



# Squarespace Online-Kompass Deutschland 2021





# Squarespace Online-Kompass Deutschland



## Corona als Initialzündung zum Neustart: Eine aktuelle Umfrage zeigt, wie die Pandemie das Online-Verhalten und die Einstellung zu Arbeit und Unternehmertum in Deutschland verändert hat

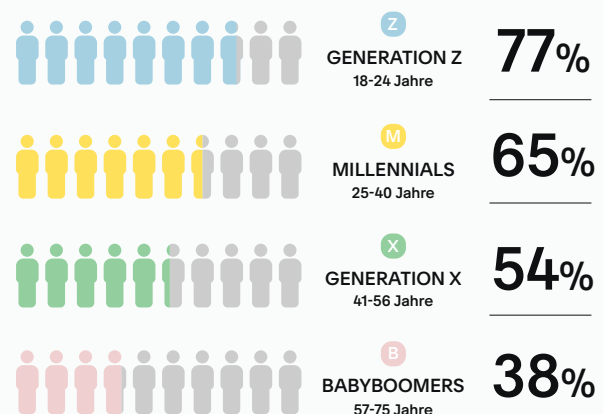
Der Website- und E-Commerce Baukasten Anbieter Squarespace hat in Zusammenarbeit mit YouGov in einer aktuellen, umfangreichen Umfrage erhoben, welche Rolle Websites und Online-Tools im täglichen Leben der Deutschen spielen und wie sich dies durch die Pandemie verändert hat. Die Ergebnisse bestätigen, dass die vergangenen 18 Monate viele bestehende Trends in Hinblick auf die Digitalisierung in Arbeit und Privatleben beschleunigt haben, aber sie belegen auch eine geänderte Einstellung zu Arbeit und Unternehmertum.

So ergab die Umfrage, dass vor allem Vollzeitbeschäftigte von Veränderung träumen: Sie möchten als Folge der Pandemie entweder weniger arbeiten (20%), unabhängiger arbeiten (16%), den Arbeitsplatz wechseln (15%) oder sogar ihr eigenes Unternehmen gründen (9%).

## Die Deutschen und das Unternehmertum

Werden die Deutschen also zu einem Volk der Unternehmer:innen? Immerhin gut jede:r Zweite (52%) kann sich vorstellen, ein Unternehmen zu gründen oder sich selbstständig zu machen. Dies gilt in auffälliger Weise für die jüngeren Generationen: Bei der Generation Z (18-24 Jahre) können sich 77 Prozent vorstellen, unternehmerisch tätig zu werden, bei den Millennials (25-40 Jahre) sind es 63 Prozent.

### So viele Deutsche können sich vorstellen, selbst unternehmerisch tätig zu werden:



Interessant ist dabei, was für ein Geschäftsfeld gewählt werden würde: Unter den Deutschen, die ein Unternehmen gründen würden, spricht sich der größte Anteil (16%) für ein Dienstleistungsunternehmen aus, also zum Beispiel Unterricht, Beratung, Coaching etc. Bei den jüngeren Generationen der Millennials und Generation Z wird der Verkauf eines digitalen Produktes (E-Book, Musik, Foto, Content) am zweithäufigsten angegeben.

Diese Ergebnisse zeigen, dass insbesondere die jüngeren Generationen E-Commerce anders verstehen – nicht nur als Verkauf von physischen Gütern über das Internet, sondern genauso von Dienstleistungen, Mitgliedschaften oder digitalen Inhalten.



