

PRESSE-INFO

Verlängerter Lockdown

Was denkt die junge Bevölkerung?

Monheim am Rhein/Köln. In Kooperation haben das Technologieunternehmen BitBurst und das Forschungsinstitut Marketmedia24 untersucht, was die jüngere Bevölkerung zu den verschärften Corona-Maßnahmen denkt. Und, ob sich junge Menschen wirklich so nonkonform verhalten, wie es ihnen vorgeworfen wird. Befragt wurden hierzu in einer querschnittlichen Online-Umfrage 400 Deutsche im Alter von 16 bis 35 Jahren. Es finden sich deutliche Trends.

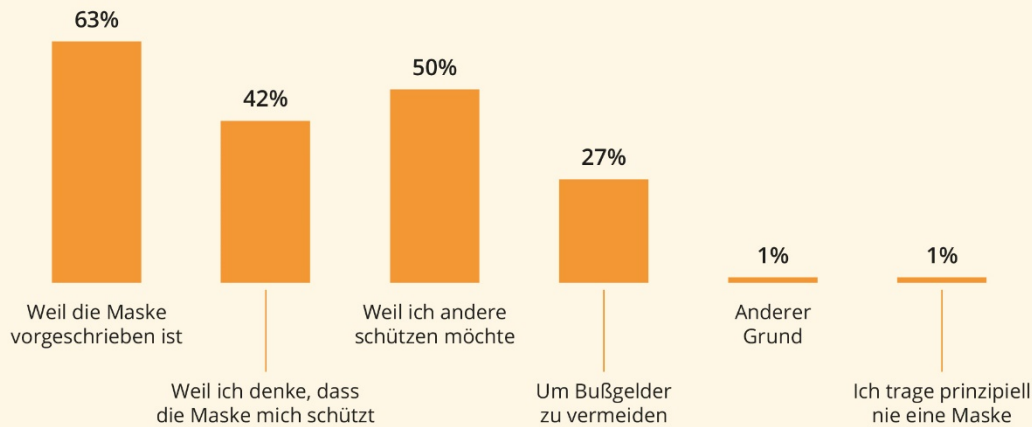
Die Zufriedenheit der jungen Bevölkerung ist niedrig. 40 Prozent von ihnen sind mit den aktuellen Maßnahmen nicht zufrieden. Von ihnen glauben nur etwa 30 Prozent, dass die Masken sie schützen und ein Drittel der Unzufriedenen möchte sich nicht impfen lassen. Worin diese Unzufriedenheit begründet liegt, ist sehr unterschiedlich: Es halten 34 Prozent der Teilnehmer die aktuellen Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie für zu locker. Im Gegensatz dazu finden 29 Prozent die Maßnahmen zu streng. Hier fällt auf, dass unter den AfD-Wählern knapp 63 Prozent die aktuellen Corona-Maßnahmen für zu streng halten. Ebenso fühlen sie sich durch die Maskenpflicht sowie den Lockdown am stärksten belastet. Im allgemeinen Schnitt bedeuten Social Distancing und die Schließung des Einzelhandels die stärksten Einschränkungen für die junge Bevölkerung.

Im Hinblick auf die Maskenpflicht zeigen sich weitere Trends. Mehr als zwei Drittel der Befragten tragen im Alltag auch dann eine Maske, wenn dies keine Pflicht ist. Von den Impfgegnern tragen nur 54 Prozent freiwillig eine Maske. Ein Großteil der Befragten ist von der Schutzfunktion der Masken überzeugt. Unter den Impf-Optimisten glauben 62 Prozent, dass die Maske sie schützt.

Von den Bemühungen, Schulen geschlossen zu halten und arbeitende Personen ins Homeoffice zu verlagern, können 46 Prozent der Befragten profitieren. Weitere 27 Prozent lernen und arbeiten weiterhin vor Ort. Dabei zeigt sich, dass von dem jüngeren Teil, den 16- bis 18-jährigen, bereits mehr als die Hälfte von Zuhause lernt und arbeitet. Bei den 26- bis 35-jährigen ist es ausgeglichen, mit 35 Prozent vor Ort und 38 Prozent im Homeoffice.

Warum tragen Sie eine Maske?

Online-Umfrage unter 400 Deutschen
im Alter von 16 bis 35 Jahren



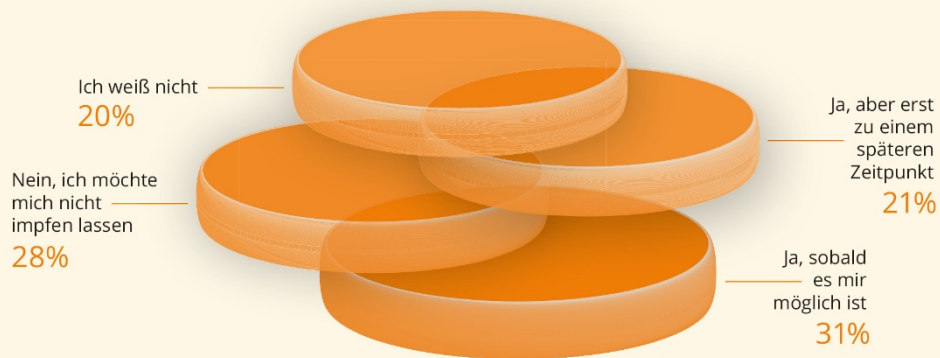
Quelle: BitBurst GmbH, Monheim am Rhein, in Kooperation mit Marketmedia24, Köln

Die Umfrage spiegelt den allgemeinen Trend hin zum Online-Einkauf deutlich wider. So gaben 40 Prozent der Personen an, im Laufe der Pandemie mehr Produkte über Online-Anbieter gekauft zu haben als zuvor. Weitere 15 Prozent kauften ausschließlich online ein. Für die Zeit nach der Pandemie hingegen planen ein Drittel der Teilnehmer, überwiegend bis ausschließlich im Einzelhandel einkaufen zu gehen.

Die Impfbereitschaft unter der jungen Bevölkerung ist mit in Summe 52 Prozent hoch.

Möchten Sie sich gegen das Coronavirus impfen lassen?

Online-Umfrage unter 400 Deutschen
im Alter von 16 bis 35 Jahren



Quelle: BitBurst GmbH, Monheim am Rhein, in Kooperation mit Marketmedia24, Köln

2.638 Zeichen inkl. Leerzeichen | 386 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
presse@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

BitBurst ist ein deutsches Technologieunternehmen mit Fokus auf mobile Marktforschung. Im Gründungsjahr 2015 veröffentlichte BitBurst die erste App und war damit einer der Vorreiter, der in Deutschland die Möglichkeit bot, mit dem Smartphone Geld zu verdienen. Drei Jahre später stieg BitBurst in die Forschungsbranche ein und entwickelte eine mobile App zum Ausfüllen von Umfragen. Mit dieser App erreichte BitBurst innerhalb von weniger als einem Jahr 1 Million Nutzer und schuf ein mit 4,5+ Sternen bewertetes, in Echtzeit bezahltes Umfragepanel für Nutzer auf der ganzen Welt. 2019 wurde die Technologie für andere App-Entwickler oder mobile Websites unter BitLabs geöffnet.

Heute bietet BitBurst zusätzlich die Erstellung und Verwaltung eigener Umfragen von Kunden an. Zielgruppen mit Marktforschung weltweit zu verbinden, ist die Mission.

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkennntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.