

Mehrheit verfolgt Corona Berichterstattung, aber gönnt sich bewusste Auszeiten

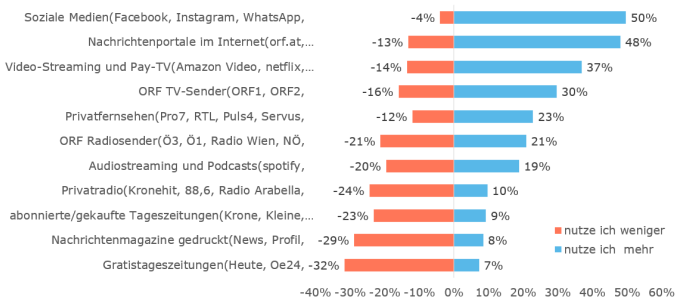
Was tun in der Krise? Was tun gegen die Krise? In diesem Newsletter gehen wir unter anderem der Frage nach, welche Strategie Menschen anwenden, um sich auch einmal eine Auszeit vom allgegenwärtigen Thema Corona zu gönnen. Doch beginnen wir bei der Mediennutzung...

Social Media, Nachrichtenportale, TV und Netflix und Co. profitieren am meisten

Die **social media** Kanäle sind ganz klar **Profiteure** der gegenwärtigen Krise, jeder zweite Befragte nutzt diese zur Zeit mehr als zuvor. Auch **Nachrichtenportale** werden verstärkt angesteuert, um auf dem Laufenden zu bleiben. Zur Zerstreuung werden besonders häufig Filme und Serien auf **Video Streaming Plattformen** wie Netflix oder Amazon Video angesehen.

Änderung der Mediennutzung

Wie hat sich die Häufigkeit Ihrer Mediennutzung seit Beginn der Corona-Krise verändert?



Quelle: Dentsu Exklusiv Studie; KW 14, n=250; 15-65 Jahre

Ausgeglichen in dieser Bilanz zeigen sich **Audio-streaming Angebote** und **ORF-Radios**, während Privatradiosender mit leichtem Rückgang kämpfen. **Printtitel** werden **tendenziell weniger genutzt**, wobei das Minus bei den Gratistageszeitungen stärker ausfällt als bei Kaufzeitungen mit hohem Aboanteil. Das Aufstellen von Entnahmeboxen an öffentlichen Plätzen und Supermärkten kann den Leserschwund also nicht gänzlich auffangen. Allerdings vermehren viele Titel zur Zeit einen Anstieg der e-paper Nutzung, die nicht abgefragt wurde.

Studiendesign

Grundgesamtheit: Österreichische Bevölkerung zwischen 15 und 65 Jahren
 Stichprobe: n=250
 Befragungszeitraum: KW 14/2020
 Methode: Online Befragung (CAWI)

Business Intelligence

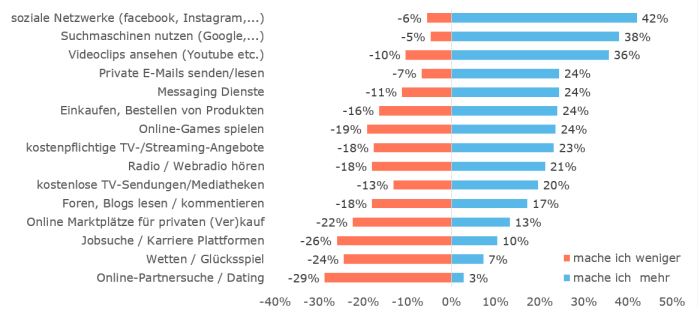
Kontakt: silvia.wallner@dentsuaegis.com

Suchanfragen und Youtube boomen, Dating und Glücksspiel gehen stark zurück

Digitale Kanäle haben in Zeiten wie diesen Zeiten einen hohen Stellenwert. Daher wollten wir wissen, was die Menschen gerade besonders gerne im Internet machen und was sie nun eher reduzieren.

Änderung der Online Nutzung

Denken Sie bitte an Tätigkeiten, für die Sie das Internet nutzen. Wie würden Sie Ihre heutige Nutzung mit der Nutzung vor der Corona Krise vergleichen?



Quelle: Dentsu Exklusiv Studie; KW 14, n=250; 15-65 Jahre

Ganz klarer Sieger sind Plattformen zur **Informationssuche** und zum **sozialen Austausch**, aber auch jene zum Ansehen von **Videos**, wie etwa Youtube. Auch **E-mails** werden aktuell wieder häufiger für private Zwecke verfasst und bestellt wird eher mehr als sonst. **Online Gaming, kostenpflichtige Videoangebote** und **Webradio** hören sind gespalten und zeigen **Tendenzen in beide Richtungen**. Die Jobsuche ist bei vielen trotz Rekordarbeitslosigkeit gerade von geringerer Bedeutung. Zu den eindeutigen **Verlierern** zählen **Wett-** und **Dating-Plattformen**.

