

# FOM Berufstätigenbefragung 2021

Mai 2021

Prof. Dr. Christian Rüttgers  
Prof. Dr. Julia Naskrent  
David Maria

**1. Studiendesign und Stichprobe**

**2. Ergebnisse im beruflichen Bereich**

**3. Ergebnisse im privaten Bereich**

**4. Zusammenfassung**

# 1. Studiendesign und Stichprobe

https://umfrage.fom-ipo.de/index.php?r=survey/index&sid=1729 90%

**FOM ipo** Institut für Personal- & Organisationsforschung der FOM University of Applied Sciences

Umfrage verlassen und Antworten löschen

20%

### Beruflicher Bereich

Bitte schätzen Sie die **prozentualen Anteile** folgender **Arbeitsorte** im Durchschnitt je Kalenderjahr.

1 Bitte beachten Sie: Die Summe muss 100 betragen (... und 0 sind bei dieser Frage gleichbedeutend).

	vor der Corona-Pandemie 2019 (in %)	
Anwesenheit in der Arbeitsstätte	<input type="text" value="10"/>	10 ▾
Arbeit im Home Office	<input type="text" value="80"/>	80 ▾
Auswärtstätigkeit	<input type="text" value="10"/>	10 ▾

1 Bitte beachten Sie: Die Summe muss 100 betragen (... und 0 sind bei dieser Frage gleichbedeutend).

## Rahmenbedingungen

- **Projektleitung**
  - Prof. Dr. Christian Rüttgers
  - Prof. Dr. Julia Naskrent
  
- **Studentische Mitwirkung**
  - David Maria
  
- **Motivation**
  - Ziel der FOM Berufstätigenbefragung ist es, Einstellungen und Verhalten von Berufstätigen zu erfassen.
  - FOM Studierende sind fest im Berufsleben verankert und haben Einblicke in die Stimmungslage sowie anstehende Veränderungsprozesse in der Wirtschaft. Zudem sind Sie als Privatpersonen eine interessante Konsumentengruppe.

### Steckbrief

- Standardisierte Online-Befragung von **berufsbegleitend Studierenden** der FOM Hochschule
- Befragungszeitraum: **12. Januar bis 28. Februar 2021**
- Themenschwerpunkt: Langfristige berufliche und private Veränderungen infolge der Corona-Pandemie
- Rücklauf: **n = 1674**





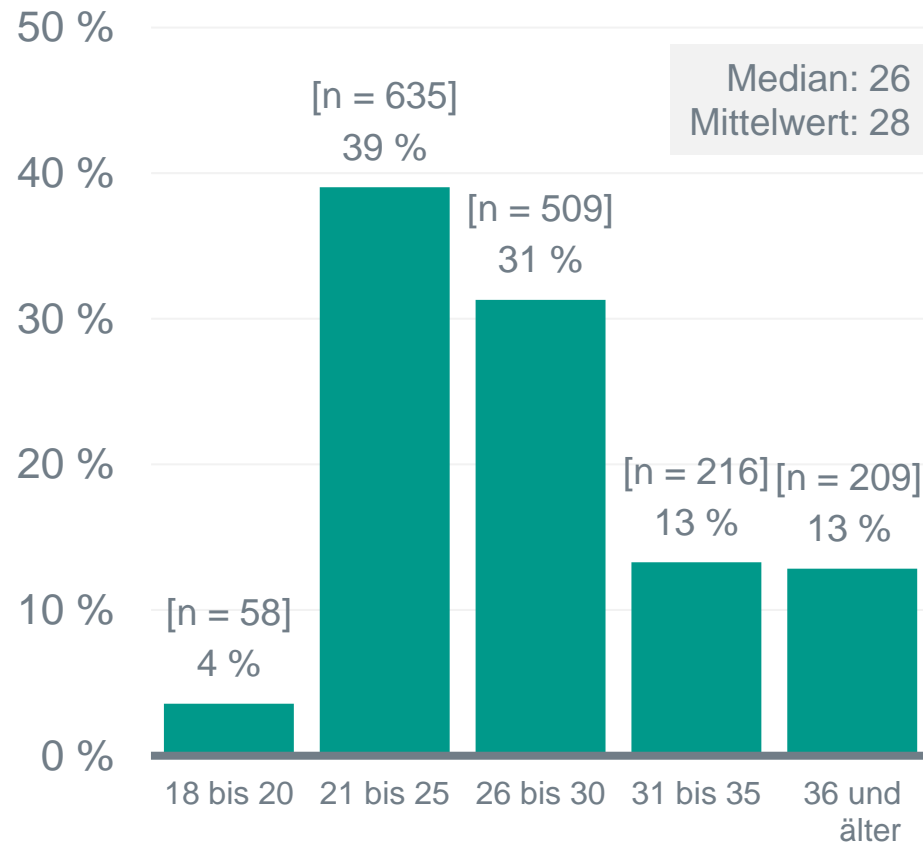
## Befragungsinhalte

- Beruflicher Bereich
  - Erwerbstätigkeit
  - Einkommenseinbußen infolge der Pandemie
  - Arbeitsorte
  - Berufliche Übernachtungen
- Privater Bereich
  - Konsumverschiebungen
  - Private Aktivitäten
  - Online-Shopping
  - Private Reisen
- Soziodemografische Angaben

# Mehr weibliche als männliche Teilnehmende

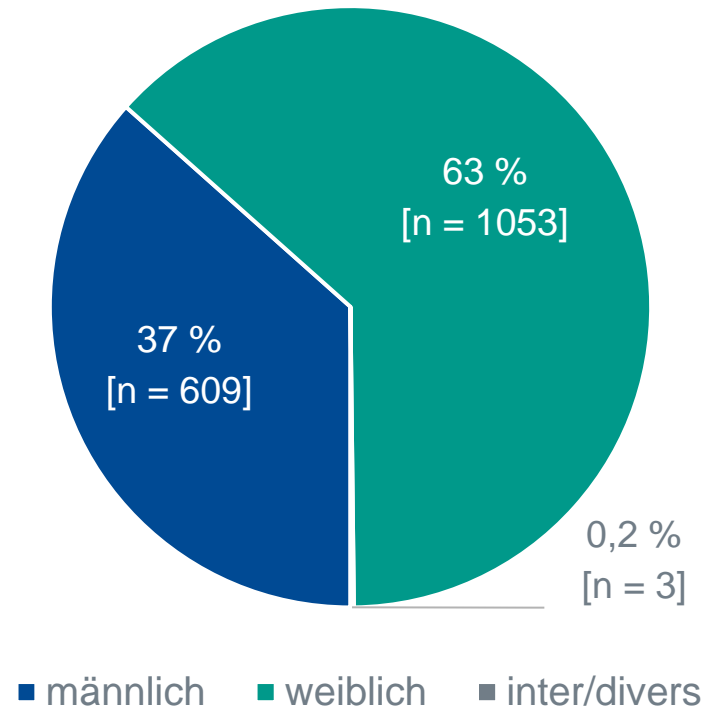
## Alter

Wie alt sind Sie?



## Geschlecht

Welches Geschlecht haben Sie?



## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

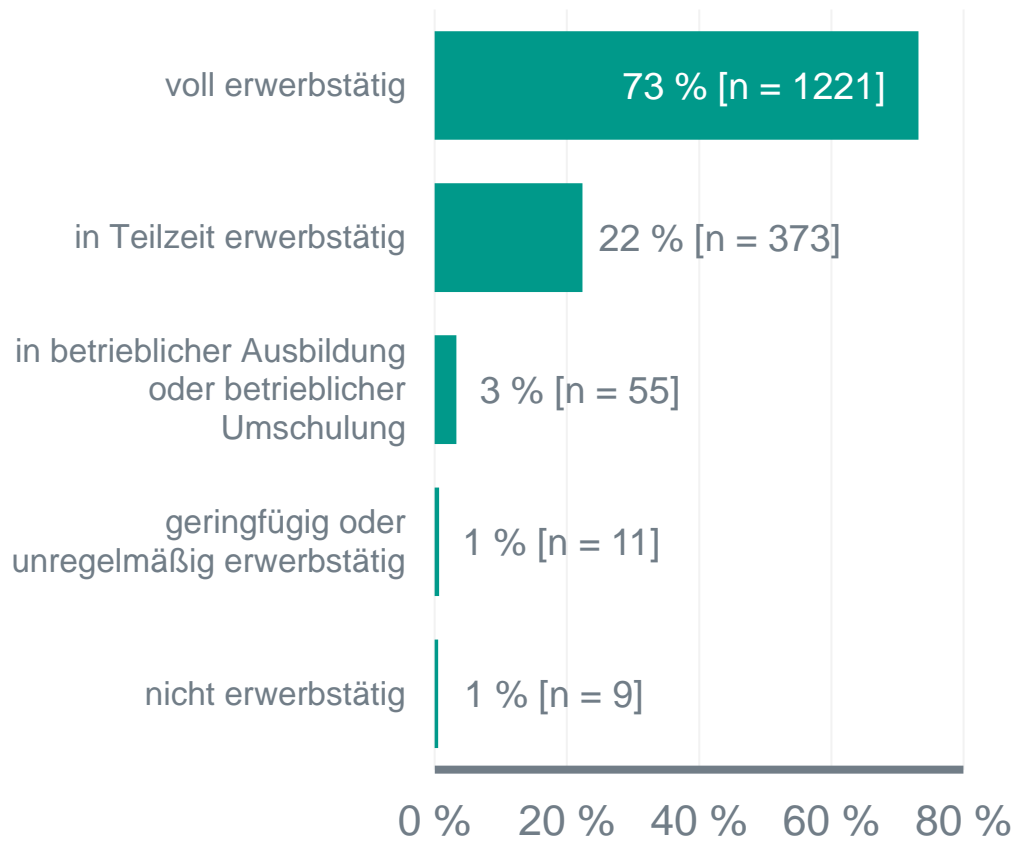


## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

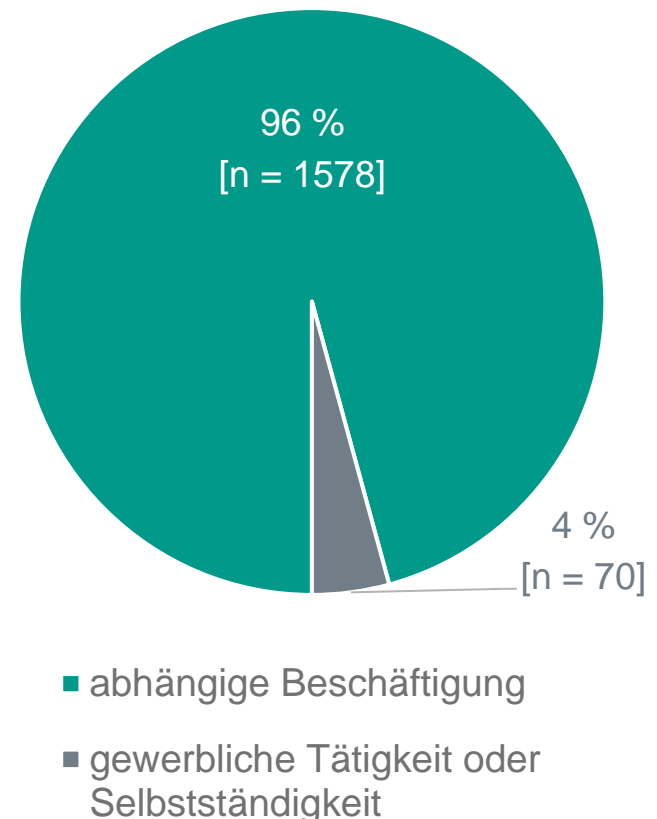
# Abhängig Beschäftigte dominieren in der Stichprobe

## Erwerbstätigkeit

Inwiefern sind Sie erwerbstätig?



Welcher Art der Erwerbstätigkeit gehen Sie hauptsächlich nach?

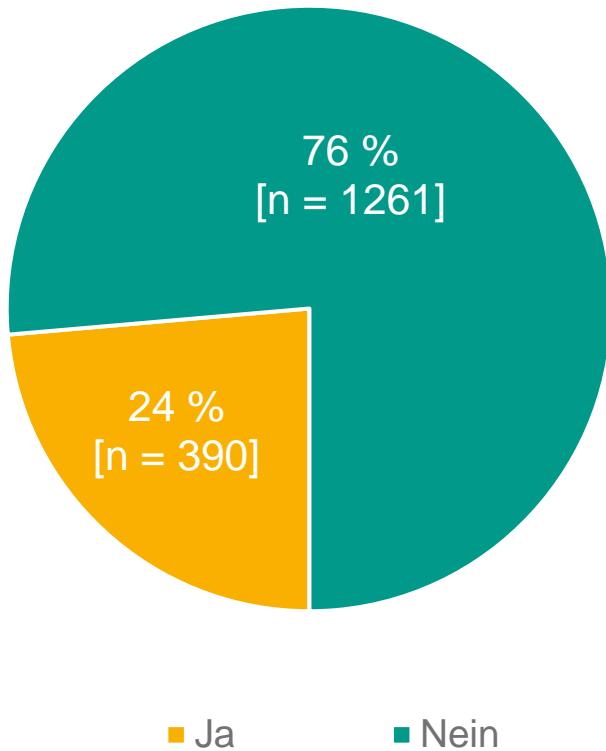


2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

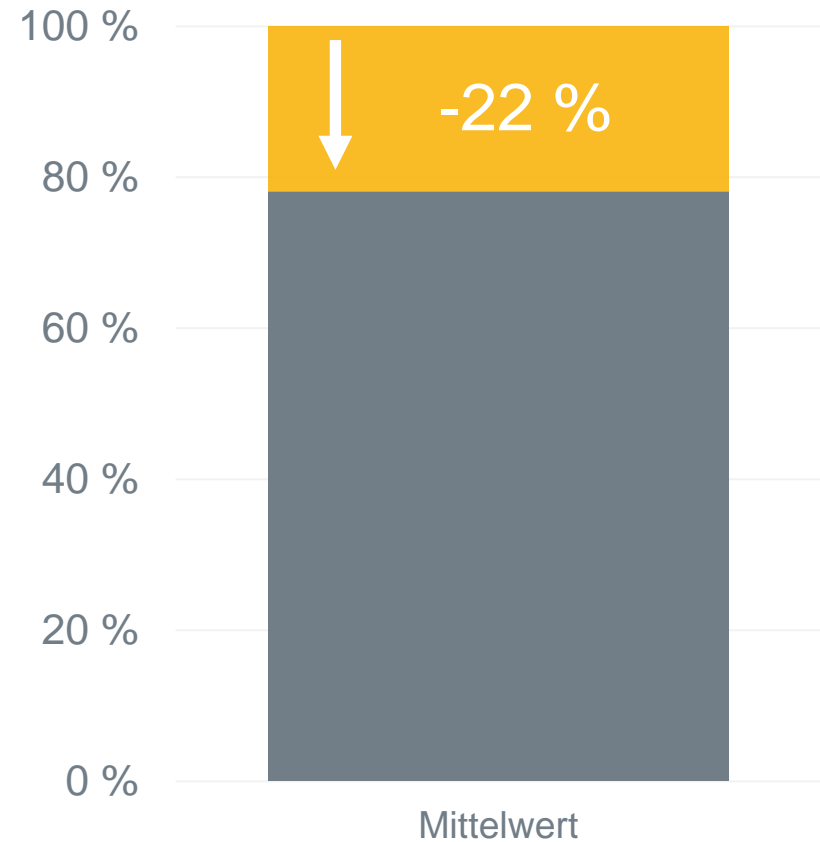
**Rund ein Viertel der Befragten berichtet über Einkommensverluste**

**Einkommensverluste**

Hatten oder haben Sie infolge der Corona-Pandemie Einkommensverluste?



Wie hoch war der Einkommensverlust in 2020 insgesamt?



