

# Informationsverhalten während der Corona Pandemie

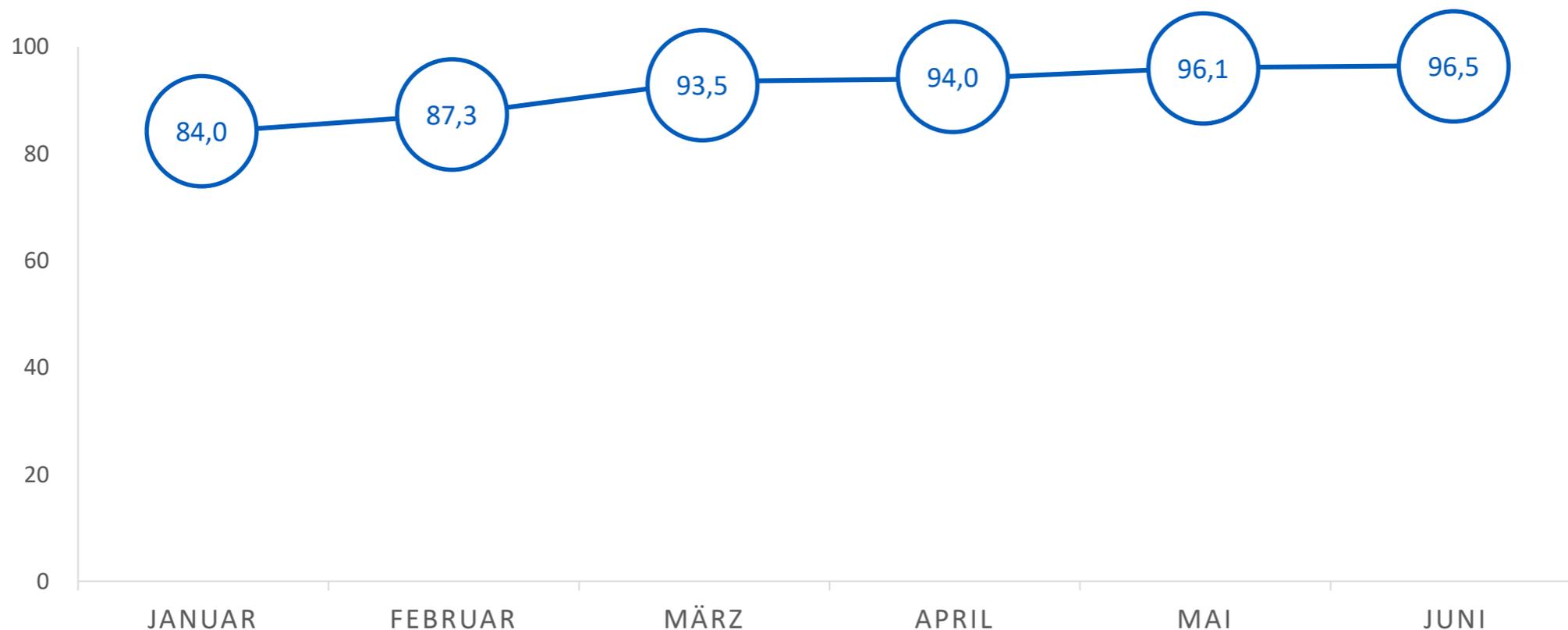
Ergänzender Schwerpunkt zur Mediengewichtungsstudie 2020-I

Kantar



## Informierende Tagesreichweite im Monatsverlauf 2020

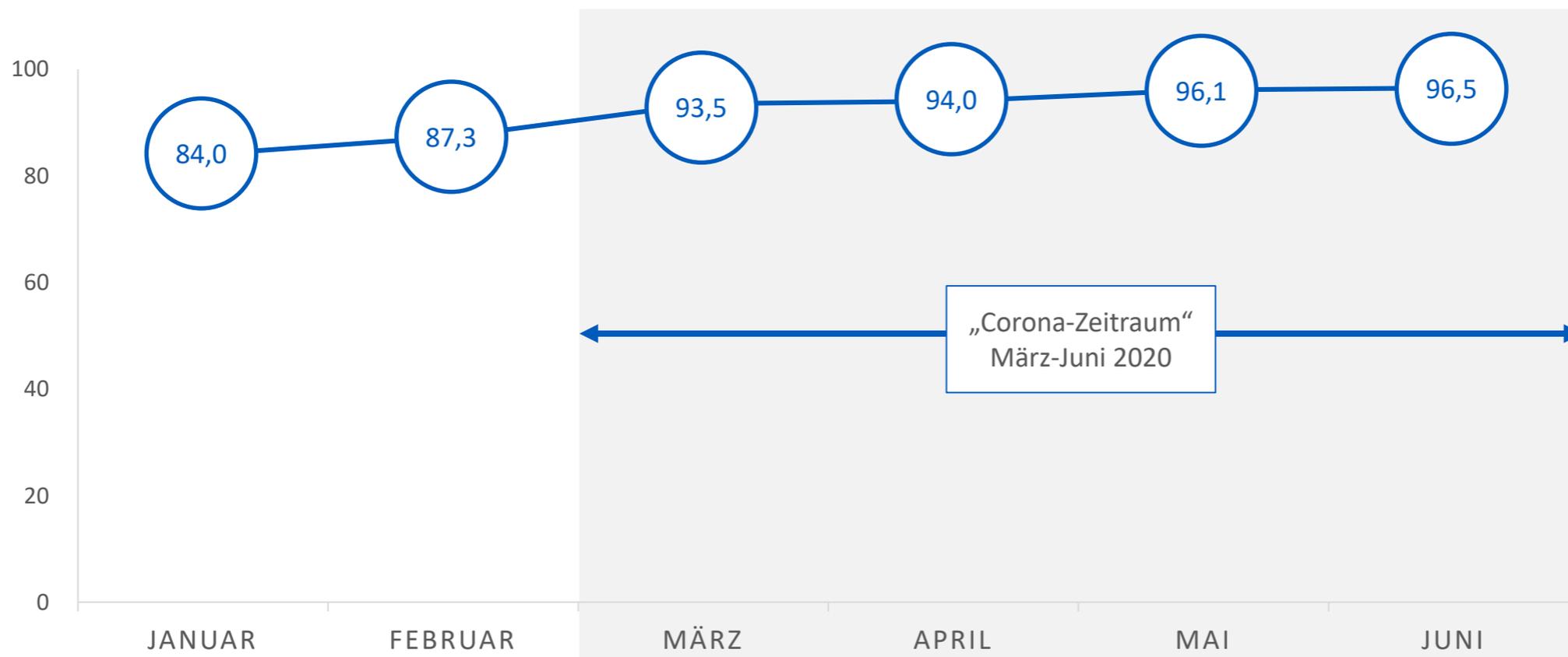
Anfang 2020 liegt die Info-Nutzung zum Zeitgeschehen in DE/aller Welt insgesamt noch unter 90%. Mit Beginn der Corona Pandemie im März steigt sie stetig an.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=2.469

## Informierende Tagesreichweite im Monatsverlauf 2020

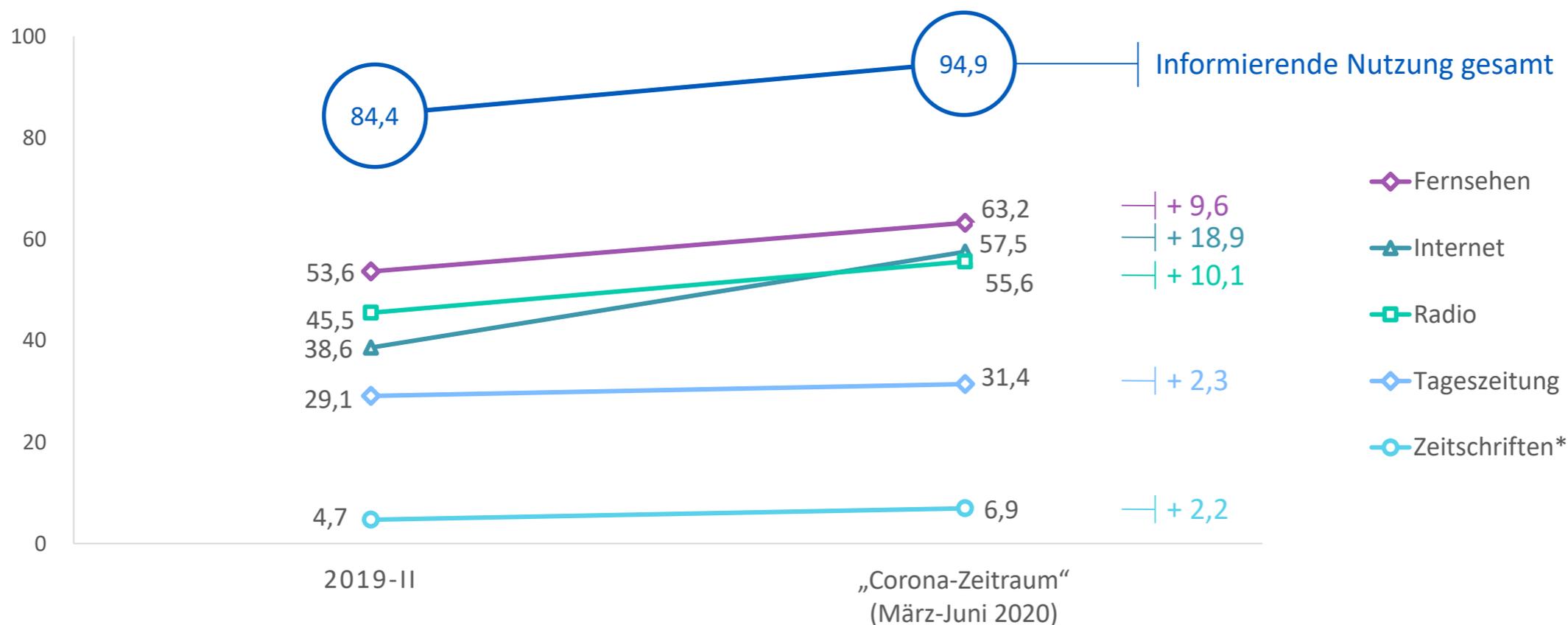
Für die vorliegende Auswertung wurde ein „Corona-Zeitraum“ definiert, der sich ab Beginn der Corona Pandemie im März bis Ende Juni erstreckt.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=2.469

