



Peak-Season Playbook 2025

Insights und Strategien für die
umsatzstärkste Zeit des Jahres



Inhalt & Intro

01	Peak-Season 2025: Nachfrage steigern. Freude schenken.	02
02	Rund jede*r Zweite geht bereits bis Oktober auf Geschenkesuche	03
03	eBay Peak-Season-Test: Sind Sie startklar für die nachfragereichste Zeit des Jahres?	04
04	Nachfrage-Peaks: Diese Produkte starten vor der Cyber Week durch	04 - 09
05	Checkliste für die Geschenke-Saison zur optimalen Vorbereitung	10 - 11
06	Rabatte zahlen sich aus	12
07	Überblick: Mit Verkaufsaktionen und Werbelösungen erfolgreich in die Peak-Season durchstarten	13
08	Übersicht: Anzeigen-Werbung bei eBay	14
09	4 Extra-Tipps für erfolgreiche eBay-Geschäfte	15

01

Peak-Season 2025: Nachfrage steigern. Freude schenken.

Das Weihnachtsgeschäft hat der Handel in der Regel fest eingeplant. Doch was viele übersehen: Die sogenannte Peak-Season startet sehr viel früher. Bereits in den Monaten vor der Cyber Week Ende November wächst die Nachfrage in sämtlichen Produktkategorien. Ob Elektronik, Sammeln & Spielzeug, Mode & Accessoires, Haus & Garten oder Fahrzeugteile & -zubehör: Ab Anfang September verzeichnen wir bei eBay deutliche Peaks, auch bei Pre-Loved- und Refurbished-Produkten – lange bevor die klassische Weihnachtssaison startet.

Für Händler*innen bietet die Peak-Season 2025 damit eine ideale Möglichkeit, ihren Absatz bei eBay zusätzlich zu pushen. Wie Sie dies am erfolgreichsten angehen, zeigen wir in diesem Playbook: Hier erfahren Sie, wann die Verkaufszahlen anziehen, welche Nachfrage-Uplifts in den Kategorien wichtig werden und wie Sie mit unseren effizienten Marketing-Tools, wie Verkaufsaktionen und Werbelösungen, für erhöhte Sichtbarkeit und gesteigerte Verkaufschancen sorgen.

Wir wünschen einen erfolgreichen Start in die umsatzstärkste Zeit des Jahres!

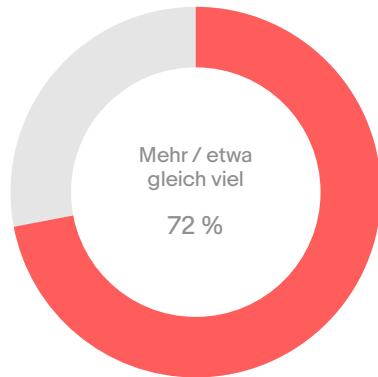
02

Rund jede*r Zweite geht bereits bis Oktober auf Geschenkesuche

Früher Startschuss ins Weihnachtsgeschäft: Laut einer aktuellen Umfrage¹ steigt nahezu die Hälfte der Konsument*innen in Deutschland, die in diesem Jahr Weihnachtspräsenz kaufen möchten, bis spätestens Oktober ins Geschenkeshopping ein. Das Weihnachtsbudget bleibt dabei bei nahezu 75 Prozent stabil.

Weihnachtsbudget 2025

Mehr als 70 Prozent der Geschenkekäufer*innen planen in diesem Jahr genauso viel oder mehr Geld auszugeben als 2024



Start der Geschenkesuche

Mit dem Geschenkeshopping haben bis Oktober bereits rund die Hälfte der Geschenkekäufer*innen losgelegt

Früh im Jahr (bis August)



Im Herbst (September bis Oktober)



Im November



Quelle: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 09. bis 10. Juli 2025 2.500 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt. Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen.



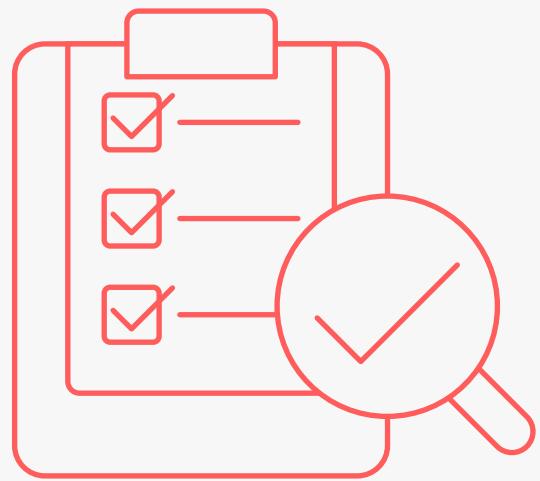
03

eBay Peak-Season-Test: Sind Sie startklar für die nachfragereichste Zeit des Jahres?

Wo steht Ihr Unternehmen auf dem Weg zur erfolgreichen Peak-Season 2025? Finden Sie es heraus: mit dem eBay Peak-Season-Test!

Vom Lagerbestand bis zum Retourenmanagement: Mit unserem Test überprüfen Sie ganz einfach, in welchen Bereichen Sie bereits gut aufgestellt sind und wo noch Potenzial zur Optimierung besteht – damit Sie die umsatzstärkste Zeit des Jahres optimal nutzen können.

Ganz nach dem Motto: Nachfrage steigern. Freude schenken.



