# Journalistische Medien
## und die Corona-Pandemie

Eine Befragung im G+J medientrend Panel
und OnSite im AdAlliance Netzwerk

AdAlliance

Hamburg 2020

# Die **Agenda**

01 Grundlage und Methode

02 Stimmungsbild

03 Zeitschriften in Zeiten von Corona

04 Nutzungsmotive digitaler Angebote

05 Fazit

# 01 Grundlage und Methode

# Die **Ausgangslage**

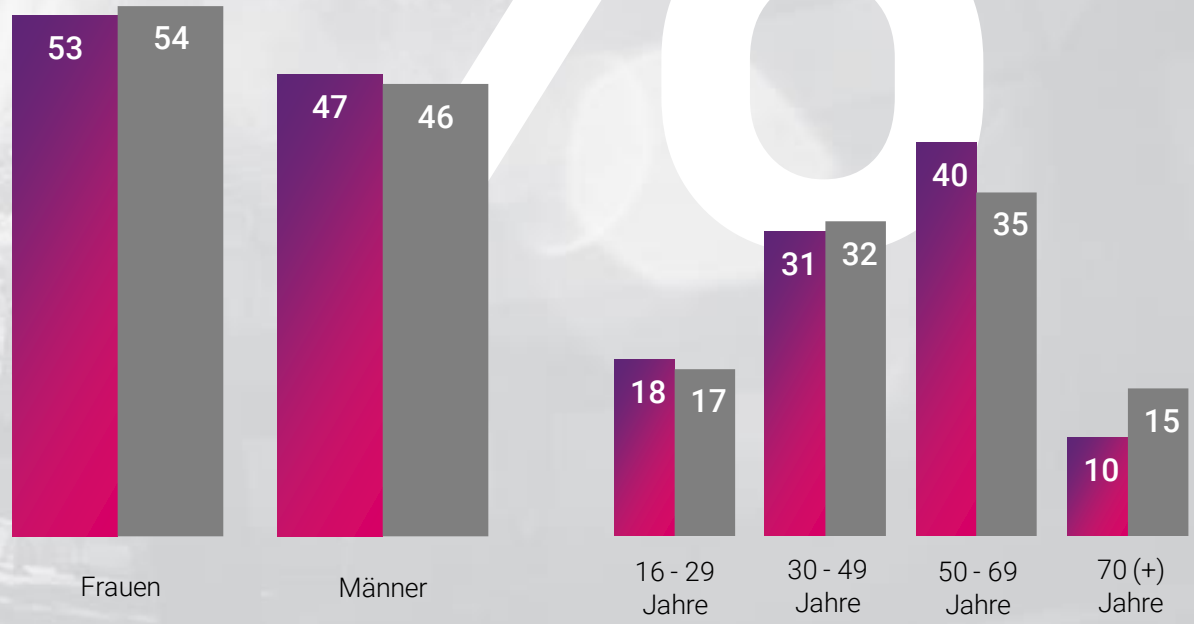
- Der Corona-Virus hat sich auch in Deutschland enorm verbreitet. Seit dem 13.3.2020 gelten verschärfte Maßnahmen gegen Corona wie Schulschließungen oder die Reduzierung sozialer Kontakte, die Auswirkungen auf unseren Alltag haben und das Leben der Menschen auf den Kopf gestellt haben.

- An der folgenden Befragung nahmen Nutzern des AdAlliance Portfolios (OnSite) sowie Panelisten des G+J medientrend teil.  Die Studie untersucht die Einstellung der Befragten zur Berichterstattung, Werbung und die Nutzungsmotive bestimmter Zeitschriften und Websites.

# Befragung im **G+J medientrend Panel**

| | |
|---|---|
| **Methode** | Online-Befragung im **G+J medientrend Panel** |
| **Auswahlverfahren** | Systematische Zufallsauswahl |
| **Stichprobe** | **Zeitschriften-Nutzer** // Quotierung gemäß MA |
| **Stichprobenumfang** | n = **502** Fälle |
| **Erhebungszeitraum** | **25.03** bis **26.03.2020** |

Die Daten der Befragung im G+J medientrend Panel sind weitgehend **quotiert nach Lesern** der abgefragten Printangebote in Deutschland ab 16 Jahren. *

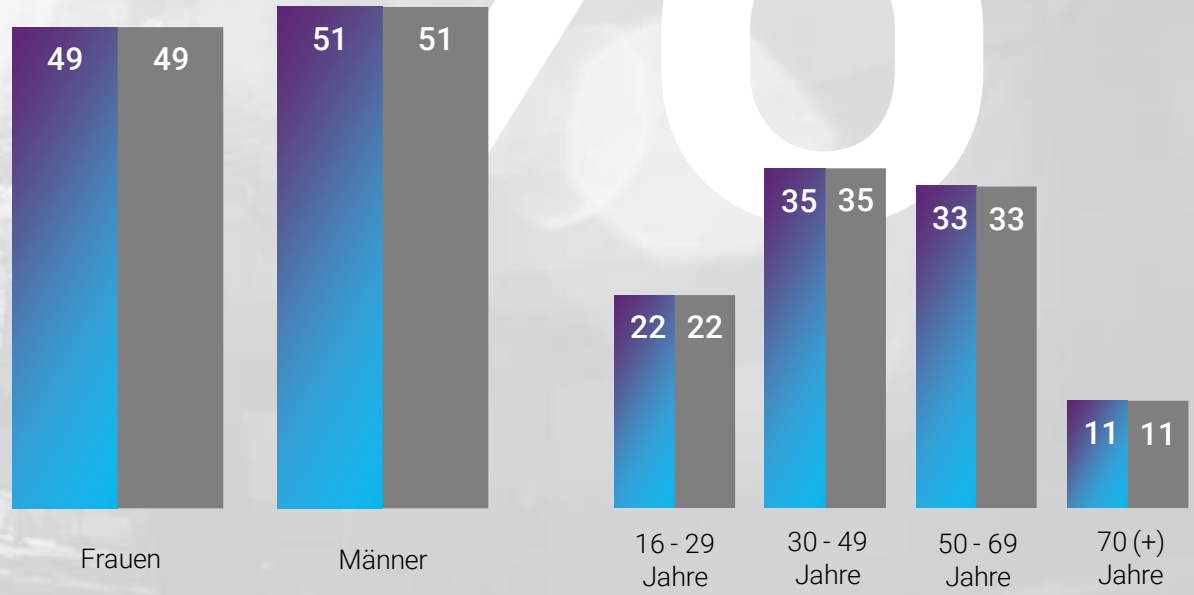



* Panelbefragung im G+J medientrend, n=502 // Quotiert nach Zeitschriften-Nutzerschaft der MA

