

e-Mail-Marketing: Diese Benchmarks sollten Sie kennen

Für viele Online-Händler ist Werbung per e-Mail einer der wichtigsten Kanäle im Marketing-Mix. Drei Kennzahlen sind für die Erfolgsbewertung besonders wichtig: Öffnungsrate, Clickthrough-Rate und die Konversionsrate. Eine Studie hat aktuelle Benchmarks zu diesen Kennzahlen geliefert.

Hier lesen Sie mehr zu den Ergebnissen der Studie. Das amerikanische Branchenmagazin **marketing-sherpa** präsentierte im letzten Jahr neue Benchmarkzahlen zum e-Mail-Marketing. Sicherlich sind diese Ergebnisse auch für Online-Händler in Deutschland interessant, geben sie doch einen Bezugsrahmen für die Erfolgsbewertung einer gelaufenen e-Mail-Marketing-Kampagne.

Nico Zorn vom **EmailMarketingBlog** betont zurecht, dass solche Benchmarks natürlich immer abhängig von unterschiedlichen Erhebungs- und Berechnungsmethoden und länderspezifischen Unterschieden sind. Dennoch lohne sich ein Blick auf die Ergebnisse:

Die Studien von MarketingSherpa liefern aber dennoch einen ersten Anhaltspunkt, zumal das Unternehmen Anbieter-unabhängig ist, die Studien also nicht zu PR-Zwecken veröffentlicht.

Die Ergebnisse

Die Studienautoren haben bei der Analyse nach B2B- und B2C-Zielgruppen unterschieden, wobei sich beide Zielgruppen nur in wenigen Prozentpunkten voneinander unterscheiden. Ausgewertet wurden die Öffnungsrate eines Newsletters, die Clickthrough Rate und die Conversion Rate.



Die Kennzahlen entstammen dem MarketingSherpa's 2010 Email Marketing Benchmark Report.