



CORONA 2020

ZMG-Studie im Auftrag des BDZV

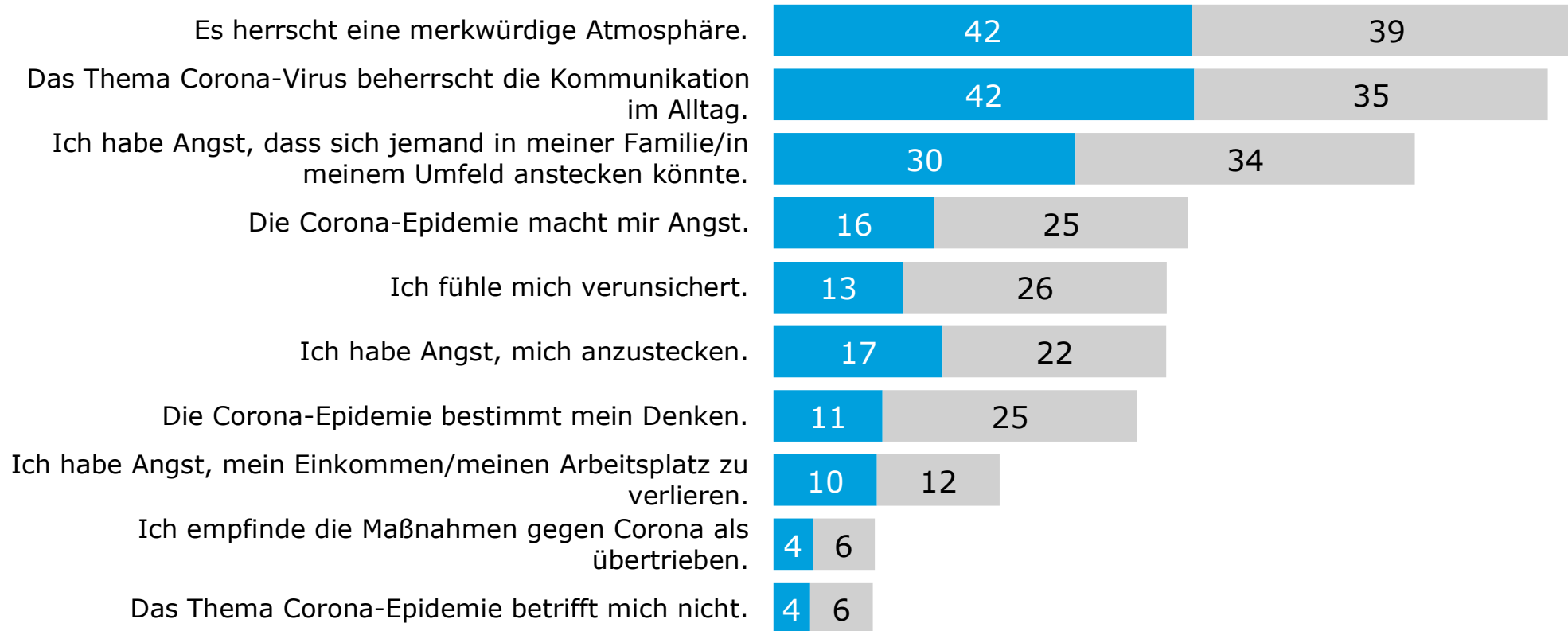
April 2020

STUDIENSTECKBRIEF

- /// Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter zwischen 16 und 69 Jahren mit Internetzugang innerhalb der Bundesrepublik Deutschland
- /// Methode: CAWI-Interview
- /// Untersuchungszeitraum: 27.03. - 31.03.2020
- /// Stichprobe: Panelteilnehmer in Deutschland, gekreuzte Quotierung für Geschlecht (2) x Altersgruppe (3), Randsummenquotierung für Bildung (3), Berufstätigkeit (2), Ortsgröße BIK (7) und Nielseengebiete (8)
2.000 Fälle
- /// Feldarbeit: Ipsos GmbH

