

# **COVID-19-Prävention: Informationsstand, Einstellungen und Verhalten**

**Wichtigste Ergebnisse der Wirkungsmessung  
von Februar/März 2022  
zur Covid-19-Informationskampagne  
im Auftrag des  
Bundesamts für Gesundheit BAG**

**Kurzbericht vom 4. April 2022**

**Auftraggeber:**

Bundesamt für Gesundheit BAG  
Abteilung Kommunikation und Kampagnen  
Wirkungsmessung Kampagnen  
Schwarzenburgstrasse 157  
3003 Bern

**Auftragnehmer:**

Sotomo  
Dolderstrasse 24  
8032 Zürich

Demo SCOPE AG  
Klusenstrasse 17  
6043 Adligenswil

**Autor:**

Michael Hermann  
Geschäftsführer Sotomo

## Inhalt

<b>Wirkungsmessung</b> .....	<b>4</b>
Alltag mit Covid-19.....	4
Haltung zu Präventionsmassnahmen.....	5
Umgang mit Verhaltensregeln .....	5
Präventionskampagne .....	6
Vertrauen .....	7
<b>Methodik und Datenerhebung</b> .....	<b>8</b>

## Wirkungsmessung

Seit Beginn der Covid-19-Pandemie führt das Bundesamt für Gesundheit BAG periodische Wirkungsmessungen zum Informationsstand, den Einstellungen und zum Verhalten der Bevölkerung durch. Damit überprüft das BAG die Akzeptanz und Wirksamkeit der Covid-19-Präventionsarbeit. Die periodische Wiederholung der Befragung erlaubt es, die Meinungsdynamik in der Schweizer Bevölkerung seit Beginn der Pandemie nachzuzeichnen. Für den vorliegenden Kurzbericht wurden die wichtigsten Befragungsergebnisse der jüngsten Erhebung sowie Zeitvergleiche aufgearbeitet. Die Diagramme mit den detaillierten Ergebnissen finden sich in einem separaten Dokument. Die Verweise beziehen sich auf die entsprechenden Abbildungsnummern, wobei sich der vorliegende Kurzbericht auf die wichtigsten Ergebnisse bzw. Abbildungen bezieht.

Die periodische Wirkungsmessung beruht auf einer Zusammenarbeit folgender drei Institutionen: Der Fragebogen wird vom BAG erstellt. Die Online-Befragungen werden durch die Demo SCOPE AG durchgeführt, ausgewertet und danach grafisch aufbereitet. Die inhaltliche Analyse und Einordnung erfolgt jeweils durch Michael Hermann (Sotomo). Die Datenerhebung der aktuellen 9. Wirkungsmessung fand zwischen dem 23. Februar und 1. März 2022 statt. An der aktuellen Befragung haben insgesamt 1'813 Personen online teilgenommen. Die Befragungsteilnehmenden sind repräsentativ für die sprachassimilierte Wohnbevölkerung der Schweiz ab 15 Jahren mit Internetnutzung.

### Alltag mit Covid-19

Die Aufhebung der meisten Präventionsmassnahmen per 17. Februar 2022 hat sich unmittelbar auf die Stimmung in der Bevölkerung ausgewirkt. Mit einem Wert von durchschnittlich 7,5 auf einer Skala von 1 («sehr schlecht») bis 10 («sehr gut») war das subjektive Befinden aufgrund der aktuellen Corona-Situation seit Beginn der Pandemie nie besser als bei der aktuellen Wirkungsmessung (Abb. 1). Am negativsten war die Einschätzung der Corona-Situation ganz zu Beginn der Pandemie im März 2020 und dann nochmals im Oktober desselben Jahres – jeweils mit einem Wert von 6,4. Beides waren Momente des Schocks und grosser Unsicherheit. Im März 2020 waren es die dramatischen Bilder aus Norditalien und die völlig neuartige Situation. Im Oktober 2020 explodierten, nach einem Sommer der Ruhe, die Fallzahlen und die Intensivstationen füllten sich dramatisch. Auch Ende Februar 2022 haben die Fallzahlen stark zugenommen. Offensichtlich ist ein grosser Teil der Schweizer Bevölkerung jedoch der Ansicht, dass aufgrund der Dominanz der Virusvariante Omikron mit ihren mildereren Krankheitsverläufen die Situation nun anders einzuschätzen ist.

