

#14 - April 2020

CORONA-KRISE

SORGEN, INFORMATIONSBEDÜRFNIS, MEDIENNUTZUNG UND BEURTEILUNG DER MASSNAHMEN DER REGIERUNG

Seit knapp drei Wochen steht das öffentliche Leben in Deutschland so gut wie still. Seit dem 23. März besteht ein bundesweites Kontaktverbot, das für viele Menschen drastische Einschnitte in ihren Alltag bedeutet: Viele haben ihren Job verloren, arbeiten im Homeoffice, betreuen ihre Kinder oder stoßen in systemrelevanten Berufen an ihre Belastungsgrenze. In einer repräsentativen digitalen Befragung haben wir uns mit der Frage beschäftigt, wie sich das Informationsbedürfnis und die Mediennutzung der Menschen in dieser Zeit verändert hat. Darüber hinaus wollten wir in Erfahrung bringen, wie die Maßnahmen der Bundes- bzw. Landesregierungen eingeschätzt werden und wie sich die Corona-Krise auf persönliche, soziale und finanzielle Bereiche auswirkt.



66%
der Befragten
machen sich Sorgen
um ihre Gesundheit

CORONA-VIRUS: WIE BESORGT IST DIE DEUTSCHE BEVÖLKERUNG?

Grundsätzlich ist die Sorge wegen des Corona-Virus' in der Bevölkerung sehr hoch: 2 von 3 Befragten machen sich Sorgen um ihre Gesundheit. Vor allem Befragte in der Altersklasse ab 50 Jahren sind mit 78% sehr stark alarmiert, da zumindest Teile von ihnen zur Risikogruppe zählen. Frauen (69%) sorgen sich mehr als Männer (64%) und Personen mit einfachem Bildungsabschluss machen sich mehr Sorgen (75%) als formal hoch Gebildete (59%). Trotz der großen Besorgnis in der Bevölkerung ist die tatsächliche Bedrohung mit dem Virus vom Großteil der Befragten aber weit entfernt. 71% der Befragten geben zum Befragungszeitpunkt an, niemanden zu kennen, der infiziert oder erkrankt ist - auch nicht im weiteren Bekanntenkreis.



79%
der Befragten
informieren sich
mehr als zuvor

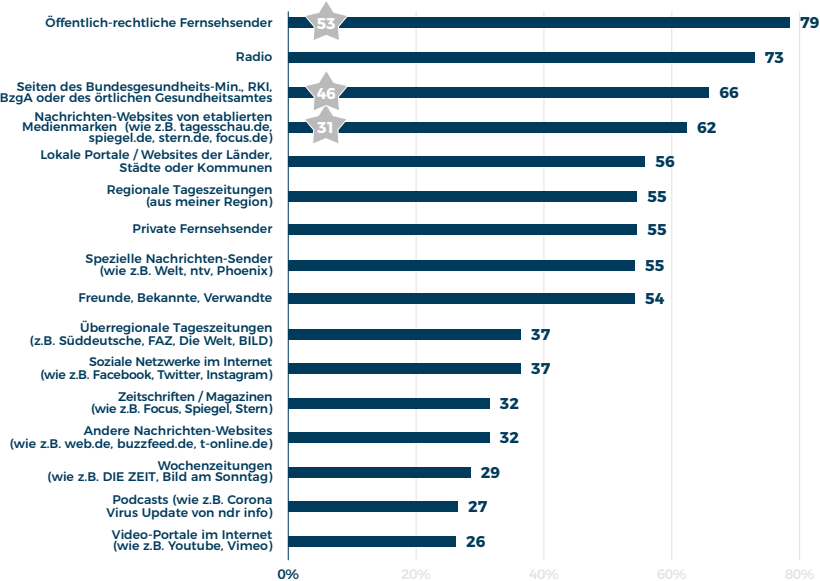
COVID-19: SO INFORMIEREN DIE DEUTSCHEN SICH

Der Bedarf an Information hat sich aktuell extrem erhöht. 79% aller Befragten informieren sich sehr viel mehr oder etwas mehr als zuvor - darunter allein 38% sehr viel häufiger als vor der Corona-Krise. Dabei variiert die Informationsquelle je nachdem, ob man schnell informiert sein möchte oder auf der Suche nach tiefergehenden Hintergrundinformationen ist. Wenn es um aktuelle Informationen geht, liegen die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (79%), das Radio (73%), offizielle Websites wie die des Robert-Koch-Instituts (RKI) oder des Bundesgesundheits-Ministeriums (66%) sowie die Nachrichten-Websites von etablierten Medienmarken (62%) bei der Nutzung auf den vorderen Plätzen.

