

Europäische E-Mail-Marketing Benchmark Studie von eCircle zeigt: E-Commerce Händler verschenken viel Potential beim E-Mail- Marketing

eCircle untersuchte die Newsletter-Anmeldeprozesse von einigen der größten europäischen E-Commerce Händler, darunter IKEA, OBI, Decathlon und Esprit. Die Ergebnisse der E-Mail-Marketing Benchmark Studie – Europäische Online Händler im Vergleich – zeigen auf, wie Unternehmen Abonnenten für ihre Newsletter auf ihrer Website gewinnen und welche Potentiale sie dabei verschenken.

München, 09. November 2010. E-Commerce Händler verschenken ein enormes Potential beim E-Mail-Marketing. Auch wenn alle untersuchten Online-Shops auf der Startseite eine Anmeldung zum Newsletter bieten, ist diese bei 40 Prozent der untersuchten Unternehmen schwer und nur nach gezieltem Suchen zu finden und außerdem unattraktiv gestaltet. Eine tatsächliche Werbung von neuen Abonnenten findet dem zu Folge bei vielen E-Commerce Händlern nicht statt und es wird die Möglichkeit zur Generierung neuer Adressen vergeben. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der eCircle GmbH. Die E-Mail-Marketing Benchmark Studie – Europäische Online Händler im Vergleich – ist der erste Teil einer Studien-Reihe und zeigt E-Commerce Händlern auf, wie sie ihr E-Mail-Marketing optimieren können. So wurden im Frühjahr 2010 die Newsletter-Anmeldeprozesse von 80 großen europäischen Online Händlern in Deutschland, Frankreich, Italien und Großbritannien untersucht und analysiert. Dazu wurden in jedem Land 20 der größten E-Commerce Händler und deren Abonnenten-Generierung auf der Website genauer unter die Lupe genommen.

85 Prozent der Newsletter-Versender in Deutschland lassen sich bei der Anmeldung die Chance entgehen, nach den Interessen der neuen Abonnenten zu fragen

Bei der Anmeldung liegt hierzulande aufgrund der sehr restriktiven Situation in Deutschland natürlich das Double-Opt-In Verfahren mit 45 Prozent fast gleichauf mit dem Confirmed-Opt-In (55 Prozent). Verwunderlich ist allerdings, dass die Möglichkeit zur Anmeldung meist nur einmal auf der Seite erscheint und nicht - beispielsweise am unteren Ende der Seite - wiederholt wird.

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



Pressemitteilung

Gerade neben den meistens an dieser Stelle verlinkten Kontaktdaten oder dem Impressum wäre ein zusätzlicher Hinweis auf den Newsletter gut platziert. Die Untersuchung von eCircle zeigt außerdem, dass sich zwei Formen der Newsletter-Anmeldung durchgesetzt haben: Dazu zählt einerseits mit 55 Prozent die einfache Anmeldung per Link, der potentielle Kunden dann auf eine spezielle Anmeldeseite führt. Die zweite in Deutschland gängige Variante ist die Anmeldung über eine Box (45%), bei der direkt die E-Mail-Adresse oder weitere Daten abgefragt werden. Dabei werden je nach Anmeldeform durchschnittlich zwischen vier und fünf Informationen abgefragt. Meist sind das natürlich die E-Mail-Adresse, die für den Versand zwingend benötigt wird, gefolgt von Name, Vorname, Geschlecht und Geburtsdatum. Betrachtet man die abgefragten Daten näher, ist es erstaunlich, dass sich in Deutschland 85 Prozent der E-Commerce-Händler die Chance entgehen lassen, bei der Anmeldung herauszufinden, welche Produkte und Dienstleistungen den Abonnenten interessieren. Diese Informationen sind jedoch wichtig, um die Inhalte des Newsletters auf den Empfänger abzustimmen. Dadurch wird es möglich, die Relevanz der gesendeten Nachricht zu erhöhen und so den Abonnenten zum Öffnen und Klicken der E-Mails zu motivieren.

