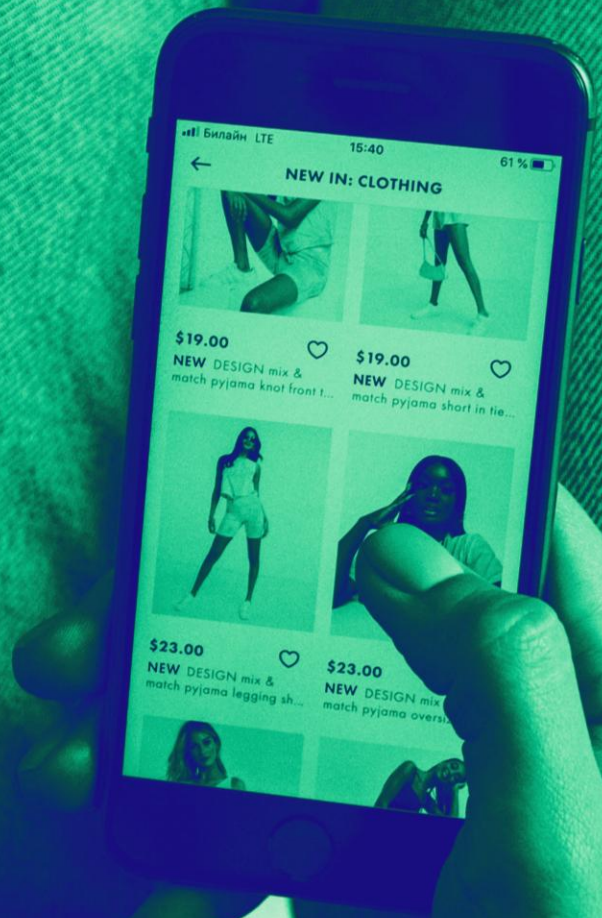
Social Commerce & Co. Auszug aus zwei Bitkom Studien aus dem Jahr 2025

Nastassja Hofmann

Bereichsleiterin Retail & Proptech

Bitkom e.V.

Berlin, 24. September 2026



bitkom

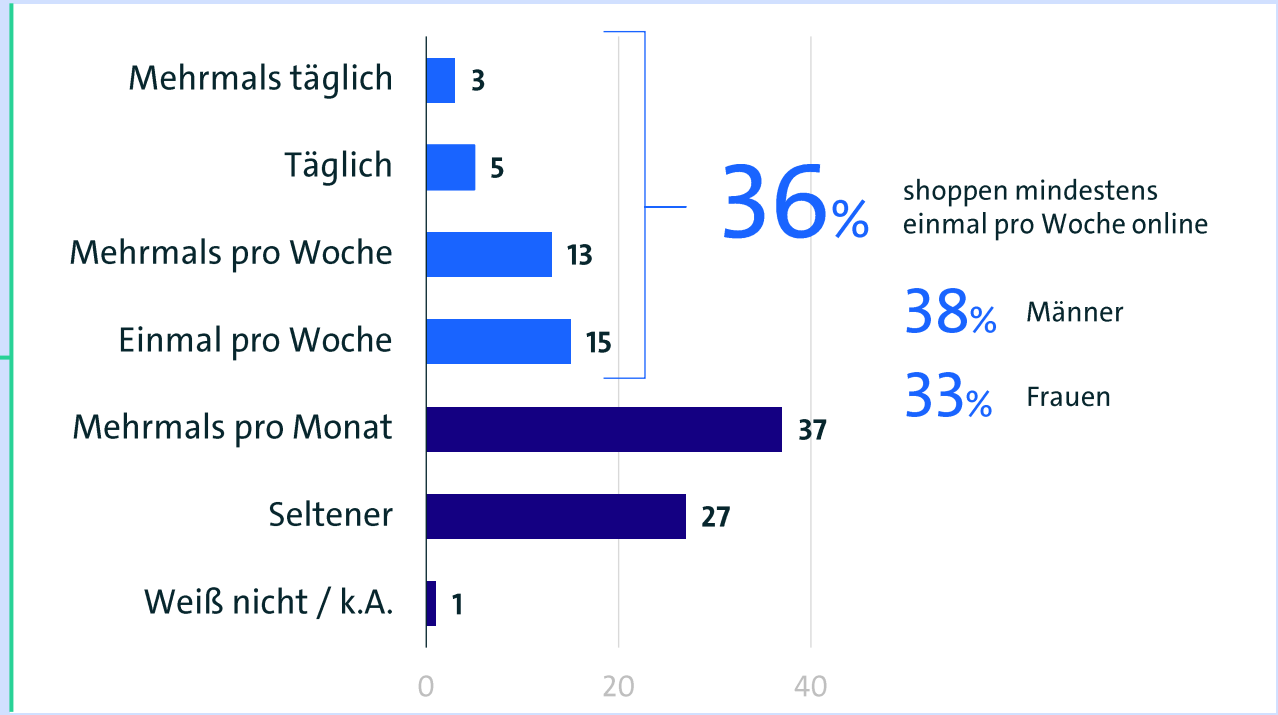
Mehr als ein Drittel geht jede Woche online shoppen

