



ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW

BVDW

OVK-Trendstudie

Mediennutzung und Konsumverhalten In Krisenzeiten

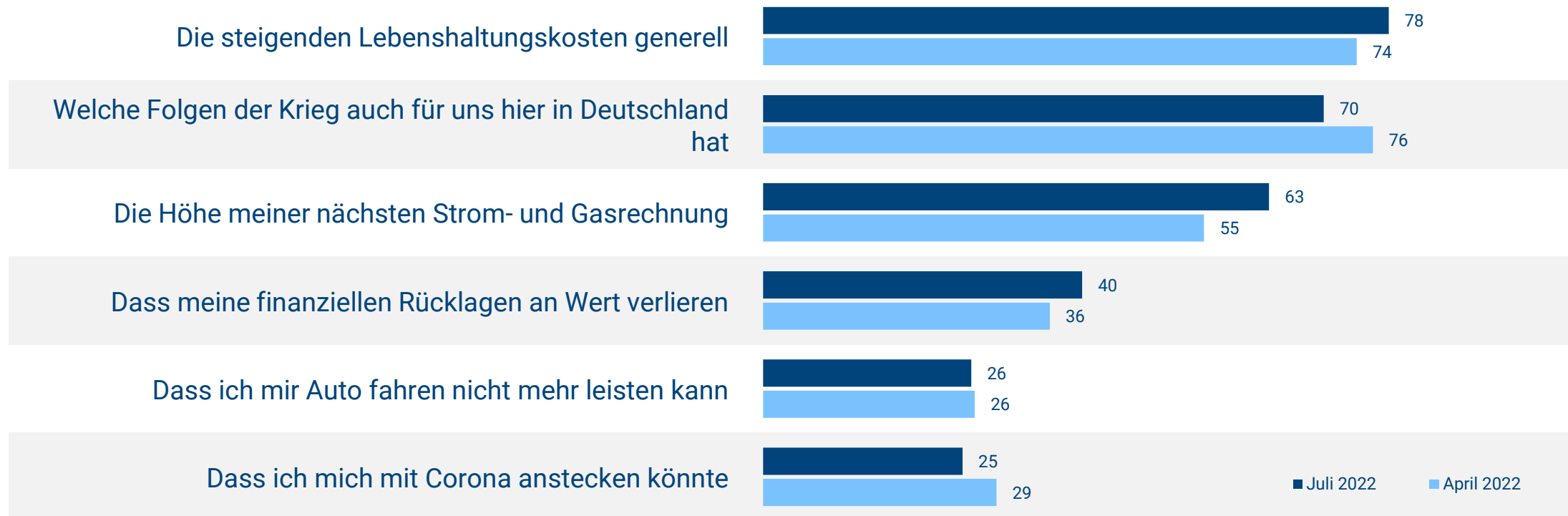
#bvdw
#digitalexperten

Angst vor abstrakten Folgen des Krieges hat mit Fortschreiten des Konfliktes etwas nachgelassen, ist aber immer noch hoch. Die Sorgen in Bezug auf die direkt spürbaren finanziellen Folgen haben zugenommen.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.022 um 10:00 Uhr

