

intelliAd E-Commerce Branchenindex Q1/2017

Kosmetik: Mehr Impulskäufe im Netz

Branche	KPI							
		Conversion Rate ¹	Warenkorbwert ²	Dauer der Kaufentscheidung ³ (in Stunden)	Anteil Traffic über Mobile ⁴	Anteil Käufe über Mobile ⁵	Cost-per-Click ⁶ (SEA)	SEA-Ausgaben pro Kauf ⁷
Apotheken	↓ 6,7%	51 €	114	32% 31%	19% 15%	0,27 € 0,23 €	2 € 1 €	
				48% 38%	35% 26%	0,15 € 0,16 €	3 € 3 €	
	↑ 51%				22%	1 €	12 €	



E-Commerce Branchenindex

Key Facts

- ✓ Einzigartige, repräsentative Analyse von 1,9 Millionen Onlinekäufen zwischen dem 1. Januar und 31. März 2017 - von der initialen Suche bis zum Kauf
- ✓ Benchmarks der Online-Retail-Branchen Apotheken, Bücher, Digitaldruck, Elektronik, Haus & Garten, Kosmetikartikel und Mode
- ✓ Direktvergleich mit Q1/2016, um Trends und Entwicklungen aufzuzeigen
- ✓ Entscheidungsgrundlage für Marketingverantwortliche zur Optimierung ihrer Digitalstrategie

Key Findings

- ✓ Höchste Konversionsrate aller Branchen (7,0 %) für Lippenstift, Make-Up & Co.
- ✓ 43 % aller Käufe und 54 % des Traffics kommen bereits via Smartphone und Tablet
- ✓ Sinkende Warenkorbwerte und fallende CPCs für Kosmetik

Möchten Sie weitere

Customer Insights erhalten?

Vereinbaren Sie einen Termin unter performance@intelliad.de

Brandaktuelle Zahlen zum Online-Shopping-Verhalten der Deutschen

Immer häufiger kaufen die Deutschen auch Lippenstift, Makeup, Parfum & Co. im Netz. Dabei werden im ersten Quartal dieses Jahres bereits 43 Prozent aller Onlinekäufe von Kosmetik via Smartphone und Tablet getätigt – ein Rekordwert verglichen mit anderen Branchen. Auch über die Hälfte des Traffics in den Webshops für Kosmetik (54 %) kommt bereits über mobile Endgeräte. Da die Nutzer häufig via Smartphone einkaufen, schrumpfen mit der Bildschirmgröße allerdings auch die Warenkörbe: von 49 Euro (Q1-2016) auf 38 Euro (Q1-2017), wie der aktuelle intelliAd „E-Commerce Branchenindex Q1/2017“¹ zeigt.

„Zur Zeit beträgt der Onlineumsatz im Parfümerie-Bereich noch unter 15 Prozent, doch der Anteil wächst weiterhin dynamisch“, bestätigt auch Elmar Keldenich, Geschäftsführer des Handelsverbands Kosmetik. Weitere Indikatoren für die erfolgreiche Entwicklung des Kosmetika-Verkaufs im Internet: Mit einer Konversionsrate von 7 Prozent verzeichnen

Kosmetikanzeigen bei der Suchmaschinenwerbung den besten Wert aller Branchen innerhalb der intelliAd-Studie. Auch der Anteil der Verkäufe via Smartphone und Tablet erzielt mit 43 Prozent einen Rekordwert. „Der weiter stark steigende Traffic über Smartphones führt allerdings nicht nur bei Kosmetika, sondern auch branchenübergreifend zu kleineren Warenkörben. Für den Handel ergeben sich daraus zwei zentrale Herausforderungen: Zum einen sollte gerade in mobilen Shops ein Anreiz geboten werden, über das Einstiegsprodukt hinaus, zusätzliche Produkte zu erwerben: Wer Nassrasierer kauft, braucht in der Regel auch Rasierschaum. Zum anderen ist der Handel gefordert, in einem mobile-dominierten Segment eine endgeräteübergreifende Verkaufsstrategie zu entwickeln“, empfiehlt Frank Rauchfuß, Geschäftsführer und CEO bei intelliAd.

