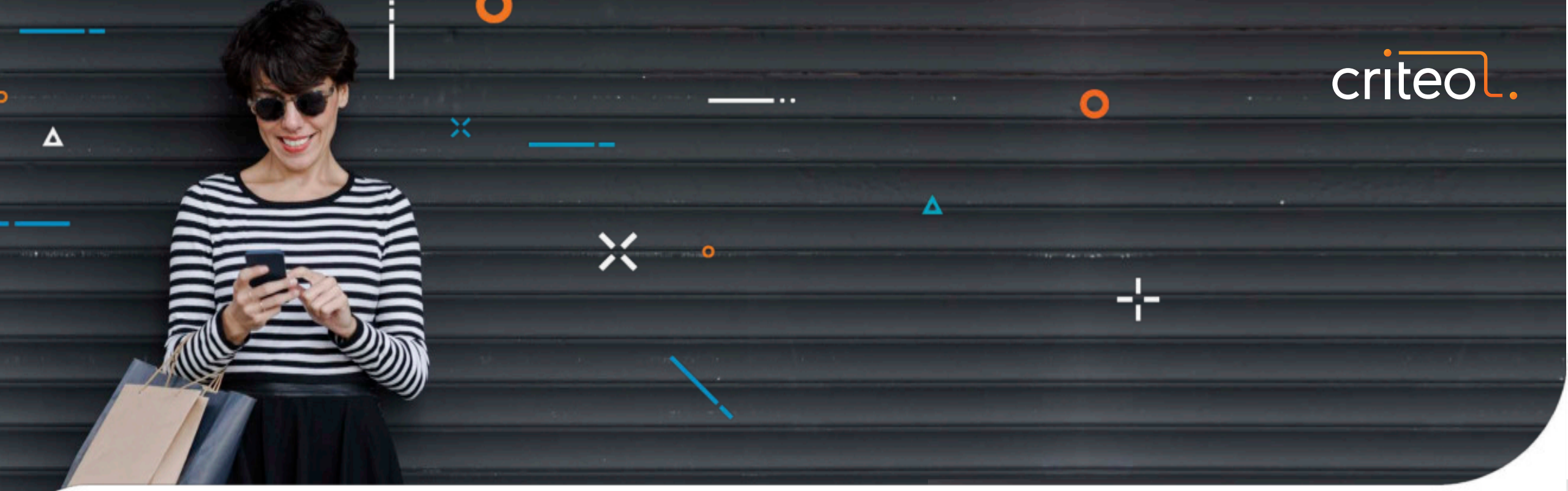


criteo

Global Commerce Review

Deutschland, Q1 2018

2018

Key Insights

Heutige Käufer shoppen überall. Und sie kaufen immer häufiger mobil.

Mit einer optimierten App gewinnt ihr die heutigen Mobile-First Käufer.

Retailer, die sowohl eine mobile Website als auch eine Shopping App anbieten, verzeichnen **47 % ihrer mobilen Sales** über die App.

Shopping Apps generieren höhere Conversion-Rates.

Die Conversion Rate in Shopping Apps ist **dreimal höher** als auf mobilen Websites.

Daten aus dem Offline-Handel können das Online-Geschäft unterstützen.

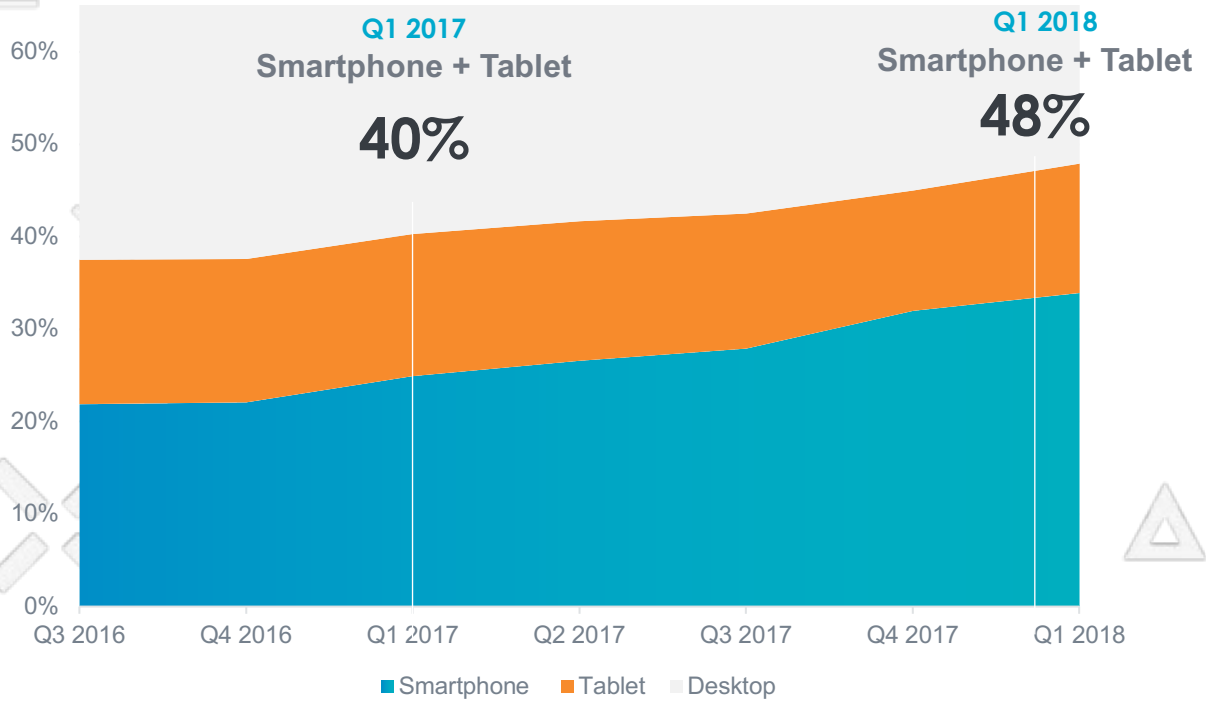
Omnichannel-Retailern stehen **viermal mehr** Sales-Daten zur Verfügung, um ihr Marketing zu optimieren.

