



MARKTFORSCHUNG
RESSORT IM BVDW



Wir sind das Netz

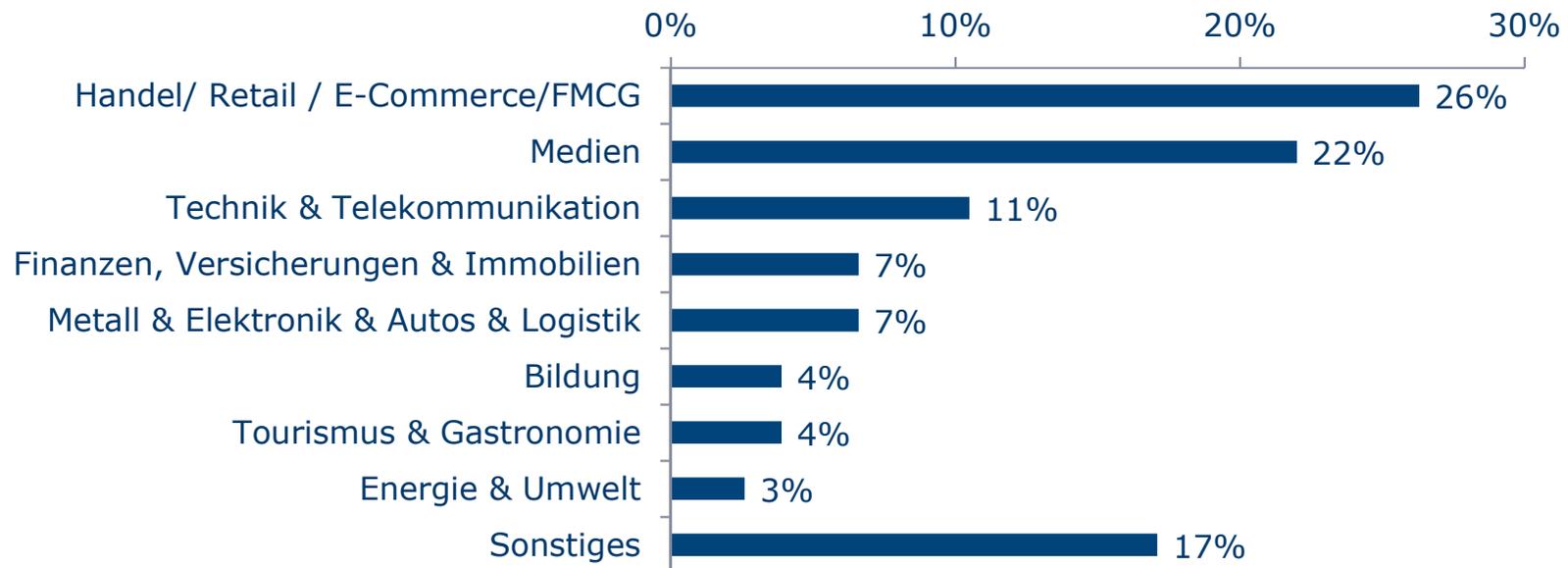
Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Untersuchungsdesign

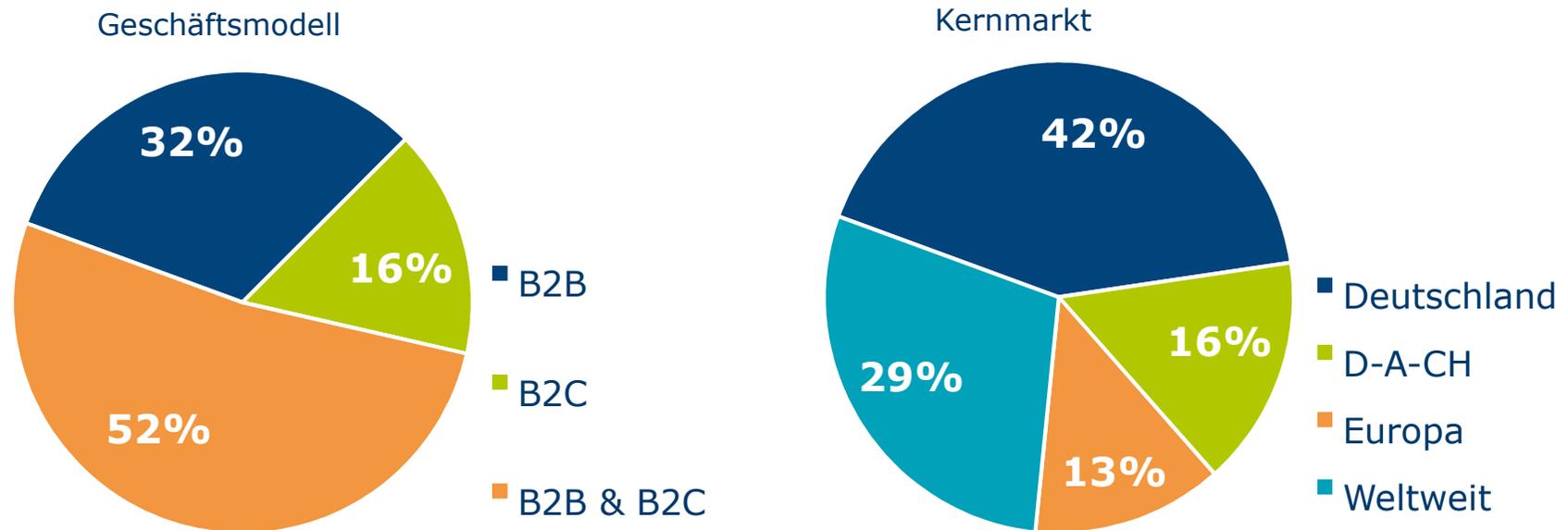
- ➔ Stichprobe: n=76 E-Mail-Marketing-Experten
- ➔ E-Mail-Marketing-Experten: Personen, die innerhalb ihres Unternehmens E-Mail-Marketing nutzen.
- ➔ Untersuchungszeitraum: 11.04.2018 - 16.04.2018

Fast jeder Zweite arbeitet im Bereich Handel/E-Commerce & Medien



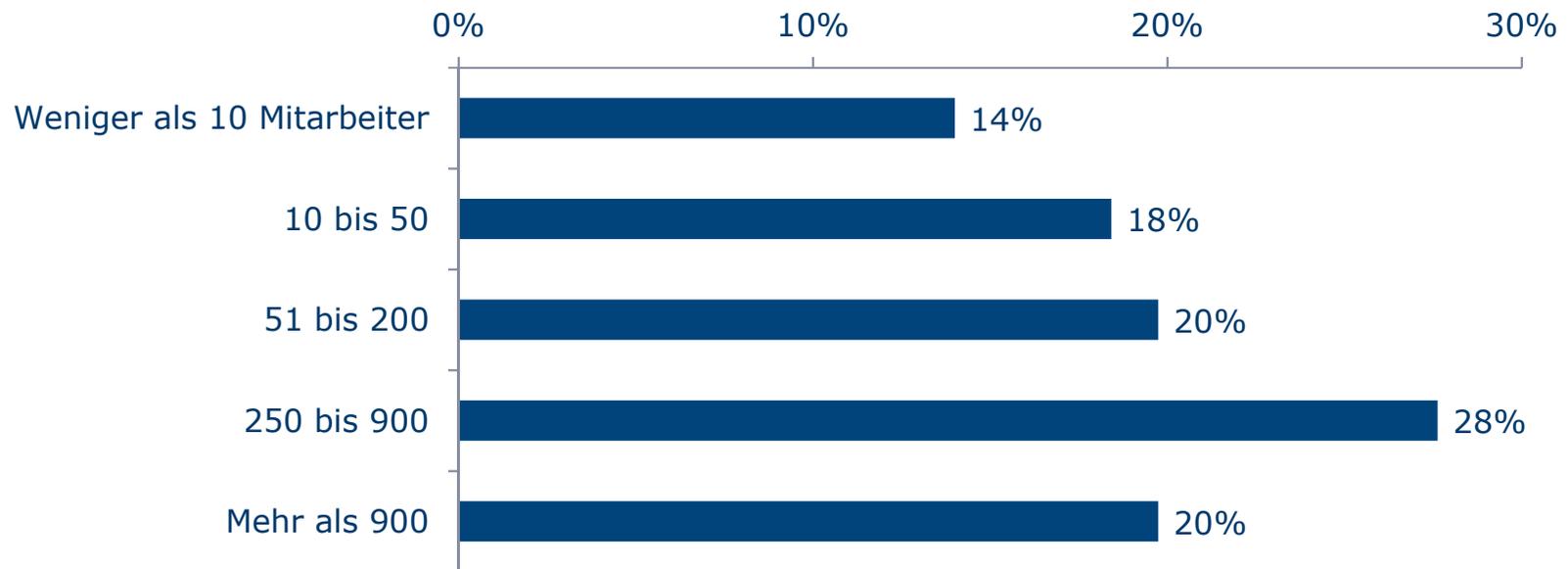
Frage: Welche der folgenden Optionen beschreibt am besten die Branche, in der Ihr Unternehmen/Ihre Organisation hauptsächlich tätig ist?
Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Überwiegend B2B & B2C Geschäftsmodelle in den untersuchten Unternehmen, die mehrheitlich auch international agieren



Frage: *Wie lässt sich das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens am besten beschreiben? // Wo liegt der Kernmarkt Ihres Unternehmens?*
Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Fast jedes zweite Unternehmen hat mehr als 250 Mitarbeiter in Deutschland

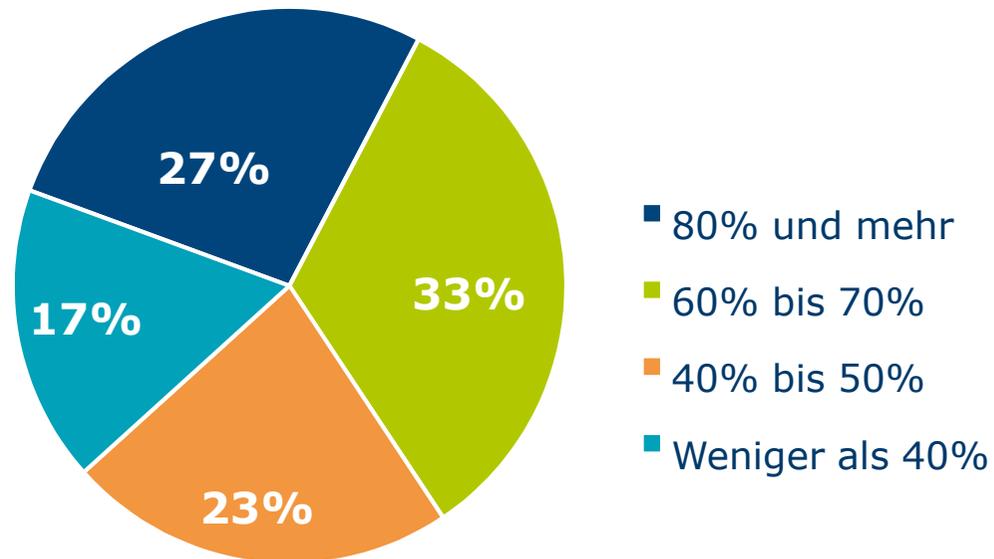


Frage: *Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen ungefähr insgesamt in Deutschland?*

Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 5 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

27% der Unternehmen sind nahezu ausschließlich digital

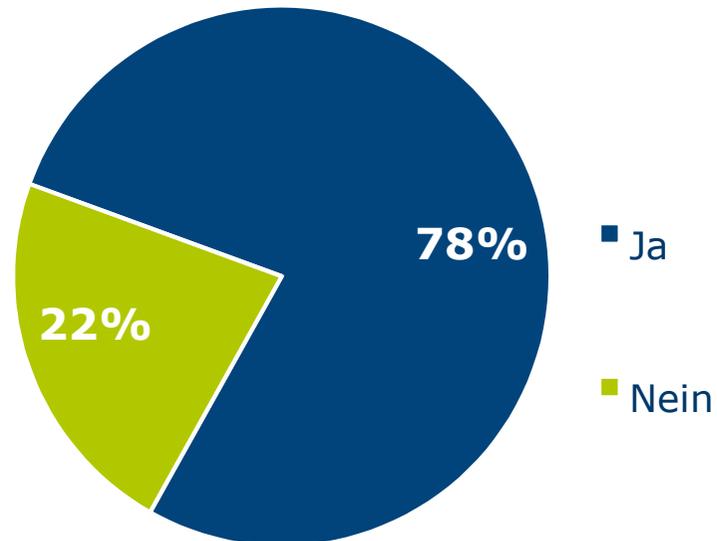


Frage: Zu viel Prozent schätzen Sie ist Ihr Unternehmen bereits digitalisiert? 100% bedeutet es ist komplett digital.
Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 6 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing



Fast alle untersuchten Unternehmen haben eine eigene Marketingabteilung

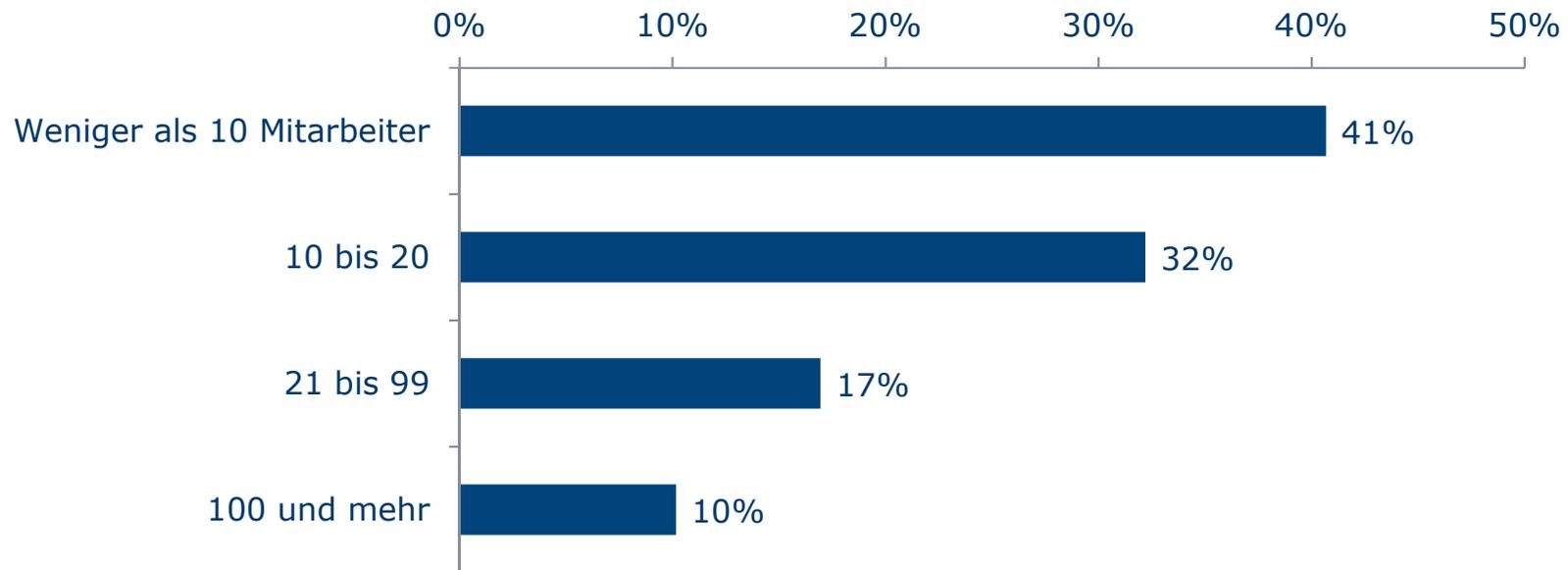


Frage: *Hat Ihr Unternehmen eine eigene Marketingabteilung?*

Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 7 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

73% haben eine Marketingabteilung von maximal 20 Personen

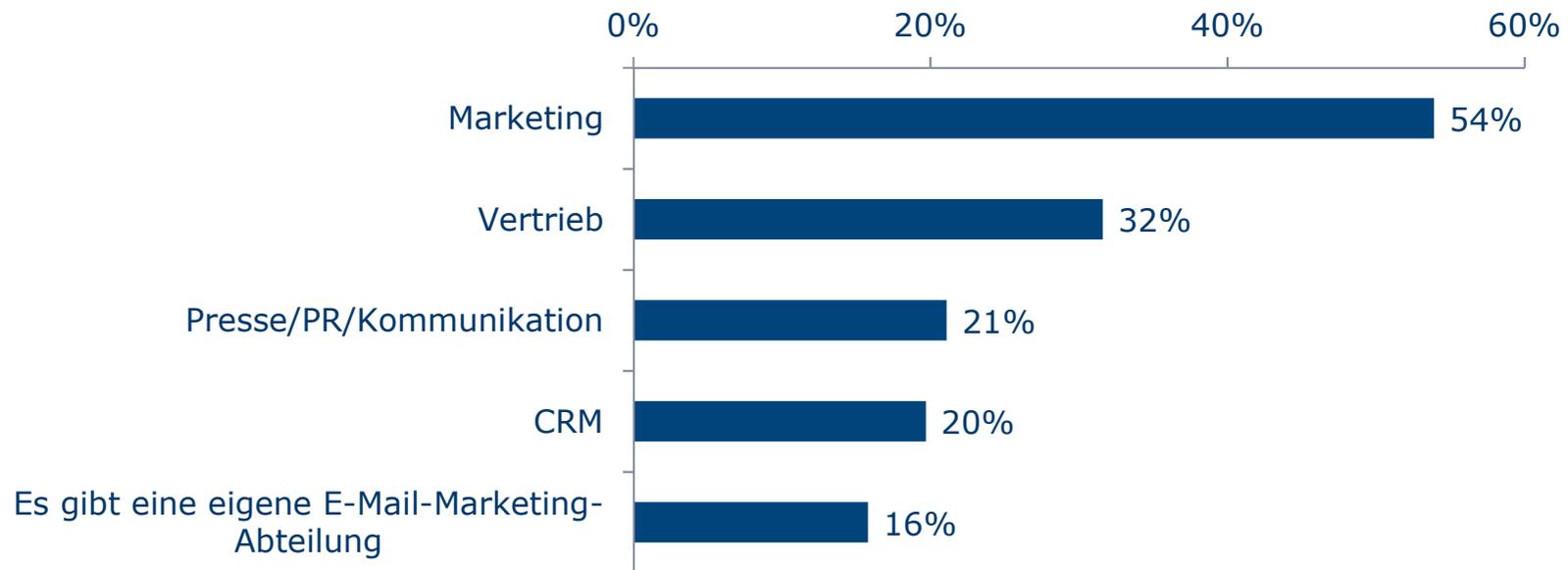


Frage: *Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrer Marketingabteilung?*

Basis: n=59 E-Mail-Marketing-Experten, deren Unternehmen eine eigene Marketingabteilung hat.

Seite 8 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing liegt überwiegend im Verantwortungsbereich der Marketingabteilung

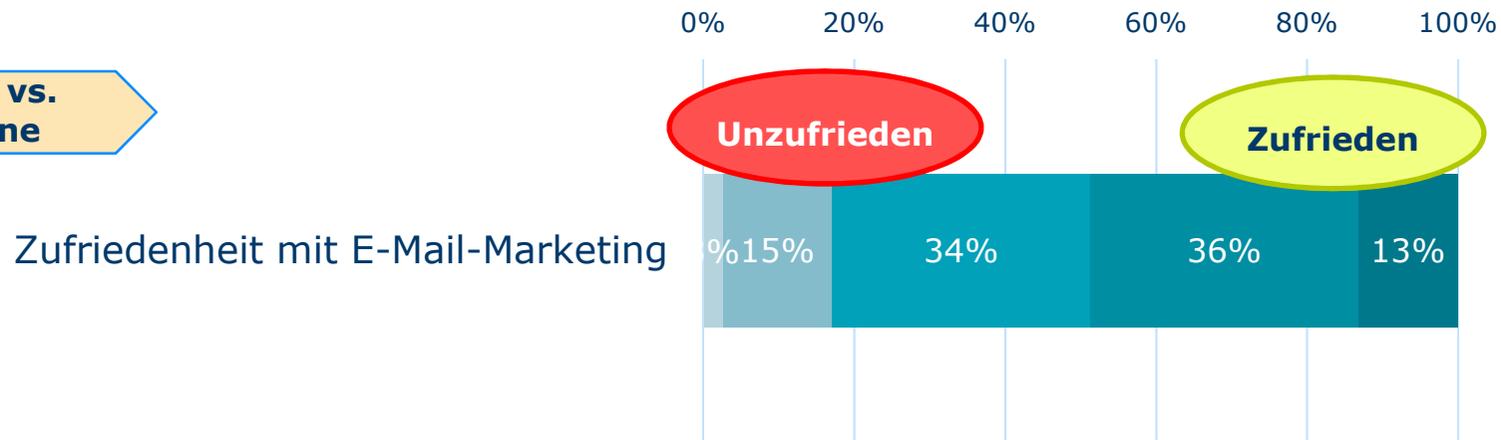


Frage: Welche Abteilungen kümmern sich in erster Linie in Ihrem Unternehmen um das E-Mail-Marketing?
Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 9 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Jeder Zweite ist nicht zufrieden mit E-Mail-Marketing in seinem Unternehmen

