



Insights zu den Marktpotenzialen des TikTok Shops in Deutschland

Marktforschungsstudie bei TikTok-Usern

Durchgeführt von

puls Marktforschung GmbH in Kooperation mit Z Consulting Group (ZCG)

Stefan Reiser/ Charles Bahr et al.

Nürnberg, Deutschland

ZCG

Stichprobe

n=411 Interviews mit TikTok Usern, die im Rahmen einer Repräsentativstudie (n=8.000 Interviews bevölkerungsrepräsentativ in Deutschland) vorqualifiziert und rekontaktiert wurden, ab 16 Jahren

Erhebungsmethode

Online über einen langjährigen Panelpartner

Befragungszeitraum

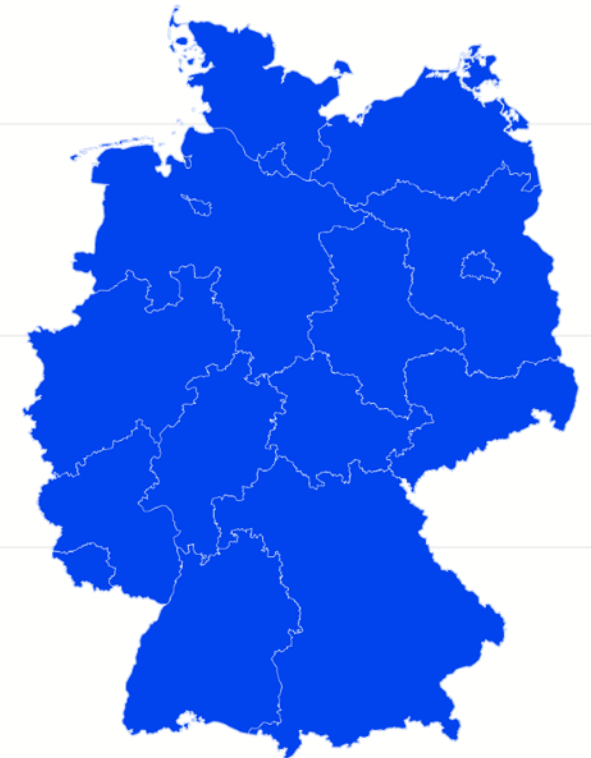
25.03. bis 28.03.2025

Befragungsdauer

ca. 3 Minuten (Median)

Durchführung

puls Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg
in Kooperation mit der Z Consulting Group (ZCG)

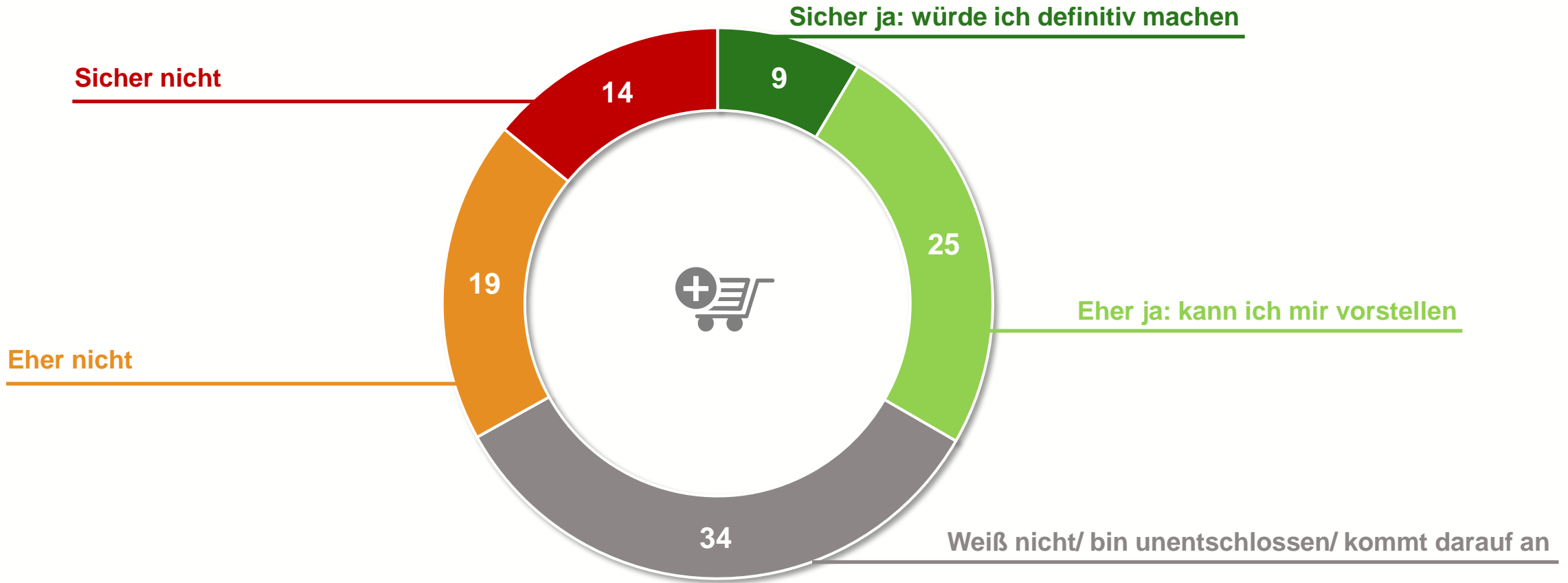
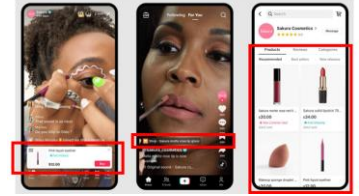


Kernergebnisse

Gut ein Drittel würde den TikTok Shop (sicher) nutzen, ein weiteres Drittel ist sich noch unsicher.