- **Quelle:** Criteo, Deutschland, Q1 2018.
- **Basis:** Retail (siehe Methodik).

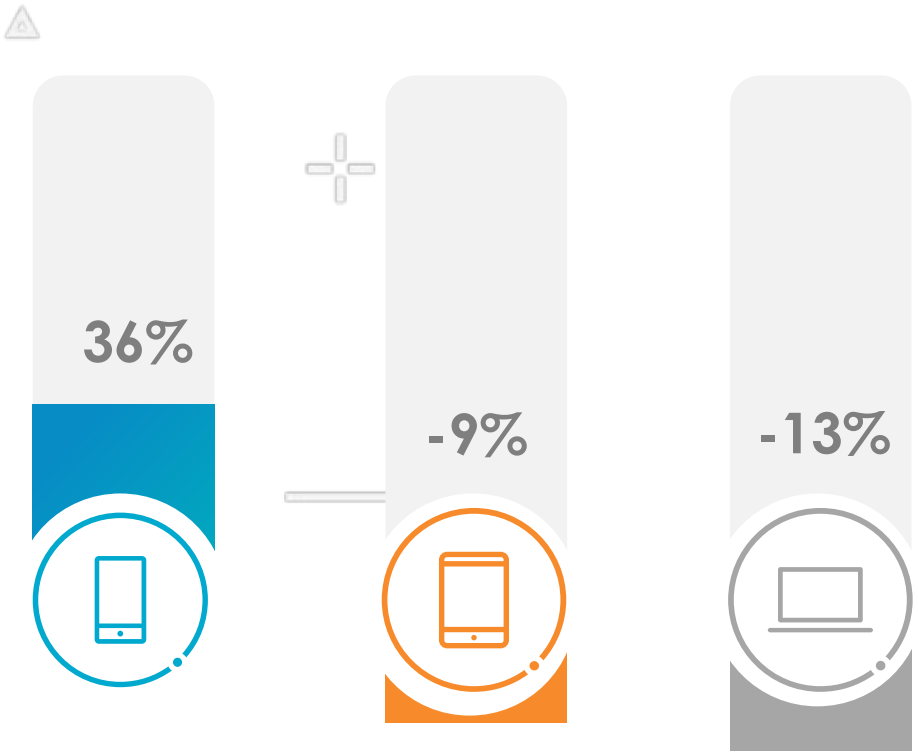
Mobile

Das mobile Web ist technisch ausgereift; Smartphones gewinnen weiter an Bedeutung.

Sales nach Endgerät, Q1 2017 und Q1 2018, ohne Apps



Q1 YoY



Quelle: Criteo, Deutschland, Q1 2018.

Basis: Retail (siehe Methodik).

Mobile

Anbieter im Bereich Gesundheit / Kosmetik, Fashion / Luxus und Händler mit einer breit gefächerten Produktpalette sind die Kategorien mit dem höchsten Anteil von mobilen Sales.

Anteil der mobilen Sales ohne Apps, Q1 2018

Quelle: Criteo, Deutschland, Q1 2018.

Basis: Retail, ohne Apps

47%

der mobilen Sales werden heute bereits über Apps generiert.