# **OnSite-Befragung** im AdAlliance Netzwerk

| | |
|---|---|
| **Methode** | **OnSite-Befragung** AdAllicance Netzwerk |
| **Auswahlverfahren** | Systematische Zufallsauswahl |
| **Stichprobe** | Alle Personen mit Nutzung von AdAlliance Websites |
| **Stichprobenumfang** | n = **1037** Fälle |
| **Erhebungszeitraum** | **25.03** bis **29.03.2020** |

# Die Daten der OnSite Befragung sind **repräsentativ** für die Nutzer digitaler Angebote in Deutschland ab 16 Jahren. *




* OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk, n=1037 // Gewichtet nach Digital WNK der agof ddf

# 02 Stimmungsbild

# Trotz der Krise zeigen sich die Befragten sehr **optimistisch**

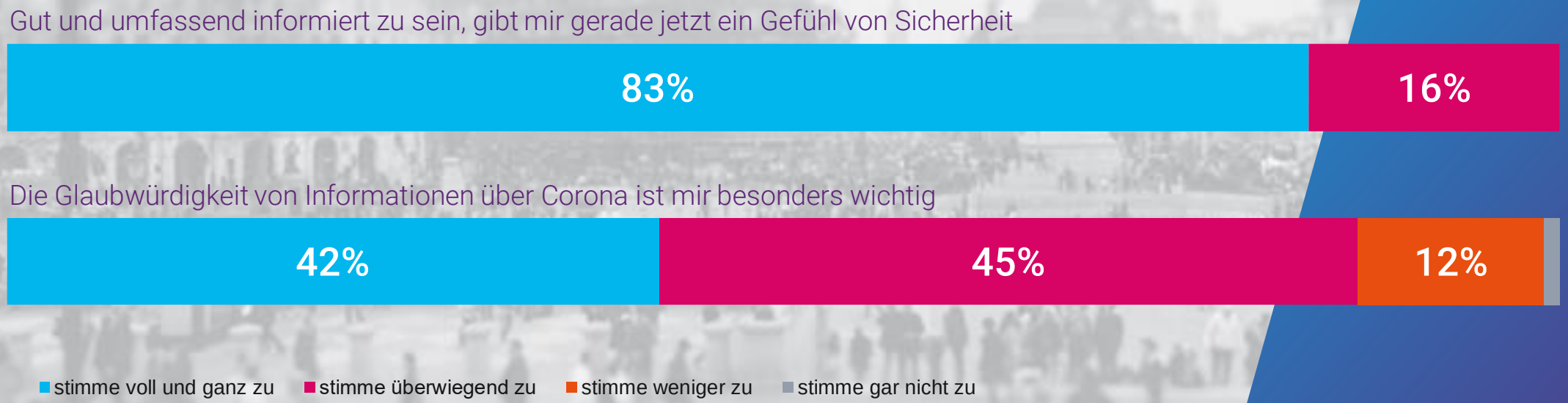
**93%**

... der Befragten schätzen, dass Deutschland die **Corona-Herausforderung meistern** wird.

Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel "Wie ist ihre persönliche Einschätzung: Wird Deutschland diese Herausforderung meistern?" (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, sicher nicht); Angaben in %; Basis: n=502

# Informiertheit bedeutet Sicherheit. Nicht zuletzt deshalb ist die Glaubwürdigkeit der Informationen von enormer Bedeutung

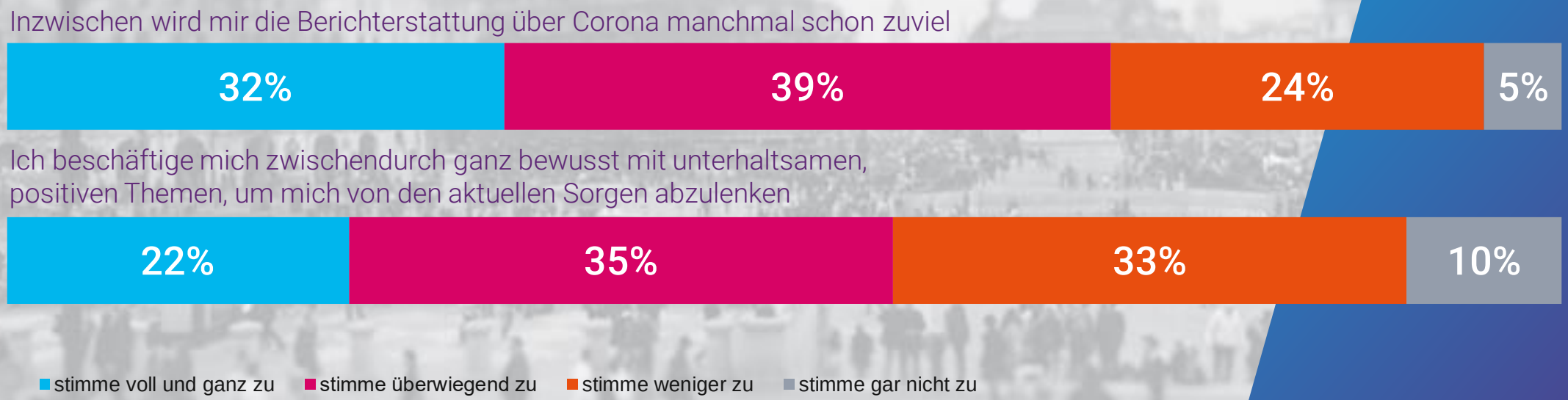
Die Corona-Krise hat für uns alle das Leben
stark verändert und das Thema ist überall präsent.




Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=502 „ Wie stehen Sie zu folgenden Aspekten im Umgang damit? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

# Vielen wird die Flut der Corona-Informationen manchmal schon zu viel. Umso wichtiger werden Auszeiten mit unterhaltsamen, positiven Themen.

Die Corona-Krise hat für uns alle das Leben
stark verändert und das Thema ist überall präsent.




Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=502 „ Wie stehen Sie zu folgenden Aspekten im Umgang damit? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

# In Zeiten wie der Corona Krise wird besonders deutlich, dass eine professionelle Berichterstattung unerlässlich ist.

In der aktuellen Lage zeigt sich, wie **wichtig seriöser Journalismus** für unsere Gesellschaft ist.

**90%**

Ich **vertraue** Informationen von Nachrichtenangeboten wie stern, DER SPIEGEL oder ntv **deutlich mehr** als Informationen in sozialen Medien wie Instagram, Facebook, Twitter.

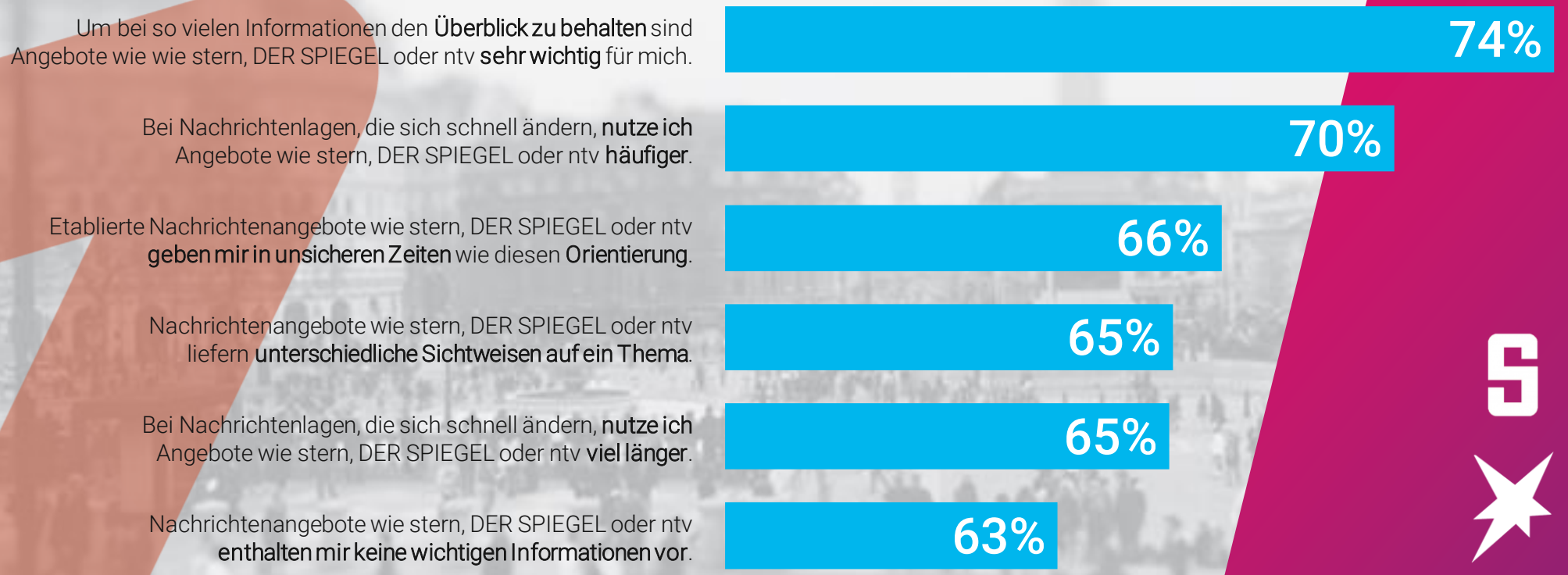
**85%**

Nachrichtenangebote wie stern, DER SPIEGEL oder ntv liefern Inhalte, die von Experten **recherchiert und professionell aufbereitet** sind.

**80%**

Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk. „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“
(Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=1037

# Leser und User bekommen in unsicheren Zeiten bei unseren Nachrichtenangeboten einen **Überblick** und finden **Orientierung**.