Haben Sie in den letzten 12 Monaten online etwas gekauft oder gebucht?



96%
Ja

- Nein, mein letzter Kauf liegt länger als 12 Monate zurück
- Weiß nicht/k.A.
- Nein, ich habe noch nie etwas im Internet gekauft



in Prozent

Basis (links): Alle Befragten (n=1.120) | Basis (rechts): Online-Shopper (n=1.072) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2025

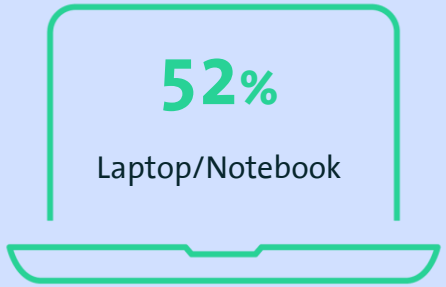
bitkom

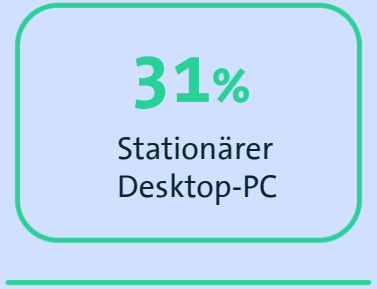
Das Smartphone bleibt die Nr. 1 beim Online-Shopping

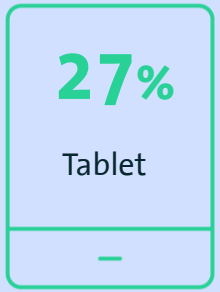
Welche Geräte nutzen Sie für das Online-Shopping?



73%
Smartphone







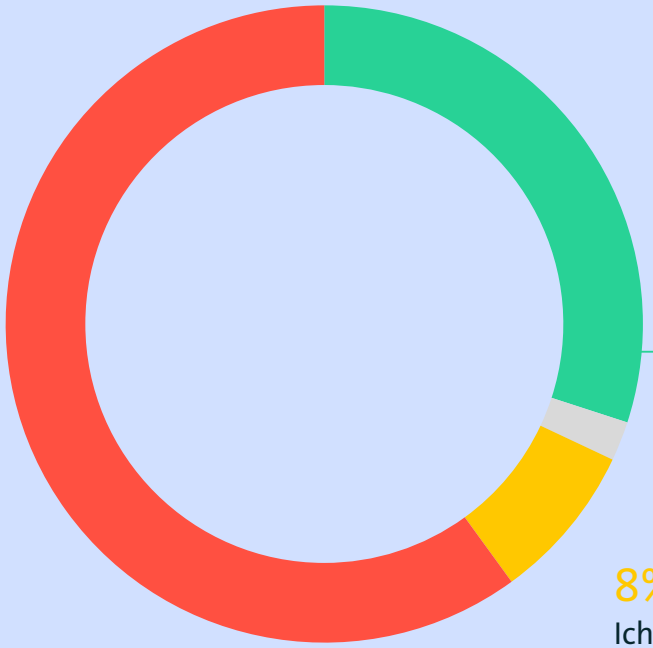
Basis: Online-Shopper (n=1.072) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

Fast jeder Dritte kauft über soziale Netzwerke ein

Über welche der folgenden sozialen Netzwerke haben Sie schon einmal etwas gekauft?