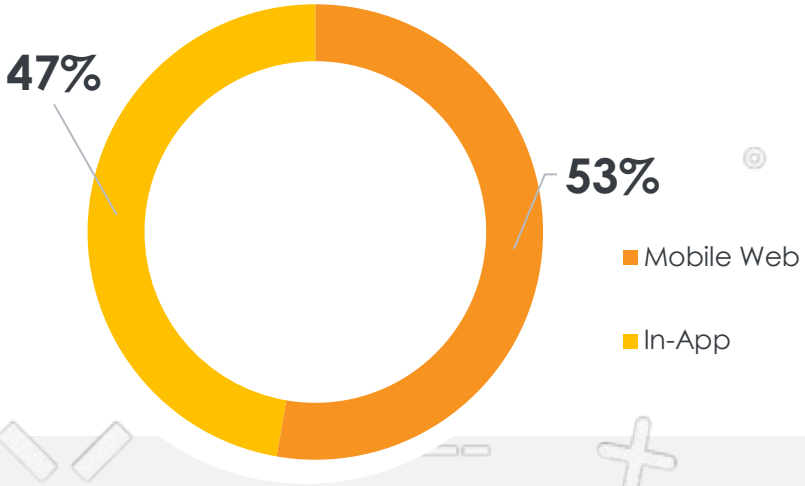
Quelle: Criteo, Deutschland, Q1 2018. **Basis:** Retailer mit App und mobiler Website.

App

Retailer, die eine App anbieten, erzielen über die Hälfte ihrer Sales mobil.

