



Preisbewusst & offen für Neues – nicht nur an Shopping Days



Keine Lust mehr auf Black Friday,
Cyber Monday oder Singles' Day:
Nur 7 % wollen dieses Jahr an
Shopping Events Geschenke kaufen.²

Im Vergleich zum Vorjahr achten Shopper 2022 noch mehr auf Preise.

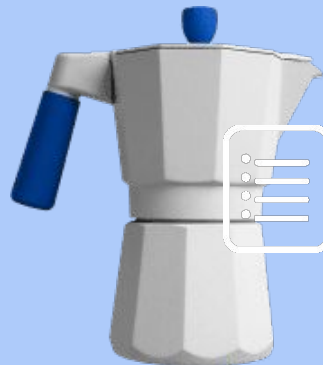
34%

suchen vermehrt
nach Angeboten &
Rabatten.



35%

planen mehr
Preisvergleiche.³



Apropos Preisvergleich:



47 % vergleichen Preise online,
bevor sie einen Kauf tätigen.⁴

Und: Konsument:innen sind jetzt offen für Alternativen.



In diesem Jahr kauften:
22 % bei einem **neuen Händler** ein,
27 % eine zuvor noch
nie gekaufte Marke,
21 % erstmals ein **Produkt online**,
das sie sonst nur stationär
erworben hatten.⁵



Top-Tipp: Lernen Sie Ihre Kund:innen kennen, reagieren Sie auf dynamisches Kaufverhalten und setzen Sie Ihr Marketing passgenau ein.

Finden Sie die neuesten Trends bei Suchanfragen und bleiben Sie immer informiert.

[Google Trends nutzen](#) 

Mit automatisierten Kampagnenbudgets sind Sie auf das dynamische Kundenverhalten vorbereitet – Ihre Anzeigen werden dann ausgespielt, wenn Kund:innen shoppen wollen.

[Performance Max testen](#) 