung und Beurteilung der Massnahmen der Regierung. b4p Trends 1/2020, online, https://gik.media/wp-content/uploads/2020/04/200407_b4ptrends_14_Apr_Corona.pdf (14.9.2020).
- Groß, Alexandra (2020): Ist Public Relations der bessere Journalismus? In: PR-Journal, online, 2.4.2020, https://pr-journal.de/index.php?option=com_content&view=article&id=24714:autorinnenbeitrag-ist-public-relations-der-bessere-journalismus&catid=78:themen-der-zeit-autoren-beitrag (14.9.2020).

- Matysiak, Stefan (2018): Hauptsache, es kauft jemand. Qualität und Inhalte der Tagespresse. In: Stefan Matysiak (Hrsg.): Von braunen Wurzeln und großer Einfach. Südniedersächsische Medien in Geschichte und Gegenwart. 3. erweiterte Auflage 2018. Norderstedt: BoD, S. 150-201.
- Schäfer, Mike S. (2020), im Interview mit Joachim Retzbach: Wie viel Presstext steckt im Wissenschaftsjournalismus? Welchen Einfluss hat die Pressearbeit von Hochschulen auf die Berichterstattung über Wissenschaft? Die Kommunikationswissenschaftler Mike S. Schäfer und Daniel Vogler haben das in einer neuen Studie für die Schweiz untersucht. Im Interview erläutern sie ihre Ergebnisse. In: Wissenschaft im Dialog, online, 20.7.2020, <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wie-viel-presstext-steckt-im-wissenschaftsjournalismus-40559/> (14.9.2020).
- Seuffert, Wolfgang (2017): Strukturwandel des Mediensystems. In: Deutschland & Europa 74/2017, S. 54-61.
- Viehmann, Christina/Marc Ziegele/Oliver Quiring (2020): Informationsnutzung in der Corona-Krise. Report zu ersten Befunden aus zwei Erhebungswellen. In: Institut für Publizistik der Uni Mainz, online, 27.8.2020, <https://www.kowi.ifp.uni-mainz.de/aktuelle-projekte/informationsnutzung-in-der-corona-krise/> (14.9.2020).
- Wenchel, Ronja, Pressestelle des Robert-Koch-Instituts (2020): Mitteilung vom 2. September 2020, 18:41 Uhr, Betreff: AW: Visits und Pageimpressions.
-