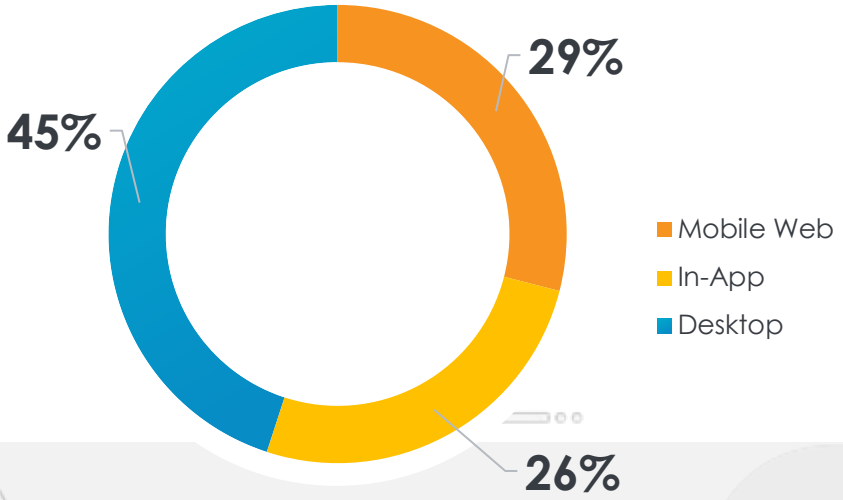
Europa

In-App-Anteil an den mobilen E-Commerce-Transaktionen



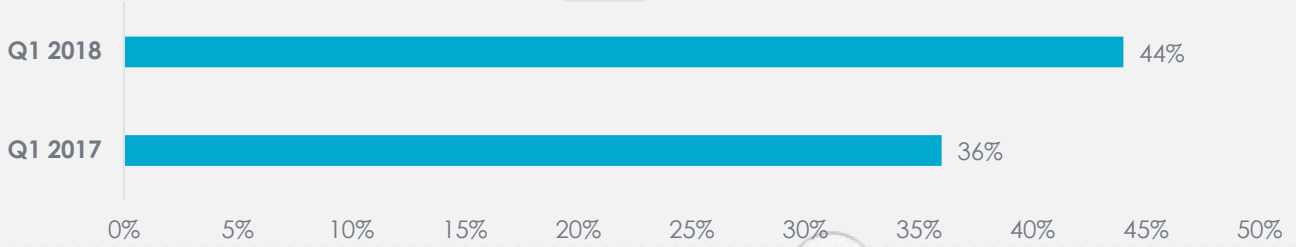
Europa

Anteil der E-Commerce-Transaktionen nach Plattform



Weltweit

Der Anteil der In-App-Transaktionen weltweit, YoY



22%

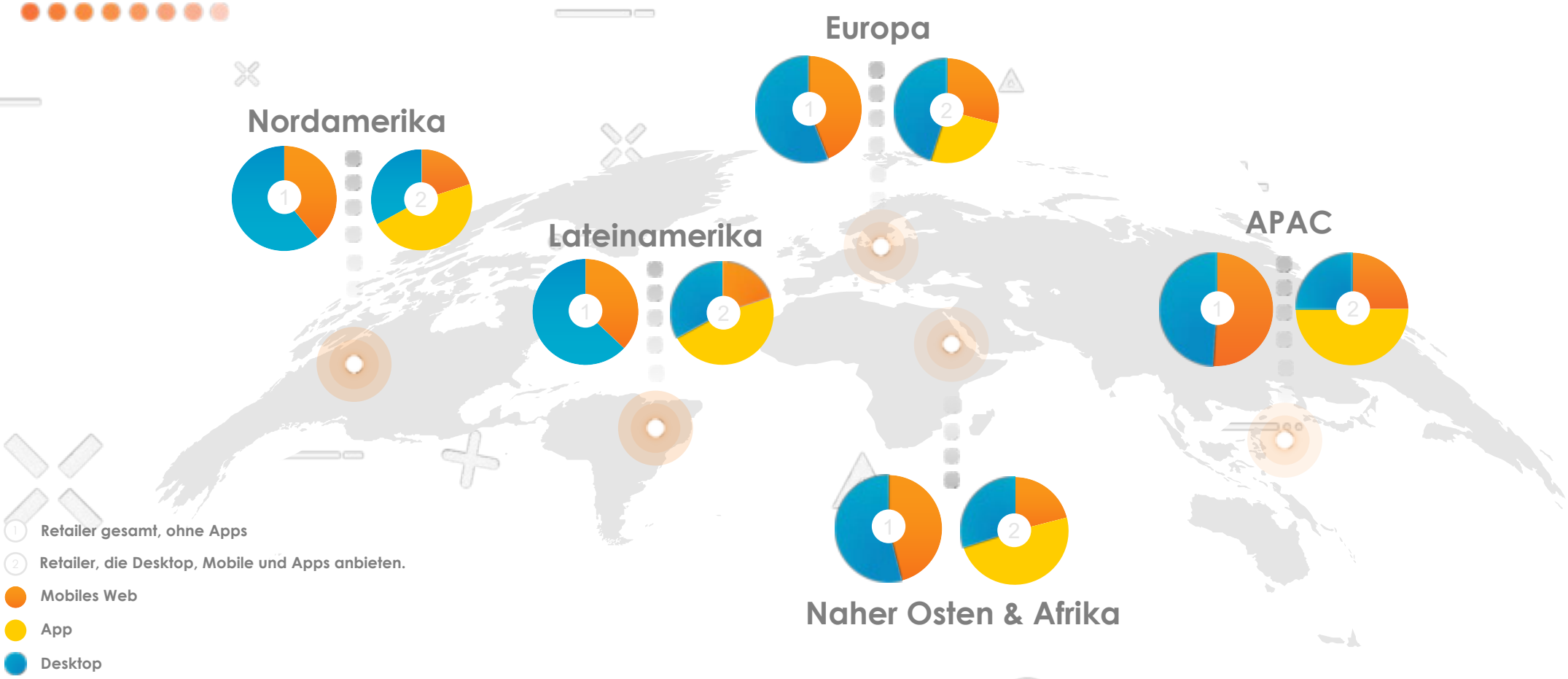
YoY Anstieg

- **Quelle:** Criteo, Deutschland, Q1 2018.
- **Basis:** Retail, ohne Apps.

criteo

App

In den meisten Regionen der Welt werden mehr als 50 % aller Online-Transaktionen über mobile Endgeräte abgeschlossen. In-App Sales dominieren dabei.



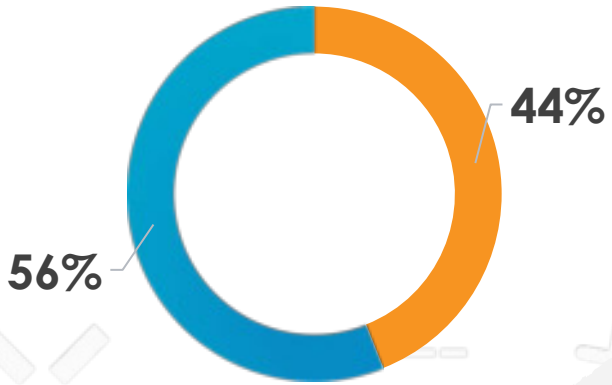
Quelle: Criteo, Q1 2018.

Basis: Links: alle Retailer, ohne Apps / Rechts: Retailer mit App und mobiler Website.

App

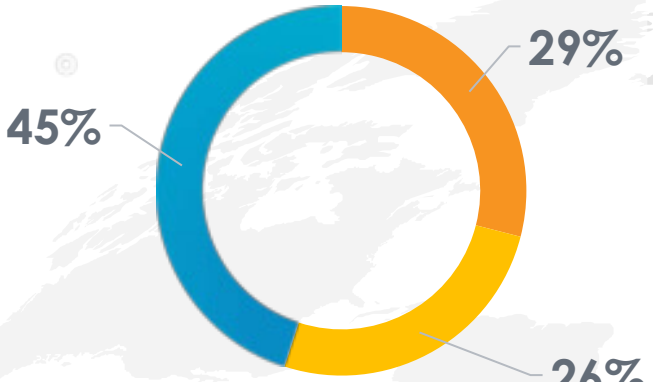
Europa: Retailer, die eine Shopping App anbieten, erzielen aktuell bereits mehr als die Hälfte (55 %) ihres Sales mobil.

