

# Medien quellen in der Pandemie



**Medien.** Weil sich der Alltag der Menschen während der Corona-Pandemie in großen Teilen zu Hause abspielt, steigt ihr Informationsbedürfnis – vor allem Nachrichtensendungen verzeichnen höhere Einschaltquoten. Traditionelle Medien genießen dabei großes Vertrauen. Wie in der Pandemie aber auch die sozialen Medien genutzt werden und welche Gefahr von Falschmeldungen ausgeht, erläutert im iwd-Interview Uwe Hasebrink, Kommunikationswissenschaftler und Direktor des Hans-Bredow-Instituts. —> [Seiten 2-9](#)

## Finanzmärkte

Obwohl die Maßnahmen gegen die Pandemie viele Wirtschaftsbereiche teilweise oder ganz lahmlegen, zeigen sich die Börsen relativ unbeeindruckt. Das hat Gründe.

—> [Seiten 10-11](#)

## Tarifautonomie

Der Bundesarbeitsminister soll einen neuen Tarifvertrag in der Altenpflege für allgemeinverbindlich erklären. Ein solcher Schritt wäre problematisch.

—> [Seite 14](#)

# Im Lockdown lockt der Fernseher

**Medien.** Durch Maßnahmen wie mehr Homeoffice sowie Kontakt- und Ausgangsbeschränkungen hat sich in der Corona-Pandemie der Alltag der Menschen verändert. Davon profitieren viele Medienformate. So verzeichnet zum Beispiel das Fernsehen deutliche Zuwächse – verantwortlich dafür sind vor allem Nachrichtensendungen.

Dass die Corona-Pandemie das Leben der Menschen verändert, zeigt sich in vielen Bereichen. Beispielsweise schlafen die Bundesbürger durch den Wegfall des Arbeitswegs morgens im Schnitt etwas länger und nehmen sich mehr Zeit für geregelte Mahlzeiten, insbesondere zur Mittagszeit – das hat eine repräsentative Umfrage von ARD und ZDF

ergeben. Auch die Dauer, die täglich mit klassischen Hausarbeiten wie Putzen, Waschen oder Kochen verbracht wird, ist um rund ein Drittel gestiegen.

Besonders stark machen sich die neuen Lebensumstände aber im Medienkonsum bemerkbar. Aufgrund der Kontakt- und Ausgangsbeschränkungen findet ein Großteil des

Lebens zu Hause statt – als Konsequenz daraus stieg die Nutzungsdauer von medialen Formaten deutlich (Grafik):

**Im Schnitt konsumierten die Bundesbürger im ersten Lockdown täglich 36 Minuten länger Medienangebote als vorher.**

Während sich bei der Audionutzung der – wahrscheinlich durch

## Video- und Textangebote profitieren

Durchschnittliche Mediennutzungsdauer der Bundesbürger pro Tag in Minuten ...

	Insgesamt	Video	Audio	Text
... vor dem ersten Lockdown	423	197	179	47
... während des ersten Lockdowns	459	225	178	56

Repräsentative Befragung von 3.003 Bundesbürgern ab 14 Jahren; Befragungszeitraum vor Lockdown: 26.1.2020 bis 15.3.2020; während des Lockdowns: 16.3.2020 bis 26.4.2020; Video: z. B. Fernsehen, Mediatheken, Streaming; Audio: z. B. Radio, Podcasts, Musik, Hörbücher; Text: z. B. Zeitungen, Bücher, Artikel/Berichte im Internet

Quelle: ARD/ZDF  
© 2021 IW Medien / iwd

seltenerer Autofahrten bedingte – Rückgang im Radiokonsum mit dem verstärkten Musikstreaming über Dienste wie Spotify die Waage hält, konsumieren die Bundesbürger vor allem Video- und Textangebote länger.

Betrachtet man die Nutzung redaktioneller und literarischer Texte, hat besonders das gedruckte Buch deutlich zugelegt. So greift laut einer Untersuchung des Marktforschungsinstituts GfK gut jeder Fünfte seit dem Ausbruch der Pandemie häufiger zum Buch, die Lesedauer stieg um knapp 60 Prozent.

Dabei sind es keineswegs nur die älteren Bevölkerungsgruppen, die sich verstärkt der Lektüre widmen: Die 14- bis 29-Jährigen haben im ersten Lockdown pro Tag durchschnittlich doppelt so viel Zeit wie zuvor mit dem Lesen von Romanen, Krimis und Ähnlichem verbracht – damit lasen sie länger als beispielsweise die 30- bis 49-Jährigen.

Größter Gewinner der neuen Konsumgewohnheiten sind aber die Angebote von Fernsehsendern und Streamingdiensten, deren tägliche

Nutzungsdauer im ersten Lockdown um 14 Prozent stieg. So schauen die Menschen auch wieder mehr lineares Fernsehen, also live und nicht aufgezeichnet oder in Mediatheken:

**Im März 2020 lag die tägliche TV-Nutzungsdauer der Bundesbürger ab drei Jahren mit durchschnittlich 244 Minuten um fast 8 Prozent über dem entsprechenden Monatswert von 2019.**

Seit dem Start der Reichweitenmessung durch die Arbeitsgemeinschaft Videoforschung im Jahr 1988 war der März 2020 damit der Monat mit der elfthöchsten Nutzungsdauer.

Grund dafür ist neben dem größeren Zeitbudget der Bundesbürger auch ihr gestiegenes Informationsbedürfnis – abzulesen an den Einschaltquoten von Nachrichtensendungen (Grafik):

**Sowohl die Tagesschau als auch die ZDF-Sendung heute schalteten im ersten Lockdown im Schnitt ein Drittel mehr Menschen ein als davor.**

Auch die später am Abend ausgestrahlten Informationssendungen der öffentlich-rechtlichen

Sender erreichten mehr Personen: Die Tagesthemen in der ARD hatten durchschnittlich ein Viertel mehr Zuschauer als vor dem Lockdown, das heute journal verbuchte ein Plus von einem Fünftel.

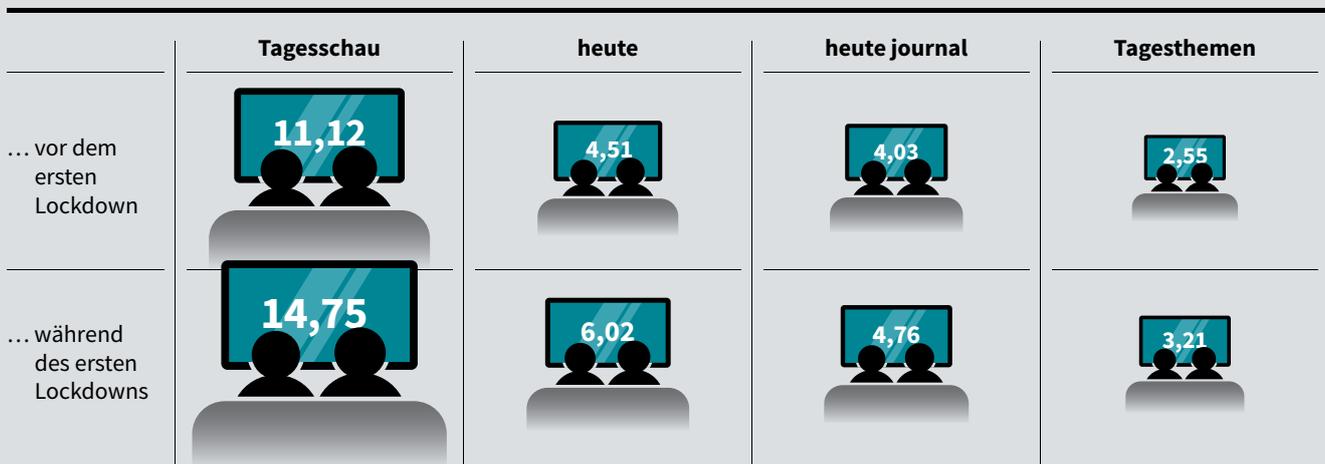
In den Toplisten der meistgesehenen Sendungen 2020 dominieren ebenfalls Nachrichtenformate. Mit durchschnittlich 11,8 Millionen täglichen Zuschauern erreichte die Tagesschau 2020 ihren höchsten Wert seit Beginn der Quotenmessung. Die am häufigsten eingeschaltete Nachrichtensendung, die Tagesschau vom 22. März, hatte 12,4 Millionen Zuschauer.

Zählt man die Zuschauer auf allen Kanälen zusammen, wird diese Ausgabe der Tagesschau aber noch deutlich von Angela Merkels Rede zur Corona-Krise am 18. März 2020 getoppt.