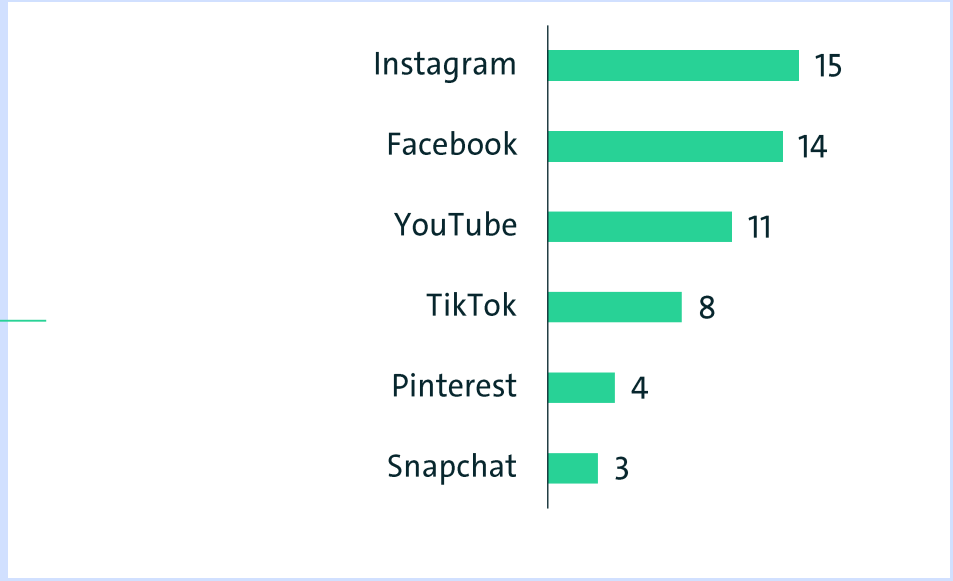
60%
Ich habe noch nicht über soziale Netzwerke gekauft



30%
Ich habe schon einmal über ein soziales Netzwerk gekauft.

2%
Weiß nicht /k.A.

8%
Ich nutze keine sozialen Netzwerke



Basis: Alle Befragten (n=1.120) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

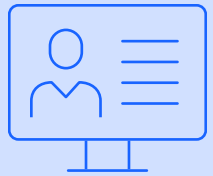
Wie soziale Netzwerke zur Verkaufsplattform werden

Welche der folgenden Aussagen zu sozialen Netzwerken treffen auf Sie zu?



42%

Ich entdecke über Werbung in sozialen Netzwerken immer wieder Produkte.



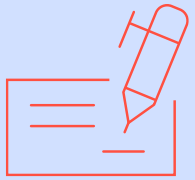
18%

Werbeanzeigen in sozialen Netzwerken interessieren mich mehr als herkömmliche Werbung.



15%

Ich werde in absehbarer Zukunft nur noch in sozialen Netzwerken shoppen.



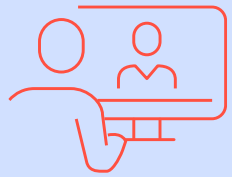
29%

Ich wünsche mir, dass Werbebeiträge von Influencern klarer als Werbung gekennzeichnet werden.



21%

Ich finde es sympathisch, wenn Unternehmen mit Influencern werben.



