

Themenvorschlag

Dafür interessieren sich Verbraucher in der Vorweihnachtszeit



München/Madrid, 13. Dezember 2022 – Der E-Commerce-Boom hält weiter an. Besonders die Vorweihnachtszeit ist für Händler die wichtigste Zeit des Jahres. Jetzt, wo Weihnachten und die Winterferien vor der Tür stehen, beginnt die hektische Suche nach Geschenken für die Liebsten und die Vorbereitungen für das perfekte Weihnachtsfest. Auch im Internet finden sich dazu zahlreiche Inhalte, die auf die verschiedensten Interessen zugeschnitten sind.

[Seedtag](#), der Marktführer für kontextuelle Werbung in Europa und Lateinamerika, hat im Rahmen einer Studie eine Vielzahl an Artikeln aus der vergangenen Weihnachtszeit analysiert. So konnte das AdTech-Unternehmen ermitteln, welche Themen auf das größte Interesse stoßen. Auf dieser Basis hat Seedtag verschiedene Konsumententypen für die Weihnachtszeit identifiziert.

Auf der Suche nach dem perfekten Geschenk

Eine bestimmte Personengruppe konzentriert sich in der Vorweihnachtszeit auf Geschenkideen und das Einkaufen von Geschenken. Relevante Keywords sind in diesem Zusammenhang „perfektes Geschenk“ und „Geschenkideen“. Insgesamt ist das Interesse zwischen 27. November und 17. Dezember am höchsten. Am beliebtesten sind Schmuckgeschenke (23%). Hier sticht der Trend von personalisierten Schmuckstücken heraus (12%).

Unter den Schenkenden gibt es zudem Personen, die ganz speziell die besten Schnäppchen suchen. Besonders beliebt: Technik- und Beautyprodukte. Was Artikel zu den besten Technik-Deals betrifft, steht die Hälfte im Zusammenhang mit Produktreviews. Insgesamt konzentrieren sich die Medieninhalte im Bereich Technik auf Testberichte (40%), Produktvorstellungen (20%) und Produktvergleiche (10%). Mit technischen Details beschäftigen sich die Menschen erst kurz nach Heiligabend genauer. Bei den besten Beauty-Deals wecken prominente Testimonials (15%) und Social Media-Trends (7%) das Interesse der

Schnäppchenjäger. Interessant: Das Thema Tierquälerei sticht in diesem Zeitraum bei Artikeln zu Beautyprodukten besonders heraus (8%).

Einstimmung auf das Weihnachtsfest

Unter den „festlich Gesinnten“ gibt es eine Personengruppe, die sich speziell für Ausflüge rund um die Weihnachtszeit interessiert. Für diese sind Artikel zu Weihnachtsmärkten, Restaurants und dekorativen Lichterketten relevant. Von den Artikeln, die dieses Interesse wecken, erwähnen 15% „Weihnachtsbeleuchtung“ und 13% „Weihnachtsmärkte“. Dabei sind „lokal“ (47%), „unabhängig“ (17%) und „handgemacht“ (10%) die wichtigsten Keywords. In den Tagen nach dem 24. Dezember ist die Interessenskurve hier am höchsten.

Mit den Vorbereitungen für ein besinnliches Weihnachtsfest beschäftigen sich die meisten Verbraucher ab dem 17. bis zum 24. Dezember. Das Hauptinteresse dieser Gruppe: Rezeptideen. Besonders auffällig hier: Themen zu alkoholischen Getränken sind in den Weihnachtsferien doppelt so interessant für die Nutzer wie im Sommer.

Fitness-Trend nach Weihnachten

Nach Weihnachten und zu Beginn des neuen Jahres steigt das Interesse bezüglich Fitness und Gesundheit um 115% an. Die Nutzer interessieren sich hier vor allem für Artikel mit Themen wie Gewichtsverlust oder Neujahrsvorsätzen. Kurz vor Silvester suchen Leser geeignete Produkte und Informationen, um ihre Neujahrsroutine zu starten. Von diesen Artikeln erwähnen 59% das Thema Fitness, 47% Workouts und ganz spezifisch das Fitnessstudio. Proteine tauchen in 40% der Ernährungsartikel auf und das Thema Gewichtsverlust in 38%. Der Tech-Content in diesem Bereich bezieht sich auf Kopfhörer (30%) und Smartwatches (44%), wobei Wasserdichte (20%) und Komfort (45%) die wichtigsten Produkteigenschaften sind.

Über Seedtag

[Seedtag](#) ist das führende Unternehmen für kontextbezogene Werbung. Die Spezialisten für Online-Werbung entwickeln hocheffiziente und ansprechende Lösungen für relevante visuelle Premium-Inhalte, die das Targeting und die Umsätze für Publisher und werbetreibende Marken steigern. Die kontextuelle KI des Unternehmens ermöglicht es Marken, mit Verbrauchern innerhalb ihrer Interessenwelten auf einer Cookie-freien Basis in Kontakt zu treten.

Seedtag wurde 2014 in Madrid von zwei Ex-Google-Managern gegründet, die das Beste aus redaktionellen Bildern herausholen wollten. Heute ist es ein globales Unternehmen mit mehr als 400 Mitarbeitern und einer internationalen Präsenz mit Niederlassungen in Spanien, Frankreich, Italien, Großbritannien, Benelux, Deutschland, Mexiko, Brasilien, Kolumbien, Vereinigte Arabische Emirate, Argentinien, Chile und den USA.

Mehr Informationen:
Rocío Martínez de Carlos
PR & Communications Manager
rociomartinez@seedtag.com
+34 628533468

Anton Martić
Rotwand Digitale PR GmbH
anton.martic@rotwand.net
+49 (0) 89 7167223-10

Sandra Brugger
Rotwand Digitale PR GmbH
sandra.brugger@rotwand.net
+49 (0) 89 7167223-12