WAHRNEHMUNG DER CORONA-KRISE

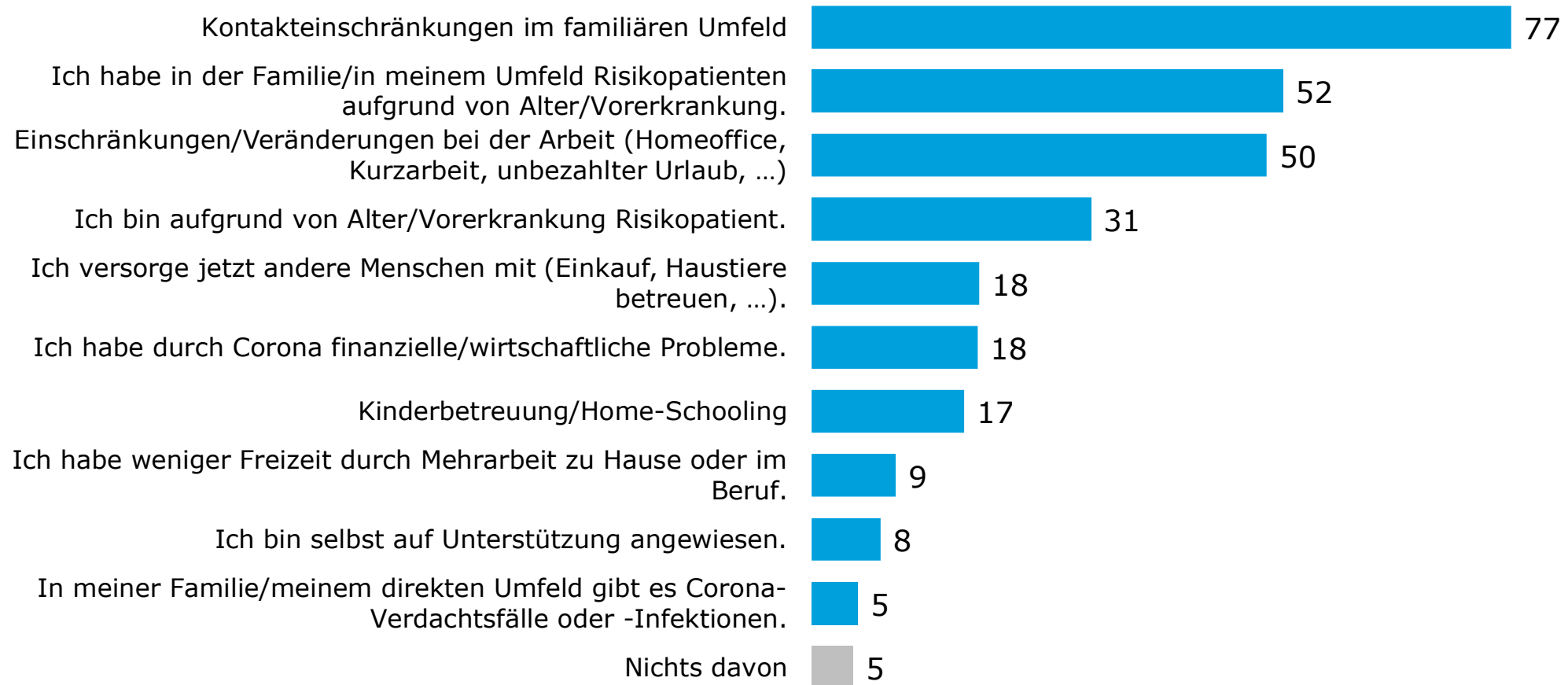
STIMMUNGSLAGE ZU CORONA



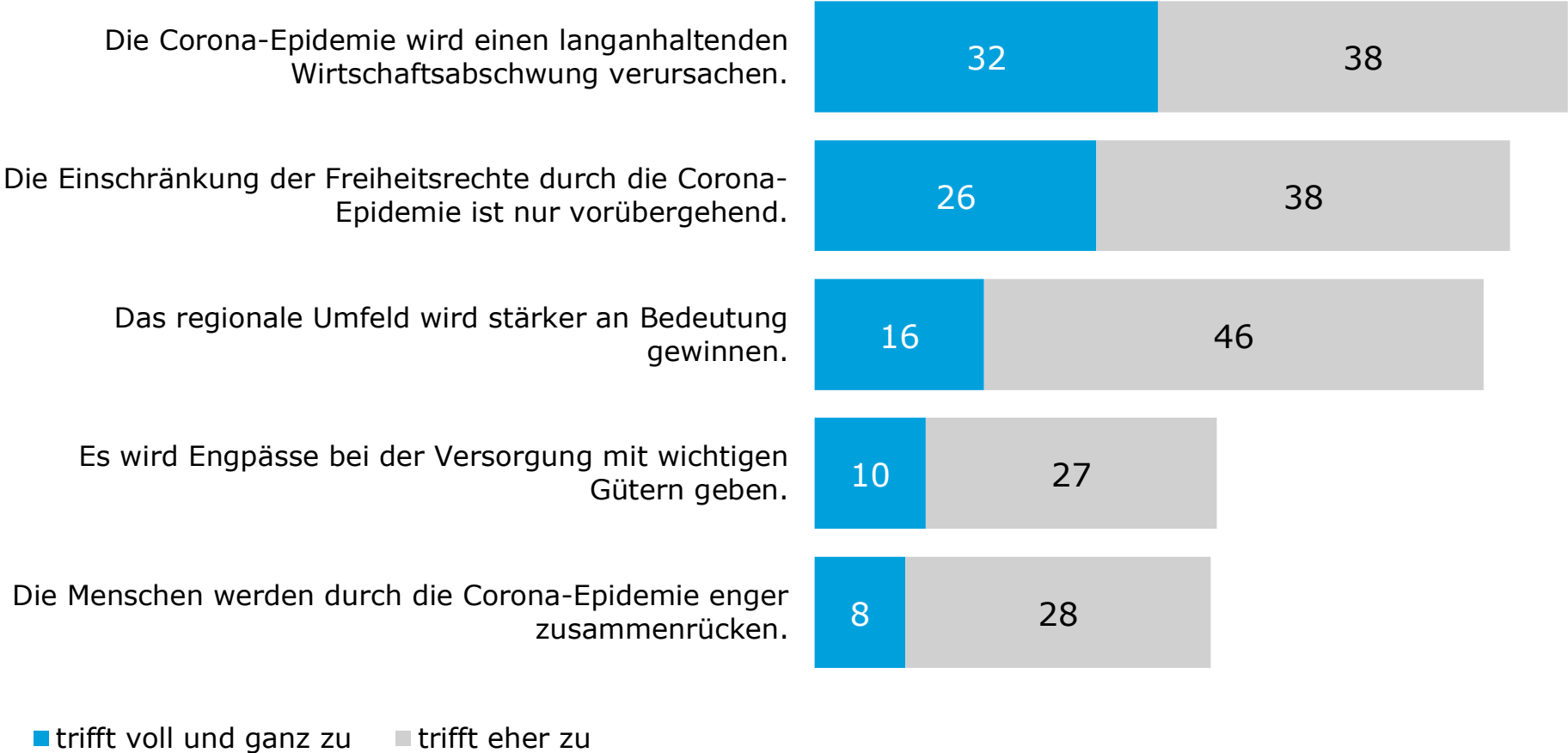
■ trifft voll und ganz zu ■ trifft eher zu