Zufriedene vs. Unzufriedene



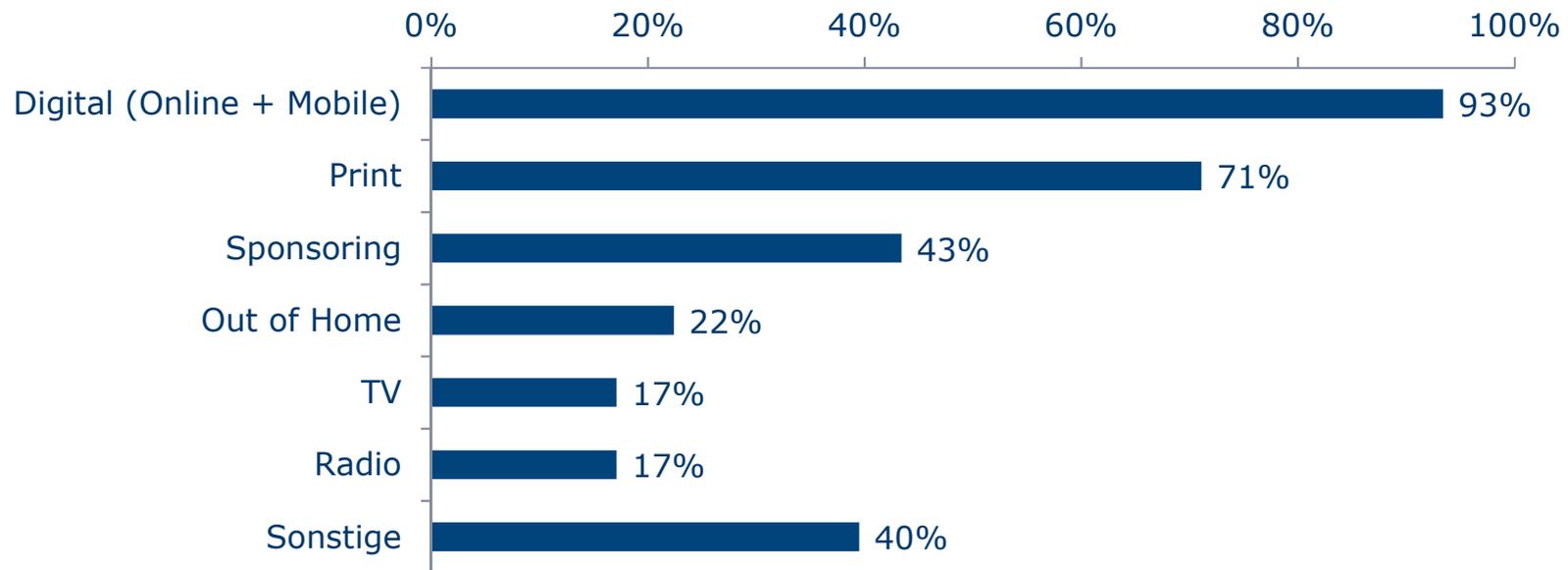
■ sehr unzufrieden ■ eher unzufrieden ■ weder zufrieden, noch unzufrieden ■ eher zufrieden ■ sehr zufrieden

Frage: *Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem E-Mail-Marketing?*

Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 10 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Neben digitalen Kanälen wird vor allem Print mit 71% besonders stark für werbliche Zwecke genutzt



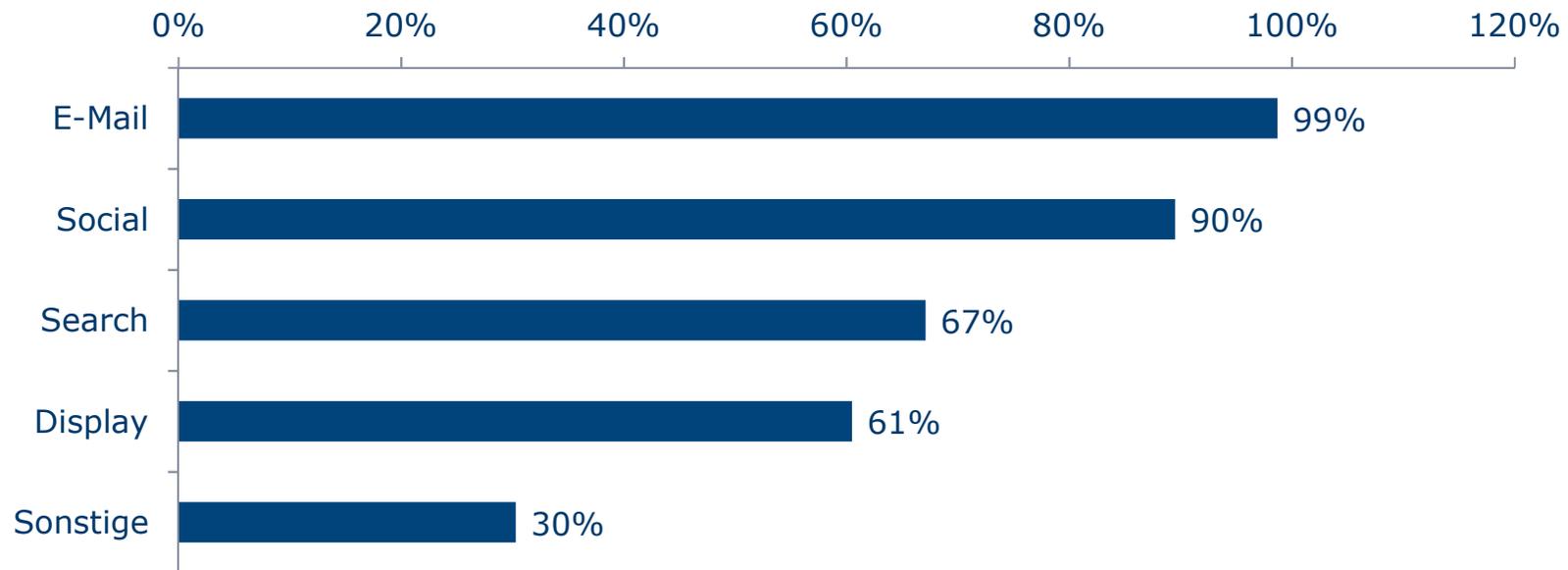
Frage: Welche Kanäle nutzen Sie für werbliche Zwecke?

Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 11 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing



Bei Unternehmen die auf E-Mail-Marketing setzen ist gleichzeitig Social Advertising sehr beliebt ...

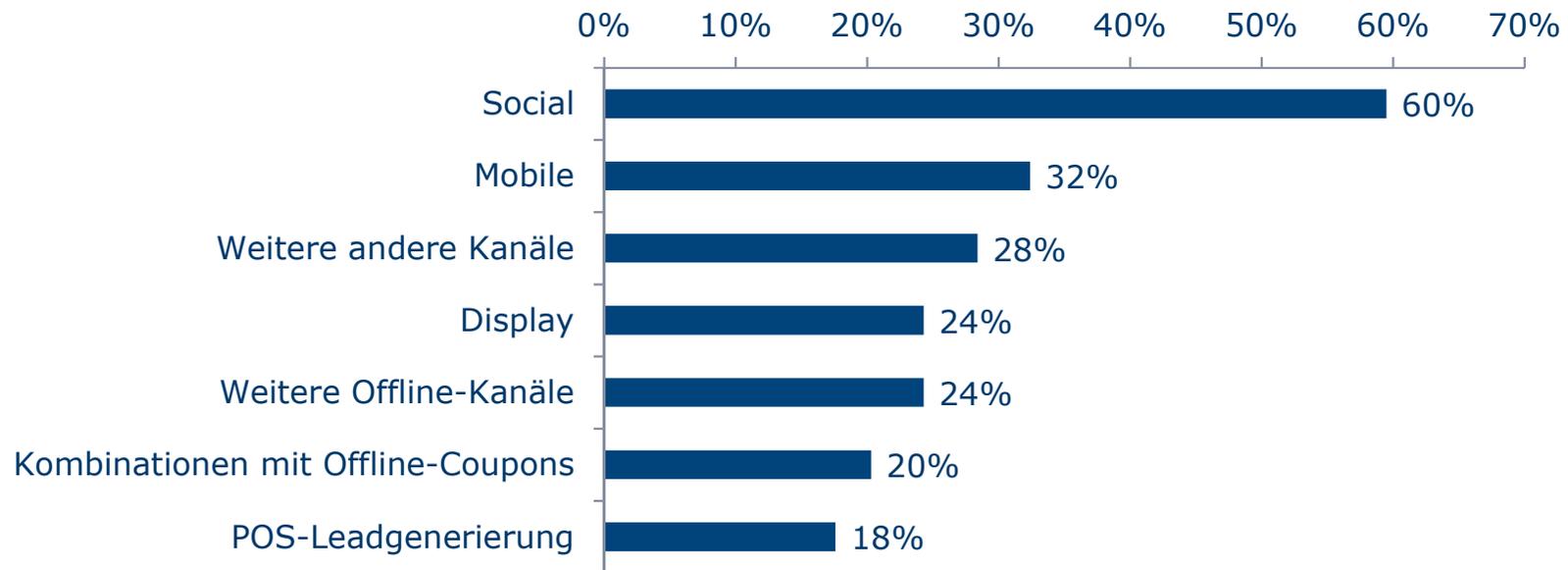


Frage: *Und welche digitalen Kanäle nutzen Sie für werbliche Zwecke?*

Basis: n=76 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 12 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

...wodurch E-Mail-Marketing zu 60% mit dem Social Media-Kanal verknüpft wird



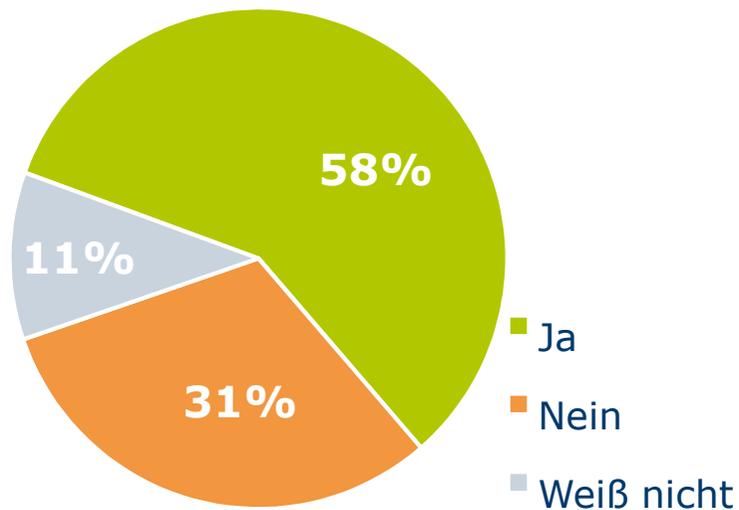
Frage: Mit welchen anderen Kanälen verknüpft Ihr Unternehmen sein E-Mail-Marketing?

Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.

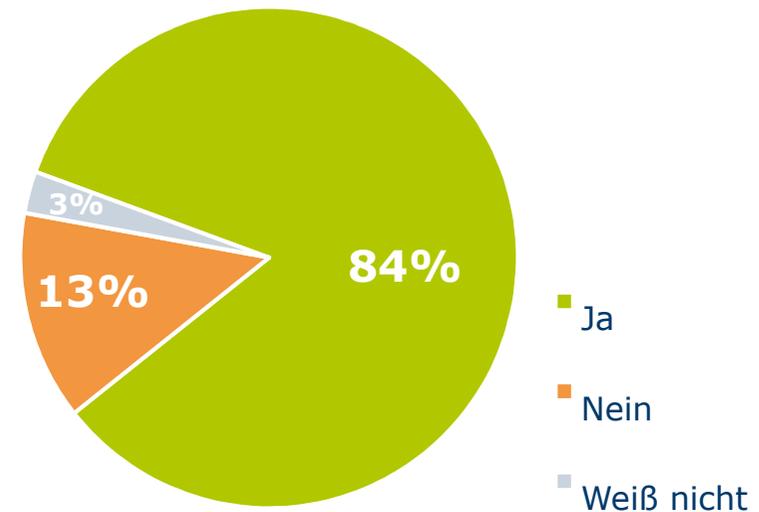
Seite 13 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Auf digitales Reporting wird beim E-Mail-Marketing nur selten verzichtet. Automatisierte Kontaktstrecken nutzt noch nicht jeder

Nutzung automatisierte Kontaktstrecken

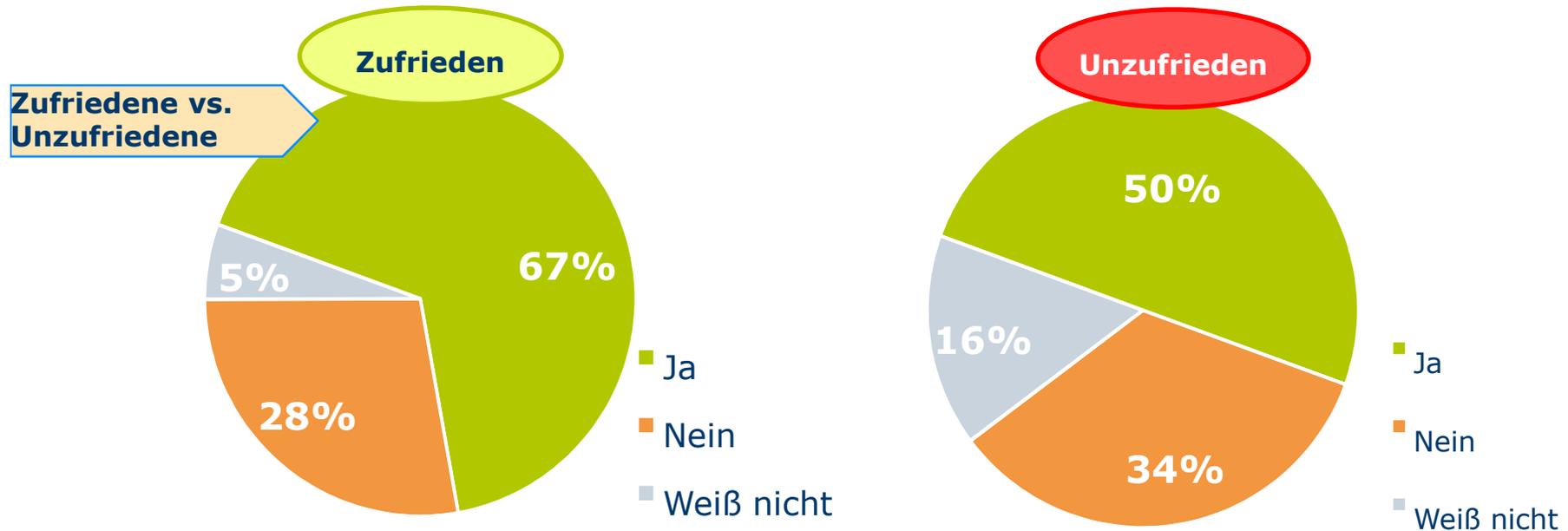


Digitales Reporting



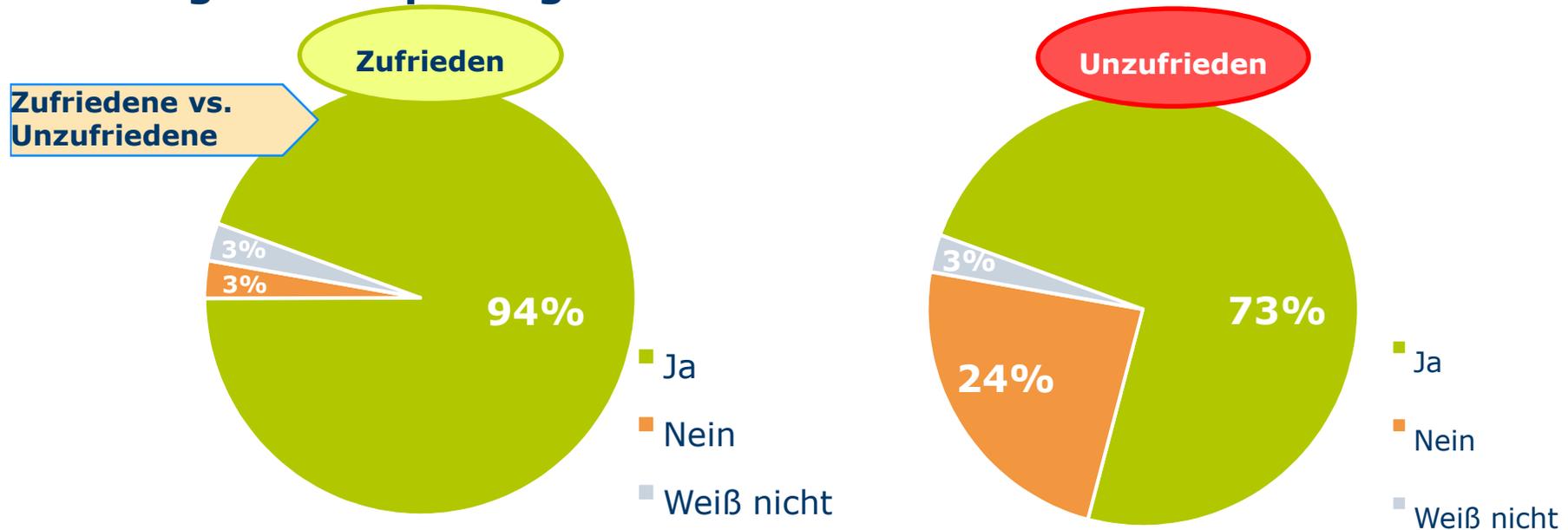
Fragen: *Nutzen Sie beim E-Mail-Marketing automatisierte Kontaktstrecken? // Findet ein digitales Reporting Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen statt?*
Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.

Wer zufrieden mit seinem E-Mail-Marketing ist, nutzt auch häufiger automatisierte Kontaktstrecken



Fragen: *Nutzen Sie beim E-Mail-Marketing automatisierte Kontaktstrecken?*
Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.

Wer zufrieden mit seinem E-Mail-Marketing ist, nutzt auch häufiger digitales Reporting

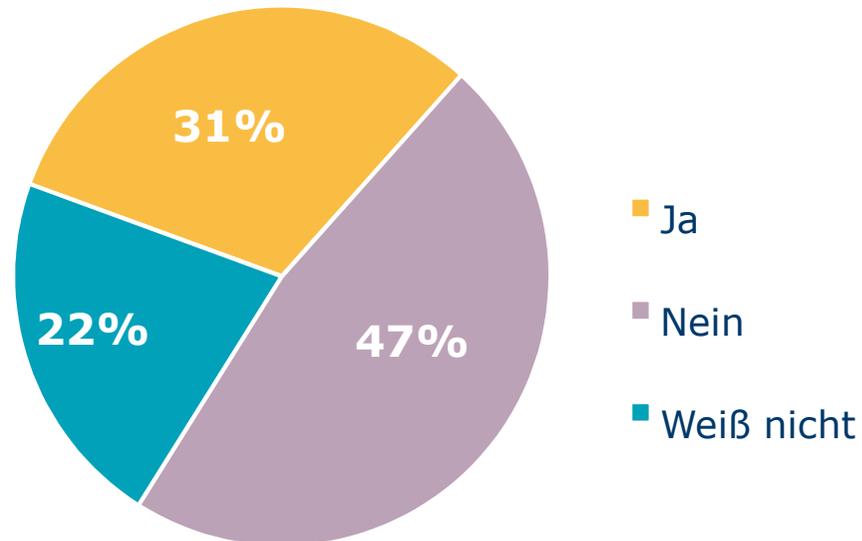


Fragen: Findet ein digitales Reporting Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen statt?

Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 16 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Die Mehrheit nutzt kein Attributionsmodell

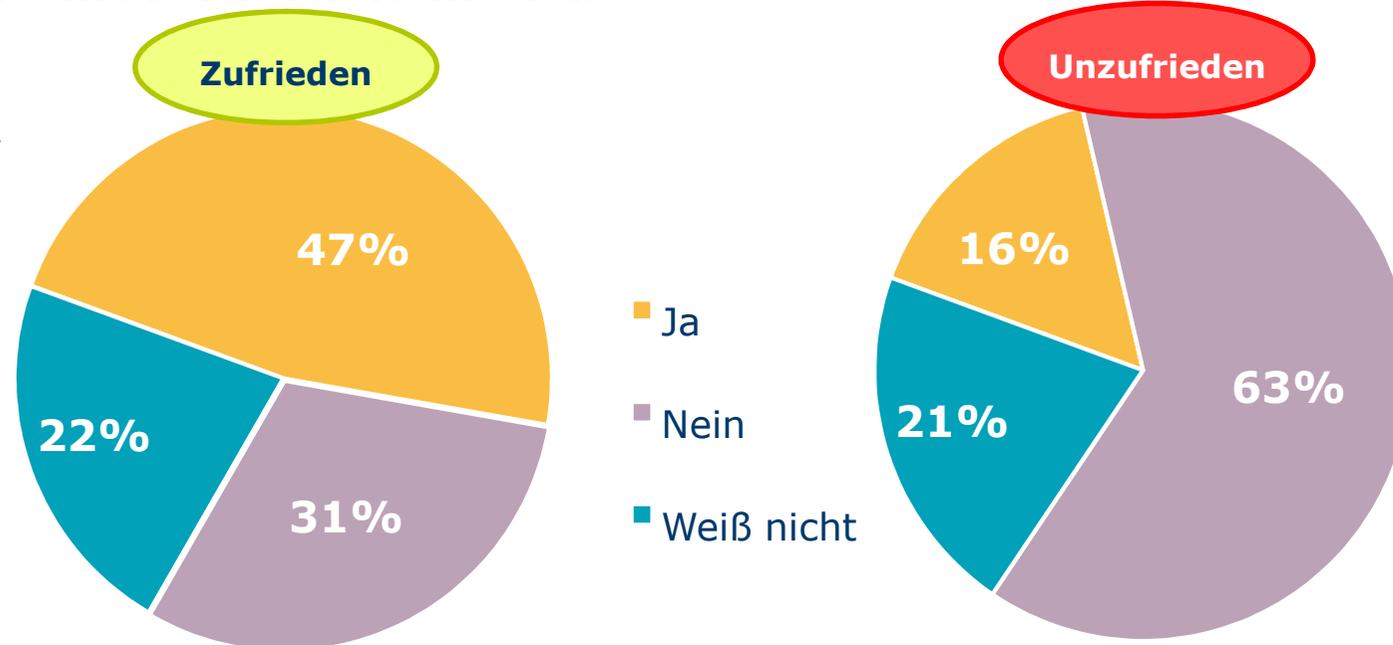


Frage: *Nutzen Sie beim E-Mail-Marketing in Ihrem Unternehmen ein Attributionsmodell?*
Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 17 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Wer zufrieden mit seinem E-Mail-Marketing ist verwendet auch häufiger ein Attributionsmodell

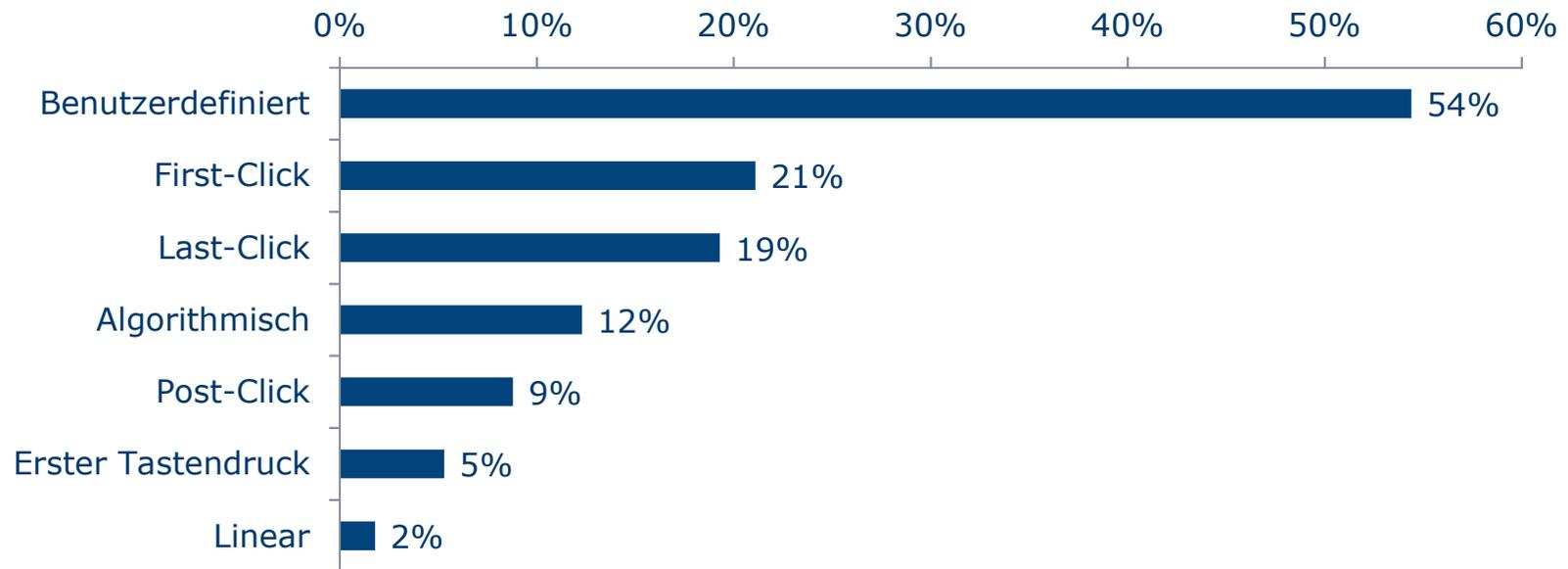
Zufriedene vs.
Unzufriedene



Frage: Nutzen Sie beim E-Mail-Marketing in Ihrem Unternehmen ein Attributionsmodell?
Basis: n=74 E-Mail-Marketing-Experten.



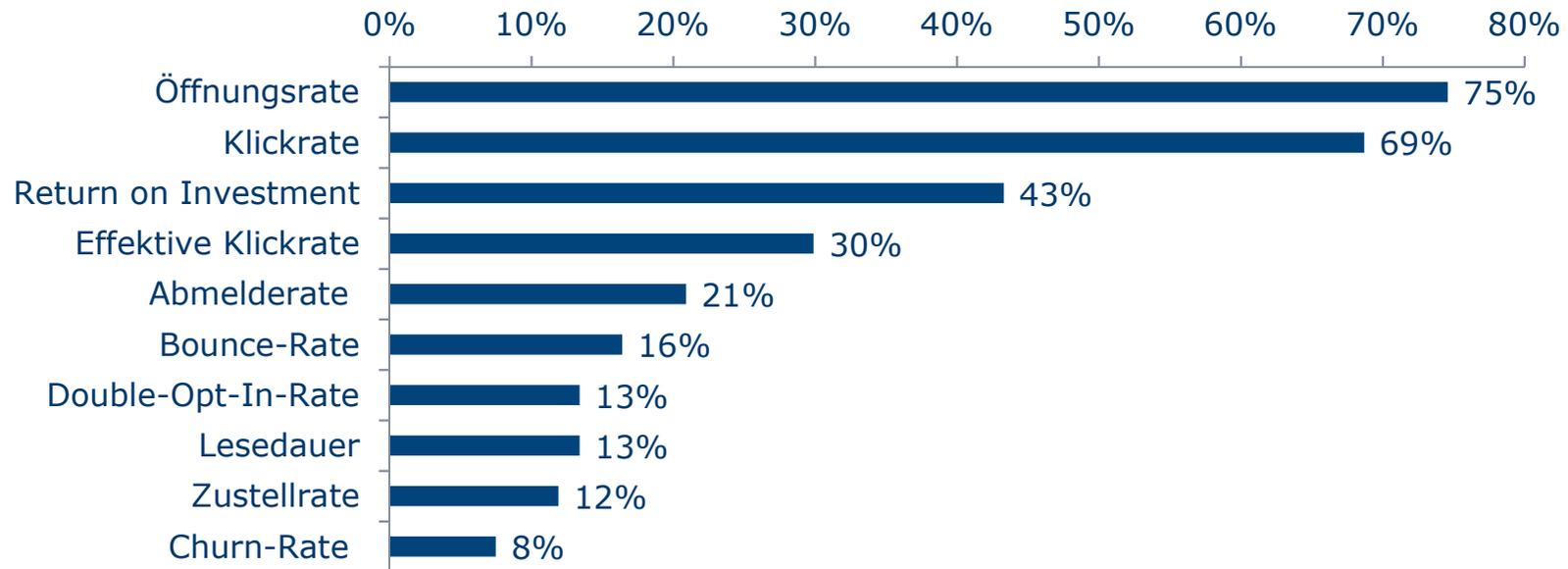
Die Mehrheit nutzt benutzerdefinierte Verfahren zur Attribution



Frage: Welche speziellen Verfahren nutzen Sie für die E-Mail-Marketing-Attribution?
Basis: n=57 E-Mail-Marketing-Experten, die ein Verfahren zur Attribution verwenden.
Seite 19 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing



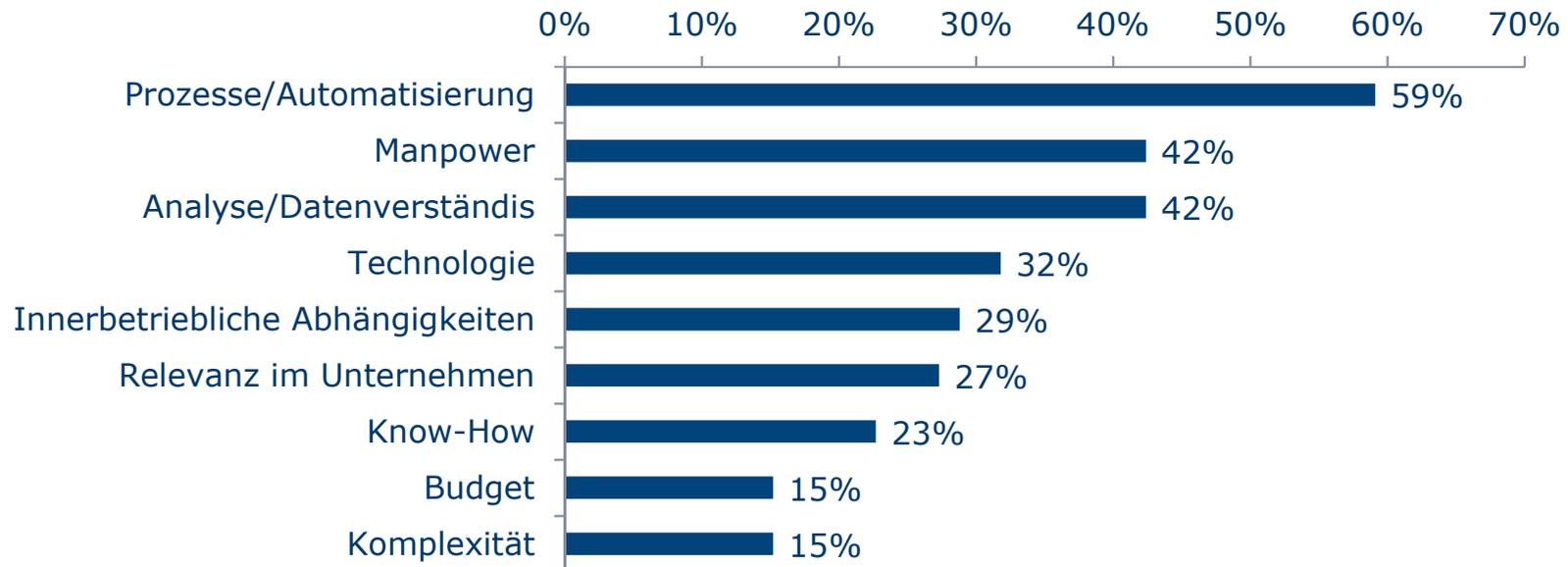
Öffnungsrate, Klickrate und der ROI sind die Top-3 KPI's



Frage: Was sind für Sie die 3 wichtigsten KPIs zur Bewertung Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagne?