Die Ansprache der Bundeskanzlerin verfolgten allein 23 Millionen Menschen auf ARD, ZDF oder RTL – und in dieser Zahl sind noch nicht die Quoten zahlreicher kleinerer Sender enthalten, die diese Rede ebenfalls übertrugen.

## Gestiegenes Informationsbedürfnis

Durchschnittliche Reichweite der deutschen Hauptnachrichtensendungen in Millionen Zuschauern ...



Vor Lockdown: 27.1.2020 bis 15.3.2020; während des Lockdowns: 16.3.2020 bis 27.4.2020

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Videoforschung © 2021 IW Medien / iwd

**Interview.** Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hat sich das Mediennutzungsverhalten gravierend verändert. Die meisten Menschen informieren sich mehr und auch oft über verschiedene Kanäle. Welche Rolle die sozialen Medien dabei spielen und warum der klassische Journalismus gerade besonders gefragt ist, erläutert **Uwe Hasebrink**, Kommunikationswissenschaftler und Direktor des Leibniz-Instituts für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut.



Foto: Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut / David Aussehofer

## „Wir sind in einer Abwärtsspirale gegenseitiger Empörung“

### Wie hat sich die Mediennutzung durch Corona verändert? Sind die Deutschen ein Volk der Bücherwürmer und Binge-Watcher geworden?

In dieser Krise verändern sich hinsichtlich der Mediennutzung drei Dinge: Erstens bleiben viel mehr Menschen zu Hause, was unter anderem dazu führt, dass sie weniger Auto fahren und entsprechend weniger Radio gehört wird. Weil viele kulturelle Angebote und Sportmöglichkeiten ausfallen, haben die Menschen die Möglichkeit, auch solche Medien zu nutzen, die mehr Zeit kosten – Bücher oder ganze Serien zum Beispiel. Zweitens entwickeln sich neue medienbezogene Kulturpraktiken. Da persönliche Kontakte mit anderen wegfallen oder zumindest stark reduziert sind, sitzen so viele Menschen in Videokonferenzen wie nie zuvor. Hinzu kommen Verabredungen zum digitalen Familientreffen oder zum gemeinsamen Teetrinken am Bildschirm.

Auf einer dritten Ebene ist Covid-19 ein Thema, das verunsichert, das sogar bedrohlich ist und zu spezifischen Informationsbedürfnissen führt. Wir wollen wissen, wie die Inzidenz, die Ansteckungswahrscheinlichkeit und die Verläufe sind, was ich vermeiden sollte,

wie lange das Virus auf Plastik, Leder oder Lebensmitteln überlebt, welche Masken welche Konsequenzen haben und was man sonst noch tun kann, um die Ausbreitung zu verhindern. Ein großer Teil der veränderten Mediennutzung entfällt also auf die gezielte Suche nach Informationen, die uns helfen sollen, die ganze Situation zumindest besser zu verstehen.

### Welche Unterschiede gibt es hinsichtlich der veränderten Mediennutzung zwischen Jung und Alt?

In der ersten Phase war die Reaktion in der ganzen Bevölkerung sehr gleichförmig: Es gab eine enorm gestiegene Mediennutzung, insbesondere bei den etablierten klassischen Informationsmedien. Mit zunehmendem Abstand von dieser ersten Problemwahrnehmungsphase begannen sich die Mediennutzungsgewohnheiten auseinanderzuentwickeln, abhängig davon, ob man zur Risikogruppe gehört oder ob man unmittelbar von den Folgen betroffen ist – sei es durch Arbeitslosigkeit, Heimarbeit, Heimunterricht oder andere Faktoren. Gleichzeitig entstand in einem Teil der Bevölkerung eine Skepsis gegenüber politischen Maßnahmen, die auch übersprang auf etablierte journalistische Medien, denen

vorgeworfen wurde und wird, nur verlängertes Sprachrohr der Bundesregierung und Behörden zu sein.

### **Und wie informiert sich diese Teilgruppe?**

Menschen, die eine dezidierte Ansicht über bestimmte Phänomene haben, tendieren dazu, sich solchen Medien zuzuwenden, die diese Ansicht teilen. Corona ist ein Thema, das sehr polarisiert, und eine Kommunikation über diese Klüfte hinweg ist derzeit schwierig. Ein Großteil der Bevölkerung hat aber nach wie vor ein Bewusstsein dafür, dass es wichtig ist, mit ganz verschiedenen Menschen in Kontakt zu kommen und Medien zu nutzen, die vielfältig sind.

### **Wie wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass man einem Medium vertrauen kann? Gibt es überhaupt noch Medien, denen die Menschen vertrauen?**

Ja, es gibt nach wie vor ganz klar Medien, die besonders viel Vertrauen in der Bevölkerung genießen. In Zeiten der Verunsicherung lässt sich beobachten, dass insbesondere etablierte journalistische Medien wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk an Vertrauen und Glaubwürdigkeit gewinnen. Allerdings werden diese Medien nicht von allen genutzt. Es gibt Gruppen, die sich von den klassischen Medien aus verschiedenen Gründen verabschiedet haben – sei es, weil sie ihnen eben nicht vertrauen oder weil sie die dort präsentierten gesellschaftlichen Werte nicht teilen. Sie wenden sich meist anderen Informationsangeboten zu, die der eigenen Auffassung besser gerecht werden und denen dann wiederum vertraut wird. In diesen Gruppen gilt das Vertrauen also gerade den nicht klassischen Medien.

### **Warum leidet das Vertrauen in Medien aktuell?**

Ein Grund sind sicherlich Fälle von schlecht recherchierten Nachrichten und absichtlichen Falschmeldungen, die über soziale Medien besonders schnelle Verbreitung finden. Wir beobachten seit 2012, dass der Anteil derjenigen, die soziale Medien als Nachrichtenquelle nutzen, kontinuierlich steigt. Die meisten benutzen sie allerdings nur ergänzend zu journalistischen, gründlich recherchierten Medien. Interessant ist, dass diejenigen, die soziale Medien als Nachrichtenquelle nutzen, den dort vermittelten Nachrichten kaum vertrauen. Die Differenzierung zwischen journalistischen und nicht journalistischen Medien ist nach wie vor stark verankert, wir haben also trotz einer Teilgruppe, die Verschwörungstheorien anhängt und etablierte Medien grundsätzlich anzweifelt, keine Krise des Journalismus.

### **Wie konnten Verschwörungstheorien bei einem Teil der Bevölkerung so populär werden? Ist das ein Corona-Phänomen oder wäre das so oder so passiert?**

Dieses Phänomen ist nicht neu. Im Zusammenhang mit der Migrationsthematik, dem Klimawandel oder dem

Populismus konnte man diese veränderte Kommunikationskultur bereits beobachten, Corona ist nur ein weiterer Katalysator dafür: Die Pandemie ist ein weiteres Streitthema, bei dem gesellschaftliche Unterschiede und Widersprüche zum Tragen kommen.

### **Wie viel Prozent der Bevölkerung Deutschlands haben sich vom etablierten Journalismus abgewandt?**

Das ist schwer zu sagen, denn diejenigen, auf die dies zutrifft, nehmen auch selten an seriösen wissenschaftlichen Umfragen teil. Die große Mehrheit traut etablierten Medien und nutzt diese auch. Trotzdem muss man die andere, kleinere Gruppe derer, die sich als benachteiligt empfinden und das Vertrauen in die Politik verloren haben, ernst nehmen und darüber nachdenken, wie man sie wieder als Publikum gewinnt.

### **Gelingt das?**

Im Moment habe ich nicht den Eindruck, ich sehe uns momentan in einer Abwärtsspirale gegenseitiger Empörung, es kommt derzeit schnell zu Streit oder zu Kommunikationsabbruch.

### **Was könnte man dagegen tun? Müsste der Staat stärker gegen Fake News vorgehen?**

In vielen Staaten und in der EU werden Maßnahmen gegen Hass und Falschinformationen in den sozialen Medien ergriffen, auch viele zivilgesellschaftliche Organisationen engagieren sich. Die Regulierung der Kommunikation auf kommerziell betriebenen Plattformen stellt eine der wichtigsten politischen Herausforderungen dar. Zugleich wird derzeit für meine Begriffe eher zu viel über die sozialen Medien geschimpft. Dabei gerät aus dem Blick, dass der Großteil der Kommunikation über soziale Medien den Menschen hilft, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen, und somit für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zuträglich ist.

Nicht nur in den sozialen Medien zeigen sich heute problematische Kommunikationsformen. Die Fähigkeit der Menschen, miteinander zu reden, Widerspruch und Unsicherheit auszuhalten und anderen, abweichenden Meinungen erst mal zuzuhören, ist derzeit nicht sehr groß. Unsere Kommunikations- und Streitkultur lässt momentan auf allen Ebenen zu wünschen übrig.