Aktuelle Ängste

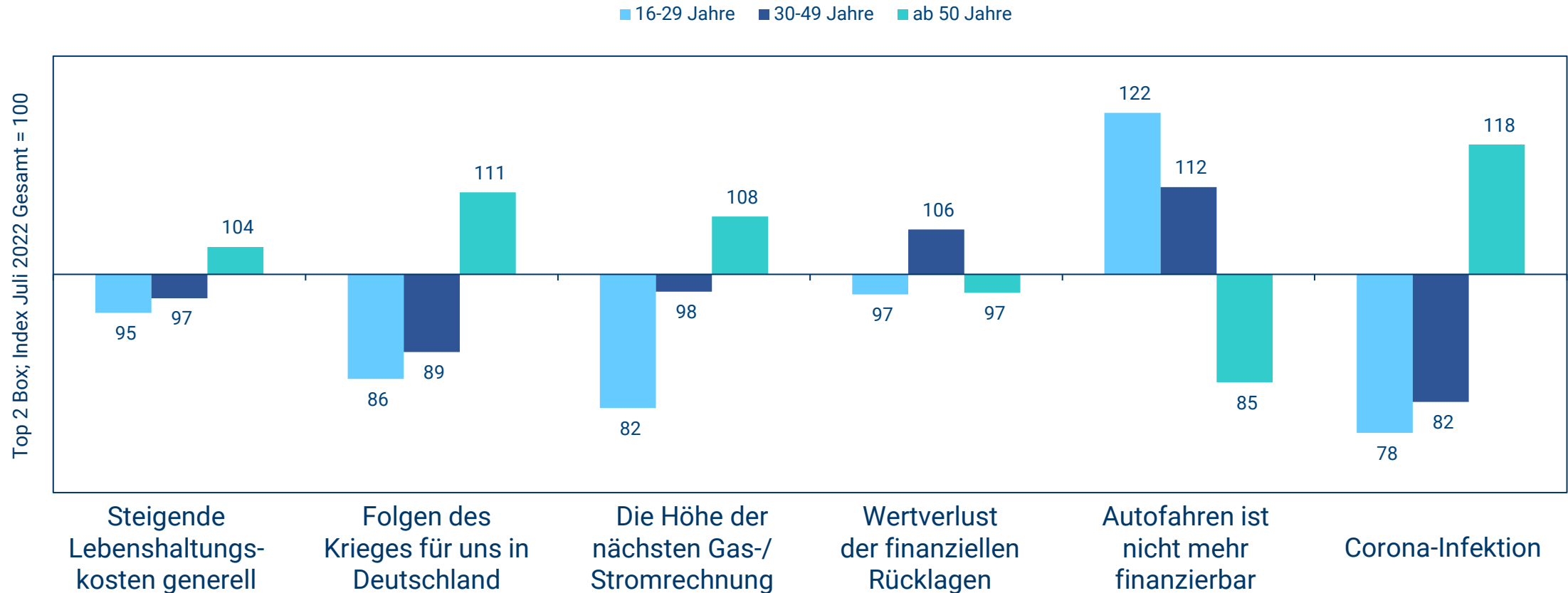


Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Welle April 2022; n = 3.048 (Gesamt); Angaben Top 2 in Prozent, F6.1.: Welche Themen beunruhigen Sie momentan? Mehrfachnennung;

Sorgen nehmen mit dem Alter zu, jüngere Menschen befürchten vor allem den Verlust individueller Mobilität. Personen ab 50 Jahren haben häufiger als andere Altersgruppen Angst vor einer Corona-Infektion.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr



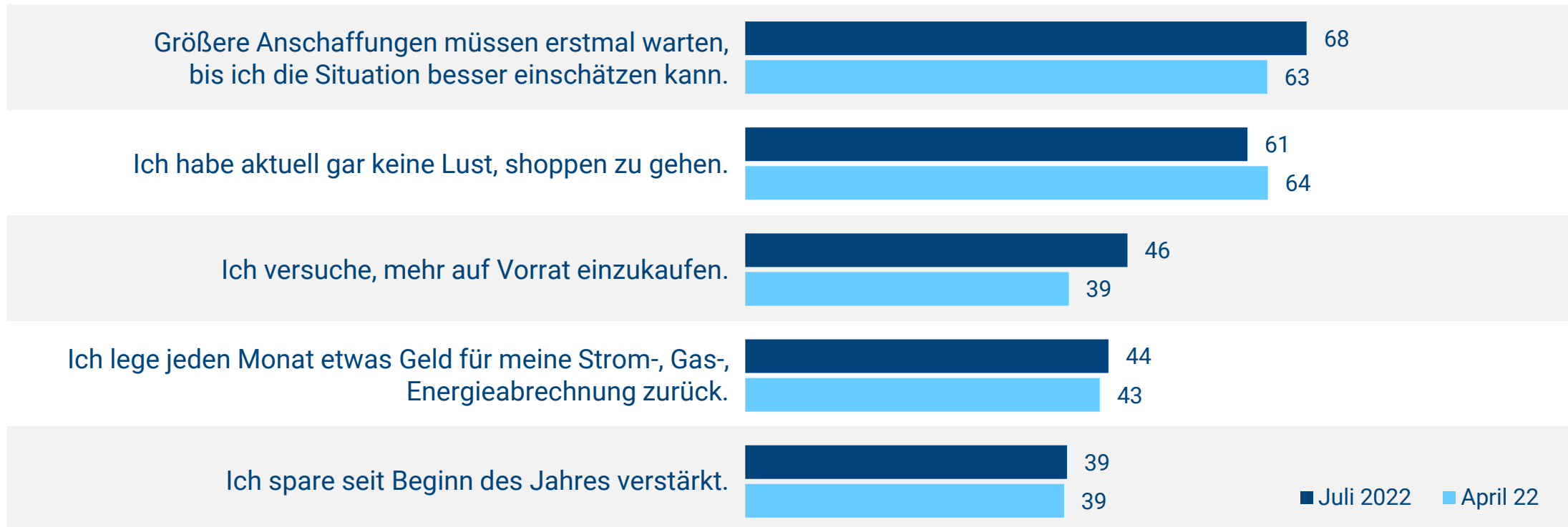
Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent, F6.1.: Welche Themen beunruhigen Sie momentan? Mehrfachnennung

Größere Anschaffungen werden erstmal verschoben, es wird mehr auf Vorrat eingekauft und fast die Hälfte der Befragten legt monatlich Geld für die Nebenkostenabrechnung zurück.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

Konsumverhalten (1/2)



