

2024 Trending E-Mail Marketing



Die Geschwindigkeit, mit der sich das digitale Marketing verändert, ist rasant. Gleichzeitig stehen Marketer vor der Herausforderung, mit weniger Budget mehr Wirkung zu erzielen. Künstliche Intelligenz beschleunigt diese Entwicklung zusätzlich – sie verändert Prozesse, Arbeitsweisen und Erwartungen gleichermaßen.

In unserem Trend-Report haben wir drei Themenfelder identifiziert, die im kommenden Jahr den größten Einfluss auf erfolgreiches E-Mail-Marketing haben werden.

Auf den nächsten Seiten erfährst Du, welche Themen Du im E-Mail-Marketing 2026 kennen solltest und welche Innovationen den Markt bestimmen werden. Beispiele zeigen Dir, wie sich die Trends in die Praxis umsetzen lassen.

Viel Spaß beim Lesen!



Inhalt

✦✦ Intelligence: Die Kampagne, die sich selbst optimiert	03
📍 Experience: Relevanz fühlt sich plötzlich anders an	07
🚀 Performance: E-Mail als wichtigster Owned-Touchpoint	11

Intelligenter



Die Kampagne, die sich selbst optimiert

Künstliche Intelligenz und Automatisierung verändern, wie wir kommunizieren. KI-Lösungen treffen eigenständige Entscheidungen und agieren im Verbund als **Multi-Agenten-Systeme**, die sich gegenseitig ergänzen und verbessern. Für Marketer bedeutet das: **Freiraum für kreative Konzepte, durchdachte Journeys und Daten-Logiken, die Emotionen überbringen.**

KI-Assistent

Betreffzeilen-Vorschläge für Dein Sommer-Sale-Mailing:

Sommer 2025 wird heiß – unsere Preise auch

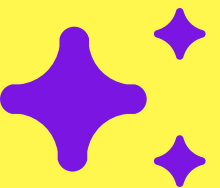
Dein Sommer. Dein Sale. Dein Outfit.

Jetzt sparen, genießen und ab in den Urlaub

Heißer Sommer, kühle Preise.

Letzte Chance: Sommer-Sale.

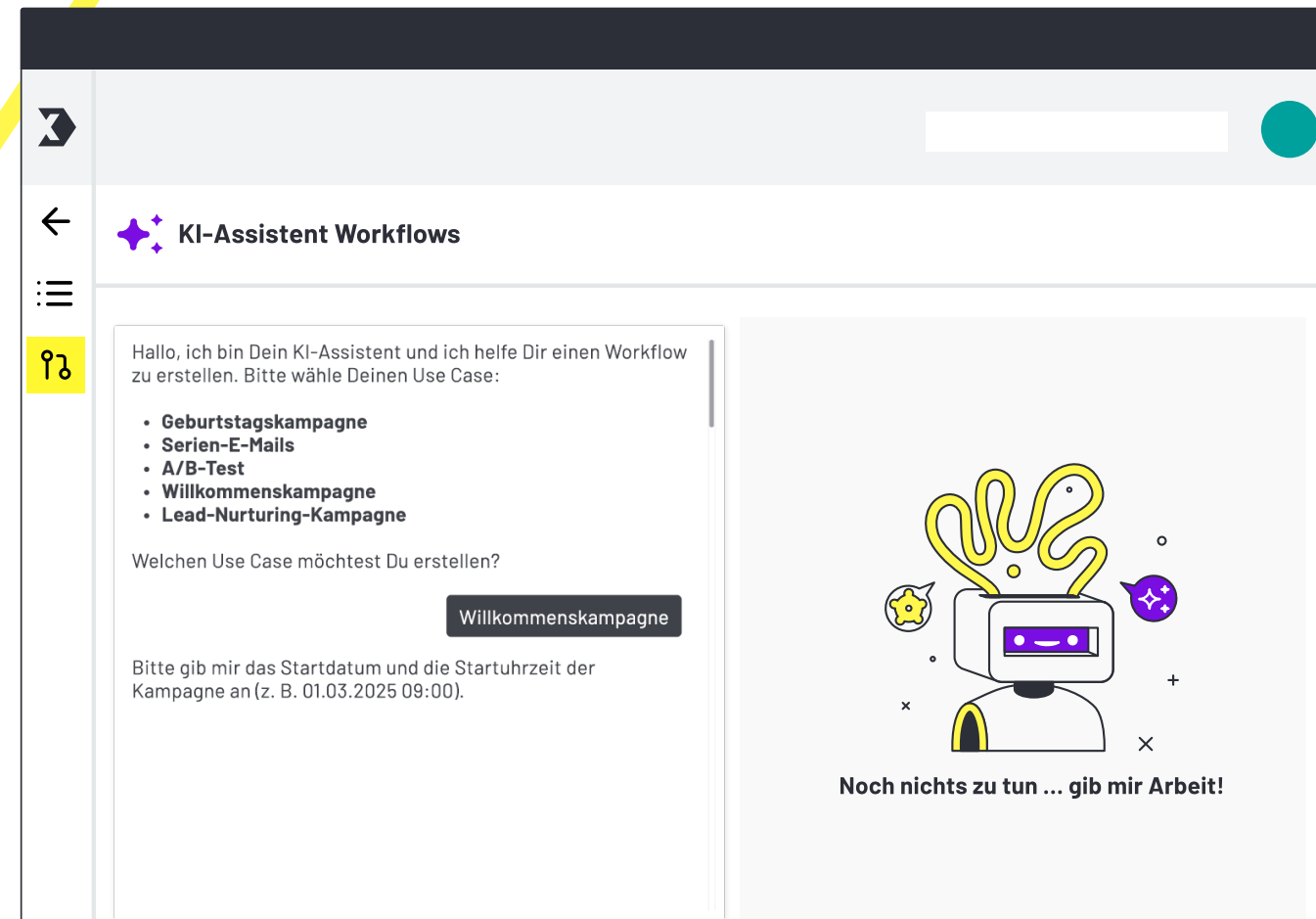
Treffende Betreffzeilen mit dem Inxmail KI-Assistenten