### **Was kann der Einzelne dagegen tun? Im Lockdown trifft man ja kaum noch andere Leute ...**

Gelegenheit zur Kommunikation gibt es auch jetzt. In der Warteschlange im Supermarkt kommt es ja oft zu hässlichen Szenen, wenn man jemanden darauf hinweist, dass er die Abstandsregeln nicht einhält. Hier können wir ansetzen und überlegen, was wir beim nächsten Mal anders machen könnten. Es gibt in vielen Medien – auch auf YouTube – zahlreiche gute Empfehlungen, wie wir wieder besser miteinander reden können.

# Gefangen in der Filterblase?

**Medienvertrauen.** Die Nutzung traditioneller Medien wie Fernsehen, Radio oder Zeitungen dominiert nach wie vor das politische Informationsverhalten der deutschen Bevölkerung. Vor allem junge Menschen wenden sich aber zunehmend den sozialen Medien zu, wenn sie sich informieren wollen. Da die subjektive Einschätzung der Glaubwürdigkeit der einzelnen Medien gleichzeitig stark durch das eigene Nutzungsverhalten beeinflusst wird, birgt dies einige Risiken.

Seien es die aktuellen Fallzahlen an Corona-Infizierten, die jeweiligen Kontakt- und Ausgangsbeschränkungen in den verschiedenen Regionen oder die wirtschaftlichen Auswirkungen des Virus auf Deutschland und die Welt – mit der Corona-Pandemie geht ein gestiegenes Informationsbedürfnis der Bundesbürger einher (siehe Seiten 3–4).

Das Internet und die sozialen Medien bieten dazu eine schier unendliche Fülle an potenziellen Informationsquellen. In dieser auf den ersten Blick erstrebenswerten Vielfalt liegt aber zugleich die Krux, denn nicht alle Inhalte sind rein informativ, objektiv und faktenbasiert aufbereitet. Sogenannte Fake News, also die bewusste Verbreitung von Fehlinformationen mit manipulativer Absicht, sind in Deutschland nicht erst seit Corona-Leugnern und Impfgegnern ein zunehmendes und viel diskutiertes Problem.

Vor diesem Hintergrund hat das Institut der deutschen Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Ruhr-Universität Bochum auf der Basis einer repräsentativen Befragung untersucht, wie sich die Bundesbürger politisch informieren und für wie glaubwürdig sie die verschiedenen Medienformate halten.

Das Ergebnis: Die klassischen Medien Rundfunk und Zeitung stehen in der deutschen Bevölkerung nach wie vor hoch im Kurs. Das verrät der Blick auf die Nutzungshäufigkeit verschiedener medialer Angebote zur politischen Information (Grafik):

**Mit Ausnahme der Boulevardzeitung werden alle traditionellen Medienformate häufiger als Informationsquelle genutzt als die sozialen Medien.**

Besonders der Rundfunk – sei es der öffentlich-rechtliche, der private oder der lokale – wird von den Befragten gerne genutzt. Unter den sozialen Medien führen

YouTube und Facebook, die rund jeder Zweite konsultiert, um sich zu informieren.

Welche Formate genutzt werden, ist aber auch eine Frage des Alters: Für die unter 30-Jährigen spielen traditionelle Medien eine deutlich geringere Rolle als für ältere Befragte. Stattdessen greifen junge Leute über-

## Wie sich die Bundesbürger informieren

So viel Prozent der Bevölkerung nutzen diese Quellen, um sich politisch zu informieren



Befragung von 1.099 Bundesbürgern ab 15 Jahren im August und September 2020

Quellen: Ruhr-Universität Bochum, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd

durchschnittlich oft auf die sozialen Medien als Quelle für politische Informationen zurück. Mehr als zwei Drittel von ihnen nutzen dazu YouTube; der Videodienst ist in dieser Altersgruppe damit die am vierthäufigsten genannte Informationsquelle.

Im Bundesdurchschnitt dominieren allerdings die herkömmlichen Medien – und sie werden insgesamt auch als glaubwürdiger eingeschätzt (Grafik):

**Fast alle traditionellen Medienformate liegen in Sachen Glaubwürdigkeit vor den sozialen Medien.**

Die Ausnahme bilden Boulevardzeitungen, die nur jeder Fünfte der Befragten für glaubwürdig hält. Während mehr als drei Viertel dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen und Radio vertrauen, sind Facebook-Inhalte nur für 19 Prozent der Befragten glaubwürdig – ähnlich wie bei der Boulevardpresse. Twitter kommt auf einen noch niedrigeren Wert. YouTube-Quellen schätzen mit 26 Prozent etwas mehr Menschen als glaubwürdig ein.

Setzt man die Glaubwürdigkeit allerdings in Bezug zur Nutzungsintensität des jeweiligen Medienformats, zeigt sich ein auffälliges Muster. So wird die Einschätzung der Glaubwürdigkeit einzelner Medien stark durch das eigene Nutzungsverhalten beeinflusst: Die Befragten schätzen diejenigen Medien als glaubwürdiger ein, welche sie selbst vermehrt nutzen.

**Beispielsweise vertrauen 72 Prozent der häufigen YouTube-Nutzer dem Videoportal als Quelle, bei den Usern von Twitter sind es noch 4 Prozentpunkte mehr.**

Die Befragung erlaubt zwar kein Urteil darüber, in welche Richtung der Zusammenhang zwischen Nutzungshäufigkeit und Glaubwürdigkeit funktioniert – ob eine häufigere Nutzung eines Mediums dazu führt, dass es subjektiv als glaubwürdiger eingeschätzt wird, oder ob sich die Personen für die Nutzung des jeweiligen Mediums entscheiden, weil sie es für glaubwürdig halten. Was aber deutlich wird, ist: Die Deutungshoheit des politischen Geschehens verschiebt sich immer mehr zur eigenen Bezugsgruppe.

Die verstärkte Nutzung sozialer Medien, die Inhalte bereitstellen, ohne diese unabhängig zu bewerten und auszuwählen, birgt damit das Risiko, dass sich kommunikative Filterblasen bilden: Die zunehmende Zahl der Menschen, die sich regelmäßig über Facebook, Twitter und Co informieren, läuft Gefahr, nur mit einseitiger Berichterstattung versorgt zu werden.

Der Grund dafür sind die hinter den Seiten liegenden Algorithmen, die dem Benutzer hauptsächlich jene Informationen anzeigen, die mit seinen bisherigen Ansichten übereinstimmen. Der Nutzer wird so in einer Blase gegenüber Informationen isoliert, die nicht seinem Standpunkt entsprechen. Auf gleiche Weise verbreiten

und verfestigen sich Fake News: Wird oft auf Falschmeldungen geklickt, spuckt der Algorithmus immer mehr vergleichbare Inhalte aus und zieht die Person tiefer in den Strudel der „alternativen Fakten“.

Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, ist es wichtig, dass Kindern schon in der Schule Medienkompetenz und digitale Souveränität vermittelt werden. Aber auch ältere Bevölkerungsgruppen, die nicht mit digitalen Medien groß geworden sind, dürfen nicht aus dem Blick geraten und sollten mittels auf sie zugeschnittener Informationsangebote im Umgang mit neuen Medien geschult werden.

**Großes Vertrauen in öffentlich-rechtliche Angebote**

So viel Prozent der Bundesbürger bewerten die Inhalte dieser Medienformate als glaubwürdig



Befragung von 1.099 Bundesbürgern ab 15 Jahren im August und September 2020

Quellen: Ruhr-Universität Bochum, Institut der deutschen Wirtschaft © 2021 IW Medien / iwd



**IW-Report 2/2021**

Ruth Maria Schüler, Judith Niehues, Matthias Diermeier: Politisches Informationsverhalten – Gespräche und traditionelle Medien liegen vorn

[iwkoeln.de/medienvertrauen](http://iwkoeln.de/medienvertrauen)

# Mit der Zeit wächst die Skepsis

**Migranten.** Je länger Menschen mit Migrationshintergrund schon in Deutschland leben, desto stärker leidet ihr Vertrauen in hiesige Medien. Dennoch ist ihr Medienvertrauen insgesamt höher als das der einheimischen Bevölkerung. Vor allem Flüchtlinge sind sehr gut auf deutsche Medien zu sprechen – aus nachvollziehbaren Gründen.

Die besonders schlechte Nachricht zuerst: In Deutschland ist eine Mehrheit der Menschen mit Migrationshintergrund, aber auch das Gros der Personen ohne ausländische Wurzeln, skeptisch bis sehr skeptisch gegenüber deutschen Medien.