Kaufbereitschaft im anhand von Bildern aus anderen Ländern gezeigten TikTok Shop

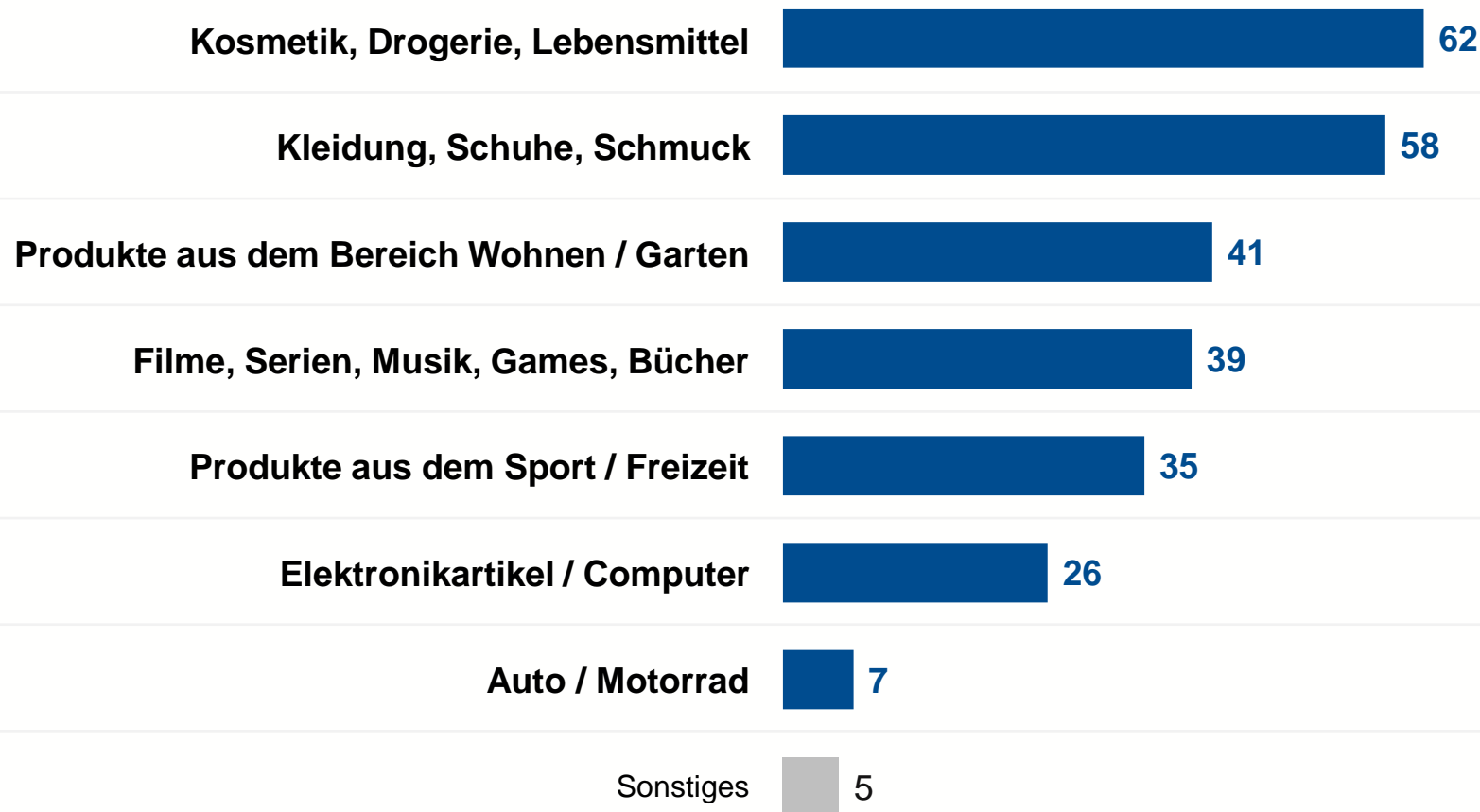
F07: Würden Sie zukünftig auf TikTok selbst, also im gerade gezeigten neuen TikTok Shop, Produkte kaufen?



„Kosmetik, Drogerie, Lebensmittel“ sowie „Kleidung, Schuhe, Schmuck“ dürften im TikTok Shop besonders gefragt sein.

Interessierende Produktarten auf dem TikTok Shop

F10: Welche Arten von Produkten können Sie sich gut vorstellen im zukünftigen TikTok Shop (direkt über TikTok) zu kaufen?