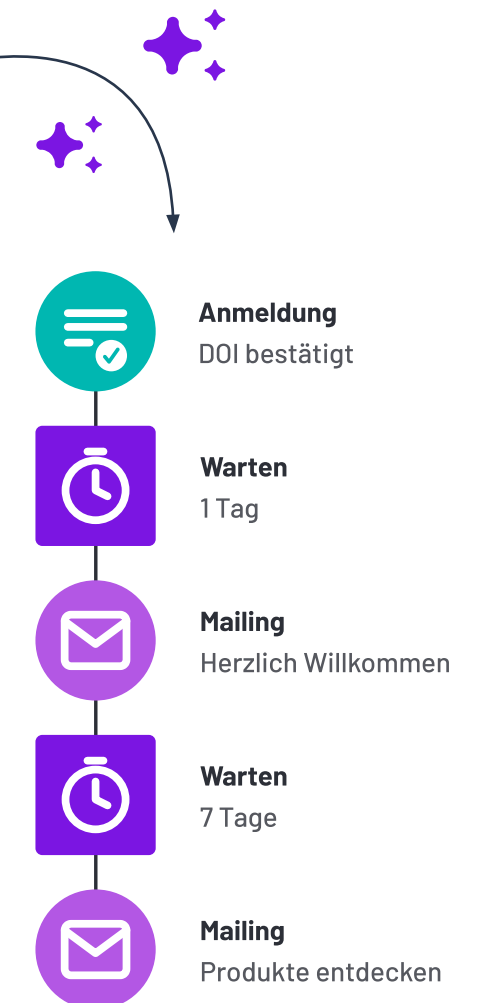
Automatisierung beginnt mit einem Gespräch

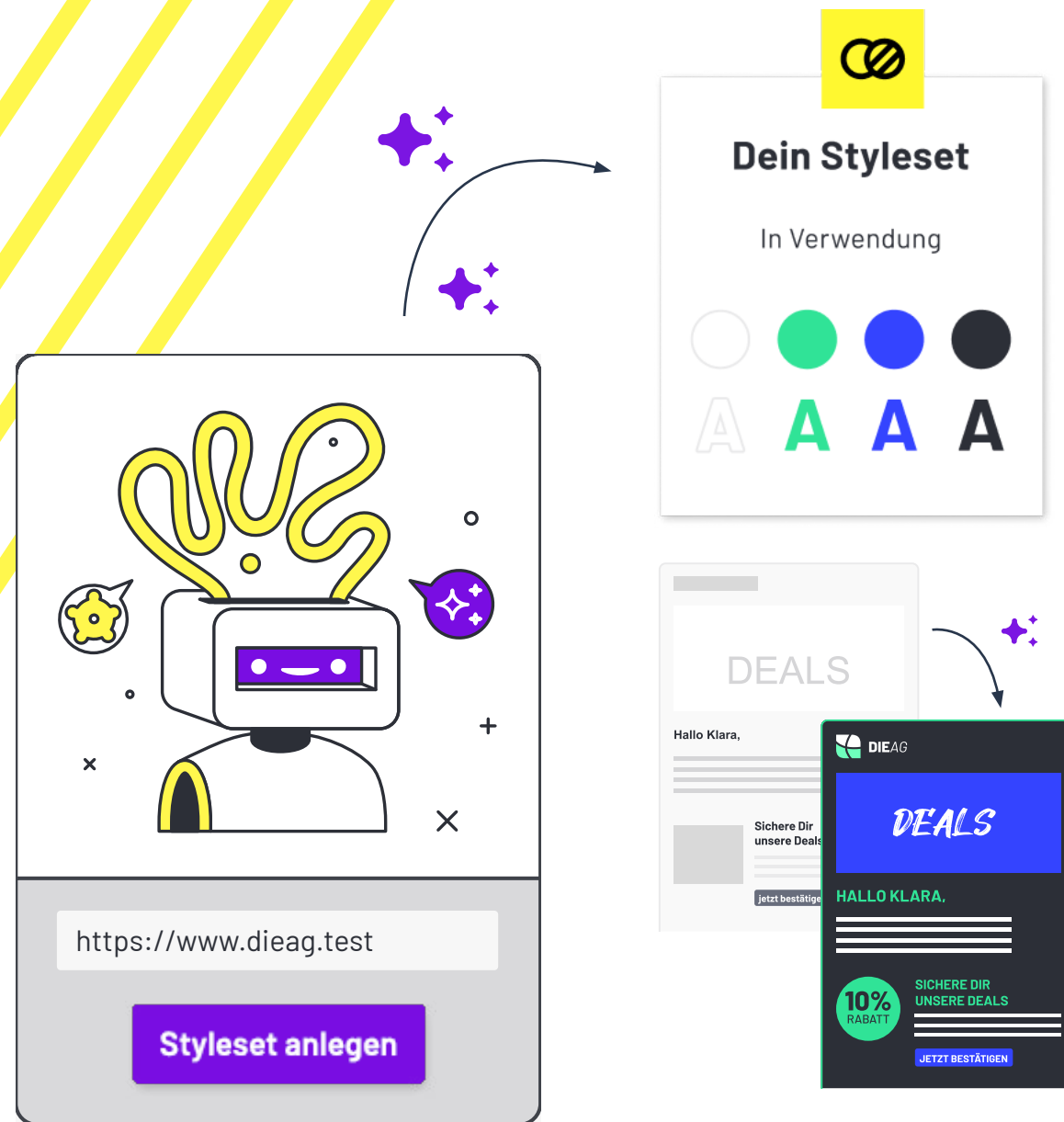
Stell Dir vor, Du **sprichst mit der KI** wie mit einem Kollegen und baust im Dialog **ganze Kampagnenstrecken** auf. Du beschreibst Deine Idee und der KI-Assistent setzt während Eures Dialogs die Mailing-Strecke direkt um, sucht das beste Layout und den optimalen Versandzeitpunkt heraus. Das **spart Zeit** und ermöglicht **echte Personalisierung** auf Basis von Trigger- und Daten-Logiken entsprechend Deiner Vorstellungen.

