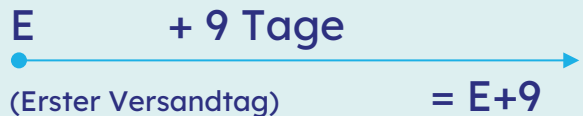


Der Standard für transparentes Newsletter-Reporting

LA-MED Empfehlung | Einheitliche KPI-Standards für Newsletter

E+9 ist ein einheitlicher Reporting-Standard zur Nutzung von Newslettern. Er betrachtet immer einen Zeitraum von 10 Tagen.



Pflichtangaben

Unique Identifier	Eindeutige Kennung für jede Schaltung (z.B. AdGap-ID)
Startdatum	Versandtag
Enddatum	E+9
Actual E-Mails delivered	Anzahl technisch erfolgreich zugestellter Mails (ohne Bounce)
Beleg-Link	Direktlink oder Screenshot
Optional: Kampagnen-Name	Kunde_Produkt_Medium_Belegung_Format(px_x_px)_Platzierungsangabe

Leistungskennzahlen (immer auszuweisen)

Öffnungen / Impressions brutto	Alle registrierten Öffnungen inkl. Mehrfachöffnungen
Öffnungen / Impressions netto	Anzahl der Personen, die mindestens einmal geöffnet haben
Clicks brutto	Alle registrierten Clicks auf Links (Werbemittel) im Newsletter
Unique Clicks netto	Clicks auf Links werden nur einmal pro Nutzer pro Link gezählt
Clicks Pflichttext (Fachinformation) brutto	Alle registrierten Clicks auf Fachinformations- oder Pflichttext-Verlinkungen innerhalb einer Schaltung inkl. Mehrfachclicks
Unique Clicks Pflichttext (Fachinformation) netto	Anzahl unterschiedlicher Nutzer, die mindestens einmal auf eine Fachinformations- oder Pflichttext-Verlinkung geklickt haben.

Ausweisung der Werte

- Pflicht:** kumulierte Gesamtwerte über den gesamten E+9-Zeitraum
- Optional:** Tageswerte für jeden der 10 Tage

Der Standard für transparentes Newsletter-Reporting

LA-MED Empfehlung | Einheitliche KPI-Standards für Newsletter

FAQ – Häufige Fragen zu E+9

Warum ein einheitlicher Standard?

- Vergleichbare Leistungskennzahlen im Markt
- Nachvollziehbarkeit für Werbungtreibende, Agenturen und Publisher
- Klare Trennung von Brutto- und Netto-Werten
- Transparenz trotz technischer Effekte (z.B. Mail Privacy Protection)

Warum 10 Tage (E+9)?

- Öffnungen und Klicks erfolgen zeitversetzt. Der 10-Tage-Zeitraum stellt sicher, dass die Nutzung vollständig und marktweit vergleichbar erfasst wird.

Was ist der Unterschied zwischen brutto und netto?

- Brutto zählt alle Ereignisse (inkl. Mehrfachöffnungen/-klicks).
- Netto erfasst jede Person nur einmal.

Warum sind Netto-Werte so wichtig?

- Netto-Werte fokussieren auf die individuelle Nutzer-Aktivität.

Wie wirkt sich Mail Privacy Protection aus?

- Technische Vorabrufe können Öffnungen erzeugen. Öffnungswerte dienen deshalb primär der Vergleichbarkeit – nicht als exakte Messung individueller Nutzung.

Sind Tageswerte verpflichtend?

- Nein. Verpflichtend sind die kumulierten E+9-Werte. Tageswerte sind optional und ergänzend.

Für wen gilt der E+9 Standard?

- Für Publisher, Agenturen und Werbungtreibende als gemeinsame Grundlage für transparentes Newsletter-Reporting.