

WYSIATI – Konsumentenentscheidungen im Zuge der Corona-Pandemie

Eine empirische Studie

Prof. Dr. Marcus Stumpf | Sophia Hellenthal

Einflüsse der Corona-Pandemie auf Konsumentenentscheidungen

F+ PODCASTS BLOGS THEMEN TICKER ARCHIV STELLENMARKT
Gesellschaft > Gesundheit > Coronavirus > WHO stuft Coronavirus-Ausbruch als Pandemie ein

Frankfurter Allgemeine ZEITUNG FAZ.NET

WELTWEITE VERBREITUNG
WHO stuft Coronavirus-Ausbruch als Pandemie ein

AKTUALISIERT AM 11.03.2020 - 18:23



Das Coronavirus hat sich inzwischen in 115 Länder ausgetragen: Der Generaldirektor der Weltgesundheitsorganisation spricht nun von einer Pandemie – und schlägt kritische Töne an.

PRODUKTE NEWSLETTER

tagesschau

Sendung verpasst?

Inland > Hamsterkäufe wegen Corona-Pandemie: Mit Klopapier durch die Krise



Hamsterkäufe wegen Corona-Pandemie

Mit Klopapier durch die Krise

Stand: 25.03.2020 16:52 Uhr

Es sind Steigerungen von bis zu 800 Prozent: Zahlen des Statistischen Bundesamtes belegen, wie die Nachfrage nach Produkten wie Toilettenpapier, Desinfektionsmitteln oder haltbaren Lebensmitteln mit der Corona-Pandemie explodiert ist.

Desinfektionsmittel sind seit Beginn der Corona-Pandemie ein Verkaufsschlager: Zeitweise stieg der Absatz um bis zu 800 Prozent. Das geht aus Zahlen des Statistischen

<https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/coronavirus/who-stuft-coronavirus-ausbruch-als-pandemie-ein-16674704.html>

<https://www.tagesschau.de/inland/hamsterkaeufe-corona-101.html>; Ziems et al. 2020, S. 103

SYSTEM 1

Intuition & Instinkt

95%

schnell
unbewusst
anstrengungslos
assoziativ
Autopilot
Intuition & Instinkt



SYSTEM 2

Rationales Denken

5%

langsam
bewusst
erfordert kognitive Anstrengung
regelbasiert
Pilot
rationales Denken



Heuristiken & kognitive Verzerrungen (Biases)

- Framing-Effekt
- Bestätigungsirrtum
- Rekognitionsheuristik

WYSIATI – What you see is all there is (etwa: „Nur was man gerade weiß, findet statt“)

Quelle: Kahneman 2012

EUKO 2021

WYSIATI - Konsumentenentscheidungen im Zuge der Corona Pandemie

3

FRAMING

- Beschreibt die Art und Weise, wie eine Sachlage dargestellt wird
- Frame = die mentale Repräsentation eines Entscheidungsproblems
- Wahrnehmung & Verarbeitung von Informationen aus der Umwelt und die Aktivierung vorhandenen Wissens → bestimmen Rahmen



Verschiedene Formulierungen bzw. Darstellungen können zu unterschiedlichen Entscheidungen führen

ABTREIBUNGSVERBOT

BABY



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Pro
Abtreibungsverbot

FÖTUS



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Kontra
Abtreibungsverbot



BESTÄTIGUNGSIERRTUM

- Informationen so auswählen, suchen, interpretieren, dass diese die eigenen Annahmen & Erwartungen bestätigen



Verzerrte Wahrnehmung

- vorgefasste Meinungen & Vorurteile sind in den Köpfen der Menschen gefestigt
- lassen sich auch mit belegbaren Gegen-informationen nicht verändern

Quelle: Wason 1960; Myers 2014; Beck 2014

REKOGNITIONSHEURISTIK

- Entscheidung hängt ausschließlich von der Wiedererkennung ab
- Wenn von zwei Objekten eines wiedererkannt wird & das andere nicht, sollte sich für das wiedererkannte Objekt entschieden werden
- Das reine Wiedererkennen erscheint so überzeugend, dass andere Kriterien vernachlässigt werden
- Es kommt nicht darauf an, warum das Objekt wiedererkannt wird → Gefühl des Erinnerns reicht aus

WELCHE STADT HAT MEHR EINWOHNER?