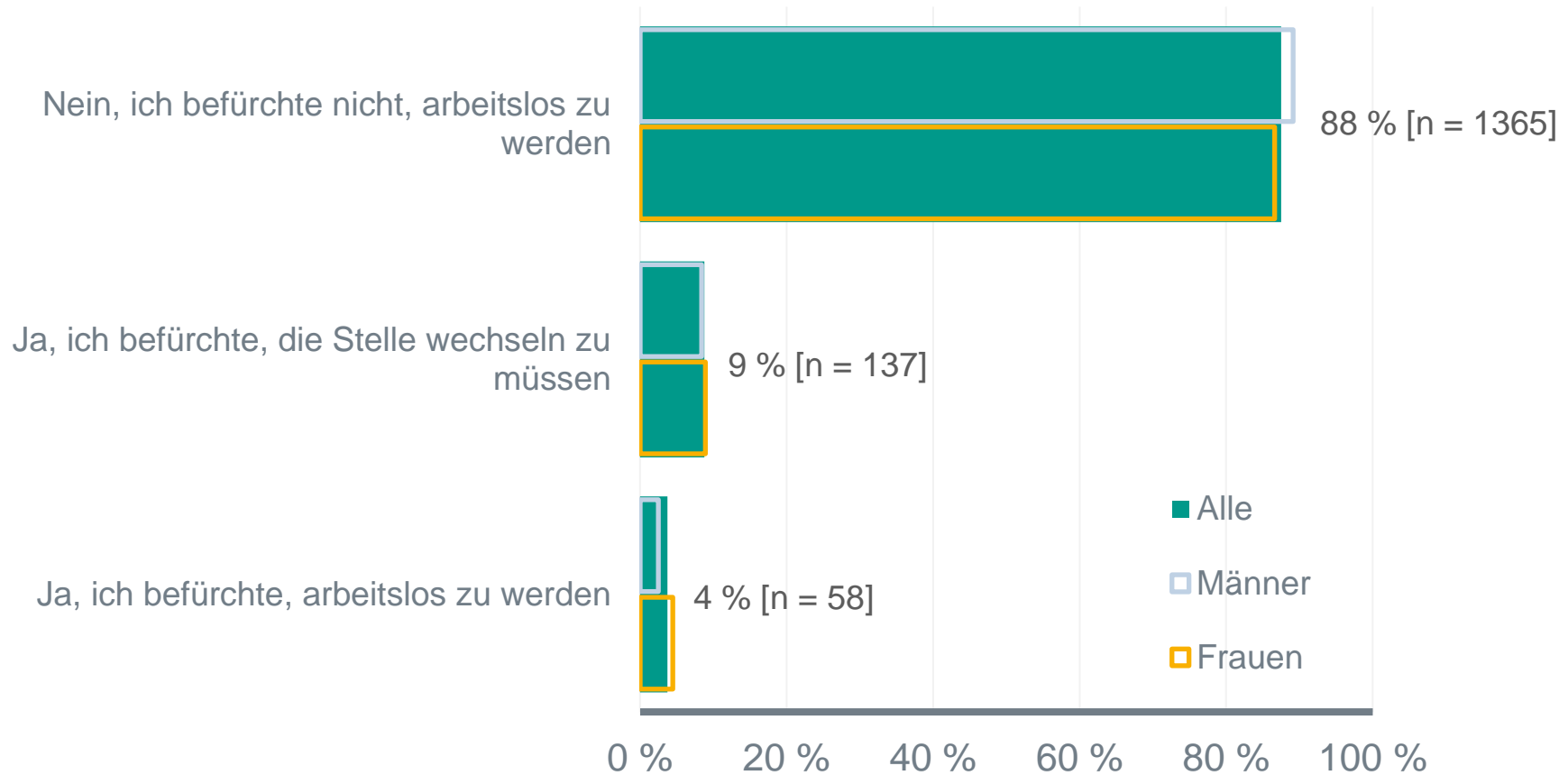
Frage nur an Teilnehmende mit Einkommensverlusten [n = 381]

## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

# Nur wenige mit Sorgen um den Arbeitsplatz

## Sorge vor Arbeitslosigkeit

Befürchten Sie, in naher Zukunft arbeitslos zu werden oder Ihre Stelle wechseln zu müssen?



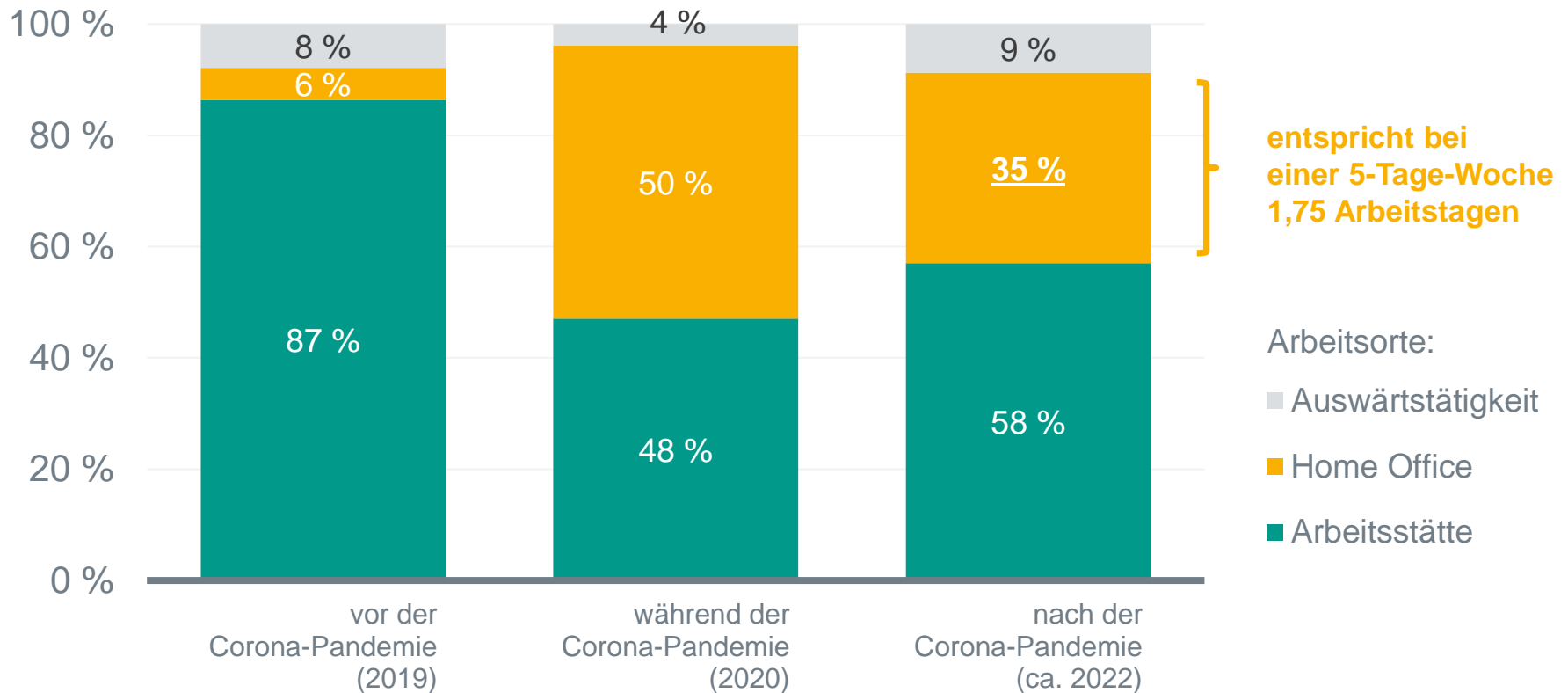
Frage nur an abhängig Beschäftigte

## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

# Nach Corona: Home-Office-Anteil von 35 Prozent erwartet

## Anteile der Arbeitsorte vor, während und nach Überwindung der Pandemie

Bitte schätzen Sie die prozentualen Anteile folgender Arbeitsorte im Durchschnitt je Kalenderjahr

