



# Überzeugungskraft verschiedener Informationsquellen auf die COVID-19-Impfentscheidung

Susanne Jordan, Sarah Jane Böttger, Sabine Zinn

Berlin, digital, RKI-Krisenstab, 10.05.2023



## Hintergrund und Fragestellung

- **Infodemie während der COVID-19-Pandemie**
  - Vielzahl und immer wieder neue oder widersprüchliche Informationen
  - Fehlinformationen und gezielte Desinformationen („Infodemie“)
  - Auch die zur Verfügung stehenden Informationen über die Impfung gegen SARS-CoV-2 waren von der „Infodemie“ beeinflusst
- Akteure in den **sozialen Medien** stehen im Verdacht, besonders zu Fehlinformationen und gezielten Desinformationen beigetragen zu haben.
- **Studien zur Überzeugungskraft rar**, in der Regel Nutzungsverhalten (Häufigkeit der Nutzung von Infoquellen) untersucht.



## Hintergrund und Fragestellung

1. Welche Informationsquellen waren für die Bevölkerung in Deutschland für die COVID-19-Impfentscheidung am überzeugendsten?
2. Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Überzeugungskraft einzelner Informationsquellen und der COVID-19-Impfentscheidung?

## Methoden und Daten

- **Corona Monitoring bundesweit – Welle 2**
  - RKI in Kooperation mit Sozio-oekonomischem Panel (SOEP) am DIW
  - Ziel: Seroprävalenzstudie
  - November 2021 – Februar 2022 (Alter 14+ Jahre)
  - Schriftlich-postalisch mit Selbstbeprobung und **Fragebogen**
  - Analysestichprobe: n=10.284 (ab 18 Jahren)
  - Binomiale logistische Regressionsanalysen



The image shows a printed questionnaire titled "Fragebogen Corona Monitoring 2021". At the top right is the SOEP logo with the text "Leben in Deutschland". The main heading is "Fragebogen Corona Monitoring 2021". Below this, there are several sections of text and form fields:

- Introduction:** "Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer, im Rahmen der bundesweiten Befragung 'Leben in Deutschland - Corona Monitoring 2021' möchten wir gerne mehr darüber erfahren, wie die Pandemie auch weiterhin das Alltags der Menschen beeinflusst." Below this is a note: "Dieser Fragebogen richtet sich an Personen ab 14 Jahren. Die Teilnahme ist natürlich freiwillig. Aber nur wenn möglichst alle ausgewählten Personen mitmachen, kann ein detailliertes und repräsentatives Bild von den unterschiedlichen Lebensumständen während der Corona-Pandemie entstehen. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!"
- Alternative:** "Alternativ zu diesem schriftlichen Fragebogen können Sie auch online teilnehmen. Bitte geben Sie hierzu folgende Adresse in Ihren Internetbrowser ein: <link></link>"
- Access:** "Ihre persönliche Zugangscode lautet: <PWID-CMW>"
- Instructions:** "Bitte nutzen Sie gültigen Zugangscode von anderen Personen in Ihrem Haushalt. Falls Sie den Fragebogen online ausfüllen haben, brauchen Sie uns diesen schriftlichen Fragebogen nicht zurückzuschicken."

At the bottom left, there is a circular image showing a person's legs in a blue protective suit. At the bottom right, there is the Infas logo and contact information: "Infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH, Berlin 20011, Tel: +49 30 2537 100, www.infas.de, info@infas.de".



## Überzeugungskraft von Informationsquellen

### 29 Was hat Sie hauptsächlich in Ihrer Entscheidung für oder gegen eine Covid-19-Impfung überzeugt? Unabhängig davon, ob Sie sich für oder gegen das Impfen entschieden haben.

- Gespräche mit **Familie/Freund:innen/Bekannte**
- Gespräche mit **Ärzt:innen**
- Gespräche mit **Fachpersonal** in **Apotheken**
- **Fernsehen, Radio**
- **Tageszeitungen, Zeitschriften** oder **Online-News-Seiten**
- Informationen aus **sozialen Netzwerken**, Messenger-Dienste
- Broschüren oder Websites von **Behörden**
- Kostenlose **Broschüren** von **Krankenkassen, Apotheken** und ähnlichen
- **Gesundheitsportale** im Internet