Der KI-Assistent versteht Deine Logik und verwandelt Deine Beschreibung in einen funktionierenden Kampagnenablauf. So machst Du aus Ideen in Sekunden echte Customer Journeys.



Inxmail KI-Assistent für Workflows





Der Inxmail Styleset-Editor

Administrative Prozesse werden durch KI abgelöst

Künstliche Intelligenz hält Einzug in immer mehr Bereiche des Marketings – mit dem Ziel, Prozesse zu vereinfachen und Zeit zu sparen.

Statt Farben und Schriften manuell in einer Mailing-Vorlage anzulegen, lassen sich CD-konforme Elemente mit **KI automatisch** von der Corpo-

rate Website extrahieren und übernehmen. So entstehen **Stylesets**, die **Markenauftritt und Corporate Design** ohne zusätzlichen Aufwand in den Newsletter übertragen.

Kreative Prozesse und Markenrichtlinien bleiben so beim Marketer.

→ **Produktivität bekommt ein Update**

83% der Marketer, die bereits mit KI arbeiten, berichten über eine höhere Produktivität.*

Das ist mehr als ein Effizienzgewinn – es ist ein Paradigmenwechsel. Weil Routineaufgaben automatisiert werden, lassen sich Kampagnen als ganzheitliche Erlebnisse planen und umsetzen.

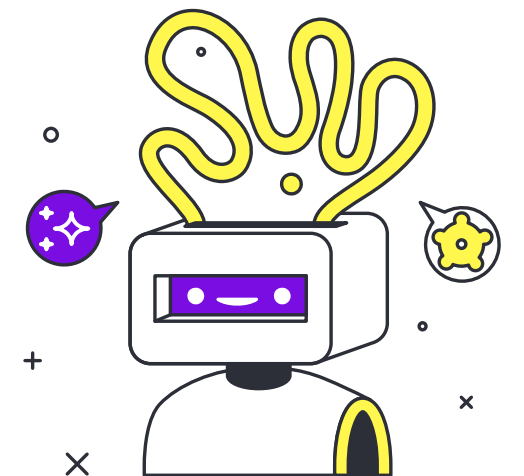
*Quelle: CoSchedule

**„AI Tools werden zu Kollegen,
die mitdenken, selbst handeln und
Marketingteams leistungsfähiger
machen.“**



DR. PHILIPP SORG

*Director of Products,
Inxmail*



Expérience



Relevanz fühlt sich plötzlich anders an

Die E-Mail entwickelt sich vom Informationsmedium zur Erlebnisbühne: Sie wird **klickstark**, nahtlos in den **Customer Lifecycle** eingebunden und schafft eine **User Experience**, die sich einzigartig anfühlt. Die Verknüpfung von Datenquellen ermöglicht, dass in Sekunden automatisch personalisierte Inhalte entstehen. **So wird aus jeder E-Mail ein persönliches Erlebnis.**

EXKLUSIV FÜR

MARA
TOM
HANNAH
MIA
ANTON

....

Mehr Conversions durch Bildpersonalisierung mit dem Inxmail DynaPictures-Add-on



Der Posteingang wird zum Erlebnisraum

Wie wäre es, wenn **interaktive und dynamische Inhalte direkt im Mailing geklickt** werden können? Ähnlich, wie auf einer Website und ganz **ohne Bruch im Nutzererlebnis**.