Für einen durchschnittlichen Warenkorbwert von 38 Euro müssen Webshops, die Kosmetik verkaufen, im Mittel 4 Euro oder 11 Prozent des Warenkorbwertes für Suchmaschinenwerbung aufwenden. Ein Klick kostet im Schnitt 0,28 Euro. Verglichen mit dem Vorjahres-

¹ Untersucht wurden die 11 umsatzstärksten E-Commerce Segmente, darunter Elektronik, Reisen und Mode (aufgeteilt in Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Sportbekleidung und Generalisten)

quartal haben sich in der Online-Kosmetik dabei fast alle Parameter positiv verändert: die Konversionsrate verdoppelte sich, die Dauer der Kaufentscheidung verkürzte sich um ein Drittel, der Anteil der Mobile Käufe wuchs um 88 Prozent und die Kosten pro Klick sanken um 44 Prozent. Lediglich der Warenkorbwert sank um 22 Prozent.

„Alle Werte deuten darauf hin, dass die Nutzer bei Kosmetika im Netz vermehrt Impulskäufe tätigen. Sie schließen ihre

Bestellung zwar häufiger und schneller ab, legen aber weniger Artikel in ihren Warenkorb“, fasst Frank Rauchfuß zusammen.

Die wichtigsten Kennzahlen für alle untersuchten Branchen im Überblick finden Sie im vollständigen E-Commerce Branchenindex für Q1/2017 unter www.intelliad.de/Branchenindex.

Die Daten für das zweite Quartal 2017 werden im Juli publiziert.

Kosmetik

 Conversion Rate ¹	 Warenkorbwert ²	 Cost-per-Click ³ (SEA)	 Anteil Shopping Traffic ⁴	 Anteil Käufe ⁵
7% +100%	38 € -22%	0,28 € -44%	54% +34%	43% +88%

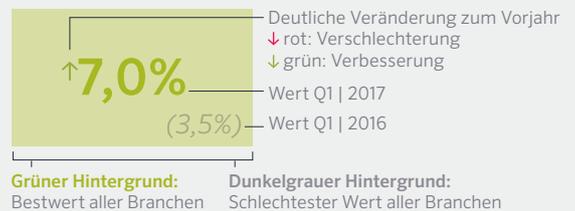
- 1 Anzahl der Käufe / Anzahl der Webseitenbesuche
- 2 Durchschnittlicher Warenkorbwert pro Kauf (=Gesamte Einnahmen / Anzahl Käufe)
- 3 Durchschnittlicher Klickpreis für Suchmaschinenwerbung
- 4 Anteil des Gesamttraffics, der über das jeweilige Device erfolgt
- 5 Anteil der Gesamtkäufe, der über das jeweilige Device erfolgt

Quelle: intelliAd Media
N = Über 1,9 Mio. Onlinekäufe in den ausgewiesenen Branchen im Zeitraum 1. Januar – 31. März 2017

Branche	KPI							
		Conversion Rate ¹	Warenkorbwert ²	Dauer der Kaufentscheidung ³ (in Stunden)	Anteil Traffic über Mobile ⁴	Anteil Käufe über Mobile ⁵	Cost-per-Click ⁶ (SEA)	SEA-Ausgaben pro Kauf ⁷
 Apotheken	↓ 6,7% <small>11,0%</small>	51 € <small>57 €</small>	114 <small>105</small>	32% <small>31%</small>	19% <small>15%</small>	0,27 € <small>0,23 €</small>	2 € <small>1 €</small>	
 Bücher	4,8% <small>5,4%</small>	22 € <small>21 €</small>	↑ 111 <small>80</small>	48% <small>38%</small>	35% <small>26%</small>	0,15 € <small>0,16 €</small>	3 € <small>3 €</small>	
 Digitaldruck	↑ 5,2% <small>3,6%</small>	42 € <small>40 €</small>	81 <small>81</small>	↑ 51% <small>33%</small>	32% <small>24%</small>	1 € <small>0,99 €</small>	12 € <small>12 €</small>	
 Elektronik	1,6% <small>1,6%</small>	221 € <small>248 €</small>	112 <small>108</small>	24% <small>18%</small>	14% <small>10%</small>	0,22 € <small>0,23 €</small>	5 € <small>4 €</small>	
 Haus & Garten*	2,4% <small>2,5%</small>	126 € <small>111 €</small>	85 <small>78</small>	43% <small>42%</small>	27% <small>24%</small>	0,32 € <small>0,30 €</small>	8 € <small>7 €</small>	
 Kosmetik-artikel	↑ 7,0% <small>3,5%</small>	↓ 38 € <small>49 €</small>	↓ 100 <small>153</small>	54% <small>40%</small>	↑ 43% <small>23%</small>	↓ 0,28 € <small>0,50 €</small>	↓ 4 € <small>7 €</small>	
 Mode Gesamt**	1,7% <small>2,1%</small>	148 € <small>154 €</small>	123 <small>110</small>	53% <small>44%</small>	35% <small>25%</small>	0,27 € <small>0,28 €</small>	↑ 7 € <small>5 €</small>	
Mode-Spezialisten***	↑ 3,0% <small>2,2%</small>	165 € <small>166 €</small>	113 <small>133</small>	33% <small>31%</small>	↑ 25% <small>16%</small>	0,52 € <small>0,51 €</small>	↑ 13 € <small>9 €</small>	
Mode-Generalisten****	1,8% <small>2,1%</small>	133 € <small>137 €</small>	151 <small>129</small>	53% <small>45%</small>	36% <small>25%</small>	0,27 € <small>0,26 €</small>	↑ 9 € <small>6 €</small>	
Sport-bekleidung	↓ 1,5% <small>2,0%</small>	163 € <small>167 €</small>	84 <small>79</small>	57% <small>48%</small>	36% <small>28%</small>	0,17 € <small>0,21 €</small>	3 € <small>3 €</small>	

