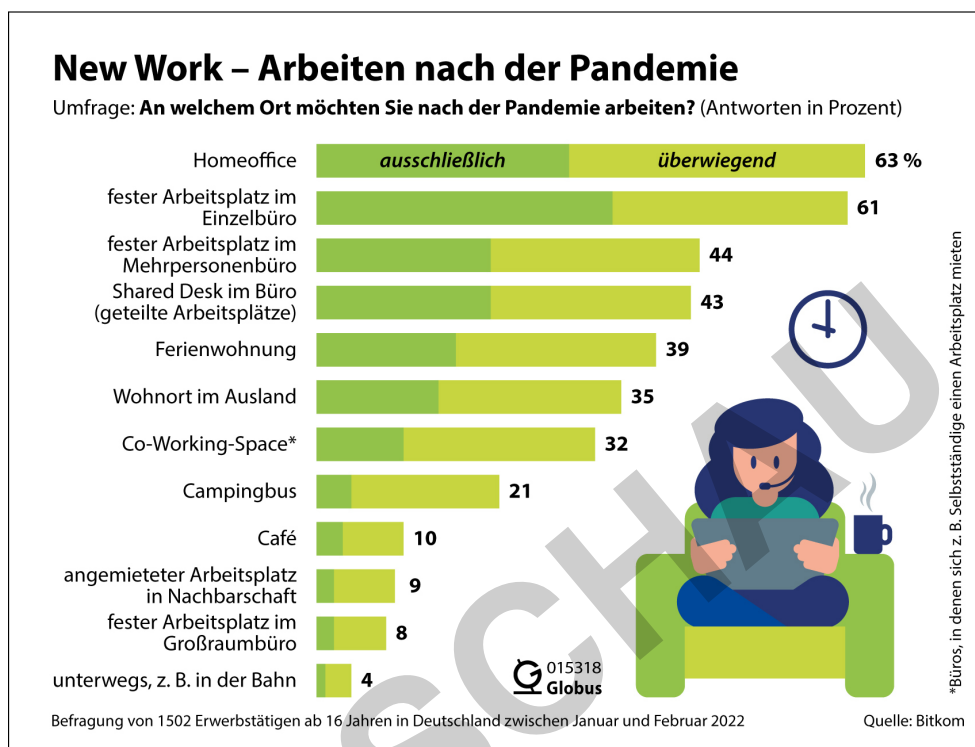


Grafik-Paket: Corona

6 Grafiken in Farbe und als Kopiervorlage in Schwarz-Weiß



Enthaltene Grafiken:

1. New Work – Arbeiten nach der Pandemie

Arbeiten nach der Pandemie - Umfrageergebnisse: An welchem Ort möchten Sie nach der Pandemie arbeiten? (Stand Februar 2022)

2. Streaming in Corona-Zeiten

Anteil der Jugendlichen zwischen 10 und 19 Jahren in Deutschland, die täglich Streaming-Dienste nutzen nach Nutzungsdauer (Stand Mai 2021)

