

Pressemeldung

Datum: 28.09.2015
Ressorts: Marketing, E-Commerce, Software
Keywords: Inxmail, E-Mail-Marketing, Online-Marketing, Newsletter, Benchmark, Versandzeitpunkt, Studie, Öffnungsrate, Klickrate, Freiburg

E-Mail-Marketing-Benchmark: Die frühe E-Mail fängt den Leser

Studie von Inxmail enthüllt die besten Versandzeitpunkte im E-Mail-Marketing

Zu welcher Uhrzeit werden die meisten Mailings versendet? Wann sind die Öffnungs- und Klickraten am höchsten? Wie sehen die Kennzahlen für die einzelnen Branchen aus? Die Antworten auf diese Fragen gibt der Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2015 und hält dabei einige Überraschungen bereit.

Freiburg, 28.09.2015. Der E-Mail-Marketing-Benchmark 2015 von Inxmail (www.inxmail.de) liefert Marketern spannende Erkenntnisse rund um den Mailingversand und ermöglicht die Einordnung der eigenen E-Mail-Marketingaktivitäten im Branchenvergleich. Im Rahmen der Studie hat der E-Mail-Marketingexperte Öffnungsraten, Klickraten und Rücklaufquoten von mehr als 1.000 Unternehmen untersucht.

Die Ergebnisse zeigen, dass der beste Versandtag im B2B-Bereich mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 29,3% der Sonntag ist. Im B2C-Bereich liegt dagegen mit 32,3% der Samstag vorne. Der Gewinner im Branchenvergleich ist die Branche „Kunst und Kultur“. Die durchschnittliche Öffnungsrate bei Mailings von Unternehmen aus diesem Segment liegt mit 53,6% am höchsten. Den Topwert bei der Klickrate hält dagegen die Branche „Chemie und Pharma“.

Die beliebtesten Versandzeitpunkte für Mailings sind morgens gegen 11 Uhr und mittags zwischen 14 und 17 Uhr. Dabei erzielten jedoch Mailings die höchsten Öffnungsraten, die zu ganz anderen Zeiten versendet werden: Im B2B-Segment ist dies der Zeitraum kurz nach Mitternacht – also zu sehr früher Stunde. Im B2C-Bereich werden dagegen diejenigen Mailings am häufigsten geöffnet, deren Versand abends zwischen 21 und 24 Uhr erfolgt.

Die schlechteste Öffnungsrate haben Mailings, die zwischen 6 Uhr morgens und 12 Uhr mittags versendet werden. Hierbei bildet im B2B-Bereich überraschenderweise gerade das Wochenende eine Ausnahme: Mit knapp 47%

ist die Öffnungsrate bei den Mailings enorm hoch, die sonntags zwischen 9 und 12 Uhr versendet werden. Samstags liegt sie in diesem Zeitraum immerhin noch bei 38,5%. Allerdings ist die Klickrate im B2B-Bereich am Samstag sehr niedrig: Sie liegt hier im Durchschnitt bei gerade einmal 1,3%, während sie an keinem der anderen Wochentage unter 3,5% rutscht.

Ein signifikanter Unterschied zwischen B2B- und B2C-Versendern wird zudem deutlich, wenn man sich die Öffnungsrate im Jahresverlauf anschaut: Während die Zahlen an Weihnachten im B2B-Segment am höchsten sind, sind sie gerade zu dieser Zeit im B2C-Bereich am niedrigsten.

Insgesamt sind die Öffnungsraten sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich erneut leicht gesunken. Ein Grund hierfür ist die zunehmende Konkurrenz im Postfach der Empfänger. Relevante und passgenau auf den Empfänger zugeschnittene Inhalte werden deshalb immer wichtiger.

Der komplette Benchmark kann unter www.inxmail.de/academy/studien/e-mail-marketing-benchmark-2015 heruntergeladen werden. Für die Studie wurden mehrere zehntausend Newsletter mit einem gesamten Versandvolumen von mehreren Milliarden E-Mails analysiert. Trigger- und Transaktionsmails wurden bei der Datenerhebung nicht berücksichtigt.

Zeichen: ca. 2.700

Über Inxmail

Mit den leistungsstarken E-Mail-Marketinglösungen von Inxmail setzen weltweit über 2.000 Kunden in über 20 Ländern erfolgreiche Kampagnen und Newsletter um. Das Unternehmen hat Standorte in Deutschland, Italien, Frankreich und Australien. Zum renommierten Kundenkreis gehören s.Oliver, Robinson, der Heise Zeitschriften Verlag, die Berner Kantonalbank sowie zahlreiche namhafte Agenturen wie Ogilvy und rabbit eMarketing.

Inxmail Professional ist eine E-Mail-Marketinglösung für Profis, mit der sich verkaufsstarke E-Mail-Kampagnen schnell und effizient umsetzen lassen. Sie zeichnet sich unter anderem durch ihre intelligenten, hochflexiblen und mobil optimierten Newsletter-Templates aus. Umfangreiche Schnittstellen zu CRM, ERP, CMS, E-Commerce- und Webanalyse-Tools ermöglichen einen ganzheitlichen Kundendialog und maximieren den Kampagnenerfolg.

Mit Inxmail Commerce bietet das Unternehmen darüber hinaus eine Lösung an, mit der sich professionelle und markenkonforme Transaktionsmails sehr schnell und unkompliziert erstellen lassen.

Für seinen exzellenten Kundenservice wurde Inxmail bereits mehrfach ausgezeichnet. So kam das Unternehmen 2014 unter die Top 50 der kundenorientiertesten Dienstleister Deutschlands und wurde 2013 mit dem international renommierten Stevie Award prämiert. Inxmail setzt sich stark für faires E-Mail-Marketing ein und ist Mitbegründer und Mitglied der Certified Senders Alliance (CSA).

Mehr Infos über den E-Mail-Marketingspezialisten Inxmail unter www.inxmail.de.
Umfassendes Praxiswissen rund um das Thema E-Mail-Marketing finden Marketing-Profis im Inxmail Blog: <http://blog.inxmail.de>.

Ansprechpartner:

Dirk Müller
Public Relations
Inxmail GmbH
Wentzingerstr. 17
79106 Freiburg
Tel: 0761/296979-311
E-Mail: dirk.mueller@inxmail.de