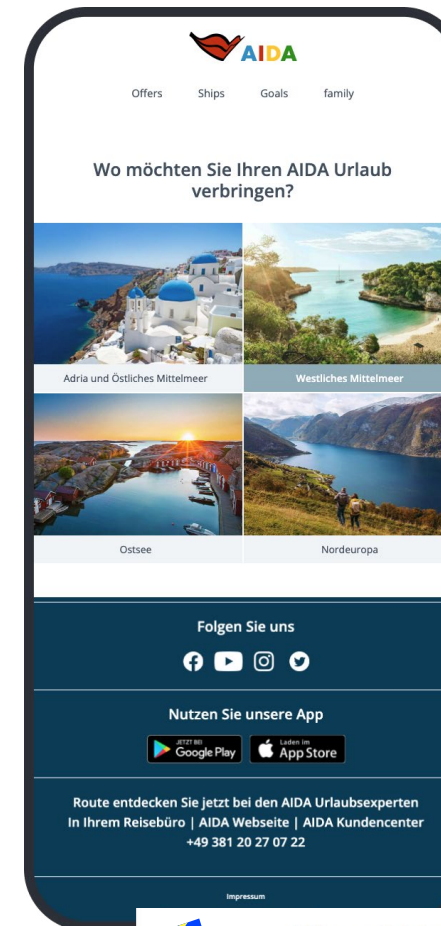
Aktionen, die dadurch direkt im Mailing möglich sind:

- ▶ Produkte filtern, konfigurieren, in den Warenkorb legen
- ▶ Feedback geben oder Umfragen beantworten
- ▶ Events buchen, Termine bestätigen, Services bewerten

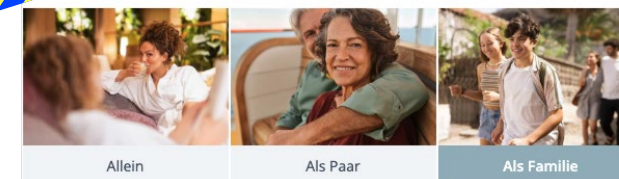
77% der Konsument:innen geben an, dass sie sich eher mit interaktiven Inhalten beschäftigen.*

Interaktive Inhalte verlängern die Verweildauer im Posteingang – und damit die Aufmerksamkeitsspanne.

Eine Mail, die mehr kann als nur gelesen werden: mit wenigen Klicks zum Erlebnis



Wie möchten Sie reisen?



