



[PRESSEMITTEILUNG]

## **Sendinblue-Studie zeigt: die E-Mail ist das umweltschonendste Kommunikationsmittel**

- Die Studie zeigt: eine E-Mail verursacht 99 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen (0,175 Gramm CO<sub>2</sub>e) als eine Briefsendung (19,5 Gramm CO<sub>2</sub>e). Im Dialogmarketing könnten dadurch 130.000 Tonnen CO<sub>2</sub>e jährlich eingespart werden.
- Auch gegenüber anderen digitalen Kommunikationsmitteln wie Youtube- oder Facebook-Videos, schneidet die E-Mail im Hinblick auf den Carbon Footprint deutlich besser ab.
- Sendinblue unterstützt die Email-Expiration-Date-Initiative, die zum Ziel hat, Standards für die Löschung alter E-Mails zu definieren.

**Berlin, 2.9.2021** – Eine neue Carbon-Footprint-Studie von Sendinblue liefert eine eingehende Analyse des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks von Sendinblue-E-Mails sowie von alternativen Kommunikationsmitteln. In der Studie zeigt sich: die E-Mail ist das eindeutig umweltschonendste Kommunikationsmittel. Laut Studie entstehen bei einem herkömmlichen Brief durchschnittlich 19,5 Gramm CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e), bei einer Sendinblue-E-Mail jedoch nur 0,175 Gramm CO<sub>2</sub>e. Kund:innen von Sendinblue sparen somit jährlich rund 707.000 Tonnen CO<sub>2</sub>e ein, da sie für ihre Korrespondenz und Marketing-Kampagnen E-Mails statt Briefpost verwenden.

Mithilfe von E-Mails könnten jährlich viele tausend Tonnen weiterer CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden. So wurden im Jahr 2020 mehr als 6,8 Milliarden Werbesendungen per Post verschickt. Diese sogenannte "Dialogpost" bindet sehr viele finanzielle und ökologische Ressourcen und verursacht unnötige CO<sub>2</sub>-Emissionen. Im Jahr 2020 hätten in Deutschland nach Berechnungen von Sendinblue rund 130.000 Tonnen CO<sub>2</sub>e eingespart werden können, wenn Unternehmen auf Werbesendungen per Post verzichtet und stattdessen E-Mails verwendet hätten. Dies entspricht einer Fahrleistung von 650 Millionen Kilometern mit einem Mittelklasse Benzinautos – dieses könnte damit mehr als 16.000 mal die Erde umrunden. Weitere 125.000 Tonnen CO<sub>2</sub>e hätten eingespart werden können, wenn anstelle herkömmlicher Briefe E-Mails verschickt worden wären.

Auch im Vergleich zu anderen digitalen Medien wie Live-Videos auf Facebook oder Youtube-Videos schneidet die E-Mail besser ab. Werden bei Kommunikationsaktivitäten Videos verwendet, fallen dabei sehr große Datenmengen an: 30 Sekunden eines HD-Videos auf Youtube entsprechen etwa 15 Megabyte. Die Studie zeigt: Verglichen mit einer gesendeten E-Mail, die im Durchschnitt 0,093 MB groß ist, ist das etwa 160 Mal so viel.



Sendinblue Deutschland-CEO Maximilian Modl: *“Der Klimawandel gehört neben der COVID-19-Pandemie wahrscheinlich zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Wir alle – Politik, Unternehmen und Bürger – müssen zusammenarbeiten und verantwortungsbewusst handeln, um die Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren. Wir fordern die deutsche Regierung dazu auf, für ihre Kommunikationsprozesse vor allem auf E-Mail-Kommunikation zu setzen. Dies würde die Arbeit der Behörden nicht nur effizienter und schneller machen, sondern auch sehr viel CO2 einsparen. Auch Unternehmen sollten bei ihren Marketing- und Kommunikationsaktivitäten primär auf E-Mail setzen, da diese im Vergleich zu allen anderen Kommunikationskanälen der CO2-sparsamste ist. Und auch wir als Softwareanbieter stehen in der Verantwortung, unsere Software so einfach wie möglich zu gestalten, damit unsere Nutzer:innen so wenig Zeit und Energie wie nötig für die Erstellung und den Versand von E-Mails aufwenden müssen.”*

Sendinblue unterstützt in diesem Zusammenhang auch die Email-Expiration-Date-Initiative. Dabei geht es darum einen gemeinsamen Standard zu definieren, mit dem E-Mails nach einer bestimmten Zeit automatisch gelöscht werden. Dies könnte den benötigten Speicherplatz dauerhaft senken. Ob diese Initiative Erfolg hat, hängt jedoch davon ab, ob Google, Microsoft und co. den Standard in Ihre Clients auch implementieren. Sendinblue und viele weitere E-Mail-Versender würden dies sehr begrüßen.

###

### **Informationen zur Studie:**

Die aktuelle Studie von Sendinblue analysiert den Carbon Footprint, der bei der Erstellung, beim Versand und beim Empfang von Sendinblue-E-Mails entsteht. Der CO2-Fußabdruck umfasst dabei sämtliche CO2-Emissionen, die bei der Erstellung einer E-Mail auf einem Sendinblue-Server, beim Versand der E-Mail im Sendinblue-Rechenzentrum, sowie beim Empfang und Speicherung auf den Servern der Empfänger und beim Lesen auf den Geräten der Empfänger durchschnittlich anfallen. Außerdem sind noch weitere interne CO2 Kosten inkludiert. Diese sind beispielsweise Heizkosten der Büros, Reiseaktivitäten der Mitarbeiter, Nutzung externer digitaler Dienste zum Erbringen des Services, etc.. Zusätzlich analysiert Sendinblue, welche CO2-Emissionen bei weiteren Kommunikationsmitteln wie Facebook-Live-Videos oder Youtube-Videos anfallen. Durchgeführt wurde die Analyse von Aktio im Juli 2021.

### **Über Sendinblue**

Sendinblue zählt zu Europas führenden All-in-One-Softwareanbietern für Sales und Marketing. Die SaaS-Lösung unterstützt kleine und mittlere Unternehmen, Start-Ups und Einzelunternehmer:innen dabei, über sämtliche digitale Kanäle Beziehungen zu ihren Kund:innen aufzubauen und dadurch ihr Wachstum zu steigern. Zum Angebotsportfolio von Sendinblue gehören sowohl DSGVO-konformes Direktmarketing via E-Mail, SMS und Chat als auch Marketing Automation und Customer Relationship Management. Das Unternehmen wurde 2012 in Frankreich gegründet und fusionierte 2019 mit Newsletter2Go. Heute verbucht Sendinblue mehr als 300.000 aktive Kund:innen, über 2,5 Mio. User:innen weltweit und beschäftigt über 500 Mitarbeiter:innen in Paris, Berlin, Noida, Seattle und Toronto. Das deutsche Geschäft von Sendinblue wird von Maximilian Modl geleitet.

### **Pressekontakt**

Simon Schlechtweg | PIABO PR GmbH

Tel: +49 30 2576 205 - 58

Email: [sendinblue@piabo.net](mailto:sendinblue@piabo.net)