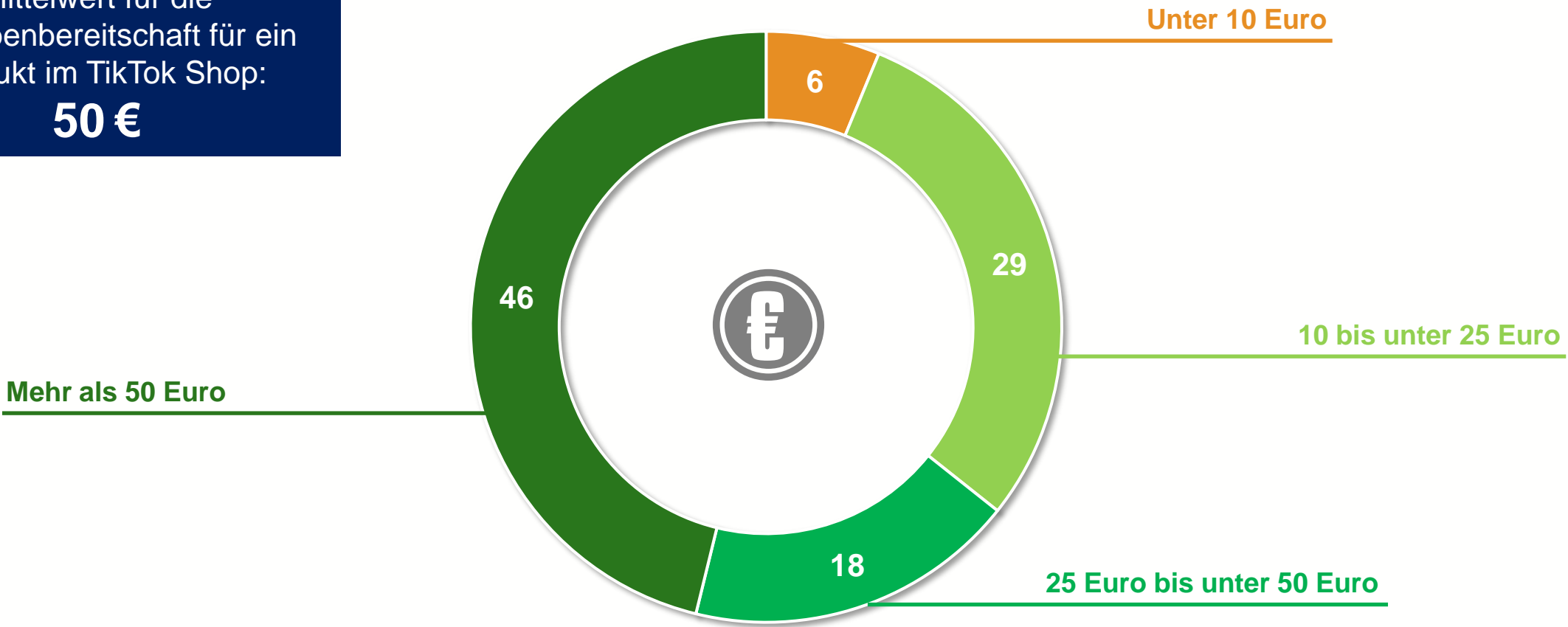


Der TikTok Shop hat das Potenzial, auch höherwertige Artikel zu positionieren – die mittlere Zahlungsbereitschaft liegt bei € 50,-

Zahlungsbereitschaft für Produkte auf dem TikTok Shop (offene Frage)

F11: Was ist der maximale Preis, den Sie bereit wären für ein Ihnen bis dato unbekanntes Produkt im TikTok Shop zu zahlen (unter der Annahme, dieser Preis entspricht dem ansonsten marktüblichen Preis)?