Quelle: mailix

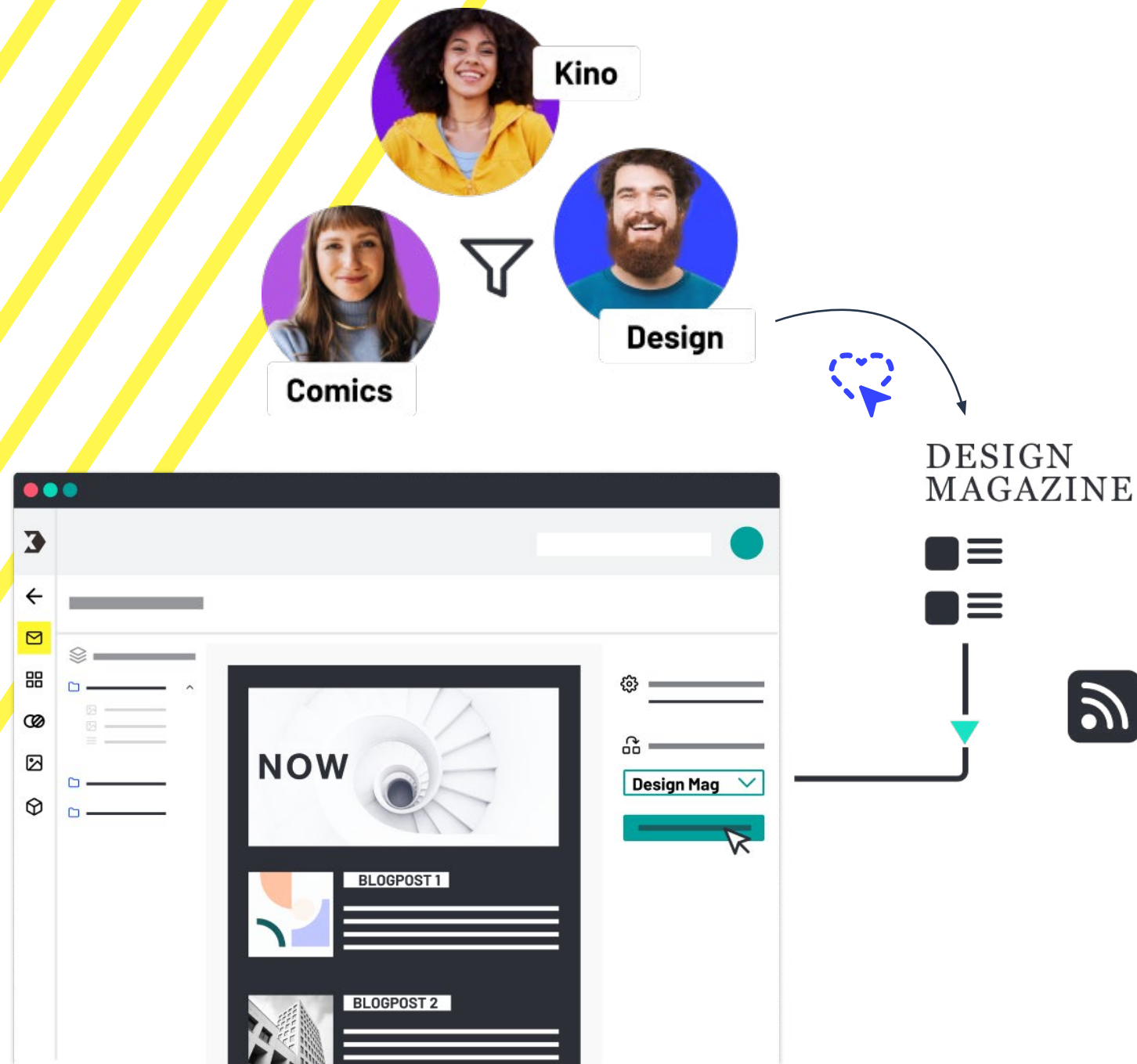
Von der Zielgruppe zur Zielperson

E-Mail-Marketing wird persönlicher, weil Systeme besser zusammenarbeiten. Die Herausforderung bleibt, Zielpersonen zur richtigen Zeit mit relevanten Inhalten über den passenden Kanal zu erreichen.

bigen externen Datenquellen lassen sich **automatisiert und ohne technisches Vorwissen** in Mailings einbinden. So entstehen Customer Journeys, **die zur richtigen Zeit im Customer Lifecycle** aktiv werden.

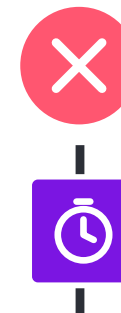
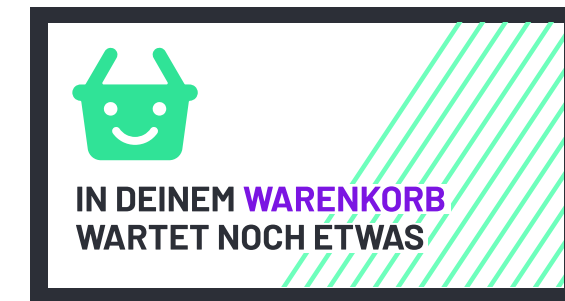
Genau hier kommen dynamische Inhalte ins Spiel: Daten aus belie-

Das sorgt für echte Dynamik in der Beziehung.



Inxmail Dynamic Content Add-on: Jede E-Mail wird zum Unikat

Warenkorb abgeschlossen?



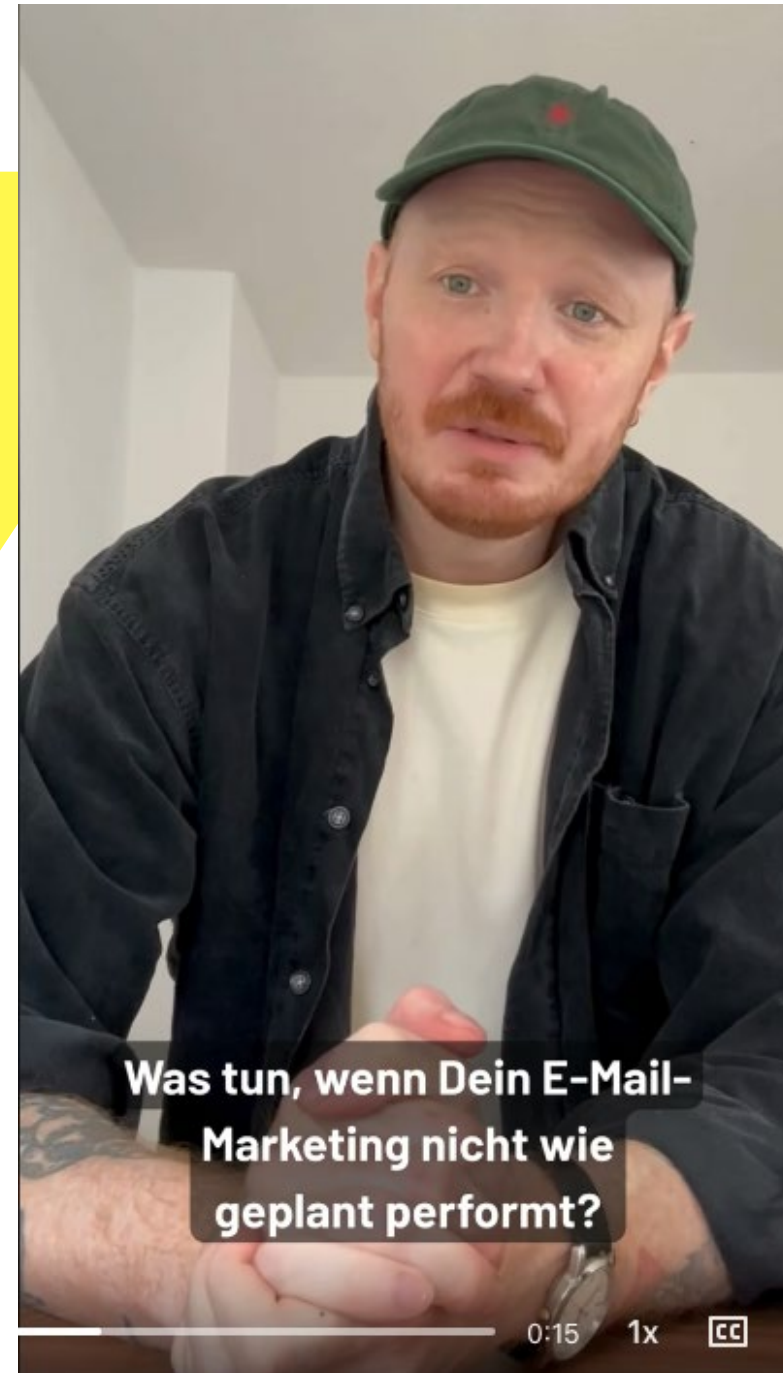
Workflow für Warenkorbabbrecher-Mail

„Gutes, klares Design entscheidet, ob Inhalte verstanden und wahrgenommen werden.“



