

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Öffentlich-rechtliche Medien in der Krise:

Nutzung von und Vertrauen in die Berichterstattung des ORF während der
Covid-19-Pandemie

verfasst von / submitted by

Selina Lukas, Bakk.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2021 / Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it ap-
pears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ. Prof. Dr. Sophie Lecheler

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am 24. Jänner 2021

(Selina Lukas)

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	1
Tabellenverzeichnis	1
Einleitung	2
Medien und Demokratie	5
Rolle, Aufgaben und Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	8
Empirische Forschung zu öffentlich-rechtlichem Rundfunk	9
Nationale Mediensysteme – Fall Österreich	11
Der ORF	15
Vertrauen in die Medien.....	17
Vertrauenskrise dank Desinformation?	19
Vertrauen ist nicht alles.....	21
Die Vertrauens-Lage in Österreich.....	23
Mediennutzung in Krisen	24
Public Health in den Medien	26
Covid-19-Pandemie – auch eine Infodemie?	28
Empirische Forschung zu Medien und Covid-19.....	29
Austrian Corona Panel Project	31
Resultierende Forschungsfragen	33
Methodik	35
Untersuchungsgegenstand	35
Erhebungsmethode – Leitfadeninterview	38

Pretest des Leitfadens	40
Untersuchungsdesign	41
Samplingstrategie	41
Datenerhebung: Untersuchungszeitraum, Untersuchungsgegenstand und Stichprobe	43
Datenaufbereitung	44
Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring	45
Codebuch – Kategoriensystem.....	47
Auswertung und Ergebnisse.....	52
Beantwortung der Forschungsfragen	53
FF1: Wie nutzen RezipientInnen den ORF und seine Informationsangebote während der Covid-19-Pandemie?	53
FF2: Wie ist das Vertrauen gegenüber dem ORF und seinen Informationsangeboten während der Covid-19-Pandemie?	56
FF3: Wie werden der ORF und seine Informationsangebote von RezipientInnen während der Covid-19-Pandemie bewertet?	64
FF4: Welche Strategien lassen sich aus der Nutzung des ORF und seiner Informationsangebote während der Covid-19-Pandemie für die Zukunft ableiten?	68
Diskussion der Ergebnisse	70
Resultierende Hypothesen.....	72
Limitationen und Ausblick.....	75
Quellenverzeichnis	77
Quellenverzeichnis (Online)	87
Anhang	92

Abstract Deutsch	92
Leitfaden.....	93
Einschaltquoten ORF-Vergleich 2019-2020	95
Kategoriensystem	97

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Nutzung der ORF-Angebote	48
Abbildung 2: Vertrauen gegenüber dem ORF	49
Abbildung 3: Bewertung der ORF-Angebote	50
Abbildung 4: Verbesserungsvorschläge	51

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stichprobe	44
Tabelle 2: Einschaltquoten ORF Vergleich 2019-2020 (eigene Darstellung)	95
Tabelle 3: Kategoriensystem	97

Einleitung

Dem Vertrauen in etablierte, öffentlich-rechtliche Medien wird in den letzten Jahren ein immer schlechteres Zeugnis ausgestellt. Viele RezipientInnen wenden sich von den klassischen Medienangeboten ab und informieren sich zum Beispiel in sozialen Netzwerken. Im öffentlichen und wissenschaftlichen Diskurs wird in den letzten Jahren häufig von einer *Vertrauenskrise* der (etablierten) Medien, vor allem in westlichen Demokratien, gesprochen. (siehe u.a. Fawzi, Obermaier, 2019, Ardèvol-Arbreu, Gil de Zúñiga, 2017, Prochazka, Schweiger, 2019, Daniller et al., 2017)

Dieser Trend bzw. diese postulierte Vertrauenskrise der etablierten Medien, insbesondere öffentlich-rechtlicher Medien, kann zum einen als problematisch eingestuft werden, da: „Trust is more important than ever for the mainstream media to retain their legitimacy as an important public institution.” (van Dalen, 2020, 367) Zum anderen könnte dieser Verlust an Vertrauen und somit in weiterer Folge auch Legitimität auf das Zusammenspiel zwischen Medien und Demokratie wirken. Dem Modell der liberalen Demokratie folgend, braucht es in einer funktionierenden, liberalen Gesellschaft BürgerInnen, die informierte Entscheidungen treffen können und somit am politischen Prozess teilhaben, als stabilisierenden Faktor. (hierzu Chadwick et al., 2018, Esser et al., 2012) Um im Sinne dieses demokratischen Systems handeln zu können sind die BürgerInnen auf Informationen von sozialen, politischen und wirtschaftlichen Institutionen angewiesen und somit auch auf die vermittelnden Institutionen – die Medien. (Bennett, Livingston, 2018, Blekesaune et al., 2012) Verlieren die Medien ihre Legitimität also durch mangelndes Vertrauen seitens der RezipientInnen in ihrer Rolle als BürgerInnen, kann durchaus von einem demokratiegefährdenden Zustand gesprochen werden. Wie David Ryfe (2020) anmerkt, darf die Rolle von Journalismus im und für das politische Geschehen nicht unterschätzt werden.

In dieser Arbeit soll der Fokus auf öffentlich-rechtliche Medien (am Beispiel des ORF in Österreich) gelegt werden, da ihnen zum einen von vielen AutorInnen eine besondere

Bedeutung in einer Demokratie zugeschrieben wird (siehe u.a. Raff, 2010, Steininger, Woelke, 2011, Esser et al., 2012, Gonser, Reiter 2018, Soroka et al., 2012) und sie zugleich auch stark betroffen sind von der sogenannten *Vertrauenskrise*. Sie geraten nicht zuletzt auch aufgrund ihrer öffentlichen Finanzierung bzw. der eventuell ungerechtfertigten Zuwendung von öffentlichen Geldern unter Kritik. (siehe u.a. Soroka et al., 2012)

Mit dem Ausbruch von Covid-19 und der globalen Pandemie scheint sich dieser Trend jedoch nicht fortzusetzen oder zumindest eine temporäre Pause einzulegen. Öffentlich-rechtliche Medien und ihre Informationssendungen könnten sogar *Profiteure* sein. Anhand des Beispiels des ORF in Österreich lässt sich dies veranschaulichen. Er verzeichnete zu Beginn des ersten Lockdowns im März 2020 die höchsten Einschaltquoten seit Beginn der elektronischen Messung und auch in den nächsten Monaten setzte sich der erhöhte Marktanteil fort. (siehe u.a. o.A., 2020a, Schmidt-Vierthaler, 2020, Tòth, 2020, *Tabelle 2* im Anhang)

Diese Überlegungen führen schlussendlich zur folgenden forschungsleitenden Frage:

Wie nutzen und bewerten RezipientInnen den ORF und seine Informationsangebote während der Covid-19 Pandemie?

Gesellschaftliche sowie wissenschaftliche Relevanz ergeben sich aus der möglichen Beantwortung der Frage wie und warum öffentlich-rechtliche Medien während der Corona-Krise genutzt wurden, wie das Vertrauen gegenüber der Berichterstattung war und welche Gründe dem zugrunde liegen. Aus dieser Erkenntnis lassen sich in weiterer Folge Einblicke gewinnen, wie Medien ihr Publikum auch außerhalb von Krisen erreichen und das Vertrauen in sich steigern können.

Bevor jedoch die empirische Datenerhebung und -auswertung beginnt, wird in den nächsten Kapiteln die theoretische Grundlage für die Arbeit geschaffen bzw. dargelegt. Im ersten Kapitel wird das Konzept Medien und Demokratie ausgeführt und das Zusammenspiel dieser beiden Konzepte beleuchtet. In weiterer Folge wird ein für diese Arbeit besonders relevanter Aspekt herausgenommen und detaillierter betrachtet: Nämlich die Rolle, die Aufgabe,

der Wert von öffentlich-rechtlichem Rundfunk im demokratischen Gefüge. Was dann schlussendlich zum nächsten Kapitel führt; der Einordnung des österreichischen Mediensystems, insbesondere in Bezug auf den ORF. Im dritten Kapitel wird das Konzept des Medienvertrauens aufgegriffen. Hier wird zunächst dargelegt wie sich Vertrauen konstituiert, in weiterer Folge soll die postulierte Vertrauenskrise ergründet werden und schlussendlich die Frage beantwortet werden wie problematisch sinkendes Vertrauen tatsächlich ist. Im vierten Kapitel schließlich wird erarbeitet, wie RezipientInnen Medien während einer Krise nutzen, wie Public-Health-Themen in den Medien behandelt werden, und zu guter Letzt wie sich das im konkreten Fall der Covid-19-Pandemie auswirkt. Die daraus resultierenden Forschungsfragen bilden den Abschluss des theoretischen Teils der Arbeit. In den darauffolgenden Kapiteln wird das Untersuchungsdesign beschrieben sowie die Ergebnisse der Forschung präsentiert und diskutiert. Am Ende der Arbeit steht ein Fazit, unter anderem bezüglich der Limitationen der vorliegenden Studie, gefolgt von einem Ausblick in Hinblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten.

Medien und Demokratie

Demokratie ist ein Ideal, eine normative Angelegenheit – aber wie sie sich konstituiert, darüber gibt es keine endgültige Einigkeit. Obwohl das Wort eigentlich zur Beschreibung eines bestimmten politischen Systems dient, wird es oft synonym für politische Prozesse allgemein verwendet und selten konkretisiert. (Ryfe, 2020, Riedl, 2019)

Demokratie kann, auf das Essentiellste heruntergebrochen, beschrieben werden als „a political method or set of institutional arrangements at national level. The characteristically democratic element in the method is the competition of leaders (Elites) for the votes of the people at periodic, free elections.“ (Pateman, 1970, 14) In der Forschung haben sich verschiedene Modelle zur Beschreibung demokratischer Praxis herausgebildet; Nach Christians et al. (2009) etwa das pluralistische Modell, das administrative Modell, das soziale Modell und das direkte Modell. Coppedge und Teorell (2016, 590) hingegen benennen die “liberal democracy, deliberative democracy, egalitarian democracy [and] participatory democracy”. Riedl (2019) spricht wiederum von einer liberal-repräsentativen, einer deliberativen und einer partizipatorischen Demokratie.

Ein paar Gemeinsamkeiten lassen sich aber in all diesen Modellen feststellen; Partizipation ist zum Beispiel ein unumstritten wichtiges Element. Außerdem gründen sich Definitionen von Demokratie auf zwei normativen Voraussetzungen: Gleichheit und Freiheit. (u.a. Pateman, 1970, Coppedge, Teorell, 2016, Bennet, Livingston 2018)

In der Praxis zeigt sich das zum Beispiel durch das Wahlrecht, welches die stärkste Kontroll- und Sanktionierungsmöglichkeit der (Staats-)BürgerInnen gegenüber den politischen Eliten bzw. Regierungen ist. (u.a. Pateman, 1970) Dazu kommen noch andere Ideale, wie Meinungsfreiheit, Religionsfreiheit, Pressefreiheit oder auch die Möglichkeit durch Informationen die politischen EntscheidungsträgerInnen verantwortlich zu halten. (u.a. Blekesaune et al., 2012, Bennett, Livingston, 2018, Chadwick et al., 2018; auch Esser et al., 2012)

Wie Blekesaune et al. (2012, 113) festhalten: „Democracy functions best when its citizens are politically informed. Access to information is essential to the health of democracy [...]“. An diesem Punkt kommen die Medien ins Spiel, die hier die Vermittlungs- und Informationsfunktion zwischen den (politischen) Eliten und den (Staats-) BürgerInnen übernehmen. Man könne laut Riedl (2019) sogar so weit gehen, den Zustand einer Demokratie am Zustand des Journalismus in einem Land zu messen. Wie Kuklinski et al. (2014) schon feststellen; Information bzw. Wissen rund um politische und gesellschaftliche Prozesse ist die „Currency of Democratic Citizenship“ (791), das heißt BürgerInnen im demokratischen Gefüge müssen faktisch korrekte Informationen bereitgestellt bekommen, auf deren Basis sie dann ihre Präferenzen bilden können.

Tatsächlich wird über Medien ein gemeinsamer Wissensstand in einer Gesellschaft generiert, der über die Primärerfahrungen der/des Einzelnen hinausgeht. (Taylor, Perry, 2005, Mirbabaie et al., 2020) „People rely on news about the world around them in order to participate in democratic governance, but also to make basic choices about how to live from one day to the next.“ (Soroka et al., 2012, 719) Damit kommt dem Journalismus und den Medien eine große Verantwortung und wichtige Rolle in einer (demokratischen) Gesellschaft zu. Diese Beziehung sollte gerade in der Kommunikationswissenschaft Beachtung finden oder wie Ryfe (2020, 293f.) es formuliert:

When we say that journalism has a special place in democracy, we are saying that it plays a crucial role in political life, and especially in governance. To the extent that they ignore journalism's contributions to democracy, scholars risk effacing the field's crucial relationship to politics and, by extension, the state.

Auch andere AutorInnen halten fest, dass der Journalismus bzw. die Medien genauso eine demokratische Institution sind, wie politische, bildungs- und zivilgesellschaftliche Institutionen. (siehe u.a. Bennett, Livingston, 2018) JournalistInnen spielen also sowohl für das politische als auch für das alltägliche Leben ihrer RezipientInnen, der BürgerInnen, eine große Rolle. (Hanitzsch, Vos, 2018)

Um an öffentlichen Entscheidungsprozessen teilnehmen zu können, müssen BürgerInnen informiert sein. Die Rolle des/der InformantIn übernahmen zunächst Tageszeitungen und im Laufe der Zeit kamen andere Medienformen hinzu; Radio, TV, Internet. Drei Formen kann man heute grob, aber keineswegs trennscharf, beschreiben: Zum einen Medien, die sich nach Autoritäten richten und für eine Sache eintreten, zum anderen Medien, die sich nach dem Markt richten und drittens Medien, die professionell und unabhängig informieren wollen. In Europa zeigt sich die dritte Form oft als öffentlich-rechtliche Medien, also Medien, die „editorially independent of the state and other interests but charged with broad informational and educational tasks on society’s behalf“ (Christians et al., 2009, 115) sind. Näheres dazu folgt im Kapitel *Rolle, Aufgaben und Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*.

Wenn es um politische Inhalte, Politik, politische Prozesse, politische Nachrichten, politische Berichterstattung geht, dann sprechen JournalistInnen ihre RezipientInnen in ihrer Rolle als BürgerInnen an. (Hanitzsch, Vos, 2018) Darum wird die Desinformation von BürgerInnen (z.B. online) auch als eine der größten Herausforderung für die Demokratie gesehen. Mangelndes Vertrauen in offizielle, politische Institutionen kann dazu führen, dass die BürgerInnen offiziellen Informationen und Nachrichten aus Mainstream-Medien gegenüber skeptisch werden und sich alternativen Medienangeboten zuwenden, wo potenziell Desinformation zu finden oder zumindest einfacher zu verbreiten ist. (Humprecht et al., 2020, Bennett, Livingston, 2018) Näheres dazu im Kapitel *Vertrauen in die Medien*.

Die Rolle bzw. Aufgaben, die Medien bzw. der Journalismus also in heutigen Demokratien haben, umfassen, der Pointierung von Christians et al. (2009) folgend, die Beobachtung von und Informierung über Geschehnisse (mit gesellschaftlicher Bedeutung), die Partizipation am öffentlichen Diskurs in Form von Kommentaren, Ratschlägen, Kontextualisierung und Meinungsaustausch und die Bereitstellung von öffentlichen Foren, in denen BürgerInnen mit-sprechen – partizipieren – können.

Dazu müssen die bereitgestellten Informationen faktisch korrekt sowie möglichst objektiv und neutral sein, um eine individuelle Meinungsbildung zu ermöglichen. Antworten auf (gesellschafts-)politische Fragen zu finden liegt in einer Demokratie in der Verantwortung der BürgerInnen, das Werkzeug dafür legen ihnen JournalistInnen in die Hände. “This, in a nutshell, is a conventional understanding of how journalism is supposed to serve democracy.” (Ryfe, 2020, 295) Es gibt allerdings auch AutorInnen, die die postulierte Ko-Abhängigkeit von Journalismus und Demokratie kritisieren. Das nachgesagte Zusammenspiel zwischen den beiden Konzepten sei zu starr und normativ. (dazu u.a. Waisboard, 2012, Josephi, 2013)

Rolle, Aufgaben und Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

In der vorliegenden Arbeit sollen vor allem öffentlich-rechtliche Medien bzw. öffentlich-rechtlicher Rundfunk im Fokus stehen. Öffentlich-rechtliche oder Public Service Medien sind nicht (rein) kommerziell ausgerichtet, sondern erhalten (zusätzlich) finanzielle Mittel aus öffentlicher Hand, meist in Form von Rundfunkgebühren, die idealerweise von allen BürgerInnen gleichermaßen bezahlt werden (müssen).

Durch die öffentliche Finanzierung kann ein öffentlich-rechtliches Medium nahezu unabhängig von Marktüberlegungen agieren. Vielmehr liegt der Fokus auf der Bereitstellung von Nachrichten und Informationen für die gesamte Bevölkerung und die Repräsentation von Minderheiten. Während werbefinanzierte Medien sich am Anzeigenmarkt, den Zuschauerzahlen usw. orientieren müssen und so eher dazu gezwungen sind Inhalte zu zeigen, die Einschaltquoten, Reichweite und Marktanteile schaffen, müssen solche Überlegungen in öffentlich-rechtlichen Medien, die eine finanzielle Grundsicherung haben, keine große Rolle spielen. Somit erlangt öffentlich-rechtlicher Rundfunk seine Legitimität dadurch, eine verlässliche Informationsquelle zu sein sowie freie und unabhängige Berichterstattung zu ermöglichen. Es geht um die Erfüllung von gesellschaftlichen Aufgaben, die einen Mehrwert bieten – kurz gesagt Public Value in Form meritorischer Güter – für alle Bevölkerungsgruppen. (siehe dazu

u.a. Raff, 2010, Steininger, Woelke, 2011, Soroka et al., 2012, Gonser, Reiter, 2018, Sjøvaag et al., 2018)

Gerade die Covid-19-Pandemie hat gezeigt, dass sich die ÖsterreicherInnen für Informationen an den ORF (siehe Einleitung bzw. Tabelle 2: *Einschaltquoten* im Anhang) wenden. Darum lohnt es sich die dahinterliegenden Ursachen wissenschaftlich zu beleuchten. Warum man sich auch auf kommunikationswissenschaftlicher Ebene allgemein mit dieser Art von Medium auseinandersetzen sollte, rechtfertigt sich schon dadurch, dass öffentlich-rechtlicher Rundfunk in den meisten nationalen, demokratischen, *westlichen* Mediensystemen eine historisch gewachsene Bedeutsamkeit hat und trotz der zunehmenden Kommerzialisierung der Medienmärkte dennoch weiterhin eine große Rolle spielt. (u.a. Hallin, Mancini, 2004) Vor allem in Bezug auf *hard news* – also politisch und gesellschaftlich relevante Nachrichten und Informationen – wird ihnen großes Potential, Vertrauen und eine Vormachtstellung zugeschrieben. Öffentlich-rechtlichen Medien wird unterstellt die RezipientInnen dabei zu unterstützen zu vollwertigen BürgerInnen im Sinne der oben beschriebenen demokratischen Norm zu werden. (Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga, 2017, van Dalen, 2020) Der Mehrwert, den sie für eine Gesellschaft schaffen, legitimiert demzufolge ihre öffentliche Finanzierung und den Marktvorteil, den sie dadurch gegenüber privaten, kommerziell finanzierten Medienunternehmen haben. (Soroka et al., 2012, Curran et al., 2009)

Empirische Forschung zu öffentlich-rechtlichem Rundfunk

Empirische Forschungsergebnisse zeigen, dass besonders in Mediensystemen mit starkem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu beobachten ist, dass die RezipientInnen eher ihrer normativen Funktion bzw. Rolle als informierte BürgerInnen im Sinne der Demokratie nachkommen können bzw. mit den nötigen Informationen ausgestattet werden. (Esser et al., 2012)

Eine Studie von Soroka et al. (2012) zeigt beispielsweise, dass ProbandInnen, die öffentlich-rechtliche Medien konsumierten, tatsächlich besseres Wissen über *hard news* hatten

als diejenigen, die Privatsender nutzten. Dabei gab es aber auch nationale Differenzen, sodass in manchen Ländern öffentlich-rechtliche Medien tatsächlich die besten Informanten zum Tagesgeschehen waren (UK, Japan, Norwegen), in anderen Ländern spielte es keine Rolle ob die ProbandInnen die Nachrichten auf privaten Sendern sahen (Italien, Korea).

Ähnliche Ergebnisse beschreiben Esser et al. (2012) in ihrem Aufsatz, der die Erkenntnisse einer Langzeitstudie präsentiert, die in dreizehn europäischen TV-Systemen durchgeführt wurde. Auch hier zeigt sich, dass diejenigen Fernsehsysteme, die von öffentlich-rechtlichen Anbietern dominiert werden, nicht nur mehr politische Nachrichten bzw. Information in ihren Abendprogrammen hatten, sondern, dass die jeweiligen RezipientInnen auch mehr Wissen über das Tagesgeschehen aufwiesen.

Zudem zeigt sich, dass ein hoher Marktanteil von öffentlich-rechtlichen Medien bzw. hohe NutzerInnenzahlen auch zu einem insgesamt höheren Wissen führen. Gleichzeitig wird in der Analyse auch beachtet wie unabhängig von politischen Institutionen und Prozessen das öffentlich-rechtliche Medium agieren kann. Mehr Unabhängigkeit soll hierbei zu mehr Objektivität und gesellschaftlichem Dienst führen. (Soroka et al., 2012, siehe auch Curran et al., 2009)

Wie sich zeigt sind öffentlich-rechtliche Medien immer wieder Gegenstand des wissenschaftlichen, aber auch des politischen und gesellschaftlichen Diskurses. Seine Rolle ist gerade in Zeiten von immer mehr neuen und innovativen Medienangeboten und im Wandel befindlichem Mediennutzungsverhalten nicht unumstritten, denn:

Public broadcasters have also been subject to a range of negative stereotypes related to inefficiency, aloofness, and pretention. Indeed, the well know mantra of PSBs [Anm.: Public Service Broadcasters], to inform, educate and entertain, also comes across as somewhat antiquated in a modern digital media environment in which the ability to satisfy our information needs seems nearly limitless. (Soroka et al., 2012, 719f.)

Dennoch lassen sich empirisch positive Einwirkungen von öffentlich-rechtlicher Informationsvermittlung auf eine Gesellschaft messen. Das Weiterbestehen öffentlich-rechtlicher Medienangebote, als Teil einer heterogenen, vielfältigen Medienlandschaft, sowie hohe

NutzerInnenzahlen können also als erstrebenswert gesehen werden. Aus diesem Grund sind die Fragen wie die RezipientInnen öffentlich-rechtliche Medien während der Corona-Krise nutzen, ob sie den dort kommunizierten Informationen vertrauen und wie sie die Berichterstattung bewerten durchaus relevante. Aus ihrer Beantwortung könnten sich sogar Implikationen ableiten lassen, wie öffentlich-rechtliche Medien ihr Angebot in Zukunft gestalten sollten, um weiterhin attraktiv zu sein und die BürgerInnen zu erreichen.

Nationale Mediensysteme – Fall Österreich

Für die weitere Auseinandersetzung mit dem Forschungsinteresse ist eine Definition und Einordnung für diesen konkreten Fall –das österreichische Mediensystem – erforderlich.

Eines der vielzitiertesten Werke in diesem Zusammenhang stammt von Daniel C. Hallin und Paolo Mancini aus dem Jahr 2004. In ‚Comparing Media Systems‘ vergleichen sie die Mediensysteme kapitalistischer, entwickelter Demokratien in Westeuropa und Nordamerika und stellen schlussendlich drei Modelle von Mediensystemen vor: das liberale Modell, das demokratisch-korporatistische Modell und das polarisiert-pluralistische Modell.

Das Land Österreich wird, gemeinsam mit Belgien, Dänemark, Finnland, Deutschland, Niederlande, Norwegen, Schweden und der Schweiz dem nordeuropäischen, demokratisch-korporatistischen Modell zugeordnet¹. Dieses Modell kennzeichnet sich durch hohe Tageszeitungsauflagen, eine früh entwickelte Massenpresse, historisch starke Parteipresse, die durch neutrale kommerzielle Presse abgelöst wurde, hohen politischen Parallelismus und starke journalistische Professionalisierung. Bei den diesem Modell zugeordneten Ländern handelt es sich um sogenannte demokratische Wohlfahrtsstaaten, in denen:

Media are seen to a significant extent as social institutions for which the state has responsibility, and press freedom coexists with relatively strong state support for and regulation of media. Public broadcasting systems tend to follow the parliamentary or civic/corporatist

¹ [Anm. der Autorin: Hier ließe sich entgegenhalten, dass Österreich eher ein „Mixed Case“ zwischen demokratisch-korporatistischen und polarisiert-pluralistischen Modell ist. Zweiteres umfasst einen starken politischen Parallelismus, kaum historisch gewachsene kommerzielle Medien und einen starken Staat.]

model with parties and organized social groups involved in broadcast governance, but professional autonomy in broadcasting is also normally high. (Hallin, Mancini, 2004, 74)

Eine kritische Auseinandersetzung mit Hallin und Mancinis ‚Comparing Media Systems‘ (2004) beginnt zunächst bei der Einordnung von realen, nicht statischen, im Wandel befindlichen, nationalen Mediensystemen in starre Modelle. Zugleich sagen die Autoren selbst, dass die Medien in einem Land im Jahr 1960 wohl ganz anders konstituiert waren als im Jahr 1990. Hier kann angenommen werden, dass sich in diesen dreißig Jahren zwar einiges verändert hat, aber dass die (inter)nationalen Medienlandschaften in den Jahren von 2004 bis 2020 ebenso starkem, wenn nicht sogar noch größerem, Wandel unterworfen waren. Genau diese Art von Kritik äußern Hallin und Mancini (2017) auch an sich selbst, wenn sie zum Beispiel eingestehen, dass im heutigen Diskurs zu Mediensystemen und deren Entwicklung das Internet in aller Munde sei, dass sie es aber selbst in ihrem Werk noch nicht beachten konnten.

Riedl (2019) ist sich mit Hallin und Mancini (2004) einig, wenn es um die Einordnung des österreichischen Mediensystems geht – das demokratisch-korporatistische Modell scheint am passendsten zu sein. Von ihm befragte österreichische JournalistInnen fühlten sich der liberal-repräsentativen Rolle am meisten zugehörig, was in Einklang mit dem in Österreich vorherrschenden Demokratiesystem steht, und sind sich auch der Bedeutung ihrer Arbeit für die Erhaltung des demokratischen Gefüges bewusst. Das ist insofern relevant, als dass das Publikum selbst auch erwartet, dass Journalismus seine Rolle im demokratischen System einnimmt und (seine) Verantwortung wahrnimmt. (Ryfe, 2020) In der vorliegenden Arbeit soll erarbeitet werden welche Erwartungen es seitens des RezipientInnen des ORF in Bezug auf die Berichterstattung zu Covid-19 gibt und wie diese bewertet und genutzt wird. Die Covid-19-Pandemie wird hier herausgegriffen, da es sich um ein globales, sowohl politisch als auch gesellschaftlich relevantes Thema handelt, das auch verantwortungsvolle, sensible Berichterstattung verlangt.

