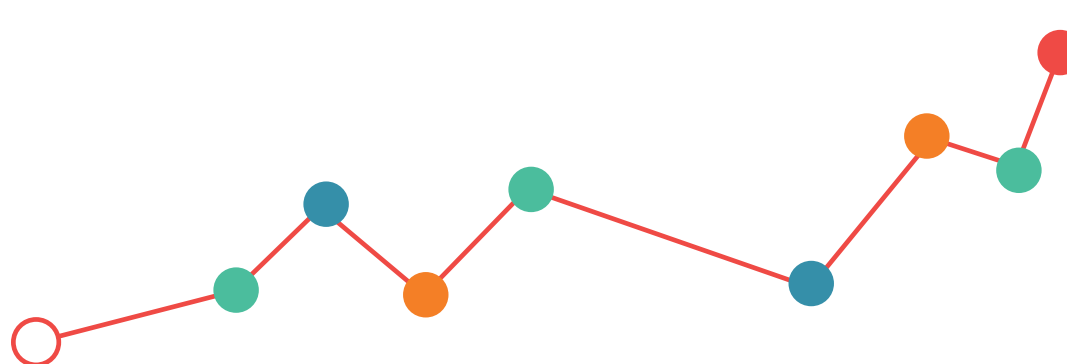


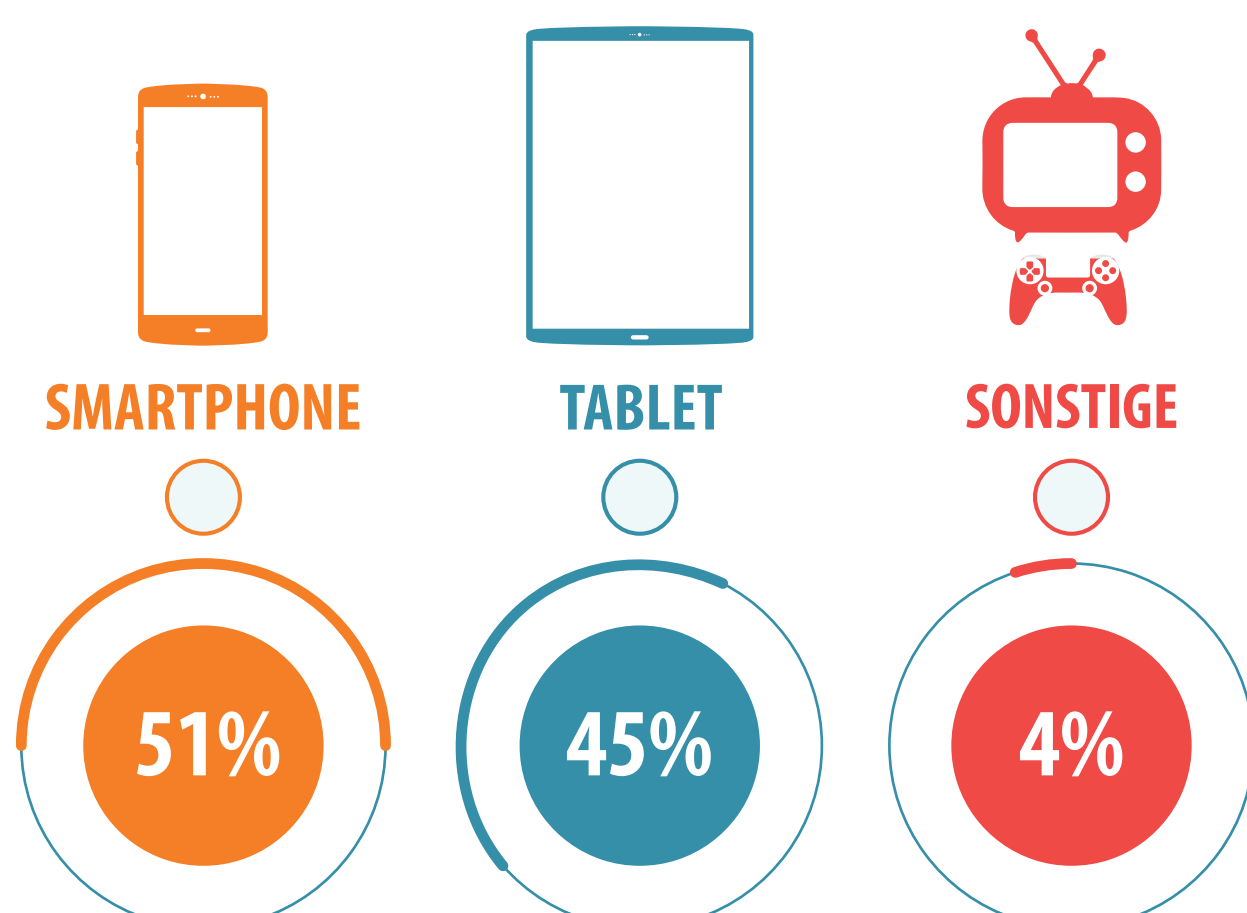