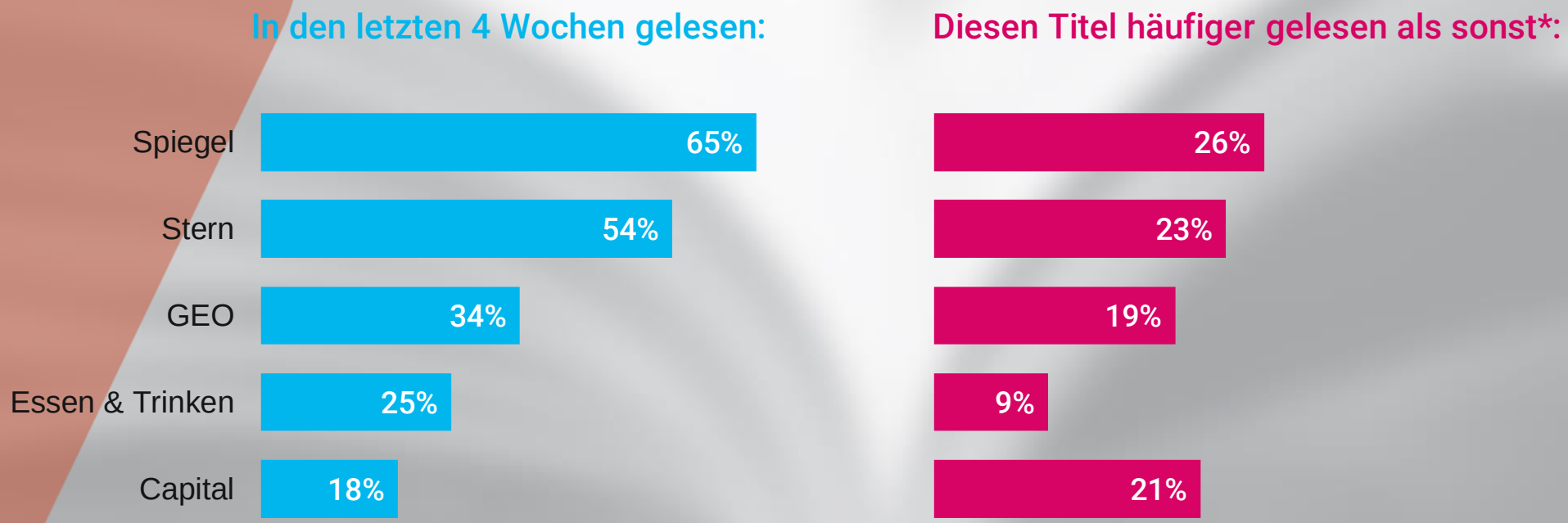

Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“
(Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=1037

# 03 Zeitschriften in Zeiten von Corona

## Die besondere Situation prägt Nutzung und Motive

# Männer greifen in diesen Wochen verstärkt zu Titeln, die für die Corona-Thematik relevante, umfassende Informationen bieten

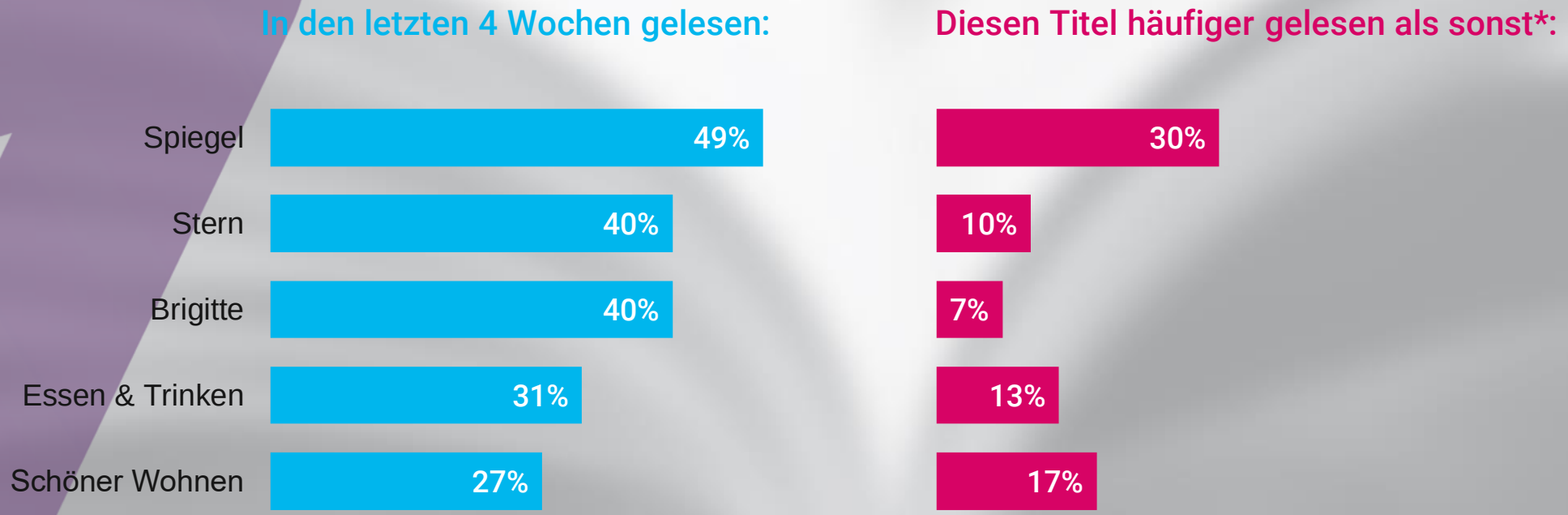
**Hat sich Ihr Zeitschriftenkonsum in den letzten Wochen im Vergleich zu der Situation vor Corona verändert?**
Basis: Männer; in %




Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=235; Männer: n=235
Auswahl Zeitschriften: Top-5 der abgefragten Ad Alliance-Titel; *Basis: jeweils Titel in den letzten 4 Wochen gelesen