Eine Weiterentwicklung von Hallin und Mancinis Comparing Media Systems veröffentlichten im Jahr 2014 Brüggemann, Engesser, Büchel, Humprecht und Castro. Sie beschreiben vier empirische Typen von Mediensystemen, nämlich: Nördlich, Zentral, Westlich und Südlich. Österreich ordnen sie dem zentralen Typ zu. Ihrer Definition nach gehören Mediensysteme zum zentralen Typ, wenn sie starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, strenge Regulierung von EigentümerInnen und geringe Pressesubventionen haben. (Brüggemann et al., 2014)

Auch Peruško et al. (2015) versuchten sich an einer Einordnung europäischer, nationaler Mediensysteme. Sie ordneten Österreich – genauso wie Belgien, Frankreich, Deutschland, Irland, Italien, Niederlande, Spanien und das Vereinigte Königreich – dem westeuropäischen Cluster zu. Dieses definiert sich durch hohe soziale und politische Inklusion, einen hohen Grad an Globalisierung, einen höher bis mittelmäßig entwickelten digitalen Medienmarkt, niedrige TV-Konzentration und eine offene, kreative Ökonomie. Ob diese Einordnung wiederum passend ist, kann kritisiert werden, da gerade der TV-Markt in Österreich stark konzentriert ist. Lange Zeit hatte hier der ORF das Monopol am österreichischen Rundfunkmarkt und bundesweite private Medienunternehmen kamen erst spät auf und nehmen nach wie vor eine untergeordnete Rolle ein. (Esser et al., 2012)

Die Studie von Esser et al. (2012) zeigte auch den überraschenden Befund, dass Österreich – trotz seines nahezu übermächtigen öffentlich-rechtlichen Rundfunks – im Vergleich zu den anderen untersuchten Ländern die niedrigste Rate an kumuliertem Informationsangebot aufwies. Dies begründeten die AutorInnen mit den schwachen privaten TV-Anstalten, die nicht viel Diversität in den Informationsmarkt bringen sowie mit mangelnder Verbreitung von (politischen) Nachrichten seitens des ORF.

Dieser Befund steht in gewissem Kontrast zu Erkenntnissen, die im vorherigen Kapitel erläutert wurden. Hier scheint sich nicht zu bestätigen, dass öffentlich-rechtliches Fernsehen

für größeres Wissen bei allen Bevölkerungsschichten sorgt, indem es gesellschaftlich relevante Themen und internationale Nachrichten bereitstellt.

Für aktuelle empirische Daten bezüglich des österreichischen Mediensystems kann der Digital News Report Network Austria 2020 herangezogen werden. Einleitend wird auch hier wieder die Wichtigkeit von Journalismus und Medien für die Demokratie im Allgemeinen und in einer Krise, wie der Covid-19-Pandemie, im Besonderen hervorgehoben. Fernsehen und Radio sind die wichtigsten Nachrichten- und Informationsquellen. Die ersten drei Plätze nehmen die Angebote des ORF ein (ORF Eins, ORF 2, Ö3), die meistgenutzte Nachrichtenquelle für alle Kategorien ist ORF 2. Einen sehr starken Zuwachs verzeichnet Ö3, erhebliche Nutzungsverluste verzeichnen die deutschen öffentlich-rechtlichen Angebote ARD und ZDF. Im Onlinebereich verzeichnet wiederum das ORF Network die größte Nutzung, gefolgt von den Angeboten krone.at, GMX und derstandard.at. (Gadringer et al., 2020)

Wie Trilling und Schoenbach (2013) festhalten verwenden die meisten ÖsterreicherInnen viele verschiedene Medienangebote. Das heißt jede Person kombiniert eine Auswahl an Medien, die sich mit den Medienquellen anderer Leute überlappen. Es gibt also keine Gruppen, die ausschließlich andere Medien konsumieren als der Rest der Bevölkerung.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass das österreichische Mediensystem nach wie vor durch einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk gekennzeichnet ist. In irgendeiner Form (TV, Online, Radio) scheint der ORF nahezu alle BürgerInnen zu erreichen, was auch für die vorliegende Studie bedeutsam ist, da herausgefunden soll wie die RezipientInnen die Angebote des ORF nutzen und vor allem, wie sie sie bewerten und wie sehr sie ihnen – in einer Krise – vertrauen.

Der ORF

Es folgen ein paar Worte zum ORF als Österreichs größtes Medienunternehmen und wichtiger Bestandteil in der Erhebung der Forschungsdaten. Der ORF finanziert sich (unter anderem) aus Rundfunkgebühren, die von der GIS Gebühren Info Service GmbH eingehoben werden und von jedem/r RundfunkteilnehmerIn für den jeweiligen Standort der Rundfunkempfangseinrichtung zu entrichten sind. (§§ 1-5 RGG) Auch aus Online-, Radio- und Fernsehwerbung werden Einnahmen lukriert, hier zeigt der Trend aber nach unten. (vgl. Gadringer et al., 2020)

Der Österreichische Rundfunk ist eine Stiftung des öffentlichen Rechts mit der Aufgabe den öffentlich-rechtlichen Auftrag für die Gesellschaft zu erfüllen. Dazu zählen der technische Versorgungsauftrag sowie der inhaltliche öffentlich-rechtliche Kernauftrag (inklusive besonderer Auftrag für ein Sport-Spartenprogramm, ein Informations- und Kulturspartenprogramm, die Ausstrahlung eines Fernsehprogrammes für das europäische Publikum, ein Online-Angebot und weitere besondere Aufträge). Seine Angebote umfassen Fernsehen (inklusive Teletext), Radio, einen Abrufdienst (TvThek) und den Online-Auftritt. (§§ 3-5 ORF-G)

Im Großen und Ganzen zeichnen sich die Aufträge durch die Ideale aus, die bereits im Kapitel *Rolle, Aufgaben und Wert der öffentlich-rechtlichen Rundfunks* beschrieben wurden: Die umfassende Information der Gesellschaft, die Förderung gesellschaftlich wünschenswerter Entwicklungen, die Berücksichtigung aller Altersgruppen und auch Minderheiten, aber auch Bildung. Besonders die umfassende Informationsfunktion über politische, soziale, wirtschaftliche und gesundheitliche Themen ist seit dem März 2020 – also dem Ausbruch der Corona-Krise in Österreich – von außerordentlicher Wichtigkeit. Unter anderem werden die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, inwiefern dem ORF diese gesamtgesellschaftliche Information gelungen ist.

Wie Hallin und Mancini (2004) schon anmerken ist das Verhältnis zwischen dem ORF und der österreichischen Politik kein unabhängiges, wenn auch der Einfluss seitens der politischen Parteien tendenziell geringer wird. Genauer gesagt besteht der ORF aus dem Stiftungsrat, dem Generaldirektor und dem Publikumsrat. Der Stiftungsrat besteht aus 35 Mitgliedern, 24 davon werden von der Politik bestellt, wobei alle Mitglieder der Kollegialorgane des ORF weisungsfrei sind, keine Auftragsbindung haben und allein den Gesetzen und der Geschäftsordnung verpflichtet sind. (§§ 19, 20 ORF-G)

Grundsätzlich zeigt sich, dass der ORF und seine Nachrichtenangebote (TV, Radio und Online) von einem Großteil der ÖsterreicherInnen zumindest wöchentlich genutzt werden. (Gadringer et al., 2019) Das zeigt sich auch während der Covid-19 Pandemie, hier nutzten rund 65% der ÖsterreicherInnen den ORF zumindest mehrmals pro Woche, um sich über das politische Geschehen zu informieren, unabhängig von Einkommen und Bildung. (Moosbrugger et al., 2020) Diese hohen NutzerInnenzahlen verdeutlichen auch die Relevanz der Untersuchung der Wahrnehmung und Bewertung der Corona-Berichterstattung, die von diesem Medienunternehmen ausgeht.

Vertrauen in die Medien

Trust is oriented towards the future. To trust the news media means to expect that we will be able to rely on the information which the media provide, even though we cannot keep an eye on all the decisions and choices made in the news-making process. (van Dalen, 2020, 357)

Vertrauen ist die Basis für gesellschaftliche Legitimität, die Medien brauchen, um als relevante, öffentliche Institutionen bestehen zu können. Ebenso ist es die Basis, die Journalismus braucht, um seine Funktionen für die Gesellschaft als Kritik-, Kontroll- und Informationsorgan erfüllen zu können. (Steininger, Woelke, 2011, van Dalen, 2020) Somit muss es im Interesse der einzelnen Medienunternehmen sein, Vertrauen bei ihren RezipientInnen zu generieren. Wie konstituiert sich aber das Konzept von Vertrauen in die Medien?

Heruntergebrochen braucht es in einem Vertrauensverhältnis eine/n VertrauensgeberIn (z.B. RezipientIn) und ein Vertrauensobjekt (z.B. Nachrichtensendung). Das vertrauensgebende Individuum erwartet vom Vertrauensobjekt eine bestimmte, korrekt erfüllte Leistung, auf Basis derer es dann handeln kann. Vertrauen birgt also insofern immer ein Risiko für den/die VertrauensgeberIn, da er/sie nicht weiß und auch keine Chance hat zu kontrollieren, ob das Vertrauensobjekt die Erwartungen erfüllen wird. (Fawzi, Obermaier, 2019, auch Tsfati, Cappella, 2003) Wie Prochazka und Schweiger (2019) feststellen, ist das Wissen der Menschen über die Geschehnisse auf der Welt davon abhängig, wie die Medien darüber berichten. – Damit bleibt den Menschen um informiert zu bleiben Nichts anderes übrig, als Nachrichten zu konsumieren. Dieser unfreiwillige Vertrauensvorschuss beinhaltet allerdings immer das Risiko, dass auf Basis der zirkulierten Informationen falsche Entscheidungen getroffen werden. Ein gewisses Vertrauen ist in einer modernen Demokratie dennoch essenziell, damit so etwas wie öffentlicher Diskurs, gesamtgesellschaftlich gesehen, überhaupt stattfinden kann.

Vertrauen – so stellen viele KommunikationswissenschaftlerInnen fest – ist ein wichtiger Faktor im Mediennutzungsverhalten und beeinflusst auch die Beziehung zwischen Nachrichten und RezipientInnen. Kurz gesagt: Je größer die Bereitschaft ist, die Meinungsbildung und das Handeln an der Berichterstattung zu orientieren, desto mehr Vertrauen ist vorhanden. Hier haben sowohl die Berichterstattung als auch die Sozialisation in einem bestimmten Mediensystem bzw. mit einem bestimmten Nutzungsverhalten Einfluss. (Fletcher, Park, 2017, Fawzi, Obermaier, 2019) Drei Ausprägungen sind zu beobachten; Vertrauen in die JournalistInnen, in das Medium als Institution oder in das Mediensystem. (Fawzi, Obermaier, 2019) Van Dalen (2020) unterscheidet in diesem Bereich zwischen *Trust* (also Vertrauen oder Vertrauenswürdigkeit) und *Credibility* (also Glaubwürdigkeit). Vertrauen meint laut dem Autor die Erwartung, dass die Medien gesellschaftliche Aufgaben, unter anderem wahre Informationen zu verbreiten, zufriedenstellend erfüllen. Glaubwürdigkeit wiederum bezieht sich auf die Wahrhaftigkeit der einzelnen Informationen. Es geht aber nicht nur darum, dass die RezipientInnen erwarten faktisch korrekte Informationen zu bekommen, sondern auch darum, dass Medien durch ihre Berichterstattung ihre gesellschaftliche Aufgabe (Kritik- und Kontrollfunktion, öffentlicher Diskurs) im Sinne der Erhaltung des demokratischen Systems (siehe Kapitel *Medien und Demokratie*) erfüllen. Sowohl *Trust* als auch *Credibility* könnten im Falle der Rezeption der Corona-Berichterstattung des ORF relevant sein. Zum einen wird es interessant sein für wie glaubwürdig die Rezipientinnen die konkreten Informationen finden, zum anderen aber auch, ob sie mit der Performance des ORF in Bezug auf seine Rolle als öffentlich-rechtliches Medium zufrieden sind.

Fawzi und Obermaier (2019) trennen hingegen zwischen Vertrauen und Legitimität – wobei hier *Legitimität* ähnlich definiert wie van Dalens (2020) Schlagwort *Trust*. Legitimität zeigt sich durch die „Wahrnehmung, dass das Mediensystem, journalistische Medien als Institution sowie Journalist*innen den medienbezogenen moralischen Vorstellungen von Rezipienten entsprechen und damit für sie ordnungsgemäß sind.“ (Fawzi, Obermaier, 2019, 32)

Eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Vertrauen in Medien auf Publikumsseite rechtfertigt sich durch bisherige Forschungsergebnisse, die zeigen, dass es Einflüsse auf die Nachrichtenzuwendung, die Reaktionen auf Inhalte und sogar auf die Wahrnehmung des politischen, gesellschaftlichen Systems gibt. (Tsfati, Ariely, 2014)

Vertrauenskrise dank Desinformation?

Trust is more important than ever for the mainstream media to retain their legitimacy as an important public institution. (van Dalen, 2020, 367)

Spricht man von einer Vertrauenskrise der RezipientInnen gegenüber den Medien, dann meint dies „eine negative Einstellung, die eine Unzufriedenheit mit den journalistischen Leistungen, Misstrauen sowie eine ablehnende Haltung gegenüber den Strukturen und Normen von Mediensystem, Medien als Institution oder Journalist*innen umfasst.“ (Fawzi, Obermaier, 2019, 39)

Das Problem daran ist, dass Medien nicht nur bezüglich ihrer Legitimität von den RezipientInnen abhängig sind, sondern auch wirtschaftlich. (u.a. Newman et al., 2019) Misstrauen in traditionelle Medien ist vor allem unter denjenigen RezipientInnen verbreitet, die das Internet und alternative Quellen (Social Media, Blogs usw.) zur Informationssuche bevorzugen. (Jones, 2004, Fletcher, Park, 2017) Aber auch von anderen Seiten, auch aus der Forschung, werden etablierte Medienunternehmen seit Jahren dafür kritisiert, sich zu stark von Eliten und anderen dominanten Gruppen oder aber politischen bzw. ökonomischen Einflüssen lenken zu lassen. (McNair, 2018)

Diese Faktoren führen dazu, dass das Vertrauen in die Medien sinkt – gleichzeitig wächst die Skepsis gegenüber traditionellen Medienunternehmen und ihrer Berichterstattung. Mit Medienskepsis wird der Glaube beschrieben, dass Medien nicht glaubwürdig oder verlässlich sind, dass JournalistInnen nicht fair und objektiv berichten und dass nicht die ganze Wahrheit ausgesprochen wird. „Thus, media scepticism includes audience assessments

concerning media's fairness and objectivity (the cornerstones of journalistic practice) and not just their accuracy and credibility." (Tsfati, Cappella, 2003, 506)

Nicht nur für demokratische Prozesse (siehe Kapitel *Medien und Demokratie*) sondern auch für das Vertrauen in die Medien stellt in diesem Kontext Desinformation eine große Herausforderung dar. Darunter versteht man „misleading content produced to generate profits, pursue political goals, or maliciously deceive." (Humprecht et al., 2020, 493) Nach Bennet und Livingston (2018, 124) wird Desinformation wie folgt definiert: „intentional falsehoods spread as news stories or simulated documentary formats to advance political goals." Ursprung solcher Inhalte sind oft alternative Plattformen bzw. Medienangebote, verstärkt im Internet, doch sie können auch den Weg bis hin zu Mainstream-Medien finden. (Bennet, Livingston, 2018) Das Aufkommen sozialer Netzwerke und ihre stetige steigende Beliebtheit und die damit einhergehende niederschwellige Möglichkeit Inhalte zu erstellen und damit potentiell einen großen Kreis an Leuten zu erreichen wird oft als Ursache für die Verbreitung von Desinformation und so in weiterer Folge für die Vertrauenskrise etablierter Medien und Destabilisierungstendenzen in Demokratien verantwortlich gemacht oder zumindest in Beziehung gesetzt. (siehe z.B. Chadwick et al., 2018)

Studienergebnisse zeigen außerdem, dass die Zahlen derjenigen, die nicht glauben, dass die Medien faktisch korrekte, faire Information liefern, in Amerika erschreckend hoch sind. (Jones, 2004) Geringes Medienvertrauen führt auch zu einem signifikant anderen Mediennutzungsverhalten, als Hauptnachrichtenquelle dienen dann soziale Netzwerke, Blogs und andere alternative Medienangebote. (Fletcher, Park, 2017) Das könnte daran liegen, dass RezipientInnen, deren Erwartungen an die Neutralität und Verlässlichkeit der Berichterstattung eines Mediums bereits einmal enttäuscht wurden, davon ausgehen, dass dies auch in Zukunft passieren wird und sich deshalb abwenden. Diesen Trend können PolitikerInnen dazu nutzen die Kritik seitens des Journalismus zu ignorieren – somit verliert dieser seine Kritik- bzw. Kontrollfunktion im demokratischen Gefüge. Gleichzeitig kann dadurch auch eine Situation

entstehen, in der die Richtigkeit bzw. Vertrauenswürdigkeit jeder Information in Frage gestellt wird, egal von welcher Quelle sie kommt. Gesicherte Informationen gebe es also nicht mehr. (van Dalen, 2020)

Auch Tsfatı und Cappella (2003) postulieren, dass MedienskeptikerInnen andere Quellen für die Suche nach Informationen/Nachrichten nutzen (mehr alternative Medienangebote), als RezipientInnen mit stärkerem Vertrauen. Wie Trilling und Schoenbach (2013) festhalten, nutzen auch in Österreich die RezipientInnen viele verschiedene Medienangebote. Dennoch überschneiden die sich zwischen den einzelnen Individuen so stark, dass es keine Bevölkerungsgruppe gibt, die vom allgemeinen Informationsfluss ausgeschlossen wäre. Gerade in einer gesellschaftlichen Krise, wie es die Covid-19-Pandemie eine ist, kann fragmentierte Medienzuwendung jedoch problematisch werden. Es zeigt sich beispielsweise, dass sich mehr als 30% der ÖsterreicherInnen über WhatsApp bezüglich des Corona-Virus informieren, obwohl hier auch viel Desinformation zirkuliert. (Lebernegg et al., 2020)

Vertrauen ist nicht alles

Unter anderem Jones (2004) berichtet von einer generellen Abnahme an Vertrauen bzw. einem niedrigen Grad an Vertrauen gegenüber Institutionen und der Politik allgemein – sodass man aus Mediensicht das sinkende Vertrauen nicht überbewerten sollte. Dasselbe Phänomen beschreibt Zuckerman (2017, o.S.) für die amerikanische Bevölkerung. Hier sei das Vertrauen in Institutionen allgemein auf einem historischen Tiefpunkt. Als ein möglicher Grund dafür wird angeführt, dass Institutionen für einen Großteil der Gesellschaft einfach nicht mehr richtig arbeiten und die BürgerInnen sich dem machtlos ausgeliefert fühlen, was zu einem Vertrauensverlust führt. Dennoch schreibt er gerade dem Journalismus in dieser *neuen, misstrauischen Realität* besondere Bedeutung zu: „One of journalism's key roles in an open society is to help citizens participate effectively.“

Auch Daniller et al. (2017) stellten fest, dass die große Sorge über die Vertrauenskrise der Medien unangebracht sein könnte, denn das selbst angegebene Vertrauen der RezipientInnen ist signifikant höher, wenn man sie nach einem konkreten Medienunternehmen fragt, im Gegensatz zur Frage nach dem Vertrauen in *die Medien* allgemein. Das heißt die Mehrheit der RezipientInnen vertraut seiner Erkenntnis nach sehr wohl den Medien, die sie selbst regelmäßig nutzen. Ardèvol-Abreu und Gil de Zúñiga (2017) stellten zudem fest, dass Leute, die ihre Informationen bisher zumindest zum Teil von traditionellen Medien bezogen haben, dies auch in Zukunft zu einem gewissen Grad tun werden. Laut der Konzeptualisierung von Fawzi und Obermaier (2019) hat Medienvertrauen „prozessualen und additiven Charakter.“ (38) Das heißt, dass das Misstrauen einer/s RezipientIn gegenüber einer/m bestimmten JournalistIn sich nicht auf das ganze Medium ausweiten muss. Gleichzeitig können Leute ein Medienunternehmen negativ bewerten, einzelnen JournalistInnen dieses Mediums jedoch dennoch positiv gegenüberstehen.

Ob Vertrauen so wesentlich in Bezug auf Mediennutzung bzw. -zuwendung ist, daran zweifeln unter anderem Tsfati und Cappella (2003). Sie stellen fest, dass sich auch RezipientInnen mit niedrigem Vertrauen in traditionelle, etablierte Medien diesen Angeboten zuwenden – auch wenn sie den dort kommunizierten Informationen nicht zwangsläufig vertrauen. „When other motivations are present, trust in the media becomes less relevant. In other words, skeptics probably attend to mainstream news despite their skepticism to gratify other needs, such as social needs or the need for entertainment.“ (519)

Die postulierte Vertrauenskrise verleitet teils zur Dramatisierung des Problems, doch muss hier auch eine Perspektive aufgezeigt werden, die weniger apokalyptisch anmutet. So stellen einige AutorInnen fest, dass ein gesundes, stabiles Mediensystem auch die Verbreitung von Desinformation aushält bzw. damit umgehen kann und so gelegentliche Angriffe auf die Presse von politischen Eliten oder anderer AkteurInnen auch nicht sofort die Stabilität eines demokratischen Systems gefährden. (u.a. Bennet, Livingston, 2018)

Die Vertrauens-Lage in Österreich

Die ÖsterreicherInnen sind den Nachrichten gegenüber mäßig skeptisch eingestellt. Laut Digital News Report Network Austria sprechen sogar 39,7% der RezipientInnen von einem allgemeinen Vertrauen in die Medien. 50,7% der befragten ÖsterreicherInnen haben Vertrauen in dasjenige Medium, bei dem sie selbst ihre Nachrichten konsumieren. Allgemeines Misstrauen gegenüber Nachrichten attestierten 27,4% der ProbandInnen. (Gadringer et al., 2020) Der ORF zeichnet sich hier dadurch aus, der Nachrichtendienst mit den besten Vertrauenswerten zu sein. Dennoch ist ein Abwärtstrend sowohl im Rundfunk als auch im Onlinebereich zu beobachten. (Newman et al., 2019)

In Bezug auf die Informationsbeschaffung im Internet sieht die Lage ein wenig anders aus. Tatsächlich geben 39,8% der österreichischen NutzerInnen von Onlinenachrichten an, an ihrer Fähigkeit zu zweifeln korrekt bewerten zu können, ob eine Information im Internet Fakt oder Falschmeldung ist. Zusätzlich haben 46,3% der Befragten ÖsterreicherInnen angegeben, dass sie Informationen auf Social-Media-Plattformen eher in Verdacht haben Desinformation zu enthalten. (Gadringer et al., 2020)

Seit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie Anfang des Jahres 2020 bzw. verstärkt ab März mit dem Beginn des ersten Lockdowns stiegen auch die Vertrauenswerte der Medien. 56% der ProbandInnen des Austrian Corona Panel Project (siehe Kapitel *Austrian Corona Panel Project*) gaben an eher viel oder sehr viel Vertrauen in die Berichterstattung zur Corona-Krise zu haben. Tendenziell stärker ausgeprägt war die Zustimmung bei ÖVP- und Grüne-WählerInnen. FPÖ-affine Befragte gaben an weniger Vertrauen zu haben. Allgemein kann man aber sagen, es gibt bei der Berichterstattung zur Corona-Krise einen Vertrauensbonus innerhalb der Bevölkerung im Gegensatz zu anderen Themen. Wird sich das langfristig auf das allgemeine Vertrauen der ÖsterreicherInnen in den Journalismus auswirken? Oder liegt es nur

an der akuten Krisensituation und der damit verbundenen Unsicherheit? (Prandner, Eberl, 2020)

Mediennutzung in Krisen

During a health crisis, the public depends on the media to convey accurate and up-to-date information in order to make informed decisions regarding health protective behaviours. (Garfin et al., 2020, 355)

Eigentlich sinkt das Vertrauen in etablierte Medien, zugunsten kommerzieller, alternativer Angebote und sozialen Netzwerken laut einigen AutorInnen. (Jones, 2004, Fletcher, Park, 2017) Setzt sich dieser Trend auch während einer globalen Krise fort? Um eine Einschätzung von der Sicherheit auf der Welt zu bekommen, müssen Menschen auf die Medien zurückgreifen. Dazu ist es insbesondere in Krisensituationen wichtig, dass es Medieninstitutionen gibt, denen die Menschen vertrauen. (Henn, Voew, 2015) So ist es möglich eine gemeinsame Realität und einen gemeinsamen Wissensstand zu schaffen. (Taylor, Perry, 2005, Mirbabaie et al., 2020) „Journalismus hat besondere gesellschaftliche Rolle vor allem in Krisenzeiten und ist auch in den Augen der Bevölkerung unverzichtbar.“ (Eberl et al., 2020b, o. S.)

Heutzutage ist es allerdings schwierig von einem kollektiven Informationsfluss von *den Medien an die Gesellschaft* zu sprechen, da es aufgrund der immer mehr werdenden Medienangebote auch zu immer stärkerer Fragmentierung des Publikums kommen könnte. Wir befinden uns in einer Zeit von „high-choice media environments“. (Fletcher, Nielsen, 2017, 476) Dies bedeutet, dass RezipientInnen heute aus viel mehr verschiedenen Medienangeboten auswählen können, als noch vor einigen Jahren und so müssen immer mehr Medienunternehmen – etablierte und alternative – um die Aufmerksamkeit des Publikums konkurrieren. Diese Medienangebote unterscheiden sich auch in Bezug auf ihre Inhalte, sodass befürchtet wird, dass es zu einer Fragmentierung des Publikums kommt und so ein gemeinsamer Wissensstand innerhalb einer Gesellschaft unwahrscheinlicher wird. (Fletcher, Nielsen, 2017) Dies steht im Gegensatz zur oben bereits erwähnten Erkenntnis von Trilling und Schoenbach (2013), dass es in Österreich weniger *Fragmentierung* als *Duplizierung* gibt. Dass also RezipientInnen

mehrere unterschiedliche Nachrichtenquellen nutzen, die sich dann gesamtgesellschaftlich doch soweit überlappen, dass es keine Gruppe gibt, die ausschließlich andere Medien nutzt als der Rest der Gesellschaft. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass die reine Fokussierung auf ein einziges Medium zur Informationsbeschaffung nicht der Realität entspricht und die RezipientInnen größtenteils auch eine Vielzahl der Angebote nutzen, die unsere heutige Medienlandschaft bietet. Alternativ dazu gibt es auch immer RezipientInnen, die das immer größer werdende Informationsangebot nicht nutzen, entweder weil sie keinen ausreichenden Zugang zu Nachrichten haben oder weil sie es aktiv ignorieren und meiden.² (Blekesaune et al., 2012)

Auch in der Corona-Krise wurde eine schnelle, flächendeckende Information der (nationalstaatlichen) Bevölkerung forciert. Dies zeigte sich durch zahlreiche Sondersendungen und detaillierter Berichterstattung, unter anderem des ORF, über alle Vorkommnisse rund um Maßnahmen und Verbreitung der Pandemie. (siehe auch Kapitel *Untersuchungsgegenstand*) Die Reichweite dieser Informationen war sehr hoch. Warum zeigt sich dieser Vertrauensbeweis an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk also genau in Zeiten der Krise und Unsicherheit?

