DEX'22

ANALYSE EINER SYNTHESE

Publisher-Newsletter und Werbung

audienzz
premium. digital. advertising.

Ist E-Mail nicht total *oldschool* ?!

« **60%**

der Konsumenten ***bevorzugen eine Kontaktaufnahmen*** *der Brands* ***via Email****.»*

Adobe Email Usage Study

@

I ♥ SPAM

DER E-MAIL-BOOM

Google ⟶ Inbox

mailchimp ⟶ TinyLetter

BuzzFeed ⟶ 1 Mio. Subscribers

ERNEUTER HYPE

MORNING BREW ⟶ Sold

the HUSTLE ⟶ Sold

Twitter ⟶ E-Mail Platform

The New York Times ⟶ 1 Mia. Newletters

2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022

Google × ~~Inbox~~

slack ⟶ "Email is the cockroach of the internet."

Stewart Butterfield, CEO Slack

E-MAIL IST TOT

"Die E-Mail ist tot –

lang lebe die E-Mail"

The Economist

Bloomberg

POLITICO

The New York Times

Neue Zürcher Zeitung

FINANCIAL TIMES

THE TELEGRAPH

View in browser | nytimes.com

The New York Times

Morning Briefing

November 29, 2022

By Natasha Frost
Writer, Briefings

Good morning. Ukrainian military officials say Russia is planning more strikes on infrastructure.

Older residents were evacuated from Kherson, Ukraine, on

Im Browser lesen

the market NZZ

The Market Daily

von Christoph Gisiger, Redaktor, Los Angeles

Liebe Frau Chapero

«Nach der Bewertungskontraktion werden viele Aktien die vergangenen Höchstkurse lange nicht mehr erreichen.» Das ist die Überzeugung von Moritz Baumann und David Bussmann beim Zürcher Vermögensverwalters Albin Kistler.

Doch ebenso denken sie: **«Diejenigen mit den besten Chancen sind Unternehmen, die fähig sind, profitabel zu wachsen.»** Solche Wachstumswerte hätten die Möglichkeit, dank steigender Gewinne die Kursdelle auszubügeln:

Im Browser lesen

Bellevue NZZ

Postkarte

von Kerstin Netsch
Redaktionsleiterin

Chancen für Advertiser:

- ✓ Interesse gegeben durch **Opt-in** der Abonnenten.
- ✓ Hohe **Glaubwürdigkeit** *(wirkt wie eine persönliche Empfehlung)*.
- ✓ Themenrelevantes, vertrauenswürdiges **Umfeld**.
- ✓ Wachsende **Reichweite**.
- ✓ Hochwertige **Platzierungen**.
- ✓ Hohe **Aufmerksamkeit** durch aufgeräumtes Layout.
- ✓ **Branding** und **Performance**.

Also ist Werbung in E-Mail total simpel und ein *No-Brainer* ?!

Es gilt *Herausforderungen* zu überwinden!

