

Triple M Matzka Markt- und Meinungsforschung

**ikp - Corona Kommunikation**

---

**April 2020**

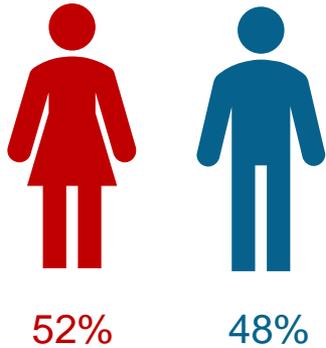
---

## Befragungsdesign | Beschreibung der Untersuchung

- Auftraggeber
  - Thema
  - Zielgruppe
  - Stichprobe
  - Methode
  - Sicherheit der Ergebnisse (max. Schwankungsbreite)
  - Erhebungszeitraum
- ikp Wien, 1070 Wien
  - Kommunikation und Information zur Corona-Situation in Österreich
  - Österreichische Bevölkerung zwischen 15 und 74 Jahren
  - n=1.007 Interviews, Quoten auf Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland
  - Online- Befragung anhand des Bilendi-Panels
  - +/- 3,2%
  - 09. April bis 16. April 2020

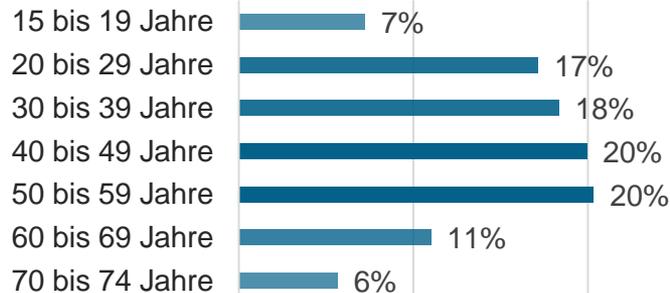
## Befragungs- und Stichproben-Struktur

# Beschreibung der Stichprobe - 1

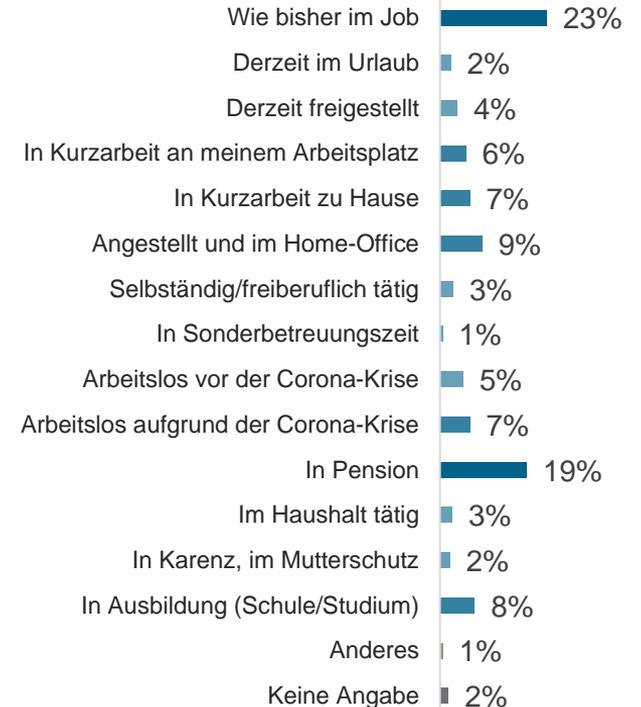