Anteil der Transaktionen ohne Apps



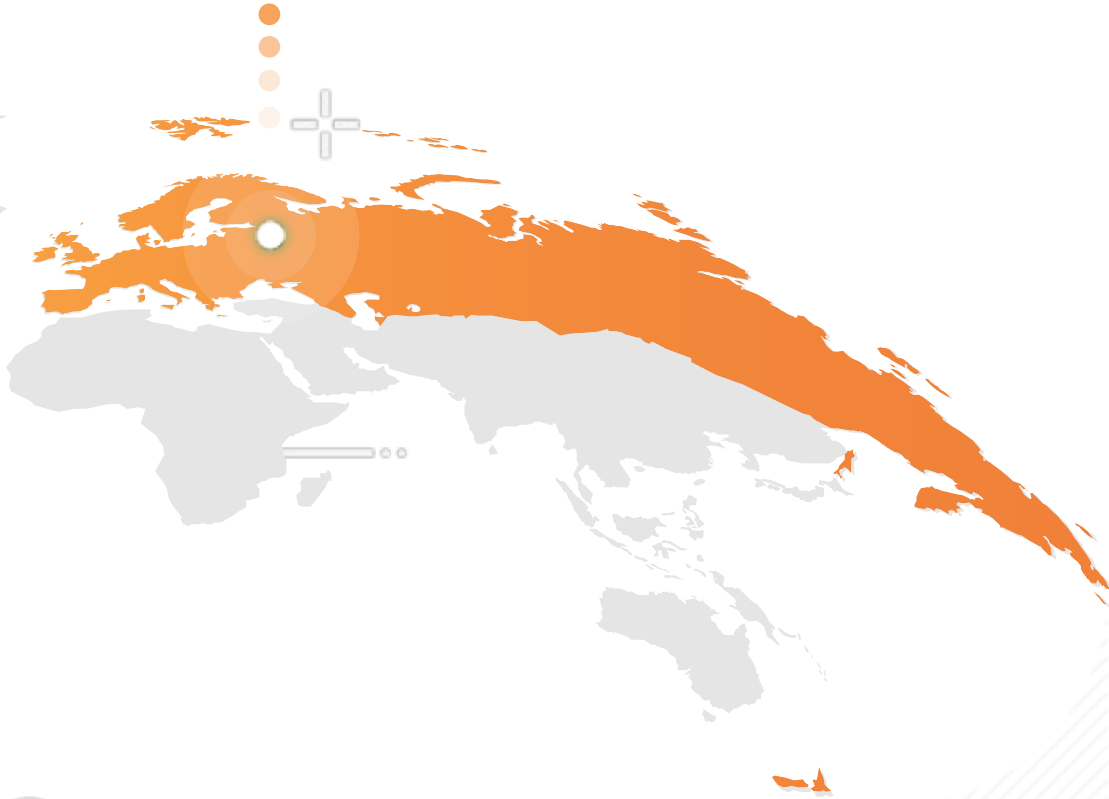
Alle Retailer

Anteil der Transaktionen nach Plattform



Retailer, die eine Shopping App anbieten

Europa



App | Mobiles Web | Desktop

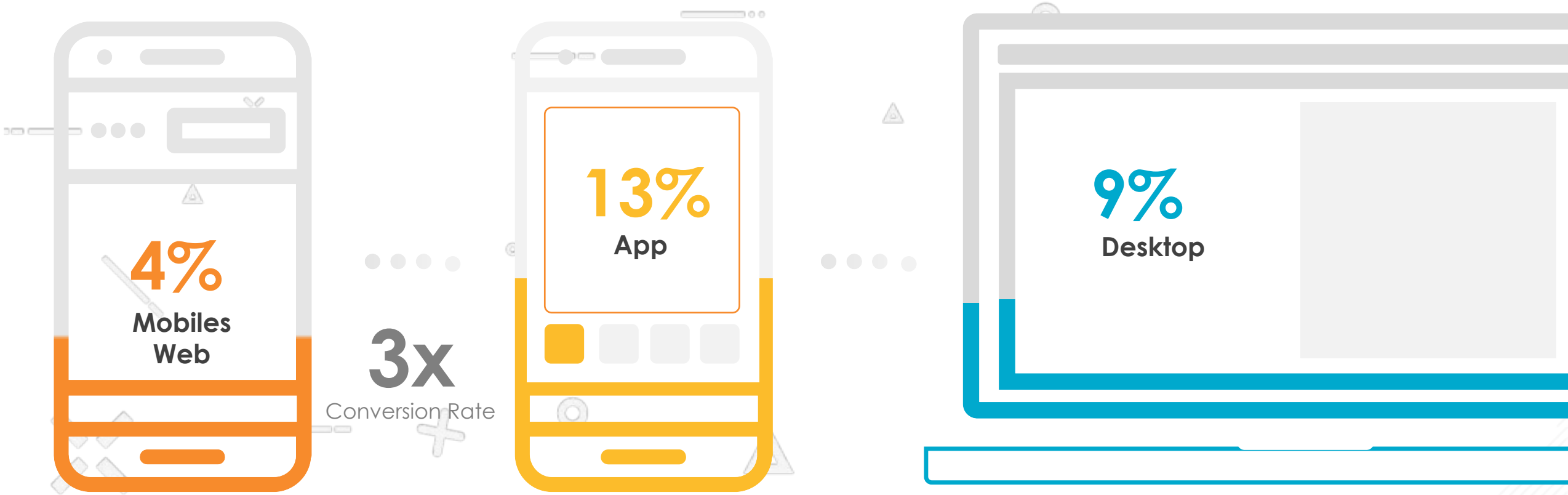
Quelle: Criteo, Europa, Q1 2018.