LUCIUS NAGEL

Lead Product Design,
Inxmail



➔ **Zum Video
Interview
mit Lucius**



Perfo ce man



E-Mail als wichtigster Owned-Touchpoint

KI-getriebene Zero-Click-Searches führen für viele Marken zu einem deutlichen Verlust an Sichtbarkeit im Web. Die E-Mail schließt diese Lücke: Als unsichtbare Infrastruktur der digitalen Welt verbindet sie Menschen und Marken entlang des gesamten Customer Lifecycle.

KI verändert das Suchverhalten



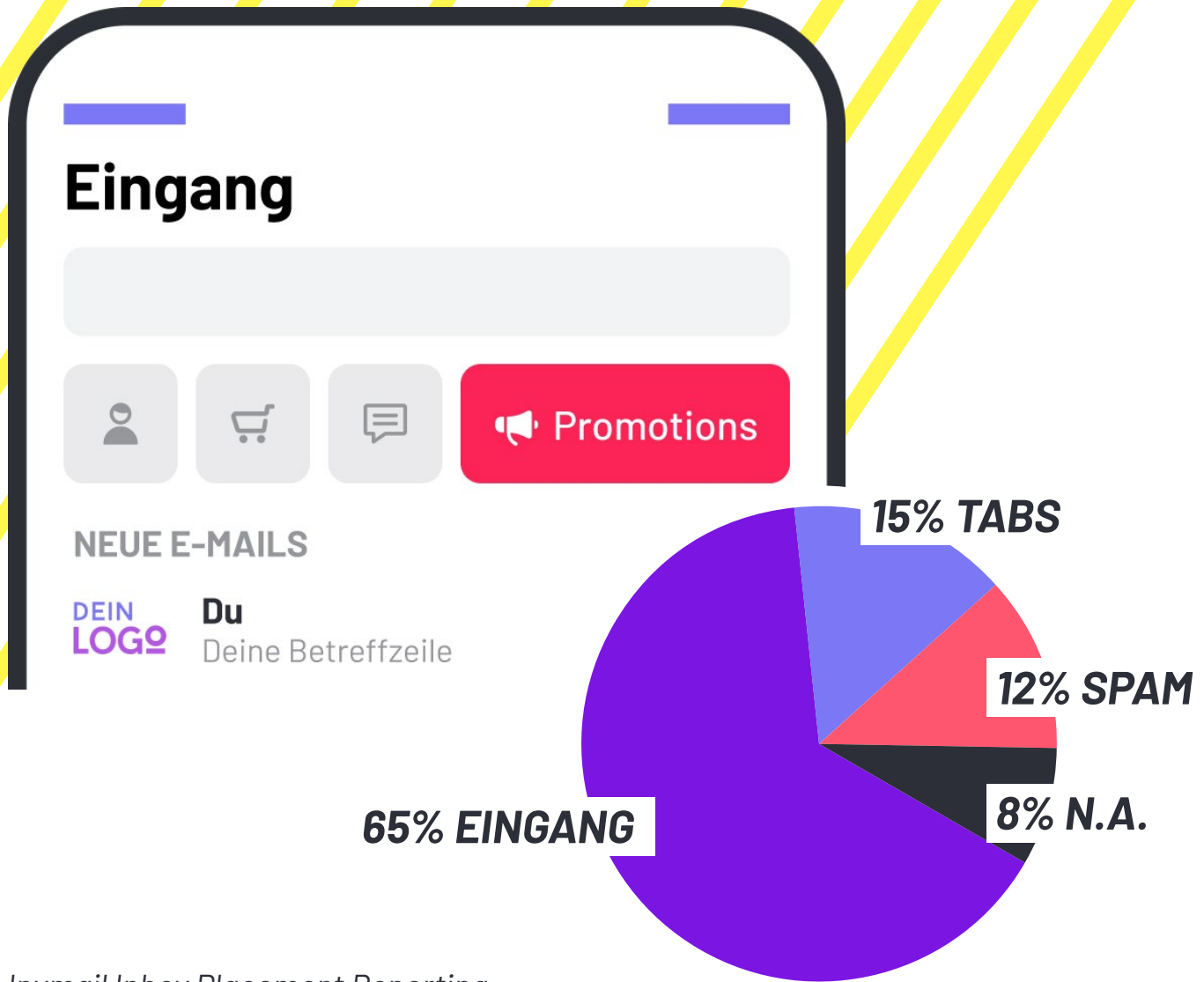
→ **60% der Suchanfragen enden, ohne dass Nutzer:innen zu einer anderen Zielwebsite übergehen.***

*Quelle: Bain-Dynata Generative AI Consumer Survey

Die stille Stärke des Direktkanals

Marketer sollten sich bewusst sein, dass die **E-Mail im aktuellen Marktumfeld einer der direktesten Zugänge zu ihrer Zielgruppe** ist. Sie erreicht Empfänger:innen unabhängig von Suchmaschinenlogiken und Algorithmen.

