

intelliAd E-Commerce Branchenindex Q3/2017

# Deutsche geben online mehr Geld für Reisen aus

KPI							
Branche	Conversion Rate <sup>1</sup>	Dauer der Kaufentscheidung <sup>2</sup> (in Stunden)	Traffic über Mobile <sup>3</sup>	Käufe über Mobile <sup>4</sup>	Warenkorbwert <sup>5</sup>	Cost-per-Click <sup>6</sup> (SEA)	SEA-Ausgaben pro Kauf <sup>7</sup>
E-Commerce*	3,6% <small>3,4%</small>	101 <small>98</small>	47% <small>40%</small>	29% <small>24%</small>	261 € <small>255 €</small>	0,36 € <small>0,36 €</small>	20 € <small>18 €</small>
Apotheken	3,6%	101	47%	25% <small>23%</small>	45 € <small>47 €</small>	0,18 € <small>0,22 €</small>	↓1 € <small>2 €</small>
Bücher	3,6%	101	47%	37% <small>29%</small>	28 € <small>28 €</small>	0,20 € <small>0,21 €</small>	5 € <small>3 €</small>
Reisen	3,6%	101	47%	21%	11 €	0,00 €	13 €



## Key Facts

- ✓ Einzigartige, repräsentative Analyse von 2,2 Millionen Onlinekäufen zwischen dem 1. Juli und 30. September 2017 – von der initialen Suche bis zum Kauf
- ✓ Benchmarks der Online-Retail-Branchen Apotheken, Bücher, Digitaldruck, Elektronik, Haus & Garten, Beauty & Fitness, Mode und Reisen
- ✓ Direktvergleich mit Q3/2016, um Trends und Entwicklungen aufzuzeigen
- ✓ Entscheidungsgrundlage für Marketingverantwortliche zur Optimierung ihrer Digitalstrategie

## Key Findings

- ✓ Warenkorbwerte der Touristik legen im Vergleich zum Vorjahr um 6,5 % zu
- ✓ Dauer der Kaufentscheidung steigt bei Reisen auf fast fünf Tage an
- ✓ 17 % aller Reisen werden bereits via Mobile Devices gebucht

### Möchten Sie weitere

### Customer Insights erhalten?

Vereinbaren Sie einen Termin unter [performance@intelliad.de](mailto:performance@intelliad.de)

# Topaktuelle Online-Shopping-Insights

Obwohl erst in wenigen Wochen die Hauptbuchungszeit für Fernreisen naht, zeichnet sich ab: Die Deutschen nehmen mehr Geld für Urlaub in die Hand als noch im Vorjahr. Das belegt der aktuelle E-Commerce-Branchenindex des Technologieunternehmens intelliAd. Für die Erhebung untersuchte die führende Plattform für Performance Marketing über 2,2 Mio. Onlinekäufe in acht Branchen zwischen dem 1. Juli und 30. September dieses Jahres<sup>1</sup>.

So sind die Warenkorbwerte der Online-Reiseanbieter im dritten Quartal um 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen (von 1285 € auf 1369 €). Die Touristik hat damit die größten Warenkorbwerte unter allen E-Commerce-Branchen. Für Ihre Kaufentscheidung lassen sich die Deutschen dabei immer mehr Zeit: Knapp fünf Tage (119 Stunden) vergehen vom ersten Kontakt auf der Seite des Reiseanbieters bis zur Buchung des Urlaubs. Aufgrund des hohen Warenkorbwerts und der langen Kaufentscheidung liegt die Conversion Rate der Reisebranche mit 0,3 Prozent weit unter dem

E-Commerce-Durchschnitt und ist damit der niedrigste Wert aller Branchen. Dabei werden 17 Prozent – im Vorjahr waren es noch 13 Prozent – aller Urlaube bereits via Mobile Devices gebucht. Sie erzeugen zudem auch 35 Prozent des Traffics auf den Webseiten.

## **Touristik: Kosten für Suchmaschinenwerbung steigen**

Die Online-Reiseanbieter müssen mittlerweile auch mehr Geld für Suchmaschinenwerbung (SEA) ausgeben als noch im Vorjahr. „Die SEA-Kosten pro Buchung sind im Reisebereich auf 106 Euro oder 7,7 Prozent des Warenkorbwertes gestiegen. Die durchschnittlichen Kosten pro Klick lagen bei 55 Cent“, erläutert Frank Rauchfuß, CEO von intelliAd.

Neben der Touristik steigen die Kosten für Suchmaschinenwerbung in insgesamt 4 von 8 im Branchenindex untersuchten E-Commerce-Segmenten. Besonders deutlich beim Online-Handel mit Möbeln: Hier schießen die SEA-Kosten pro Conversion innerhalb eines Jahres um 57 Prozent in die Höhe (von 14 € auf 22 €), bei einem Warenkorbwert von 233 Euro. Das am stärksten umkämpfte Segment für

<sup>1</sup> Untersuchte Branchen: Apotheken, Bücher, Digitaldruck, Elektronik, Haus & Garten, Beauty & Fitness, Mode und Reisen.

