Bitkom e.V. | Presseinformation

Social Media: Handel tut sich schwer mit regelmäßigen Posts

- **4 von 10 Handelsunternehmen kämpfen mit negativen Kommentaren**
- **Für knapp die Hälfte steht Aufwand derzeit in keinem Verhältnis zu Erfolg**
- **42 Prozent halten bezahlte Werbung in den sozialen Medien aber für unverzichtbar**

Berlin, 06. August 2025 – Produkt auspacken, Anwendung zeigen, Marke vorstellen, Stimmen von zufriedenen Kundinnen und Kunden einfangen: Die Inhalte, die Handelsunternehmen auf ihren Social-Media-Profilen ausspielen, sind vielfältig. Trotzdem fällt es fast der Hälfte der deutschen Handelsunternehmen, die über ein solches Profil verfügen, schwer, regelmäßig Inhalte zu posten (46 Prozent). Hand in Hand damit gehen auch die Erstellung interessanter Inhalte, die ein Drittel der Händler als Herausforderung sieht (34 Prozent), und die kontinuierliche Kanalbetreuung bzw. das Community Management, mit dem etwa ein Viertel zu kämpfen hat (23 Prozent). Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, für die 505 Handelsunternehmen ab 10 Beschäftigten in Deutschland befragt wurden, darunter 298 mit Social Media-Profil. Auch Fake-Profile bereiten den Händlern Bauchschmerzen, denn über ein Drittel gibt an, dass diese ihre Metriken, also Kennzahlen zu den Reaktionen der Nutzerinnen und Nutzer, verzerren (35 Prozent). Ein weiteres großes Problem ergibt sich aus den Reaktionen der echten Nutzerinnen und Nutzer entsprechender Plattformen: 4 von 10 Händlern geben an, dass der Umgang mit negativen Kommentaren zu ihren größten Herausforderungen bei der Nutzung dieser Kanäle zählt (41 Prozent). „Soziale Medien werden für den Handel immer wichtiger, sind aber nach wie vor mit großer Unsicherheit verbunden – denn im Gegensatz zu anderen Medien ist hier eine ständige Interaktion gefordert und einzelne Nutzerinnen und Nutzer haben eine viel stärkere Stimme“, sagt Nastassja Hofmann, Retail-Expertin beim Bitkom.

Auch der Aufbau einer Reichweite gestaltet sich für viele deutsche Händler kompliziert: 4 von 10 sehen sich mit Hindernissen beim Aufbau von Follower-Zahlen (38 Prozent) und bei der Erhöhung des Engagements, also von Likes und Kommentaren, konfrontiert (27 Prozent) – und auch die Quote der Weiterleitung zum Shop lässt in den Augen eines Fünftels der Händler zu wünschen übrig (19 Prozent). Neben den finanziellen Kosten, die für ein Drittel der Handelsunternehmen eine Herausforderung darstellen (33 Prozent), sind die Hürden für die Social Media-Nutzung aber auch in den Unternehmen selbst zu finden: Einem Viertel mangelt es an qualifizierten Mitarbeitenden (25 Prozent), etwas mehr als einem knappen Sechstel an einer Social Media-Strategie (18 Prozent). Insgesamt ist sich fast die Hälfte der Händler darüber einig, dass der Aufwand für Social Media-Marketing oft in keinem Verhältnis zum tatsächlichen Geschäftserfolg steht (46 Prozent) – allerdings ist zumindest der Einsatz von bezahlter Werbung auf entsprechenden Plattformen für 4 von 10 unverzichtbar geworden (42 Prozent). „Trotz der Herausforderungen, die die Nutzung sozialer Medien für Händler mit sich bringt, ist eins klar: Über 50 Millionen Deutsche nutzen Social Media – und wer gesehen werden will, muss die Menschen da abholen, wo sie sich täglich aufhalten”, so Hofmann.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto

Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 505 Unternehmen aus Groß-, Einzel- und Kraftfahrzeughandel ab 10 Beschäftigten in Deutschland telefonisch befragt, darunter 298 Unternehmen, die ein Profil in den sozialen Medien haben. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 11 bis KW 19 2025 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: „Was sind aktuell die größten Herausforderungen für Ihr Unternehmen bei der Nutzung von Social Media-Plattformen bzw. -Kanälen?“ und „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Handel und soziale Medien zu?“.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Social-Media-Handel-Posts***