Das belegt das Integrationsbarometer des Sachverständigenrats deutscher Stiftungen für Integration und Migration. Für das Barometer werden repräsentativ sowohl Deutsche zu ihrem Medienvertrauen und ihrer Mediennutzung befragt als auch Menschen mit verschiedenen Migrationshintergründen, die in Deutschland leben. Das Barometer liefert überraschende Erkenntnisse (Grafik Seite 9):

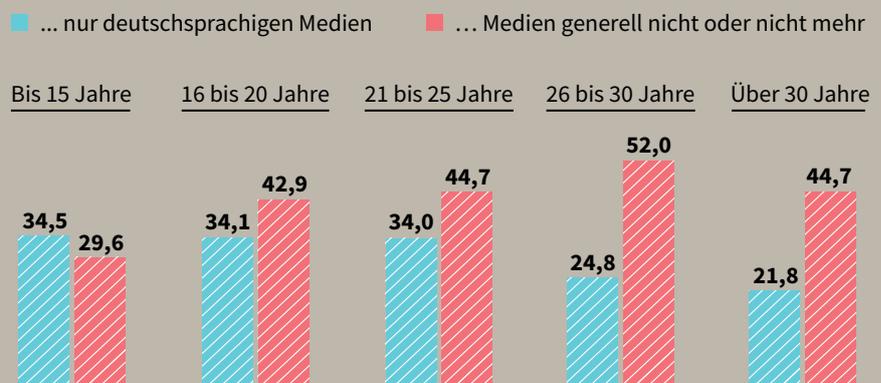
**Mehr als 12 Prozent der Personen mit Migrationshintergrund vertrauen im Jahr 2018 deutschsprachigen Medien sehr stark; bei Deutschen ohne Migrationshintergrund lag dieser Anteil nur bei knapp 8 Prozent.**

Umgekehrt zweifeln Migranten auch etwas seltener am hiesigen Journalismus als Deutsche:

**Genau 51 Prozent der Bundesbürger mit Migrationshintergrund**

## Mit der Aufenthaltsdauer sinkt das Medienvertrauen

So viel Prozent der Migranten mit dieser Aufenthaltsdauer in Deutschland vertrauten 2018 ...



Quelle: Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration  
© 2021 IW Medien / iwd

iwd

vertrauen den hiesigen Medien eher schwach oder gar nicht. Bei den Deutschen ohne Migrationshistorie ist dieser Anteil knapp 3 Prozentpunkte höher.

Je nachdem, welchen Migrationshintergrund die Befragten haben, unterscheidet sich der Grad der Medienskepsis zum Teil erheblich. Besonders hoch ist er bei jenen

Einwohnern, die zwar einen Migrationshintergrund haben, aber selbst in Deutschland geboren wurden. Von ihnen vertrauen über 62 Prozent hiesigen Medien nur schwach oder gar nicht.

Ähnlich wenig Vertrauen äußern Befragte mit Aussiedler- oder Spätaussiedlerstatus sowie Migranten, die aus der Türkei stammen:

**Bei den türkischstämmigen Migranten ist der Anteil jener, die deutschen Medien gar nicht vertrauen, mit fast 32 Prozent so hoch wie in keiner anderen Gruppe.**

Deutlich stärker wird die deutsche Medienlandschaft von Migranten aus anderen EU-Staaten geschätzt – sie vertrauen zu 52 Prozent hiesigen Medien. Bei Einwanderern aus der übrigen Welt beträgt dieser Anteil sogar fast 56 Prozent.

Hier gibt es zudem einen sehr eindeutigen Einfluss jener, die erst in den vergangenen Jahren oder als Flüchtlinge nach Deutschland gekommen sind:

**Über 80 Prozent der Flüchtlinge vertrauen deutschsprachigen Medien eher stark oder sehr stark.**

Umgekehrt zeigt sich im Zeitverlauf eine gewisse Ernüchterung mit Blick auf das Medienvertrauen (Grafik Seite 8):

**Fast 35 Prozent jener, die maximal 15 Jahre in Deutschland leben, vertrauen nur deutschsprachigen Medien. Liegt die Aufenthaltsdauer bei über 30 Jahren, reduziert sich dieser Anteil auf knapp 22 Prozent.**

Umgekehrt steigt der Prozentsatz jener, die Medien nicht oder nicht mehr vertrauen, mit der Aufenthaltsdauer in Deutschland deutlich an.

Gleichwohl kommen Zeitung, Fernsehen, Radio und Co. in Deutschland im Vergleich zu den Herkunftsländern der Neubewohner noch sehr gut weg:

**Alle Migrantengruppen vertrauen deutschen Medien – teils deutlich – mehr als den Medien ihres Heimatlands.**

Bei Flüchtlingen ist der Unterschied mit 80 zu 22 Prozent besonders eklatant – allerdings auch nachvollziehbar, da diese Menschen oft aus Staaten geflohen sind, in denen es mit der Demokratie und unabhängigen Medien nicht weit her ist.

Entsprechend hoch ist unter den Flüchtlingen auch der Anteil derjenigen, die ausschließlich deutschsprachigen Medien vertrauen – und umgekehrt gilt:

**Lediglich 2 Prozent der Flüchtlinge vertrauen ausschließlich den Medien ihres Herkunftslands. Bei Migranten aus der Türkei ist dieser Anteil mit über 13 Prozent unter allen betrachteten Gruppen am größten.**

Ein allgemeingültiger Einflussfaktor für das Medienvertrauen ist der Bildungsstand:

**Personen mit hoher Bildung – ob mit oder ohne Migrationserfahrung – vertrauen deutschsprachigen Medien deutlich stärker als jene mit niedrigem Bildungslevel.**

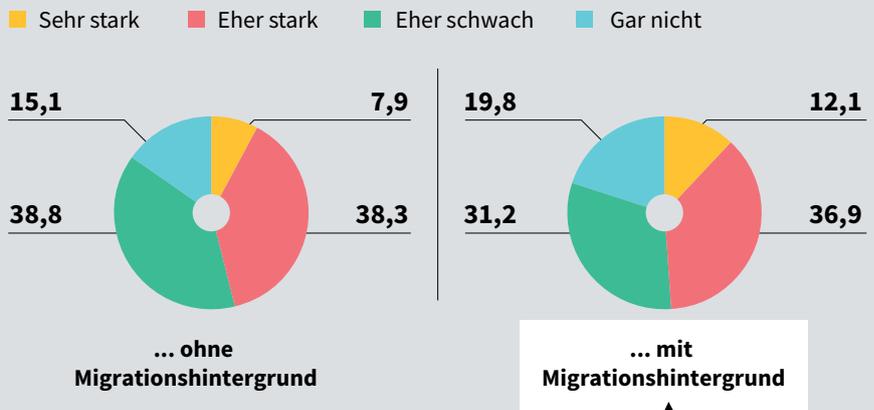
Das führende Informationsmedium war 2018 für Migranten wie Nichtmigranten mit je knapp 60 Prozent das Fernsehen. Bei anderen Kanälen gab es Unterschiede:

**Mehr als 47 Prozent der Menschen ohne Migrationshintergrund informierten sich über eine oder mehrere Zeitungen, bei den Migranten in Deutschland galt das nur für 32 Prozent.**

Zudem nutzten über 50 Prozent der Menschen mit ausländischen Wurzeln das Internet als Informationsquelle, bei den Nichtmigranten traf das nur auf knapp 43 Prozent zu. Dies liegt sicherlich auch daran, dass über das Internet Medien in der ausländischen Heimat besonders leicht zugänglich sind.

**Medienvertrauen: Auch eine Sache der Herkunft**

So viel Prozent der Bevölkerung ... vertrauten 2018 deutschsprachigen Medien in diesem Maße



Darunter	Sehr stark	Eher stark	Eher schwach	Gar nicht
in Deutschland geboren	6,0	31,7	37,7	24,6
(Spät-)Aussiedlerstatus	8,7	33,4	37,0	20,9
in der Türkei geboren	13,2	27,6	27,5	31,8
in anderen EU-Ländern geboren	10,1	41,9	29,0	19,1
in sonstigen Ländern geboren	16,0	39,8	30,3	14,0

Quelle: Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration © 2021 IW Medien / iwd

# Zinsen und Zukunft

**Finanzmärkte.** Vor knapp einem Jahr fragten sich Ökonomen besorgt, wie tief der Absturz der deutschen Wirtschaft infolge der Corona-Pandemie ausfallen würde und ob die Krise der Realwirtschaft auf die Finanzmärkte durchschlagen würde. Tatsächlich aber zeigen sich die Börsen relativ unbeeindruckt. Das hat Gründe.

