

# Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

**ROGator**   
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

## Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2021“ untersucht die Mediennutzung und die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von Institutionen:

**„Öffentliche und staatliche Institutionen verlieren während der Corona-Pandemie an Vertrauenswürdigkeit“**



Datum: Nürnberg, 30. September 2021

Verantwortlich für die Studie:

**Johannes Hercher**

**ROGator**   
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100 558  
Fax: +49 (0) 911 8100 570  
j.hercher@rogator.de  
www.rogator.de

**Prof. Dr. Andreas Krämer**

  
Strategic Consulting AG

**exeo Strategic Consulting AG**  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher  
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum  
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

**Rogator AG**  
Emmericher Str. 17  
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550  
fax: +49 911 8100 - 570  
mail: info@rogator.de

## **„Öffentliche und staatliche Institutionen verlieren während der Corona-Pandemie an Vertrauenswürdigkeit“**

**Vertrauenswürdigkeit der Bundesregierung, des Bundestags und vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk/Fernsehen gesunken / Geringes Institutionen-Vertrauen bei AfD-Wählern und Nicht-Wählern / Öffentlich-rechtliche TV-Sender als Informationsquelle zum politischen Geschehen in allen vier Ländern am häufigsten genutzt**

Vertrauen ist eine Möglichkeit, sich in einer komplexeren, schnelllebigen und widersprüchlichen Welt besser zurechtfinden zu können. Es kann daher als ein „Mechanismus der Reduktion von sozialer Komplexität“, aber auch als ein „Gradmesser für die Stabilität eines politischen Systems“ beschrieben werden. Je höher das Institutionenvertrauen ist, umso mehr Unterstützung genießt im Allgemeinen die herrschende gesellschaftliche Ordnung.

„Bereits zu Beginn der 2000er Jahre wurde mit Sorge beobachtet, dass sich in Deutschland ein großes Misstrauen gegenüber Institutionen manifestiert. Damals erreichten Institutionen wie die Polizei (71 %) und die Kirchen (36 %) aber noch vergleichsweise hohe Vertrauenswerte. In den letzten zwei Jahrzehnten sind diese rückläufig, besonders stark im Falle der Kirchen. Die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von Institutionen ist während der Corona-Krise noch einmal zurückgegangen“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG als Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

### **Die Ergebnisse der Studie im Überblick:**

**Vertrauenswürdigkeit der Bundesregierung, des Bundestags und vom Öffentlich-rechtlichen Rundfunk/Fernsehen gesunken**

In Deutschland erhalten die Institutionen Stiftung Warentest (67 % großes / sehr großes Vertrauen), Verbraucherzentrale (61 %) und Polizei (60 %) die besten Beurteilungen. Im Verlauf der Corona-Krise verschlechtert sich die Vertrauenswürdigkeit der Bundesregierung, des Bundestags und von öffentlich-rechtlichen Medien. Von den 13 bewerteten Institutionen kommen Kirchen, private Rundfunk- und TV-Sender und der Bundestag auf die letzten Rangplätze. Besonders kritisch ist das Bild bei den Kirchen. Nur 18 % der Deutschen vertrauen den Kirchen sehr stark oder stark, 71 % ordnen der Institution Kirche kein oder wenig Vertrauen zu.

Werden die aktuellen Ergebnisse (Aug./Sep. 2021) zur wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit mit den Messwerten zu Beginn der Corona-Pandemie (Apr./Mai 2020) verglichen, so sind Verschlechterungen der Vertrauenswürdigkeit nicht nur bei den Kirchen erkennbar, sondern auch bei staatlichen Institutionen wie der Bundesregierung, dem Bundestag sowie bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Erreichte der Bundestag im Apr./Mai 2020 noch ein ausgewogenes Urteil (48 % großes bzw. sehr großes Vertrauen vs. 47 % wenig / kein Vertrauen), sind die aktuellen Bewertungen deutlich kritischer (35 % großes bzw. sehr großes Vertrauen vs. 61 % wenig / kein Vertrauen). Die zunächst eindeutig positiven Ergebnisse für öffentlich-rechtlichen Rundfunk und TV sind mittlerweile verschlechtert und nur noch ausgewogen.