Jetzt Test machen

04

Nachfrage-Peaks: Diese Produkte starten vor der Cyber Week durch

Typische Weihnachtsklassiker wie Nikolausstiefel, Weihnachtskarten oder Adventskalender werden ab Ende Oktober² verstärkt nachgefragt. Die Peak-Season 2025 startet jedoch schon ab Anfang September: Auf den kommenden Seiten erfahren Sie, welche Produkte in den Kategorien Elektronik, Sammeln & Spielzeug, Fashion und Haus & Garten in den drei Monaten vor der Cyber Week ihre Shopping-Hochphasen erreichen.

Produkte mit besonders frühen Peaks²



Elektronik
Standalone-VR Brillen mit rund +80 % in KW36



Kleidung & Accessoires:
Ketten & Anhänger mit rund +30 % in KW36



Sammeln & Spielzeug
Walkie-Talkies mit rund +20 % in KW36



Haus & Garten
Wintergärten mit rund +100 % in KW37



Motors
Aufsteckspiegel mit rund +250 % in KW36

Peak-Season 2025:

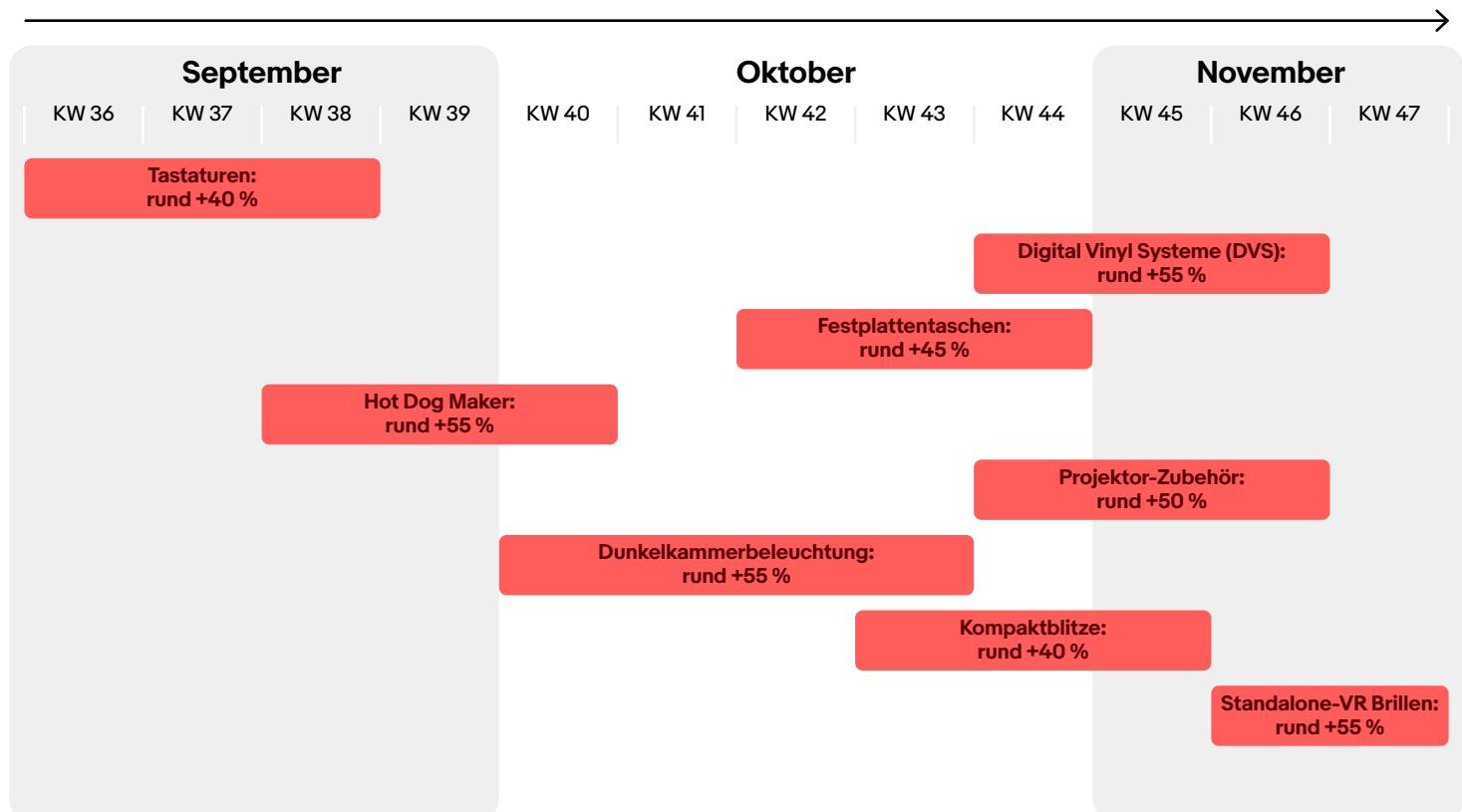
Welche Produkte bereits vor der Cyber Week gefragt sind

Elektronik:

Erhöhte Absatzchancen bei diesen Tech-Produkten

Händler*innen aus dem Bereich Elektronik sollten die erhöhte Produktnachfrage vor der Cyber Week unbedingt für sich nutzen - auch für Refurbished-Produkte. Übrigens: Elektronikartikel und Gadgets zählen für 12 Prozent der Konsument*innen zu den bevorzugten Weihnachtsgeschenken.³

