

Reise-Gewinnspiel: 75 % der Teilnehmer erteilen Double-Opt-In mit Werbeeinverständnis

- *Travel-Auswertung von ReachAd zeigt, dass Frauen eher auf Online-Werbeeinblendungen reagieren und Double-Opt-In (DOI) mit Werbeeinverständnis eher als Männer erteilen*
- *Um 17 Uhr werden die meisten DOI mit Werbeeinverständnis erteilt*
- *Reise-Gewinnspielteilnahmen erfolgen mobil und über Android*

München, 6. Mai 2019_ ReachAd, Full-Service-Agentur für Digitalmarketing mit Spezialisierung auf E-Mail-, Display- und Performance-Marketing im B2B- und B2C-Bereich, untersucht in der „Travel-Opt-In-Auswertung“ das Gewinnspielteilnahme-Verhalten im Travel-Segment innerhalb der letzten 9 Monate. Die Auswertung macht deutlich, dass in der Reisebranche gerade bei Gewinnspielen eine hohe Bereitschaft besteht, ein Single-Opt-In (SOI) bzw. Double-Opt-In (DOI) zu erteilen. 31 % aller Besucher der Gewinnspiel-Landingpages erteilen ihr SOI. Von den 31 % der SOI-Zustimmungen erteilten 91 % der Teilnehmer ihr DOI und 75 % stimmen wiederum einem DOI mit Werbeeinverständnis zu.

Frauen nehmen eher an Reise-Gewinnspielen teil

Frauen reagieren deutlich stärker auf Werbeeinblendungen für Reise-Gewinnspiele. Während Männer zu 35 % an Reise-Gewinnspielen teilnehmen, sind 65 % aller Teilnehmer Frauen, die zudem auch das DOI mit Werbeeinverständnis erteilen.

Der meiste Traffic auf Landingpages für Reise-Gewinnspiele ist dabei zwischen 11 und 14 Uhr sowie zwischen 16 und 19 Uhr. Die beliebteste und vielversprechendste Uhrzeit, dass ein User sein DOI mit Werbeeinverständnis erteilt, ist dabei 17 Uhr. Im Schnitt halten sich die Besucher 3:36 Minuten auf Gewinnspiel-Landingpages auf.

Mobile vor Desktop und Tablet

Zudem zeigt die Auswertung, dass die User besonders mobil affin sind. Während 31,1 % ihr Glück auf eine Reise über den Desktop und 9,3 % über das Tablet probieren, nehmen 59,6 % über ein mobiles Endgerät an einem solchen Gewinnspiel teil.

Hierbei führt Android mit 44,1 % die Software-Nutzung vor Windows (29,3 %) und iOS (24,7 %) deutlich an. Bei den Browsern belegt Chrome (47,9 %) vor Safari (24,9 %), Firefox (14,4 %) und Sonstigen (12,8 %) den ersten Platz.

Die Top3 der Landingpage-Besucher und Reise-Gewinnspielteilnehmer nach Bundesländern in Deutschland, sind: NRW (24,4 %), Bayern (11,5 %) und Baden Württemberg (10,3 %).



Über ReachAd

Als Full-Service-Agentur mit Sitz in München zählt ReachAd zu den führenden Unternehmen im Bereich Digitales Marketing in Europa. ReachAd prägt die Entwicklung der Branche mit, mehrere Branchenstandards gehen auf die Initiative des Unternehmens zurück. Mit der Spezialisierung auf die Vermarktung von exklusiven E-Mail-Verteilern im B2B- und B2C-Bereich entwickelt ReachAd Cross-Channel-Strategien und liefert E-Mail- und Display-Werbekampagnen zielgenau aus. Für einen regelmäßigen und effektiven Kunden-Dialog im E-Mail-Marketing werden innovative Inhouse-Tools eingesetzt. Auf die erfahrenen Spezialisten von ReachAd vertrauen weltweit zahlreiche Top-Unternehmen bei der Markenbildung, Absatzsteigerung oder Leadgenerierung. Dafür wird der exklusive Pool an reichweitenstarken Publishern in einem internationalen Netzwerk genutzt.

Weitere Informationen unter www.ReachAd.de