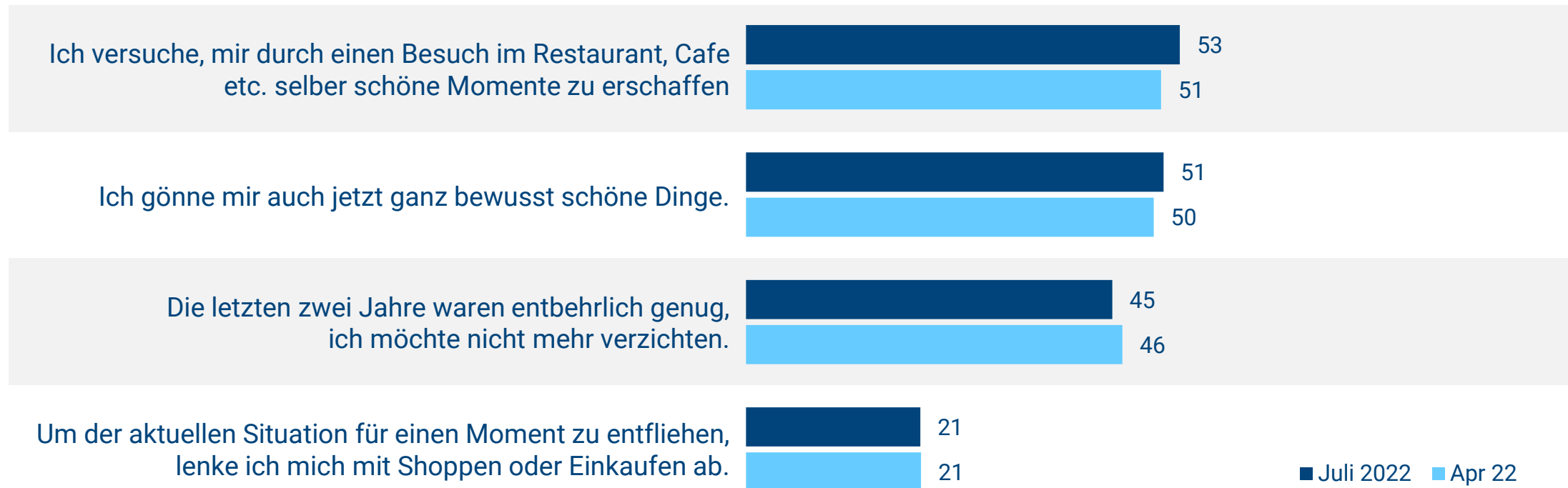
Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Welle April 2022; n = 3.048 (Gesamt); Angaben Top 2 in Prozent, F6.4.: Wie wirken sich die Ereignisse und Geschehnisse des Jahres auf Ihr aktuelles Konsumverhalten aus?

Gleichzeitig möchten die Menschen nach den Einschränkungen der Corona-Jahre nicht mehr verzichten. Über die Hälfte kreieren sich selber positive Momente oder gönnen sich bewusst etwas Schönes. Ein Fünftel lenkt sich mit Shopping ab.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

Konsumverhalten (2/2)