Basis: n=67 E-Mail-Marketing-Experten.

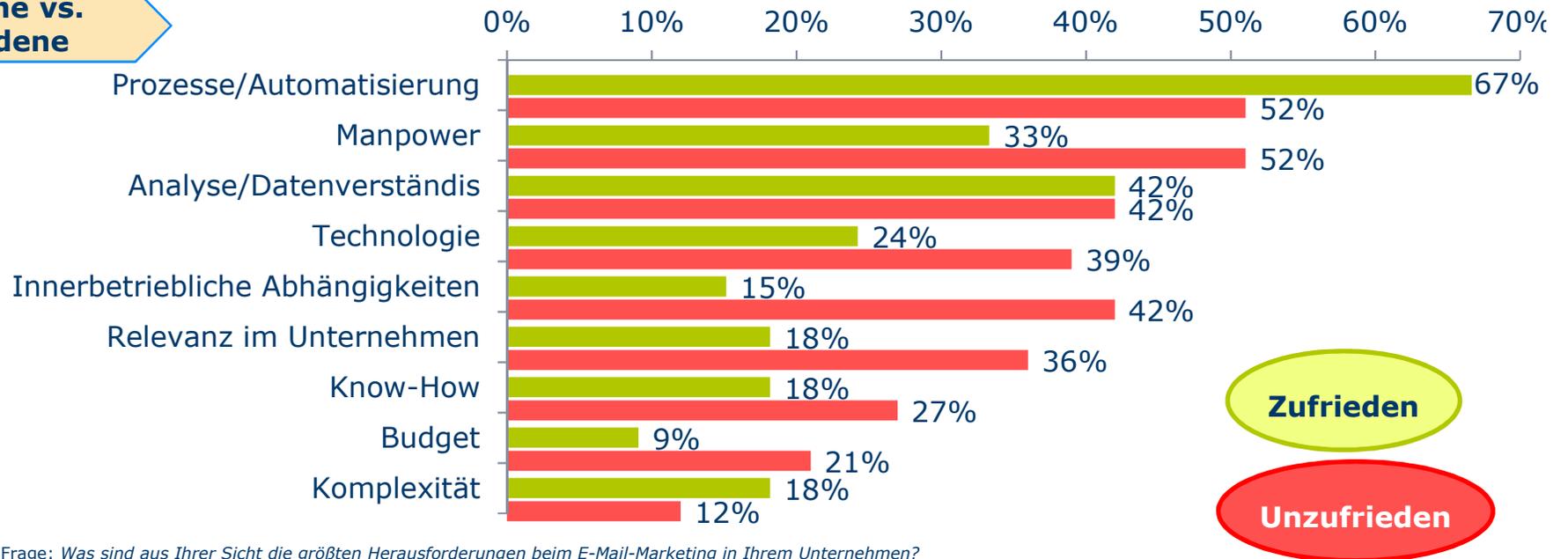
Automatisierung, Manpower und Datenverständnis werden als die größten Herausforderungen wahrgenommen



Frage: Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen beim E-Mail-Marketing in Ihrem Unternehmen?
Basis: n=66 E-Mail-Marketing-Experten.

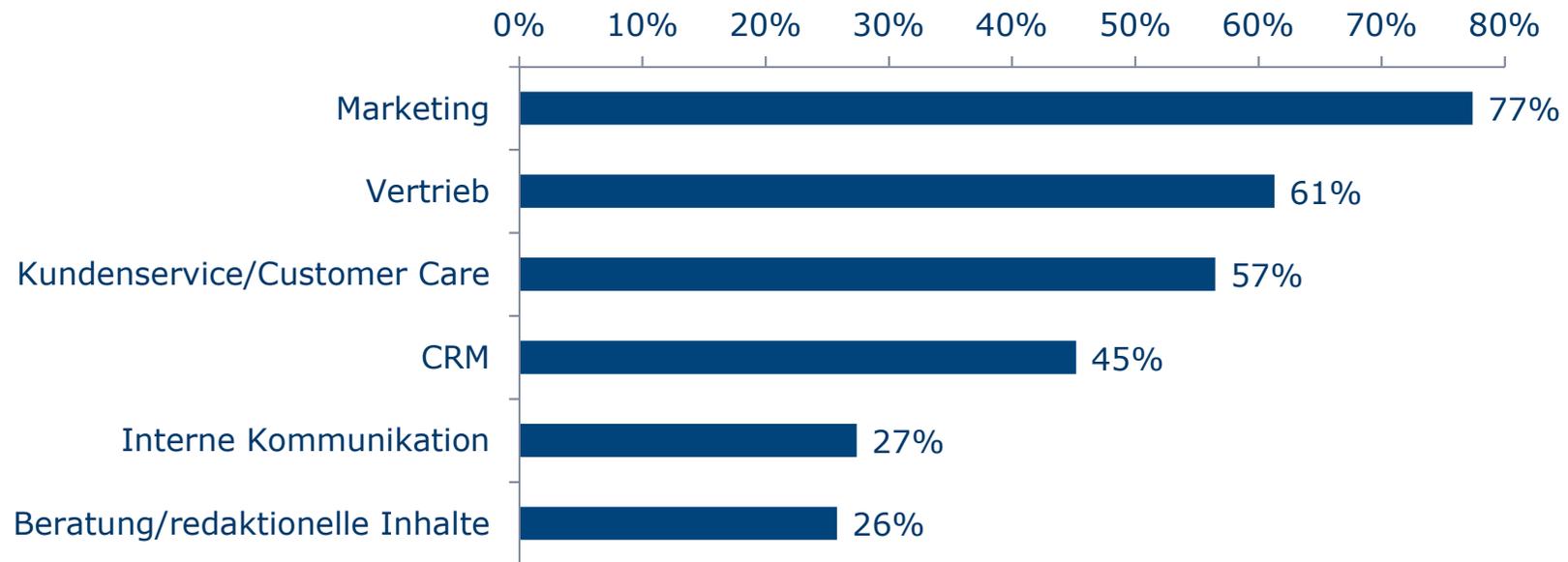
Wer unzufrieden mit E-Mail-Marketing ist, sieht Manpower und interne Abhängigkeiten als größte Herausforderungen an

Zufriedene vs. Unzufriedene



Frage: Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen beim E-Mail-Marketing in Ihrem Unternehmen?
Basis: n=66 E-Mail-Marketing-Experten.

Marketing gefolgt von Vertrieb sind die wichtigsten Einsatzbereiche von E-Mail-Marketing

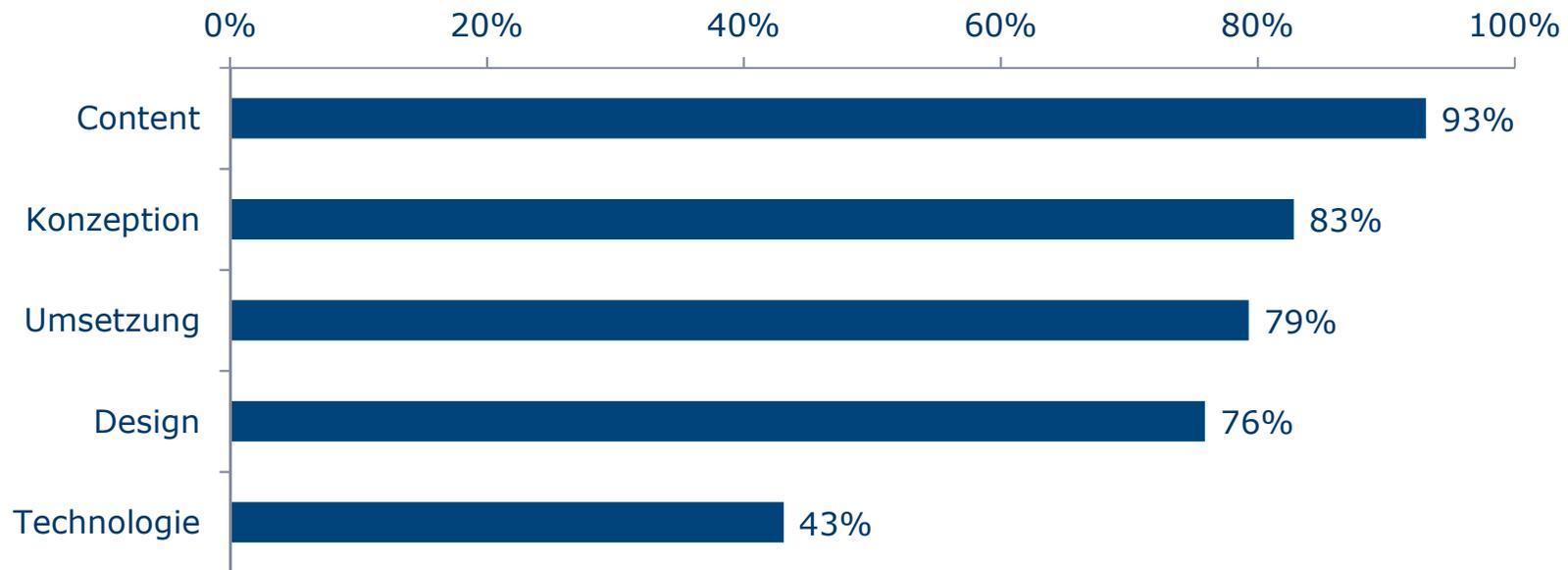


Frage: In welchen Bereichen wird das Instrument (teilautomatisierte) E-Mails überall in Ihrem Unternehmen eingesetzt?

Basis: n=62 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 23 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Der Content und die Konzeption werden überwiegend in-house erstellt, die Technologie ausgelagert.

