
Kreuzfahrt- und Busbranche zielen am Kunden vorbei

Rastede, 5. Oktober 2016

Weder „zu Lande“ noch „zu Wasser“ ist E-Mail-Marketing bereits angekommen: 45 Prozent der Kreuzfahrt- und Busunternehmen bieten keinen E-Mail-Newsletter an. Das ergibt eine aktuelle Analyse von CleverReach. Hierfür wurden 100 deutsche Bus- und Kreuzfahrtunternehmen hinsichtlich ihres Newsletter-Angebotes untersucht. Gleichwohl weist die Reisebranche mit rund 60 Prozent die höchste E-Mail-Öffnungsrate auf*. Die Online-Reisebranche ist fragmentiert und es herrscht ein starker Wettbewerb. Deshalb ist die emotionale Kundenbindung von großer Bedeutung, denn die Kunden verhalten sich oft preisorientiert.

90 Prozent der Kreuzfahrt- und Busunternehmen verschenken Conversions

Zwei Drittel der untersuchten Kreuzfahrt- und Busunternehmen (67 Prozent), die E-Mail-Marketing betreiben, verweisen im Laufe des Buchungsprozesses nicht auf ihren E-Mail-Newsletter. Damit verpassen sie die Möglichkeit, im entscheidenden Moment Kunden zu binden und den Kundendialog zu pflegen. Denn die Reisebranche hat mit 5,3 Prozent die dritthöchste Klickrate nach Telekommunikation und Verbraucherprodukten*. Neun von zehn der untersuchten Unternehmen, die E-Mail-Marketing betreiben, verschicken keine Willkommensmails und verschenken somit Conversions. Denn gerade diese Kampagnen erzielen eine besonders hohe Öffnungsrate.

E-Mail-Marketing bei 23 Prozent der Kreuzfahrt- und Busunternehmen nicht rechtssicher

Fast jedes vierte Unternehmen (23 Prozent) aus den untersuchten Kreuzfahrt- und Busbranchen betreibt zudem kein rechtssicheres E-Mail-Marketing. Der Analyse zufolge konnte bei diesen das Double-Opt-in-Verfahren, also eine ausdrückliche Einwilligung des Interessenten, Werbeinhalte per E-Mail zu erhalten, nicht nachgeprüft werden. Allerdings reicht für ein professionelles E-Mail-Marketing das einfache Opt-in nicht aus, also eine Newsletter-Bestätigung nur durch ein Ankreuzen auf der Website. Nach dem ersten Opt-in muss der Interessent eine E-Mail mit der Bitte erhalten, seine Einwilligung per Klick auf einen Bestätigungslink zu erteilen.

Bei Reisebuchungen ist der Entscheidungsprozess komplex: Es wird gesucht, verglichen und zwischen den diversen Reiseanbietern gewechselt. Die Abbruchgefahr im Online-Buchungsvorgang ist dementsprechend groß. Umso wichtiger ist es für die Kundenbindung, dass der Interessent auf einen Newsletter aufmerksam wird, unabhängig davon, ob eine Reise tatsächlich gebucht wird. Somit sichern sich Reiseanbieter einen

festen Platz im E-Mail Postfach potentieller Kunden – und können langfristig Kaufkunden aus ihnen machen.

+++

Quellen

***Silverpop**: Email Marketing Metrics Benchmark Study 2015

+++

Unternehmensporträt CleverReach®

CleverReach® ist mit mehr als **270.000 Kunden** in 152 Ländern einer der führenden Lösungsanbieter für E-Mail-Marketing. Die Software ermöglicht die Direktkommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kunden und zeichnet sich gemäß dem Motto „einfach einfacher“ durch eine schnelle und leichte Einrichtung sowie Handhabung aus. CleverReach® setzt auf hohe Technologiestandards, Schnittstellen zu relevanten Content-Management-, CRM- und Shop-Systemen, einen kompetenten Kundenservice und auf ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis.

CleverReach® wurde 2007 in Deutschland gegründet und erfüllt höchste Datenschutz-Standards, weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Seinen Firmensitz hat CleverReach® im innovativen **//CRASH-Building**

in Rastede. Referenzkunden sind unter anderem Spotify, Carglass, Kununu, TESA, bugatti, Amnesty International, DHL und REWE. www.cleverreach.de

Geschäftsführung:	Jens Klibingat, Sebastian Schwarz & Sebastian Strzelecki
Gesellschaftsform:	GmbH & Co. KG
Gründung:	2007
Firmensitz:	Rastede/Oldenburg (Niedersachsen/Deutschland)

- Dienstleistungen:** Cloudbasierte Technologielösung für E-Mail-Marketing:
- Stand-alone-Mailings, Newsletter, dynamische RSS-Kampagnen
 - Schnittstellen zu relevanten CMS, CRM- und Shop-Systemen
 - Einfache und mehrstufige automatisierte E-Mail-Strecken mit THEA (E-Mail Marketing Automations-Lösung)
 - Reports/Echtzeitstatistiken zur Erfolgskontrolle und Optimierung, Design- und Spamtests, A/B-Split-Tests, multivariate Tests
 - Mehrsprachiger E-Mail- und Telefon-Support
- Referenzbranchen:** KMU, Onlinehandel, Touristik, Einzelhandel/Handel, Fashion/Textil, Dienstleistungsbranche, Konsumgüterindustrie, Automotive
- Länder:** Kampagnen und Kunden in 152 Ländern, insbesondere D-A-CH, Europa und USA
- Website:** www.cleverreach.de
- Kontakt:** CleverReach GmbH & Co. KG
//CRASH Building
Schafjückenweg 2
26180 Rastede
Germany
- Pressekontakt:** Mareike Juds
Tel. **+49 (0)4402 97390 0**
presse@cleverreach.de