Zwei mögliche Antworten lassen sich daraus ableiten. Nämlich zum einen, dass es in Zeiten einer weltweiten Krise zu mehr Duplizierung kommen kann – vor allem aufgrund der verstärkten Rezeption öffentlich-rechtlicher, etablierter Medien. So könnte aus den Ergebnissen dieser Arbeit darauf geschlossen werden, ob RezipientInnen die Angebote des ORF während der Covid-19-Pandemie stärker nutzen, ob also Duplizierung auftritt und aus welchem Grund bzw. mit welchem Motiv dies geschieht. Zum anderen könnte es auch sein, dass RezipientInnen gerade wegen der Flut an Informationen rund um Covid-19 und seine gesundheitlichen, wirtschaftlichen, sozialen Folgen irgendwann überfordert reagieren und sich eher

² Eine Entwicklung, die dem Demokratieverständnis bzw. der Erhaltung einer modernen Demokratie (siehe Kapitel *Medien und Demokratie*) schadet bzw. die die BürgerInnen daran hindert ihre Aufgabe in der Demokratie zu erfüllen.

abwenden. – Dieses Phänomen wurde auch in Österreich bereits beobachtet und unter dem Begriff *Nachrichtenvermeidung* subsumiert. (siehe Lecheler, Aldering, 2020)

Aber nicht nur die Einschaltquoten der ORF-Nachrichtensendungen dürfen als Indikator gesehen werden – vor allem bei der jüngeren Zielgruppe sind es oft andere Kanäle, die häufig genutzt werden. Mirbabaie et al. (2020) postulieren, dass in der Krisenkommunikation immer öfter auch Social Media eingesetzt wird, weil diese Form der Informationsbereitstellung für Schnelligkeit, Flexibilität und Erreichbarkeit steht. Auch der ORF ist auf Sozialen Netzwerken vertreten und veröffentlicht regelmäßig (ergänzende) Nachrichteninhalte – auch diese könnten bei der Rezeption von Corona-Berichterstattung relevant sein. (o.A., 2020c, o.A., 2020d) „The diffusion of the Internet as a crisis communication tool is still evolving.“ (Taylor, Perry, 2005, 216)

Public Health in den Medien

Gesundheitsthemen sind ein elementarer Teil der Medienlandschaft, vor allem bei öffentlich-rechtlichen Medien. Hier gibt es einen positiven Effekt auf das Nutzungsverhalten, wenn die potenziellen RezipientInnen sie als gesellschaftlich verantwortlich einstufen. (Hodgetts et al., 2007) Journalismus leistet so einen wichtigen Beitrag zur gesamtgesellschaftlichen Gesundheit und zum öffentlichen Diskurs darüber und nimmt gleichzeitig eine Verantwortung ein. Diese umfasst unter anderem eine faktenbasierte, nicht sensationalistische Berichterstattung, die aufklärt, ohne Hysterie zu verbreiten. Die meisten Nicht-ExpertInnen beziehen ihre wissenschaftliche, gesundheitliche Information aus den Massenmedien. (Dahlstrom, 2014, Solin, 2015) Die in den Medien zirkulierten Themen und Beiträge zu Public Health transportieren unter anderem ein öffentliches Narrativ darüber was wünschenswert ist, was verbesserungswürdig ist und gibt (implizit) auch Handlungsanweisungen für die RezipientInnen. (Hodgetts et al., 2007) Solche Nachrichten sind dazu da die RezipientInnen bzw. die Gesellschaft zu informieren, aber gleichzeitig auch zu *erziehen* und zu einem gesellschaftlich wünschenswerten

Ziel zu leiten, sei es durch Fokus auf Prävention, individuelle Verantwortung oder Verhaltensänderungen. Hier spielt auch Vertrauen (siehe Kapitel *Vertrauen in die Medien*) eine wesentliche Rolle.

Die politische Dimension ergibt sich insofern, als das wünschenswerte Verhalten und der gesamtgesellschaftlich *positive Outcome* zunächst definiert werden muss – wobei nicht zuletzt Regierungen und WirtschaftsvertreterInnen eine große Rolle spielen. (Hodgetts et al., 2007) Diese Debatte zeigt sich auch während der Covid-19-Pandemie. Je länger sie dauert und je stärker die Einschnitte seitens der Politik und die daraus resultierenden wirtschaftlichen und sozialen Folgen sind, desto stärker wird auch die Kritik an eben diesen Maßnahmen. Auch seitens der Medien, die zu Beginn noch die Maßnahmen mittrugen, um eben das erwünschte Ziel – niedrige Infektionszahlen und die Bewältigung der Gesundheitskrise – zu erreichen.

In gewöhnlichen, alltäglichen Situationen spielen Gesundheitsnachrichten tendenziell eine untergeordnete Rolle im Gegensatz zu beispielsweise politischen oder wirtschaftlichen Nachrichten. Kommt es allerdings zu Epidemien oder Pandemien rückt das Thema Gesundheit im Kontext der jeweiligen Krankheit sehr in den Vordergrund. So zum Beispiel während der Zikavirus-Pandemie. Dazu führten Sharma et al. (2017) eine Studie durch. Sie schreiben den Medien hierbei eine besondere Bedeutung zu, denn: „Accurate and credible dissemination of correct information about the arbovirus could help in decreasing the pandemic spread and associated apprehension in the population.” (301) Die AutorInnen zeigen außerdem auf, dass Pandemien und Gesundheitskrisen in den letzten Jahren für verstärkte Aktivität in sozialen Netzwerken (wie Facebook, Twitter usw.) sorgten. Hier können schnell und einfach und nahezu barrierefrei Informationen verbreitet werden, was prinzipiell wünschenswert wäre. Leider zeigt diese Studie auch, dass „the misleading posts were far more popular than the posts

dispersing accurate, relevant public health information about the disease.” (301, siehe auch u.a. Waszak et al., 2018)

In einer akuten Krise ist schnelle und breitflächige Informationsverbreitung das Um und Auf, soziale Netzwerke würden die besten Voraussetzungen dafür bieten – wenn es sich um hilfreiche und faktentreue Informationen handelt. Dies ist auch insofern problematisch, als das zum Beispiel in Österreich nahezu die Hälfte der NutzerInnen Bedenken hat Online-Informationen in sozialen Medien richtig beurteilen zu können bzw. zwischen Falschmeldung und Fakten unterscheiden zu können. (Gadringer et al., 2020) Akut war dieses Problem auch schon zu Beginn der Covid-19-Krise – bereits im März appellierte Innenminister Karl Nehammer an die BürgerInnen nur den Informationen der zuständigen Ministerien und öffentlichen Behörden zu vertrauen und warnte vor Falschmeldungen in sozialen Netzwerken. (o.A., 2020h)

Bisher wurden einige Studien zum Informationsverhalten während der Zika-Virus-Pandemie (siehe u.a. Sharma et al, 2017, Klostad et al., 2019, Mitchell, 2019), der Ebola-Epidemie (siehe u.a. Thompson et al., 2017) oder allgemein zu Gesundheitsthemen (siehe u.a. Guidry et al., 2015, Caulfield et al., 2019, Honey et al., 2018, Waszak et al., 2018, Smailhodzic et al., 2016, Cua, Banerjee, 2017) durchgeführt. Für die vorliegende Arbeit wird der Fokus auf die aktuelle Covid-19-Pandemie gelegt.

Covid-19-Pandemie – auch eine Infodemie?

Bei Covid-19 handelt es sich um eine Infektionskrankheit, die durch das Virus SARS-CoV-2 verursacht wird. Ende 2019 wurde die Krankheit erstmalig in Wuhan (China) beschrieben. Von dort aus verbreitete sich das Virus weltweit und sorgte somit für die Covid-19-Pandemie. Die Atemwegserkrankung verbreitet sich vermutlich hauptsächlich über Tröpfcheninfektion und ist höchst ansteckend. In Österreich wurden beginnend mit März 2020 strenge

Sicherheitsmaßnahmen getroffen, um das Virus einzudämmen. (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, 2020)

Obgleich – wie oben beschrieben – in den letzten Jahren Gesundheitskrisen immer wieder auftraten, gab es bisher keine vergleichbare Pandemie mit so weitreichenden Folgen. Seit ihrer Verbreitung ist der Alltag global gesehen von Unsicherheit in wirtschaftlichen und sozialen Fragen geprägt. Gegenwarts- und Zukunftssorgen plagen nicht zuletzt auch die österreichische Bevölkerung. Zu Beginn der Pandemie bzw. während des ersten Lockdowns in Österreich im März 2020 wurden die Maßnahmen der Bundesregierung zur Eindämmung der Pandemie noch positiv aufgenommen und größtenteils unterstützt. Im Herbst 2020 zeigt sich ein anderes Bild – die Kritik an und der Widerwillen gegen die Einschränkungen nimmt zu und nicht nur die finanzielle Sicherheit der ÖsterreicherInnen, sondern auch ihre mentale Gesundheit leidet. (Prainsack et al., 2020) Ein steter Begleiter während der Gesundheitskrise sind die Medien. Darum erfahren diese gerade eine enorme Steigerung an Bedeutsamkeit – passend zum gesteigerten Informationsbedürfnis ihrer RezipientInnen. Nie war unabhängiger, fundierter und faktenbasierter Journalismus wichtiger als jetzt – in Österreich und der ganzen Welt. Wie Gadringer et al. (2020, 10) es im Digital News Report Network Austria beschreiben: „Digitalunternehmen kristallisieren sich als Gewinner des „Lockdowns“ heraus, aber auch die Digitalangebote etablierter Medien konnten von einem (wieder-)entdeckten Interesse an qualitativen journalistischen Angeboten in Zeiten der Ungewissheit und sozialer Isolation profitieren.“

Empirische Forschung zu Medien und Covid-19

Im Zeitraum seit dem Ausbruch der globalen Pandemie haben sich ForscherInnen bereits mit dem Covid-19-Virus beschäftigt und unter anderem auch einige Erkenntnisse bezüglich des Informationsverhaltens und des Einsatzes bzw. der Nutzung von Medien geliefert. So zeigte sich zum Beispiel, dass soziale Netzwerke und das Internet sehr nützlich waren, wenn es um

die Vernetzung zwischen Menschen aus dem Gesundheitsbereich ging. (Mulrennan, Colt, 2020) Andere AutorInnen sprachen zusätzlich zur Pandemie auch noch von einer *Infodemie*, also der globalen Verbreitung von Falschinformationen über die Krankheit – vorrangig über das Internet. (Zarocostas, 2020, Buchanan, 2020, Solomon et al., 2020, Li et al., 2020, Khatri et al., 2020) „One might define an infodemic as a contagious disease infecting our information culture.” (Solomon et al., 2020, 1806)

Dies ist auf mehreren Ebenen problematisch, nicht zuletzt leidet darunter auch das Vertrauen in Gesundheitsinstitutionen und die Medien selbst. Bisherige Studien zur Mediennutzung bzw. Informationsbeschaffung fokussierten sich auf soziale Netzwerke und andere Internetplattformen, wie Facebook, Youtube oder Twitter. (Gottlieb, Dyer, 2020, Hernández-García, Giménez-Júlvez, 2020, Wang et al., 2020, Kouzy et al., 2020, Basch et al., 2020) Die AutorInnen heben zum einen die Relevanz bzw. das Potenzial von sozialen Netzwerken hervor, in so einer Gesundheitskrise schnell Informationen zu verbreiten und eine hohe Zahl an Menschen zu erreichen. Zum anderen betonen sie auch, dass diese Kanäle die Gefahr bergen, dass falsche Informationen oder Verschwörungstheorien rasant zirkuliert werden können. Die Informationen seien zwar da und leicht zugänglich, aber die Verlässlichkeit sei oft fraglich. Hier sehen sie einen Ansatzpunkt für die Zukunft, an Methoden zu arbeiten, um die Informationsverbreitung über soziale Netzwerke vertrauenswürdiger und konstruktiver zu gestalten bzw. dahingehend zu regulieren – zumindest, wenn es um Gesundheitsinformation geht.

Auch die gesundheitlichen, mentalen Folgen von (übermäßiger) Mediennutzung während der Pandemie wurden untersucht. (Sasaki, 2020, Garfin et al., 2020, Gao et al., 2020) Unter anderem wurde festgestellt, dass ständiger Konsum von Krisennachrichten negative Auswirkungen auf die psychische und physische Gesundheit haben kann. Dies deckt sich mit Studien, die zu anderen (Gesundheits-)Krisen durchgeführt wurden. Genauer gesagt kann es zu erhöhtem Stress, Sorgen und Angstgefühlen kommen. Diese Auswirkungen können

sowohl kurz- als auch langfristige Folgen haben. Außerdem kann es zu Panikreaktionen, wie Hamsterkäufen oder nicht notwendigen Arztbesuchen kommen. Entgegenwirken können die Medien indem sie in ihrer Berichterstattung von sensationalistischen, verstörenden, dramatisierten, emotionalen Berichten absehen und sich stattdessen auf faktenbasierte Informationen von verlässlichen Institutionen (z.B. WHO, Ministerien, Gesundheitswesen usw.) fokussieren.

Eine Herausforderung stellen in diesem Zusammenhang soziale Netzwerke dar, da hier Informationen ungefiltert zirkulieren. So zeigten Ergebnisse auch, dass psychische Probleme unter denjenigen Personen, die während der Covid-19-Pandemie viel Zeit auf sozialen Netzwerken verbrachten, besonders stark waren. ForscherInnen halten die Menschen dazu an, ihren Nachrichtenkonsum zu regulieren und gerade während einer Gesundheitskrise, wie der Covid-19-Pandemie, nicht ausufern zu lassen. So würden sie dem Risiko entgehen, durch die Informationsflut Stressreaktionen auszulösen und gleichzeitig die Rezeption von Falschinformation geringhalten, wenn sie sich auf Meldungen von offiziellen Stellen konzentrieren.

Austrian Corona Panel Project

Zur Lage in Österreich forscht seit Ausbruch der Pandemie das Austrian Corona Panel Project (2020). Dabei handelt es sich um ein Projekt (COV20-006) der Universität Wien, welches sich mit gesundheitlichen, ökonomischen und sozialen Aspekten der Corona-Krise beschäftigt. Dabei wurden auch kommunikationswissenschaftlich relevante Daten abgefragt, und zwar im Bereich Mediennutzung (traditionell und soziale Netzwerke), Fake News und Wahrnehmung der Berichterstattung in der Krise. Das Sample ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Die Ergebnisse decken sich auch mit denen der internationalen Studien zum Thema. Zum Beispiel ist das Vertrauen in die Berichterstattung während der Corona-Krise hoch – 56% der ProbandInnen gaben an eher viel oder sehr viel Vertrauen zu haben. Wobei sich hier ein Unterschied nach Art des rezipierten Mediums ergab; RezipientInnen des ORF und der Parteien- und Behördenkommunikation haben tendenziell mehr

Vertrauen als die NutzerInnen von alternativen Nachrichtenseiten und sozialen Medien.

(Prandner, Eberl, 2020) Dies lässt sich auch am Grad der Informiertheit der ProbandInnen erkennen: Am schlechtesten informiert sind ORF-VerweigerInnen und YouTube-NutzerInnen. Wenn man sich allerdings öfter als einmal pro Woche über das Programm bzw. die Angebote des ORF informiert, ist man weniger anfällig für Desinformation. Wirklich desinformiert sind nicht so viele ÖsterreicherInnen, aber dafür ist die Verunsicherung sehr hoch. Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass der ORF gute Arbeit in Bezug auf die Informationsbereitstellung, im Vergleich zu Privatsendern und sozialen Medien, leistet. (Eberl et al., 2020a)

Der ORF ist auch die am meisten genutzte Informationsquelle, wenn es um Nachrichten rund um die Covid-19-Pandemie geht. (Lebernegg et al., 2020) Wie zum Beispiel im Artikel von Garfin et al. (2020) beschrieben, empfinden auch die ÖsterreicherInnen die Nachrichtenflut rund um das Corona-Virus als zeitaufwändig sowie emotional und körperlich belastend. Die negativen Folgen werden hier beschrieben mit Überforderung, Vertrauensverlust in Medien und Politik und erhöhtem Stress. Um dem entgegenzuwirken vermeiden auch ÖsterreicherInnen aktiv die Berichterstattung. Tatsächlich gaben 75% der ProbandInnen an, dies bereits zumindest einmal während der Krise getan zu haben. (Lecheler, Aaldering, 2020)

Diese quantitativ erhobenen, repräsentativen Daten geben bereits einen Einblick in das Informationsverhalten der ÖsterreicherInnen während der Covid-19-Pandemie. In der vorliegenden Arbeit sollen nun dahinterliegende Motive, Gründe sowie individuelle Bewertungen erarbeitet werden.

Resultierende Forschungsfragen

Finally, many questions regarding effective risk communication during a public health crisis, particularly with respect to the use of social media, need further research. (Garfin et al., 2020, 357)

Aus dem ursprünglichen Erkenntnisinteresse und der anschließenden Recherche zum aktuellen Forschungsstand ergeben sich folgende Forschungsfragen, die mittels eines explorativen Zugangs anhand einer Befragung und anschließender qualitativer Inhaltsanalyse der Interviews zu erarbeiten bzw. zu beantworten sind.

FF1: Wie nutzen RezipientInnen die den ORF und seine Informationsangebote während der COVID-19-Pandemie?

Diese erste Forschungsfrage ist eine allgemeine, deskriptive Feststellung eines Zustandes, zum einen wird sie zu Beginn des Leitfadeninterviews abgefragt, zum anderen liefern auch die Daten des Austrian Corona Panel Projects eine stützende Grundlage zur Beantwortung. Dabei sollen sowohl die Kanäle als auch die Motive und der Nutzungsverlauf über die Dauer der Pandemie beleuchtet werden.

FF2: Wie ist das Vertrauen gegenüber dem ORF und seinen Informationsangeboten während der COVID-19-Pandemie?

Hier kommt der explorative Zugang der Studie zum Tragen. Anhand der narrativen Konstruktionen der Befragten soll herausgearbeitet werden, ob Vertrauen besteht, wie es sich äußert, warum es (nicht) besteht und ob und wie es sich gegenüber dem ORF unterscheidet zu dem Vertrauen in Medien allgemein. Vertrauen wird hier, wie bereits im Kapitel *Vertrauen in die Medien* beschrieben, daran festgemacht, ob die RezipientInnen den Informationen des ORF einen Wahrheitsgehalt beimessen und aufgrund der Informationen dort ihr Handeln ausrichten oder die Berichterstattung zumindest als ausreichend empfinden, um über die zentralen Vorgänge Bescheid zu wissen.

FF3: Wie werden der ORF und seine Informationsangebote von RezipientInnen während der COVID-19-Pandemie bewertet?

Anhand von Beispielen und beispielhaften Szenarien soll hier herausgefunden werden, wie der ORF und seine Informationsangebote bewertet werden – dabei geht es allerdings nicht um die Dichotomie bzw. das Spektrum zwischen „positiv“ und „negativ“, sondern ein breiteres Bild, dass auch indirekte Bewertung miteinbezieht und interpretiert.

FF4: Welche Strategien lassen sich aus der Nutzung des ORF und seiner Informationsangebote während der COVID-19-Pandemie für die Zukunft ableiten?

Die letzte Forschungsfrage zielt darauf ab, am Ende der Arbeit Handlungsempfehlungen formulieren zu können. Diese sollen auf den erhobenen Meinungen, Ansichten und Anregungen basieren und so die Perspektiven und Stimmen der RezipientInnen einfangen, wobei auch hier der Fokus nicht nur auf den expliziten Aussagen und konkreten Vorschlägen liegt, sondern auch auf indirekten Hinweisen.

Methodik

Im Anschluss an die theoretische Annäherung an das Forschungsthema sowie die daraus resultierenden Forschungsfragen soll in folgendem Abschnitt das empirische Vorgehen zur Beantwortung ebendieser Fragen beschrieben werden. Um die Methodik abzubilden werden zunächst der Untersuchungsgegenstand und die Erhebungsmethode – das Leitfadeninterview – beschrieben, danach wird die Samplingstrategie und die Datenerhebung skizziert. Zuletzt wird die Auswertungsmethode – die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring – vorgestellt sowie das entstandene Codebuch präsentiert.

Untersuchungsgegenstand

Der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit ist die Nutzung, die Bewertung und das Vertrauen der RezipientInnen in den ORF und seine Berichterstattung (zu Covid-19) während der Covid-19-Pandemie. Um diese Informationen zu erlangen werden Leitfadeninterviews mit RezipientInnen durchgeführt. Bevor das genaue Vorgehen beschrieben wird, erfolgt ein kurzer Umriss der Berichterstattung des ORF (zu Covid-19) während der Gesundheitskrise, seit März 2020.

Im Kapitel *Der ORF* wurde das Medienunternehmen bereits beschrieben, darum soll nur kurz auf die besondere Situation seit Ende Februar 2020 eingegangen werden. „COVID-19 hat auch den ORF verändert: Innerhalb kurzer Zeit wurden Sondersendungen konzipiert, bestehende Formate adaptiert, sinnvolle Kooperationen zwischen den Redaktionen entwickelt und neue, speziell auf die Corona-Krise bezugnehmende Programme und Initiativen auf den Weg gebracht.“ (o.A., 2020b, o.S.)

Auf allen seinen Kanälen (TV, Radio, Internet, Teletext, Social Media) intensivierte der ORF seine Bemühungen möglichst umfangreiche Informationen bereitzustellen. Es gab Sondersendungen sowie Hintergrundreportagen und Magazine auf den Sendern ORF1, ORF2 und ORF3. Hier wird es interessant sein, wie die RezipientInnen diese *Informationsflut*

wahrnehmen und bewerten. Wie bereits in der Einleitung (siehe auch Tabelle 2: *Einschaltquoten* im Anhang) beschrieben, waren die Einschaltquoten der Informationssendungen des ORF im Frühjahr 2020 sehr hoch. Es wurde davon ausgegangen, dass im Verlauf der Krise in der zweiten Hälfte des Jahres die NutzerInnenzahlen wieder zurückgehen. (siehe auch o.A., 2020e) Doch es zeigte sich, dass auch gegen Jahresende das Interesse der RezipientInnen ungebrochen war. Als am 14. November 2020 der zweite *harte Lockdown* verkündet wurde, hielt der ORF einen Marktanteil von 60%. (o.A., 2020f) Trotz hoher Zuwendung zur ORF-Corona-Berichterstattung könnte es auch sein, dass dies nicht automatisch zur positiven Bewertung seitens der RezipientInnen führt. Rezeption ist zum einen kein Garant für Vertrauen (siehe u.a. Tsfati, Cappella, 2003), und die gezeigten Inhalte bzw. der übermäßige Medienkonsum kann sich auch negativ auf die Psyche auswirken (Sasaki, 2020, Garfin et al., 2020, Gao et al., 2020) oder längerfristig zu Nachrichtenvermeidung führen. (Blekesaune et al., 2012, Lecheler, Aaldering, 2020)

Für die Befragung der RezipientInnen zu ihrer Nutzung von und ihrem Umgang mit der Berichterstattung des ORF ist es unerlässlich über die Sonderprogramme und auch die Einschaltquoten (siehe auch Tabelle 2: *Einschaltquoten* im Anhang) bescheid zu wissen. Nur so kann die spezifische *User Experience* seit Beginn der Covid-19-Pandemie abgefragt, eingeordnet und abschließend bewertet bzw. analysiert werden.

Auf FM4, Ö1, Ö3 sowie den Bundesländer-Radios wurde besonderer Fokus auf ein abwechslungsreiches Programm aus Information, Hintergrundrecherche, Unterhaltung, Kultur und Lifestyle gelegt. Zusätzlich zur laufenden Information wurden neue Formate geschaffen, um die HörerInnen zu unterhalten und zu unterstützen. Dies zeigt: „Journalismus ist nicht nur verantwortlich dafür die Bevölkerung zu informieren, sondern auch das soziale Befinden im Blick zu haben.“ (Eberl et al., 2020b, o.S.) Der ORF Teletext und die TvThek boten Informationsmöglichkeiten unabhängig vom Sendeprogramm und wie es das ORF-Gesetz vorschreibt wurde als öffentlich-rechtliches Medium auch auf Inklusion geachtet. So wurden Inhalte auch

untertitelt, in Gebärdensprache oder in einfacher Sprache präsentiert. (o.a., 2020b) Hierbei zeigt sich ein Faktor, der eventuell als Vermeidung der mentalen Überforderung bzw. der Nachrichtenvermeidung implementiert wurde, nämlich die verstärkte Aufnahme von unterhaltenden, auflockernden und unterstützenden Formaten. Nicht nur die Informationsangebote wurden vermehrt, auch *Feel-Good-Elemente* oder *soft news* fanden Einzug, um, wenn gewünscht, den RezipientInnen auch die Möglichkeit zum *Eskapismus* zu bieten.

Ende Februar 2020 wurde im Online-Angebot des ORF der Infopoint geschaffen. Hierbei handelt es sich um eine Informations- und Serviceplattform, die von den Online-RedakteurInnen des ORF mit Informationen rund um das Virus und die Gesundheitskrise bespielt wird. Im März 2020 erreichte dieser Infopoint ca. 25 Millionen Aufrufe. (o.A., 2020c) Auch auf sozialen Netzwerken war der ORF präsent, der Social-Media-Kanal der ZiB ist sowohl auf Facebook als auch auf Instagram das größte österreichische Nachrichtenangebot. Durch die verstärkte Social Media Präsenz wird vor allem die Zielgruppe 18-34 Jahre verstärkt erreicht. (o.A., 2020d) Mit den Online-Angeboten und der TvThek hat der ORF zwei Standbeine, die potenziell auch eine jüngere Zielgruppe erreichen, die sich traditionell eher ungerne an das feste, analoge Fernseh- oder Radioprogramm hält. Ob diese Unterscheidung in der Zuwendung aufgrund der Plattform anhand des Alters der RezipientInnen tatsächlich zutrifft wird sich in der Analyse zeigen.

Den Informationsfluss durch die Berichterstattung ununterbrochen zu gewährleisten war das wichtigste Ziel des ORF während der Covid-19-Pandemie. Eine Maßnahme zur Erreichung dieses Ziels war eine selbstaufgelegte Quarantäne von ca. 240 MitarbeiterInnen des ORF. Am Küniglberg, im Funkhaus, bei Ö3 und in den Landestudios wurden Isolationsbereiche als Wohneinheiten für die MitarbeiterInnen errichtet und ein Schichtbetrieb etabliert, der die Aufrechterhaltung der Sendefähigkeit ermöglichte. Gleichzeitig erlaubte diese Maßnahme auch einige persönliche Einblicke in das Privatleben der JournalistInnen. (o.A., 2020g) Diese Aktion des ORF wird hier beschrieben, da sie auch in der Befragung thematisiert werden soll.

Konkret wird abgefragt, ob sich die RezipientInnen an diese Vorgehensweise erinnern und wenn ja, wie sie diese bewerten. Dieses Beispiel wurde herausgegriffen, da es exemplarisch für die besonderen Handlungsweisen des ORF während der Corona-Krise steht. Gleichzeitig wurde dem Rundherum bzw. dem Hintergrund der Berichterstattung hier auch eine persönlichere, menschlichere Note gegeben, indem das neue *Alltagsleben* der ModeratorInnen und MitarbeiterInnen festgehalten und kommuniziert wurde. So war es den RezipientInnen möglich tiefere Einblicke in das Privatleben und die Persönlichkeit vor allem der ModeratorInnen zu bekommen, die ansonsten nur in ihrer professionellen Rolle auftreten.

Es gab seitens des Medienunternehmens also verstärkt Bemühungen auch während der Corona-Krise attraktiv für die RezipientInnen zu sein oder sogar erhöhte NutzerInnenzahlen zu generieren – den blanken Zahlen nach gelang dies auch. Nun soll in vorliegender Arbeit aber ergründet werden, warum dies so ist und ob gar ein gestärktes Vertrauen seitens der RezipientInnen der Preis für diese Bemühungen ist. Wie beurteilen also die RezipientInnen die Performance des ORF und seiner Berichterstattung seit März 2020?

