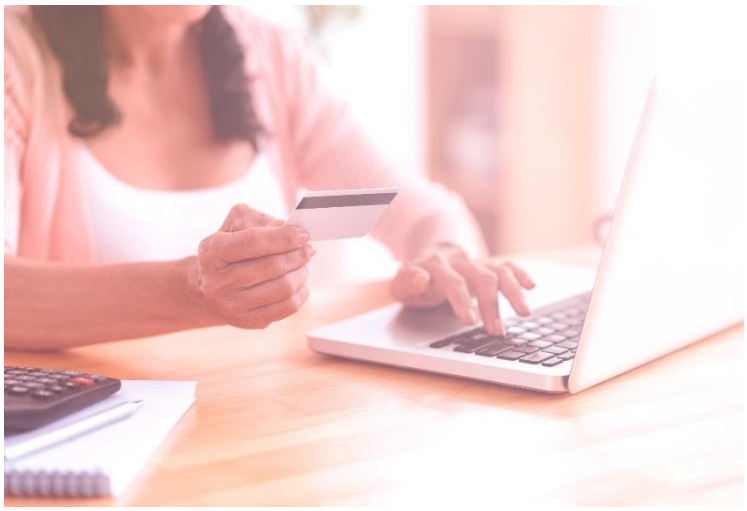
Whitepaper

AUSBLICK 2020: TRENDS IM E-MAIL-MARKETING

powered by United Internet Media

2019 konnte die E-Mail in Deutschland einen wichtigen Geburtstag feiern, denn am 3. August 1984 wurde hierzulande die erste E-Mail empfangen. Seitdem entwickelt sich die elektronische Post ständig weiter. Wir haben die fünf wichtigsten Trends des digitalen Dialog-Marketings aus Sicht von United Internet Media zusammengestellt.

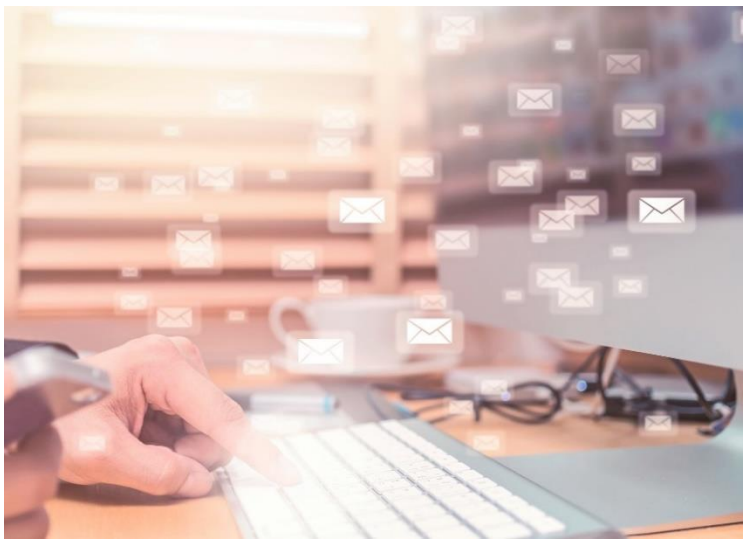


1. TREND: Digitalisierung führt zu verstärktem E-Mail-Einsatz – etwa bei Händlern und Online-Shops

Im Jahr 2018 wurden in Deutschland 848,1 Milliarden E-Mails versendet und empfangen. Das Volumen in den digitalen Postfächern ist damit im Vergleich zu 2017 um zehn Prozent gestiegen. Dabei ist die E-Mail in nahezu allen Segmenten Teil der Customer Journey und damit der natürliche Begleiter des digitalen Alltags. Die meisten E-Mails kamen 2018 von Newsletter-Anbietern, die ihre Abonnenten über Aktionen und aktuelle Angebote informierten.

Nach dem Newsletter-Aus auf WhatsApp hat das E-Mail-Marketing seine Stellung gestärkt. Auf Platz zwei im Absender-Ranking liegen Online-Shops wie Amazon, Zalando oder OTTO, die Einkäufe im Netz mit Bestell- und Versandbestätigungen begleiten.

Dahinter folgen Soziale Netzwerke und private E-Mail-Korrespondenz mit Firmen, Freunden, Familie, Behörden, Schule oder Vereinen. Insbesondere die fortschreitende Digitalisierung der Briefpost birgt noch viel Potenzial für mehr Effizienz im Alltag.



2. TREND: Native Infeed-Formate ergänzen zunehmend das E-Mail-Marketing in den Postfächern

Mit nativen Infeed-Formaten stehen Werbetreibenden alternative Formate zur Verfügung, die das E-Mail-Marketing ergänzen können. Infeed-Formate wie die Inbox Ad verzeichnen hohe Zuwächse und erleben derzeit einen zusätzlichen Wachstumsschub durch Programmatic Advertising. Durch die Anbindung an verschiedene Handelsplattformen können neue Kundensegmente erschlossen und Kampagnen effizient abgewickelt werden.