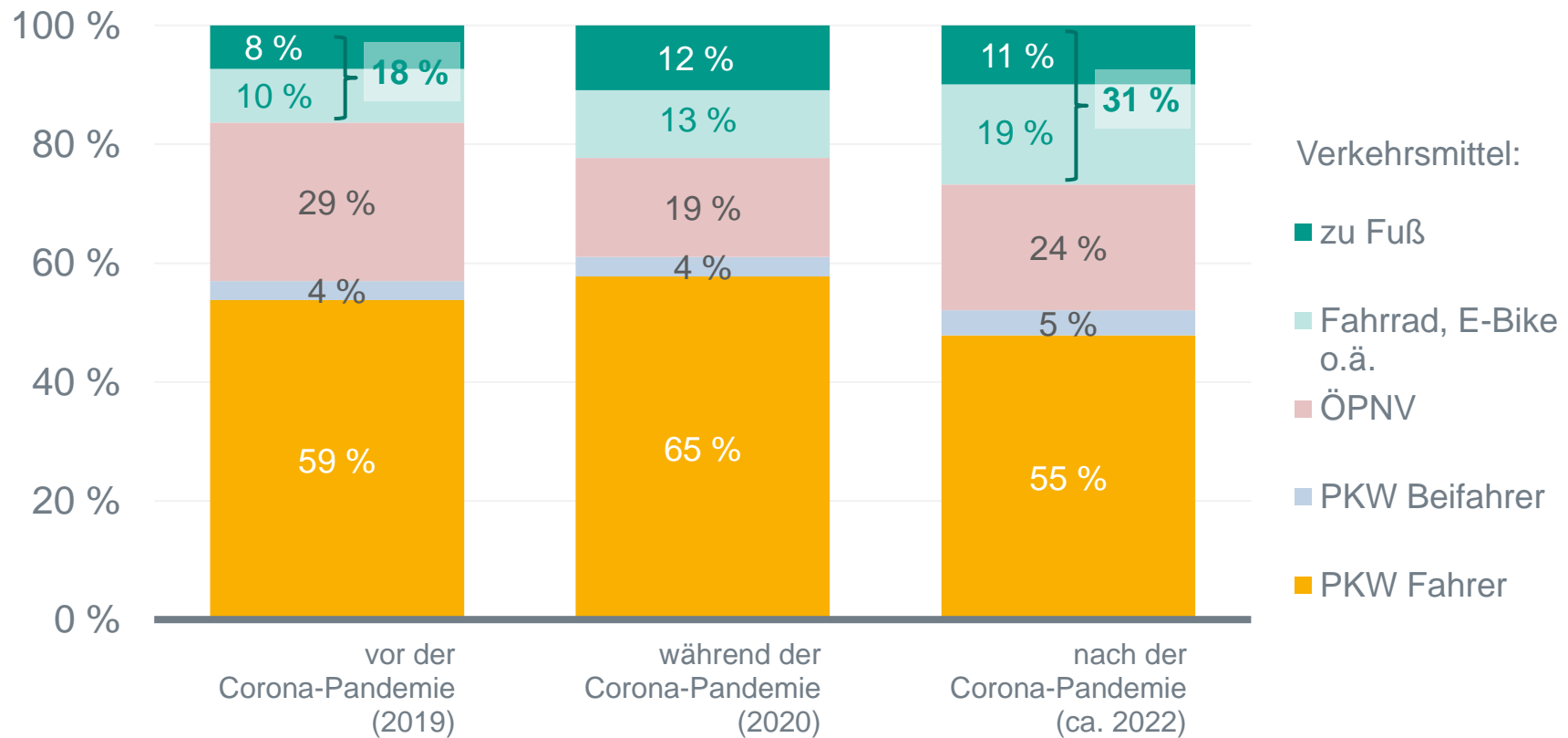


## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

# Nach Corona: häufiger zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeitsstätte

## Verkehrsmittelwahl vor, während und nach Überwindung der Pandemie

Bitte schätzen Sie die prozentualen Anteile einzelner Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeitsstätte im Durchschnitt je Kalenderjahr