Erhebungsmethode – Leitfadeninterview

Bei der ersten Ideenfindung war zunächst eine Analyse von Beiträgen über den ORF in sozialen Netzwerken angedacht. Doch bei einer ersten Sichtung des Materials zeigte sich, dass dieser Zugang keine optimale Beantwortung der Forschungsfragen möglich machen würde. Daher wurde die Entscheidung getroffen, Daten durch Diskussionen in Fokusgruppen zu gewinnen. Dies erschien am sinnvollsten, da die ProbandInnen im Rahmen einer Diskussion frei und unter sich (als RezipientInnen des ORFs während der COVID-19-Pandemie) ihre Einschätzungen und Meinungen kommunizieren können. Durch die Anwesenheit anderer DiskutantInnen und die so entstehende Gesprächsdynamik besteht die Chance tiefer in das Thema einzudringen. Im besten Fall hätten zwei bis vier solche Gruppendiskussionen mit möglichst heterogenen TeilnehmerInnen geführt werden sollen. (Schulz, 2012) Doch auch diese

Vorgehensweise musste schließlich aufgrund von Covid-19 verworfen werden. Eine Gruppendiskussion face-2-face wäre nicht oder nur sehr schwierig möglich gewesen – vor allem nachdem am 14. November der zweite harte Lockdown verkündet wurde – und auch die Möglichkeit von Online-Gruppendiskussionen wurde verworfen. Aus diesem Grund wurde schlussendlich das Leitfadeninterview als Erhebungsmethode auserkoren.

Das Leitfadeninterview eignet sich sehr gut dazu „Sinn im Kontext“ (Meyen et al., 2011, 60) zu erfassen. Voraussetzung ist, dass die TeilnehmerInnen bereitwillig über das konkrete Thema sprechen können und dem/r InterviewerIn auch genug Vertrauen entgegenbringen, um das zu wollen. Außerdem ist es für die Durchführung sowohl online als auch face-2-face geeignet. (ebd.) Wie der Name schon sagt, wird diese Art der Befragung anhand eines Leitfadens geführt, der vorab festgelegt wurde. Es handelt sich hierbei um offene Fragen. „Genau wie der Fragebogen bei einer quantitativen Studie vermittelt der Leitfaden zwischen Theorie und Empirie.“ (ebd., 91)

Das heißt es müssen sich im Fragebogen, wenn auch in anderer Form, all jene Inhalte wiederfinden, die zur Beantwortung der Forschungsfragen notwendig sind. Wichtig ist es dabei im Leitfaden komplexe Konstrukte und Konzepte herunterzubrechen, sodass ein Laie damit etwas anfangen kann. Gleichzeitig dient der Leitfaden auch dem/der InterviewerIn als Stütze. Die Erstellung erfolgt in drei Schritten: Festlegung der Themen, Formulierung der Fragen und Festlegung der Reihenfolge. Am Beginn sollte hierbei eine Eisbrecherfrage stehen, um das Gespräch aufzulockern und so angenehm zu starten und auch in weitere Folge ist darauf zu achten das Gegenüber zum Reden anzuregen, Dinge zu hinterfragen und flexibel zu reagieren. Sehr gut geeignet sind hier auch hypothetische Szenarien und indirekte Fragen. (ebd.) Die Eisbrecherfrage der folgenden Studie lautete: *Wenn Sie an einen ganz normalen Tag denken, welche Medien nutzen Sie da? Von in der Früh bis abends, um sich zu informieren?* In Folge dessen wurde nach der spezifischen Mediennutzung seit Beginn der Corona-

Krise gefragt. Danach wurde der Fokus auf die Nutzung und Bewertung von und das Vertrauen in die Berichterstattung des ORF als Medienunternehmen sowie die Wahrnehmung der JournalistInnen gelegt. Dazu wurden auch hypothetische Szenarien kreiert bzw. Dabei wurden auch konkrete Maßnahmen und Aktionen, wie sie im Kapitel *Untersuchungsgegenstand* beschrieben sind, thematisiert. Die *Quarantäne am Königlberg* stand hierbei exemplarisch für außergewöhnliche Maßnahmen, die erhöhten Einschaltquoten und Sonderprogramme wurden ebenso angesprochen. Auch das Vertrauen in Medien allgemein wurde beleuchtet, um einen Referenzpunkt zu haben. Gegen Ende wurde resümiert und die ProbandInnen äußerten etwaige abschließende Kritik, Wünsche und Verbesserungsvorschläge. Der gesamte Leitfaden befindet sich Anhang.

Nach Mayring (2002) handelt es sich bei den durchzuführenden Interviews um problemzentrierte Interviews, also eine offene, halbstrukturierte Befragungsform, die sowohl den Befragten als auch der/dem InterviewerIn Freiheiten zugesteht. Das heißt es gibt keine Antwortvorgaben und der Fragenkatalog kann flexibel an die Situation angepasst werden. „Das Interview lässt den Befragten möglichst frei zu Wort kommen, um einem offenen Gespräch nahe zu kommen. Es ist aber zentriert auf eine bestimmte Problemstellung, die der Interviewer einführt, auf die er immer wieder zurückkommt.“ (ebd., 67) Bei der Formulierung der Fragen wurde darauf geachtet das Erkenntnisinteresse, also die Forschungsfragen, abzudecken. Zugleich wurde auch der bisherige Forschungsstand bei der Fragengenerierung berücksichtigt. Dies kam vor allem bei den Fragen nach dem Vertrauen der RezipientInnen zum Tragen. (Verwendete Studien waren u.a. Prochazka, Schweiger, 2019, Daniller et al., 2017, Kioussis, 2001, Ladd, 2010)

Pretest des Leitfadens

Mit einem ersten Entwurf des Fragebogens wurde ein Pretest durchgeführt. Dazu wurde mit dem Leitfadenentwurf ein Probeinterview mit einer Kollegin geführt, um die Effektivität und

Kompetenz des Leitfadens zu testen. Anschließend wurde überprüft, ob anhand der Antworten auf die Fragen die Forschungsfragen abgedeckt wurden. Unklare Fragen und Fragen ohne Erkenntnisgewinn wurden entfernt oder umformuliert, sodass dann mit einem optimierten Untersuchungsinstrument ins Feld gegangen werden konnte.

Untersuchungsdesign

Im Anschluss an die theoretische Aufarbeitung des Erkenntnisinteresses und der Gestaltung des Instruments konnte mit der Feldphase begonnen werden. Der Forschungsprozess soll möglichst genau und transparent dokumentiert werden, um den Gütekriterien qualitativer Forschung zu genügen, die ja nicht anhand von statistischen Kennzahlen gemessen werden können. (siehe Mayring, 2002, 144ff., auch Meyen et al., 2011, 47f.) Die genauere Auseinandersetzung mit den Gütekriterien bzw. deren Erfüllung erfolgt im Kapitel *Limitationen und Ausblick*.

Samplingstrategie

Auch wenn es bei der qualitativen, explorativen Forschung nicht darum geht anhand der Ergebnisse auf eine Grundgesamtheit schließen zu können, das heißt repräsentative, allgemeingültige Ergebnisse zu erzielen, stellt sich auch hier die Frage des Samplings. Hierbei geht es um den Prozess der Datenauswahl, also darum welche Fälle ausgewählt und beobachtet werden, ob diese Auswahl durch eine kontrollierte Strategie passiert oder durch Zufall und ob und wie die getroffene Auswahl Aussagen über eine größere Population oder Grundgesamtheit erlaubt. (Thompson, 2012) Im konkreten Fall der vorliegenden Arbeit geht es um die Auswahl derjenigen Personen, mit denen dann ein Interview zu ihrem Vertrauen in den ORF während der Covid-19-Pandemie geführt werden soll. Das Ziel dieser Arbeit ist es nicht am Ende allgemeingültige Aussagen über beispielsweise das Vertrauen *der ÖsterreicherInnen* in den ORF während der Pandemie zu treffen. Vielmehr geht es darum individuelle,

dahinterliegende Gründe und Motivationen herauszuarbeiten, auf Basis deren sich dann Hypothesen bilden lassen, die in einer allfälligen quantitativen Untersuchung geprüft werden können. Darum spielte bei der Fallauswahl die Repräsentativität für die Grundgesamtheit der österreichischen Bevölkerung keine Rolle – wenngleich dennoch eine gewisse Ausgewogenheit in Bezug auf gewisse soziodemografische Faktoren (Geschlecht, Alter, usw.) gewünscht war, um allgemeine Trends feststellen zu können.

Bevor man also ins Feld geht stellt sich auch bei qualitativer Forschung die Auswahlfrage. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten. Bei der theoretischen Auswahl dienen der Forschungsstand und der theoretische Hintergrund als Basis. Die daraus abgeleiteten Kriterien dienen somit als Stütze bei der Suche nach *Fällen*. Das Schneeballverfahren hingegen eignet sich für unbekannte Felder. Hier beginnt der/die ForscherIn bei einem/r TeilnehmerIn und verlässt sich auf deren/dessen Empfehlungen für weitere TeilnehmerInnen. Eine Vollerhebung ist im Falle einer sehr kleinen, überschaubaren Grundgesamtheit möglich. In einigen Fällen, wie in der vorliegenden Arbeit, kann es auch sinnvoll sein im Vorhinein einen sogenannten Quotenplan zu erstellen, der auf gewissen Kriterien (z.B. Alter, Geschlecht, Bildung usw.) beruht. (Meyen et al., 2011)

Dieses Vorgehen machte für die vorliegende Arbeit Sinn, da es sich bei der Zielgruppe der Studie um die RezipientInnen des ORF handelt – eine durchaus umfangreiche Population. Daher wurde zunächst angestrebt 12 bis 18 Personen zu befragen. Geachtet werden sollten auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis und auf eine Altersverteilung. Dem Plan nach sollten Personen bis 24 Jahre, Personen zwischen 25 und 50 Jahren sowie Personen über 50 Jahre in einem ausgewogenen Verhältnis befragt werden.

Datenerhebung: Untersuchungszeitraum, Untersuchungsgegenstand und Stichprobe

Nach der Erstellung der Samplingstrategie konnte die Feldphase beginnen. Es wurde kein strenger Untersuchungszeitraum festgelegt, da dies für die Fragestellung nicht vonnöten war. Die ersten Interviews fanden ab Mitte November 2020 statt und die letzten folgten Anfang Jänner 2021.

Aufgrund der aktuellen Situation mit Covid-19 und den damit einhergehenden Maßnahmen gestaltete sich die Rekrutierung von ProbandInnen als Herausforderung. Daraus resultierte eine Rekrutierung im erweiterten Bekanntenkreis der Autorin, wobei enge Familienmitglieder und FreundInnen ausgespart wurden.

Wichtigstes Kriterium für die Auswahl war, dass die Informationsangebote des ORF während der Corona-Krise in irgendeiner Art und Weise genutzt wurden. Die meisten Interviews fanden online statt, was dazu führte, dass die ersten acht Interviews ausschließlich mit Personen unter 50 Jahren geführt wurden, wobei zumindest die Geschlechterausgewogenheit bewahrt wurde. Hier begannen sich die angesprochenen Themen bereits zu wiederholen, so dass die theoretische Sättigung näher rückte. „Eine theoretische Sättigung ist dann erreicht, wenn ForscherInnen durch neu ausgewertete Fallbefunde keinen Anlass sehen, die erstellte Theorie, welche eine innere Logik eines oder mehrerer Typen erklärt, noch einmal zu verändern.“ (Brüsemeister, 2008, 31, siehe auch u.a. Meyen et al., 2011)

Die ältere Zielgruppe zu erreichen gestaltete sich hingegen herausfordernd, was durch den verschärften Lockdown ab 14. November 2020 verstärkt wurde. Schlussendlich konnten Anfang Jänner doch noch Interviews mit Personen über 50 Jahren geführt werden und so auch neue Perspektiven Einzug in die Untersuchung finden. Insgesamt wurden vier Personen über 50 Jahre befragt, zwei davon weiblich, zwei männlich. Grundsätzlich wurden die Interviews als Einzelgespräche geführt, eines wurde aber mit einem Ehepaar durchgeführt, die beiden ProbandInnen nahmen zeitgleich teil und gaben abwechselnd Antwort auf die Fragen, um diese dann auch gesondert verarbeiten zu können.

Alles in allem kann man sagen, das Thema der Arbeit – also die Covid-19-Pandemie – erschwerte die Durchführung der Studie und die zuvor ausgearbeitete Samplingstrategie konnte nur zum Teil erfüllt werden.

Die endgültige Stichprobe setzt sich wie folgt zusammen. (siehe Tabelle1: Stichprobe)

Tabelle 1: Stichprobe

Gesamt	12 Personen
Geschlecht	männlich: 6 Personen weiblich: 6 Personen
Alter	bis 24 Jahre: 5 Personen 25-49 Jahre: 3 Personen über 50 Jahre: 4 Personen
politische Einstellung	stark links: 0 Personen eher links: 7 Personen Mitte: 4 Personen eher rechts: 0 Personen stark rechts: 1 Person
Ausbildung	Matura: 7 Personen Hochschulabschluss: 5 Personen

Datenaufbereitung

Die Interviews wurden mit dem Einverständnis der ProbandInnen aufgezeichnet und anonymisiert transkribiert, um sie im Anschluss mit einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring analysieren zu können. Da für die vorliegende Arbeit vor allem der Inhalt und die Themen des Interviews von Bedeutung waren, wurde ein einfaches wissenschaftliches Transkript erstellt. Das heißt das Gesprochene wurde realitätsgetreu verschriftlicht. Die einzigen Korrekturen, die vorgenommen wurden, waren die Übersetzung von Dialekt in hochdeutsche

Sprache, um die Lesbarkeit zu erleichtern. Der Satzbau, Wortabbrüche und fehlerhafte Ausdrücke wurden so wiedergegeben, wie sie stattfanden. Seufzen, Pausen, Lachen und dergleichen wurden ebenso berücksichtigt und auch interaktive Elemente fanden Einzug, wenn es möglich war. (Fuß, Karbach, 2019) Durch die über Skype geführten Interviews war diese Interaktivität jedoch ein wenig beeinträchtigt. Im Endeffekt entstand eine wörtliche, kommentierte Transkription, die aus einer literarischen Umschrift im gebräuchlichen Alphabet besteht, bei der aber Dialektausdrücke in normales Schriftdeutsch übersetzt wurden. Individuelle Sprachmuster der einzelnen ProbandInnen finden sich also auch im Transkript. (Mayring, 2002)

Die Transkripte wurden mit dem Programm f4-Transkript erstellt und anschließend als Textdatei in das Analyseprogramm MAXQDA zur weiteren Verarbeitung eingespeist.

Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring

Die Deskription, die exakte und angemessene Beschreibung des Gegenstandes, ist ein besonderes Anliegen qualitativ orientierter Forschung. (Mayring, 2002, 85)

Um das gesammelte Material nun zu analysieren wurde die qualitative, inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring als geeignete Methode herangezogen.

Bei der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring werden Texte systematisch und regelgeleitet analysiert. Das Kategoriensystem, das am Ende der Analyse steht, speist sich sowohl aus der Theorie als auch aus dem Material. Die einzelnen Haupt- und Unterkategorien stellen dabei diejenigen Aspekte dar, die für das Erkenntnisinteresse bzw. die Beantwortung der Forschungsfragen relevant sind. (Mayring, 2002, siehe auch Mayring, 2010) „Durch diese Systematik unterscheidet sich die Inhaltsanalyse von der stärker interpretativen, hermeneutischen Bearbeitung von Textmaterial.“ (ebd., 114)

Die strukturierende Form der Inhaltsanalyse wurde gewählt, da sie erlaubt das Material aufgrund bestimmter Kriterien zu beurteilen. Eine systematische, theoriegeleitete Bearbeitung

der gesammelten Interview-Transkripte ergibt sich durch die Ableitung der Hauptkategorien aus der Literatur bzw. aus den Forschungsfragen. (ebd.) In die Praxis umgesetzt bedeutet dies, dass die transkribierten Interviews zunächst anhand der vier aus den Forschungsfragen abgeleiteten Hauptkategorien strukturiert wurden. Diese vier Hauptkategorien lauten:

- *Nutzung der ORF-Angebote (während der Corona-Krise)*
- *Vertrauen gegenüber dem ORF (während der Corona-Krise)*
- *Bewertung der ORF-Angebote (während der Corona-Krise)*
- *Verbesserungsvorschläge*

Anhand des, nach diesen Hauptkategorien strukturierten, Materials wurden im nächsten Schritt induktiv Subkategorien entwickelt. Hierbei wurde aber davon abgesehen beispielsweise nur Antworten auf die Frage nach Vertrauen in die Kategorie *Vertrauen gegenüber dem ORF* zu codieren, sondern auch Antworten oder Teile von Antworten zu berücksichtigen, die das Konzept Vertrauen nur implizit behandeln oder dahingehend interpretiert werden können.

Als nächster Schritt wurden alle Textteile, die der Hauptkategorie *Vertrauen gegenüber dem ORF* zugeordnet wurden, gesammelt betrachtet und erneut systematisch durchgegangen. Dabei wurden aus prägnanten Aussagen und wiederkehrenden Mustern Subkategorien gebildet. Ein offenes Vorgehen wurde hier angestrebt, um möglichst alle Aspekte des (Nicht)-Vertrauens in den ORF einzufangen, die die ProbandInnen von sich gaben. Am Ende dieses Vorganges standen zahlreiche Subkategorien, die nun in einem letzten Schritt verdichtet, zusammengefasst oder verworfen wurden. Abschließend wurde erneut überprüft ob die definierten Subkategorien nun das gesamte, unter der Hauptkategorie subsumierte, Material repräsentierten.

Dieses Vorgehen wurde auch für alle anderen Hauptkategorien wiederholt, bis ein vollständiges Kategoriensystem vorhanden war. Dieses wurde nun final erneut auf das gesamte Material angewandt, um seine Passgenauigkeit zu prüfen bzw. noch geringfügige Änderungen vorzunehmen.

Das Kategoriensystem wurde also nicht als starres Konstrukt wahrgenommen, in das man das Material presst, sondern es sollte sehr wohl noch möglich sein, neue Subkategorien zu bilden oder sie umzubenennen. In der Erstellung des Kategoriensystems wurden also sowohl deduktive, aus der Theorie abgeleitete als auch induktiv aus dem Material abgeleitete Kategorien erstellen. Dies gewährleistete eine Passung des Kategoriensystems an das Material. (siehe u.a. Mayring, 2010)

Das so entstandene Codebuch wird folgend kurz beschrieben.

Codebuch – Kategoriensystem

Wie bereits im vorigen Abschnitt beschrieben, wurden die Hauptkategorien aus den Forschungsfragen abgeleitet. Es folgt ein Umriss der Hauptkategorien und ihrer Subkategorien. Das vollständige Kategoriensystem, inklusive Codier-Anweisungen und Beispielen, befindet sich im Anhang. (siehe Tabelle 3: *Kategoriensystem*) Es handelt sich um ein kleinteiliges Kategoriensystem, da die Subkategorien induktiv aus dem Material erstellt wurden und eine zu starke Zusammenfassung vermieden werden sollte, um sich in der Analyse nicht zu weit vom Material zu entfernen. Dennoch wurde darauf geachtet, dass die einzelnen Kategorien trennscharf und eindeutig sind. Die Analyse wurde mit dem Programm MAXQDA durchgeführt.

Nutzung der ORF-Angebote (während der Covid-19-Krise)

Diese erste Kategorie behandelt das Nutzungsverhalten der ProbandInnen. Wie bereits beschrieben, erhielten der ORF und seine Angebot im Zuge der Corona-Krise starken Zulauf.

Ob dieses Phänomen auch die ProbandInnen betraf, wurde ergründet, indem nach der allgemeinen *Mediennutzung* und etwaigen Änderungen seit März 2020 gefragt wurde. Zudem wurden die Antworten der ProbandInnen nach der *Plattform* strukturiert, auf der die Berichterstattung des ORF genutzt wurde (Fernsehen, Radio, Online). Schlussendlich fielen unter die Hauptkategorie auch noch die *Motive* für die Zuwendung zu bzw. Rezeption von ORF-

Inhalten. Denn „obtaining information about the world is just one motivation for watching the news”. (Tsfati, Capella, 2003, 519)

Somit erhielt die Hauptkategorie *Nutzung der ORF-Angebote* drei Subkategorien, die jeweils noch in weitere Subkategorien gegliedert wurden. (siehe Abbildung 1: *Nutzung der ORF-Angebote*)

Abbildung 1. Nutzung der ORF-Angebote



Vertrauen gegenüber dem ORF (während der Covid-19-Krise)

Die Hauptkategorie *Vertrauen gegenüber dem ORF* enthält all jene Textstellen, die Hinweise auf Vertrauen in den ORF bzw. die Thematisierung davon enthalten. Woran wurde dies nun festgemacht? Zum einen verwendeten die ProbandInnen beispielsweise Worte wie *Vertrauen*, *vertrauenswürdig*, *zuverlässig* – jene Textstellen wurden dieser Hauptkategorie zugeordnet. Zum anderen zeigt die Forschung, dass die Menschen sich dem zuwenden, dem sie vertrauen. (u.a. Tsfati, 2010) Somit konnten hier auch Aussagen berücksichtigt werden, die sich darauf bezogen, dass der ORF eine relevante bzw. wiederkehrende oder Standardquelle sei.

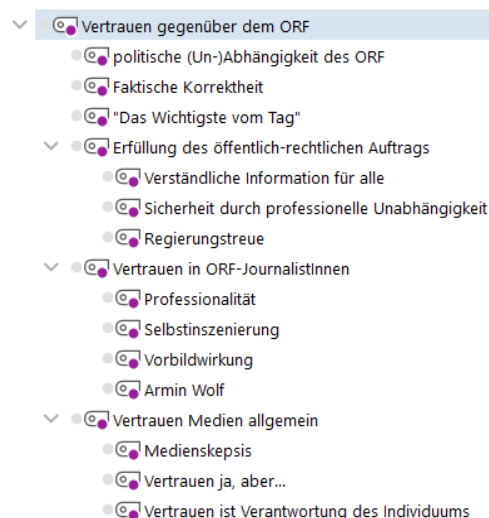
Gleichzeitig gehört zu Vertrauen beispielsweise das Risiko aufgrund der erhaltenen Informationen falsche Entscheidungen zu treffen. (u.a. Prochazka, Schweiger, 2019) Um die Zuverlässigkeit einer Information bewerten zu können, wenden RezipientInnen Heuristiken an. Empfindet jemand die Quelle als vertrauenswürdig, so wird auch der vermittelte Inhalt so

bewertet. (van Dalen, 2020) Das heißt, wenn RezipientInnen ihr Handeln auf die Berichterstattung des ORF ausrichten bzw. sich an sie wenden, um das zu erfahren was wichtig (zu wissen) ist, spricht das für Vertrauen.

Als Referenzpunkt für das Vertrauen in den ORF wurde auch nach dem Vertrauen in Medien allgemein gefragt. Tendenziell zeigen Menschen ein größeres Medienvertrauen, wenn sie nach konkreten Medienunternehmen bzw. Angeboten gefragt werden, anstatt nach ihrem Vertrauen in die Medien allgemein. (Daniller et al., 2017) Somit wurde die Subkategorie *Vertrauen Medien allgemein* eingeführt, um den Kontext, indem das Vertrauen in den ORF steht, zu ergründen. Außerdem nehmen RezipientInnen die Vertrauenswürdigkeit von Medien auf verschiedenen Ebenen wahr – auf der Ebene des Medienunternehmens (als Institution) und auf der Ebene der einzelnen AkteurInnen (JournalistInnen, ModeratorInnen, MitarbeiterInnen usw.). (Fawzi, Obermaier, 2019)

Die Antworten rund um das Vertrauen gegenüber dem ORF wurden demnach gegliedert in das Vertrauen gegenüber dem ORF als (öffentlich-rechtliche) Institution und gegenüber seiner JournalistInnen. Somit gibt es hier sechs Subkategorien, von denen sich drei noch weiter aufgliedern. (siehe Abbildung 2: Vertrauen gegenüber dem ORF)

Abbildung 2: Vertrauen gegenüber dem ORF



Bewertung der ORF-Angebote (während der Corona-Krise)

An individual might choose to get news from a source they do not trust, just to stay in touch with the mainstream interpretation of reality, to have a topic of conversation to talk with their coworkers, or simply to pass the time. (Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga, 2017, 717)

Wenden sich die RezipientInnen vielleicht gar nicht verstärkt an den ORF, weil sie seiner Berichterstattung vertrauen, sondern haben andere Gründe? Ob dies auf die ProbandInnen der vorliegenden Studie zutrifft, kann nachempfunden werden, indem man die Nutzung von und das Vertrauen in den ORF und seine Berichterstattung in Beziehung setzt mit der Bewertung ebendieser Angebote. Dabei wurden sowohl Bewertungen, die sich allgemein auf die gesamte Berichterstattung des ORF seit März 2020 bezogen, als auch Bewertungen konkreter Inhalte herangezogen. Entstanden sind schließlich sieben Subkategorien, wovon eine noch weiter aufgeteilt wurde. (siehe Abbildung 3: Bewertung der ORF-Angebote)

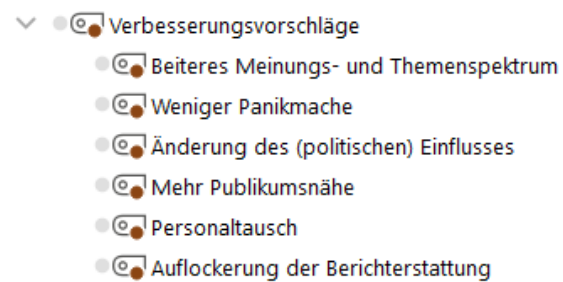
Abbildung 3: Bewertung der ORF-Angebote

- ▼ ● Bewertung der ORF-Angebote während der Corona-Krise
 - Neutralität als positiver Faktor
 - Kompakte Social-Media-Übersicht
 - Stimmen von ExpertInnen
 - Fokus auf Covid-19 zu stark
 - ORF wirkt verloren/langsam bei akuten Ereignissen
 - Zu viel Selbstdarstellung
- ▼ ● Einwirkung auf die Wahrnehmung der Pandemie
 - Panikmache
 - ORF als Ruhepol

Verbesserungsvorschläge

Die letzte Hauptkategorie bezieht sich schließlich auf Änderungswünsche und Verbesserungsvorschläge der ProbandInnen. Ihre Anregungen, was man seitens des ORF, seiner VerantwortungsträgerInnen und seiner JournalistInnen in Zukunft besser machen könnte, ließen sich in sechs Subkategorien strukturieren. (siehe Abbildung 4: Verbesserungsvorschläge.)

Abbildung 4: Verbesserungsvorschläge



Auswertung und Ergebnisse

Einleitend wird im Ergebnisteil die Untersuchung allgemein umrissen, danach werden die Forschungsfragen beantwortet.

Allgemein lässt sich sagen, dass die ProbandInnen der vorliegenden Studie tendenziell starke ORF-NutzerInnen oder *ORF-Fans* sind, zumindest während der Covid-19-Pandemie. Die große Unsicherheit rund um das Virus, seine Verbreitung und seinen (wirtschaftlichen, gesundheitlichen, sozialen) Folgen werden allgemein als Faktor in der verstärkten Zuwendung zum ORF genannt. Den harten Zahlen und Fakten sowie den zahlreichen Expertenstimmen in der Berichterstattung wird grundsätzlich vertraut. Seine Funktion als öffentlich-rechtliches Medium in Bezug auf Information erfüllt der ORF laut den meisten ProbandInnen. Kritik bezieht sich wider Erwarten kaum auf die Gis-Gebühren und nur teilweise auf die politische Abhängigkeit des Medienunternehmens. Zentraler steht hier die teilweise empfundene Selbstinszenierung einiger AkteurInnen und die Fokussierung auf Themen rund um Covid-19. Änderungswünsche beziehen sich auf die Änderung des politischen Einfluss bzw. seine Vermeidung, ein breiteres Meinungs- und Themenspektrum sowie mehr Publikumsnähe in der Programmgestaltung.