Voraussetzung dafür ist eine hohe Zustellrate: **Nur wer Authentifizierung, Datenschutz und technische Standards ernst nimmt, bleibt sichtbar.**



→ **Zustellbarkeit ist das neue SEO**

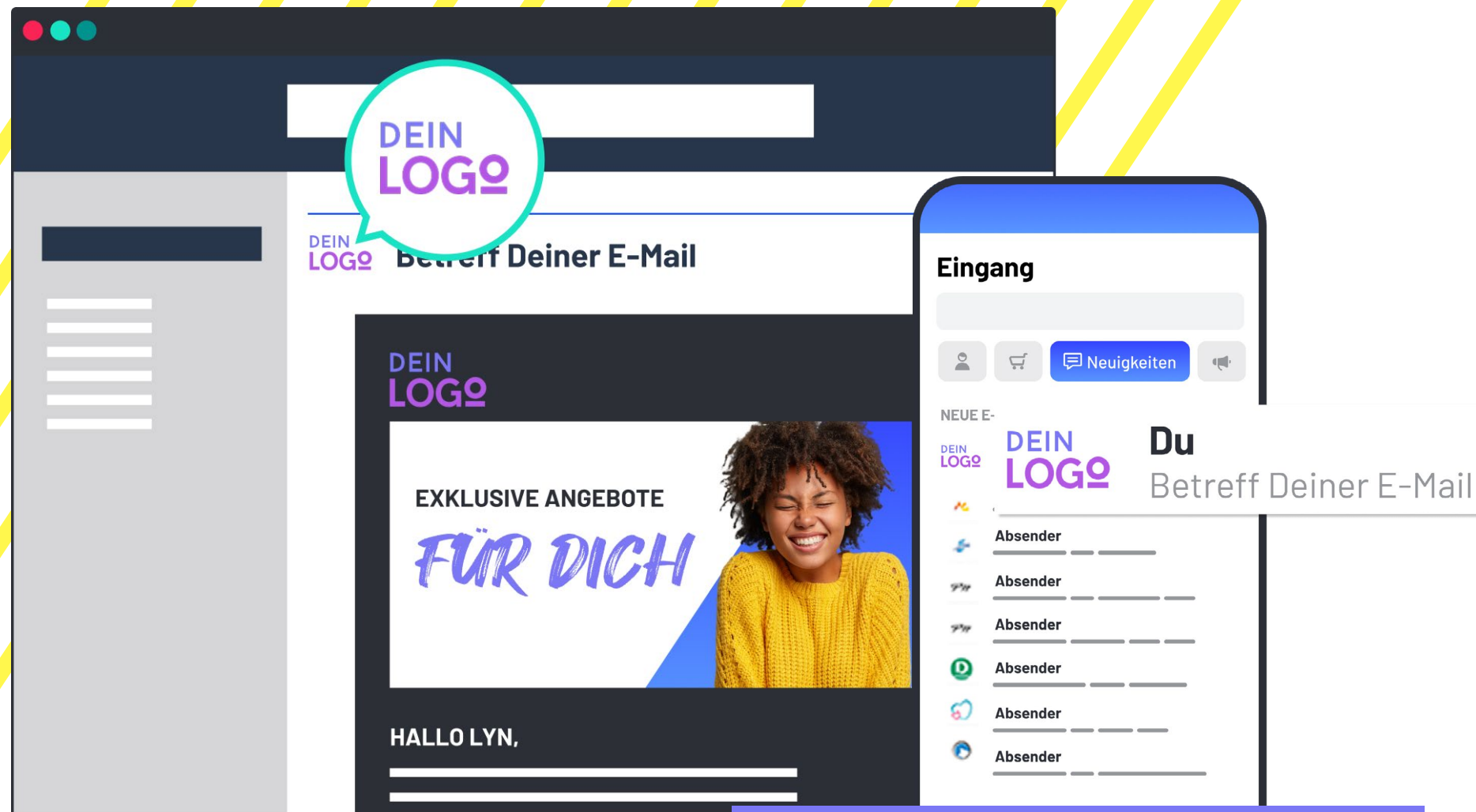
Das Inbox Placement Reporting zeigt, wo und wie Mails tatsächlich zugestellt werden – **also ob sie im Posteingang, im Promotion-Tab oder im Spam landen.** Diese Daten machen Zustellbarkeit immer nachvollziehbarer.

Inxmail Inbox Placement Reporting:
Eine neue Perspektive auf die Kampagnenanalyse

Vertrauen ist das neue KPI

Die E-Mail steht für Nachvollziehbarkeit und Sicherheit: Jede Nachricht ist protokollierbar und schafft so messbare Glaubwürdigkeit. Entscheidend ist, dass das **Vertrauen noch vor dem eigentlichen Lesen** einer Nachricht aufgebaut werden muss. Sichtbares Vertrauen hilft, Identität zu schaffen und **Marken authentisch erkennbar zu machen.**

BIMI (Brand Indicators for Message Identification) macht Marken durch ihr Logo im Posteingang direkt sichtbar – **bevor Empfänger:innen die E-Mail öffnen.** Durch das Aussenden dieses Vertrauenssignals steigern Marketer nachweislich ihre Öffnungsraten.



