

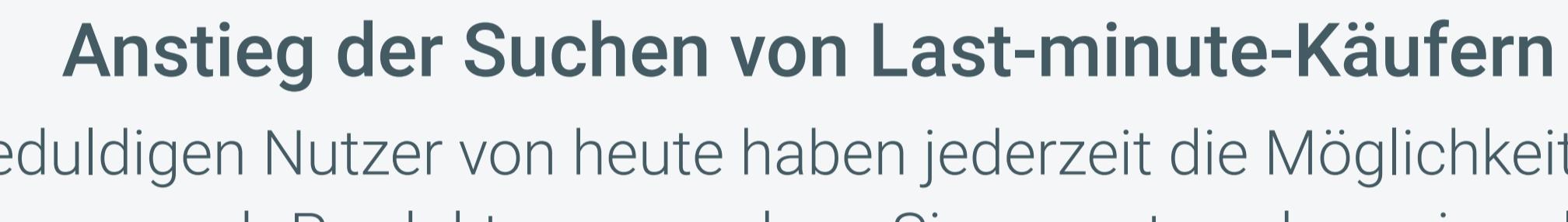
Checkliste für das Weihnachtsgeschäft 2017: Shopping in der mobilen Welt von heute

Um sich dieses Jahr im Weihnachtsgeschäft gegen Ihre Mitbewerber durchzusetzen, müssen Sie den mobilen Käufern von heute die Unterstützung bieten, die sie sich wünschen. Studien belegen, dass Nutzer immer mehr Informationen benötigen, immer höhere Ansprüche stellen und immer ungeduldiger werden. Daher sollten sich Werbetreibende mit vier wichtigen Trends auseinandersetzen, wenn sie in der Weihnachtszeit Kunden gewinnen möchten.



Größere Kaufabsicht bei Kunden in Ladengeschäften

Käufer suchen auf ihren Smartphones mehr denn je nach Ladengeschäften, in denen sie bestimmte Produkte bekommen.



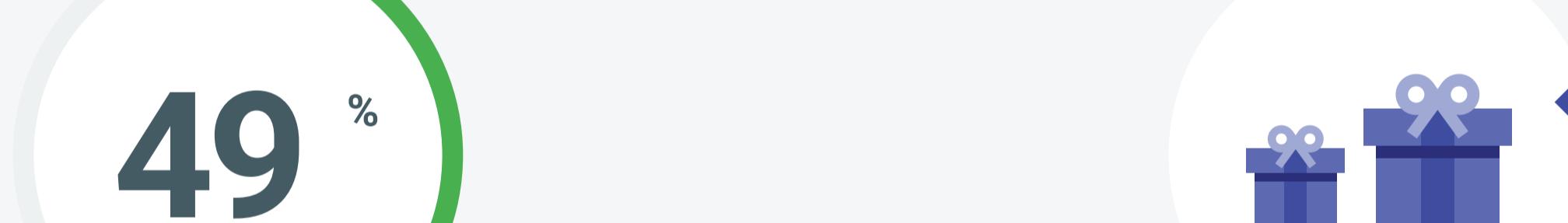
In den USA haben mobile Suchen mit **where to buy** um **85 %** zugenommen. Eine häufige Suchanfrage lautet zum Beispiel "where to buy ugly christmas sweater" (wo bekomme ich hässliche pullover mit weihnachtsmotiven), wenn der in den USA beliebte

"Ugly Christmas Sweater Day" ansteht.¹

Die Wiedergabezeit von Videos der Kategorie **store tour** auf YouTube hat sich in den letzten zwei Jahren **verzehnfacht** over the past two years.²

Anstieg der Suchen von Last-minute-Käufern

Die ungeduldigen Nutzer von heute haben jederzeit die Möglichkeit, auf ihren Smartphones nach Produkten zu suchen. Sie erwarten, dass sie selbst am 24. Dezember noch problemlos etwas kaufen können.



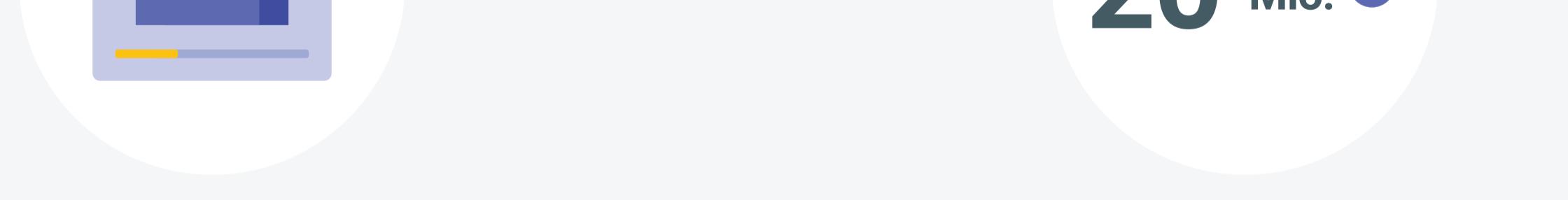
2016 hat die Zahl der Suchen mit **where to buy** in den USA am **Weihnachtsabend** ihren Höhepunkt erreicht. Es wurde beispielsweise nach Geschäften gesucht, in denen Hatchimals, der Nintendo Classic

