



GIM CORONA-UPDATE

THE „GERMAN GRATWANDERUNG“

Die Deutschen sind bei Corona
gespalten zwischen Besorgnis und
Gelassenheit

Ergebnisse einer repräsentativen Studie der
GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung

Dr. Jörg Munkes

Andrea Knorn

Ron Degen



GIM | RELEVANCE COUNTS.

INHALT

Deutsche in Sachen Corona gespalten	3
Eigene Gesundheit und die der Familie wichtig.....	3
Ein Fünftel fühlt sich persönlich betroffen	4
Nur ein Drittel sagt: die richtige Menge an Info	4
Keine einfache Aufgabe für die Medien.....	4
Infomenge nicht optimal – Infonutzen schon.....	4
Klassische Medien punkten gegenüber Social	4
Regierungsarbeit eher positiv bewertet.....	5
Medizinische Versorgung: insgesamt „ok	5
Maßnahmen: Der „Protektionsmus-Reflex.....	5
Eigene Maßnahmen: „Besorgte“ aktiver.....	6
Besorgtheit ist schlecht für die Wirtschaft.....	6
Die Hoffnung auf das baldige Corona-Ende	6
Fazit	7

THE „GERMAN GRATWANDERUNG“

Die Deutschen und Corona zwischen Besorgnis und Gelassenheit

Deutsche in Sachen Corona gespalten

In einer aktuellen bevölkerungsrepräsentativen Befragung mit 1.507 Interviews, hat sich die GIM damit beschäftigt, wie die Deutschen Corona wahrnehmen, wie (potenzielle) Maßnahmen bewertet werden und welche Maßnahmen die Bevölkerung selbst schon ergriffen hat. Über alle Fragen und Aspekte hinweg zeigt sich: die Deutschen sind hier gespalten. Die eine Hälfte ist gelassen, die andere (mindestens leicht) besorgt. Der Grad der Besorgtheit differenziert dabei: Nur wenige Befragte geben an, sich sehr große Sorgen zu machen (8%), aber mit 47% ist doch fast jeder zweite hierzulande zumindest ein bisschen besorgt. 53% alle Deutschen sind hingegen gelassen.

Ja, sehr große Sorgen	8%
Ja, ein bisschen Sorgen	39%
Nein, eher keine Sorgen	31%
Nein, gar keine Sorgen	22%

Interessant hierbei ist, dass die Frage „besorgt oder nicht“ unabhängig vom Bundesland zu sein scheint: Selbst für das relativ stark betroffene Nordrhein-Westfalen sind die Werte mit 48% (mindestens „ein bisschen Sorgen“) und 8% (sehr große Sorgen) in etwa im Bundesdurchschnitt. Auch die Geschlechter sind ähnlich besorgt: Männer zu 45%, Frauen zu 49%.

Lediglich Jüngere im Alter von 18-29 Jahren sind weniger besorgt als der Rest der Bevölkerung: Hier geben nur 32% an, zumindest ein bisschen besorgt zu sein bzw. lediglich 3% bezeichnen sich als sehr besorgt.

Eigene Gesundheit und die der Familie wichtig

Fragt man die „Besorgten“ (706 Personen von 1.507) nach ihren Sorgen, zeigt sich ein differenziertes Bild: Die eigene Gesundheit und die Gesundheit der Familie stehen im Vordergrund (78% bzw. 88% machen sich zumindest ein bisschen Sorgen). Die wirtschaftliche Lage bekümmert ebenfalls (73%), auch wenn die persönliche Betroffenheit bzw. die Sorge um den eigenen Arbeitsplatz noch wenig ausgeprägt ist (18%). Das Vertrauen in die medizinische Versorgung scheint auch zumindest angekratzt zu sein: 74% sind hier zumindest ein bisschen in Sorge, während sich 45% um die Lebensmittelversorgung sorgen.

<i>Ein bisschen oder sehr große Sorgen (Code 1 & 2 auf einer vierstufigen Skala)</i>	BASIS: Besorgte (706 Personen)
meine eigene Gesundheit	78%
die Gesundheit meiner Familie	88%
die wirtschaftliche Entwicklung	73%
meinen Arbeitsplatz	18%
Versorgung mit Lebensmitteln	45%
medizinische Versorgung	74%



ÜBER DIE STUDIE

Grundgesamtheit: Bevölkerung in Deutschland über 18 Jahre, die vom Corona-Virus bereits gehört hatten

Stichprobe:

CAWI: Repräsentativ quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland

CATI: Repräsentative Zufallsauswahl/ Dual Frame

Erhebungsverfahren: 1.000 Onlineinterviews (CAWI) und 507 Telefoninterviews (CATI)

Fallzahl: 1507 Befragte (Ursprüngliche Interviewzahl: 1519 von denen 12 Personen nicht befragt wurden, da sie noch nichts vom Coronavirus gehört hatten).