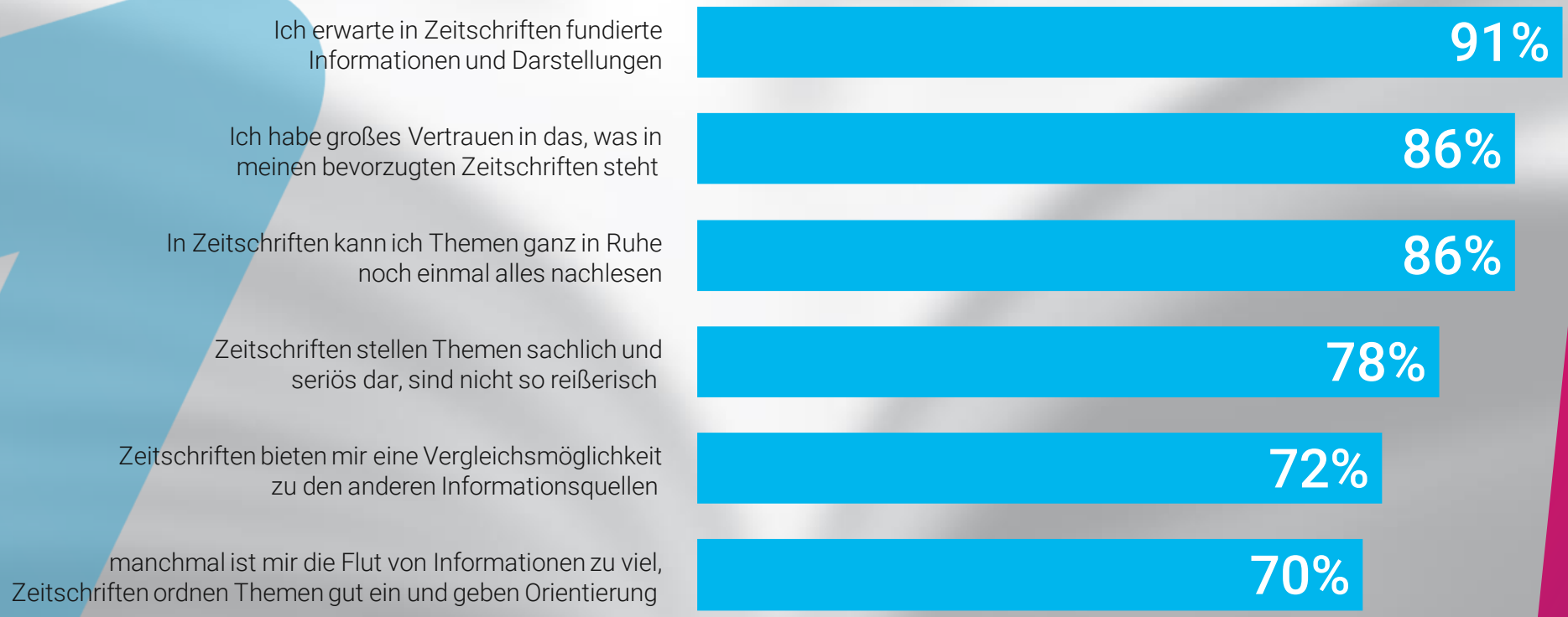
# Frauen lesen derzeit ungewöhnlich viel aktuelle Titel, noch intensiver Magazine rund um die schönen Aspekte zu Hause

**Hat sich Ihr Zeitschriftenkonsum in den letzten Wochen im Vergleich zu der Situation vor Corona verändert?**
Basis: Frauen; in %




Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=235; Frauen: n=267
Auswahl Zeitschriften: Top-5 der abgefragten Ad Alliance-Titel; *Basis: jeweils Titel in den letzten 4 Wochen gelesen

# Zeitschriften haben insbesondere jetzt eine wichtige Funktion: sie berichten fundiert, sachlich und ausgeruht, geben Orientierung. Die Basis ist Vertrauen

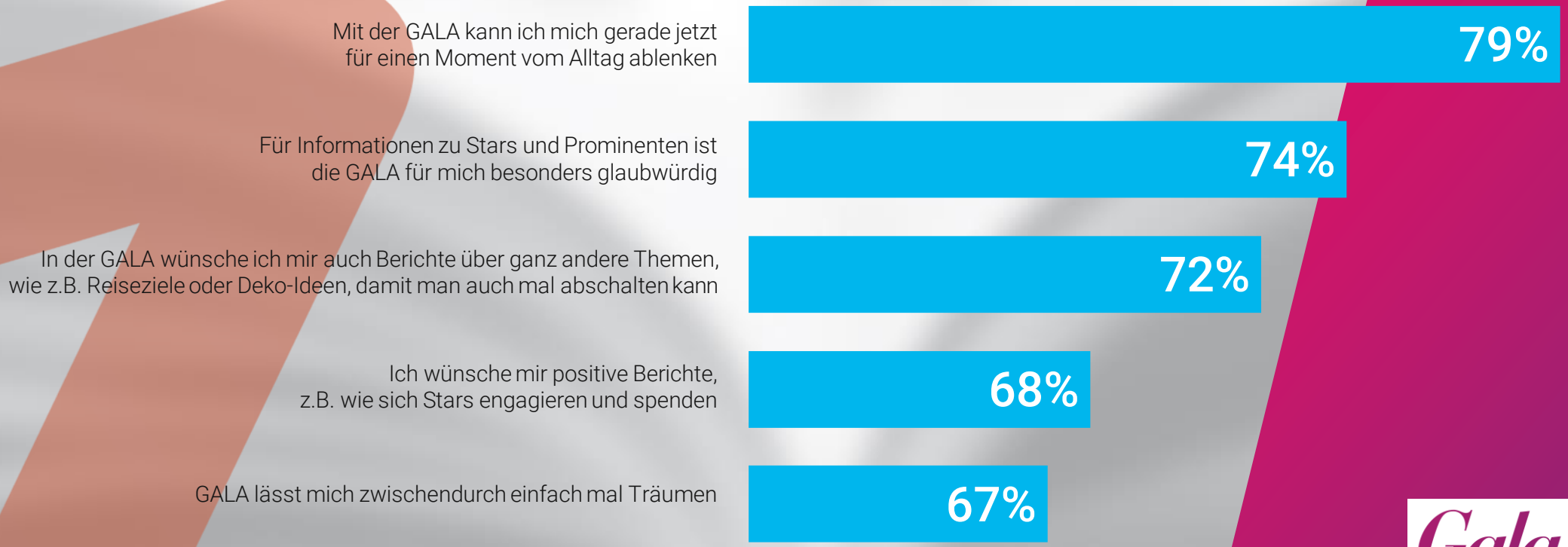



Quelle: G+J medientrend Panel „Inwieweit sind die folgenden Aussagen in der momentanen Situation Gründe für das Lesen von Zeitschriften?“ (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=502

# Die zweite, ebenso wichtige Funktion von Zeitschriften: kleine Auszeiten, den Moment für sich genießen, abschalten und in Positivem schwelgen

