



Früher als je zuvor

Weihnachten 2020

Pinterest-Nutzer suchen und merken sich früher als je zuvor
Ideen rund um Weihnachten.

Finde heraus, warum das so ist – und inwiefern das für
deine Marke wichtig ist.



Weihnachten 2020: Früher und *anders* als je zuvor

Normalerweise beginnen Pinterest-Nutzer im September mit der Planung ihres Weihnachtsfestes.

Doch in diesem Jahr suchen und merken sie sich bereits viel früher Inspiration für die Festtage – nämlich schon seit April.

Woher kommt dieser Wandel? 2020 ist ein schwieriges Jahr – und Konsumenten sehnen sich nach der Gemütlichkeit der Feiertage. Sie möchten, dass dieses Weihnachten feierlicher als je zuvor wird. Dafür wünschen sie sich die Unterstützung von Marken.

Hier zeigen wir dir, wie du rechtzeitig startklar bist für die früheste Weihnachtssaison aller Zeiten. Erreiche deine Zielgruppe als Erstes – und zwar vor deinen Wettbewerbern – und sichere dir so einen Platz ganz oben auf ihrer Liste, wenn die Zeit der Weihnachtseinkäufe gekommen ist.

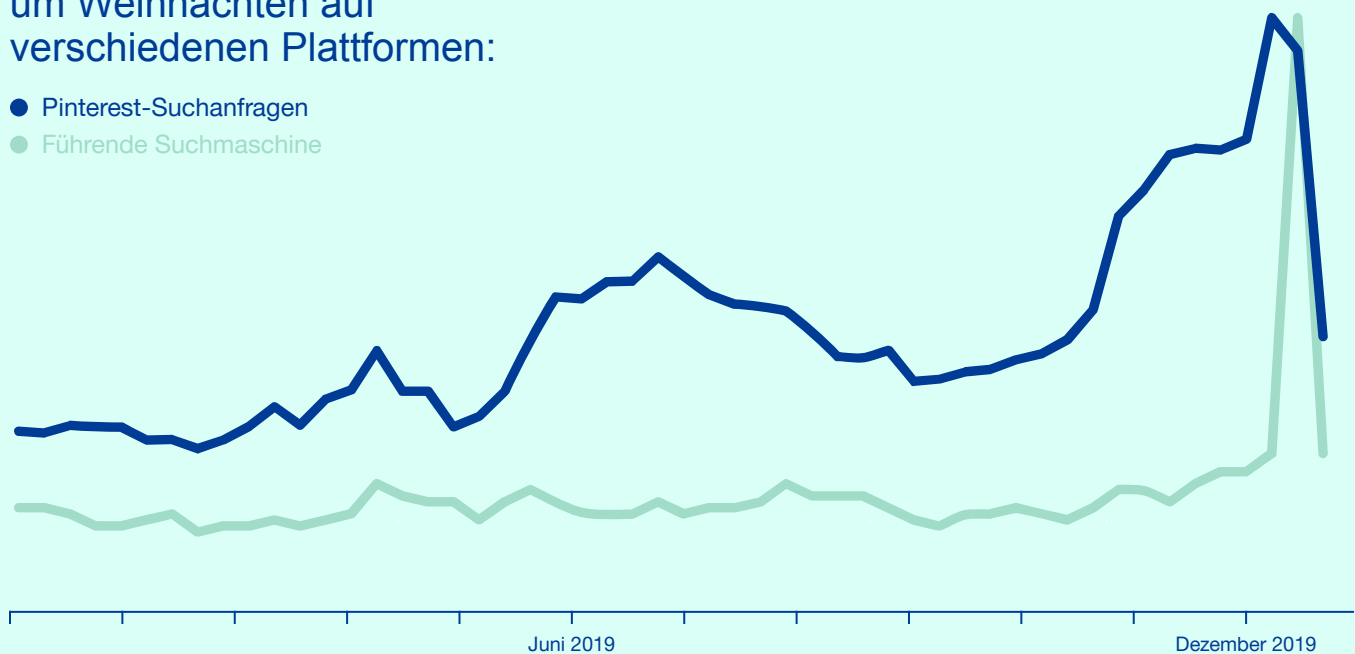


Mache dich startklar

Die Nutzer haben mit der Weihnachtsplanung und den Weihnachtseinkäufen auf Pinterest schon immer früher begonnen als auf anderen Suchmaschinen. In diesem Jahr beginnen die weihnachtlichen Suchanfragen jedoch früher als je zuvor.

Indexierung von Suchtrends rund um Weihnachten auf verschiedenen Plattformen:

- Pinterest-Suchanfragen
- Führende Suchmaschine



In der Grafik oben kannst du sehen, dass die Suchanfragen zum Thema Weihnachten 2019 auf Pinterest schon im Juni und Juli ausschlagen.² Im Vergleich dazu: Die weihnachtsbezogenen Suchanfragen bei einer führenden Suchmaschine steigen erst im Dezember deutlich.² Nutzer haben auf Pinterest schon immer früher mit der Weihnachtsplanung begonnen als auf anderen Plattformen.