Alle wichtigen Elektronik-Peaks² auf einen Blick



Experten-Tipp

„Zur Identifizierung gefragter Artikel für die kommende Verkaufssaison nutzen Sie die [Produktrecherche im Verkäufer Cockpit Pro](#). Dort erhalten Sie Einblicke in aktuelle Produkttrends, können übliche Verkaufspreise mit Ihren Einkaufskonditionen abgleichen und Abverkaufszahlen analysieren, um das Potenzial Ihrer Artikel präzise einzuschätzen. Für eine maximale Reichweite empfiehlt sich das [Advertising Cockpit](#): Es bietet wertvolle Insights zu Trends und konkrete Empfehlungen, um den Traffic auf Ihre Angebote gezielt zu steigern.“

Fabian, Account Manager Electronics

Peak-Season 2025:

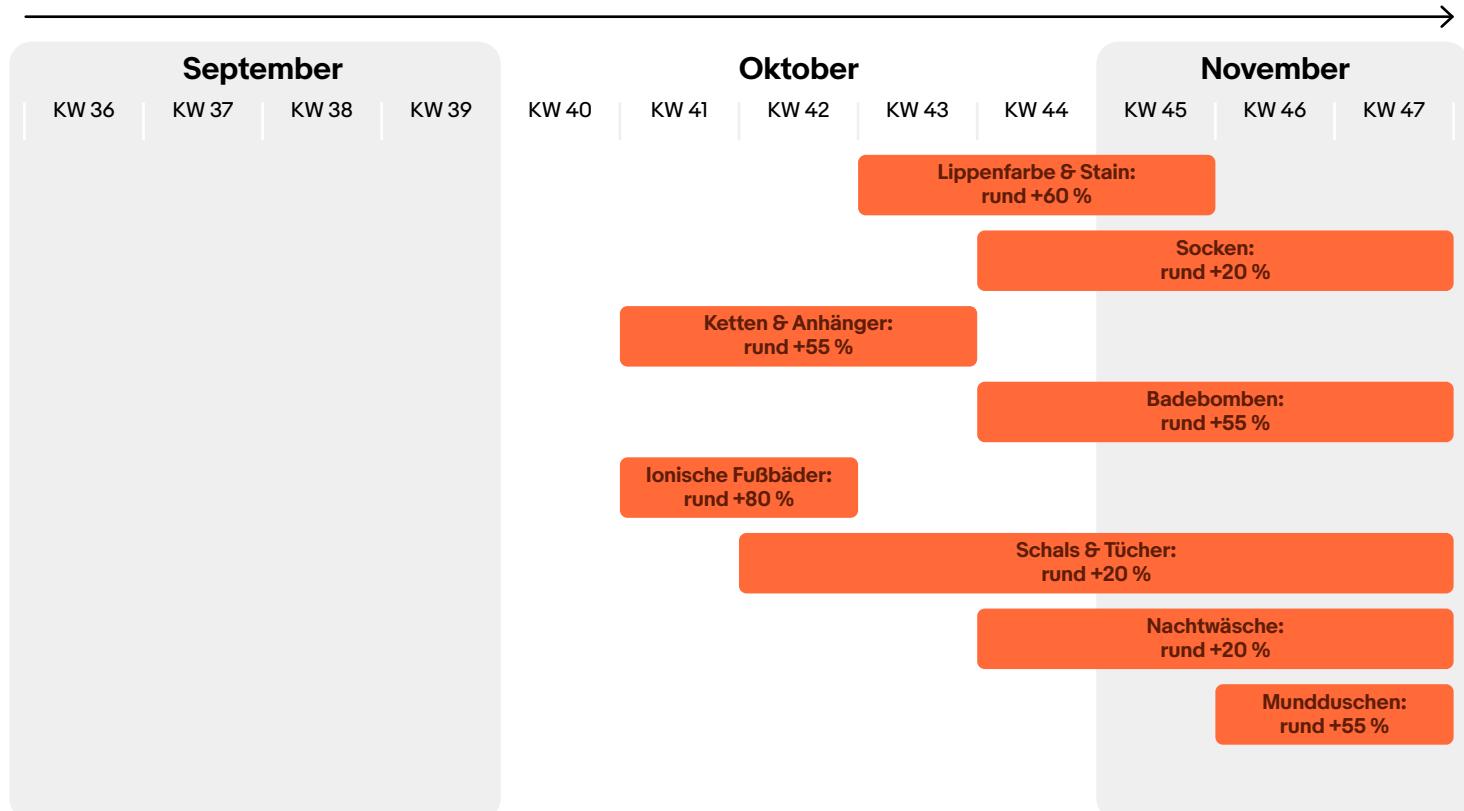
Welche Produkte bereits vor der Cyber Week gefragt sind

Kleidung & Accessoires:

Mehr verkaufen mit diesen Mode-Peaks

In der Fashion-Kategorie zeigen sich für Händler*innen vor der Cyber Week enorme Umsatzpotenziale – von Kleidung & Accessoires über Beauty & Gesundheit bis zu Pre-Loved-Produkten. Und der Countdown bis Weihnachten läuft: 13 Prozent der Konsument*innen wollen Kleidung und Schuhe verschenken.³

Alle wichtigen Fashion-Peaks² auf einen Blick



Expertinnen-Tipp

„In der Peak-Season, mit Retail-Anlässen wie Back to School, Cozy Season und Cyber Month, sind Sichtbarkeit und attraktive Preisangebote entscheidend. Nutzen Sie [Marketing-Tools](#) wie Gutscheinaktionen oder Multi-Rabatte, um Kunden anzulocken. Steigern Sie die Reichweite dieser Aktionen durch [Shop-Anzeigen](#) und Newsletter.“