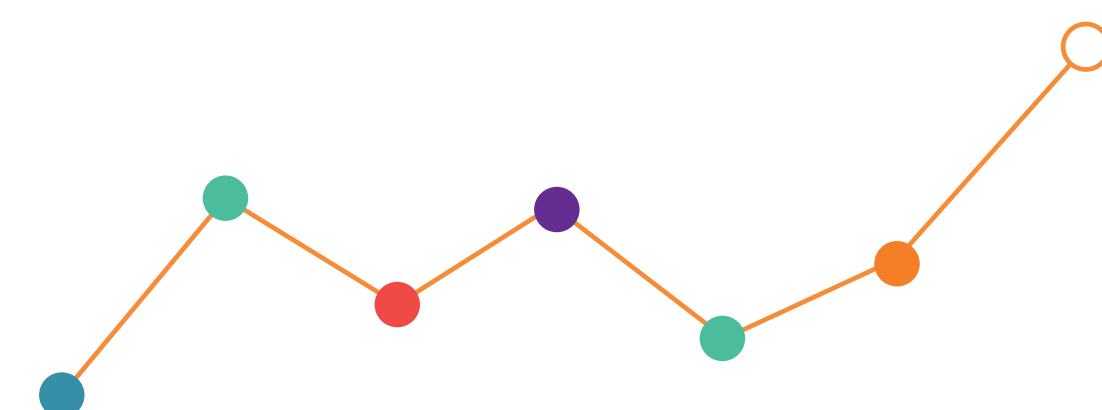
SPORT BAROMETER