INFORMATIONSAUFNAHME

WO ÜBERALL INFORMIEREN SIE SICH ÜBER DAS CORONA-VIRUS?
AUFNAHME VON **SCHNELLEN/ AKTUELLEN** INFORMATIONEN

b4p trends



Quelle: b4p trends 2020 I
Basis: Gesamt n=998
Alle Angaben in Prozent

★ Antworten auf Frage „Welche Informationsquellen nutzen Sie jetzt häufiger als vor dem Corona-Virus?“ (TOP 3)



83%

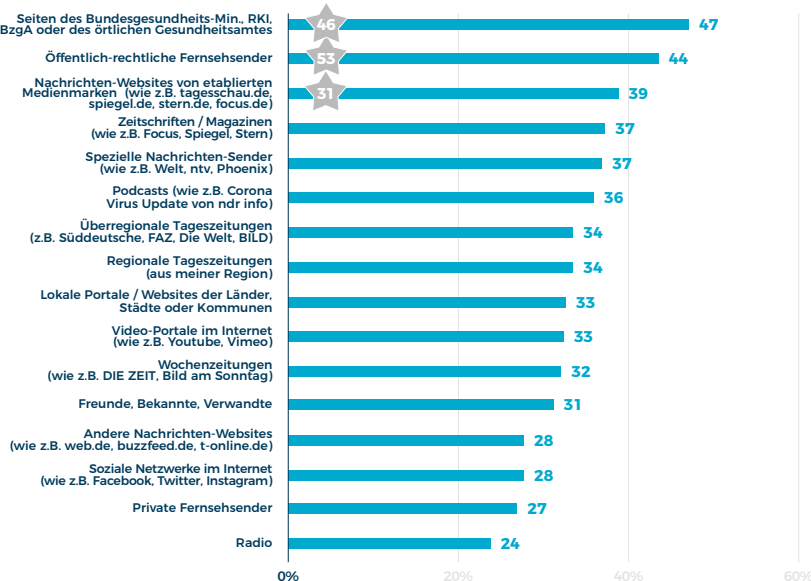
der Befragten informieren sich nur in Medienangeboten, denen sie vertrauen

Bei Hintergrundinformationen sind ebenfalls offizielle Websites (47%) sowie die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (44%) und Nachrichten-Websites der etablierten Medienmarken (39%) gefragt. Gleich dahinter folgen aktuelle Magazine, wie zum Beispiel der Spiegel, Stern und Focus (37%) sowie Nachrichtensender wie Phoenix und ntv (37%). Diese Medien sind auch die meistgenannten auf die Frage, welche Medien aus Sicht der Befragten insgesamt am tiefgreifendsten und umfassendsten über das Corona-Virus informieren.

INFORMATIONSAUFNAHME

WO ÜBERALL INFORMIEREN SIE SICH ÜBER DAS CORONA-VIRUS?
AUFNAHME VON **HINTERGRUNDINFORMATIONEN**

b4p trends



Quelle: b4p trends 2020 I
Basis: Gesamt n=998
Alle Angaben in Prozent

★ Antworten auf Frage „Welche Informationsquellen nutzen Sie jetzt häufiger als vor dem Corona-Virus?“ (TOP 3)



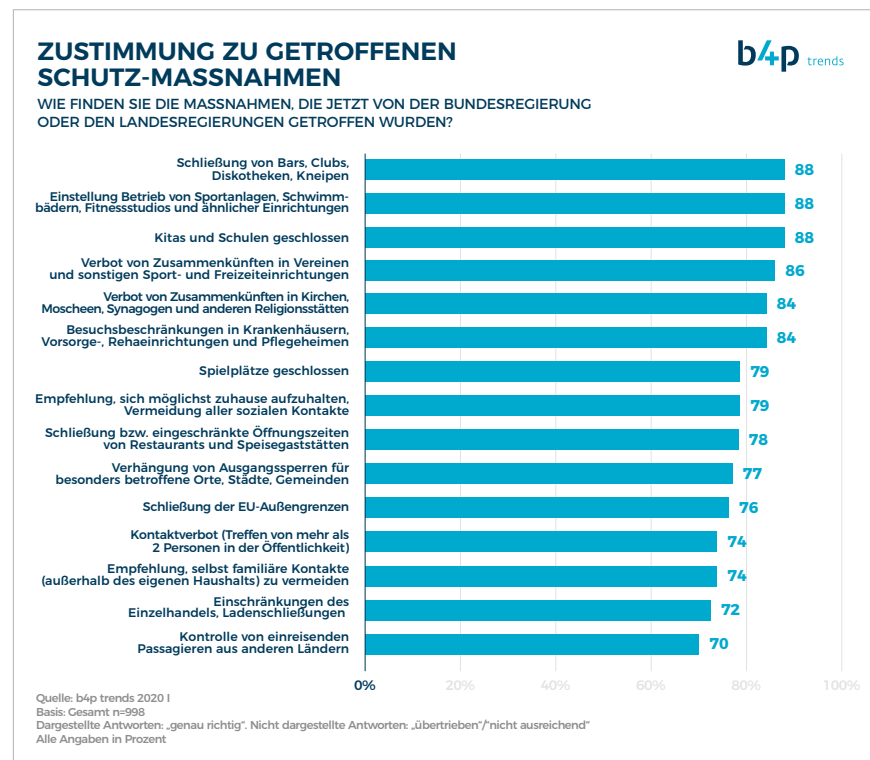

Nur jeweils

6%
der Befragten vertrauen bei der Informationssuche auf soziale Netzwerke, Video-Portale oder andere Nachrichtenseiten (z.B. buzzfeed.com, t-online.de, web.de)