Tomke, Account Manager Fashion

Peak-Season 2025:

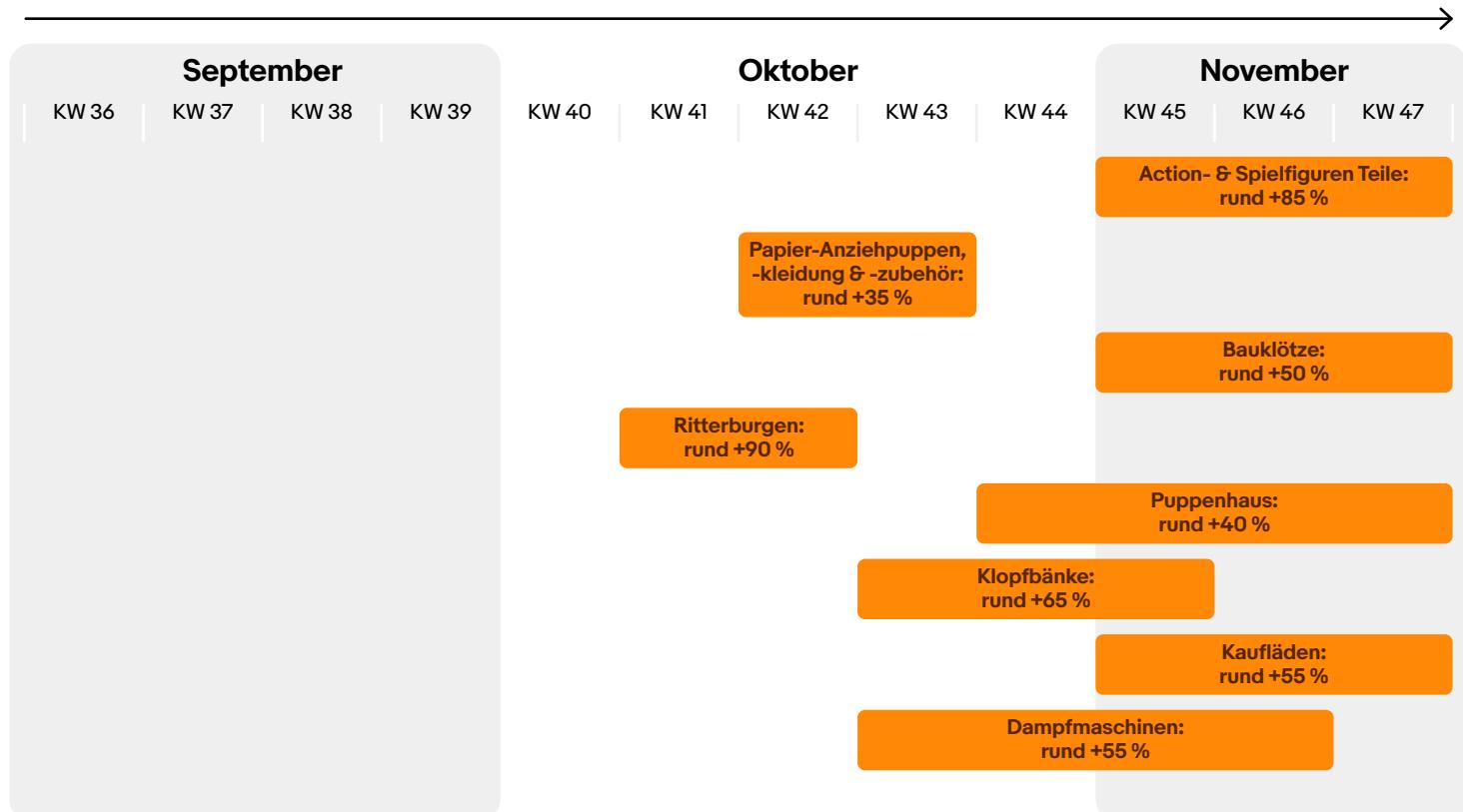
Welche Produkte bereits vor der Cyber Week gefragt sind

Sammeln & Spielzeug:

Nachfrage-Peaks für mehr Umsatz

Für Händler*innen aus den Kategorien Sammeln & Spielzeug können sich die Shopping-Höhepunkte vor der Cyber Week zum echten Erfolgsgaranten entwickeln. Hinzu kommt das klassische Weihnachtsgeschäft: 16 Prozent der Konsument*innen wollen Spielzeug verschenken.³

Alle wichtigen Sammeln & Spielzeug-Peaks² auf einen Blick



Expertinnen-Tipp

„Nutzen Sie die Hochsaison, indem Sie Ihre Artikel so sichtbar und attraktiv wie möglich präsentieren. Achten Sie auf vollständig gepflegte Artikelmerkmale (z. B. Marke, Altersempfehlung, Themenwelt) und nutzen Sie zeitlich begrenzte [Rabattaktionen oder Multi-Rabatte](#), um die Kaufentscheidung zu beschleunigen. Setzen Sie außerdem auf kostenlose oder schnellen Versand.“

Steffi, Account Manager Collectibles & Toys

Peak-Season 2025:

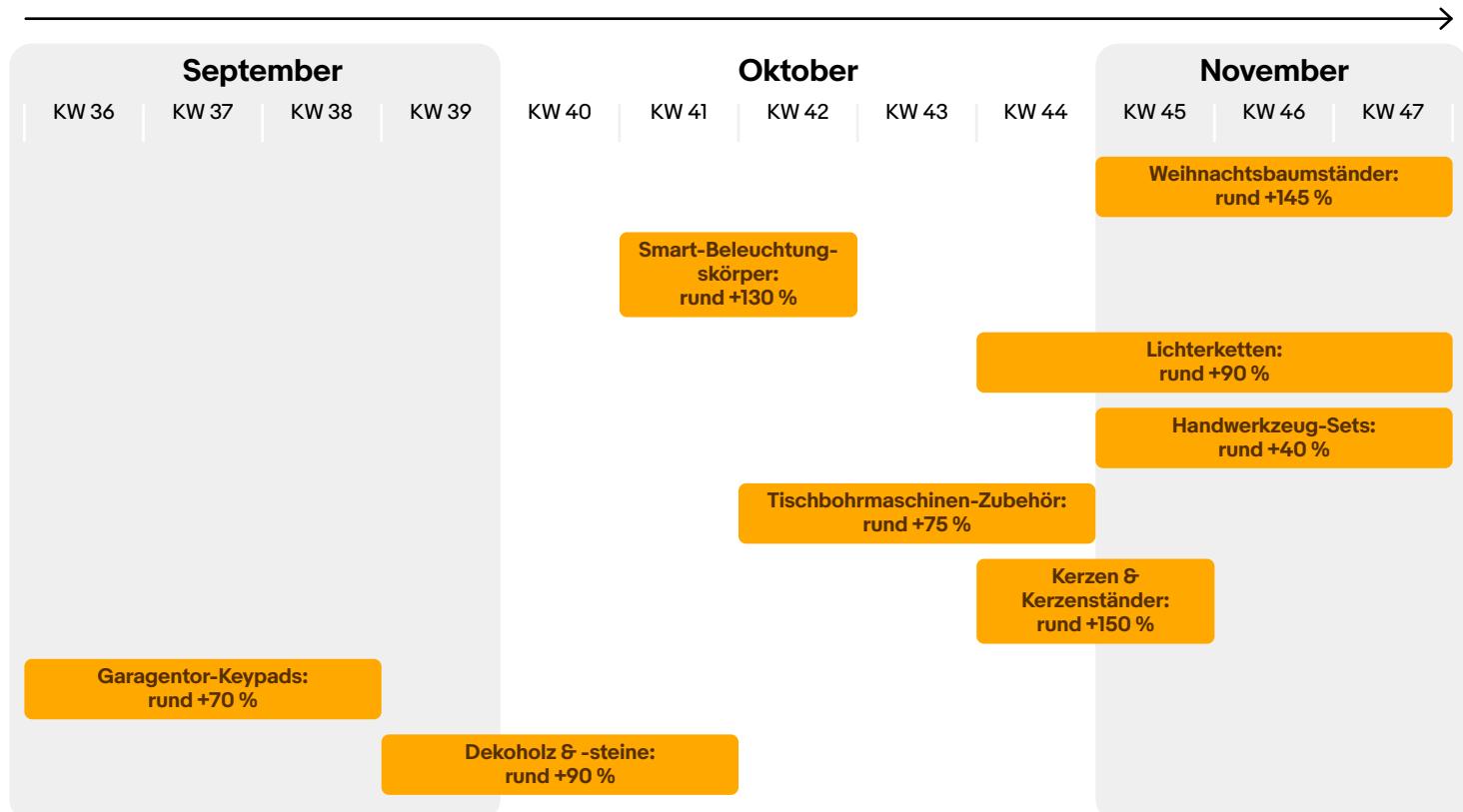
Welche Produkte bereits vor der Cyber Week gefragt sind

Haus & Garten:

Diese Peaks pushen die Verkaufszahlen

In der Kategorie Haus & Garten zeigt sich vor der Cyber Week bei vielen Produkten eine vielversprechende Nachfrage. 5 Prozent der Konsumentinnen planen zudem, Einrichtungs- und Küchengegenstände zu Weihnachten zu verschenken.³

Alle wichtigen Haus & Garten-Peaks² auf einen Blick



Experten-Tipp

„Laden Sie den [Traffic-Bericht](#) aus dem Performance Tab im Verkäufer Cockpit Pro herunter und analysieren Sie den Top20 Share Ihrer Fokusartikel. In Spalte J finden Sie die Top 20 Such-Impressions auf der Suchergebnisseite, die anzeigen, wie häufig Ihre Artikel in den oberen Suchergebnissen erscheinen. Liegt der Share Ihrer Fokusartikel unter 70 %, empfiehlt es sich, Premium-Anzeigen gezielt einzusetzen, um die Sichtbarkeit dieser Artikel zu erhöhen und den Abverkauf zu optimieren.“

Felix, Account Manager Home & Garden

Peak-Season 2025:

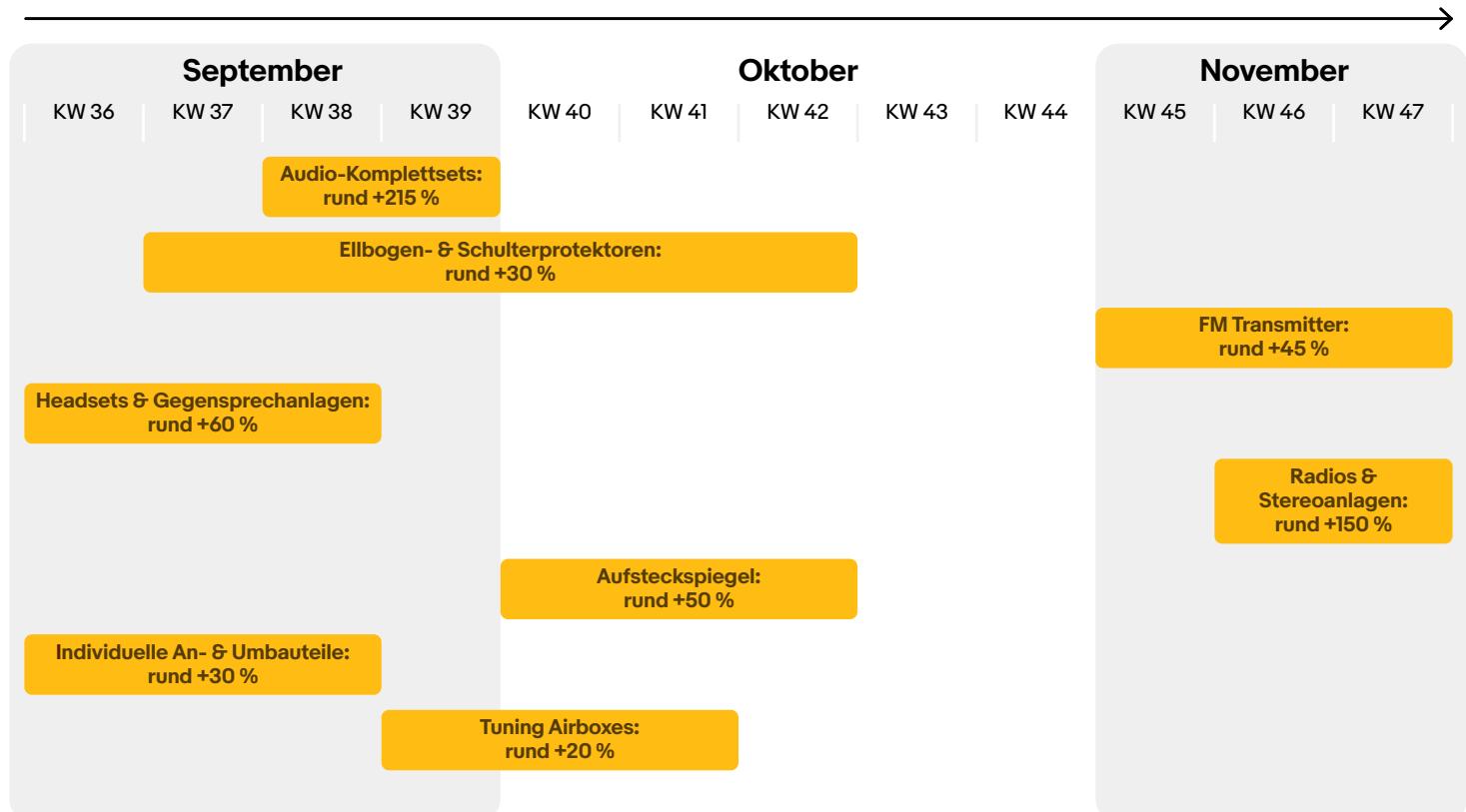
Welche Produkte bereits vor der Cyber Week gefragt sind

Motors:

Wachsende Nachfrage für steigende Umsätze

In der Kategorie Motors steigt die Nachfrage schon ab September merklich an. Auch wenn Fahrzeug-Zubehör nicht zu den klassischen Weihnachtsgeschenken gehört: Händler*innen aus dem Bereich können von der Wintervorbereitung profitieren.

Alle wichtigen Motors-Peaks² auf einen Blick



Experten-Tipp

„Steigern Sie Ihre Sichtbarkeit in der Peak-Season, indem Sie eigene Gutscheine als starkes [Marketing-Tool](#) einsetzen. Kombinieren Sie diese mit [Shop-Anzeigen](#), um Ihre Gutscheine gezielten ‘Top-of-Search’ prominent zu platzieren. So ziehen Sie die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden direkt auf Ihre Angebote, erhöhen die Klickrate und können Ihren Verkaufserfolg maximieren.“

Peter, Account Manager Parts & Accessories

05

Checkliste für die Geschenke-Saison

Von der strategischen Vorbereitung im Sommer bis zur Retourenplanung im Dezember – dieser Zeitplan führt Sie Monat für Monat durch alle wichtigen Aufgaben. Nutzen Sie die Checkliste, um von der Lagerlogistik über Verkaufsaktionen bis zu Anzeigen-Kampagnen alles optimal zu steuern und so die Peak-Season bestmöglich zu nutzen.

Juli – Mitte August:

Strategische Vorbereitung

Lagerlogistik & Lieferketten prüfen

- Sind Bestseller & ggf. saisonale Produkte ausreichend vorrätig?
- Gibt es kurzfristige Trends, die noch bestellt werden können?

