

Pressemitteilung

Inxmail veröffentlicht E-Mail-Marketing-Benchmark 2020

E-Mail-Marketing-Anbieter liefert Studie mit Kennzahlen und Branchenvergleichen

Freiburg, 04.05.2020. Der E-Mail-Marketing-Anbieter Inxmail hat seine jährliche Studie mit aktuellen Newsletter-Kennzahlen veröffentlicht. Der Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2020 geht auf die Performance von Mailings in Hinblick auf Öffnungs-, Klick- und Bouncerate ein. Die neuste Ausgabe der Studie gibt anhand der effektiven Klickrate außerdem Aufschluss über die Relevanz von Newsletter-Inhalten. Zudem liefert die Studie ausführliche Branchenvergleiche, stellt die Zielgruppe B2B sowie B2C gegenüber und geht auf die Lesegewohnheiten von Empfängern ein.

Der [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2020](#) kommt zu dem Ergebnis, dass im vergangenen Jahr mehr als ein Viertel aller versendeten Mailings geöffnet wurde (27,4 Prozent). Mailings an B2B (27,2 Prozent) und B2C (27,5 Prozent) waren dabei ähnlich erfolgreich. In der Branche „Kunst & Kultur“ wurde fast die Hälfte aller versendeten E-Mails von den Empfängern geöffnet (48,5 Prozent). Mit 38,5 Prozent konnten Versender in der Branche „Energiewirtschaft“ ebenfalls hohe Öffnungsraten erzielen. Schlusslicht bei der Öffnungsrate bildete die Branche „Beauty & Drogerie“ mit einer Öffnungsrate von 14,8 Prozent.

Die durchschnittliche Klickrate lag im Jahresverlauf 2019 bei 3,4 Prozent. Fast dreimal so viele Klicks erzielte die Branche „Energiewirtschaft“: 9,2 Prozent der Empfänger reagierten hier mit einem Klick. Die aktuelle Ausgabe der Studie liefert außerdem eine Auswertung der effektiven Klickrate. Diese Kennzahl setzt ins Verhältnis, wie viele Klicks durch Öffner eines Mailings erzeugt wurden. Durchschnittlich lag die effektive Klickrate 2019 laut des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmarks 2020](#) bei 13,3 Prozent. Mit 13,5 Prozent konnte im B2C eine leicht höhere Effektivität der Inhalte festgestellt werden als im B2B mit 12,7 Prozent.

Im Vorjahresvergleich weisen fast alle Kennzahlen durchgängig eine gleichbleibende oder bessere Performance auf. Wenn auch nur minimal, nahmen die Öffnungs- und Klickraten der untersuchten Mailings zu, während die Bounces zurückgingen.

Erfolg von Newslettern im Jahresverlauf

Saisonale Feierlichkeiten hatten auch im Jahresverlauf 2019 wieder Auswirkungen auf die Öffnungsraten von Mailings: In den Wochen vor Fasching, Pfingsten und Weihnachten zeigten sich die Empfänger eher empfänglich für Werbung per E-Mail. Insbesondere die Vorweihnachtszeit beflügelte die Öffnungsraten: Im B2C-Bereich lag die Kennzahl hier etwa 1,0 Prozent über dem Jahresdurchschnitt.

Hohe Temperaturen und bundesweite Ferienzeiten rund um Ostern und die Sommerferien sorgten hingegen tendenziell für niedrige Öffnungsraten. 2019 lag die durchschnittliche Öffnungsrate im Juli und August etwa 0,5 Prozent unter dem Jahresdurchschnitt.

Mobile Optimierung wichtig

Welche Bedeutung die mobile Optimierung von Mailings insbesondere im Endkundenbereich hat, bestätigen die Kennzahlen [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmarks 2020](#) einmal mehr: 55,7 Prozent aller E-Mails wurden im Jahr 2019 von der Zielgruppe B2C mit mobilen Endgeräten geöffnet und gelesen. Bei der Zielgruppe B2B hatte der Desktop dennoch weiterhin hohe Relevanz für das Lesen von Mailings (46,3 Prozent).

Datenbasis der Studie

Die Datenbasis des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmarks 2020](#) bilden circa drei Milliarden anonymisierte E-Mails aus mehr als 170.000 versendeten Mailings. Die analysierten E-Mails wurden im Zeitraum zwischen dem 1. Januar 2019 und dem 31. Dezember 2019 mit der E-Mail-Marketing-Lösung [Inxmail Professional](#) in den Zielmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz versendet. Bei den Ergebnissen handelt es sich – wenn nicht anders angegeben – stets um den Median der untersuchten Kennzahl.

Die letzten beiden Jahre analysierte der E-Mail-Marketing-Anbieter Inxmail zudem die Performance von Transaktionsmails, die mit der Lösung [Inxmail Commerce](#) versendet wurden. Diese Kennzahlen wird Inxmail 2020 erstmals in einer separaten Studie veröffentlichen.

Der [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2020](#) 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