Basis: Links: alle Retailer, ohne Apps / Rechts: Retailer mit App und mobiler Website.

App

Shopping Apps generieren höhere Conversion Rates.

In Europa ist die Conversion Rate von Shopping Apps dreimal höher als im mobilen Web.



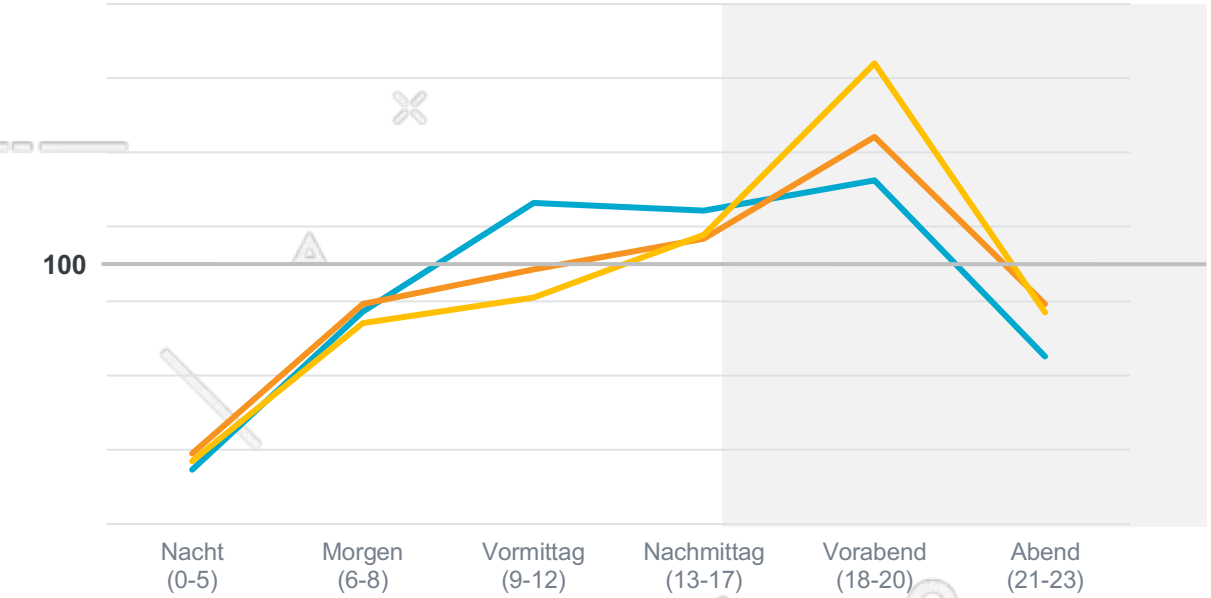
Quelle: Criteo, Europa, Q1 2018.

Basis: Retailer mit App und mobiler Website. Conversion Rate = Käufer / Besucher von Produktseiten.