In dieser Krise zeigt sich dann auch eindeutig, wie wenig die Menschen bei der Informationssuche auf soziale Netzwerke vertrauen. Bei der Frage nach dem Vertrauen in Medienkanäle landen soziale Netzwerke (6%) und Videoportale (6%) auf den hintersten Rangplätzen. Auch in News-Websites wie buzzfeed.com, t-online.de oder web.de (6%) haben die Befragten nur sehr wenig Vertrauen.

Das große Informationsbedürfnis der Bevölkerung führt außerdem dazu, dass nun nicht nur mehr, sondern auch andere Medien als sonst genutzt werden. 61% der Befragten ziehen Informationen aus mehr unterschiedlichen Quellen, als sie es normalerweise tun. Zusätzlich haben sich bei 57% der Befragten auch die Tageszeiten verschoben, zu denen sie Nachrichten konsumieren. Dies geschieht nun in kürzeren Intervallen über den Tag verteilt.

WIE ZUFRIEDEN SIND DIE DEUTSCHEN MIT DEN MASSNAHMEN DER BUNDESREGIERUNG?

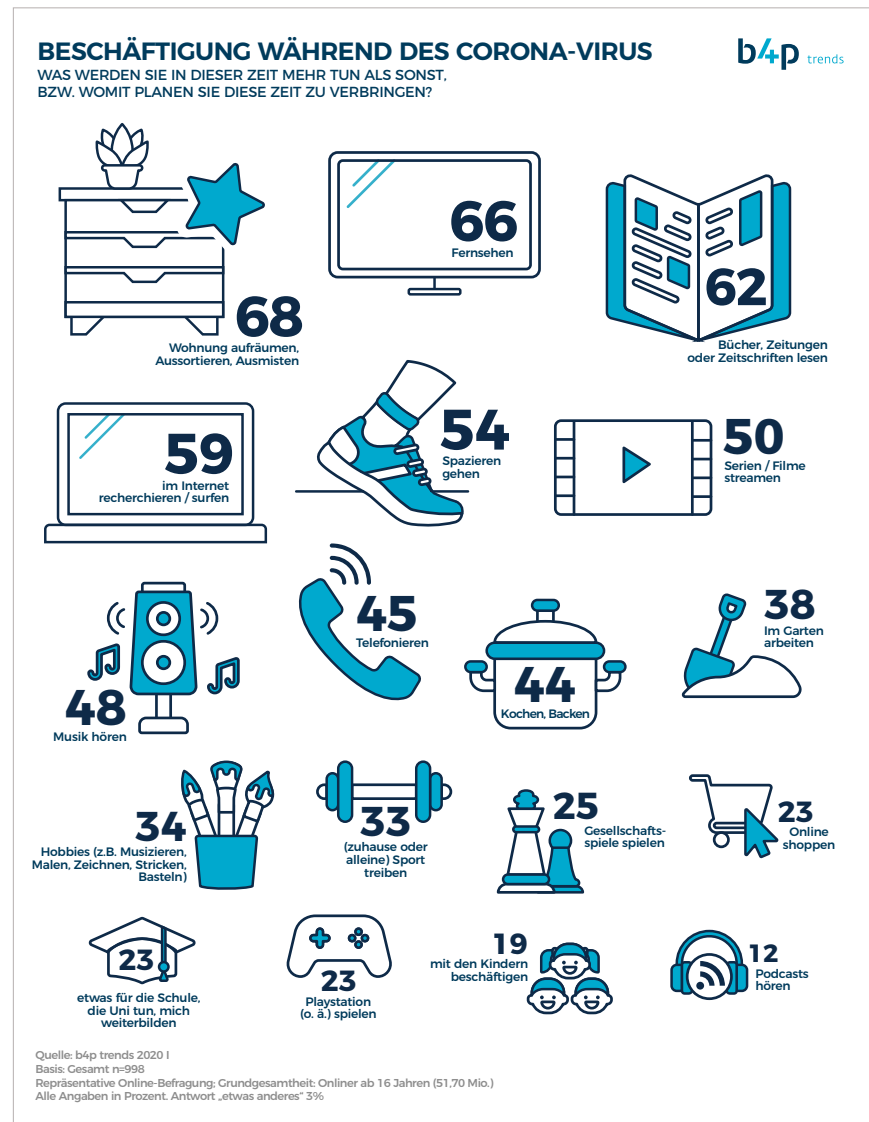


Knapp die Hälfte der Bevölkerung ist der Meinung, dass die Regierung rechtzeitig Maßnahmen ergriffen hat, um das Corona-Virus einzudämmen (49%). Während die Altersgruppe ab 50 Jahren mit 54% sehr häufig damit konform geht, fällt die Zustimmung bei den 30 bis 49-Jährigen mit 43% jedoch deutlich geringer aus. Allerdings ist die Mehrzahl der Befragten der Meinung, dass die zum Zeitpunkt der Befragung aktuellen Maßnahmen angemessen sind.

Ausnahmen bestätigen die Regel: So werden zum Beispiel vor allem Ladenschließungen (20%), die Schließung von Spielplätzen (16%) sowie die Kontaktsperre im familiären Umfeld (21%) von den Befragten als übertrieben eingeschätzt. Die größte Unzufriedenheit mit der Umsetzung der Maßnahmen zeigt sich bei der Kontrolle von Einreisenden aus dem Ausland: 26% sind der Meinung, dass hier ungenügend oder zu spät eingeschritten wurde.



SOCIAL DISTANCING: WAS GESCHIEHT MIT DER FREIEN ZEIT?



Durch Social Distancing ergibt sich für etwas mehr als die Hälfte der Befragten jetzt mehr verfügbare Zeit als zuvor. Speziell in der Altersgruppe der 16 bis 29-Jährigen, zu denen viele Schüler, Studenten und Auszubildende gehören, geben 77% an, mehr freie Zeit zu haben. Die drei über die Altersgruppen hinweg am meisten genannten neuen „Indoor-Tätigkeiten“ sind Aufräumen, Fernsehen und Lesen.