Mini oder das in den USA beliebte Spiel "Cards Against Humanity" verkauft werden.³

Am **Weihnachtstag** gab es besonders viele mobile Suchen zu **Öffnungszeiten** – die meisten im gesamten Jahr.⁴

Wunsch nach personalisierten Angeboten

Besonders im Weihnachtsgeschäft erwarten die Nutzer nicht nur, dass sie unterwegs Angebote suchen und finden können. Die Angebote sollen auch relevant für sie sein und möglichst genau ihren Anforderungen entsprechen.



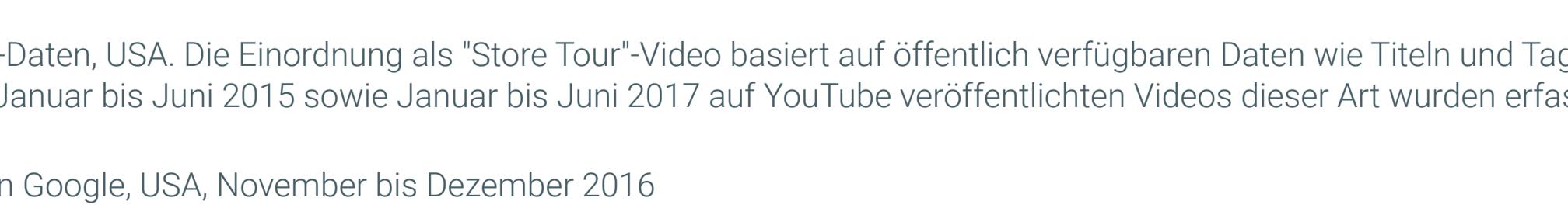
49 % der Smartphonenuutzer geben an, dass sie mobile Websites oder Apps bevorzugen, die ihnen Marken- oder Produktempfehlungen basierend auf **bisherigen Produktaufrufen, Käufen und Rabatten** bieten.⁵

Die Nutzer **suchen nach Geschenken für bestimmte Personen** – geben also beispielsweise "geschenke für kollegen" oder "geschenke für friseure" ein – und erwarten **passende Ergebnisse**. Mobile Suchen mit "geschenke" haben zwischen der ersten Dezemberwoche und Weihnachten um

50 % zugenommen.⁶

Videos als Informationsquelle

Käufer legen im Weihnachtsgeschäft sehr viel Wert auf nützliche Informationen. Sie wollen vor einem Kauf über alle Details Bescheid wissen. In dieser Phase spielen Videos eine wichtige Rolle.



Videos der Kategorie **Shop with me** werden auf Smartphones immer beliebter. In den letzten zwei Jahren hat sich ihre Wiedergabezeit **verzehnfacht**.⁷

In der Zeit, die Nutzer damit verbracht haben, **Unboxing-Videos** auf ihren Smartphones abzuspielen, kann man sich den in der Weihnachtszeit besonders beliebten Filmklassiker "Tatsächlich...Liebe" **20 Millionen** Mal ansehen.⁸

QUELLEN

¹ Daten von Google, USA, Januar bis Juni 2015 im Vergleich zu Januar bis Juni 2017

² YouTube-Daten, USA. Die Einordnung als "Store Tour"-Video basiert auf öffentlich verfügbaren Daten wie Titeln und Tags. Nicht alle der in der Zeit von Januar bis Juni 2015 sowie Januar bis Juni 2017 auf YouTube veröffentlichten Videos dieser Art wurden erfasst.

^{3, 4, 6} Daten von Google, USA, November bis Dezember 2016

⁵ Google/Kelton: "How digital innovations influence consumer expectations", USA, Dezember 2016, n = 3.119 US-Amerikaner ab 18 Jahren

⁷ Interne Daten von Google, USA, Juli 2017

⁸ YouTube-Daten, USA. Die Einordnung als Unboxing-Video basiert auf öffentlich verfügbaren Daten wie Titeln und Tags. Nicht alle der in der Zeit von Januar bis Juni 2015 sowie Januar bis Juni 2017 auf YouTube veröffentlichten Videos dieser Art wurden erfasst.