

Live Shopping: Der neue Trend revolutioniert unseren Einkauf!

Live Shopping erobert die Welt: Ein interaktives Einkaufserlebnis, das Gruppendynamik und Echtzeit-Transaktionen kombiniert.

USA - Der neueste Trend im Online-Handel, das sogenannte „Live Shopping“, hat die Welt erobert und verändert, wie Konsumenten Produkte kaufen. Diese innovative Verkaufsform kombiniert persönliche Einkaufserlebnisse mit interaktiven Livestreams, in denen Kunden in Echtzeit Fragen stellen und Produkte erwerben können, ohne das eigene Zuhause zu verlassen. Laut **oe24** wird der Markt für Live Shopping im Jahr 2024 auf geschätzte 32 Milliarden Dollar anwachsen. Die Beliebtheit dieser Verkaufsform erstreckt sich über verschiedene Produktkategorien, vor allem Mode, Kosmetik, Schnäppchen und Sammlerstücke.

In den USA hat eine Umfrage von **VTEX** ergeben, dass 45 Prozent der befragten Konsumenten im letzten Jahr an Live-Shopping-Events teilgenommen haben. Insbesondere die Generation Z zeigt sich als größte demografische Gruppe, die Video-Inhalte auf sozialen Plattformen konsumiert: 83 Prozent dieser Altersgruppe sind aktiv. Millennials folgen mit einer erheblichen Teilnahmequote von 58 Prozent.

Marken und Engagement im Live Shopping

Unternehmen wie Nordstrom, Samsung und L'Oreal haben bereits die Vorteile des Live-Shopping-Trends erkannt und setzen diesen effektiv ein. Die Live-Shopping-Sessions von

Kelsey Krakora, die 2021 mit sozialen Verkaufsplattformen begonnen hat, zeigen eindrucksvoll das Potenzial: Ihre Shows verkaufen bis zu 100 Artikel pro Sendung und generieren einen Umsatz von etwa 1.000 Euro. Die Streams dauern in der Regel bis zu drei Stunden und ermöglichen ein bequemes Einkaufen von zu Hause aus.

Die Umfrage von VTEX offenbart auch interessante Demografien, die im Live-Shopping aktiv sind. Männer zeigen höhere Engagement-Raten: 48 Prozent der Männer nehmen an Live-Shopping-Events teil, während es nur 42 Prozent der Frauen sind. Zudem geben 31 Prozent der Männer an, dass sie beim Live Shopping gerne neue Produkte entdecken. Weiterhin besagt die Umfrage, dass 66 Prozent der Verbraucher mindestens einmal im Monat über soziale Medien shoppen, wobei 55 Prozent anmerken, dass sie häufiger am Video- und Live-Commerce teilnehmen würden, wenn diese Angebote konsistenter verfügbar wären.

Globale Trends und Entwicklungen

International ist Live Shopping insbesondere in China, wo die Popularität dieser Verkaufsform schon vor der COVID-19-Pandemie begann und während der Krise exponentiell anstieg. Der Live-Streaming-Commerce-Markt in China erreichte 2023 fast fünf Billionen Yuan, was einer zwölfmaligen Steigerung im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie entspricht. Rund 60 Prozent der chinesischen Online-Shopper nutzen bereits Live Commerce und es wird prognostiziert, dass diese Zahl bis 2026 auf über 430 Millionen Nutzer ansteigt, wie von **Statista** berichtet.

In den USA beliefen sich die Livestream-E-Commerce-Verkäufe 2023 auf 50 Milliarden Dollar, wobei die Wachstumsprognose für die kommenden drei Jahre bei bemerkenswerten 36 Prozent liegt. In Europa wird Live Shopping vorwiegend für Modekäufe und Inspiration genutzt, während Brasilien und andere Lateinamerikanationen zunehmend Interesse an Live Commerce

zeigen.

Dennoch gibt es Herausforderungen, insbesondere in Bezug auf das Verbraucherbewusstsein. 38 Prozent der Befragten sind sich nicht sicher, ob ihre bevorzugten Marken Live-Shopping-Events anbieten. VTEX hebt hervor, dass Marken ihre Marketingstrategien in diesem Bereich verbessern müssen, um von der wachsenden Nachfrage zu profitieren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Live Shopping ein vielversprechender Trend ist, der sowohl für Verbraucher als auch für Marken erhebliche Potenziale birgt. Dennoch ist es wichtig, die Herausforderungen zu erkennen und zu adressieren, um das volle Potenzial dieser Verkaufsform auszuschöpfen.

Details	
Ort	USA
Quellen	• www.oe24.at • vtex.com • www.statista.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at