

# E-MAIL-MARKETING: SCHEITERN ODER TRIUMPH

KURZER AUSFLUG IN DIE GESCHICHTE, ANALYZE DER  
STATISTIKEN, VORSICHTIGER BLICK IN DIE ZUKUNFT

---

ALL FOR ONE // 2024



3,000

**KUNDEN**



1

**MITTELSTAND**

FOKUS

2

**BRANCHEN**

KNOW-HOW

3

**LÄNDERGESELLSCHAFTEN**

IN 8 LÄNDERN

4

**SAP // MICROSOFT // IBM**

PORTFOLIO

5

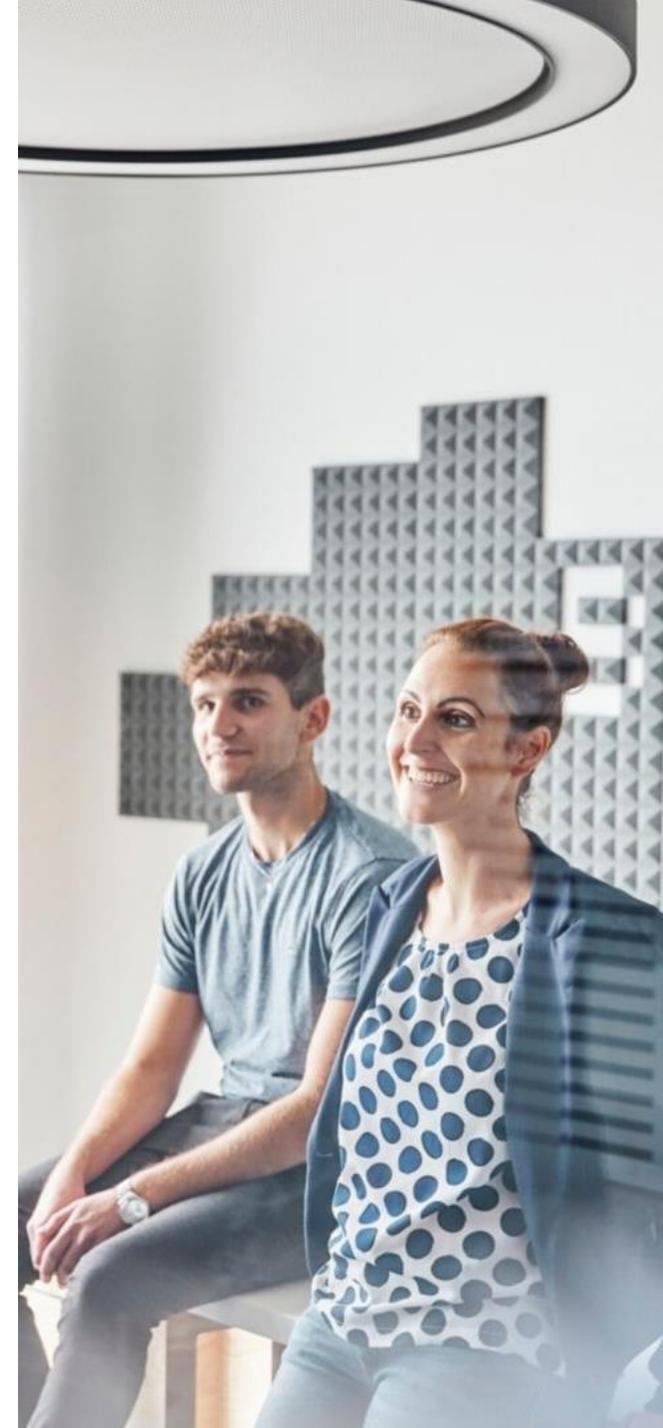
**INTERNATIONALITÄT**

UNITED VARS

6

**2.800 EXPERTEN**

KNOW-HOW



# VORSTELLUNGSRUNDE



GUTEN TAG UND HERZLICH WILLKOMMEN.

MEIN NAME IST JANUSZ GOLEJ, JAHRGANG 72, HABE EINEN GROßTEIL MEINES LEBENS, DEM THEMA E-MAIL-MARKETING GEWIDMET.

WÄHREND MEINER BEINAHE 15 JAHRE BEI EMARSYS, DANACH AUCH ANDEREN E-MAIL-MARKETING UNTERNEHMEN, HABE ICH BEOBACHTEN KÖNNEN, WIE SICH DER MARKT VERÄNDERT UND DIE BRANCHE DARAUf REAGIERT.

AKTUELL BEI DER ALL FOR ONE GROUP, EINEM SAP PLATINUM-PARTNER, ALS CONSULTANT TÄTIG.

ICH MÖCHTE SIE ZU EINER KURZEN REISE, ZAHLENGESTÜTZT ZU EINEM AUSTAUSCH EINLADEN.

# SIND SIE BEREITS IM CLUB?



OMNICHANNEL ANBIETER:

HUBSPOT, ACTIVECAMPAIGN, SALESFORCE MARKETING CLOUD, ORACLE MARKETING CLOUD, ADOBE CAMPAIGN, EMARSYS

E-MAIL-MARKETING ANBIETER:

MAILCHIMP, CAMPAIGN MONITOR, SENDINBLUE, MAILERLITE, CLEVERREACH ODER GETRESPONSE

# GESCHICHTE



1965 - DAS MIT HAT DEN BEFEHL- „**MAIL**“ IN IHREM CTSS (COMPATIBLE TIME SHARING SYSTEM) VORGESCHLAGEN. DAMIT SOLLTE ERZIELT WERDEN, DASS NACHRICHTEN DER EINZELNEN BENUTZER IN SO GENANNTEN „MAIL BOX“ GELANGEN, WO SIE IM „PRIVATE MODE“ ABGERUFEN WERDEN KONNTEN.

1971 – IM ARPANET WIRD DIE ERSTE E-MAIL - **ROY TOMLINSON** – DEFINIERT DAS „@“ ZEICHEN ALS SEPARATOR ZWISCHEN BENUTZERNAMEN UND DEM HOST

1976 - **QUEEN ELISABETH II** VERSCHICKT DIE ERSTE OFFIZIELLE NACHRICHT VON EINEM STAATSOBERHAUPT.

