

# Presse

26. April 2012

## Pressemitteilung

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo  
Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

Kerstin Männer  
Tel. +49 221 16 99 59 30  
kerstin.maenner@messefrankfurt.com  
www.email-expo.de  
www.search-expo.de  
www.ux-expo.de  
www.messefrankfurt.com  
SB\_Email-Expo\_2012.docx

## Email-Expo weiter auf Erfolgskurs

### Rund 1.400 Teilnehmer zum Branchenevent Nummer eins

Mehr Aussteller, mehr Besucher, mehr Raum und Zeit für Kommunikation: Das ist die positive Bilanz der dritten Email-Expo, die in diesem Jahr einmal mehr ihre Bedeutung als spezialisierte Leitveranstaltung für professionelles E-Mail-Marketing bestätigt hat. Insgesamt 1.384 Teilnehmer kamen am 24. und 25. April ins Portalhaus der Messe Frankfurt. Das ist ein satter Zuwachs von rund 33 Prozent.

„Das konzentrierte Format der Email-Expo ist einzigartig. Die erneut sehr positive Resonanz der Branche zeigt, dass wir mit unserem jetzt zweitägigen Konzept sowie den vielen Neuerungen richtig liegen und die Bekanntheit der Veranstaltung weiter ausbauen“, sagt Klaus Reinke, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Auch auf Ausstellerseite legte der führende Branchentreff für professionelles E-Mail-Marketing von 36 auf 47 Unternehmen zu. Damit waren nahezu alle Top-Anbieter der Branche vor Ort. Rolf Anweiler, Vice President Marketing eCircle, ist Aussteller der ersten Stunde und zeigte sich auch 2012 zufrieden: „Die Email-Expo ist das europaweit einzige ‚Klassentreffen‘ der E-Mail-Branche. Besucher erhalten hier in Frankfurt sämtliche Trends und Anbieter auf einen Blick. Das macht die Veranstaltung zu einem idealen Treffpunkt für alle, die konkret auf der Suche nach Lösungen sind und Investitionsentscheidungen zu treffen haben.“

Wie im Vorjahr ergänzten die Fachforen Search-Expo und UX-Expo das Wissensangebot der Email-Expo. Neben rund 40 Vorträgen und Diskussionsrunden fanden erstmalig auch Workshops sowie ein Live-Shootout statt. Dazu feierte die Community am Abend des ersten Messtages die Networking-Party „E-M@il-Night“. Dieses

Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main

Seite 2

### **Pressemitteilung**

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo

Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

Gesamtpaket brachte Ausstellern wie Besuchern einen perfekten Rahmen für mehr Business, Networking und Wissenserwerb. Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer Rabbit eMarketing, kommentierte: „Die Fachforen waren auch 2012 wieder sehr gut frequentiert. Die Besucher, die nach Frankfurt kommen, haben konkrete Ziele, sind investitionsbereit und wissen welche Lösungen sie suchen.“ Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer Absolit, fügte an: „Die hochprofessionelle Gestaltung am neuen Standort sowie das moderne und kommunikative Ambiente im Portalhaus hat überzeugt. Die Networking-Party ist eine ideale Plattform für die Branche, sich im entspannten Rahmen auszutauschen.“ Gelobt wurde auch die Veranstaltungsorganisation. So merkte Sebrus Berchtenbreiter, geschäftsführender Gesellschafter, Promio.net GmbH, an: „Der sehr spezielle Fokus der Email-Expo bietet einen angenehmen Rahmen für fachlich qualifizierten Austausch. Durch die aufmerksame Betreuung seitens des Veranstalters konnten wir uns auf das Wesentliche konzentrieren: wirkungsvolle E-Mail-Marketing-Strategien für unsere Kunden und Interessenten.“