PERSÖNLICHE BETROFFENHEIT DURCH CORONA

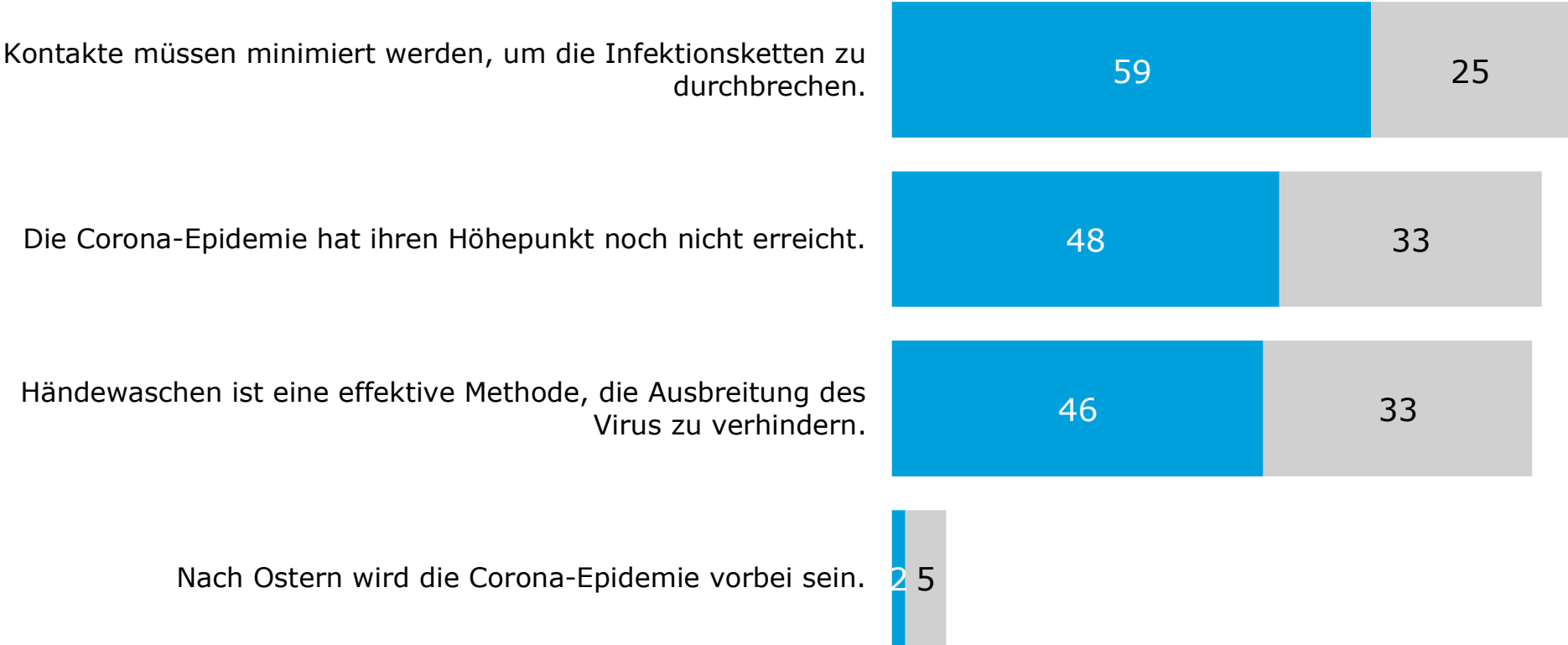
Mehrfachnennungen



EINSCHÄTZUNG DER CORONA-FOLGEN