1978.05.03 – **GERY THURK** VERSCHICKT DIE ERSTE SPAM-NACHRICHT - INNERHALB VON ARPANET AN 393 EMPFÄNGER 😊 – GENERIERT DAMIT 13.000.000 \$ UMSATZ.

1985 - KOMBINATION VON SMTP MIT POP3 UND IMAP DEFINIERT DIE STANDARDS.

# GESCHICHTE



1990 - ERSTER US-PRÄSIDENT DER EINE INTERNET-E-MAIL VERSCHICKT HAT – BILL CLINTON

1995 - ELM, EUDORA, NOVEL GROUPWISE, LOTUS NOTES (IBM) UND MICROSOFT (OUTLOOK) ABER AUCH AOL, GMAIL, APPLE MAIL ODER YAHOO, EROBERN DEN MARKT.

2003 – **CAN-SPAM ACT** – UNTERZEICHNET VON GEORGE W. BUSH – LEGT STANDARDS FÜR DEN KOMMERZIELLEN E-MAIL-VERSAND. SENDERDETAILS MÜSSEN BEKANNT/INKLUDIERT SEIN, ABBESTELLEN.

# GESCHICHTE



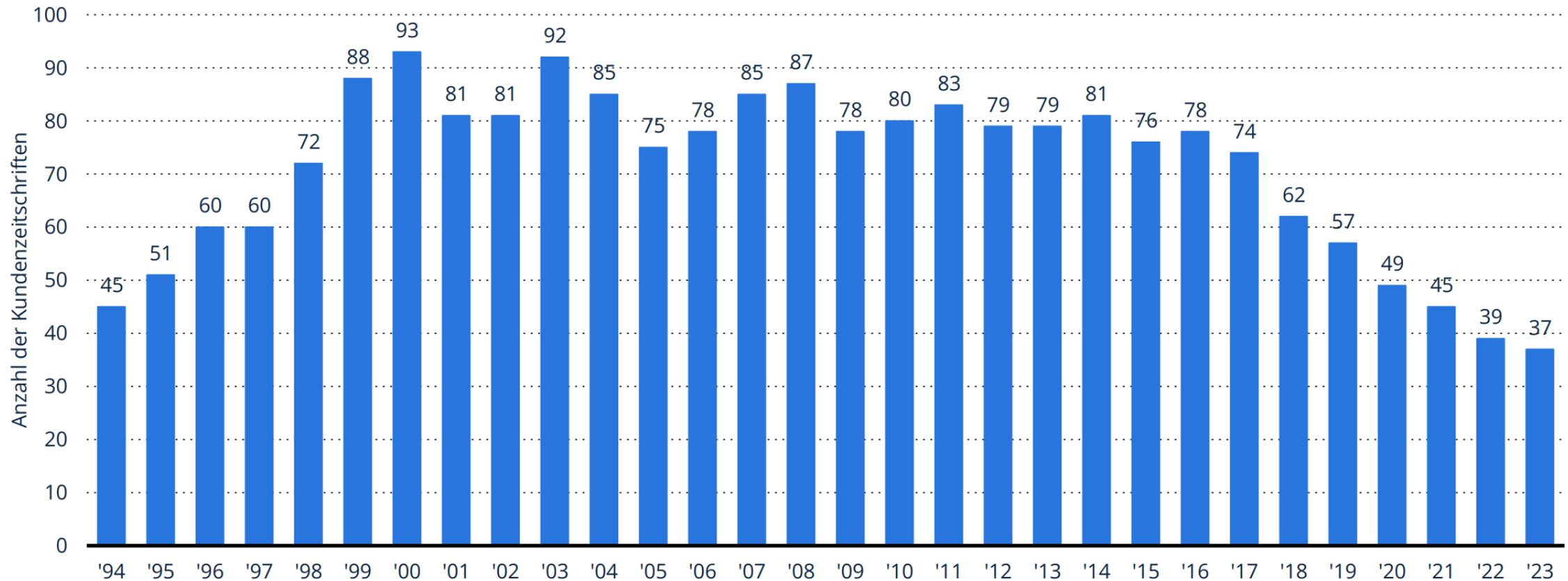
2010 – ETHAN MARCOTTE FÜHRT DEN BEGRIFF: RESPONSIVE WEBDESIGN EIN.

