

Protokoll Kompetenzgruppe Online Marketing

Trends im E-Mail-Marketing

19. März 2012

KG Online Marketing
27. März 2012

Version 1.00

eco - Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.
Lichtstr. 43h
50825 Köln

Fon: +49 (0) 221-70 00 48-0
Fax: +49 (0) 221-70 00 48-111
info@eco.de
www.eco.de

Trends im E-Mail-Marketing

Das erste Treffen der Kompetenzgruppe Online Marketing fand am 19. März im DE-CIX Meeting Center in Frankfurt statt. Insgesamt 25 Teilnehmer waren erschienen um sich über aktuelle „Trends im E-Mail-Marketing“ zu informieren und zu diskutieren.

Die Veranstaltung wurde diesmal als offener Workshop konzipiert, d.h. außer einem kurzen Einführungsvortrag von Kompetenzgruppenleiter Dr. Torsten Schwarz wurden diesmal keine weiteren Präsentationen gehalten, sondern gemeinsam mit den geladenen Experten aktuelle Trends und Themen erarbeitet. Als Experten waren diesmal eingeladen:

- Stefan von Lieven, CEO, artegic AG
- Ali Amir Mostofian, Co-Founder, Orange Marketing
- Frank Strzyzewski, Geschäftsführer, XQueue GmbH
- Sebrus Berchtenbreiter, Geschäftsführer, Promio.net
- Dr. Martin Schirmbacher, Fachanwalt für IT-Recht, HÄRTING Rechtsanwälte

Nach der Begrüßung und einer Vorstellungsrunde der Teilnehmer, wurde im ersten Teil der Veranstaltung nach den wichtigsten Trends gesucht. Zunächst jedoch betonten die Experten die weiterhin anhaltende Bedeutung des Themas E-Mail-Marketing. Hierunter ist mitnichten nur der Versand eines regelmäßigen Newsletters zu verstehen, sondern E-Mail-Marketing ist ein Instrument, dass es in ein ganzheitliches Konzept zur Kommunikationsstruktur einzubinden gilt und dementsprechend auch den Einsatz von Ressourcen erfordert. Auch wenn der Fokus der Marketingabteilungen zur Zeit auf das Social Web und seinen Diensten gerichtet ist, stellt die klassische E-Mail, abhängig von der zu transportierenden Botschaft und der Altersstruktur der Empfänger, ein geeignetes Mittel zur Ansprache dar. Der Erfolg des Einsatzes von Social Media Diensten lässt sich darüber hinaus nur sehr schwer messen. Dies gilt insbesondere im B2B-Bereich, da hier entsprechende Zahlen zur Zeit noch fehlen. Ausgehend von dieser Diskussion wurden folgende Trends identifiziert:

- Mobile (Optimierung für unterschiedliche Endgeräte, neue Standards, eigene Landingpage)
- Einbindung in Cross-/Multichannel-Aktivitäten
- Integrierte Kommunikationsstrategie (Social Web vs. E-Mail)

Im Anschluss folgte die Kaffeepause, die von den Teilnehmern zum ausgiebigen Networking genutzt wurde.

Der zweite Teil der Veranstaltung wurde genutzt, um aktuelle Themen zu besprechen bzw. aus den identifizierten Trends abzuleiten. Es zeigte sich, dass die klassischen Themen im E-Mail-Marketing (noch) nichts an Ihrer Aktualität verloren haben. So werden von Anwenderseite häufig Fragen nach der Segmentierung, Personalisierung, richtigen Frequenz oder passenden (Erfolgs-)Kennzahlen gestellt. Diesbezüglich wurde festgestellt, dass ein Bedarf an aussagekräftigen Benchmarks insbesondere für den deutschen Markt besteht. Ein neuer Erfolgsfaktor kann die Integration von Social Plugins in Mailings (SWYN – Share with your network) darstellen.

Ein weiterer wichtiger Punkt der diskutiert wurde, betraf das Auslaufen der Übergangsfrist des §28 BDSG am 01.09.2012. Aus Sicht der anwesenden Experten wird der überwiegende Teil der Anwender nicht betroffen sein, da die neuen Regelungen bereits beim Aufsetzen eines neuen Systems berücksichtigt wurden.

Als Anlaufstelle zur Klärung dieser und weiterer Fragestellungen wurde die Seite www.email-marketing-forum.de empfohlen.

Die Veranstaltung endete mit einem Get-together auf der Dachterasse.

Einige Impressionen des Treffens haben wir online unter <http://www.flickr.com/photos/eco-ev/sets/72157629261669838/> für Sie bereit gestellt. Die Fotos des Flipcharts finden Sie unter <http://www.tschwarz.de/z2/0319aec/>.

Die nächste Sitzung zu dem Thema „Social Search – Das Ende der SEO?“ wird voraussichtlich am 18.06.2012 in Stuttgart stattfinden.