Ein Faktor bzw. eine Erklärung für das prinzipiell hohe Vertrauen und die vorwiegend positive Bewertung des ORF und seiner Berichterstattung ist hierbei sicherlich die Zusammensetzung der Stichprobe. Zwar ergab sich eine gewisse Ausgewogenheit hinsichtlich Alter, Geschlecht und höchstem abgeschlossenen Bildungsgrad, in Bezug auf die politische Einstellung gelang dies jedoch nicht. Es gibt einen starken Überhang links der Mitte. Nur ein Proband schätzt seine politische Einstellung als *stark rechts* ein, alle anderen TeilnehmerInnen identifizieren sich als eher links (7 Personen) oder der politischen Mitte zugehörig (4 Personen). Es könnte sein, dass die Ergebnisse der vorliegenden Studie dadurch tendenziell positiver für den ORF und (etablierte) Medien allgemein ausfallen, denn die politische Einstellung

korreliert mit der Einstellung gegenüber (etablierten) Medien. Tendenziell neigen konservativ eingestellte Menschen eher zu Misstrauen gegenüber etablierten Medien und der verstärkten Nutzung alternativer Medienangebote, als liberal eingestellte Personen. (siehe u.a. Ladd, 2010, Tsfati, Cappella, 2003) Auch in Bezug auf Bildung handelt es sich um eine eher homogene Gruppe. In der Stichprobe befinden sich nur Personen, die mindestens die Matura (5 Personen) oder einen Hochschulabschluss (7 Personen) haben. Dies soll auch bei der Beantwortung der Forschungsfragen mitbedacht und in der anschließenden Diskussion thematisiert werden.

Beantwortung der Forschungsfragen

Es folgt die Beantwortung der einzelnen Forschungsfragen, anhand des ausgearbeiteten Kategoriensystems. Zur Verdeutlichung werden Zitate aus den durchgeführten Interviews angeführt.

FF1: Wie nutzen RezipientInnen den ORF und seine Informationsangebote während der Covid-19-Pandemie?

In der Befragung nannten die ProbandInnen beinahe alle Kanäle des ORF – also Radio, Fernsehen, TvThek, orf.at und soziale Netzwerke – bei der Frage nach ihrer Mediennutzung. Am häufigsten informieren sich die Befragten über konkrete Nachrichten- oder Sondersendungen (ZiB, ZiB2, ZiBSpezial) im analogen Fernsehprogramm oder über die TvThek, unabhängig von Alter oder Geschlecht. Orf.at und Radio (Ö1, Ö2, Ö3) wurden seltener genannt, werden aber auch genutzt.

Jüngere ProbandInnen (Altersgruppe bis 24 Jahre) gaben zum Teil an, ORF-Inhalte auch über soziale Netzwerke – z.B. das Instagram-Profil der Zeit im Bild – zu verfolgen. Auch die Website orf.at erfreut sich vor allem bei dieser Gruppe großer Beliebtheit, genauso wie die TvThek, in der Sendungen beliebig abgerufen werden können. Das könnte dadurch bedingt sein, dass soziale Netzwerke allgemein zum Alltag jüngerer Personen gehören und

klassische Medien durch den Ausbau ihrer Social-Media-Präsenz (siehe Kapitel *Untersuchungsgegenstand*, o.A., 2020d) verstärkt versuchen, die Zielgruppe der 14-29-jährigen dort abzuholen. Außerdem wurden junge Erwachsene heutzutage in einer Medienlandschaft sozialisiert, die viel stärker durch *Information und Unterhaltung on demand* geprägt ist, als es bei den Generationen davor der Fall war. Somit ließe sich auch die Affinität gegenüber zeit- und ortsunabhängigem Nachrichtenkonsum erklären.

Bei den älteren ProbandInnen (Altersgruppe 50+) dominieren klassisches Fernsehen und Radio. Das geht konform mit bisherigen Studienergebnissen, die zeigen, dass lineare Medienangebote für die ältere Zielgruppe nach wie vor hohe Bedeutung haben. (siehe u.a. Egger, van Eimeren 2019)

Die Zeit im Bild bzw. die ZiB2 werden sowohl von jüngeren als auch älteren InterviewpartnerInnen regelmäßig rezipiert. Damit zeigt sich, dass traditionelle Medienangebote, wie sie der ORF liefert, zumindest in Zeiten der Krise als wichtige Informationsquelle empfunden werden. Der Großteil der ProbandInnen berichtete von einer verstärkten Mediennutzung und einem gestiegenen Informationsbedürfnis aufgrund der Unsicherheit und Neuartigkeit der Situation seit Ausbruch der Covid-19-Pandemie, das auch durch Angebote des ORF gestillt wurde.

Ja, sehr stark. Also ich hab ‘ gemerkt, dass vor allem beim ersten Lockdown hab ich mich sehr stark über ZiB informiert. Gar nicht so über die, die [ahm] Zeitungen, sondern viel mehr über die ZiB eigentlich. Also die habe ich da regelmäßig geschaut und das habe ich vor der Krise nicht gemacht. (w_bis24, Pos. 8)

Während der Covid-19-Pandemie kam es also eher zur Duplizierung, denn zur Fragmentierung der österreichischen MediennutzerInnen. Damit ist gemeint, dass zwar pro Person unterschiedliche Medienangebote genutzt wurden, dennoch gab es eine Überschneidung. (siehe u.a. Trilling, Schoenbach, 2013) Diese dürften im Falle der Covid-19-Pandemie eben

die Angebote des ORF darstellen, die laut Angaben der ProbandInnen zum Teil erst mit Beginn des ersten Lockdowns vermehrt rezipiert wurden.

Trotz des großen Zuspruchs bzw. der gesteigerten Nutzung zu Beginn des ersten Lockdowns im März 2020 berichteten einige ProbandInnen – vor allem junge Frauen – von einer Abflachung der Mediennutzung in der zweiten Hälfte des Jahres 2020.

Und vor allem wie dann, nach dem ersten weiß nicht. Also in der Zeit wo dann alle auch gleichzeitig, also nicht nur informiert haben, sondern auch gleichzeitig angefangen haben zu diskutieren und wer wo was die Schuld hat und dies und das also wie es in die Phase übergegangen ist war es dann einfach, also für mich persönliche weniger hilfreich und mehr einfach nur zu viel. (w_bis24, Pos. 10)

B: Mittlerweile ist es eher so, dass ich es meide, wenn jetzt irgend...Also, macht das Sinn?

I: Mhm. Warum ist das so?

B: Weil ich irgendwie das Gefühl gehabt habe es ist zu viel. Also es war kein Informationsgewinn mehr, sondern einfach nur Unruhestiftung. (w_25-49, Pos. 9-12)

Gründe dafür könnten in einer Überforderung mit der *Informationsflut* liegen, die zur mentalen Belastung wurde und schließlich in bewusste *Medienvermeidung* mündete. Diese psychische Belastung aufgrund zu starker Exponierung wurde auch schon in anderen Ländern beobachtet (siehe Sasaki, 2020, Garfin et al., 2020, Gao et al., 2020) und die anschließende Medienvermeidung wurde sowohl in Österreich (siehe Lecheler, Aaldering, 2020) als auch international (siehe u.a. Blekesaune et al., 2012) beschrieben.

Eine alternative Erklärung für die Abflachung der Zuwendung zur Berichterstattung rund um Covid-19 könnte sein, dass sich aufgrund der Entspannung der Gesundheitskrise in den Sommermonaten 2020 auch die empfundene Unsicherheit verringerte. Erst im Herbst verschärfte sich die Situation wieder. Allgemeine Verdrossenheit mit der *neuen Normalität*, die der Ausbruch der Pandemie einläutete, könnte ebenfalls ein Grund dafür sein, dass RezipientInnen weniger Bedürfnis nach *hard news* haben und sich vielleicht eher unterhaltenden Inhalten zuwenden. Eskapismus bzw. Unterhaltung oder Ablenkung könnte deshalb als Motivation für Mediennutzung in den Vordergrund gerückt sein. Diese Bedürfnisse könnten potenziell durch andere Medien oder Kanäle befriedigt werden.

Die Berichterstattung des ORF zu Covid-19 wurde und wird von den ProbandInnen nämlich dezidiert genutzt, um über harte Zahlen und Fakten zu erfahren - dies stellt das Hauptmotiv dar. Unterhaltung oder Ablenkung nehmen eine untergeordnete Rolle ein. Die Erkenntnis von Eberl et al. (2020b), nämlich, dass rund zwei Drittel der ÖsterreicherInnen die journalistische Rolle des/der EntertainerIn während der Corona-Krise als sehr oder extrem wichtig einstufen, deckt sich nicht mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie. Keine/r der InterviewpartnerInnen gab an, sich an den ORF dezidiert für Unterhaltung zu wenden, obwohl bei der Programmgestaltung auch auf *soft news* und unterhaltende Elemente geachtet wurde. (siehe Kapitel *Untersuchungsgegenstand*) Viel mehr geht es um Informationen, die Einschätzungen von ExpertInnen und harte Zahlen und Fakten während unsicheren Zeiten – also die Befriedigung des Informationsbedürfnis. Daraus lässt sich folgern, dass die hohen Einschaltquoten bzw. die verstärkte Zuwendung zu ORF-(Informations-)Angeboten mit der Eindämmung der Pandemie wieder zurückgehen könnten, da sich die RezipientInnen anderen Medien zuwenden, wenn es um die Befriedigung beispielsweise des Unterhaltungsbedürfnis geht.

Zusammengefasst nutzen die befragten Personen die Berichterstattung des ORF seit Ausbruch der Covid-19-Pandemie verstärkt über nahezu alle Kanäle. Im Verlauf der Pandemie, in der zweiten Jahreshälfte 2020, beschreiben einige RezipientInnen eine Abflachung in der Nutzung. Das Hauptmotiv ist die Information über harte Zahlen und Fakten.

FF2: Wie ist das Vertrauen gegenüber dem ORF und seinen Informationsangeboten während der Covid-19-Pandemie?

Unter den ProbandInnen ist ein Grundvertrauen gegenüber dem ORF und seinen Informationsangeboten zu beobachten. Die faktische Korrektheit der dort verbreiteten Zahlen und Fakten rund um die Covid-19-Pandemie wurde von keinem von ihnen angezweifelt.

Aber prinzipiell die, die Fakten und Daten, die vermittelt werden, glaube ich nicht, dass die da irgendwie geschwärzt oder gefälscht sind. (m_bis24, Pos. 28)

Dieser Glaube oder dieses Vertrauen könnte darauf basieren, dass es keine Möglichkeit zur Überprüfung der Fakten, aber auch keine bisherigen Erfahrungswerte mit dieser spezifischen Situation gab. Wie Gadringer et al. im Digital News Report Network Austria (2020, 11) schreiben: „Die Nicht-Greifbarkeit der Bedrohung in Kombination mit drastisch greifbaren Auswirkungen auf unseren Alltag, hat das Informationsbedürfnis der Bevölkerung und damit die Bedeutung der Medien massiv gestärkt.“ Bezüglich (inter)national so bedeutsamer Vorgänge und Informationen, die die gesamte Bevölkerung betreffen, ist es nicht verwunderlich, dass öffentlich-rechtliche Medien als Anlaufstelle dienen. Vor allem, da seit Ausbruch der Pandemie auch immer öfter vor einer sogenannten *Infodemie* in den sozialen Netzwerken gewarnt wird. (siehe u.a. Solomon et al., 2020, Buchanan, 2020, o.A., 2020h) Der ORF stellt einen sicheren Anhaltspunkt dar, der den meisten Menschen vertraut ist und bietet einen niederschweligen Überblick über die Situation. Die starke Zuwendung zu ORF-Inhalten führt zu einem gemeinsamen Wissensstand innerhalb der Gesellschaft und ermöglicht es so den einzelnen BürgerInnen auf Basis der verbreiteten Informationen (politische) Entscheidungen zu treffen, wie es in einer demokratischen Gesellschaft wünschenswert ist. (Blekesaune et al., 2012, Soroka et al., 2012, siehe auch Kapitel *Medien und Demokratie*) Ein Proband pointierte dies wie folgt:

Ich glaube schon, dass, dass man dann schon eher zum ORF zurückkommt ja. Es ist ja...Man kanns ein bisschen mit der Kirche vergleichen, wenn 's den Leuten schlecht geht, dann glauben sie, dann fangen sie wieder zu glauben an. (m_25-49, Pos. 50)

Ein Grund dafür könnte sein, dass Menschen bei der Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen Heuristiken anwenden, wenn sie nicht prüfbar ist. So werden zum Beispiel Informationen als verlässlich wahrgenommen, wenn sie von einer Quelle kommen, der vertraut wird. (van Dalen, 2020) Das bedeutet, dass der ORF als Institution wohl grundsätzlich das Label *vertrauenswürdig* trägt, in *sicheren Zeiten* aber eventuell nicht attraktiv oder ansprechend genug in seinen Angeboten ist, um erfolgreich mit anderen (kommerziellen) Medienangeboten um die Aufmerksamkeit der RezipientInnen zu konkurrieren. Gründe dafür

könnten in den Kritikpunkten gegenüber der Berichterstattung des ORF liegen. Bemängelt wurden eine gewisse *Einseitigkeit* bzw. *Parteilichkeit*. Die Neutralität der Berichterstattung wurde zum Teil in Frage gestellt, vor allem politische Einflüsse und die eigene Meinung der JournalistInnen kämen oft durch.

Ja, glaube ich muss man schon mit Vorsicht genießen, weil die ja auch meiner Meinung nach politisch ein bisschen eingefärbt sind und das immer wieder durchkommt in den Gesprächen und das nicht ganz so neutral ist, wie es sein sollte. (w_50+, Pos. 16)

Wobei hier auch Uneinigkeit herrschte. Manche ProbandInnen schrieben dem ORF auch die größte Neutralität zu. Als Grund dafür sahen sie die finanzielle Unabhängigkeit des Unternehmens, dank der Gis-Gebühren.

Also ich glaube die kommen dem ganz sicher nach und auch aufgrund der ORF-Gebühren, weil die haben dann auch die [ahm] notwendigen Mittel, um, um diverse [ahm] Fachleute oder so zu interviewen oder, oder das genauer zu recherchieren, aufgrund der finanziellen Mittel, die sie dadurch haben. Ja. (w_50+, Pos. 46)

Eine mögliche Erklärung für diese Uneinigkeit hinsichtlich (politischer) Einflüsse auf den ORF bzw. der Wahrnehmung dieser könnte in der Sichtweise des jeweiligen Individuums begründet sein. Entspricht diese der Parteilichkeit bzw. dem (politische) Einfluss oder der Einseitigkeit der eigenen Weltanschauung, dann wird diese Uneinigkeit entweder gar nicht oder zumindest nicht als negativ wahrgenommen. Menschen tendieren, dazu ihre eigene Meinung bzw. ihre eigenen Weltanschauung als die wahre anzusehen und sich damit im Recht zu sehen. (Kuklinski et al., 2014) Gibt es also eine Übereinstimmung zwischen der Einseitigkeit des oder der Einflüsse auf den ORF und der Weltanschauung der RezipientInnen, wird diese, wenn überhaupt, als nicht störend empfunden.

Entgegen der Erwartungen gab es in den durchgeführten Interviews keine Kritik an den Gis-Gebühren, es ließ sich eher eine Zustimmung dazu feststellen, dass die Finanzierung aus öffentlicher Hand aufgrund der qualitativ hochwertigen Inhalte gerechtfertigt sei. Ein Befund, der möglicherweise auch dadurch zustande kam, dass die RezipientInnen im Laufe der

Pandemie auch Vergleiche mit anderen, kommerziellen Medienangeboten ziehen konnten, die sich stärker an Marktüberlegungen anpassen müssen und so den *Mehrwert*, den das öffentlich-rechtliche Medium bietet, erkannten. Diese empfundene Legitimation des durch die öffentliche Finanzierung entstehenden Marktvorteils von öffentlich-rechtlichen Medien im Vergleich zu privat finanzierten Medien ist ein wesentliches Kriterium für das Weiterbestehen des dualen Rundfunkmarktes. (Grammel, Gründl, 2018, Gonser, Reiter, 2018)

Prinzipiell wenden sich die ProbandInnen während der Corona-Krise der Berichterstattung des ORF zu, um *das Wichtigste vom Tag* zu erfahren. Oft wurde beschrieben, dass die Berichterstattung des ORF als Basis dient und Zusatzinformationen dann auch bei anderen Medien gesucht werden. Dem ORF wurde die Kompetenz zugeschrieben, das zu vermitteln, was man gerade von den Geschehnissen in der Welt wissen sollte.

Ich, ich glaube einfach, dass [ahm] mir, dass mir praktisch erzählt wird was heute wichtig war. So schon auf Österreich fokussiert, aber auch, dass man ungefähr eine Ahnung kriegt was in der Welt rundherum zumindest die Headlines, also die Headlines, aber schon mit ein bisschen einer Hintergrundinformation hinterlegt [ahm] was so passiert ist, also ich, ich habe irgendwie die Erwartungshaltung daran, dass ich wenn ich schaue zumindest mal die Überschriften gehört habe von dem was ich wissen sollte, was in der Welt passiert. (w_bis24, Pos. 34)

Und [ahm] ja also, so dieses Basiswissen irgendwie vom Alltagsgeschehen habe ich das Gefühl ist der ORF, der das abbildet für mich. (w_25-49, Pos. 16)

Ich glaube, dass der ORF schon auch ein wichtiger Anlaufpunkt ist, wenn man in Österreich am Laufenden bleiben, bleiben will. (m_bis24, Pos. 22)

Obwohl wir heutzutage in einer globalisierten (Medien-)Welt leben, in der das Informationsangebot unendlich ist und Personen orts- und zeitunabhängig jederzeit aktiv nach Inhalten suchen können und an dem Diskurs teilnehmen können (siehe u.a. McNair, 2018), scheint es, als ob sich in Zeiten der Krise eine gewisse Passivität beobachten lässt. Trotz der „high-choice media environments“ (Fletcher, Nielsen, 2017, 476) in denen sich die RezipientInnen heutzutage bewegen, verlässt sich ein Teil der ProbandInnen der vorliegenden Arbeit

darauf, durch die Rezeption der Berichterstattung des ORF *das Wichtigste vom Tag* zu erfahren. Dies könnte unter anderem daran liegen, dass es sich um eine globale Gesundheitskrise mit einem neuartigen Virus handelt. Die selbstständige Recherche von wissenschaftlichen, medizinischen Informationen könnte in diesem Fall als zu komplex empfunden worden sein. Bisherige Forschungen zeigen, dass die meisten Nicht-ExpertInnen ihre wissenschaftlichen Informationen – vor allem auch bezüglich Gesundheitsthemen – über die Medien erhalten, denn hier wird die Information für Laien verständlich aufbereitet. (siehe u.a. Dahlstrom, 2014, Solin, 2015) Vertrauen in den ORF als öffentlich-rechtliche Institution, die verständliche Information für alle bereitstellt und so auch für einen gemeinsamen Wissenstand innerhalb der Bevölkerung herstellt, ist also bei den ProbandInnen dieser Studie durchaus gegeben. Auch wenn bei einigen ein gewisser Zynismus dahingehend zu erkennen war.

I: *Hast du da das Gefühl gehabt die Informationen sind faktisch korrekt? Sind etwas worauf man sich verlassen kann?*

B: *Naja, du hast es nicht besser gewusst, oder?* (m_25-49, Pos. 41-42)

Vertrauen in die JournalistInnen bzw. in die ModeratorInnen des ORF war allgemein auch vorhanden. Ihnen wurden *Professionalität, Sympathie* und die Ausstrahlung von Ruhe und Positivität zugeschrieben.

Objektiv. Ist wirklich eine Freude denen zuzuschauen, zuzuhören. Jetzt im Vergleich vor allem mit privaten Sendern ala Puls 4, ATV, Servus und wie sie alle heißen, die einfach nur, also nicht nur, aber, aber wo eine gewisse, ein gewisses Reißerisches zum Vorschein kommt meines Erachtens. (m_50+, Pos. 105)

Ja, also ich habe eben manchmal so das Gefühl gehabt, wenn sehr viel Ernstes oder eben gerade am Anfang, wenn es da um Todeszahlen oder sowas gegangen ist, dann haben sie es auf meistens gute Weise geschafft da noch irgendwie was Positives oder wieder dieses aber alles ist nicht so schlimm oder einfach auf einer positiven Note zu enden und das hat für mich das Professionelle ein bisschen abgerundet. (w_25-49, Pos. 40)

Kritik an den JournalistInnen umfasste eine postulierte *Parteilichkeit* und einen Hang zur *Selbstinszenierung*, wobei in diesem Zusammenhang vorwiegend Armin Wolf genannt wurde. Diese Beschreibungen kamen vor allem von männlicher Seite.

Weil er [Armin Wolf] überhaupt nicht einmal im Ansatz neutral berichtet. Es ist [ahm] wenn man, wenn man vor allem auch auf seinem Twitter-Account schaut ist ganz einfach abzusehen welcher politischen Meinung er ist und er macht auch keinen Hehl daraus und das finde ich schrecklich. (m_bis24, Pos. 76)

Es ist auf jeden Fall eine, eine Bemühung um Professionalität dabei, das kann ich den Leuten nicht absprechen. Aber das Ganze ist dann auch grade in dieser Krisensituation, ist das Ganze ein bisschen übergeschwappt auch in, in ein bisschen Selbstinszenierung. (m_bis24, Pos. 44)

Der Leitner redet manchmal in Diskussionen selber zu viel in meinen Augen und, und unterbricht so viel. (m_50+, Pos. 23)

Armin Wolf ist jener Journalist, der von den Befragten als erstes mit dem ORF verbunden wird. Interessanterweise mussten die meisten aber nachdenken, wenn es um die Namen der anderen JournalistInnen ging, gleichzeitig zeigten sich aber die meisten zuversichtlich ihre Gesichter richtig zuordnen zu können. Das lässt die Interpretation zu, dass die JournalistInnen des ORF von den RezipientInnen hauptsächlich in ihrer professionellen Rolle als *NachrichtenüberbringerInnen* wahrgenommen werden und nicht als Privatperson. (zu journalistischen Rollenbildern siehe u.a. Standaert et al., 2019, Hanitzsch, Vos, 2017)

Eberl et al. (2020b) fanden im Zuge des Austrian Corona Panel Project heraus, dass die RezipientInnen die Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus als sehr wichtig einstufen, was auch zu der Erkenntnis passt, dass der Fokus der ProbandInnen dieser Studie auf die Arbeit der JournalistInnen gelenkt war und nicht auf die Personen dahinter.

Die *Quarantäne am Königberg* (siehe Kapitel *Untersuchungsgegenstand*) wurde von einigen InterviewpartnerInnen als sympathisch und unterhaltsam empfunden, andere sahen darin sogar eine *Vorbildwirkung*. Wieder anderen ProbandInnen war die Aktion zwar in Erinnerung, sie hatten allerdings keine weitere Meinung dazu. Schlussendlich äußerten sich einige ProbandInnen auch kritisch und beschrieben die Aktion als übertriebene *Selbstdarstellung*.

Medien allgemein vertrauen die ProbandInnen, wenn überhaupt, nur mit Vorbehalt. Einige sprachen hier von einem optimistischen Grundvertrauen.

Ein gewisses Grundvertrauen braucht man ganz einfach. Also sonst kann ich alles anzweifeln und da gebe ich mich schon in Richtung Verschwörungstheoretiker. Also. Ein Grundvertrauen ist vorhanden. (m_50+, Pos. 113)

Also ich glaube nicht, dass es irgendwelche Hintergedanken gibt, dass alle Medien sich verschworen haben und eine gewisse Masse einzuflößen und daraus einen Nutzen zu ziehen. (w_25-49, Pos. 46)

Andere ProbandInnen sind vorsichtig bis skeptisch gegenüber den Medien, was sich an folgenden Antworten auf die Frage *Glaubst du, dass man den Medien allgemein vertrauen kann?* zeigt.

Ja ich glaube immer mit Vorbehalt. (w_50+, Pos. 33-34)

Also ganz allgemein nein, weil halt einfach so viele Falschmeldungen in den letzten Jahren aufgetaucht sind, also ich denke jetzt wirklich sehr global, also auch gar nicht unbedingt nur auf Österreich bezogen. (w_25-49, Pos. 29-32)

Die Frage ist glaube ich nicht, ob man...den Medien vertrauen kann, sondern ob man es will bis zu einem gewissen Grad. (m_bis24, Pos. 52)

Ich glaube nicht allen muss ich sagen. Also ich sag nur wenige, also ich glaube 30% kann man vertrauen und der Rest eher nicht. (w_bis24, Pos. 44)

B: Nein.

I: Nein, warum nicht?

B: Medien sind nicht neutral und haben immer eine Agenda. (m_bis24, Pos. 79-82)

Klassischen Medien wurde allerdings noch mehr vertraut als beispielsweise sozialen Netzwerken, wenn es um Informationsbeschaffung geht.

Ich weiß nicht, ich hab auch schon gehört, dass viele Jugendliche sich auf Youtube informieren sollen und die Nachrichten holen. Das ist für mich gar nichts. Also ich interessiere mich da nicht. Also, dass ich da zum Beispiel Sachen nachschau, das hab ich eigentlich nie gemacht. Und ich finde auch nicht, dass Social Media der richtige Platz ist, dass ich mich...dass ich mir wirklich was hole. (m_25-49, Pos. 52)

Dies ist insofern interessant, als dass sich die befragten Personen kritischer gegenüber alternativen Medienangebote zeigten, als gegenüber etablierten Medien – obwohl zumeist eine Vertrauenskrise eben dieser postuliert wird. (siehe Kapitel *Vertrauen in die Medien*) Dies deckt sich mit der oben beschriebenen *Passivität* der RezipientInnen in Zeiten der Krise. Andererseits stellt sich hier die Frage nach der Stichprobe. Da das Vertrauen in den ORF (ein

etabliertes Medium) hoch ist, ergibt sich im Umkehrschluss ein niedriges Vertrauen in alternative Medienangebote. Wären mehr ORF-KritikerInnen interviewt worden, hätte sich hier möglicherweise das gegenteilige Ergebnis gezeigt, denn Misstrauen gegenüber traditionellen Medien ist vor allem bei solchen Personen zu beobachten, die alternative Quellen (Social Media, Blogs usw.) zur Informationssuche verwenden. (Jones, 2004, Fletcher, Park, 2017)

Einigkeit herrscht hingegen bei der Ansicht, dass es im Ermessen in der Verantwortung des/der Einzelnen liegt, zu beurteilen welche Medien, Quellen und Informationen zuverlässig sind.