2011 – FACEBOOK STARTET DEN MESSANGER – PROPHEZEIUNG DES UNTERGANGS  
DES E-MAIL-MARKETINGS

2016 - ERSTE US-PRÄSIDENTSCHAFTSKANDIDATIN DIE MITUNTER WEGEN EINER E-  
MAIL DIE WAHL VERLIERT - HILLARY CLINTON

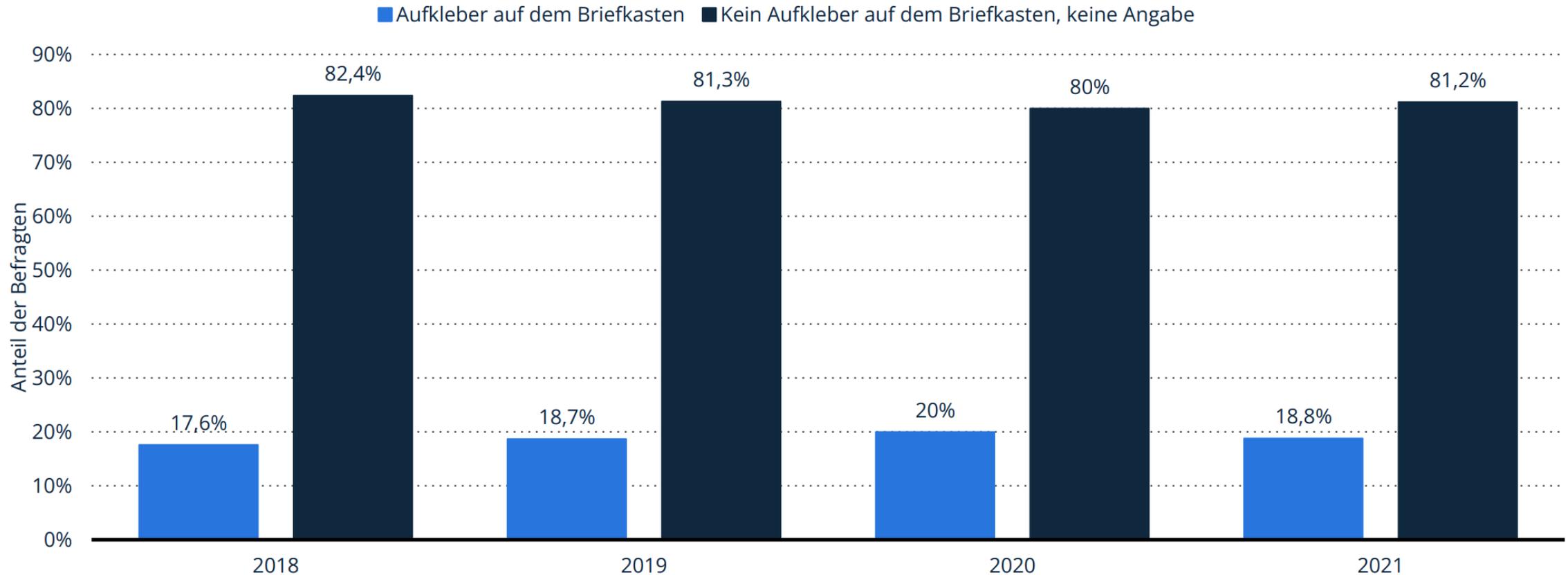
2016/18 – GDPR – DER NÄCHSTE SCHLAG DER VIELE E-MAIL MARKETER TRIFFT

# ANZAHL DER KUNDENZEITSCHRIFTEN IN DEUTSCHLAND IN DEN JAHREN 1994 BIS 2023



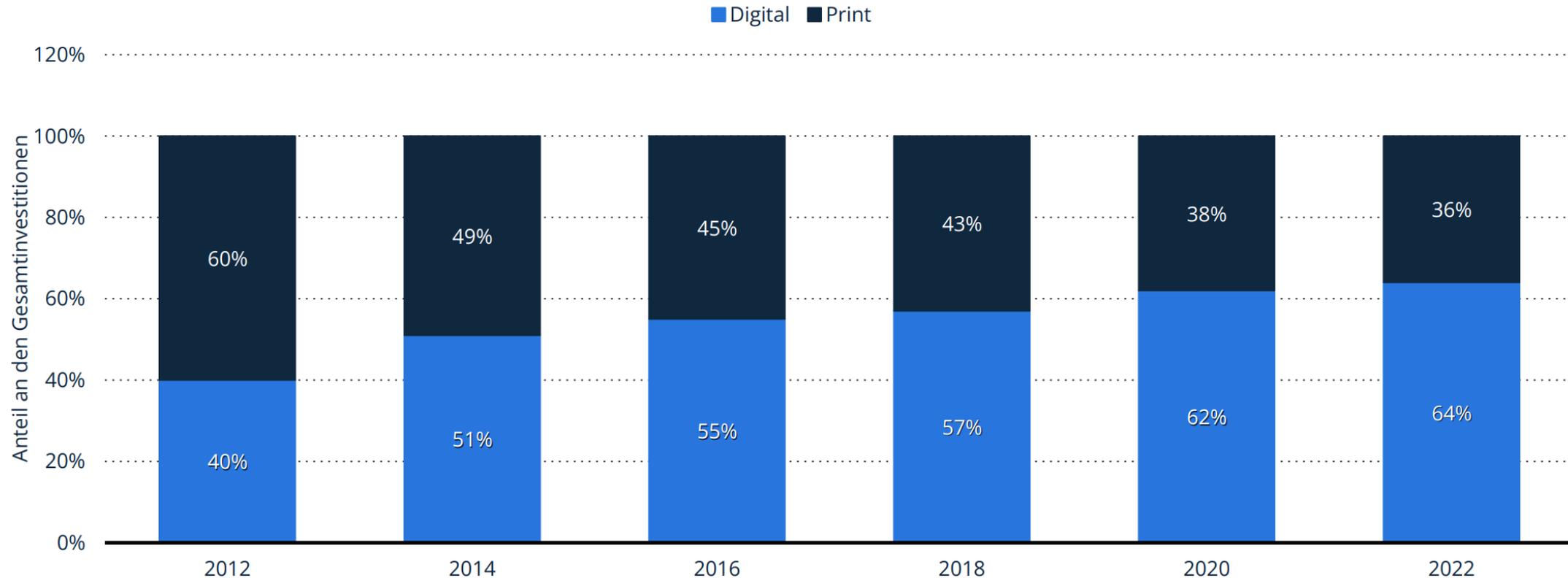
**Beschreibung:** Immer weniger Kundenzeitschriften: Die Anzahl der Kundenzeitschriften sank im Jahr 2023 auf insgesamt 37 Publikationen, zwei weniger als noch ein Jahr zuvor. Die Anzahl sinkt seit Jahren tendenziell - so gab es im Jahr 2000 noch insgesamt 92 Kundenzeitschriften in Deutschland. Die verbreitete Auflage sank im Jahr 2023 auf insgesamt rund 23,9 Millionen Exemplare. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; jeweils 4. Quartal; der IVW angeschlossene Kundenzeitschriften  
**Quelle(n):** IVW

# ANTEIL DER BEVÖLKERUNG IN DEUTSCHLAND, DER EINEN "BITTE KEINE WERBUNG"- AUFKLEBER AUF DEM BRIEFKASTEN HAT, IN DEN JAHREN 2018 BIS 2021