Das Befinden in Bezug auf die Covid-19-Pandemie hat sich von Anfang an nach Alter unterschieden. Jüngere Personen sahen ihr persönliches Befinden stets stärker beeinträchtigt als ältere (Abb. 2). Besonders gross war der intergenerationelle Graben im März 2021. Damals führten anhaltende Shutdown-Massnahmen besonders bei der jungen Generation zu einem verbreiteten Unbehagen. Jüngere Personen haben gerade in dieser Zeit vermehrt angegeben, dass ihnen an emotionaler Widerstandskraft fehle (Abb. 5). Ältere Personen stuften dagegen im Oktober 2020 die Situation als besonders bedrohlich ein. Mittlerweile besteht in Bezug auf die persönliche Bedrohungswahrnehmung kein Unterschied mehr zwischen jüngeren und älteren Befragten. Jüngere Befragte stellen aber nach wie vor vermehrt ihre Widerstandsfähigkeit

in Frage. Auffällig ist, dass der Anteil, der findet, das Coronavirus sei ihnen egal, bei den 15- bis 34-Jährigen weit stärker gestiegen ist, als bei den älteren Befragten (Abb. 7).

Im Gegensatz zu den intergenerationellen, sind die sprachregionalen Einschätzungsunterschiede im Verlauf der Pandemie tendenziell kleiner geworden (Abb. 3). Insbesondere haben sich die Einschätzungen in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz mehr und mehr angeglichen. Wobei die Bevölkerung der Deutschschweiz im gesamten Pandemieverlauf insgesamt am optimistischsten war. Am wenigsten Zuversicht besteht dagegen weiterhin bei der Bevölkerung der italienischsprachigen Schweiz. In der zu Beginn der Pandemie besonders früh und stark betroffenen Sprachregion wirkt sich die Situation bis heute am negativsten auf das Befinden aus.

### **Haltung zu Präventionsmassnahmen**

Die Aufhebung der meisten Präventionsmassnahmen durch den Bundesrat erachtet auch im Rückblick eine klare Mehrheit der Befragten für richtig. Die durchschnittliche Zustimmung dafür liegt bei 6,4 von maximal 10 Punkten (= «stimme voll und ganz zu») (Abb. 8). Noch mehr Befragte haben sich sehr rasch mit der neuen Situation abgefunden (7,2). Zugleich befürchtet die Bevölkerung, dass es durch die Aufhebung der Massnahmen zu einer neuen Ansteckungswelle kommt (5,7), dass Risikogruppen nicht genügend geschützt seien (5,5) und dass der Bundesrat irgendwann wieder vergleichbare Massnahmen anordnen werde (6,1). Die Bevölkerung trägt den Kurs des Bundesrats mit, betrachtet die aktuelle Situation jedoch nicht als Ende der Pandemie, sondern eher als befristete Rückkehr zur alten Normalität.

Auch in Bezug auf die gegenwärtige Situation besteht eine gewisse Ambivalenz. Die Befragten fühlen sich insgesamt freier (7,0) durch den Wegfall der Präventionsmassnahmen. Zugleich geben viele an, sich in Situationen mit vielen Menschen unwohl zu fühlen (5,5). Auffällig ist dabei, dass junge Erwachsene vor allem die Freiheit geniessen, während sich Freiheitsgefühl und Besorgnis bei den Älteren die Waage halten.

Zwar haben die meisten aufgrund der aufgehobenen Massnahmen keine zusätzliche Angst vor Ansteckung. Eine sehr deutliche Mehrheit (7,4) gibt jedoch an, dass sie weiterhin versuche, sich vor einer Ansteckung zu schützen.

