



**gkk**  
human  
experience  
company

# Erfolgreiches E-Mail Marketing

**gkk**  
human  
experience  
company

17. September 2024

# agenda

**Vorstellung gkk**

**Definition E-Mail-Marketing**

**Entwicklung in den letzten Jahren**

**E-Mail Marketing heute**

**5**

**Was benötigt man für erfolgreiches EMM**

**6**

**Rechtlicher Rahmen / Dos & Don'ts**

**7**

**Aufbau & Gestaltungsbeispiele**

**8**

**Herausforderungen & Trends**

# Vorstellung gkk

the human experience company

# Customer Experience Management seit 1996



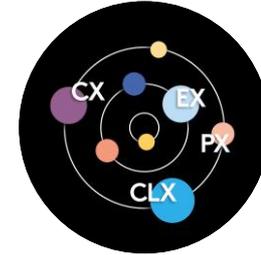
Services & Solutions  
Provider



Unternehmerisch geprägt



Mehr als 900  
Kolleg\*innen



Human Centered Caring  
Mindset



Salesforce  
Partner



ISO/IEC 27001:2013  
zertifiziert



Auszeichnungen als Top-  
Innovator

2019, 2021, 2023



Top Ausbilder  
zum 4. Mal in Folge

# All-in-one: Flexibel. Stabil. Sicher.

Größte Agentur-Holding weltweit

Höchste Anzahl an Kreativ-Auszeichnungen  
seit fünf Jahren in Folge

Effektivste Holding Company  
seit vier Jahren in Folge

Agentur-Holding mit höchstem  
Data Management-Investment

Wir sind 100%ige Tochter der WPP-Group.