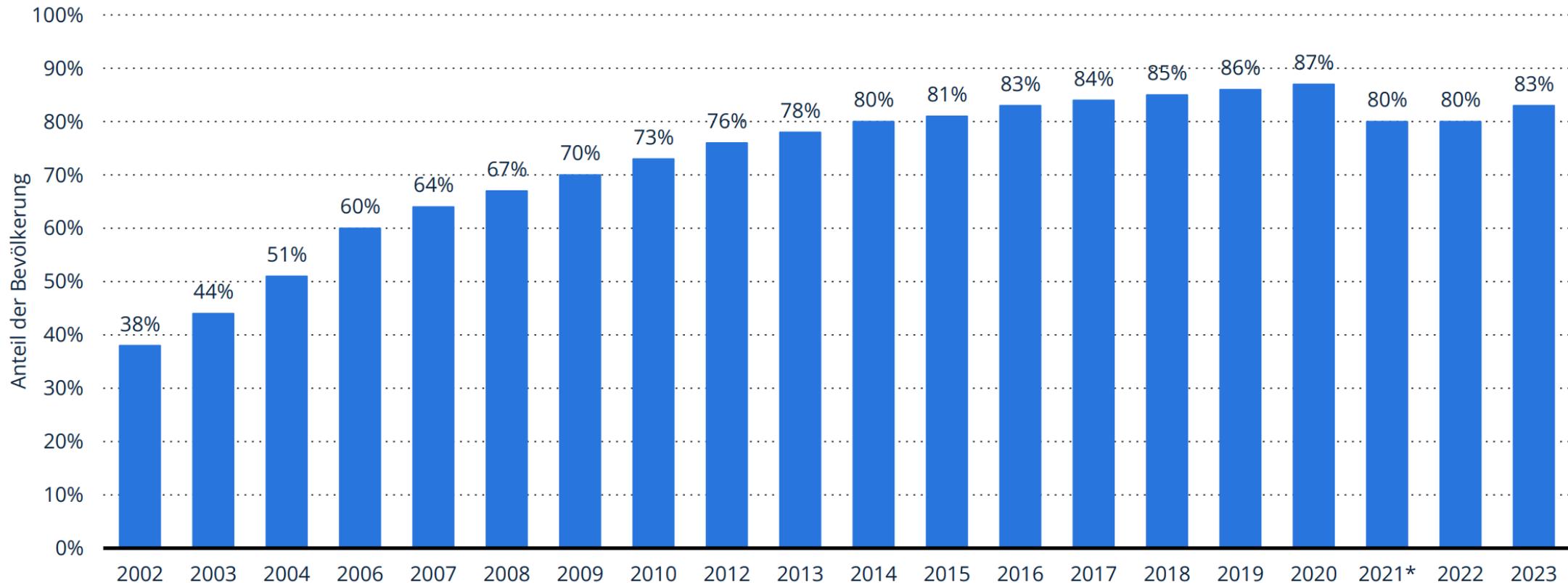
**Beschreibung:** Im Jahr 2021 hatten rund 18,8 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre einen "Bitte keine Werbung"-Aufkleber auf dem Briefkasten. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; ab 14 Jahre  
**Quelle(n):** VuMA

# INVESTITIONEN IN DIGITAL UND PRINT IM MARKETING IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ IN DEN JAHREN 2012 BIS 2022



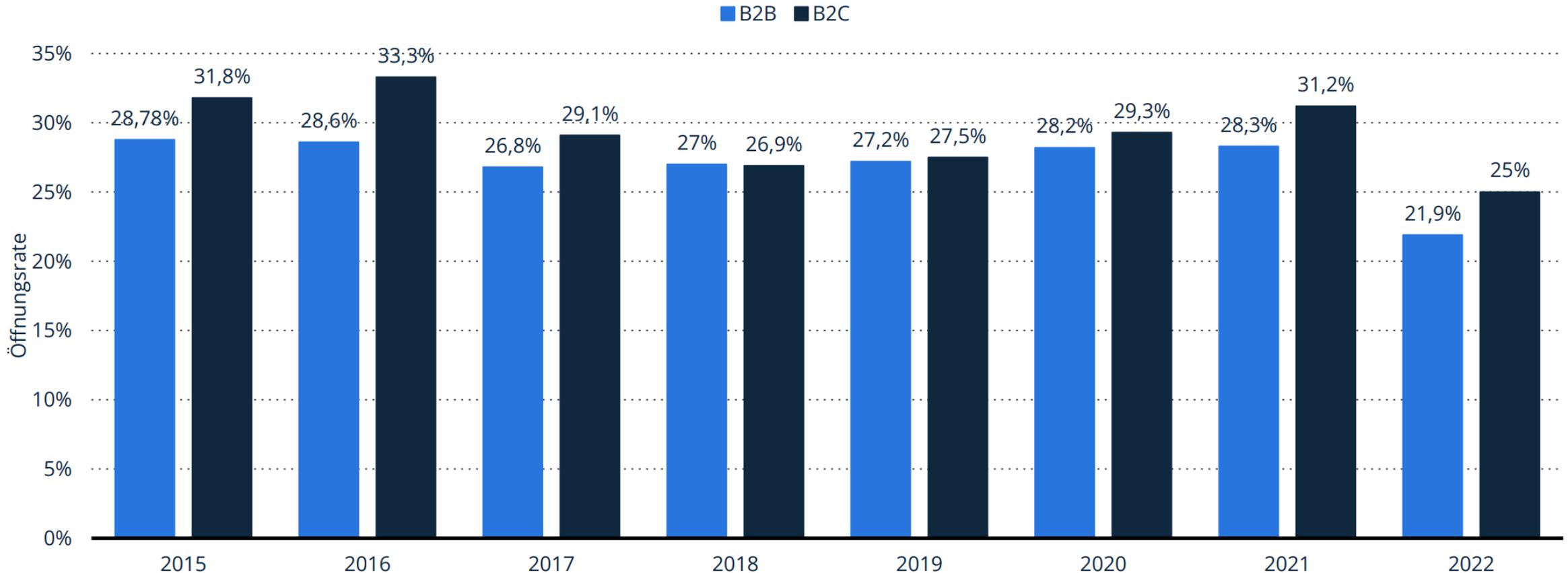
**Beschreibung:** Diese Statistik befasst sich mit den Investitionen in Digital- und Printmedien im Content Marketing im Raum D-A-CH. Laut der Content Marketing Basisstudie wurden 2022 rund 64 Prozent der Content-Marketing-Investitionen im Digitalmedien investiert.  
**Mehr:**  
**Hinweis(e):** Österreich, Deutschland, Schweiz; Frühjahr: 2012, 2014, 2016, 2018, 2020 und 2022; Basis: 333 Führungskräfte bzw. Entscheider; Grundgesamtheit: Unternehmen im Raum D-A-CH mit mindestens 250 Mitarbeitern  
**Quelle(n):** Content Marketing Forum