# Informierende Tagesreichweite während der Corona Pandemie

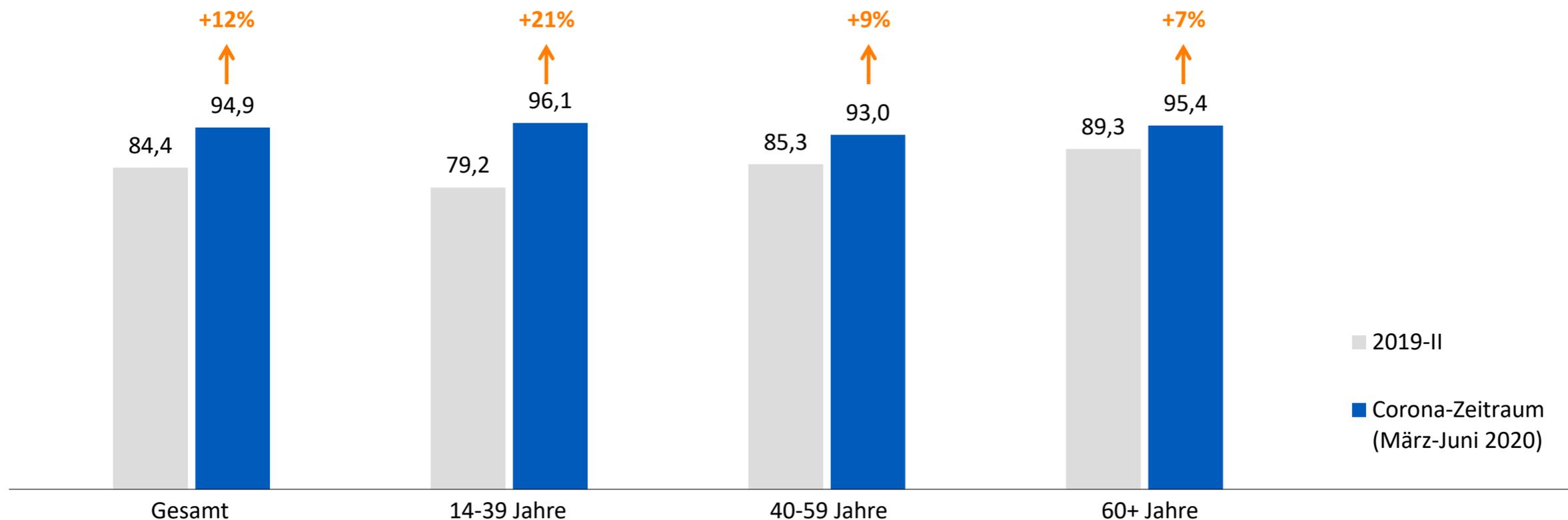
Zu Beginn der Pandemie steigt die informierende Nutzung sichtbar an. Es wurde sich in allen Mediengattungen häufiger informiert – insbesondere im Internet, Radio und TV.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
 Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

## Informierende Nutzung gestern DE / Welt – nach Altersgruppen

Insbesondere Jüngere (<40 Jahre) haben sich im Corona-Zeitraum deutlich häufiger informiert als zuvor.

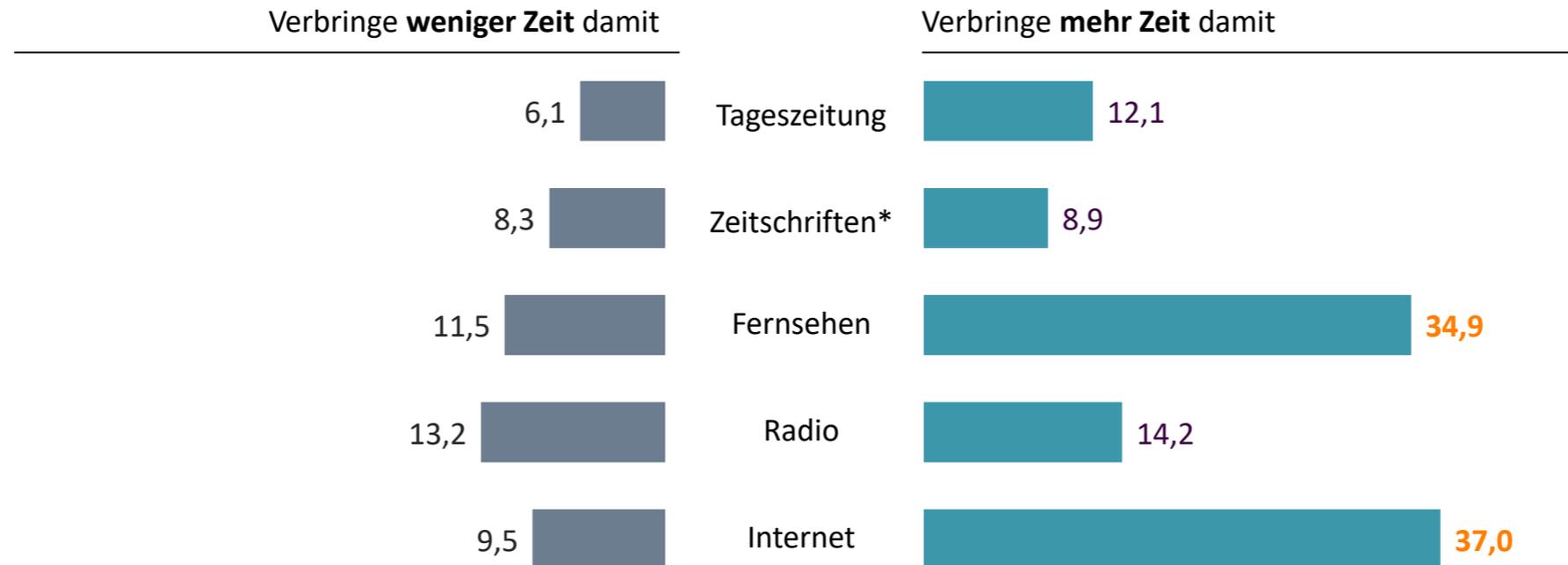


Angaben in Prozent

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

## Subjektive Veränderung der inform. Mediennutzung DE/Welt – Basis: **Gesamt**

Beim Fernsehen und Internet überwiegt der Anteil derer, die mehr Zeit mit den Medien verbracht haben deutlich gegenüber solchen, die weniger Zeit investieren.



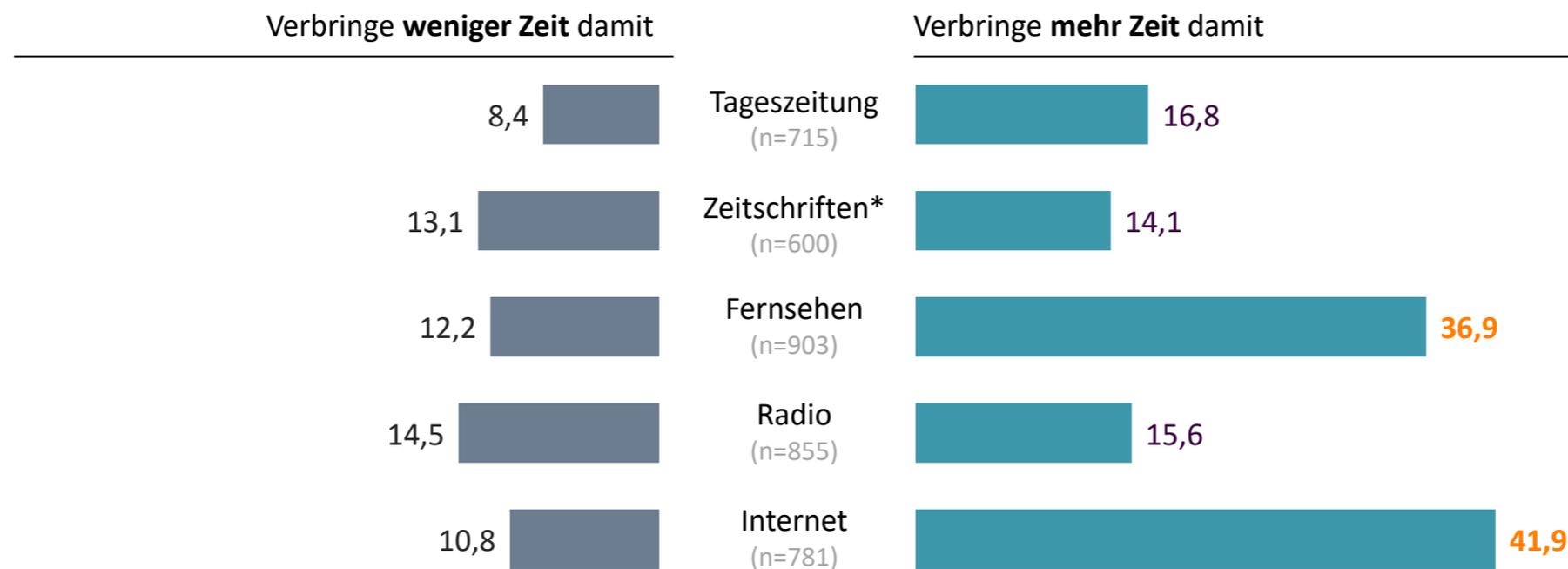
Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die das jeweilige Medium mind. selten genutzt haben, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden)

Frage: Wenn sie einmal an die Medien denken, die Sie regelmäßig nutzen. Verbringen Sie aktuell mehr Zeit mit diesen Medien, um sich über das Zeitgeschehen aus Deutschland und aller Welt zu informieren?

