



# Veränderte Lebensgewohnheiten in der Pandemie

# Key Facts

Einige Veränderungen der Lebensgewohnheiten betreffen bestimmte Altersgruppen stärker, andere sind in allen Generationen vertreten.

Die Forschungsgruppe g/d/p vergleicht dabei die **vier Generationen** miteinander: Generation Z, Millennials, Generation X und die Baby Boomer.

- Rund jeder zweite Befragte beschreibt ein **gestiegenes Gesundheitsbewusstsein** in Zeiten der Pandemie. Dies betrifft alle vier Generationen, bei den Baby Boomern sind es sogar 57%.
- Es wird **mehr selbst gekocht** als vor Corona. Dies trifft vor allem auf die unter 40 Jährigen, die Generation Z und die Millennials zu.
- Während die Nutzung **sozialer Medien** in der Generation der Baby Boomer um 28% (!) angestiegen ist, liegt der Anstieg in der Generation Z bei 57%.
- Mehr als jeder dritte Befragte unter 40 Jahren kauft in der Pandemie häufiger **Dinge des täglichen Bedarfs online**. Bei den Baby Boomern ist es jeder Fünfte.
- Die Millennials sind am weitesten mit dem **Lebensmitteleinkauf online**: Jeder fünfte Millennial kauft häufiger Lebensmittel online oder per Click&Collect.

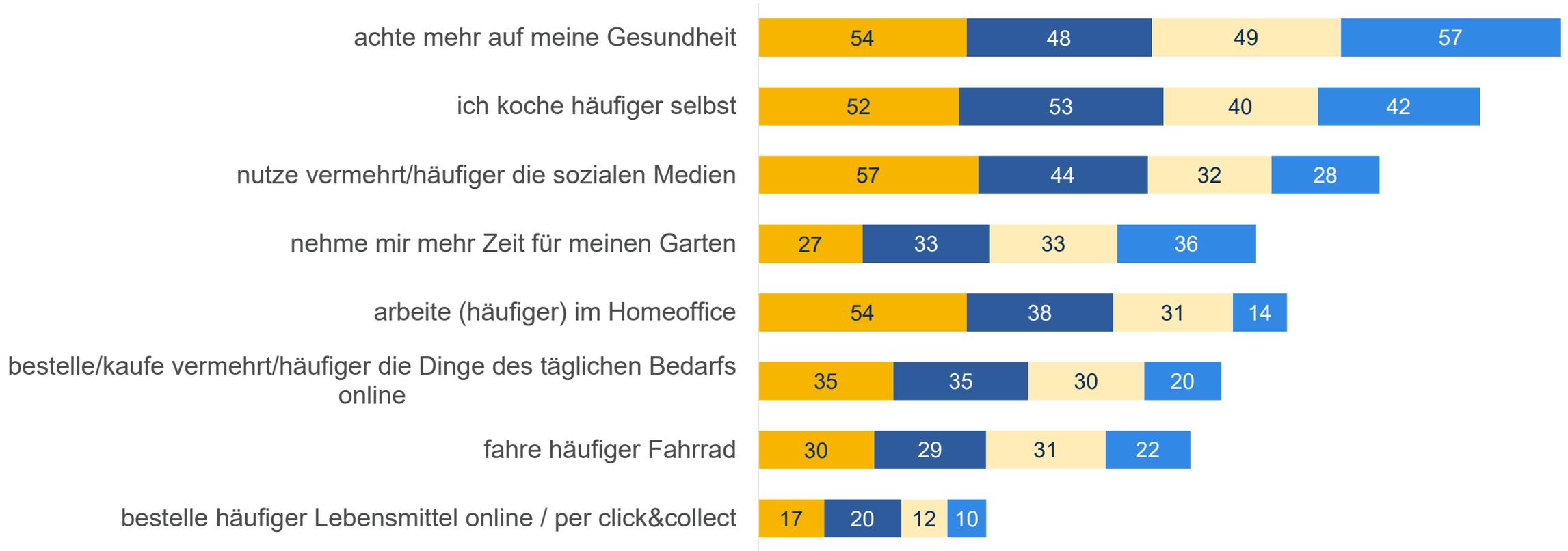
# Key Facts

- Rund 30% der Befragten, die der Generation Z, den Millennials und der Generation X angehören, fahren in Zeiten der Pandemie **häufiger mit dem Fahrrad**.
- Nicht alle verfügen über einen eigenen Garten. Mehr **Zeit für den Garten** als vor der Pandemie verbringen vor allem die älteren Befragten.
- Mehr als jeder Zweite der Generation Z arbeitet jetzt (häufiger) im **Homeoffice**. Mit steigendem Alter sinkt der Anteil stark.



