



[PRESSEMITTEILUNG]

## **Trendstudie zum Konsumverhalten: Befragte kaufen häufiger bei kleinen und mittleren Unternehmen**

- Die in Deutschland, den USA, Frankreich und Großbritannien von Sendinblue durchgeführte Studie zeigt: Das Einkaufen bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)<sup>1</sup> wird immer beliebter. Mehr als vier von zehn Konsument:innen in den vier Märkten kaufen aktuell häufiger bei KMU als vor der Pandemie.
- Die meisten Befragten in Europa und den USA wollen durch den Kauf in KMU vor allem die lokale Wirtschaft unterstützen (57 Prozent) und fühlen sich seit der Pandemie mit KMU stärker verbunden (53 Prozent).
- In Deutschland ist auch 50 Jahre nach ihrer Erfindung die E-Mail der wichtigste digitale Kommunikationskanal zwischen KMU und Konsument:innen; bei jüngeren Generationen werden auch alternative Kanäle wie Youtube und Instagram immer wichtiger.

**Berlin, 29. Juni 2021** – [Sendinblue](#), Europas führender All-in-One-Softwareanbieter für Sales und Marketing, befragte zusammen mit dem Marktforschungsinstitut [CITE Research](#) insgesamt 4.199 Konsument:innen in Deutschland, USA, Großbritannien und Frankreich. Ziel der Umfrage war es, Trends im Konsumverhalten der Verbraucher:innen in den jeweiligen Märkten zu ermitteln – vor allem vor dem Hintergrund der weiter anhaltenden weltweiten COVID-19-Pandemie.

### **Konsument:innen kaufen seit der Pandemie vermehrt bei KMU**

Die Befragung zeigt, dass in der Corona-Krise kleine und mittlere Unternehmen mehr Unterstützung von Konsument:innen erhalten: 43 Prozent der Befragten in den vier Märkten kaufen seit Beginn der Pandemie vermehrt bei KMU im stationären und Online-Geschäft. Dabei führen vor allem jüngere Konsument:innen diesen Trend an – 46 Prozent der Generation Z<sup>2</sup> und 51 Prozent der Millennials<sup>3</sup> kaufen vermehrt bei KMU. Und dieser Trend wird sich auch in Zukunft fortsetzen: Mehr als ein Drittel der Befragten (35 Prozent) in den USA und Europa gehen davon aus, in Zukunft noch häufiger bei KMU einzukaufen.

---

<sup>1</sup> Unternehmen, Gesellschaften oder Einzelunternehmen im Privatbesitz, die weniger als 500 Mitarbeiter:innen beschäftigen und/oder weniger Jahreseinnahmen als ein normal-großes Unternehmen erwirtschaften.

<sup>2</sup> Zwischen 1997 und 2010 Geborene.

<sup>3</sup> Zwischen 1980 und 1997 Geborene.



## **Befragte in Deutschland haben großes Vertrauen in KMU**

Auch in Deutschland gibt es eine Trendwende: Hier will nahezu jede:r dritte Konsument:in (31 Prozent) künftig vermehrt bei kleineren Händlern und Unternehmen einkaufen. Als Grund dafür geben 56 Prozent dieser Befragten an, dass sie sich mit KMU besonders verbunden fühlen – jeder zweite (49 Prozent) will dadurch vor allem auch seine bzw. ihre lokale oder regionale Wirtschaft unterstützen. Das große Vertrauen in KMU zeigt sich in Deutschland auch beim Thema Datenschutz und Umgang mit Kundendaten: 60 Prozent der deutschen Befragten stimmen der Aussage voll oder teilweise zu, dass sie bei kleinen und mittleren Unternehmen keine Bedenken hinsichtlich des Online-Datenschutzes haben.

