

## Zweite internationale COVID-19-Umfrage von Kekst CNC: Corona wird unser Leben langfristig und nachhaltig verändern

- **Auswirkungen der Krise auf Wirtschaft deutlich länger und einschneidender als zunächst erwartet**
- **Deutsche erwarten nachhaltige Veränderung im Konsum- und Freizeitverhalten, selbst wenn Impfstoff vorliegt: deutlicher Rückgang bei Flugreisen, Restaurant- und Veranstaltungsbesuchen**
- **Pendel schlägt um: Angst vor Rezession klar angestiegen, Sorge um Gesundheit geht zurück**

**München, 11.05.2020** – Das Corona-Virus wird das Leben langfristig und nachhaltig verändern. Zwei Drittel (66%) der deutschen Öffentlichkeit erwarten, dass die Überwindung der Krise mehr als ein Jahr dauern wird – und damit die Auswirkungen der Pandemie auf Wirtschaft, Konsum- und Freizeitverhalten deutlich länger andauern und einschneidender sind als zunächst erwartet. Das zeigt die zweite internationale COVID-19-Umfrage der strategischen Kommunikationsberatung Kekst CNC, die neben einem internationalen Vergleich insbesondere die zeitliche Entwicklung der Haltung der Bevölkerung nachzeichnet.

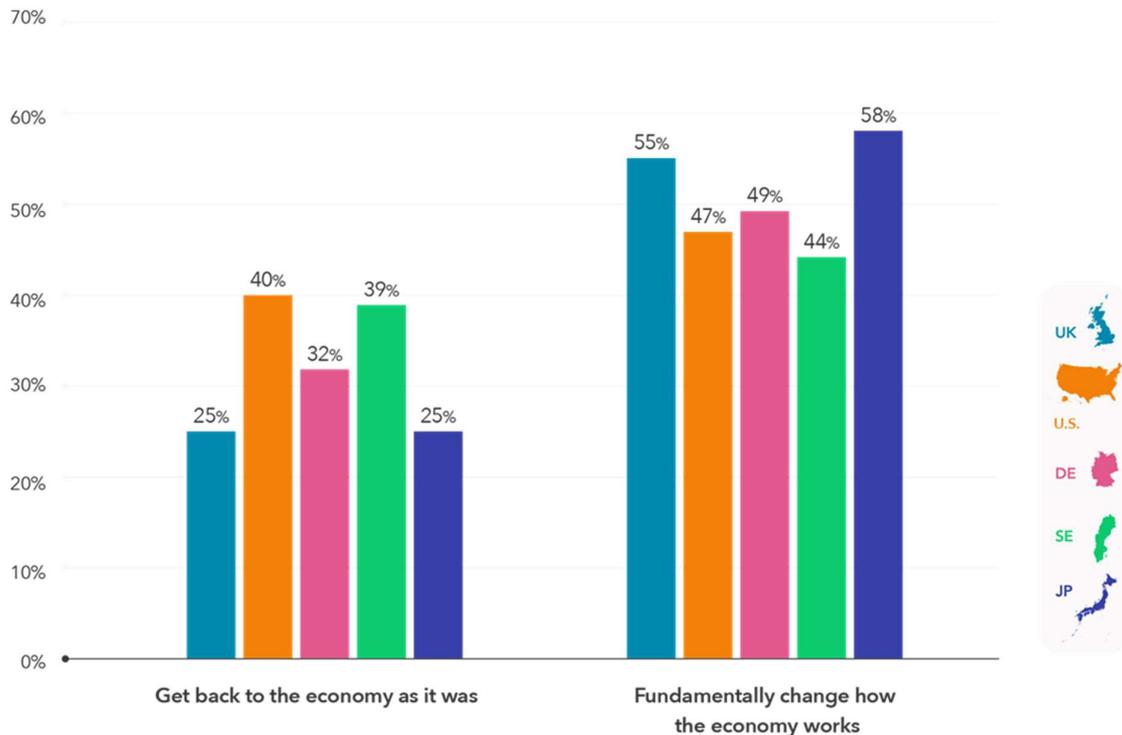
Die erste Umfrage reflektiert den Stand vor Ostern, die zweite, heute veröffentlichte Welle, die Haltung der Bevölkerung in der ersten Maiwoche. Durch das internationale Setup mit Fokus auf Deutschland, Großbritannien, die USA, Schweden und Japan dokumentiert die Studie auch länderspezifische Unterschiede im Umgang mit der Krise, die Erwartungshaltung der Bevölkerung an Politik und Unternehmen sowie gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends.

### **Auswirkungen der Krise auf Wirtschaft deutlich länger und einschneidender als zunächst erwartet**

Die Einschätzung der Dauer der Corona-Krise steigt signifikant an: 66% der Deutschen erwarten, dass die wirtschaftlichen Folgen mehr als ein Jahr andauern werden. Im April lag dieser Anteil noch bei 47%. Auch nach der Überwindung der Krise sieht die deutsche Öffentlichkeit keine Rückkehr in den „Vor-Corona-Zustand“, sondern ein verändertes Wirtschaftsleben : 49% wollen eine grundsätzliche Veränderung des Wirtschaftslebens, nur 32% der Deutschen möchten, dass die Wirtschaft wieder zur bekannten Normalität zurückfindet. Ein klares Bild, wie die Wirtschaft nach der Krise aussehen wird, existiert dagegen nicht. Klimaschutz genießt dabei aus heutiger Sicht keine hohe Priorität. Nur 8% der Deutschen sagen, dass Klimaschutz die neue Top-Priorität der Wirtschaft werden soll.