VERKÄUFE VON SPORT-ADVERTISERN OKTOBER 2015 - OKTOBER 2016

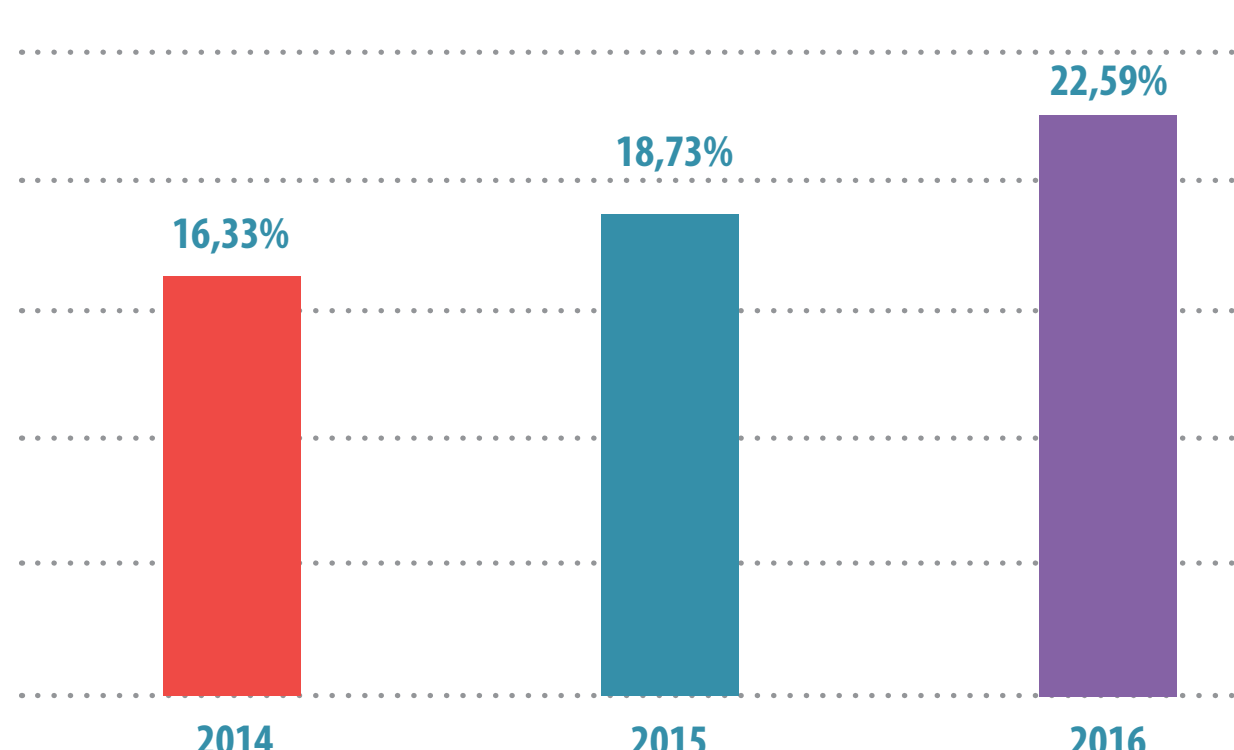


MOBILE