# ANTEIL DER BEVÖLKERUNG IN DEUTSCHLAND, DIE DAS INTERNET FÜR DAS VERSENDEN UND EMPFANGEN VON E-MAILS NUTZEN IN DEN JAHREN 2002 BIS 2023



**Beschreibung:** Im Jahr 2023 nutzten laut der Quelle rund 83 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet zum Versenden und Empfangen von E-Mails. Im Jahr 2003 lag der Anteil nur bei 44 Prozent. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; In den letzten drei Monaten vor der Erhebung; \* Zeitreihenbruch. Werte wurden zum besseren Verständnis der Statistik gerundet. Die Werte für das Jahr 2005 sind nicht vorhanden, da es sich um unzuverlässige Daten handelte. [...] [Mehr](#)  
**Quelle(n):** Eurostat

# ÖFFNUNGSRATE IM E-MAIL-MARKETING NACH ZIELGRUPPE IN DER DACH-REGION IN DEN JAHREN 2015 BIS 2022



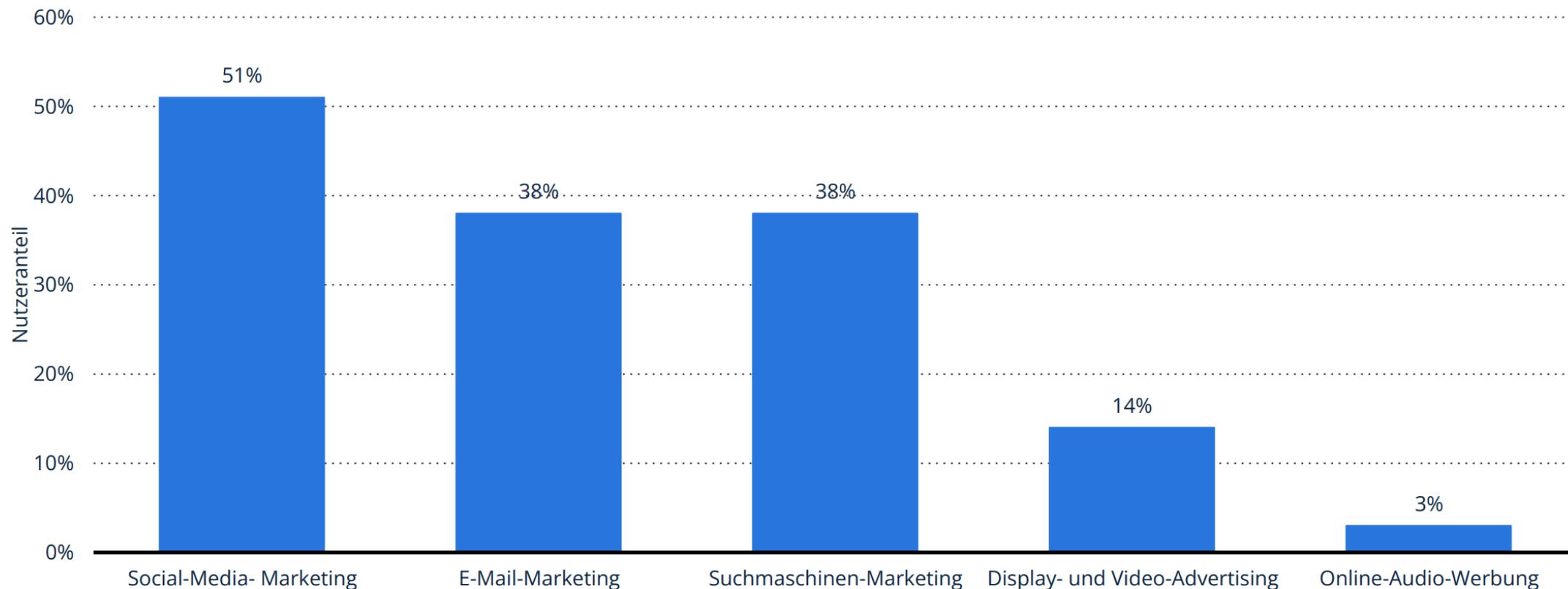
23

**Beschreibung:** Im Jahr 2022 belief sich die Öffnungsrate im E-Mail-Marketing in der Zielgruppe B2B auf 21,9 Prozent. Aus dem Bereich B2C wurden bei einer Öffnungsrate von 25 Prozent etwas mehr der Marketing-Mails geöffnet; zielgruppenübergreifend wurde knapp ein Viertel aller Mailings geöffnet. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Österreich, Deutschland, Schweiz; Datenbasis für die Kennzahlen von Newslettern bilden ca. 4,4 Milliarden anonymisierte E-Mails aus mehr als 279.000 versendeten Mailings  
**Quelle(n):** Inxmail