10%

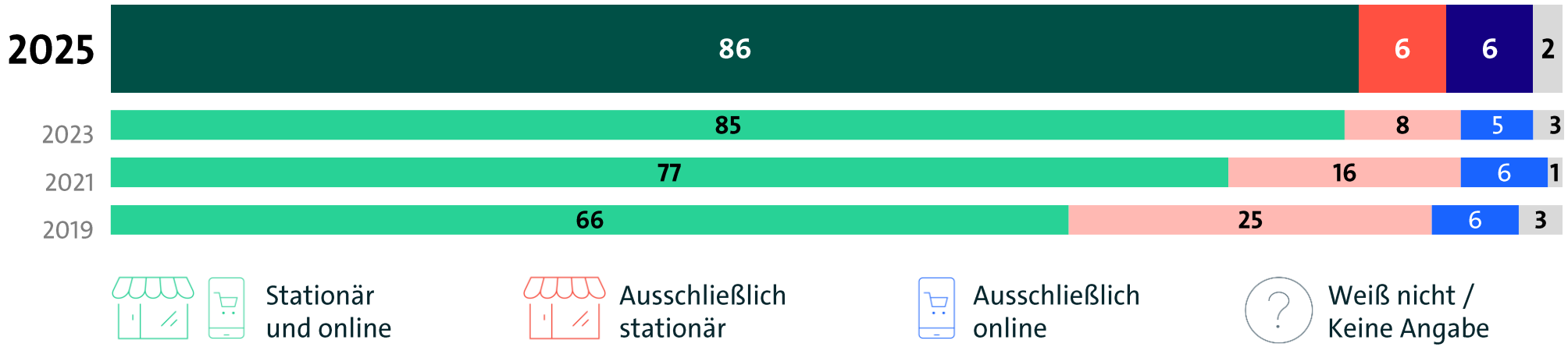
Ich vertraue Influencern mehr als herkömmlichen Produkttests.

Basis: Befragte, die schon einmal über soziale Netzwerke gekauft haben (n=328) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

Mehrheit der Händler verkauft online und offline

Wo verkauft Ihr Unternehmen Produkte bzw. Dienstleistungen? (in Prozent)



33%

Durchschnittlicher Anteil der Online-Umsätze am Gesamtumsatz in **2024**

37%

Geschätzter Anteil der Online-Umsätze am Gesamtumsatz für **2025**

32%

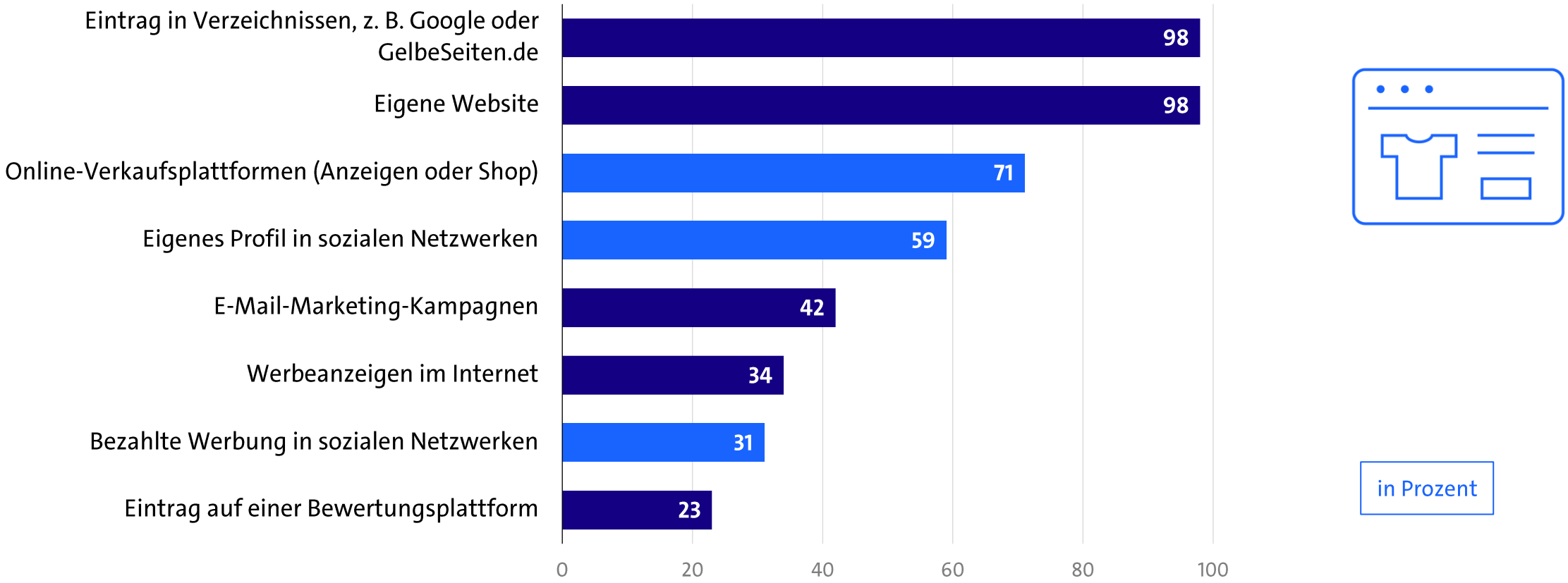
der Handelsunternehmen mit stationärem Handel können sich vorstellen, im Jahr **2030 nur noch online** zu verkaufen.