AD

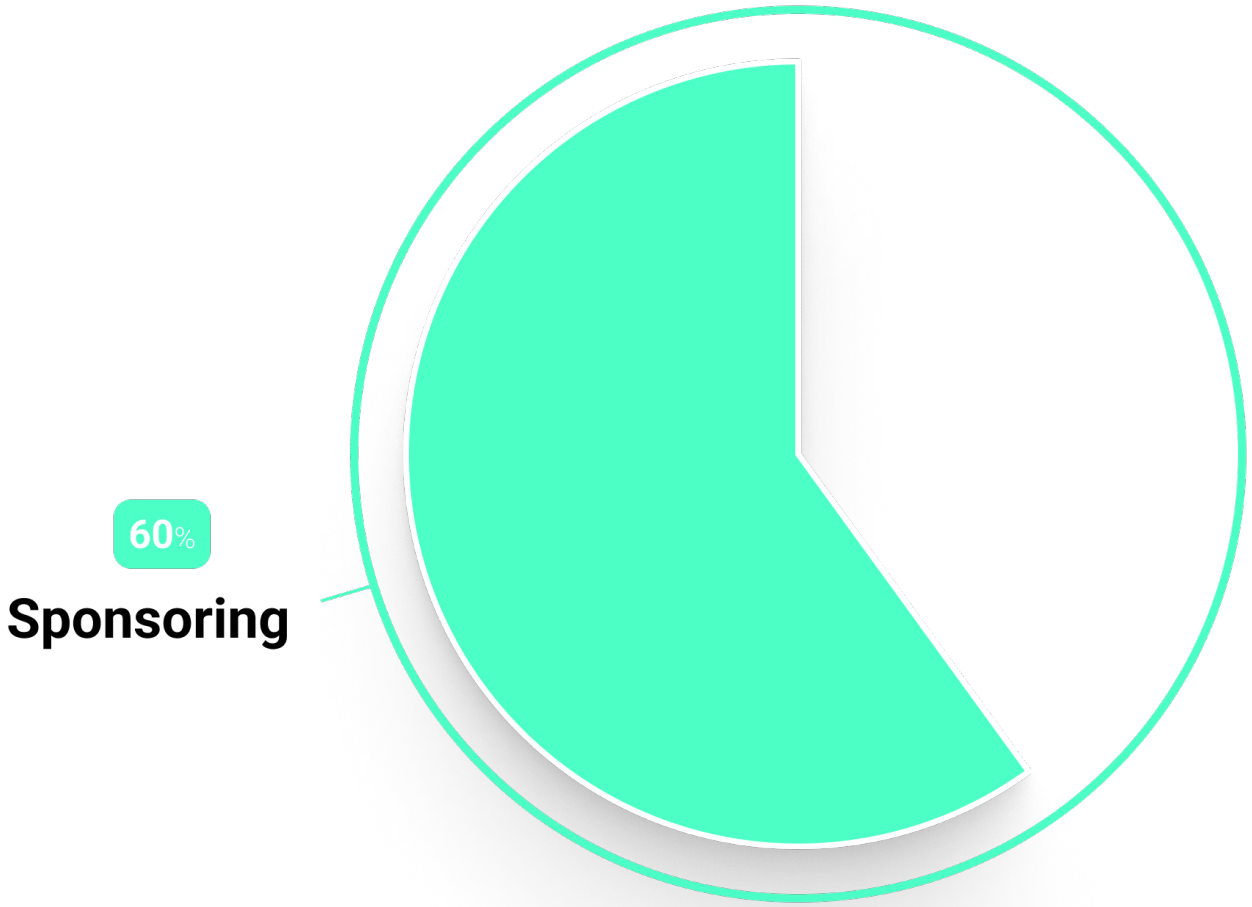
HEADER

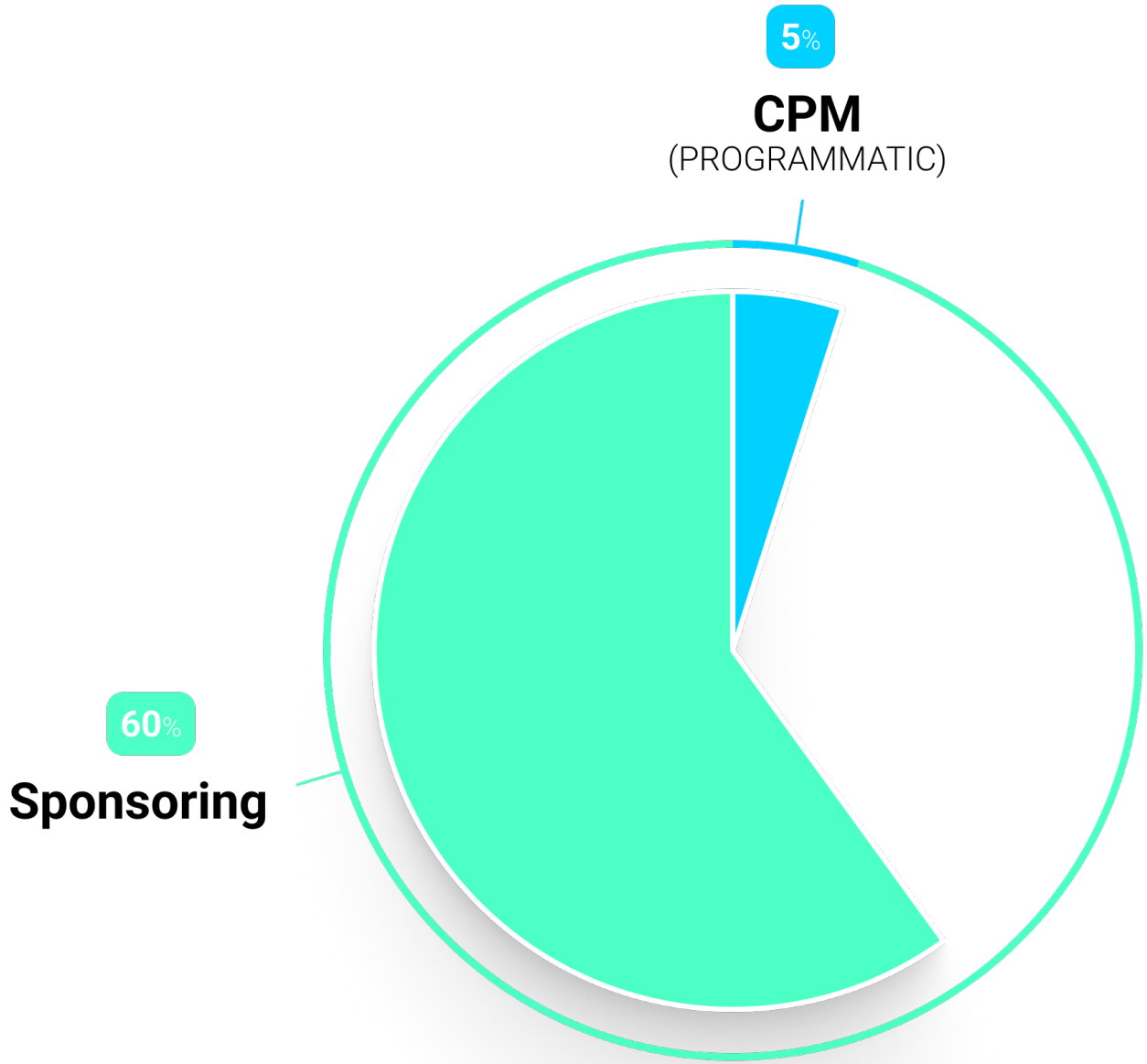
CONTENT

