

Black Friday-Wochenende lässt Kassen klingeln

Tradedoubler Untersuchung zeigt, dass die Summe der Verkäufe und Ausgaben in Deutschland über 50 Prozent zugelegt haben

München, 04. Dezember 2015 - In Deutschland stiegen die Abverkäufe im e-Commerce am diesjährigen Black Friday-Wochenende - vom 27. November bis zum sogenannten Cyber Monday am 30. November - um 62 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit liegt Deutschland deutlich, nämlich sieben Mal so hoch, über dem europaweiten Schnitt von neun Prozent. Und auch die Summe der Ausgaben war hierzulande wesentlich höher. Um 49 Prozent stieg das Transaktionsvolumen, nur 33 Prozent wurden in Gesamteuropa erreicht. Der durchschnittliche Warenkorbwert lag an den vier untersuchten Tagen europaweit bei 106 € und damit 20 Prozent über dem Vorjahreswert. Dies ergab eine aktuelle Untersuchung von Tradedoubler, Anbieter von Performance und datengetriebenem Marketing, anhand der Auswertung der Daten aus dem eigenen Netzwerk.

Deutschland ist Smartphone-Vorreiter

Besonders mit dem Smartphone ließen deutsche Online-Shopper die Kassen klingeln. So verzeichnete Tradedoubler am Black Friday-Wochenende 241 Prozent mehr Abverkäufe und 259 Prozent mehr Ausgaben via Smartphones. Damit verbucht Deutschland den größten Zuwachs mobiler Transaktionen und Ausgaben in den vier Tagen. Im Vergleich: In Schweden stieg die Zahl der Abverkäufe im Vergleich zu 2014 um insgesamt 110 Prozent, in Frankreich um 99 Prozent und im europaweiten Schnitt um 72 Prozent. Die Ausgaben via Smartphone lagen europaweit bei einem Plus von 105 Prozent, in Schweden bei 140 Prozent, in Frankreich bei 119 Prozent und in Großbritannien bei nur 88 Prozent.

„Dass Black Friday und Cyber Monday längst auch in Deutschland angekommen sind, hat die Werbepräsenz der letzten Wochen gezeigt. Doch auch der Verbraucher springt auf die Aktion an, mit beachtlichen Wachstumszahlen und Umsatzzugewinnen im Vergleich zu 2014“, fasst Mike Weiler, Acting Country Manager für Deutschland und Österreich bei Tradedoubler, die Ergebnisse zusammen. „Gerade am Smartphone waren deutsche Shopper für die Rabattschlachten des Handels empfänglich. Jetzt gilt es für alle Händler, die Erfolge der Aktion auszuwerten und darauf aufbauend ihre Kampagnen für kommende Verkaufsaktionen zu optimieren.“

###



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>