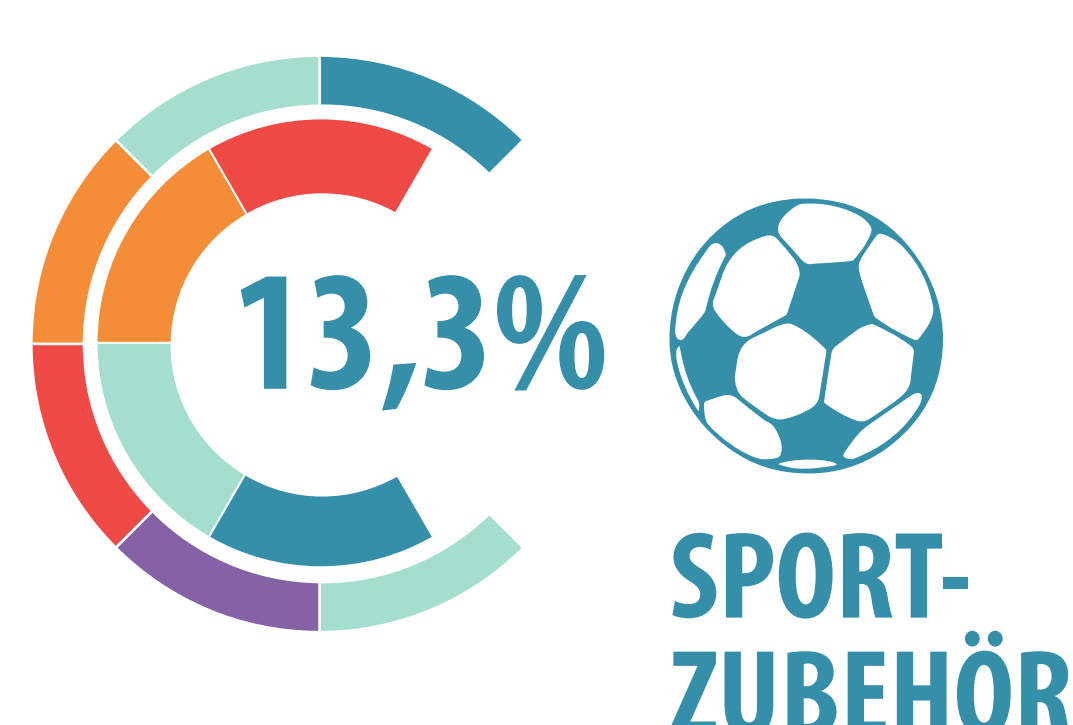
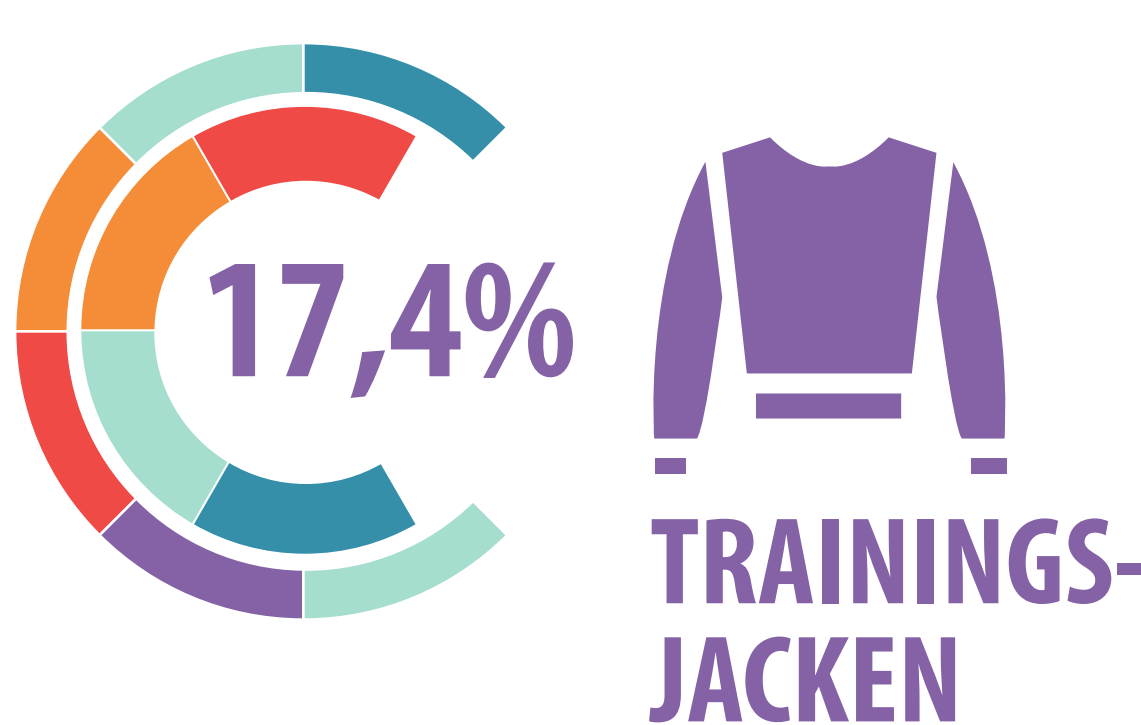
**23% ALLER BESTELLUNGEN KAMEN ÜBER
EIN MOBILES ENDGERÄT:**