Chongqing



New York City



Wirkung der Medien beeinflusst die Entscheidungen & Verhaltensweisen

1

Wie zeigen sich bekannte Phänomene der Verhaltensökonomie im Zuge der Corona-Pandemie?

- a) Werden Konsumentenentscheidungen maßgeblich durch das Unterbewusstsein getroffen?
- b) Werden Urteils- und Entscheidungsfehler von den Konsumenten begangen?

2

Wie beeinflusst die Corona-Pandemie das Konsumentenverhalten aktuell und in Zukunft?

1. Studie Mai 2021

- **17.05. - 21.05.2021**
- geringe Impfraten, Lockdown
- 418 Teilnehmer (mit gültigem Fragebogen)



2. Studie August 2021

- **02.08. - 06.08.2021**
- höhere Impfraten, Lockerungen
- 431 Teilnehmer (mit gültigem Fragebogen)



Stichprobenbeschreibung

- Familien mit Kindern unter 15 Jahren (> 4 Personen im Haushalt)
- Berufstätige in Voll- oder Teilzeit, Altersdurchschnitt: 44,5 Jahre
- Mittlere Einkommensgruppe (2.000-3.999€)
- Schulabschluss: Abitur (>50%)
- Staatsangehörigkeit: deutsch

1

Wie zeigen sich bekannte Phänomene der Verhaltensökonomie im Zuge der Corona-Pandemie?

- a) Werden Konsumentenentscheidungen maßgeblich durch das Unterbewusstsein getroffen?
- b) Werden Urteils- und Entscheidungsfehler von den Konsumenten begangen?

2

Wie beeinflusst die Corona-Pandemie das Konsumentenverhalten aktuell und in Zukunft?

H1: Die unterschiedliche Wortwahl beeinflusst die Ängstlichkeit von Personen

Allgemeine Zeitung

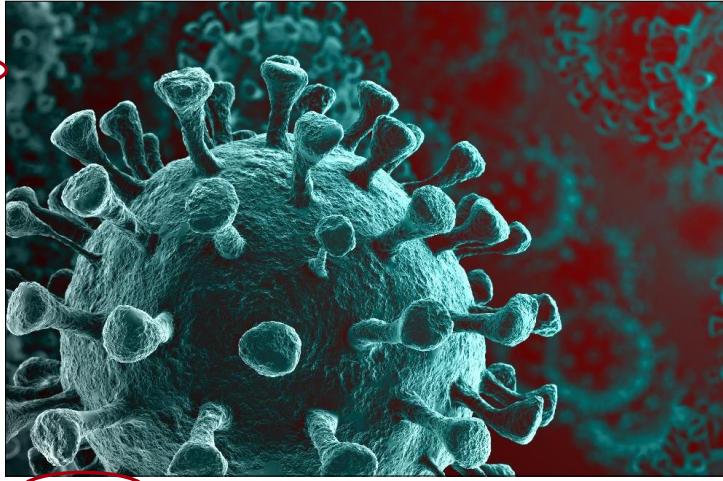
Montag, 10. Mai 2021

Tagesanzeiger

Jahrgang 76 · Nr.31

Die Corona-Pandemie und ihre Folgen

Der Kampf gegen die Corona-Pandemie stellt die Welt vor gewaltige Aufgaben und macht den Ausnahmezustand zum Normalzustand. Ausgangsbeschränkungen und -Sperrern, Grenzkontrollen, Aufrechterhaltung der kritischen Infrastruktur: Viele Staaten kämpfen im Innern mit zahlreichen Maßnahmen gegen eine weitere Ausbreitung des Virus und die Folgen der Pandemie. Aber auch international verändert das Virus vieles grundlegend und verschärft die Situation in armen, von Sanktionen betroffenen, stark bevölkerten oder von Kriegen gezeichneten Ländern zusätzlich. Wie wird der "Notstands-Staat" (Gumbrecht) die Gesellschaft verändern? Welche politischen und wirtschaftlichen Auswirkungen wird die Corona-Pandemie haben?



Die Corona-Pandemie stellt uns vor neue Herausforderungen.