3. TREND: Versender sorgen für mehr Vertrauen – mit Erfolg bei den Leistungswerten

Nutzer interagieren bevorzugt mit Marken, denen sie vertrauen. Davon können Unternehmen in ihrer E-Mail-Kommunikation profitieren. Der Qualitätsstandard trustedDialog bietet seit zehn Jahren durch Logo-Integration und grafisches Prüfsiegel mehr Aufmerksamkeit und Sicherheit. trustedDialog wird von mittlerweile über 350 Marken auf WEB.DE, GMX, 1&1, freenet und T-Online eingesetzt – Tendenz weiter steigend. Für das Gesamtjahr 2019 erwartet United Internet Media einen neuen Höchstwert von bis zu 21,5 Milliarden über trustedDialog verschickten Nachrichten. Jetzt informieren und unser trustedDialog-Erklärvideo ansehen.

Passend zum Jubiläum belegt ein Best Case mit Hess Natur-Textilien die Wirkung des Qualitätsstandards für sicheren E-Mail-Dialog: Der Natur-Textilien-Händler erhöht mit Hilfe von trustedDialog nachweislich seine wichtigsten Kennzahlen. Ein Ergebnis: Die mit dem Qualitätsstandard gekennzeichneten E-Mails haben eine deutlich höhere Öffnungsrate.

10th Anniversary
trustedDialog

4. TREND: Interactive E-Mails – mehr dynamische Elemente in den Mailings

Interaktive E-Mails bieten Marketern vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für ihre Marketing-Maßnahmen und ermöglichen die Interaktion zwischen Unternehmen und Nutzern im Posteingang: Newsletter-Leser können beispielsweise beworbene Produkte direkt in der Interactive E-Mail in den Warenkorb legen und mit einem Klick den Kauf im Shop abschließen. Dadurch verringert sich der Aufwand für die Empfänger, und die Hemmschwelle zum Kauf sinkt. Im Idealfall führt dies zu einem verbesserten Nutzer-Erlebnis und zu gesteigerten Conversion Rates.

5. TREND: Mehr Intelligenz fürs Postfach – neue smarte Services

Intelligente Funktionen in den E-Mail-Postfächern helfen künftig, das durch die Digitalisierung des Alltags steigende E-Mail-Aufkommen effizient zu managen. Zur vereinfachten Newsletter-Verwaltung gehören Sortierung, Archivierung und Erinnerung. Mit der Paketverfolgung direkt im Postfach begleiten WEB.DE und GMX die Nutzer bei ihren Einkäufen im Netz. Im Ordner „Bestellungen“ verwalten die Nutzer jegliche Korrespondenz von der Kaufbestätigung bis zur erfolgreichen Zustellung. Der Status der Bestellungen wird jederzeit aktuell angezeigt.

Dialog-Marketer sollten prüfen, ob sie diese Trends für ihre Kampagnen und Newsletter nutzen können. Doch die besten Entwicklungen und Optimierungen wirken nur begrenzt, wenn die Grundvoraussetzung für Erfolg nicht gegeben ist: Qualität – und das in allen Bereichen.

Qualität ist unser Anspruch – Denn je besser das Umfeld, desto größer die Werbewirkung!

Erfolgreiche Online-Kampagnen sind die Rockstars des Marketings. Hinter der Bühne tragen dabei zahlreiche Faktoren zum Erfolg des Werbeauftritts bei: Neben einer ansprechenden Kreation gehören wichtige Faktoren dazu wie hohe **Reichweiten**, die **Affinität der Umfelder** sowie innovative Werbelösungen für alle Devices. Eine zentrale Rolle spielt auch die Nähe zur Audience: Damit Online-Kampagnen optimal wirken können, müssen sie präzise an die gewünschte Zielgruppe adressiert und von dieser wahrgenommen werden. Werbetreibende wollen zudem Ad Impressions in Umfeldern ausspielen, die eine hohe **Brand Safety** gewährleisten.

Unser Portfolio unterliegt selbstverständlich den strengen Qualitätsrichtlinien des Online-Vermarkterkreises (OVK) und der agof (Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung).

Unsere Quality Features auf einen Blick:

- Quality Basics
  Online Advertising auf Deutschlands Top-Portalen mit hoher Reichweite, führenden Marken und intensiver Nutzung.

- Ad Quality
  Bestnoten bei Viewability, Ad Fraud und Brand Safety.

- Data Quality
  Sichere und geprüfte Datenqualität für Ihr digitales Marketing dank Vertrauen, Reichweite, großer Datenbasis und Datenaktualität.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

United Internet Media GmbH
Brauerstrasse 48 | 76135 Karlsruhe
Tel.: +49 (0) 721 91374 – 1717
info@united-internet-media.de
www.united-internet-media.de