Mittelwert für die Ausgabenbereitschaft für ein Produkt im TikTok Shop:
50 €

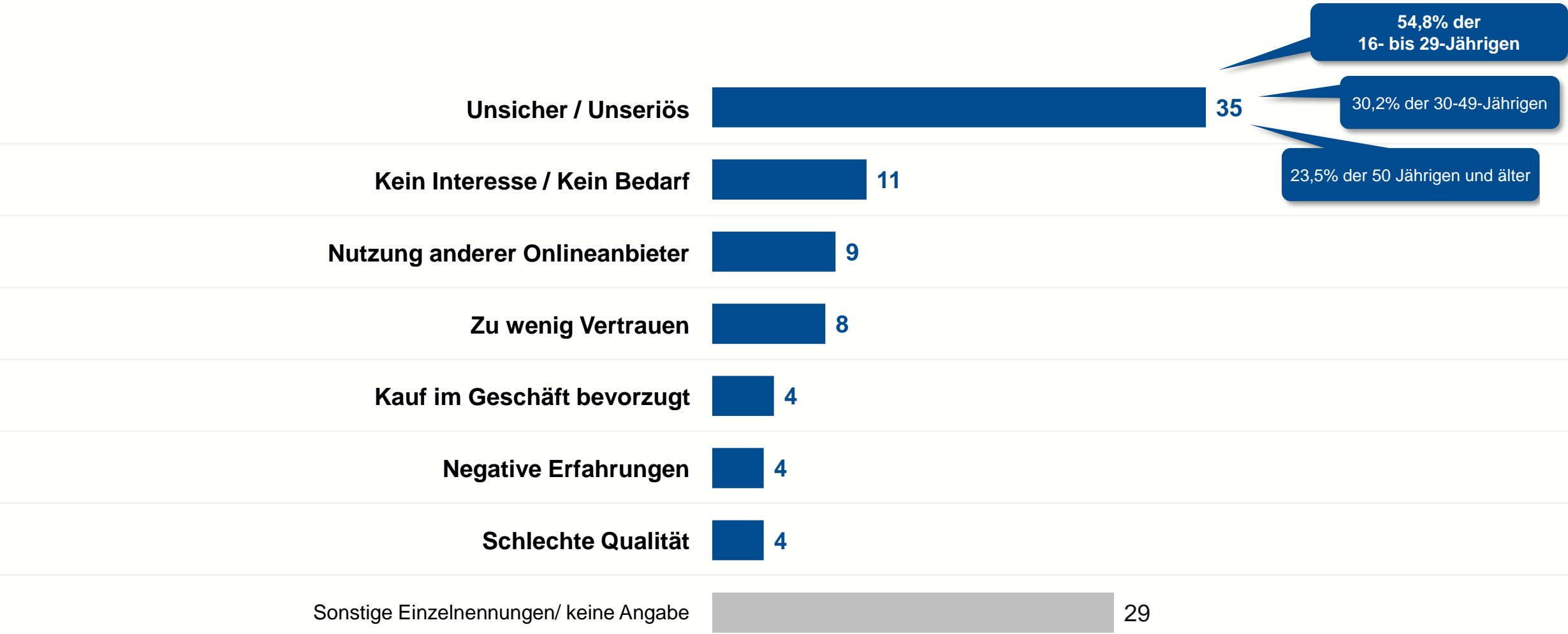


Unsicherheit/ Fehlende Seriosität von TikTok bzw. des TikTok Shops schreckt User vor dessen Einführung noch am stärksten ab – v.a. jüngere.



Gründe gegen die Nutzung des TikTok Shops für Ablehner (offene Frage)

F08: Warum würden Sie keine Produkte über den neuen TikTok Shop kaufen?