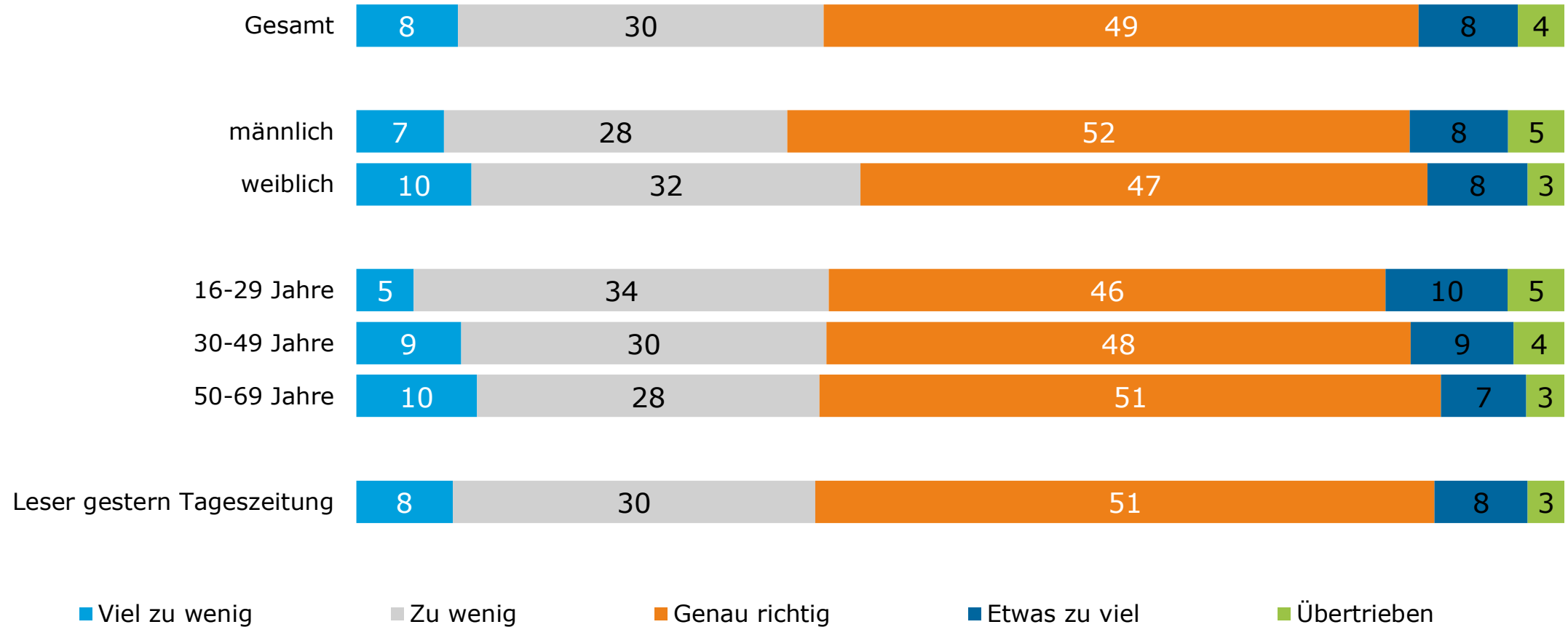


EINSCHÄTZUNG VON AUSSAGEN ZU CORONA



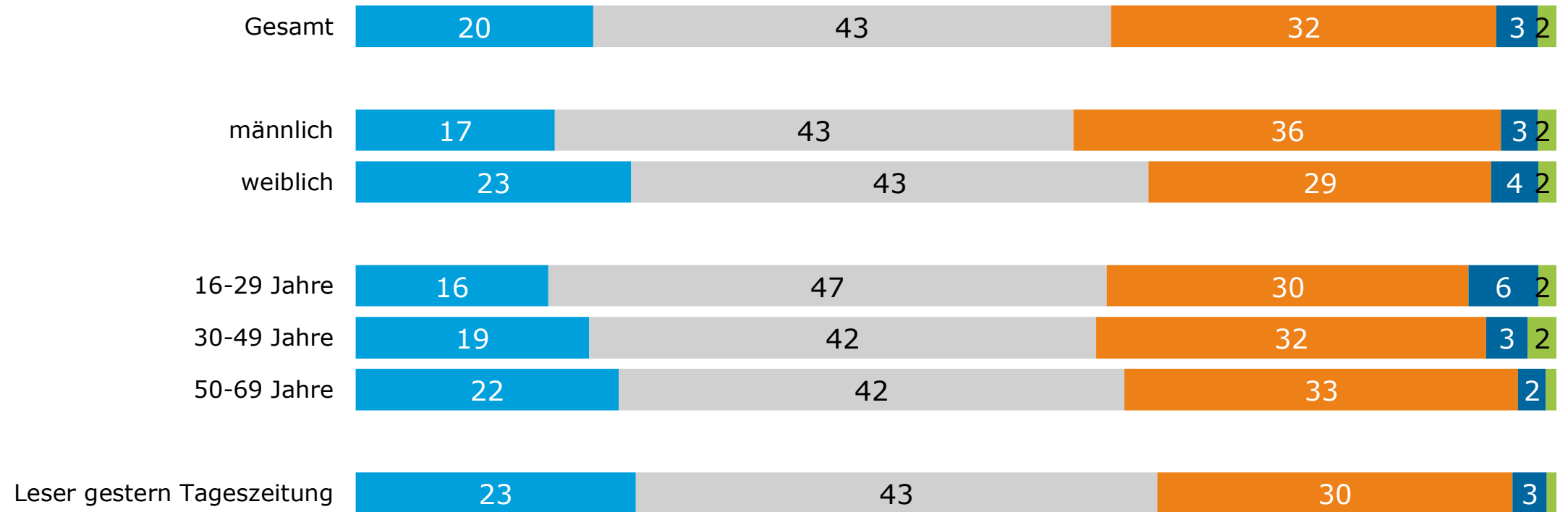
■ trifft voll und ganz zu ■ trifft eher zu