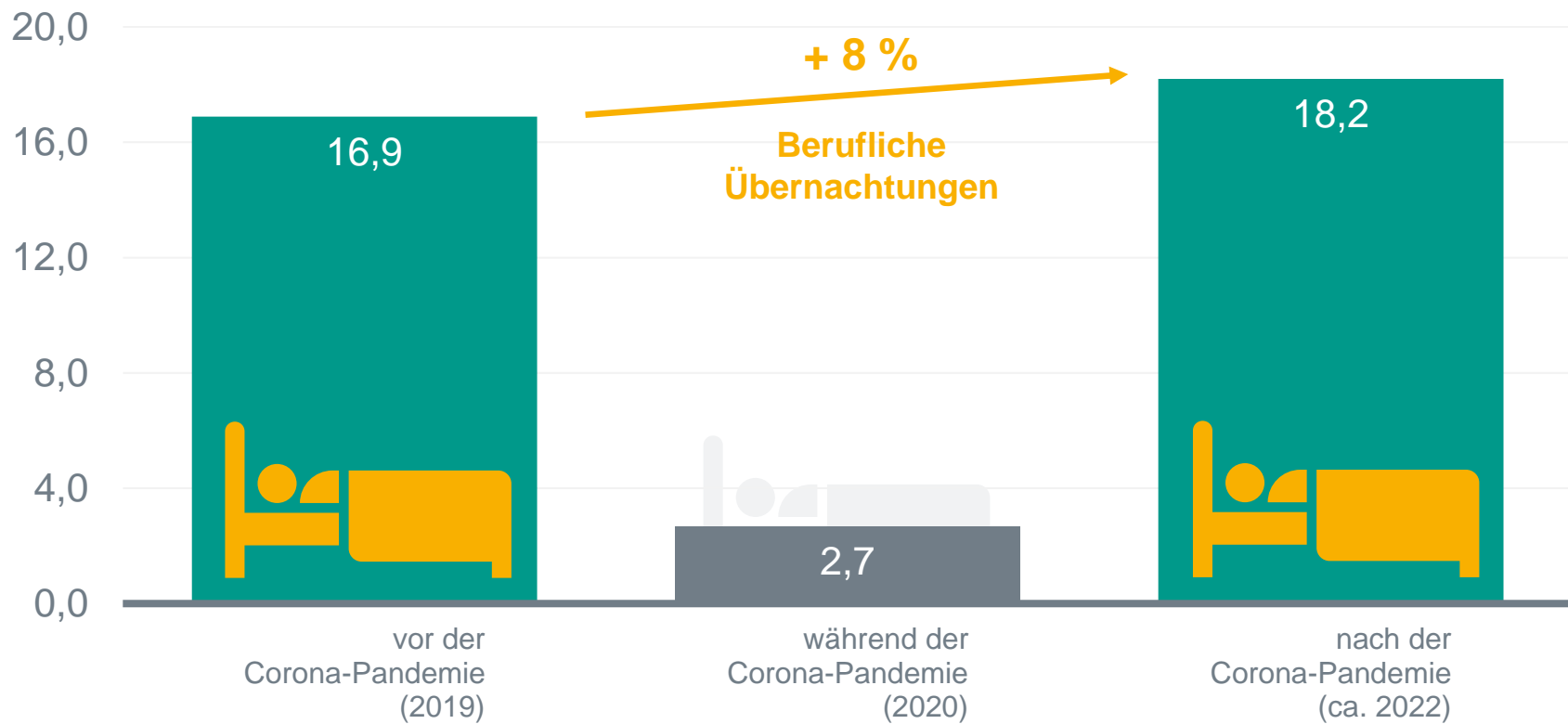


## 2. Ergebnisse im beruflichen Bereich

# Nach Corona: Mehr dienstliche Übernachtungen erwartet

## Dienstreisen vor, während und nach der Pandemie

Bitte schätzen Sie die Anzahl Ihrer beruflichen Übernachtungen je Kalenderjahr



### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

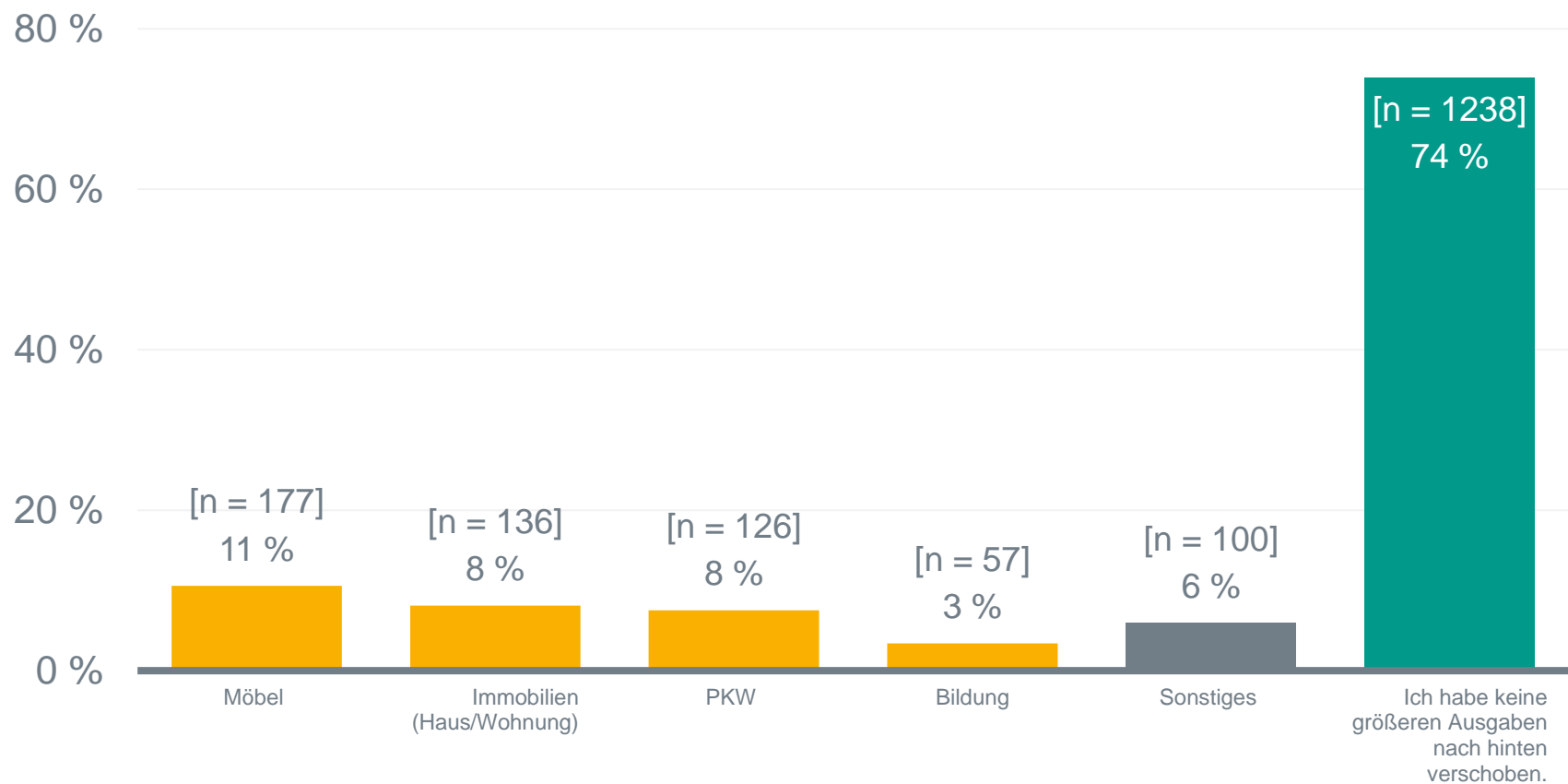


### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Eine Mehrheit ohne Konsumaufschub aufgrund der Corona-Pandemie

### Ausgabenverschiebungen nach hinten (späterer Zeitpunkt)

In welchen Ausgabenbereichen haben Sie in 2020 aufgrund der Corona-Pandemie größere Anschaffungen auf einen *späteren* Zeitpunkt als ursprünglich geplant verschoben?



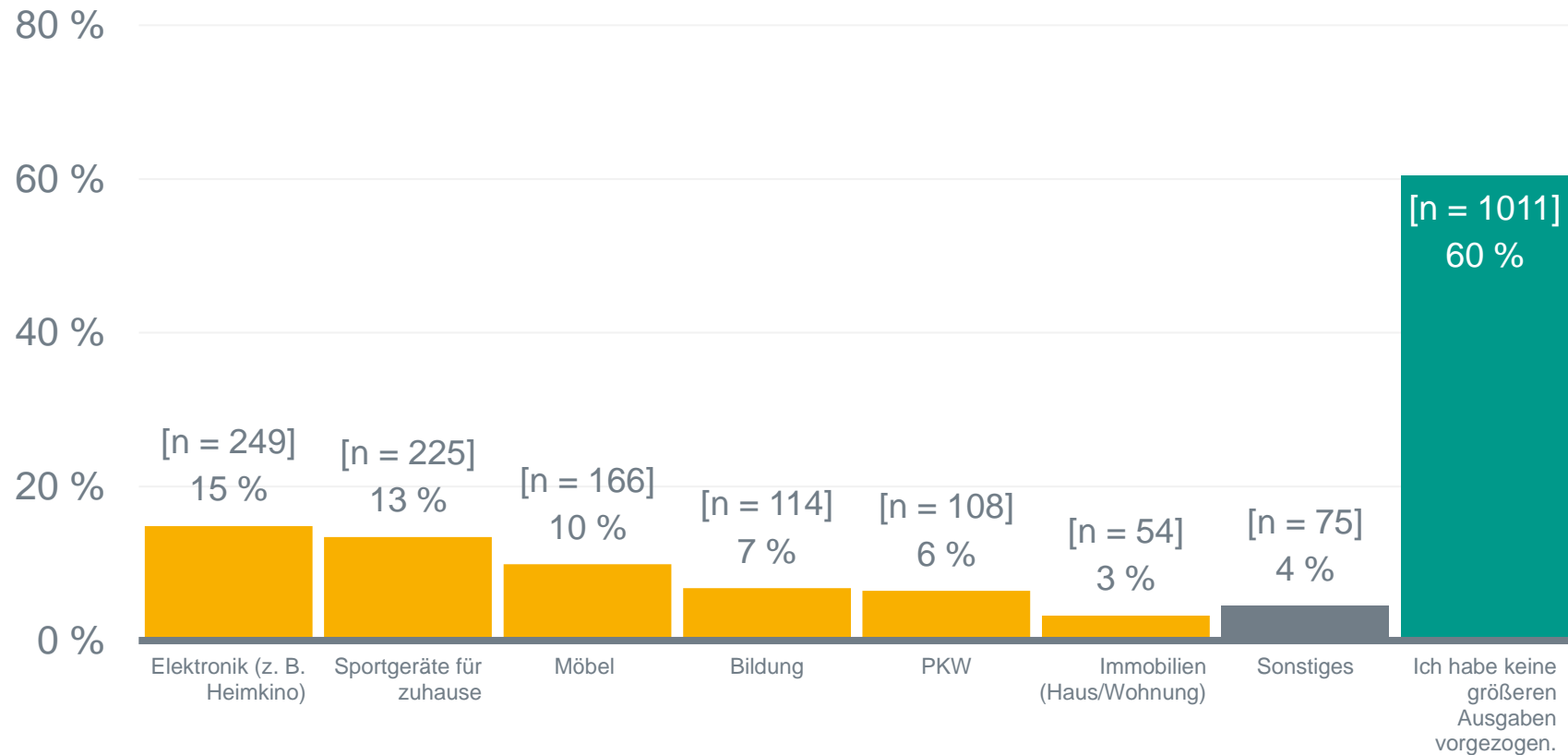
Mehrfachantworten möglich, Angaben in % aller Befragten [n = 1674]

### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Elektronik- und Sportgeräte in 2020 besonders gefragt

### Ausgabenverschiebungen nach vorne (früherer Zeitpunkt)

In welchen Ausgabenbereichen haben Sie in 2020 aufgrund der Corona-Pandemie größere Anschaffungen auf einen *früheren* Zeitpunkt als ursprünglich geplant verschoben?



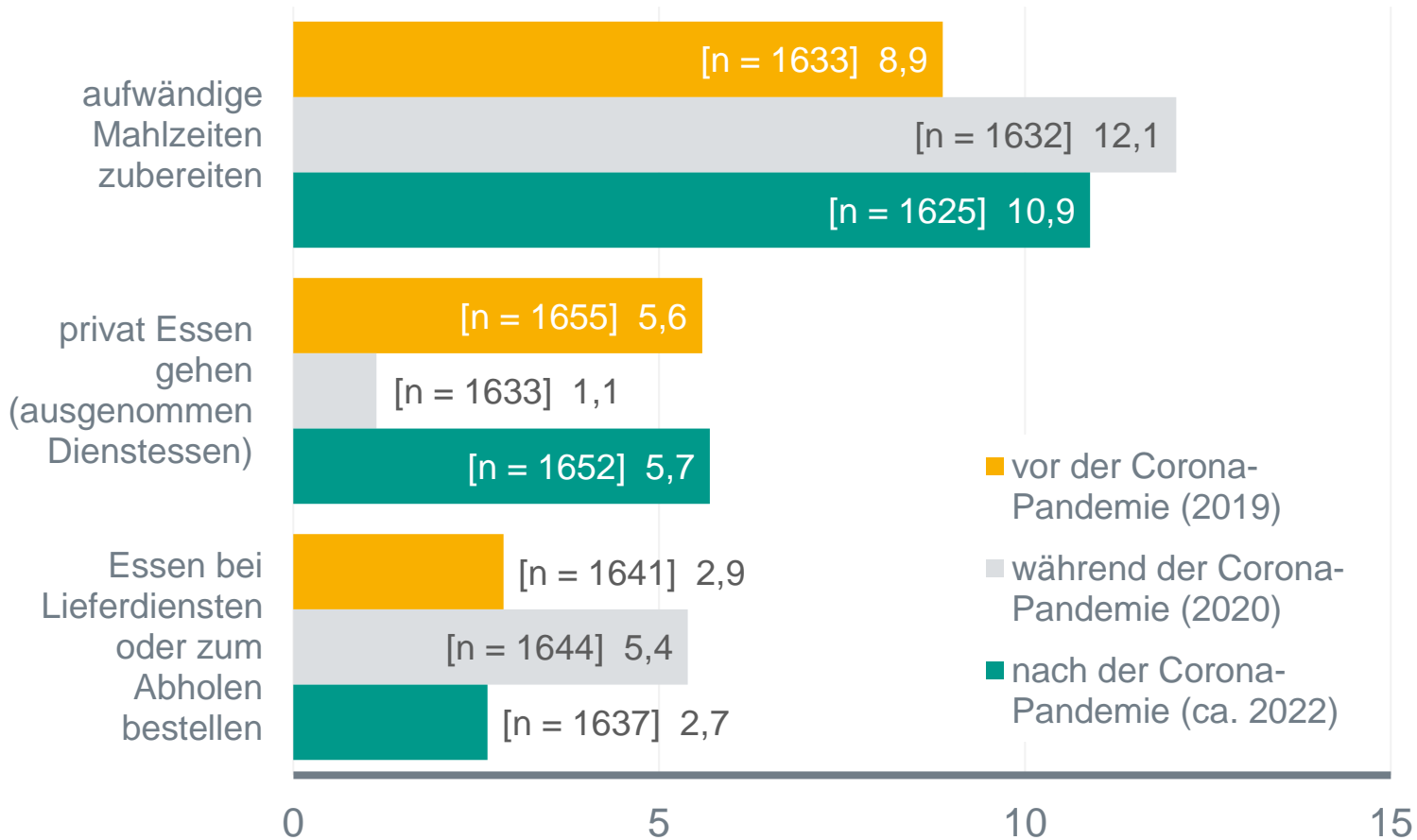
Mehrfachantworten möglich, Angaben in % aller Befragten [n = 1674]

### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Während Corona: Freude am Kochen entdeckt

### Private Aktivitäten vor, während und nach der Pandemie

Bitte schätzen Sie die Häufigkeit verschiedener privater Aktivitäten im Monatsdurchschnitt

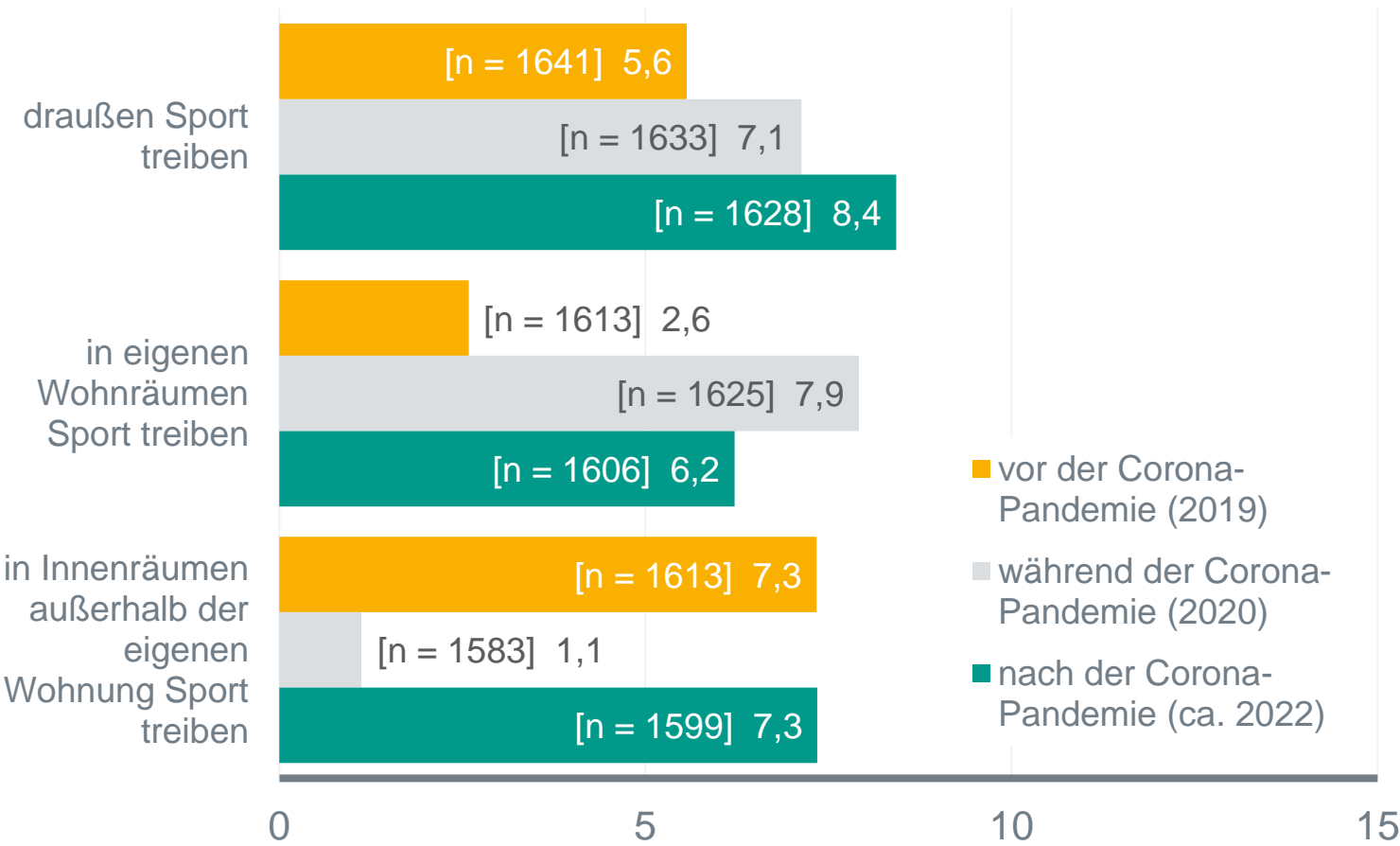


### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Nach Corona: Häufiger mal draußen oder zuhause Sport treiben

### Private Aktivitäten vor, während und nach der Pandemie

Bitte schätzen Sie die Häufigkeit verschiedener privater Aktivitäten im Monatsdurchschnitt

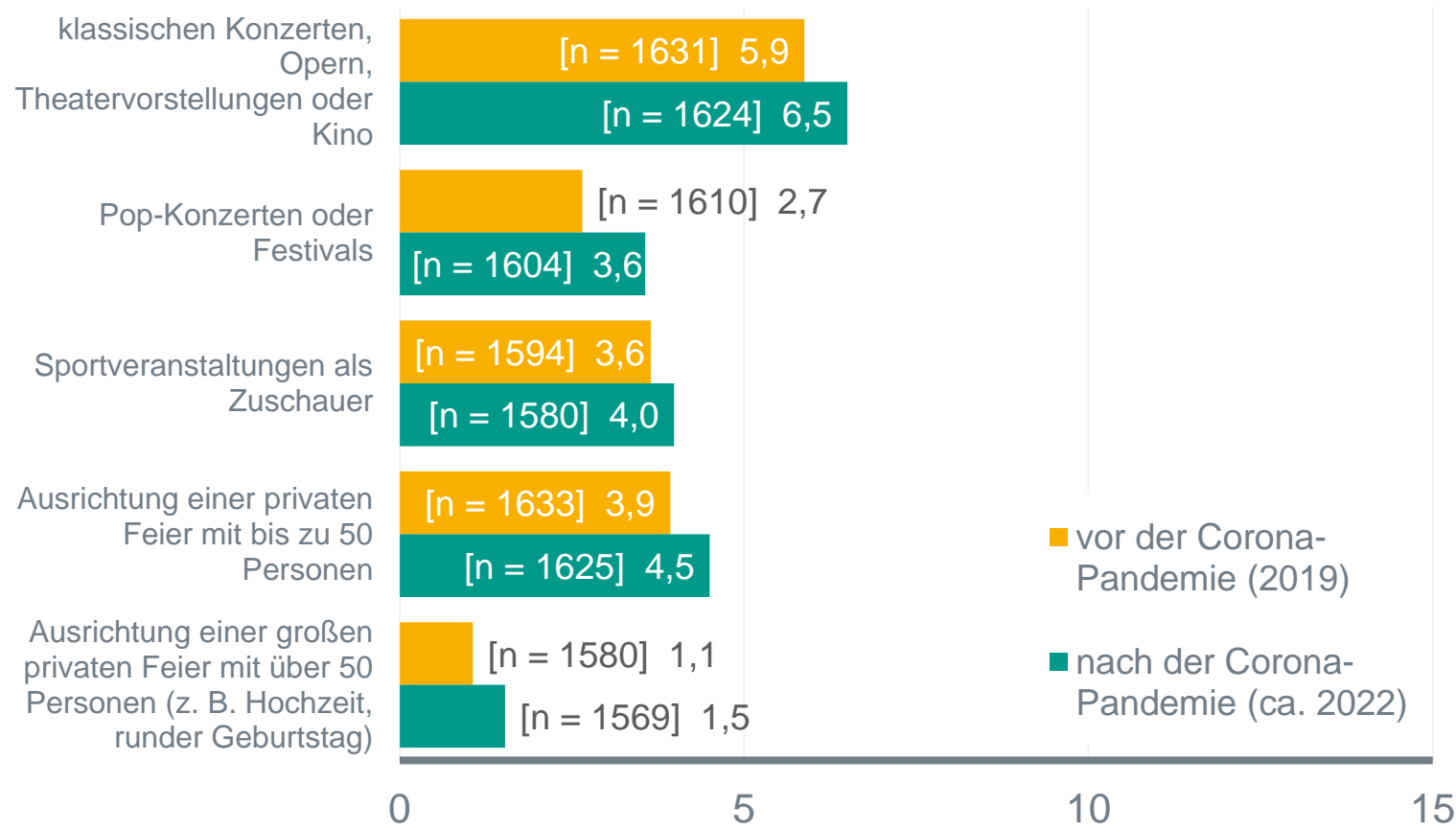


### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Nach Corona: Nachholeffekt bei Veranstaltungen