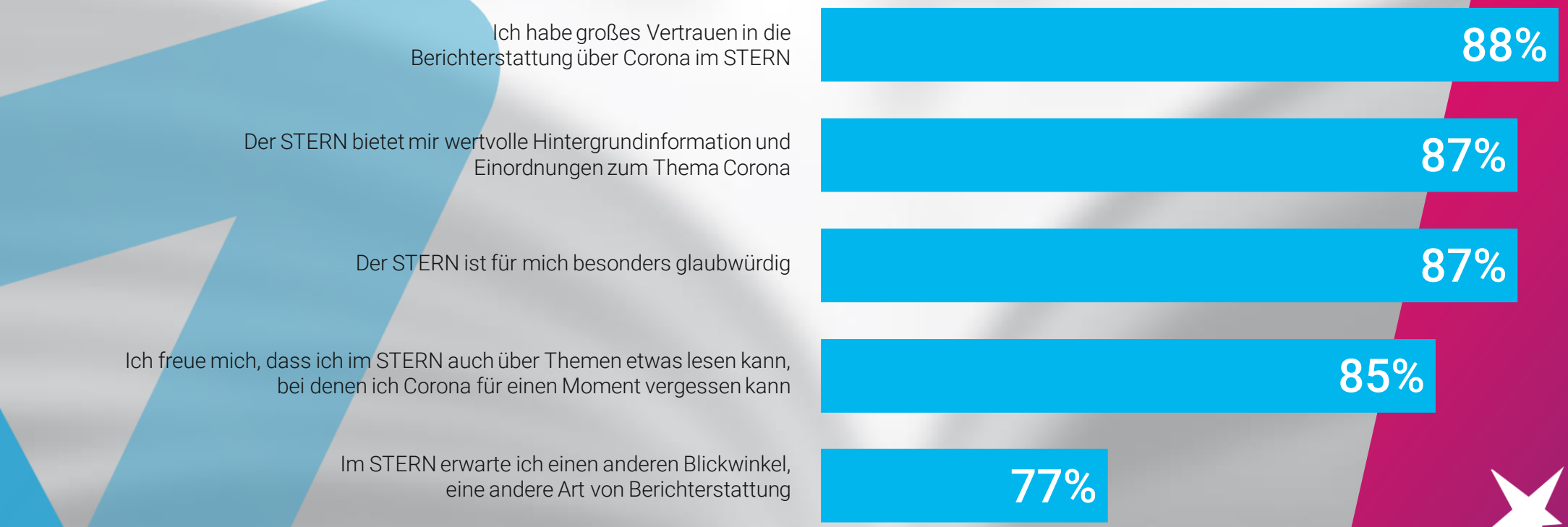
Quelle: G+J medientrend Panel „Inwieweit sind die folgenden Aussagen in der momentanen Situation Gründe für das Lesen von Zeitschriften?“ (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=502

# **Schlaglicht GALA**: GALA bedient gerade jetzt die Sehnsucht nach positiven Momenten und Eintauchen in andere Welten



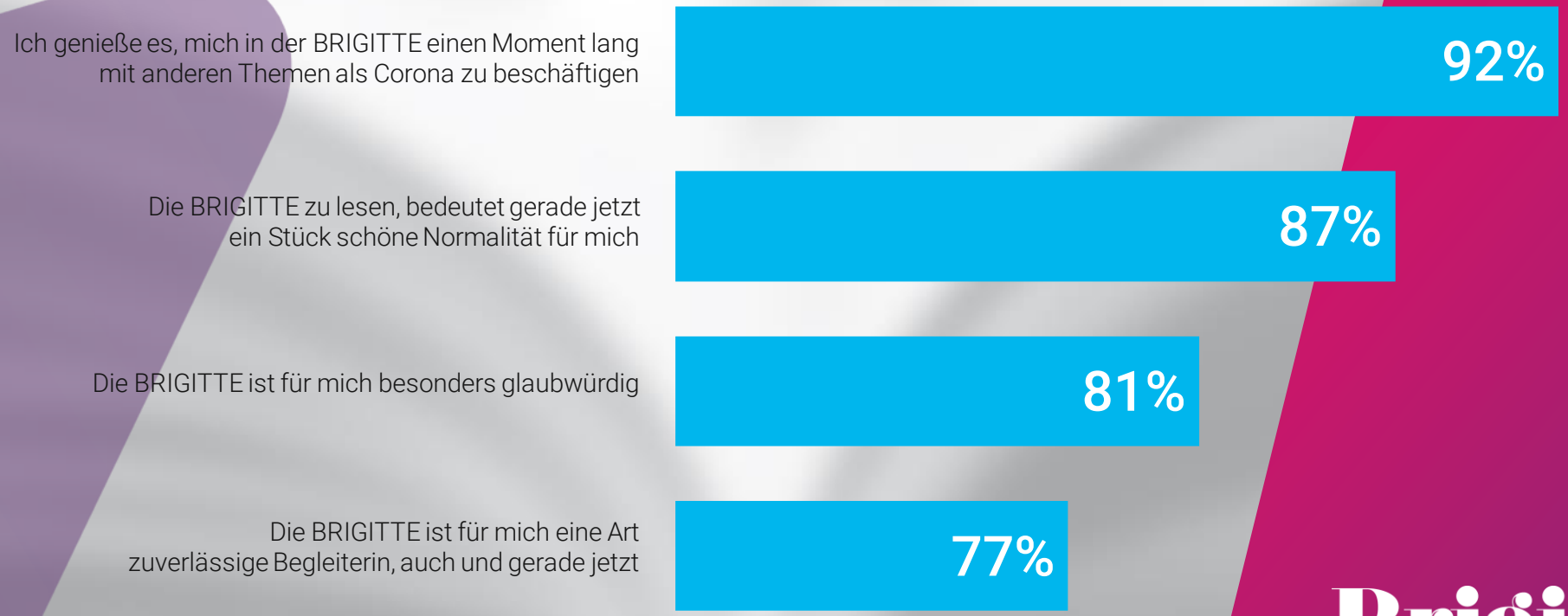

Quelle: G+J medientrend Panel „Sie haben ja eben angegeben, dass Sie die GALA nutzen. Was erwarten Sie gerade in diesen Zeiten von GALA?“ (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=100

# **Schlaglicht STERN**: Im STERN vertrauen die Leser gerade jetzt auf Einordnung und Orientierung. Und freuen sich gleichzeitig über Ablenkung