Minus 9 Prozent – so groß schätzte das IW den Rückgang des deutschen Bruttoinlandsprodukts 2020 Anfang Juni vergangenen Jahres. Zu dieser Zeit hatte Deutschland den ersten Lockdown – mehr oder weniger – hinter sich, wochenlang waren die meisten Geschäfte geschlossen oder zumindest stark eingeschränkt, das Hotel- und Gaststättengewerbe, der Luftverkehr sowie die Messe- und Ausstellungswirtschaft lagen genauso brach wie der Kulturbereich.

Im Dezember revidierte das IW – wie andere Wirtschaftsforschungsinstitute auch – seine Prognose für 2020 auf rund minus 5 Prozent. Das ist viel, aber immerhin doch weniger als der Rückgang von 5,7 Prozent im Finanzkrisenjahr 2009.

Inzwischen ist der zweite Lockdown verhängt: Millionen Beschäftigte sind in Kurzarbeit, Homeoffice und Homeschooling sind jedem ein Begriff, das Coronavirus mutiert, die Impfungen laufen schleppend.

Und was macht der Dax? Er erreichte am 4. Februar mit einem Schlusskurs von 14.060 Punkten ein neues Rekordhoch und stieg am 8. Februar im Tagesverlauf sogar auf 14.169 Punkte.

Aber auch der Classic All Share, ein Aktienindex der Deutschen Börse,

schnitt in der Corona-Krise bislang gut ab. In diesem Index finden sich 197 Aktien, vor allem aus dem MDax und SDax sowie andere Nebenwerte, die nicht im Dax vertreten sind (Grafik):

**Mit maximal 35 Prozent fiel das Minus im Classic All Share in der Corona-Krise bisher wesentlich kleiner aus als die Kursverluste von mehr als 50 Prozent nach der Finanzmarktkrise 2008.**

Für diese Entwicklung gibt es zwei gute Gründe: Zinsen und Zukunft – denn das ist es, was an der Börse zählt.

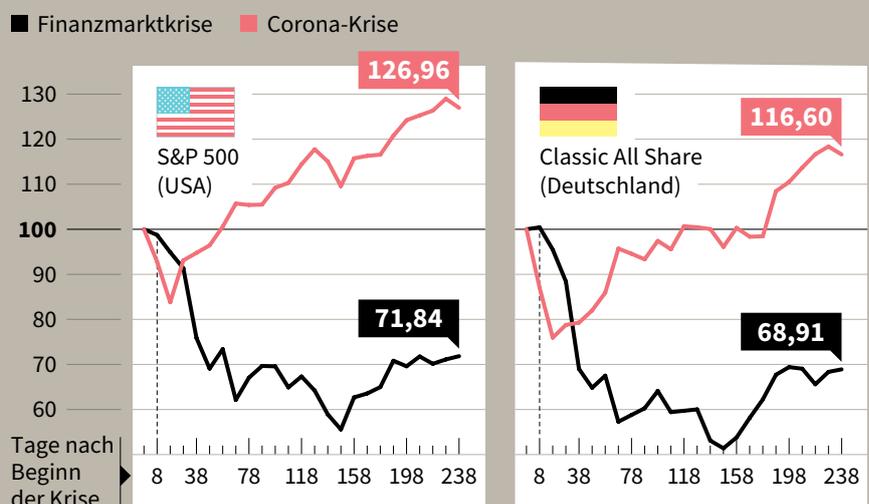
**Die Zinsen.** Je höher das Zinsniveau, desto niedriger werden Aktien bewertet. Der Hintergrund dieser Faustregel ist, dass Investoren einen sicheren Ertrag einer riskanten Geldanlage vorziehen.

Im Euroraum gab es aufgrund der Corona-Pandemie vor allem in Italien

## Aktienkurse: Zwei Krisen, zwei Verläufe

Entwicklung der Aktienindizes

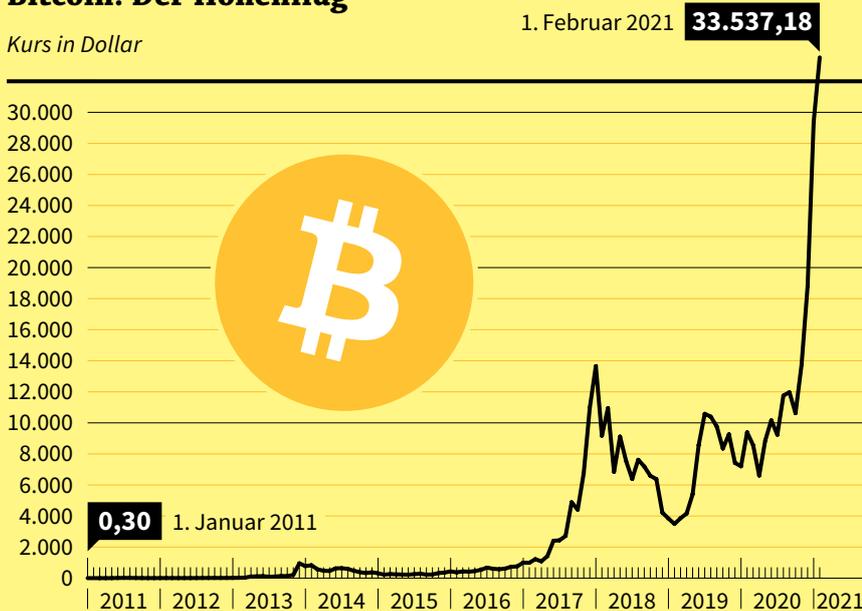
(Finanzmarktkrise: 15. September 2008 = 100, Corona-Krise: 1. März 2020 = 100)



Classic All Share: Index mit 197 Aktien vor allem aus dem MDax und SDax sowie andere Nebenwerte, die nicht im Dax vertreten sind; Quellen: Macrobond, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd

## Bitcoin: Der Höhenflug

Kurs in Dollar



Quelle: Macrobond  
© 2021 IW Medien / iwd

iwd

Zinsanstiege. Die Renditen auf Staatsanleihen mit zehn Jahren Restlaufzeit stiegen von 0,54 Prozent am 9. März 2020 auf 1,18 Prozent am 18. März 2020, denn die Investoren befürchteten eine Staatsschuldenkrise durch die Verschärfung der Corona-Pandemie.

Doch nachdem die Europäische Zentralbank (EZB) am 18. März 2020 ihr Notfallprogramm ankündigte, mit dem sie zeitlich begrenzt Anleihen öffentlicher und privater Schuldner aufkauft, haben sich die Risikoaufschläge stabilisiert. Seitdem sind die Zinsen in Italien auf aktuell 0,58 Prozent gesunken. In Deutschland befinden sich die Renditen auf Staatsanleihen mit zehn Jahren Restlaufzeit weiterhin im negativen Bereich.

Prognosen auf Basis des IW Financial Expert Survey gehen von leicht steigenden Zinsen in Deutschland und den USA aus. Laut den befragten Experten sollen die Zinsen bis zum Ende der ersten Hälfte 2021 im Durchschnitt um 0,2 Prozentpunkte steigen.

Zwar wird die Geldpolitik der EZB wohl noch für die Dauer der Pandemie expansiv bleiben. Allerdings besteht die Möglichkeit, dass die Notenbank auf eine steigende Inflationsrate reagieren muss und die Zügel anzieht. Hintergrund: Weil die privaten Haushalte aufgrund des Lockdowns nicht viel Geld ausgeben konnten, ist die Sparquote im Jahr 2020 stark gestiegen. Wird der Konsum nach der Pandemie zumindest teilweise nachgeholt, führt das – wenn das Angebot nicht schnell genug ausgeweitet werden kann – zu höheren Preisen.

In Zeiten niedriger Zinsen haben die Anleger als Alternative zu Aktien offenbar die Kryptowährung Bitcoin entdeckt. Obwohl das Engagement darin hochriskant ist, hat der Bitcoin in der Corona-Krise einen kometenhaften Aufstieg hingelegt (Grafik):

**Am 1. Februar 2020 kostete ein Bitcoin knapp 9.400 Dollar – ein Jahr später ist der Kurs auf fast 33.600 Dollar gestiegen.**

Zum Vergleich: Gold, das vielen wie der Bitcoin als Krisenanlage

dient, verteuerte sich im gleichen Zeitraum nur um 280 auf 1.856 Dollar je Feinunze.

**Die Zukunft.** An den Börsen wird die Zukunft gehandelt, heißt es, und für die Zeit nach der Corona-Pandemie sind die Investoren offenbar wesentlich optimistischer, als sie es in der Finanzkrise waren.

Das liegt zum einen an den historischen Konjunkturpaketen, die rund um den Globus zur Abfederung der wirtschaftlichen Folgen der Pandemie geschnürt worden sind.

