

WAS LESEN DIE VERBRAUCHER WÄHREND DES COVID-19-AUSBRUCHS?

Teads

Die Rangliste der am meisten gelesenen Inhalte zeigt ein Wachstum über eine Vielzahl von Interessen

DEUTSCHLAND

1	Gesundheit, Krankheit, Wellness, Krankenhaus 42Mio +37%	15	Job & Karriere 6Mio +18%	23	Video-Spiele 4Mio +36%
2	Technik / Datenverarbeitung 16Mio +15%	16	Gartenarbeit 5Mio +78%	24	Marktwirtschaft 4Mio +13%
3	Fernsehen 16Mio +5%	17	Deutsche Politik 5Mio +10%	25	Einrichtung 4Mio +7%
4	Kochrezepte, Zutaten 14Mio +20%	18	Pharmazeutika 5Mio +39%	26	Haustiere 4Mio +20%
5	Politische Entscheidungsträger, Institutionen 13Mio +10%	19	Bücher 5Mio +15%	27	Wirtschaftliche Verschuldung 4Mio +28%
6	Familie / Kinder 11Mio +2%	20	Damen-Mode 5Mio +8%	28	Männermode 3Mio +15%
7	Filme 9Mio +8%	21	Eigenheim 5Mio +16%	29	Beauty 3Mio +15%
8	Telefone 8Mio +12%	22	Fashion, allgemein 4Mio +5%	30	Gesundheit / Ernährung 3Mio +6%
9	Unterhaltungspromis, 8Mio +6%				
10	Unternehmen / Firmen 8Mio +31%				
11	Online-Shopping Rabatte 8Mio +24%				
12	Social Media / Apps 7Mio +10%				
13	Musik / Unterhaltung 6M +4%				
14	Getränke 6M +12%				

WIE SPIEGELN SICH DIE TRENDS IN DER PYRAMIDE VON MASLOW WIDER?

Jede Kategorie wurde einem bestimmten Bedarf in der Maslow-Pyramide zugeordnet. Die durchschnittliche Wachstumsrate pro Bedarfsart im März ist unten dargestellt.

SELBSTVERWIRKLICHUNG +14%

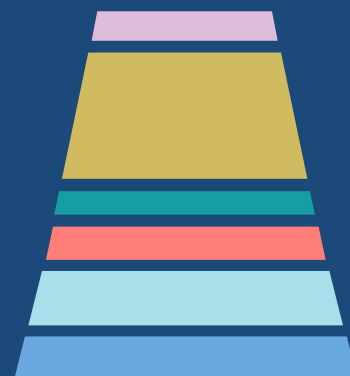
GEISTIGE BEDÜRFNISSE +60%

WERTSCHÄTZUNG +11%

SOZIALES +16%

SICHERHEIT +26%

GRUNDBEDÜRFNISSE +20%



Quelle: Teads Mediabarometer / Rangfolge nach Anzahl der Seitenaufrufe für die Woche ab 2. März und % Entwicklungsgrad zwischen der letzten Märzwoche und der ersten Woche