## Subjektive Veränderung der inform. Mediennutzung DE/Welt – Basis: **Nutzer**

Ähnliche Verhältnisse, wenn man die Nutzer der jeweiligen Medien betrachtet: Besonders in Online-Infos und Fernsehen wurde mehr Zeit investiert.



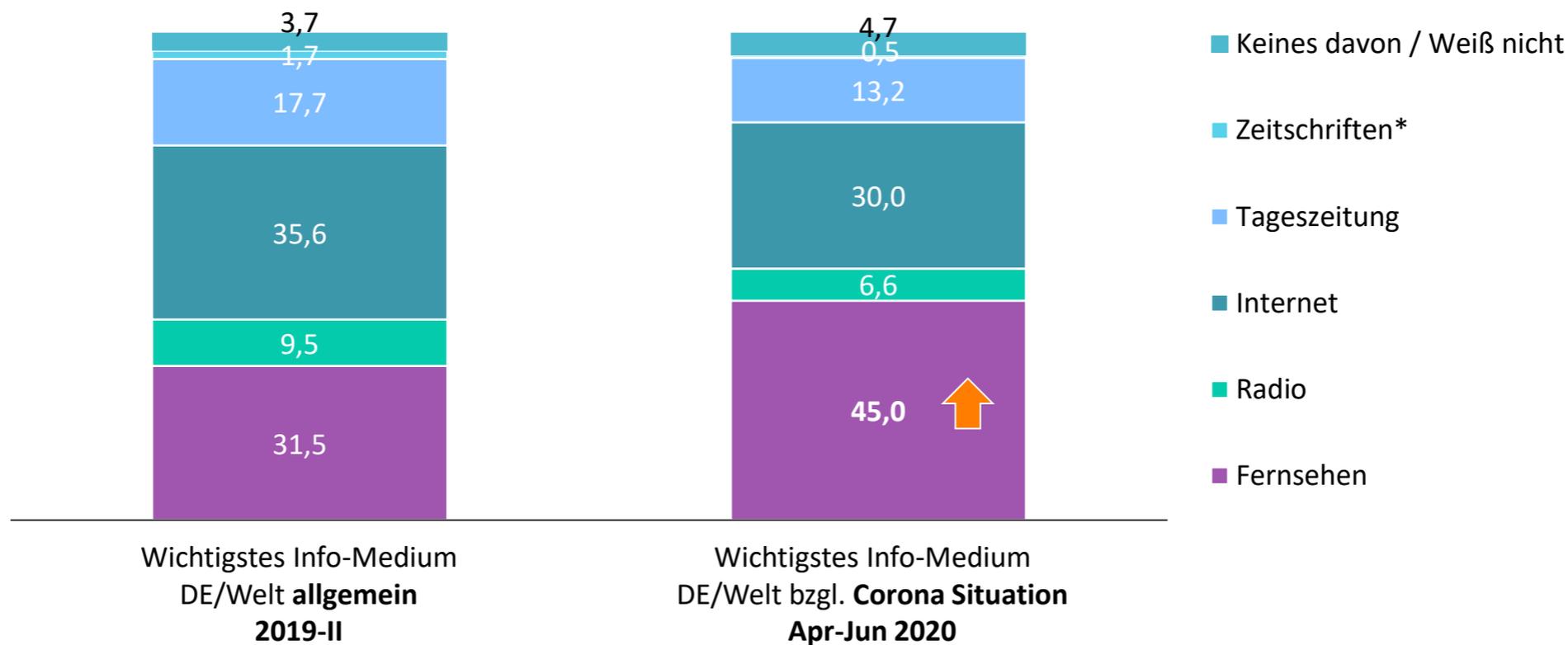
Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die das jeweilige Medium mind. selten genutzt haben, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden)

Frage: Wenn sie einmal an die Medien denken, die Sie regelmäßig nutzen. Verbringen Sie aktuell mehr Zeit mit diesen Medien, um sich über das Zeitgeschehen aus Deutschland und aller Welt zu informieren?

## Wichtigstes Info-Medium bzgl. Corona DE/Welt

Das Fernsehen gewinnt deutlich an subjektiver Bedeutung, wenn es um Infos zur aktuellen Lage in der Corona-Krise geht: Nahezu jeder Zweite nennt TV als wichtigste Info-Quelle.

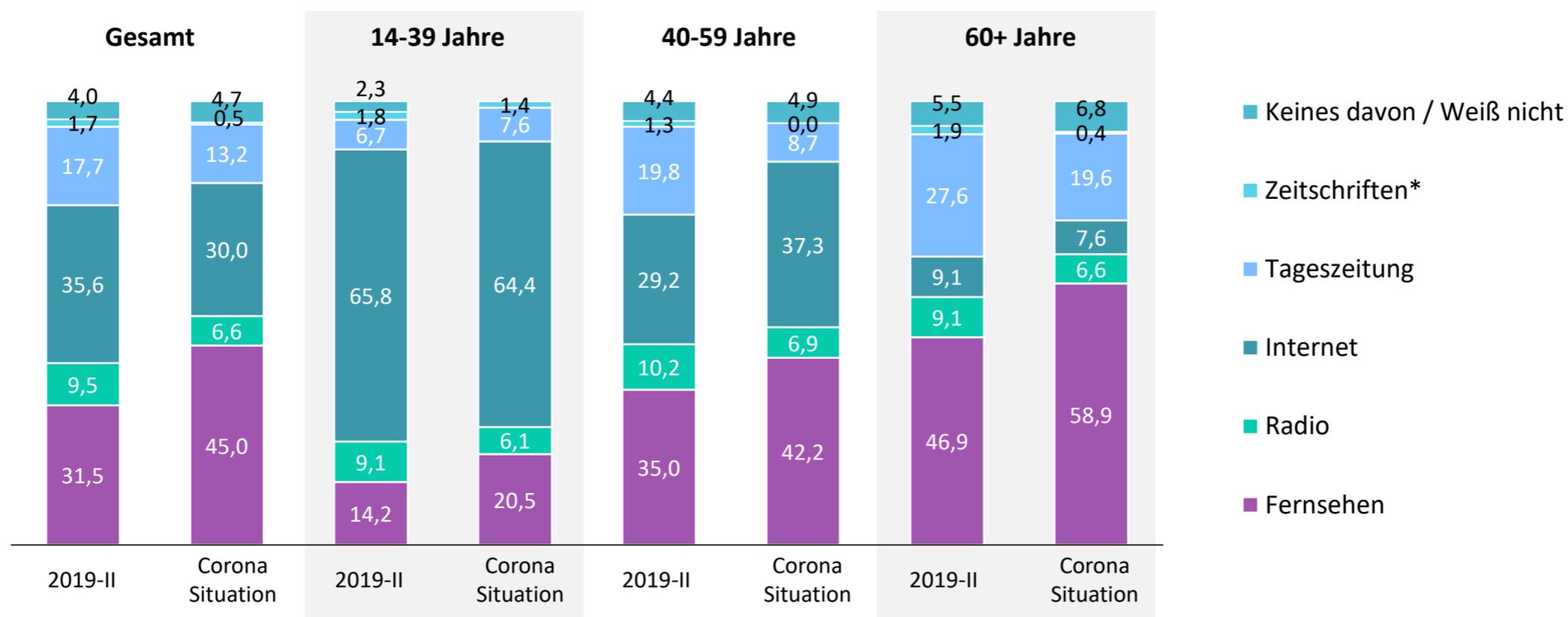


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden, Apr-Jun, n=943

## Wichtigstes Info-Medium bzgl. Corona DE/Welt – nach Altersgruppen

Je älter, desto stärker werden TV und Tageszeitung als Info-Quelle präferiert. Jüngere bevorzugten klar das Internet. TV altersübergreifend relevanter im Corona-Zeitraum.