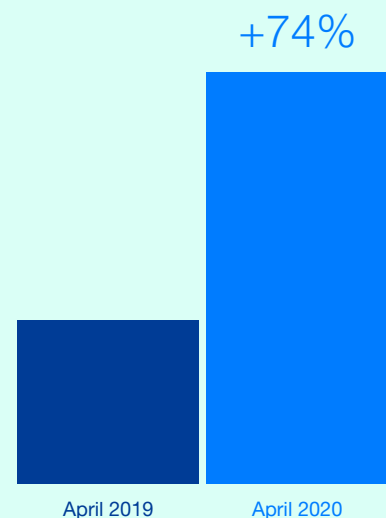
In diesem Jahr aber sind sie früher dran denn je. Wie du in der Grafik zum Suchvolumen auf der rechten Seite sehen kannst, **waren die Suchanfragen auf Pinterest im April 2020 74 % höher als im April 2019.**¹

Zu diesem Trend gehören auch die Suchanfragen nach „Bastelideen Weihnachten“, die um das 3,5-Fache gestiegen sind – 8 Monate vor Dezember! Andere Suchanfragen rund um Weihnachten wie „Weihnachten Dekoration“ sind um mehr als 86 % gestiegen. In diesem Jahr gilt sowohl für die Planenden als auch für die Marken, die sie erreichen möchten, gleichermaßen: Wer früh startet, ist genau rechtzeitig dran.

Wenn du die Menschen als *Erstes* erreichst, kannst du dir einen Platz ganz oben auf ihrer Liste sichern, wenn ihr nächster Kauf ansteht. 83 % der wöchentlich aktiven Nutzer haben schon einmal basierend auf den Inhalten von Marken, die sie auf Pinterest gesehen haben, ein Produkt gekauft.³ Außerdem nutzen Weihnachtseinkäufer Pinterest als Full-Funnel-Lösung von der Planung bis zum Kauf. Und du?

Suchvolumen auf Pinterest

Einschließlich *Weihnachten, Bastelideen Weihnachten, Aquarelle Weihnachten, Weihnachten Dekoration*¹



1 Interne Pinterest-Daten, April 2019 im Vergleich zu April 2020, Deutschland

2 Daten von Pinterest sowie öffentlich zugängliche Daten Dritter, Januar 2019–2020, weltweit

3 GfK, USA, Pinterest Path to Purchase Study among Weekly Pinners who use Pinterest in the Category, November 2018

Konsumenten wünschen sich die Unterstützung von Marken

Unsere aktuellen Untersuchungen zeigen, dass Pinterest-Nutzer Weihnachten dieses Jahr noch etwas besonderer gestalten möchten. Außerdem bitten sie Marken *ausdrücklich* um Hilfe bei den frühen Vorbereitungen auf dieses besondere Weihnachtsfest.

