

Pressemitteilung

Das Smartphone: Bald das Shopping-Tool der Deutschen?

- **Fast ein Drittel der deutschen Online-Shopper kauft mittlerweile über Smartphone und Tablet ein**
- **Umsätze via Smartphone steigen, Sales via Tablet sind leicht rückläufig**
- **Smartphone Conversion Rate stieg innerhalb eines Jahres um 140 Prozent, der Cost per Click ist hier am niedrigsten**

München, 21. Juni 2018 – Das Smartphone wird auch im Internethandel immer mehr zum dominanten Treiber. Gemäß dem aktuellen E-Commerce Branchenindex¹ von intelliAd Media tätigen die Deutschen mittlerweile fast jeden dritten Einkauf im Internet (32 Prozent) über ein mobiles Endgerät. Damit wächst der Anteil der Käufe via Mobile Devices nun seit Jahren konstant². Während der Sales-Anteil via Tablet allerdings in den letzten beiden Jahren leicht rückläufig war (von 11 Prozent der Sales in 2016 auf 8 Prozent in 2018³), verdoppelte das Smartphone seinen Anteil (von 12 Prozent auf 24 Prozent). Zwei Drittel aller Onlinekäufe (68 Prozent) erfolgen immer noch über den Desktop-Rechner, 2016 lag der Wert noch bei 77 Prozent. Allerdings ist der Abwärtstrend zu Gunsten des Smartphones eindeutig.

Das Smartphone ist Traffic-Bringer und günstiges Werbemedium

Betrachtet man den Traffic auf den Webshops, dann hat das Smartphone (54 Prozent) dem Desktop (39 Prozent) bereits eindeutig den Spitzenplatz abgenommen. Das Handy wird von vielen Nutzern aber nicht nur als Rechercheinstrument zur Kaufvorbereitung genutzt, 24 Prozent aller Online-Verkäufe werden bereits über ein Smartphone getätigt. „Die Anstrengungen vieler Shops bei der Bedienerfreundlichkeit und beim Bestellvorgang scheinen Früchte getragen zu haben“, kommentiert Frank Rauchfuß, CEO und Geschäftsführer intelliAd Media, den eindeutigen Trend.

Während sich das Smartphone zunehmend als Shopping-Tool etabliert, verlieren das Tablet und insbesondere die Desktop-Rechner Marktanteile. Sowohl der Anteil am Traffic als auch den Verkäufen ist in den vergangenen drei Jahren zurückgegangen. Allerdings liegen beide Geräte bei den Warenkorbwerten (Desktop im Schnitt 129 Euro, Tablet 125 Euro) im ersten Quartal 2018 noch deutlich vor dem Smartphone (87 Euro). Dafür punktet das Smartphone mit den derzeit günstigsten Preisen bei der Suchmaschinenwerbung (SEA): Einem Cost-per-Click von 5 Cent (Smartphone) ste-

¹ E-Commerce Branchenindex Q1 2018: N = über 1,3 Mio. Online-Käufe im Zeitraum 01. Januar – 31. März 2018

² Datengrundlage für Vergleich: N = Fast 7,5 Mio. Online-Käufe in den jeweils ersten Quartalen 2015 – 2018

³ Vergleich der jeweils ersten Quartale der Jahre 2016 und 2018

hen auf Desktop (10 Cent) und Tablet (17 Cent) deutlich höhere SEA-Kosten gegenüber. Bei der Conversion-Rate liegen Desktop-Geräte (4,7 Prozent) deutlich vor Tablet (2,9 Prozent) und Smartphone (1,2 Prozent). Allerdings kann die Conversion-Rate für Smartphones seit 2017 eine positive Entwicklung vorweisen: Sie stieg um ganze 140 Prozent.

Die positive Entwicklung spiegelt sich auch im Werbemarkt wider: Laut einer aktuellen Statistik von Nielsen legte die Mobile Werbung in den ersten fünf Monaten dieses Jahres um 66 Prozent zu, der stärkste Anstieg aller Mediengattungen. Für Werbetreibende bedeuten all diese Entwicklungen: Sie müssen die Ansprache ihrer Zielgruppen neu justieren und das Werbebudget intelligent auf die jeweiligen Kanäle und Geräte aufteilen. „Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Auswertung der relevanten KPIs über alle Endgeräte hinweg. Um den Umsatz steigern zu können, müssen Unternehmen versuchen, die immer komplexer werdenden Customer Journeys über verschiedene Kanäle und Devices abzubilden. Mobile Optimierung ist natürlich nach wie vor ein wichtiger Punkt, der angesichts der aktuellen Entwicklungen weiter vorangetrieben werden muss“, rät Frank Rauchfuß, CEO und Geschäftsführer intelliAd Media.

Über intelliAd Media GmbH

Das Münchner Technologieunternehmen intelliAd Media bietet seit 2007 Produktlösungen, mit denen Unternehmen ihr Marketing automatisiert und intelligent steuern können. Mit der führenden Performance Marketing Suite können Online- und Offline-Marketingaktivitäten ganzheitlich getrackt, analysiert und optimiert werden. E PWR steigert den E-Commerce-Umsatz mit smarten Marketing-Lösungen für Amazon AMS und Google Shopping. Die Datenerhebung, -speicherung und -verarbeitung erfolgt dabei komplett in Deutschland.

Die Angebote und die Technologie von intelliAd wurden bereits mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit dem Marketing Intelligence und Innovation Award (Kategorie: Marketing Analytics & Number Crunching) und dem Deutschen Suchmarketingpreis SEMY (Kategorie: Beste SEA-Suite). Namhafte Unternehmen wie Deutsche Post, Ergo, Immonet, Cyberport, myposter, ad agents, und plan.net vertrauen auf intelliAd. www.inteliad.de

Pressekontakt:

intelliAd Media GmbH
Lea Müller
Junior Manager Marketing & Corporate Communications
Tel.: +49 (0)89 - 15 90 490 - 704
E-Mail: lea.mueller@inteliad.de

cocodibu
Franziska Pilz
Senior PR-Manager
Tel.: +49 (0)89 – 46 133 46 14
E-Mail: f.pilz@cocodibu.de