Foto ©: AdobeStock - creativeneko

Allgemeine Zeitung

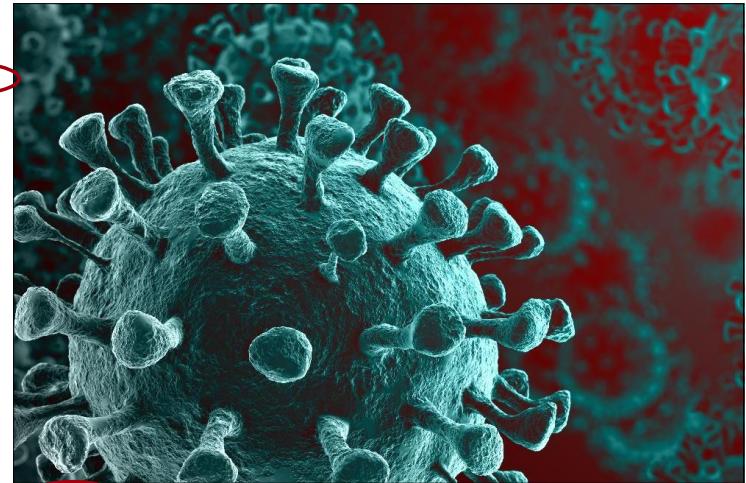
Montag, 10. Mai 2021

Tagesanzeiger

Jahrgang 76 · Nr.31

Die Corona-Krise und ihre Folgen

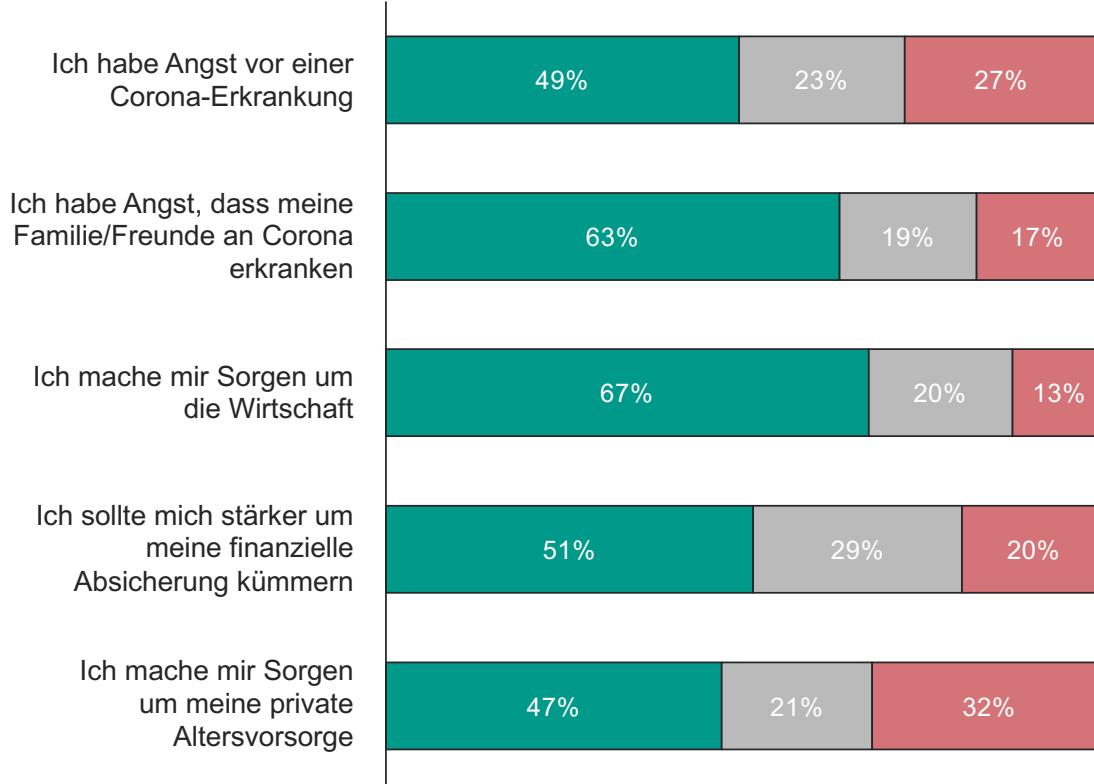
Der Kampf gegen die Corona-Krise stellt die Welt vor gewaltige Aufgaben und macht den Ausnahmezustand zum Normalzustand. Ausgangsbeschränkungen und -Sperrern, Grenzkontrollen, Aufrechterhaltung der kritischen Infrastruktur: Viele Staaten kämpfen im Innern mit zahlreichen Maßnahmen gegen eine weitere Ausbreitung des Virus und die Folgen der Krise. Aber auch international verändert das Virus vieles grundlegend und verschärft die Situation in armen, von Sanktionen betroffenen, stark bevölkerten oder von Kriegen gezeichneten Ländern zusätzlich. Wie wird der "Notstands-Staat" (Gumbrecht) die Gesellschaft verändern? Welche politischen und wirtschaftlichen Auswirkungen wird die Corona-Krise haben?