Erhebungszeitraum: 3. bis 9. März 2020

Schwankungsbreite (95% Konfidenzintervall): 1,1 (bei 5% Anteilswerten) bis 2,6 (bei 50% Anteilswerten)

Ein Fünftel fühlt sich persönlich betroffen

Die „Besorgten“ fühlen sich deutlich stärker persönlich betroffen vom Coronavirus: 41% geben an, sehr oder eher persönlich betroffen sein, „Gelassene“ dagegen nur zu 8%. Insgesamt fühlen sich in der Bevölkerung 23% persönlich vom Virus persönlich betroffen.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Sehr betroffen	2%	9%	5%
Eher betroffen	6%	32%	18%
Eher nicht betroffen	47%	49%	48%
Gar nicht betroffen	45%	10%	28%

Nur ein Drittel sagt: die richtige Menge an Info

Die subjektiv erlebte Informiertheit hängt mit der Besorgtheit zusammen: Lediglich 32% der Bevölkerung sind der Meinung, dass genau die richtige Menge an Information über den Coronavirus verfügbar ist. Bei den „Besorgten“ liegt dieser Anteil mit 36% etwas höher. Allerdings beklagt mit 48% knapp die Hälfte der Bevölkerung einen Info Overload. Nur 20% fühlen sich eher zu wenig informiert. Auch unter den „Besorgten“ zeigt sich dieses Bild: 37% empfinden hier eher zu viel Information und 28% sind der Meinung zu wenig Informationen zu erhalten.

Keine einfache Aufgabe für die Medien

Diese Ergebnisse zeigen sehr gut, dass es fast unmöglich ist, die Infomenge exakt so zu tarieren, dass sie für Alle passt! Der Grund für das ambivalente Bild kann in der psychologischen Angstforschung gefunden werden. Sie besagt, dass sich Menschen hinsichtlich ihrer Strategien im Umgang mit Bedrohungen unterscheiden. Es lassen sich dabei zwei grundsätzliche Strategien unterscheiden: Eine Strategie besteht in der bewussten Informationssuche über die Bedrohung. Die andere Strategie setzt auf Ablenkung und auf die Vermeidung von Information über die Bedrohung. Erhält ein „Vermeider“ zu viel Information, dann kann dies Angst bei ihm auslösen. Ebenso kann zu wenig Information Angst beim „Informationssucher“ auslösen.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Viel zu wenig Information	3%	8%	5%
Eher zu wenig Information	11%	20%	15%
Genau die richtige Menge an Information	28%	36%	32%
Eher zu viel Information	29%	27%	28%
Viel zu viel Information	28%	10%	20%

Infomenge nicht optimal – Infonutzen schon

Auch wenn die Menge der Information nicht für Alle optimal ist: die Informationen werden weitgehend als nützlich betrachtet: Auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 vergeben immerhin 70% der Befragten mindestens eine 3 und bewerten die verfügbaren Informationen somit als eher nützlich. 37% vergeben die Note 1 bis 2. Die „Besorgten“ empfinden die Informationen sogar insgesamt als etwas nützlicher: 75% betrachten die Information als (eher) nützlich. Die Qualität der Information scheint also so gut zu sein, dass sie eher zur Beruhigung und nicht zur Beunruhigung beiträgt.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
1 - Sehr nützlich	8%	16%	12%
2	23%	27%	25%
3	34%	33%	33%
4	16%	15%	16%
5	10%	5%	8%
6 - Gar nicht nützlich	9%	3%	6%

Klassische Medien punkten gegenüber Social

Bei der Frage nach der Mediennutzung zeigt sich die Überlegenheit redaktioneller Inhalte der Breitenmedien: Das Fernsehen nutzen 73% als Informationsquelle, Online Nachrichtenportale 45%, Radio 44% und Tageszeitungen 39%. Eher abgeschlagen sind hingegen Social Media mit 17% und Foren oder Blogs mit 7%. Insbesondere „Besorgte“ nutzen redaktionelle Inhalte als Informationsquelle.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Fernsehen	68%	79%	73%
Nachrichtenportale im Internet	38%	53%	45%
Radio	41%	47%	44%
Tageszeitung	37%	43%	39%
Seiten öffentlicher Einrichtungen (z.B. RKI)	24%	31%	27%
Social Media	17%	18%	17%
Foren oder Blogs	7%	7%	7%