### **Umgang mit Verhaltensregeln**

Obwohl die meisten Präventionsmassnahmen zum Zeitpunkt der Befragung bereits aufgehoben wurden, bleiben die vom BAG im Lauf der Pandemie kommunizierten Verhaltensregeln im Bewusstsein der Schweizer Bevölkerung tief verankert. Umfassend bekannt sind fast alle Verhaltensregeln in Bezug auf das Coronavirus, auch solche, die nur Empfehlungscharakter haben, wie «Gründlich Hände waschen» oder «Mehrere Male täglich lüften» (Abb. 10 & 11). Mit Ausnahme der Homeoffice-Empfehlung werden die meisten noch aktuellen Verhaltensregeln, gemäss Selbstangabe der Befragten, weiterhin eingehalten. So geben zum Beispiel die Befragten mit einer Quote von 8 von 10 an, Abstand gegenüber anderen Personen zu halten. Dies zeigt, dass mit der Aufhebung der meisten Präventionsmassnahmen durch den Bundesrat die Verhaltensmuster der Bevölkerung nicht einfach wieder in alte, vorpandemische Bahnen zurückgefallen sind. Zumindest der Wille und die Bereitschaft, sich an Verhaltensregeln zu halten ist weiterhin gross. Das gilt für das Abstandhalten ebenso, wie für das Maskentragen. Zugleich

führt die Aufhebung obligatorischer Präventionsmassnahmen dazu, dass sich viele dieser Verhaltensregeln im Alltag nicht mehr ohne Weiteres umsetzen lassen und sich die soziale Norm von Nähe und maskenfreiem Miteinander wieder zunehmend durchsetzen wird. Dies zeigt sich konkret beim Masken-Tragen. So geben 18 Prozent an, weiterhin in Einkaufsläden immer eine Maske zu tragen und weitere 28 Prozent geben an, dies teilweise zu tun (Abb. 12). Wenn es die Mehrheit jedoch nicht tut, nimmt der Normdruck zumindest auf jene ab, die nicht konsequent die Maske tragen. Auffällig ist, dass insbesondere ältere Personen (Abb. 13 & 14) sowie Personen aus der italienischsprachigen Schweiz (Abb. 15 & 16) weiterhin öfters Masken tragen.

Die Entwicklung zeigt: Die Bevölkerung hat ein differenziertes Bild über den Umgang mit dem Virus entwickelt – sie hat gelernt, mit dem Virus umzugehen und sich adäquat und verantwortungsbewusst davor zu schützen. Mit dem Auftreten der Omikron-Variante und den stark gestiegenen Fallzahlen im Frühjahr 2022 ist die Präsenz des Virus im unmittelbaren Alltag der Schweizer Bevölkerung angekommen und normal geworden. Die Einschätzung der Bedrohlichkeit des Virus hat abgenommen, damit einher geht der Rückgang beim Befolgen von Verhaltensempfehlungen. Dieser akzentuiert sich insbesondere in der abnehmenden Einhaltung und Akzeptanz des Abstandhaltens oder des Verzichts aufs Händeschütteln (Abb. 10 & 11). Dies könnte Ausdruck sein für ein besonderes Bedürfnis nach physischer Nähe nach den vergangenen zwei Pandemie-Jahren, die von erhöhtem «Social Distancing» geprägt waren.

## **Präventionskampagne**

Die Covid-19-Pandemie hat über fast zwei Jahre den Alltag und die Gespräche der Schweizer Bevölkerung geprägt. Diese besonderen Rahmenbedingungen haben zu einer aussergewöhnlichen Kommunikationssituation beigetragen. So hat die grosse persönliche Betroffenheit zu einer fast universellen Aufmerksamkeit für Behördeninformationen zur Covid-Pandemie geführt. Im ersten Jahr der Pandemie haben jeweils rund 90 Prozent der Befragten Informationskampagnen des BAG wahrgenommen (Abb. 20). Gleichzeitig haben die weitreichenden Konsequenzen von Covid-19 ebenso wie der Präventionsmassnahmen zu Kontroversen über das richtige Vorgehen sowie zu einer Politisierung der Präventionsarbeit geführt. Dies hat sich insbesondere im Verlauf des Jahres 2020 negativ auf das Vertrauen in die Behördenkommunikation ausgewirkt (Abb. 34).

Mit dem (vorläufigen) Ende der meisten Präventionsmassnahmen Mitte Februar 2022 hat sich die Kommunikationssituation zumindest bis zu einem gewissen Grad normalisiert – das gilt für die Aufmerksamkeit ebenso wie für die gesellschaftlichen Kontroversen. Dennoch ist die Aufmerksamkeit noch immer hoch. Ende Februar 2022 gaben 69 Prozent der Befragten an, die Piktogramm-Kampagne seit Beginn der Pandemie täglich oder häufiger wahrgenommen zu haben (Abb. 23). Die Kampagne des BAG wird von der Bevölkerung wahrgenommen, verstanden und als angemessen beurteilt (Abb. 31). Die klassischen Verbreitungs Kanäle (insbesondere TV, Plakate) spielten während der Pandemie eine zentrale Rolle (Abb. 25). Die Piktogramm-Plakate des BAG wurden vor allem in gedruckter Form wahrgenommen. Hierin zeigt sich auch der ausserordentliche Beitrag, den die vielen Multiplikatoren geleistet haben, indem sie die Plakate und Botschaften des BAG ihren Bezugsgruppen, Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie Netzwerken zugänglich gemacht haben.

