

Pressemitteilung

## **Studie „Do not sell classical music“ analysiert die Websites der 25 weltweit renommierten Orchester und Opernhäuser.**

**Die Studie „Do not sell classical music“ hat 25 der weltweit führenden Orchester- und Opernhauswebsites analysiert. Sowohl qualitativ als auch quantitativ. Orchester-Websites sind auf dem technischen Stand von 2010 und proaktive online Marketing Tools werden nicht eingesetzt. Klassische Konzerte werden nicht aktiv verkauft.**

*Zürich/Singapore. 27. Juni 2017.* Die Agenturgruppe Ordo Ab Chao Pte. Ltd. mit Sitz in Singapore veröffentlicht unter [www.donotsellclassicalmusic.com](http://www.donotsellclassicalmusic.com) eine Studie, bei der 25 der weltweit führenden Orchester- und Opernhauswebsites analysiert wurden. Zusammen mit renommierten digital Kreativdirektoren und Web Entwicklern wurden diese Webauftritte qualitativ und quantitativ bewertet.

### **Key Findings:**

- Keine der untersuchten Websites nutzt Re-Targeting Kampagnen, Micro Segments, Produktempfehlungen, Customer Lifecycle Automatismen oder Warenkorbabbrecher-Kampagnen. Dies sind Standards, die heute bei jedem durchschnittlichen KMU Webshop implementiert werden. Aktives Verkaufen findet nicht statt.
- Die meist externen Lösungen für den Ticketverkauf sind zu 70% veraltet, nicht responsive (für Mobiltelefone optimiert), mit alten Technologien gebaut und bis heute nicht überarbeitet. Kundenclustering und Analyse der gekauften Tickets für Marketingkampagnen findet nicht statt.
- Keine der Websites hat einen persönlichen Account für Empfehlungen, Vorlieben. Konzerte werden nicht empfohlen, für Beratung wird auf Telefonhotlines verwiesen.
- 33% der Websites sind nur unterdurchschnittlich Suchmaschinen-optimiert
- Neu gebaute Websites (Beispiel: Elbphilharmonie) nutzen die aktuellen technischen Möglichkeiten nur unzureichend.

Peter Rehnke, CEO und Co-Founder von Ordo Ab Chao Group: *„Es ist erschreckend, dass trotz zurückgehender Ticketverkäufe bei klassischen Konzerten die Websites und Ticketsysteme veraltet sind und moderne Tools zum performance-optimierten Abverkauf nicht genutzt werden. Offensichtlich ist der Leidensdruck dank Subventionen nicht zu gross. Klassische Konzerte werden nicht verkauft, interessierte Kunden müssen danach suchen. Pull und kein „push“. Von state-of-the-art Lösungen wie Chatbots und online-Beratung ganz zu schweigen.“*

## ordoabchao group

*„Dass die Branche es bis heute nicht verstanden hat, sieht man an frisch gebackenen Websites wie die der Elbphilharmonie. Technisch ist sie ok aber ein aktives Verkaufen findet hier auch nicht statt. Längst hätte man zum Beispiel die zahlreichen frustrierten Nutzer, welche bei den aktuell ausverkauften Konzerten leer ausgehen, in einem Pool sammeln können und für die mageren Zeiten nach dem Hype vorsorgen. Das wurde verschlafen“, so Rehnke weiter.*

Bei der quantitativen Analyse wurde kein eigenes Ranking aufgestellt, sondern mit marktüblichen Analysetools wie seositecheckup.com und similarweb.com gearbeitet. Die Anzahl der eingesetzten Audience Tracking Tools wurde mit dem Browser Plug-in “ghostery.com” eruiert.

Alle hier genannten Zahlen und Werte basieren auf dem Stand der Websites von Anfang Mai 2017.

Download der Studie:

<http://www.donotsellclassicalmusic.com>

Download der Pressemitteilung:

[http://ordoabchao-group.com/publications/pressemitteilung\\_classical\\_music.pdf](http://ordoabchao-group.com/publications/pressemitteilung_classical_music.pdf)

Download Foto Peter Rehnke:

[http://ordoabchao-group.com/publications/peter\\_rehnke.jpg](http://ordoabchao-group.com/publications/peter_rehnke.jpg)

**Ordo Ab Chao Group** ist eine Agentur für digital Marketing mit Hauptsitz in Singapore und Zürich (HQ Europa). Spezialisiert auf performance-optimierte Websites und Landingpages, E-Mail-Marketing-Kampagnen und Automatisierungen wie auch intelligente Tracking-Mechanismen und personalisierten 1:1 Marketing-Kampagnen.

**Peter Rehnke (42)**, Co-Founder und CEO der Ordo Ab Chao Group, ist seit 23 Jahren im Marketing tätig, Speaker auf internationalen Konferenzen und Podien und in München und Leipzig ursprünglich als Pianist und Betriebswirtschaftler ausgebildet. Zuletzt leitete er in Zürich die Agentur Havas Digital mit Fokus auf Performance Marketing. Weitere Stationen bei Axa Winterthur, Tech Data, Intershop und Bavaria Film.

### Kontakt:

Ordo Ab Chao Pte. Ltd.

1 Raffles Place

Tower One #44-02

Singapore 048616

Office Schweiz:

Dreikönigstrasse 31A

8002 Zürich

Tel. +41 44 58 666 16

[info@ordoabchao-group.com](mailto:info@ordoabchao-group.com)

<http://www.ordoabchao-group.com>