Quelle: G+J medientrend Panel „Sie haben ja eben angegeben, dass Sie den STERN als Zeitschrift nutzen. Was erwarten Sie gerade in diesen Zeiten vom STERN?“ (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=234

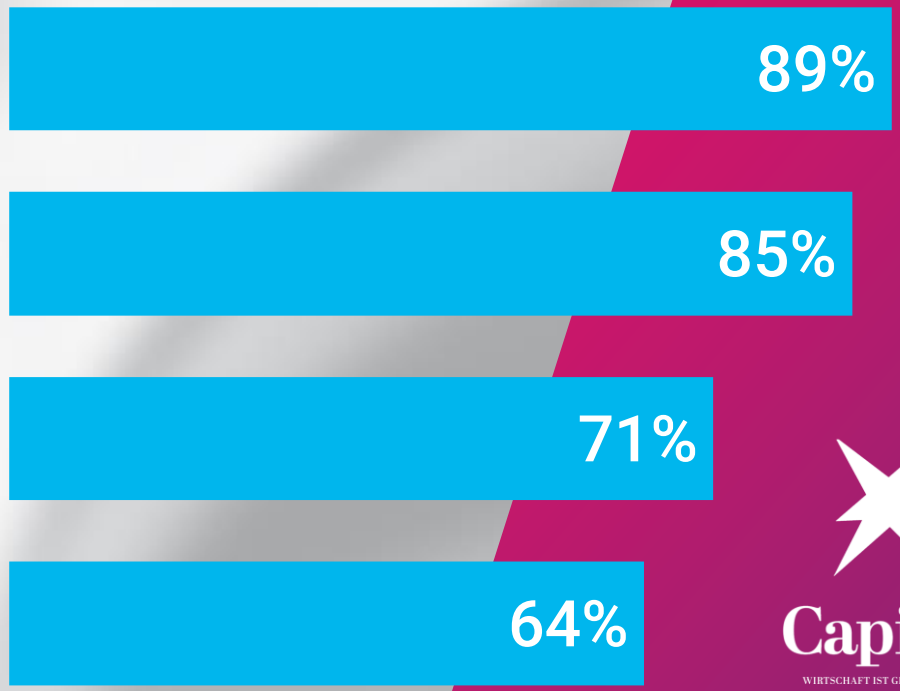
# **Schlaglicht BRIGITTE**: BRIGITTE ist ihren Leserinnen auch jetzt ein verlässlicher Anker. Sie steht für die schöne Normalität und Zuwendung zu positiven Themen




Brigitte

Quelle: G+J medientrend Panel „Sie haben ja eben angegeben, dass Sie die BRIGITTE als Zeitschrift nutzen. Was erwarten Sie gerade in diesen Zeiten von der BRIGITTE?“ (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: n=127

# Das gemeinsame **Sonderheft von STERN, CAPITAL und GEO** signalisiert eine hohe Themenkompetenz und stößt bei sehr Vielen auf Interesse




Capital
WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT

GEO

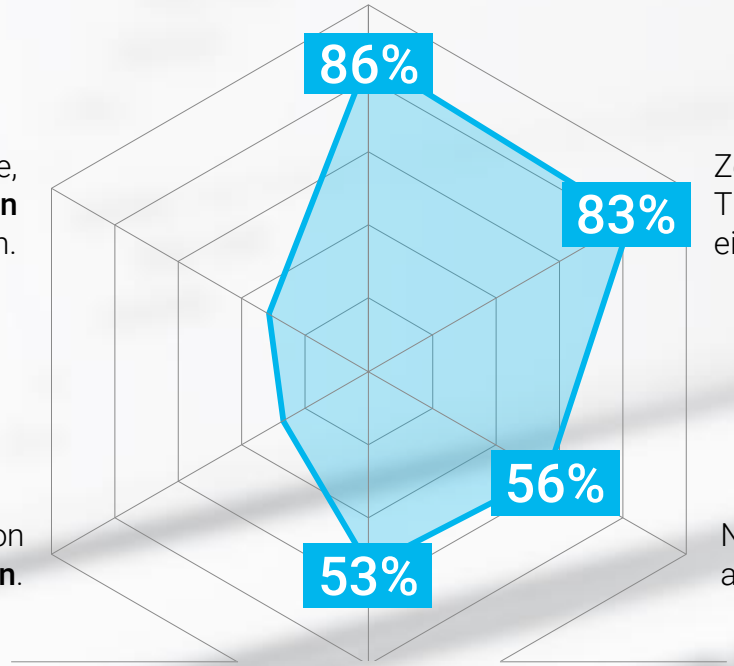
Sie sehen hier die Titelseite eines Sonderheftes, das der STERN gemeinsam mit GEO und CAPITAL herausgebracht hat. Bitte sagen Sie, inwiefern folgende Aussagen für Sie zutreffen.
(Angaben in %; Basis: n=502

# 04 Aktuelle Nutzungsmotive digitaler Angebote

# Den **etablierten Newsangeboten** wird bei der Berichterstattung zur Corona Krise ein unglaubliches **Vertrauen** entgegengebracht.

Top-2-Zustimmung für
DER SPIEGEL, STERN.de und NTV,de

Sind Angebote, denen ich in der Corona Krise **vertraue**.




Helfen mir in der Corona-Lage, wieder etwas **Normalität in meinen Alltag** zu bekommen.

Zeigen einen Umgang mit dem Thema Corona, wie ich es von einer Website dieser Art erwarte.

Helfen mir, mich ein wenig von der aktuellen Lage **abzulenken**.

Nutze ich aktuell **intensiver** als vor der Corona Pandemie.

Lassen mich auf Dinge **aufmerksam** werden, auf die ich sonst nicht gestoßen wäre.

Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk. „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ Aussagen beziehen sich auf die digitalen Angebote von DER SPIEGEL, STERN.de, NTV.de (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: Nutzer der Angebote, n=1037

# Das journalistische Angebot von **Brigitte** oder **Gala** hilft den Nutzern hingegen, **Ablenkung und Normalität** in den Corona-Alltag zu bekommen.