So planen Nutzer das Weihnachtsfest und machen es noch bedeutsamer – in ihren eigenen Worten:

„Ich möchte das Weihnachtsessen vorbereiten, den Weihnachtsbaum schmücken, das Haus dekorieren – alles weihnachtlich gestalten – so wie auf den Coverbildern der alten Weihnachtsschallplatten. Ich möchte unsere engste Familie und unsere engsten Freunde hier versammeln. Wir werden es uns gemütlich machen und richtig in Weihnachtsstimmung kommen. Schnee wäre auch toll, aber das liegt leider nicht in meiner Hand!“

Nutzerin, 30–39²

„Ja, es gibt gerade viele Probleme auf der Welt – aber es ist schließlich Weihnachten. Wir sind lebendig und gesund. Ich möchte gerne, dass wir gemeinsam Spaß haben, dankbar sein und uns am Leben erfreuen können. Ich möchte auch, dass wir dankbar für die gemeinsame Zeit sind, die wir friedlich und gesund miteinander verbringen können.“

Nutzerin, 50–59²

„Ich glaube, das Wichtige sind all die kleinen Momente. Auch wenn sich die Welt gerade merkwürdig und fremd anfühlt: Man kann weiterhin einen Ort voller Vertrautheit, Sicherheit und Freude schaffen. Zum Beispiel durch einen Videoanruf, um zu sehen, wie meine Familie das Haus dekoriert hat. Oder eine gemeinsame virtuelle Bescherung.“

Nutzer, 30–39²

50%

Weltweit geben etwa die Hälfte der Nutzer an, dass sie sich Unterstützung von Marken wünschen, um Weihnachten „noch etwas besser“ machen zu können.¹

Wo können sich Marken authentisch einbringen? Nunja, Nutzer suchen bereits nach „Weihnachten Dekoration“ und „Nähideen Weihnachten“. Sie wünschen sich die Hilfe von Marken – sogar in den persönlichsten Momenten:

4 von 10 Nutzern sagen, dass sie von Marken Unterstützung dabei möchten, sich einander näher zu fühlen und besondere Momente mit der Familie in diesem Jahr zu schaffen.¹

Wie du die Erkenntnisse für dich nutzt

Bereits vor der Pandemie gab es einen Trend hin zu umweltfreundlicheren Gewohnheiten. Unsere Untersuchung hat gezeigt, dass Nutzer jetzt noch achtsamer sind als je zuvor – sie möchten weniger Abfall verursachen, bewusster einkaufen und bessere Entscheidungen treffen.

Dabei erwarten Menschen auch von Unternehmen, dass sie ihren Teil leisten. 58 % der Pinterest-Nutzer sind der Meinung, dass Unternehmen sich nachhaltiger und umweltfreundlicher verhalten sollten.³ 54 % der Pinner reduzieren ihre Nutzung von Wegwerfprodukten aus Plastik.³

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um authentische und nachhaltige Beziehungen zu deinen Kunden aufzubauen und so die Loyalität gegenüber deiner Marke zu stärken.

¹ Interne Pinterest-Daten, Anket-In-App-Umfrage, befragte Länder: USA, Kanada, Deutschland, Frankreich, Australien, Vereinigtes Königreich

² UserTesting.com, weltweit, „Consumer Predictions for Holiday 2020“, Selbstangaben von monatlichen Nutzern, die gleichzeitig für Weihnachten planen und die Planung umsetzen, Mai 2020

³ GWI, 19.–26. Mai, Deutschland: Hat sich die Bedeutung dieser Dinge für dich aufgrund des Coronavirus verändert?



Klein, aber fein

Nutzer haben schon immer wichtige Feiertage auf Pinterest geplant. In diesem Jahr planen sie aber sogar die "kleinen Feiertage" so, als wären sie ganz groß.