# Wir sind da, wo ihr uns braucht.

## **gkk Bremen GmbH**

z.B. Premium-Service für BMW und MINI |  
Company Bike Solutions



## **gkk Frankfurt GmbH**

z.B. Omnichannel Services für DVAG |  
Community Management für Samsung

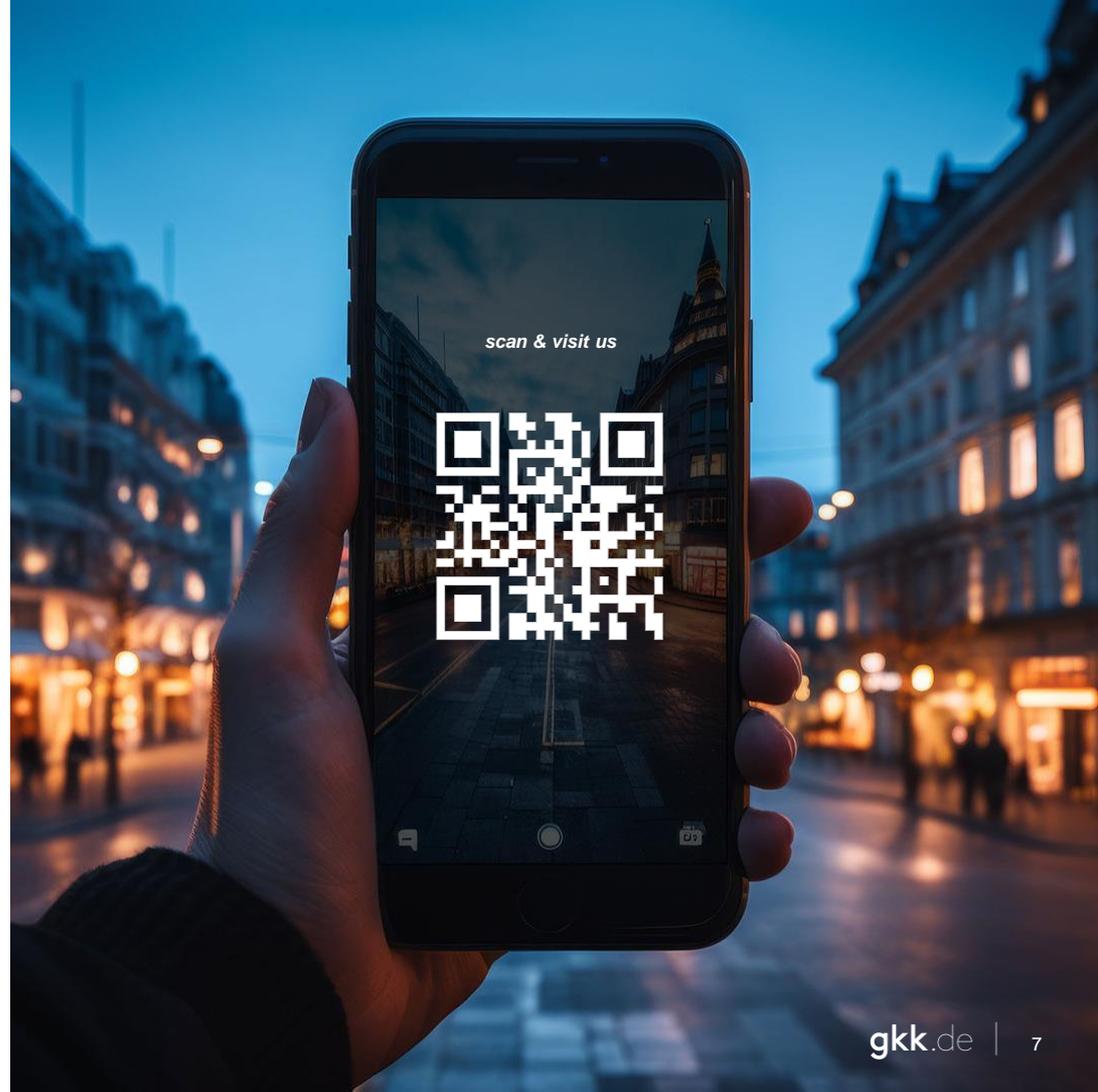
## **gkk Hannover GmbH**

Best-in-Class-Service und Antragsbearbeitung  
für ING



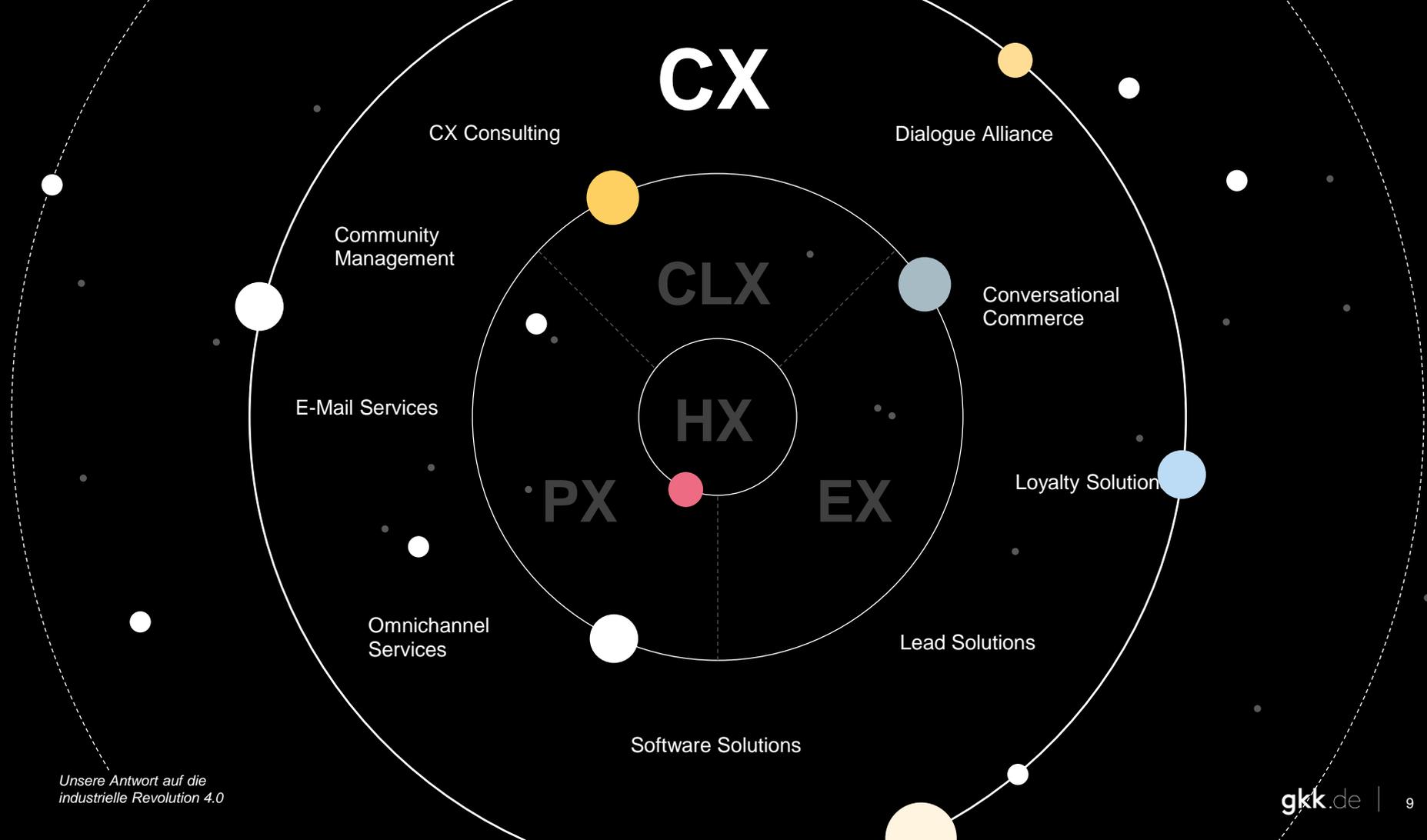
## **gkk München GmbH**

z.B. Loyalty Solutions und CRM für PAYBACK |  
E-Mail Services für MSD Tiergesundheit



**Was wir tun**

Was wir tun



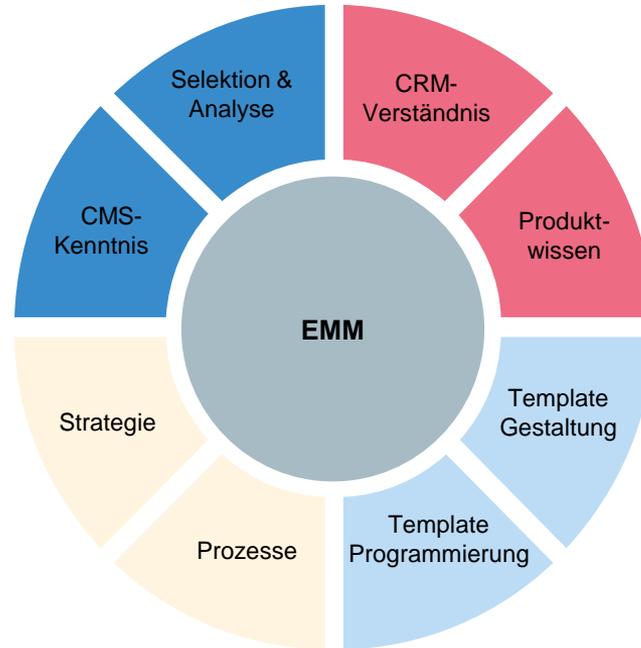
# Organisationseinheiten für professionelles E-Mail Marketing

## BI

- Selektion
- Analyse
- CMS
- Workflows
- Blacklist

## CRM Consulting

- Strategische Weiterentwicklung
- Customer Journey
- Redaktionsplanung
- Kampagnenstrecken
- Automatisierung



## Kampagnen- und Projektsteuerung

- Erstellung und Versand
- Testing hinsichtlich Darstellung (Endgeräte, Browser, Provider)
- Performance Optimierung (A/B Testing, Versandzeitpunkt, etc.)
- Produktwissen
- Rechtliche Aspekte

## Kreation

- Konzeption
- Template Programmierung
- Template Gestaltung
- Optimierung hinsichtlich User Experience

# EMM Tools im Einsatz bei der GKK



# Was ist E-Mail Marketing?

# Definition E-Mail Marketing

E-Mail-Marketing ist eine spezifische Form des Onlinemarketings und des Direktmarketings. Informationen und Werbebotschaften werden per E-Mail gezielt an Personen oder Gruppen von Personen gesendet, die sich für den Empfang von E-Mails beim Absender registriert haben.

*(Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon, E-Mail-Marketing)*

E-Mail-Marketing ist das Versenden einer kommerziellen Nachricht , typischerweise an eine Gruppe von Personen, per E-Mail (...) Es beinhaltet die Verwendung von E-Mail, um Werbung zu senden , Geschäfte anzufordern oder Verkäufe oder Spenden zu erbitten. E-Mail-Marketingstrategien zielen in der Regel darauf ab, eines oder mehrere von drei Hauptzielen zu erreichen: Loyalität , Vertrauen oder Markenbekanntheit aufzubauen.

*(Quelle: Wikipedia, E-Mail Marketing)*

# E-Mail Marketing heute

.... Etwa 330 Milliarden E-Mails werden pro Tag weltweit verschickt...

*(Quelle: WDR, Service Computer 2023)*

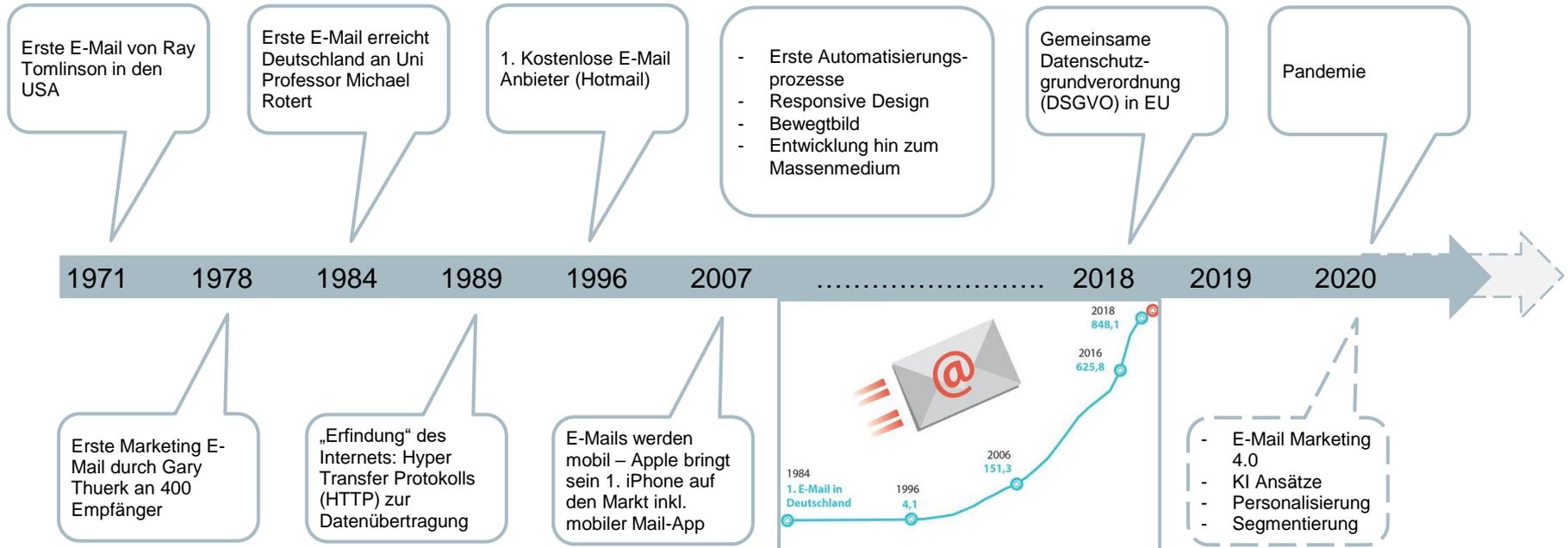
.....99 % aller Unternehmen nutzen E-Mail Marketing zur aktiven  
Kundenkommunikation.

*(Quelle: Studie von DDV & absolut Dr. Schwarz Consulting, 2023)*

.....94% aller Unternehmen bieten einen regelmäßigen E-Mail Newsletter  
an....

