

Epsilon International: weltweite E-Mail Trends 2005 bis 2007

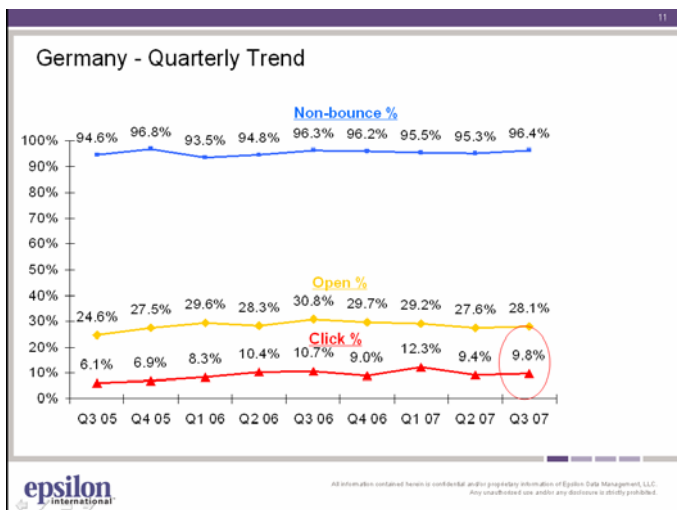
PR Release

Kontakt: Peter Pries,
Telefon: 0172-9201312
E-Mail: peter.pries@marketingplusx.com

Epsilon International präsentiert weltweite E-Mail Marketing Trends 3. Quartal 2007 - Deutschland hat Top Klickrate von 9,8%

Düsseldorf, 27.02.2008 : : Epsilon International™, einer der führenden Anbieter für strategische, renditeorientierte E-Mail-Kommunikationslösungen und -Technologien zur Marketing-Automatisierung veröffentlicht seine renommierte internationalen E-Mail MarketingTrends.

Die gute Nachricht für Deutschland: Die Bouncerate fallen und die Klickraten* sind im absoluten 3-Jahres-Vergleich 3. Quartal 2005 vs. 3. Quartal 2007 auf durchschnittlich 9,8% gestiegen.*



Die Studie "Epsilon International Email Trends und Benchmarks" liefert Vergleichszahlen für Europa, Asien und Nordamerika. Gleichzeitig werden auch Einzelergebnisse für die größten europäischen Länder, B2B vs. B2C sowie einzelne Branchen ausgewiesen.

Echte Erfolgsmessung: Klickraten versus Öffnungsraten

Bei Diskussionen über E-Mail Benchmarks wird oft vergessen, dass die härteste Währung die Klickrate* ist. Stattdessen wird oft eine undifferenzierte Diskussion über fallende - messbare - Öffnungsraten geführt. Dabei wird gerne unterschlagen, dass die fallenden Öffnungsraten technisch von der standardmäßigen Bildunterdrückung bei vielen E-Mail Programmen wie Outlook, Lotus, Thunderbird & Co. maßgeblich beeinflusst wurden. Die Bildanzeige ermöglicht die Messung der Öffnungsrate. Bei der Bildunterdrückung wird die E-Mail ohne Bilder gelesen, somit ist ein Großteil der Leser statistisch nicht messbar.

HTML ist das stärkste Format in Deutschland

Die klickstärksten E-Mail Formate im Q3 2007 waren in Deutschland:

1. Platz HTML E-Mails mit 13,2% Klickrate*
2. Multipart E-Mails (Kombination aus HTML/Text) mit 5,2 % Klickrate*
3. Text E-Mails mit 4,8% Klickrate*

Studiensteckbrief:

Die Studie basiert auf einigen Millionen E-Mails, die zwischen dem 3. Quartal 2005 und dem 3. Quartal 2007 über das DREAMmail System in den EMEA (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) versandt wurden. Die Ergebnisse werden als ungewichtetes Mittel ausgewiesen, so dass sie unabhängig vom E-Mail Volumen einzelner Kunden sind. Damit bekommt jedes Unternehmen eine valide Vergleichsbasis. Als Messkriterien werden die Öffnungsrate*, die Klickrate*, die unique Klickrate*, die Bouncerate* und die Non-Bounce-Rate* ermittelt.

Bestellmöglichkeit via E-Mail:

Die Studie kann via E-Mail bestellt unter der Adresse:

info_de(at)epsilon.com

bestellt werden.

Über Epsilon International:

Epsilon International (www.epsilon.com/de) ist ein führender Anbieter für strategische, renditeorientierte E-Mail-Kommunikationslösungen und Technologien zur Marketing-Automatisierung. Durch die Kombination von innovativen Technologien, professionellen Dienstleistungen und die umfassende Erfahrung mit vertikalen Märkten unterstützt Epsilon International Werbetreibende dabei, Kundenbeziehungen durch eine hochrelevante und personalisierte E-Mail-Kommunikation aufzubauen, zu erweitern und aufrecht zu erhalten. Das umfassende Angebot branchenspezifischer Produkte und Dienstleistungen beinhaltet skalierbare

E-Mail-Kampagnentechnologie, Optimierung der Auslieferungsraten, Marketing-Automations-Technologien, schlüsselfertige Integrationslösungen, strategische Beratung und Expertise für die Entwicklung von E-Mail-Programmen, die messbare Ergebnisse über den gesamten Kundenlebenszyklus hinweg generieren.

Die internationalen Geschäfte von Epsilon International firmieren unter dem Epsilon International Markennamen und umfassen Büros in Europa und Asien. Zu den Kunden für E-Mail-Kampagnentechnologie von Epsilon zählen zurzeit mehr als 700 Spitzenfirmen weltweit. Epsilon International ist eine Division von Epsilon (www.epsilon.com), einem führenden Anbieter für Multichannel-Marketingleistungen, Technologien und Datenbanklösungen. Epsilon International ist ein Unternehmen der Alliance Data, FHC, Inc.

Weitere Informationen finden Sie unter www.epsilon.com/de.

* Öffnungsrate: Geöffnete E-Mails/ausgelieferte HTML oder Multipart E-Mails
CTR: Summe der Klicks durch die Anzahl der ausgelieferten E-Mails
Unique CTR: Unique Klicks/ Anzahl der ausgelieferten E-Mails
Bounce Rate: (Softbounces plus Hard Bounces)/ gesendete E-Mails
Non-bounce Rate: 1- Bounce Rate in %