## Online-Surfgewohnheiten unter Pandemie-Einfluss

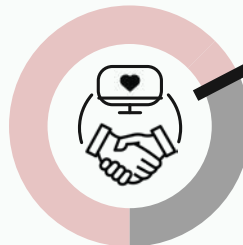
Die Umfrage untersuchte auch die Online-Surfgewohnheiten der Deutschen und wie sich die Pandemie auf das Online-Verhalten ausgewirkt hat. Der ganz überwiegende Teil (61%) besucht Webseiten, um sich über Produkte zu informieren, die sie kaufen möchten. Dabei ist es aber wichtig, dass die Webseiten gut gestaltet sind, denn über die Hälfte aller Befragten befürchten, dass ein Unternehmen nicht seriös ist, wenn es eine schlecht gestaltete Website hat. Und auch eine reine Präsenz auf Social Media reicht vielen nicht aus, denn der ganz überwiegende Teil (68%) der befragten Deutschen findet ein Unternehmen mit eigener Website vertrauenswürdiger als eines, das nur über eine Social Media Präsenz - z. B. auf Facebook oder Instagram - verfügt.

### Warum besuchen Menschen in Deutschland Webseiten?



• **61%**

besuchen Webseiten zum sich über Produkte zu informieren, die sie kaufen möchten



• **68%**

finden, dass ein Unternehmen mit eigener Website vertrauenswürdiger ist als eines, das nur eine Social Media Präsenz hat

Die Pandemie hat sich dabei auf das Nutzer:innenverhalten ausgewirkt: Mehr als jede:r zweite befragte Deutsche (55%) gibt an, während der Pandemie mehr im Internet gesurft zu sein. Dabei liegen die jüngeren Generationen klar vorn: 70 Prozent der Generation Z (18-24 Jahre) und 62 Prozent der Millennials (25-40 Jahre) surfen während der Pandemie mehr im Internet.

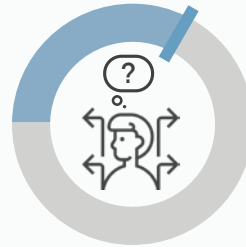
Auch die generelle Einstellung der Berufstätigen hat sich unter dem Eindruck der Pandemie verändert. Fast die Hälfte (48%) der befragten Vollzeitbeschäftigten gibt an, dass sie nach der Pandemie weiterhin häufiger von zuhause aus arbeiten möchte; ein Drittel der Erwerbstätigen in Deutschland gibt außerdem an, dass die Pandemie sie dazu gebracht hat, ihre berufliche Situation generell zu überdenken. Neben einem allgemeinen Digitalisierungsschub hat die Pandemie also nachhaltig die Art und Weise beeinflusst, wie die Menschen über ihre Arbeit denken.

## Relevante Ergebnisse und Zahlen im Überblick:

### So verhalten sich die Deutschen online

- 75% der Deutschen besuchen täglich Websites.
- 61% der Deutschen besuchen Websites, um sich über Produkte zu informieren, die sie kaufen möchten.
- Dies gilt besonders für die Generation X (41-56 Jahre) und die Babyboomer (57-75 Jahre), bei denen 64% und 63% angeben, dass dies ihr Hauptgrund für den Besuch von Websites ist.
- Bei der Generation Z gibt mehr als die Hälfte (51%) an, dass sie für die Arbeit oder das Studium online recherchieren – während dies über alle Altersgruppen hinweg nur 26% angeben.
- Fast die Hälfte (48%) der Deutschen schätzt, dass sie mehr als 5, aber weniger als 50 Webseiten pro Tag besuchen.