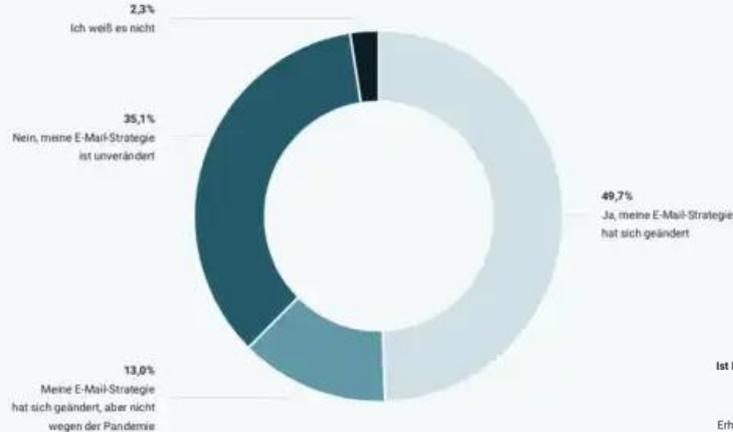
*(Quelle: Studie von DDV & absolut Dr. Schwarz Consulting, 2021)*

# Rückblick - die Geschichte des E-Mail Marketings



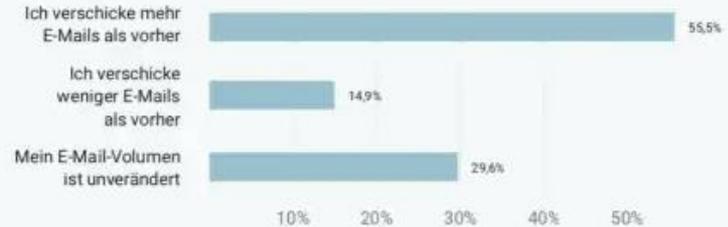
# Auswirkungen der Pandemie auf das E-Mail Marketing

Hat die Pandemie im letzten Jahr dazu geführt hat, dass Sie Ihre E-Mail-Strategie geändert haben?



Verlagerung hin zur virtuellen Kommunikation

Hat sich seit dem Beginn der Pandemie Ihr E-Mail-Volumen verändert?



Steigerung des E-Mail Volumens

Ist Ihre Öffnungsraten seit dem Beginn der Pandemie gestiegen, gesunken oder gleich geblieben?



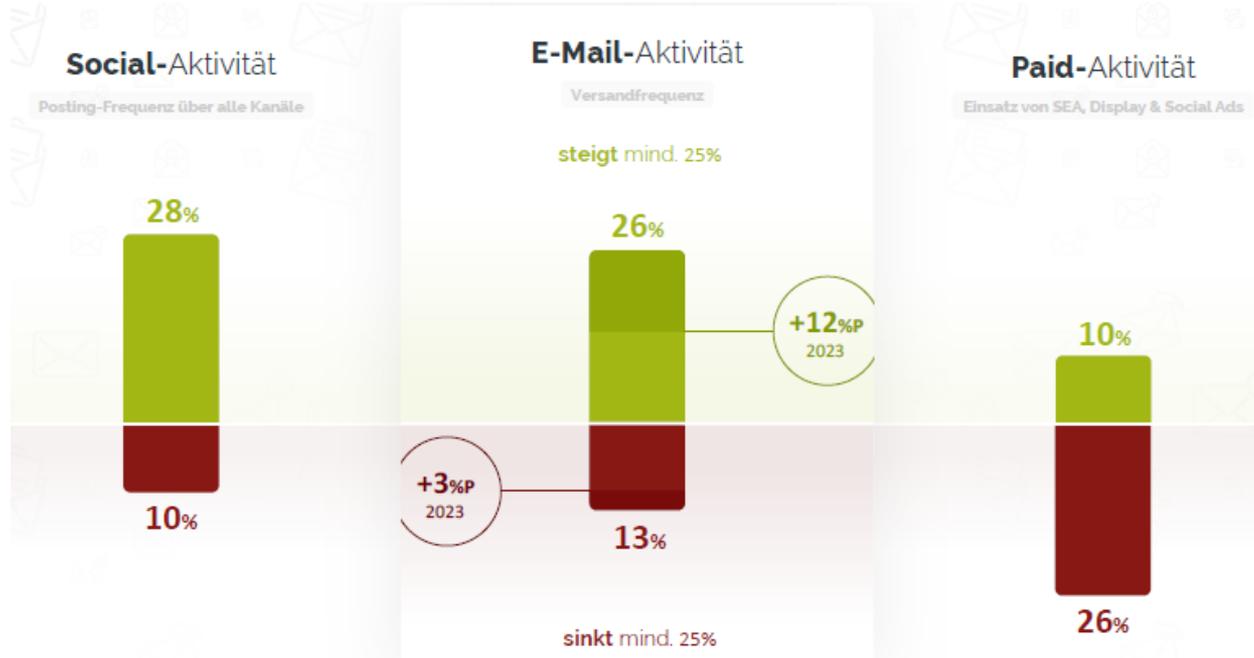
Sind Ihre Klickraten seit dem Beginn der Pandemie gestiegen, gesunken oder gleich geblieben?



Steigerung von Öffnungs- und Klickrate

Höhere Relevanz im Marketing Mix!

# Unternehmen setzen verstärkt auf den Kanal E-Mail



E-Mail-Aktivitäten von Unternehmen haben sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt.

Immer mehr Unternehmen scheinen den direkten und plattformunabhängigen Zugang zu ihren Kunden zu bevorzugen.

Quelle: E-Mail Marketing Benchmarks 2024, DDV & Dr. Schwarz Consulting

# EMM gehört zu den effektivsten Kanälen im Marketing Mix

Im Gegensatz zu vielen anderen Marketing Kanälen bietet das E-Mail Marketing Unternehmen den Vorteil, persönliche Beziehungen zu ihren Kunden – ihrer wertvollsten Ressource – aufbauen zu können. Daraus ergeben sich viele Vorteile:

Messbarkeit

Transparenz

Testmöglich-  
keiten

Kundenbindung

individualisierbar

zielgenau

umweltfreundlich

Schnelligkeit

Geringe  
Streuverluste

Kosteneffizienz

# Was brauche ich für E-Mail Marketing?

Datenbank

Versand Tool

Organisation



## Kampagnen Management:

- Content Planung
- Zielsetzung und KPIs

## Kreation:

- Konzeption & Gestaltung (Text / Bild / Verlinkung)

## Programmierung:

- html-Template

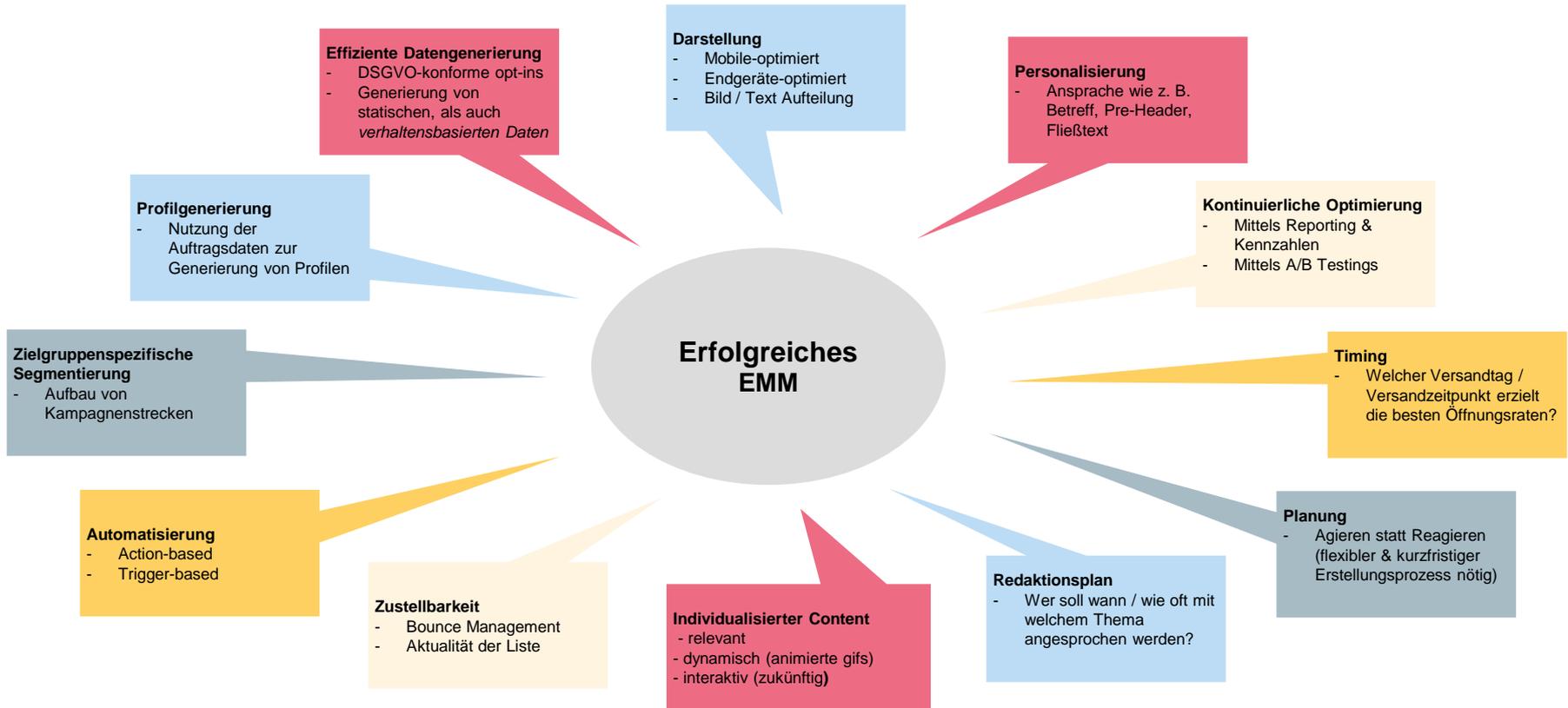
## Business Intelligence:

- Zielgruppen Selektion
- KPI Tracking & Analyse

## Versand Management:

- Kampagnen Erstellung im Tool
- Testing & Qualitätssicherung

# Faktoren für erfolgreiches E-Mail Marketing



OPERATIVES EMM –  
WAS GIBT ES ZU  
BEACHTEN?  
- DOS AND DON'TS -

# Don'ts



Uninteressante Inhalte (BZ)

Lange Fließtexte ohne Struktur

Kein oder schlecht sichtbarer Call-to-Action

Keine DSGVO-Konformität

Unselektierte Zielgruppe

Nicht mobile-optimierte Programmierung

Hohe Versandfrequenz

Kauf / Verkauf von E-Mail Listen

# Rechtssicherheit im EMM – die neue Datenschutzgrundverordnung

Zum 25.05.2018 ersetzt die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) die bisherige Regelung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) im Bezug auf die werbliche Nutzung von persönlichen Daten.

Beispiele für **personenbezogene Daten**: Name, Adresse, Tel. Nr. / E-Mail-Adresse, Personalausweisnummer, Foto, Geschlecht, Größe, Haarfarbe, etc.

Besonders sensible personenbezogene Daten: Herkunft, politische Meinung, sexuelle Orientierung, religiöse Überzeugungen, Gesundheitszustand.

Ziel der Datenschutzgrundverordnung:



Schaffung von mehr Transparenz  
Stärkung der Nutzerrechte

# Rechtssicherheit im EMM – die neue Datenschutzgrundverordnung

Grundsätzlich dürfen Werbe-E-Mails jeglicher Art nur nach vorheriger Zustimmung durch den Empfänger versendet werden (**Double Opt-in**). Die Einwilligung über die Abgabe der personenbezogenen Daten muss **aktiv** und **freiwillig** erfolgen (keine vorausgefüllten Checkboxen).

Der Betreiber von E-Mail Verteilern muss nachweisen, zu welchem Zeitpunkt die Einwilligung erfolgt ist.

Abmeldung muss jederzeit möglich sein (umfassendes Widerspruchsrecht aus Art. 21 DSGVO) > „Recht auf Vergessen werden“.

Für externe Dienstleister müssen Vereinbarungen über eine Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO bzw. über eine gemeinsame Verantwortlichkeit nach Art. 26 DSGVO getroffen werden (> erforderlichen technischen und organisatorischen Maßnahmen zur sicheren Datenverarbeitung)

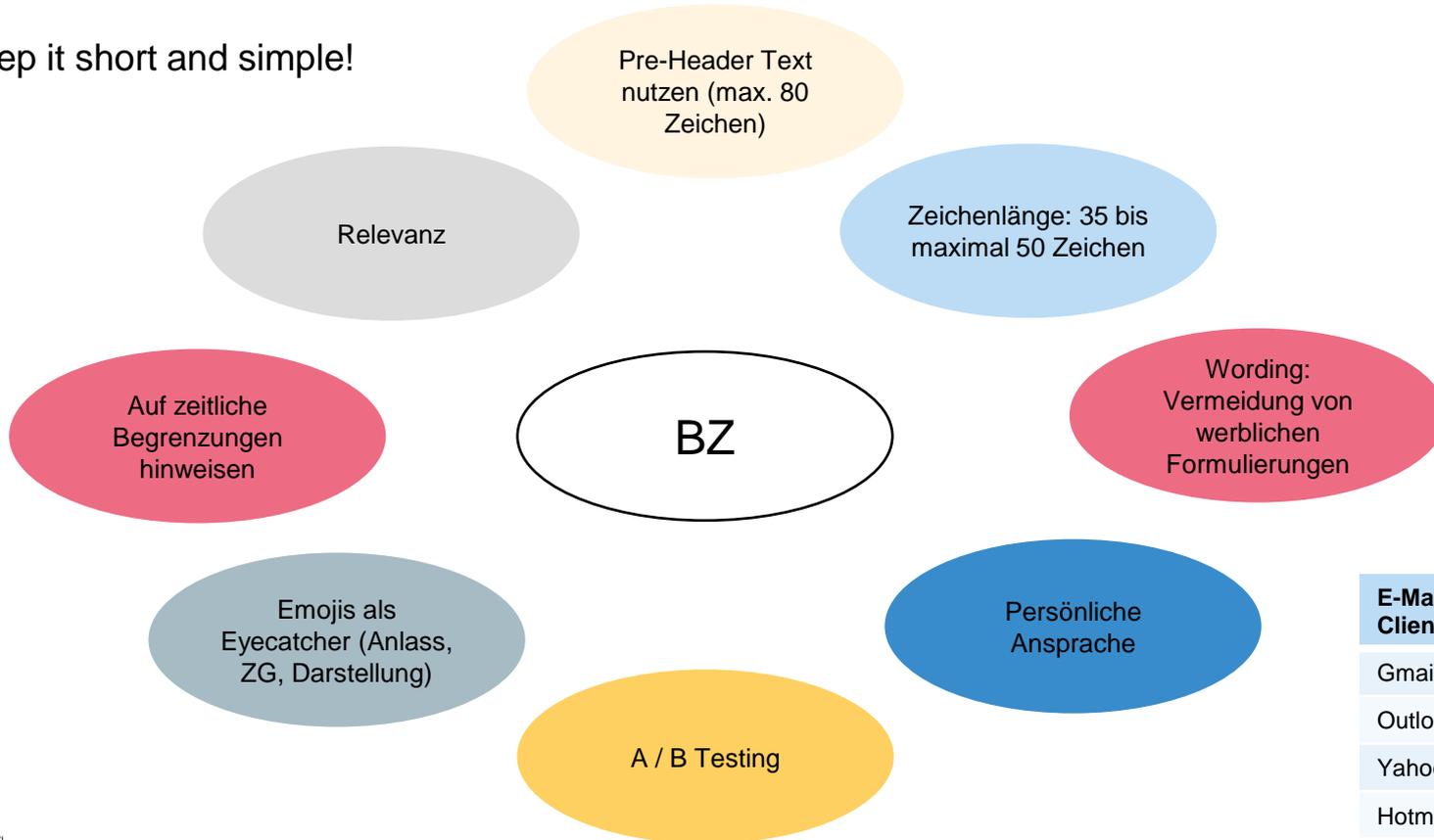
Die EU DSGVO sieht für die rechtswidrige Erhebung bzw. Verarbeitung einer E-Mail Adresse eine **Strafzahlung bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu 4 Prozent des weltweit erzielten Jahresumsatzes** des vorangegangenen Geschäftsjahres vor.

# Zustellbarkeit – wie vermeide ich SPAM?

- Reputation des Absenders (Blacklist?)
- Hard Bounces
  - E-Mail Adresse existiert nicht / Adresse ist ungültig (Tippfehler)
  - Zustellung blockiert
- Soft Bounces
  - Postfach überfüllt
  - E-Mail ist zu groß (zu viele Bilder)
  - Spam-Einstufung des Internet-Service-Providers (unterschiedliche Kriterien & Algorithmen)
  - Abwesenheitsassistent
  - **Spam Wörter:** Sensible Branchen (Finanzen: €€, \$\$\$, 100% gratis / kostenlos, Cash, ... Glücksspiel: „Sie haben gewonnen“, Glücksspiel, Ihr Geschenk, risikofrei, Wette, Ihr Geschenk, ..... Gesundheit: „Abnehmen über Nacht“, „Falten entfernen“, Glatze weg in xxx“, .... Shopping: „Ausverkauf“, Jetzt kaufen / zuschlagen / sichern, limitiertes Angebot, nur heute verfügbar, Schnäppchen, Sonderangebot, .... Sonstige: Achtung!, Dringend, Jetzt handeln, STOP, ....)