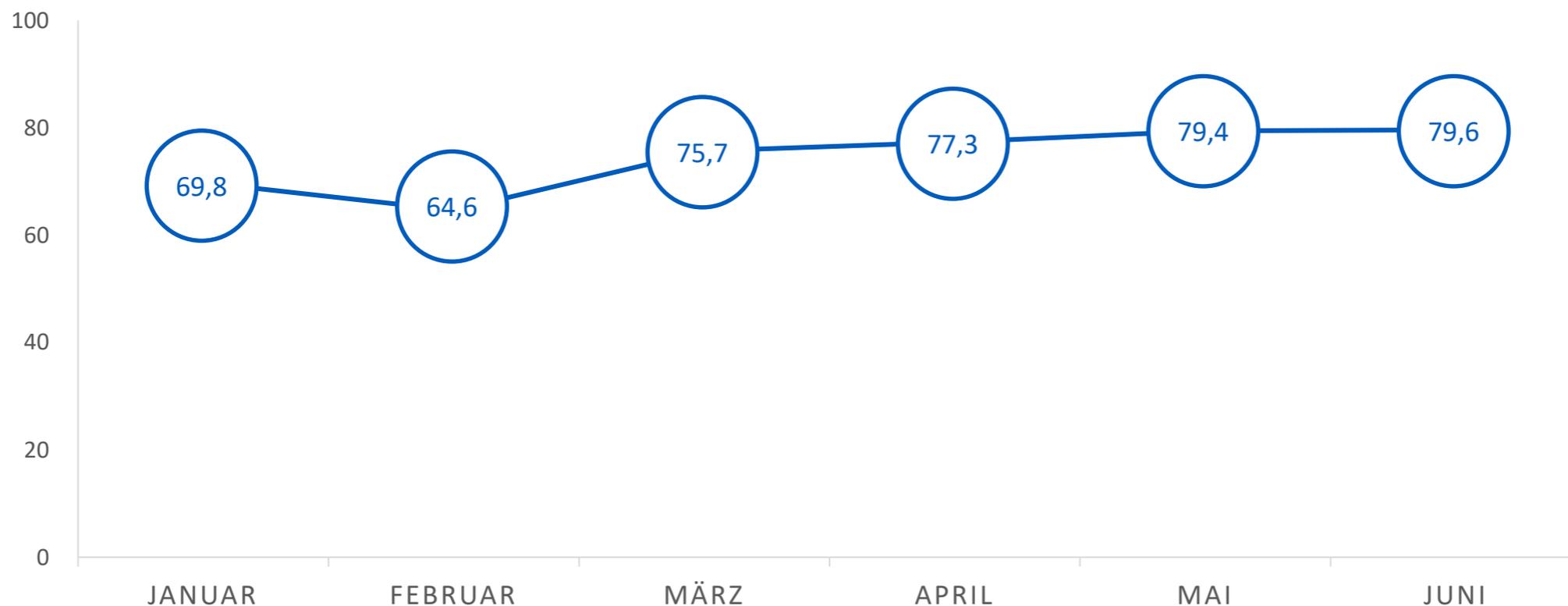


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden, Apr-Jun, n=943

## Informierende Tagesreichweite im Monatsverlauf 2020 – lokal

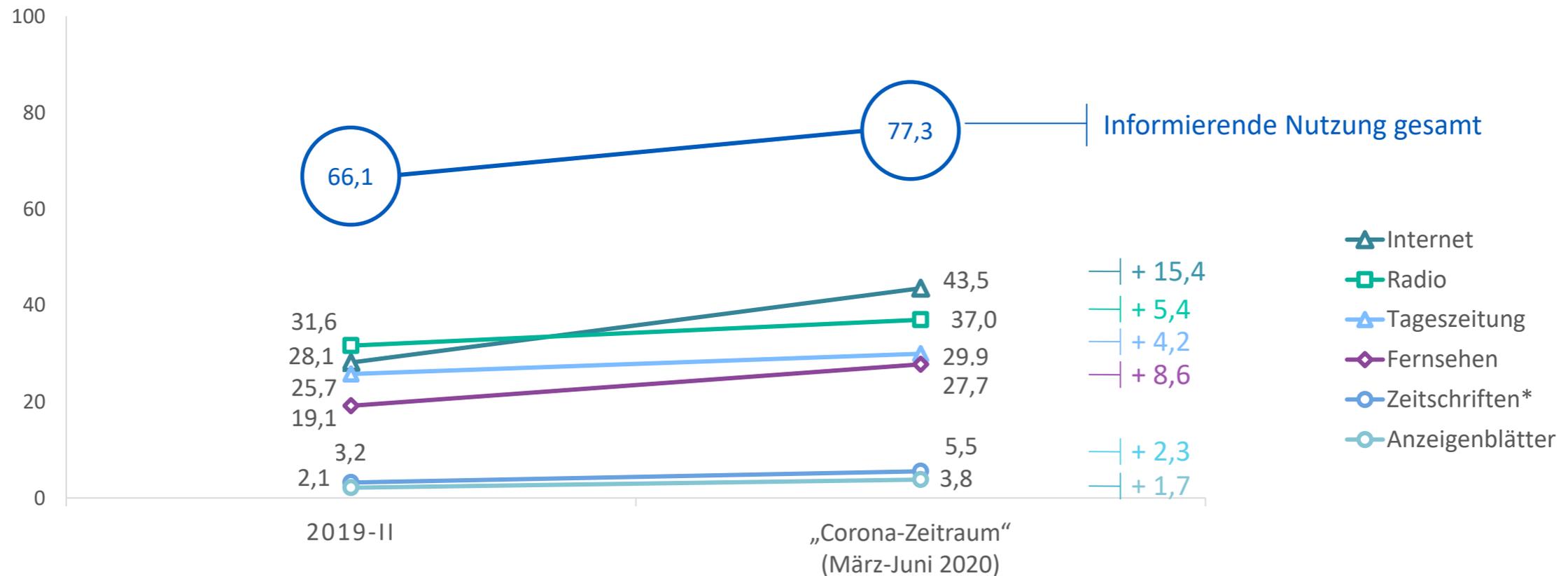
Im Laufe des ersten Halbjahres 2020 steigt die lokale Info-Nutzung ab März stetig an: im Mai und Juni haben sich knapp 8 von 10 über die lokale Situation informiert.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=2.469

# Informierende Tagesreichweite während der Corona Pandemie – lokal

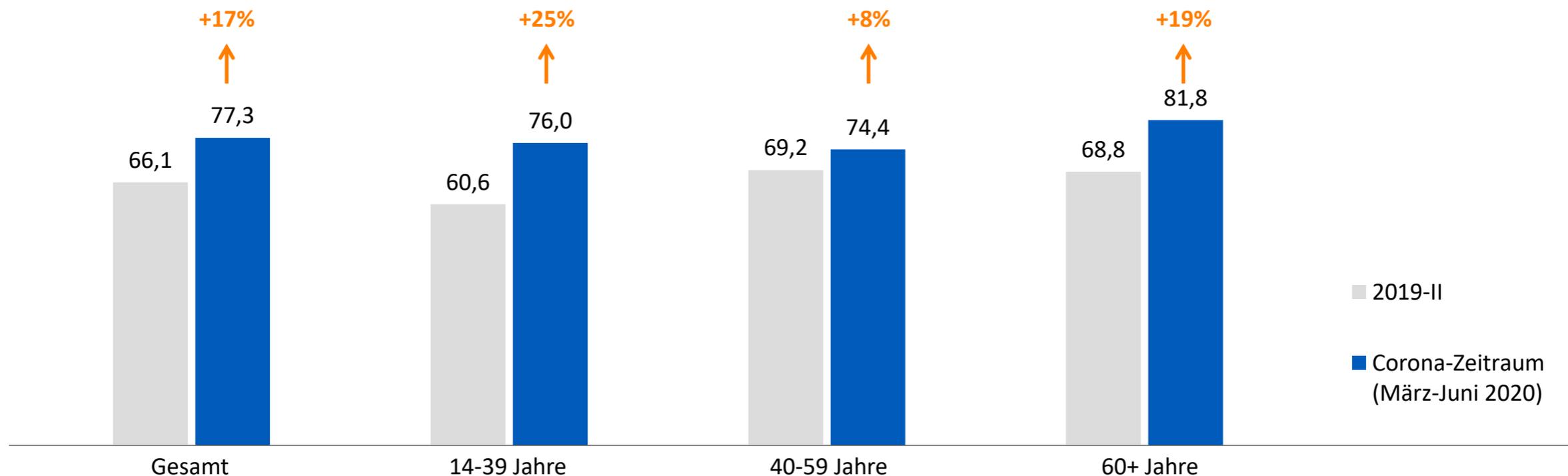
Auch die informierende Mediennutzung für Lokales steigt im betrachteten Corona-Zeitraum deutlich an. Insbesondere beim Internet, das nun an der Spitze vor dem Radio liegt.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
 Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=1.825 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

## Informierende Nutzung gestern lokal – nach Altersgruppen

Die Info-Nutzung zu lokalen Themen nimmt im Corona-Zeitraum vergleichsweise am stärksten bei der jüngsten Altersgruppe zu.

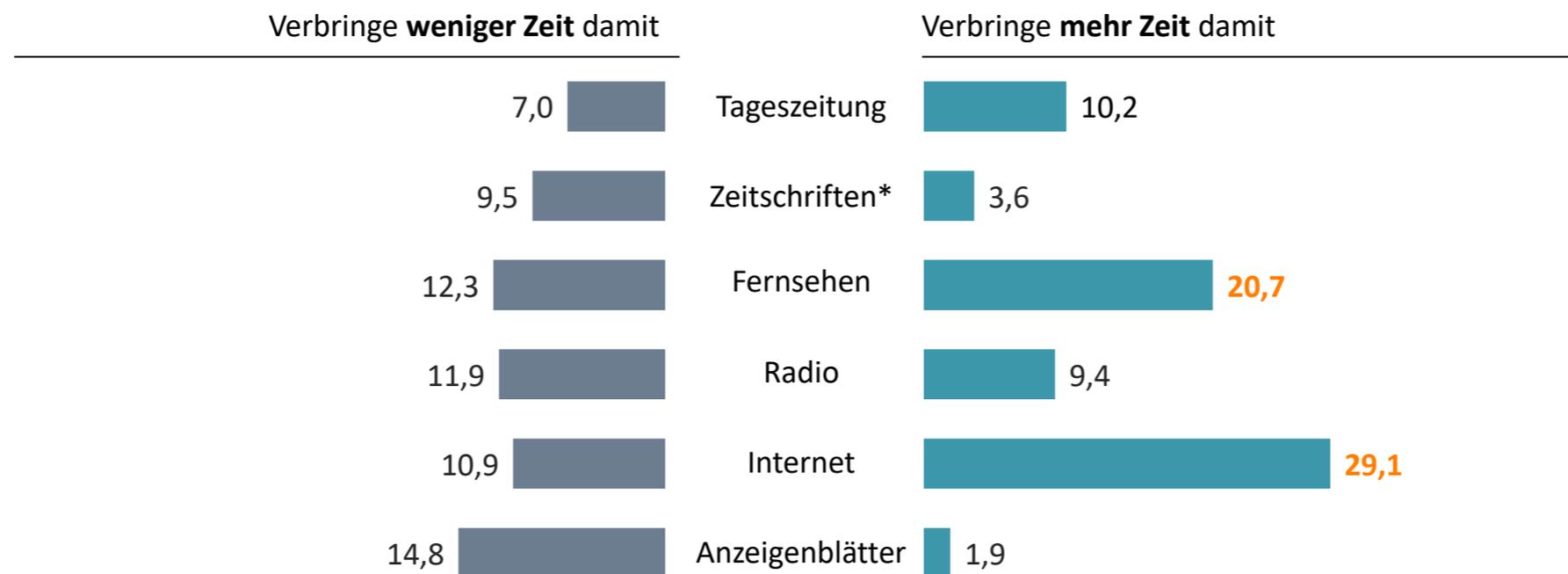


Angaben in Prozent

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

## Subjektive Veränderung der inform. Mediennutzung lokal – Basis: **Gesamt**

In lokale TV- und Online-Infos wurde häufiger mehr als weniger Zeit investiert. Bei Radio, Zeitschriften und Anzeigenblätter überwiegen jene, die weniger Zeit damit verbracht haben.



