

Zweiter Teil der Europäischen E-Mail-Marketing Benchmark Studie von eCircle zeigt:

### **E-Commerce Händler verlieren potentielle Neukunden beim E-Mail-Marketing**

**Lediglich fünf Prozent der untersuchten deutschen Händler bieten eine Willkommensserie, um ihre neuen potentiellen Kunden angemessen zu begrüßen. Nur 35 Prozent der erhobenen Kundendaten werden zur Personalisierung der ersten E-Mails genutzt. Alle Unternehmen versenden eine Bestätigungs-E-Mail innerhalb der ersten zehn Minuten.**

**München, 11. Juli 2011.** E-Commerce Händler verschenken ein enormes Potential beim E-Mail-Marketing. Bereits der erste Teil der E-Mail-Marketing Benchmark Studie – Europäische Online Händler im Vergleich – der eCircle GmbH hat gezeigt, dass eine wirkungsvolle Werbung von neuen Newsletter-Abonnenten bei vielen E-Commerce Händlern nicht stattfindet. Der zweite Teil der Studie zeigt nun, dass bei den 20 größten E-Commerce Händlern, darunter IKEA, OBI, Decathlon und Esprit, auch nach den gewonnenen Neuanmeldungen noch Handlungsbedarf bei den sogenannten Willkommensnachrichten besteht. Das sind Nachrichten, die ein neuer Newsletter-Abonnent direkt nach der Anmeldung erhält. Laut der Studie reagieren beispielsweise erst 40 Prozent der größten E-Commerce Händler mit entsprechend automatisierten E-Mail-Serien. Als Bestätigungsserien wurden hierbei jedoch auch Nachrichten gewertet, die keine Incentives oder Angebote enthalten, mit denen der Kunde im Verteiler angemessen begrüßt wird. Willkommensserien, die Sonderangebote oder Verweise auf besondere Services enthalten sind tatsächlich nur bei fünf Prozent der deutschen Newsletter-Versender für Abonnenten und potentielle Neukunden vorhanden. Alle anderen Hersteller starten nach der Anmeldung direkt mit dem Versand des generischen Newsletters.

#### **Die deutschen Unternehmen lassen nicht lange auf sich warten**

Was positiv auffällt, ist die Reaktionszeit bis zur ersten E-Mail. Alle der getesteten deutschen Unternehmen schicken die erste Bestätigungs- oder Willkommensnachricht innerhalb von zehn Minuten nach der Anmeldung und reagieren damit sofort auf den neuen Abonnenten. In 45 Prozent der Fälle dauert der tatsächliche Newsletter-Versand hingegen mehr als eine Woche

**eCircle GmbH**  
Dachauer Str. 63  
80335 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

---

und häufig erfolgte zwischen der Bestätigungs- bzw. Willkommensnachricht und dem Eingang des Newsletters keine weitere Kontaktaufnahme.

### **Ein Drittel aller Willkommensnachrichten werden nicht mit Kundendaten angereichert**

Wie bereits in Teil eins der Studie festgestellt, variieren die bei der Anmeldung erfassten Daten sehr stark. Dies weckt die Erwartung von individuellen E-Mail-Kampagnen beim ersten Kundenkontakt. Umso erstaunlicher ist es, dass in Deutschland noch bis zu 35 Prozent aller Willkommens-E-Mails nicht mit Kundendaten angereichert und so für den Empfänger maximal relevant gemacht werden. Hier wird ungeheures Potential verschenkt, denn personalisierte E-Mails steigern die Performance innerhalb der ersten Kontakte signifikant.

### **Verlinkungen zu Unternehmensprofilen in Social Networks finden nicht statt**

Die generell geringe Nutzung der Möglichkeit, mit Willkommensnachrichten weitere Adressen zu generieren, ist erstaunlich. Eine Aufforderung, die E-Mail an Freunde und Bekannte weiterzuleiten, wird lediglich in Deutschland und Frankreich nennenswert genutzt. Social Media Einbindungen, die in den Standard-Newslettern durchaus verwendet werden, sind europaweit nicht vertreten. Gerade über eine Veröffentlichung bei Twitter oder Facebook könnten Abonnenten effektiv für die Marke werben und zur Adressgenerierung beitragen. Darüber hinaus wird kaum ein Link auf den aktuellen Produkt-Katalog bereitgestellt. In Deutschland wird der Katalog zu diesem Zeitpunkt nicht erwähnt, aber auch in den restlichen Ländern nutzt lediglich der verschwindend geringe Anteil von 5 Prozent der Händler die Möglichkeit, den Katalog und damit die zu verkaufenden Produkte zu verlinken.

### **Die Hälfte der Unternehmen nimmt in Kauf, möglicherweise im SPAM Ordner zu landen**

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Sicherheit, dass der Newsletter nicht im SPAM-Ordner landet. Der sicherste Weg ist die Speicherung der Absenderadresse im Adressbuch des Empfängers. Das ist jedoch nur dann wirklich sinnvoll, wenn die für den Versand der Bestätigungs- oder Willkommensnachricht verwendete Adresse identisch mit der generellen Newsletteradresse ist. Dies wird in Deutschland allerdings nur von der Hälfte der untersuchten Unternehmen beherzigt.

**eCircle GmbH**  
Dachauer Str. 63  
80335 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-Mail-Marketing-Manager verschenken wertvolles Potential zur Kundenbindung**

Die hohe Öffnungsrate bei den Willkommensnachrichten und die erhöhte Aufmerksamkeit am Anfang der Kundenbeziehungen lassen vermuten, dass gerade die ersten E-Mails der E-Commerce-Unternehmen gut durchdacht und ansprechend gestaltet sind. Doch neben zahlreichen hervorragenden Beispielen belegt die Studie auch, dass weiterhin Handlungsbedarf und viel Luft nach oben in Bezug auf Gestaltung und Umsetzung ansprechender Willkommens- bzw. Bestätigungsserien besteht. Die Studie macht deutlich, dass die ersten Nachrichten an die Abonnenten von einem Großteil der E-Commerce-Händler eher stiefmütterlich behandelt und Chancen den Abonnenten an sich zu binden und in einen Kunden zu konvertieren häufig verschenkt werden.

### **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.

### **Bildmaterial steht unter folgendem Link zum Download bereit:**

[http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Europäische Benchmark Studie Teil2](http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Europäische_Benchmark_Studie_Teil2)

### **Kostenloser Download der Social Media und E-Mail Studie:**

<http://www.ecircle.com/de/knowledge-center/studien/lp/Welcome-Studie-2.html>

**eCircle GmbH**  
Dachauer Str. 63  
80335 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

---

### 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, OTTO oder Nintendo – vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 300 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Holland und Polen 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**  
Dachauer Str. 63  
80335 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