Basis oben: Alle Unternehmen (n=505) | Basis Kasten links: Handelsunternehmen mit Online- und stationärem Handel (n=433) | Basis Kasten rechts: Handelsunternehmen mit stationärem Handel (n=465) | Prozentwerte für »Ja, auf jeden Fall« und »Eher ja« | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

Verkaufsplattformen und soziale Medien etabliert

Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie, um Ihr Unternehmen und Ihr Angebot im Internet zu bewerben?

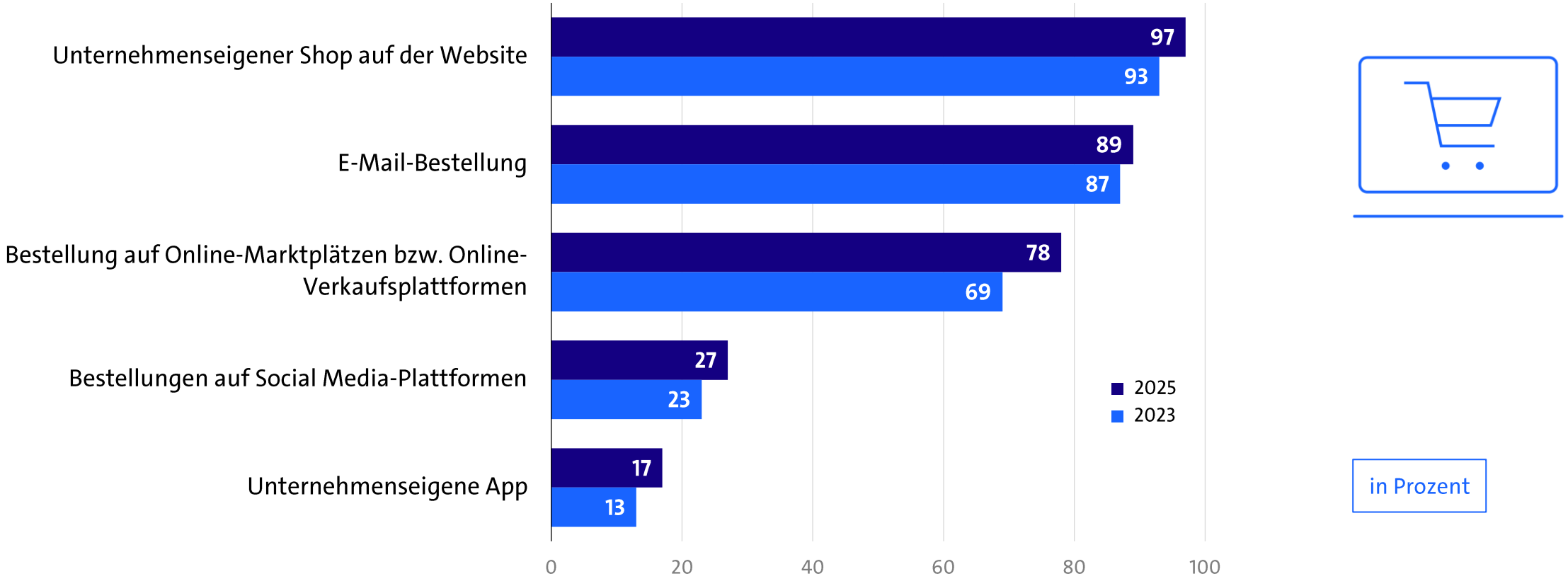


Basis: Alle Unternehmen (n=505) | Häufigste Nennungen, Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