3. Reisen in Coronazeiten

Rückgang des internationalen Tourismus im Jahr 2021 weltweit nach Regionen

4. Geschlossene Schulen

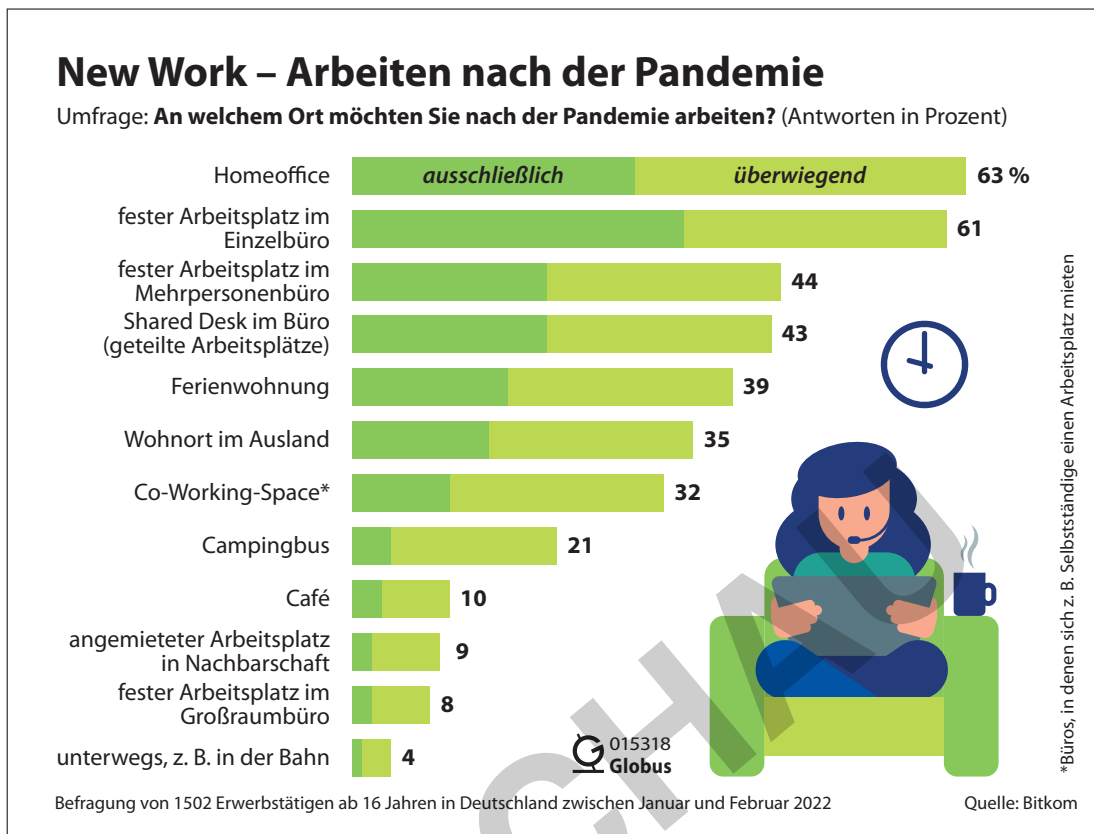
Die Länder weltweit mit den längsten Schulschließungen während der Corona-Pandemie 2020/2021

5. Arbeiten im Homeoffice

Befragung von abhängig Beschäftigten in Deutschland zum Wechsel ins Homeoffice während der Pandemie (Belastung, Gründe für die Belastung, finanzieller Zuschuss) im ersten Halbjahr 2021

6. Konsumausgaben in der Coronazeit

Veränderung der Ausgaben privater Haushalte in Deutschland im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019



Flexibel und mobil

Geht es nach Erwerbstätigen, wird das Arbeiten mobiler, digitaler und flexibler. Vor die Wahl gestellt, möchten 63 Prozent der Erwerbstätigen überwiegend oder vollständig im Homeoffice arbeiten. Das geht aus einer Befragung von mehr als 1500 Erwerbstätigen in Deutschland durch den Digitalverband Bitkom hervor. In der Corona-Pandemie mussten von heute auf morgen Millionen Erwerbstätige ins Homeoffice wechseln. Viele möchten daran festhalten. Sechs von zehn Erwerbstätigen wollen einen festen Arbeitsplatz in einem Einzelbüro. Überwiegend bzw. ausschließlich in einem Großraumbüro wollen dagegen nur acht Prozent der Befragten arbeiten. Mehr als ein Drittel kann sich eine Ferienwohnung als zukünftigen Arbeitsplatz vorstellen und 21 Prozent wollen regelmäßig vom Campingbus aus arbeiten. Für diese vielfältigen Arbeitskonzepte wird die Digitalisierung der Arbeit zunehmend als Chance gesehen. Während im Jahr 2019 erst 66 Prozent der Erwerbstätigen die Digitalisierung als Vorteil gesehen haben, waren es jetzt schon 84 Prozent. Nur 14 Prozent sehen in der Digitalisierung eine Gefahr für die eigene berufliche Situation, heißt es in der Studie.