- 1 Anzahl der Käufe / Anzahl der Webseitenbesuche
 - 2 Durchschnittlicher Warenkorbwert pro Kauf (=Gesamte Einnahmen / Anzahl Käufe)
 - 3 Durchschnittliche Dauer vom ersten Seitenbesuch (z.B. durch SEA-Anzeige) bis zum Kauf
 - 4 Anteil des Gesamttraffics, der über Tablet oder Smartphone erfolgt
 - 5 Anteil der Gesamtkäufe, der über Tablet oder Smartphone erfolgt
 - 6 Durchschnittlicher Klickpreis für Suchmaschinenwerbung (= Gesamte SEA-Ausgaben / Gesamte SEA-Klicks)
 - 7 Durchschnittliche Ausgaben für Suchmaschinenwerbung pro Kauf (=Gesamte SEA-Ausgaben / Anzahl Käufe)
- * Gesamtwert der Untersegmente Heimwerken, Möbel und Wohn-Accessoires
 - ** Gesamtwert der Untersegmente Spezialisten, Mode-Generalisten und Sportbekleidung
 - *** Spezifisch auf ein Geschlecht ausgerichtete Modehändler. Gesamtwert der Segmente Damen- und Herrenbekleidung
 - **** Generisch ausgerichtete Modehändler

Lesehilfe



Über intelliAd

intelliAd bietet Agenturen und Werbekunden eine Performance Marketing Plattform für crossmediales Tracking und umfassende Optimierung aller (Online-)Marketingaktivitäten – mit intelligenten Tools, voller Kontrolle und absoluter Transparenz.



**Beste SEA Suite
2016**

Ihre Vorteile bei intelliAd



Umfassendes Cross-Channel Marketing

Alle Kanäle auf einer zentralen Performance Marketing Plattform tracken, aussteuern und optimieren – Cross-Channel und Cross-Device.



Effiziente Kundenansprache über SEA und Display

Nutzen Sie alle Customer Journey Tracking Daten um User zielgenau mit der richtigen Botschaft zu erreichen und Ihren Absatz zu steigern – über SEA und Display.



Vielfach ausgezeichnete deutscher Kundensupport

Profitieren Sie von persönlicher Betreuung und tiefen Branchenkenntnissen. Mit unseren Insights sind Sie dem Wettbewerb stets einen Schritt voraus.



Absolute Datensicherheit: 100% made in Germany

Ihre Daten in bester Hand: Datenerhebung, -speicherung und -verarbeitung erfolgen bei intelliAd komplett in Deutschland, TÜV- und ISO-zertifiziert.

Sie möchten mehr über unsere Produkte erfahren oder eine Demovorführung sehen?
Dann sprechen Sie uns an!

intelliAd Media GmbH

Sendlinger Straße 7
80331 München

Tel. +49 (0) 89 / 15 90 490-0

performance@intelliad.de

www.intelliad.de

 facebook.com/intelliad

 twitter.com/intelliad

 intelliad.de/blog