Fast jeder dritte Händler verkauft über Social Media

Welche der folgenden Möglichkeiten nutzt Ihr Unternehmen, um Produkte bzw. Dienstleistungen im Internet zu verkaufen?

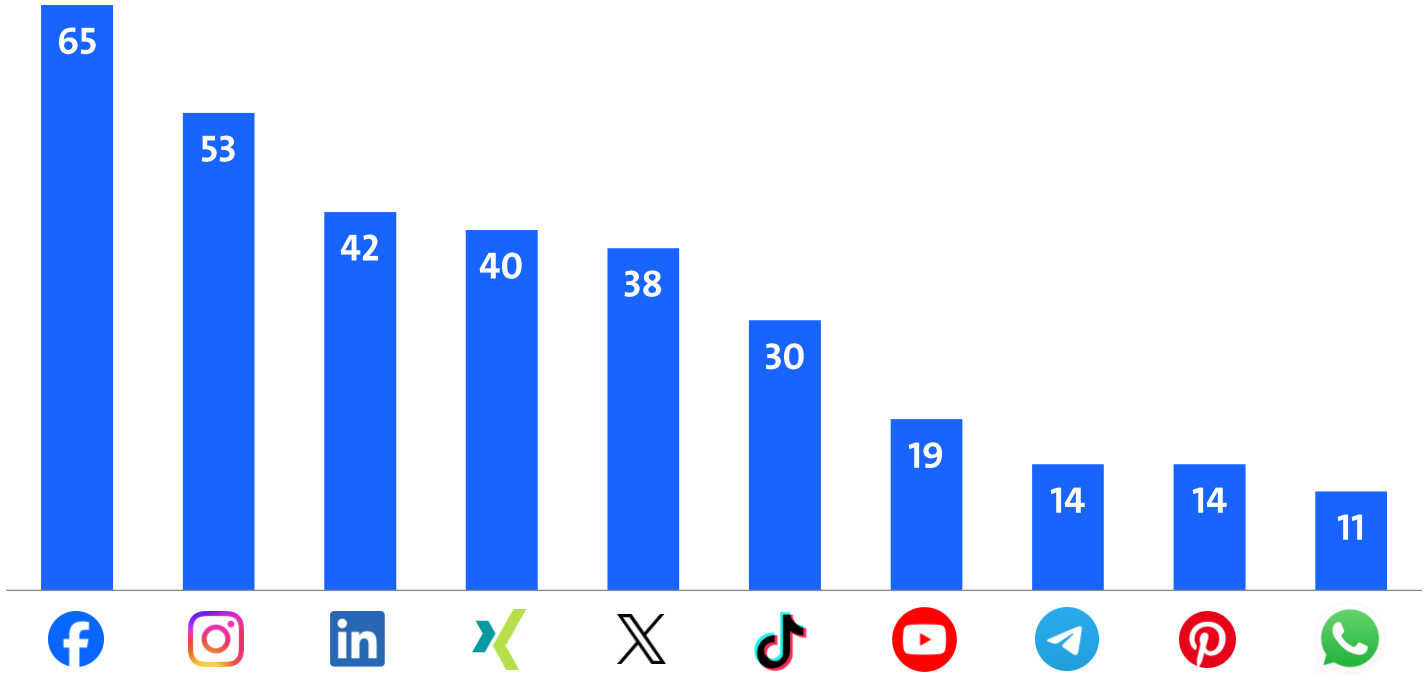


Basis: Handelsunternehmen mit Online-Handel (n=466) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