Die Corona-Krise stellt uns vor neue Herausforderungen.

Foto ©: AdobeStock - creativeneko

H1: Die unterschiedliche Wortwahl beeinflusst die Ängstlichkeit von Personen



	Sehr hohe bis hohe Zustimmung	Weder noch	Geringe bis keine Zustimmung
Pandemie	134 62,3%	6 2,8%	75 34,9%
Krise	98 45,4%	10 4,6%	108 50,0%
Gesamt	232	16	183
			431

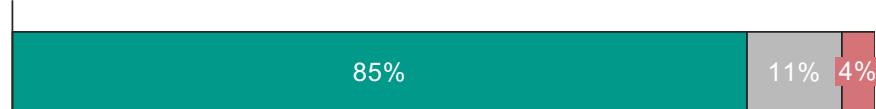
Bestätigt

n=431 K*= 0,24 Teststatistik= 0,002 <0,05 → signifikant

H2: Wenn Personen eine positive Einstellung zu Impfstoffen haben, dann befürworten diese die Corona-Impfkampagne der Bundesregierung

Einstellung zu Impfungen im Allgemeinen

Impfungen sind gut und notwendig als Schutz gegen Infektionskrankheiten



Ich sehe keinen Nutzen einer Impfung



Ich bin absolut gegen jegliche Art von Impfungen, da sie überflüssig und schädlich sind



Ich würde mir für jede einzelne Impfung gut überlegen, ob sie sinnvoll ist



Impfungen dienen vor allem den Interessen der Pharmakonzerne



■ Sehr hohe bis hohe Zustimmung ■ Weder noch ■ Geringe bis keine Zustimmung

Prof. Marylyn A., Infektiologin Tilo W., Rentner Miriam L., Eventmanagerin

Jetzt informieren!
Tel. 116 117

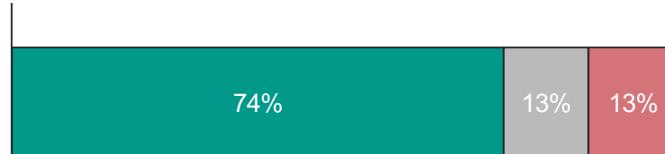
**DEUTSCHLAND
KREMPelt DIE
#ÄRMELHOCH**
FÜR DIE CORONA-SCHUTZIMPfung

Die Corona-Schutzimpfung ist da. Zunächst nicht für alle, sondern für die besonders gefährdeten Menschen. Informieren Sie sich schon jetzt, wer vorangehen kann und wann auch Sie sich impfen lassen können. Für unseren Weg ins normale Leben.
corona-schutzimpfung.de

Zusammen gegen Corona Bundesministerium für Gesundheit Robert Koch-Institut BZgA

H2: Wenn Personen eine positive Einstellung zu Impfstoffen haben, dann befürworten diese die Corona-Impfkampagne der Bundesregierung

Die Impfkampagne zeigt die Notwendigkeit von Impfungen, um die Corona-Pandemie einzämmen zu können



Ich finde die Impfkampagne sinnvoll, um mehr Menschen zu einer Impfung zu animieren