## **Die E-Mail ist weiterhin der wichtigste Kommunikationskanal**

Die Studie verdeutlicht zudem, dass auch 50 Jahre nach ihrer Erfindung die E-Mail nach wie vor der wichtigste Kanal für die Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kund:innen ist. In allen Märkten bevorzugen die Verbraucher:innen die E-Mail-Kommunikation mit KMU. 63 Prozent der Verbraucher:innen in Europa und den USA benennen sie als eine der drei wichtigsten Kommunikationsarten. Auch in Deutschland gehört die E-Mail für 58 Prozent der Befragten zu den Top-3-Kommunikationsformen. Soziale Medien und Netzwerke werden für KMU in Deutschland jedoch immer wichtiger, wenn sie mit ihren Kund:innen kommunizieren. 45 Prozent der deutschen Befragten bevorzugen die Kommunikation via Instagram und 44 Prozent via Youtube.

## **Humorvoller Content und Umweltbelange sind Konsument:innen besonders wichtig**

Humorvollen und unterhaltsamen Content bewerten die deutschen Befragten als besonders wichtig: Fast die Hälfte (48 Prozent) wünscht sich mindestens einmal in der Woche humorvolle Nachrichten vom Unternehmen ihrer Wahl. Damit ist den deutschen Konsument:innen unterhaltsamer Content wichtiger als Angebote und Rabatte sowie informative, wertorientierte oder personalisierte Inhalte. Dennoch sind gesellschaftsrelevante Werte nicht irrelevant für die Befragten: Insgesamt fühlen sich 77 Prozent der Konsument:innen vollkommen oder eher mit Unternehmen verbunden, die sich für Umweltbelange engagieren – und das altersunabhängig. Sowohl jüngere als auch ältere Generationen legen Wert auf eine aktive unternehmensseitige Auseinandersetzung mit Umweltthemen.



## **So steigern KMU ihre Online-Verkäufe**

Die Studie gibt zudem Aufschluss darüber, wie KMU ihr Online-Geschäft verbessern können: 45 Prozent der deutschen Kund:innen wünschen sich beim Online-Kauf alternative Zahlungsmethoden. Außerdem ist 60 Prozent ein kostenloser Versand besonders wichtig und über die Hälfte (56 Prozent) der Befragten wünschen sich eine einfache Handhabung beim Online-Kaufabschluss.

“Die Ergebnisse bestätigen unsere Annahme, dass kleine und mittlere Unternehmen immer wichtiger für Konsument:innen werden“, so der CEO Maximilian Modl von Sendinblue Deutschland. “Verbraucher:innen möchten verstärkt KMU unterstützen – sei es der lokale Blumenladen im Kiez, der regionale Online-Shop oder das traditionelle mittelständische Unternehmen. Auch nach 50 Jahren ist die E-Mail dabei weiterhin das wichtigste Kommunikationsmittel für KMU, um mit ihren Kund:innen in Kontakt zu treten – jedoch erhalten auch soziale Netzwerke eine immer größere Bedeutung.”

###

## **Über Sendinblue**

Sendinblue zählt zu Europas führenden All-in-One-Softwareanbietern für Sales und Marketing. Die SaaS-Lösung unterstützt kleine und mittlere Unternehmen, Start-Ups und Einzelunternehmer:innen dabei, über sämtliche digitale Kanäle Beziehungen zu ihren Kund:innen aufzubauen und dadurch ihr Wachstum zu steigern. Zum Angebotsportfolio von Sendinblue gehören sowohl DSGVO-konformes Direktmarketing via E-Mail, SMS und Chat als auch Marketing Automation und Customer Relationship Management. Das Unternehmen wurde 2012 in Frankreich gegründet und fusionierte 2019 mit Newsletter2Go. Heute verbucht Sendinblue über 2,5 Mio. User:innen weltweit und beschäftigt über 400 Mitarbeiter:innen in Paris, Berlin, Noida, Seattle und Toronto. Das deutsche Geschäft von Sendinblue wird geleitet von Maximilian Modl.

## **Pressekontakt**

Simon Schlechtweg | PIABO PR GmbH

Tel: +49 30 2576 205 - 58

Email: [sendinblue@piabo.net](mailto:sendinblue@piabo.net)