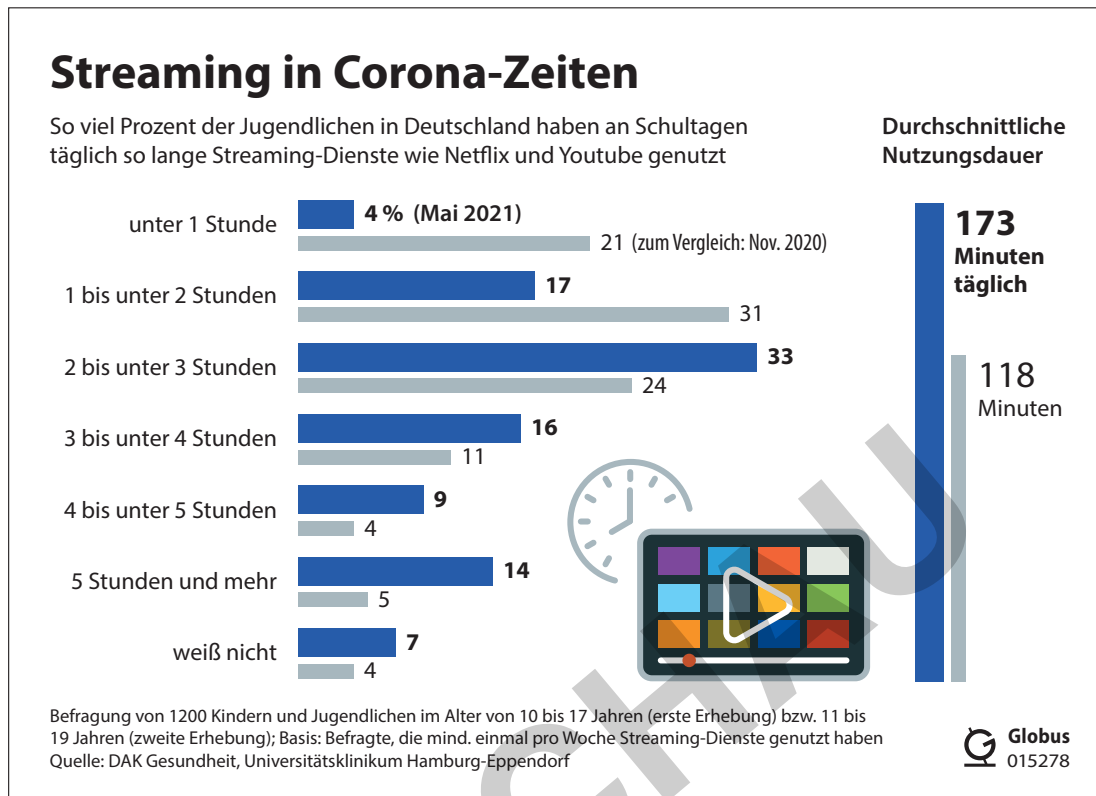
Quelle: Bitkom (<http://dpaq.de/srhxN>)

Datenerhebung: erstmalige Veröffentlichung; Stand März 2022

Siehe auch Grafik: 015249 Ungleiche Arbeitszeiten, 015170 Mütter und Väter in Teilzeit, 015060 Arbeiten im Homeoffice

Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Sophie Lauterbach





Stundenlanges Streamen

Netflix und Youtube – das sind die zwei beliebtesten Streaming-Plattformen von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. In einer Umfrage im Mai 2021 gaben 88 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland an, regelmäßig Streaming-Angebote zu nutzen. Im Durchschnitt streamten sie unter der Woche jeden Tag fast drei Stunden (173 Minuten), am Wochenende waren es sogar vier Stunden täglich (251 Minuten). Im Vergleich mit den Ergebnissen vom November 2020 zeichnet sich ein Trend ganz klar ab: Der Anteil derjenigen, die Streaming-Dienste intensiv nutzen, steigt. Waren es Ende 2020 neun Prozent der Kinder, die an Schultagen mindestens vier Stunden auf Streaming-Plattformen verbrachten, machte ihr Anteil ein halbes Jahr später schon 23 Prozent aus. Allerdings betonen die Fachleute der Studie, dass hohe Nutzungszeiten allein noch kein Anzeichen für eine Mediensucht seien. Kritisch werde es allerdings, wenn Kinder und Jugendliche bestätigen, dass sie die Kontrolle verlieren und soziale Kontakte, Hausaufgaben oder das Familienleben darunter leiden.