## **Geringes Institutionen-Vertrauen bei AfD-Wählern und Nicht-Wählern**

Wähler der AfD zeigen ein sehr geringes Vertrauen vor allem in staatliche Institutionen und öffentliche Medien. Ähnliches gilt für Personen, die nicht wählen. Personen, die der AfD nahestehen, geben im Durchschnitt bei 9 von 13 präsentierten Institutionen (69 %) ein fehlendes oder geringes Vertrauen an. Etwa 8 % der Befragten zeigen ein Misstrauen gegenüber allen 13 präsentierten Institutionen. Bei etwa 17 % der Deutschen fehlt es bei mindestens 10 Institutionen (77 % der aufgeführten Institutionen) an Vertrauen. Das dargestellte Misstrauen in Institutionen ist allerdings kein deutsches Phänomen, in der DACH-Region ergeben sich relativ ähnliche Muster.

## **Öffentlich-rechtliche TV-Sender als Informationsquelle zum politischen Geschehen in allen vier Ländern am häufigsten genutzt**

Als Informationsquelle zum politischen Geschehen werden öffentlich-rechtliche TV-Sender in allen vier Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Schweden) am häufigsten genutzt. In Deutschland nutzen 61 % der Befragten öffentlich-rechtliche Fernsehsender als Informationsquelle, um sich über das politische Geschehen zu informieren (Tageszeitungen kommen mit 39 % auf Rang 2, private Fernsehsender mit 34 % auf den Rang 3). In der Altersklasse < 30 Jahren stellen Soziale Medien und Netzwerke in Deutschland die wichtigste Informationsquelle dar (47 %). Während öffentlich-rechtliche Fernsehsender generell als Informationsquellen zum politischen Geschehen häufig genutzt werden, ist dies bei AfD-Wählern anders. Hier liegen soziale Medien und Netzwerke (44 %) und private Fernsehsender (40 %) noch vor den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern (36 %). Offenbar besteht in dieser Gruppe auch ein Zusammenhang zwischen der Nutzungsintensität öffentlich-rechtlicher Medien und der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit. Nur 16 % der AfD-Wähler halten öffentlich-rechtlichen Rundfunk/Fernsehen für vertrauenswürdig, 21 % haben wenig Vertrauen und 58 % gar kein Vertrauen zu dieser Institution.

Für die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten stellt nicht nur das Thema Vertrauensverlust ein Problem dar. Zusätzlich verstärkt sich der Trend weg vom klassischen TV-Konsum. Etwa ein Fünftel der Deutschen sehen maximal einmal pro Monat fern (in der Altersklasse < 30 Jahre sind dies bereits 37 %). Gleichzeitig nimmt die Nutzung von Video-on-Demand oder Video-Streaming zu. 31 % der deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher stimmen der Aussage „Klassisches Fernsehen nutze ich immer weniger“ zu (25 % im Apr./Mai 2020). In der Altersgruppe < 30 Jahre sind dies fast 50 %. Etwa 25 % der Befragten können sich zusätzlich vorstellen, komplett auf klassisches TV zu verzichten – in der Altersklasse < 30 Jahre sind es 39 %. Größere Teile der Gesellschaft scheinen sich von der klassischen Mediennutzung abzukoppeln. Dies hat gleichzeitig auch Konsequenzen für die Akzeptanz der Finanzierung der Anstalten. Die spiegelt sich auch darin wider, wie kontrovers die Legitimität der Rundfunk- und Fernsehgebühren in Öffentlichkeit und Politik diskutiert wird.

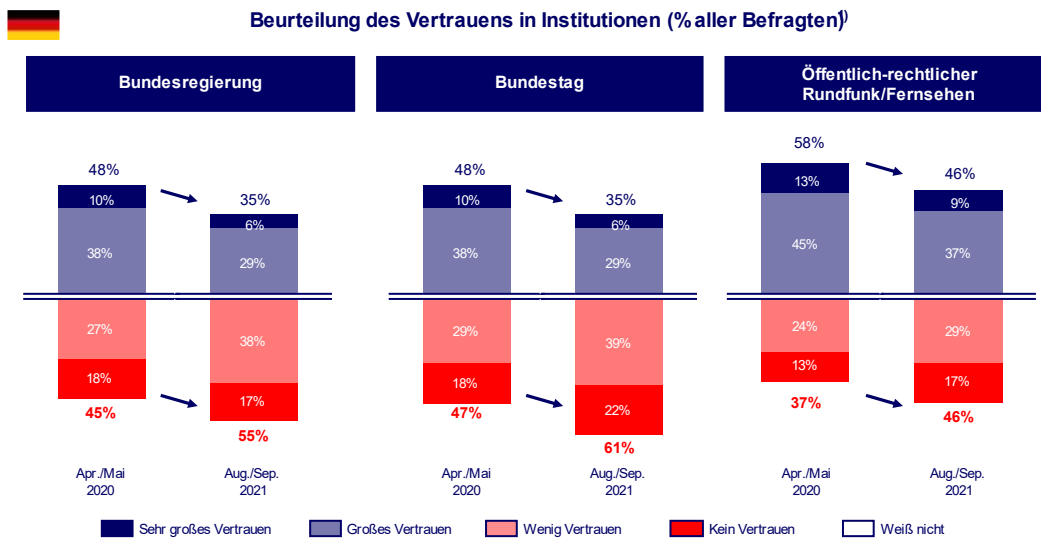
„Die aktuellen Untersuchungsergebnisse zeigen unter anderem, wie die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten sich zunehmend in eine Zwickmühle bewegen. Einerseits verlieren ihre Angebote an Nutzungshäufigkeit – der Medienkonsum verschiebt sich zugunsten von Streaming-Angeboten – andererseits sinkt in der Gesellschaft das Vertrauen in öffentlich-rechtliche Medien. Beide Faktoren erschweren eine Argumentation zugunsten steigender Gebühren“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