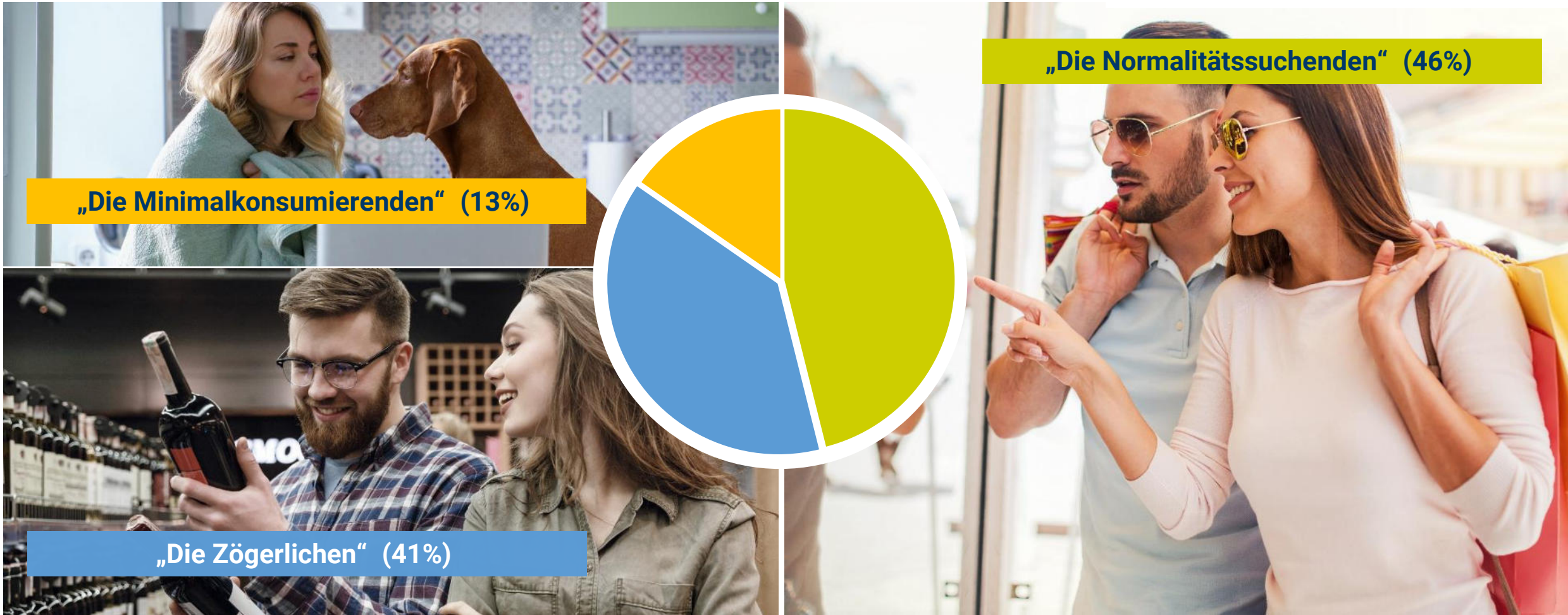


Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Welle April 2022; n = 3.048 (Gesamt); Angaben in Prozent, F6.4.: Wie wirken sich die Ereignisse und Geschehnisse des Jahres auf Ihr aktuelles Konsumverhalten aus?

KONSUMTYPEN IN KRISENZEITEN



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.022 um 10:00 Uhr

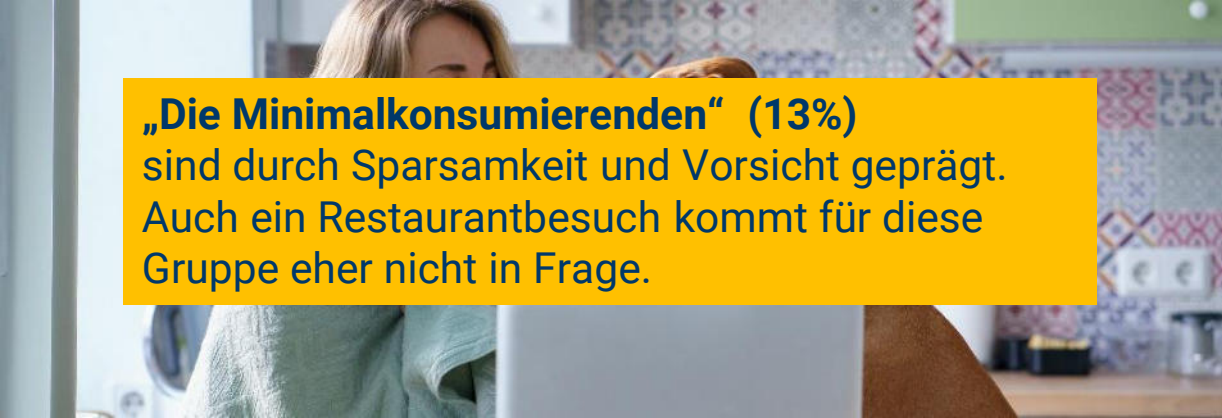


Clusteranalyse Basis Frage 6.4. Top-2-Nennungen; Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent; F6.4.: Wie wirken sich die Ereignisse und Geschehnisse des Jahres auf Ihr aktuelles Konsumverhalten aus?