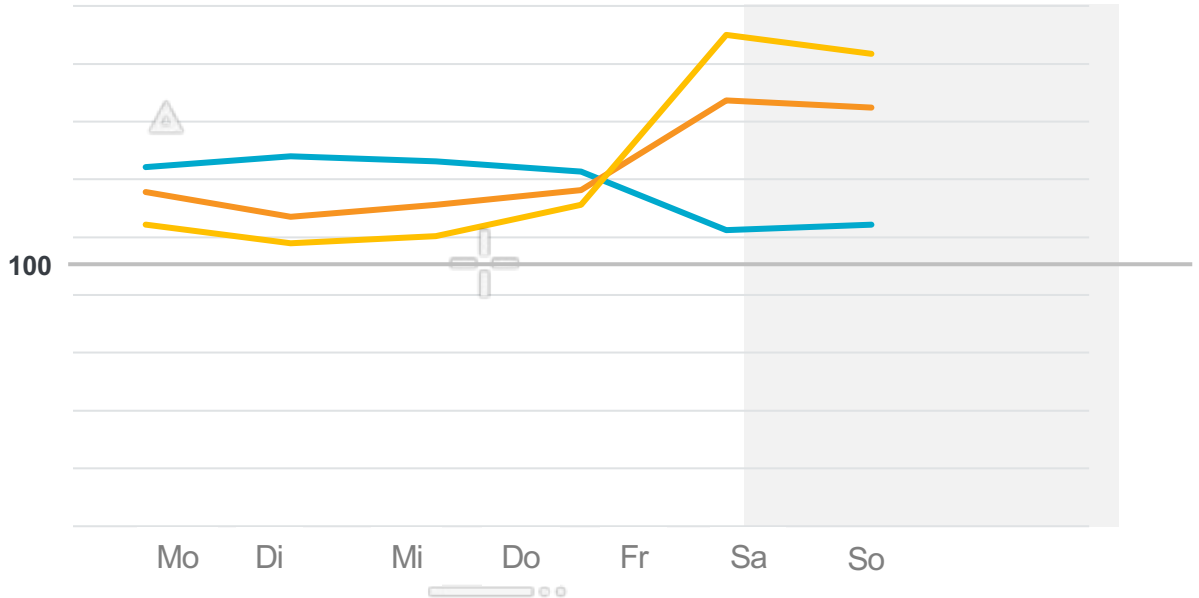
Shopping Moments

Während der Arbeitszeit dominiert die Desktop-Nutzung,
Abends und am Wochenende liegt Mobile vorne.

Deutschland: Sales nach Gerätetyp und Tageszeit



Deutschland: Sales nach Gerätetyp und Wochentag



Smartphone | Tablet | Desktop

Quelle: Criteo, Deutschland, Q1 2018.

Base: Index, 100 = Tagesdurchschnitt. Retailer, ohne Apps.

Omnichannel

Offline-Sales vervollständigen das Bild der Customer Journey – und steigern so auch das Online-Ergebnis.

Durch die Integration von Online-und Offline-Daten können Omnichannel-Retailer durchschnittlich viermal so viele Daten nutzen, um ihr Marketing zu optimieren.

Quelle: Criteo, USA, Q1 2018.

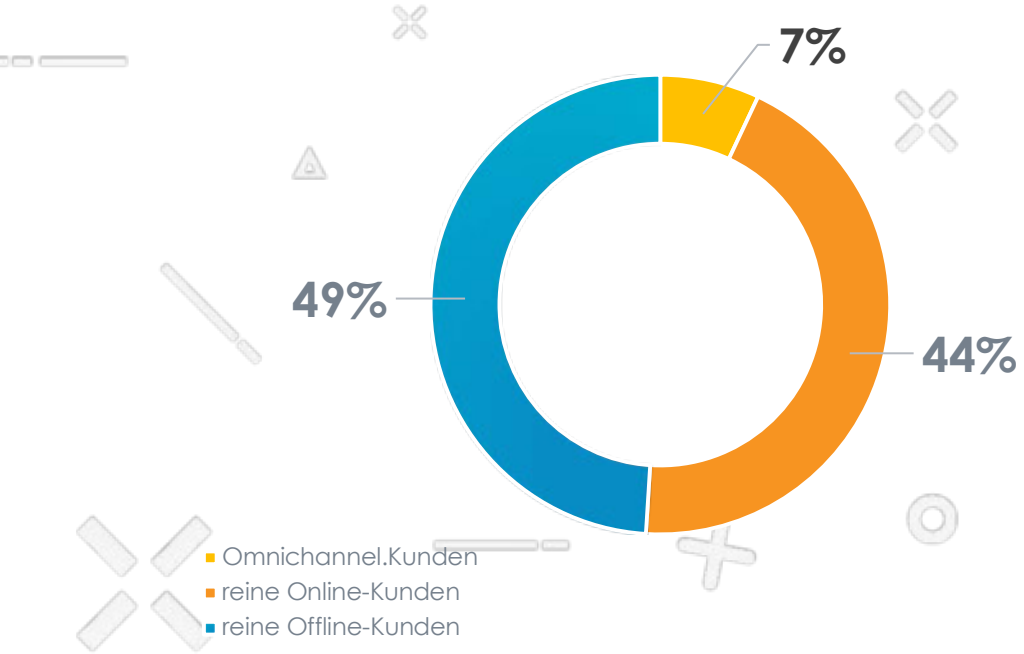
Basis: Retailer, die Online- und Offline-Daten zusammenführen.

Omnichannel

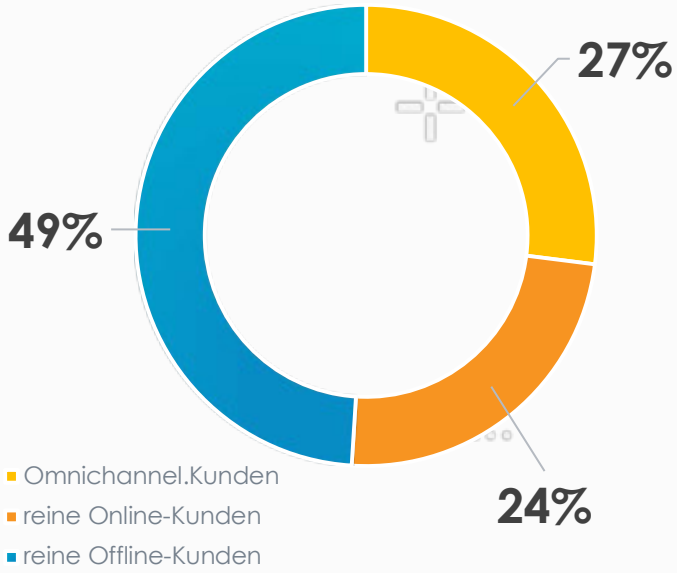
Omnichannel-Kunden haben den höchsten Customer Lifetime Value.

