

# E-Mails, die ankommen

Digitale Werbung wirkt direkt und schnell - wenn sie denn gelesen wird. Die richtige Software kann dabei helfen.

**D**ass seine Werbemails Erfolg bringen, davon ist Wolf Hardt überzeugt: »Bereits zehn Prozent unseres Umsatzes generieren wir über diesen Weg«, schwärmt der Vorstand der Schuhversenders ZHEF AG. Alle vier Wochen schickt das Unternehmen digitale Post an seine Klientel. »Personalisiert, bunt, und direkt mit dem Shop verlinkt«, umreißt Hardt sein Erfolgskonzept. Kunden landen direkt auf der Bestellseite bei zhef.de, wenn sie auf ein Foto in der Mail klicken - und jeder dritte tut das.

Eine traumhafte Klickrate verglichen mit Werbung per klassischer Briefpost. Dort liegt der sogenannte Response meist im Promille-Bereich. Laut einer aktuellen Studie der Online-Marketing-Experten von Doubleclick ruft im Schnitt jeder Zehnte einen Link in einer Werbe-E-Mail auf. Kein Wunder, dass derartige Newsletter bei Unternehmen hoch im Kurs stehen. Denn mit den richtigen Programmen können Firmenchefs im Handumdrehen ansprechend gestaltete E-Mails an beliebig große Empfängerkreise versenden (siehe »Do-it-yourself«). Wer nicht über ausreichend IT-Know-how verfügt, wendet

**Zehn Prozent mehr Umsatz: Wolf Hardt lockt Kunden per Newsletter in seinen Online-Schuhversand.**

## Werbemails vom Profi

Selbst verschickte Newsletter laufen Gefahr, gleich in den Spamfiltern der Mail-Provider hängen zu bleiben. Abhilfe

schaffen Dienstleister mit der Lizenz zum Senden: Sie sind in einer anerkannten Liste der seriösen Versender eingetragen.

	 <b>EC-MESSENGER</b>	 <b>INFIN NEWSLETTER</b>	 <b>INXMAIL ASP</b>	 <b>BROADMAIL</b>	 <b>TEAMLETTER</b>
<b>Anbieter</b>	eCircle AG	infin Ingenieurgesellschaft	Inxmail GmbH	Optivo GmbH	Teamware GmbH
<b>Web-Adresse</b>	www.ecircle.de	www.infin.de	www.inxmail.de	www.optivo.de	www.teamletter.de
<b>Preise</b>	1900 Euro Einrichtung, Staffelpreise	35 Euro monatlich plus einen Cent pro Mail	580 Euro Einrichtung, 284 Euro monatlich*	1160 Euro Einrichtung, 0,3 bis 2,3 Cent pro Mail	116 Euro Einrichtungsgebühr, 348 Euro monatlich*
<b>Funktion</b>	Versendet E-Mails und SMS. Kann per Schnittstellen in andere Programme eingebunden werden und komplette Kampagnen managen. Mit Anti-Spam-Funktionen. Pfiffige HTML-Vorlagen.	Redaktionssystem mit komfortablen Vorlagen. Versendet bis zu 60.000 Mails pro Stunde. Abonnenten können sich selbst ein- und austragen. Mailings leicht personalisier- und auswertbar.	Schneller und sicherer Versand personalisierter Mails. Kann in vorhandene Programme und Internet-Seiten eingebunden werden. Einfache Vorlagen. Mietservice oder Kauf-Software.	Integriertes Testsystem prüft, ob die Mails ankommen. Mit Vorlagen, Empfängerverwaltung, Programmschnittstellen und Auswertungsfunktionen. Bis zu 1,5 Millionen Mails pro Stunde.	Kann nach Registrierung sofort ausprobiert werden. Abonnenten lassen sich in Gruppen einteilen. Verspricht bebilderte HTML-Mails und reine Textnachrichten. Viele Vorlagen.
<b>FAZIT</b>	<b>Lohnt vor allem für große Newsletter.</b>	<b>Komfortabel, einfach und schnell.</b>	<b>Breites Angebot von Do-it-yourself bis Full-Service.</b>	<b>Transparente Kosten durch Abrechnung per Mail.</b>	<b>Günstiges System für Einsteiger.</b>

sich an einen Dienstleister, der den Newsletterversand organisiert (siehe »Werbe-Mails vom Profi«).

