

26.08.2025 – 07:00 Uhr

**Social Commerce in der Mode: Potenzial bleibt ungenutzt - jede zweite Person bricht den Kauf ab**



## Fashion-App-Studie



**49 % schließen Mode-Käufe auf sozialen Medien nicht ab**



**Kauf-Abbruch:**

35 % fehlen Produktinfos

31 % haben Datenschutzbedenken

15 % fehlen Direktkauffunktionen



**Instagram (54 %) und TikTok (51 %) beliebteste Social-Media-Kanäle zum Mode-Shopping**



**YouTube (36 %) und Pinterest (27 %) mit deutlichem Abstand auf den Plätzen drei und vier**



**Spontankäufe steigen:**

25 % kaufen spontan,

20 % kaufen häufiger Modeartikel durch Social Media



**Social Media steigert Experimentierfreude:**

Ein Viertel wagt durch Inspiration neue Marken und Stile

**Reichweite ja, Umsatz nein? Rund die Hälfte der Menschen, die auf Social Media zum Kauf von Mode- und Sportartikeln inspiriert wird, schließt den Kauf nie in den sozialen Netzwerken ab. Fehlende Direktkauffunktion, zu wenig Produktinfos, schlechte Angebote - die Liste der Gründe ist laut der Simon-Kucher Fashion-App-Studie lang. Und das obwohl viele Social Commerce in Sachen Fashion schätzen. So kauft ein Fünftel häufiger und ein Viertel spontaner ein.**

- 49 % schließen Mode-Käufe auf sozialen Medien nicht ab
- Kauf-Abbruch: 35 % fehlen Produktinfos, 31 % haben Datenschutzbedenken, 15 % fehlt Direktkauffunktion
- Instagram (54 %) und TikTok (51 %) beliebteste Social-Media-Kanäle zum Mode-Shopping
- YouTube (36 %) und Pinterest (27 %) mit deutlichem Abstand auf den Plätzen drei und vier
- Spontankäufe steigen: 25 % kaufen spontan, 20 % kaufen häufiger Modeartikel durch Social Media
- Social Media steigert Experimentierfreude: Ein Viertel wagt durch Inspiration neue Marken und Stile

Laut der aktuellen Simon-Kucher Fashion-App-Studie bricht jede zweite Person (49 Prozent) ihre Modekäufe auf Social Media ab. "Social Commerce hat ein massives Potenzial, das Mode- und Sportartikelanbieter bisher unzureichend nutzen", sagt Martin Mattes, Partner bei Simon-Kucher. "Die Anbieter verschenken hier Umsatzchancen, weil wesentliche Funktionen fehlen oder nicht überzeugen."

### **"Die Kaufhürden auf Social-Media sind zu hoch!"**

Dabei könnte Social Commerce erfolgreicher sein, wenn Anbieter zentrale Schwachpunkte beseitigen würden: Ein Drittel der Konsumierenden (35 Prozent) kritisiert unzureichende Produktinformationen. Fast ebenso viele (31 Prozent) haben Bedenken beim Datenschutz. Mehr als jede zehnte Person (15 Prozent) würde gerne kaufen, vermisst aber die Direktkauffunktion. "Die Kaufhürden auf Social-Media sind zu hoch! Händler und Hersteller müssen dringend die Produktinformationen ausbauen, Direktkäufe ermöglichen und Vertrauen schaffen!", so Markus Goller, Partner bei Simon-Kucher.

### **Social Media führt zu häufigeren und spontanen Modekäufen**

Wie groß das Potential in Sachen Social Commerce ist? Laut der Simon-Kucher Fashion-App-Studie schlägt auf Grund von Social Media bei Mode- und Sportartikel jede fünfte Person häufiger zu, jede vierte Person entscheidet sich spontan zum Kauf. Sogar die Experimentierfreude steigt: So gibt ein Viertel an, durch Social Media neue Stile auszuprobieren. "Social Media hat sich längst zu einer entscheidenden Inspirationsquelle entwickelt. Jetzt muss es gelingen, diese Impulse direkt in Umsatz zu verwandeln", resümiert Goller.

### **Instagram und TikTok als führende Fashion-Apps**

Beliebteste Plattformen zum Entdecken neuer Mode- und Sportartikel sind Instagram (54 Prozent) und TikTok (51 Prozent). Dahinter folgen YouTube (36 Prozent) und Pinterest (27 Prozent) mit deutlichem Abstand. "Mode- und Sportartikelanbieter sollten plattformbezogen denken", sagt Markus Kröll, Senior Director bei Simon-Kucher. "Die Nutzererwartungen unterscheiden sich stark nach Plattform. Eine pauschale Ansprache funktioniert nicht mehr."

**\*Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Fashion-App-Studie 2025 wurde im März 2025 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt. 1.000 Verbraucher\*innen in Deutschland wurden hierfür zu Fashion-Apps und ihren Funktionen befragt.

**Vertiefende Informationen und Infografiken in Druckqualität** (aktuell nur für Medien und Partnerunternehmen) sind auf Anfrage erhältlich. [Teil 1](#) und [Teil 2](#) der Simon-Kucher Fashion-App Studie der Studienergebnisse steht bereits zum Download bereit. Die Ergebnisse zu dieser Pressemitteilung (Teil 3) stehen in Kürze ebenfalls auf [simon-kucher.com](https://simon-kucher.com) zum Download bereit.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum. [simon-kucher.com](https://simon-kucher.com)

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:  
Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)  
Tel: +49 173 5381929  
E-Mail: [linda.klein@simon-kucher.com](mailto:linda.klein@simon-kucher.com)

## Medieninhalte



Simon - Kucher Fashion-App-Studie: Social Commerce in der Mode / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/78805](http://www.presseportal.de/nr/78805) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100934201> abgerufen werden.