## Corona hat die generelle Einstellung zur Arbeit nachhaltig beeinflusst.



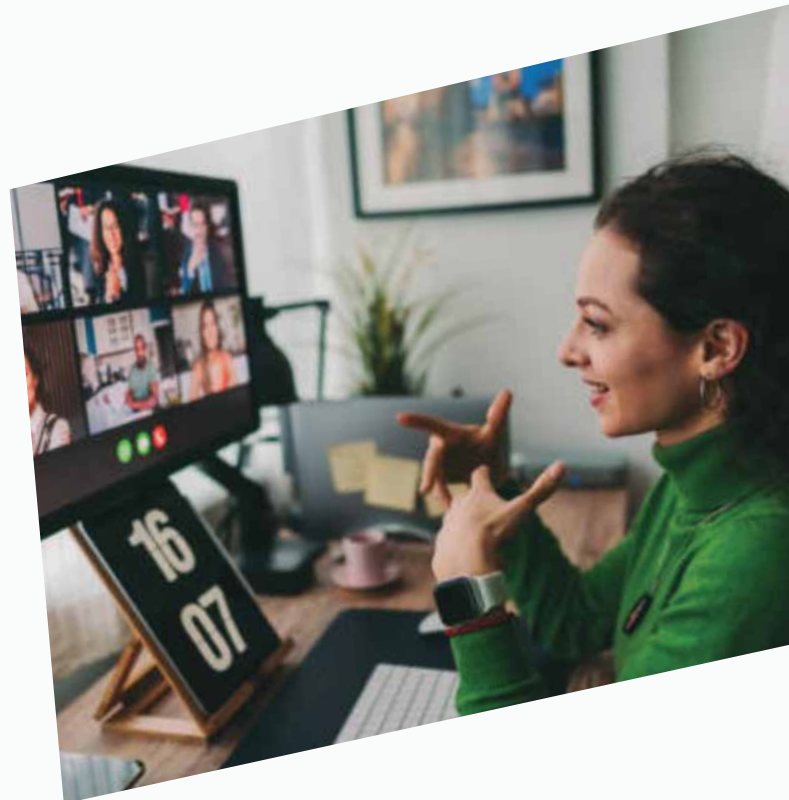
• 33%

der Erwerbstätigen sagen, dass die Pandemie sie dazu gebracht hat, ihre berufliche Situation generell zu überdenken



• 48%

der Vollzeitbeschäftigten geben an, dass sie nach der Pandemie weiterhin häufiger von zu Hause aus arbeiten möchten



- Bei der Generation der Babyboomer geben **44%** an, nur 1-5 unterschiedliche Websites pro Tag zu besuchen.
- **54%** der Deutschen stimmen der Aussage zu, dass sie befürchten, dass ein Unternehmen nicht seriös ist, wenn es eine schlecht gestaltete Website hat. Dies gilt besonders für die Generation Z (**60%**) und die Millennials (**59%**).
- **68 %** der Deutschen stimmen zu, dass ein Unternehmen mit einer eigenen Website vertrauenswürdiger erscheint als ein Unternehmen, das nur über eine Social Media Präsenz verfügt. Dies gilt insbesondere für die Generation Z (**74%**)
- **56%** der Deutschen geben an, dass sie eher ein Restaurant oder ein Geschäft in ihrer Nähe besuchen würden, wenn es eine ansprechend gestaltete Website hat.



## Digitalisierung während Corona

- **51%** der Vollzeit-Erwerbstätigen haben während der Pandemie für sie neue Online-Tools genutzt.
- **22%** der Deutschen haben während der Pandemie zum ersten Mal an Videokonferenzen teilgenommen. Dies trifft besonders für die unter 25-Jährigen zu – hier geben **40%** an, in den vergangenen anderthalb Jahren das erste Mal Videokonferenzen genutzt zu haben.
- **55%** der Deutschen sagen, dass sie während der Pandemie mehr im Internet gesurft sind. Hier stimmen vor allem die Jüngeren zu: **70%** der Generation Z und **62%** der Millennials sagen, dass sie während der Pandemie mehr im Internet gesurft sind.
- **56%** der Vollzeitbeschäftigten und **49%** aller Teilzeitbeschäftigten (mit 8-29 Stunden pro Woche) sind der Meinung, dass die Arbeit von Zuhause aus mit den richtigen Tools gut funktioniert.
- **73%** der Deutschen glauben allerdings auch, dass ein Videoanruf ein persönliches Treffen nicht ersetzen kann, wenn es um menschliche Beziehungen geht.
- Fast die Hälfte (**48%**) der Vollzeitbeschäftigten gibt an, dass sie nach der Pandemie weiterhin häufiger von Zuhause aus arbeiten möchten.
- Ein Drittel (**33%**) der Erwerbstätigen in Deutschland (mit mehr als 8h pro Woche) gibt an, dass die Pandemie sie dazu gebracht hat, ihre berufliche Situation zu überdenken.
- Besonders die Vollzeitbeschäftigten träumen von Veränderung: Sie würden entweder gern weniger arbeiten (**20%**), unabhängiger arbeiten (**16%**), den Job wechseln (**15%**), oder sogar ein eigenes Unternehmen gründen (**9%**).
- Ein Viertel (**24%**) der Millennials gibt an, dass sie als Folge der Pandemie weniger arbeiten möchten, um mehr Zeit mit ihrer Familie zu verbringen oder das zu tun, was sie lieben.