# Veränderte Lebensgewohnheiten in Zeiten der Pandemie

## In der Übersicht



Aussagen gerankt nach veränderten Verhaltensweisen aller Befragten

■ Generation Z ■ Millennials ■ Generation X ■ Baby Boomer

# Veränderungen in Haushalten mit und ohne Kinder

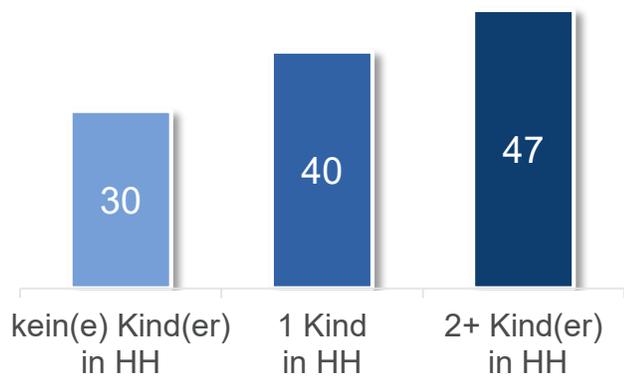
## Veränderte Lebensgewohnheiten in Zeiten der Pandemie

- Jeder zweite Befragte mit zwei oder mehr Kindern im Haushalt verbringt in der Pandemie **mehr Zeit im Garten** als vorher. In den Haushalten ohne Kinder liegt der Anteil nur bei 30%.
- Ein Drittel der Befragten mit ein oder mehreren Kindern im Haushalt **fährt aktuell mehr Fahrrad** als vor Ausbreitung des Corona Virus. Ohne Kinder im Haushalt liegt der Anteil derjenigen, die mehr Fahrrad fahren, bei 25%.
- Der Anteil der im **Home Office** arbeitenden Befragten ist in der Pandemie stark angestiegen. Dies trifft insbesondere auf Eltern zu.
- 41% der Befragten mit einem Kind im Haushalt kaufen nun vermehrt oder häufiger die **Dinge des täglichen Bedarfs online**. In den kinderlosen Haushalten liegt dieser Anteil bei 26%.

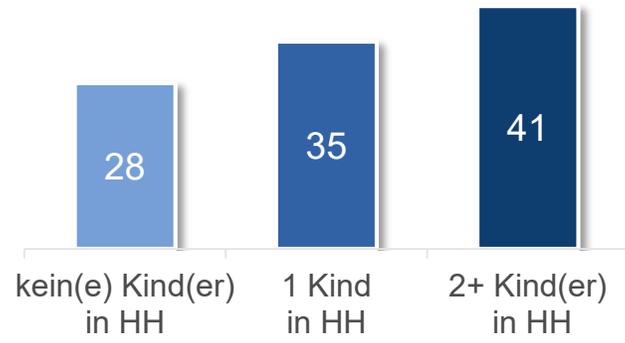
# Haushalte ohne und mit Kindern

## Veränderte Lebensgewohnheiten in Zeiten der Pandemie

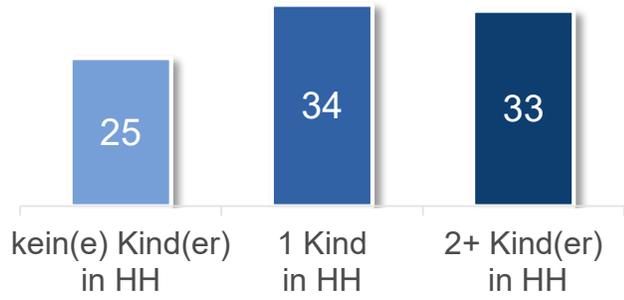
„Ich nehme mir mehr Zeit für meinen Garten.“



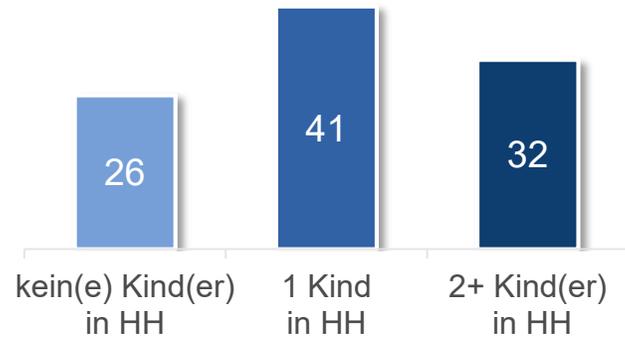
„Ich arbeite (häufiger) im Homeoffice.“



„Ich fahre häufiger Fahrrad.“



„Ich bestelle/kaufe vermehrt/häufiger die Dinge des täglichen Bedarfs online.“



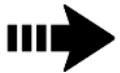
# Untersuchungssteckbrief

## Online Befragung



**Untersuchungsmethode:**

Bundesweite Online-Befragung per Accesspanel



**Untersuchungszeitraum:**

Ende Oktober 2020



**Befragungsgebiet:**

Bundesweite Befragung



**Stichprobe:**

n = 1.000 Personen



**Zielpersonen:**

Personen im Alter von 16-70 Jahren

**Quotierung:**

Die Quotierung erfolgte bundesweit bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht und nach geographischer Verteilung (Nielsen-Gebiete bzw. Bundesländer).



**Durchführung:**

Forschungsgruppe g/d/p // g/d/p Gesundheitsumfragen

## Kontakt:

**g/d/p Markt- und Sozialforschung GmbH**  
**Ein Unternehmen der Forschungsgruppe g/d/p**

Richardstraße 18 · D-22081 Hamburg

**Tel: +49 (0)40 / 29 8 76-0**

**Mail: [kontakt@gdp-group.com](mailto:kontakt@gdp-group.com)**

[kontakt@gdp-group.com](mailto:kontakt@gdp-group.com)  
[www.gdp-group.com](http://www.gdp-group.com)  
[www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp](https://www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp)

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die in dieser Präsentation dargestellten Ideen, Inhalte, Konzepte, Grafiken und empfohlene Tools dem Urheberrecht unterliegen. Es bleibt geistiges Eigentum der g/d/p und darf ohne unsere ausdrückliche vorherige Genehmigung weder ganz oder teilweise vervielfältigt noch Dritten zugänglich gemacht werden.