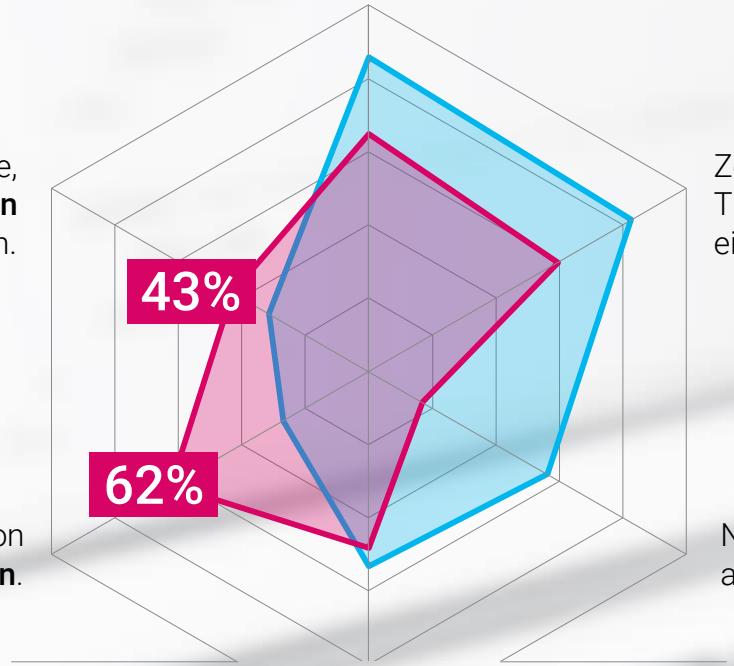
Top-2-Zustimmung für
DER SPIEGEL, STERN.de und NTV,de

Top-2-Zustimmung für
GALA.de und BRIGITTE.de

Sind Angebote, denen ich in der Corona Krise **vertraue**.

Helfen mir in der Corona-Lage, wieder etwas **Normalität in meinen Alltag** zu bekommen.

Zeigen einen Umgang mit dem Thema Corona, wie ich es von einer Website dieser Art erwarte.




Helfen mir, mich ein wenig von der aktuellen Lage **abzulenken**.

Nutze ich aktuell **intensiver** als vor der Corona Pandemie.

Lassen mich auf Dinge **aufmerksam** werden, auf die ich sonst nicht gestoßen wäre.

Gala
Brigitte

Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk. „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ Aussagen beziehen sich auf die digitalen Angebote von BRIGITTE.de, GALA.de (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: Nutzer der Angebote, n=1037

# In besonderen Zeiten wie der Corona Krise **gewinnen journalistische News** Angebote stark an Bedeutung

**56%**

der User nutzen etablierte journalistische Newssites aktuell intensiver als vor der Corona Pandemie.

**43%**

der User sagen, dass die etablierten News-Websites jetzt wichtiger für sie sind als vor der Corona Pandemie.

Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk. „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ Aussagen beziehen sich auf die digitalen Angebote von DER SPIEGEL, STERN.de, NTV.de (Top-2-Boxes auf 4-er Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft gar nicht zu); Angaben in %; Basis: Nutzer der Angebote, n=1037

# 05 Fazit

# Journalistische Angebote sind in der Corona-Krise ein wichtiger Anker und Lieferant von glaubwürdigen Informationen.

Aber auch als Ablenkung durch die Beschäftigung mit schönen Inhalten sind sie gefragt

## Trotz vielen negativen Meldungen und wachsender Unsicherheit haben viele Hoffnung und sehen auch positive Seiten

Die große Mehrheit ist aktuell noch zuversichtlich: Deutschland wird die derzeitige Herausforderung meistern. Gut und umfassend informiert zu sein gibt gerade jetzt ein Gefühl von Sicherheit.

Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=502 //
Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk; n=1037 //

# Journalistische Angebote sind in der Corona-Krise ein wichtiger Anker und Lieferant von glaubwürdigen Informationen.

Aber auch als Ablenkung durch die Beschäftigung mit schönen Inhalten sind sie gefragt

2

**Seriöser Journalismus ist sehr wichtig und punktet mit fundierter Information, Glaubwürdigkeit und Einordnung**

Manchen wird die Beschäftigung mit der Krise bereits zu viel. Hier ist es wichtig, dass Zeitschriften die Möglichkeit bieten, mal abzuschalten und sich zwischendurch mit positiven Inhalten zu beschäftigen. Der Moment ‚für sich selbst' ist besonders für Frauen wichtig.

Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=502 //
Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk; n=1037 //

# Journalistische Angebote sind in der Corona-Krise ein wichtiger Anker und Lieferant von glaubwürdigen Informationen.

Aber auch als Ablenkung durch die Beschäftigung mit schönen Inhalten sind sie gefragt

## Auf der anderen Seite ist es auch wichtig, Auszeiten von der Krise zu schaffen - diese Funktion erfüllen Zeitschriften

Informiertheit bedeutet Sicherheit. Fundierte Informationen in seriöser Aufbereitung und mit Hintergrundinformation und Einordnung schaffen eine gute Basis für das Vertrauen, das die Leser in ihre Zeitschriften bzw. User in eine Website haben.

Quelle: Befragung im G+J medientrend Panel; n=502 //
Quelle: OnSite Befragung AdAlliance Netzwerk; n=1037 //

# Haben Sie Fragen?
## **Ihre Ansprechpartner**

Timo Lütten
Digital Research Manager

G+J e|MS Media Research
Stubbenhuk 10
20459 Hamburg

Tel.: +49 40 / 3703 - 7381
luetten.timo@ems.guj.de

Kay Schneemann
Head of Digital Research

G+J e|MS Media Research
Stubbenhuk 10
20459 Hamburg

Tel.: +49 40 / 3703 - 7371
schneemann.kay@ems.guj.de

Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | spotX GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.

AdAlliance