


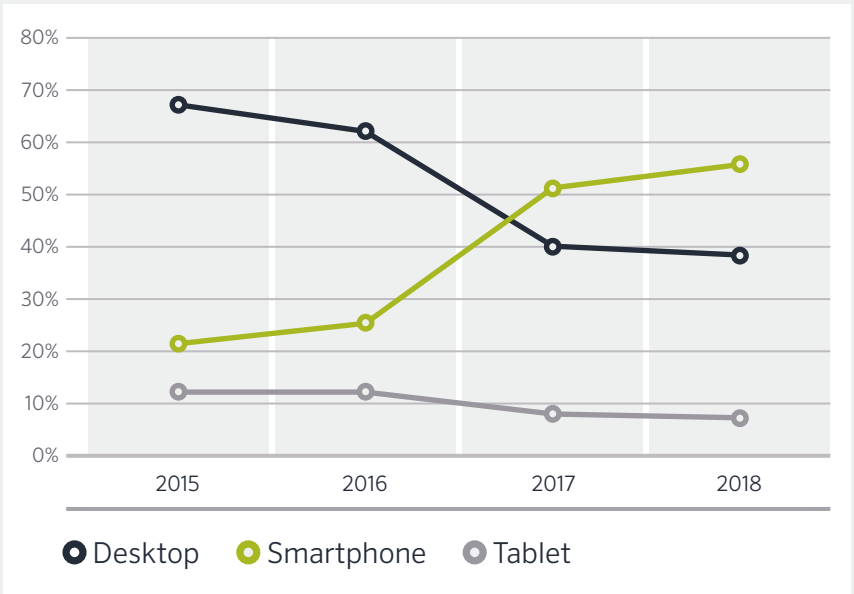


Das Smartphone als Shopping-Tool der Deutschen

KPI	Anteil Traffic ¹	Anteil Käufe ²	Warenkorbwert ³	Conversion Rate ⁴	Cost-per-Click ⁵ (SEA)	
	2018	39%	68%	129 €	4,7%	0,10 €
	2017	40%	71%	136 €	2,2%	0,26 €
	2016	62%	77%	139 €	2,0%	0,24 €
	2015	67%	81%	133 €	2,7%	0,23 €
	2018	54%	24%	87 €	1,2%	0,05 €
	2017	52%	19%	79 €	0,5%	0,16 €
	2016	26%	12%	89 €	0,7%	0,18 €
	2015	21%	7%	92 €	0,8%	0,16 €
	2018	7%	8%	125 €	2,9%	0,17 €
	2017	8%	10%	130 €	1,7%	0,46 €
	2016	12%	11%	133 €	1,5%	0,44 €
	2015	12%	11%	136 €	2,1%	0,38 €

Device-Vergleich: Smartphone Traffic steigt



1 Anteil des Gesamttraffics, der über dieses Device erfolgt
 2 Anteil der Gesamtkäufe, der über dieses Device erfolgt
 3 Durchschnittlicher Warenkorbwert pro Kauf
 (=Gesamte Einnahmen / Anzahl Käufe)

4 Anzahl der Käufe / Anzahl der Webseitenbesuche
 5 Durchschnittlicher Klickpreis für Suchmaschinenwerbung