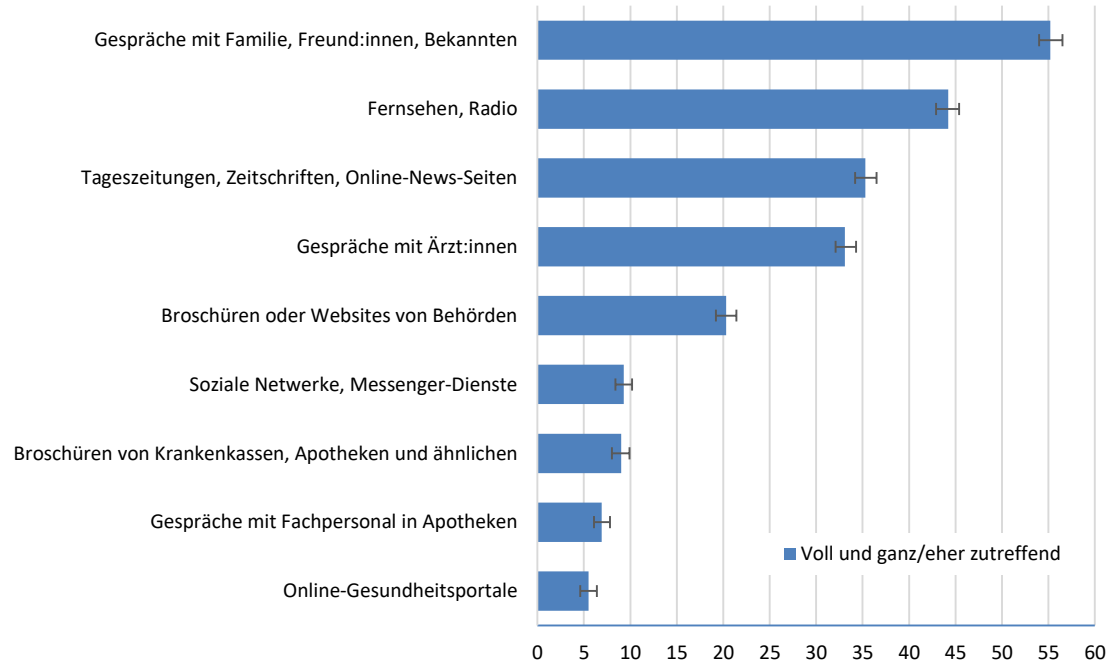
Gar nicht zutreffend	Eher nicht zutreffend	Teils / teils zutreffend	Eher zutreffend	Voll und ganz zutreffend
1	2	3	4	5

### Impfentscheidung (Impfstatus)

- Negative Impfentscheidung (ungeimpft)
- Positive Impfentscheidung (mindestens einmal geimpft)

## Überzeugungskraft der Informationsquellen für die COVID-19-Impfentscheidung, unabhängig vom Impfstatus

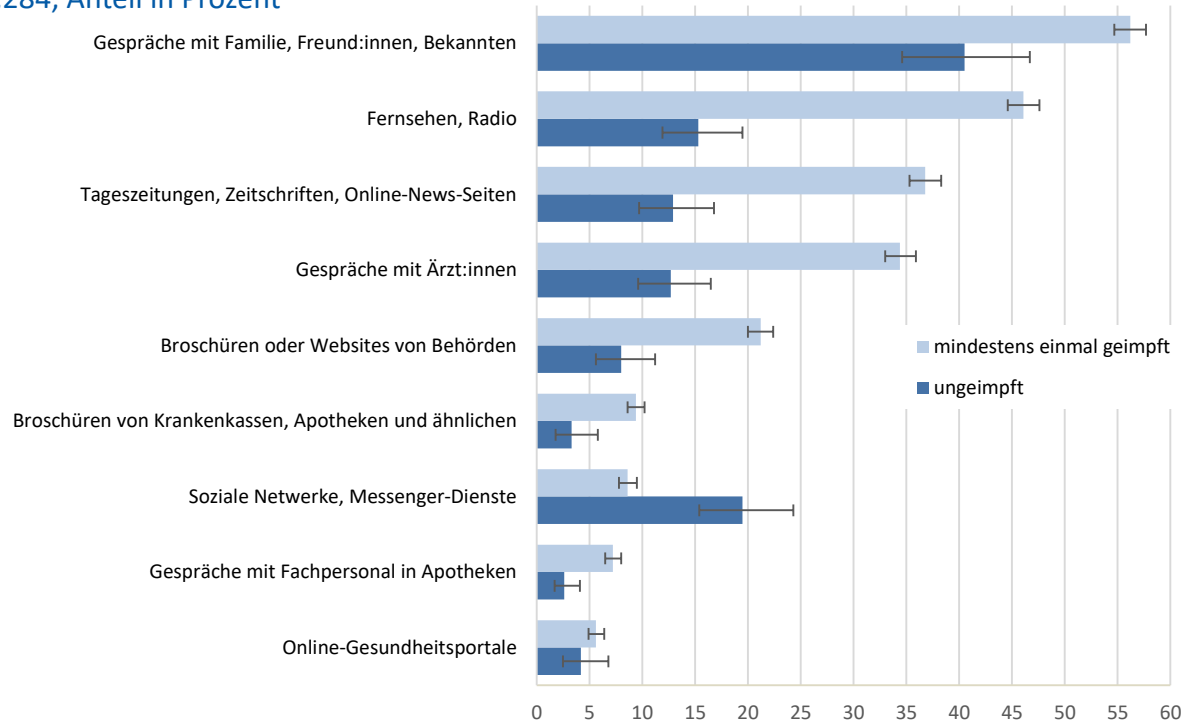
Daten: RKI-SOEP-2, n=10,284, Anteil in Prozent