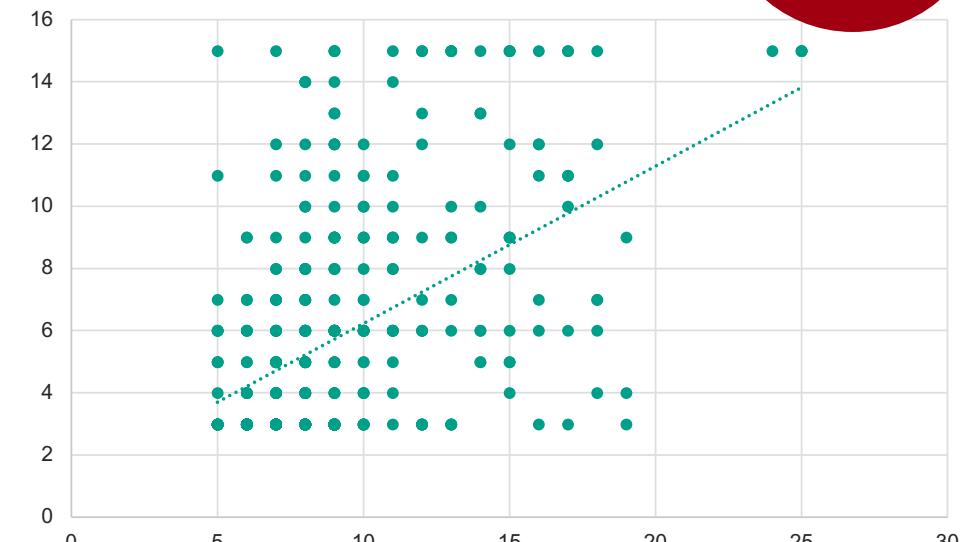


Ich finde die Impfkampagne wichtig, um auf die Bedeutung der Corona-Impfungen aufmerksam zu machen