## Die Deutschen und der Unternehmergeist

- 52% der befragten Deutschen - über die Hälfte - können es sich vorstellen, sich selbstständig zu machen.
- Dabei würden die meiste (16%) eine Dienstleistung anbieten (Unterricht, Beratung, Coaching, Malerei etc.). 10% würden ein Restaurant, Café oder eine Bar eröffnen, 8% würden ein digitales Produkt anbieten, 7% würden ein physisches Produkt online verkaufen, 6% würden ein Geschäft eröffnen (6% Sonstiges).
- Bei den Vertreter:innen der Generation Z (unter 25 Jahre) würden 22% eine Dienstleistung verkaufen, der Verkauf eines digitalen Produkts steht in dieser Altersgruppe mit 16% an zweiter Stelle.
- Nur 12% der Generation Z sagen, sie würden definitiv kein eigenes Unternehmen starten, bei den Millennials sind dies 28%, bei der Generation X 38%, in der Generation über 57 kann sich weit über die Hälfte nicht (mehr) vorstellen ein eigenes Unternehmen zu gründen.



## Persönliche Online Präsenz

- Ob Menschen in Deutschland eine persönliche Online-Präsenz – also eine eigene Website oder ein Social Media Profil – haben ist eine Generationsfrage: 61% von Gen Z und 62% der Millennials besitzen eine Onlinepräsenz, während es in der Gruppe der Babyboomer nur 38% sind.
- Dennoch glauben nur 14% der Generation Z und 15 % der Millennials, dass sie online einen besseren Eindruck machen als im realen Leben.

## Pressekontakt

Gern gewähren wir auf Anfrage Zugriff auf die gesamten Daten der Umfrage - bitte kontaktieren Sie uns unter [sqsp@otl.rocks](mailto:sqsp@otl.rocks). Bei Nutzung von Ergebnissen aus der Umfrage verweisen Sie bitte auf den "SquareSpace Online-Kompass Deutschland 2021" als Quelle.

## Information zur Datenerhebung

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH im Auftrag von SquareSpace, an der 2060 Personen zwischen dem 10. und 13.09.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

## Über SquareSpace

Das Ziel von SquareSpace: Erstklassiges Webdesign für jeden. SquareSpace vereint modernste Funktionalität mit schlichtem Design und hilft damit Millionen Kund:innen in über 180 Ländern beim Aufbau und Wachstum ihres digitalen Geschäftsmodells. Mit den branchenführenden SquareSpace-Website-Templates schaffen Kund:innen ein einheitliches, zeitgemäßes Markenbild nach höchsten Designstandards – und das über alle digitalen Kanäle hinweg. Die SquareSpace-Produktpalette reicht von Website-Templates, über Domains, E-Commerce, Terminplanungs- und Marketing-Tools bis zum Management von Social Media Content. 2003 wurde SquareSpace von Anthony Casalena gegründet. SquareSpace weitet nun seine Aktivitäten in Deutschland aus. Startschuss bildet die erste SquareSpace-Kampagne seit September 2021 exklusiv für den deutschen Markt