



Criteo-Studie: Deutsche Marketer attribuieren jede dritte e-Commerce Transaktion ohne geräteübergreifende Messung falsch

- *Bei 33 Prozent aller Transaktionen sind mindestens zwei Geräte zwischen dem ersten Seitenbesuch und dem eigentlichen Kaufabschluss involviert*
- *Die tatsächlichen Konversionsraten in Deutschland sind 1,4 x Mal höher als es eine Betrachtung pro Gerät vermuten lässt*
- *Smartphones, Tablets und Desktops erreichen einen etwa gleichmäßigen Anteil bei Cross-Device-Einkäufen*

München, 28. Februar 2017 – [Criteo \(CRTO\)](#), das Technologieunternehmen für Performance Marketing, veröffentlicht seinen [The State of Cross-Device Commerce](#) Report für die zweite Jahreshälfte 2016. Die Analyse gibt Einblick in das Einkaufsverhalten von Online-Shoppern weltweit und prognostiziert die Entwicklungen beim geräteübergreifenden e-Commerce.

„Eine Strategie zur Cross-Device-Erfassung ist für Retailer von entscheidender Bedeutung. Sie hilft nicht nur dabei, Sales korrekt einzuordnen, sondern auch die Budgets auf die ertragreichsten Kanäle zu verwenden“, sagt Alexander Gösswein, Managing Director Central Europe, Criteo. „Retailer, die eine nahtlose und personalisierte Kundenerfahrung über alle Geräte hinweg bieten, setzen sich vom Wettbewerb ab.“

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

Budgets lassen sich dank Cross-Device-Erfassung besser einsetzen

Kunden setzen im Kaufprozess verschiedene Geräte anfangen von der Suche bis hin zum Kaufabschluss ein. Traditionelle Analyse-Tools betrachten allerdings nur die Aktivitäten pro Gerät. Sie liefern somit ein unvollständiges und verzerrtes Bild des Multi-Device-Prozesses. Marketer sollten daher auf eine nutzerorientierte Betrachtung mit fortschrittlichen Tools für die Cross-Device-Erfassung setzen.

- Ein Drittel aller Transaktionen wird ohne Cross-Device-Erfassung falsch zugeordnet.
- Die Konversionen sind im Schnitt 1,4 x Mal höher, als eine gerätebezogene Betrachtung vermuten lässt.
- Die Customer Journey dauert bei umfassender Cross-Device-Erfassung 41 Prozent länger, als dies Modelle vorgeben, die jeweils nur einen Teilaspekt abbilden.

Mobile bleibt die treibende Macht

Der Kaufprozess ist über alle Geräte hinweg dynamisch, aber Mobile weist sowohl steigende Transaktionsraten als auch einen durchschnittlich größeren Warenkorb auf:



- 38 Prozent aller Onlinekäufe in Deutschland wurden auf einem Mobilgerät abgeschlossen – ein jährliches Wachstum von 19 Prozent.
- Der durchschnittliche Bestellwert bei Einkäufen über das Smartphone stieg 2016 um 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und näherte sich somit weiter dem Desktop-Niveau. Bei Tablets liegt der durchschnittliche Bestellwert weiterhin leicht über Desktop-Niveau.
- Mode und Luxusgüter bilden mit über 40 Prozent den größten Anteil der mobilen Transaktionen in Deutschland – eine jährliche Wachstumsrate von 25 Prozent.
- Sportartikel landen mit einer ähnlichen Wachstumsrate knapp auf dem zweiten Rang.
- Weltweit haben mobile Apps inzwischen einen höheren Anteil an den mobilen Transaktionen als mobile Browser (55 Prozent zu 45 Prozent).

Smartphones sind bei Cross-Device-Einkäufen entscheidend

„Gesucht wird auf dem Smartphone, gekauft am Desktop“ gilt nicht mehr. Kunden nutzen inzwischen ihre Smartphones zum Suchen und zum Kaufen. Retailer müssen deshalb sicherstellen, dass die Nutzererfahrung über Desktop und Mobilgeräte hinweg synchronisiert ist.

- Fast ein Drittel aller e-Commerce Transaktionen in Deutschland nehmen ihren Ausgang auf dem Smartphone.
- Cross-Device-Einkäufe sind auf allen Geräten in ähnlicher Höhe zu beobachten: Smartphone (30 Prozent), Tablet (35 Prozent) und Desktop (34 Prozent).

Den vollständigen State of Cross-Device-Report kann man [hier kostenlos herunterladen](#).

##

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) liefert individualisierte Performance-Werbemittel bei ungeschlagener Reichweite. Das Unternehmen misst Erfolg hinsichtlich Post-Click-Sales, macht den ROI transparent und leicht zu messen. Criteo beschäftigt über 2.500 Mitarbeiter in über 30 Büros in Amerika, Europa, Afrika und Asien, bedient über 14.000 werbetreibende Unternehmen und unterhält direkte Beziehungen mit tausenden Publishern weltweit.

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