64% ohne Matura  
35% ohne Matura

## Alter der Befragten



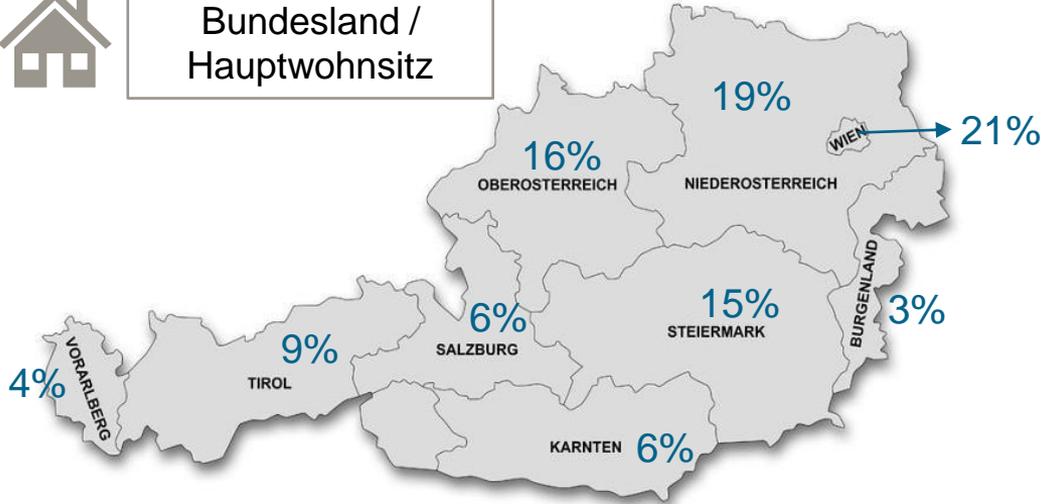
## Tätigkeit



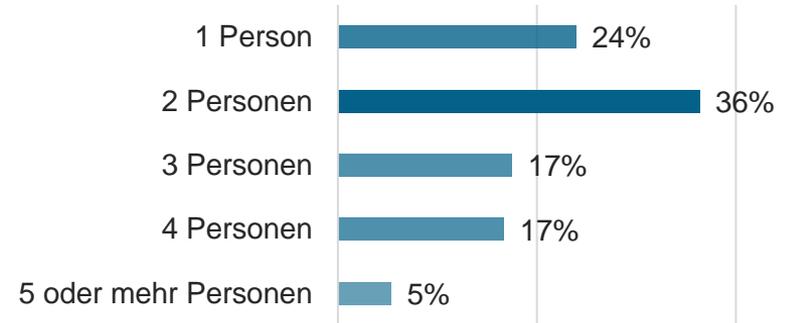
# Beschreibung der Stichprobe - 2



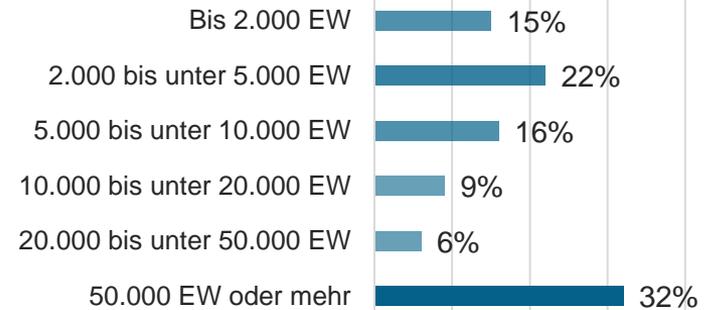
Bundesland /  
Hauptwohnsitz



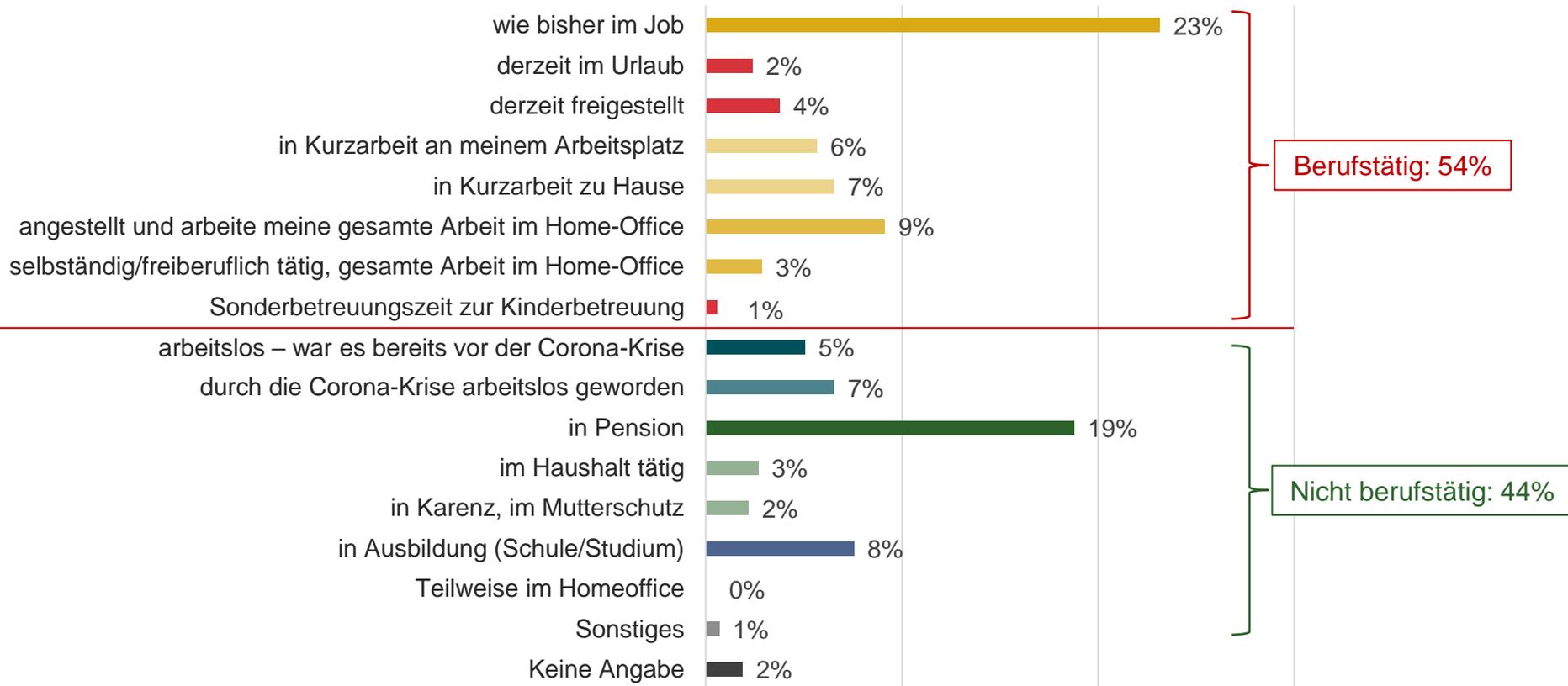
Anzahl Personen im Haushalt



Gemeindegröße

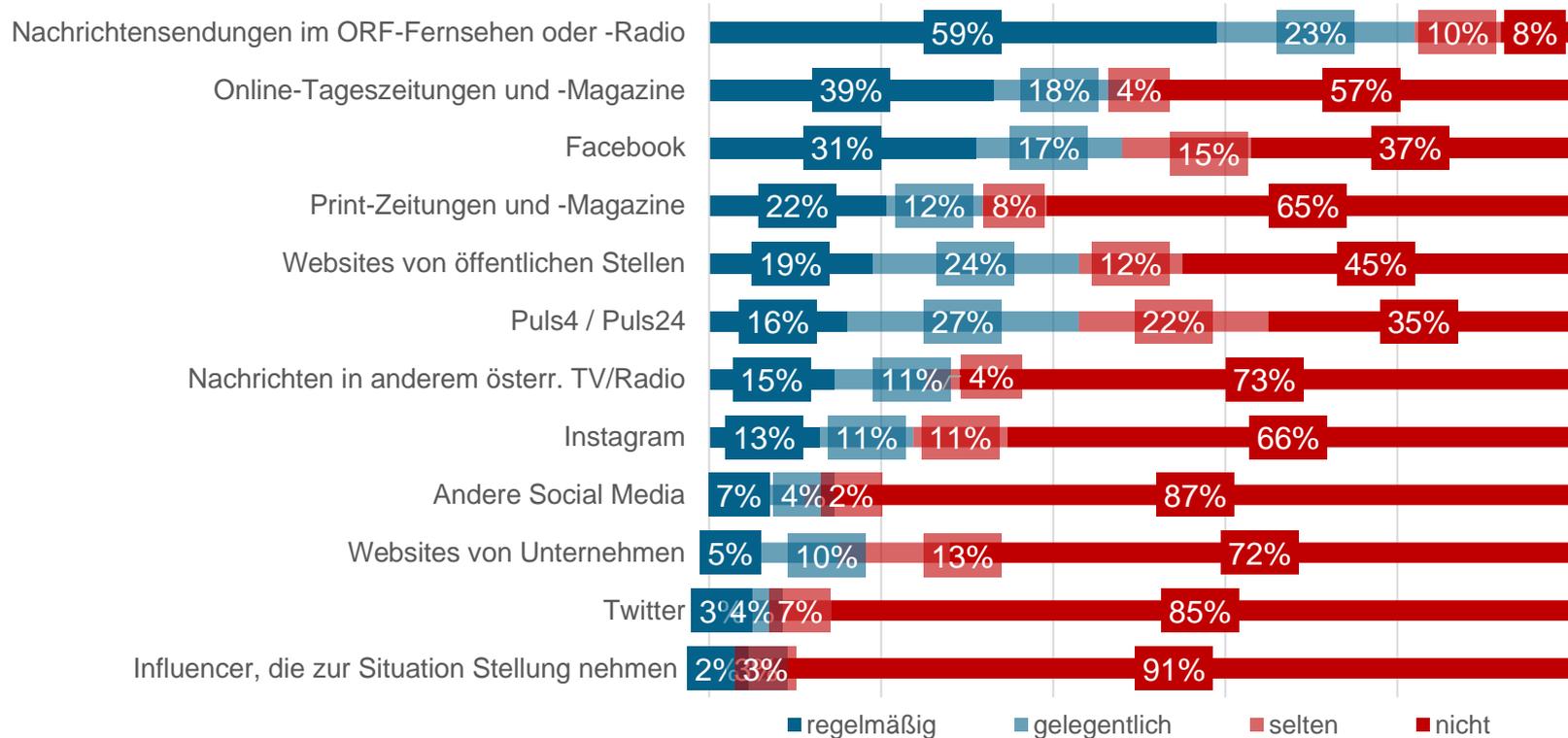


# Momentane (berufliche) Situation



## Detailergebnisse

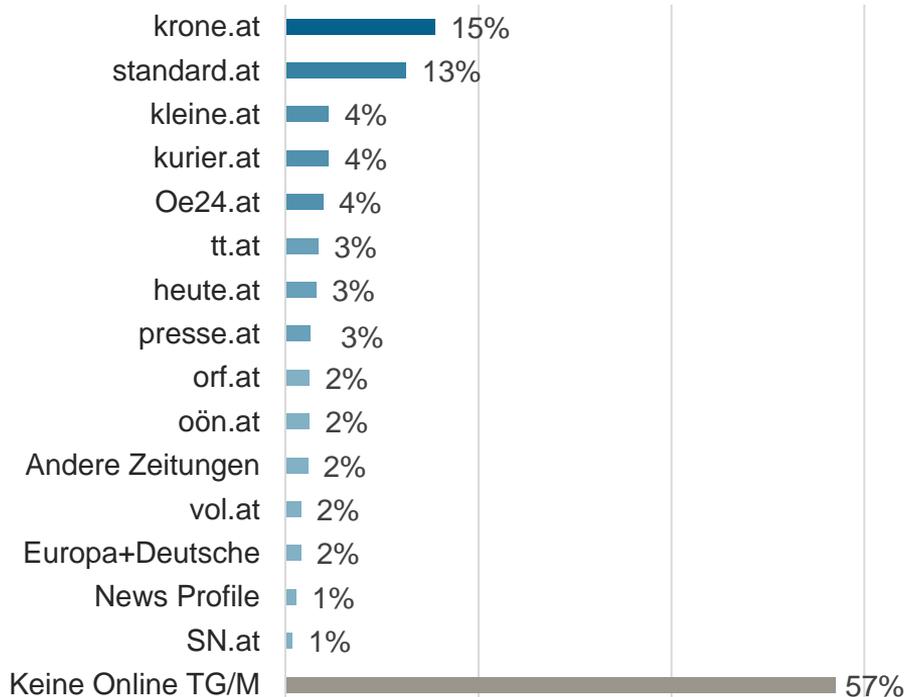
# ORF = TOP Informationsmedium. Fast jede/r Zweite nutzt Online-Zeitungen. Nur ein Drittel Print.



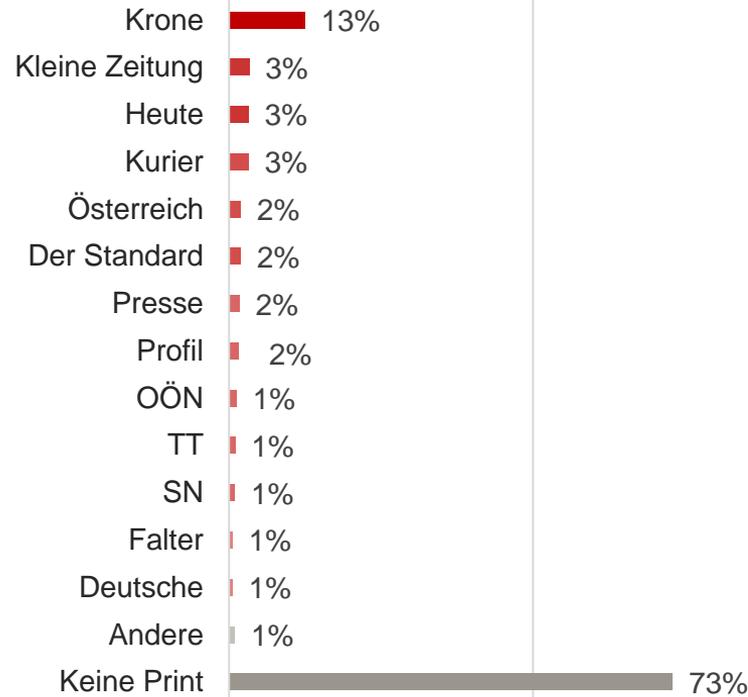
F1\_1: Wenn Sie die Informationen und Meldungen zur Corona-Situation verfolgen: Welche Medien und Quellen nutzen Sie?  
(Einfachantwort, Mehrfachantwort möglich)