BEWERTUNG DER MAßNAHMEN



INFORMATIONSVERHALTEN IN DER CORONA-KRISE

VERÄNDERUNG DES INFORMATIONSVERHALTENS

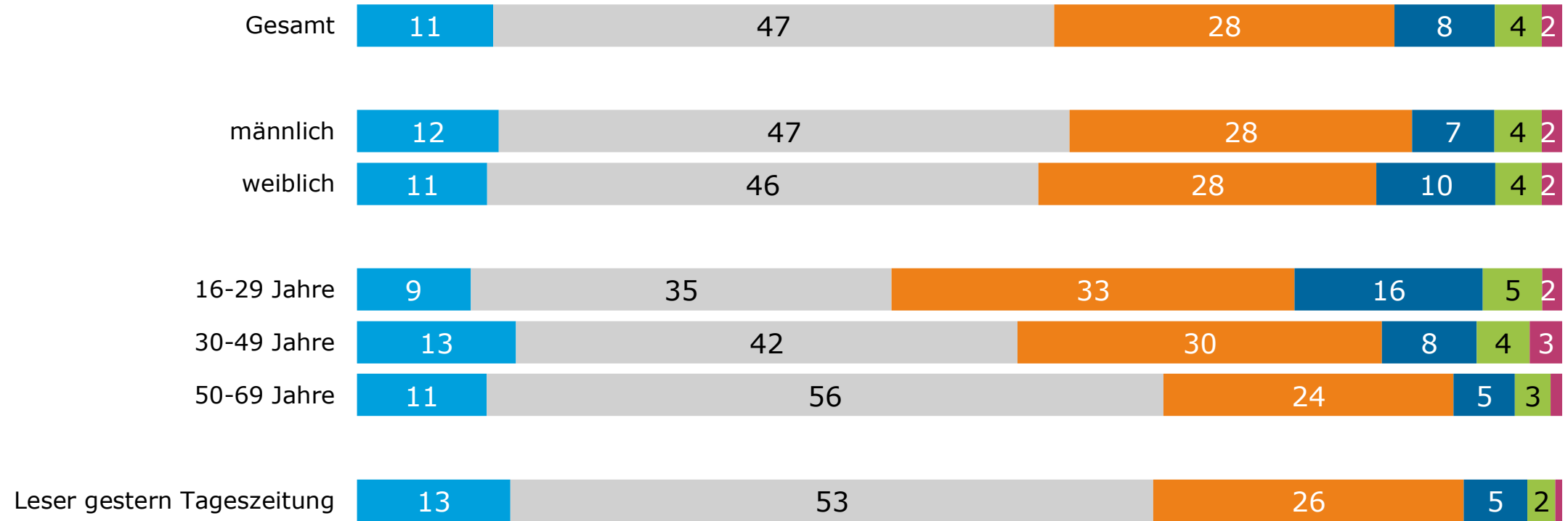


■ Ich informiere mich sehr viel häufiger
 ■ Ich informiere mich seltener

■ Ich informiere mich häufiger
 ■ Ich informiere mich deutlich seltener

■ Ich informiere mich gleich häufig

INTENSITÄT DER INFORMATION ÜBER CORONA

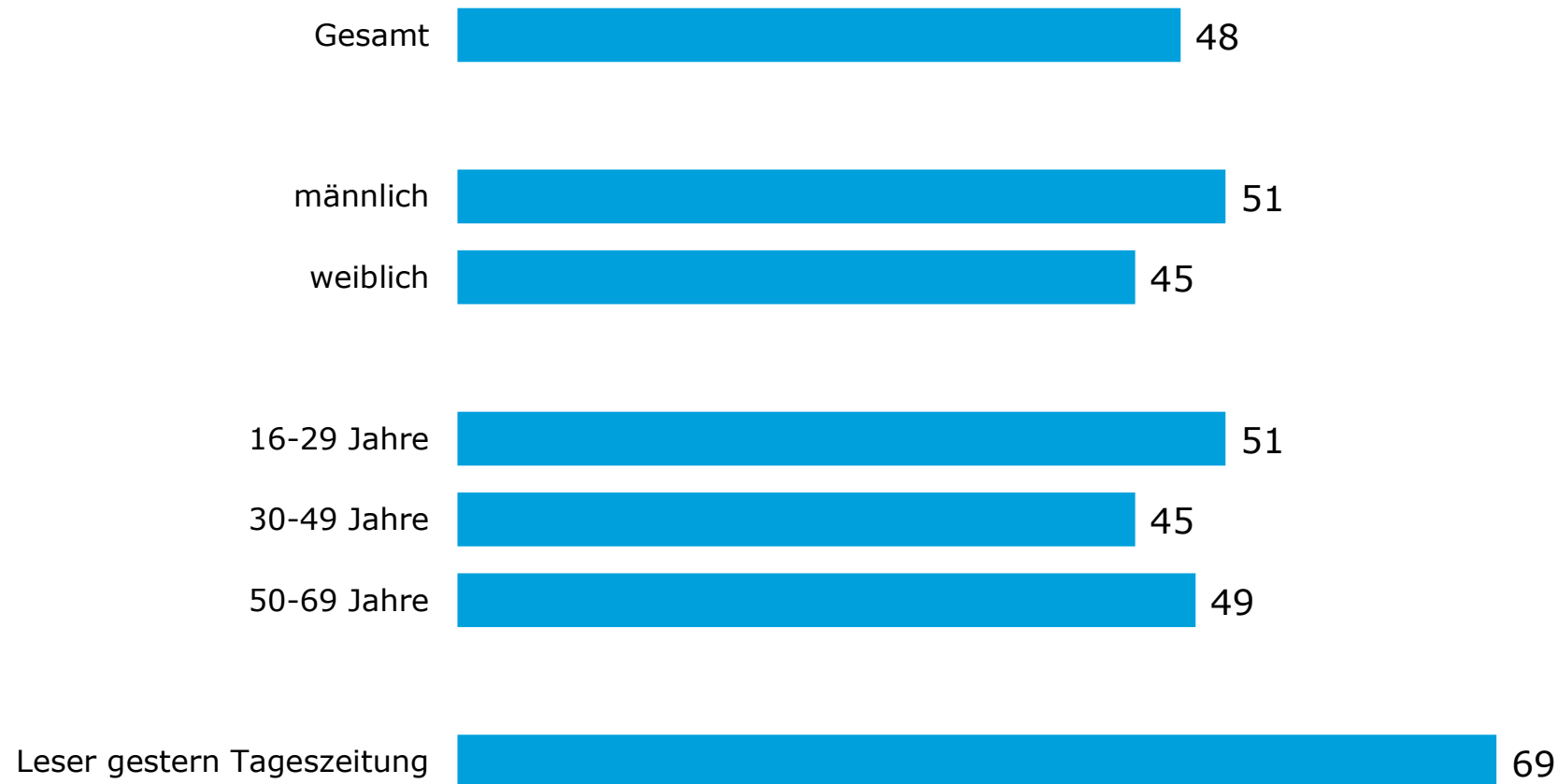


- Ich suche ständig nach aktuellen Informationen
- Ich informiere mich ein- oder zweimal am Tag
- Ich informiere mich seltener

- Ich informiere mich über den Tag hinweg immer mal wieder
- Ich informiere mich mehrmals in der Woche
- Ich informiere mich gar nicht

