

## Bounce Rate

$$100 \times \frac{\text{Bounces (Hard + Soft oder nur Hard)}}{\text{Anzahl der versandten E - Mails}}$$

## Inbox Placement Rate

$$100 \times \frac{\text{Inbox Placement}}{\text{Anzahl der versandten E - Mails}}$$

## Öffnungsrate

$$100 \times \frac{\text{Anzahl der geöffneten E - Mails}}{\text{Anzahl der versandten E - Mails}}$$

## Klickrate

$$100 \times \frac{\text{Anzahl der geklickten E - Mails}}{\text{Anzahl der geöffneten E - Mails}}$$

## Clickthrough Rate

$$100 \times \frac{\text{Anzahl der geklickten E - Mails}}{\text{Anzahl der geöffneten E - Mails}}$$

## Verteiler-Wachstumsrate

$$100 \times \frac{\text{Neue Empfänger}}{\text{Anzahl aller Empfänger}}$$

## Unsubscribe Rate

$$100 \times \frac{\text{Unsubscribes}}{\text{Anzahl aller Empfänger}}$$

## Verteiler-Wachstumsrate

(inkl. Unsubscribes)

$$100 \times \frac{\text{Neue Empfänger} - \text{Unsubscribes}}{\text{Anzahl aller Empfänger}}$$

Was macht eine erfolgreiche Marketing-E-Mail aus? Lesen Sie es im  
Blogbeitrag



28 E-Mail-Tipps