### Private Aktivitäten vor, während und nach der Pandemie

Bitte schätzen Sie die Häufigkeit der privaten Teilnahme/Ausrichtung von Veranstaltungen in der Summe je Kalenderjahr

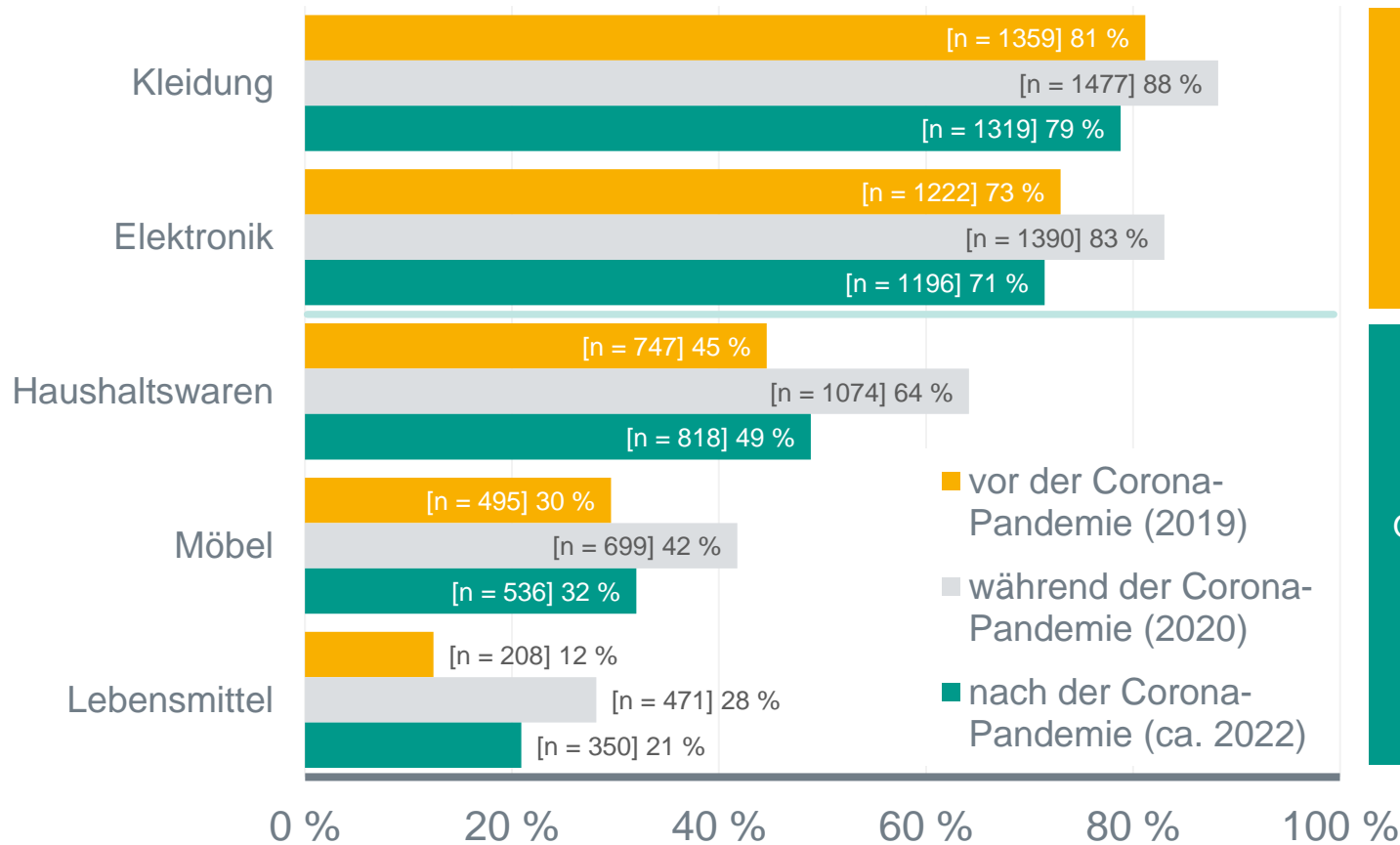


### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Nach Corona: Bei Kleidung weniger und Lebensmitteln mehr Onlinekäufe

### Online-Einkäufe in verschiedenen Konsumsegmenten

In welchen Konsumsegmenten haben Sie online eingekauft bzw. planen dies?



In den Konsumsegmenten *Kleidung* und *Elektronik* mit hohem Online-Shopper-Anteil vor der Pandemie sind kaum weitere Steigerungen im Onlinegeschäft zu erwarten.

In den Konsumsegmenten *Haushaltswaren*, *Möbel* und *Lebensmittel* mit geringerem Online-Shopper-Anteil vor der Pandemie ist mit mittel-fristigen Zuwächsen über Online-Kanäle im Vergleich zu 2019 zu rechnen.

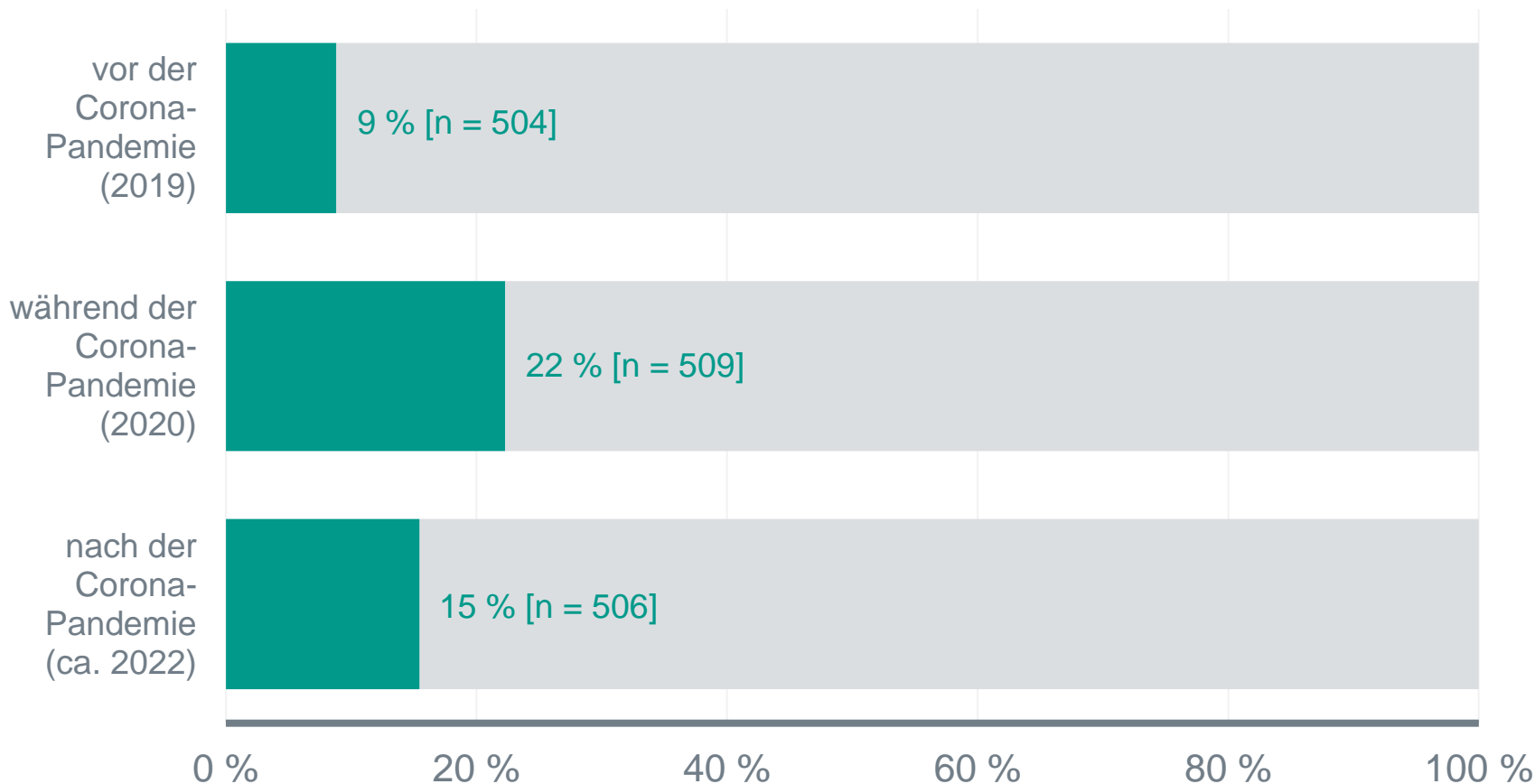
Mehrfachantworten möglich, Angaben in % aller Befragten [n = 1674]

### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Durch Corona: Zukünftig höherer Online-Anteil bei Lebensmitteln

### Anteil online eingekaufter Lebensmittel

Bitte schätzen Sie den prozentualen Anteil von online eingekauften Lebensmitteln



Frage nur an Personen, die bereits Lebensmittel online gekauft haben bzw. diese für 2022 planen

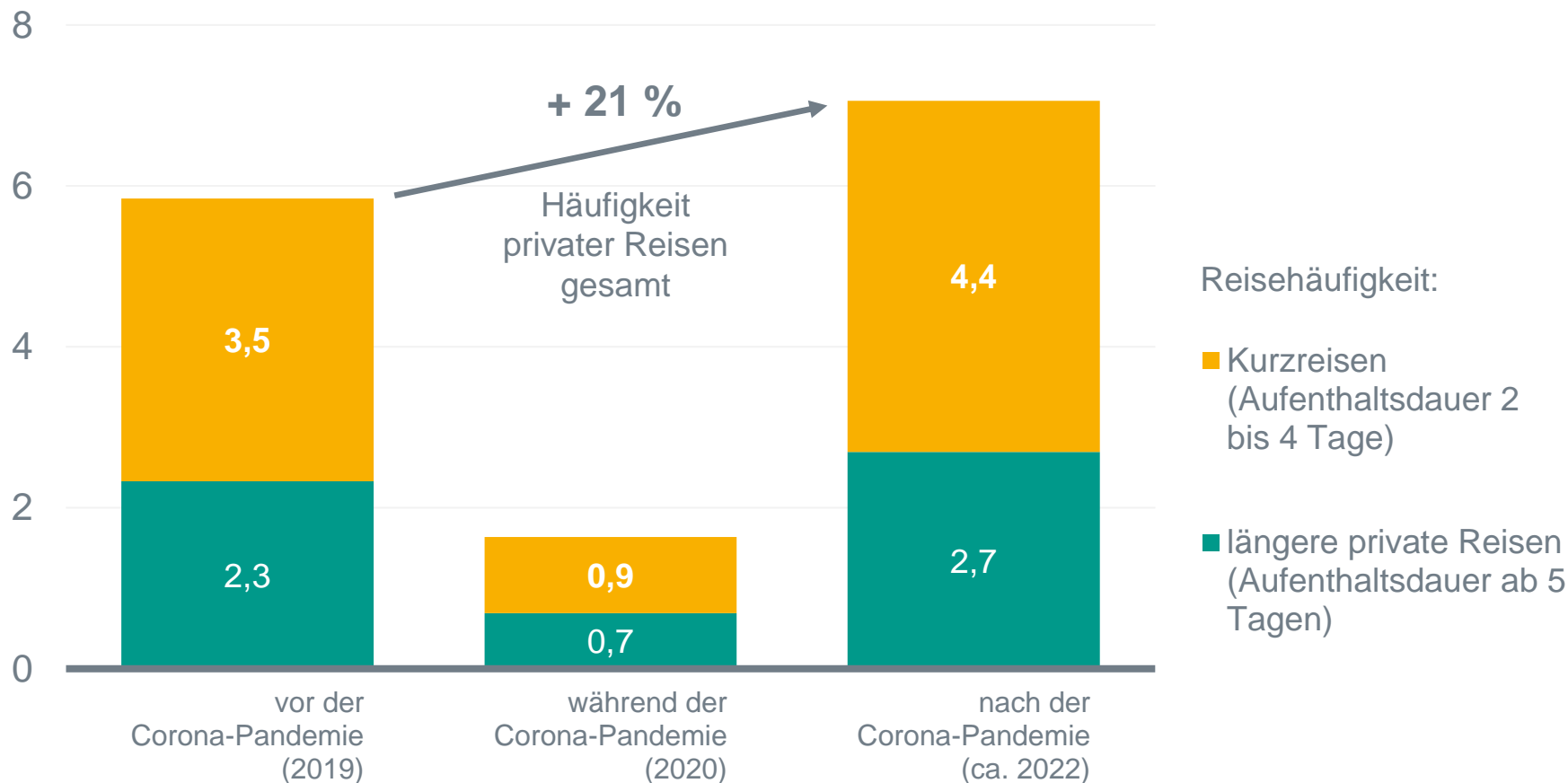


### 3. Ergebnisse im privaten Bereich

## Nach Corona: Reisesehnsucht ablesbar

### Private Reisen vor, während und nach Überwindung der Pandemie

Bitte schätzen Sie die Häufigkeit Ihrer privaten Reisen in der Summe je Kalenderjahr



## 4. Zusammenfassung

## **Beruflicher Bereich**

- Rund **ein Viertel der Befragten (24 %)** berichtet über **Einkommensverluste** aufgrund der Corona-Pandemie.
- Nur **wenige (4 %)** haben **Sorgen um den eigenen Arbeitsplatz**.
- Vor der Corona-Pandemie in 2019 haben die Befragten im Durchschnitt nur **6 %** ihrer Arbeitszeit im **Home Office** gearbeitet. In 2020 betrug der Anteil rund **50 %**. Für die Zeit nach der Pandemie erwarten die Befragten einen Home-Office-Anteil von **35 %**.
- Den **Weg zur Arbeitsstätte** planen die Befragten nach der Corona-Pandemie **häufiger zu Fuß oder mit dem Fahrrad, E-Bike o. ä.** zu bestreiten.
- Bezogen auf Dienstreisen gehen die Befragten davon aus, dass die Zahl der eigenen **berufliche Übernachtungen** nach der Corona-Pandemie die vor der Krise in 2019 übersteigt (**+8 %**).

## Privater Bereich

- Jede(r) **vierte Befragte (26 %)** hat aufgrund der Corona-Pandemie größere Anschaffungen auf einen späteren Zeitpunkt verschoben.
- **40 % der Befragten** haben aufgrund der Corona-Pandemie **Ausgaben vorgezogen**. Dies fand vor allem bei **Elektronikartikeln (15 %)** und **Sportgeräten für zuhause (13 %)** statt.
- **Privates Essen gehen** und die **Nutzung von Lieferdiensten** planen die Befragten für die Zeit nach der Corona-Pandemie in einer ähnlichen Frequenz wie vor der Pandemie 2019. An der **Zubereitung von aufwändigeren Mahlzeiten** haben die Teilnehmenden offenbar Gefallen gefunden. Hier wird eine **Steigerung im Vergleich zur vor der Pandemie** erwartet.
- Das **Sporttreiben in Innenräumen (z. B. Fitness-Studios)** planen die Befragten nach Überwindung der Corona-Pandemie **genauso häufig wie zuvor in 2019**. **Häufiger als vorher** möchten sie sich **draußen** und **in der eigenen Wohnung** sportlich betätigen.

## **Privater Bereich**

- Bei der **Teilnahme bzw. Ausrichtung von Veranstaltungen** möchten die Befragten verpasste Gelegenheiten zukünftig nachholen.
- In den Konsumsegmenten **Kleidung** und **Elektronik** mit bereits hohem Online-Shopper-Anteil vor der Pandemie sind kaum weitere Steigerungen im Onlinegeschäft zu erwarten. Dagegen ist bei **Haushaltswaren, Möbeln** und **Lebensmitteln** mit geringerem Online-Shopper-Anteil vor der Pandemie mit **Zuwächsen über Online-Kanäle** im Vergleich zu 2019 zu rechnen.
- Bei **privaten Reisen** planen die Befragten für die Zeit nach der Corona-Pandemie eine höhere Häufigkeit als vorher in 2019.

Folie 3 (Tablet): [pixabay.com](https://pixabay.com) (Creative Commons CC0)