

## Wie oft sollte man Newsletter verschicken?

24.07.2023, 13:49 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Marken-MEDIA lji GmbH*

Presseagentur: *Marken-MEDIA lji GmbH*

---



Newslettersend: Die optimale Versandfrequenz finden.

In der heutigen digitalen Ära spielen Newsletter eine entscheidende Rolle in der Unternehmenskommunikation und dem Aufbau von Kundenbeziehungen. Unternehmen und Organisationen nutzen diese effektive Marketingmethode, um ihre Zielgruppe regelmäßig über aktuelle Entwicklungen, Produkte und Angebote zu informieren. Doch wie häufig sollte man Newsletter verschicken?

Eine pauschale Antwort auf diese Frage gibt es kaum, da die ideale Häufigkeit des Versendens von Newslettern von verschiedenen Faktoren abhängt.

Hier sind einige wichtige Aspekte, die bei der Gestaltung einer effektiven E-Mail-Kommunikation berücksichtigt werden sollten:

1. Kundenerwartungen: Umfragen und Kundenumfragen können wertvolle Einblicke in die Präferenzen der Zielgruppe liefern. Indem man die Kunden nach ihren Vorlieben und Erwartungen hinsichtlich der Newsletter-Frequenz befragt, kann man besser auf ihre Bedürfnisse eingehen und die Akzeptanz der E-Mails verbessern.
2. Relevanz und Mehrwert: Die Bedeutung der Inhalte in einem Newsletter ist äußerst wichtig. Wenn die E-Mails relevante Informationen, exklusive Angebote oder wertvolle Tipps enthalten, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die Empfänger sie als nützlich empfinden. Das Versenden von zu vielen E-Mails mit geringem Mehrwert kann hingegen zu Frustration und Abmeldungen führen.
3. Langfristige Zeitpläne: Eine regelmäßige Versandfrequenz kann helfen, eine stabile Beziehung zu den Abonnenten aufzubauen. Es ist ratsam, einen konsistenten Zeitplan zu erstellen, der die Erwartungen der Empfänger berücksichtigt. Beispielsweise könnten monatliche oder wöchentliche Newsletter besser zu den Bedürfnissen der Zielgruppe passen als tägliche E-Mails.

4. Testen und Analysieren: Um die optimale Frequenz zu ermitteln, ist es ratsam, verschiedene Ansätze zu testen und die Ergebnisse zu analysieren. A/B-Tests können dabei helfen, die Wirksamkeit verschiedener Frequenzen zu vergleichen und die beste Strategie zu ermitteln.

5. Flexibilität: Die Newsletter-Frequenz sollte teilweise flexibel sein. Unternehmen sollten in der Lage sein, sich an bestimmte Ereignisse oder saisonale Veränderungen anzupassen. Bei wichtigen Ankündigungen oder begrenzten Angeboten kann eine vorübergehende Erhöhung der Versandfrequenz sinnvoll sein.

Fazit: Letztendlich gibt es keine "one-size-fits-all"-Lösung für die Versandfrequenz von Newslettern. Die beste Strategie hängt von der Zielgruppe, den Inhalten und den Zielen des Unternehmens ab. Die Schlüsselwörter sind Relevanz und Mehrwert - wenn Unternehmen hochwertige Inhalte liefern und die Erwartungen der Abonnenten erfüllen, wird die Newsletter-Kommunikation erfolgreich sein, unabhängig von der Versandfrequenz.

Ein offenes Ohr für das Feedback der Abonnenten und eine ständige Überprüfung der Ergebnisse werden dazu beitragen, die Kommunikationsstrategie kontinuierlich zu verbessern und eine langfristige, positive Beziehung zu den Kunden aufzubauen.

Lars Jordan, Geschäftsführer von der Agentur Marken-MEDIA, betont die Bedeutung der regelmäßigen Überprüfung der Versandfrequenz von Newslettern. Durch diese Analyse könne man sicherstellen, dass die Kundenbedürfnisse und Erwartungen kontinuierlich erfüllt werden. Lars Jordan empfiehlt Unternehmen, sich stets auf relevante Inhalte zu konzentrieren, um eine langfristige Kundenbindung zu gewährleisten.

Verantwortlicher für diese Pressemitteilung:

Marken-MEDIA lji GmbH  
Herr Lars Jordan  
Ballindamm 39  
20095 Hamburg  
Deutschland

fon ..: +49 40 999 993 000  
web ..: <https://www.marken-media.com>  
email : [info@marken-media.com](mailto:info@marken-media.com)

Über Marken-MEDIA / Lars Jordan

Marken-MEDIA ist eine Agentur für Newsletter-Marketing, zur Neukundengewinnung. Die Hamburger Agentur entwickelt maßgeschneiderte Strategien, um Unternehmen dabei zu unterstützen, durch gezieltes Newsletter-Marketing neue Kunden zu gewinnen. Das Unternehmen bietet effektive Lösungen für Unternehmen, um ihre Zielgruppe effektiv über Newsletter zu erreichen.

Marken-MEDIA steht für Professionalität und Kundenzufriedenheit und ist ein zuverlässiger Partner für Unternehmen, die ihr Newsletter-Marketing auf das nächste Level heben möchten.

Für weitere Informationen besuchen Sie gern die Website der Agentur: [www.marken-media.com](http://www.marken-media.com)

Pressekontakt:

Marken-MEDIA lji GmbH  
Herr Lars Jordan  
Ballindamm 39  
20095 Hamburg

fon ...: +49 40 999 993 000  
web ...: <https://www.marken-media.com>  
email : [info@marken-media.com](mailto:info@marken-media.com)

## Portrait

Über Marken-MEDIA / Lars Jordan

Marken-MEDIA ist eine Agentur für Newsletter-Marketing, zur Neukundengewinnung. Die Hamburger Agentur entwickelt maßgeschneiderte Strategien, um Unternehmen dabei zu unterstützen, durch gezieltes Newsletter-Marketing neue Kunden zu gewinnen. Das Unternehmen bietet effektive Lösungen für Unternehmen, um ihre Zielgruppe effektiv über Newsletter zu erreichen.

Marken-MEDIA steht für Professionalität und Kundenzufriedenheit und ist ein zuverlässiger Partner für Unternehmen, die ihr Newsletter-Marketing auf das nächste Level heben möchten.

Für weitere Informationen besuchen Sie gern die Website der Agentur: [www.marken-media.com](http://www.marken-media.com)

## Pressekontakt

Marken-MEDIA lji GmbH  
Ballindamm 39  
20095 Hamburg

Lars Jordan

[+49 40 999 993 000](tel:+4940999993000)

[info@marken-media.com](mailto:info@marken-media.com)

[www.marken-media.com](http://www.marken-media.com)

---

News-ID: 1248676 • Views: 591 (Stand: 23.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1248676/Wie-oft-sollte-man-Newsletter-verschicken.html>