Durch die Pandemie könnte es in diesem Jahr schwerer sein, geliebte Menschen zu sehen und zu erreichen als in den letzten Jahren. Daher planen Pinterest-Nutzer kleine Zusammenkünfte mit Freunden und Familie im Advent oder zu Anlässen wie "Friendsgiving".

„Für mich dreht sich bei Friendsgiving alles um das Gefühl des Beisammenseins und der Gemeinschaft. Wir können uns daran erinnern, dass wir alle für einander da sind. Das Fest sorgt für ein Gefühl von Familie außerhalb der tatsächlichen Verwandtschaft.“

Nutzerin, 28¹

Wie du die Erkenntnisse für dich nutzt

Ziehe in Betracht, kleinere Momente wie Friendsgiving, Advent oder den Nikolaustag zu besetzen.

Sabra, ein US-amerikanisches Unternehmen für Dips und Brotaufstriche, hat letztes Jahr eine Aktivierungsaktion an Friendsgiving durchgeführt, mit der sie 47 Mio. Impressions generieren konnten. Das zeigt, welchen Effekt auch kleinere Feiertage haben können.

¹ Usertesting.com, weltweit, „Consumer Predictions for Holiday 2020“, Selbstangaben von monatlichen Nutzern, die gleichzeitig für Weihnachten planen und die Planung umsetzen, Mai 2020

Sei präsent für deine Zielgruppe

Shopping wird dieses Jahr zum Großteil online stattfinden. Die Konsumenten haben daher höhere (Funnel-)Erwartungen an den E-Commerce. Diese drei Erkenntnisse gingen aus unserer Weihnachtsstudie 2020 hervor:

1. **Pinterest-Nutzer tun sich selbst dieses Jahr mit größerer Wahrscheinlichkeit etwas Gutes. Sie kaufen ein Geschenk für sich selbst.**

Mit einer 30 % höheren Wahrscheinlichkeit als als Nicht-Pinner beschenken sich Pinner dieses Weihnachten selbst.

Wie du die Erkenntnisse für dich nutzt

Das Beschenken Anderer steht natürlich im Mittelpunkt. Aber konzentriere dich nicht nur darauf. Nutze auch die Käufe, die Nutzer möglicherweise für sich selbst machen. Bringe ihnen den Wert von Self-Care, Beauty und Gesundheit in diesen Zeiten näher.



2. **Pinterest-Nutzer sorgen sich um logistische Faktoren wie Versandgeschwindigkeit, Zustelltermine und Kundenservice.**

„Normalerweise würde ich [mit den Weihnachtseinkäufen] mindestens ein bis zwei Wochen [vor dem Fest] starten. Ich denke, dass ich dieses Jahr mindestens ein bis zwei Wochen, vielleicht sogar einen Monat früher anfangen.“

Nutzer, 30–39¹

Wie du die Erkenntnisse für dich nutzt

Nutzer wissen ganz genau, was sie von Marken in diesem Jahr erwarten. Zeige ebenso deutlich, was du ihnen anbieten kannst. Gibt es bei dir kostenlosen Versand oder einen garantierten Zustelltermin? Vielleicht einen Probezeitraum von 30 Tagen? Lass es sie wissen und nimm ihnen die Sorgen! Am besten sofort.



3. **Nutzer verwenden weniger und nachhaltigere Produkte und versuchen, Abfall zu vermeiden.**

„Abfall ist wirklich ein großes Thema. Ich bemühe mich also, meinen Teil beizutragen, indem ich recycle und keine Produkte verschwende.“

Nutzerin, 25–34²

Wie du die Erkenntnisse für dich nutzt

Bevorzuge recycelbare, kompostierbare oder wiederverwendbare Verpackung und vermeide Einwegverpackungen aus Kunststoff.

