

Social Commerce auf dem Vormarsch



Foto: © rupixen.com on Unsplash

Eine von Greven Medien auf Basis einer von YouGov Online-Umfrage erstellten Studie zufolge hat die Corona-Pandemie jeden Zehnten zum Social Shopper werden lassen.

Gerade während der Pandemie müssen viele lokale Geschäfte und Dienstleister versuchen, neue Absatzwege zu erschließen. Eine aktuelle Umfrage von Greven Medien verdeutlicht: Social Commerce ist auf dem Vormarsch. Knapp ein Drittel der Deutschen hat schon einmal über Social Media-Kanäle eingekauft. Während der Corona-Krise ist jeder Zehnte zum Social Shopper geworden.

Facebook ist Kanal Nummer 1 für Social Commerce

Knapp ein Drittel der Deutschen hat schon einmal über Social-Media-Kanäle eingekauft. 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.

Dagegen zeigen Pinterest (3 %), Twitter (3 %), Snapchat (2 %) und Tiktok (2 %) im Jahr 2020 noch keine signifikan-

te Reichweite im Bereich E-Commerce. Zwei Drittel der Deutschen haben noch nie Einkaufsangebote über Social Media genutzt (66 %).

Frauen shoppen über Facebook und Instagram – Männer über 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 %).

Großes Potenzial für Bücher und Gutscheine

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.

Greven Medien ging auch 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 machte Zehnten zum Social Shopper

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

Die beliebtesten Social Media-Kanäle der Deutschen zum Einkaufen

GREVEN
mit GfK

Top 5 der Frauen:

f	Facebook	18%
ig	Instagram	13%
wa	WhatsApp	10%
yt	YouTube	9%
tt	TikTok	2%

Top 5 der Männer:

f	Facebook	15%
wa	WhatsApp	14%
yt	YouTube	12%
ig	Instagram	10%
tw	Twitter	4%

Bundesweite repräsentative Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH für Greven Medien mit 2015 Personen ab 18 Jahren im November 2020. Quelle: Greven Medien / YouGov

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 Potenzial für seine Angebote über Social Commerce zu prüfen und sich nicht vor diesem Weg zu scheuen.“ » [greven.de](https://www.greven.de)