Es ist die Eigenverantwortung des Einzelnen am Ende des Tages ins Bewusstsein zu rufen, dass Medien oder dass hinter Medien im Endeffekt auch nur Menschen stehen und alles was Menschen vermitteln hat irgendwo eine inhärente Subjektivität in sich. (m_bis24, Pos. 56)

Die Wahrheit liegt im Auge des Betrachters letzten Endes. Der findet das Informationsmedium XY vertrauenswürdig, weil es ihm gefällt, zusagt und in Wirklichkeit ist es das aber gar nicht, nicht? [ahm] Das ist subjektiv eigentlich. (m_50+, Pos. 118)

Also ich, da muss man wirklich genau schauen was, was zieht man jetzt heran und was sieht man überhaupt als sichere Quelle an. (w_bis24, Pos. 44)

Diese Abwälzung der Verantwortung, *richtige* Informationen zu identifizieren und auf dieser Basis *richtige* Entscheidungen zu treffen auf die einzelne Person ist interessant, da sie zum einen (alternative) Medien aus der Pflicht nimmt, verantwortungsbewusst zu berichten und keine Desinformation zu betreiben. Zum anderen liegt es wohl am Demokratieverständnis bzw. am System, in dem wir leben, dass die ProbandInnen letztlich die BürgerInnen selbst in der Pflicht sehen, aufgrund aller bereitgestellter Informationen individuell Meinungen zu bilden. Dabei wird ihnen zwar das Werkzeug von JournalistInnen in die Hand gelegt, die Antworten auf (gesellschafts-)politische Fragen sollen die BürgerInnen allerdings selbst finden können und wollen. (siehe Kapitel *Medien und Demokratie*, u.a. Christians et al., 2009, Bleksaune et al., 2012, Ryfe, 2020)

Die allgemein starke Zuwendung zu ORF-Inhalten zeigt sich auch bei quantitativen Erhebungen in Österreich seit Beginn des ersten Lockdowns im März 2020. Der ORF ist die meistgenutzte Informationsquelle für Themen rund um Covid-19. Soziale Medien nutzen nur rund ein Drittel der Befragten zum selben Zweck. (Lebernegg et al., 2020) Auch die ProbandInnen der vorliegenden Studie zeigten eine Aversion gegen die Informationsbeschaffung in sozialen Netzwerken, es sei denn es handelt sich um das Profil eines offiziellen Mediums. Natürlich muss hier bedacht werden, dass das Jahr 2020 ein außergewöhnliches war und das Mediennutzungsverhalten deshalb nicht verallgemeinert werden darf, denn „Es gibt bei der Berichterstattung zur Corona-Krise einen Vertrauensbonus innerhalb der Bevölkerung im Gegensatz zu anderen Themen.“ (Prandner, Eberl, 2020, o.S.)

Bezüglich Vertrauen in den ORF und seine Berichterstattung gab es zwei unterschiedliche Zugänge. Der eine Teil der ProbandInnen verzeichnete grundsätzlich hohes Vertrauen und verließ sich auf den ORF, um das *Wichtigste vom Tag* zu erfahren. Die andere Gruppe vertraute nur zum Teil und thematisierte vor allem politische *Einflüsse* und mangelnde *Neutralität*. Den JournalistInnen wurde zum einen *Professionalität*, zum anderen *Selbstinszenierung* zugeschrieben. Medien allgemein gegenüber zeigten alle ProbandInnen höhere Skepsis.

FF3: Wie werden der ORF und seine Informationsangebote von RezipientInnen während der Covid-19-Pandemie bewertet?

Ähnlich wie das Vertrauen, fällt auch die Bewertung der Berichterstattung des ORF während der Covid-19-Pandemie tendenziell positiv aus. Sogar der kritischste Proband merkte folgendes an:

Ich finde es nicht gut, aber es sie [der ORF] machen es, das was sie machen, machen sie gut. (m_bis24, Pos. 94)

Dennoch gab es auch negative Bewertungen. Im Folgenden werden Beispiele für beide Seiten angeführt. Gelobt wurde unter anderem die kompakte Social-Media-Übersicht (z.B. auf

dem Instagram-Profil der ZiB), die täglich aktuelle Zahlen beinhaltet. Eine Bestätigung der Bedeutsamkeit des Internets in der Verbreitung von Informationen während Krisen. (siehe u.a. Taylor, Perry, 2016)

Also was, was ich eigentlich von Anfang an recht, recht hilfreich fand ist halt, dass, die, die Social Media Seite von, von, vom ORF also, dass wieder da eigentlich ziemlich bald von Anfang an jeden Tag um, zuerst war es glaub ich irgendwie Neun und dann war es mittags oder so, die Zahlen veröffentlicht wurden und auch relativ schnell mit einer Grafik und Vergleichszahlen, damit du nicht das siehst okay so viel sind es heute, sondern was heißt das jetzt irgendwie so ein bisschen im Vergleich. (w_bis24, Pos. 30)

Auch die Interviews mit diversen (Gesundheits-)ExpertInnen wurden positiv bewertet und lobend hervorgehoben.

Auch, also ich schaue dann einfach wann sind gute Diskussionen, wann sind irgendwelche Wissenschaftler eingeladen. [ahm] Wenn ich um acht höre in der ZiB es kommt irgendwer guter in der ZiB2, dann schaue ich mir das an und ja. (w_50+, Pos. 8)

Die Einbeziehung von ExpertInnen in journalistische Angebote wird in den letzten Jahren immer wichtiger. Die Expertise unterstützt die JournalistInnen bei der Einschätzung und Kontextualisierung gesellschaftlich relevanter Themen und Vorkommnisse. (Albæk, 2011)

Einige interviewte Personen bewerteten die Neutralität, mit der Informationen weitergegeben wurden, sowie die Ruhe, die die ModeratorInnen ausstrahlten, positiv. Der ORF und seine Berichterstattung wurden als *Ruhepol* in Zeiten der Unsicherheit empfunden. Diese Bewertung könnte der starken Unruheverbreitung in sozialen Netzwerken während und vor allem zu Beginn der Covid-19-Pandemie zugrunde liegen, die im Gegensatz dazu stand. (siehe u.a. Bastani, Bahrami, 2020, Gao et al., 2020)

Also ich finde es ist nicht die Aufgabe der ORF da [ahm] irgendwie großartig [ahm] auf beruhigenden Faktor zu machen. Genauso wenig oder erst recht nicht hat er irgendwie Panik zu schieben. Und ich finde persönlich, dass man es durchaus sehr neutral sehen kann und dass dadurch eine gewisse Ruhe reingekommen ist. Weil es eben, weil, weil es war Ruhe durch Professionalität meines Erachtens. (m_bis24, Pos. 22)

Trotzdem finde ich sie haben das jetzt nicht schlecht, also, dass sie eher positiven Einfluss gehabt haben auf die Pandemie, weil ich muss sagen teilweise die Moderatoren waren

sehr gefasst und haben finde ich gut reagiert auf das Ganze. Sie waren sehr professionell... (w_bis24, Pos. 26)

In unsicheren Zeiten sehen sich die Menschen nach Klarheit und Beruhigung, vor allem wenn so viele falsche oder zweifelhafte Informationen zirkulieren, wie es während der Covid-19-Pandemie der Fall war. (siehe z.B. Li et al., 2020) Es gab aber auch Kritikpunkte. Zum einen wurde auch hier, wie bereits oben beschrieben, der Hang zur Selbstdarstellung einiger JournalistInnen bemängelt. Zum anderen bewerteten einige ProbandInnen den ORF auch als zu unflexibel und altmodisch in seiner Berichterstattung.

Ich hab vorher eigentlich nie die ZiB geschaut, die ist mir immer eher so altbacken vorgekommen. Das hat mich überhaupt nicht interessiert. (m_25-49, Pos. 6)

Man hat das Gefühl die. Also erstens sind sie [deutsche Nachrichtensender] oft rhetorisch besser und man hat das Gefühl man wird besser informiert. Also eben jetzt zum Beispiel beim Capitol, da hast du das Gefühl gehabt die sind da viel, viel mehr auf Zack, die haben viel schneller die Informationen gehabt. Und viel schneller auch die ganzen Hintergründe. Und bei uns, bei den Moderatoren hast so oft das Gefühl die wollen selber viel reden und lassen die anderen nicht zu Wort kommen. (w_50+, Pos. 12)

Der größte Kritikpunkt allerdings wurde von einem Großteil der Befragten eingebracht: der zu starke Fokus auf Themen rund um Covid-19. Hier orteten die ProbandInnen eine Überrepräsentation und die dadurch verschuldete Verdrängung anderer Themen.

Es ist immer irgendwo ein Bezug zu Corona da. [Ahm] Und das finde ich irgendwo störend, weil es die Berichterstattung bis zu einem gewissen Grad auch einschränkt. Also wenn man da immer dieses Corona-Thema im Hintergrund hat, schränkt das glaube ich auch den Horizont der Themen ein [ahm] die man, die man insgesamt covert. (m_bis24, Pos. 26)

Ich find 's realitätsverzerrend eigentlich. Weil du siehst halt nur mehr Corona... (m_25-49, Pos. 40)

Jetzt nicht nur speziell auf Corona und Österreich und so, sondern es interessiert mich schon auch was in ganz Europa und in der ganzen Welt auch abgeht und [ahm] ja, das ist auch vielleicht das eine oder andere Mal in Corona zu kurz gekommen, weil einfach die Zeit vielleicht auch nicht so ausgereicht hat. (w_50+, Pos. 54)

Die Bemühungen seitens des Journalismus, der Regierungen und GesundheitsexpertInnen wichtige Informationen rund um das neuartige Virus, seine Konsequenzen für das

alltägliche Leben und Handlungsanweisungen an die Bevölkerung zu kommunizieren trugen zur Entstehung eines Phänomens bei – der mentalen Überforderung der RezipientInnen dieser Informationen. (Garfin et al., 2020) Dies trifft wohl auch hier zu. Einige der Befragten beschreiben die Berichterstattung seitens der ORF rund um Covid-19 als zum Teil nicht hilfreich und empfinden *Panikmache*.

Also ob das jetzt, teilweise habe ich das Gefühl ein bisschen diese Angstmache ist, also wo es nicht mehr darum geht wir repräsentieren jetzt wirklich was passiert und was wären gute Maßnahmen dagegen, sondern wirklich so viele Leute sind im Krankenhaus, so viele Leute sind gestorben und Himmel Herrgott alles geht unter. (w_25-49, Pos. 28)

Mich hat gestört, was jetzt eh alle kritisieren, dieses ewige Spritzen zeigen, dieses ewige Abstriche nehmen, das hunderte Male, tausende Male vorgekommen ist, völlig überflüssig. Eigentlich nur abschreckend. Und zum Teil auch immer dieses jeden Tag wie viele mehr, wie viele weniger, das macht die Leute verrückt meiner Meinung nach. Das finde ich ist völlig übertrieben, viel zu viel, auch nicht gut. Das bringt den Leuten einfach nichts. (w_50+, Pos. 42)

Daraus lässt sich folgern, dass erfolgreiche (Gesundheits-)Kriseninformation auf einem schmalen Grat balanciert. Zum einen scheint die Strategie auch soziale Netzwerke einzubinden und ExpertInnen zu Wort kommen zu lassen sinnvoll zu sein. Zum anderen sollte darauf geachtet werden den Fokus nicht zu stark auf die Krise zu legen, um sie in der Wahrnehmung der RezipientInnen nicht zu überrepräsentieren. Passiert dies, kann es zur Vermeidung der Berichterstattung allgemein kommen und somit würden schlussendlich weniger Personen erreicht werden, wenn es um essenzielle Informationen (z.B. Maßnahmen, Warnungen usw.) geht.

Die kompakte Social-Media-Übersicht (z.B. Instagram-Profil der ZiB) und die zahlreichen Interviews und Diskussionen mit (Gesundheits-)ExpertInnen wurden positiv bewertet. Der Fokus auf Themen rund um Covid-19 wurde allerdings als zu stark empfunden, so würden andere Themen in den Hintergrund gedrängt werden. Zwar gaben einige InterviewpartnerInnen an, den ORF als Ruhepol in unsicheren Zeiten zu bewerten, andere wiederum nahmen eine Panikmache seitens des Medienunternehmens wahr. Die empfundene Selbstdarstellung einiger JournalistInnen wurde auch negativ bewertet.

FF4: Welche Strategien lassen sich aus der Nutzung des ORF und seiner Informationsangebote während der Covid-19-Pandemie für die Zukunft ableiten?

Teilweise gaben die befragten RezipientInnen auch Verbesserungsvorschläge für die Informationsangebote des ORF an. Für die Zukunft wünscht sich ein Großteil der ProbandInnen zusammengefasst ein *breiteres Meinungs- und Themenspektrum* sowie mehr *Publikumsnähe*.

Also da, man könnte meiner Meinung nach ruhig kritischere Leute auch in solche Interviews und Diskussionen zulassen, wenn man den Eindruck hat, dass man das aber sachlich widerlegen kann. Leute, die nur Theater machen, die schon, denen man schon das Doktorat aberkannt hat, was ja auch passiert ist, die nur kontraproduktiv sind und Leugner dieser Fakten, die brauchen sie nicht zu zeigen, aber gute Diskussionen, die Hand und Fuß haben finde ich schon okay. (m_50+, Pos. 39)

Und ich weiß schon, dass das sehr Einzelfallinformationen sind und dass das nicht für jeden kommen kann, aber ich hätte mir irgendwie gewünscht, dass sie das für ein, zwei Fälle erklären und dann sagen wir haben hier die Liste noch einmal, wenn sie genauere Informationen wollen. Also mir hat die Information für den einzelnen Bürger ein bisschen gefehlt. (w_25-49, Pos. 48)

Genannt wurde hierbei auch die Wichtigkeit von regelmäßigem *Personaltausch* bzw. der Wunsch nach *Abwechslung* in Bezug auf ModeratorInnen sowie ExpertInnen, um ein *breiteres Bild* zu bieten.

Und da vielleicht auch, also teilweise was man, bei, bei, bei der, grade auch bei der ZiB finde ich manchmal die Meinung hat, dass sie ihre, also mir fällt es immer bei den Politikwissenschaftlern auf, weil halt dann immer der Peter Filzmaier dort sitzt oder in 90% der Fällen. Das es halt teilweise schon so wirkt Okay, da haben sie ihre zwei Leute auf Abruf für jedes Thema... (w_bis24, Pos. 50)

Es sollten nur nicht ewig lang die Gleichen sein, das würde für mich ein schlechtes Bild eher machen, wo sie vielleicht an alten Leuten einfach festklammern, die einfach ja, vielleicht ausgetauscht gehören. Also ich finde so Wechsel gut eigentlich. Von den Moderatoren. (w_bis24, Pos. 34)

Weitere Anregungen betrafen beispielsweise die bei FF3 beschriebene, empfundene *Panikmache* seitens des ORF bzw. eben die zukünftige Vermeidung dieser. Passend dazu äußerte eine Probandin den Wunsch nach einer fallweisen Auflockerung der Berichterstattung.

Also, ob, ob es wirklich eine zwölfstündige Berichterstattung braucht, also da vielleicht auch einfach ein bisschen Pausen zuzulassen und dazwischen vielleicht was Unterhaltsames auch einzuspielen, damit jeder auch mal wieder ein bisschen runterkommt. (w_25-49, Pos. 40)

Änderungswünsche beziehen sich auf ein breiteres Meinungs- und Themenspektrum und mehr Publikumsnähe bei der Programmgestaltung sowie eine Vermeidung von Panikmache.

Diskussion der Ergebnisse

Betrachtet man die Beantwortung der Forschungsfragen zusammengefasst, so lassen sich zwei Typen von RezipientInnen erkennen. Die *zufriedenen PragmatikerInnen* und die *kritischen SkeptikerInnen*. Die Trennlinie verläuft hier allerdings nicht entlang soziodemografischer Aspekte. In beiden Gruppen finden sich ältere, wie jüngere Personen sowie Männer und Frauen. Auch die politische Einstellung bietet keinen Indikator in dieser Studie. Der Proband, der sich selbst als stark rechts einstuft, gehört zwar zu den kritischen SkeptikerInnen, aber die restlichen ProbandInnen teilen sich auf, egal ob sie sich als eher links oder der politischen Mitte zuordnen. Bisherige Studien zeigen allerdings, dass die politische Einstellung und die Mediennutzung korrelieren (siehe u.a. Ladd, 2010, Tsfat, Cappella, 2003). Formale Bildung spielt in der vorliegenden Studie auch keine Rolle bei der Nutzung von und dem Vertrauen gegenüber der Berichterstattung des ORF. Dies deckt sich mit den Ergebnissen von Moosbrugger et al. (2020), die im Zuge des Austria Corona Panel Project feststellten, dass die Zuwendung zum ORF unabhängig vom Bildungsabschluss war.

Die *zufriedenen PragmatikerInnen* schätzen den ORF und seine Angebote nicht erst seit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie, rezipieren sie und vertrauen auch grundsätzlich auf die dort vermittelten Informationen. Das Wichtigste vom Tag, den Überblick, holen sie sich hier. Eine gewisse Einseitigkeit und einen gewissen Mangel an Neutralität nehmen sie an, akzeptieren beides aber und bewerten es nicht negativ. Auch Gonser und Reiter beschreiben dieses „Bewusstsein in Bezug auf politische Einflussfaktoren bei PSM [Public Service Media]“ (2018, 151). Diese RezipientInnen werden dem ORF wohl auch in Zukunft erhalten bleiben, auch wenn die Krisensituation nicht mehr akut ist. Denn „Those who consume news from traditional media [...] will tend to get news from traditional news sources in the future.“ (Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga, 2017, 713)

Dem entgegen steht die Gruppe der *kritischen SkeptikerInnen*. Auch ihre Mitglieder rezipieren die Berichterstattung des ORF rund um Covid-19, aber nicht aufgrund des großen Vertrauens oder der Affinität zu diesem Medienunternehmen. Hier kam es aufgrund des erhöhten Informationsbedürfnisses während der Covid-19-Pandemie zwar zu einer verstärkten Nutzung der ORF-Angebote, positiv bewertet werden diese allerdings nur zum Teil. Die verstärkte Nutzung führt viel mehr dazu, dass Mängel in der Berichterstattung so erst bemerkt wurden. Hier handelt es sich beispielsweise um die wahrgenommene Selbstdarstellung von einzelnen AkteurInnen, die Überrepräsentation von Covid-19-Themen oder die Einseitigkeit bzw. der politische Einfluss auf die Berichterstattung. Diese RezipientInnen werden, wenn es nicht schon passiert ist, ihre Nutzung vermutlich wieder verringern, wenn Alltag einkehrt. Denn „[...] the more the people perceive news media as biased, the less they will consume mainstream information in the future. (Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga, 2017, 715)

Beide Gruppen bemerken also grundsätzlich dieselben Faktoren oder Aspekte an der Berichterstattung, beurteilten sie aber unterschiedlich. Hier kommt das *Vertrauen* in den ORF ins Spiel, an dessen Vorhandensein wohl die Trennlinie zwischen den beiden Gruppen liegt. Während der Corona-Krise herrschten andere Informationsbedürfnisse vor, vor allem während des ersten Lockdowns, da sich große Unsicherheit breit machte und deshalb könnte die Zuwendung zu ORF-Inhalten stärker gewesen sein, auch wenn man prinzipiell ORF-kritisch eingestellt ist. Das deckt sich mit den Ergebnissen von Tsati und Cappella (2003), die herausfanden, dass Personen Medien auch dann rezipieren, wenn sie ihnen nicht vertrauen, wenn sie damit soziale Bedürfnisse oder Unterhaltungsbedürfnisse abdecken. (siehe auch Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga, 2017)

Alles in allem wird der ORF und seine Angebote scheinbar hauptsächlich genutzt, um das Informationsbedürfnis zu stillen. Damit erfüllt er seine Aufgabe als öffentlich-rechtliches

Medium den BürgerInnen relevante, (gesellschafts-)politische Informationen zu vermitteln, auf deren Basis sie informierte Entscheidungen treffen können. Dies ist wesentlich für das Weiterbestehen einer funktionierenden Demokratie. (Taylor, Perry, 2005, Mirbabaie et al., 2020, Soroka et al., 2012, Blekesaune et al., 2012)

Andere Mediennutzungsmotive (z.B. Unterhaltung, Ablenkung, Eskapismus) spielen keine große Rolle. Diese Bedürfnisse werden wohl anderweitig befriedigt. Strategisch bedeutet dies für das Medienunternehmen ORF zwei Möglichkeiten:

Zum einen könnte versucht werden durch die Implementierung neuer Unterhaltungsprogramme auch in diesem Bereich wieder mehr RezipientInnen zu erreichen. Allerdings ist es sehr schwierig auf dem Unterhaltungsmarkt, um die Aufmerksamkeit der ProbandInnen zu konkurrieren, da es besonders hier viele AnbieterInnen gibt. (siehe z.B. Dahlstrom, 2014, Skoovsgard, Andersen, 2020)

Zum anderen könnte der Fokus für die Zukunft verstärkt auf Informationsbereitstellung gelegt werden, der hart umkämpfte Markt für Unterhaltung könnte hingegen anderen Playern, zum Beispiel den kommerziell ausgerichteten Medienunternehmen bzw. Privatsendern überlassen werden. Traditionell bieten diese ohnehin mehr Unterhaltungselemente in ihren Programmen. (siehe z.B. Soroka et al., 2012)

Resultierende Hypothesen

Der explorative, qualitative Zugang, der in der vorliegenden Studie gewählt wurde, erlaubte es, das Vertrauen der befragten Personen in den ORF und seine Angebote zu beleuchten und auch zu ergründen. Die ProbandInnen konnten individuell berichten, wie sich das Vertrauen für sie konstituiert und worauf sie es gründen, sei es faktische Korrektheit der Informationen, empfundenen Neutralität, der Überblick über das Tagesgeschehen oder die Sympathie für die PräsentatorInnen der Nachrichten.

Abstrahiert man nun die individuellen Antworten auf eine höhere Ebene, wie es in der vorliegenden Arbeit geschehen ist, erlaubt dies eine Verallgemeinerung und somit die Formulierung von Hypothesen. Die Hypothesenbildung ist ein wesentlicher Aufgabenbereich der qualitativen Forschung und eines ihrer Ziele, am Ende einer Untersuchung. (Mayring, 2010)

Die allgemein erste Hypothese, die sich aus der erhöhten Zuwendung zu ORF-Angeboten während der Covid-19-Pandemie ergibt, lautet:

H1: Während einer Krise kommt es zu Duplizierung, nicht zu Fragmentierung in der Mediennutzung.

Darauf kann die nächste Hypothese aufgebaut werden, nämlich:

H2: In unsicheren Zeiten überwiegen andere Motive als Vertrauen bei der Medienzuhwendung.

H3: Während einer Krise erhöht sich die Zuwendung zu etablierten Medien, unabhängig davon, ob man ihnen vertraut.

Da laut den Interviews der Überblick über das Wichtigste vom Tag und die harten Zahlen und Fakten wichtige Nutzungsmotive für die Zuwendung zu ORF-Angeboten waren, Unterhaltung hingegen nicht genannt wurde, stillt der ORF wohl vorwiegend das Informationsbedürfnis der RezipientInnen. Diese Erkenntnis führt zu folgenden Hypothesen:

H4: Wenn sich RezipientInnen während einer Krise den ORF-Angeboten zuwenden, dann um sich zu informieren.

H5: Wenn eine Krisensituation herrscht, dann werden RezipientInnen passiver in ihrer Mediennutzung.

Die Kritik am starken Fokus auf Covid-19-Themen und die Abflachung der Nutzung im Verlauf der Pandemie führt zur nächsten Hypothese:

H6: Wenn ein Medium während der Krise die bloße Informationsvermittlung forcieren, dann riskieren sie negative Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der RezipientInnen.

H7: Junge Frauen leiden stark unter mentaler Belastung, wenn sie während einer Krise verstärkt Nachrichten konsumieren.

*H8: Je länger die Pandemie dauert, desto weniger wenden sich jüngere Rezipient*innen Informationsangeboten des ORF zu.*

Die zwei Gruppen – zufriedene PragmatikerInnen und kritische SkeptikerInnen – erlauben es, zwei weitere Hypothesen aufzustellen.

H9: Wenn RezipientInnen einem Medium vertrauen, dann bewerten sie etwaige Mängel der Berichterstattung nicht als negativ.

H10: Wenn RezipientInnen gegenüber einem Medium skeptisch eingestellt sind, dann werden Mängel in der Berichterstattung stärker wahrgenommen und negativ bewertet.

Somit konnte der qualitative Zugang zum Thema Vertrauen in und Nutzung von ORF-Angeboten während der Covid-19-Pandemie zu Erkenntnissen führen, die sich in allgemeine Hypothesen übersetzen lassen und in Zukunft anhand quantitativer Untersuchungen überprüft werden können. Mehr dazu folgt im nächsten Kapitel.

Limitationen und Ausblick

Bisherige Studien zur Mediennutzung bzw. Informationsbeschaffung während der Covid-19-Pandemie fokussierten sich auf soziale Netzwerke und andere Plattformen im Internet, wie Facebook, Youtube oder Twitter (Gottlieb, Dyer, 2020, Hernández-García, Giménez-Júlvez, 2020, Wang et al., 2020, Kouzy et al., 2020, Basch et al., 2020) oder näherten sich dem Thema durch quantitative Forschung, wie das Austrian Corona Panel Project (2020). Darum wurde mit der vorliegenden Arbeit eine Forschungslücke identifiziert und gefüllt, indem die Zuwendung und das Vertrauen in ein traditionelles, institutionalisiertes, öffentlich-rechtliches Medium qualitativ untersucht wurde.

Gütekriterien der qualitativen Forschung sind Zuverlässigkeit, Gültigkeit, Übertragbarkeit, Werturteilsfreiheit. Um nun die Güte der vorliegenden Arbeit einschätzen zu können, sollen diese Kriterien auf die Forschung angewandt und bewertet werden. Gültigkeit und Übertragbarkeit beziehen sich hierbei auf die bereits präsentierten Ergebnisse der Studie, während Zuverlässigkeit den Forschungsprozess betrifft, der bereits transparent dargelegt wurde. Die Frage der Werturteilsfreiheit stellt sich schlussendlich an die Forscherin selbst, die als Individuum auch Teil der Welt ist, die sie erforscht. Die Selbstreflexion, aber auch die Reflexion der Entstehungsbedingungen sind hier wesentlich. (Meyen et al., 2011, 47f., auch Mayring, 2002)

Die größte Limitation der vorliegenden Arbeit ergibt sich wohl aus der Stichprobe. Sie ist nicht heterogen genug, um wirkliche diverse Meinungen feststellen bzw. gegenüberstellen zu können. Viel mehr liefert die vorliegende Untersuchung einen detaillierten Einblick in das Vertrauen in und die Nutzung von ORF-Angeboten während der Covid-19-Pandemie von Personen, die sich politisch links der Mitte einordnen und zumindest die Matura haben. Für zukünftige Studien wäre es auf jeden Fall sinnvoll noch kritischer eingestellte Personen zu befragen bzw. InterviewpartnerInnen zur rekrutieren, die sich politisch rechts der Mitte

einordnen oder beispielsweise einen Pflichtschulabschluss oder einen Lehrabschluss haben. Letztlich war es aber nicht das Ziel der vorliegenden Arbeit einen repräsentativen Überblick über das gesamte Meinungsspektrum zu erlangen. Das tatsächliche Ziel, die individuellen Ansichten, Meinungen und Bedeutungszuschreibungen der jeweilig interviewten Person zu erfahren und zu analysieren, wurde erreicht.

Ein weiterer Faktor, der thematisiert werden muss, ist, dass die Autorin selbst dem ORF und seinen Angeboten gegenüber positiv eingestellt ist. Es wurde versucht eine Beeinflussung der InterviewpartnerInnen zu vermeiden und ihnen neutral gegenüber zu treten. Da die ProbandInnen allerdings aus dem erweiterten Bekanntenkreis rekrutiert wurden ist es auch möglich, dass sie bereits erahnten, welche Einstellung die Autorin vertrat und ihre Antworten dem anpassten.

Zukünftige Studien könnten sich dem Thema in anderen nationalen Kontexten annähern bzw. wäre auch eine vergleichende Studie sehr interessant. Auch die zu Beginn angedachte Diskussion in Fokusgruppen zu diesem Thema könnte spannende Erkenntnisse liefern, vor allem wenn diese Gruppen eine heterogene Zusammensetzung aufweisen.

Alles in allem wird ein positives Resümee über den Forschungsprozess und die daraus entstandene Arbeit gezogen. 2020 war ein schwieriges Jahr zur Durchführung einer Studie und im Bewusstsein dessen wurde bestmöglich gearbeitet und auch das bestmögliche Ergebnis erzielt.