Regierungsarbeit eher positiv bewertet

Die Arbeit der Bundesregierung in Hinblick auf den Coronavirus wird eher positiv gesehen: 64% vergeben mindestens die Schulnote 3. Allerdings bewerten nur 5% der Befragten hier mit der Note „sehr gut“. Hier gibt es nur geringe Unterschiede zwischen den Besorgten und den Gelassenen.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
1 - Sehr gut	6%	4%	5%
2	25%	20%	23%
3	35%	38%	36%
4	17%	18%	17%
5	9%	12%	10%
6 - Sehr schlecht	9%	9%	9%

Medizinische Versorgung: insgesamt „ok“

Die medizinische Versorgung wird ebenfalls eher positiv gesehen: 66% aller Befragten vergeben hier mindestens die Schulnote 3, „Gelassene“ bewerten hier sogar häufiger die Spitzennote: 13% gegenüber 5% bei den „Besorgten“. Bei Letzteren zeigt sich analog zu oben erneut eine zumindest leichte Verunsicherung (74% der „Besorgten“ gaben oben bereits an, über die medizinische Versorgung besorgt zu sein).

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
1 - Sehr gut	13%	5%	10%
2	28%	21%	25%
3	28%	34%	31%
4	15%	19%	17%
5	8%	12%	10%
6 - Sehr schlecht	7%	8%	8%

Maßnahmen: „Protektionismus-Reflex“

Wenn es um mögliche Maßnahmen gegen die Virusverbreitung geht, zeigen „Gelassene“ und Betroffene“ Unterschiede und klare Favoriten: Generell finden „Besorgte“ Maßnahmen sinnvoller als „Gelassene“. Häusliche Isolation ist dabei der Favorit (69% Aller, 79% der „Besorgten“). Die Absage von Großveranstaltungen befürworten 59% Aller, wobei diese Maßnahme durchaus polarisiert: 76% der „Besorgten“ stehen nur 44% der „Gelassenen“ gegenüber. Auch wenn nur etwa jeder Dritte die Maßnahme als sinnvoll erachtet, zeigt sich dennoch ein „Protektionismus-Reflex“ von deutlichem Ausmaß: 37% fänden eine Schließung der Grenzen sinnvoll und sogar 46% sind es unter den „Besorgten“.

<i>Sehr sinnvoll bzw. sinnvoll (Code 1 & 2 auf einer sechsstufigen Skala)</i>	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Häusliche Isolation von Reisenden aus Risikogebieten	60%	79%	69%
Absage von Großveranstaltungen (Messen, Konzerte, Bundesligaspiele etc.)	44%	76%	59%
Schließung von Betrieben mit infizierten Mitarbeitern	45%	62%	53%
Quarantäne für betroffene Städte und Regionen	30%	55%	42%
Schließung der Grenzen	30%	46%	37%
Bundesweite Schließung von Schulen und Kindergärten	27%	45%	36%

Eigene Maßnahmen: „Besorgte“ aktiver

Insgesamt zeigt sich: „Besorgte“ ergreifen auch selbst mehr Maßnahmen, bzw. zeigen mehr Vermeidungsverhalten. Die häufigste persönliche Schutzmaßnahme bei Allen ist vermehrtes Händewaschen (76%) – unter den „Besorgten“ sogar 86%! Bei den „Gelassenen“: 67%. Vermeidung von Händeschütteln und Umarmungen (52%) sowie Benutzung von Desinfektionsmitteln für die Hände (45%) sind zudem relativ weit verbreitet und noch häufiger unter den „Besorgten“ (66% bzw. 54%). Auch ohne offizielle Verbote gibt etwa jeder Dritte (36%) Befragte an, Großveranstaltungen zu vermeiden – unter den „Besorgten“: jeder zweite (51%).

Besorgtheit ist schlecht für die Wirtschaft!

Für die Tourismusbranche relevant ist der Verzicht auf Reisen ins Ausland (30%) und im Inland (15%). Ebenso können die Verschiebung von größeren Geldausgaben (7%) und der Verzicht auf Restaurant- und Kneipenbesuche ökonomisch negativ wirken (16%). Besorgtheit ist schlecht für die Wirtschaft. Relativ unwichtig ist das Anlegen von Lebensmittelvorräten mit 13% auf. Hamsterkäufe scheinen also nicht das gerne dargestellte Massenphänomen zu sein!