Ein anderer, vielleicht noch wichtigerer Grund für den Optimismus ist, dass sich die Corona-Krise grundlegend von der Finanzmarktcrise unterscheidet: Die wirtschaftlichen Verwerfungen durch die Pandemie sind von außen gekommen – die Finanzmarktcrise dagegen war hausgemacht und hat viel Vertrauen in die Politik und die Finanzwirtschaft zerstört.

Während es also 2008/2009 kein Weiter-so geben konnte und die Finanzmärkte ihre Infrastruktur erst einmal neu aufbauen mussten, kann nach der Corona-Krise wieder Wachstum eintreten. Das zeigt sich auch in den Prognosen (siehe iwd 26/2020):

**Vorausgesetzt, die Welt bekommt die Pandemie durch das Impfen in den Griff, rechnen Ökonomen für das Jahr 2021 mit einer weltweiten Wachstumsrate von 4,5 Prozent – nach minus 4 Prozent im Jahr 2020.**

Als ein Wachstumstreiber gilt die Digitalisierung, der die Corona-Krise offenbar einen kräftigen Schub versetzt. Die verstärkte Nutzung digitaler Technologien, zum Beispiel für Videokonferenzen, Homeoffice und Online-Handel, könnte die Produktivität erhöhen, wenn die eingesparten Gelder und die eingesparte Zeit für produktivere Zwecke eingesetzt werden.

# Schlechte Startbedingungen

**Minderjährige.** Kinder von Zuwanderern tun sich im deutschen Bildungssystem häufig schwer, insbesondere beim Erlernen der deutschen Sprache sind sie oft auf Unterstützung angewiesen. Das IW hat in einer neuen Studie untersucht, wie viele Minderjährige hierzulande in fremdsprachigen Haushalten aufwachsen und wie sich ihre familiäre Situation darstellt – auch mit Blick auf den Bildungsstand der Eltern.

Im Jahr 2017 lebten in der Bundesrepublik 2,4 Millionen Kinder und Jugendliche in fremdsprachigen Haushalten, das waren 17,7 Prozent aller Minderjährigen und 47 Prozent aller unter 18-Jährigen mit Migrationshintergrund in Deutschland.

Als „fremdsprachig“ ist ein Haushalt definiert, wenn laut Angabe der im Mikrozensus – einer regelmäßigen Befragung des Statistischen Bundesamts von rund 370.000 Haus-

halten – befragten Person dort überwiegend eine Fremdsprache gesprochen wird. Das bedeutet allerdings nicht zwangsläufig, dass die Minderjährigen in diesem Haushalt nur wenig oder gar kein Deutsch sprechen. Vielmehr ist es auch möglich, dass die erwachsenen Haushaltsmitglieder zwar untereinander vorwiegend in der Muttersprache kommunizieren, im Umgang mit den Kindern aber gezielt das Deut-

sche einsetzen und ihnen zum Beispiel deutschsprachige Bücher vorlesen.

Bei den fast 2,4 Millionen Minderjährigen in fremdsprachigen Haushalten zeigt sich ein Muster: Je jünger die Kinder, desto größer ist in der jeweiligen Altersgruppe der Anteil jener, die in fremdsprachigen Haushalten leben:

**Von den unter einjährigen Migrantenkinder lebten 2017 fast 22 Prozent in einem fremdsprachigen Haushalt, bei den Zehnjährigen waren es knapp 18 Prozent und bei den 17-Jährigen nur noch rund 14 Prozent.**

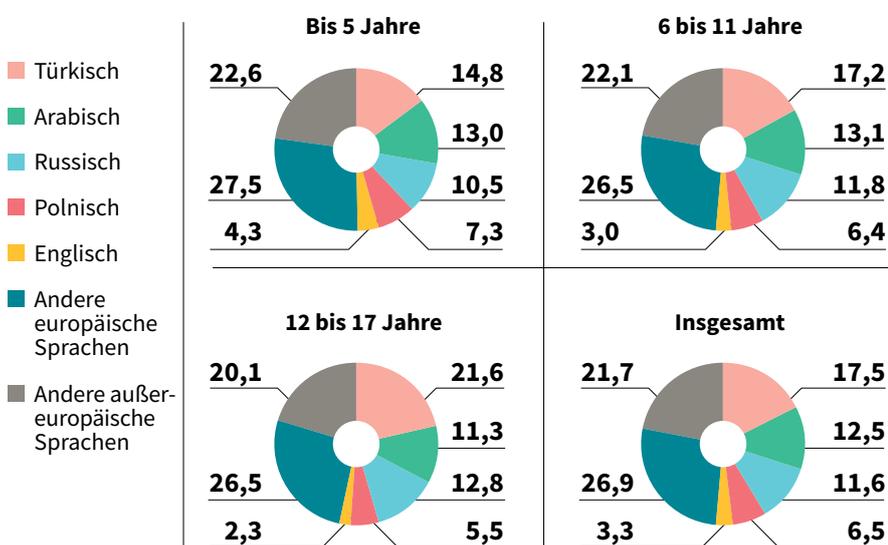
Der Grund für diesen Verlauf: Von den vielen Zuwanderern, die in den vergangenen Jahren nach Deutschland gekommen sind, sprechen die meisten nur wenig oder gar kein Deutsch, sodass deren Kinder eine gezielte Sprachförderung brauchen.

Allerdings beschränkt sich der Handlungsbedarf keineswegs auf diese Zielgruppe. Denn bei fast 47 Prozent der Kinder und Jugendlichen in nicht deutschsprachigen Haushalten ist kein Elternteil nach 2007 zugewandert.

Der höhere Anteil neu zugewandelter Eltern spiegelt sich auch in dem Sprachenmix der Minderjährigen wider (Grafik):

## Kinder in fremdsprachigen Haushalten: Ihre Muttersprachen

Anteile in Prozent im Jahr 2017 in Deutschland



**Bei den 12- bis 17-jährigen Migrantenkindern dominiert mit fast 22 Prozent die türkische Sprache – von den unter Sechsjährigen wachsen nur noch knapp 15 Prozent mit Türkisch als Muttersprache auf.**

Dagegen spricht fast die Hälfte der Jüngsten eine andere europäische Sprache und mehr als ein Drittel eine außereuropäische Sprache. Damit deutet sich eine zunehmende sprachliche Diversität bei den Kindern aus fremdsprachigen Familien an – und das hat weitreichende Implikationen für die Bildungspolitik. Denn die Angebote in der jeweiligen Herkunftssprache sind meist nur für größere Gruppen sinnvoll umsetzbar.

Ein Blick auf die Bundesländer zeigt zudem die regional sehr unterschiedlichen Anteile der Minderjährigen in fremdsprachigen Haushalten, sodass auch nach diesem Kriterium maßgeschneiderte Bildungsangebote vonnöten sind (Grafik):

**Während in Bremen im Jahr 2017 mehr als 35 Prozent der Kinder in fremdsprachigen Familien lebten, waren es in Thüringen nur 7 Prozent.**

Neben Bremen weisen auch die anderen Stadtstaaten sowie Hessen, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen Anteile von mehr als 20 Prozent auf. Dagegen liegen die Werte in sämtlichen ostdeutschen Bundesländern – außer Berlin – unter 10 Prozent.

Für die Integration der Minderjährigen aus fremdsprachigen Haushalten kommt erschwerend hinzu, dass relativ viele von ihnen in Familien leben, die als bildungsfern einzustufen sind:

**Im Jahr 2017 lebten fast 35 Prozent der minderjährigen Migranten in Familien, in denen weder der Vater noch die Mutter einen**

**Kinder in fremdsprachigen Haushalten: Das Bundesländer-Ranking**

*Jeweiliger Anteil an allen Minderjährigen im Jahr 2017 in Prozent*

Bremen	35,4	Niedersachsen	16,0
Berlin	27,2	Schleswig-Holstein	15,5
Hamburg	23,5	Saarland	14,6
Hessen	23,3	Mecklenburg-Vorpommern	8,5
Baden-Württemberg	20,7	Sachsen	8,3
Nordrhein-Westfalen	20,3	Sachsen-Anhalt	7,8
Rheinland-Pfalz	18,4	Brandenburg	7,3
Bayern	17,6	Thüringen	7,0

Quellen: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd



**berufsqualifizierenden Abschluss hatten – bei Kindern ohne Migrationshintergrund traf dies nur auf gut 2 Prozent zu.**

Zählt man zu dieser Gruppe noch die Alleinerziehenden ohne Abschluss hinzu, haben sogar fast 43 Prozent der unter 18-Jährigen aus fremdsprachigen Haushalten keinen Elternteil mit einer qualifizierten Ausbildung.

Dieses Phänomen betrifft die älteren Jahrgänge (12 bis 17 Jahre) mehr als die jüngeren (unter Sechsjährige) – ein Indiz dafür, dass sich mit der starken Zuwanderung der vergangenen Jahre der Zusammenhang zwischen Fremdsprachigkeit des Elternhauses und Bildungsferne zumindest abgeschwächt hat.

Gleichwohl ist der Anteil der bildungsfernen Väter und Mütter in den fremdsprachigen Familien immer noch sehr hoch; analog dazu wachsen deren Kinder häufig in Familien auf, in denen niemand einer Erwerbstätigkeit nachgeht:

**Gut 27 Prozent der Minderjährigen aus fremdsprachigen Familien lebten 2017 in einem Haushalt, in dem kein Elternteil eine Arbeit hatte – von den Kindern ohne Migrationshintergrund betraf dies nur knapp 6 Prozent.**

Angesichts dieser Startbedingungen – Fremdsprachigkeit und Bildungsferne – wundert es kaum, dass von den Kindern in fremdsprachigen Haushalten nur rund 23 Prozent ein Gymnasium besuchten. Bei Kindern ohne Migrationshintergrund war die Quote 2017 rund 15 Prozentpunkte höher.

Eine Lehre aus diesen Zahlen: Die Deutschförderung von Kindern aus fremdsprachigen Familien sollte möglichst früh im Leben beginnen. Dies wird allerdings dadurch erschwert, dass diese Kinder in der Regel sehr lange ausschließlich zu Hause betreut werden. So besuchten 2017 nur rund 17 Prozent der unter Dreijährigen aus fremdsprachigen Familien institutionelle Betreuungseinrichtungen wie eine Kita – bei Kindern ohne Migrationshintergrund war die Quote fast 20 Prozentpunkte höher. Die Bildungspolitik muss deshalb nicht nur Sprachförderung anbieten, sondern vor allem dafür sorgen, dass diese Angebote bei den Familien auch ankommen.

**Aus IW-Trends 1/2021**

Wido Geis-Thöne: Lebenslagen von Kindern und Jugendlichen mit fremdsprachigen Elternhäusern  
[iwkoeeln.de/fremdsprachige\\_eltern](http://iwkoeeln.de/fremdsprachige_eltern)

# Fragwürdige Tarifpartnerschaft

**Tarifautonomie.** In der Altenpflege haben ein neu gegründeter Arbeitgeberverband und ver.di einen Tarifvertrag geschlossen, den Bundesarbeitsminister Hubertus Heil für allgemeinverbindlich erklären soll. Damit würde der nur für eine Minderheit geltende Tarifvertrag reguläre Tariflöhne verdrängen.

Im November 2019 hat sich die Bundesvereinigung Arbeitgeber in der Pflegebranche (BVAP) gegründet, ein Zusammenschluss von Wohlfahrtsverbänden und einzelnen Pflegeanbietern. Anfang Februar 2021 hat sich die BVAP mit der Gewerkschaft ver.di auf einen neuen Tarifvertrag verständigt, der auf die gesamte Pflegebranche erstreckt werden soll. Er sieht bis 1. Juli 2023 unter anderem vor, den Pflegemindestlohn um 25 Prozent zu erhöhen und ein Urlaubsgeld von 500 Euro einzuführen.

Erklärt Bundesarbeitsminister Hubertus Heil diesen Tarifvertrag zum 1. August 2021 tatsächlich für allgemeinverbindlich, würde er für alle nicht tarifgebundenen Pflegeanbieter gelten und die Löhne bestehender Tarifverträge – sofern sie darunter liegen – verdrängen.

Dieser Eingriff in die Tarifautonomie müsste allerdings mit einem „öffentlichen Interesse“ begründet

werden. Dafür muss ein Tarifvertrag aber repräsentativ sein. Doch ver.di ist in der Altenpflege kaum organisiert und der BVAP vertritt nur wenige Pflegeanbieter.

Um trotzdem die nötige Repräsentativität zu erreichen, sollen auf Wunsch von BVAP und ver.di die kirchlichen Kommissionen von Diakonie und Caritas, die rund 30 Prozent der Beschäftigten in der Altenpflege stellen, dem Tarifvertrag zustimmen, ihn selbst aber nicht unterzeichnen und anwenden. Sie dienen also als umstrittener Mehrheitsbeschaffer für Regelungen, von denen sie selbst nicht betroffen wären, da sie höher vergütet werden.

Genau das ist höchst problematisch. Einerseits profitieren die Kirchen von ihrer tarifrechtlichen Sonderstellung. Da sie nicht direkt mit den Gewerkschaften verhandeln müssen, können sie auch nicht Ziel eines Arbeitskampfes werden. Andererseits wollen sie aber Einfluss auf die regulären tarifvertraglichen Arbeitsbedingungen nehmen. Sollten die Kirchen dem neuen Tarifvertrag zustimmen, wäre ihre tarifrechtliche Privilegierung eigentlich nicht länger zu rechtfertigen.

Ebenso fragwürdig ist, dass ein Tarifvertrag allgemeinverbindlich werden soll, der zulasten Dritter geht. Betroffen wären vor allem jene Heimbewohner, die die Mehrkosten über ihre Eigenanteile finanzieren müssen. Pro Kopf und Monat liegt der Eigenanteil im Bundesdurchschnitt schon heute bei 2.068 Euro. Allein in den vergangenen drei Jahren ist er um 16,7 Prozent gestiegen. Wer also höhere Tariflöhne in der Altenpflege will, sollte zeitgleich auch regeln, wie diese Mehrkosten solidarisch finanziert werden.

Aufgrund des Fachkräftemangels sind die Löhne in der Pflege zuletzt schon stark gestiegen (Grafik):

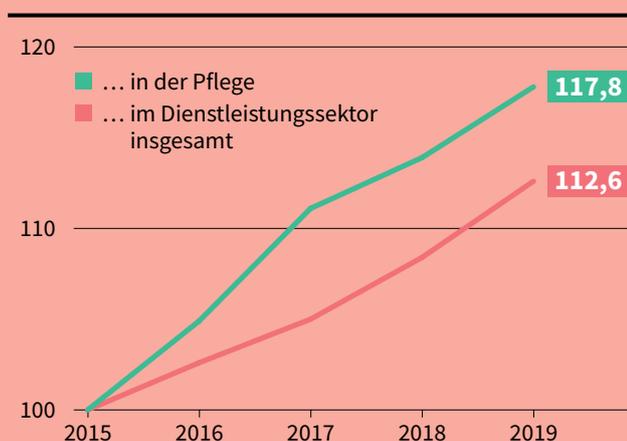
**Der durchschnittliche monatliche Bruttolohn für eine vollzeitbeschäftigte stationäre Pflegefachkraft erhöhte sich von 2015 bis 2019 um 17,8 Prozent. Im Dienstleistungssektor insgesamt lag der Zuwachs bei Fachkräften mit abgeschlossener Berufsausbildung nur bei 12,6 Prozent.**

Die Fachkräfte in der stationären und ambulanten Altenpflege kamen von 2015 bis 2019 laut Bundesagentur für Arbeit sogar auf ein Entgeltplus von 18,6 Prozent.

Das zeigt, dass der Markt für Pflegekräfte inzwischen auf Knappheit reagiert. Es bedarf also keiner staatlichen Unterstützung einer fragwürdigen Tarifpartnerschaft, die die Tarifautonomie beschädigt.

## Pflege: Überdurchschnittliche Lohnentwicklung

Monatliches mittleres Bruttoeinkommen einer vollzeitbeschäftigten Fachkraft ..., 2015 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd

# Eher Umbau als Abbau

**Büroimmobilien.** Auch wenn viele Beschäftigte in Deutschland derzeit im Homeoffice arbeiten, wollen die Unternehmen in nächster Zeit ihre Büroflächen kaum reduzieren. Die Bürogebäude werden aber künftig wohl anders aussehen.

Der Markt für Büroimmobilien hat im Jahr 2020 der Corona-Krise weitgehend getrotzt (siehe iwd 3/2021). Dennoch bleibt die Frage nach dem künftigen Bürobedarf, vor allem angesichts der guten Erfahrungen, die viele Bürobeschäftigte zuletzt mit dem mobilen Arbeiten – sprich: Homeoffice – gemacht haben.

