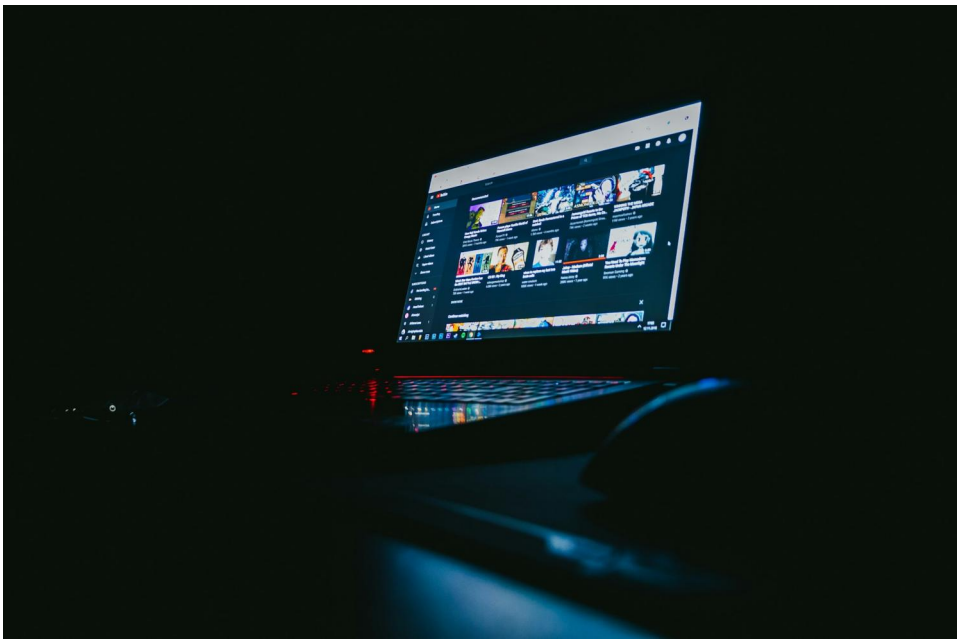
Wirtschaftsfaktor Social Shopping: Wie Gen Z und Millennials den Einkauf revolutionieren

Die Jungen, also die Gen Z & die Millennials dominieren den Trend des Social Shoppings, das den klassischen E-Commerce überholt. Marktforscher prognostizieren bis 2030 ein unglaubliches Umsatzwachstum im Social Commerce von 6,2 Bio. Dollar.



Waren werden vermehrt auf Social Media-Kanälen angeboten & eingekauft. Doch wie sicher und serös ist das? © Unsplash / Leon Bublitz

Ein nächster Wandel im **Einkauf**! Die **Generation Z** und die **Millennials** haben das Shopping neu definiert – und das **Social Shopping** ist jetzt die Königsklasse der Konsumwelt! Laut einer Studie von **Horizon Media** und **Night Market** wird der klassische **E-Commerce** bald von diesem aktuellen Trend überholt!

Waren online über soziale Medien, Live-Shopping, Gaming und virtuelle Plattformen zu bestellen? Das machen schon heute 25 % der Käufer – und es wird immer mehr! Satte 80 % dieser Shopping-Enthusiasten greifen mindestens zweimal im Monat zu. Noch interessanter: 73 % der Befragten erwarten, dass sie im nächsten Jahr mindestens einmal im Jahr auf den Social-Shopping-Zug aufspringen!

Die Zukunft der Konsumwelt

Die offenen Ohren und wissbegierigen Augen der jüngeren Generationen zeigen, wie sehr sie dem Social Shopping zugetan sind. Von 61 bis 75 % der Zögernden sind bereit, diesen neuen Trend auszuprobieren. Das bedeutet für Unternehmen eine goldene Gelegenheit, ihre Kunden über diese Plattformen besser anzusprechen und ordentlich Geld zu verdienen!

Mehr als die Hälfte der Produkte, die über soziale Medien gekauft werden, sind Markenartikel – und das sind nicht einfach irgendwelche Produkte! Lebensmittel, Bekleidung, Schönheitspflege, Elektronik und Körperpflege machen mehr als 40 % des Umsatzes aus. Die Nachfrage ist also riesig und das Potenzial für Unternehmen ist schwindelerregend!

Der Aufstieg des Social Commerce

Statista prophezeit, dass der Umsatz im Bereich Social Commerce bis 2030 atemberaubende 6,2 Billionen Dollar erreichen wird! Plattformen wie **Instagram**, **Facebook**, **YouTube** und **Tik Tok** haben das Einkaufen bereits fest in ihr Nutzererlebnis integriert. Unternehmen weltweit springen auf diesen Zug auf – und das ist erst der Anfang! Doch die Angst vor Betrug ist ein großes Hindernis, das es zu überwinden gilt. Marketing-Profis müssen nicht nur in die Sicherheit ihrer Marken investieren, sondern diese auch aktiv bewerben. George Musli, Chief Business Officer bei Night Market, erklärt: „Wir sehen eine der radikalsten Verhaltensänderungen seit der Einführung des E-Commerce. Social Shopping bietet ein dynamisches,

personalisiertes Erlebnis, das die Grenzen zwischen Online- und Offline-Handel verwischt. Unternehmen, die jetzt einsteigen, werden wachsen, wenn die Akzeptanz zunimmt.“ In diesem neuen Zeitalter des Einkaufens ist es allerdings klar: Social Shopping hat die Kraft, die Art und Weise, wie wir einkaufen, erneut grundlegend zu verändern!

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at