# Dos - Betreffzeile

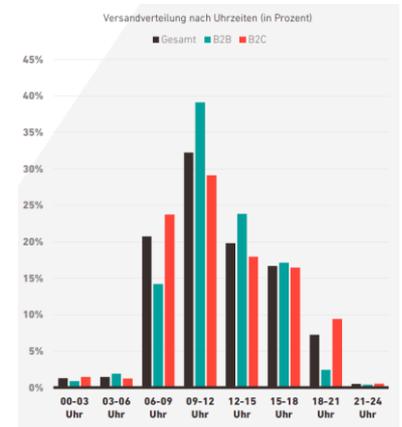
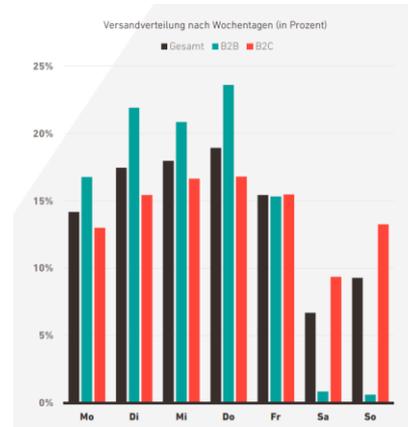
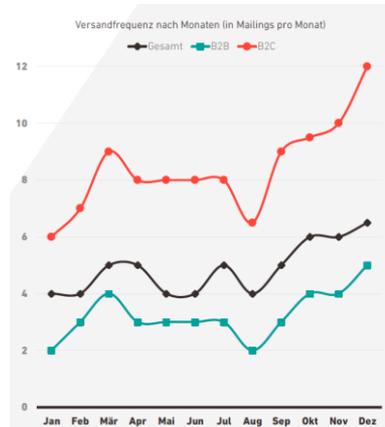
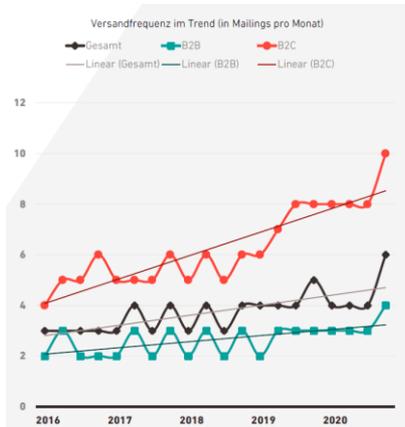
Keep it short and simple!



E-Mail Client	Zeichenlänge
Gmail	77
Outlook	60
Yahoo	47
Hotmail	45

# Dos – optimaler Versandzeitpunkt

Nicht zu jedem Zeitpunkt ist eine identische E-Mail gleich erfolgreich. Die Meinungen, welcher Tag und welche Uhrzeit nun optimal sind, gehen weit auseinander. Zusätzlich variieren Sie je nach Branche und Zielgruppe. Die Lösung > Testen.



Quelle: inxmail „E-Mail Marketing Benchmarks 2021“. Die Datenbasis des Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2021 bilden mehr als drei Milliarden anonymisierte E-Mails aus mehr als 200.000 versendeten Mailings in 2020.

# Dos – Content

**Relevanz für die Empfänger** deutlich machen: Konzentration auf ein spezielles Thema / deutliche Darstellung des Angebots bzw. des Mehrwerts. Story Telling (Emotionalisierung)

**Above-the-Fold-Space nutzen:** Positionierung des wichtigsten Bausteins direkt nach oben (maximale Aufmerksamkeit).

**Passende Handlungsaufforderungen** einfügen: deutlich machen, was der Leser tun soll und was er für sein Handeln bekommt.

**Spam-Begriffe vermeiden:** keine Begriffe benutzen, die mit Geld oder Gewinn zu tun haben, damit der Newsletter nicht im Spam Ordner landet.

**Personalisierte Anrede:** Der Empfänger fühlt sich sofort angesprochen, wenn er seinen Namen liest > Name des Empfängers in der Anrede.

**Individualisierter Content:** Ausspielung des jeweiligen Contents für die entsprechende Zielgruppe

# Dos – Testen, testen, testen

Performance Optimierung durch professionelles Testen (BZ, Angebote, Zielgruppen, Layouts, etc.)

Vor dem Versand	Während des Versands
Darstellung bei verschiedenen E-Mail Providern (Outlook, gmx, etc.) + Browsern testen	<b>Split run</b> (A/B Test): 50 / 50 Aufteilung z.B. Betreffzeilen Testing
Darstellung auf verschiedenen Devices testen (Desktop / iPad / Smartphone)	<b>Sampling Pre-Test</b> (A/B Test): Jeweils 10 % erhalten Variante A oder B. Die restlichen 80 % erhalten dann einige Zeit später die Variante, die besser funktioniert hat. ZG-Testing
Bildverlinkungen / Landing Page / mouse over Texte	<b>Multivarianten Test:</b> Testing vieler verschiedener Elemente gleichzeitig und unabhängig voneinander (BZ, Schriftgröße, Layout, verschiedene Calls-to-Action, etc.)

# MESSBARKEIT – KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI)

# Gängige KPIs zur Performance Messung

Öffnungsrate	Die E-Mail-Öffnungsrate bezeichnet den Anteil der zugestellten E-Mails, die mindestens einmal geöffnet wurden.
Klickrate	Die Klickrate ist der Anteil geöffneter E-Mails, die mindestens einmal angeklickt wurden.
Conversion-Rate	Die Conversion-Rate gibt den Anteil der User an, die eine gewünschte Handlung ausgeführt haben, zum Beispiel einen Kauf oder das Abonnieren des Newsletters.
Bounce Rate	Die Bounce Rate gibt Aufschluss bezüglich der Unzustellbarkeit einer E-Mail (Soft Bounces / Hard Bounces)
Abmelde-Rate	Unter der Abmelde-rate versteht man das prozentuale Verhältnis zwischen Abmeldungen und zugestellten E-Mails (Indikator für Qualität des NL)