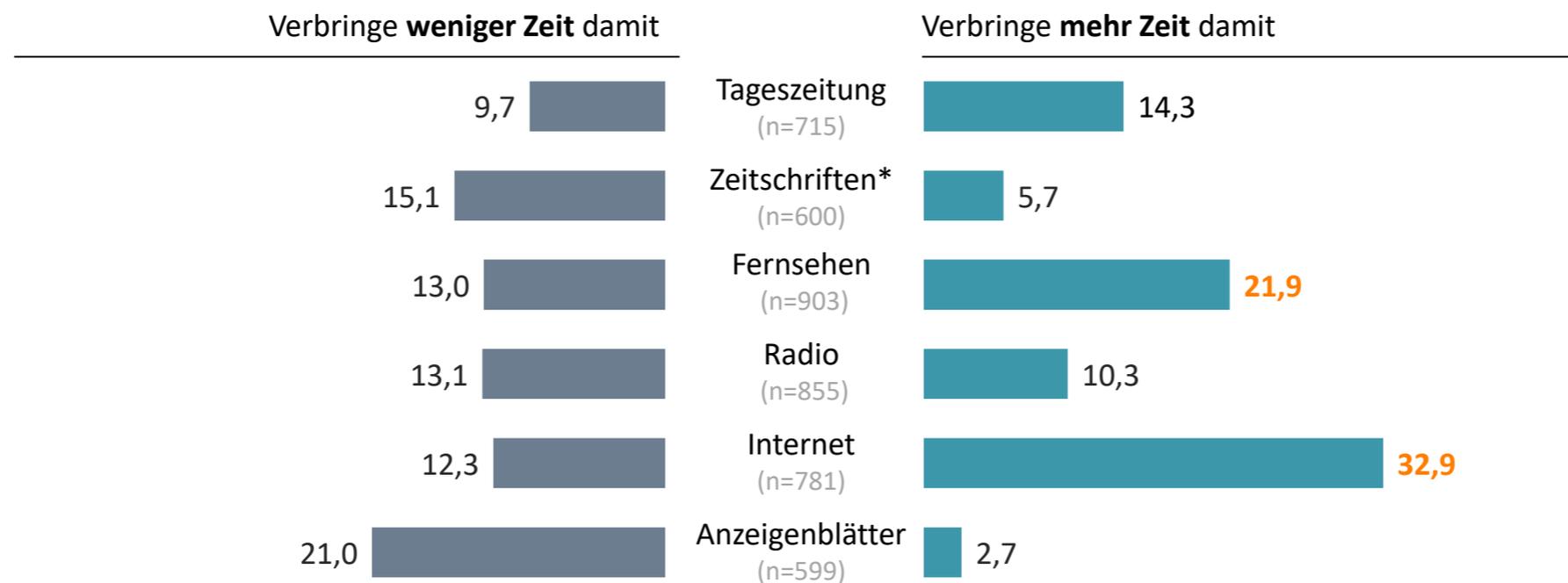
Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die das jeweilige Medium mind. selten genutzt haben, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden)

Frage: Wenn sie einmal an die Medien denken, die Sie regelmäßig nutzen. Verbringen Sie aktuell mehr Zeit mit diesen Medien, um sich über das Zeitgeschehen aus Deutschland und aller Welt zu informieren?

## Subjektive Veränderung der inform. Mediennutzung lokal – Basis: **Nutzer**

Ein Drittel der Internet-Nutzer hat das Medium intensiver genutzt, um lokale Infos zu erhalten, bei den TV-Zuschauern ist es etwa jeder Fünfte.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

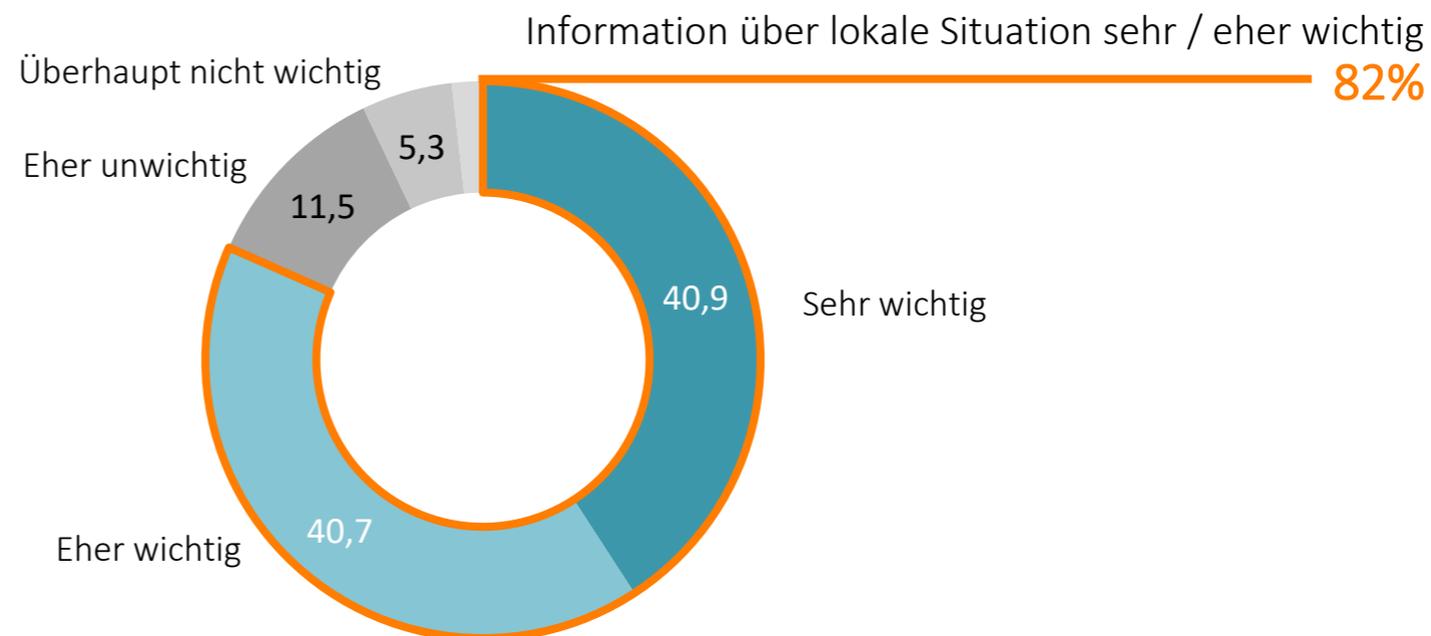
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die das jeweilige Medium mind. selten genutzt haben, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden) Und wenn Sie sich über das lokale Zeitgeschehen informieren wollen, also zum Beispiel aus Ihrem Wohnort oder Ihrer direkten Umgebung. Verbringen Sie aktuell mehr Zeit mit den Medien, um sich darüber zu informieren?

## Wichtigkeit Information über lokale Situation bzgl. Corona

Der überwiegenden Mehrheit ist es wichtig, in der Krisensituation auch Informationen zur Corona-Lage in Ihrer unmittelbaren Umgebung zu bekommen.

### Wichtigkeit Info über lokale Situation

Wie wichtig ist es Ihnen, in der derzeitigen Krisensituation auch Informationen über die Lage zur Corona-Krise in Ihrem Wohnort oder Ihrer direkten Umgebung zu bekommen?