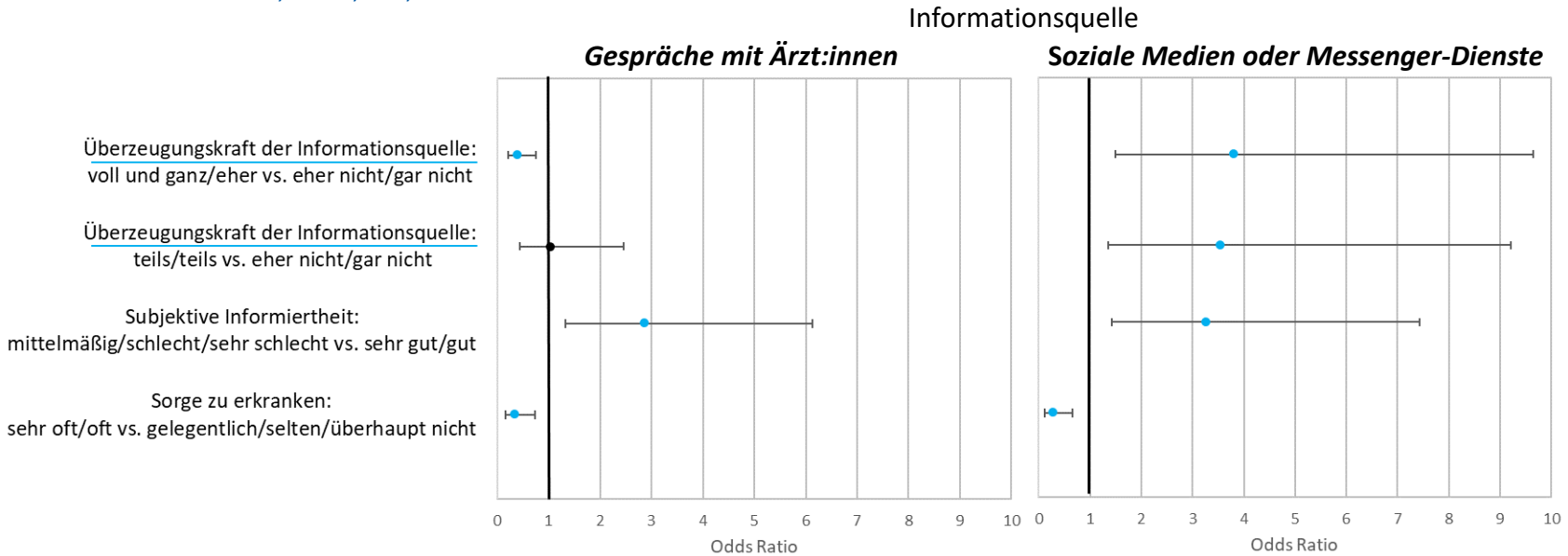
# Überzeugungskraft der Informationsquellen für die COVID-19-Impfentscheidung, nach Impfstatus

Daten: RKI-SOEP-2, n=10,284, Anteil in Prozent



# Assoziation zwischen Impfstatus und Überzeugungskraft einer Informationsquelle unter Berücksichtigung von pandemiebezogenen Faktoren

Daten: RKI-SOEP-2, n=10,284, Odds Ratio



**Legende:** Adjustiert nach Geschlecht, Alter, Bildung, Gesundheitszustand und Erhebungsjahr;  
Referenzgruppe: Geimpfte (positive Impfentscheidung); Odds Ratios; blauer Datenpunkt:  $p < .05$ ;  
fehlende Werte mittels multipler Imputation modelliert.





## Zusammenfassung

- **Überzeugende Informationsquellen für Großteil der Bevölkerung:**
  - **Interpersonale Informationsquellen:** „*Gespräche mit Familie/Freund:innen/Bekannt*“, wie auch „*Gespräche mit Ärzt:innen*“
  - **Traditionelle Medien** wie „*Fernsehen/Radio*“ und „*Tageszeitungen/Zeitschriften/Online-News-Seiten*“
- „*Soziale Medien und Messenger-Dienste*“ in der Gesamtbevölkerung nachrangige Bedeutung als Informationsquelle für die Impfentscheidung
- Bevölkerungsgruppe mit negativer Impfentscheidung (**Ungeimpften**): **Hohe Bedeutung bzw. Überzeugungskraft der „Sozialen Medien und Messenger-Dienste“** auf die Impfentscheidung.



## Fazit

- Analysen bestätigen datenbasiert die Annahme: „**Soziale Medien und Messenger-Dienste**“ als Informationsquellen, die bei Ungeimpften **einflussreich für eine negative Impfentscheidung** waren.
- **Zukünftige Pandemien und gesundheitsrelevante Krisen**
  - Informationen durch verschiedene Informationsquellen bereitstellen: Traditionelle und zugleich digitale Medien, aber auch interpersonale Kommunikationskanäle wie Gespräche mit Ärzt:innen.
  - Falsch- und Desinformation durch aktive Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation in den „Sozialen Medien und Messenger-Diensten“ entgegenwirken

## Kontakt

Dr. Susanne Jordan

FG 27 Gesundheitsverhalten

E-Mail: [JordanS@rki.de](mailto:JordanS@rki.de)