Auch auf die Frage, welchen gesellschaftlichen Beitrag die Unternehmen während der Krise leisten sollten, existiert kein einheitliches Bild: Jeweils 12% in Deutschland sprechen sich vor allem für

Hilfsaktionen für Bedürftige oder die Unterstützung bei der Produktion medizinischer Produkte aus. Nur 4% haben die Priorität, dass Unternehmen signifikant spenden, um beispielsweise Services im Gesundheitsbereich zu fördern. Jedoch sprechen sich bei dieser Frage 43% der Deutschen dafür aus, es solle vor allem Gehaltskürzungen beim Top-Management geben. Diese Erwartung ist in anderen Europäischen Ländern deutlich weniger ausgeprägt: In Großbritannien liegt dieser Wert bei 22%, in Schweden bei 24%.



**Kein Zurück zur alten Normalität:** 49% der Deutschen wollen eine grundsätzliche Veränderung des Wirtschaftslebens, nur 32% der Deutschen möchten, dass der „Vor-Corona-Zustand“ wieder zurückkehrt.

### Deutsche erwarten nachhaltige Veränderung im Konsum- und Freizeitverhalten selbst wenn Impfstoff vorliegt: deutlicher Rückgang bei Flugreisen, Restaurant- und Veranstaltungsbesuchen

Beim Konsum- und Freizeitverhalten erwarten die Deutschen nachhaltige Veränderungen. Besonders bemerkenswert: Ob ein Impfstoff vorliegt oder nicht, hat darauf nahezu keinen Einfluss: Auch mit Impfstoff wird 25% weniger geflogen, 20% weniger Konzerte, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen besucht, 7% weniger Restaurantbesuche stattfinden. Freizeitaktivitäten an der frischen Luft dagegen stehen in Deutschland hoch im Kurs: Diese steigen um 31%.

Bernhard Meising, Co-CEO und Partner von Kekst CNC: „Corona verändert auch die Erwartungen der Menschen an die Wirtschaft. Unternehmen müssen ihr Handeln deutlich intensiver erklären. Wer sich darauf rechtzeitig einstellt, kann gestärkt aus der Krise kommen.“

## Pendel schlägt um: Angst vor Rezession klar angestiegen, Sorge um Gesundheit geht zurück

Die Sorge vor gesundheitlichen Schäden in Deutschland durch den Corona-Virus sinkt deutlich. Nur noch 37% der Deutschen (April: 46%) machen sich ernsthafte Sorgen um ihre Gesundheit. In nur vier Wochen ist das Pendel zwischen Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit und Maßnahmen zur Stärkung der Wirtschaft deutlich umgeschwungen. Weniger als die Hälfte der Deutschen (49%) fordert, dass die Bundesregierung vorrangig die Verbreitung des Virus bekämpfen soll. Anfang April lag dieser Weg noch bei 54%. Im Gegenzug steigt der Anteil derer, die aus Sorge vor einer Rezession die Maßnahmen zur Stabilisierung der Wirtschaft als wichtiger bewerten: dieser Wert steigt von 26% auf 33%. Ganz anders beispielsweise die Situation in Großbritannien. Hier favorisieren fast unverändert knapp drei Viertel der Bevölkerung Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. Nur 14% präferieren wirtschaftliche Maßnahmen.

Obwohl die Stimmen mehr werden, die eine Unterstützung der Wirtschaft fordern, sinkt die Angst vor Arbeitsplatzverlusten. Die konkrete Sorge vor dem Verlust des eigenen Arbeitsplatzes ist rückläufig. Nur 14% (April: 18%) erwarten, den eigenen Job zu verlieren.

Bernhard Meising: *„Das Vertrauen der Menschen in das Gesundheitssystem und die Kraft des Staates ist hoch. In der jetzt vor uns liegenden Phase müssen die Unternehmen dafür sorgen, dass auch das Vertrauen in unser Wirtschaftssystem stabil bleibt.“*

###

## Methodologie

Die zu Grunde liegende Umfrage ist repräsentativ. Sie wurde im Zeitraum vom 27. April bis 1. Mai 2020 unter jeweils 1.000 Erwachsenen in Deutschland, Großbritannien, Schweden, Japan und den USA durchgeführt. Die maximale Abweichung der Stichprobenergebnisse von den realen Werten in der Grundgesamtheit (Fehlergrenze/ Margin of Error) beträgt +/- 3,3%. Das Auswahlverfahren erfolgte nach Quoten und Gewichtung von Geschlecht, Alter und Region in jedem Land.

## Über Kekst CNC

Kekst CNC ist eine führende globale Beratung für strategische Kommunikation. Ein Team aus über 250 erfahrenen Mitarbeitern betreut seine Kunden aus 13 Büros in New York, London, München, Berlin, Frankfurt, Paris, Brüssel, Tokio, Seoul, Hongkong, Dubai, Abu Dhabi und Stockholm. Als vertrauenswürdiger Berater unterstützt Kekst CNC in hochrelevanten Themen wie: M&A, Aktivistische Aktionäre und Corporate Governance, Krisenkommunikation, Restrukturierung, Litigation Support, Investor Relations, IPO-Kommunikation, Reputations- und Issue-Management, Change Management und Change Communications sowie digitale Transformation und Kommunikation.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.kekstcnc.com](http://www.kekstcnc.com)

## Pressekontakt

Thomas Empt

Managing Director . Unternehmenssprecher

T +49 89 599 458 – 112 | M +49 172 84 86 429