n=1.007 alle Befragten

## ONLINE Tageszeitungen und Magazine



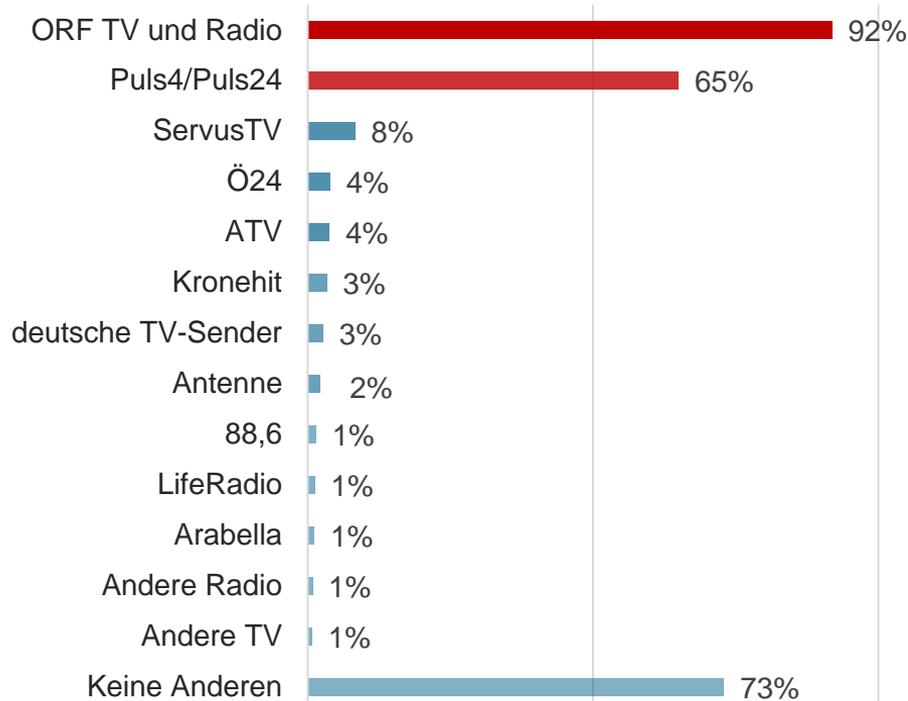
## PRINT Zeitungen und Magazine



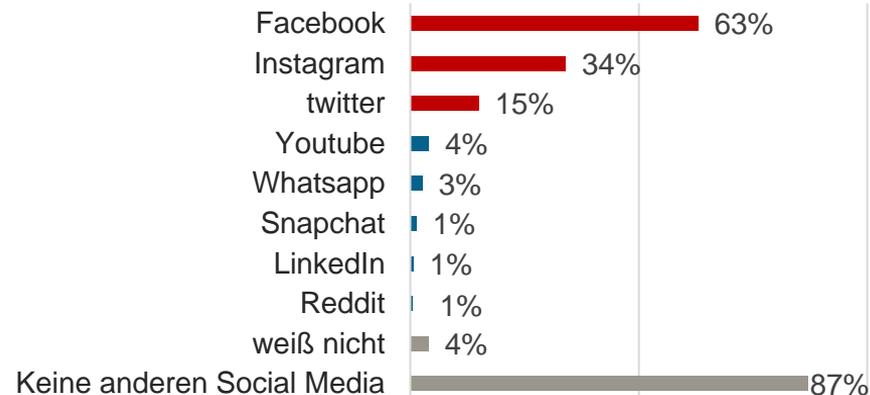
F1\_2: Wenn Sie die Informationen und Meldungen zur Corona-Situation verfolgen: Welche Medien und Quellen nutzen Sie?  
(Mehrfachantwort möglich)

n=1.007 alle Befragten

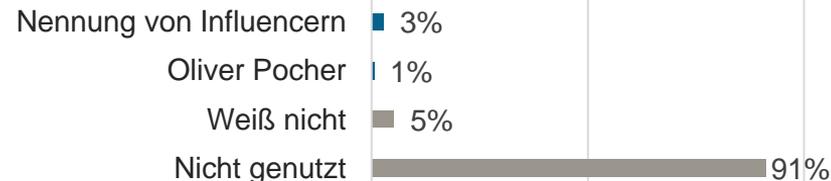
## Nachrichtensendungen österr. TV und Radio



## Social Media



## Influencer

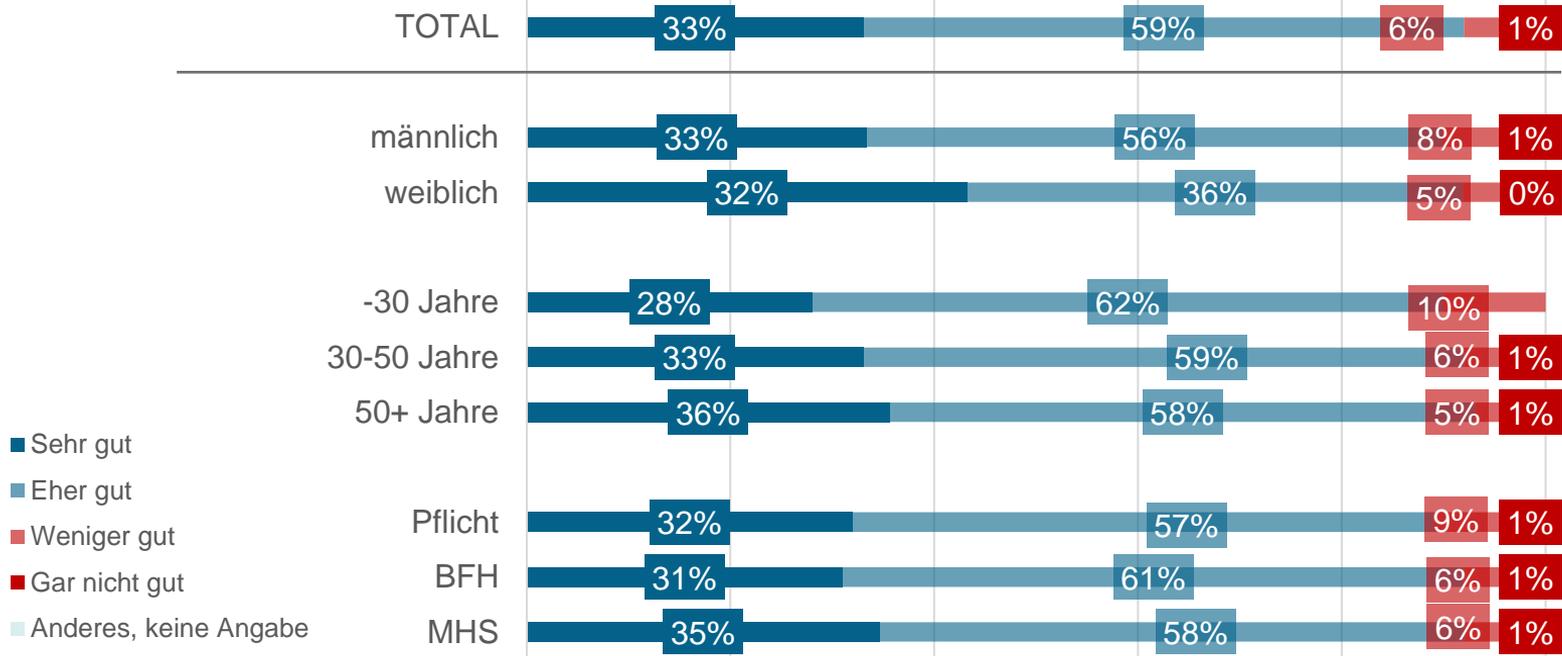


F1\_2: Wenn Sie die Informationen und Meldungen zur Corona-Situation verfolgen: Welche Medien und Quellen nutzen Sie?  
(Mehrfachantwort möglich), **roter Balken: gestützte Abfrage des Mediums.**

n=1.007 alle Befragten

# Ein Drittel „kennt sich mit Corona wirklich aus“, der Großteil „eher“.

Ich fühle mich zur Corona-Situation ... informiert:

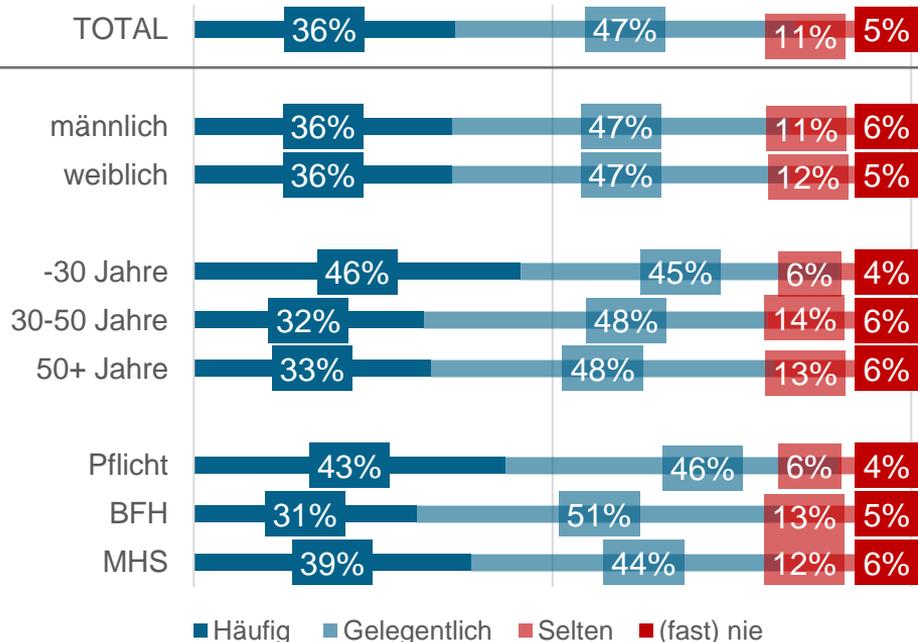


F2: Fühlen Sie sich insgesamt gut zur Corona-Situation informiert, würden Sie sagen, «ich kenne mich aus»? (Einfachantwort)

