

Der Briefkasten kennt keinen Algorithmus

11.08.2026, 16:50 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: CMW



Crossmediaworld GmbH

Jede siebte legitime E-Mail erreicht den Posteingang nicht – physische Dialogpost als zuverlässige Alternative im Dialogmarketing

Unternehmen, die DSGVO-konform arbeiten, Double Opt-in eingeholt und ihre Listen sorgfältig gepflegt haben, stehen vor einem Paradoxon: Ihre E-Mail-Kampagnen kommen trotzdem nicht bei allen Empfängern an. Laut dem E-Mail Deliverability Benchmark 2026 von Validity erreicht weltweit jede siebte legitime E-Mail den Posteingang nicht und das trotz korrekt dokumentierter Einwilligung. Bei Microsoft Outlook, dem meistgenutzten Postfachsystem in deutschen Unternehmen, sinkt die Inbox-Rate sogar auf 75,6 Prozent. Das bedeutet: Jede vierte E-Mail eines seriösen Absenders wird von einem Algorithmus aussortiert, bevor sie je gelesen werden kann.

Spam-Algorithmen kennen keine Ausnahmen

Die Ursache liegt in der Logik der Algorithmen: Sie wurden entwickelt, um Nutzer vor Spam zu schützen und sie tun es mit zunehmender Aggressivität. 44,99 Prozent des gesamten weltweiten E-Mail-Verkehrs sind tatsächlich Spam (Kaspersky Securelist 2025). Das Volumen zwingt die Filter, immer schärfere Schwellenwerte anzusetzen. Der Kollateralschaden trifft legitime Absender direkt: 10,5 Prozent aller Permission-basierten Marketing-E-Mails landen im Spam-Ordner, obwohl der Empfänger aktiv zugestimmt hat, sie zu erhalten.

Zwischen dem ersten Quartal 2024 und dem ersten Quartal 2025 brachen die Inbox-Raten für Bulk-Sender von rund 50 Prozent auf 27,6 Prozent ein – ein Rückgang von mehr als 22 Prozentpunkten in nur zwölf Monaten. Und 61 Prozent aller E-Mail-Marketer berichten, dass sich die Zustellbarkeit ihrer Kampagnen auch im Jahr 2026 kontinuierlich verschlechtert. Selbst Unternehmen mit einwandfreier DMARC-Konfiguration, hohem Sender Score und mustergültiger Listenhygiene sind vor Fehlklassifikationen nicht sicher.

„Ein Opt-in ist kein Zustellversprechen. Wir sprechen täglich mit Unternehmen, die DSGVO-konform arbeiten, Double Opt-in haben, saubere Listen pflegen – und trotzdem landet ihre Botschaft im digitalen Nirwana. Der Algorithmus entscheide das

und nicht der Empfänger. Der Briefkasten für physische Briefpost dagegen ist unbestechlich: Was eingeworfen wird, liegt auch drin.“

Sigurd Skutnik, Geschäftsführer der Crossmediaworld GmbH, Filderstadt

Der Briefkasten liefert – ohne Wenn und Aber

Diese Beobachtung spiegelt sich in nüchternen Zahlen wider. Die Deutsche Post stellt laut geltendem Postgesetz 99 Prozent aller Sendungen bis spätestens zum vierten Werktag zu und das ohne algorithmische Zwischenschaltung, ohne Spam-Filter, ohne Fehlklassifikation. Während digitale Kanäle unter dem Druck steigender Spam-Volumina immer unzuverlässiger werden, bleibt die physische Briefpost eine der verlässlichsten Kommunikationsformen. Technologieunabhängig, haptisch greifbar und garantiert zugestellt.

Für Marketingverantwortliche bedeutet das eine Neubewertung des Kanal-Mix: Wo E-Mail-Kampagnen an algorithmischen Hürden scheitern, bietet die physische Dialogpost eine kalkulierbare Alternative. Und das mit messbarer Responserate und einer Zustellgarantie, die kein digitales Kommunikationsmittel derzeit bieten kann.

Print2Web: Zustellsicherheit trifft digitale Messbarkeit

Die Crossmediaworld GmbH aus Filderstadt verbindet die Zustellsicherheit des adressierten Direktmailings mit der Messbarkeit digitaler Kanäle. Mit dem Print2Web-Ansatz wird aus jedem physischen Mailing ein nachverfolgbarer Dialog: QR-Codes und personalisierte URLs (PURLs) machen Rückläufe digital messbar und ermöglichen Attribution in Echtzeit. Die Botschaft erreicht den Empfänger. Physisch, zuverlässig, ohne algorithmischen Filter und löst eine digital messbare Reaktion aus.

„Der Briefkasten kennt keinen Algorithmus. Das ist kein Rückschritt. Das ist ein Wettbewerbsvorteil für alle, die sicherstellen wollen, dass ihre Botschaft tatsächlich ankommt und nicht irgendwo zwischen Spam-Filter und digitaler Versenkung verschwindet.“

Sigurd Skutnik, Geschäftsführer Crossmediaworld GmbH

Kernzahlen auf einen Blick

- **1 von 7 legitimen E-Mails** erreicht den Posteingang nicht (Validity 2026)
- **75,6 % Inbox-Rate bei Microsoft Outlook** – jede 4. E-Mail landet nicht an (Validity 2026)
- **10,5 % aller Opt-in-E-Mails** landen im Spam-Ordner (Landbase/Validity 2025)
- **44,99 % des E-Mail-Traffics** sind Spam (Kaspersky Securelist 2025) – Algorithmen reagieren entsprechend
- **99 % Zustellquote** physischer Briefpost (Deutsche Post / Bundesnetzagentur, gültig ab 2025)

Über Crossmediaworld GmbH

Die Crossmediaworld GmbH aus Filderstadt ist Spezialist für datengetriebenes Dialogmarketing und verbindet Print und

Digital durch den innovativen Print2Web-Ansatz. Das Unternehmen bietet Full-Service-Lösungen: von der Adressdaten-Optimierung über den personalisierten Druck bis zum Fulfillment.

Crossmediaworld GmbH, Raiffeisenstr. 27-29, 70794 Filderstadt, Tel.: +49 711 894951-20, info@crossmediaworld.de, www.crossmediaworld.de. Geschäftsführer: Sigurd Skutnik.

Pressekontakt

Sigurd Skutnik | Tel.: +49 711 894951-22 | s.skutnik@crossmediaworld.de



Crossmediaworld erklärt in 90 Sekunden

<https://www.youtube.com/watch?v=SAIZz7Eb2Vs>

Crossmediaworld GmbH

Raiffeisenstrasse 27-29
70794 Filderstadt
Deutschland

SigurdSkutnik (Inhaber und Geschäftsführer)

+49 711 894951-22

s.skutnik@crossmediaworld.de

www.crossmediaworld.de

Portrait

Die Crossmediaworld GmbH mit Sitz in Filderstadt (bei Stuttgart) ist ein Full-Service-Dienstleister für datengetriebenes Direktmarketing. Das Unternehmen begleitet Kunden von der Adressdatenaufbereitung über Lettershop, Konfektionierung und Fulfillment bis zur portooptimierten Auflieferung – alles aus einer Hand. Als zertifizierter QuLS-Träger (DDV Qualitäts- und Leistungssiegel) für Datenverarbeitung und Lettershop sowie als offizieller Deutsche Post Partner steht Crossmediaworld für Qualität, Verlässlichkeit und nachweisbare Ergebnisse im Direktmarketing.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1320410/Der-Briefkasten-kennt-keinen-Algorithmus.html>