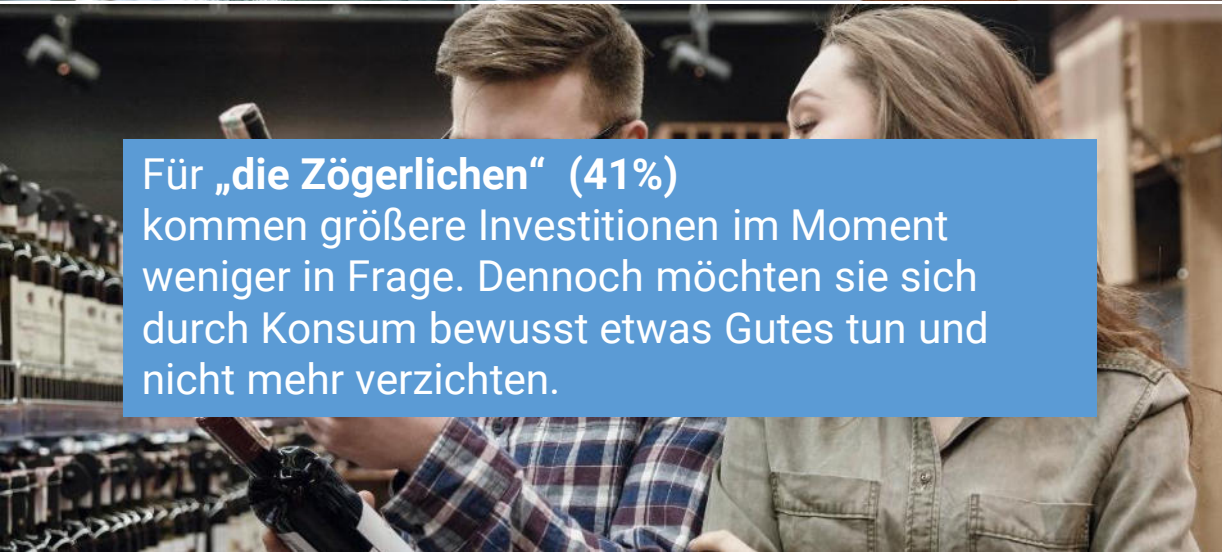
KONSUMTYPEN IN KRISENZEITEN



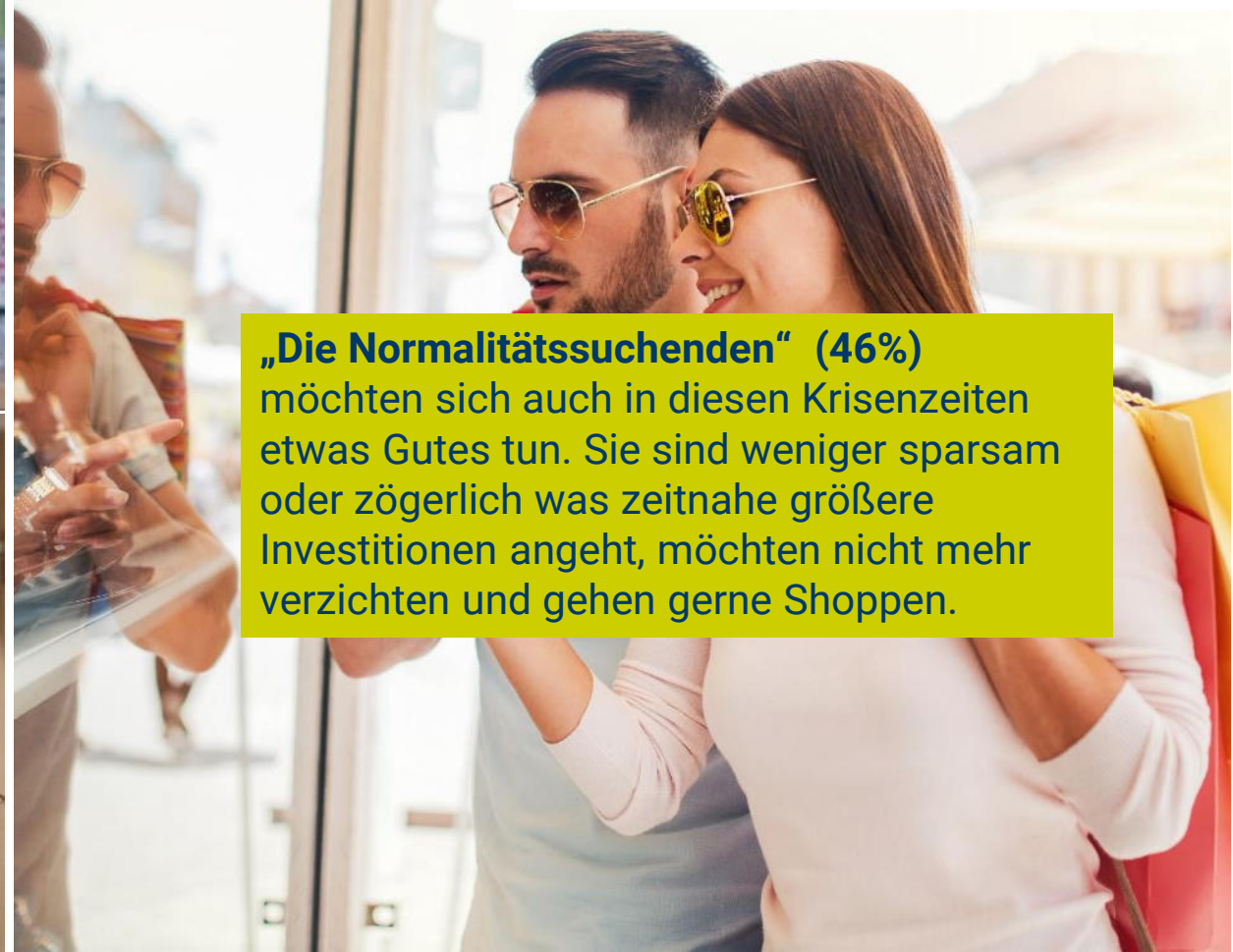
SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.022 um 10:00 Uhr



„Die Minimalkonsumierenden“ (13%)
sind durch Sparsamkeit und Vorsicht geprägt. Auch ein Restaurantbesuch kommt für diese Gruppe eher nicht in Frage.