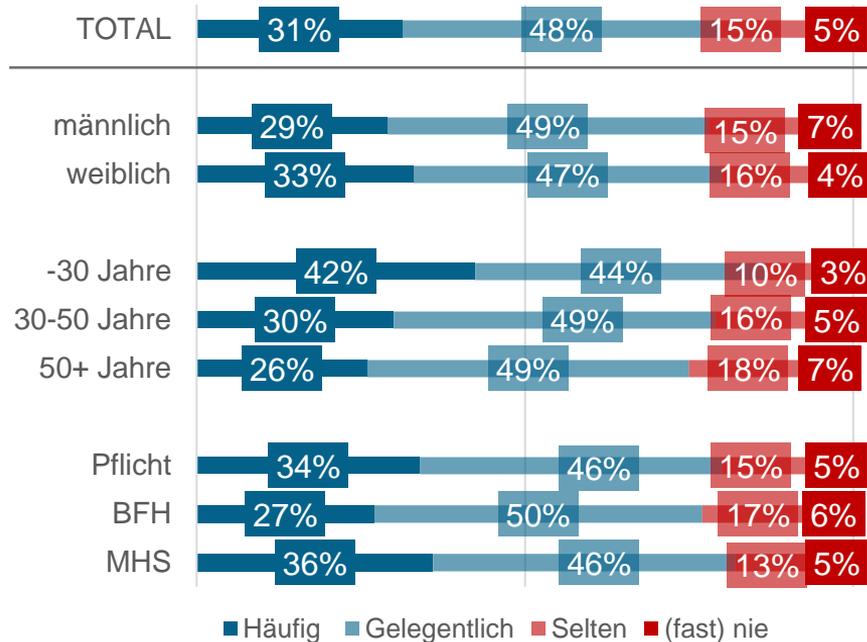
n=1.007 alle Befragten

# Corona ist „in aller Munde“. Nur 1 von 7 gibt Infos nicht weiter.

## INFORMATIONEN WEITERGEBEN



## INFORMATIONEN BEKOMMEN

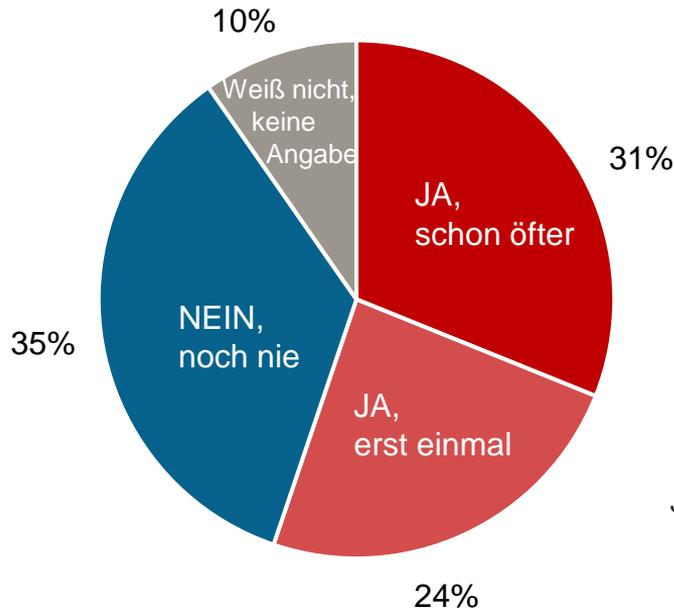


F3: Wie häufig kommt es vor, dass Sie Informationen zur Corona-Situation, die Sie hören oder lesen, gleich an Familie oder Freunde weitergeben? (Einfachantwort)

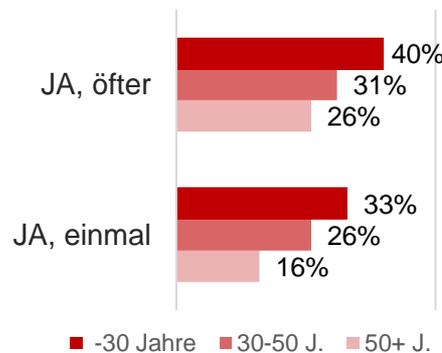
F4: Und umgekehrt: Wie häufig kommt es vor, dass Ihnen jemand aus Ihrem Umfeld Informationen zur Corona-Situation erzählt und weitergibt? (Einfachantwort)

n=1.007 alle Befragten

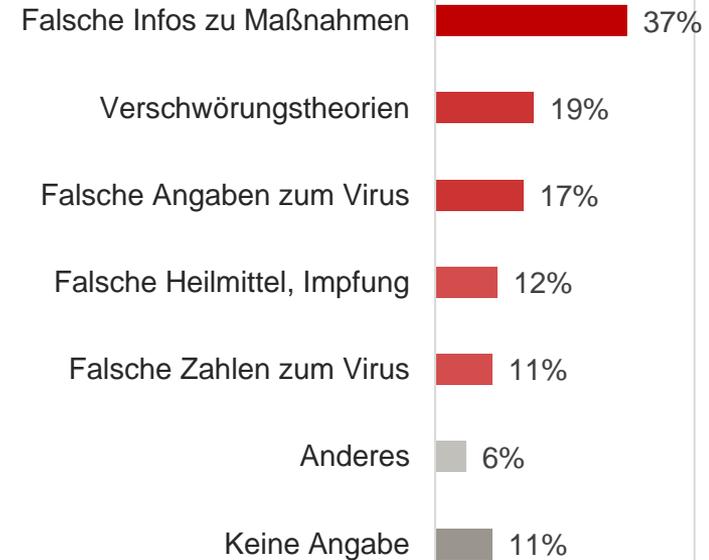
## Mit Fake News konfrontiert?



## ALTER



## Inhalte dieser Fake News

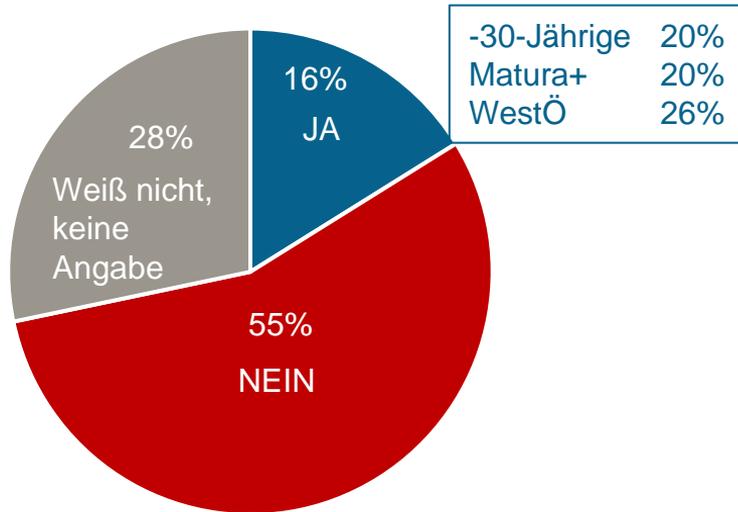


F5: Waren Sie im Zuge der Corona-Situation schon einmal mit sogenannten Fake-News konfrontiert? Also mit einer Information, die Sie anfangs geglaubt haben, die sich dann aber als falsch herausgestellt hat? (Einfachantwort)

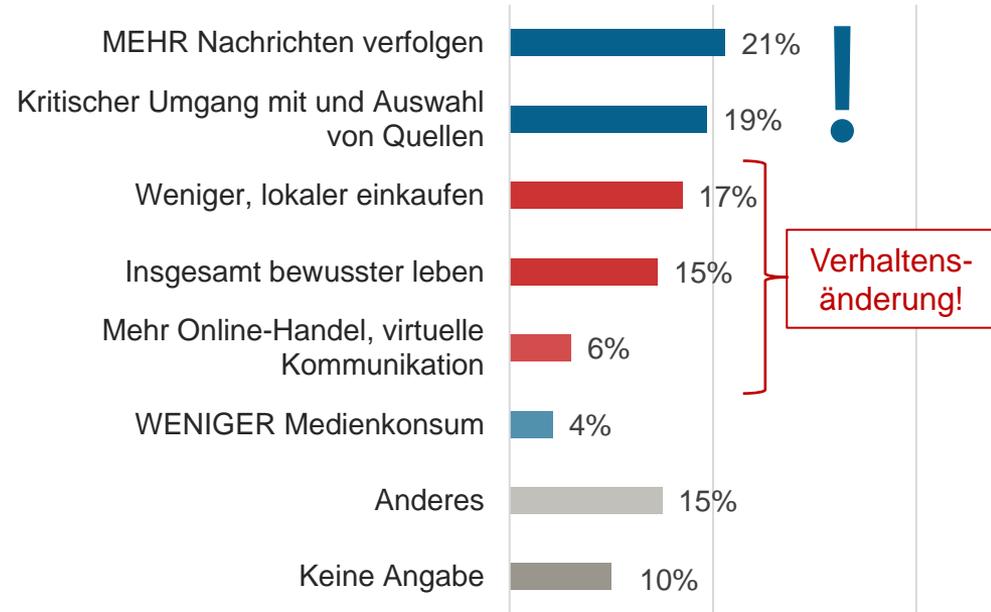
n=1.007 alle Befragten  
n=523 Befragte, die mit Fake News konfrontiert waren