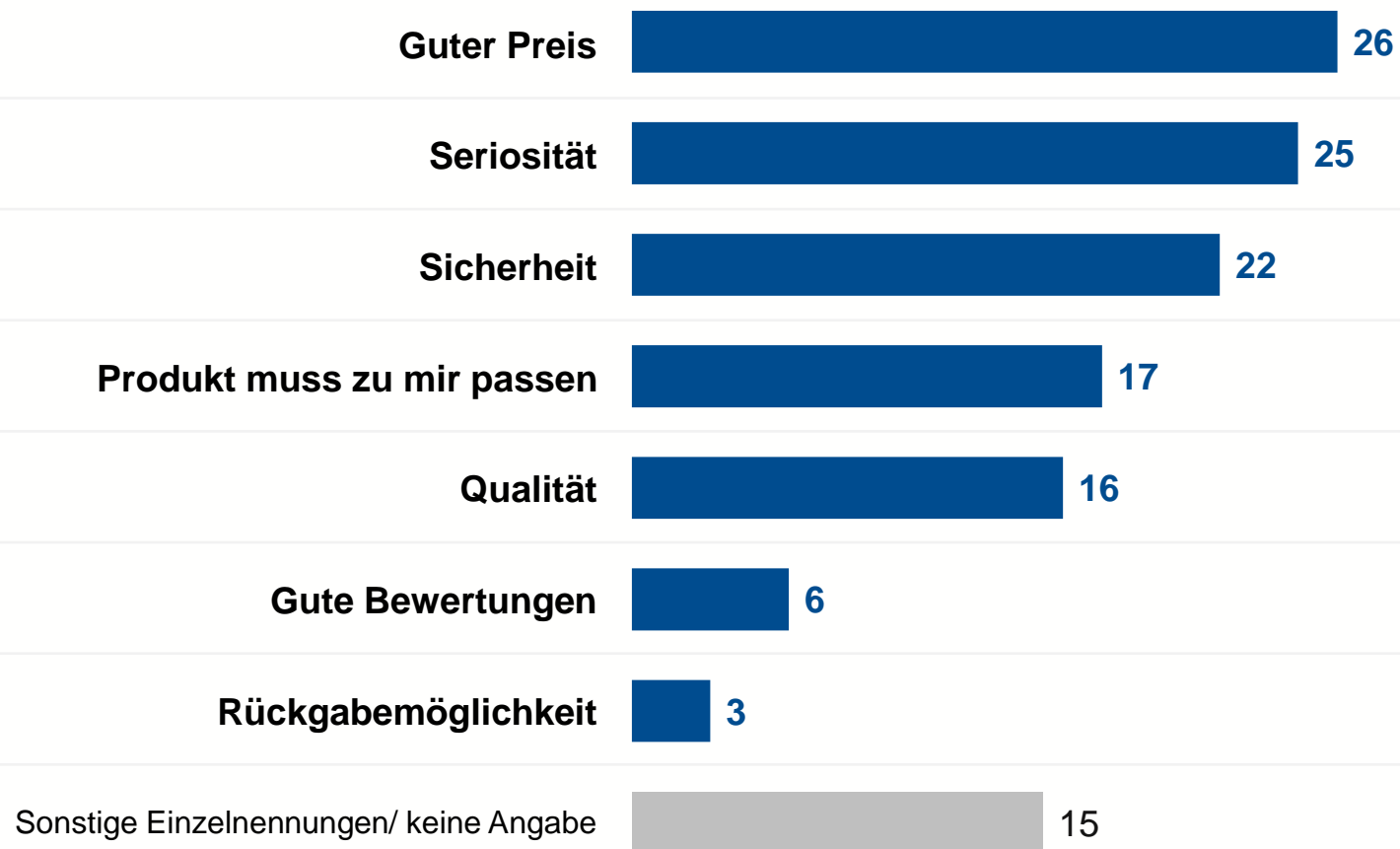


Preis, Seriosität und Sicherheit sind die wichtigsten Faktoren, die User für einen Kauf im neuen TikTok Shop motivieren.



Voraussetzungen für den Kauf im TikTok Shop für noch unsichere User (offene Frage)

F09: Welche Faktoren müssen zwingend gegeben sein, dass Sie einen Kauf über TikTok Shop in Erwägung ziehen würden?

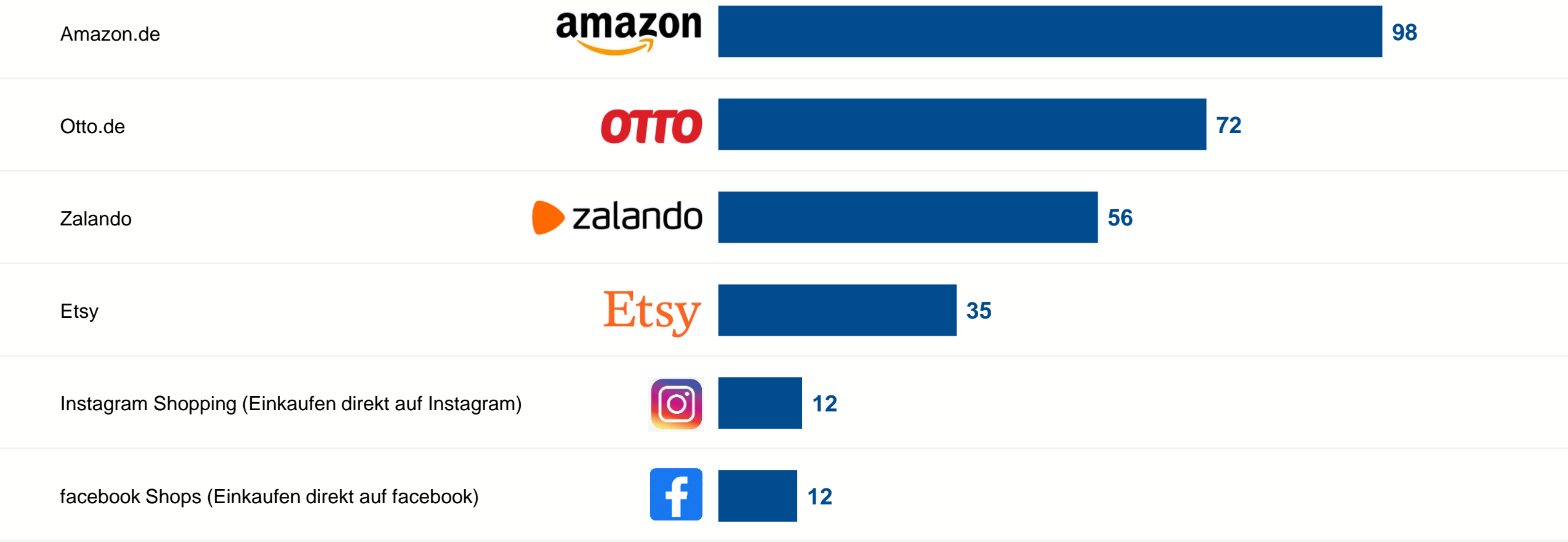


Weiterführende Insights/ Stichprobeninformationen

Je 12 Prozent haben bereits mindestens einmal auf Insta oder facebook eingekauft.

