



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Verhaltener Applaus für die E-Shops der Ticketportale



**Knapp 1.000 bis 13.000 Events bieten zehn untersuchte Ticketportale auf ihren Websites an. Hauptsächlich können Tickets für Konzerte, Kultur und Sportveranstaltungen gekauft werden. Auffällig sind die hohen Nebenkosten bei Ticketbestellungen. Die „E-Shop-Analyse Ticketportale 2014“ zeigt deutliches Optimierungspotenzial in allen vier untersuchten Teilbereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service.**

*Esslingen am Neckar, 03. Dezember 2014* – Der Sortimentsumfang zehn analysierter Online-Ticketportale reicht von annähernd 1.000 bis hin zu fast 13.000 Tickets oder Eintrittskarten. Das Sortiment der Portale ist generell sehr ähnlich aufgestellt und beinhaltet Konzerttickets für Pop, Jazz und Klassik, Eintrittskarten für Comedy, Theater, Oper und Musical sowie Tickets für Sportveranstaltungen.

Bei den Top-Events unterscheiden sich die Ticketportale deutlich. Ticketanbieter eventim führt neben dem größten Sortiment auch 46 der 50 ausgewählten Top-Events. Andere Portale haben weniger als die Hälfte in Ihrem Angebot. Beim Preisvergleich von 30 Standardevents wurde jeweils das günstigste entsprechende Angebot der Ticketportale berücksichtigt. Hier bieten eventim, Hekticket, reserviX, und westticket häufig die günstigeren Tickets an.

Neben dem eigentlichen Ticketpreis fallen weitere Kosten an. Die Versandkosten sind bei diesem unkompliziert zu versendenden Produkt überraschend hoch. Die günstigsten Varianten der Shops liegen zwischen 2,50 Euro und 12,99 Euro. Einige Ticketvermittler addieren zusätzlich eine Buchungsgebühr.

Im Servicebereich zeigt sich Kundennähe. Hier schwanken die Hotlinezeiten zwischen 37,5 und 168 Stunden. Eine mobile Seite für Smartphone- und Tabletutzer bieten vier Ticketportale und bei fünf Anbietern sind Gastbestellungen möglich. Sieben Ticketportale bieten den praktischen print@home-Service.

In den vier analysierten Teilbereichen Orientierung, Produkte, Konditionen und Service zeigen alle zehn E-Shops jeweils mindestens in einem Teilbereich überdurchschnittliche Stärken. Für jeden Teilbereich qualifiziert sich als Teilrankingsieger ein anderer E-Shop. Seatwave zeigt Stärke in der Orientierung der Homepage, eventim glänzt durch ein enormes Produktangebot, westticket fällt auf durch gute Konditionen und reserviX überzeugt in zahlreichen Serviceaspekten. Keiner der Anbieter kann gleichzeitig in allen vier Customer Touchpoint-Bereichen überzeugen.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „E-Shop-Analyse Ticketportale 2014“ von research tools untersucht auf 120 Seiten die E-Shops zehn führender Online-Ticketportale eventim, Hekticket, Konzertkasse, reserviX, seatwave, Ticketmaster, topevents 24, viagogo, westticket und Worldticketshop. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine E-Shop-Similarity führt die Ergebnisse visuell zusammen.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 – 55090381  
Fax +49 (0)711 – 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)