statista

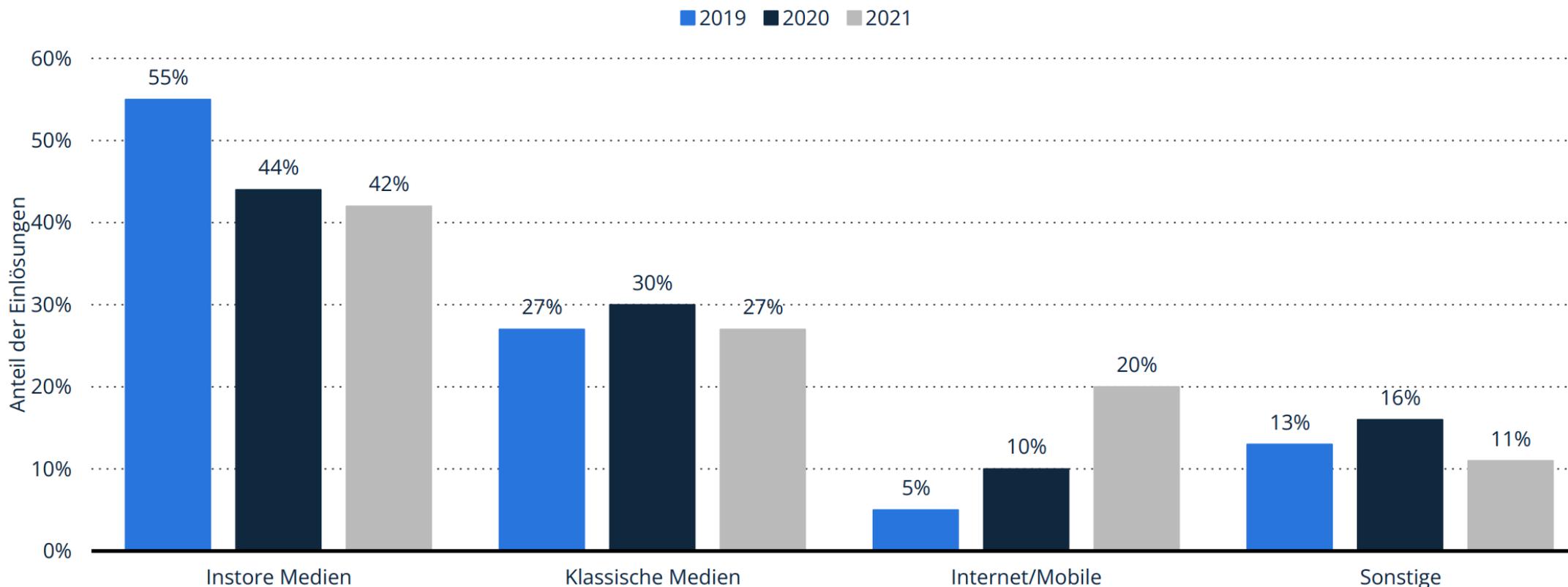


# ANTEIL DER NUTZER DER EINZELNEN ONLINE-MARKETINGINSTRUMENTE IN DEUTSCHLAND IM JAHR 2022



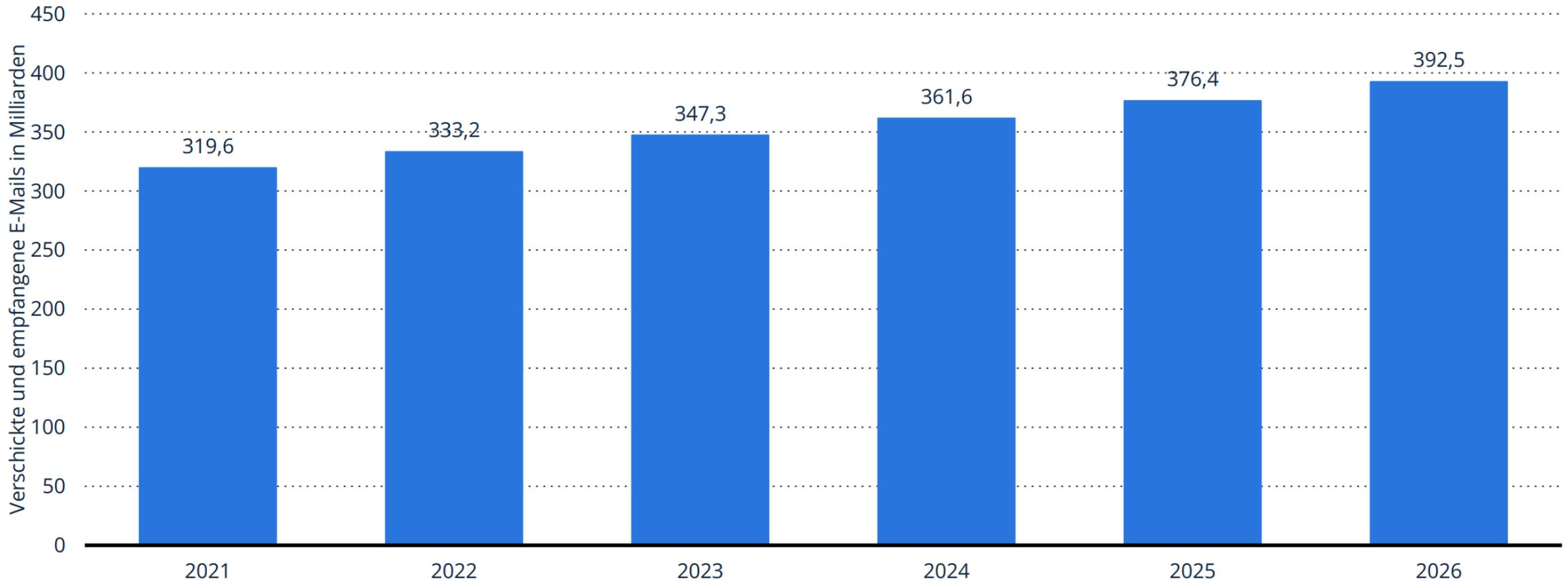
**Beschreibung:** Mehr als die Hälfte (51 Prozent) der Unternehmen in Deutschland nutzten im Jahr 2022 Social-Media-Marketing, gefolgt von E-Mail-Marketing und Suchmaschinen-Marketing mit jeweils einem Nutzeranteil von 38 Prozent. Laut der Deutschen Post wurde derweil Display- und Video-Advertising von 14 Prozent der Unternehmen als Marketinginstrument genutzt. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; 2022  
**Quelle(n):** Deutsche Post; Statista Q