1 Useresting.com, weltweit, „Consumer Predictions for Holiday 2020“, Selbstangaben von monatlichen Nutzern, die gleichzeitig für Weihnachten planen und die Planung umsetzen, Mai 2020

2 GWI, 19.–26. Mai, Deutschland: Hat sich die Bedeutung dieser Dinge für dich aufgrund des Coronavirus verändert?



Verstehe deine Zielgruppe und gehe auf sie ein

Nicht jeder Nutzer ist gleich. Hier zeigen wir dir, wie ein paar der aktivsten Zielgruppen ticken, die uns in unseren Daten von 2020 aufgefallen sind. Wir zeigen dir auch beispielhafte Pins, die auf ihre individuellen Bedürfnisse eingehen. Nutze dies als Inspiration für deine kreative Strategie und denke daran, dich an den Pinterest-Best Practices zu orientieren, um Nutzer effektiv zu erreichen und Interaktionen mit deiner Marke zu steigern.

- 1 Für die "frühen Planer"
- 2 Für die Traditionalisten
- 3 Für die "Sich-Selbst-Beschenker"
- 4 Für die Neulinge unter den Gastgebern
- 5 Für Liebhaber praktischer Versandoptionen
- 6 Für die ganz besonderen Partyplaner

Weihnachtliche Denkanstöße

Deine Marke kann Nutzern dabei helfen, sich im Wandel der Zeiten und Umstände zurechtzufinden und gleichzeitig ein ganz besonderes Weihnachtsfest zu kreieren.

Wir haben uns die verschiedenen Kategorien auf Pinterest angeschaut, um dir ein paar Denkanstöße für deine kreative Gestaltung, deine Keywords und deinen Mediaplan zu geben.

Lebensmittel

Das Schenken unter Freunden und Nachbarn ist in Deutschland ganz groß – und Lebensmittelgeschenke kommen dabei immer gut an. Zeige Nutzern, wie sie weihnachtlich-bunte Präsentkörbe und Aufmerksamkeiten aus Lebensmitteln zusammenstellen können oder bewerbe besondere Rabattaktionen und Gutscheinkarten.

Restaurants

Die Nutzer überlegen sich schon jetzt, wie sie ihre Weihnachtsfeier zu etwas ganz Besonderem machen können – dazu gehört auch das Menü. Inspiriere Ideensuchende mit aufregenden Menüs und Gerichten für Weihnachten, die sie sich liefern lassen oder als Catering bestellen können.

Automobil

Die Feiertage sind die beliebteste Saison, um einen neuen fahrbaren Untersatz zu kaufen. Zeige Nutzern, warum dein Elektroauto perfekt in ihren umweltbewussten Lifestyle passt. So denken sie als Erstes an deine Marke, wenn sie entsprechende Pins auf ihre Wunschliste setzen.

Reisen

In Zeiten, in denen Reisen möglicherweise nur begrenzt möglich ist, träumen Nutzer weiterhin von ihren Lieblingsreisezielen. Erstelle Inhalte und inspiriere Kunden genau da, wo sie sind. Die Magie ihrer Lieblingsorte holst du so zu ihnen nach Hause.

Finanzdienstleistungen

Während Nutzer die Feiertage mit toller Deko und festlicher Kleidung feiern, denke weiterhin daran, dass das Budget eine große Rolle für sie spielt. Komme ihnen mit Rabatten entgegen oder überzeuge sie mit Kreditkartenangeboten und Prämienpunkten.

Handel

Manche Nutzer möchten ihre Weihnachtseinkäufe dieses Jahr vor Ort in den Geschäften erledigen. Andere werden alle Geschenke online kaufen. Sie haben aber alle Eines gemeinsam: Sie wünschen sich inspirierende Ideen. Hilf ihnen dabei, orts- und markenunabhängig neue Dinge und Produkte zu entdecken – auf Pinterest.