Für **„die Zögerlichen“ (41%)**
kommen größere Investitionen im Moment weniger in Frage. Dennoch möchten sie sich durch Konsum bewusst etwas Gutes tun und nicht mehr verzichten.

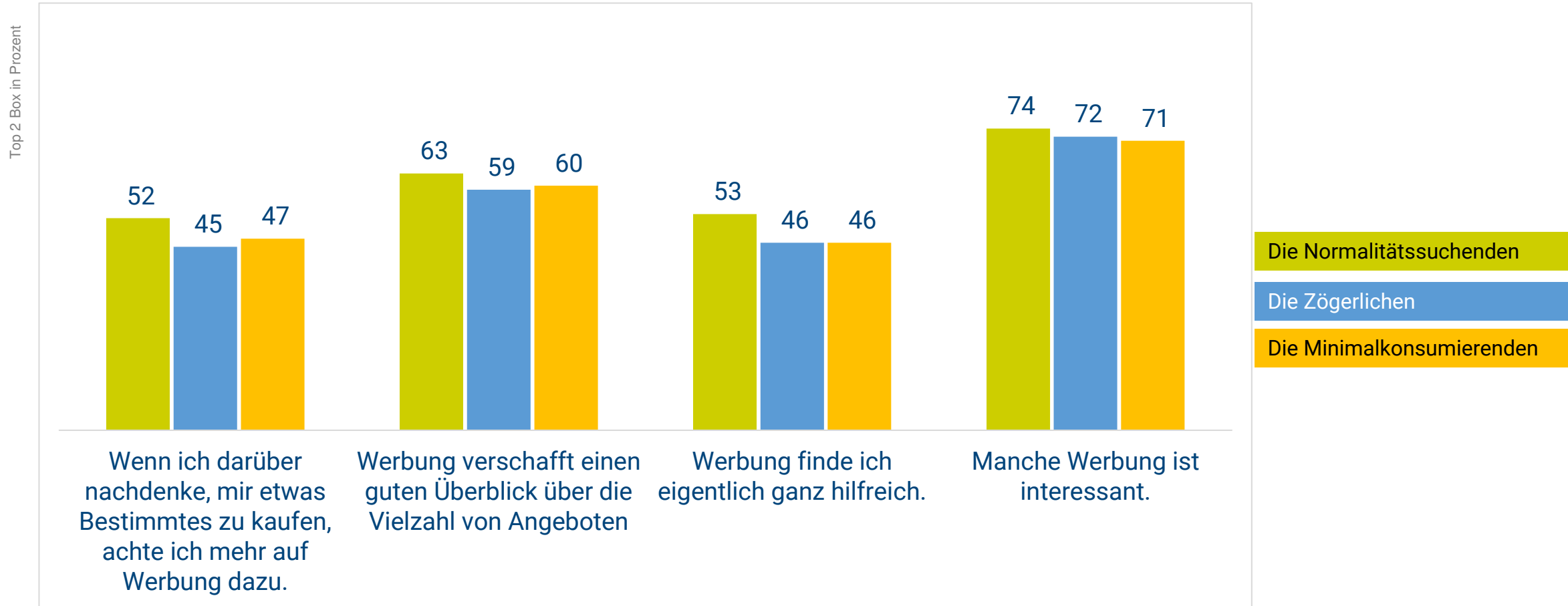


„Die Normalitätssuchenden“ (46%)
möchten sich auch in diesen Krisenzeiten etwas Gutes tun. Sie sind weniger sparsam oder zögerlich was zeitnahe größere Investitionen angeht, möchten nicht mehr verzichten und gehen gerne Shoppen.

Clusteranalyse Basis Frage 6.4. Top-2-Nennungen; Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent; F6.4.: Wie wirken sich die Ereignisse und Geschehnisse des Jahres auf Ihr aktuelles Konsumverhalten aus?