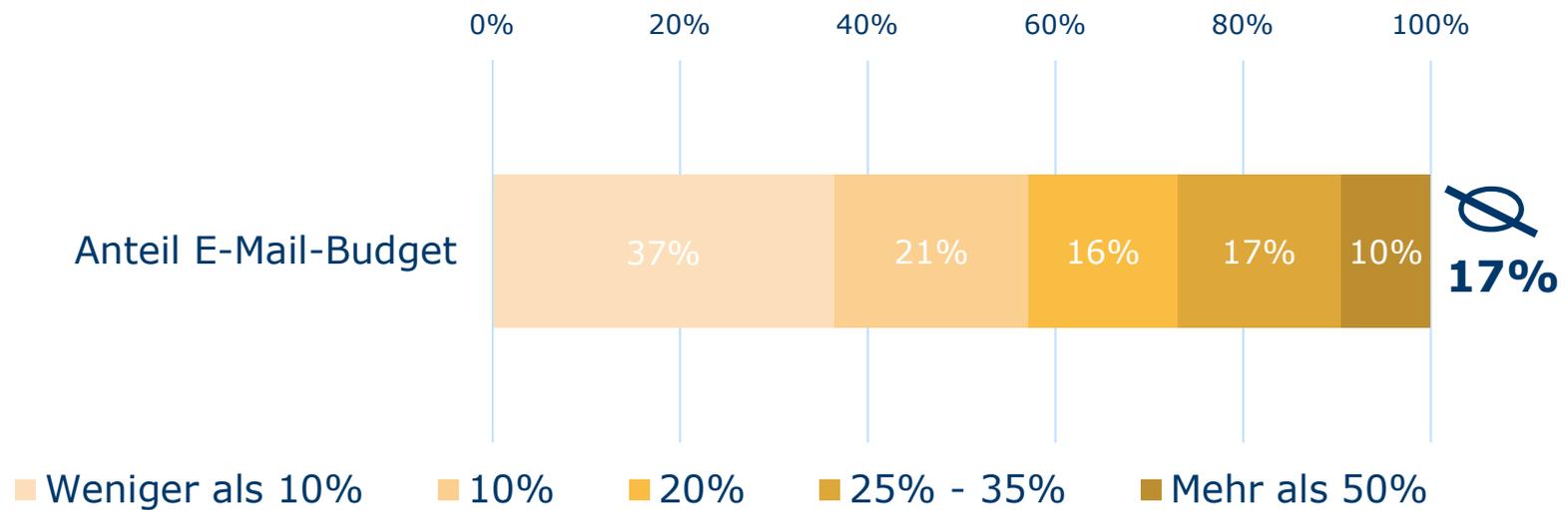


Frage: Welche Elemente Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen werden in Ihrem Unternehmen selber erstellt?

Basis: n=58 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 24 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Im Durchschnitt macht E-Mail-Marketing 17% des gesamten Marketingbudgets aus

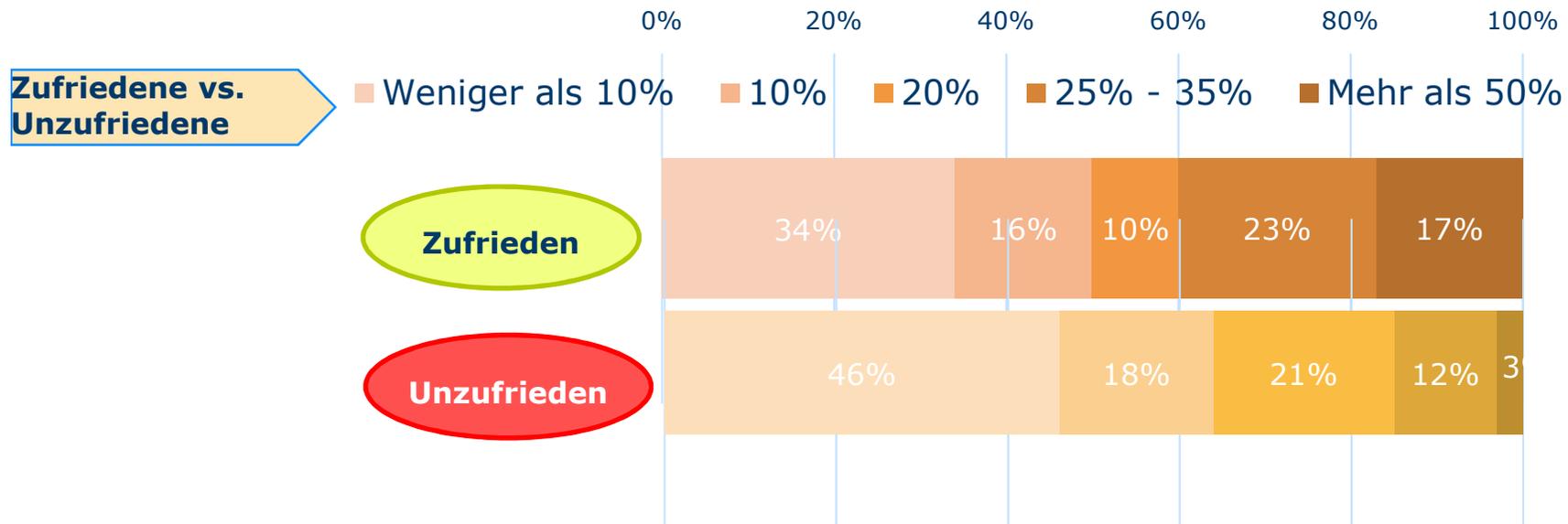


Frage: Welchen Anteil macht E-Mail ungefähr von Ihrem gesamten Marketingbudget aus?

Basis: n=63 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 25 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Wer zufrieden mit seinem E-Mail-Marketing ist, hat auch einen höheren Anteil am Marketingbudget für E-Mail zur Verfügung

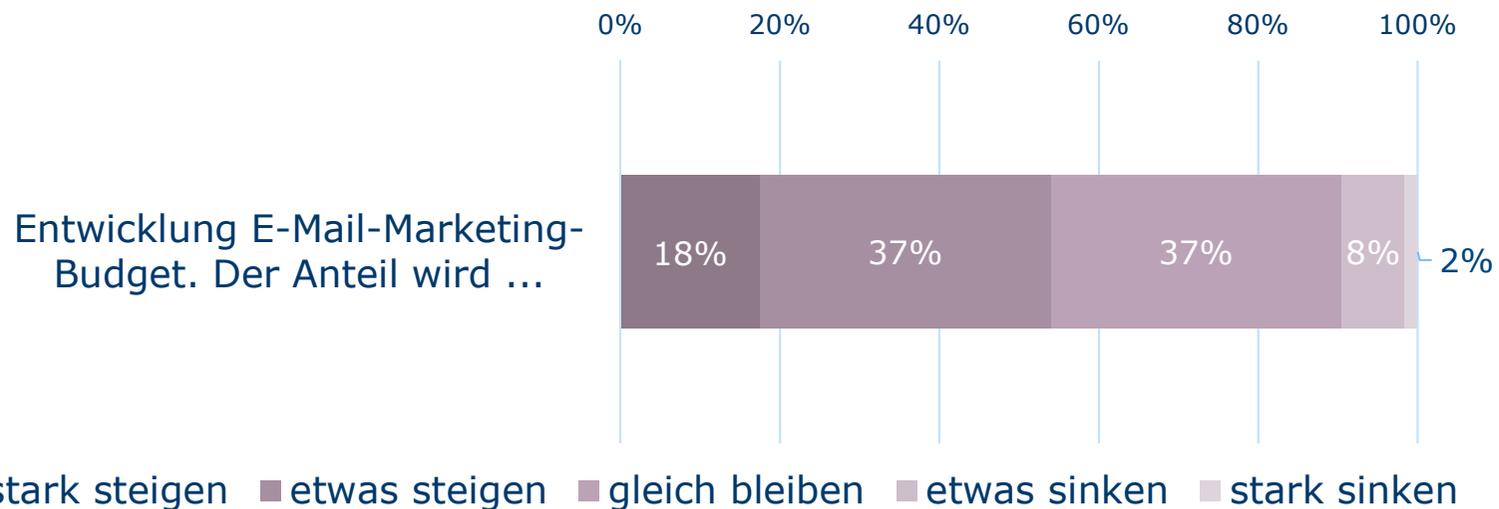


Frage: Welchen Anteil macht E-Mail ungefähr von Ihrem gesamten Marketingbudget aus?

Basis: n=63 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 26 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Die Mehrheit glaubt, dass der Anteil den E-Mail am gesamten Marketingbudget ausmacht, steigen wird

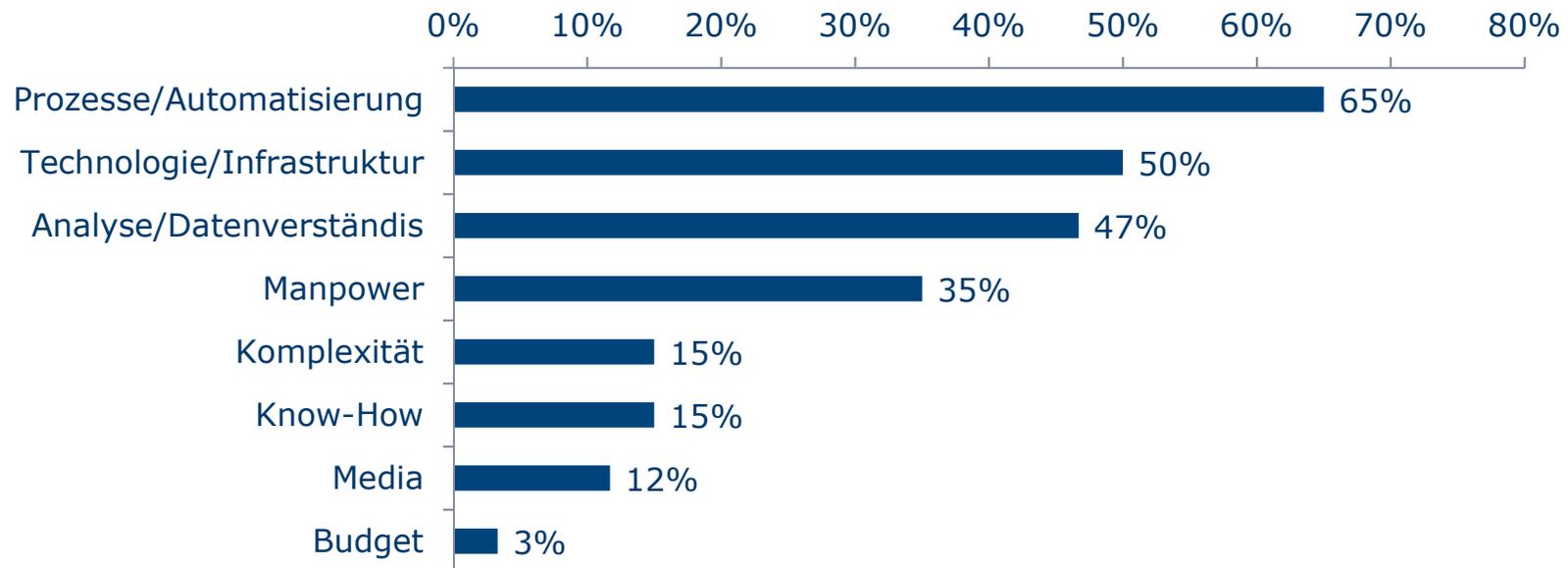


Frage: Was schätzen Sie: Wird der Anteil den E-Mail von Ihrem gesamten Marketingbudget ausmacht in den nächsten drei Jahren steigen oder sinken?

