



Criteo-Analyse: Darauf kommt es beim Weihnachtsshopping an

- *Wöchentliche Sales erreichen in den Kalenderwochen 49 und 50 ihren Höhepunkt*
- *In 47% aller Verkäufe ist mindestens ein mobiles Endgerät Teil des Path to Purchase*
- *Black Friday kommt in Deutschland an, die Sales steigen um ein Viertel an*

München, 14. November 2016 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), das Technologieunternehmen für Performance Marketing, veröffentlicht seine Analyse zum Weihnachtsshopping in Deutschland. Diese bietet Einblicke ins Shopping-Verhalten in der Weihnachtszeit und gibt Tipps, wie sich Unternehmen in diesem verkaufsstarken Zeitraum vom Wettbewerb absetzen können.

Die Ergebnisse der Analyse:

Sales und Events erreichen ihren Höhepunkt in KW 50

- Bereits ab KW 48 ziehen die Sales im Vergleich zu einer durchschnittlichen Woche in Deutschland stark an. Damit ist der Höhepunkt aber noch nicht erreicht: KW 49 bringt laut Criteo 30 Prozent mehr Sales und in KW 50 gibt es sogar ein Plus von 31 Prozent. Kurz vor Weihnachten ist der größte Ansturm bereits vorbei. Zwar bringt KW 51 nochmal 18 Prozent mehr Sales, aber mit den Weihnachtsfeiertagen brechen die Verkäufe um 21 Prozent (KW 52) und 43 Prozent (KW 53) ein.
- Auch die Events, also Aktivitäten von Nutzern auf den Webseiten der Shops, erreichen in KW 50 ihren Zenit: Sie legen um 30 Prozent zu. Interessant dabei: Während die Nutzer aktiver werden, steigt der Traffic lediglich um 15 Prozent. Ein Zeichen, dass die Kauflaune bei den Nutzern besonders ausgeprägt ist – Händler sollten mit entsprechenden Aktionen darauf reagieren.
- Eine ähnliche Dynamik ist bei Traffic und Events in KW 52 zu beobachten: Während der Traffic bereits um 15 Prozent nachgibt, sinkt die Zahl der Nutzeraktivitäten lediglich um 2 Prozent. Auch hier können Händler nachhelfen und unter Umständen ihre Verkäufe noch mal zusätzlich ankurbeln.

Black Friday und Cross-Device-Sales immer wichtiger

- Black Friday wird auch in Deutschland immer wichtiger. Das belegen die Zahlen im Vergleich: Die Black-Friday-Woche KW 48 verzeichnete ein Plus von 24 Prozent gegenüber der Referenzwoche KW 45.
- Bereits frühere Criteo-Analysen zeigten, dass Mobile den Desktopkäufen den Rang ablauft. Das gilt nicht nur für Fashion-Sales und Reisen, sondern auch für Weihnachten: 47 Prozent der Nutzer setzen beim Einkaufen für Informationssuche und/oder Kaufabschluss auf mobile Geräte. Damit folgt Deutschland einem internationalen Trend, wobei manche Länder, etwa die Schweiz, noch höhere Mobile-Anteile zeigen.

Unternehmen können sich vom Wettbewerb absetzen und von der Kauflaune profitieren

- Da Black Friday von immer mehr Konsumenten als Kaufgelegenheit wahrgenommen wird, sollten Unternehmen eine Woche vor Black Friday eine CPC-Erhöhung von 15 Prozent bei

ihren Performance Marketing Aktivitäten durchführen und diesen Wert bis Mitte Dezember halten.

- Interne Criteo-Daten zeigen außerdem: Anschließend an die Erhöhung ab Black Friday sollten Werbetreibende in den letzten zehn Tagen vor Weihnachten den CPC noch einmal um 10 Prozent steigern.
- Cross-Device ist essentiell: 40 Prozent der Käufer nutzen mindestens zwei Geräte beim Onlineshopping.

Datengrundlage

Grundlage dieser Criteo-Analyse sind 3 Millionen Desktop-, Smartphone- und Tablet-Transaktionen von deutschen Onlinehändlern. Der Zeitraum der Analyse reicht vom 21. November bis zum 28. Dezember 2015. Ergänzt wurden die Ergebnisse um interne Criteo-Zahlen aus der Weihnachts-Analyse in Q4.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) bietet personalisiertes Performance-Marketing in großem Maßstab. Das Unternehmen misst Verkäufe nach Klicks und macht so den Return on Investment transparent und einfach messbar. Criteo beschäftigt 2.200 Mitarbeiter an 30 Standorten in Nord- und Südamerika, dem EMEA-Raum und der Asien-Pazifik-Region. Das Unternehmen betreut mehr als 13.000 Werbetreibende weltweit und ist direkt an mehr als 17.500 Publisher angebunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.criteo.com/de/.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing
Senior PR Manager Central Europe, Eastern Europe, MEA
f.herzing@criteo.com
+49-89-189285-159

PR-Agentur:

HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom
Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru
martin_stummer@hbi.de / andrej_kornienko@hbi.de / duygu_duru@hbi.de
+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44