■ Sehr hohe bis hohe Zustimmung ■ Weder noch ■ Geringe bis keine Zustimmung

Zusammenhang Einstellung Impfungen A. Einstellung Corona-Impfkampagne

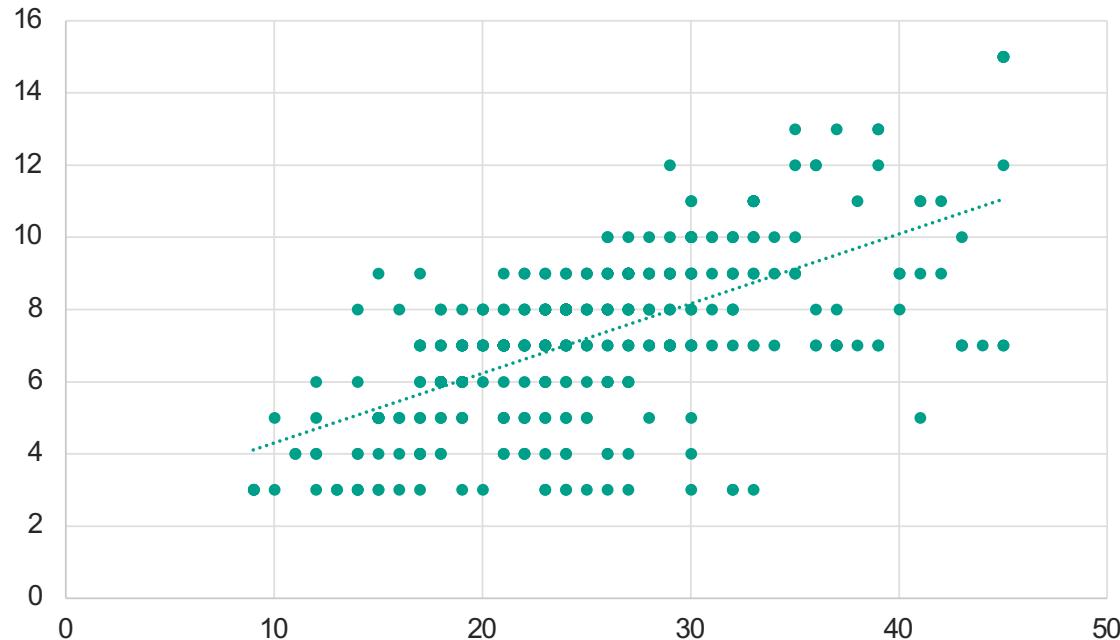


Bestätigt

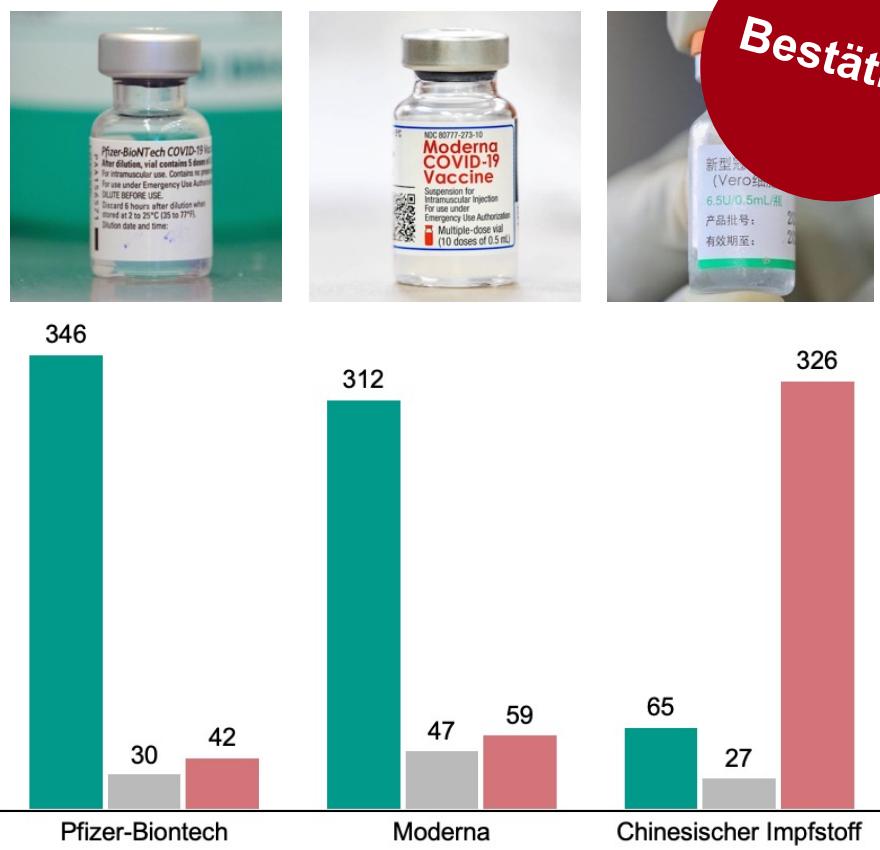
Studie 1: $n = 418$ $r \approx 0,48$ $p = 3,62 \times 10^{-26}$; $p < 0,05 \rightarrow$ signifikant
Studie 2: $n = 431$ $r \approx 0,46$ $p = 2,14 \times 10^{-24}$; $p < 0,05 \rightarrow$ signifikant

H3: Wenn Personen der Impfstoff bekannt ist, dann haben diese eine positive Einstellung ihm gegenüber

Zusammenhang Bekanntheit des Impfstoffes und Einstellung zum Impfstoff



EUKO 2021



Bestätigt

1

Wie zeigen sich bekannte Phänomene der Verhaltensökonomie im Zuge der Corona-Pandemie?

- a) Werden Konsumentenentscheidungen maßgeblich durch das Unterbewusstsein getroffen?
- b) Werden Urteils- und Entscheidungsfehler von den Konsumenten begangen?