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für den erfolgreichen Newsletter-Einsatz ist die ausdrückliche Erlaubnis des Empfängers. »Es ist verboten, jemandem ohne dessen Zustimmung auf einen E-Mail-Verteiler zu setzen«, sagt der auf Online-Recht spezialisierte Anwalt Michael Rohlich. Was auf den ersten Blick als Hemmnis aussieht, ist in Wahrheit das Erfolgsgeheimnis. »Man erreicht eben genau die Adressaten, die sich für Firma und Produkte interessieren«, begründet Torsten Schwarz. Der Chef der Consulting-Firma Absolit berät Unternehmer, die per E-Mail werben wollen.

#### Nur mit Erlaubnis

Bestandskunden lassen sich per Mail leicht bedienen. Richtig aufzupassen gilt es indes bei der Akquise von Neukunden. »Der E-Mail-Eingang ist ein miserabler Ort für den Beginn einer Kundenbeziehung«, warnt der amerikanische Marketing-Experte Tom Barnes. Nicht nur drohen juristische Konsequenzen. Allzuleicht landet der Newsletter im Spam-Filter.

Wie es dennoch gelingen kann, per E-Mail Neukunden zu gewinnen, hat Schuhversender Hardt vorgebracht: Gemeinsam mit Statistikern des Adresshändlers Schober ([www.schober.de](http://www.schober.de)) ermittelte er ein exaktes Profil seiner Kunden. Anschließend verschickte Schober 60.000 Mails an potentielle Kunden, die genau dem Profil entsprachen. Und die vorher zugestimmt hatten, Werbemails zu empfangen. Ergebnis: 2300 Adressaten klickten Hardts Schuh-Shop an. Eine Response von 3,8 Prozent, ein Vielfaches von dem, was ein Papier-Mailing erbracht hätte. ●

**Achim Wagenknecht** [ressort.computer@impulse.de](mailto:ressort.computer@impulse.de)

#### **[X]** WEITERE INFOS

**Rechtliche Rahmenbedingungen** und wichtige Links zu E-Mail-Werbung im Web unter [www.impulse.de/newsletter](http://www.impulse.de/newsletter).

## Do-it-yourself

**Per Software können Unternehmen bis zu 20000 Newsletter auch selbst verschicken. Die besten Programme im Überblick.**

**SUPERMAILER** Das Programm versendet personalisierte bebilderte Serienmails mit einer Geschwindigkeit von durchschnittlich 30 Mails pro Minute. Adressen können aus Outlook und vielen anderen Windows-Programmen importiert werden.

**Bedienung:** Auf der verständlichen deutschen Oberfläche findet man sich schnell zurecht, aber je nach Einsatzgebiet müssen Skripte und Zusatzmodule installiert werden.

**Adresse:** [www.supermailer.de](http://www.supermailer.de)

**Preis:** ab 35 Euro

**ACONON MAIL** Aconon verschickt bis zu 70000 Mails pro Stunde - entsprechende Online-Verbindung vorausgesetzt. Optionale Module für Statistik und Datenmanagement.

**Bedienung:** Die Oberfläche erfordert etwas Einarbeitungszeit.

**Adresse:** [www.aconon.de](http://www.aconon.de)

**Preis:** ab 350 Euro

**BACKCLICK.DE** Das Programm eignet sich für Unternehmen mit eigenem Server und kräftiger Internet-Anbindung (zwei Mbit/s). Mit Vorschau, Doubletten-Bereinigung und schneller Versandfunktion.

**Bedienung:** Die Installation sollte ein EDV-Profi vornehmen. Die Benutzer-Oberfläche ist gut verständlich.

**Adresse:** [www.backclick.de](http://www.backclick.de)

**Preis:** ab 8900 Euro

**MELIN** Das Server-Programm kontrolliert Versand und Empfang der Mails. Abläufe lassen sich per Workflow-Manager grafisch verwalten.

**Bedienung:** Installation, Anpassung und Schulung nur durch EDV-Profis.

**Adresse:** [www.melin.de](http://www.melin.de)

**Preis:** ab 7540 Euro

**PHPLIST** Das Open-Source-Programm der Britischen Tincan Ltd. kann mehrere Gruppen von Abonnenten verwalten. Vorlagen kann PHPLIST nur im Quelltext bearbeiten, für die Mails selbst steht aber ein HTML-Editor zur Verfügung.

**Bedienung:** Das Programm erfordert viel Knowhow. Es wird auf dem Web-Server installiert.

**Adresse:** [www.phplist.com](http://www.phplist.com)

**Preis:** gratis

Anzeige  
1/3 Seite  
hoch  
75 x 275  
mm