

Ergebnisse der KPMG-Befragung zu Communities

April 2026

Einsamkeit nimmt zu, besonders bei jüngeren Zielgruppen. Das erhöht die Relevanz sozialer Markenräume. Eine aktuelle KPMG-Erhebung zeigt: emotionale Verbundenheit, sozialer Austausch und Resonanz machen Communities attraktiv. Rabatte, Exklusivität und Status spielen kaum eine Rolle.



der Deutschen bezeichnen sich als Teil einer Community.

Nur **6%**

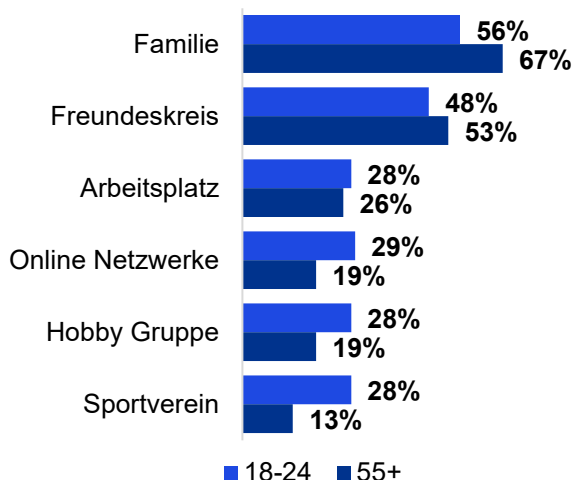
der Deutschen wissen nicht, was eine Community ist.

Community-Zugehörigkeit nach Alter

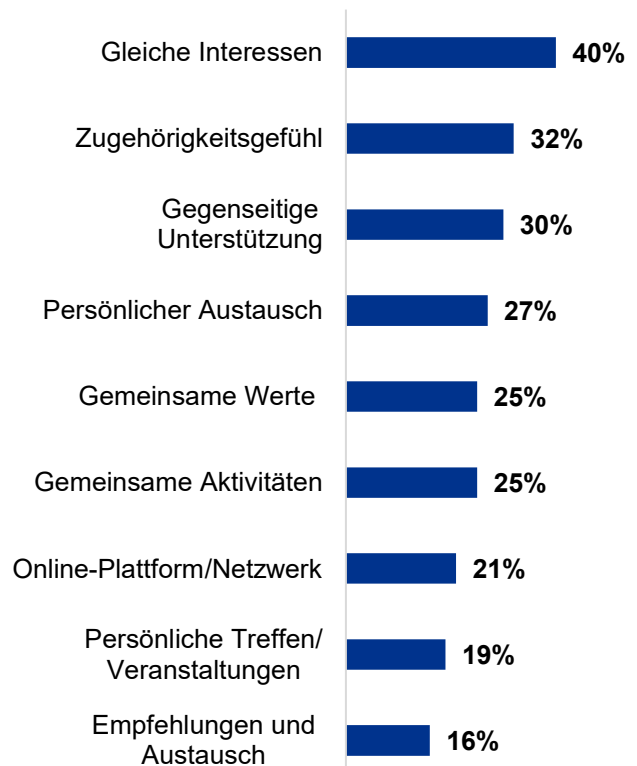
71% der 18-24-jährigen vs.

41% der >55-jährigen bezeichnen sich als Teil einer Community.

In welchen sozialen Gruppen oder Kontexten fühlst du dich am stärksten zugehörig?

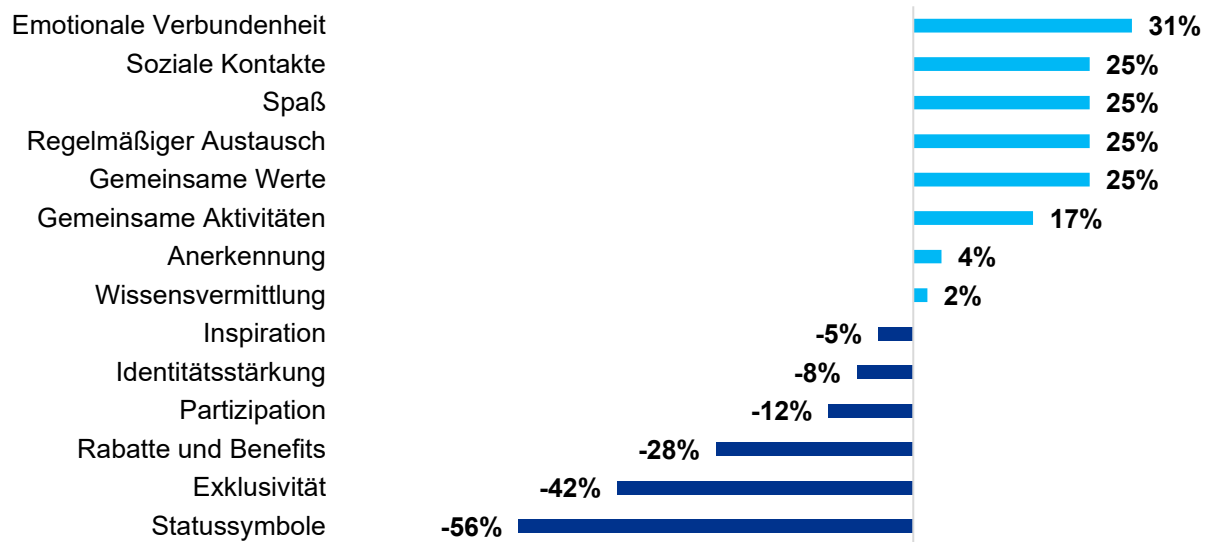


Was verbindest du am ehesten mit dem Begriff "Community"?

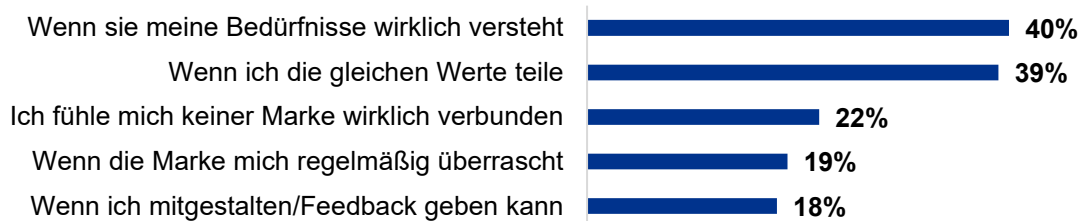


Quelle: KPMG, April 2026, repräsentative Umfrage in Deutschland, 1000 Teilnehmende, Mehrfachnennungen möglich, Gilt für beide Grafiken

Welcher Aspekt ist dir bei Communities am wichtigsten und welcher am wenigsten wichtig?



Wann fühlst du dich einer Marke besonders verbunden?



Quelle: KPMG, April 2026, repräsentative Umfrage in Deutschland, 1000 Teilnehmende, Mehrfachnennungen möglich

Kontakt



Dorothee Ebert

Partnerin, Performance & Strategy

T +49 171 553 0061

debert@kpmg.com

www.kpmg.de

www.kpmg.de/socialmedia



Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2026 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Der Name KPMG und das Logo sind Marken, die die unabhängigen Mitgliedsfirmen der globalen KPMG-Organisation unter Lizenz verwenden.