Marketingplanung starten

- Sonderaktionen definieren (z.B. Black Friday Deals).
- Rechtzeitige Anmeldung für relevante eBay Coupons über wachstumsportal.ebay.de/
- Budget für Advertising, eigene Verkaufsaktionen, Tages- und Wochen-Deals planen
- Paketeinleger designen & drucken

Ende August – September:

Systematische Vorbereitung

Fokus-Angebote / -Artikel optimieren

- Titel, Beschreibung, Keywords & mobile Ansicht prüfen
- Plattformgerechte Beschreibungen mit strukturierten Daten
- Hochwertige, saisonale Produktbilder
- Passende Kategorie & vollständige Artikel-Merkmale
- Kostenloser Versand & 30 Tage Rückgabeberecht einstellen

Cross-Border-Trade starten

- eBayMag aktivieren für internationalen Verkauf

Servicestatus sichern

- FAQs & Rahmenbedingungen aktualisieren (z. B. zu Lieferzeiten)
- Täglich auf Anfragen reagieren, besonders in / nach Peak-Phasen Fokus erhöhen & Support ggf. Ausbauen

Oktober:

Marketing

Marketing-Kampagnen launchen

- Spätestens jetzt Anzeigen-Kampagnen starten
- Shop-Newsletter mit Empfehlungen & Geschenktipps
- Verlängertes Rückgaberecht für Weihnachtsgeschäft kommunizieren

November:

Peak aktiv managen
(Singles Day, Black Friday,
Cyber Monday)

Preise & Rabatte

- Rabatte smart staffeln (z. B. Early Access für Stammkund*innen)
& eigene Coupons erstellen

Anzeigen-Kampagnen & Performance-Monitoring

- Werbe-Strategie überprüfen, Budgets ggf. anpassen
- Fokusprodukte monitoren und Traffic Report mit CTR;
Conversion-Rates sowie Top20 Share täglich prüfen

Dezember:

Last-Minute-Geschäft
& Weihnachtsversand

Kommunikation zu Lieferzeiten & Geschenkoptionen

- Daten für rechtzeitigen Versand klar kommunizieren z.B. per Shop-Newsletter
- Geschenkverpackung oder Grußkarten als Add-on anbieten
(in Untertitel ergänzen)

Retourenstrategie für Januar vorbereiten

- Prozesse zur schnellen Wiederaufbereitung planen



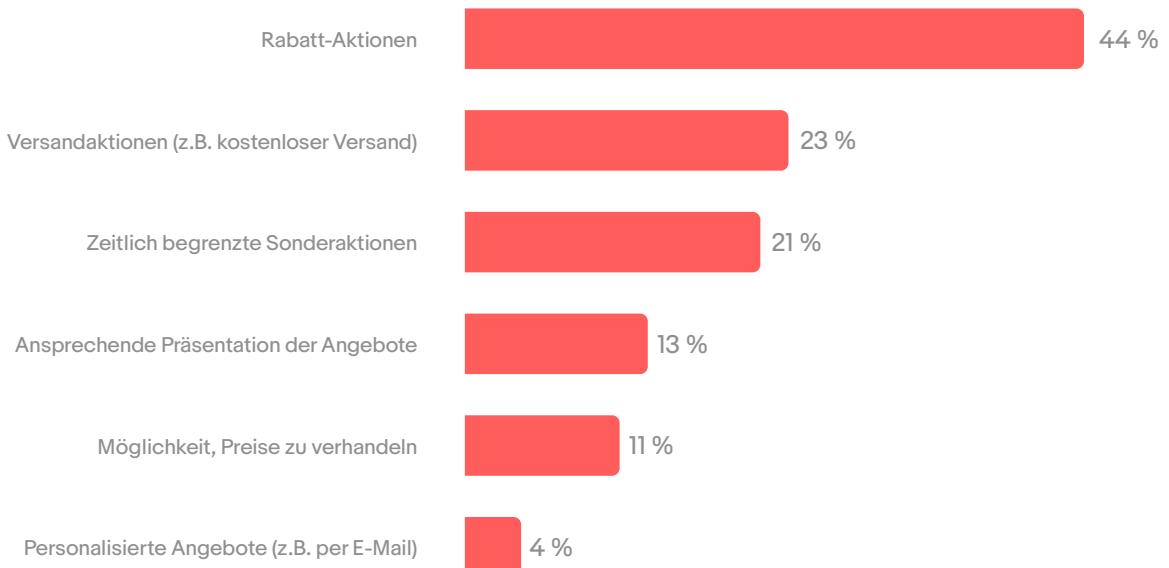
06



Rabatte zahlen sich aus

Händler*innen können mit Verkaufsaktionen und Werbe-Anzeigen von eBay gezielt von der zusätzlichen Nachfrage der Peak-Season profitieren. Eine aktuelle Umfrage⁴ zeigt: Nahezu jede*r zweite Konsument*in entscheidet sich für Angebote mit attraktiven Rabatt-Aktionen – gefolgt von Versand- und zeitlich begrenzten Sonderaktionen.

Von Produktpräsentation bis Preisvorschläge: Was Konsument*innen zum Kauf bewegt



Quelle: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 05. bis 06. Mai 2025 2.500 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt. Mehrfachantworten waren möglich. Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen.



Überblick: Mit Verkaufsaktionen und Werbelösungen erfolgreich in die Peak-Season durchstarten

Gerade in der umsatzstarken Peak-Season kommt es darauf, die gesamte Customer Journey im Blick zu behalten und gezielt Präsenz zu zeigen – vom ersten Suchimpuls bis zur finalen Kaufentscheidung. eBay bietet Händler*innen dafür die passenden Marketing-Tools: Mit Anzeigen lässt sich die Sichtbarkeit der Angebote genau dann erhöhen, wenn Käufer*innen aktiv nach entsprechenden Produkten suchen. Verkaufsaktionen kurbeln die Conversion im Moment der Kaufentscheidung zusätzlich an.

