



Squarespace Online-Kompass Deutschland 2023

Fokus: Creator Economy /
Passion Economy

Squarespace Online-Kompass Deutschland 2023

Umfrage zur Digitalwirtschaft: Über die Hälfte der Deutschen (18+) zeigt Kaufbereitschaft für digitale Produkte, Content und Services

Immer mehr Menschen wollen mit Hilfe ihrer Social Media-Reichweite oder mit ihrer Leidenschaft online Geld verdienen. Diese Entwicklung ist unter dem Stichwort Creator Economy eines der wichtigsten Trendthemen in der Digitalwirtschaft. Viele Daten und Erhebungen hierzu stammen aus den USA oder einem internationalen Kontext. Der Website- und E-Commerce-Komplettanbieter Squarespace hat daher in einer Umfrage mit YouGov* das Themenfeld in einer für Deutschland repräsentativen Umfrage aus unterschiedlichen Blickwinkeln unter die Lupe genommen.

Dabei stellt sich als Erstes heraus: Der Begriff "Creator Economy" selbst ist in Deutschland noch nicht breit bekannt. Nur 15 Prozent der erwachsenen Deutschen geben an, den Begriff gehört zu haben und eine Vorstellung davon zu haben, was er bedeutet. Davon unbenommen betrifft er jedoch all jene, die in den sozialen Medien unterwegs sind und zumindest gelegentlich online shoppen.

Social Media ist Inspirationsquelle, aber nicht Shopping-Kanal

41 Prozent** der 18-34-jährigen befragten Deutschen geben an, mindestens einmal ein Produkt gekauft zu haben, dass sie über einen Influencer bzw. Creator auf Social Media entdeckt haben, weitere 22 Prozent können sich vorstellen, dies in Zukunft zu tun. Gerade jüngere Deutsche lassen sich also durch Creator (Menschen, die auf den sozialen Medien Inhalte kreieren und eine gewisse Followerschaft haben) zum Kauf inspirieren.



**41% der Deutschen zwischen
18-34 Jahren haben nach
Influencer-Empfehlung
mindestens ein Produkt gekauft**

**und 22% können
sich den Kauf nach
Empfehlung *vorstellen***

 SQUARESPACE

Daten: YouGov Online Befragung 21.02.23, 2174
Beitragte, gewichtet für deutsche Bevölkerung 18+

Obwohl Social Media also die Kaufentscheidung beeinflusst, scheint der eigentliche Kaufprozess

woanders stattzufinden. Für die Umfrage wurden die Deutschen gefragt, wo sie ein Produkt oder eine Dienstleistung, die sie über soziale Medien entdeckt haben, kaufen möchten - auf einer separaten Website/Webshop, in einem stationären Geschäft oder direkt auf dem Social-Media-Kanal. 18-54-Jährige bevorzugen eine Website/Webshop als Einkaufsort, während die Präferenz für ein physisches Geschäft bei Personen ab 55 Jahren überwiegt.

Überraschenderweise ist die Präferenz für sozialen Medien als Einkaufskanal in allen Altersgruppen sehr gering: Von den 18- bis 44-Jährigen geben nur rund 11 Prozent an, ein Produkt direkt auf dem Social-Media-Kanal kaufen zu wollen. Aber immerhin 45 Prozent dieser Altersgruppe würden es vorziehen, ein Produkt auf einer verlinkten Website oder in einem Webshop zu kaufen.

45% der Deutschen im Alter von 18-44 wollen ein *Produkt*, das sie in den sozialen Medien entdeckt haben,



am liebsten auf einer *Website/Webshop* kaufen

11% direkt auf dem Social Channel
24% in einem Geschäft

Daten: YouGov Online Befragung, 21.02.23, 2176 Befragte, gewichtet für deutsche Bevölkerung 18+

SQUARESPACE

Kumuliert für die deutsche erwachsene Gesamtbevölkerung liegt die eigene Website/Webshop mit 37 Prozent an der Spitze, gefolgt vom physischen Ladengeschäft mit 31 Prozent, während nur 8 Prozent der befragten Deutschen direkt über den Social-Media-Kanal einkaufen möchten.

Arbeit im Wandel: Deutschland, Land der Digital-Entrepreneure?

Über die Hälfte der Deutschen denkt, dass in naher Zukunft mehr Menschen in der Lage sein werden, mit ihrem eigenen Online-Business Geld zu verdienen: 55 Prozent der befragten Deutschen stimmen voll und ganz oder eher dieser Aussage zu. Bei der jüngsten Altersgruppe der sogenannten "Generation Z" von 18-27 liegt die Zustimmung sogar bei 63 Prozent.

SQUARESPACE



55%

der Deutschen stimmen zu, dass in der Zukunft mehr Menschen in der Lage sind mit einem eigenen *Online-Business* Geld zu verdienen

42% Zustimmung
13% Volle Zustimmung

Daten: YouGov Online Befragung, 21.02.23, 2176 Befragte, gewichtet für deutsche Bevölkerung 18+

Rund ein Drittel (32 Prozent) der Altersgruppe bis 44 Jahre haben ihre Passion bisher nicht zum Beruf gemacht, weil sie fürchten, damit nicht genug Geld zu verdienen oder nicht erfolgreich zu sein. Aber auch fehlende Orientierung und Hilfestellung scheint ein Problem zu sein: In den Altersgruppen bis 44 Jahren gibt ein Viertel der Befragten an, dass sie nicht wissen, wie ein Geschäftsmodell für ihre Passion aussehen könnte oder dass sie nicht wissen, wie sie anfangen und eine Marke aufbauen sollen (21 Prozent). Gerade die Generation Z hat außerdem Angst, mit der Fülle der Aufgaben überfordert zu sein (19 Prozent in der Altersgruppe 18-27). Grundsätzlich nicht selbstständig arbeiten wollen nur 15 Prozent der Befragten. Das bedeu-

tet, dass Tools und Angebote, die Prozesse für Gründungswillige vereinfachen oder Hilfestellung und Orientierung beim Aufbau eines Online-Geschäftsmodelles geben, auf offene Ohren treffen dürften.

Ein möglicher Ansatz: Nebenberuflich ein Online-Business aufbauen

Sich zumindest teilweise mit einem Nebengeschäft selbständig zu machen, könnte für die risikoscheuen Deutschen ein gangbarer Weg sein: 41 Prozent der befragten Deutschen können sich vorstellen, selbst ein (Neben-)geschäft rund um die eigene Passion aufzubauen. In der Altersgruppe von 25-34 ist die Zustimmung besonders groß: Über die Hälfte (53 Prozent) können sich vorstellen, ein solches Geschäft auf Basis ihres Hobbys oder ihrer Passion aufzubauen.

Und: 71 Prozent der Deutschen stimmen in der Befragung voll und ganz oder eher zu, dass in naher Zukunft die Menschen mehr als einen Beruf gleichzeitig ausüben werden.



Bei der Frage danach, welchem Thema sich ein solches Nebengeschäft widmen könnte sind die Themenfelder breit gefächert: Mit 12 Prozent würden sich die meisten befragten Deutschen ein Nebengeschäft aus dem Bereich Lebensmittel, Essen und Trinken vorstellen können, gefolgt von Kunst, Design, Fotografie mit 11 Prozent und Schreiben, Journalismus, informativer Inhalt mit 10 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgen Coaching oder Beratung, Fitness, Gesundheit oder Wellness, Unterhaltung oder Musik und Mode, Schönheit oder Schmuck jeweils im einstelligen Bereich.

In der Altersgruppe bis 24 Jahre wurde Unterhaltung oder Musik mit 12 Prozent doppelt so häufig genannt wie in der Gesamtheit aller Altersgruppen, bei der Altersgruppe 25-34 Jahre wird Fitness, Gesundheit oder Wellness mit 14 Prozent doppelt so häufig genannt wie auf die Gesamtheit aller Altersgruppen gerechnet.

