



Der E-Commerce in Deutschland (B2C) wächst seit Jahren stetig an. In 2019 ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um rund 11 % auf 59,2 Milliarden Euro gestiegen.

Bemerkenswert ist, dass hierbei die Mode- und Textilbranche ein Viertel des gesamten Online-Umsatzes in Deutschland einnimmt und damit Platz eins der wichtigsten Branchen im E-Commerce belegt. Dominiert wird der Markt von den umsatzstärksten Plattformen wie beispielsweise Amazon (10,5 Mrd. €) Otto (3,3 Mrd. €) und Zalando 1,6 (Mrd. €).

Auch der deutsche Mittelstand will von dem wachsenden Online-Markt profitieren, steht jedoch vor unterschiedlichen Herausforderungen. Die Etablierung eines Online-Shops, der die Produktpalette vollumfänglich abdeckt, ist insbesondere mit dem Einsatz von hohen finanziellen Ressourcen im Bereich des Marketings und Vertriebs, Kundenmanagements und der Logistik verbunden. Dies ist häufig für mittelständische Unternehmen nicht zu stemmen. Soziale Medien können hier einen Ansatzpunkt bieten, um den Omni-Channel

Retail des Mittelstands ressourcenschonender auszubauen und gleichzeitig die Digitalisierung im Unternehmen und insbesondere innerhalb des Vertriebsnetzes voranzutreiben.

Umfragen zum Nutzungsverhalten von sozialen Medien zeigen die Bereitschaft zum mobilen Online-Kauf bei Nutzern auf. Knapp 26% der Befragten gaben an, schon einmal direkt aus einem Posting einer Social-Media-App heraus etwas bei einem Online-Shop bestellt zu haben. Rund 25 % haben zwar noch keine Bestellung getätigt, könnten sich dies aber in Zukunft vorstellen. Die Plattformen bieten dabei unterschiedliche Anwendungen, die der Händler nutzen kann, um seine Produkte zu präsentieren.

In einer neuen Studie wollen nun die Studenten der TH Köln in Zusammenarbeit mit der gmvteam GmbH die Kundenzufriedenheit in Bezug auf den Social Media Auftritt von mittelständischen Unternehmen untersuchen. Um diese einschätzen zu können erfolgt ein Abgleich der Wertvorstellungen von Kund\*innen und Händler\*innen. Hierbei wird der Fokus auf dem Live Stream Shopping per Instagram Live liegen.

Dafür wurde ein Fragebogen entwickelt, um möglichst viele Meinungen zum Thema Social Media und Onlineshopping zu generieren. Die Umfrage läuft noch bis zum 24.01.21.

Wer an dieser Umfrage teilnehmen möchte, findet sie unter:

<https://tinyurl.com/Kundenwerte>

Natürlich werden wir hier bei Zukunft des Einkaufens exklusiv die Ergebnisse dieser Studie veröffentlichen. Wir hoffen daher auf eine rege Teilnahme, um möglichst genaue Ergebnisse zu erzielen.