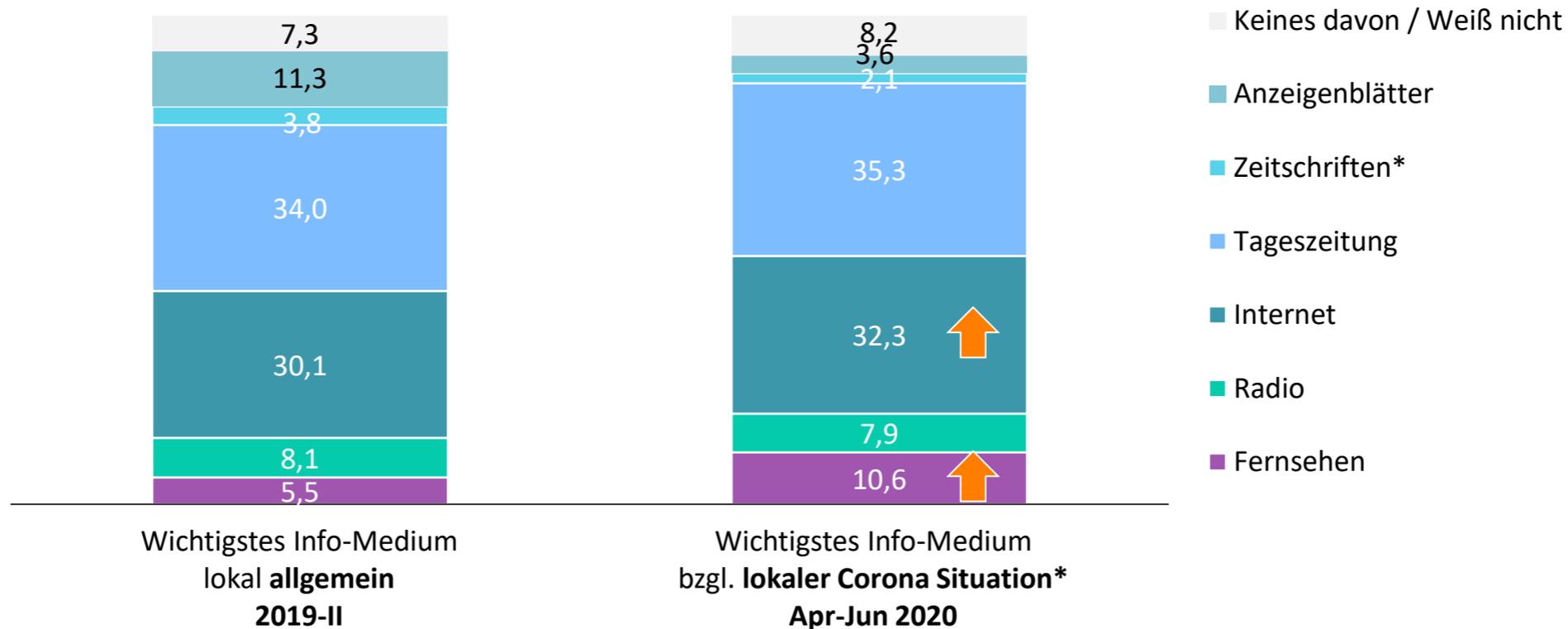


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden, Apr-Jun)

## Wichtigstes Info-Medium bzgl. Corona lokal

Bezüglich Infos über die lokale Corona Situation spielt die Tageszeitung die größte Rolle, gefolgt vom Internet. Relevanz von TV fast doppelt so hoch wie noch zuletzt in 2019.

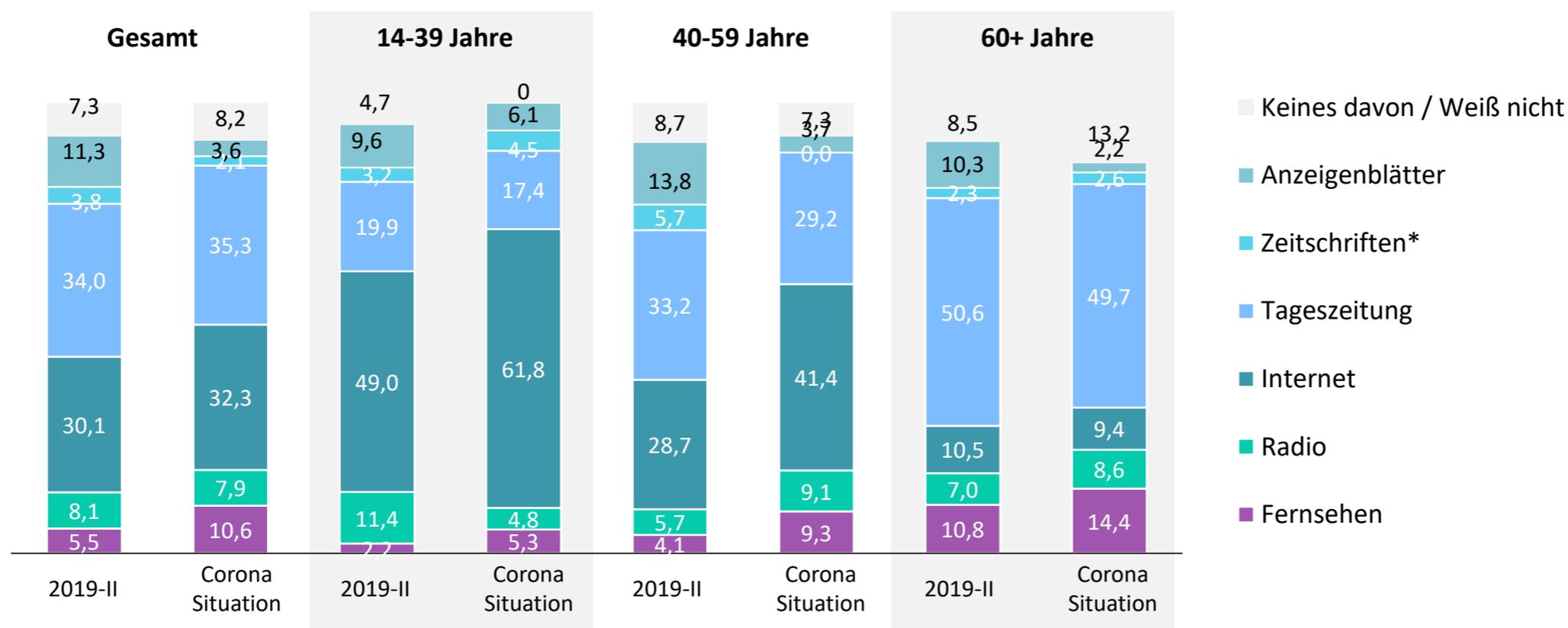


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=1.825 / \*Basis: 65,666 Mio. Personen, für die Informationen zur lokalen Corona-Situation Relevanz haben, n=865

## Wichtigstes Info-Medium bzgl. Corona lokal – nach Altersgruppen

Für Personen <60 Jahren ist das Internet das wichtigste Medium, um Infos zur lokalen Corona-Lage zu erhalten. Die Über-60-Jährigen bevorzugen klar die Tageszeitung.

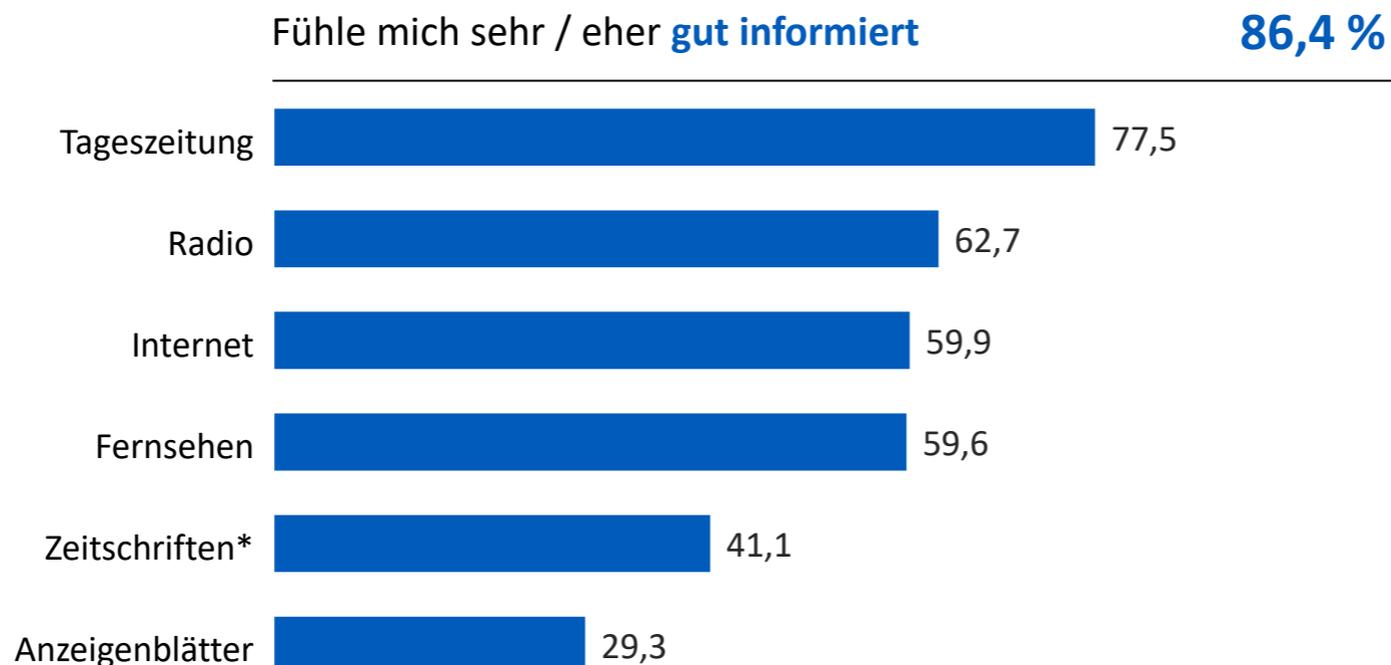


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=1.825 / \*Basis: 65,666 Mio. Personen, für die Informationen zur lokalen Corona-Situation Relevanz haben, n=865

## Wahrnehmung zur Qualität der Informationen zur lokalen Corona-Situation

Der Tageszeitung wird die beste Info-Qualität zugeschrieben, wenn es um die lokale Corona-Berichterstattung geht. An zweiter Stelle folgt das Radio vor Internet und Fernsehen.