<i>Ja, bereits ergriffen</i>	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Vermehrtes Händewaschen	67%	86%	76%
Vermeiden von Händeschütteln oder Umarmungen	40%	66%	52%
Benutzung von Desinfektionsmittel für die Hände	38%	54%	45%
Vermeidung von Großveranstaltungen	23%	51%	36%
Verzicht auf Reisen ins Ausland	20%	42%	30%
Vermeidung von öffentlichen Verkehrsmitteln und Plätzen	11%	30%	20%
Verzicht auf Restaurant- und Kneipenbesuche	8%	24%	16%

Vermeiden von Reisen in Deutschland	8%	22%	15%
Lebensmittelvorräte anlegen	6%	20%	13%
Home Office	8%	14%	11%
Größere Geldausgaben verschieben	4%	11%	7%
Anlegen von Medikamentenvorräten	3%	11%	7%

Die Hoffnung auf das baldige Corona-Ende

Wie lange wird uns Corona beschäftigen? Aktuell überwiegt hier noch verhaltener Optimismus: Etwa die Hälfte der Befragten (45%) erwartet, dies nur noch für die nächsten zwei bis drei Monate, also bis zum Sommer. 13% glauben gar an ein kurzfristiges Phänomen. Ein gutes Fünftel rechnet hingegen mit Corona bis zum Jahresende. „Besorgte“ sind auch bei dieser Frage etwas pessimistischer: 20% von ihnen glauben, dass Corona ein dauerhaftes Thema bleiben wird. Dagegen stehen 13% bei den „Gelassenen“, von denen auch nur 17% glauben, dass uns der Coronavirus nur noch einige Wochen beschäftigen wird.

	Gelassene	Besorgte	Gesamt
Die nächsten paar Wochen	17%	8%	13%
Die nächsten zwei bis drei Monate bis zum Sommer	49%	41%	45%
Den Rest des Jahres	17%	28%	22%
Das Corona-Virus wird dauerhaft ein Thema bleiben	13%	20%	16%
Weiß nicht	4%	4%	4%

Fazit

Die Studie zeigt sehr deutlich, wie sich die Bevölkerung beim Thema Corona in „Besorgte“ und „Gelassene“ spaltet. Sie zeigt ebenso die Bedeutung der Medien im Rahmen der Informationsnutzung und die Verantwortung der Politik. Klassische Medien haben eine sehr hohe Relevanz für die Menschen. „Besorgte“ nutzen sie dabei noch stärker als „Gelassene“. Auch wenn die Informationen insgesamt als sehr nützlich betrachtet werden, so schätzt etwa die Hälfte der Befragten die Informationsmenge als zu hoch sein. Demgegenüber steht, dass jeder Dritte die Informationsmenge als genau richtig bewertet und jeder Fünfte als nicht ausreichend. Das Dilemma der Medien steckt also darin, die richtige Balance bei der Informationsmenge zu finden – aktuell schlägt das Pendel in Richtung zu viel Information aus. Die Verantwortung der Politik liegt darin, die Ernsthaftigkeit der Situation darzustellen und gleichzeitig die Bevölkerung nicht in Sicherheit zu wiegen: Besorgtheit führt zu sinnvollem Schutz- und Vermeidungsverhalten. Allerdings führt zu viel Besorgtheit auch zu wirtschaftlich negativen Folgen, wenn beispielsweise größere Investitionen zurückgestellt werden. Auch hier kommt es auf die Balance an, wobei die Ergebnisse nahelegen, dass dies aktuell gut gelingt.

Über die GIM

Die GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung ist ein international agierendes Fullservice-Marktforschungsinstitut mit Sitz in Heidelberg und Niederlassungen in Berlin, Nürnberg, Wiesbaden, Lyon, Zürich und Shanghai. Die GIM ist in über 50 Märkten für führende Markenartikler, Industrieunternehmen und Dienstleister tätig.

Wir beschäftigen uns seit mehr als 30 Jahren mit Markt- und Sozialforschung. Wir forschen weltweit für renommierte Marken. Für unsere Arbeit ist es entscheidend die Kulturen und die Gesellschaften zu verstehen, in denen unsere Kunden agieren. Wir erforschen daher in Eigenstudien den Menschen, um ihn ganzheitlich mit seinen Wünschen, Einstellungen, Bedürfnissen, aber auch mit seinen Sorgen und Nöten zu verstehen.

GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH
Goldschmidtstr. 4-6 | 69115 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 83280 | Fax: +49 (0)6221 832833
info@g-i-m.com | www.g-i-m.com

Dr. Jörg Munkes
Managing Director
J.Munkes@g-i-m.com
Telefon: +49 (0)6221 832 834

Andrea Knorn
Senior Research Director
A.Knorn@g-i-m.com
Telefon: +49 (0)6221 8328 683

Ron Degen
Senior Research Director
R.Degen@g-i-m.com
Telefon: +49 (0)6221 8328 292



GIM | RELEVANCE COUNTS.