

## **Die interessantesten Angebote stecken im weg.de-Newsletter**

München (04. Juni 2007) – weg.de liefert laut einer aktuellen Studie der Psyma Research + Consulting mit seinem Newsletter die interessantesten Angebote an seine Abonnenten. 83 Prozent der Leser des weg.de-Newsletters bewerten die Offerten als interessant – und wählen das Online-Reisebüro damit unter 14 Tourismus-Anbietern mit Abstand auf den ersten Platz.

Zur repräsentativen Beurteilung der Email-Newsletter aus der Touristik-Branche wurden im Januar 2007 16.046 User (bzw. 6.100 Newsletter-Abonnenten) online befragt. Bei durchschnittlichen 2,7 Newslettern pro Abonnent stehen die jeweiligen Autoren der elektronischen News dabei klar im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Reiselustigen.

Eric Davril, leitender Produktmanager von weg.de, freut sich über die Ergebnisse der Studie und sieht sein Team in der bisherigen Arbeit bestätigt. „Wir wissen inzwischen, was unsere Kunden von uns erwarten. Nämlich nicht immer unbedingt das billigste, sondern das im Preis-Leistungs-Verhältnis beste Angebot. Wir wollen unsere Kunden nicht enttäuschen und suchen darum immer gezielt nach echten Qualitätsprodukten.“

Durch intensive Recherchen und Beobachtung von Trends kann weg.de seinen Abonnenten somit maßgeschneiderte Angebote liefern. Dass das Team den Nerv der Leser trifft, belegen weitere Ergebnisse der Studie: 74 Prozent der User haben bereits einmal aufgrund des Newsletters die Website besucht – mehr als bei jedem anderen Online-Reisebüro. Zudem stellen die „gehobenen Erholungsreisenden“ die zweitgrößte Gruppe in der treuen Leserschaft der weg.de-News.

Insgesamt ist die Zusammensetzung der Leser des weg.de-Newsletters so breit gefächert wie die Angebotspalette des Reise-Portals: sowohl junge Familien also auch gehobene Erholungsreisende, die Zielgruppe „Young & fun“, zufriedene Bewahrer sowie polyglotte Städtereisende kommen beim weg.de-Newsletter auf ihre Kosten.

Die User loben weg.de außerdem für die ansprechende Gestaltung des Newsletters (72 %, 3. Platz) sowie das einfache Abonnier-Prozedere (88 %). Und die Leser bekommen nicht genug: in den Kategorien Umfang und Häufigkeit fühlen sich jeweils über 80 Prozent genau richtig versorgt bzw. wünschen sich sogar noch mehr Informationen. Für Eric Davril wiederum ein Zeichen, dass Qualität wichtiger ist als Quantität: „Das Lob unserer Leser ist ein großer Ansporn für uns. Wir haben noch viele weitere gute Ideen und hoffen damit, in Zukunft noch mehr Leute zu erreichen“.

Die Newsletter aller Anbieter zeigten laut der Studie noch Optimierungsbedarf im Hinblick auf allgemeine Informationen über die Urlaubsregionen bzw. mögliche Unterkünfte. weg.de bietet mit seinem Service- und Erlebnisbereich weg.de PLUS bereits jetzt einen Mehrwert gegenüber seinen Wettbewerbern, der laufend aktualisiert und erweitert wird.

-----  
Ansprechpartner:

**COMVEL GmbH/weg.de**

Press Relations

Jan Valentin

Hanauer Str. 56

D-80992 München

Telefon: +49-(0)89 520 370 - 40

Fax: +49-(0)89 520 370 - 77

E-mail: [jvalentin@weg.de](mailto:jvalentin@weg.de)

Web: [www.weg.de](http://www.weg.de)