### **Perfekter Rahmen für neue Aussteller**

Dieser Meinung waren auch Unternehmen, die erstmals in Frankfurt ausstellten. Sie begrüßten die hohe Qualität der Besucher und das scharfe Profil der Email-Expo. „Bisher lagen unsere Schwerpunkte auf den USA sowie Asien, Lateinamerika und Großbritannien. Seit Anfang 2012 sind wir im deutschsprachigen Raum aktiv mit einem Büro in München. Die Email-Expo ist die perfekte Plattform für uns, Präsenz im Rahmen des Wettbewerbes zu zeigen. In Frankfurt haben wir viele interessante Gespräche geführt, darunter mit spannenden kleinen, mittleren aber auch global aufgestellten Unternehmen, die aktuell in E-Mailing investieren wollen“, sagte Thomas Koenen, Sales Director D/A/CH bei Exact Target, im Anschluss an die Messe. Als neuer Aussteller präsentierte sich auch XQueue. Frank Strzyzewski, Geschäftsführer des Unternehmens resümiert: „Wir haben zum ersten Mal auf der Email-Expo ausgestellt und sind zufrieden. Wir kommen wieder.“

Seite 3

### **Pressemitteilung**

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo

Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

### **Highlights der Fachforen 2012**

Neben den sehr gut besuchten Vorträgen überzeugten die Fachforen mit neuen Specials. So führte der E-Mail-Live-Shootout mit Dr. Torsten Schwarz Stärken wie Schwächen von modernem E-Mailing auf und zeigte deutlich: Die Zeiten, in denen sich Anwender mit Technik auseinander setzen müssen, sind vorbei. Vielmehr werden E-Mail-Systeme zunehmend zuverlässiger und benutzerfreundlicher. Sehr gut kamen die neuen 90-minütigen Workshops an, in denen intensiv auf die Themen E-Mail-Marketing, Conversion im E-Commerce, Suchmaschinen-Marketing, Social Media im Online Marketing und Usability eingegangen wurde. Ein Highlight waren auch die MedienMittwoch-Podiumsdiskussion zum Wert von Usability mit Petra Jacob, Daniel Münster, Kim Sen-Gupta unter der Moderation von Frank Puscher sowie die Talkrunde Social Media. Hier diskutierten Ossi Urchs, Nikolaus von Graeve, Dr. Torsten Schwarz und Moderator Frank Puscher darüber, ob sich Social Media für Unternehmen überhaupt rechnet.

### **Debüt der IMC Frankfurt**

Zeitgleich zur Email-Expo, Search-Expo und UX-Expo ging 2012 erstmals die Internet Marketing Conference (IMC) in Frankfurt an den Start. Die IMC Frankfurt, die ebenfalls im Portalhaus stattfand, spricht ein Publikum an, das in erster Linie an hochkarätigem Expertenwissen, aber auch an konkreten Lösungen und Partnern interessiert ist. Letzteres boten gebündelt die Email-, Search- und UX-Expo. Sandra Finlay, IMC-Veranstalterin und Geschäftsführerin Rising Media, zog ein positives Resümee: „Wir waren zufrieden mit der Erstveranstaltung hier in Frankfurt. Die Synergien mit den parallel stattfindenden Expos haben gut funktioniert. Auffällig war die sehr hohe Qualität der Kongressteilnehmer, die den großen fachlichen Anspruch von Referenten und Vorträge auf der IMC Frankfurt gelobt haben.“

Seite 4

## **Pressemitteilung**

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo

Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

### **Trends und Themen**

Neue Ansätze, Lösungen und Trends: Email-Marketing ist derzeit in Bewegung. Jürgen Seitz, Geschäftsführer United Internet Dialog, erkennt drei richtungweisende Trends: „Erstens schreitet die Digitalisierung papiergebundener Post voran und es steigt der Bedarf an rechtsverbindlicher und vertrauenswürdiger E-Mail-Kommunikation. Dann bieten neue E-Mail-Formate wie beispielsweise Video-Mails oder Interaktive Mails erhebliches Optimierungspotenzial für Kundennewsletter. Last but not least hat die mobile E-Mail Nutzung signifikant zugenommen.“