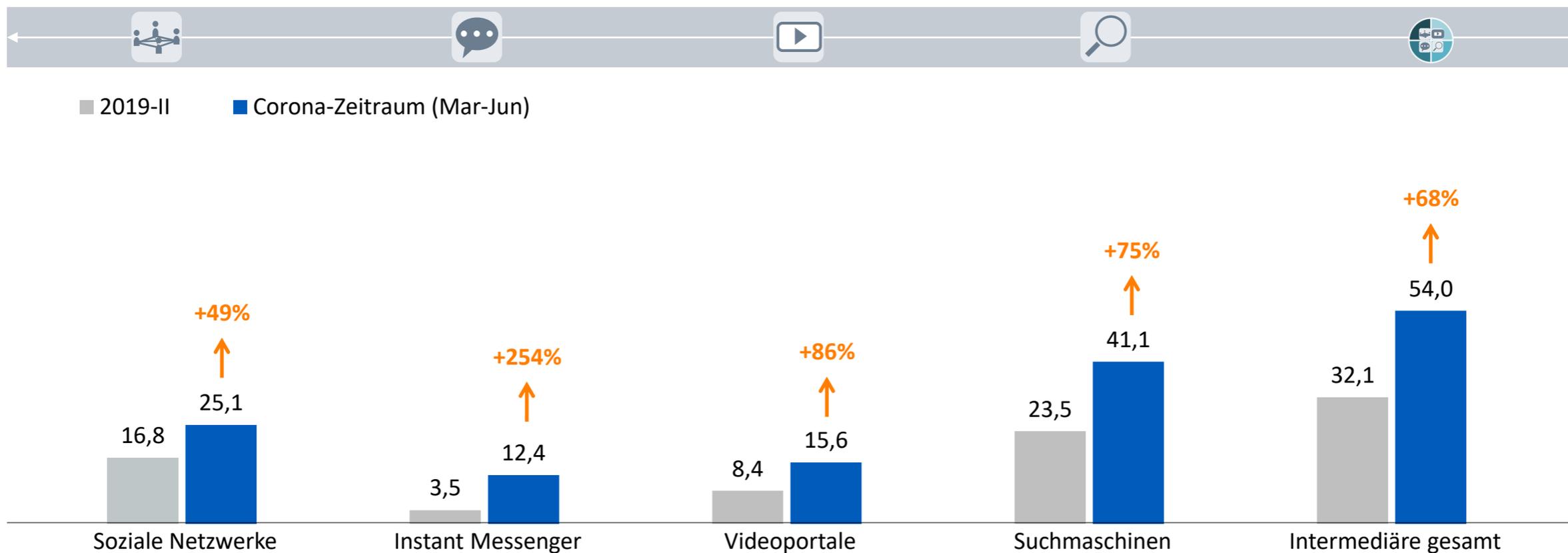


Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden, Apr-Jun), Basis = Jeweiliges Medium zur Information über die lokale Corona-Lage genutzt

## Tagesreichweite informierende Nutzung nach Kategorien im Trend – DE / Welt

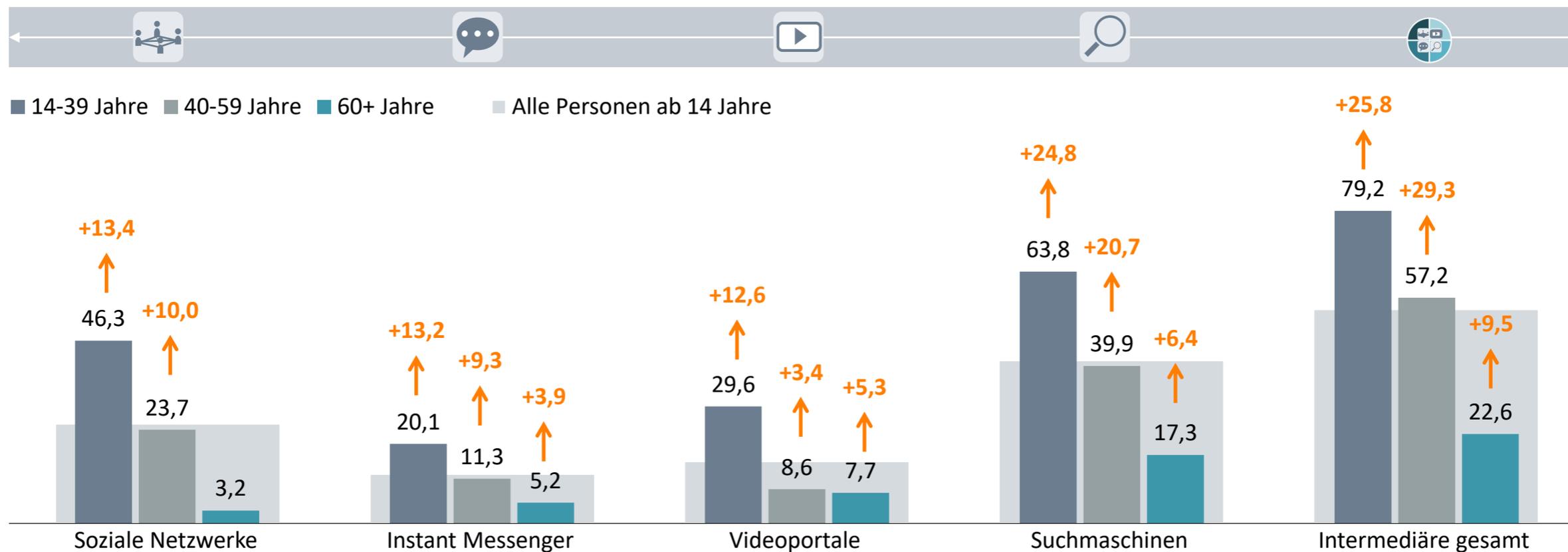
Auch die informierende Nutzung von Intermediären steigt im betrachteten Corona-Zeitraum deutlich an. Sogar Instant Messenger wurden sichtbar häufiger zu Info-Zwecken genutzt.



Angaben in Prozent; Tagesreichweite = Nutzung gestern  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

# Tagesreichweite informierende Nutzung nach Kategorien nach Alter – DE / Welt

Die Info-Nutzung von Intermediären steigt in allen Altersgruppen im Corona-Zeitraum kräftig an. Vor allem bei Unter-40-Jährigen, wo die deutliche Mehrheit Intermediäre informierend nutzt.

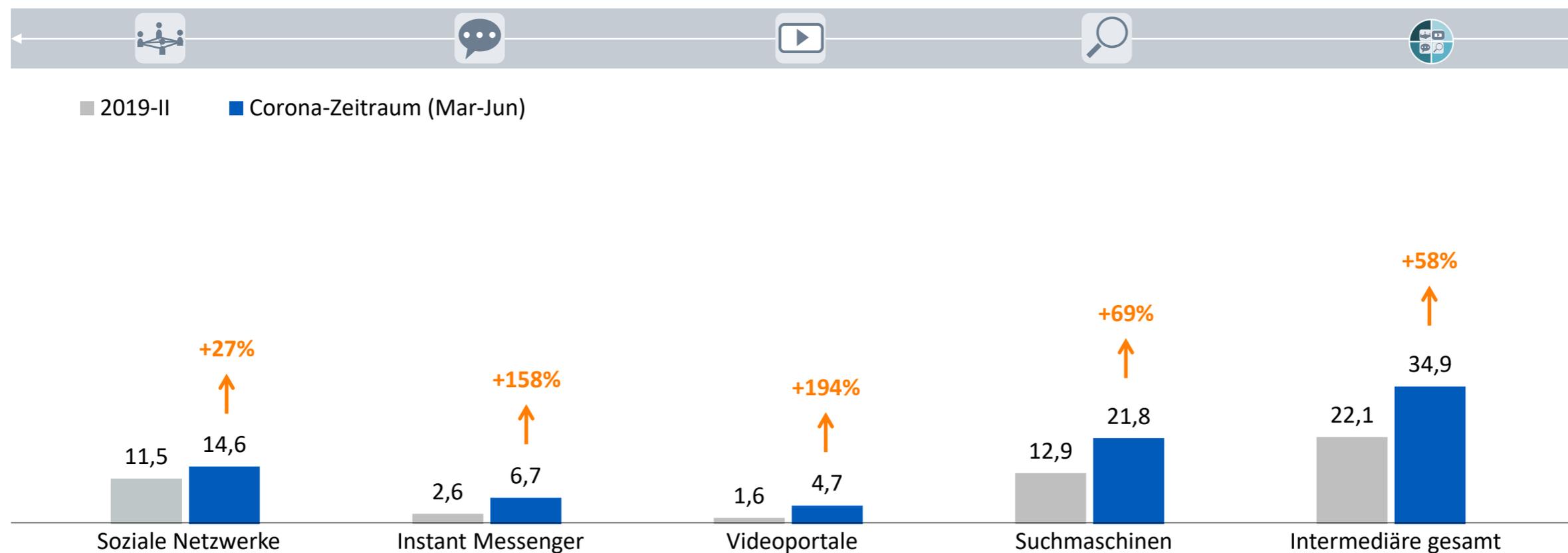


Angaben in Prozent; Tagesreichweite = Nutzung gestern; Veränderungen ab +/- 1 Prozentpunkt markiert

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667, Mar-Jun, n=1.667; 14-39 Jahre, n=227; 40-59 Jahre, n=533; 60+ Jahre, n=907

