

Interactive E-Mail in Deutschland

E-Mail-Marketing ist dank seines hervorragenden Returns on Investment einer der meistgenutzten E-Mail-Kanäle. Neben der fortschreitenden Automatisierung der Kampagnensteuerung hat sich auch in Bezug auf Darstellung und User Experience viel getan.

Interaktivität in E-Mails ist einer der wichtigsten globalen Trends im E-Mail-Marketing: Das Medium „E-Mail“ wandelt sich von einem Informations- zum Interaktionsmedium. Werbetreibende drängen darauf, ihre statischen Marketing-E-Mails mit interaktiven Elementen auszustatten, um ihren Adressaten die bestmögliche User Experience in der Inbox zu bieten.

„Interactive E-Mail“ hebt die Grenzen zwischen Web und E-Mail auf und verschafft Konsumenten zukünftig auch in E-Mails den Nutzungskomfort, den sie bereits seit Jahren aus dem Web gewohnt sind.

Folgende interaktive E-Mail-Elemente stehen aktuell im Fokus:

- Bilderkarussell und -galerien
- Videos
- Menüfunktionalitäten
- Hover-Effekte
- Akkordeonmechanismen zum Ein- und Ausblenden von Inhalten
- Formulare für Umfragen, Suchfelder etc.
- Abgabe von Produktbewertungen
- Add-to-Cart-Funktionalitäten
- Digitale Prospekte mit Blätterfunktion

Zum aktuellen Zeitpunkt wird eine breite Nutzung interaktiver Elemente in E-Mails jedoch dadurch beschränkt, dass nur ein Teil der E-Mail-Dienste und -Applikationen die dafür notwendigen CSS3 Media Queries und HTML5 technisch unterstützen.

Verschiedene Untersuchungen, die insbesondere die US-Anbieter betrachten, zeigen, dass die Unterstützung interaktiver Email-Funktionalität durch E-Mail-Dienste und E-Mail-Software-Anbieter sehr unterschiedlich ausfällt. Während einige Dienste größtenteils, die für interaktive E-Mails benötigten HTML5- und CSS3-Funktionen, unterstützen, erlauben andere Clients nur die Ansicht von Fallback-Bildern.

Inwiefern die in Deutschland relevanten E-Mail-Dienste und -Apps die Nutzung interaktiver E-Mail-Funktionen derzeit ermöglichen, ist aus diesen Untersuchungen nicht erkennbar.

Hierzu hatte die Fokusgruppe E-Mail im Jahr 2016 einen Themenabend durchgeführt. Um die Einsatzfelder im deutschen Markt neu zu beleuchten, wird die Fokusgruppe E-Mail im April 2019 eine Sitzung mit dem Schwerpunkt Interactive E-Mail in Deutschland halten.

Februar 2019

Fokusgruppe E-Mail im BVDW