Auf der Email-Expo 2012 zeigte sich dazu klar der Trend zu mehr ‚Lifecycle Marketing‘. So interessierten sich die Besucher verstärkt für Möglichkeiten, Kunden systematisch per E-Mail entlang des Kundenlebenszyklus zu begleiten – mit dem Ziel, sie optimal zu betreuen und gleichzeitig die Umsätze zu maximieren. Ulf Richter, Geschäftsführer Optivo: „Besonders das Thema Reaktivierung haben diverse Unternehmen für sich entdeckt und sind nun auf der Suche nach möglichst kreativen Lösungen, um inaktive Newsletter-Abonnenten wieder zur regelmäßigen Nutzung des Newsletters zu bewegen.“

Im Hinblick auf die gesamte Marketing-Kette war auch das steigende Interesse an den Nachbardisziplinen wahrnehmbar. So gewinnt beispielsweise die User Experience spürbar an Bedeutung. Petra Jacob, Inhaberin von U-Concept und UX Labor, berichtet: „Die Themen der Email-, Search- und UX-Expo ergänzen sich sehr gut. Ich habe viele Besucher begrüßt, die an Usability interessiert waren. Gerade Unternehmen, die in eine gewisse Größe hineinwachsen, sehen UX-Optimierung als Möglichkeit an, wettbewerbsfähig zu sein und planen, hier stärker aktiv zu werden.“

Für Gesprächsstoff sorgte auch die Notwendigkeit zu mehr Automatisierung und Individualisierung bei gleichzeitiger Erzeugung von mehr Relevanz, insbesondere im Bereich eCommerce. Jakob S.

Seite 5

### **Pressemitteilung**

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo

Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

Gomersall, General Manager von Redeye, sieht hier einen klaren Trend: „Wenn es um die Optimierung der Conversion geht, haben Massenaussendungen ausgedient. Die Zukunft von E-Mail-Marketing ist zu 100 Prozent personalisiert sowie thematisch und zeitlich relevant.“

Mittel- und langfristig sieht die Branche guten Aussichten entgegen. Immer mehr Marketing-Manager erkennen das Potenzial von hochwertigem E-Mailing und verlangen nach zukunftsweisenden Lösungen: „Die Besucher der Email-Expo sind professionell und anspruchsvoll. Das entspricht dem Trend der Branche: In der Wechselwirkung aus den hohen Ansprüchen der Anwender und den daraus folgenden Innovationen auf Anbieterseite entsteht eine gesunde Dynamik im Markt, die mehr und bessere Produkte hervorbringt“, erläutert XQueue-Geschäftsführer Frank Strzyzewski.

**Die nächste Email-Expo findet am 5. und 6. Februar 2013 statt.**

#### **Weitere Informationen unter:**

[www.email-expo.de](http://www.email-expo.de)

[www.search-expo.de](http://www.search-expo.de)

[www.ux-expo.de](http://www.ux-expo.de)

Weitere Informationen zur IMC Frankfurt unter:

[www.imcfrankfurt.de](http://www.imcfrankfurt.de).

#### **Blog Connected**

Das Blog „Connected“ bietet im Vorfeld der Email-Expo, Search-Expo und UX-Expo viele Themen, Tipps und Trends rund um Online-Marketing und digitale Geschäftsmodelle von Vordenkern und Experten der Branche.

**Blog lesen unter: [connected.messefrankfurt.com](http://connected.messefrankfurt.com)**

#### **Mit Twitter auf dem Laufenden bleiben**

Branchennews und Interessantes rund um die Email-Expo, Search-Expo und UX-Expo gibt es unter: <http://twitter.com/emexpo>.

Seite 6

### **Pressemitteilung**

Email-Expo, Search-Expo, UX-Expo

Frankfurt am Main, 24. und 25. April 2012

#### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Messe Frankfurt ist mit 448,3 Millionen Euro Umsatz und weltweit über 1.600 aktiven Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2010 organisierte die Messe Frankfurt 87 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)