## Vertrauen

Wichtig für den Erfolg von Präventionskampagnen sind nicht nur die Inhalte, sondern auch die Organisationen und Personengruppen, welche diese Inhalte vermitteln. Besonders bei behördlichen Informationsträgern zeigt sich dabei ein positiver Vertrauentrend in Bezug auf Informationen zu Covid-19 (Abb. 34). Im Vergleich zur letzten Befragung im Juni 2021 ist das Vertrauen ins BAG (7,4 von 7,2), in den Bundesrat (7,2 von 7,0) sowie in die Kantonsregierungen (7,0 von 6,8) auf der Skala von 1 («sehr geringes Vertrauen») bis 10 («sehr hohes Vertrauen») ähnlich stark gestiegen. Von allen untersuchten Personengruppen und Organisationen ist das Vertrauen in Informationen von Hausärztinnen und -ärzten (8,0) am höchsten. Etwas tiefer als in Fachpersonen und Behörden ist das Vertrauen in Informationen, die durch Medien vermittelt werden. Am meisten Vertrauen geniesst dabei das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit einem Wert von 6,7.

Bei allen untersuchten Personengruppen und Organisationen waren die Vertrauenswerte zu Beginn der Pandemie am grössten. In der zweiten Hälfte des Jahres 2020 relativierte sich der extreme Vertrauensüberschuss. Trotz Rückgang blieben die Vertrauenswerte in alle untersuchten Behörden und Fachpersonen klar im Positiven. Von Herbst 2020 bis Winter 2021 war die Schweiz, auch im europäischen Vergleich besonders stark von Covid-19 betroffen und es wurde kontrovers über Shutdown- und andere Präventionsmassnahmen diskutiert. Dies wirkte sich insbesondere auf die Vertrauenswerte der behördlichen Informationsträger aus. Die Stabilisierung der Corona-Situation wirkte sich seither gerade auf diese Informationsträger nun wieder positiv aus.

In der Gesamtbilanz liegt die Zustimmung zur Aussage, «Insgesamt fühle ich mich durch das Bundesamt für Gesundheit BAG gut informiert» bei 7,5 von 10 (Abb. 37). Der Tiefpunkt wurde bei der Befragung von März 2021 erreicht mit einem Wert von 7,1. Selbst dieser Wert liegt jedoch deutlich im Positiven.

## Methodik und Datenerhebung

Die neunte Datenerhebung zur Wirkungsmessung der Präventionsarbeit des Bundesamts für Gesundheit BAG im Zusammenhang mit dem Coronavirus fand zwischen dem 23. Februar und 1. März 2022 statt. Die Grundgesamtheit der Befragung bildet die sprachassimierte Wohnbevölkerung der Schweiz ab 15 Jahren mit Internetnutzung. Die Befragung wurde online durchgeführt und dauerte durchschnittlich 22 Minuten (Median). Die Rekrutierung der Befragten erfolgte quotengesteuert (Sprachregion, Alter, Geschlecht, Bildung) über zwei Online-Panels. Nach der Bereinigung und Kontrolle der Daten konnten die Angaben von 1'813 Personen für die Auswertung verwendet werden. Diese wurden einer nachträglichen Gewichtung auf Basis aktueller Daten des Bundesamts für Statistik BFS unterzogen, um die Disproportionalität der Quotierung (Oversampling im Tessin) wieder auszugleichen und die Repräsentativität für die Schweizer Wohnbevölkerung herzustellen. Die ausgewiesenen Fallzahlen im Bericht basieren auf der gewichteten Stichprobe. Die Messgenauigkeit beträgt für die gesamte Stichprobe von  $n = 1'813$  max.  $\pm 2.3\%$  bei 95 % Sicherheit.

Die Umfrage wurde gemäss den Normen von SWISS INSIGHTS sowie ESOMAR durchgeführt.