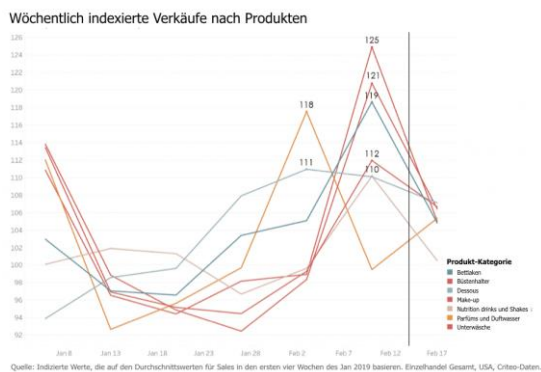


## Von Selbstliebe bis neue Liebe: Diese vier Valentinstags-Typen befeuern den E-Commerce

**München, 13. Februar 2020** – Mit dem Valentinstag steht einer der bekanntesten Aktionstage bevor. Floristik und Geschenke verzeichneten [2018](#) um den Valentinstag Conversion-Raten von 187 Prozent, am 13.2. sogar bis zu 400 Prozent mehr Käufe als im restlichen Jahr. Doch auch andere Branchen profitieren vom Tag der Liebe, denn der wird längst nicht mehr nur von Paaren gefeiert. Criteo, das globale Technologieunternehmen für vertrauensvolles und effektives Advertising, hat anhand von Traffic-Daten aus dem letzten Jahr vier Valentinstags-Typen mit Potenzial für Handel und Marketing identifiziert.

### 1. Der Self-Lover



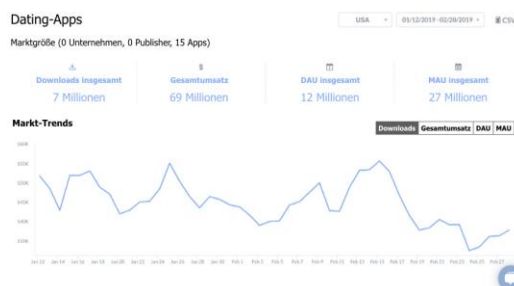
Der Valentinstag ist nicht nur etwas für Paare. Immer mehr Menschen wollen sich selbst an diesem Tag etwas Gutes tun. Und diese Fürsorge widmet der sogenannte Self-Lover besonders seinem Körper: Criteo hat einen Anstieg der Umsätze mit Nutrition-Drinks und Shakes von zehn Prozent verzeichnet. Auch mit schöner Wäsche und neuen Bettlaken machen es die deutschen Shopper nicht nur ihren Liebsten, sondern vor allem sich selbst gemütlich.

### 2. Der Mobil-Romantiker



Dieser Käufertyp begibt sich zum Einkauf für die Liebsten nicht in den stationären Handel, er surft die attraktivsten Valentins-Deals lieber ab – und zwar zunehmend mobil. Im Jahr 2019 stieg der Anteil der mobilen Sales an den Gesamtkäufen vor Valentinstag an Werktagen von 24 Prozent auf 36 Prozent. Während des Wochenendes stieg die Anzahl der Bestellungen für Blumen und Geschenke über mobile Geräte von 39 Prozent auf 48 Prozent.

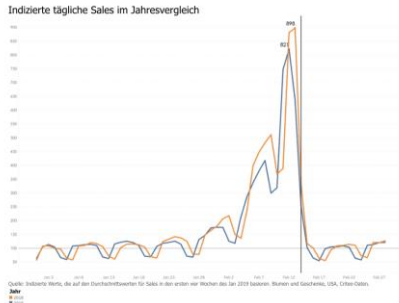
### 3. Der Liebes-Swiper



Am Tag der Liebe spüren besonders viele Singles den Wunsch, ihr Leben mit einem Partner zu teilen; darüber freuen dürften sich vor allem Single-Portale und Partnervermittlungen. 2019 begannen die Liebes-Swiper bereits ab dem 11. Februar mit der Suche nach dem Match fürs Leben, die 15 bekanntesten Dating-Apps in den USA verzeichneten in diesem Zeitraum einen

Anstieg auf täglich 150.000 bis 160.000 Downloads und damit verbunden wachsende Umsätze. Dieses Wachstum hielt bis nach dem Valentinstag an.

#### 4. Der Last-Minute-Lover



Er ist vielbeschäftigt und verschiebt deshalb das Valentins-Shopping auf den letztmöglichen Moment – der Last-Minute-Lover wird vor allem an den zwei Arbeitstagen vor dem Tag der Liebe aktiv. Last-Minute-Lover sind auf der Suche nach einfachen sowie schnell versandten Geschenken, und sie sind zahlreich. 2019 konzentrierte sich der Großteil der Einkäufe online auf diese beiden Tage, mit einem Spitzenzuwachs von +798 Prozent im Ganzjahresvergleich. Und sogar am vergangenen Valentinstag selbst, einem Donnerstag, lag das Umsatzhoch bei +721 Prozent. Der Vergleich zum Jahr 2018 zeigt: Je mehr Arbeitstage innerhalb der Woche vor dem Valentinstag liegen, desto größer das Umsatzhoch in selbiger Woche.

Ob Selbstliebe, neue Liebe oder große Liebe – zum Valentinstag feiern die Shopper jede Herzensangelegenheit und gönnen sich und ihren Liebsten gern etwas Besonderes. Mit dem Tag der Liebe an einem Freitag dürfte 2020 dabei auch für den deutschen Handel beeindruckende Sales-Anstiege bereithalten.

#### Alle Grafiken zum Download:

Grafik 1: [Der Self-Lover](#)

Grafik 2: [Der Mobil-Romantiker](#)

Grafik 3: [Der Liebes-Swiper](#)

Grafik 4: [Der Last-Minute-Shopper](#)

+++

#### Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) bietet Marketern weltweit Technologien und Lösungen für vertrauensvolles und effektives Advertising. 2.800 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit über 20.000 Kunden und tausenden Publishern weltweit an einem effektiven Advertising über alle Kanäle hinweg. Dafür verbindet Criteo fortschrittliches Machine Learning mit einzigartigen Datensets. Criteo bietet Unternehmen aller Größen die nötige Technologie, um ihre Kunden besser zu kennen und zu bedienen. Mehr Informationen unter [www.criteo.com/de](http://www.criteo.com/de).

#### Kontakte

##### Criteo:

Florian Herzing  
Senior PR Manager  
[f.herzing@criteo.com](mailto:f.herzing@criteo.com)  
+49-89-189285-159

##### PR-Agentur:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Kristin Steppeling / Susanne Hohenschuh  
[criteo@frauwenk.de](mailto:criteo@frauwenk.de)  
+49-40-32904738-0