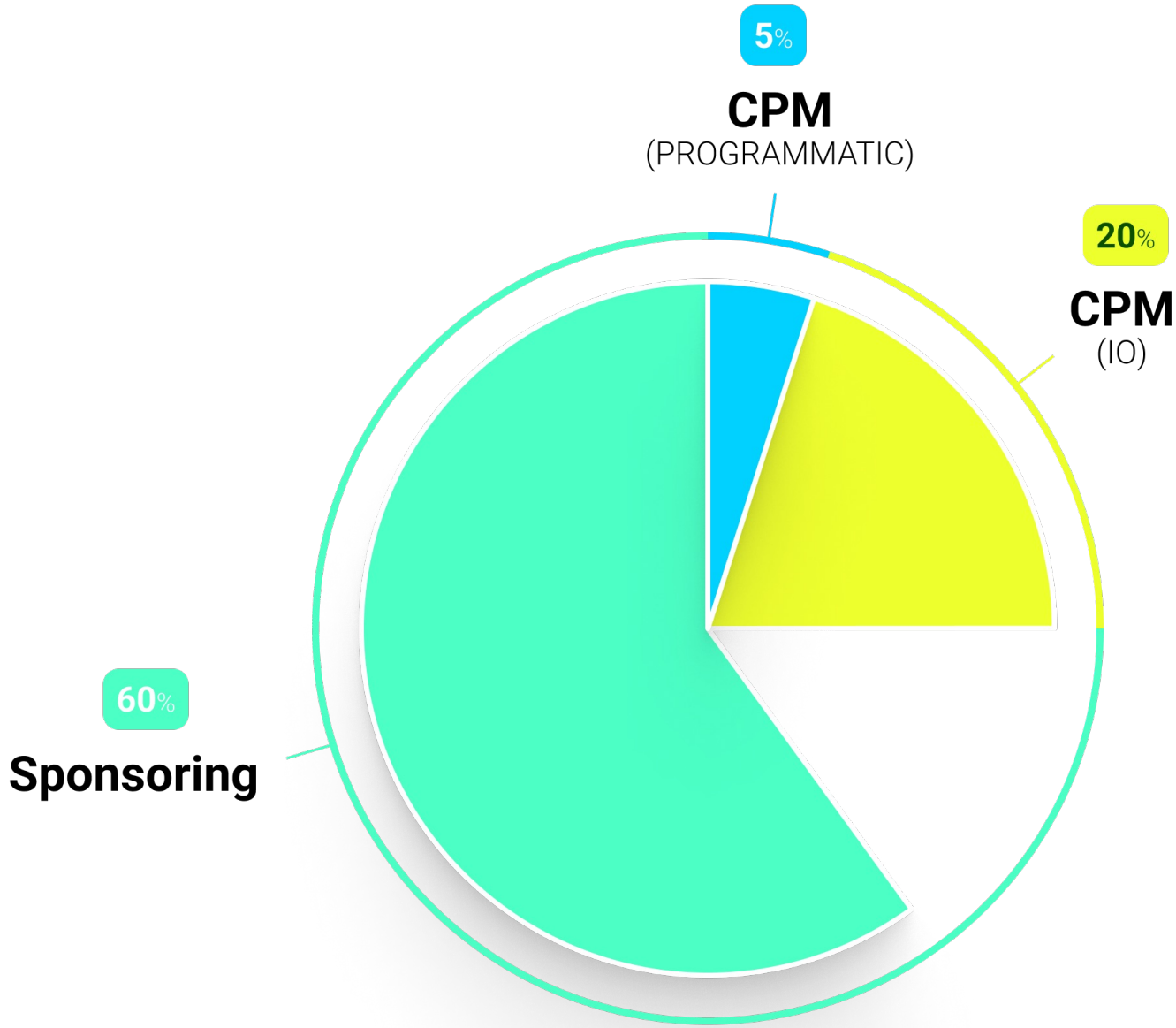
FEATURES & FUNCTIONALITY	WEB	E-MAIL
Sponsorship	+	+
Reporting	+	+
Bezahlmodelle (Fix / CPM / CPC)	+	×
Multiformat (Banner / Native)	+	×
Programmatic	+	×
Targeting	+	×
Privacy	+	×
Netzwerk	+	×

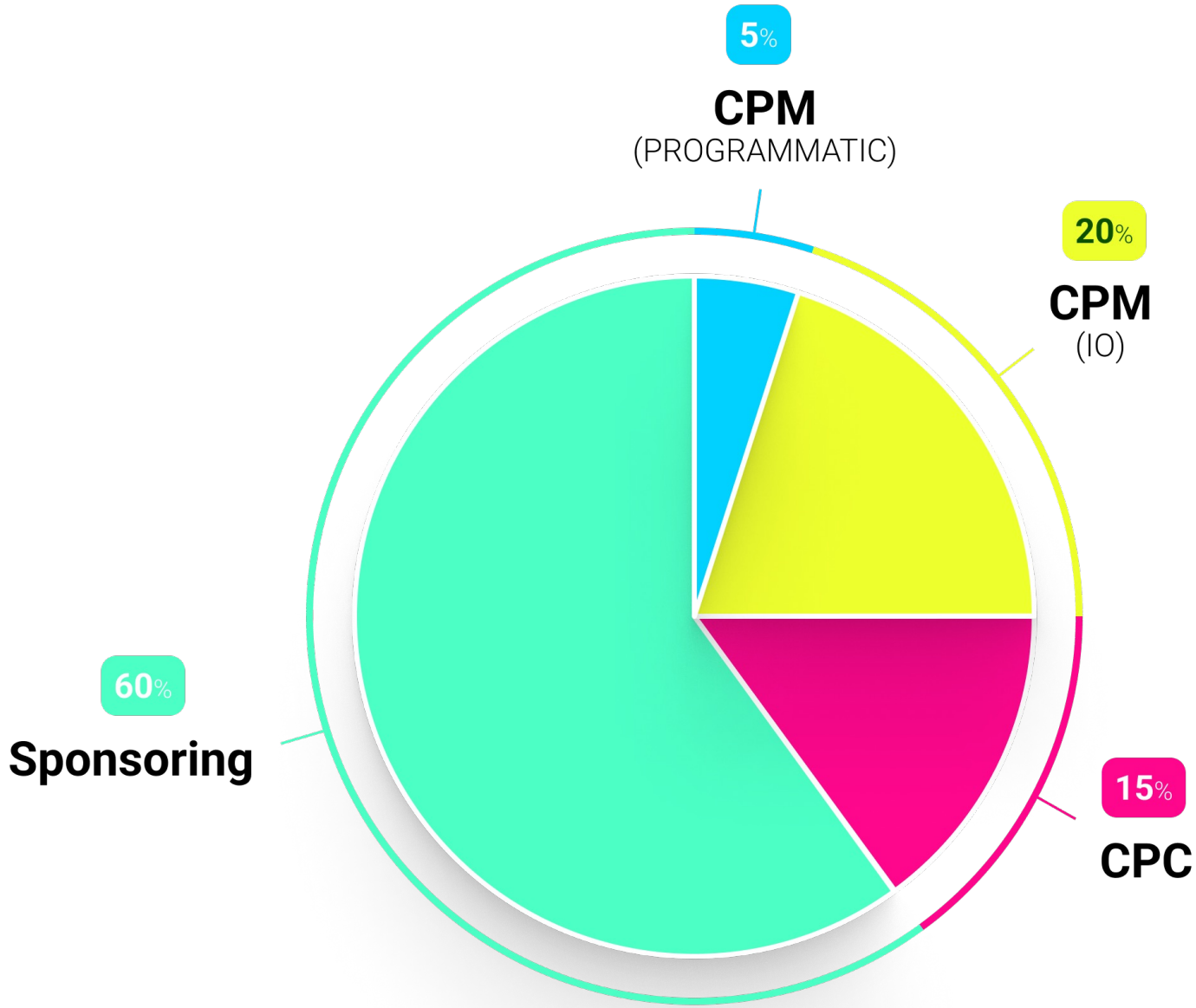
Apple Mail

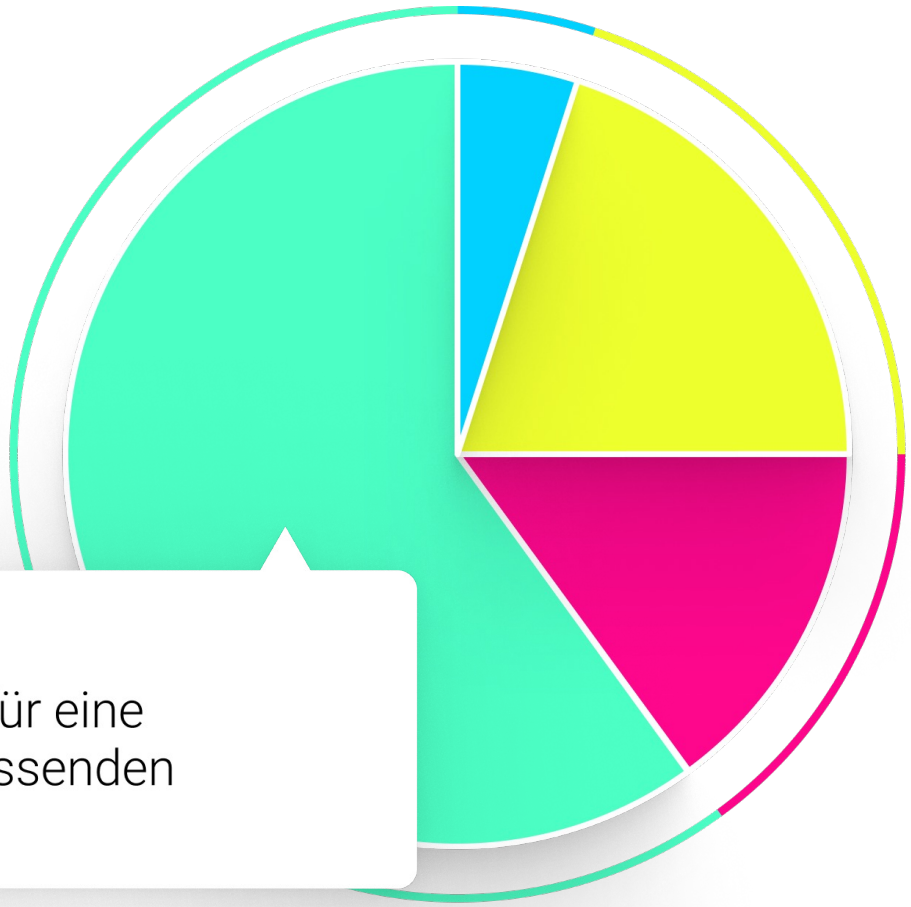
Privacy Protection


60%
Sponsoring


5%
CPM
(PROGRAMMATIC)
60%
Sponsoring

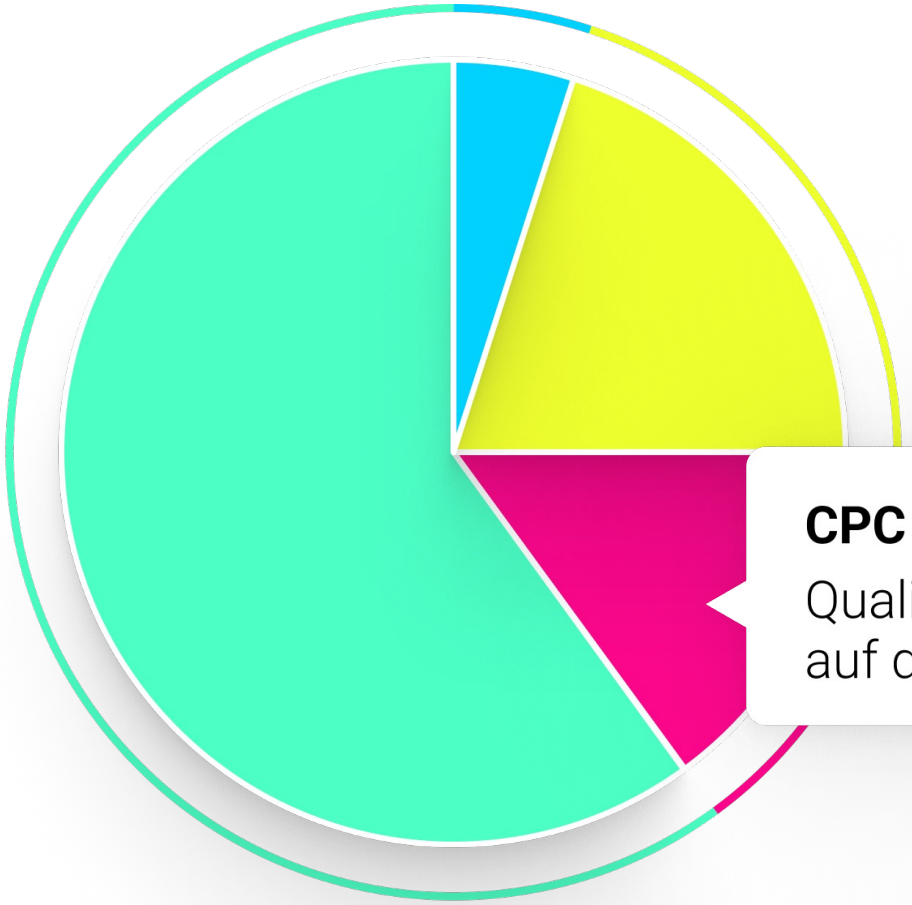

5%
CPM
(PROGRAMMATIC)
20%
CPM
(IO)
60%
Sponsoring


5%
CPM
(PROGRAMMATIC)
20%
CPM
(IO)
15%
CPC
60%
Sponsoring



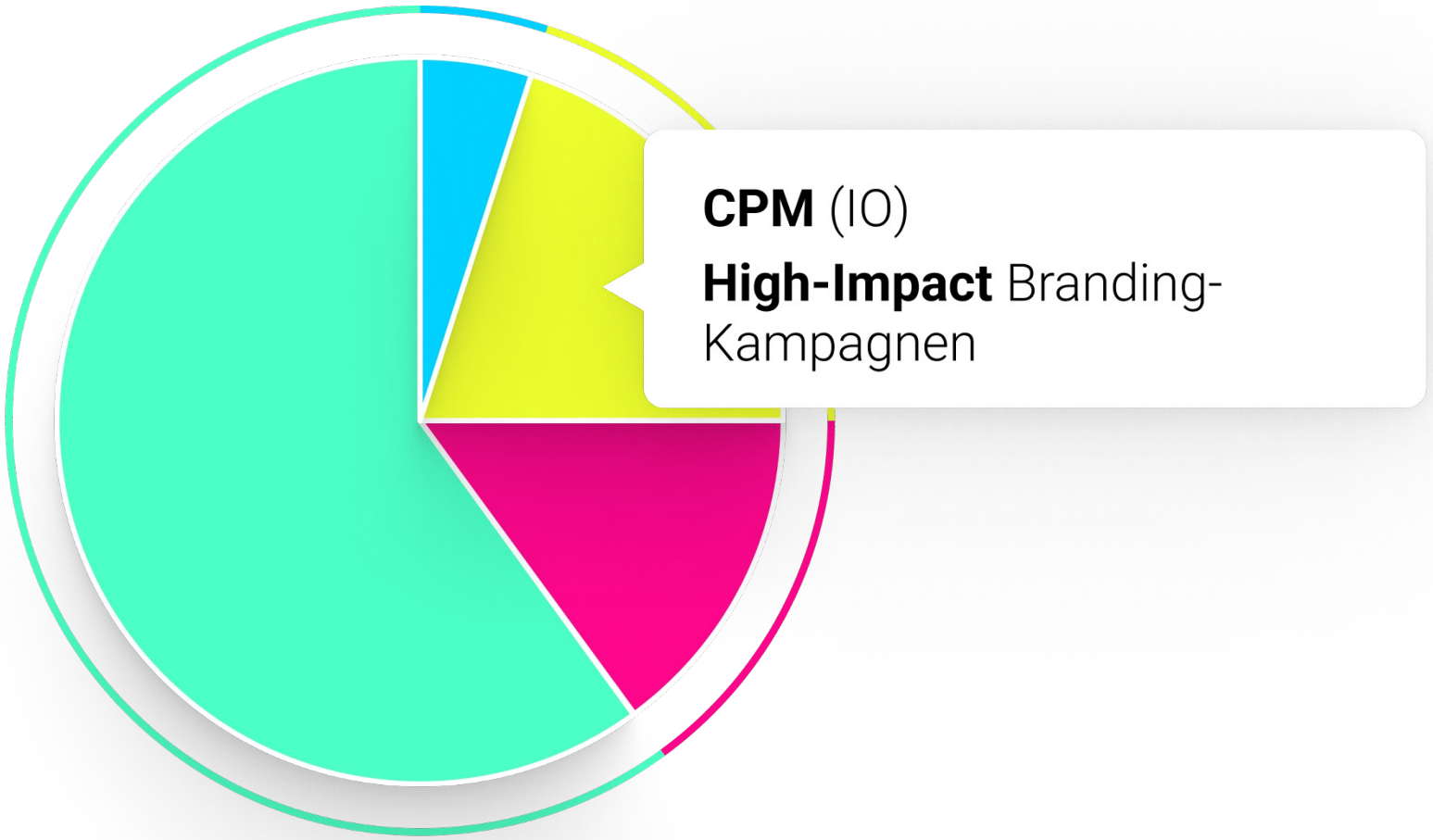
Sponsoring

100% Share of Voice für eine Werbebotschaft im passenden Umfeld



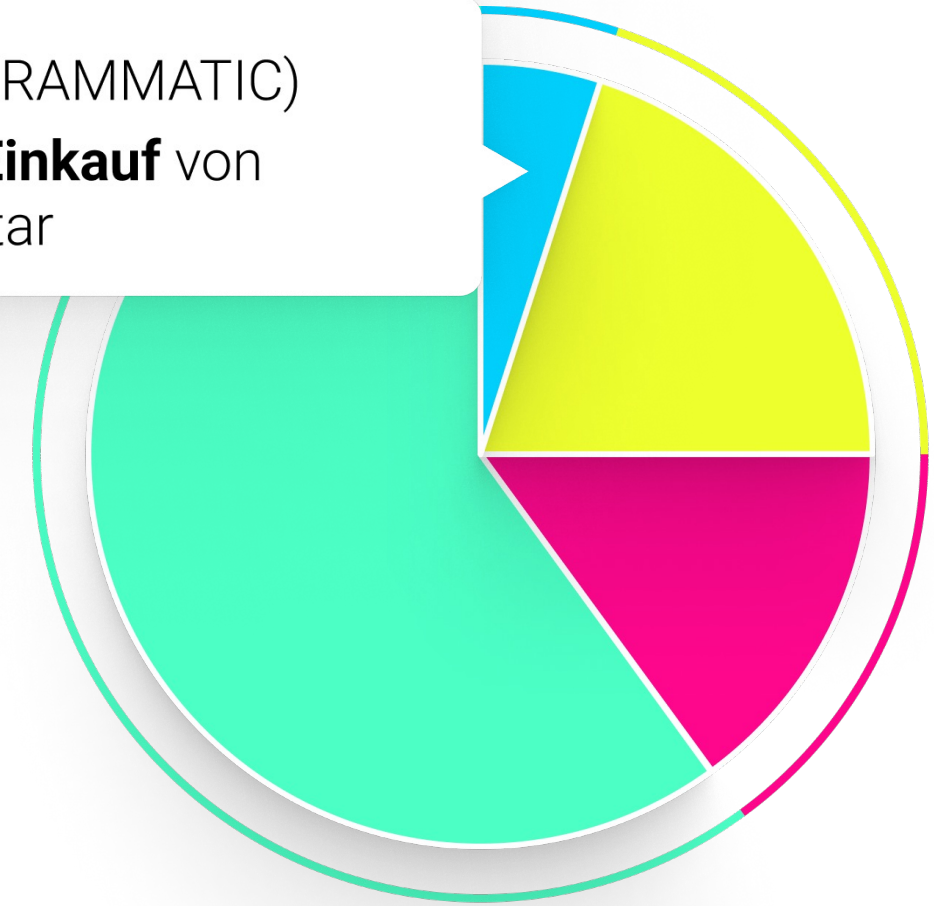
CPC

Qualitativ **hochwertiger Traffic** auf die Landingpage der Marke


CPM (IO)
High-Impact Branding-Kampagnen

CPM (PROGRAMMATIC)

Effizienter Einkauf von Werbeinventar



Let’s ***re-invent*** newsletter advertising ***together***.

70+ NEWSLETTERS

2.3m ABONNENTEN

20 PREMIUM PUBLISHERS

emvoy

DIE IN-MAIL AD REVOLUTION

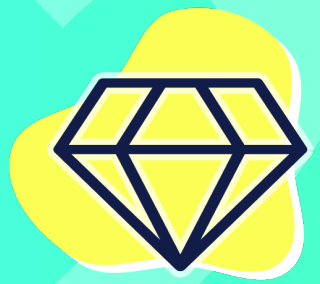
3 LANGUAGE REGIONS

50m MONTHLY AD IMPRESSIONS

THEMEN-UMFELDER

1

FAMILY



2

STYLE

3

FINANCE

4

NEWS

thank you