Chancen für Creator bei Inhalten und digitalen Produkten als Einnahmequelle

Interessant für alle, die bereits online Geld verdienen oder dies konkret planen: Die Bereitschaft für digitale Inhalte und Produkte (Onlinekurse, Video-Tutorials, Bücher, Software...) zu bezahlen ist quer durch fast alle Altersgruppen hoch, nimmt mit dem Alter jedoch ab. In den Altersgruppen von 18-44 Jahre sind insgesamt 66 Prozent** bereit, für digitale Inhalte zu zahlen bzw. haben dies schon getan. Dem gegenüber möchten Personen ab 55 Jahren dafür nicht bezahlen. Nur 40 Prozent** dieser Altersgruppe würden für digitale Inhalte zahlen bzw. haben dies schon getan. Der Trend ist dennoch deutlich: Deutsche kaufen nicht nur physische Produkte online, sondern sind zunehmend bereit, für digitale Produkte, Content und Services zu

bezahlen. Natürlich spielen eine gute Qualität und Relevanz des Inhalts eine Rolle: 31 Prozent der Altersgruppe bis 44 geben an, dass sie zwar bisher noch nicht für digitale Produkte und Inhalte gezahlt haben, dazu aber bereit wären, wenn es von echter Relevanz für sie ist. Weitere 15 Prozent geben an, dass sie es tun würden, um einen Creator den sie mögen zu unterstützen. 20 Prozent in der Altersgruppe 18-44 Jahre haben bereits für solche digitalen Inhalte gezahlt.



■ Fazit:

Die wichtigsten Ergebnisse des Squarespace Online-Kompass 2023 geben Hinweis darauf, dass sich für Influencer und Creator große Chancen beim Verkauf digitaler Produkte beziehungsweise im Bereich des gated Content ergeben - Qualität und Relevanz vorausgesetzt. Während auf den sozialen Medien durchaus Shopping-Inspiration stattfindet - durch die Inhalte von Creators und Influencern - wollen die Deutschen diese Produkte am liebsten auf einer separaten Website bzw. Webshop kaufen. Dies ist eine klare Ansage für alle, die ihre Reichweite für den Vertrieb von eigenen Produkten, egal ob physisch oder digital, nutzen wollen. Unternehmertum, zumindest im Nebenerwerb, ist in Deutschland ebenfalls auf dem Vormarsch.

*Information zur Datenerhebung:

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2174 Personen zwischen dem 21. und 23.02.2023 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Bei Nutzung von Ergebnissen aus der Umfrage verweisen Sie bitte auf den "Squarespace Online-Kompass Deutschland 2023" als Quelle.

**Das Ergebnis stellt einen aggregierten Wert von zwei oder mehreren Antwortoptionen dar.

Über Squarespace

Squarespace bietet als Website- und E-Commerce Komplettanbieter Kund:innen in über 200 Ländern alle Tools, die sie benötigen, um physische Produkte, digitale Inhalte, Kurse, Termine, Reservierungen und mehr zu verkaufen. Die vollständig integrierte Produkt-Suite ermöglicht es, designstarke Websites aufzusetzen, Domains zu verwalten sowie E-Commerce-, Marketing und Terminplanungstools zu integrieren, ohne über Programmierkenntnisse verfügen zu müssen. Mit Unfold bietet Squarespace darüber hinaus ein Tool für die Verwaltung von Social-Media-Präsenzen und mit Tock ein Tool für die Terminverwaltung von Gastgewerbebetrieben. Squarespace hat seinen Hauptsitz in New York City und verfügt über Niederlassungen in Chicago, Illinois, Dublin, Irland, und Aveiro, Portugal. Weitere Informationen finden Sie unter www.squarespace.de

Infografiken

Die Infografiken finden Sie zum Download hier.

Pressekontakt

Gern gewähren wir auf Anfrage Zugriff auf die gesamten Rohdaten der Umfrage - bitte kontaktieren Sie uns unter sqsp@otl.rocks.