

Campaign 48

Golfgenuss mit Zugspitzblick & Longevity

26'668

EMPFÄNGER
26'166 ZUGESTELLT

98,1 %

ZUSTELLRATE
MARKT Ø 97 %

40,7 %

ÖFFNUNGSRATE
MARKT Ø 23 %

10'642

ÖFFNUNGEN

Eindeutige Klicks 308 · CTOR 2,9 %

Gezählt werden ausschliesslich eindeutige, menschliche Klicks — automatisierte Aufrufe durch Bots, Sicherheits-Scanner und E-Mail-Vorschau Dienste werden herausgerechnet. Die Monthly Edition ist zudem kein auf Klicks optimierter Newsletter, sondern ein vollständig ausgearbeiteter redaktioneller Beitrag, der direkt im Postfach gelesen wird; ein Klick ist die bewusste Ausnahme, nicht das Ziel. Jeder einzelne Klick steht damit für echtes, aktives Interesse.

Was diese Ausgabe auszeichnet: 40,7 % Öffnungsrate ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer streng angemeldeten Leserschaft, die sich bewusst für Golf-Reisen und -Lifestyle entschieden hat. Der Wert liegt damit deutlich über dem Branchenschnitt von 21–25 % — bei einer Zustellung, die praktisch vollständig ankommt.

KLICKVERTEILUNG NACH ZIEL

ANTEIL ALLER LINK-KLICKS

www.post-lermoos.at		36 %
avea-life.com		29 %
www.golfschule-ortner.at		18 %
nineteengolf.guide		9 %
www.tiroler-zugspitzgolf.at		7 %
instagram.com		1 %



Campaign 48 · Zusätzliche Kennzahlen

Wie die Ausgabe gelesen wurde

Ein genauerer Blick auf Geräte und Mail-Programme – er zeigt eine Leserschaft, die sich für die Monthly Edition bewusst Zeit nimmt.

ÖFFNUNGEN NACH GERÄT

Desktop		93 %
Mobil		7 %
Tablet		1 %

Praktisch nur am Desktop geöffnet – die Ausgabe wird gelesen, nicht nebenbei überflogen.

ÖFFNUNGEN NACH MAIL-CLIENT

Safari / Mozilla		8'036
Firefox		752
Chrome / Gmail		485
Android		458
Mobile App		264

Safari / Mozilla führt deutlich – ein Publikum, das seine Post überwiegend an einem festen Ort liest.

