



Anne Reinhardt

# Framing-Effekte im Alter

Message Framing als effektive Strategie  
zur Steigerung der Impfbereitschaft in der  
Zielgruppe 60+?



Nomos

**Gesundheitskommunikation | Health Communication**

herausgegeben von

**Prof. Dr. Constanze Rossmann**

**Band 22**

Bis Band 13 erschienen unter dem Reihentitel „Medien + Gesundheit“,  
herausgegeben von Prof. Dr. Patrick Rössler.

Anne Reinhardt

# Framing-Effekte im Alter

Message Framing als effektive Strategie  
zur Steigerung der Impfbereitschaft in der  
Zielgruppe 60+?



**Nomos**

Diese Arbeit wurde von der FAZIT-Stiftung gefördert.

© Titelbild: adam121 – fotolia.com

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Universität Erfurt, 2020 angenommene Dissertation

u.d.T.: Framing-Effekte im Alter: Wirksamkeit von Message Frames zur Förderung der Impfabzeptanz bei Menschen ab 60 Jahren

ISBN 978-3-8487-8103-4 (Print)

ISBN 978-3-7489-2521-7 (ePDF)



Onlineversion  
Nomos eLibrary

1. Auflage 2021

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2021. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

## Danksagung

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen des Forschungsprojekts *impfen60+*, einem vom Bundesministeriums für Bildung und Forschung geförderten Verbundvorhaben der Universität Erfurt, des Universitätsklinikums Jena, des Robert Koch-Instituts sowie der Lindgrün GmbH.

Ich möchte an dieser Stelle all diejenigen danken, die in den vergangenen vier Jahren durch ihre inhaltliche und emotionale Unterstützung zum erfolgreichen Abschluss meines Promotionsvorhabens beigetragen haben:

Allen voran ist hierbei meine Doktormutter Prof. Dr. Constanze Rossmann zu nennen, die mich überhaupt erst auf die Idee einer Promotion gebracht hat und damit den Anstoß für meine wissenschaftliche Laufbahn gab. Vielen Dank für die stets offene Tür, den hilfreichen fachlichen Rat, die Unterstützung und die vielen schönen Lehrstuhl-Momente. Danken möchte ich in diesem Zuge auch meinem Zweitgutachter Prof. Dr. Andreas Fahr, der durch seine wertvollen Hinweise dazu beigetragen hat, die Argumentation meiner Arbeit weiter zu stärken.

Ein riesiges Dankeschön gebührt weiterhin Winja Weber, Sarah Dorschowski, Nora Schmid-Küpke, Sarah Eitze, Dorothee Heinemeier und Anne Lehmann. Sie alle haben mir in den letzten Jahren in besonderem Maße dabei geholfen, am Ball zu bleiben und auftauchende Schwierigkeiten mit Humor zu nehmen. Danke für eure Freundschaft – ohne euch hätte es nur halb so viel Spaß gemacht!

Ebenfalls danken möchte ich an dieser Stelle Paula Stehr und Tabea Kremer für das Prüfen meiner Arbeit auf Herz und Nieren. Bedanken möchte ich mich auch bei Elena Engel, die mich während ihres Forschungspraktikums bei der Durchführung meiner dritten Studie maßgeblich unterstützt hat.

Besonders hervorheben möchte ich die große Unterstützung der FAZIT-Stiftung, die es mir auf der Zielgeraden meines Promotionsvorhabens ermöglicht hat, die Abgabe und Veröffentlichung meiner Dissertation wie geplant zu realisieren. Ein besonderer Dank gilt dabei Annette Martinez, die mir in allen Angelegenheiten stets hilfreich zur Seite stand.

Der abschließende Dank gebührt meiner Familie: Meinen Eltern dafür, dass sie mich in all meinen Vorhaben stets vorbehaltlos unterstützen. Karl und Theo dafür, dass sie mich selbst in den stressigsten Phasen der Promotion immer wieder geerdet und auf das wirklich Wichtige beson-

*Danksagung*

nen haben. Und Fabian: Unser Endphasen-Dissertations-Bootcamp mitten im ersten Corona-Wahnsinn möchte ich trotz der besonderen Umstände nicht missen. Danke für deinen Zuspruch, deine Liebe und deinen festen Glauben an mich.

Göttingen, im Januar 2021

## Inhaltsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Abbildungsverzeichnis  | 11 |
| Tabellenverzeichnis  | 13 |
| Abkürzungsverzeichnis  | 15 |
| 1 Einleitung   | 17 |
| 2 Relevanz von Impfungen im Alter                              | 22 |
| 2.1 Effektivität von Impfungen                                 | 22 |
| 2.2 Impfrelevanz für Menschen ab 60 Jahren                     | 24 |
| 2.3 Möglichkeiten zur Steigerung der Impfquoten                | 26 |
| 2.3.1 Impfpflichten  | 26 |
| 2.3.2 Gesundheitskommunikative Maßnahmen                       | 27 |
| 2.4 Zusammenfassung  | 29 |
| 3 Bedeutung und Prozesse des Alter(n)s                         | 31 |
| 3.1 Demografische Bevölkerungsentwicklung                      | 31 |
| 3.2 Altersverständnis und Einteilung der betrachteten Gruppen  | 34 |
| 3.3 Dimensionen des Alterns                                    | 36 |
| 3.3.1 Altern aus biologischer Sicht                            | 36 |
| 3.3.2 Altern aus sozialer Sicht                                | 37 |
| 3.3.3 Altern aus psychologischer Sicht                         | 37 |
| 3.4 Emotionsregulation im Alter                                | 40 |
| 3.4.1 Grundzüge der Sozioemotionalen Selektivitätstheorie      | 41 |
| 3.4.2 Der Positivity Effect: Ursachen und Wirkungen            | 42 |
| 3.4.3 Der Positivity Effect in der<br>Gesundheitskommunikation | 45 |
| 3.5 Zusammenfassung  | 46 |

*Inhaltsverzeichnis*

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4     | Framing von Gewinnen und Verlusten                                | 48  |
| 4.1   | Die Ursprünge des Message Framings                                | 48  |
| 4.2   | Adaption des Message Framings im Gesundheitskontext               | 51  |
| 4.3   | Framing-Effekte in der Impfkommunikation                          | 55  |
| 4.4   | Zusammenfassung   | 60  |
| 5     | Message Framing in Fallbeispielen und Statistiken                 | 62  |
| 5.1   | Zugrundeliegendes Begriffsverständnis                             | 62  |
| 5.2   | Der Fallbeispieleffekt  | 65  |
| 5.3   | Einordnung und Wirkmechanismen                                    | 69  |
| 5.3.1 | Evolutionstheoretische Sichtweise                                 | 69  |
| 5.3.2 | Sozialkognitive Lerntheorie                                       | 70  |
| 5.3.3 | Salienz und Lebhaftigkeit   | 71  |
| 5.3.4 | Narrative Engagement  | 71  |
| 5.3.5 | Heuristics and Biases   | 73  |
| 5.3.6 | Zwischenfazit: Woher kommt der Fallbeispieleffekt?                | 75  |
| 5.4   | Fallbeispieleffekte in der Gesundheits- und Impfkommunikation     | 76  |
| 5.5   | Verbindung des Message Framings mit der Fallbeispieltheorie       | 82  |
| 5.6   | Zusammenfassung   | 84  |
| 6     | Reaktanz als nicht-intendierte Folge von Gesundheitskommunikation | 87  |
| 6.1   | Grundannahmen der Reaktanztheorie                                 | 87  |
| 6.2   | Operationalisierung von Reaktanz                                  | 90  |
| 6.3   | Einflussfaktoren von Reaktanz                                     | 92  |
| 6.3.1 | Alter   | 93  |
| 6.3.2 | Message Framing   | 94  |
| 6.3.3 | Evidenztyp  | 99  |
| 6.3.4 | Weitere beeinflussende Faktoren                                   | 102 |
| 6.4   | Zusammenfassung   | 105 |



|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 7      | Forschungsleitende Fragen und Studienaufbau   | 107 |
| 8      | Studie 1: Kombination von Gewinn- und Verlust-Framing und Kernel State Framing              | 109 |
| 8.1    | Erkenntnisinteresse: Forschungsfragen und Hypothesen  | 109 |
| 8.2    | Methode   | 115 |
| 8.2.1  | Design und Stimulusmaterial   | 115 |
| 8.2.2  | Durchführung  | 117 |
| 8.2.3  | Messungen   | 118 |
| 8.2.4  | Beschreibung der Stichprobe   | 119 |
| 8.2.5  | Datenanalytisches Vorgehen  | 120 |
| 8.3    | Ergebnisse  | 121 |
| 8.3.1  | Manipulation Check  | 121 |
| 8.3.2  | Zentrale Befunde  | 121 |
| 8.4    | Zusammenfassung und Diskussion  | 127 |
| 9      | Studie 2: Gewinn- und Verlust-Framing in unterschiedlich aufbereiteten Evidenzinformationen | 134 |
| 9.1    | Erkenntnisinteresse: Forschungsfragen und Hypothesen  | 134 |
| 9.2    | Methode   | 142 |
| 9.2.1  | Design und Stimulusmaterial   | 142 |
| 9.2.2  | Durchführung  | 146 |
| 9.2.3  | Messungen   | 147 |
| 9.2.4  | Beschreibung der Stichprobe   | 149 |
| 9.2.5  | Datenanalytisches Vorgehen  | 150 |
| 9.3    | Ergebnisse  | 151 |
| 9.3.1  | Manipulation Check  | 151 |
| 9.3.2  | Zentrale Befunde  | 151 |
| 9.4    | Zusammenfassung und Diskussion  | 161 |
| 10     | Studie 3: Gewinn- und Verlust-Framing in einem Kampagnen-Radiospot                          | 170 |
| 10.1   | Erkenntnisinteresse: Forschungsfragen und Hypothesen  | 170 |
| 10.2   | Methode   | 178 |
| 10.2.1 | Design und Stimulusmaterial   | 178 |
| 10.2.2 | Durchführung  | 180 |

*Inhaltsverzeichnis*

|  |     |
|--|-----|
| 10.2.3 Messungen                                   | 181 |
| 10.2.4 Beschreibung der Stichprobe                 | 183 |
| 10.2.5 Datenanalytisches Vorgehen                  | 185 |
| 10.3 Ergebnisse                                    | 186 |
| 10.3.1 Manipulation Check                          | 186 |
| 10.3.2 Zentrale Befunde                            | 186 |
| 10.4 Zusammenfassung und Diskussion                | 195 |
| 11 Zusammenführung und Resümee                     | 202 |
| 11.1 Zentrale Ergebnisse                           | 202 |
| 11.2 Einordnung der Studienergebnisse im Vergleich | 204 |
| 11.2.1 Messinstrument                              | 205 |
| 11.2.2 Stimulusmaterial                            | 207 |
| 11.2.3 Stichprobe                                  | 208 |
| 11.3 Beantwortung der forschungsleitenden Fragen   | 209 |
| 11.4 Implikationen der Arbeit                      | 210 |
| 11.4.1 Theoretische und methodische Implikationen  | 210 |
| 11.4.2 Praktische Implikationen                    | 214 |
| 11.5 Schluss                                       | 216 |
| Literaturverzeichnis                               | 219 |

## Abbildungsverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| Abbildung 1. Altersaufbau der deutschen Bevölkerung von 1950 bis 2060 (Quelle: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, 2019, 1. Absatz).  | 33  |
| Abbildung 2. Operationalisierungen von Reaktanz (eigene Darstellung; angelehnt an Dillard & Shen, 2005, S. 150).  | 91  |
| Abbildung 3. Aufbau der geplanten Studien.  | 108 |
| Abbildung 4. Schematische Übersicht der untersuchten Wirkzusammenhänge in Studie 1.   | 114 |
| Abbildung 5. Mediationsmodell des indirekten Effekts des Gewinn- und Verlust-Framings auf die Impfindention über die psychologische Reaktanz und Impfeinstellung bei den 18- bis 59-Jährigen und ab 60-Jährigen mit Kontrollvariablen (Studie 1). | 125 |
| Abbildung 6. Schematische Übersicht der untersuchten Wirkzusammenhänge in Studie 2.   | 141 |
| Abbildung 7. Impfindention in Abhängigkeit des Evidenztyps und Alters (mit 95 % Konfidenzintervallen).  | 154 |
| Abbildung 8. Impfindention in Abhängigkeit des Message Framings und Evidenztyps (mit 95 % Konfidenzintervallen).  | 155 |
| Abbildung 9. Mediationsmodell des indirekten Effekts des Gewinn- und Verlust-Framings auf die Impfindention über die psychologische Reaktanz und Impfeinstellung bei den 18- bis 59-Jährigen und ab 60-Jährigen mit Kontrollvariablen (Studie 2). | 157 |

