

Social Commerce: Google will YouTube zur Shopping-Plattform ausbauen

Google plant neue Shopping-Funktionen für YouTube



Wie Google selbst bestätigte, gibt es wohl [konkrete Pläne](#), die Video-Plattform YouTube mit neuen Shopping-Funktionen zu erweitern. Mit über zwei Milliarden monatlichen Usern könnte YouTube damit sogar Amazon Konkurrenz machen. In ersten Probeversuchen konnten bereits einige Video-Creator Produkte in Ihren Videos taggen, um diese für Zuschauer direkt käuflich zu machen. Auch eine Shopify-Integration ist wohl geplant.

Mit einem solchen Update könnte sich YouTube von der größten Video- und Werbepattform zu einer E-Commerce-Plattform weiterentwickeln. Auch in anderen Social-Media-Netzwerken ist es bereits möglich, Produkte direkt in der jeweiligen App zu kaufen. Natürlich wird YouTube an jedem Kauf beteiligt, wahrscheinlich auch der Betreiber des Videokanals. So könnten letztlich mehrere Parteien von einer solchen Umsetzung profitieren. Allein das Potenzial der beliebten Unboxing- und Haul-Videos in Verbindung mit der Möglichkeit, alle vorgestellten Produkte direkt und unkompliziert zu kaufen, ist enorm.

Weiterhin werden Funktionen getestet, die Interaktionen der Nutzer mit den angebotenen Produkten nachverfolgbar machen. So können Angebote und Produkte noch genauer auf die Zielgruppen abgestimmt werden.



Social Commerce wird zukünftig immer wichtiger – Nicht nur für Google.

Social Commerce – Bald auch auf YouTube?

Social Commerce ist im Prinzip eine logische Entwicklung: Eine Mehrzahl aller Online-Shopper nutzen soziale Netzwerke. Und genau in diesen werden auch viele auf neue Produkte aufmerksam. Es liegt also nahe, den Schritt zu einem Online-Shop oder zur Google– bzw. Amazon-Suche zu überspringen und Produkte direkt im jeweiligen sozialen Netzwerk zu kaufen. Auch Empfehlungen anderer Nutzer oder von Influencern können hier besser genutzt werden und wirken zudem authentischer.

Streng genommen ist auch der Bewertungsteil von Amazon ein soziales Medium und fällt daher unter den Begriff Social Commerce.

Der große Vorteil von Social Commerce ist auch, dass potenziellen Kunden viel gezielter Produkte angeboten werden können. Auf Basis der Interessen des Nutzers und seinem Surfverhalten können zielgerichtet Produkte beworben werden.

Ganz im Sinne des Social Commerce-Konzeptes könnte YouTube so mit der Zeit zu einer riesigen Ansammlung von Produktvorschauen werden, die zudem auch geteilt und bewertet werden können. Auch durch die Corona-Pandemie wurde Online-Shopping 2020 noch verbreiteter. Facebook führte dieses Jahr [Facebook Shops](#) ein, Pinterest kooperiert mit Shopify und auch bei TikTok lassen sich Produkte direkt in der App kaufen.

Der richtige Weg für YouTube und co.?

Das Potenzial einer weiteren Monetarisierung von YouTube Kanälen mit hunderttausenden oder Millionen von Abonnenten oder Views ist einfach zu groß, als dass Google hier dauerhaft untätig bleiben könnte. Doch birgt eine solche Entwicklung auch eine Gefahr: Schon jetzt wird vor und während vieler Videos Werbung geschaltet. Sollten hier Produkthinweise innerhalb des Contents zu aufdringlich platziert werden, könnte dies bei Nutzern durchaus für Verärgerung sorgen.

Wird es jedoch richtig gemacht und gut angenommen, könnte YouTube-Shopping zukünftig genauso alltäglich sein, wie jetzt in anderen Online-Shops einkaufen schon ist. Viele Änderungen wurden anfangs kritisiert oder belächelt und sind heute kaum noch wegzudenken.

Was meint Ihr? Entwickelt sich YouTube damit in die richtige Richtung? Könnt Ihr euch vorstellen, direkt aus einem Video Produkte zu kaufen?

Titelbild © stas111 / stock.adobe.com

Beitragsbild © Buffaloboy / stock.adobe.com