# Einer von sieben glaubt an eine nachhaltige Veränderung des Medien-Konsumverhaltens nach der Corona-Krise!

## Nachhaltige Veränderung des Medien-Konsumverhaltens?



## Inwiefern?

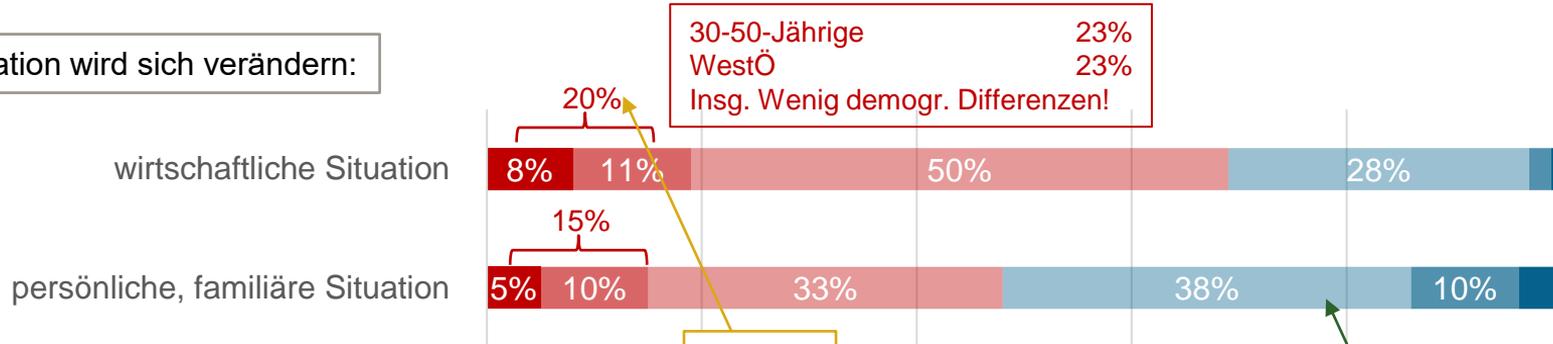


F6: Glauben Sie, wird sich das Medien-Konsumverhalten der ÖsterreicherInnen nach der Corona-Krise nachhaltig verändert haben?  
(Einfachantwort mit offener Frage)

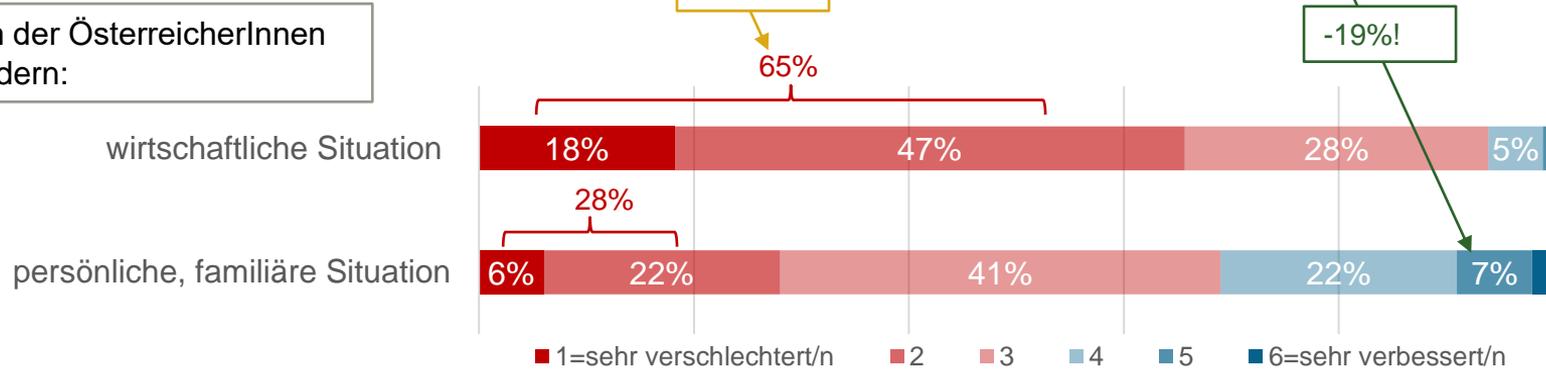
n=1.007 alle Befragten

Während jede/r Fünfte eine Verschlechterung der eigenen wirtschaftlichen Situation sieht, wird diese (projektiv) bei 2/3 vermutet! Bei der familiären Situation gibt es ein Positiv-Saldo.

Meine .... Situation wird sich verändern:



Die ... Situation der ÖsterreicherInnen wird sich verändern:



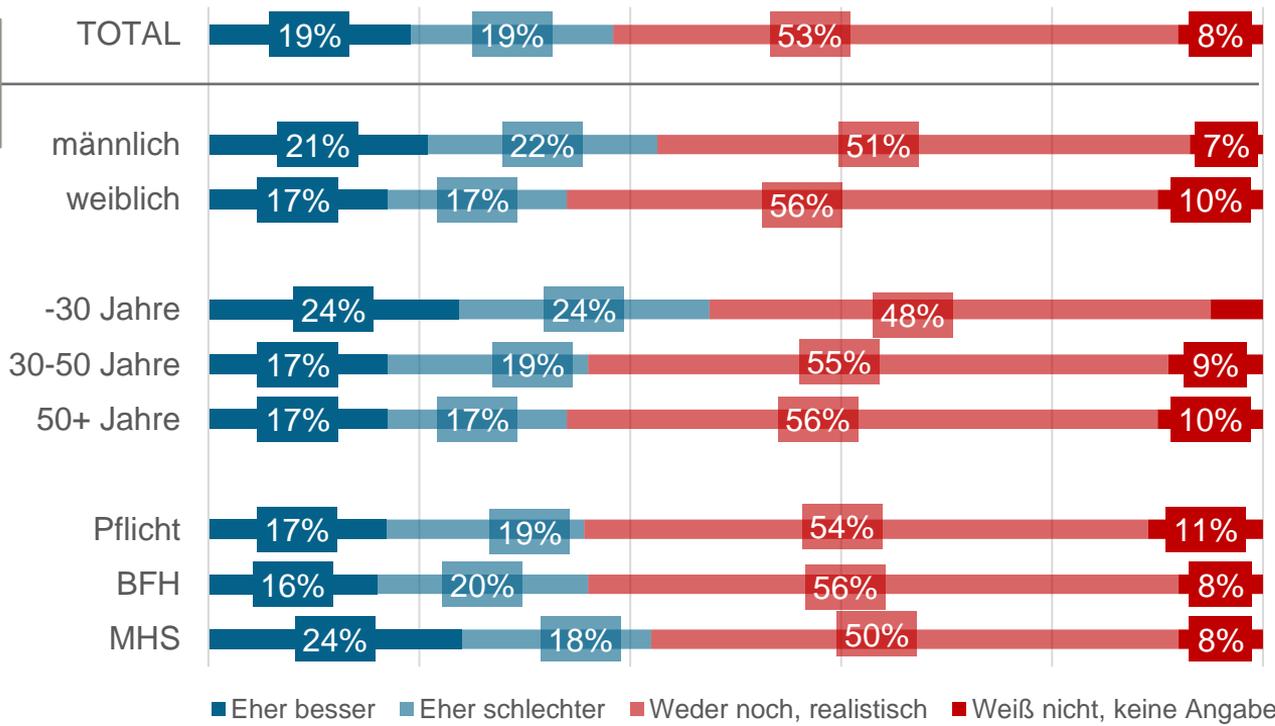
F7: Wo würden Sie sich selbst am ehesten einordnen? (Skalenfrage)

F8: Und wo würden Sie die Menschen in Österreich insgesamt am ehesten einordnen? (Skalenfrage)

n=1.007 alle Befragten

# Die eigene Situation wird sowohl beschönigt, als auch dramatisiert! Jüngere, Männer und höher Gebildete vermuten das häufiger als andere.