Quellenverzeichnis

- Albæk, E. (2011). The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism*. 12(3). 335-348.
- Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H. (2017). Effect of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 94(3). 703-724.
- Basch, C. H., Hillyer, G. C., Meleo-Erwin, Z. C., Jaime, C., Mohlman, J., Basch, C. E. (2020). Preventive Behaviors Conveyed on YouTube to Mitigate Transmission of COVID-19. Cross-Sectional Study. *JMIR Public Health Surveill* 2020. 6(2). 1-6.
- Bastani, P., Bahrami, M. A. (2020). COVID-19 Related Misinformation on Social Media: A Qualitative Study from Iran. *Journal of Medical Internet Research*. 1-5.
- Bennett, W. L., Livingston, S. (2018). The Disinformation Order. *Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions*. *European Journal of Communication*. 33(2). 122–139.
- Blekesaune, A., Elvestad, E., Aalberg, T. (2012). Tuning out the world of news and current affairs. An empirical study of Europe’s disconnected citizens. *European Sociological Review*. 28. 110–126.
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., Castro, L. (2014). Hallin and Mancini Revisited. Four Empirical Types of Western Media Systems. *Journal of Communication*. 64(6). 1037–1065.
- Brüsemeister, T. (2008). *Qualitative Forschung. Ein Überblick*. 2., überarbeitete Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Buchanan, M. (2020). Managing the Infodemic. *Nature Physics*. 16. 894.

- Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz. (2020). Amtliches Dashboard COVID19. <https://info.gesundheitsministerium.at/>. (2.6.2020)
- Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz. (2020). Neues Coronavirus (COVID-19). <https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Uebertragbare-Krankheiten/Infektionskrankheiten-A-Z/Neuartiges-Coronavirus.html>. (14.07.2020)
- Caulfield, T., Marcon, A. R., Murdoch, B., Brown, J. M., Tinker Perrault S., Jarry, J., Snyder, J., Anthony, S. J., Brooks, S., Master, Z., Rachul, C., Ogbogu, U., Greenberg, J., Zarzeczny, A., Hyde-Lay, R. (2019). Health Misinformation and the Power of Narrative Messaging in the Public Sphere. *Can J Bioeth / Rev Can Bioeth*. 2(2). 52-60.
- Chadwick, A., Vaccari, C., O'Loughlin, B. (2018). Do Tabloids Poison the Well of Social Media? Explaining Democratically Dysfunctional News Sharing. *New Media & Society*. 20(11). 4255–4274.
- Christians, C. G., Glassler, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., White, R. A. (2009). Normative Theories of the Media. Journalism in democratic societies. Board of Trustees of the University of Illinois. Illinois.
- Chua, A. Y. K., Banerjee, S. (2017). To share or not to share. The role of epistemic belief in online health rumors. *International Journal of Medical Informatics*. 108. 36-41.
- Coppedge, M., Teorell, J. (2016). Measuring High Level Democratic Principles Using the V-Dem Data. *International Political Science Review*. 37. 580–93.
- Curran, J., Iyengar, S., Brink-Lund, A., Salovaara-Moring, I. (2009). Media System, Public Knowledge and Democracy. A Comparative Study. *European Journal of Communication*. 24(1). 5–26.

- Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with non-expert audiences. *PNAS*. 111(4). 13614-13620.
- Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., Mutz, D. C. (2017). Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. *Communication Methods and Measures*. 11(1). 76-85.
- Egger, A., van Eimeren, B. (2019). Mediennutzung älterer Menschen zwischen Beständigkeit und digitalem Wandel. *Media Perspektiven*. 6. 267-285.
- Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Staney, P., et al. (2012). Political information opportunities in Europe. A longitudinal and comparative study of thirteen television systems. *The International Journal of Press/Politics*. 17. 247–274.
- Fawzi, N., Obermaier, M. (2019). Unzufriedenheit – Misstrauen – Ablehnung journalistischer Medien. *M&K*. 67(1). 27-44.
- Fletcher, R., Nielsen, R. K. (2017). Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication. *Journal of Communication*. 67. 476–498.
- Fletcher, R., Park, S. (2017). The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism*. 5(10). 1281-1299.
- Fuß, S., Karbach, U. (2019). Grundlagen der Transkription. Eine praktische Einführung. 2. Auflage. Verlag Barbara Budrich GmbH. Opladen, Toronto.
- Gadringer, S., Holzinger, R., Sparviero, S., Trappel, J., Gomez Neumann, A. M. (2020). Digital News Report Network Austria. Detailergebnisse für Österreich. Universität Salzburg.

- Gao, J., Zheng, P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., Wang, Y., Fu, H., Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during Covid-19 outbreak. *PLoS ONE*. 15(4). 1-10.
- Garfin, D. R., Cohen Silver, R., Holman, A. E. (2020). The Novel Coronavirus (COVID-2019) Outbreak. Amplification of Public Health Consequences by Media Exposure. *Health Psychology*. 39(5). 355-357.
- Gonser, N., Reiter, G. (2018). Öffentlich-rechtliche Medienangebote und die Haltung des Publikums. Gonser, N. (Hrsg.) (2018). *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien. Public Value aus Publikumssicht*. Springer VS. Wiesbaden. 151-165.
- Gottlieb, M., Dyer, S. (2020). Information and Disinformation. Social Media in the COVID-19 Crisis. *ACADEMIC EMERGENCY MEDICINE*. 27(7). 640-641.
- Grammel, M., Gründl, J. (2018): Willingness to Pay for Public Service Media. Gonser, N. (Hrsg.), (2018). *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien. Public Value aus Publikumssicht*. Springer VS. Wiesbaden. 109-128.
- Guidry, J. P. D., Carlyle, K., Messner, M., Jin, Y. (2015). On pins and needles. How vaccines are portrayed on Pinterest. *Vaccines*. 33. 5051-5056.
- Hallin, D. C., Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press. New York.
- Hallin, D. C., Mancini, P. (2017). Ten Years After Comparing Media Systems. What have we learned? *Political Communication*. 34(2). 155-171.
- Hanitzsch, T., Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity. *The Discursive Constitution of Journalism. Communication Theory*. 27. 115-165.

- Hanitzsch, T., Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy. A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*. 19(2). 146-164.
- Henn, P., Vowe, G. (2015). Facetten von Sicherheit und Unsicherheit. Welches Bild von Terrorismus, Kriminalität und Katastrophen zeigen die Medien? *M&K*. 63(3). 341-362.
- Hernández-García, I., Giménez-Júlvez, T. (2020). Characteristics of YouTube Videos in Spanish on How to Prevent COVID-19. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020. 17. 4671.
- Hodgetts, D., Chamberlain, K., Scammel, M., Karapu, R., Waimarie Nikora, L. (2007). Constructing health news. possibilities for a civic-oriented journalism. *health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*. 12(1). 43-66.
- Honey, M. L. L., Aspden, T. J., Brackley, K. E., Haua, R., Sheed, L., Ashmore-Price, H., Chan, A. (2018). Patients' internet use in New Zealand for information about medicines. Implications for policy and practice. *Health Policy and Technology*. 7. 119-124.
- Humprecht, E., Esser, F., Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation. A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*. 25(3). 493–516.
- Jones, D. A. (2004). Why Americans Don't Trust the Media. *Press/Politics*. 9(2). 60-75.
- Joseph, B. (2013). De-Coupling journalism and democracy. Or how much democracy does journalism need? *Journalism*. 14(4). 441-445.
- Khatri, P., Singh, S. R., Belani, N. K., Yeong, Y. L., Lohan, R., Lim, Y. W., Teo, W. Z. Y. (2020). YouTube as source of information on 2019 novel coronavirus outbreak. a cross sectional study of English and Mandarin content. *Travel Medicine and Infectious Disease*. 35. 101636.

- Kiousis, S. (2001). Public Trust or Mistrust? Perceptions of Media Credibility in the Information Age. *Mass Communication & Society*. 4(4). 381-403.
- Klofstad, C. A., Uscinski, J. E., Connolly, J. M., West, J. P. (2019). What drives people to believe in Zika conspiracy theories? *Palgrave Communications*. 5. 36.
- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., Zarka, J., Trahoulsi, C., Akl, E. W., Baddour, K. (2020). Coronavirus Goes Viral. Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. *Cureus*. 12(3). 7255.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D., Robert, F., Rich, R. F. (2014). Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *The Journal of Politics*. 62(3). 790–816.
- Ladd, J. M. (2010). The Role of Media Distrust in Partisan Voting. *Political Behavior*. 32(4). 567–85.
- Li, H. O.-Y., Bailey, A., Huyhn, D., Chan, J. (2020). YouTube as a source of information on COVID-19. a pandemic of misinformation? *BMJ Global Health*. 5.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die Qualitative Sozialforschung*. 5. Auflage. Beltz Verlag. Weinheim und Basel.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Beltz Verlag. Weinheim und Basel.
- Mcnair, B. (2018). From Control to Chaos, and Back Again. *Journalism Studies*. 19(4). 499-511.
- Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S., Riesmeyer, C. (2011). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. 1. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

- Mirbabaie, M., Bunker, D., Stieglitz, S., Deubel, A. (2020). Who Sets the Tone? Determining the Impact of Convergence Behaviour Archetypes in Social Media Crisis Communication. *Inf Syst Front.* 22. 339-351.
- Mitchell, S. S. D. (2019). Population Control, Deadly Vaccines, and Mutant Mosquitoes. The Construction and Circulation of Zika Virus Conspiracy Theories Online. *Canadian Journal of Communication.* 44. 211-237.
- Mulrennan, S., Colt, H. (2020). Medical information and social media in the time of COVID-19. *Respirology.* 25. 578-579.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Nielsen, R. K. (2019). *Digital News Report 2019.* Reuters Institute. Oxford.
- Pateman, C. (1970). *Participation and democratic theory.* Cambridge. Cambridge University Press.
- Peruško, Z., Vozab, D., Čuvalo, A. (2015). Digital Mediascapes, Institutional Frameworks, and Audience Practices Across Europe. *International Journal of Communication.* 9. 342-364.
- Prochazka, F., Schweiger, W. (2019). How to Measure Generalized Trust in News Media? An Adaptation and Test of Scales. *Communication Methods and Measures.* 13(1). 26-42.
- Raff, F. (2010). Bleibt Rundfunk Rundfunk? Der Wert des öffentlich rechtlichen Rundfunks in der Netzwelt. Klumpp, D., Kubicek, H., Roßnagel, A., Schulz, W. (Hrsg.) (2010). *Netzwelt – Wege, Werte, Wandel.* Springer Verlag. Berlin. 279-288.
- Riedl, A. (2019). Which Journalists for Which Democracy? *Journalism Studies.* 20(10). 1377-1399.

- Ryfe, D. (2020). Journalism and Democracy. Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. Hrsg. (2020) *The Handbook of Journalism Studies*. 2nd Edition. Routledge. New York. 293-306.
- Sasaki, N., Kuroda, R., Tsuno, K., Kawakami, N. (2020). Exposure to media and fear and worry about COVID-19. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*. 74. 501-502.
- Schulz, M. (2012) Quick and easy? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft. Schulz, M., Mack, B., Renn, O. (Hrsg.) (2012). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung*. Springer VS. Wiesbaden. 9-22.
- Sharma, M., Yadav, K., Yadav, N., Ferdinand, K. C. (2017). Zika virus pandemic. Analysis of Facebook as a social media health information platform. *American Journal of Infection Control*. 45. 301–302.
- Sjøvaag, H., Pedersen, T. A., Owren, T. (2019). Is public service broadcasting a threat to commercial media? *Media, Culture & Society*. 41(6). 808-827.
- Skovsgaard, M., Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance. Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*. 21(4). 459-476.
- Smailhodzic, E., Hooijsma, W., Boonstra, A., Langley, D. J. (2016). Social media use in healthcare. A systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Services Research*. 16. 442-456.
- Solin, A. (2015). Construing professional norms in journalism. Responsibility and risk reporting. *Journal of Applied Linguistics and Professional Practice*. 9(3). 387-404.
- Solomon, D. H., Bucala, R., Kaplan, M. J., Nigrovic, P. A. (2020). The ‘Infodemic’ of COVID-19. *Arthritis & Rheumatology*. 72(11). 1806-1808.

- Soroka, S., Andrew, B., Aalberg, T., Iyengar, S., Curran, J., Coen, S., Hayashi, K., Jones, P., Mazzoleni, G., Woong Rhee, J., Rowe, D., Tiffen, R. (2012). Auntie Knows Best? Public Broadcasters and Current Affairs Knowledge. *B.J.Pol.S.* 43. 719–739.
- Standaert, O., Hanitzsch, T., Dedonder, J. (2019). In their own words. A normative-empirical approach to journalistic roles around the world. *Journalism.* 1-18.
- Steininger, C., Woelke, J. (2011). Der Wert öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die öffentliche Kommunikation. Programmstruktur und Institutionalisierung. Karmasin, M., Süßenbacher, D., Gonser, N. (Hrsg.). *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich.* VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer. Wiesbaden. 83-98.
- Taylor, M., Perry, D. C. (2005). Diffusion of traditional and new media tactics in crisis communication. *Public Relations Review.* 31. 209-217.
- Thompson, S. K. (2012). *Sampling.* 3rd edition. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken. New Jersey.
- Thompson, R. R., Garfin, D. R., Holman, E. A., Silver, R. C. (2017). Distress, Worry, and Functioning Following a Global Health Crisis. A National Study of Americans' Responses to Ebola. *Clinical Psychological Science.* 5(3). 513–521.
- Trilling, D., Schoenbach, K. (2013). Patterns of news consumption in Austria. How fragmented are they? *International Journal of Communication.* 7. 929–953.
- Tsfati, Y., Cappella, J. N. (2003). Do People Watch What They Do Not Trust? Exploring the Association between News Media Skepticism and Exposure. *Communication Research.* 30(5). 504–529.
- Tsfati, Y., Ariely, G. (2014). Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. *Communication Research.* 41(6). 760-782.

- Van Cauwenberge, A., d'Haenens, L., Beentjes, H. (2013). Young people's news orientations and uses of traditional and new media for news. *Communications*. 38(4). 367-388.
- van Dalen, A. (2020). Journalism, Trust, and Credibility. Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (Hrsg.) (2020) *The Handbook of Journalism Studies*. 2nd Edition. Routledge. New York. 356-371.
- Waisbord, S. (2012). Democracy, journalism, and Latin American populism. *Journalism*. 14(4). 504-521.
- Wang, P.-W., Lu, W.-H., Ko, N.-Y., Chen, Y.-L., Li, D.-J., Chang, Y.-P., Yen, C.-F. (2020). COVID-19-Related Information Sources and the Relationship With Confidence in People Coping with COVID-19. Facebook Survey Study in Taiwan. *Journal of medical internet research*. 22(6). 1-8.
- Waszak, P. M., Kasprzycka-Waszak, W., Kubanek, A. (2018). The spread of medical fake news in social media. The pilot quantitative study. *Health Policy and Technology*. 7. 115-118.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*. 395.
- Zuckerman, E. (2017). Mistrust, efficacy and the new civics: Understanding the deep roots of the crisis of faith in journalism. Knight Commission Workshop on Trust, Media and American Democracy, Aspen Institute.

Quellenverzeichnis (Online)

- Austrian Corona Panel Project (2020). Austrian Corona Panel Data. Vienna. University of Vienna. <https://viecer.univie.ac.at/coronapanel/austrian-corona-panel-data/method-report/>. (2.6.2020)
- Eberl, J.-M., Lebernegg, N. S., Boomgaarden, H. G. (2020a). Alte und Neue Medien. Desinformation in Zeiten der Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog21/>. (10.11.2020)
- Eberl, J.-M., Riedl, A., Lebernegg, N. S. (2020b). Erwartungen an die Corona-Berichterstattung. Vom Wachhund zum Schoßhund? <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog40/>. (10.11.2020)
- Lebernegg, N. S., Eberl, J.-M., Boomgaarden, H. G., Partheymüller, J. (2020). Alte und neue Medien. Informationsverhalten in Zeiten der Corona-Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog04/>. (10.11.2020)
- Lecheler, S., Aaldering, L. (2020). Der ganz persönliche Kampf gegen die Infodemie. Nachrichtenvermeidung während der Corona-Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog48/>. (10.11.2020)
- Moosbrugger, R., Prandner, D., Glatz, Ch. (2020). Soziale Ungleichheiten im Informationsverhalten während der Corona Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog55/>. (10.11.2020)
- o.A. (2020a): Coronavirus lässt Rekorde bei ORF-Infosendungen purzeln, 475.000 sahen Auftakt-Folge von ‚Freud‘. <https://www.derstandard.at/story/2000115798721/475-000-sahen-auftakt-folge-von-orf-netflix-serie-freud>. (27.3.2020)
- o.A. (2020b). ORF-Programme. Online, Radio, TV. Corona-Spezial. https://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=335. (4.1.2021)

- o.A. (2020c). Corona-Infos auf einen Klick. Der ‚Infopoint‘ von orf.at. https://zukunft.orf.at/show_content2.php?blog_mode=single&blog_id=224&sid=176&s2id=335&blog_group=1 (4.1.2021)
- o.A. (2020d). Coronavirus. ORF-Social-Media-Angebote gut genutzt. https://der.orf.at/unternehmen/aktuell/social_media100.html. (4.1.2021)
- o.A. (2020e). Corona-Berichterstattung (25.02.-25.06.2020). https://zukunft.orf.at/show_content2.php?blog_mode=single&blog_id=296&sid=176&s2id=333&blog_group=2. (4.1.2021)
- o.A. (2020f). 5 Millionen sahen ORF-Berichterstattung zum zweiten Lockdown. https://zukunft.orf.at/show_content2.php?blog_mode=single&blog_id=301&sid=176&s2id=333&blog_group=2. (4.1.2021)
- o.A. (2020g). Die ZiB in Isolation. Information und Orientierung in Krisenzeiten gewährleisten. https://zukunft.orf.at/show_content2.php?blog_mode=single&blog_id=223&sid=176&s2id=335&blog_group=1. (4.1.2021)
- o.A. (2020h). Innenministerium warnt vor Falschmeldungen auf sozialen Medien zu Coronavirus. <https://www.bmi.gv.at/news.aspx?id=705971746E7071715752493D>. (10.11.2020)
- ORF. (2019a). ORF im Februar 2019. 35,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190301_OTS0169/orf-im-februar-2019-352-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)
- ORF. (2019b). ORF im März 2019. 33,3 Prozent Marktanteil für Sendergruppe. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190401_OTS0122/orf-im-maerz-2019-333-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019c). ORF im April 2019. 29,7 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190502_OTS0193/orf-im-april-2019-297-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019d). ORF im Mai 2019. 33,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190603_OTS0110/orf-im-mai-2019-332-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019e). ORF im Juni 2019. 30,6 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190701_OTS0193/orf-im-juni-2019-306-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019f). ORF im Juli 2019. 29,5 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190801_OTS0141/orf-im-juli-2019-295-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019g). ORF im August 2019. 29,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190902_OTS0182/orf-im-august-2019-292-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019h). ORF im September 2019. 30,8 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191001_OTS0128/orf-im-september-2019-308-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019i). ORF im Oktober 2019. 30,8 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191104_OTS0079/orf-im-oktober-2019-308-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2019j). ORF im November 2019: 30,1 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191202_OTS0138/orf-im-november-2019-301-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020a). ORF im Februar 2020. 32,8 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200302_OTS0163/orf-im-februar-2020-328-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020b). ORF im März 2020. 36,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200401_OTS0143/orf-im-maerz-2020-362-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020c). ORF im April 2020. 33,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200504_OTS0126/orf-im-april-2020-332-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020d). ORF im Mai 2020. 31,4 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200602_OTS0153/orf-im-mai-2020-314-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020e). ORF im Juni 2020. 31,0 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200701_OTS0154/orf-im-juni-2020-310-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020f). ORF im Juli 2020. 32,0 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200803_OTS0040/orf-im-juli-2020-320-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020g). ORF im August 2020. 31,2 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200901_OTS0135/orf-im-august-2020-312-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020h). ORF im September 2020. 31,5 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20201001_OTS0216/orf-im-september-2020-315-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020i). ORF im Oktober 2020. 33,8 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20201102_OTS0101/orf-im-oktober-2020-338-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

ORF. (2020j). ORF im November 2020. 35,0 Prozent Marktanteil für Sendergruppe.

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20201201_OTS0203/orf-im-november-2020-350-prozent-marktanteil-fuer-sendergruppe. (12.01.2021)

Prainsack, B., Kittel, B., Kritzing, S., Boomgaarden, H. G. (2020). The Coronation of Austria. Part 10. <https://bprainsack.medium.com/the-coronation-of-austria-part-10-b2ebe19d23dd>. (10.11.2020)

Prandner, D., Eberl, J.-M. (2020). Medienvertrauen in der Corona-Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog32/>. (10.11.2020)

Schmidt-Vierthaler, R. (2020). ORF. Höhenflug und Notquartier. <https://www.die-presse.com/5786341/orf-hohenflug-und-notquartier>. (27.3.2020)

Tóth, B. (2020). Der ORF im Corona-Modus. Besser als sonst. https://www.falter.at/zeitung/20200325/der-orf-im-corona-modus--besser-als-sonst/_aa45699e6e. (27.3.2020)

Anhang

Abstract Deutsch

Im Wandel befindliche Medienlandschaften und die damit einhergehende *Vertrauenskrise* vor allem etablierter, institutionalisierter Medien werden in der (Kommunikations-)Wissenschaft und der Gesellschaft vieldiskutiert. Das Internet und der wachsende Diskurs über die dort zirkulierenden (Des-)Informationen tragen dazu bei. Mit Ausbruch der Covid-19-Pandemie im Frühjahr 2020 erhielten traditionelle Medien, wie der ORF, allerdings starken Zulauf. In der vorliegenden Arbeit soll dieses Phänomen des potenziell gestiegenen Vertrauens ergründet werden. Um dies zu tun wurden insgesamt zwölf Interviews mit RezipientInnen des ORF verschiedener Altersklassen geführt und mit einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring analysiert. Am Beginn der Analyse standen die vier Hauptkategorien *Nutzung der ORF Angebote*, *Vertrauen gegenüber dem ORF*, *Bewertung der ORF-Angebote* und *Verbesserungsvorschläge*. Die Ergebnisse zeigen, dass nahezu alle ProbandInnen die Berichterstattung des ORF seit Beginn der Corona-Krise verstärkt rezipieren, sowohl im Fernsehen und Radio als auch online. Gleichzeitig lässt sich erkennen, dass der starke Fokus auf Themen rund um Covid-19 auch kritisch gesehen wird und es so im Verlauf der Pandemie zu einer Abflachung der Nutzung kam. Grundsätzlich vertrauen die RezipientInnen darauf das *Wichtigste vom Tag* und die *harten Zahlen und Fakten* zu erfahren und unterstellen sowohl dem Medienunternehmen an sich als auch einzelnen JournalistInnen ein hohes Maß an *Professionalität* und *Neutralität*. Kritikpunkte umfassen dabei die *Selbstinszenierung* einzelner AkteurInnen sowie den *starken Fokus auf Covid-19*, der anderen Themen den Raum nimmt. *Einflüsse seitens der Politik* wurden ebenso thematisiert. Für die Zukunft wünschen sich die ProbandInnen ein *breiteres Meinungs- und Themenspektrum* sowie mehr *Publikumsnähe*.

Keywords: *ORF, öffentlich-rechtliche Medien, Covid-19, Medienvertrauen, Medienskepsis, qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring*

Leitfaden

Wenn Sie an einen ganz normalen Tag denken, welche Medien nutzen Sie da? Von in der Früh bis abends, um sich zu informieren?

(zu FF1: Wie nutzen RezipientInnen die den ORF und seine Informationsangebote während der COVID-19-Pandemie?)

1. Jetzt haben wir ja eine sehr besondere Situation. Corona. Hat sich da irgendwie welche Medien Sie nutzen, wie Sie sich informieren? Inwiefern hat es sich verändert? Nutzen Sie andere Plattformen oder verbringen sie mehr, weniger Zeit damit sich zu informieren?
2. In dieser ganzen Medienflut; welche Rolle spielt da eigentlich der ORF für Sie?

(zu FF3: Wie werden der ORF und seine Informationsangebote von RezipientInnen während der COVID-19-Pandemie bewertet?)

3. Was halten Sie allgemein vom Medienunternehmen ORF? Warum?
4. *Im März erreichte der ORF mit einer Informationssendung zu Covid-19 die höchsten Einschaltquoten aller Zeiten. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?*
5. Ist Ihnen etwas aus der Berichterstattung zur Covid-19-Krise in Erinnerung geblieben? Was und warum?
6. Wie faktisch korrekt ist der ORF Ihrer Meinung nach? Wie objektiv?
7. Denken Sie der ORF kommt mit seiner Berichterstattung seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft als öffentlich-rechtliches Medium nach?

(zu FF2: Wie ist das Vertrauen gegenüber dem ORF und seinen Informationsangeboten während der COVID-19-Pandemie?)

8. Was erwarten Sie sich, wenn Sie zum Beispiel die ZiB aufdrehen oder die Nachrichten des ORF hören? Warum?
9. *Was denken Sie, im Falle einer akuten Krise wie jetzt, wie verhalten sich die Leute, um Informationen zu bekommen? Warum? / Stellen Sie sich vor eine Bekannte ruft Sie an*

und erzählt sie ist verunsichert über die Corona-Situation und braucht Informationen, was raten Sie ihr?

10. Denken Sie der ORF ist eine zuverlässige/vertrauenswürdige Quelle?

11. Welche Personen fallen Ihnen als erstes ein, wenn Sie an den ORF denken?

Finden Sie diese Personen machen ihren Job gut/sind vertrauenswürdig?

12. Würden Sie sagen, dass man den Medien allgemein vertrauen kann? Warum? Warum nicht?

13. Wenn Sie an den ORF denken, wie denken Sie hat seine Berichterstattung zur Corona-Krise auf den Verlauf gewirkt? (Bsp. Wurden die ZuseherInnen gut informiert und beruhigt oder für mehr Verwirrung und Panik gesorgt?)

14. Wenn Sie sich erinnern können, am Beginn des ersten Lockdowns im März, da gab es vom ORF und seinen JournalistInnen eine Quarantäne am Königsberg, um sicherzustellen, dass die Berichterstattung weiterlaufen kann. Wie fanden Sie diese Maßnahme?

(zu FF4: Welche Strategien lassen sich aus der Nutzung des ORF und seiner Informationsangebote während der COVID-19-Pandemie für die Zukunft ableiten?)

15. Alles in allem, wie würden Sie die Arbeit des ORF bei der Berichterstattung zu Covid-19 bisher bewerten/benoten?

16. Was fehlt Ihnen, wenn Sie an den ORF denken und wie er berichtet hat? Was würden Sie sich für die Zukunft wünschen? Haben Sie Verbesserungsvorschläge?