# Konstante Performance Werte

## E-Mail-Marketing-Benchmark 2024

Kennzahlen auf einen Blick



### VERSANDFREQUENZ

Versendete Mailings pro Monat

**4 Mailings / Monat** ▶  
Vorjahr: 4 Mailings / Monat



### ÖFFNUNGSRATE

Eindeutige Öffnungen / Zustellungen

**23,3%** ▼  
Vorjahr: 24,0%



### KLICKRATE

Eindeutige Klicks / Zustellungen

**3,5%** ▼  
Vorjahr: 3,6%



### EFFEKTIVE KLICKRATE

Eindeutige Klicks / Eindeutige Öffnungen

**16,7%** ▼  
Vorjahr: 16,8%



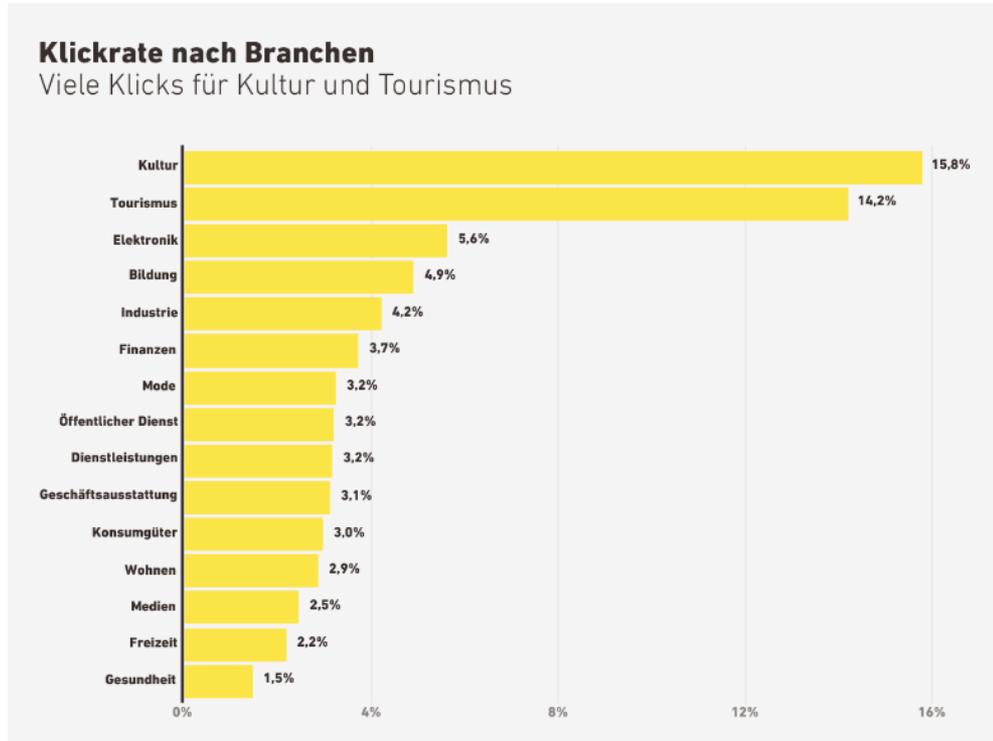
### BOUNCE-RATE

Bounces / Versendungen

**0,5%** ▶  
Vorjahr: 0,5%

Quelle: E-Mail-Marketing-Benchmark 2024: Kennzahlen auf einen Blick

# Klickrate - Branchenunterschiede



Quelle: Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2024: Klickrate nach Branchen

# LAYOUT

# Newsletter-Aufbau nach „Inverted Pyramid“-Modell

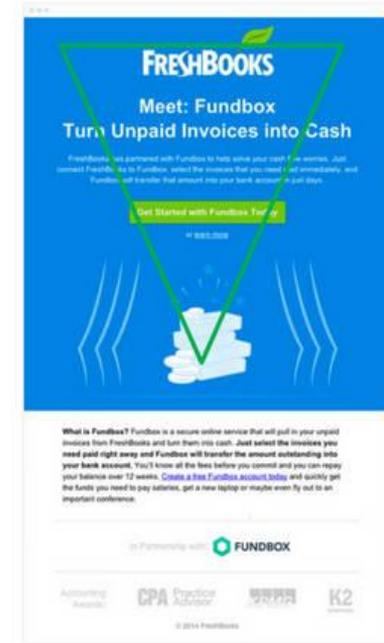
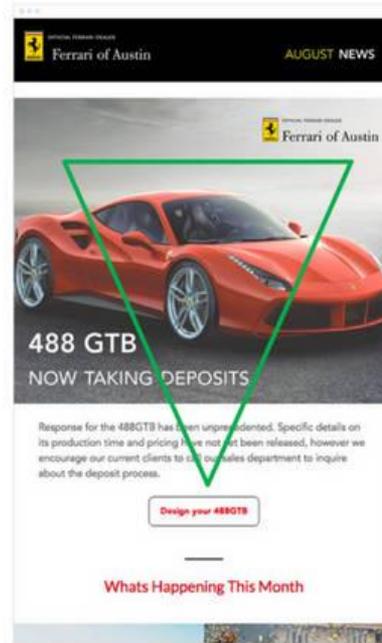
- Kurze E-Mails mit wenig Text
- Strukturiert durch Sektionen

## Aufbau:

#1 Hero Shot: HL mit Key Message

#2 Unterstützender Content und Visuals, um User weiterzuleiten

#3 CTA-Button mit klarer Beschreibung, was als nächstes zu tun ist



# Praxisbeispiel

Rechtskonformität:

- Absendername
- Impressum
- Abmeldemöglichkeit

Ansprechende  
Betreffzeile  
(personalisiert)

Nutzung Pre-Header

Segmentierte Zielgruppe

Relevanter Content



Persönliche Ansprache

Ausgewogenes Bild / Text  
Verhältnis

Verknappung / Countdown

Ansprechende Header Grafik

Sichtbarer CTA > Verlinkung  
auf relevante LP

- Aktive Formulierung
- Dringlichkeit
- Kontrastfarbe
- Platzierung Im oberen Drittel des NL

Mobile optimiertes /  
responsive Template



Hallo Max Mustermann  
1.005.904 °P

Wir brennen für guten Geschmack!



10FACH  
PUNKTE

Ob Fleisch oder Veggie, herzhaft oder süß. Entdecke tolle Burger, um deine Geschmacksnerven und dein Punktekonto auf ein neues Level zu bringen!

Zu den eCoupons >

0% Fleisch, 100% Geschmack

Klick dich durch deine Plant-based-Highlights.



Zum Veggie-Wow >

Der Geschmacks-Champ!



Gegrillt, geröstet und mit würzigen Champignons, Rucola und Käse – abgerundet mit Knoblauchsauce sowie dem heißgeliebten Geschmack der King's Selection.

Zum eCoupon >

Cheesy Rösti Lover. Jetzt bei BK!



Hallo [Vorname]!  
Du hast 1.005.904 °P

Jetzt Coupons nutzen & durchstarten

REWE  
Dein Markt

VIELE  
EXTRA-  
PUNKTE

Da warten noch viele ungenutzte Coupons auf dich! Komm jetzt zu REWE, löse sie ein und lass dein Punktekonto steigen!

Zu den eCoupons >

Deine persönlichen REWE Coupons

REWE

VIELE EXTRA °P  
auf REWE Punkte-Highlights mit  
Artikel aus folgenden Beisatz

Jetzt aktivieren

Jede Woche neue Punkte-Highlights



Sammle nicht nur mit deinen REWE Coupons Extra-Punkte, sondern auch mit den Punkte-Highlights! Entdecke wöchentlich 3 Marken und eine Warengruppe der Woche!

Jetzt entdecken >

Deine Vorteile:

► Jede Woche mehrfach punkten

► Bonus-10fach Punkte



Hallo [Vorname]!  
Du hast 1.005.904 °P

Großer Jubel zum Einjährigen!



Mitfeiern und gewinnen!

Hip, hip hooray! Zum einjährigen PAYBACK Jubiläum lässt nahkauf die Punkte steigen! Jetzt beim Gewinnspiel mitmachen und mit etwas Glück auf 11.111 Punkte freuen!

Infos zum Gewinnspiel >

nahkauf

ZU GEWINNEN

11 x 11.111 °P  
Jeder Kunde kann nur 1 x gewinnen\*

Gültig von 01.03.-31.03.2022

Zum eCoupon

Am 01.03. gibt es 10fach Punkte!



Zu unserem einjährigen Jubiläum am 01.03. erwartet dich eine besondere Punkteüberraschung! Wir schenken dir 10fach Punkte auf den gesamten Einkauf in deinem nahkauf Markt!

Zum eCoupon >

nahkauf

10FACH °P  
auf den gesamten Einkauf

Gültig nur am 01.03.2022

Zum eCoupon

\* Das Gewinnspiel läuft vom 01.03.-31.03.2022. Teilnahmebedingungen und weitere Informationen unter <https://www.payback.de/winnspiele/>

Mein persönlicher Shopping-Assistent!



Hallo [Vorname]!  
Du hast 1.005.904 °P



Jetzt für 2022 vorsorgen

**Starte gesund ins neue Jahr!**  
Bestelle Medikamente über gesund.de einfach online bei deiner Apotheke vor Ort und punkte 10fach\*!

Zum eCoupon >

Rezepte einfach digital einlösen



Rezept  
scannen



Apotheke  
auswählen



Click & Collect/  
Lieferung

Schicke Rezepte über gesund.de digital an deine Apotheke. Sobald alles bereitliegt, wirst du benachrichtigt und kannst dein Medikament abholen oder per Bringdienst liefern lassen.

Mehr Infos >

Vorteile von gesund.de



Hallo Max Mustermann  
1.005.904 °P

## Die Zahnzusatzversicherung mit Biss

ottonova



Angst, in den Spiegel zu schauen? Die Zahnzusatzversicherung von ottonova ist nicht nur erschreckend günstig, du kannst dabei sogar noch monstermäßig punkten!

### Mit schrecklich vielen Vorteilen

ottonova **BIS ZU 3.000 °P**

Je 1.500 Punkte im 1. und 2. Jahr

JETZT AKTIVIEREN



Gültig bei Abschluss bis 07.11.2021

**Nicht vergessen:** Einfach den Coupon einlösen und wie von Geisterhand viele Punkte erhalten!



# GIF Weiche: Animation vs. Fallback



# GIF Weiche: Animation vs. Fallback



# Praxis Beispiel: Berechnung



Alle gesetzlichen Leistungen inklusive.  
Plus viele Zusatzleistungen!