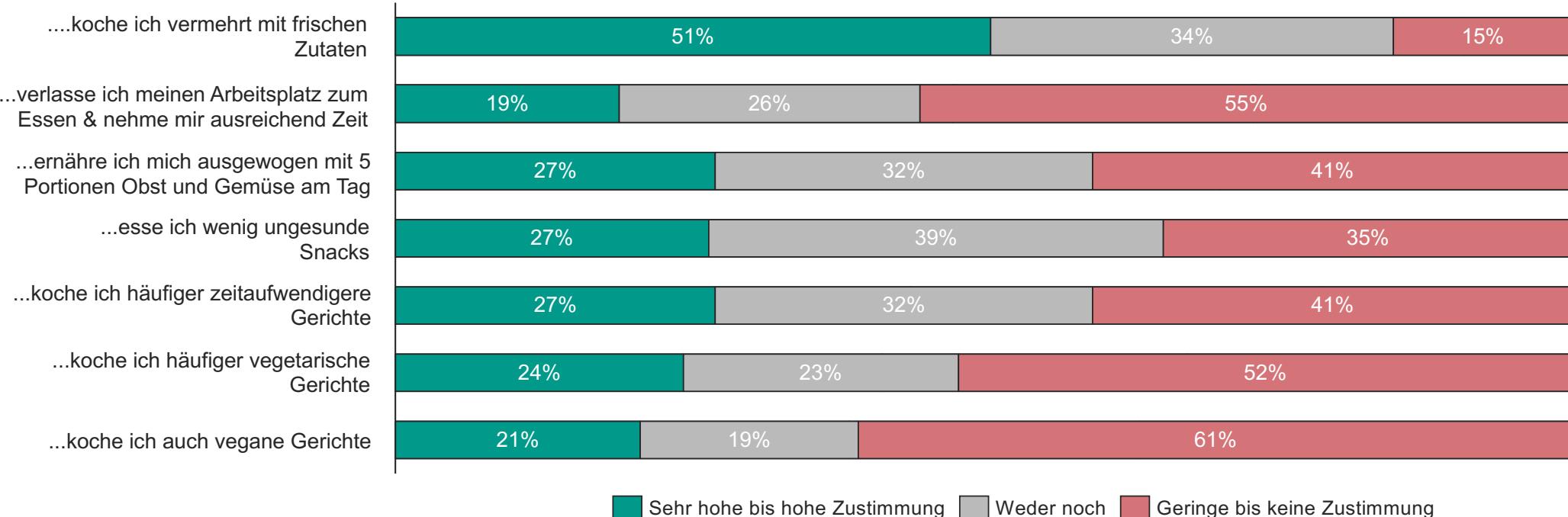
2

Wie beeinflusst die Corona-Pandemie das Konsumentenverhalten aktuell und in Zukunft?

H4: Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen dem Ernährungs- und Kochverhalten & der Arbeit im HO

Kein Homeoffice (40%)

Seit dem ersten Corona-Lockdown (März 2020)...

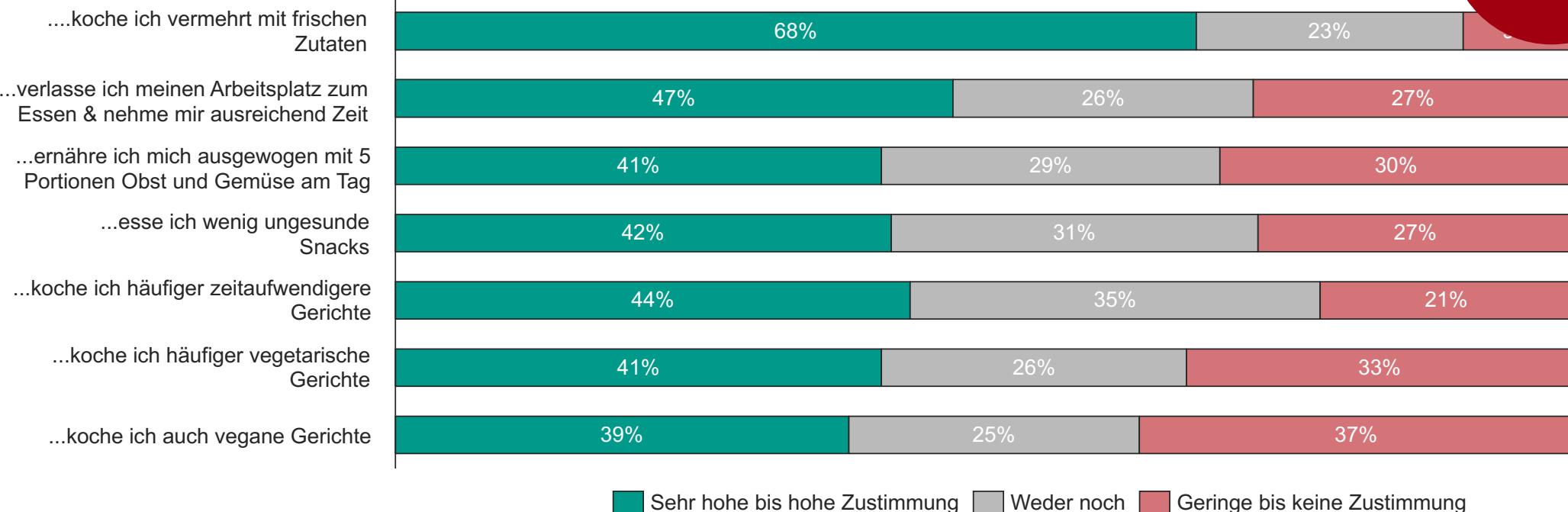
Studie 1: n=418 K*=0,37 Teststatistik= $1,42 \times 10^{-7}$ <0,05 → signifikantStudie 2: n=431 K*=0,40 Teststatistik= $1,05 \times 10^{-8}$ <0,05 → signifikant

H4: Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen dem Ernährungs- und Kochverhalten & der Arbeit im HO

