



## **Von „Mobile-First“ zu „App-First“: Händler mit Shopping-Apps erzielen 47 Prozent ihrer mobilen Sales in der App**

**München, 30. Mai 2018 – [Criteo](#), das Technologieunternehmen für Commerce Marketing, veröffentlicht seinen Global Commerce Review für das erste Quartal 2018. Die Studie analysiert Surf- und Einkaufsdaten von über 5.000 Händlerseiten in mehr als 80 Ländern und zeigt: Kunden werden zunehmend mobiler und sind in allen Web-Umgebungen aktiv. 48 Prozent aller e-Commerce Sales in Deutschland finden mittlerweile mobil statt; Smartphones konnten im Jahresvergleich um 36 Prozent zugewinnen, wohingegen Tablets (-9 Prozent) und Desktops (-13 Prozent) weitere Anteile verloren haben.**

„Der e-Commerce verlagert sich immer weiter weg von Desktop und Tablet hin zum Smartphone und hier speziell in Richtung mobiler Apps. Unsere Studie zeigt, dass Händler in Europa, die eine Shopping-App anbieten, schon fast die Hälfte ihrer mobilen Sales über die App generieren. Ein Blick in andere Regionen wie APAC oder MEA zeigt zudem, dass dort Sales in Apps das mobile Web schon überholt haben“, sagt Georg Sobczak, Managing Director DACH bei Criteo. „Deutsche Händler sollten ihre Scheu gegenüber Apps ablegen und einen App-First-Ansatz verfolgen, um ihre mobilen Zielgruppen dauerhaft für sich zu begeistern.“

### **Die drei wichtigsten Erkenntnisse des Criteo Q1 Global Commerce Review:**

- Mobile Transaktionen beschränken sich nicht länger ausschließlich auf mobile Webseiten. Händler sollten Shopping-Apps priorisieren und diese optimieren, um die sich bietenden Umsatzchancen zu nutzen.
- Konsumenten wechseln zwischen Geräten, Kanälen und Plattformen, wobei Smartphones die zentrale Rolle einnehmen.
- Mit dem Abgleich von Offline- und Online-Daten können Händler die Kaufabsichten ihrer Kunden besser einschätzen. Das ist besonders wichtig, weil Omnichannel-Shopper den höchsten Lifetime Value in puncto Umsatz aufweisen.

### **Weitere Highlights:**

## **App-Nutzung nimmt zu**

- Europäische Händler mit Shopping-Apps generieren damit 47 Prozent ihrer mobilen e-Commerce-Transaktionen. Weltweit nehmen In-App-Sales stark zu.
- Bei europäischen Händlern mit Shopping-App bevorzugen 26 Prozent aller Konsumenten in Europa den Kauf über App. Das Mobile Web liegt bei 29 Prozent und Desktop bei 45 Prozent.
- Weltweit sind In-App-Transaktionen im Vergleich zum Vorjahr um 22 Prozent gestiegen.
- In Europa sind die Conversion Rates in Shopping-Apps mehr als dreimal so hoch wie im Mobile Web.

## **Der Mobile-Markt Deutschland**

- Die Transaktionen über Smartphones stiegen gegenüber dem Vorjahr um 36 Prozent; gleichzeitig gingen die Zahlen für Tablet und Desktop zurück.
- Die Branchen Gesundheit/Kosmetik, Fashion/Luxusartikel sowie Universalhändler hatten mit 52 Prozent bzw. 48 Prozent den höchsten Anteil am mobilen Umsatz und übertrafen andere Kategorien wie Sportartikel oder Haushaltswaren.
- Die Konsumenten in Deutschland kaufen am Vorabend und Abend sowie am Wochenende eher auf mobilen Geräten ein; Desktop bleibt jedoch der bevorzugte Einkaufskanal vom Morgen bis zum Nachmittag.

## **Omnichannel als große Chance**

- Obwohl sie lediglich sieben Prozent aller Kunden ausmachen, generieren Omnichannel-Shopper 27 Prozent aller Umsätze.
- Omnichannel-Daten helfen, Marketingaktivitäten zu optimieren; Händler, die Offline- und Online-Daten miteinander verbinden, können mehr als viermal so viele Verkaufsdaten für ihre Marketingstrategien nutzen.

## **Studienmethodik**

Der Global Commerce Review analysierte im ersten Quartal 2018 individuelle Surf- und Shoppingdaten von über 5.000 Retailern in mehr als 80 Ländern.

Den vollständigen Global Commerce Review Q1 finden Sie [hier](#).

[Hier](#) geht es zur interaktiven Weltkarte mit einer globalen Momentaufnahme der aggregierten Regionaldaten.

## Über Criteo

[Criteo](#) (NASDAQ: CRTO) ist eines der führenden Unternehmen im Commerce Marketing, das sich zum Ziel gesetzt hat, ein offenes und das leistungsstärkste Commerce Marketing Ecosystem zu schaffen, das sowohl Händlern als auch Markenherstellern zusätzliche Abverkäufe und Umsätze bringt. Über 2.700 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit weltweit 18.000 Kunden sowie tausenden Publishern zusammen. Unser Ziel ist es, messbare und skalierbare Performance zu liefern, indem wir Käufer mit den Dingen zusammenbringen, die sie brauchen und lieben. Das Criteo Commerce Ecosystem ist auf den Handel ausgerichtet, \$600 Milliarden Handelsumsätze werden pro Jahr über das Criteo Ecosystem verzeichnet.

## Kontakte

### Criteo:

Florian Herzing  
Senior PR Manager Central Europe  
[f.herzing@criteo.com](mailto:f.herzing@criteo.com)

+49-89-189285-159

### PR-Agentur:

Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru  
HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom  
[martin\\_stummer@hbi.de](mailto:martin_stummer@hbi.de) / [andrej\\_kornienko@hbi.de](mailto:andrej_kornienko@hbi.de)  
/ [duygu\\_duru@hbi.de](mailto:duygu_duru@hbi.de)

+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44