*Abbildungsverzeichnis*

|  |     |
|--|-----|
| Abbildung 10. Mediationsmodell des indirekten Effekts der Evidenzkombination auf die Impfindention über das Narrative Engagement, die psychologische Reaktanz und die Impfeinstellung in der Gesamtkohorte mit Kontrollvariablen (Studie 2). | 160 |
| Abbildung 11. Schematische Übersicht der untersuchten Wirkzusammenhänge in Studie 3.   | 177 |
| Abbildung 12. Visuelle Oberfläche der Ablenkungsaufgabe (Studie 3).  | 179 |
| Abbildung 13. Mediationsmodell des indirekten Effekts der Aufmerksamkeit auf die Intention zur Informationssuche über das Narrative Engagement, die Reaktanz und die Einstellung zum Spot mit Kontrollvariablen (Studie 3).                  | 191 |
| Abbildung 14. Mediationsmodell des indirekten Effekts des Gewinn- und Verlust-Framings sowie der Aufmerksamkeit auf die Intention zur Informationssuche über die gestützte Erinnerung mit Kontrollvariablen (Studie 3).                      | 194 |

## Tabellenverzeichnis

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Tabelle 1.  | Überblick über das Stimulusmaterial (Studie 1).   | 116 |
| Tabelle 2.  | Stichprobenbeschreibung (Studie 1).   | 120 |
| Tabelle 3.  | Haupt- und Interaktionseffekte des Gewinn- und Verlust-Framings, Kernel State Framings und der Altersgruppe auf die psychologische Reaktanz, Impfeinstellung und Impfintention (MANCOVA).   | 123 |
| Tabelle 4.  | Beantwortung der aufgestellten Hypothesen und Forschungsfragen im Überblick (Studie 1).   | 127 |
| Tabelle 5.  | Überblick über das Stimulusmaterial (Studie 2).   | 143 |
| Tabelle 6.  | Stichprobenbeschreibung (Studie 2).   | 149 |
| Tabelle 7.  | Haupt- und Interaktionseffekte des Gewinn- und Verlust-Framings, Evidenztyps und der Altersgruppe auf die psychologische Reaktanz, Impfeinstellung und Impfintention (MANCOVA).             | 153 |
| Tabelle 8.  | Haupteffekte des Evidenztyps auf das Narrative Engagement (ANCOVA).   | 159 |
| Tabelle 9.  | Beantwortung der aufgestellten Hypothesen und Forschungsfragen im Überblick (Studie 2).   | 161 |
| Tabelle 10. | Überblick über die Framing-Manipulation (Studie 3).   | 179 |
| Tabelle 11. | Stichprobenbeschreibung (Studie 3).   | 184 |
| Tabelle 12. | Haupt- und Interaktionseffekte des Gewinn- und Verlust-Framings und der Aufmerksamkeit auf die psychologische Reaktanz, Einstellung zum Spot und Intention zur Informationssuche (MANCOVA). | 188 |

*Tabellenverzeichnis*

|  |     |
|--|-----|
| Tabelle 13. Haupteffekte der Aufmerksamkeit auf das Narrative Engagement (ANCOVA).   | 190 |
| Tabelle 14. Haupt- und Interaktionseffekte des Gewinn- und Verlust-Framings und der Aufmerksamkeit auf die gestützte Erinnerungsleistung (ANCOVA). | 193 |
| Tabelle 15. Beantwortung der aufgestellten Hypothesen und Forschungsfragen im Überblick (Studie 3).  | 195 |
| Tabelle 16. Zentrale Eigenschaften der Experimente im Vergleich.   | 205 |

## Abkürzungsverzeichnis

|            |   |
|------------|---|
| $\eta^2_p$ | partielles Eta-Quadrat                    |
| $\Lambda$  | Wilks Lambda                              |
| $b$        | unstandardisierter Regressionskoeffizient |
| FF         | Forschungsfrage                           |
| H          | Hypothese                                 |
| KI         | Konfidenzintervall                        |
| $M$        | Mittelwert                                |
| $M_{korr}$ | korrigierter Mittelwert                   |
| $p$        | Signifikanzwert                           |
| PRT        | Psychological Reactance Theory            |
| $r$        | Korrelationskoeffizient (Pearson)         |
| $R^2$      | erklärte Varianz                          |
| $SD$       | Standardabweichung                        |
| $SE$       | Standardfehler                            |
| SST        | Socioemotional Selectivity Theory         |
| STIKO      | Ständige Impfkommision                    |