Einkaufsverhalten Online – Nutzung ausgewählter Kanäle

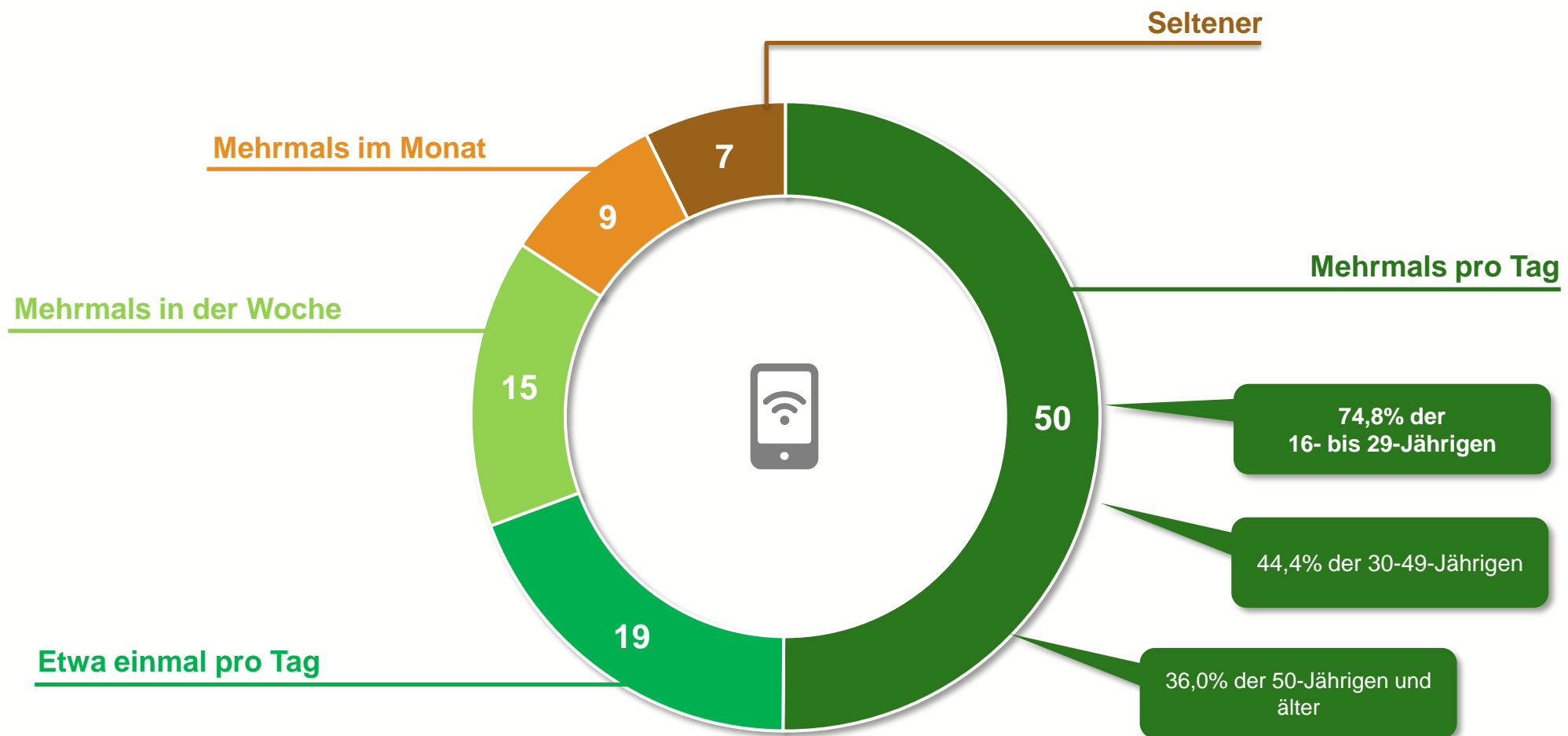
F02a: Über welche Kanäle haben Sie bisher mindestens einmal ein Produkt eingekauft?



Mehr als zwei Drittel der Befragten nutzen TikTok täglich

Häufigkeit Nutzung TikTok

F03: Wie häufig nutzen Sie TikTok, d.h. wie oft öffnen Sie TikTok bzw. rufen die App auf?

