

# Die Wahrheit über Social Shopping

Während der Corona-Krise wurde in Deutschland jeder Zehnte zum Social Shopper.

Das hat eine Studie von Greven Medien herausgefunden. Ein knappes Drittel der Deutschen hatte zuvor

schon einmal über Social Media-Kanäle eingekauft. Der Clou ist, dass Social Commerce für kleine Unternehmen viel günstiger ist, als klassische Wege des Onlinehandels.

Obwohl zwei Drittel der Deutschen noch nie über soziale Medien eingekauft haben, gibt es einen deutlichen Trend hin zum „Social Commerce“: Knapp ein Drittel der Deutschen hat's schon gemacht – Tendenz wegen Corona steigend. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie von Greven Medien, einem Spezialisten für lokales Marketing. Als Plattform liegt Facebook in Führung, welches der Pionier im Social Commerce ist: Über Facebook haben 16 Prozent der Deutschen schon einmal eingekauft, gefolgt von WhatsApp und Instagram (jeweils 12%). Das Videoportal YouTube wurde bereits von jedem zehnten Deutschen für Shopping genutzt. Verhältnismäßig klein ist Shopping noch auf Pinterest (3%), Twitter (3%), Snapchat (2%) und TikTok (2%).

## Was sind Lieblingskanäle und Produkte?

Auffällig sind eindeutige Geschlechterpräferenzen: Frauen kaufen meistens über Facebook (18%) und Instagram (13%) ein, während Männer überdurchschnittlich häufig WhatsApp (14%) und YouTube (12%) nutzen. Auch Twitter (4%) und Snapchat (3%) kommen für Männern eher in Frage, während Frauen hier kaum aktiv sind (jeweils 1%). Eine Tendenz, die auch allgemein für Online-Shopping gilt: Frauen shoppen über Social Media bevorzugt Mode, Schmuck, Accessoires und Kosmetik, während Männer sich auf Elektronik, Tickets, Gutscheine, Haushaltswaren und Musik konzentrieren.

## Mode führt – gefolgt von Büchern und Gutscheinen

Greven Medien wollte ganz genau wissen, welche Produkte über Social Media gekauft werden: Die Top-Produktgruppe ist eindeutig Mode: 16 Prozent der Befragten haben schon einmal Kleidung über soziale Medien gekauft. Gleich dahinter kommen Schmuck und Accessoires (11%), Bücher (11%) und Kosmetik (11%), gefolgt von Tickets/Eintrittskarten (10%) und Gutscheinen (9%).



## Männer entdeckten dieses Jahr „Social Shopping“.

Hier liegt noch viel Potential, denn fast die Hälfte der Deutschen können sich vorstellen, in Zukunft Bücher (49%) und Gutscheine (46%) via Social Media einzukaufen. Die Ablehnung gegen Social Shopping ist am stärksten bei Medikamenten (66%), Lebensmitteln (64%), Reisen (58%), Dienstleistungen (56%), Möbeln und Designobjekten (52%).

## C-Krise fördert Social Shopping

Auch wenn 61 Prozent der Deutschen angeben, ihr Online-Einkaufsverhalten wegen Corona nicht verändert zu haben, kauft jeder Dritte verstärkt online ein. Außerdem hat fast jeder zehnte Befragte (9%) während der Krise das erste Mal oder verstärkt über Social Media geshopp. Gerade Männer haben, ausgelöst durch Corona, zum ersten Mal auf Social Media-Kanälen eingekauft (5% im Vergleich zu 2% bei den Frauen).

„Der Trend, dass lokale Unternehmen Social Media-Kanäle als direkten Verkaufskanal nutzen, hat sich seit dem Corona-Jahr 2020 deutlich verstärkt“, sagt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien. „Sie müssen neue Verkaufsmöglichkeiten schaffen, um ihre Existenz zu sichern. Und Social Commerce über Instagram oder Facebook ist deutlich kostengünstiger als klassische Commerce-Kampagnen wie beispielsweise Google Shopping. Daher nutzen auch viele kleine und mittelständische Unternehmen diese Möglichkeit“, erklärt er. „Wie unsere aktuelle Studie zeigt, nehmen Verbraucher die Angebote über Social Media immer mehr an. Daher rate ich jedem Unternehmer, das Potential für seine Angebote über Social Commerce zu prüfen und sich nicht vor diesem Weg zu scheuen.“

*[1] Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH für Greven Medien, an der 2015 Personen zwischen dem 6. und 9. November 2020 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.*

*Von Rosemarie Fröhlich*