**„Sichtbarkeit schafft Vertrauen.
Vertrauen verbessert Zustellbarkeit.
BIMI macht beides.“**

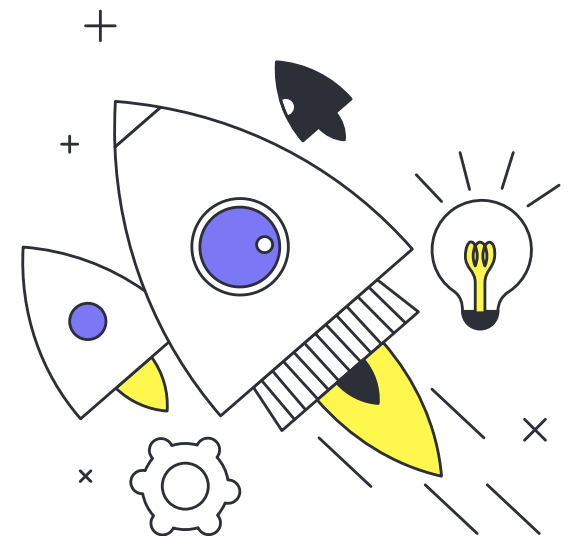
Luis Federico Reimers
Corporate Account Manager, DigiCert

„Relevanz entsteht, wenn sich Storytelling, Trigger und Daten verbinden. So führt die E-Mail zu messbaren Handlungen.“



PETRA MAELZER

*Director Commercial Strategy und
Mitglied der Geschäftsleitung,
Inxmail*



Fazit

Kein
Customer
Lifecycle
ohne E-Mail

Die E-Mail gehört niemandem. Sie ist unabhängig, nachvollziehbar und rechtlich verwertbar. Genau das macht sie zu einem der **vertrauenswürdigsten Kanäle im digitalen Raum.**

Was Du aus dem Whitepaper mitnehmen solltest:

- ▶ Die E-Mail führt Menschen und Marken durch den gesamten **Customer Lifecycle** – von DOI bis Hyperpersonalisierung.
- ▶ KI und Automatisierung eröffnen **neue Möglichkeiten** für strategische Journeys, kreative Inhalte und datenbasiertes Storytelling.
- ▶ Trotz aller Technologie bleibt die E-Mail der Kanal, über den **Nähe und Vertrauen** entsteht.

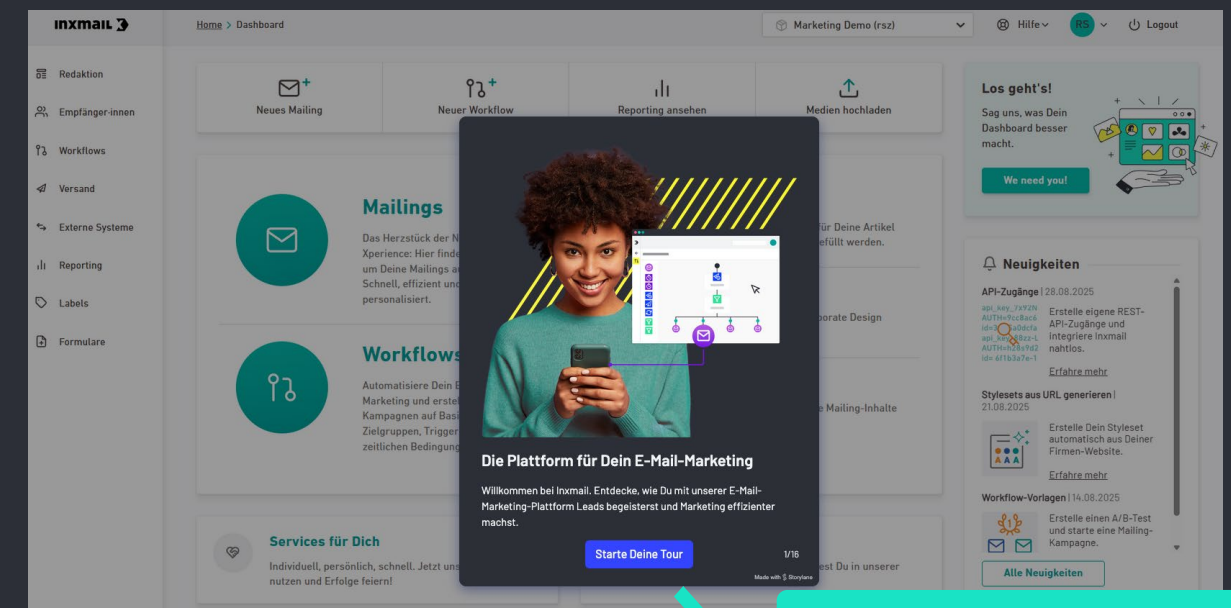
Am Ende zählt die Beziehung.



E-MAIL-MARKETING-TRENDS 2026

Inxmail Plattform Tour

**Erlebe in 90 Sekunden,
wie einfach professionelles
E-Mail-Marketing sein kann:**



Starte Deine Tour