Suchmaschinenwerbung ist derzeit der Digitaldruck. Dort müssen Webshops im Schnitt 99 Cent pro Klick bezahlen und fast 30 Prozent des Warenkorbwerts von 44 Euro für SEA ausgeben, um eine Conversion zu erzeugen.

„Wer an der Zukunft des Online-Handels aktiv beteiligt sein möchte, muss diese Entwicklung richtig deuten und sich den Kundenwünschen anpassen“, erläutert Frank Rauchfuß weiter. „Wenn der Kunde vermehrt mobil unterwegs ist, dann muss das eigene

Unternehmen ebenfalls mobil präsent sein und dem Kunden den Zugang so einfach wie möglich gestalten. Aufgrund der zahlreichen Kanäle, auf denen Kunden heute angesprochen werden können, sind automatisierte Lösungen für Marketer unumgänglich“.

Die wichtigsten Kennzahlen für alle untersuchten Branchen im Überblick finden Sie im vollständigen E-Commerce Branchenindex für Q3/2017 unter [www.intelliad.de/Branchenindex](http://www.intelliad.de/Branchenindex).

## Reisen

 Conversion Rate <sup>1</sup>	 Dauer der Kaufentscheidung (in Stunden) <sup>2</sup>	 Warenkorbwert <sup>3</sup> (SEA)	 SEA-Ausgaben pro Kauf <sup>4</sup>
0,3% <span style="color: green;">0%</span>	119 <span style="color: green;">+11%</span>	1.369 € <span style="color: green;">+7%</span>	106 € <span style="color: green;">+10%</span>

- 1 Anzahl der Käufe / Anzahl der Webseitenbesuche
- 2 Durchschnittliche Dauer vom ersten Seitenbesuch (z.B. durch SEA-Anzeige) bis zum Kauf
- 3 Durchschnittlicher Warenkorbwert pro Kauf (=Gesamte Einnahmen / Anzahl Käufe)
- 4 Durchschnittliche Ausgaben für Suchmaschinenwerbung pro Kauf (=Gesamt SEA-Ausgaben / Anzahl Käufe)

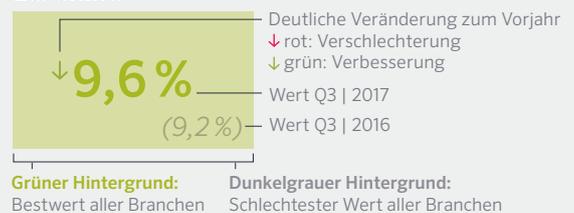


Quelle: intelliAd Media  
 N = Über 2,2 Mio. Onlinekäufe in den ausgewiesenen Branchen im Zeitraum 01. Juli - 30. September 2017