Eine Befragung von fast 1.300 Unternehmen im Rahmen des IW-Personalpanels zeigt allerdings, dass die allermeisten vorerst keinen großen Änderungsbedarf sehen (Grafik):

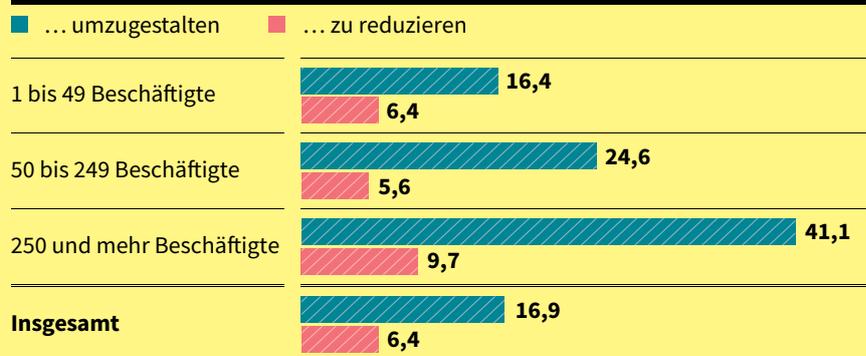
**Nur gut 6 Prozent der Unternehmen in Deutschland planen, bis Ende 2021 ihre Büroflächen zu reduzieren.**

Am höchsten ist der Anteil bei den Firmen ab 250 Mitarbeitern, doch auch von ihnen haben weniger als 10 Prozent vor, ihre Büroflächen zu verringern. Differenziert man nach Branchen, wollen 8,6 Prozent der unternehmensnahen Dienstleister mit weniger Büroraum auskommen, aber nur 2,9 Prozent der Firmen in der Metall- und Elektro-Industrie.

Am häufigsten planen jene Betriebe, die in Zukunft mehr Beschäftigte mobil arbeiten lassen wollen, Büroflächen zu reduzieren. Insgesamt aber bleibt der Einfluss mobiler

## Büroflächen: Nur wenige Unternehmen wollen reduzieren

So viel Prozent der im vierten Quartal 2020 befragten Unternehmen in Deutschland planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate ihren Bürobestand ...



Umgestaltung: z. B. größere Abstände zwischen Arbeitsplätzen, Umwidmung von Gruppen- oder Großraumbüros in kleinere Einheiten  
Reduzierung: z. B. im Zuge eines Umzugs oder eines neuen Mietvertrags, durch Untervermietung oder Rückgabe an Vermieter

Quellen: IW-Personalpanel, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd

iwd

Arbeitsformen auf die Flächennachfrage vorläufig eher gering. Denn:

**Derzeit haben zwei Drittel der Unternehmen nicht vor, nach der Corona-Krise mehr Beschäftigten Homeoffice zu ermöglichen.**

Dennoch hat die Pandemie offenbar erheblichen Einfluss darauf, wie künftig im Büro gearbeitet werden kann und soll. Deshalb setzen viele Firmen auf Umbaumaßnahmen:

**Knapp 17 Prozent der vom IW befragten Unternehmen wollen ihre Büroflächen im Laufe dieses Jahres umgestalten.**

Darunter fallen beispielsweise Pläne der Unternehmen, Gruppenbüros aufzulösen, zusätzliche Kommunikationsflächen zu schaffen oder die Abstände zwischen den Arbeitsplätzen zu erhöhen – das gilt vor allem für große Firmen (41 Prozent) und unternehmensnahe Dienstleister (24 Prozent).

### IW-Kurzbericht 6/2021

Oliver Stettes, Michael Voigtländer: Büroflächenabbau bleibt die Ausnahme  
[iwkoeln.de/bueroflaechen](http://iwkoeln.de/bueroflaechen)



**Herausgeber:** Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. · Präsident: Arndt Günter Kirchhoff · Direktor: Prof. Dr. Michael Hüther · Mitglieder: Verbände und Unternehmen in Deutschland · **Redaktionsleiter:** Jork Herrmann (verantwortlich) · **Redaktion:** Berit Schmiedendorf (stellv.), Andreas Wodok (Textchef), Lara Blankenberg, Florian Janssen, Alexander Weber · **Grafik:** IW Medien GmbH · **E-Mail:** [iwd@iwkoeln.de](mailto:iwd@iwkoeln.de) · **Bezugspreis:** € 11,89/Monat inkl. Versand und MwSt., Erscheinungsweise 14-täglich · **Abo-Service:** Friederike Ennsberger, Telefon: 0221 4981-450, [ennsberger@iwkoeln.de](mailto:ennsberger@iwkoeln.de) · **Verlag:** Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH, Postfach 10 18 63, 50458 Köln · Telefon: 0221 4981-0 · **Druck:** Henke GmbH, Brühl · Rechte für Nachdruck oder elektronische Verwertung über: [lizenzen@iwkoeln.de](mailto:lizenzen@iwkoeln.de) · Zur Abwicklung des Vertriebs erforderliche Daten werden nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes verwaltet, E-Mail: [datenschutz-iwd@iwmedien.de](mailto:datenschutz-iwd@iwmedien.de).

### Impressum

Zahl der Woche



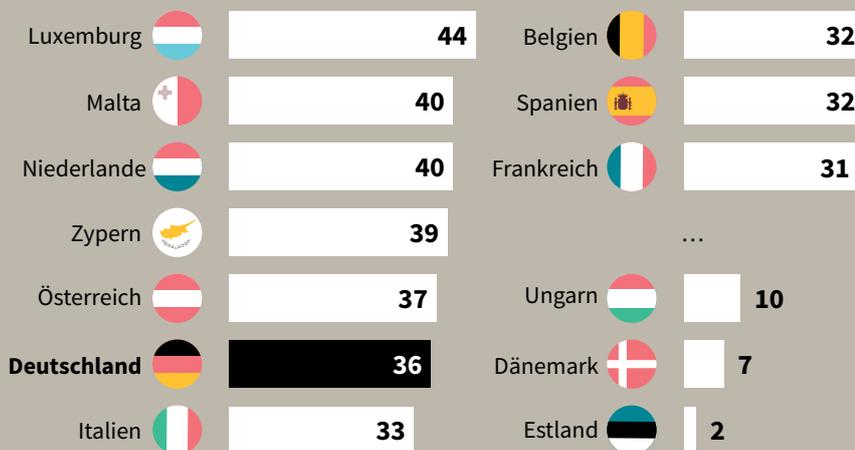
Millionen Euro: So teuer kommt jeder Tag Impfverzug Deutschland im Moment zu stehen, denn das sind laut IW die täglichen Kosten des Lockdowns – und zwar bereits in der optimistischsten Schätzung. Entsprechend wichtig ist es, dass möglichst viele Menschen aus den Risikogruppen bald geimpft werden und es zu keinen weiteren Hängepartien kommt. Zudem muss alles daran gesetzt werden, die Industrie trotz Virusmutationen vor einem neuerlichen Lockdown zu bewahren. Andernfalls würden die Kosten für die Gesellschaft auf mehr als 1 Milliarde Euro pro Tag steigen.

## Top-Liste: Rentenniveau von Frauen

In der EU müssen Frauen im Rentenalter meist mit deutlich weniger Geld auskommen als Männer dieser Altersklasse. Die Rentenlücke zwischen den Geschlechtern betrug 2019 EU-weit rund 29 Prozent. In Luxemburg erhielten über 65-jährige Frauen zuletzt im Schnitt sogar um 44 Prozent niedrigere Altersbezüge als Männer. Auch in Malta und den Niederlanden ist der Gender Pension Gap mit 40 Prozent sehr groß. Für die Malteserinnen hat sich die Aussicht auf einen sorgenfreien Lebensabend zudem deutlich verschlechtert: Im Jahr 2010 war die Rentenlücke zwischen Männern und Frauen noch um 18 Prozentpunkte geringer. Dagegen reduzierte sich die Rentenlücke der Griechinnen von 37 Prozent im Jahr 2010 auf 24 Prozent im Jahr 2019.

### Gender Pension Gap: Gravierende Lücken

Um so viel Prozent fiel das Rentenniveau der über 65-jährigen Frauen im Jahr 2019 niedriger aus als das der Männer derselben Altersgruppe



Renten: gesetzliche und private Altersrenten sowie Hinterbliebenenrenten

Quelle: Eurostat  
© 2021 IW Medien / iwd

iwd

Neu

Neu auf [iwd.de](http://iwd.de):



## In Bildung investieren?

Ein hohes Bildungsniveau der Bevölkerung ist für die wirtschaftliche Zukunft Deutschlands zweifellos von großer Bedeutung. Dennoch fallen Bildungsausgaben laut amtlicher Statistik überwiegend nicht unter den Investitionsbegriff, sondern gelten als Konsum. Dies darf den Staat allerdings nicht davon abhalten, zukunfts wirksame Bildungsprojekte zu finanzieren. Welche Kriterien dabei gelten sollten, lesen Sie auf [iwd.de](http://iwd.de).