Die jüngere Altersgruppe verbringt die Zeit primär im Internet: 72% streamen Serien oder Filme und 61% surfen anderweitig im Netz. Doch auch die Wohnung aufräumen, Lesen, Musik hören und Weiterbildung für Schule oder Uni gehören zu den neuen Tätigkeiten.

Die mittlere Altersgruppe verbringt die neu verfügbare Zeit hauptsächlich mit ihren Kindern: 36% der Befragten mit Kindern bis 12 Jahren im Haushalt sind mit ihrem Nachwuchs beschäftigt. Die Älteren ab 50 Jahren schauen wiederum zu 78% primär fern oder arbeiten zu 45% – soweit vorhanden – im Garten.

WIE SIEHT DIE ZUKUNFT NACH CORONA AUS?

Ob die Deutschen die Zukunft optimistisch oder pessimistisch sehen, ist von sozialen Faktoren wie dem Zusammenhalt der Gesellschaft und innerhalb der Familie und der finanziellen Komponente des Einkommens, der Altersvorsorge und den persönlichen Rücklagen abhängig.



60%
der Befragten sind
optimistisch, was den
Zusammenhalt im
Freundes-/Bekanntenzirkel
angeht

Über die Hälfte der Befragten ist sehr oder eher optimistisch, was den Zusammenhalt im Freundeskreis (60%) und in der Gesellschaft allgemein (47%) angeht. Auch ihre gesundheitliche Perspektive (41%) sowie die Situation der öffentlichen Sicherheit (34%) schätzt ein Großteil der Befragten als positiv ein.

Was allerdings die eigenen Finanzanlagen angeht, sehen 38% der Befragten die Entwicklung aufgrund der Corona-Krise sehr oder zumindest etwas pessimistisch. Ähnliches gilt für die Einschätzung der Entwicklung für Ersparnisse oder Wertanlagen (36%), die persönliche Einkommensentwicklung (33%) und die eigene Altersvorsorge (29%). Frauen sind dabei oft pessimistischer eingestellt als Männer. Und gerade die jüngste Altersgruppe der 16 bis 29-Jährigen hat Bedenken: Für ihre berufliche Situation (33%) und ihre Einkommensentwicklung (38%) schätzen die Jüngeren die Aussichten negativer ein als andere Altersgruppen.

Gerade diese veränderte Wahrnehmung der jungen Altersgruppe zeigt, wie stark die Corona-Krise die deutsche Gesellschaft bereits jetzt beeinflusst hat. Ob sich diese neue Wahrnehmung auch über die aktuellen Alltagseinschränkungen hinaus halten wird, bleibt jedoch abzuwarten.

Basis: n=998 Personen, repräsentativ für die deutsche Online-Gesamtbevölkerung gewichtet nach Alter, Geschlecht (gekreuzt), Bildung laut b4p 2019 III (Onliner in den letzten 3 Monaten).
Befragungszeitraum: 25.03. - 30.03.2020