

Drei Wege, wie Corona die Arbeitswelt erweitert

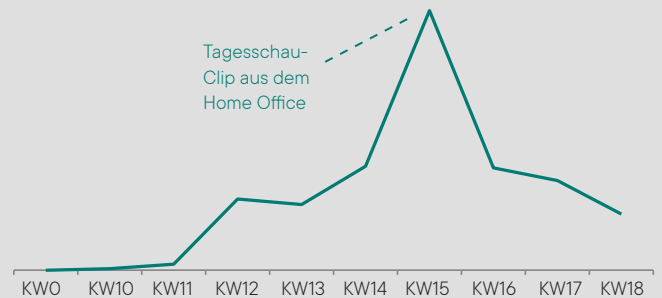
Trendanalyse Schweiz

1. Alternative Arbeitsmodelle

Durch die Verbreitung des Virus entwickelten sich neue Arbeitsmodelle in grossem Stil: Video-konferenzen und Home Office spielen dabei die grösste Rolle. Die Hashtag-Analyse rund um dieses Thema ergab folgenden Fokus:



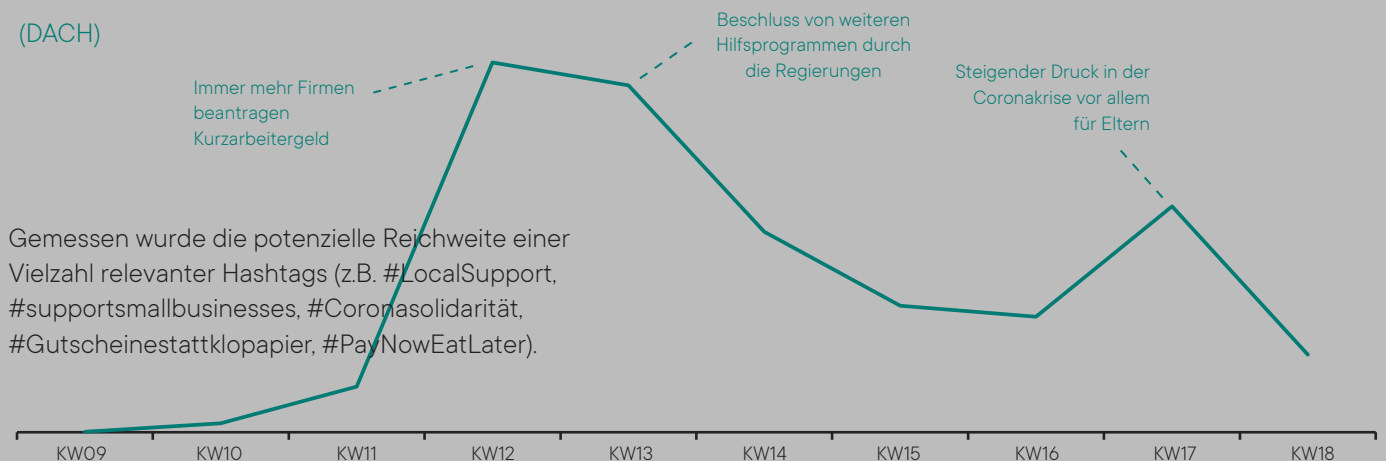
Die Grösse (abh. von der Zahl) der Hashtags zeigt, dass #homeoffice (und Synonyme) die wichtigste Rolle in der Arbeitswelt spielen.



Der Zeitverlauf der analysierten Hashtags (nach Anzahl) zeigt seinen Höhepunkt in der 15. KW. Davor hatten alternative Arbeitsmodelle kaum mediale Bedeutung.

2. Solidarität und staatliche Hilfen

(DACH)



Gemessen wurde die potenzielle Reichweite einer Vielzahl relevanter Hashtags (z.B. #LocalSupport, #supportsmallbusinesses, #Coronasolidarität, #Gutscheinestattklopapier, #PayNowEatLater).

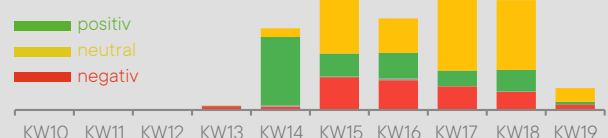
3. Neue Geschäftsmodelle

Im Zuge der Coronakrise begannen einige Unternehmen, wie Dyson, Trigema oder Eterna, ihre Produktion auf Beatmungsgeräte, Schutzkleidung oder Atemmasken umzustellen. Die anfänglich positive Social-Media-Resonanz fiel im Zeitverlauf jedoch vor allem für Dyson ins Negative.



Die Wordcloud zeigt Hashtags (nach Anzahl), die in Verbindung mit den Unternehmen (Dyson, Trigema und Eterna) genannt wurden.

(Tonalität*)



Mit #toryshambles und #corruption prangerten viele Briten die Verwobenheit von Dyson mit den „Tories“ an. Im weiteren Verlauf stellte sich ebenso heraus, dass die Beatmungsgeräte von Dyson zu simpel seien. Die Tonalität hat sich im Laufe des Monats März folglich deutlich von positiv zu neutral bis negativ entwickelt.