

PRESSEMITTEILUNG

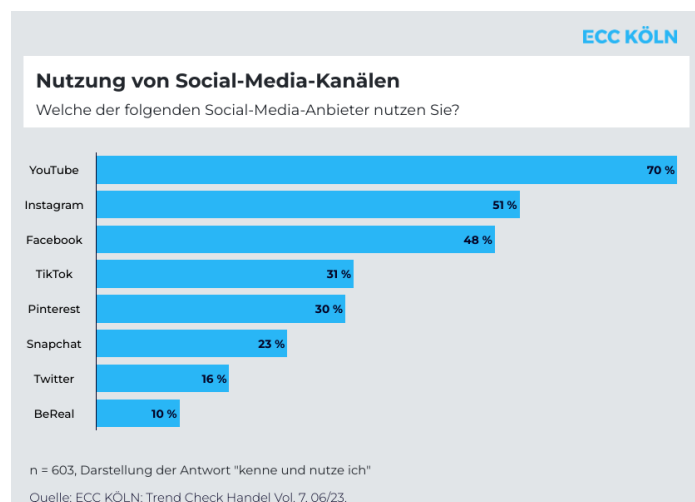
SKEPSIS GEGENÜBER SOCIAL MEDIA ALS SHOPPING-PLATTFORM

Trend Check Handel des ECC KÖLN liefert neue Daten zur Social-Media-Nutzung. Nutzungszahlen steigen wieder an. YouTube ist am beliebtesten; Newcomer BeReal auf ähnlichem Niveau wie berufliche Netzwerke. Konsument:innen sprechen sich gegen Entwicklungen hin zu Shopping-Plattformen aus.

Köln, 21. Juni 2023 — YouTube, Instagram, TikTok und Co.: 87 Prozent der Konsument:innen nutzen soziale Netzwerke, bei den 16- bis 29-Jährigen sind es nahezu alle (98 %). Dabei stehen soziale Interaktion und Unterhaltung im Fokus – Shopping-Angebote möchten die Wenigsten. Für ihre Lieblingsnetzwerke würden Konsument:innen auch eine niedrige jährliche Nutzungsgebühr zahlen. Zu diesen Ergebnissen kommt der neue Trend Check Handel Vol. 7 des ECC KÖLN, der aktuelle Trends der Social-Media-Nutzung und Perspektiven für den Handel beleuchtet. Fazit: Rund jede:r Zweite ist über soziale Netzwerke schon einmal auf ein Produkt aufmerksam geworden und hat es im Anschluss gekauft. Aber: Zwei Drittel plädieren dafür, dass sich soziale Netzwerke nicht (weiter) zu Verkaufsplattformen entwickeln und zeigen sich genervt von Werbeplatzierungen.

