

## Pressemitteilung

### **E-Mail-Marketing-Benchmark 2018: Inxmail stellt aktuelle Kennzahlen vor**

Studie beinhaltet erstmals Auswertungen zu Transaktionsmails und E-Mail-Clients

**Freiburg, 05.06.2018.** Der Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2018 liefert eine Auswertung der wichtigsten Kennzahlen, die Marketer dabei unterstützen, die Performance ihrer E-Mail-Kampagnen einzuordnen und zu verbessern. Bestandteile des Benchmarks sind Öffnungs-, Klick- und Bouncerraten von Newslettern sowie erstmals eine Analyse von Transaktionsmails und der verwendeten E-Mail-Clients. Darüber hinaus enthält der Benchmark Branchenvergleiche und Optimierungstipps. Die Datenbasis bilden mehrere Millionen anonymisierte E-Mails von über 1.000 Kunden.

Laut des [Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmarks 2018](#) liegt die Öffnungsrate der untersuchten Mailings im Jahr 2017 bei 28,1 Prozent. Im Branchenvergleich setzten sich Unternehmen aus „Kunst & Kultur“ mit 51 Prozent an die Spitze, dicht gefolgt von „Freizeit & Touristik“ (41 Prozent) sowie „Unterhaltungselektronik“ (39,4 Prozent).

Zudem verdeutlichen die Kennzahlen, dass Mailings an einen kleineren Empfängerkreis durchschnittlich höhere Öffnungsraten aufzeigen als an große Verteiler: Während bei einem Versand an einen Verteiler bis 100 Empfänger noch fast die Hälfte der Mailings geöffnet werden (46 Prozent), nimmt die Öffnungsrate bei einem sehr großen Verteiler (mehr als 100.000 Empfänger) bis auf 18 Prozent ab. Die Ergebnisse sprechen dafür, dass kleinere Verteiler in der Regel besser gepflegt sind und die Inhalte für die Empfänger deutlich relevanter sind. Die Untersuchung der Mailings ergab darüber hinaus eine Klickrate von 3,8 Prozent sowie eine Bouncerate von 0,7 Prozent.

#### **Mobile Optimierung ist Pflicht**

Erstmals enthält der Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2018 eine Analyse der E-Mail-Clients, die beim Lesen der untersuchten Mailings zum Einsatz kamen. Die Ergebnisse zeigen: Knapp 46 Prozent der Mailings wurden in einem mobilen Client geöffnet, rund 30 Prozent über den Desktop und etwa 24 Prozent via Webmailer. Da die

**INXMAIL**

Unternehmensnachrichten | E-Mail-Marketing-Benchmark 2018: Inxmail stellt aktuelle Kennzahlen vor

Lesegewohnheiten einen bedeutenden Einfluss auf die Gestaltung sowie Optimierung von Mailings haben, unterstreichen diese Kennzahlen die Bedeutung der mobilen Optimierung im E-Mail-Marketing.

**Überdurchschnittliche Performance von Transaktionsmails**

Als erster E-Mail-Marketinganbieter gibt Inxmail mit seinem Benchmark einen Einblick in die Kennzahlen von Transaktionsmails. Dabei handelt es sich um E-Mails, die durch Besucher- und Benutzeraktionen in Online-Shops, Portalen oder anderen Systemen ausgelöst werden und automatisiert über die Lösung [Inxmail Commerce](#) versendet werden.

Die Ergebnisse bestätigen die überdurchschnittliche Performance dieser anlassbezogenen One-to-One-Mails im Vergleich zu Newslettern: Die Öffnungsrate von 60,7 Prozent bei Transaktionsmails ist damit mehr als dreimal so hoch wie bei Newslettern. Die Klickrate schneidet mit 14,4 Prozent im Vergleich sogar noch besser ab (Newsletter: 3,6 Prozent). Besonders erfolgreich zeigen sich in diesem Zusammenhang „Artikel-wieder-verfügbar“-Mails mit einer Öffnungsrate von 88,6 Prozent und einer auffallend hohen Klickrate von 68,2 Prozent.

**Angewandte Methode**

Die Datenbasis des Benchmarks bilden mehrere Millionen anonymisierte E-Mails von über 1.000 Inxmail Kunden mit den Zielmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz. Untersucht wurden alle E-Mails, die zwischen dem 1. Januar 2017 und dem 31. Dezember 2017 über die E-Mail-Marketinglösungen [Inxmail Professional](#) und [Inxmail Commerce](#) versendet wurden. Bei den Ergebnissen handelt es sich – wenn nicht anders angegeben – stets um den Median der untersuchten Kennzahl. Dieser ist robuster gegen Ausreißer und aussagekräftiger als der Mittelwert, den viele andere Studien angeben.

Der vollständige Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2018 steht [zum Download](#) zur Verfügung.

# Über Inxmail

[WWW.INXMAIL.DE](http://WWW.INXMAIL.DE)

Mit knapp 20 Jahren Erfahrung ist Inxmail Pionier der Software-Entwicklung im E-Mail-Marketing. Inxmail begleitet seine Kunden und Partner mit überzeugendem Service und baut deren Potentiale zielgerichtet aus. Dafür schöpft das Unternehmen aus einem breiten Portfolio an Technologie und Service. Die Lösungen werden flexibel den spezifischen Kundenanforderungen angepasst. Mit Inxmail setzen über 2.000 Kunden in mehr als 20 Ländern erfolgreiche E-Mail-Marketing- und Multi-Channel-Kampagnen um.

## AUSZEICHNUNGEN UND ZERTIFIZIERUNGEN



## Pressekontakt

**Inxmail GmbH** | Lorina Kraus | Wentzingerstr. 17 | 79106 Freiburg  
T + 49 761 296979-314 | F + 49 761 296979-9 | [presse@inxmail.de](mailto:presse@inxmail.de) | [www.inxmail.de](http://www.inxmail.de)