

Studie über Social Shopping: Jeder Zehnte macht's



Symbolfoto: disobeyart / adobe stock

Social Commerce ist auf dem Vormarsch, wie eine Studie von Greven Medien zeigt: Während der Corona-Krise ist jeder Zehnte zum Social Shopper geworden, während knapp ein Drittel der Deutschen zuvor schon einmal über Social Media-Kanäle eingekauft hat. Grund genug für kleine und mittelständische Unternehmen zu prüfen, wie hoch das Potenzial für das eigene Geschäft ist.

Facebook weiterhin Kanal Nummer 1 für Social Commerce

Knapp ein Drittel der Deutschen hat schon einmal über Social Media-Kanäle eingekauft. Dies zeigt eine aktuelle Studie von Greven Medien, dem Spezialisten für lokales Marketing, zum Thema Social Commerce. In Führung dabei liegt nach wie vor der Pionier des Social Commerce: 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, während Pinterest (3 %), Twitter (3 %), Snapchat (2 %) und Tiktok (2 %) im Jahr 2020 noch keine signifikante Reichweite im Bereich E-Commerce zeigen. Zwei Drittel der Deutschen haben noch nie Einkaufsangebote über Social Media genutzt (66 %).

Frauen shoppen über Facebook und Instagram – Männer nutzen überdurchschnittlich oft WhatsApp, YouTube und Twitter

Auffällig sind eindeutige Geschlechterpräferenzen beim Einkauf über Social Media: Während Frauen am meisten über Facebook (18 %) und Instagram (13 %) einkaufen, shoppen Männer überdurchschnittlich häufig über WhatsApp (14 %) und YouTube (12 %). Auch Twitter (4 %) und Snapchat (3 %) kommen bei den männlichen Usern für das Online-Shopping in Frage, während Frauen diese Kanäle dafür fast gar nicht nutzen (letztere jeweils 1 %). Wenig überraschend ist es, dass Frauen über Social Media vorzugsweise Mode, Schmuck, Accessoires und Kosmetik einkaufen, während Männer sich auf Elektronik, Tickets, Gutscheine, Haushaltswaren und Musik konzentrieren. Diese Tendenz zeigt sich auch allgemein im Online-Shopping.

Deutsche kaufen Mode über Social Media – großes Potenzial für Bücher und Gutscheine

Greven Medien ging der Frage auf den Grund, was die Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland über Social Media einkaufen. Die Top-Produktgruppe ist laut der aktuellen Studie eindeutig Mode: 16 Prozent der Befragten haben schon einmal Kleidung über einen Social Media-Kanal eingekauft. An zweiter Stelle überzeugen Schmuck und Accessoires (11 %) sowie Bücher (11 %) und Kosmetik (11 %), gefolgt von Tickets/Eintrittskarten (10 %) und Gutscheinen (9 %). Mehrheitlich abgelehnt wird der Kauf von Medikamenten: 66 Prozent der User können sich nicht vorstellen, diese über Social Media-Plattformen zu kaufen. Auch die Produktgruppen Lebensmittel (64 %), Reisen (58 %) und Dienstleistungen (56 %) sowie Möbel und Designobjekte (52 %) möchten viele User nicht über die sozialen Medien kaufen. Am meisten Potenzial haben Bücher und Gutscheine: Fast die Hälfte der Deutschen können sich vorstellen, in Zukunft Bücher (49 %) und Gutscheine (46 %) via Social Media einzukaufen.

Corona-Krise hat jeden Zehnten zum Social Shopper gemacht

Auch wenn 61 Prozent der Deutschen angeben, ihr Online-Einkaufsverhalten durch Corona nicht verändert zu haben, kauft jeder Dritte verstärkt online ein. Außerdem hat fast jeder zehnte Befragte (9 %) während der Corona-Krise das erste Mal oder verstärkt über Social Media geshoppt. 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“, weiß 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 Potenzial für seine Angebote über Social Commerce zu prüfen und sich nicht vor diesem Weg zu scheuen.“

 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.

Text von Greven Medien. Bearbeitet von Rosemarie Frühauf.



Instagram

opticundvision



Mehr Bilder

@ Instagram folgen

Facebook

**Wir benötigen
Ihre Zustimmung,
um den Facebook
Page-Service zu
laden!**

Dieser Inhalt darf aufgrund
von Trackern, die
Besuchern nicht
offengelegt werden, nicht
geladen werden. Der
Besitzer der Website muss

ZURÜCK

CHARMANT Style Show: Jetzt
registrieren für digitales Messe-
Event

NÄCHSTES

NEUBAU EYEWEAR von Silhouette
bekommt eigenständigen
Marktauftritt