Die ÖsterreicherInnen stellen ihre Situation derzeit ... dar:

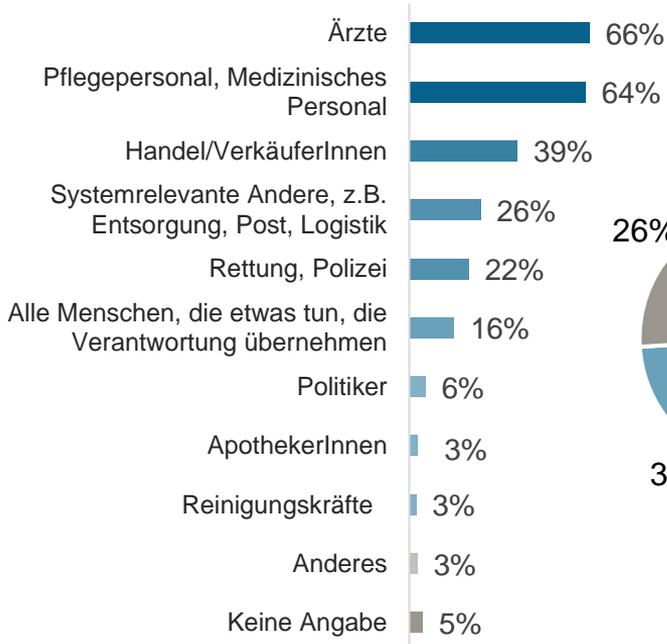


F9: Glauben Sie, dass die Österreicherinnen und Österreicher ihre derzeitige Situation Freunden und Familie gegenüber eher besser darstellen, als sie ist oder eher schlechter darstellen? (Einfachantwort) n=1.007 alle Befragten

# Die Krise bringt beides hervor: Helden UND schwarze Schafe!

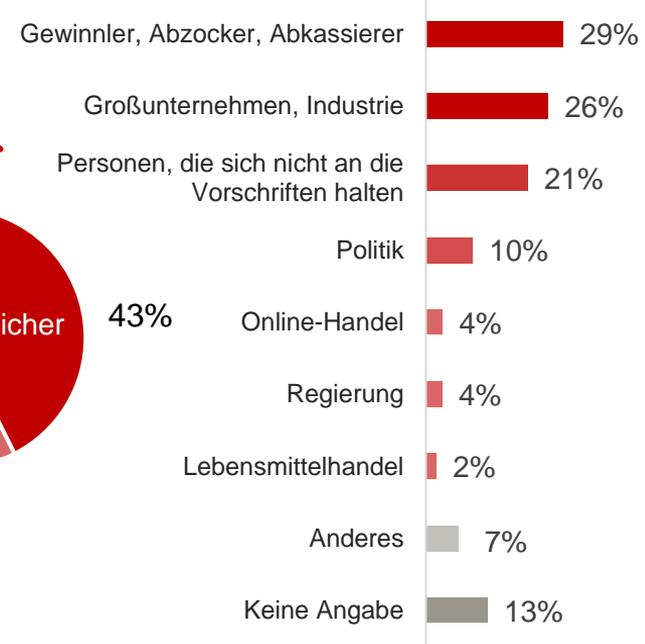
## Helden

n=707

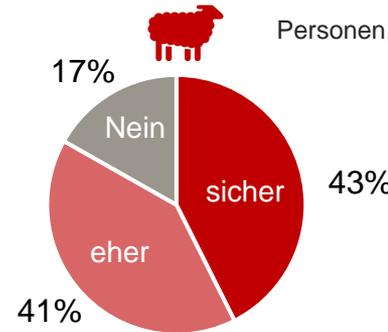
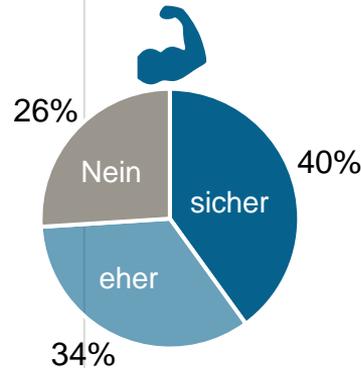


## Schwarze Schafe

n=769



### Die Krise bringt ... hervor:



F10: Wie ist Ihre Ansicht: Bringt die Corona-Situation in Österreich .....hervor (Skalenfrage)

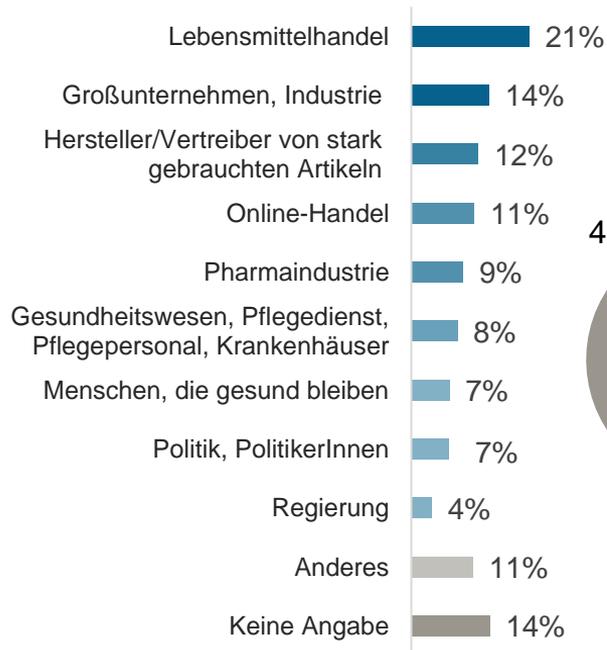
F11: Wen würden Sie als Helden einordnen, an welche Menschen, Unternehmen oder Einrichtungen denken Sie da? (offen Frage)

F12: Wen würden Sie als Schwarze Schafe einordnen, an welche an welche Menschen, Unternehmen oder Einrichtungen denken Sie da? (offene Frage)

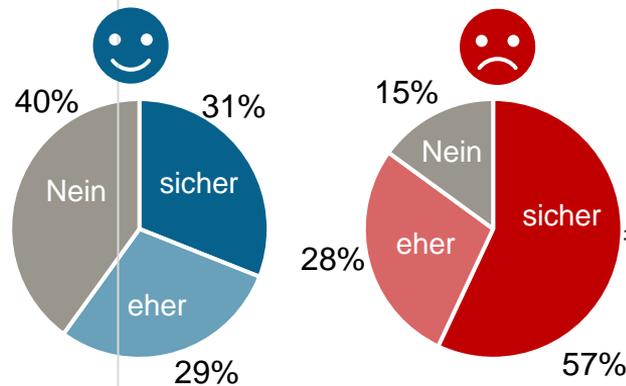
n=1.007 alle Befragten

# Und es gibt klar mehr Verlierer als Gewinner.

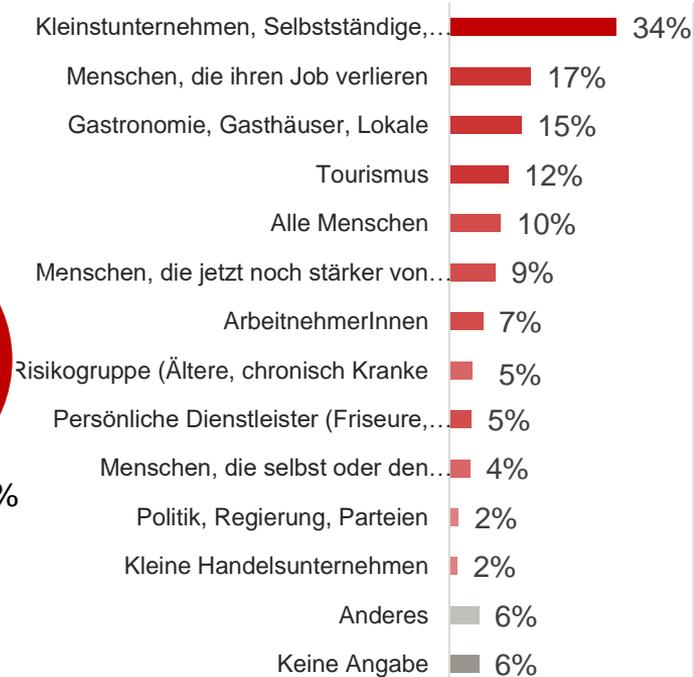
**Gewinner** n=570



Die Krise bringt ... hervor:



**Verlierer** n=570



F10: Wie ist Ihre Ansicht: Bringt die Corona-Situation in Österreich ....hervor (Skalenfrage)

F13: Wen würden Sie als Gewinner einordnen, an welche Menschen, Unternehmen oder Einrichtungen denken Sie da? (offene Frage)