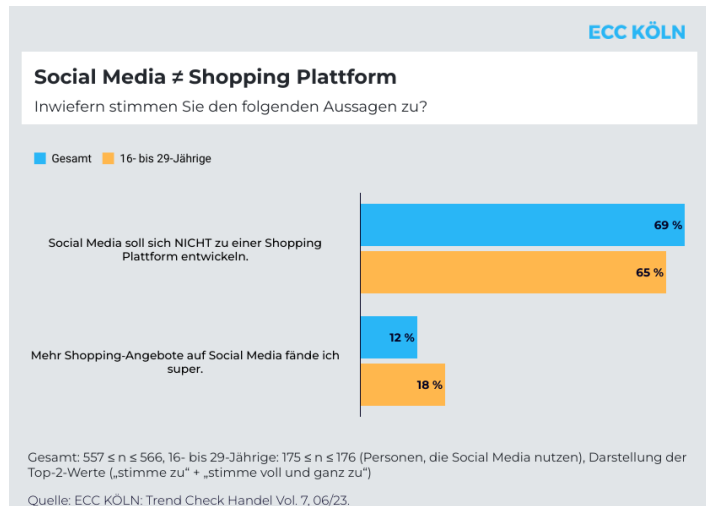
YouTube in allen Altersgruppen führend

Die Videoplattform YouTube bleibt erneut das am häufigsten genutzte soziale Netzwerk (70 %). Auf Platz zwei: Instagram, das jede:r Zweite aufruft. Zunehmend an Relevanz hat in den letzten Jahren TikTok gewonnen, insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe (77 % Nutzer:innen bei den 16- bis 18-Jährigen). Neuester Mitstreiter um Nutzer:innen: BeReal, das mit zehn Prozent bereits ähnliche Nutzungszahlen wie LinkedIn (11 %) oder Xing (9 %) aufweist.



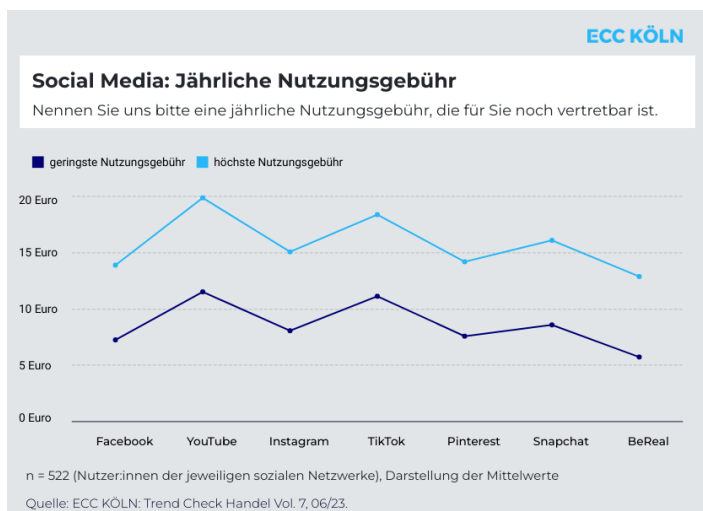
Social Media soll keine Shopping-Plattform werden

Rund zwei Drittel (69 %) der Konsument:innen sprechen sich gegen die Entwicklung zur Shopping-Plattform von sozialen Netzwerken aus – deutlich mehr als noch im Vorjahr (59 %). Auch bei der nutzungsintensiveren Zielgruppe der 16- bis 29-Jährigen ist die Ablehnung dieser Entwicklung deutlich (65 %) und hat sich im Vergleich zum Vorjahr (45 %) verschärft. Mehr Shopping-Angebote auf sozialen Netzwerken wünschen sich aktuell 12 Prozent der Konsument:innen und 18 Prozent der Jüngeren.



Geringe Nutzungsgebühren denkbar

Die Bereitschaft für die Nutzung eines sozialen Netzwerkes zu zahlen, ist generell vorhanden. Am meisten würden Konsument:innen für die Nutzung von YouTube und TikTok ausgeben: Als angemessen, aber noch günstig werden elf Euro erachtet, maximal werden 20 Euro pro Jahr als angemessen betrachtet. Zum Vergleich: Im Jahr 2020 lag die angemessene, jährliche Nutzungsgebühr für Amazon laut Zahlen des IFH KÖLN bei elf bis 15 Euro.



Wörter der Meldung: 372

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.655

Die Grafiken können zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden:

[Grafik 1](#)

[Grafik 2](#)

[Grafik 3](#)

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über den Trend Check Handel

Mit dem „Trend Check Handel“ analysiert das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Salesforce regelmäßig bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Für die vorliegende siebte Befragungswelle wurden Ende Mai 2023 rund 600 Konsument:innen in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund aktueller Krisen, Konsumtrends und zur Konsumstimmung befragt. Im Fokus der aktuellen Befragung standen neben

den wahrgenommenen Preissteigerungen und dem Konsumverhalten die Nutzung verschiedener Social-Media-Plattformen.

Mehr Informationen sowie die gesamte Erhebung gibt es [hier](#) zum kostenfreien Download.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheiderinnen und Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de