Hier per Klick Vorteile berechnen: 

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Professionelle Zahnreinigung | <input type="checkbox"/> Fitness, Yoga und Co.              |
| <input type="checkbox"/> Osteopathie-Behandlungen     | <input type="checkbox"/> Leistungen vor und nach der Geburt |
| <input type="checkbox"/> Kostenlose Reiseimpfungen    | <input type="checkbox"/> BIG Vorteilsprogramm               |

So viel bringt der Wechsel zur BIG: **0 €**



Alle gesetzlichen Leistungen inklusive.  
Plus viele Zusatzleistungen!

So viel bringt der Wechsel zur BIG:

- |  |       |
|--|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Professionelle Zahnreinigung       | 50 €  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Osteopathie-Behandlungen           | 160 € |
| <input checked="" type="checkbox"/> Kostenlose Reiseimpfungen          | 300 € |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fitness, Yoga und Co.              | 350 € |
| <input checked="" type="checkbox"/> Leistungen vor und nach der Geburt | 530 € |
| <input checked="" type="checkbox"/> BIG Vorteilsprogramm               | 100 € |

Gesamtersparnis: **1.490 €**

# Praxis Beispiel: Quiz

Dieser Newsletter ist interaktiv.



**QUIZ KNALLER**  
NUR IN DER APP!

Wofür steht die Abkürzung PIA?

Public Internet Assistent	PAYBACK Internet Assistent
Personal Internet Assistent	Personal Internet Animation

KLICKE AUF DIE RICHTIGE ANTWORT!

Weiterspielen >



**QUIZ KNALLER**  
NUR IN DER APP!

Wofür steht die Abkürzung PIA?

Public Internet Assistent	PAYBACK Internet Assistent
Personal Internet Assistent	Personal Internet Animation

KENNST DU DIE ANTWORT?

Weiterspielen >

# Praxis Beispiel: Gamification



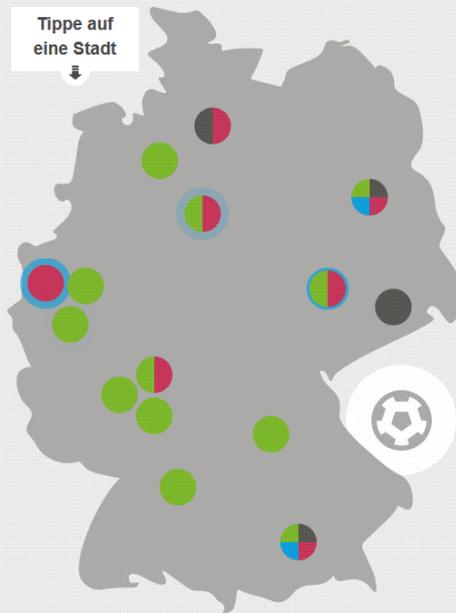
# Praxis Beispiel: Info Bereich

500  
EXTRA-  
PUNKTE

H-Hotels.com

Du bist Fußball-Fan der 1. & 2. Bundesliga & fieberst auch bei Auswärtsspielen gerne mit? **Dann haben wir einen Tipp:** übernachte bei H-Hotels & sammle viele Punkte.

Tippe auf  
eine Stadt



HYPERION H<sub>4</sub>Hotels H<sub>2</sub>Hotels H<sub>+</sub>Hotels

500  
EXTRA-  
PUNKTE

H-Hotels.com

Du bist Fußball-Fan der 1. & 2. Bundesliga & fieberst auch bei Auswärtsspielen gerne mit? **Dann haben wir einen Tipp:** übernachte bei H-Hotels & sammle viele Punkte.



HYPERION H<sub>4</sub>Hotels H<sub>2</sub>Hotels H<sub>+</sub>Hotels

Jetzt buchen >

## Ganz nah dran

Vergiss Reisetress und Zeitdruck – in unseren Hotels bist du nah am Geschehen und kannst nach der Partie kräftig den Sieg feiern oder entspannt abschalten.

# Interactive category tabs

**EXPRESS YOUR PERSONALITY**  
It's about to click: Have fun browsing the product categories.



The image shows a grid of four category tabs: DRESSES, BLAZER, JACKETS, and PANTS & SHORTS. Each tab features a small image of a model wearing the respective clothing item. The DRESSES tab is highlighted with a dark background and white text, indicating it is the active category.

**DRESSES**   **BLAZER**   **JACKETS**   **PANTS & SHORTS**



The image shows a grid of four dresses. Each dress is displayed with its price below it.

299,00 €   199,95 €   349,00 €   349,00 €

**SHOP NOW**

Press Play

# Fallback

**EXPRESS YOUR PERSONALITY**  
It's about to click: Have fun browsing the product categories.



The image shows a grid of four category tabs: DRESSES, BLAZER, JACKETS, and PANTS & SHORTS. Each tab features a small image of a model wearing the respective clothing item. The DRESSES tab is highlighted with a dark background and white text, indicating it is the active category.

**DRESSES**   **BLAZER**   **JACKETS**   **PANTS & SHORTS**

# Product slider animation



Press Play

# Product slider fallback



# BMW und MINI mit ihren Kunden im Dialog: 80% Öffnungsrate durch E-Mail-Marketing 4.0

- Automatisiert ➡
- Kontext-triggered ➡
- Profile-triggered ➡

Haben Sie im MINI Konfigurator an alles gedacht?  
Um diese E-Mail online anzusehen, [klicken Sie bitte hier](#).



## IHR MINI.



Guten Tag Frau Nadine Moyes,

im MINI Konfigurator haben Sie vor Kurzem Ihr persönliches Einzelstück zusammengestellt, das sich nicht nur von allen anderen unterscheidet – sondern auch genau zu Ihnen passt.

Erleben Sie nun das echte MINI Gokart-Feeling bei einer Probefahrt, Ihr MINI Partner freut sich bereits auf Sie.

Alternativ können Sie Ihr individuelles Angebot zu Ihrer Konfiguration anfordern.

[JETZT PROBEFAHREN](#) [ANGEBOT ANFORDERN](#)

### LERNEN SIE IHREN MINI KENNEN.



**Glassdach, elektrisch mit Schiebe- und Hebefunktion.**  
Das elektrische Glasdach sorgt für das angenehmste Gefühl eines großzügigen, luftigen Innenraums. Die integrierte Windscheibe garantiert Ausblicksicherheit.

**Real Time Traffic Information**  
Real Time Traffic Information liefert nahezu in Echtzeit die Verkehrslage auf Autobahnen, Schnell- und Landstraßen sowie zahlreichen Neben- und Nebenstraßen.

**M Doppelkupplungsgetriebe mit Drivelogic**  
Schalten ohne Zugkraftunterbrechung, ohne Kupplungs- oder Gas zu geben. Das M Doppelkupplungsgetriebe mit Drivelogic macht es möglich.

[➤ Jetzt mehr erfahren](#) [➤ Jetzt mehr erfahren](#) [➤ Jetzt mehr erfahren](#)



**HEADLINE LOREM IPSUM.**

Sehr geehrter Herr Dr. Mustermann, das BMW M4 Coupé sorgt für unvergleichliche Erlebnisse auf der Straße – und das ganz nach Ihren Wünschen aus dem BMW Konfigurator. Freuen Sie sich auf ein perfektes Zusammenspiel von Antrieb, Fahrwerk, Getriebe und Lenkung. Am besten, Sie vereinbaren gleich einen Termin für Ihre Probefahrt und überzeugen sich selbst vom BMW M4 Coupé.

[Probefahrt vereinbaren](#) [Händler finden](#)

### Lernen Sie Ihren BMW kennen.

Wenn Sie konkrete Daten zu Ihrem BMW M4 Coupé wünschen, schicken wir Ihnen gerne ein unverfälschtes Angebot.

[Angebot anfordern](#)



### Für noch mehr Individualität.



**Glassdach, elektrisch mit Schiebe- und Hebefunktion.**  
Das elektrische Glasdach sorgt für das angenehmste Gefühl eines großzügigen, luftigen Innenraums. Die integrierte Windscheibe garantiert Ausblicksicherheit.



**Real Time Traffic Information**  
Real Time Traffic Information liefert nahezu in Echtzeit die Verkehrslage auf Autobahnen, Schnell- und Landstraßen sowie zahlreichen Neben- und Nebenstraßen.