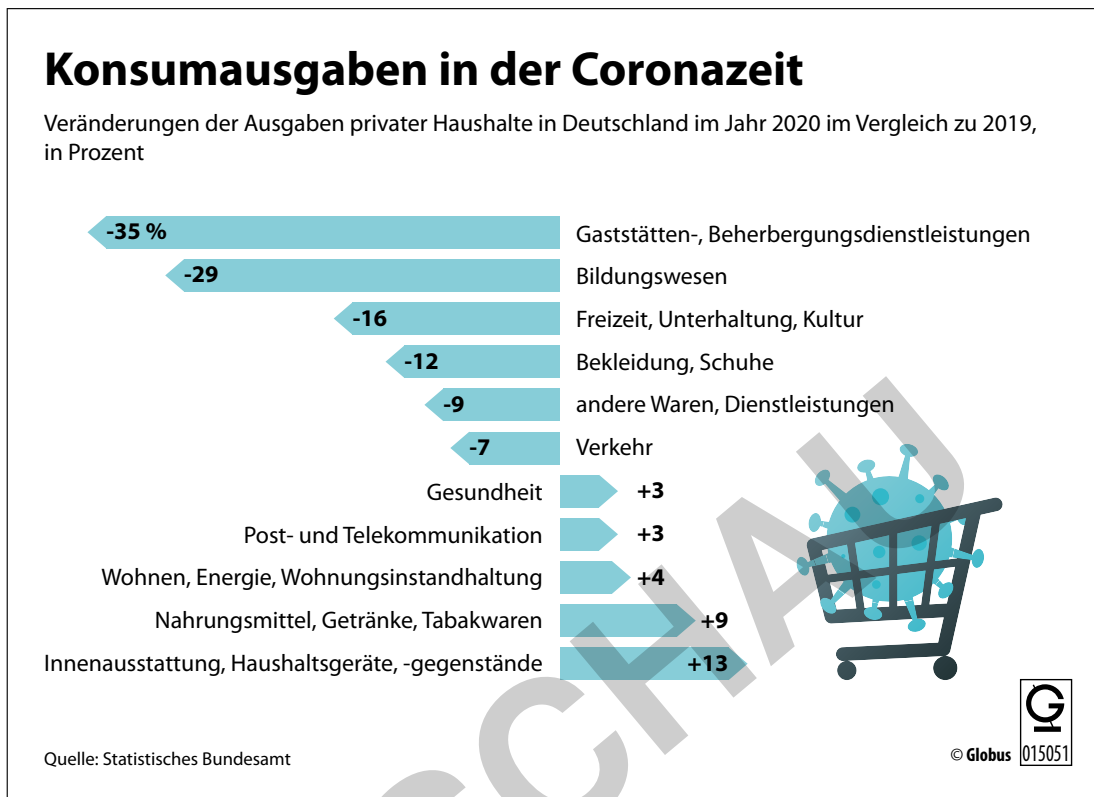
Quelle: DAK-Gesundheit (<http://dpaq.de/lrPp1>)

Datenerhebung: erstmalige Veröffentlichung; Stand März 2022

Siehe auch Grafik: 015087 Digitaler Überdross bei Jugendlichen, 015077 Multimedia: Was Jugendliche besitzen, 014848 Jugendliche im Netz, 015183 Geschlossene Schulen

Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Sophie Lauterbach





Mehr Ausgaben für ein schönes Zuhause und Essen

Die Corona-Pandemie hat sich deutlich auf die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Jahr 2020 ausgewirkt. Durchschnittlich gaben die Verbraucher 2507 Euro im Monat für private Zwecke aus, das sind drei Prozent weniger als im Vorjahr. Allerdings fiel diese Entwicklung in den einzelnen Bereichen sehr unterschiedlich aus. Aufgrund der monatelangen Einschränkungen gaben die Menschen sieben Prozent weniger Geld im Bereich Verkehr aus als 2019. Noch deutlicher reduzierten sich die Ausgaben für Hotels und Restaurants. Die monatlichen Ausgaben fielen hier von 157 Euro im Monat auf 102 Euro (minus 35 Prozent). Für bestimmte Produkte gaben die Haushalte aber auch mehr aus als im Vorjahr. Den höchsten Zuwachs bei den Ausgaben gab es im Bereich Innenausstattung, Haushaltsgeräte und -gegenstände (plus 13 Prozent auf 160 Euro pro Monat). Für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren gaben die Haushalte monatlich 387 Euro aus – neun Prozent mehr als 2019.