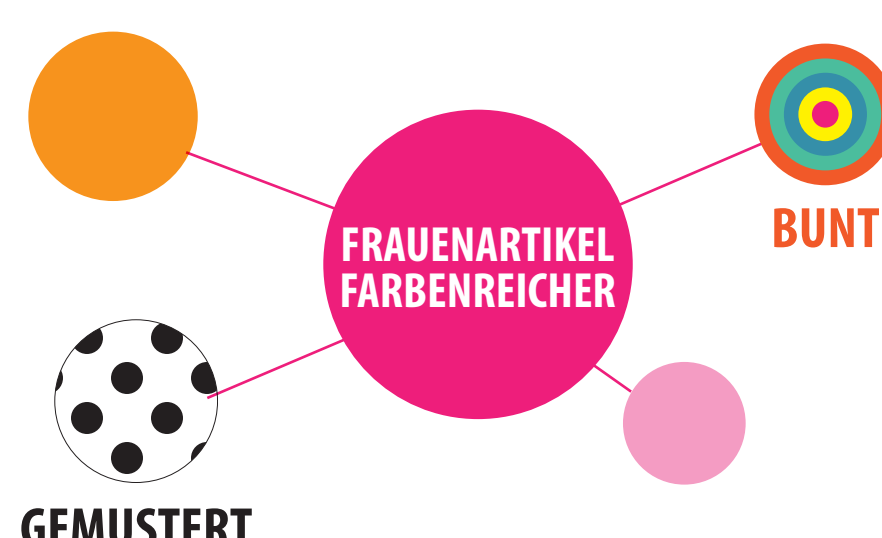
ANTEIL MOBILE SALES



TOP 3 ARTIKEL

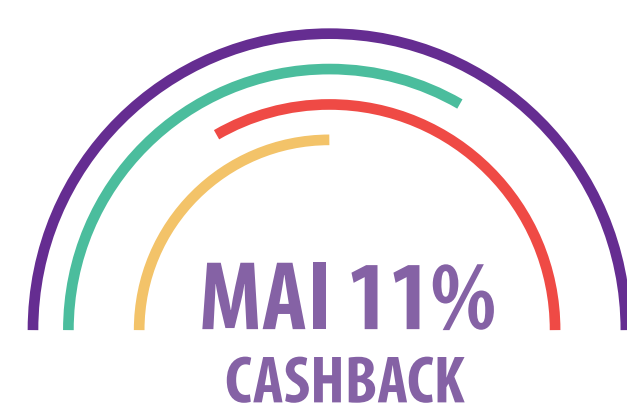


FARBTRENDS

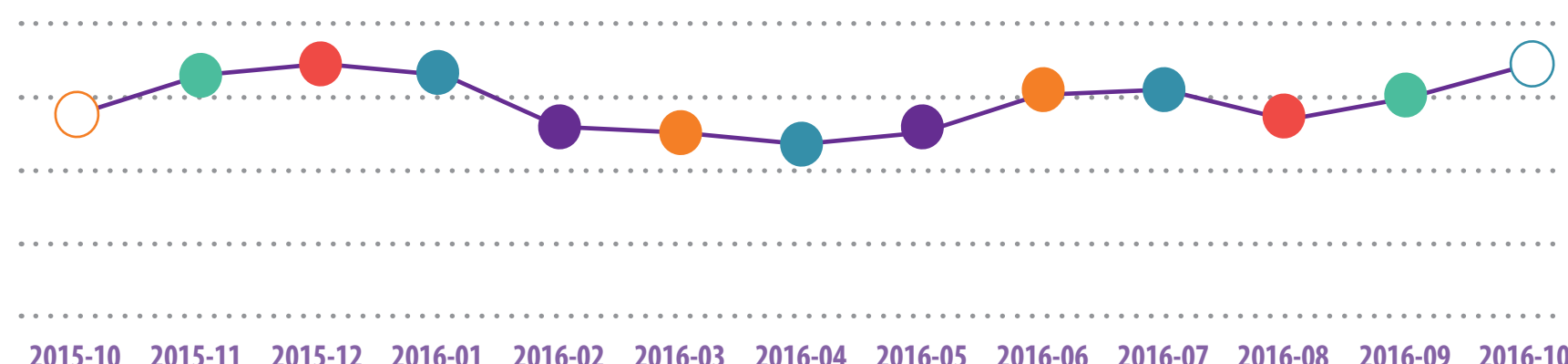


SALES IM JAHRESVERLAUF

STÄRKSTE MONATE IM JAHR:



ANZAHL SALES



MÄNNER



**GUTSCHEINSEITEN
& CASHBACKSEITEN**

FRAUEN



**BLOGS &
CONTENTSEITEN**

HÖCHSTE WARENKÖRBE BEI

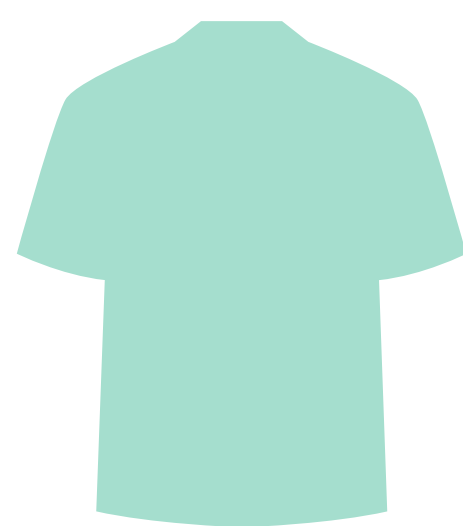


**PREISVER-
GLEICHERN
96 €**



**GUTSCHEIN-
SEITEN
95 €**

AUSWERTUNG NACH PRODUKTEN



TRIKOTS/SHIRTS

- 22% mobile
- Sehr beliebt (knapp 18% aller Artikel)
- Neben den klassischen Farben
- 8% 7%
- Top Vertical: Editorial Content und Cashback (jeweils 17%)



TRAININGS JACKEN

- 26% mobile
- 17% aller Artikel waren Jacken
- 31% 21% 18%
- Top Vertical: Gutscheinseiten (17%), Samstag verkaufsstark (17%)