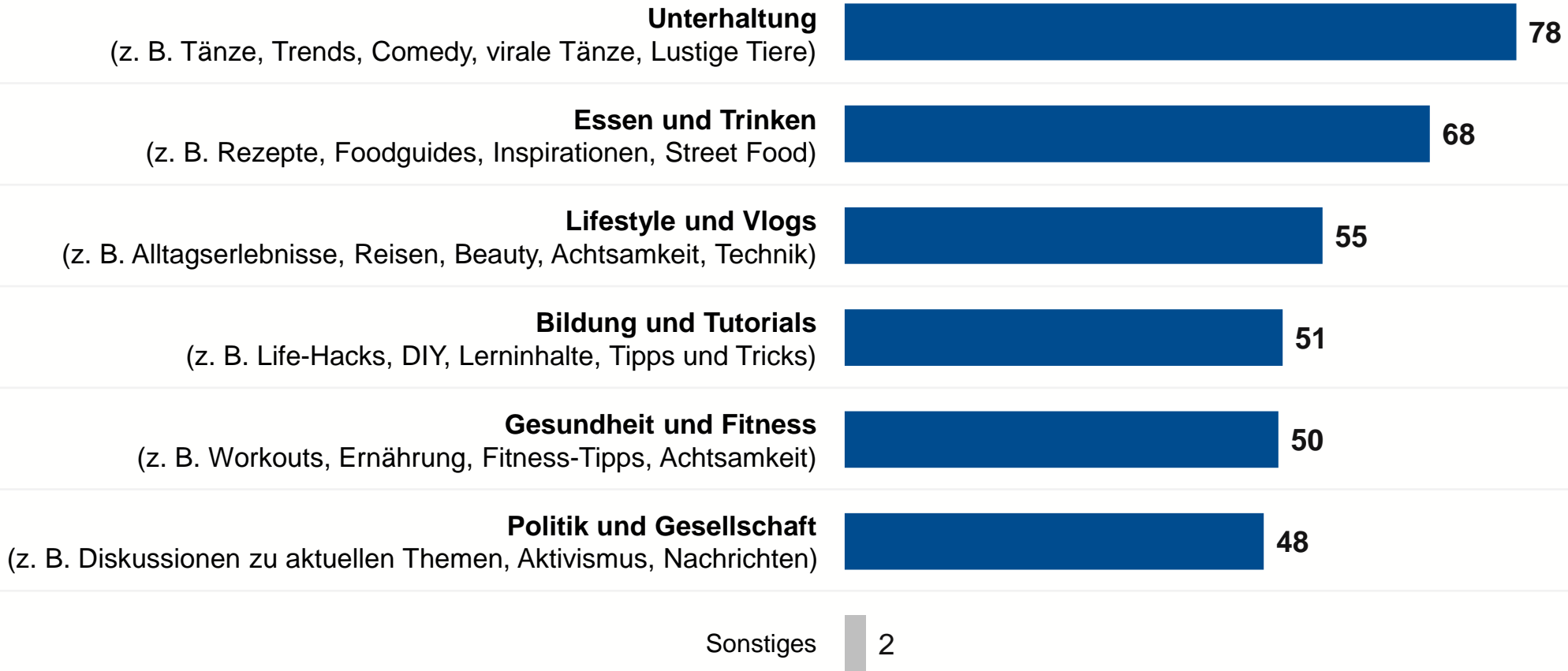


Unterhaltungcontent auf TikTok ist bei den Nutzern am beliebtesten



Konsumverhalten – Inhalte

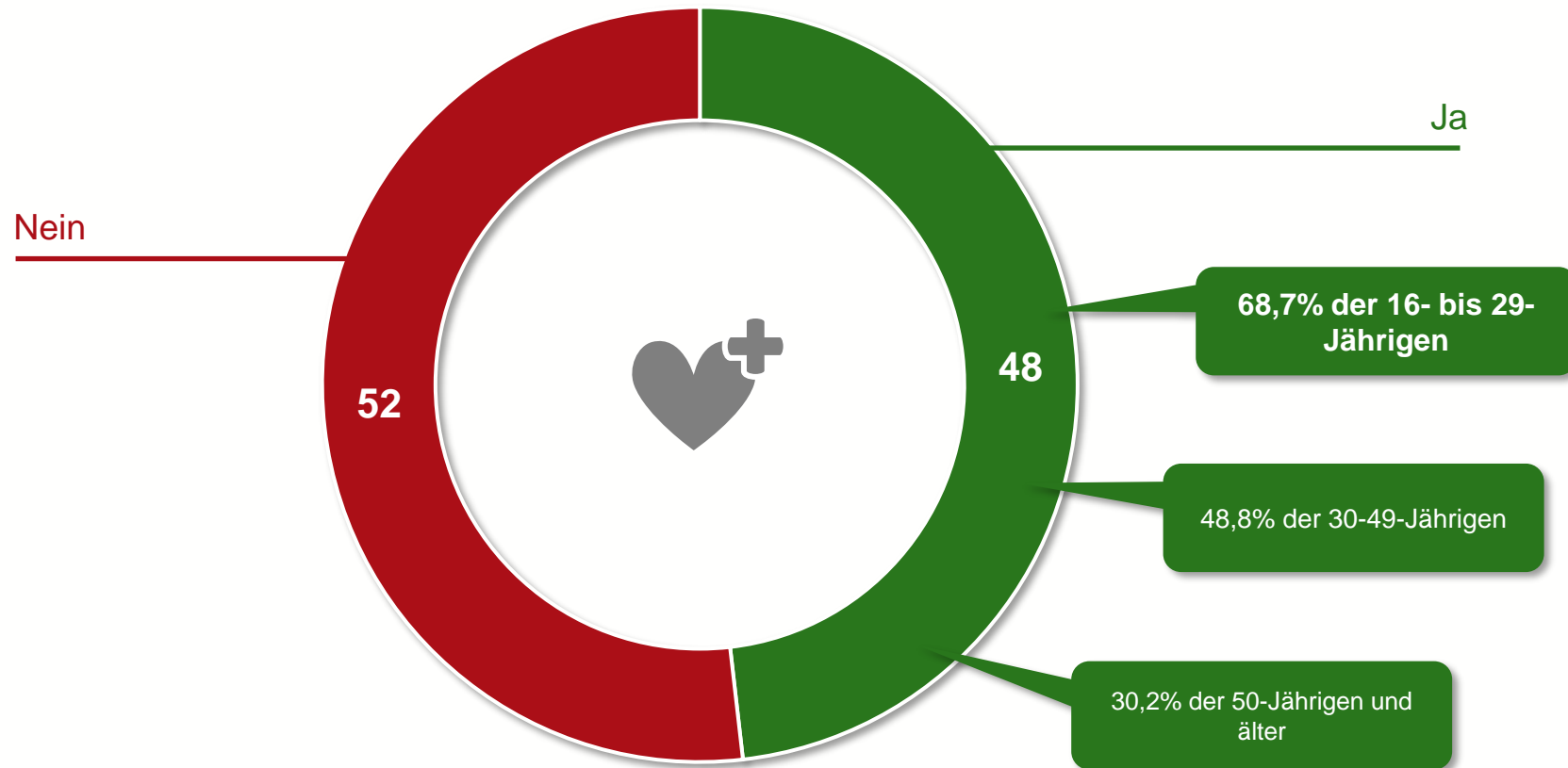
F04: Welche Inhalte sehen Sie sich häufiger auf TikTok an?



