

WAS LESEN DIE VERBRAUCHER IN DER SCHWEIZ WÄHREND DER COVID-19-KRISE?

Teads

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

SWITZERLAND

1	Gesundheit, Krankheit, Wellness, Krankenhaus	9.9M +22%	14	Business Div.	1.3M +20%	22	Schweizer Politik	700K +8%
2	Kochrezepte, Zutaten	4.4M +58%	15	Telefone	1.1M +12%	23	Videospiele	580M +53%
3	Technik / Datenverarbeitung	2.6M +3%	16	Gartenarbeit	1.1M +77%	24	Fitness	490M +33%
4	Fernsehen	2.4M +9%				25	Ernährung	480K +45%
5	Online-Shopping, Rabatte	2.3M 87%	17	Nachrichten	1M +27%	26	Landwirtschaft	360K +72%
			18	Pharmazeutika	890K +13%	27	Kameras	330M +22%
6	Familie / Kinder	2.1M 1%	19	Haustiere	800K +27%	28	Auto-Komponenten	320K +6%
7	Küchenutensilien	1.9M +81%	20	Bücher	770K +8%	29	Ältere Familienmitglieder	320K +14%
			21	Fashion & Beauty	720K +16%	30	Sport, Radsport	290K +39%
8	Einrichtung	1.8M +46%						
9	Soziales	1.7M +9%						
10	Job & Karriere	1.6M +18%						
11	Getränke	1.5M +36%						
12	Hobbies & Kunst	1.4M +26%						
13	Unterhaltung & Musik	1.4M +3%						

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

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

SELBSTVERWIRKLICHUNG +25%

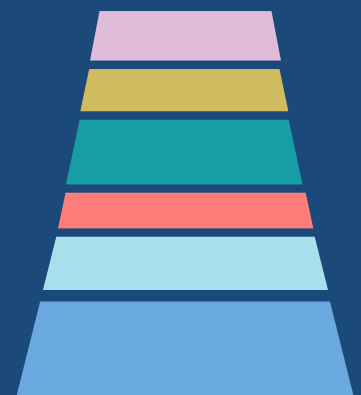
KOGNITIVE BEDÜRFNISSE +18%

INDIVIDUALBEDÜRFNISSE +30%

SOZIALE BEDÜRFNISSE +14%

SICHERHEIT +20%

GRUNDBEDÜRFNISSE +64%



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