Zuhause

Nach Monaten der Einschränkungen und Ungewissheit brauchen wir „gemütliche Weihnachten“ dieses Jahr mehr denn je. Biete Pinnern einfache, schöne Dinge, wie Duftkerzen, Strickdecken und kuschelige Wohndeko, mit denen sie sich Gemütlichkeit und Freude nach Hause holen können.

Mode

Da viele Menschen dieses Jahr von zu Hause aus arbeiten, ist Freizeitkleidung zur Norm geworden. Unsere Daten zeigen uns aber, dass sich die Nutzer darauf freuen, sich an den Feiertagen richtig schick zu machen. Lass' ihre Garderobe in neuem Glanz erstrahlen, indem du Outfits aus besonderen Stoffen und festliche Styles präsentierst. Vergiss dabei die auffälligen Ohrhinge nicht: Auch bei virtuellen Weihnachtspartys braucht ein*e Jede*r ein Statement-Accessoire.

Telekommunikation

Nutzer suchen schon jetzt nach Inspiration für das perfekte Weihnachts-Erinnerungsfoto. Bewirb Kameraausrüstung und neue Smartphones mit hoher Auflösung und hilf ihnen so dabei, das Familienporträt ihrer Träume aufzunehmen.

Unterhaltung

Die Nutzer erfreuen sich schon im Juli an etwas Weihnachtsstimmung: Die Suchanfragen nach Weihnachtsfilmen schießen bereits in die Höhe. Nutze dieses Interesse und zeige früh auf Pinterest Trailer für Filme, die an Weihnachten herauskommen. Hebe hervor, welche Weihnachtsklassiker sie streamen können, wenn wir uns der Weihnachtszeit immer mehr nähern.

Beauty

Sorge für Inspiration beim Weihnachts-Make-up der Nutzer. Von subtilen Gold- und Silbertönen bis hin zu tiefem Blau – Farbe und Extravaganza sind gefragt. Und vergiss nicht, die "Sich-Selbst-Beschenker" anzusprechen, die noch nach dem passenden Geschenk für unter ihrem eigenen Weihnachtsbaum suchen.



Deine Wunschliste für die Weihnachtsvorbereitung

Wir kehren zwar langsam zur Normalität zurück, Pinterest-Nutzer erwarten aber dennoch auch von Marken, dass sie die „neue Normalität“ widerspiegeln. Denke beim Planen deiner Inhalte an folgende vier Dinge:

- Dieses Weihnachten ist besonders.
2020 ist ein hartes Jahr. Menschen auf der ganzen Welt haben uns mitgeteilt, dass ihnen die Feiertage in diesem Jahr wichtiger sind als in den Jahren davor.
- Wenn du noch nicht über deine Weihnachtsplanung nachdenkst, bist du spät dran.
Die Suchanfragen für Weihnachten sind bereits auf dem Vormarsch. Wenn du die Marke bist, die Nutzer in diesem Jahr als Erstes entdecken, sicherst du dir einen Platz ganz oben auf ihrer Einkaufsliste für die Feiertage.
- E-Commerce muss inspirieren.
Zeige Konsumenten inspirierende Produktbilder, mit denen du das In-Store-Erlebnis simulierst.
- Bringe deine Botschaft laut und deutlich rüber.
Logistikfaktoren wie Lieferbedingungen und Versandzeiten sind in diesem Jahr wichtiger als sonst. Teile proaktiv mit, wie deine Marke auf Bedenken wie diese eingeht.



Weihnachten hat schon
immer auf Pinterest
begonnen. Aber dieses Jahr
geht es früher los als je zuvor.

Wenn du die Marke bist, die Pinner in
diesem Jahr als Erstes entdecken,
sicherst du dir einen Platz ganz oben auf
ihrer Liste, wenn die Zeit der
Weihnachtseinkäufe gekommen ist.

Unterstütze deine Zielgruppe dabei, früh in
Weihnachtsstimmung zu kommen

– auf Pinterest.