**Kostenfreier Studienbericht:** <https://www.rogator.de/studienberichte-opiniontrain/>

**Pressemeldung:** <https://www.rogator.de/oeffentliche-staatliche-institutionen-verlieren-corona-pandemie-vertrauenswuerdigkeit/>

**Die Vertrauenswürdigkeit der Bundesregierung, des Bundestags und der öffentlich-rechtlichen Medien sinkt in der aktuellen Messung**

Opinion  
TRAIN

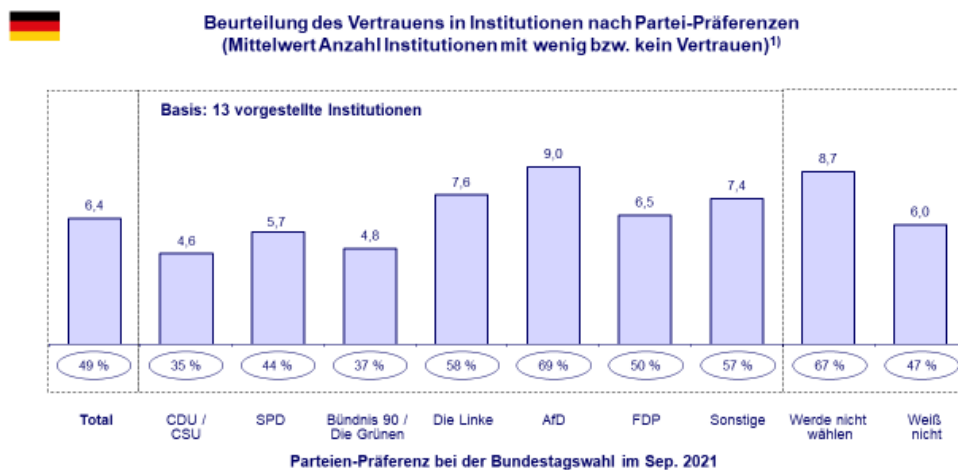


1) Sie sehen jetzt eine Reihe von Einrichtungen und Organisationen. Bitte geben Sie jeweils an, wie viel Vertrauen Sie aktuell in diese haben.  
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



**Wähler der AfD, aber auch Nicht-Wähler lehnen generell in starkem Maße Institutionen ab**

Opinion  
TRAIN



1) Sie sehen jetzt eine Reihe von Einrichtungen und Organisationen. Bitte geben Sie jeweils an, wie viel Vertrauen Sie aktuell in diese haben.  
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



**Hintergrund der Studie:** „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von 2.500 Personen (18-80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden. Im Aug./Sep. 2021 wurde die dritte Erhebung durchgeführt, nachdem die erste Erhebung (Apr./Mai 2020) die Situation der Menschen zur Zeit des ersten Lockdowns beleuchtete und die zweite Erhebung (Nov./Dez. 2020) den Fokus auf den 2. Lockdown legte.

## Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

### Rogator AG

Die Rogator AG steht seit **20 Jahren** für **leistungsstarke Software** und **erfolgreiche Online-Forschung**. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im **Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback** sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „**Combined Competence**“ für jedes Befragungsprojekt. Getreu der Philosophie „more than you ask for“ denkt Rogator dabei immer einen Schritt weiter für maximale Kundenorientierung sowie innovative, maßgeschneiderte und sichere Lösungen. Qualität und Datenschutz bilden dabei die Basis des Handelns. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

### exeo Strategic Consulting AG

Die exeo Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management. Er ist zudem Vorstand von VARI (Value Research Institute) in Iserlohn.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.

