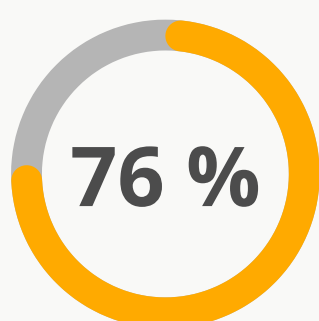


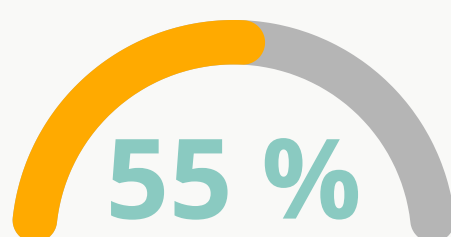
WIE BELIEBT IST SOCIAL SHOPPING?



Drei von vier Verbrauchern (76 Prozent) zwischen 18 und 59 Jahren kennen den Begriff Social Shopping* bzw. die Möglichkeit, über Social Media einzukaufen. Das zeigen die Ergebnisse der aktuellen Verbraucherumfrage von Creditreform Boniversum GmbH.

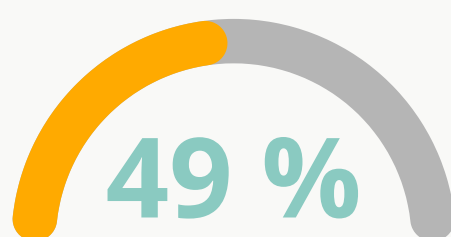
POSITIVE AFFINITÄT

Mehr als die Hälfte der Befragten hat bereits über Social Media eingekauft oder möchte es bald tun.



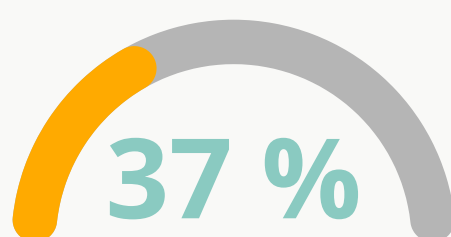
JUNGE ZIELGRUPPE

Personen zwischen 18 und 29 Jahren geben überdurchschnittlich häufig an, schon einmal über Social Media eingekauft zu haben.



ATTRAKTIVE PRODUKTE

Die meisten Verbraucher nannten, dass ihnen das Produkt gefiel als häufigsten Grund.



Vor allem bei der jungen Zielgruppe ist Social Shopping beliebt. Dabei spielen für sie, neben dem Gefallen des Produkts, Rabattcodes und Influencer eine große Rolle, wenn es um die Kaufentscheidung geht. Der durchschnittliche Einkaufswert ist bei ihnen mit knapp über 80 Euro jedoch geringer als bei den anderen Altersgruppen.



ÜBER SOCIAL MEDIA KÖNNEN ONLINE-HÄNDLER JUNGE MENSCHEN GEZIELT ANSPRECHEN.

STEPHAN VILA



Es gibt auch Skepsis gegenüber der Nutzung von Social Shopping, vor allem in der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre. Von ihnen geben 41 Prozent an, dass sie Social Shopping nicht nutzen möchten. In erster Linie haben sie Sicherheitsbedenken (42 Prozent) und finden die Angebote nicht seriös genug (41 Prozent).

Mehr dazu auf www.boniversum.de

*Die Produkte werden im Feed oder den Stories auf den Social Media Kanälen angezeigt. Gefällt dem Nutzer ein Produkt, kann es direkt mit wenigen Klicks in den Warenkorb gelegt werden, ohne Umweg über den Browser.