

PRESSEMITTEILUNG

85 % mehr Umsatz durch KI im E-Mail-Marketing: ORION Versand steigert Performance mit Programmatic E-Mailing signifikant

Hyperpersonalisierte Newsletter liefern messbare Ergebnisse für Handel und E-Commerce

Rheinberg / München, 28. April 2026 – Der Einsatz von KI-gestütztem Programmatic E-Mailing hebt die Performance im E-Commerce auf ein neues Niveau: Der Händler ORION Versand erzielt durch hyperpersonalisierte Newsletter-Kampagnen eine Umsatzsteigerung von 85 Prozent sowie eine um 45 Prozent höhere Conversion Rate. Das zeigt ein aktuelles Whitepaper der SmartCom GmbH und AGNITAS AG.

Im Zentrum steht der Wandel vom klassischen Newsletter hin zu einer vollständig datengetriebenen 1:1-Kundenansprache. Statt statischer Inhalte erhalten Empfänger:innen individuell berechnete Produktempfehlungen, sogenannte Next Best Offers, die auf Basis von Kaufhistorie, Verhalten und automatisierten Prognosen in Echtzeit ausgespielt werden.

Relevanz als Umsatztreiber im Handel

Für Handelsunternehmen und E-Commerce-Anbieter wird die Relevanz von Kundenansprache zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Die Ergebnisse bei ORION Versand zeigen deutlich:

- 60 % der Klicks entfallen auf per Recommendation Engine ermittelte Produktempfehlungen
- +45 % Conversion durch personalisierte Inhalte
- +85 % Umsatzsteigerung im Vergleich zu klassischen Newslettern

„Die hyperpersonalisierten Produktempfehlungen ermöglichen eine deutlich relevantere Kundenansprache und stärken nachhaltig die Kundenbindung“, sagt Julia Moosdorf, E-Mail-Marketing-Managerin bei ORION Versand.

Effizienzgewinne durch Automatisierung

Neben den Performance-Effekten profitieren Unternehmen auch operativ: Manuelle Kampagnenprozesse werden reduziert, während sich Marketingmaßnahmen skalierbar und effizient steuern lassen. Die Recommendation Engine für Next Best Offers übernimmt nach dem Prinzip des Machine Learnings die datenbasierte Produktauswahl, während Marketingteams sich auf Strategie und Kreation konzentrieren.

Die technische Umsetzung erfolgt über die Integration von Recommendation-Technologie in bestehende Marketing-Systeme. Dadurch bleibt die Lösung anschlussfähig an bestehende MarTech-Infrastrukturen.

Wachstumspotenziale in internationalen Märkten

Besonders deutlich wird der Effekt in bislang weniger stark bearbeiteten Märkten: In Dänemark konnte ORION Versand seinen Umsatz durch automatisierte, personalisierte E-Mail-Kampagnen um bis zu 165 Prozent steigern. Ähnliche Entwicklungen zeigen sich in der Schweiz.

Programmatic E-Mailing als Zukunftsmodell

Das Whitepaper macht deutlich: Programmatic E-Mailing entwickelt sich zu einem zentralen Baustein moderner Omnichannel-Strategien im Handel. Neben klassischen Newslettern lassen sich auch Use Cases wie Warenkorbabbruch-Kampagnen, Merklisten-Nachfass oder Loyalty-Programme effizient automatisieren und personalisieren. Die Analyse zeigt vor allem: Die Kombination aus Daten, Recommendation Service und Automatisierung bietet erhebliches Potenzial zur Umsatzsteigerung – bei gleichzeitig sinkendem operativem Aufwand.

Über die Studie

Das Whitepaper basiert auf einem Praxisprojekt von SmartCom GmbH und AGNITAS AG in Zusammenarbeit mit ORION Versand und analysiert die Einführung sowie die Ergebnisse von Programmatic E-Mailing im laufenden Betrieb.

Über SmartCom GmbH

SmartCom ist ein Beratungs- und Prozessspezialist für datengetriebene 1:1-Kundenkommunikation im Omnichannel-Marketing. Das Unternehmen unterstützt B2B- und B2C-Kunden bei der Umsetzung hyperpersonalisierter Print- und E-Mail-Kampagnen – von KI-basiertem Cross- und Upselling über Warenkorbabbruch-Reaktivierung bis hin zur Neukundengewinnung.

Auf Basis vorhandener Kunden- und Transaktionsdaten entwickelt SmartCom automatisierte Prozesslösungen für individualisierte Direct Mails, Kataloge, Paketbeilagen und E-Mails. Ziel ist es, Marketingmaßnahmen effizienter zu gestalten, die Relevanz der Kundenansprache zu erhöhen und den Vertriebs Erfolg nachhaltig zu steigern – selbstverständlich unter Einhaltung geltender Datenschutzstandards.

Pressekontakt:

Christine Lauter-Erpenbeck, Marketing und Kommunikation

E-Mail: presse@smartcom.de