Nur 15 Prozent der größten E-Commerce Händler werben aktiv mit Vorteilen des Newsletters auf der Confirmation Page nach der Anmeldung

Ungenutztes Werbepotential gibt es auch auf der Confirmation Page direkt nach der Anmeldung zum Newsletter. Diese Seite wird im Browser nach der erfolgreichen Anmeldung zum Newsletter geöffnet und weist den Abonnenten normalerweise auf die folgenden Mails hin. Leider verschenken auch hier fast alle Unternehmen das Potential, ihre gerade gewonnenen Newsletter-Empfänger neugierig auf künftige E-Mails mit tollen Angeboten zu machen. Weniger als 15 Prozent bringen an dieser Stelle eine Vorteilsargumentation.

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



Fazit: E-Commerce Händler müssen optimieren

Auch wenn viele Unternehmen ihren Anmeldeprozess zum Newsletter technisch und rechtlich einwandfrei gestalten, bestehen im Detail noch viele Optimierungsmöglichkeiten. Die Optimierung der Newsletter-Anmeldung kann zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil verhelfen und den E-Mail-ROI signifikant steigern. eCircle hat dazu einige hilfreiche Experten-Tipps zusammengestellt:

- Platzieren Sie Ihre Newsletter-Anmeldung zentral auf Ihrer Start- und auf der gesamten Webseite und überprüfen Sie die gute Sichtbarkeit im Gesamtkontext der Seite. Selbst wenn das Angebot sofort dargestellt wird, kann die Seitengestaltung eine Anmeldung zum Newsletter erschweren.
- Gestalten Sie Ihre Anmeldung einfach und intuitiv, um die Hürde für die Abonnenten möglichst gering zu halten.
- Wecken Sie das Interesse Ihrer Kunden an Ihrem Newsletter. Informieren Sie dazu ausführlich über den Inhalt und weisen Sie auf die Vorteile hin.
- Überdenken Sie die Möglichkeit, die Anmeldung doppelt auf derselben Seite anzubieten. Gerade im unteren Bereich ist oft neben Impressum und Copyright Raum für den Hinweis auf Ihren Kunden-Newsletter.
- Gestalten Sie Ihre Confirmation Page und bereichern Sie diese mit Informationen zum Newsletter an. Die Seite ist der erste Eindruck, den der Kunde noch vor dem Versand des Newsletters gewinnt.

Bildmaterial steht unter folgendem Link zum Download bereit:

[http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Europaeische Benchmark Studie.html](http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Europaeische_Benchmark_Studie.html)

Kostenloser Download der Europäischen E-Mail-Marketing Benchmark Studie:

[http://www.ecircle.com/fileadmin/files/pdfs/04_Resource_Centre/4.4_Studien/DE/eCircle - E-Mail-Marketing Benchmark-Studie Teil1.pdf](http://www.ecircle.com/fileadmin/files/pdfs/04_Resource_Centre/4.4_Studien/DE/eCircle_-_E-Mail-Marketing_Benchmark-Studie_Teil1.pdf)

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



Pressemitteilung

E-Mail-Marketing Benchmark Studie – Europäische Online Händler im Vergleich:

Die Studie beruht auf 320 Anmeldungen bei unterschiedlichen E-Commerce-Händlern in Deutschland, Frankreich, Italien und Großbritannien, die von der eCircle GmbH vorgenommen wurden. In der Anmeldephase wurden zunächst die Internetseiten der Online-Händler und die Einbindung der Newsletter-Anmeldung auf der Plattform untersucht. Im Fokus der Betrachtung stand dabei die Hervorhebung der Newsletter-Anmeldung auf der ersten Seite des Online-Shops und die Umsetzung eines kundenfreundlichen Anmeldeprozesses. Dazu wurden in jedem Land 20 große E-Commerce-Händler und deren Shopseiten analysiert. Europaweit wurden im Rahmen der Untersuchung somit 80 Unternehmen bzw. Länderniederlassungen sowohl national als auch international verglichen.

Über die eCircle GmbH:

eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für E-Mail-Marketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen – wie die Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, OTTO und Nintendo – vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 200 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich Italien, Spanien und Holland vertreten. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.ecircle.com/de/>

Pressekontakt

eCircle GmbH
Carolin Eibich
Senior Marketing Manager
T +49 (0)89 / 120 09- 834
c.eibich@ecircle.com

KOSCHADE PR
Tanja Koschade
Geschäftsführerin
T +49 (0)89 / 55 26 47 97
tanja@koschadepr.de

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635