# ANTEIL EINZELNER MEDIEN AN COUPON-EINLÖSUNGEN IN DEUTSCHLAND IN DEN JAHREN 2019 BIS 2021



**Beschreibung:** Coupons dienen dem Einzelhandel als Marketinginstrument und soll Kunden in die Geschäfte leiten und zum Kauf anregen. Die Mehrheit an Coupon-Einlösungen ließ sich im Jahr 2021 mit 42 Prozent auf Instore-Medien zurückführen. An zweiter Stelle standen die klassischen Medien, zu denen u.a. Handzettel oder Coupons in Zeitungen und Zeitschriften gehören. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; 2019 bis 2021  
**Quelle(n):** acardo

# PROGNOSE ZUR ANZAHL DER TÄGLICH VERSENDETEN UND EMPFANGENEN E-MAILS WELTWEIT VON 2021 BIS 2026 (IN MILLIARDEN)



**Beschreibung:** Laut einer Prognose soll sich die Anzahl der täglich versendeten und empfangenen E-Mails weltweit im Jahr 2022 auf 333,2 Milliarden belaufen. Diese Zahl der privat und geschäftlich versendeten und empfangenen Mails soll in den kommenden Jahren kontinuierlich steigen und sich im Jahr 2026 auf 392,5 Milliarden Mails pro Tag belaufen. [Mehr](#)

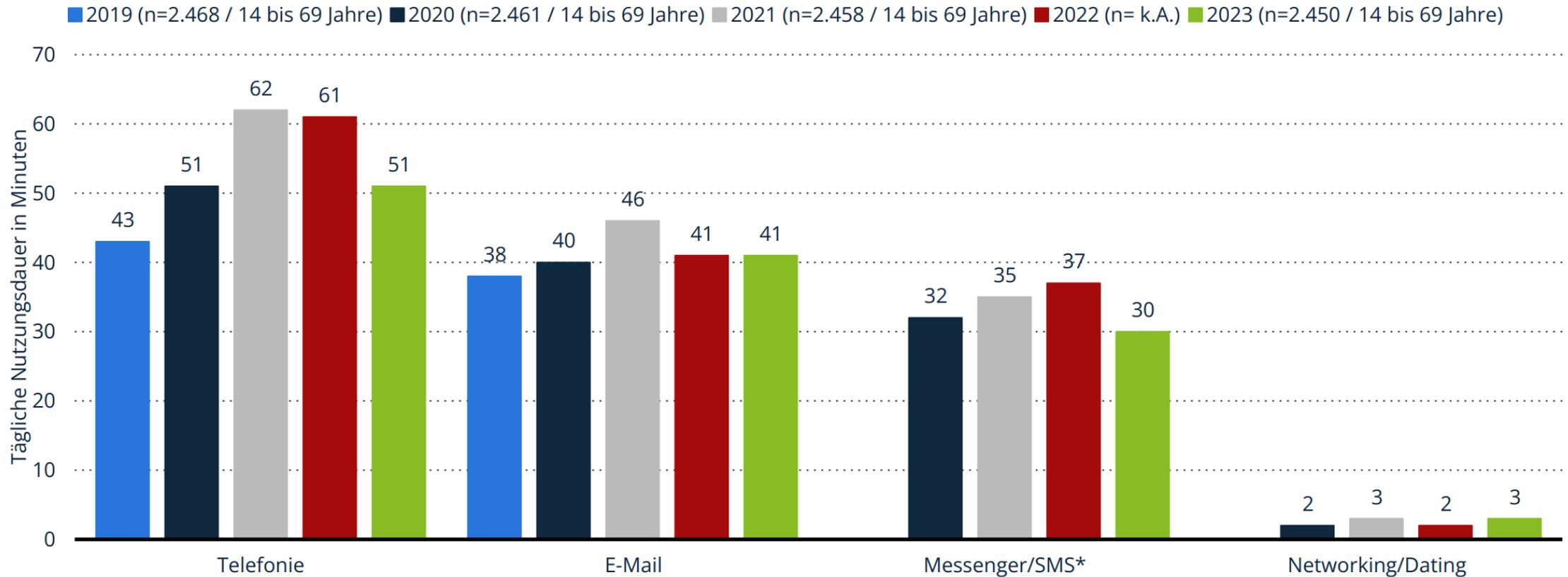
**Hinweis(e):** Weltweit; 2022; geschäftlich und privat

**Quelle(n):** The Radicati Group

© All for One Group SE



# DURCHSCHNITTLLICHE TÄGLICHE NUTZUNGSDAUER VON KOMMUNIKATIONSMEDIEN IN DEUTSCHLAND IN DEN JAHREN 2020 BIS 2023 (IN MINUTEN)



**Beschreibung:** Dem Media Activity Guide 2023 zufolge wurden in Deutschland im Jahr 2023 jeden Tag 51 Minuten telefoniert. Im Jahr 2022 betrug die Dauer noch rund 61 Minuten. Auch die E-Mail-Nutzung sowie die Nutzungsdauer von Messengern und SMS sind gegenüber den Vorjahren gesunken. [Mehr](#)  
**Hinweis(e):** Deutschland; 2020 bis 2023, jeweils im Frühjahr; ab 14 Jahre  
**Quelle(n):** Seven.One Media GmbH