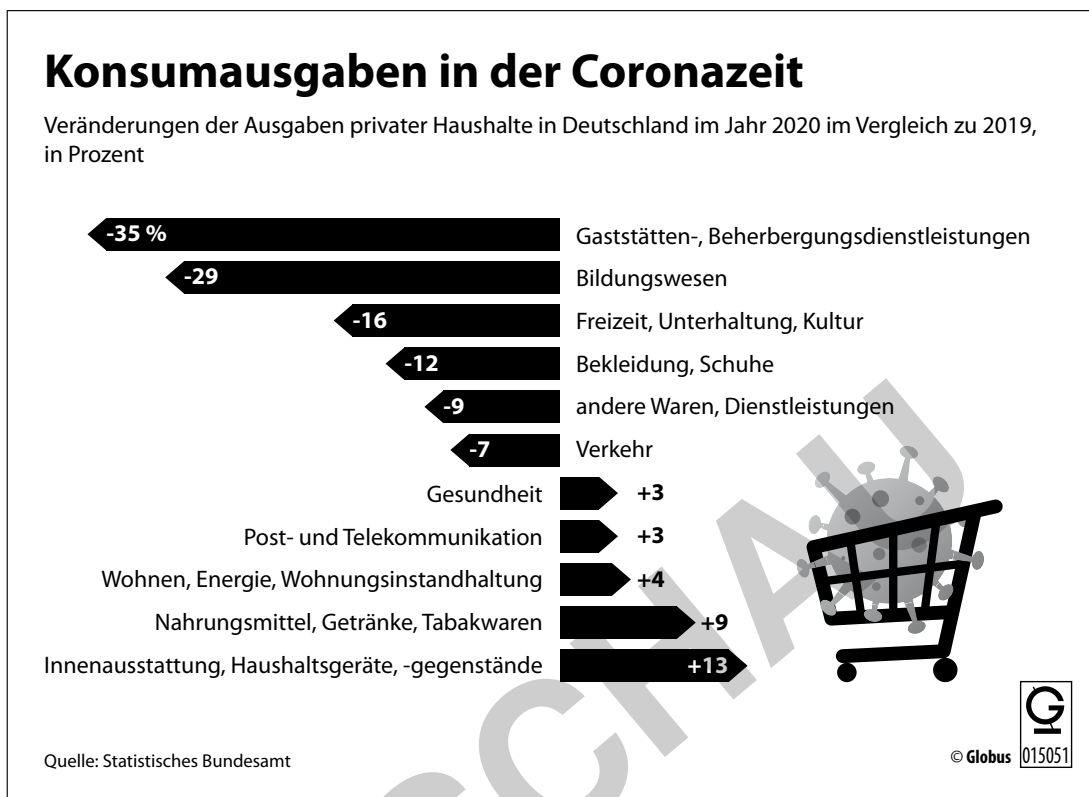
Quelle: Statistisches Bundesamt (<http://dpaq.de/ZTPnD>)

Datenerhebung: jährlich, voraussichtlich nächste Daten: Herbst 2022

Siehe auch Grafik: 015019 Kaufkraft in Europa, 014978 Wo ist es am teuersten?, 014915 Die Milliarden der Verbraucher

Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Sophie Lauterbach





Mehr Ausgaben für ein schönes Zuhause und Essen

Die Corona-Pandemie hat sich deutlich auf die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Jahr 2020 ausgewirkt. Durchschnittlich gaben die Verbraucher 2507 Euro im Monat für private Zwecke aus, das sind drei Prozent weniger als im Vorjahr. Allerdings fiel diese Entwicklung in den einzelnen Bereichen sehr unterschiedlich aus. Aufgrund der monatelangen Einschränkungen gaben die Menschen sieben Prozent weniger Geld im Bereich Verkehr aus als 2019. Noch deutlicher reduzierten sich die Ausgaben für Hotels und Restaurants. Die monatlichen Ausgaben fielen hier von 157 Euro im Monat auf 102 Euro (minus 35 Prozent). Für bestimmte Produkte gaben die Haushalte aber auch mehr aus als im Vorjahr. Den höchsten Zuwachs bei den Ausgaben gab es im Bereich Innenausstattung, Haushaltsgeräte und -gegenstände (plus 13 Prozent auf 160 Euro pro Monat). Für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren gaben die Haushalte monatlich 387 Euro aus – neun Prozent mehr als 2019.

Quelle: Statistisches Bundesamt (<http://dpaq.de/ZTPnD>)

Datenerhebung: jährlich, voraussichtlich nächste Daten: Herbst 2022

Siehe auch Grafik: 015019 Kaufkraft in Europa, 014978 Wo ist es am teuersten?, 014915 Die Milliarden der Verbraucher

Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Sophie Lauterbach

