

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 9. April 2020

Studie: Erwartungen an den Werbemarkt in der Corona-Krise

Die Nachfrage nach fundierter Berichterstattung rund um die Corona-Pandemie steigt immens an. Zugleich stellen Rückgänge im Werbemarkt die Finanzierung dieser essenziellen journalistischen Angebote in Frage. Mit dieser Situation sehen sich Zeitungshäuser aktuell konfrontiert. Sie reagieren darauf mit zahlreichen Initiativen, um Lesern und Werbetreibenden passende Angebote zu liefern.

Dass es in der Bevölkerung auch eine entsprechende Erwartungshaltung gibt, zeigt eine repräsentative Befragung, die die ZMG Zeitungsmarktforschung im Auftrag des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) zwischen dem 27. und 31. März 2020 unter 2.000 Bundesbürgern durchgeführt hat.

Werbung mit aktuellem Bezug kommt an

Für drei Viertel (77 Prozent) der Bevölkerung sind das Corona-Virus und seine Folgen das beherrschende Thema in der Alltags-Kommunikation. Das darf und soll sich auch in der Werbekommunikation widerspiegeln: Demnach kommt es bei der großen Mehrheit der Bürger gut an, wenn Unternehmen in der Ausnahmesituation Gesicht zeigen und mit entsprechender Werbung ihre Haltung gegenüber der Gesellschaft und ihren Mitarbeitern deutlich machen. 56 Prozent begrüßen das ausdrücklich und 50 Prozent erwarten gerade in der Krise gezielte Informationen von Unternehmen über nützliche Produkte und Services.

Die Erwartungen an den Handel sind dabei besonders hoch: Regelmäßige Informationen von Lebensmittelläden und Drogerien wünschen sich 70 Prozent der Menschen. In der Werbung aktuelle Ereignisse aufzugreifen,

zählt positiv auf das Unternehmensimage ein, bestätigt rund die Hälfte der Bevölkerung.

Am wichtigsten ist für die Menschen dabei die verlässliche Information zur Situation vor Ort. Laut Studie liegt für 95 Prozent der Gesamtbevölkerung liegt hier der Fokus. Für die Hälfte der Bevölkerung – quer durch alle Altersschichten - und 69 Prozent der Zeitungsleser sind die Print- und Digitalangebote eine wesentliche Informationsquelle zu Corona. Dass das regionale Umfeld als Folge der Corona-Krise dauerhaft an Bedeutung gewinnen wird, erwarten immerhin 62 Prozent der Befragten.

Dabei geht die Wirkung der Tageszeitungen über deren Printausgabe oder Webportal hinaus. Sie ist auch ein wichtiger Inputgeber in sozialen Netzwerken: 64 Prozent der Social Media-Nutzer und sogar 72 Prozent der unter 30-Jährigen sind in sozialen Netzwerken, Messengern oder Blogs schon auf Zeitungsberichte zum Corona-Virus aufmerksam geworden. Gerade in der aktuellen Notlage setzen alle Alters- und Bevölkerungsgruppen ganz besonders auf vertrauenswürdige Quellen.

[Weitere interessante Daten und Fakten finden Sie in den Studiencharts.](#)

Kontakt:

BDZV, Alexander von Schmettow, Telefon 030/726298-210, E-Mail schmettow@bdzv.de

Dr. Andrea Gourd, ,069/973822-46, E-Mail gourd@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](#) und Instagram [bdzv.de](#)