# PERSONALISIERUNG UND OMNICHANNEL



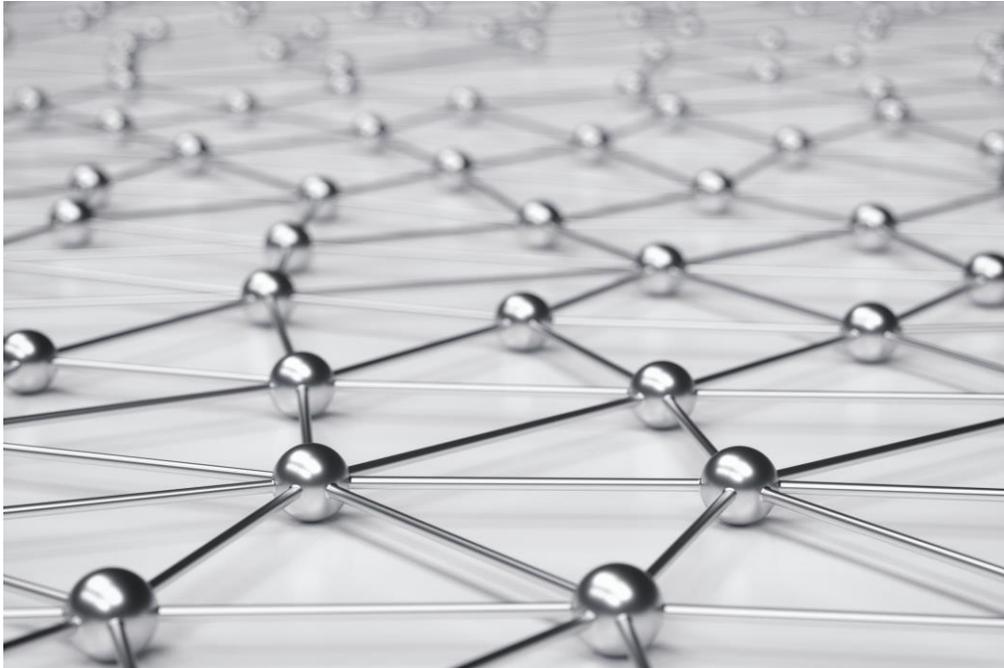
VIELE E-MAIL-MARKETING PROVIDER HABEN IHR ANGEBOT AUSGEWEITET, BIETEN JETZT DIE MÖGLICHKEIT, KONTAKTE AUCH ÜBER ANDERE KANÄLE ZU BESPIELEN.

SMS WAR SCHON LÄNGER MÖGLICH, ES KOMMEN WEB-CHANNEL, PUSH, IN-APP ODER WALLET NACHRICHTEN/KAMPAGNEN HINZU.

EINE PERSONALISIERUNG IN FORM VON PERSÖNLICHER ANSPRACHE IST ZWAR MARKTÜBLICH, JEDOCH FINDET MAN NACH WIE VOR, VIELE UNTERNEHMEN, DIE SOGAR NOCH VON DIESEM STANDARD RECHT WEIT WEG SIND.

AUF DER ANDEREN SEITE, SIND PRODUKTEMPFEHLUNGEN, AUCH SCHON BESTANDTEIL VIELER KAMPAGNEN.

# VERNETZUNG DER SYSTEME



EIN PERFEKTES BEISPIEL, VERNETZTER TOOLS, BIETET DIE SAP-WELT MIT Z.B. EMARSYS UND DER SALES- ODER DER COMMERCE CLOUD. DIREKTER DATENAUSTAUSCH, SOFORTIGER RUNDUMBlick VERBUNDEN MIT AUTOMATIONEN DIE ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT DURCH DIE AI AUSGELÖST WERDEN. IST NICHT DAS SCHON DIE ZUKUNFT DES MARKETINGS?



40:1

# ROI



NACH SEO, DAS HÖCHSTE ROI. DER VERMEHRTE EINSATZ VON KI IN DER PRODUKTION WIRD DIE KOSTEN UND DIE FÜR DIE PRODUKTION BENÖTIGTE ZEIT REDUZIEREN.

# UNSERE SERVICES



## STRATEGISCHE UNTERSTÜTZUNG

Marktanalyse und KI im Marketing  
Im Detail aufzeigen welche  
Bereiche/Portale/Services

STRATEGIE

Marktanalyse (Strategie)

KI im Marketing

MARKETING  
SERVICES

## OPERATIVE UNTERSTÜTZUNG

Aufgaben abnehmen (CRM-Managen und  
Contenterstellung). Im Detail aufzeigen welche  
Bereiche/Services

CRM-MANAGER

Marketing Automationen  
in Emarsys

Erstellung von E-Mail oder Web-  
Channel-Vorlagen

Kampagnenerstellung – aktuell vor allem  
E-Mail-Kampagnen

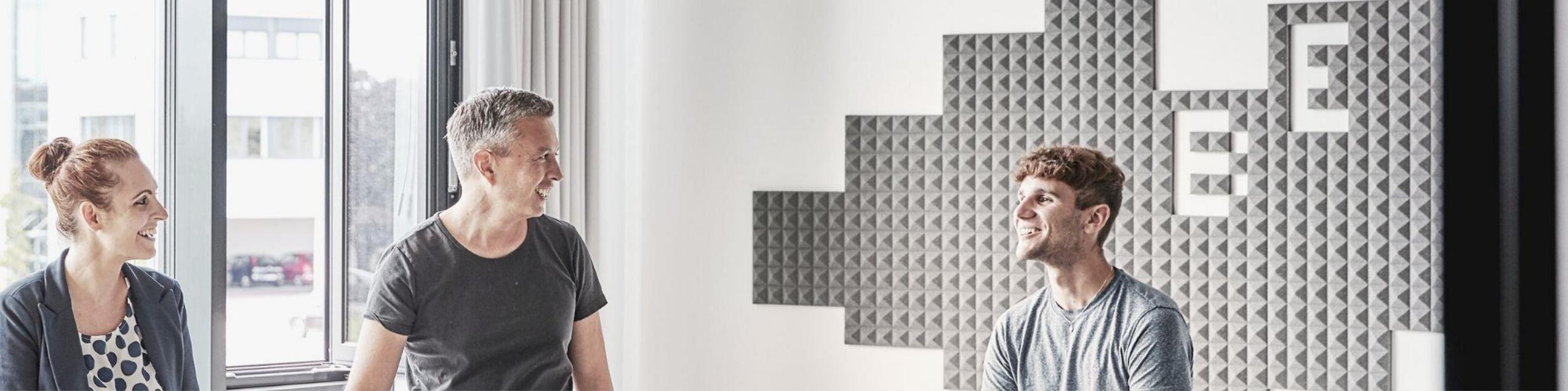
CONTENT CREATOR

Content-Erstellung  
Texte und Bilder



# MANY THANKS

[all-for-one.com](http://all-for-one.com)



# CONTACT



## **JANUSZ GOLEJ**

CONSULTANT  
ALL FOR ONE CX

---

T +43 1 219720226

M +43 664 5310549

Mail [janusz.golej@all-for-one.com](mailto:janusz.golej@all-for-one.com)