Alle drei Konsumtypen offen für Werbung

SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

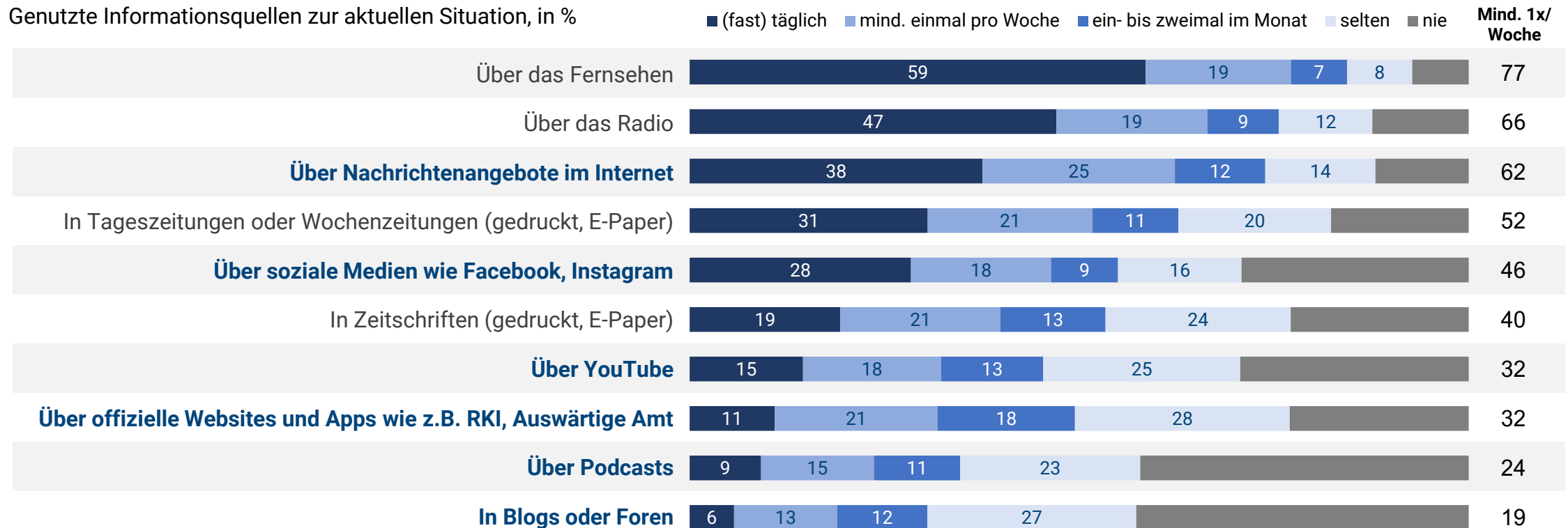


Basis: Welle Juli 2022: n=3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent, Was denken Sie ganz allgemein über Werbung? Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Werbung zu? Mehrfachnennung

TV, Radio und Nachrichtenangebote im Internet sind bevorzugte Informationsquellen zur aktuellen Situation.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

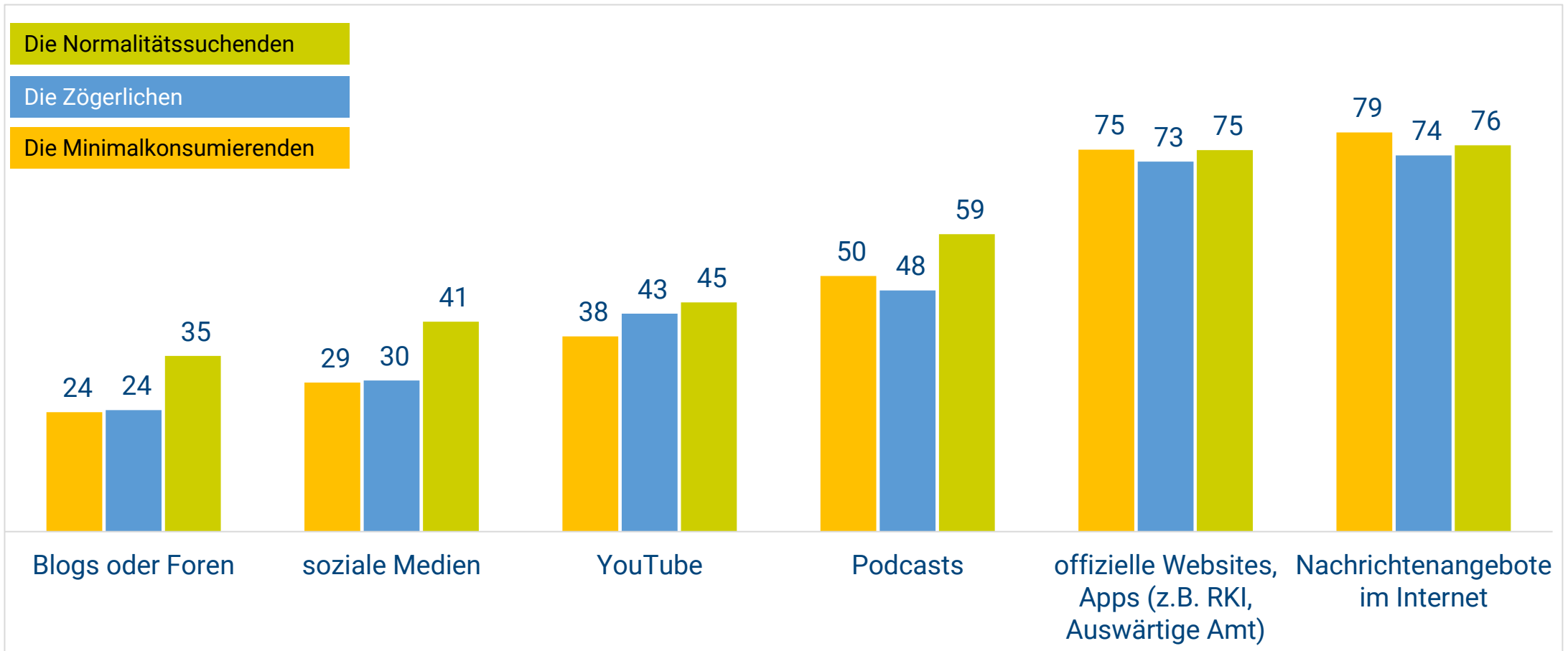


Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent, F6.2.: Uns interessiert nun, wo und wie häufig Sie sich zu den Themen informieren, die Sie gerade beschäftigen? Ich informiere mich...; sortiert nach mind. 1x/Woche