Facebook und Instagram bei Händlern am beliebtesten

Auf welchen dieser Plattformen hat Ihr Unternehmen ein Profil bzw. einen Account?



in Prozent

48%

»Durch Social Media erreichen wir Kundinnen und Kunden, die wir **über klassische Vertriebskanäle nicht erreichen** würden.«

37%

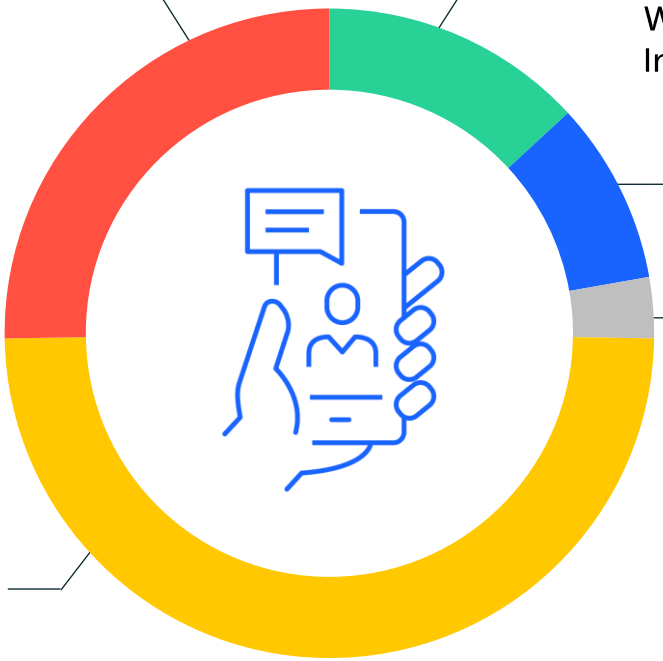
»Trends aus Social Media haben einen direkten **Einfluss auf unser Produktangebot**.«

Basis: Unternehmen mit Social Media-Profil (n=298) | links: Häufigste Nennungen, Mehrfachnennungen möglich | rechts: Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« |
Quelle: Bitkom Research 2025

bitkom

2 von 10 sind offen für Zusammenarbeit mit Influencern

Wie steht ihr Unternehmen zum Thema Influencer oder externe Content Creators?



25%
Wir arbeiten noch nicht mit Influencern zusammen und planen dies aktuell auch nicht.

13%
Wir arbeiten bereits mit Influencern zusammen.

9%
Wir arbeiten noch nicht mit Influencern zusammen, haben aber darüber nachgedacht.

3%
Weiß nicht/ keine Angabe

49%
Wir haben uns mit dem Thema noch nicht beschäftigt.



44%
»Influencer **stärken das Vertrauen** in ein beworbenes Produkt.«



46%
»Influencer können dem **Unternehmens-Image schaden**.«

Basis: Alle Unternehmen (n=505) | links: Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | rechts: Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2025

So könnte der Handel im Jahr 2030 aussehen

Wie verbreitet werden diese Zukunftsszenarien im Jahr 2030 sein?

Social Media-Plattformen sind für den **B2B-Bereich unverzichtbare Marketing-Kanäle**. **56%**

Kundinnen und Kunden überlassen die Suche nach dem besten Produkt einer **KI-Shopping-Assistenz**. **50%**

Kundinnen und Kunden **shoppen vorwiegend in den sozialen Medien** nach Produkten. **33%**



50% Händler nutzen **digitale Nachbildungen ihrer Geschäfte und Logistikzentren**, um Bestände in Echtzeit zu optimieren, Kundenströme zu analysieren und Prozesse effizienter zu gestalten.

42% Social-Media-Plattformen sind die **bedeutendsten Werbeplattformen** für den Handel.

30% Jeder hat eine **VR-Brille zuhause**, die es z. B. ermöglicht, virtuell Kleidung anzuprobieren.

Basis: Alle Unternehmen (n=505) | Prozentwerte für »Wird sehr verbreitet sein« und »Wird eher verbreitet sein« | Quelle: Bitkom Research 2025