Branche	KPI							
		Conversion Rate <sup>1</sup>	Dauer der Kaufentscheidung <sup>2</sup> (in Stunden)	Traffic über Mobile <sup>3</sup>	Käufe über Mobile <sup>4</sup>	Warenkorbwert <sup>5</sup>	Cost-per-Click <sup>6</sup> (SEA)	SEA-Ausgaben pro Kauf <sup>7</sup>
<b>E-Commerce*</b>		3,6% <small>3,4%</small>	101 <small>98</small>	47% <small>40%</small>	29% <small>24%</small>	261 € <small>255 €</small>	0,36 € <small>0,36 €</small>	20 € <small>18 €</small>
<b>Apotheken</b>		<b>9,6%</b> <small>9,2%</small>	109 <small>98</small>	37% <small>36%</small>	25% <small>23%</small>	45 € <small>47 €</small>	0,18 € <small>0,22 €</small>	<b>↓1 €</b> <small>2 €</small>
<b>Bücher</b>		<b>↓3,8%</b> <small>5,6%</small>	100 <small>103</small>	55% <small>43%</small>	37% <small>29%</small>	<b>28 €</b> <small>28 €</small>	0,20 € <small>0,21 €</small>	5 € <small>3 €</small>
<b>Digitaldruck</b>		4,6% <small>4,2%</small>	74 <small>64</small>	50% <small>42%</small>	31% <small>23%</small>	44 € <small>48 €</small>	<b>0,99 €</b> <small>1,01 €</small>	13 € <small>15 €</small>
<b>Elektronik</b>		1,3% <small>1,0%</small>	89 <small>84</small>	37% <small>34%</small>	21% <small>16%</small>	247 € <small>248 €</small>	0,28 € <small>0,24 €</small>	8 € <small>8 €</small>
<b>Haus &amp; Garten**</b>		1,1% <small>0,8%</small>	80 <small>78</small>	<b>↑55%</b> <small>39%</small>	20% <small>19%</small>	185 € <small>202 €</small>	0,18 € <small>0,18 €</small>	<b>↑16 €</b> <small>11 €</small>
Heimwerken		3,0% <small>2,7%</small>	<b>↑122</b> <small>71</small>	37% <small>42%</small>	<b>↓13%</b> <small>27%</small>	<b>↑220 €</b> <small>124 €</small>	0,21 € <small>0,22 €</small>	4 € <small>4 €</small>
Wohn-Accessoires		2,8% <small>2,8%</small>	76 <small>79</small>	42% <small>43%</small>	29% <small>27%</small>	88 € <small>84 €</small>	<b>↑0,43 €</b> <small>0,34 €</small>	12 € <small>9 €</small>
Möbel		0,7% <small>0,5%</small>	<b>↓71</b> <small>81</small>	<b>↑58%</b> <small>39%</small>	17% <small>13%</small>	<b>↓233 €</b> <small>290 €</small>	<b>0,15 €</b> <small>0,16 €</small>	<b>↑22 €</b> <small>14 €</small>
<b>Beauty &amp; Fitness</b>		5,7% <small>4,3%</small>	115 <small>143</small>	49% <small>48%</small>	39% <small>37%</small>	40 € <small>42 €</small>	<b>↓0,20 €</b> <small>0,31 €</small>	2 € <small>3 €</small>
<b>Mode Gesamt***</b>		2,3% <small>1,9%</small>	122 <small>108</small>	56% <small>49%</small>	<b>↑45%</b> <small>30%</small>	129 € <small>137 €</small>	0,27 € <small>0,24 €</small>	7 € <small>5 €</small>
Damenbekleidung		3,8% <small>3,6%</small>	<b>↑122</b> <small>116</small>	<b>↑43%</b> <small>30%</small>	31% <small>24%</small>	<b>↓118 €</b> <small>157 €</small>	<b>0,15 €</b> <small>0,14 €</small>	4 € <small>4 €</small>
Herrenbekleidung		<b>↑3,1%</b> <small>2,1%</small>	89 <small>110</small>	<b>35%</b> <small>33%</small>	27% <small>22%</small>	158 € <small>161 €</small>	0,75 € <small>0,72 €</small>	16 € <small>12 €</small>
Mode-Generalisten****		2,0% <small>1,9%</small>	<b>153</b> <small>140</small>	58% <small>47%</small>	<b>↑46%</b> <small>29%</small>	120 € <small>116 €</small>	0,27 € <small>0,23 €</small>	8 € <small>6 €</small>
Sportbekleidung		<b>↑2,7%</b> <small>1,8%</small>	82 <small>76</small>	54% <small>54%</small>	43% <small>30%</small>	140 € <small>151 €</small>	0,16 € <small>0,14 €</small>	2 € <small>2 €</small>
Schmuck & Accessoires		1,7% <small>1,8%</small>	86 <small>87</small>	<b>62%</b> <small>53%</small>	<b>58%</b> <small>48%</small>	129 € <small>128 €</small>	0,30 € <small>0,29 €</small>	12 € <small>12 €</small>
<b>Reisen</b>		<b>0,3%</b> <small>0,3%</small>	119 <small>107</small>	35% <small>26%</small>	17% <small>13%</small>	<b>1.369 €</b> <small>1.285 €</small>	0,55 € <small>0,50 €</small>	<b>106 €</b> <small>96 €</small>

- 1 Anzahl der Käufe / Anzahl der Webseitenbesuche
  - 2 Durchschnittliche Dauer vom ersten Seitenbesuch (z.B. durch SEA-Anzeige) bis zum Kauf
  - 3 Anteil des Gesamttraffics, der über Tablet oder Smartphone erfolgt
  - 4 Anteil der Gesamtkäufe, der über Tablet oder Smartphone erfolgt
  - 5 Durchschnittlicher Warenkorbwert pro Kauf (=Gesamte Einnahmen / Anzahl Käufe)
  - 6 Durchschnittlicher Klickpreis für Suchmaschinenwerbung
  - 7 Durchschnittliche Ausgaben für Suchmaschinenwerbung pro Kauf (=Gesamt SEA-Ausgaben / Anzahl Käufe)
- \* Der durchschnittliche E-Commerce-Wert berechnet sich aus dem Mittelwert der aktuell betrachteten Menge von Industrien
- \*\* Gesamtwert der Segmente Heimwerken, Wohn-Accessoires und Möbel
- \*\*\* Gesamtwert der Segmente Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Mode-Generalisten, Sportbekleidung sowie Schmuck & Accessoires
- \*\*\*\* Generisch ausgerichtete Modehändler

### Lesehilfe



Quelle: intelliAd Media  
 N = Über 2,2 Mio. Onlinekäufe in den ausgewiesenen Branchen im Zeitraum 01. Juli - 30. September 2017  
 Datenbasis für aktuellen Zeitraum und Vergleichszeitraum umfasst, um Vergleichbarkeit zu gewährleisten, gleichen Unternehmensstamm

## Warum intelliAd?

- Maßgeschneiderte Marketing-Lösungen
- Ausgezeichneter Kundenservice
- 100% Made in Germany



**Beste SEA Suite  
2016**

## 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.

**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](https://facebook.com/intelliad)

 [twitter.com/intelliad](https://twitter.com/intelliad)

 [intelliad.de/blog](https://intelliad.de/blog)



Management  
System  
ISO 27001:2013  
[www.tuv.com](http://www.tuv.com)  
ID: 9108625435