Nachrichtenangebote im Internet genießen großes Vertrauen



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

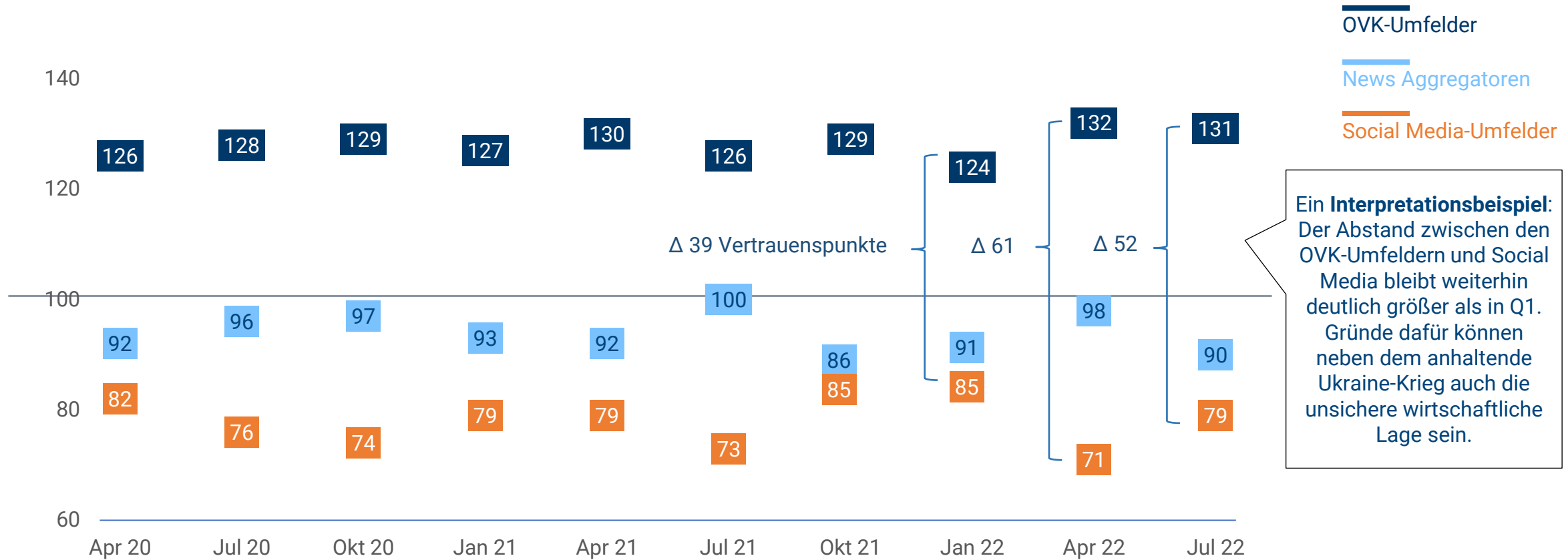


Basis: Welle Juli 2022; n = 3.034 (Gesamt); Angaben in Prozent, F6.3.: Inwiefern vertrauen Sie der aktuellen Berichterstattung zu den Themen, die Sie beschäftigen? Top2

Online-Vertrauens-Kompass misst quartalsweise Vertrauen in Onlinemedien. Krisensituationen führen dazu, dass sich der Abstand zwischen OVK-Umfeldern und Social Media-Umfeldern erhöht.



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr



Basis: Welle Jul 22: n=3.034 (Gesamt); Welle Apr 22: n=3.048 (Gesamt); Welle Jan 22: n=3.008 (Gesamt); Welle Okt 21: n=3.029 (Gesamt); Welle Jul 21: n=3.043 (Gesamt); Welle Apr 21: n=3.060 (Gesamt); Welle Jan 21: n=3.119 (Gesamt); Welle Okt 20: n=3.023 (Gesamt); Welle Jul 20: n=2.995 (Gesamt); Welle Apr 20: n=5.017 (Gesamt); Nutzer des Angebots und Detailbewerter je Angebot/Umfeldkategorie // **Aussagen zur Entwicklung der Indizes sind nur unter Berücksichtigung der Veränderung der Baseline möglich**

BVDW

#digitalexperten