**M Doppelkupplungsgetriebe mit Drivelogic**  
Schalten ohne Zugkraftunterbrechung, ohne Kupplungs- oder Gas zu geben. Das M Doppelkupplungsgetriebe mit Drivelogic macht es möglich.

[➤ Jetzt mehr erfahren](#) [➤ Jetzt mehr erfahren](#) [➤ Jetzt mehr erfahren](#)

[f](#) [t](#) [YouTube](#) [v](#)



**HEADLINE LOREM IPSUM.**

Sehr geehrter Herr Dr. Mustermann, das BMW M4 Coupé sorgt für unvergleichliche Erlebnisse auf der Straße – und das ganz nach Ihren Wünschen aus dem BMW Konfigurator. Freuen Sie sich auf ein perfektes Zusammenspiel von Antrieb, Fahrwerk, Getriebe und Lenkung. Am besten, Sie vereinbaren gleich einen Termin für Ihre Probefahrt und überzeugen sich selbst vom BMW M4 Coupé.

[Händler finden](#) [Probefahrt vereinbaren](#)

### Lernen Sie Ihren BMW kennen.

Wenn Sie konkrete Daten zu Ihrem BMW M4 Coupé wünschen, schicken wir Ihnen gerne ein unverfälschtes Angebot.

[Angebot anfordern](#)



# ANLASSBEZOGENE NEWSLETTER

# Unterscheidung von Newsletter Arten

- Markenbekanntheit / Awareness
- Abverkauf
- Rabattaktion
- Saisonale Anlässe (Weihnachten, Valentinstag, Halloween, Oktoberfest, etc.)
- Trigger Mails (hochpersonalisierte E-Mails zu einem bestimmten Anlass: Geburtstag, Jahrestag, Warenkorbabbruch, etc.)
- Transaktionale Anlässe (Bestätigung eines NL-Abos, Bestellbestätigung, Lieferbestätigung, Rechnung, Passwort Erinnerung, etc.)
- Gewinnspiele
- Umfragen

# Anlassbezogene Newsletter - Beispiele

BZ: Brauchst du Nachschub, Sandra?



**HALLO SANDRA,**  
wie schön, dass du deinen **Make-up-Liebling aus der Douglas Collection** gefunden hast. Bestell jetzt nach und sicher dir **3-fache Beauty Points\*** auf deinen nächsten Einkauf mit dem untenstehenden Code.



**DOUGLAS COLLECTION**  
Make-Up-Beauty Eye Mascara  
ZUM PRODUKT

DEIN PERSÖNLICHER CODE

75AQNT7P5UM



**JETZT EINLÖSEN**

BZ: Du fehlst uns !



**HALLO SANDRA,**

seit deinem letzten Besuch gibt es bei uns **viel Neues zu entdecken!** Schau also unbedingt bald mal wieder vorbei.

Spannende **Neuheiten**, beliebte **Top-Brands** und inspirierende **Beauty-Dips** warten auf dich.

**JETZT SHOPPEN**

NEU IM SHOP



BRANDS, DIE UNSERE KUND\*INNEN LIEBEN



BZ: Viel Freude mit Ihrer Bestellung von Nespresso



**FREUDE.**

Liebe(r) Gerdie Bachmann,

wir wünschen Ihnen viel Freude und Genuss mit Ihren Nespresso Produkten! Wir hoffen, Ihre Bestellung hat Sie ordnungsgemäß erreicht und Sie sind glücklich und zufrieden.

Sollte ein Artikel nicht Ihren Erwartungen entsprechen, haben Sie die Möglichkeit, diesen innerhalb von 14 Tagen kostenfrei und zurücksenden. Bitte melden Sie Ihre Reue über unser Nespresso Resourcenportal an.

Interessieren Sie sich für das Thema Nachhaltigkeit bei Nespresso oder wünschen Sie sich Informationen zu den neuesten Kaffee- und Lebensmittel? Dann abonnieren Sie jetzt in Ihrem Kundenkonto unseren Nespresso Newsletter, um Ihre Neugierigkeiten mehr zu verstehen!

**NEWSLETTER ABONNIEREN**

Wussten Sie schon:

Der Versand Ihres DHL Pakets erfolgt klimaneutral mit MyGoGreenPlus durch Verwendung transportbedingter 100% Emissionen (netting) von Öko in Deutschland.



Alle unsere ORIGINAL Kapseln werden bereits mit 80% recyceltem Aluminium hergestellt. Die neuen und die VERTUO Kapseln werden mit 85% recyceltem Aluminium hergestellt.

# AKTUELLE THEMEN

# Herausforderungen im E-Mail Marketing heute

Datenschutz	Cookie-Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 1.10.2019: Konsumenten müssen der Speicherung und Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten aktiv zustimmen (opt-in) und diese auch wieder widerrufen (opt-out) können.
Nutzung von Kundendaten	Um eine optimale Customer Experience zu schaffen müssen Unternehmen die richtigen Informationen über Kunden aus allen verfügbaren Kanälen sammeln, kombinieren und analysieren.
Relevanz und Personalisierung	Eine personalisierte, individuelle Ansprache mit relevantem Inhalt ist die Grundvoraussetzung, um aus der Fülle an Kommunikationsinhalten hervorstechen.
Mobile First	Mehr als die Hälfte aller Empfänger E-Mails werden auf dem Smartphone gelesen. Deshalb ist eine mobile-optimierte Darstellung, inhaltlich, optisch und technisch von großer Bedeutung
Dynamische und interaktive Inhalte	Bewegte Bilder erzielen höherer Aufmerksamkeit und damit bessere Klickraten.
Künstliche Intelligenz	Optimierung durch KI-Ansätze (z.B. Versandzeitpunkt, Content Generierung)

# Trends & Entwicklungen aus der Praxis

Von der Produktorientierung hin zur Kundenorientierung (customer centricity)

Vom context-triggered hin zur profile-triggered Kommunikation

Vom Massenversand hin zur segmentierten, zielgruppenspezifischen Ansprache

Vom Einzelversand hin zur Marketing Automation

Denken in Customer Journeys und deren Umsetzung

Barrierefreiheit von Webseiten und online Kommunikation ab 28.06.2025

# Beispiel für eine Customer Journey



Zielsetzung: Produktabverkauf

Umsetzung:

- Selektierte Zielgruppe
- Versandzeitoptimierung (KI)
- Mehrstufige Kampagne
- Betreffzeilen Testing
- Individueller Content

# Modernes & erfolgreiches E-Mail Marketing

E-Mail Marketing ist nicht mehr nur das Versenden einer E-Mail bezüglich eines Produkts an eine möglichst breite Zielgruppe.

Konservatives EMM:

- Gesamtverteiler
- Produktorientierung
- Hochfrequenter Versand
- Statischer Content

Modernes E-Mail Marketing ist die **zielgruppenspezifische Kommunikation** zum **richtigen Zeitpunkt** mit dem **relevanten, individuellen Angebot**.

Modernes EMM:

- Selektierte Zielgruppen
- Kundenorientierung
- Individueller Content und damit geringere Versandfrequenz
- Interaktiver Content

# Summary

E-Mail Marketing als Kommunikationskanal hat sich besonders in den letzten 20 Jahren immer wieder neuen Herausforderungen gestellt und bietet auch zukünftig interessante Optimierung- und Wachstumspotentiale, sowie den besten ROI im Marketing-Mix.

Voraussetzung für erfolgreiche E-Mail Kampagnen ist ein harmonisiertes Zusammenspiel von Daten, Systemen, Kreation und Kampagnen Management

Die Performance Werte sind weiter steigend und sprechen somit für die positive Resonanz von Kunden auf E-Mail Marketing Aktivitäten.

Erfolgreiches E-Mail Marketing besteht aus einer Vielzahl von Parametern, die es zu beachten gilt. Permanentes Testing und Analysieren ist Voraussetzung für eine kontinuierliche Weiterentwicklung der unternehmerischen NL-Aktivitäten.

# los geht's

**Sandra Bachmann**

Account Director

Leopoldstraße 252a  
80807 München

[sandra.bachmann@gkk.de](mailto:sandra.bachmann@gkk.de)



# experience loading...



Die hier erarbeiteten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum der gkk DialogGroup GmbH und unterliegen dem Urheberrecht. Jede ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.



**gkk**  
human  
experience  
company