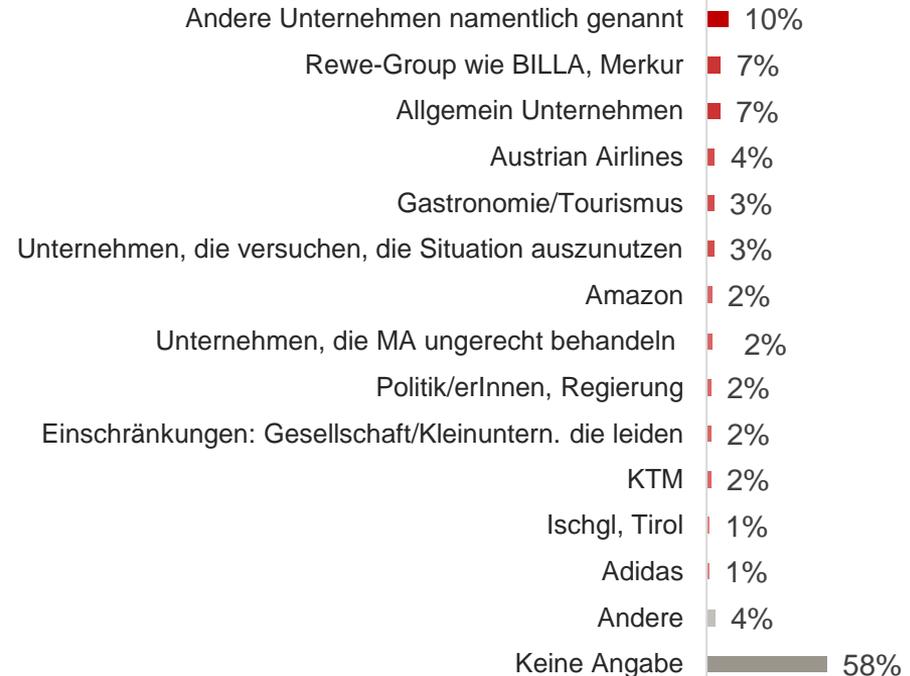
F14: Wen würden Sie als Verlierer einordnen, an welche Menschen, Unternehmen oder Einrichtungen denken Sie da? (offene Frage)

# Lebensmittel-EH, Spar und Hofer wirken positiv, die Rewe-Group polarisiert. Insgesamt gibt es deutlich mehr positive Nennungen.

## ✓ POSITIVES



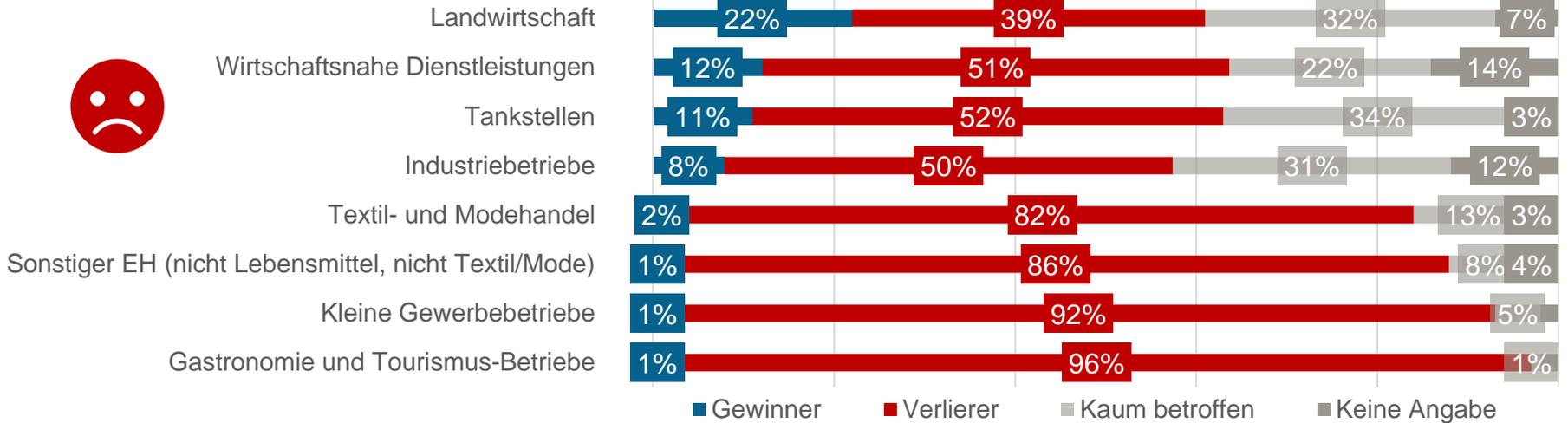
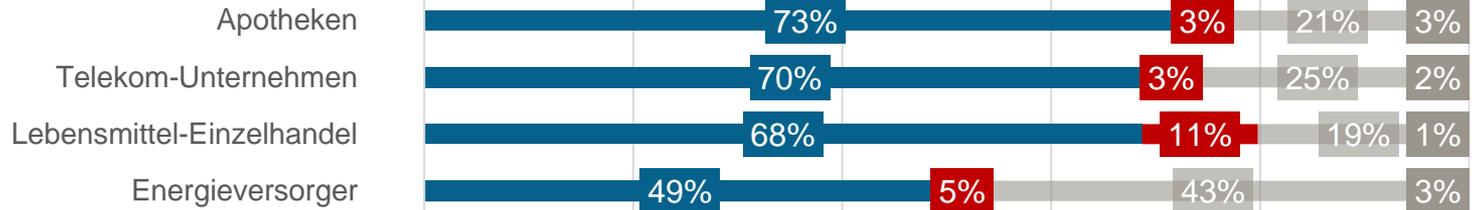
## ✗ NEGATIVES



F15: Noch kurz zu den Unternehmen in Österreich. Von welchen Unternehmen haben Sie im Zuge der Corona-Krise gehört? Und zwar:  
(offene Frage)

n=1.007 alle Befragten

# Die Landkarte der Gewinner-/Verlierer-Branchen zeichnet sich klar. ikp



F16: Welche Branchen sind Ihrer Ansicht nach die Gewinner dieser Krise, wer sind die Verlierer und welche Branchen sind von der Krise kaum betroffen? (Skalenfrage)

n=1.007 alle Befragten

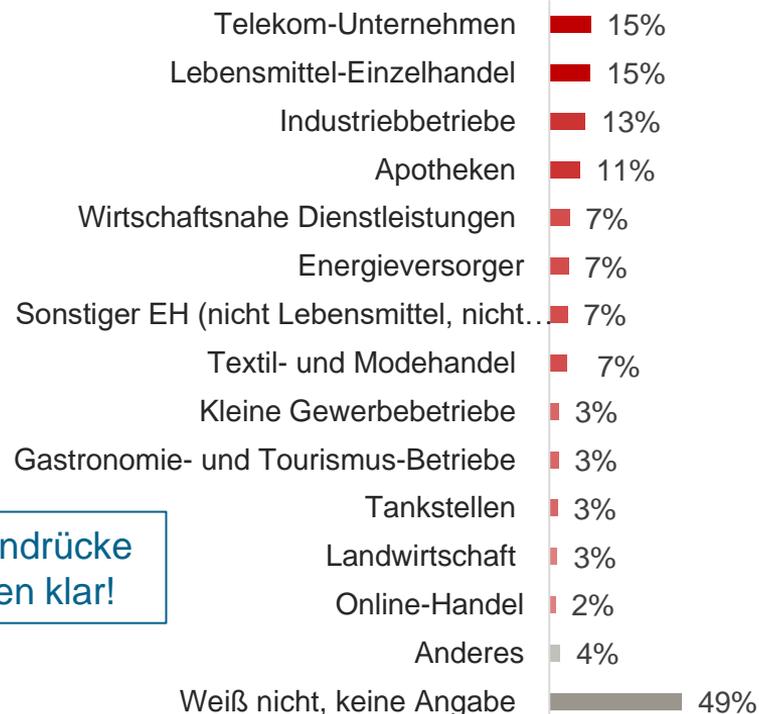


# Imagemäßig gewinnt die Wirtschaft durch die Krise!

## ✓ GUTES TUN



## ✗ SCHNELLES GESCHÄFT



Positive Eindrücke  
überwiegen klar!

F17: Und gibt es unter diesen Branchen welche, die in der jetzigen Situation etwas Gutes für die Menschen in Österreich tun? (Mehrfachantwort möglich)

F18: Und gibt es welche, die versuchen, durch die Krise schnelles Geschäft zu machen? (Mehrfachantwort möglich)

n=1.007 alle Befragten

## Zur Umfrage und Stichprobe

- Von 09. bis 16. April wurden insgesamt 1.007 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung zwischen 15 und 74 Jahren zum Thema Kommunikation und Information zur Corona-Situation online befragt.
- 54% der Befragten sind berufstätig:
  - 23% sind wie bisher im Job, 9% arbeiten ihre gesamte Arbeitszeit im Homeoffice, 3% sind selbständig.
  - 12% sind in Kurzarbeit (entweder am Arbeitsplatz oder im Homeoffice)
  - Die restlichen 7% sind im Urlaub, freigestellt oder in Sonderbetreuungszeit.
- Von den 44% nicht Berufstätigen sind:
  - 12% arbeitssuchend, davon über die Hälfte (58%) erst aufgrund der Corona Krise, mit einem Peak bei den 30-50-Jährigen.
  - 19% in Pension, 5% im Haushalt/in Karenz
  - 8% in Ausbildung

## Medien und Informationsquellen zu Corona

- Die Medien des ORF (TV und Hörfunk) sind erwartungsgemäß für über 80% der ÖsterreicherInnen die TOP-Medien zur Corona-Information: 59% nutzen ORF-Medien regelmäßig, weitere 23% gelegentlich.
  - Interessant ist der Zusammenhang zum subjektiven Informationsgefühl: Unter Jenen, die sich sehr gut informiert fühlen, nutzen 70% regelmäßig ORF-Medien, unter den subjektiv nicht gut Informierten sind es nur 33%.
- Puls4/Puls24 wird von 16% regelmäßig, von 27% gelegentlich genutzt (insgesamt 43%).
  - In Bezug auf das Informationsgefühl zeigt sich hier ein anderes Bild: 19% der subjektiv sehr gut Informierten nutzen Puls4-Angebote regelmäßig, unter den nicht gut Informierten sind es mit 21% sogar etwas mehr.
- Es zeigt sich hier ein Zusammenhang zwischen subjektivem Informationsgefühl und ORF- vs. Puls4-Nutzung.
- Online-Tagezeitungen oder –Magazine werden von 57% genutzt (von Frauen und Männern gleichermaßen), Print hingegen nur von 34% (Männer liegen mit 37% leicht über dem Durchschnitt, auffällig ist jedoch der Altersunterschied: Personen über 50 Jahre nutzen Print zu 51%!). Online überwiegen krone.at (15%) und standard.at (13%), im Print hat die Krone mit 13% die Nase deutlich vorn.
- Auch hier sieht man einen Zusammenhang zwischen subjektivem Informationsgefühl und Nutzung von Qualitätsmedien wie standard.at bzw. krone.at und heute.at: Während die Nutzung von standard.at mit abnehmenden Informationsgefühl abnimmt, ist die Nutzung von krone.at und heute.at unabhängig vom Informationsgefühl. Unter jenen, die sich schlecht informiert fühlen, liegt die Nutzung der Print-Krone sogar über dem Durchschnitt.