17. Soziodemografische Daten:

- Alter
- Geschlecht
- Höchster abgeschlossener Bildungsgrad
- Momentaner Beruf
- Haushaltsgröße
- Politische Einstellung (Optionen: stark links, eher links, politische Mitte, eher rechts, stark rechts)

Einschaltquoten ORF-Vergleich 2019-2020

Tabelle 2: Einschaltquoten ORF Vergleich 2019-2020 (eigene Darstellung)

Marktanteil (MA)	2019	2020
Februar	ORF1: 13,1% MA ORF2: 19,35% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 3.2.: 53% MA / 1,506 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019a)	ORF1: 9,3% MA ORF2: 20,8% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 10.2.: 55% MA / 1,493 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020a)
März	ORF1: 10,7% MA ORF2: 19,8% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 5.3.: 53% MA / 1,344 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019b)	ORF1: 7,1% MA ORF2: 26,2% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 15.3.: 67% MA / 2,860 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020b)
April	ORF1: 8,0% MA ORF2: 18,9% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 29.4.: 53% MA / 1,198 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019c)	ORF1: 6,5% MA ORF2: 23,7% MA Top Reichweite: ZIB1 5.4.: 64% MA / 2,351 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020c)
Mai	ORF1: 8,0% MA ORF2: 22,2% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 18.5.: 67% MA / 1,922 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019d)	ORF1: 6,4% MA ORF2: 21,7% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 3.5.: 58% MA / 1,893 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020d)
Juni	ORF1: 8,7% MA ORF2: 18,8% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 23.6.: 44% MA / 1,049 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019e)	ORF1: 6,6% MA ORF2: 21,1% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 15.6.: 56% MA / 1,630 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020e)
Juli	ORF1: 6,6% MA ORF2: 19,8% MA Top Reichweite: Bundesland heute 8.7.: 56% MA / 1,254 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019f)	ORF1: 7,3% MA ORF2: 21,4% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 6.7.: 55% MA / 1,526 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020f)
August	ORF1: 6,5% MA ORF2: 19,5% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 13.8.: 54% MA / 1,115 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019g)	ORF1: 7,3% MA ORF2: 20,8% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 30.8.: 57% MA / 1,597 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020g)
September	ORF1: 7,5% MA ORF2: 20,3% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 29.9.: 55% MA / 1,828 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019h)	ORF1: 7,4% MA ORF2: 21,2% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 6.9.: 55% MA / 1,663 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020h)
Oktober	ORF1: 7,6% MA ORF2: 19,9% MA	ORF1: 8,9% MA ORF2: 22,1% MA

	Top Reichweite: Bundesland Heute 28.10.: 56% MA / 1,441 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019i)	Top Reichweite: Zeit im Bild 26.10.: 56% MA / 1,895 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020i)
November	ORF1: 7,2% MA ORF2: 20,3% MA Top Reichweite: Bundesland Heute 4.11.: 55% MA / 1,369 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2019j)	ORF1: 8,6% MA ORF2: 23,6% MA Top Reichweite: Zeit im Bild 3.11.: 58% MA / 2,222 Mio. ZuseherInnen (ORF, 2020j)

Kategoriensystem

Tabelle 3: Kategoriensystem

<i>Kategorie</i>	<i>Beschreibung</i>	<i>Beispiele</i>
K 1 Nutzung der ORF-Angebote	Codiert werden Textstellen, die Aussagen in Bezug auf die Nutzung von ORF-Angeboten enthalten.	„Ich verwende sehr viel orf.at.“ „Ja, eigentlich eh nur ORF1, im Radio und am Abend allerdings schon also die, die Zib1, ZiB2 meistens, aber auch Servus Nachrichten und Nachrichten, deutsche Nachrichten auch zum Beispiel, ja.“
<u>K 1.1 Plattform</u>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen auf welcher Plattform ORF-Berichterstattung rezipiert wird.	„Ja, ja. Das sind aber, ich mein die Jungen holen sichs über das Internet und Leute in meinem Alter holen sichs über die Zeitungen und das Fernsehen, wie es halt früher schon war, ja. Und also ich nicht, ich hole es mir nur in Ausnahmefällen über das Internet, wenn ich was verpasst habe.“
<i>K 1.1.1 Radio</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass ORF-Inhalte per Radio rezipiert werden.	„Auch ganz besonders im ersten Lockdown war Ö1 sehr, sehr viel dabei.“
<i>K 1.1.2 Fernsehen</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass ORF-Inhalte per analogem Fernsehen rezipiert werden.	„Zu Haupt-Corona-Zeiten haben wir viel die ZiB geschaut.“
<i>K 1.1.3 TvThek</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass ORF-Inhalte per TvThek rezipiert werden.	„Ich schau hin und wieder auch über die ORF TvThek, sonntags wenn es ein Rennen gibt.“
<i>K 1.1.4 Online (orf.at)</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass ORF-Inhalte online (orf.at) rezipiert werden.	„Aber ORF zum Beispiel ist die einzige News-Seite, wo ich dezidiert von selber draufgehe...“
<i>K 1.1.5 Soziale Netzwerke</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass ORF-Inhalte auf sozialen Netzwerken rezipiert werden.	„Nachdem der Wecker läutet [ahm] öffne ich mal das Handy oder öffne halt die Apps und lande dann schnell mal [ahm] auf Instagram, wo ich halt die verschiedenen ja Mitteilungen bekomme ja. Sei es halt irgendwie Fashion, Lifestyle, aber auch dadurch dass ich Zeit im Bild und der Standard [ahm] abonniert habe quasi [ahm].“

<u>K 1.2 Nutzungskurve</u>	Codiert werden Textstellen, die Aufschluss darüber geben ob und wie sich die Nutzung der ORF-Angebote seit Beginn der Covid-19-Pandemie verändert hat.	„Hat sich in der Zeit der Corona-Krise deine Mediennutzung irgendwie verändert?“ – „Hm...Schon, es ist schon mehr geworden, aber vor allem dadurch, dass ich mehr Zeit habe.“
<i>K 1.2.1 keine Veränderung</i>	Codiert werden Textstellen, die ein gleichbleibendes Mediennutzungsverhalten hinsichtlich der ORF-Angebote beschreiben.	„Es ist, es ist von der, von der Art der Nutzung her und von den Medien, die ich nutze, ziemlich gleichgeblieben.“
<i>K 1.2.2 geringerer Medienkonsum</i>	Codiert werden Textstellen, die geringeren Medienkonsum in Bezug auf den ORF seit Beginn der Corona-Krise postulieren.	„Wie war das vor der Krise? Wars da, hat es da eine größere Rolle eingenommen?“ – „Ja, zu dem Zeitraum habe ich schon mehr geschaut ja.“
<i>K 1.2.3 gesteigerter Medienkonsum</i>	Codiert werden Textstellen, die von einer erhöhten Rezeption von ORF-Inhalten zeugen.	„Also während dem ersten Lockdown war es auf jeden Fall so, dass ich wesentlich öfter auf der Internetseite war und auch wesentlich öfter ORF über den Stream, also über die TVThek geschaut habe.“
<i>K 1.2.3.1 Abflachung im Laufe der Pandemie</i>	Codiert werden Textstellen, die eine Abflachung der Mediennutzung in Bezug auf den ORF im Laufe der Covid-19-Pandemie thematisieren.	„Also es war ein Verlauf. Ganz am Anfang war ich extrem darauf bedacht informiert zu sein. Also da hab ich mehrmals am Tag am Handy nachgeschaut und am Abend, wenn so Spezialsendungen waren. Hab versucht da am Ball zu bleiben. Mittlerweile ist es eher so, dass ich es meide...“
<u>K 1.3 Motive für die Nutzung</u>	Codiert werden Textstellen, die individuelle Gründe für die Rezeption von ORF-Berichterstattung im Zuge der Covid-19-Krise beinhalten.	„Ja, weil ich finde; wenn man informiert ist, habe ich persönlich ein besseres Gefühl und [ahm] bei der ZiB, das ist doch eine qualitative Nachrichtensendung und da denke ich mir doch, dass das bestätigte Informationen sind, die die auch preisgeben.“
<i>K 1.3.1 Harte Zahlen und Fakten</i>	Codiert werden Textstellen, in denen die Information über harte Zahlen und Fakten rund um Covid-19 als Motiv für die Nutzung von ORF-Angeboten angegeben wird.	„In, in Erinnerung geblieben oder, oder was ja nach wie vor noch ist, sind ja eben diese Zahlen. Die sind für mich schon sehr interessant, wenn man sie wirklich von einem Tag auf den anderen verfolgt und, und das halt

		dann auch gut beurteilen kann, wenn man sie regelmäßig verfolgt.“
<i>K 1.3.2 Unterhaltung/Neugier</i>	Codiert werden Textstellen, in denen Unterhaltung ein Motiv für die Nutzung von ORF-Angeboten darstellt.	„Da [Ö1] geht es weniger um Covid, als um die Tatsache, dass das Ganze für mich ein bisschen einen Podcast-Charakter hat. Also ich lasse das ganz gerne im Hintergrund laufen, während ich Hausarbeiten erledige und oder [ahm] Sudoku mach oder administrativen Arbeiten, wo man, wo ich mich nicht aktiv konzentrieren muss.“
<i>K 1.3.3 Gewohnheit</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen, dass sich RezipientInnen aufgrund von Gewohnheit oder einer gewissen Routine den ORF-Angeboten (rund um das Coronavirus) zuwenden.	„Naja der ORF spielt also eine Rolle aus Gewohnheit. Die ZiB-Nachrichten schaue ich, naja seit 50 Jahren an eigentlich.“
K2 Vertrauen gegenüber dem ORF	Codiert werden Textstellen, die Hinweise auf Vertrauen in den ORF bzw. die Thematisierung davon enthalten.	„[Der ORF] Kommt seinen Informationspflichten objektiver Natur hundertprozentig nach. Ich vertrau ihm voll und ganz.“ „Ja, aber ich hab im Großen und Ganzen zum ORF schon Vertrauen, aber es gibt Situationen wo er zu einseitig wird, auch jetzt in der Corona-Situation.“
<u>K 2.1 politische (Un-)Abhängigkeit des ORF</u>	Codiert werden Textstellen, die sich auf die politische (Un-)Abhängigkeit des ORF in der Berichterstattung beziehen.	„Und einfach auch ja, Hintergrundanalysen und, und einfach jetzt nicht irgendwie von irgendeiner politischen Seite oder irgendeiner Interessensgruppe beeinflusst.“ „Ja, glaube ich muss man schon mit Vorsicht genießen, weil die ja auch meiner Meinung nach politisch ein bisschen eingefärbt sind und das immer wieder durchkommt in den Gesprächen und das nicht ganz so neutral ist, wie es sein sollte.“
<u>K 2.2 Faktische Korrektheit</u>	Hier werden Textstellen kodiert, die das Vertrauen in die faktische Korrektheit der ORF-Inhalte thematisieren.	„Wie faktisch korrekt berichtet der ORF deiner Meinung nach?“ - „Das ist schwer zu sagen. So was, was

		dieses Corona-Zeug angeht werden sie schon faktisch sehr richtig sein.“
<u>K 2.3 Das Wichtigste vom Tag</u>	Hier werden Textstellen kodiert, die Hinweise darauf enthalten, dass sich die RezipientInnen aufgrund der Rezeption von ORF-Inhalten gut informiert fühlen und auf einen Überblick, über alle wichtigen Themen vertrauen und ihn auch erwarten.	„ich glaube, dass der ORF schon auch ein wichtiger Anlaufpunkt ist, wenn man in Österreich am laufenden bleiben, bleiben will.“ „Ich, ich glaube einfach, dass [ahm] mir, dass mir praktisch erzählt wird was heute wichtig war.“
<u>K. 2.4 Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags</u>	Codiert werden Textstellen, die Einschätzungen enthalten ob und inwiefern der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllt.	„Nicht, nicht immer will ich meinen, also ORF1 ist mir um ehrlich zu sein ein bisschen ein Dorn im Auge, was, was die Erfüllung des Bildungsauftrages betrifft. Da habe ich ein bisschen Probleme damit, weil es dann doch sehr stark das, der Fokus auch auf Entertainment und da fällt natürlich dieses ganze Kulturthema [ahm] ein bisschen in den Hintergrund.“
<i>K 2.4.1 Verständliche Information für alle</i>	Codiert werden Textstellen, die Hinweise darauf enthalten, dass der ORF in den Augen der RezipientInnen verständliche Informationen für alle BürgerInnen liefert.	„Also ich finde da, wie gesagt, ist es eine, ein guter Balanceakt zwischen Verständlichkeit und dennoch aber Professionalität, die an den Tag gelegt wird meines Erachtens.“
<i>K 2.4.2 Sicherheit durch professionelle Unabhängigkeit</i>	Codiert werden Textstellen, die darauf schließen lassen, dass der ORF in puncto Professionalität und Unabhängigkeit seine Aufgabe als öffentlich-rechtliches Medium in den Augen der RezipientInnen erfüllt.	„Also ich glaube die kommen dem ganz sicher nach und auch aufgrund der ORF-Gebühren, weil die haben dann auch die [ahm] notwendigen Mittel, um, um diverse [ahm] Fachleute oder so zu interviewen oder, oder das genauer zu recherchieren, aufgrund der finanziellen Mittel, die sie dadurch haben.“
<i>K 2.4.3 Regierungstreue</i>	Codiert werden Textstellen, in denen der ORF als regierungstreues Medium beschrieben wird.	„Also ich mein, das kommt darauf an, als was man es versteht. Ich, ich sehe den ORF eigentlich als das was er ist, nämlich als, als, als regierungsstützendes Organ im Endeffekt. Also ich würde behaupten, dass der ORF am ehesten immer mit Regierungslinie, egal wie die Regierung jetzt aussieht, außer erst ist Schwarz-Blau.“

<u>K 2.5 Vertrauen in ORF-JournalistInnen</u>	Codiert werden Textstellen, in denen individuelle ORF-JournalistInnen, ihre Vertrauenswürdigkeit und ihre Arbeit thematisiert werden.	„Objektiv. Ist wirklich eine Freude denen [den ZiB-ModeratorInnen] zuzuschauen, zuzuhören. Jetzt im Vergleich vor allem mit privaten Sendern ala Puls 4, ATV, Servus und wie sie alle heißen, die einfach nur, also nicht nur, aber, aber wo eine gewisse, ein gewisses Reißerisches zum Vorschein kommt meines Erachtens.“
<i>K 2.5.1 Professionalität</i>	Codiert werden Textstellen, in denen den JournalistInnen des ORF Professionalität unterstellt wird.	„Aber so wie sie es vermitteln und so wie sie auftreten und gerade in so stressigen Situationen [ahm] schaffen sie es finde ich auch gut irgendwo Ruhe reinzubringen und das halt eben sehr sachbezogen zu vermitteln und selber nicht irgendwie da in Panik zu geraten.“
<i>K 2.5.2 Selbstinszenierung</i>	Codiert werden Textstellen, in denen den JournalistInnen des ORF Selbstinszenierung unterstellt wird.	„Aber das Ganze ist dann auch grade in dieser Krisensituation, ist das Ganze ein bisschen übergeschwappt auch in, in ein bisschen Selbstinszenierung.“
<i>K 2.5.3 Vorbildwirkung</i>	Codiert werden Textstellen, in denen den JournalistInnen des ORF eine Vorbildwirkung zugesprochen wird.	„Ja, es war ein bisschen eine Vorbildwirkung würde ich sagen, weil die haben das ernst genommen, sie haben auch ernst darüber gesprochen, das hat ein einheitliches Bild gemacht.“
<i>K 2.5.4 Armin Wolf</i>	Codiert werden Textstellen, die dezidiert von Armin Wolf handeln oder sich auf ihn beziehen.	„Eigentlich schon, also mir gefällt der, der, der Interviewstyle und die Art vom Armin Wolf persönlich auch sehr gut, deswegen ich finde das immer recht sympathisch und weil man das Gefühl hat er, er macht seinen Job schon, schon kritisch...“
<u>K 2.6 Vertrauen in Medien allgemein</u>	Codiert werden Textstellen, die sich auf Vertrauen in (Nachrichten-) Medien allgemein beziehen.	„Würdest du sagen, dass man Medien allgemein vertrauen kann?“ „Nein.“ „Nein, warum nicht?“ „Medien sind nicht neutral und haben immer eine Agenda.“
<i>K 2.6.1 Medienskepsis</i>	Codiert werden Textstellen, die auf eine skeptische Einstellung gegenüber Medien allgemein schließen lassen.	„Hm. Schwierig. Ich glaube nicht allen [Medien] muss ich sagen. Also ich sag nur wenige, also ich glaube 30% kann man vertrauen und der Rest eher nicht.“

K 2.6.2 Vertrauen ja, aber...	Codiert werden jene Textstellen, die ein allgemeines Vertrauen gegenüber Medien (mit geringfügigen Einschränkungen) beschreiben.	„Ja, im Großen und Ganzen schon. Hin und wieder kann eine Parteilichkeit herauskommen. Sie sind, was mich ja auch nicht stört, nicht FPÖ-freundlich und manchmal stört es mich aber, dass sie ein bisschen zu Rot eingefärbt sind bei Diskussionen bei manchen.“ „Ja, ich auch. Ein gewisses Grundvertrauen braucht man ganz einfach. Also sonst kann ich alles anzweifeln und da gebe ich mich schon in Richtung Verschwörungstheoretiker. Also. Ein Grundvertrauen ist vorhanden.“
K 2.6.3 Vertrauen ist Verantwortung des Individuums	Codiert werden Textstellen, die Verweise auf die Verantwortung der/des Einzelnen bei der Identifikation von vertrauenswürdigen Medien enthalten.	„Glaub schon, glaub schon, dass man sich einfach vielseitig informiert und eben viele Sender und viele Meinungen sich anhört...“ „Genau, ich glaube auch, dass da jeder gar nicht, dass du da jedem gar nicht so reinreden kannst, weil jeder wird von etwas anderem angesprochen, weil manche stehen vielleicht darauf, dass sie wirklich nur Bilder durchschauen bei einer Zeitung und manche stehen dafür drauf, dass sie fünf Seiten lesen.“
K 3 Bewertung der ORF-Angebote während der Corona-Krise	Codiert werden Textstellen, die Hinweise auf die Bewertung der ORF-Angebote während der Covid-19-Pandemie seitens der RezipientInnen geben.	„Prinzipiell eigentlich ganz gut. Also ich mag den ORF prinzipiell ganz, ganz gerne. Rein von der Medienberichterstattung find ich es, find ich es persönlich relativ sagen wir mal relativ neutral.“
<u>K 3.1 Neutralität als positiver Faktor</u>	Codiert werden Textstellen, die darauf hinweisen, dass der ORF als neutral und aufgrund dessen als positiv bewertet wird.	„Allerdings aus dem reinen täglichen, schriftlichen was ich so mitbekommen habe, fand ich es sehr neutral und das hat mir eben auch sehr gefallen, dass es... Es war dezidiert das sind die aktuellen Zahlen und dann das wurde dazu gesagt, das ist der Stand weiß nicht was die Impfungen angeht, so geht es den anderen Ländern und

		so weiter und so fort und [ahm] das finde ich hat der ORF sehr, insofern dadurch, sehr gut gemacht.“
<u>K 3.2 Kompakte Social-Media-Übersicht</u>	Codiert werden Textstellen, die eine positive Bewertung der ORF-Angebote auf sozialen Netzwerken enthalten.	„Also was, was ich eigentlich von Anfang an recht, recht hilfreich fand ist halt, dass, die, die Social Media Seite von, von, vom ORF also, dass wieder da eigentlich ziemlich bald von Anfang an jeden Tag um, zuerst war es glaub ich irgendwie 9 und dann war es mittags oder so, die Zahlen veröffentlicht wurden und auch relativ schnell mit einer Grafik und Vergleichszahlen, damit du nicht das siehst okay so viel sind es heute, sondern was heißt das jetzt irgendwie so ein bisschen im Vergleich. Das fand ich eigentlich recht, recht kompakt um so eine Übersicht zu kriegen jeden Tag.“
<u>K 3.3 Stimmen von ExpertenInnen</u>	Hier werden Textstellen codiert, die eine positive Bewertung gegenüber der Expertenstimmen in der ORF-Berichterstattung zu Covid-19 enthalten.	„also gerade in der ZiB 2 regelmäßig irgendwie hochrangige Politiker oder Experten oder sonst was dort sitzen, wo du halt einfach denkst okay die sind wirklich an der Quelle und haben das nicht über drei Ecken und drei mal im Kreis gehört und erzählen dir jetzt irgendwas, was vielleicht schon gar nicht mehr im Kern der Wahrheit entspricht oder wo die Fakten nicht mehr ganz stimmen oder so.“
<u>K 3.4 Fokus auf Covid-19 zu stark</u>	Hier werden Textstellen codiert, die Hinweise auf eine negative Bewertung des starken Fokus des ORF auf Covid-19 in seiner Berichterstattung enthalten.	„Es ist immer irgendwo ein Bezug zu Corona da. [Ahm] Und das finde ich irgendwo störend, weil es die Berichterstattung bis zu einem gewissen Grad auch einschränkt. Also wenn man da immer dieses Corona-Thema im Hintergrund hat, schränkt das glaube ich auch den Horizont der Themen ein [ahm] die man, die man insgesamt covert. Das heißt, dass das Spektrum an, an verschiedenen Themen ist ein bisschen enger geworden durch das Ganze, will ich fast meinen.“

<u>K 3.5 ORF wirkt verloren/langsam bei akuten Ereignissen</u>	Codiert werden Textstelle, in denen der ORF als zu langsam bzw. behäbig oder altmodisch in seiner Berichterstattung beschrieben wird.	„Da sind sie [der ORF] mir zu langsam manchmal, wenn ich dann vergleiche. Da habe ich eine gewisse Kritik.“ „Nein, ich finde, ich finde Puls4 macht sehr viel richtig. Es ist einfach die Art viel frischer, viel modern, als bei diesen ZiB-Formaten. Die sind, eigentlich sind sie ja outdated.“
<u>K 3.6 Zu viel Selbstdarstellung</u>	Codiert werden Textstellen, in denen der ORF negativ bewertet wird, da seine Berichterstattung zu viel Selbstdarstellung enthalte.	„Weil sie sich selbst für zu voll nehmen meiner Meinung nach. Zum Beispiel, ich denke in letzter Zeit öfters daran, dass sich einfach der Armin Wolf da verbarrikadiert hat im ersten Lockdown und ich denke mir wie lächerlich das eigentlich im Nachhinein ist. Was für eine Wichtigkeit die Leute sich selber zusprechen. Das finde ich nicht normal. Diese Selbstbeweihräucherung geht mir halt auch sehr auf die Nerven.“
<u>K 3.7 Einwirkung auf die Wahrnehmung der Pandemie</u>	Codiert werden Textstellen, die Hinweise darauf geben, wie die Berichterstattung des ORF laut Ansicht der ProbandInnen auf die Wahrnehmung der Covid-19-Pandemie gewirkt hat.	„Dementsprechend seh ich es natürlich eher negativ, aber die Leute ziehen ja zum größten Teil mit mit den Maßnahmen und so, das wird sicher auch der Verdienst vom ORF sein. Dahingehend macht er halt, halt seinen Job gut.“
<i>K 3.7.1 Panikmache</i>	Hier werden Textstellen codiert, in denen dem ORF Panikmache in Bezug auf Covid-19 unterstellt wird.	„Naja sie sollen nicht immer abschreckend, weil es billig ist, dieselben Bilder jedes Mal zeigen. Jedes Mal Nadeln, die irgendein Aufgeregter, weil das Fernsehen dabei ist zitternd da rein, weil er aufgeregt ist. Das wirkt gar nicht professionell, was sie machen. [...] Das schreckt die Leute ab zu den Tests zu gehen, das ist kontraproduktiv.“
<i>K 3.7.2 ORF als Ruhepol</i>	Hier werden Textstellen codiert, die dem ORF unterstellen Ruhe während der Corona-Krise zu verbreiten/ausstrahlen.	„Also ich finde es ist nicht die Aufgabe der ORF da [ahm] irgendwie großartig [ahm] auf beruhigenden Faktor zu machen. Genauso wenig oder erst recht nicht hat er irgendwie Panik zu schieben. Und ich finde persönlich, dass man es durchaus sehr neutral sehen kann und dass dadurch eine gewisse Ruhe reingekommen ist.“

		Weil es eben, weil, weil, es war Ruhe durch Professionalität meines Erachtens.“
K 4 Verbesserungsvorschläge	Hier werden Textstellen codiert, die Verbesserungsvorschläge für bzw. Wünsche an die (Corona-) Berichterstattung des ORF seitens der RezipientInnen enthalten.	„Ich würde mir wünschen, dass der ORF darüber berichtet was die Leute interessiert.“
<u>K 4.1 Breiteres Meinungs- und Themenspektrum</u>	Hier werden Textstellen codiert, in denen der Wunsch nach einem breiteren Meinungs- oder Themenspektrum in der ORF-Berichterstattung vorkommt.	„Also da, man könnte meiner Meinung nach ruhig kritischere Leute auch in solche Interviews und Diskussionen zulassen, wenn man den Eindruck hat, dass man das aber sachlich widerlegen kann. Leute, die nur Theater machen, die schon, denen man schon das Doktorat aberkannt hat, was ja auch passiert ist, die nur kontraproduktiv sind und Leugner dieser Fakten, die brauchen sie nicht zu zeigen, aber gute Diskussionen, die Hand und Fuß haben finde ich schon okay.“
<u>K 4.2. Weniger Panikmache</u>	Hier werden Textstellen codiert, die den Wunsch nach weniger Verbreitung von Panik enthalten.	„Also am Anfang war es mir eben ein bisschen oder auch jetzt immer wieder einmal, so diese Angstmache, die ich weniger gern gehabt hätte und dafür konkreter wirklich Vorgänge oder wo man zumindest sich dran wenden kann.“
<u>K 4.3 Änderung des (politischen) Einflusses</u>	Hier werden Textstellen codiert, die Hinweise darauf enthalten, dass die RezipientInnen sich in Zukunft eine Änderung des politischen Einflusses auf den ORF wünschen.	„Also wenn man sich jetzt die Statistiken anschaut sind ja die Journalisten im ORF und auch bei anderen Tageszeitungen zu 90% grün-rot und so eingestellt und ich glaub, wenn da aus, aus allen Parteirichtungen Leute reinkommen würden und nicht nur im Stiftungsrat, weil der Norbert Steger macht einen richtig schlechten Job.“ „Sie sind was mich ja auch nicht stört, nicht FPÖ-freundlich und manchmal stört es mich aber, dass sie ein bisschen zu Rot eingefärbt sind bei Diskussionen bei manchen. Da gehört auch der Wolf dazu immer.“

<u>K 4.4 Mehr Publikumsnähe</u>	Hier werden Textstellen codiert, die Hinweise darauf hinweisen, dass die RezipientInnen mehr Einbeziehung der Wünsche des Publikums fordern.	„Ich find, ich find der ORF wüsste dann, was die Leute interessiert oder würde das bessere repräsentieren, was die Leute interessiert, wenn Leute mit untersch... wenn, wenn, wenn dort Leute arbeiten würden, die aus allen, unterschiedlichen politischen Richtungen kommen würden.“
<u>K 4.5. Personaltausch</u>	Hier werden Textstellen codiert, die Hinweise darauf enthalten, dass ein regelmäßiger Personaltausch gewünscht wird.	„Und da vielleicht auch, also teilweise was man, bei, bei, bei der, grade auch bei der ZiB finde ich manchmal die Meinung hat, dass sie ihre, also mir fällt es immer bei den Politikwissenschaftlern auf, weil halt dann immer der Peter Filzmaier dort sitzt oder in 90% der Fällen. Das es halt teilweise schon so wirkt Ok, da haben sie ihre zwei Leute auf Abruf für jedes Thema und ich finde, das wirkt dann oft wirkt es dann halt sehr einseitig...“
<u>K 4.6 Auflockerung der Berichterstattung</u>	Hier werden Textstellen codiert, in denen sich Hinweise darauf finden, dass die RezipientInnen sich eine Auflockerung der Berichterstattung des ORF wünschen.	„Also, ob, ob es wirklich eine zwölfstündige Berichterstattung braucht, also da vielleicht auch einfach ein bisschen Pausen zuzulassen und dazwischen vielleicht was Unterhaltsames auch einzuspielen, damit jeder auch mal wieder ein bisschen runterkommt.“
K 5 Geschlecht	männlich / weiblich / divers	
K 6 Alter	bis 24 Jahre / 25-49 Jahre / 50+ Jahre	
K 7 Bildung	Pflichtschule / Lehre / Matura / Hochschulabschluss	
K 8 Politische Einstellung	stark links / eher links / Mitte / eher rechts /stark rechts	