

Presseinformation

Social Commerce nimmt enorm an Bedeutung zu

Jeder Dritte kauft mittlerweile über soziale Netzwerke ein – Tendenz steigend

Aktuelle Studie von Greven Medien zeigt durchschlagende Zuwachsraten im Social Commerce

Köln, 23. Juni 2022. Social Shopping wird immer beliebter. Ein Drittel der Bevölkerung nutzt bereits heute die Möglichkeit, über soziale Netzwerke einzukaufen. Und das ist erst der Anfang. Dies zeigt die neueste Studie von Greven Medien, dem Spezialisten für lokales Marketing¹: Das echte, interaktive Einkaufserlebnis findet zunehmend abseits von Amazon und Co. statt. Nicht nur für Konzerne, sondern vor allem für KMU birgt Social Commerce enorme Umsatzpotenziale. Wer auf sein Produktportfolio bzw. seine Dienstleistungen aufmerksam machen möchte, sollte seine Social-Media-Accounts unbedingt mit einer direkten Kaufoption verknüpfen.

Nicht zuletzt die Pandemie hat das Einkaufsverhalten der Deutschen nachhaltig verändert, E-Commerce wird längst als selbstverständlich empfunden. Während für die Suche vor dem Online-Einkauf bis dato jedoch zuerst die Internetseiten der Anbieter aufgesucht wurden, gewinnen die Social-Media-Kanäle nun immer stärker an Bedeutung. „Unternehmen, die dem Wettbewerb standhalten wollen, sind mehr denn je gefordert, kreativ die sozialen Plattformen als starke Absatzkanäle zu etablieren – ganz gleich, ob klein oder groß, lokal oder überregional. Wer über digitale Kanäle verkaufen möchte, muss Anreize schaffen und dabei über den Tellerrand der klassischen Homepage mit Shop samt Warensortiment hinausblicken“, sagt Anke Herbener, CEO Greven Group.

TikTok auf dem Vormarsch

Laut der aktuellen Studie von Greven Medien nimmt ein Drittel der Bevölkerung die Möglichkeit, über soziale Netzwerke einzukaufen, schon wahr. Unter den Plattformen belegt Facebook den ersten Platz: 68,2 Prozent der Online-Shopper haben in der Vergangenheit bereits darüber eingekauft, gefolgt von Instagram (53,8 %). Bemerkenswert ist die Steigerung von TikTok: Vor fünf Jahren als Shopping-Tool noch weitgehend unbekannt, bietet die Plattform seit 2021 neue Vertriebsmöglichkeiten und liegt mit 22,3 Prozent vor Pinterest (15,1 %) und Twitter (12,7 %).

¹ Im Auftrag von Greven Medien wurden in einer Online-Umfrage mit dem GfK eBUS® 1.001 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt. Die Befragung wurde vom 28.04. bis 02.05.2022 durchgeführt. Die Stichprobe wurde quotiert und gewichtet und ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter von 18-74 Jahren.

Erwartungsgemäß zeichnen sich beim Einkauf über die sozialen Medien Altersunterschiede ab: Während Facebook mit über 70 Prozent von 40- bis 74-Jährigen genutzt wird, wirkt Instagram vor allem bei der Generation Z kaufanimierend: 72,9 Prozent der 18- bis 29-Jährigen und 61,4 Prozent der 30- bis 39-Jährigen haben dort schon einmal geshoppt. TikTok zieht zwar größtenteils junge Konsument:innen an (30,2 %), aber auch die einkommensstärkeren Zielgruppen der 30- bis 39-Jährigen (25,8 %) und 40- bis 49-Jährigen (23,1 %) nehmen über die Plattform Kaufangebote wahr.

Klarer Vorteil beim Social Commerce: das Live-Erlebnis

Insbesondere Social Commerce bietet die Option zur Live-Interaktion mit den Unternehmen. „Liveshopping schafft ein unmittelbares Käuferlebnis mit der Möglichkeit einer direkten Beratung. Die emotionale und authentische Darstellung der Produkte steigert die Kaufbereitschaft. So können Influencer:innen Marken dabei unterstützen, Reichweite zu generieren und eine messbar bessere Conversion Rate zu erreichen,“ weiß Anke Herbener.

Die Bereitschaft, eine Bestellung tatsächlich direkt abzuschließen, steigt drastisch, wenn der Kaufprozess insgesamt einfach, transparent und vertrauensvoll vonstatten geht. Die Bedienbarkeit eines Social-Media-Kanals, verbunden mit einem unkomplizierten Kaufabschluss, ist besonders für Frauen essenziell (92,7 %). Zwar ist letztlich der Angebotspreis mit 89,9 Prozent immer noch das ausschlaggebendste Kriterium für eine Kaufentscheidung, jedoch spielen andere Aspekte eine fast genauso große Rolle – etwa Sortiment, Referenzen, Lieferzeiten/-bedingungen und Bezahlungsmöglichkeiten.

Unabhängig von der Infrastruktur ist Social Commerce für Unternehmen sowohl in ländlichen Regionen mit Ortsgrößen von bis zu 20.000 Einwohnern als auch in kleinen und großen Städten in Deutschland relevant. Dass es wichtig ist, die digitalen Plattformen mit dem stationären Handel bestmöglich zu verzahnen, zeigt sich auch darin: Nur knapp ein Fünftel der Befragten (18,8 %) wusste noch nichts von der Möglichkeit, via Social Media einkaufen zu können. Dies wird sich schnell ändern.

Social Commerce – ein Muss für KMU

Mit der Studie legt Greven Medien repräsentative Zahlen vor und zeigt einmal mehr, dass der Trend des digitalen Handels spürbar in Richtung der sozialen Kanäle wandert. Die Zeiten, in denen die Plattformen nur zum Informations- und Meinungs austausch genutzt wurden, sind längst vorbei. Um langfristig ihre Existenz zu sichern, ist es besonders für kleine und mittelständische Unternehmen wichtig, Produkte und Dienstleistungen auch über die direkten Verkaufskanäle der sozialen Plattformen anzubieten. Durch Social Commerce haben sie eine viel größere Chance, auch überregional Sales zu betreiben. Hier kommen nicht nur Mirco-Influencer in Betracht, sondern auch der Unternehmer selbst. Der Geschäftsinhaber persönlich kennt sein Angebot am allerbesten und kann die Produkte sowohl im Geschäft vor

Ort als auch in den sozialen Kanälen überzeugend präsentieren. Social Commerce birgt daher insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen enormes Wachstumspotenzial.

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Greven Medien bietet als 360-Grad-Dienstleister kompetente Beratung und Services bei lokalem digitalen Marketing mit Services, wie Homepages, Online-Shops, Suchmaschinenwerbung und -optimierung und Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt deutschlandweit über 15.000 Kundenbeziehungen.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



www.greven.de



www.facebook.com/grevens



www.twitter.com/greven_medien



www.linkedin.com/company/greven-medien



www.instagram.com/greven_medien

Medienkontakt:

Counterpart Group GmbH · Juliane Dahlhoff · Kamekestr. 21 · 50672 Köln
Tel.: 0221 95 14 41 - 47 · E-Mail: juliane.dahlhoff@counterpart.de