



Noch näher an den echten Momenten des Lebens dieses Weihnachten

So können Marken im Jahresendtrubel aus der Masse herausstechen. Auf Snapchat kannst du Teil der Gespräche von Freund*innen und Familie sein, wenn sie sich auf die Shopping-Saison im 4. + 5. Quartal einstimmen.

15+ Millionen monatlich aktive
Snapchatter*innen in Deutschland¹

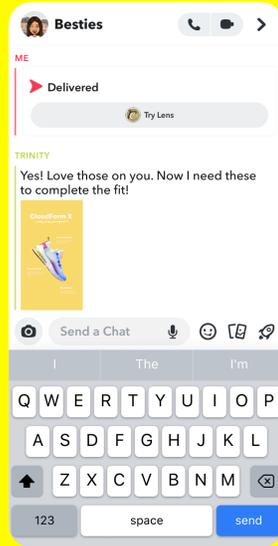
DER SNAPCHAT CELEBRATION CYCLE

Inspiration suchen



Aufmerksamkeit

Wunschlisten erstellen



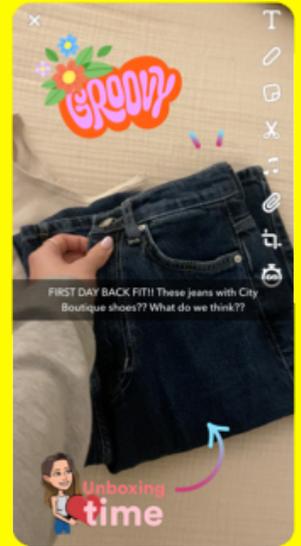
Consideration

In-App Shopping



Kauf

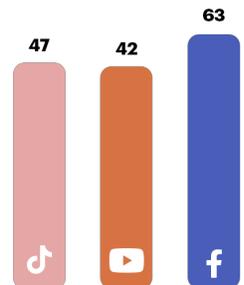
Freude teilen



Kund*innenbindung

Nicht überlappende tägliche Reichweite im Vergleich zu anderen sozialen Plattformen in Deutschland:

*% der täglichen Snapchatter*innen, die keine der anderen Plattformen täglich nutzen²



¹Snap Inc. interne Daten Q1 2023. ²GWI Q1 & Q2 2022 DE. Snapchatter*innen im Alter ab 16 Jahren, die die Plattform täglich nutzen.



DAS TEILEN ECHTER MOMENTE

MACHT LEUTE GLÜCKLICH

91%

der Snapchatter*innen sind glücklich, wenn sie die App nutzen.¹



DIE GLÜCKLICHEN, ECHTEN BEZIEHUNGEN

AUF SNAPCHAT FÖRDERN DAS VERTRAUEN

UND DAS TEILEN VON INHALTEN

3 von 4

Snapchatter*innen in Deutschland nutzen Snapchat, um sich bei Freund*innen Tipps für ihre Einkäufe zu holen.²

MEHR ENGAGEMENT FÜHRT ZU HÖHERER UND

LÄNGER ANHALTENDER WERBEAKZEPTANZ

Durchschnittliche Werbe-Engagement-Werte auf Snapchat

1.6X

höher als auf Facebook

1.5X

höher als auf TikTok

1.5X

höher als auf Instagram³

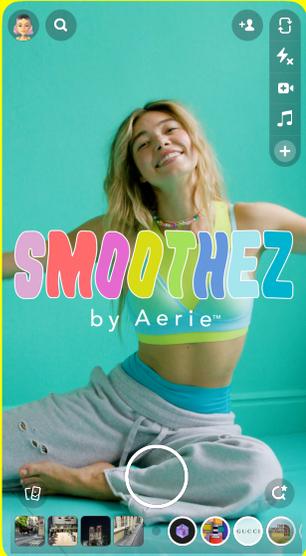




Wie man die Magie von feierlichen Momenten nutzt

73%
der Verbraucher*innen
in Deutschland sind
daran interessiert, AR zu
nutzen, um vor dem
Kauf mit einem Produkt
zu interagieren.¹

**Ziehe ihre
Aufmerksamkeit
mit Videoanzeigen
auf dich**



Vollformat-Videos ziehen nicht nur die Aufmerksamkeit der Verbraucher*innen auf sich, sondern halten diese auch.

**Fördere
das Einkaufen
mit
AR Try-On**



AR ermöglicht es dir, ein Produkt an deinem Körper oder in deinem Zimmer auszuprobieren, ohne das zu Hause verlassen zu müssen.

**Kombiniere
Anzeigenformate
für die besten
Ergebnisse**



Kombinierte Snap Ads und gesponserte AR-Lenses steigern die unteren Funnel-Metriken.²

**Erfasse
maximale
Aufmerksamkeit
im ersten Moment**



First Story, First Lens und First Commercial maximieren die Aufmerksamkeit der Snapchatter*innen.

Snapchatter*innen sind zu

34%

eher bereit, beworbene
Produkte zu kaufen.³



¹Snap Augmentality Shift DE Bericht

²Verglichen mit ausschließlicher Nutzung von Snap Ads. 2022 Kantar Länder-Ebene und Tentpole Moments Meta-Analyse im Auftrag von Snap Inc.

³2022 Neuro-Insights Studie im Auftrag von Snap Inc.