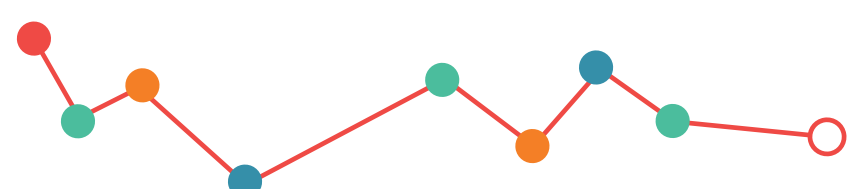
ZUBEHÖR

- 13% mobile
- Ø Warenkorb 188,72€
- Verkaufstärkster Monat im Jahr: Oktober (11%) und Dezember (10%)
- Top Vertical: Preisvergleich mit 32%



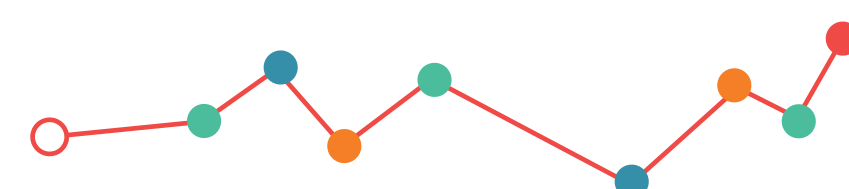
SCHUHE

- 26% mobile
- Ø Warenkorb 88,93 €
- knapp 10% aller Artikel waren Schuhe
- 10% 5%
- Top Vertical: neben Gutscheinseiten (11%) vor allem Blogs (7%) und Editorial Content (10%)



FANARTIKEL

- 12% mobile
- Fan-Schals, Fahnen, etc.
- 10% 5%
- Top Vertical: Gutscheinseiten (18%)
- Stärkster Monat: Juni (Europameisterschaft)



SNEAKER BAROMETER

OKTOBER 2015 – OKTOBER 2016
ADVERTISER AUS DEM BEREICH SPORT/SCHUHE

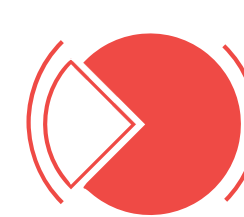
ALLGEMEIN



88,93 EURO
IM SCHNITT



VERKAUFSTÄRKSTER
MONAT IM JAHR:
JANUAR (17%)



DIE MEISTEN BESTELLUNGEN
GINGEN ZWISCHEN 20 UND
22 UHR EIN (24%)



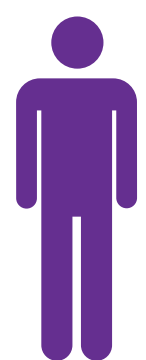
Verkaufsstark



Beliebteste Marke



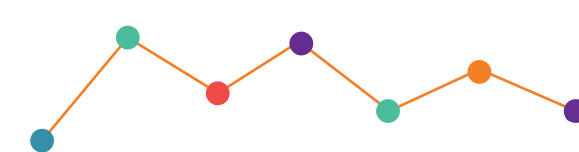
Bestellungen über
ein mobiles Endgerät



41%
MÄNNERARTIKEL



59%
DAMENARTIKEL



TOP VERTICAL:

- neben Discount Code (11%) vor allem Blogs (7%) und Editorial Content (10%)
- Editorial Content und Blogs eher in den Wintermonaten (52%)

SNEAKER NACH GESCHLECHT



Männer preisbewusster
und kommen häufiger über
Gutscheinseiten und
Cashbackseiten

42
Größe

25,7%



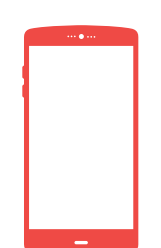
24%



Frauen greifen eher zu
Contentseiten oder
Shopping Directory

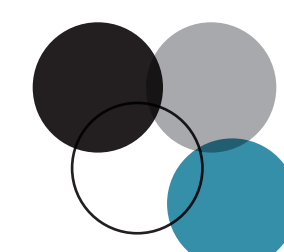
39
Größe

24,5%



29%

FARBTRENDS



KLASSISCHE
FARBEN

Männer

3,6% 3,2% 1,5%

Frauen

4,6% 3,7% 2,6%