Nur 7 % aller Kunden sind Omnichannel-Kunden; doch sie generieren 27 % aller Sales.

Zielgruppe

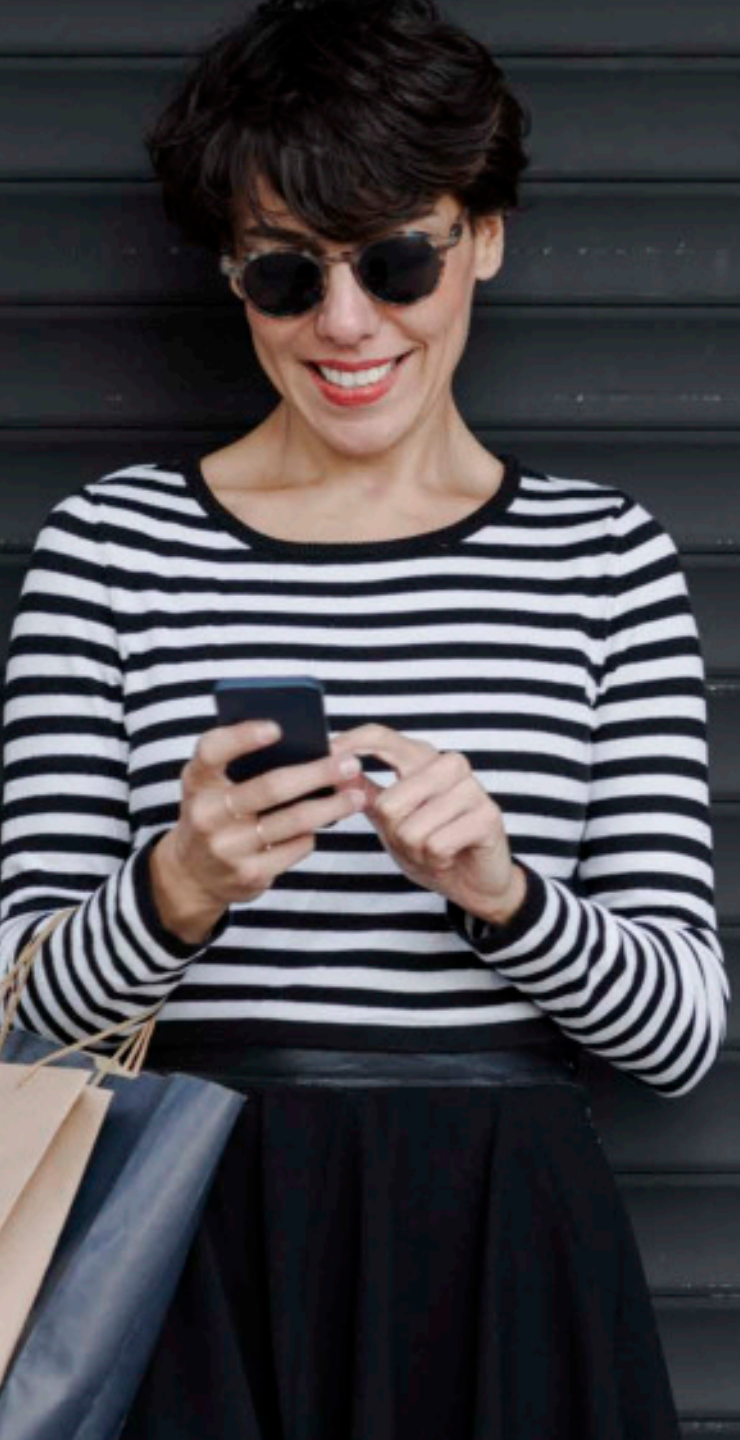


Sales



Source: Criteo, Deutschland, Q1 2018.

Basis: Retailer, die Online- und Offline-Daten zusammenführen.



Mehr Informationen dazu, wie Käufer weltweit surfen und shoppen, findet ihr auf interaktiven Weltkarte.

Methodik

Auswertung von Browsing- und Transaktions-Daten von mehr als 5000 Retailern in über 80 Ländern. Q1 2018

Über Criteo

Wollt ihr mehr dazu erfahren, wie Tausende von Brands, Retailern und Publishern weltweit mit dem Criteo Commerce Marketing Ecosystem ihre Umsätze und Gewinne steigern? Besucht uns online: criteo.com/de/about