Basis: n=63 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 27 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Investitionsschwerpunkt liegt vor allem im Bereich Prozesse und Automatisierung

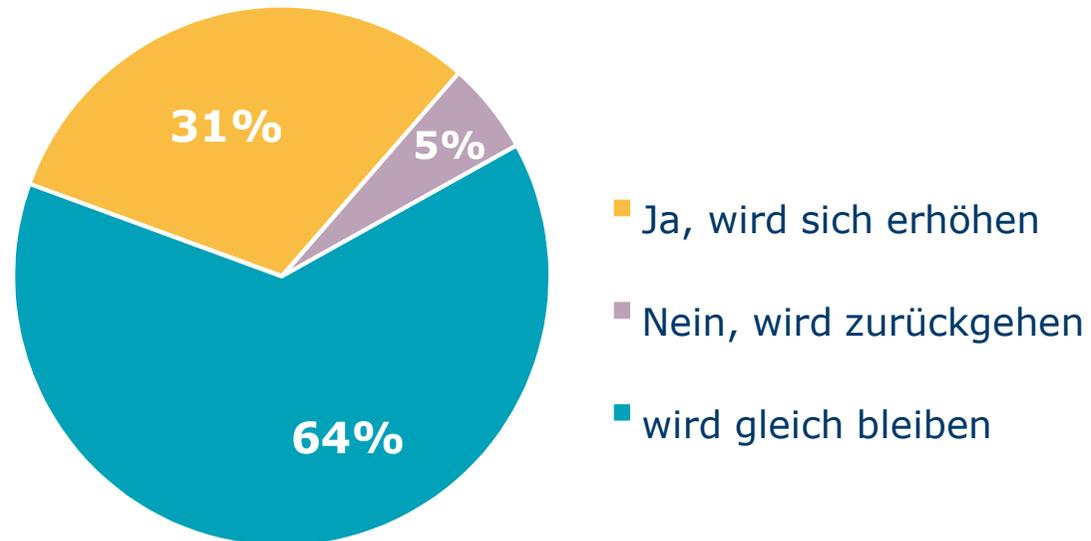


Frage: Wo sehen Sie persönlich die größten Investitionsschwerpunkte Ihres Unternehmens in den nächsten 3 Jahren im Kontext (E-Mail-)Marketing?

Basis: n=60 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 28 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

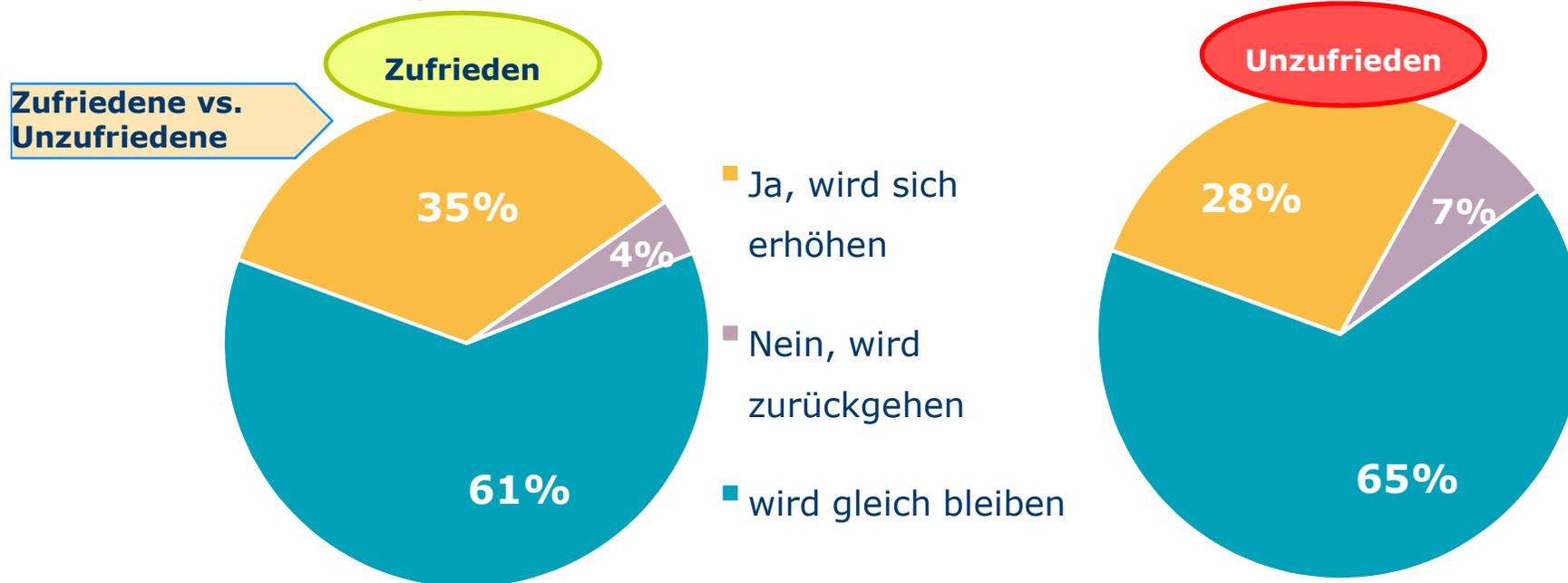
Stabilität bei den Mitarbeiterzahlen im E-Mail-Marketing



Frage: *Wird sich der Anteil der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, die sich verstärkt um das E-Mail-Marketing kümmern in den nächsten 3 Jahren erhöhen?*
Basis: n=55 E-Mail-Marketing-Experten.

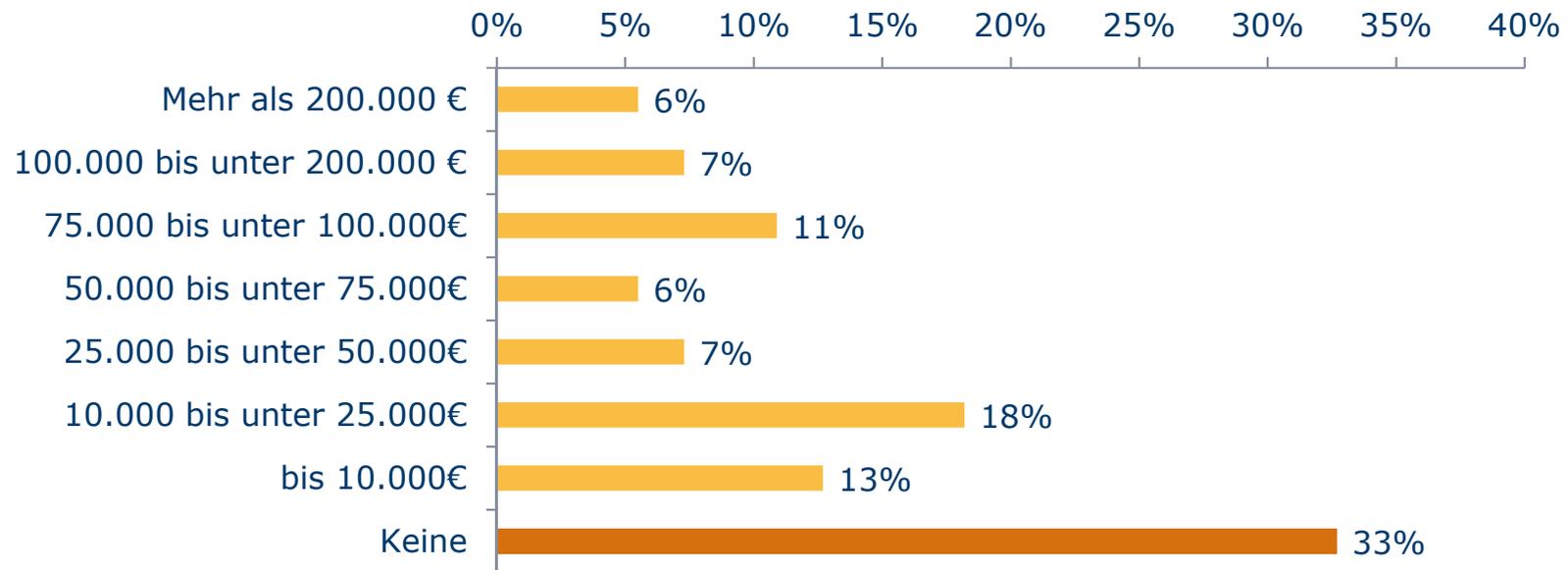
Seite 29 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing

Wer zufrieden mit seinem E-Mail-Marketing ist, sieht die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen in diesem Bereich positiver



Frage: Wird sich der Anteil der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, die sich verstärkt um das E-Mail-Marketing kümmern in den nächsten 3 Jahren erhöhen?
Basis: n=55 E-Mail-Marketing-Experten.

Wenn Investition geplant sind, liegen sie meist bei unter 25.000 €



Frage: In welcher Höhe sind innerhalb Ihres Unternehmens Investitionen (ohne Personalkosten) in den nächsten 3 bis 5 Jahren im Bereich E-Mail-Marketing geplant?

Basis: n=55 E-Mail-Marketing-Experten.

Seite 31 | Mai 2018 | Umfrage zum Thema E-Mail-Marketing



MARKTFORSCHUNG
RESSORT IM BVDW



Wir sind das Netz

Ihr Ansprechpartner beim BVDW zur Studie

Yannick Tesche
Marktforschung

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57 | 40212 Düsseldorf
Fon +49 211 600456-28 | Fax +49 211 600456-33
tesche@bvdw.org | www.bvdw.org

© 2018 | Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.