Fast die Hälfte der Benutzer gibt an, mindestens einmal ein Produkt gekauft zu haben, nachdem es ihnen auf TikTok empfohlen wurde.

Produkttempfehlungen

F05: Haben Sie bisher schon mindestens einmal ein Produkt gekauft, nachdem Ihnen dieses auf TikTok in einem Beitrag empfohlen wurde?

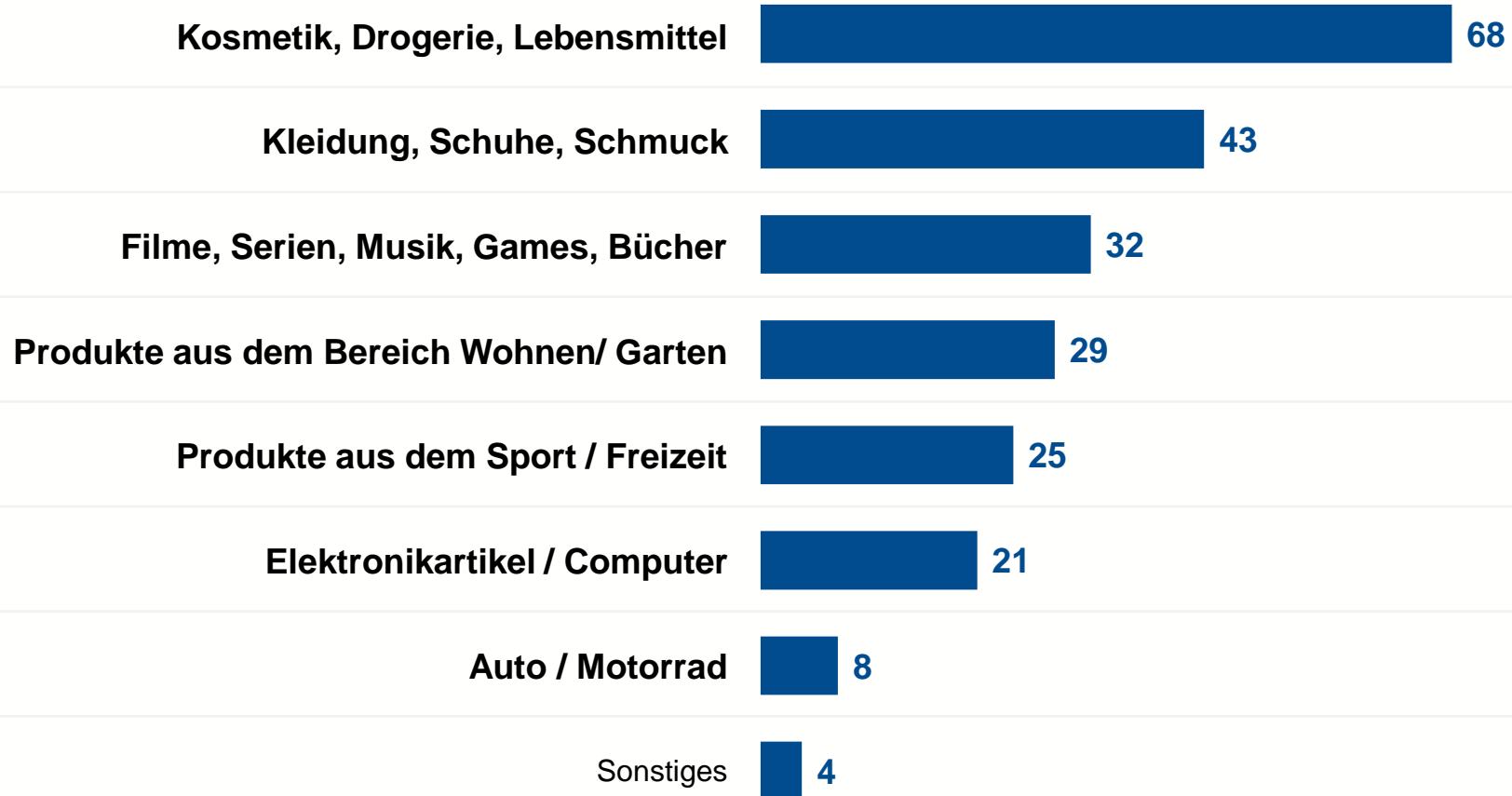


Produkte aus dem Bereich „Kosmetik, Drogerie und Lebensmittel“ werden bislang am häufigsten nach Empfehlung auf TikTok gekauft



Produktarten – Empfehlung TikTok

F06: Welche Arten von Produkten haben Sie schon mindestens einmal gekauft, nachdem Ihnen diese auf TikTok empfohlen wurden?





TikTok
Shop

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Phone +49 (0) 911/9535-400

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Managing Director: Stefan Reiser · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Nuremberg District Court · HRB 11034