Wie Corona im Alltag vermieden wird

53% geben an, sich **bewusste Auszeiten** vom Thema **Corona** zu nehmen. Den Meisten ist wichtig, für eine gewisse Zeit auf **Nachrichten**, Handy oder Medien im Allgemeinen zu **verzichten**. Viele Befragten schauen dazu **Filme und Serien**, andere versuchen sich durch **Spaziergänge** oder **Sport** abzulenken. Auch **Spielen** mit Kindern oder auf Spielkonsolen und das **Lesen** von Büchern entführen für gewisse Zeit in alternative Welten. Demgegenüber vermitteln vertraute Alltagstätigkeiten wie **Kochen, Backen** und **Putzen** ein Gefühl von Normalität. Man **Telefoniert** mehr oder nützt die Zeit für **Gespräche** innerhalb der Familie. Damit einem nicht die sprichwörtliche Decke auf den Kopf fällt, suchen 80% bei Schönwetter gerne **Terrasse, Balkon** und **Garten** auf.

Auszeit von Corona

Und wie gestalten Sie Ihre Auszeit von Corona?

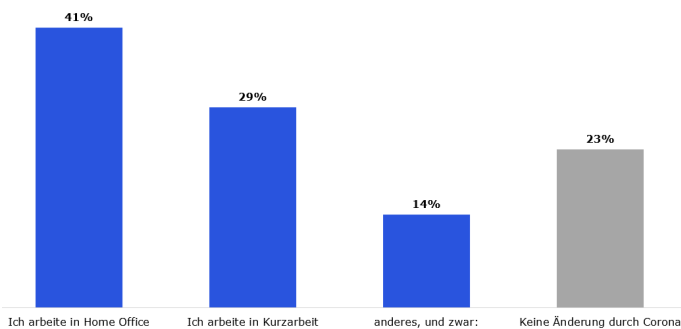


Quelle: Dentsu Exklusiv Studie; KW 14, n=250; 15-65 Jahre;

Home Office und Kurzarbeit als neue Form des Berufsalltags

4 von 10 Berufstätigen geben an, durch die Corona Maßnahmen aktuell im **Home Office** zu sein, etwa **30%** haben **Kurzarbeit**. Bei 14% kommt es zu anderen Auswirkungen, wie etwa Freistellungen, Urlaubsabbau oder Kombinationen von Anwesenheit und Home Office.

Änderungen im Berufsalltag



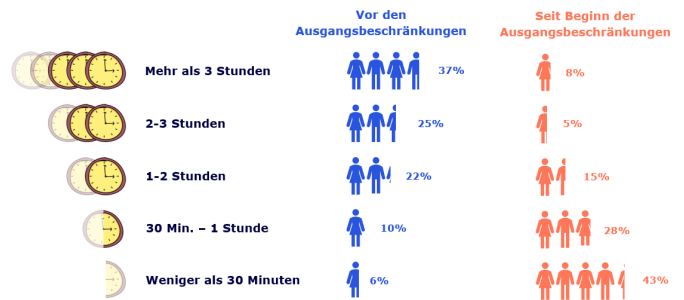
Quelle: Dentsu Exklusiv Studie; KW 14, n=250; 15-65 Jahre; Basis: 147 Berufstätige

Weniger Zeit im öffentlichen Raum

Gefragt danach, wie viel Zeit man nun gegenüber früher im öffentlichen Raum verbringt, zeigt sich klarerweise ein deutlicher Rückgang. Während vor der Corona Krise **37% der Befragten** an einem normalen Werktag **über 3 Stunden** im öffentlichen Raum verbracht haben, geben das **jetzt nur noch 8%** an. Ebenso deutlich die Auswirkung am andern Ende der Skala. Früher haben nur 6% weniger als 30 Minuten im öffentlichen Raum verbracht, während es jetzt 43% sind. **In Summe beträgt der Rückgang umgerechnet etwa 80 Minuten**, bei den unter 40jährigen etwas mehr, bei älteren etwas weniger.

Ein normaler Werktag

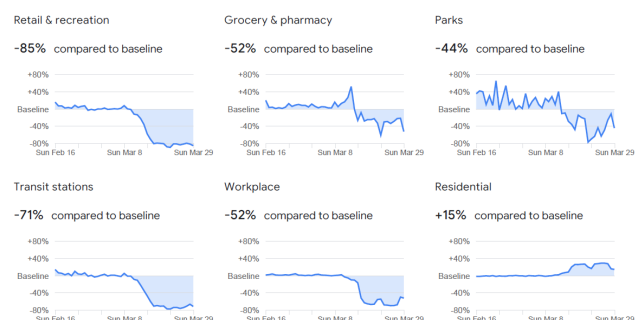
Täglich verbrachte Zeit im öffentlichen Raum



Quelle: Dentsu Exklusiv Studie; KW 14, n=250; 15-65 Jahre

Bestätigt werden diese Befragungsergebnisse durch Messwerte des **Community Mobility Reports** von Google, der für Österreich sehr starke Rückgänge der Passantenfrequenz in Parks (-43%), an Verkehrsknotenpunkten (-71%) oder in Geschäften (-87%) ausweist. Werbetreibende können daraus auch Rückschlüsse auf die Reichweitenrückgänge unterschiedlicher Außenwerbformen ableiten. Durch die **teilweise Öffnung** der Geschäfte nach Ostern wird es hier aber auch zu **einer Erhöhung der Frequenzzahlen kommen**.

Bewegungsdaten Wien



Quelle: (https://www.gstatic.com/covid19/mobility/2020-03-29_AT_Mobility_Report_en.pdf)