INFORMATIONSQUELLEN ZU CORONA

Zeitungen Print und Digital

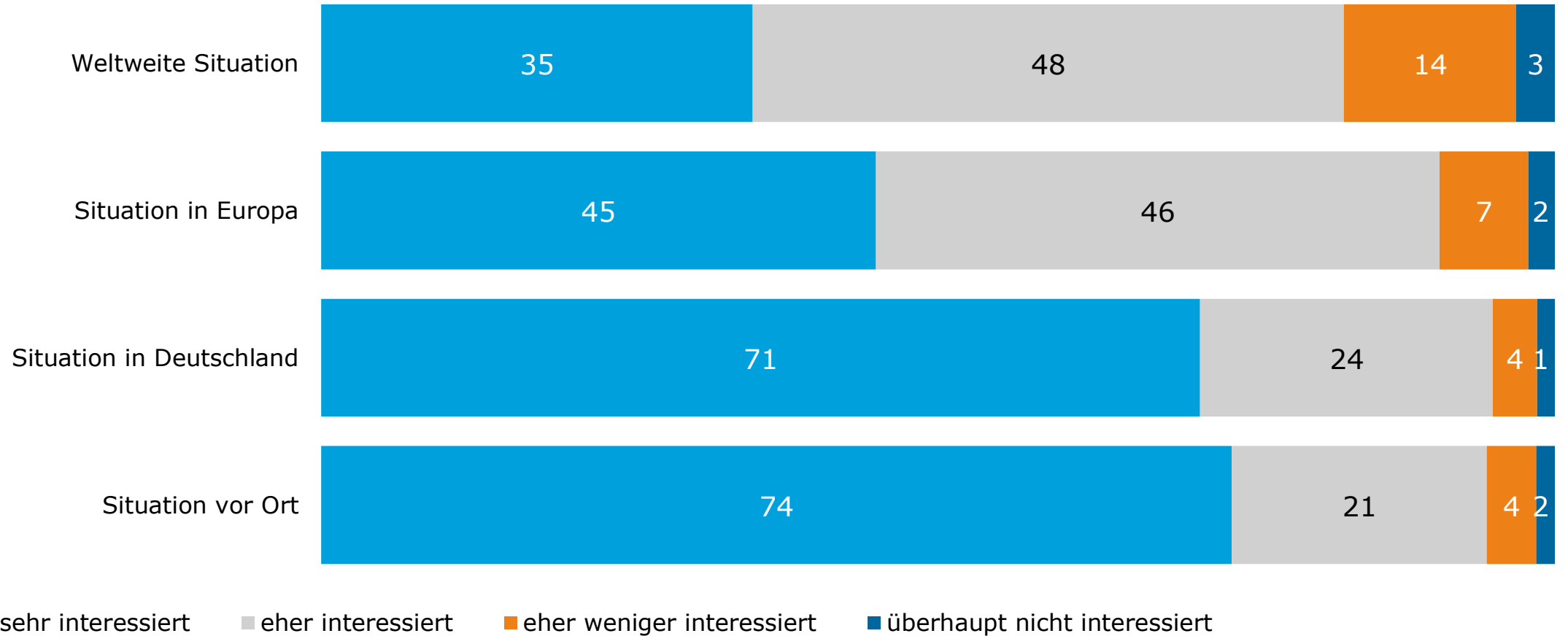


ZEITUNGEN INPUTGEBER FÜR SOZIALE NETZWERKE

Sind Sie bei Ihrer Nutzung von sozialen Netzwerken, Messengern oder Blogs schon mal auf Berichte zum Corona-Virus in Zeitungen aufmerksam gemacht worden?