## Fortsetzung Medien und Informationsquellen zu Corona

- Facebook hat mit 48% einen insgesamt hohen Informations-Stellenwert, allerdings ohne positiven Zusammenhang zum subjektiven Informationsempfinden. Interessant ist auch, dass die Facebook-Nutzung mit zunehmendem Alter nur leicht abfällt.
- Instagram nutzen immer noch 24% (13% regelmäßig, 11%gelegentlich), Instagram ist klar jugendlicher als Facebook (33% der unter 30-Jährigen nutzen Instagram). Twitter liegt mit 7% deutlich dahinter.
- Interessant: 9% nutzen auch Influencer, um sich zu Corona zu informieren, als einziger wird hier Oliver Pocher etwas häufiger namentlich spontan genannt (von 6 Befragten = 0,6%).

## Subjektives Informationsgefühl, Informationsweitergabe, Fake News

- 33% fühlen sich zu Corona sehr gut, weitere 59% eher gut informiert. Nur 7% sind nicht gut informiert.
  - Unter 30-Jährige fühlen sich schlechter informiert als Ältere, Frauen etwas besser als Männer. Interessant ist, dass das Informationsempfinden mit steigender Schulbildung nur leicht zunimmt.
- Zu allen Corona-Themen findet ein reger Informationsaustausch statt: 83% geben Infos häufig oder regelmäßig „gleich an Familie und Freunde weiter“, umgekehrt erhalten 79% Informationen zurück.
  - Unter den bis 30-Jährigen ist der Informationsaustausch noch reger als in den anderen Altersgruppen.
  - Außerdem steigt der Austausch mit dem subjektiven Informationsempfinden – bzw. steigt das Informationsempfinden mit dem Austausch!
- 55% waren bereits mit Fake News konfrontiert, unter den Jüngeren sogar 73%. Dabei ging es vor allem um falsche Informationen rund um die COVID 19-Maßnahmen.

## Veränderung des Medien-Konsumverhaltens nach Corona

- Nur 16% glauben, dass sich das Medien-Konsumverhalten der ÖsterreicherInnen nach den Erfahrungen der Corona-Krise nachhaltig verändern wird, 55% glauben das nicht, 28% haben dazu keine Meinung. Hierbei ist jedoch zu bemerken, dass einige Befragte bei dieser Frage auch an Verhaltensänderungen wie z.B. „weniger einkaufen“, „bewusster, regionaler einkaufen“ oder ähnliche Aspekte denken.
  - Unter 30-Jährige und Personen mit höherem Bildungsniveau glauben mit 20% etwas häufiger an eine nachhaltige Veränderung, ebenso Personen aus Westösterreich (26%).
- Die Befragten vermuten, dass die ÖsterreicherInnen in Zukunft insgesamt mehr Nachrichten verfolgen werden (21%, Frauen über dem Ø) bzw. mit Medien und Informationsquellen kritischer umgehen werden (19%, Männer über dem Ø).

## Eigene (wirtschaftliche/persönliche) Situation, Darstellung nach außen

- 20% der Befragten befürchten eine Verschlechterung der eigenen wirtschaftlichen Situation (Werte 1+2 auf 6-stufiger Skala, 1 = sehr verschlechtern), nur 3% erwarten eine Verbesserung (Werte 5+6).
  - 30-50-Jährige und Personen aus Westösterreich erwarten sich in höherem Ausmaß eine Verschlechterung (23%).
- ABER: Projektiv gefragt befürchten 65% eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation „der ÖsterreicherInnen“! Die eigene Situation wird also massiv besser bewertet (und erhofft!) als das Umfeld.
- Bei der Entwicklung der persönlichen, familiären Situation gibt es weniger Unterschiede zwischen Selbst- und Fremdbild: 15% erwarten FÜR SICH eine Verschlechterung, 28% für DIE ÖSTERREICHERINNEN.

## Darstellung nach außen

- Bei der Darstellung nach außen, ob sich die ÖsterreicherInnen Freunden und Familie gegenüber eher besser oder eher schlechter darstellen, zeigt sich ein interessantes Gleichgewicht: Jeweils 19% der Befragten vermuten eine bessere bzw. schlechtere Außendarstellung der eigenen derzeitigen Situation. Der Großteil (53%) vermutet eine realistische Darstellung.
  - Befragte mit höherem Bildungsniveau gehen stärker von einer Beschönigung aus (24% „eher bessere Selbstdarstellung nach außen“), ebenso Personen aus Ostösterreich (22%).
  - Bei Befragten aus Oberösterreich und Salzburg überwiegt etwas das Gefühl der Dramatisierung: 21% glauben an eine schlechtere Darstellung nach außen.

## Helden und Schwarze Schafe | Gewinner und Verlierer – die Krise bringt alles hervor

- 74% der Befragten sind sicher (40%) oder eher (34%) der Ansicht, dass die Krise Helden hervorbringt, 84% glauben aber auch sicher (43%) oder eher (41%) an Schwarze Schafe.
  - Frauen denken etwas stärker an HeldInnen, Männer etwas überdurchschnittlich an Schwarze Schafe.
  - Befragte unter 30 Jahren zeigen sich hier positiver und vermuten deutlich stärker Helden als Schwarze Schafe.
  - Bei der offenen Nachfrage werden als Helden vor allem Ärzte (66%) und Pflegepersonal (64%) verstanden, als Schwarze Schafe undifferenziert alle „Abzocker, Gewinnler“ (29%), aber auch Großunternehmen (26%).
- 60% glauben an Gewinner durch die Krise – dies sind vor allem der Lebensmittelhandel und die Industrie, 85% aber denken eher an Verlierer, allen voran die Kleinstunternehmen, die ihren Job verlieren und die Gastronomie.

## Das Bild der Unternehmen in der Krise

- Spontan werden der Lebensmittelhandel/die Nahversorger allgemein (16%) und explizit Spar (11%) und Hofer (7%) als „positiv auffallende Unternehmen“ im Zuge der Corona-Krise genannt. Ebenfalls 7% nennen „Krankenhäuser“.
- Negativ wird mit 7% explizit BILLA/Rewe genannt, gefolgt von den Austrian Airlines (4%). 10% nennen allgemein „die Unternehmen“, die „die Situation ausnutzen“.
- Es ist hier zu erwähnen, dass 45% keine positiv auffallenden Unternehmen und 58% keine negativ auffallenden Unternehmen nennen können oder wollen.
- Gestützt zeichnet sich klar eine Landkarte der Gewinner- und Verlierer-Branchen ab:
  - Apotheken, Telekom-Unternehmen, Lebensmittel-Einzelhändler und Energieversorger stehen auf der Sonnenseite der Corona-Krise.
  - Gastronomie, Kleingewerbe, Einzelhandel (ohne Lebensmittel) und explizit Textil/Mode-Handel stehen im Schatten.
- 70% der Befragte sind der Ansicht, der Lebensmittel-Einzelhandel tut in der jetzigen Situation „Gutes für die Menschen in Österreich, mit 69% liegen die Apotheken an 2. Stelle beim Imagegewinn. Danach folgen die Landwirtschaft und die Energieversorger. „Schnelles Geschäft“ machen jetzt vor allem die Telekom-Unternehmen – aber auch der Einzelhandel. Insgesamt überwiegt der Positiv-Eindruck.
  - Interessant ist, dass es beim Positiv-Eindruck wenig Differenzen in den demografischen Untergruppen gibt, beim Negativ-Eindruck („schnelles Geschäft“) zeigen sich Männer und unter 30-Jährige kritischer.

## Rückfragen/Kontakt

---

Triple M Matzka Markt- und Meinungsforschung, Christina Matzka

Mobil: +43 (0) 650 339 02 75

Mail: [christina.matzka@triple-m.mafo.at](mailto:christina.matzka@triple-m.mafo.at)

Web: [www.triple-m-mafo.at](http://www.triple-m-mafo.at)