

Pressemitteilung

Inxmail veröffentlicht E-Mail-Marketing-Benchmark 2019

E-Mail-Marketing-Anbieter stellt aktuelle Kennzahlen vor

Freiburg, 01.10.2019. Inxmail stellt in seinem E-Mail-Marketing-Benchmark 2019 aktuelle Kennzahlen von Newslettern und Transaktionsmails vor. Die Studie liefert ausführliche Auswertungen von Öffnungs-, Klick- und Bouncerate, geht auf Unterschiede im B2C- und B2B-Bereich ein und stellt verschiedene Branchen gegenüber. Des Weiteren geht der Benchmark auf die Performance von Transaktionsmails und E-Mail-Clients ein. Zur Optimierung liefert die Studie außerdem Tipps und Handlungsempfehlungen. Die Datenbasis bilden circa drei Milliarden anonymisierte E-Mails aus mehr als 150.000 versendeten Mailings im Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2018.

Laut des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2019](#) wurden 2018 mehr als ein Viertel aller versendeten E-Mail (26,9 Prozent) geöffnet. Mailings im B2B (27 Prozent) und B2C (26,9 Prozent) waren dabei ähnlich erfolgreich. Im Vergleich konnten Marketer in der Branche „Kunst & Kultur“ bei der Öffnungsrate den größten Erfolg erzielen (47,5 Prozent), gefolgt von „Versicherungen“ (38,6 Prozent) und Unternehmen im Bereich „Fahrzeuge & -Teile“ (36,5 Prozent).

Die Kennzahlen der Studie lassen zudem darauf schließen, dass saisonale Events das Empfängerverhalten beeinflussen: Demnach waren Empfänger in den Monaten vor Ostern und Weihnachten besonders empfänglich für E-Mail-Werbung. In diesem Zeitraum lag die Öffnungsrate etwa ein Prozent über dem Jahresdurchschnitt. Darüber hinaus scheinen auch das Wetter und Urlaubszeiten Einfluss auf den Erfolg von Newslettern zu haben: 2018 lag die durchschnittliche Öffnungsrate im August ein Prozent unter dem Jahresdurchschnitt.

DSGVO hinterlässt Spuren bei Versendungen

Im Rahmen der Auswertung des Mailingversands konnte ein erhöhtes Volumen bei der Zielgruppe B2B zwischen März und Mai festgestellt werden. Daraus lässt sich ableiten, dass viele Unternehmen die Zeit vor dem DSGVO-Stichtag nutzten, um ihre Kunden und Interessenten über Änderungen und Handlungsbedarf zu informieren oder eine Opt-in-Kampagne durchzuführen. Bei der Öffnungsrate konnte hingegen kein beachtlicher Anstieg festgehalten werden.

B2C und B2B präferieren unterschiedliche E-Mail-Clients

Wie wichtig die mobile Optimierung im E-Mail-Marketing insbesondere für Unternehmen im B2C ist, zeigen die Ergebnisse des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2019](#) einmal mehr: 2018 wurden hier mehr als die Hälfte aller E-Mails (52,3 Prozent) auf einem mobilen Endgerät geöffnet und gelesen. Auch im

B2B ist der Anteil der verwendeten mobilen Clients mit rund 32 Prozent beachtlich. Dennoch verwenden B2B-Empfänger hauptsächlich den Desktop-Client zum Öffnen und Lesen ihrer E-Mails (52,3 Prozent).

Transaktionsmails erfreuen sich erhöhter Aufmerksamkeit

Zum zweiten Mal ist eine Untersuchung von Transaktionsmails Bestandteil des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmarks 2019](#). Ihre überdurchschnittliche Performance wird im Vergleich mit regulären Newslettern deutlich: Die Öffnungsrate ist hier mit 47,2 Prozent fast doppelt so hoch (Newsletter: 26,9 Prozent). Noch erfolgreicher zeigten sich die fast dreimal so hohen Klickzahlen: Im Schnitt erzielten Transaktionsmails hier 9,4 Prozent (Newsletter 3,3 Prozent).

Entlang des Customer Lifecycle verzeichneten Erinnerungen an wieder verfügbare Produkte mit einer Öffnungsrate von 71,5 Prozent und einer Klickrate von 47 Prozent den größten Erfolg. Besonders beliebt waren zudem Transaktionsmails, die Gutscheine, Rabatte oder andere Incentivierungen enthielten. Diese erreichten Öffnungsraten von über 60 Prozent und mehr als 20 Prozent Klicks. Des Weiteren verdeutlichen die Kennzahlen, dass sich Warenkorberinnerung lohnen (Öffnungsrate: 56,4 Prozent, Klickrate: 8,6 Prozent).

Datenbasis und Methode

Die Datenbasis der Studie bilden circa drei Milliarden anonymisierte E-Mails aus mehr als 150.000 versendeten Mailings, die im Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2018 mit der E-Mail-Marketing-Software [Inxmail Professional](#) versendet wurden. Zu den Zielmärkten der analysierten Mailings gehören Deutschland, Österreich und die Schweiz. Bei den Ergebnissen handelt es sich um den Median der untersuchten Kennzahl.

Die Auswertungen der Transaktionsmails liefern circa 40 Millionen Mailings, die im ersten Halbjahr 2019 über [Inxmail Commerce](#), eine Lösung für Transaktions- und Systemmails, versendet wurden. Aufgrund unterschiedlicher Systeme bei der Datenerhebung und Auswertung werden die Durchschnittswerte bei Transaktionsmails nicht als Median, sondern als Mittelwert angegeben.

Der [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2019](#) steht kostenlos zum Download zur Verfügung.

Über Inxmail

Der E-Mail-Marketing-Spezialist Inxmail ist bekannt für leistungsstarke Software-Lösungen und ausgezeichnete Services von der Beratung bis zur Umsetzung. Weltweit realisieren damit über 2.000 Kunden personalisierte Newsletter, automatisierte Kampagnen und Transaktionsmails. Dabei vertrauen sie auf zuverlässig zugestellte E-Mails und Datensicherheit. Über Schnittstellen lässt sich die Software mit vielen spezialisierten Systemen wie CRM-, Online-Shop- und Kampagnenmanagement-Tools vernetzen.

Als Best-of-Breed-Anbieter pflegt Inxmail enge Partnerschaften zu Agenturen und Technologieanbietern. Mit ihnen arbeitet der E-Mail-Marketing-Spezialist Hand in Hand, um komplexe Anforderungen wie die Anbindung an Fremdsysteme und Marketing Automation umzusetzen. Seit der Gründung des inhabergeführten Unternehmens 1999 wird bei Inxmail Wert auf ein hohes Service-Level und individuelle Beratungsleistungen gelegt – für seine Kundennähe wurde Inxmail bereits mehrfach ausgezeichnet. Mit dieser überzeugt der E-Mail-Marketing-Anbieter internationale Unternehmen wie Lidl, CreditPlus, s.Oliver, Heise Medien, Evonik und den 1. FC Köln.

Inxmail steht für umfassende Daten- und Rechtssicherheit im E-Mail-Marketing: Das Unternehmen hostet seine Server ausschließlich in Deutschland und erfüllt höchste Datenschutzerfordernungen. Als Mitbegründer der Certified Senders Alliance (CSA) setzt sich Inxmail seit der ersten Stunde für erlaubnisbasiertes E-Mail-Marketing ein.

www.inxmail.de

**In unserem Pressebereich finden Sie aktuelle Presseinformationen:
www.inxmail.de/presse**

**Ihre Ansprechpartnerin:
Lorina Ahlgrimm
+49 761 296979-314
presse@inxmail.de**