

Tradedoubler Untersuchung: Deutsche treffen beim Online-Shopping die schnellsten Entscheidungen

Tradedoubler untersucht mithilfe seiner User Journey-Technologie das Online-Kaufverhalten in Europa

München, 03. November 2015 – Vom ersten Klick auf einer Website bis hin zum Kaufabschluss benötigen deutsche Onlineshopper im Durchschnitt rund fünf Tage. Damit sind die Deutschen im europäischen Vergleich die entschlossensten Käufer im E-Commerce. In Großbritannien benötigen Online-Nutzer ungefähr sieben Tage bis zur Kaufentscheidung, in Frankreich sind es knapp elf Tage und in Schweden sogar fast zwölf Tage. Dies ergab eine aktuelle Untersuchung von Tradedoubler, Anbieter von Performance und datengetriebenem Marketing, zum Online-Kaufverhalten in Europa.

Die Untersuchung wurde mithilfe von Tradedoublers neuer User Journey-Technologie durchgeführt. Die datengetriebenen Einsichten in das Online-Kaufverhalten des Verbrauchers, die mit User Journey möglich sind, räumen mit Mythen auf und geben Marketern Einblicke in die oft überraschenden Kaufpfade des Online-Nutzers. Mithilfe dieser Erkenntnisse können Marketingverantwortliche noch gezielter und effektiver ihre Kunden ansprechen.

Deutsche kaufen schneller Spiele als Kleidung

Tradedoubler analysierte auch das Kaufverhalten der europäischen Nutzer in verschiedenen Produktkategorien. Dabei stellte sich heraus, dass sich die Zeit bis zur Kaufentscheidung im Textilbereich maßgeblich von der etwa im Spielesegment unterscheidet. Während deutsche Online-Shopper rund fünf Tage brauchen, bis sie ein Kleidungsstück erwerben, kaufen sie ein Spiel innerhalb von nur zwei Tagen.

Online-Kaufverhalten nach Segment und Land

	Kleidung	Spiele
Deutschland	Fünf Tage, drei Klicks	Zwei Tage, vier Klicks
UK	Vier Tage, drei Klicks	13 Tage, drei Klicks
Frankreich	15 Tage, vier Klicks	Elf Tage, zwölf Klicks
Schweden	Sieben Tage, vier Klicks	22 Tage, 29 Klicks

Mobile Nutzung

Überdies stellt die Untersuchung von Tradedoubler fest, dass Online-Käufe über den Desktop-PC während des Wochenendes europaweit um elf Prozent zurückgehen. Dafür steigt in dieser Zeit der Mobile Commerce, also die Verkäufe über Smartphones und Tablets. 15 Prozent der Käufe per Smartphone finden dabei am Samstag statt, dem normalerweise geschäftigsten Verkaufstag im Ladengeschäft. Die Käufe per Tablet steigen dagegen sonntags um 16,4 Prozent in Europa an; allein in Deutschland shoppen 20 Prozent der Verbraucher an diesem Tag per Tablet.

„Die teils überraschenden Ergebnisse in Bezug auf den Online-Kaufpfad der Verbraucher zeigen ganz deutlich: Sich nur auf das eigene „Bauchgefühl“ zu verlassen, ist für Marketer keine Option“, kommentiert Mike Weiler, Country Manager für Deutschland und Österreich bei Tradedoubler, die Untersuchung. „Das Kaufverhalten der Nutzer vorherzusagen ist nur mithilfe von Daten-Analysen und den entsprechenden Tools möglich. Nur wenn Marketingverantwortliche die User Journey von Anfang bis Ende nachvollziehen und mit konkreten Daten belegen können, sind sie in der Lage, ihre Onlinemarketing-Maßnahmen, wie zum Beispiel Online-Werbekampagnen, entsprechend anzupassen. Wer auf datenbasiertes Marketing setzt, ist einfach erfolgreicher.“

Pressekontakt

Gerrit Breustedt & Julia della Peruta
Oseon
040-228 17 00-15/ 069-25 73 80 22-12
tradedoubler@oseon.com

Über Tradedoubler

Tradedoubler ist ein international führender Anbieter von Performance Marketing-Lösungen und –Technologien, die digitalen Marketern mehr Erfolg durch smartere Ergebnisse liefert. Gegründet 1999 in Schweden ist Tradedoubler ein europäischer Pionier des Affiliate Marketing und hat seitdem sein Angebot stets erweitert, unter anderem mit datengetriebenen Insights und User Journey-Tracking dank seines firmeneigenen Daten-Visualisierungstools ADAPT. Das Unternehmen bietet einen einmaligen Mix an Traffic, Technologie und internationaler Expertise und hilft führenden Marken dabei, ihre Geschäftsziele auf verschiedenen digitalen Marketingkanälen zu erreichen. Tradedoubler war der erste Anbieter, der umsatzfördernde Geschäftsmodelle und Technologien für E- und M-Commerce integriert anbot.

Zu den werbetreibenden Kunden von Tradedoubler gehören unter anderem Accor, Disneyland Paris, Microsoft Store, HP und CDON. Die Aktie von Tradedoubler ist im Nasdaq OMX an der Stockholmer Börse notiert.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.tradedoubler.com>