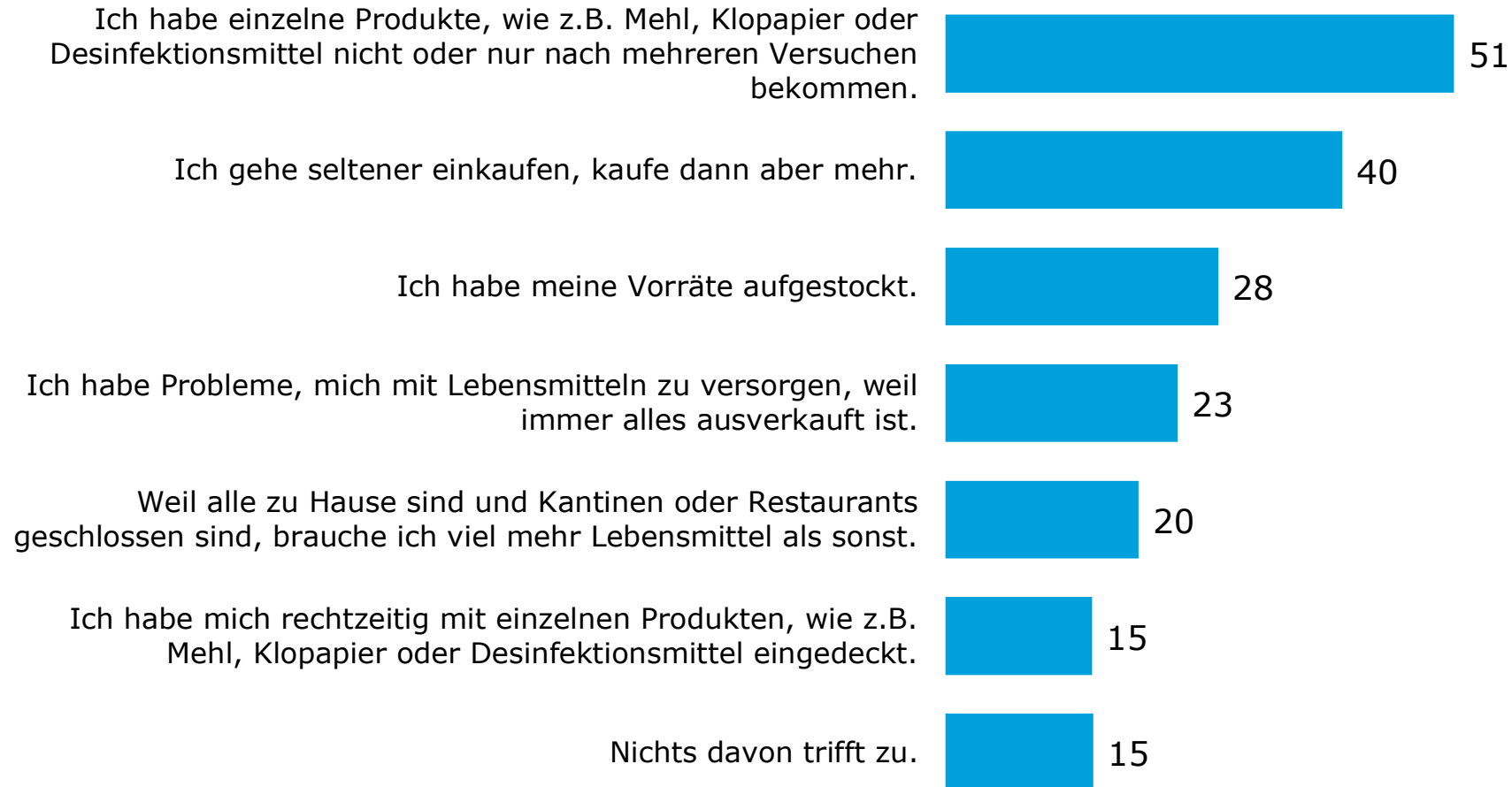
INTERESSE GEOGRAPHISCH



CORONA UND VERSORGUNGSLAGE

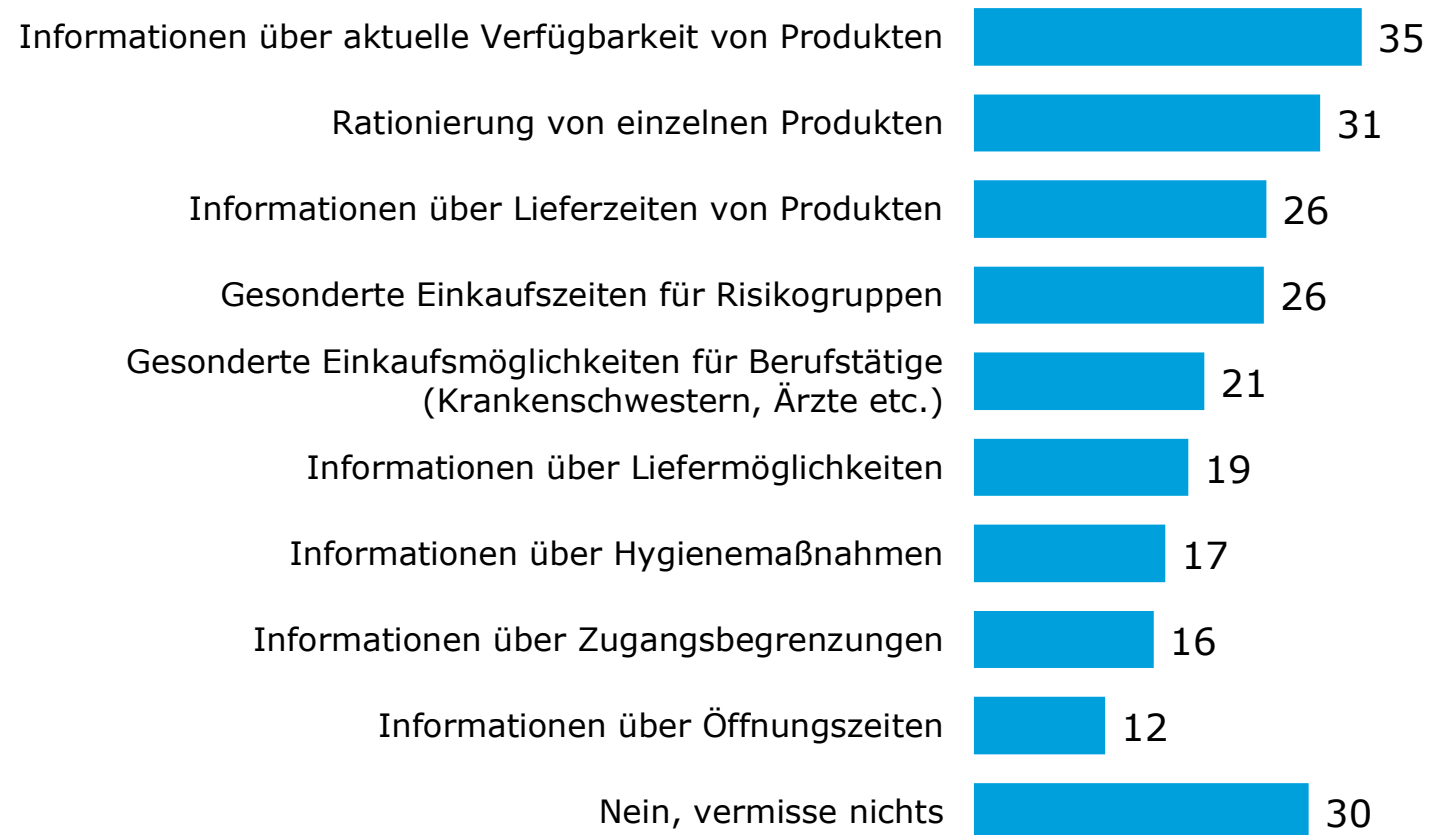
WAHRNEHMUNG DER VERSORGLINGSLAGE

Mehrfachnennungen



INFORMATIONSWÜNSCHE AN LEH UND DROGERIEN

Mehrfachnennungen



70% wünschen sich in der Krise Informationen von Lebensmittelhändlern und Drogerien

AUSSAGEN ZUR WERBEKOMMUNIKATION

Ich finde es gut, wenn Unternehmen in Krisenzeiten in der Werbung ihre Haltung gegenüber der Gesellschaft oder/und ihren Mitarbeitern darstellen.

56

Gerade in Krisenzeiten will ich von Unternehmen über nützliche Produkte und Services informiert werden.

50

Unternehmen, welche in ihrer Werbung aktuelle Ereignisse aufgreifen, finde ich gut.

47

Es ist mir wichtig, dass auch Unternehmen in der Werbung Bezug zur aktuellen Lage/Situation nehmen.

46

■ stimme voll und ganz zu / stimme eher zu