Verkaufsaktionen für zusätzliche Kaufanreize bei eBay:

- **Multi-Rabatt:**

Sie möchten Ihre Kundinnen und Kunden animieren, eine höhere Stückzahl eines Artikels zu kaufen? Dann kann es sich lohnen, ihnen Staffelrabatte anzubieten.

- **Mengenrabatt:**

Sorgen Sie für ein größeres Bestellvolumen bei der Kaufabwicklung: durch Cross-Selling von ergänzenden Artikeln aus Ihrem Warenbestand.

- **Sonderaktion:**

Ihre Artikel werden stark nachgefragt? Erstellen Sie Sonderaktionen und bewerben Sie Ihre rabattierten Artikel durch die Anzeige des Bisher-Preises und des rabattierten Preises.

- **Preisvorschläge für Käufer*innen:**

Mit verschiedenen Preisvorschlag-Optionen können Sie mit potenziellen Käuferinnen und Käufern in Kontakt treten und ihnen einen reduzierten Preis für Ihren Artikel anbieten. Damit lässt sich die Kaufentscheidung beschleunigen.

- **Gutscheincodes:**

Mit Gutscheincodes können Sie Ihren Käuferinnen und Käufern einen Rabatt anbieten. Erstellen Sie Gutscheincodes, die entweder öffentlich an verschiedenen Stellen bei eBay angezeigt werden oder die Sie privat über Ihre eigenen Marketingkanäle weitergeben.

[Mehr Infos zu den eBay Verkaufsaktionen gibt es hier!](#)

08

Übersicht: Anzeigen-Werbung bei eBay

Wählen Sie den Kampagnentyp, der für Ihr eBay-Business der richtige ist.	Anzeigen	Shop-Anzeigen	Externe Anzeigen
	Premium -Kampagnenstrategie	Basis -Kampagnenstrategie	
Worum es geht	Direkter Zugang zu kaufstarken Käufer*innen mit effektiven Anzeigen und smarter Steuerung.	Basislösung für mehr Sichtbarkeit: Anzeigenplatzierungen mit Standard Steuerungs-Optionen.	Erhöhte Aufmerksamkeit für Ihren Shop – mit Top-Anzeigenplatzierungen.
Geeignet für	Für Verkäufer*innen, die schneller verkaufen wollen – mit gezielter Fokus auf relevante Suchanfragen.	Verkäufer*innen, die mit Werbeanzeigen beginnen und die auf eBay wachsen wollen.	Verkäufer*innen, die mehr Besucher in ihren Shop lenken und die Sichtbarkeit über Top-Platzierungen steigern möchten.
Kosten-Modell	Kosten-pro-Klick (CPC)	Kosten-pro-Verkauf	Kosten-pro-Klick (CPC)
Angebotsformat	Festpreis	Festpreis, Auktion	Festpreis



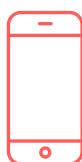
09

4 Extra-Tipps für erfolgreiche eBay-Geschäfte



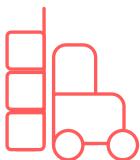
Verkäufer-Cockpit Pro aktiv nutzen

Automatisierte Regeln für Preisaktionen, Versandzeiten und Angebotsoptimierung erhöhen Ihre Effizienz.



Mobile optimieren

Die Mehrheit der eBay-Nutzer*innen kauft über Smartphones.



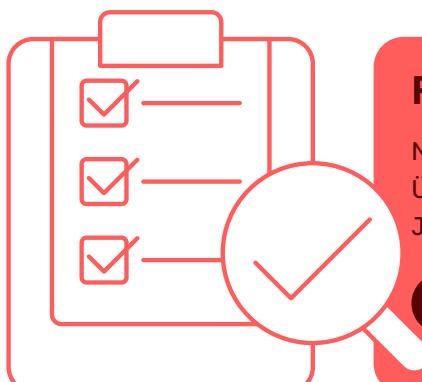
Fulfillment by eBay (FBE) einsetzen

Für hohe Volumen zur Peak-Season ist Outsourcing des Versands ein wichtiger Entlastungsfaktor.



Dynamische Preisgestaltung implementieren

Preisanpassungen lassen sich bei Nachfrage-Spitzen automatisiert und in Echtzeit vornehmen.



Peak-Season-Test nicht vergessen!

Nutzen Sie jetzt noch die Chance, sich optimal auf die Peak-Season vorzubereiten. Überprüfen Sie ganz einfach, wie gut Ihr Unternehmen für die umsatzstärkste Zeit des Jahres aufgestellt ist – vom Lagerbestand bis zum Retourenmanagement.

[Jetzt Test machen](#)



Nachfrage steigern. Freude schenken.

Wie Sie erfolgreich bei eBay verkaufen

[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)



Impressum

eBay GmbH
Albert-Einstein-Ring 2-6
14532 Kleinmachnow
Deutschland
Geschäftsführerin:
Dr. Saskia Meier-Andrae
Registergericht:
Amtsgericht Potsdam
Handelsregisternummer:
HRB 13754 P
Umsatzsteueridentifikationsnummer:
DE200081785

Quellen:

Quelle 1: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 09. bis 10. Juli 2025 2.500 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt.

Quelle 2: eBay-Datenabfrage zwischen dem 02. September und 24. November 2024 mit einem Vergleich der wöchentlichen Verkaufszahlen einzelner Produktkategorien gegenüber dem jeweiligen durchschnittlichen Wochenwert dieses Zeitraums.

Quelle 3: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 16. bis 18. September 2024 5.000 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt.

Quelle 4: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 05. bis 06. Mai 2025 2.500 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt.