

## **Witt-Gruppe & Mapp: Fünf Jahre erfolgreiche Partnerschaft**

**Berlin, 14. Oktober 2021** – Die [Witt-Gruppe](#), ein erfolgreicher internationaler Omnichannel-Händler im Bereich Fashion, und [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, feiern ihre erfolgreiche fünfjährige Partnerschaft. Die Witt-Gruppe, die Teil der weltweit agierenden Otto Group ist, setzt als Bestandteil ihres Marketing-Mixes seit Oktober 2016 auf E-Mail-Marketing als zentralen Kanal. Hierbei werden jeden Monat rund 20 Millionen E-Mails versendet.

Als der Omnichannel-Händler zu Beginn der Partnerschaft auf Mapp zuzuging, suchte das Unternehmen nach einer Möglichkeit, um im Tagesgeschäft seine E-Mail-Marketing-Aktivitäten effektiver zu organisieren und zu automatisieren. Inzwischen beinhalten die Kampagnen des Unternehmens wöchentlich rund 40 unterschiedliche Newsletter, wobei zehn Marken (u. a. WITT WEIDEN), in zehn Ländern und 22 Online-Shops bedient werden. Insgesamt werden im Rahmen der Zusammenarbeit mehr als 150 automatisierte Trigger-Kampagnen gemanagt.

### **Konzept für effektive und automatisierte E-Mail-Kampagnen**

Gemeinsam mit Mapp entwickelte die Witt-Gruppe ein strategisches Konzept, um E-Mail-Marketing-Kampagnen wesentlich effektiver zu realisieren – und das auf Basis einer professionellen Content-Management- und Versand-Plattform. Dabei war der Anspruch alle Phasen in den Bereichen Erstellung, Versand, Zustellbarkeit, Verwaltung zu optimieren und zu automatisieren. Das Unternehmen implementierte die Cross-Channel-Marketing-Lösung Mapp Engage für eine automatisierte Kundenkommunikation sowie Mapp Connect zur Integration des Online-Shopping-Systems. So erstellt die Witt-Gruppe heute E-Mail-Marketing-Kampagnen ohne größeren Aufwand in unterschiedlichsten Sprachen und angepasst an alle relevanten Endgeräte. Zudem profitieren die Marketer der Witt-Gruppe von den in Mapp Engage integrierten, detaillierten Reporting-System, automatisierten Wochenberichten und bedarfsgerechten KPI-Analysen.

### **Umsatzsteigerung im E-Mail-Kanal um mehr als 100 Prozent**

Mit der Implementierung von Mapps Insight-basierten Lösungen für ein effizienteres E-Mail-Marketing, steigerte die Witt-Gruppe seine Team-Produktivität um 60 %. Die Anzahl der wöchentlich versandten E-Mail-Newsletter wurde verdoppelt und zugleich deutlich individueller ausgerichtet. Insgesamt erreichte die Witt-Gruppe im E-Mail-Kanal in den zurückliegenden vier Jahren eine Umsatzsteigerung von mehr als 100 %.

### **Mehr Engagement dank BIMl**

Ein weiteres Highlight der Partnerschaft ist die BIMl-Integration. BIMl steht für den Industriestandard "Brand Indicators for Message Identification" und ermöglicht den Absendernamen in der E-Mail-Inbox als Logo darzustellen. E-Mail-Marketer können damit auch im Posteingang Branding betreiben und profitieren von mehr Engagement. Die Witt-Gruppe war der erste Partner, der diese Maßnahme im Zusammenspiel mit dem Deliverability-Team von Mapp auf den Weg gebracht hat.

**Florian Ziegler, Senior Manager E-Mail-Marketing bei der Witt-Gruppe**, kommentiert: „Wir freuen uns seit fünf Jahren einen verlässlichen Partner an unserer Seite zu haben, denn ein effektives und zentrales Marketing-Stack ist unabdingbar für unseren unternehmerischen Erfolg. Durch das Content-Management-System von Mapp konnten wir viele unserer sehr aufwändigen E-Mail-Erstellungsprozesse optimieren und beschleunigen. Vor allem die Drag & Drop-Bearbeitung gemäß dem Baukastenprinzip bietet uns deutlich schnellere Personalisierungs- und Individualisierungsmöglichkeiten, die wir vor Mapp nicht nutzen konnten.“

**Sabine Ratka-Schützeichel, Senior Director, Customer Success and Revenue bei Mapp**, ergänzt: „Gerade im stark von Wettbewerb geprägtem Mode-Retail-Sektor kommt es darauf an, die eigenen Zielgruppen mit relevanter Kommunikation anzusprechen. Via E-Mail ausgespieltes Direktmarketing erweist sich hier immer wieder als die zentrale Strategie. Für die optimale Kundenbindung und Performance müssen sich E-Mails mit dem jeweiligen Look & Feel sowie der Zielgruppenschärfe passgenau in den Marketing-Mix einfügen. Wir sind stolz darauf, dass wir die Witt-Gruppe bereits seit fünf Jahren erfolgreich bei ihrer Strategie unterstützen.“

Für die Zukunft ist geplant, dass die Witt-Gruppe weitere Kanäle wie Mobile Push und Web Push in den Marketing-Mix integriert. Zugleich soll die Partnerschaft international ausgebaut und vertieft werden. Mapp entwickelt sein Marketing-Stack kontinuierlich weiter. So wurden im Rahmen der letzten Produkt-Updates Web Push und Direct Mail in das Cross-Channel-Marketing-Angebot integriert.

### **Über die Witt-Gruppe**

Mit 21,1 Millionen Kund\*innen weltweit, einem Umsatz von 1,092 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2020/21 und einem Onlineanteil von rund 35 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit zehn Marken in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke WITT WEIDEN, sowie mit 22 Online-Shops aktiv. Seit Ende 2019 gehört die Marke heine zur Witt-Gruppe. Die Witt-Gruppe ist mit rund 3.500 Mitarbeitenden nicht nur einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz, sondern auch einer der beliebtesten Deutschlands: 2021 wurde das Unternehmen zum neunten Mal in Folge als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet. Seit 1987 ist das Unternehmen mit Sitz in Weiden Teil der Otto Group. Weitere Informationen unter [www.witt-gruppe.eu](http://www.witt-gruppe.eu).

### **Über Mapp**

Marketer und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Mit der Insight-basierten Customer Experience Plattform Mapp Cloud haben Marketing-Entscheider mehr Zeit für das Wesentliche und können ihre Markenbotschaften bestmöglich platzieren. Durch Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen aus Daten einfach und effektiv kanalübergreifende Kunden-Insights, welche wiederum hochgradig personalisierte Marketing-Aktivitäten ermöglichen. Mapps Kunden profitieren von maßgeschneiderten und selbstoptimierenden Cross-Channel-Kampagnen auf Basis KI-

gestützter Prognosemodelle. Automatisierte Nachrichten können so im idealen Marketing-Kanal, zum optimalen Zeitpunkt und mit der richtigen Kontaktfrequenz versandt werden. Dank der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung werden ein Höchstmaß an Engagement sowie eine langfristige Kundenbindung erreicht. Mehr Infos [hier](#).

Mapp betreibt Niederlassungen in sieben Ländern. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 3.000 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Argos, Ella's Kitchen, Expert, Freesat, Lloyds Banking Group, MyToys, Pepsico, Quint, Vivienne Westwood und The Entertainer.

**Pressekontakte:**

**schoesslers GmbH**

Thalissa-Jennifer Klaps

+49 160 527 94 14

[thalissa@schoesslers.com](mailto:thalissa@schoesslers.com)

[www.schoesslers.com](http://www.schoesslers.com)

**Mapp**

Harald Oberhofer

+49 30 755 415 120

[harald.oberhofer@mapp.com](mailto:harald.oberhofer@mapp.com)

[www.mapp.com](http://www.mapp.com)