Bestätigt

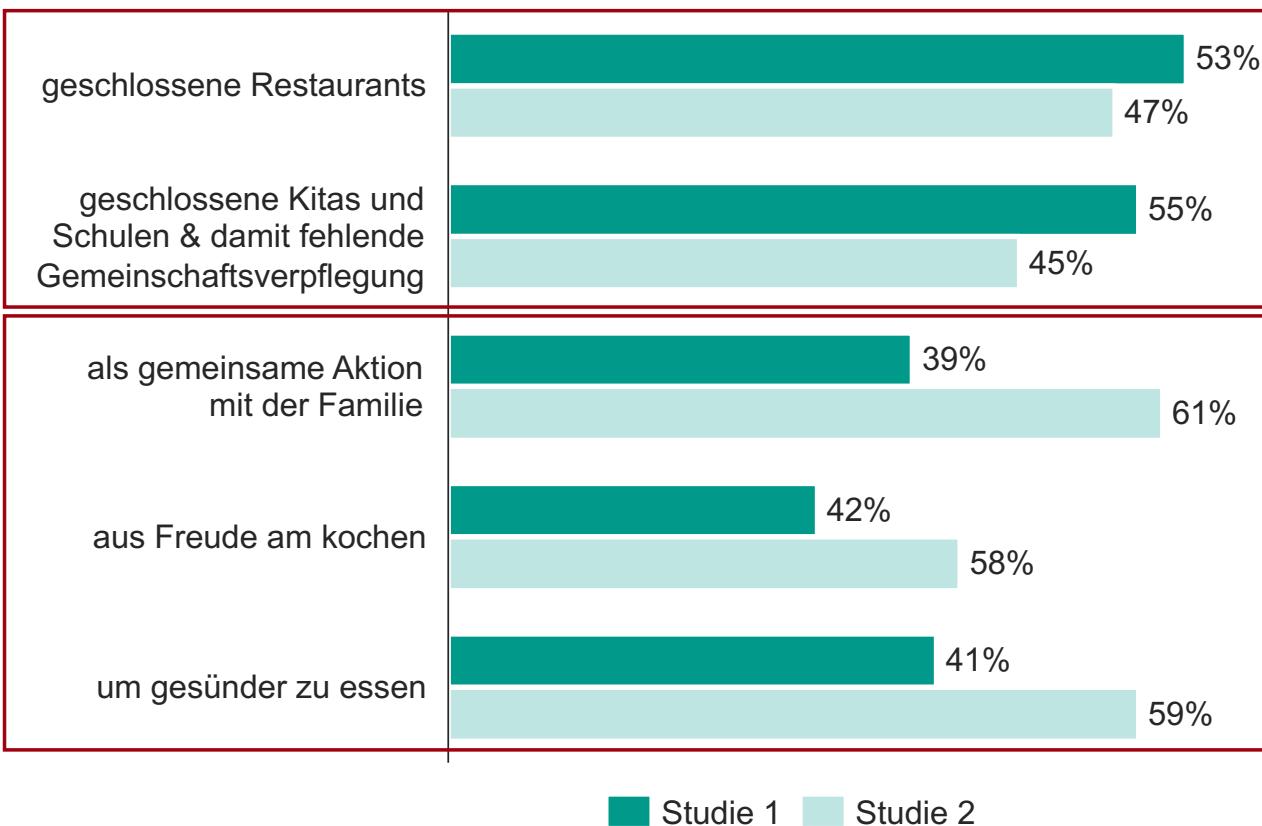
Homeoffice (60%)

Seit dem ersten Corona-Lockdown (März 2020)...

Studie 1: n=418 K*=0,37 Teststatistik=1,42×10⁻⁷ <0,05 → signifikantStudie 2: n=431 K*=0,40 Teststatistik=1,05×10⁻⁸ <0,05 → signifikant

H5: Die Kochhäufigkeit ist im Laufe der Corona-Pandemie gestiegen

Gründe für häufigeres Kochen



30%
haben häufiger
gekocht

© deniskomarov stock.adobe.com



Erkenntnisse

- Unsere Entscheidungen werden maßgeblich durch das **Unterbewusstsein** bestimmt
- Ausschließlich das was wir **kennen** ist relevant
- Mensch lässt sich durch unterschiedliche **Wortwahl** und **Darstellungen** in seinen Entscheidungen & Verhaltensweisen beeinflussen
- Nur die **eigenen Meinungen** und **Ansichten** sind wichtig, andere werden nicht berücksichtigt



To Do's

- Mensch muss **kritisch sein** und **sich selbst hinterfragen**
- **Medien** müssen sensibel mit der Darstellung von Inhalten und der Wortwahl sein
- **Agenda-Setting** → Medien haben hohe Verantwortung
- Vorsicht vor der **Blase!** → eigenen Horizont erweitern; offen sein für andere Meinungen und Ansichten