## Tagesreichweite informierende Nutzung nach Kategorien im Trend – lokal

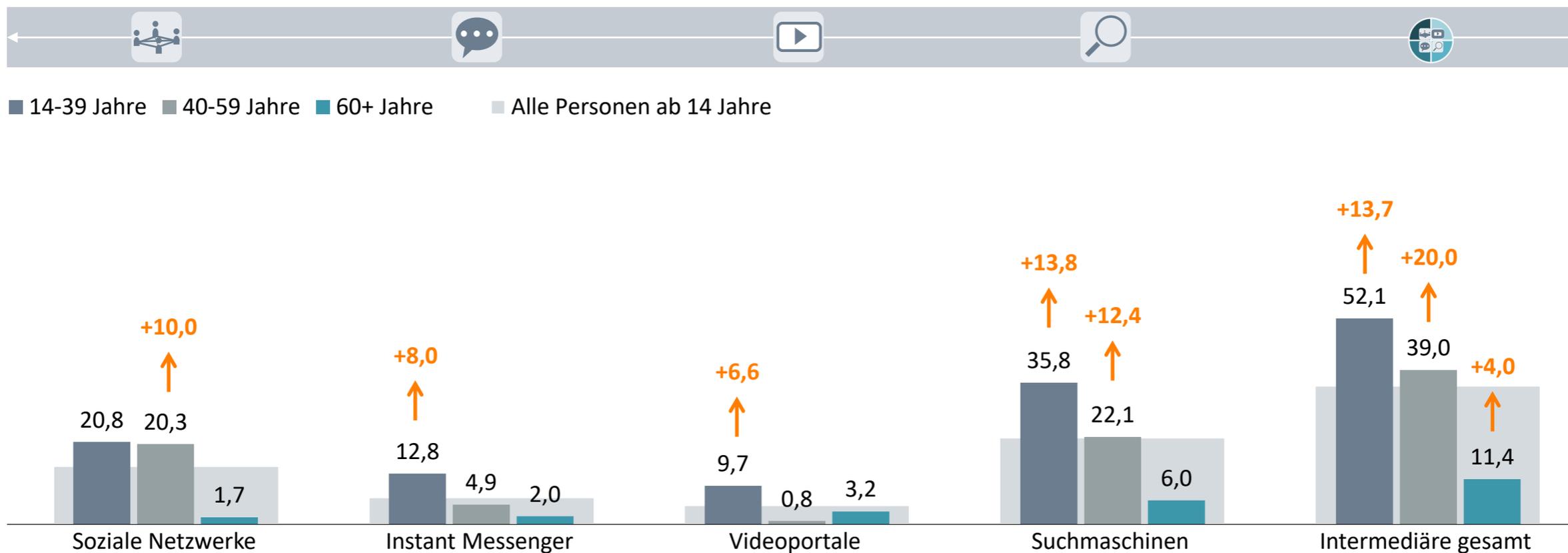
Intermediäre wurden auch für lokale Infos häufiger verwendet. Mehr als jeder Fünfte hat im Corona-Zeitraum eine Suchmaschine für die Suche nach lokalen Infos genutzt.



Angaben in Prozent; Tagesreichweite = Nutzung gestern  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.396 / Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667

## Tagesreichweite informierende Nutzung nach Kategorien nach Alter – lokal

Die lokale Info-Nutzung nimmt vor allem bei den Altersgruppen <40 Jahren zu: Bei den 14-39-Jährigen hat sich mehr als jeder Zweite bei Intermediären zur lokalen Lage informiert.

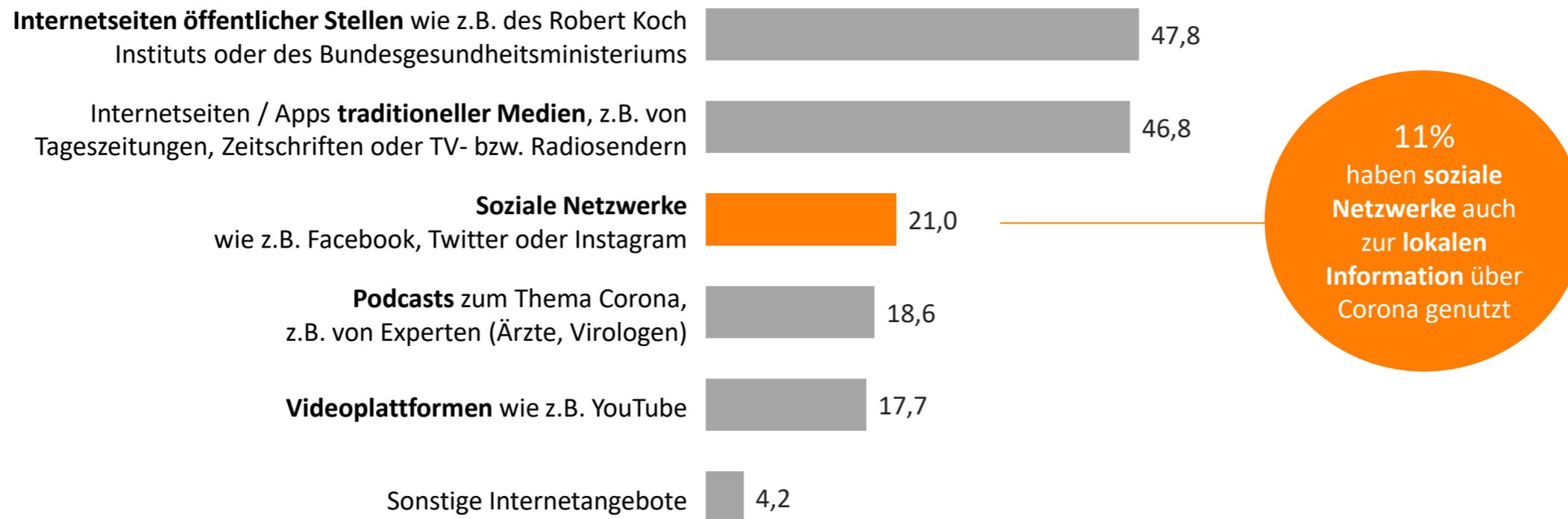


Angaben in Prozent; Tagesreichweite = Nutzung gestern; Veränderungen ab +/- 3 Prozentpunkt markiert

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, Corona-Zeitraum, Mar-Jun, n=1.667; 14-39 Jahre, n=227; 40-59 Jahre, n=533; 60+ Jahre, n=907

## Nutzung von Internetangeboten zur Information über Corona

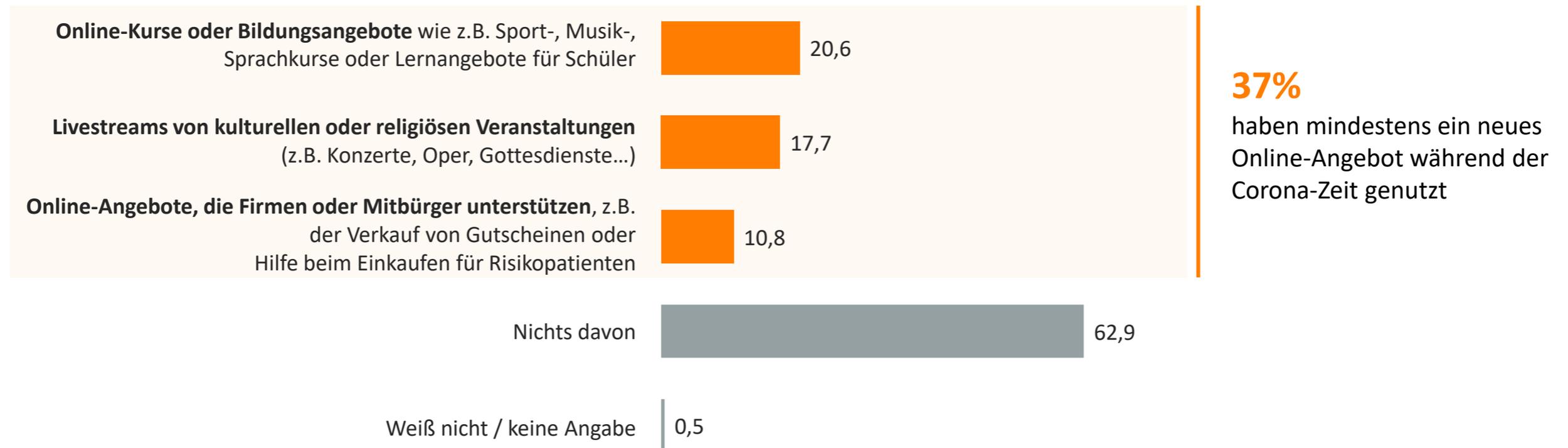
Offizielle Seiten und Online-Angebote traditioneller Medien wurden am häufigsten besucht. Für ca. jeden Fünften spielen Soziale Netzwerke eine Rolle, lokal für etwa jeden Zehnten.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden)

## Nutzung von neuen Online-Angeboten während Corona

Mehr als ein Drittel hat während der Corona-Krise neu entstandene Online-Angebote genutzt. Allen voran Bildungsangebote für Schüler und Erwachsene.



Angaben in Prozent; \*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen  
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=943 (Zeitraum, in dem Corona spezifische Fragen gestellt wurden)

## Studiensteckbrief zur aktuellen Welle 2020-I

Daten zur Untersuchung:	
Auftraggeber:	Die Medienanstalten
Institut:	Kantar Media Research
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutsch sprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland: Aktuell 70,598 Mio. Personen
Fallzahl	2.469 Interviews mit Tagesgleichverteilung (1. Welle 2020) inkl. Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in den Bundesländern Brandenburg und Schleswig-Holstein. 1.825 Interviews mit Tagesgleichverteilung (2. Welle 2019) inkl. Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in Sachsen Corona-Zeitraum: n=1.667 // Zeitraum Corona-Fragen: n=943
Stichprobe / Zielperson:	Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 30%). Beide Sampling-Frames wurden mittels Designgewichtung so miteinander verschmolzen, dass sie zusammen ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit bilden. Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.
Gewichtung:	Die realisierte Stichprobe wurde per Gewichtung an die Strukturen der aktuellen ma Radio angepasst. Die Auswertung der Ergebnisse für die lokale Meinungsbildung erfolgt grundsätzlich wie die Auswertung der Meinungsbildung für Deutschland und das Weltgeschehen rollierend, also zusammengefasst mit der Vorwelle.
Erhebungszeitraum:	2. Welle 2019: 01.07. – 22.07.2019, 05.08. – 11.12.2019 (2. Halbjahr 2019) 1. Welle 2020: 13.01. – 30.06.2020 (1. Halbjahr 2020) Corona-Zeitraum: 01.03. – 30.06.2020 // Zeitraum Corona-Fragen: 08.04. – 30.06.2020