

Arbeitslosenzahlen trotzen Pandemie, Aktie von Facebook-Konzern Meta bricht ein, Nestlé stoppt Vittel in Deutschland und Österreich

Arbeitslosenzahlen trotzen Pandemie

In Deutschland hat der Arbeitsmarkt fast wieder das Niveau vor der Corona-Pandemie erreicht. Im Januar 2022 waren 2,462 Millionen Menschen in Deutschland arbeitslos und damit nur noch 37.000 mehr als im Januar 2020, wie die Nürnberger Bundesagentur für Arbeit (BA) am Dienstag (01.02.2022) mitteilte. Die Arbeitslosigkeit im Bereich der Arbeitslosenversicherung hat sogar schon die Coronafolgen bewältigt – Probleme bereitet weiter die Langzeitarbeitslosigkeit. Sorgen machen weiterhin das Hotel- und Gastgewerbe. Dort stiegen wegen der Omikronwelle zuletzt die Meldungen für Kurzarbeit. Und in Hinblick auf den Bereich der Langzeitarbeitslosigkeit, hat sich der Sockel von 700.000 Langzeitarbeitslosen auf jetzt eine Million erhöht. Hier seien verstärkte Anstrengungen etwa durch Qualifizierung nötig. ([Der Tagesspiegel](#))

Aktie von Facebook-Konzern Meta bricht ein

Für das vergangene Quartal und gedämpfte Wachstumsaussichten hat der Facebook-Konzern Meta die Anleger enttäuscht. Die Aktie fiel im nachbörslichen Handel zeitweise um mehr als 20 Prozent. Nach einem kräftigen Zuwachs zum Jahresende rechnet Meta für Januar bis März 2022 mit einem Umsatzplus von drei bis elf Prozent auf 27 bis 29 Milliarden Dollar, wie der Konzern mitteilte. Analysten waren jedoch von einem Anstieg

auf bis zu 30 Milliarden Dollar ausgegangen. Zudem geht die Zahl täglicher Facebook-Nutzer zurück. ([Spiegel Online](#))

Nestlé stoppt Vittel in Deutschland und Österreich

Nestlé befindet sich mit seinem Mineralwasser Vittel wegen der umstrittenen Wassergewinnung schon länger in der Kritik. Nun stellt der Nahrungsmittelriese das Geschäft mit der Marke Vittel in Deutschland und in Österreich noch vor dem Sommer 2022 komplett ein. Der Schweizer Lebensmittelkonzern begründet den Schritt mit einer veränderten Premium-Strategie in Nestlés Wassersparte. Nestlé wolle sein Angebot nun stärker auf die hochpreisigen Marken San Pellegrino und Aqua Panna fokussieren. Nestlé hatte bereits im vergangenen Jahr das Wassergeschäft in den USA erheblich zurückgefahren. ([Manager Magazin](#))