

Newsletter-Abmeldungen - Der vergessene Erfolgsfaktor

03.07.2008, 12:13 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Schimmel Media Verlag GmbH & Co. KG*

Während Öffnungen und Klicks die Lieblingskennzahlen der meisten E-Mail-Marketing-Verantwortlichen sind, fristet die Abmelderate bis heute ein Schattendasein. Häufig wird sie lediglich als juristisch notwendiges Übel empfunden und weitgehend ignoriert oder bestenfalls als Kollateralschaden des E-Mail-Marketing zur Kenntnis genommen.

Wenig beachtet und noch weniger gemanaged liegt sie meist irgendwo zwischen 0,15 und 1,5 Prozent. Diese Perspektive vernichtet Umsatz, denn Abmeldungen sind kein unabwendbares Schicksal, sondern ein normaler Ursache-Wirkung-Mechanismus, der vergleichsweise gut messbar und durchaus ergebnisrelevant beeinflussbar ist. „Insgesamt sind Newsletter-Abmeldungen einer der am konsequentesten vernachlässigten Erfolgsfaktoren im zeitgenössischen E-Mail-Marketing“, erklärt Frank Strzyzewski, Geschäftsführer der auf E-Mail-Marketing spezialisierten XQueue GmbH aus Offenbach am Main, in einem Artikel für www.online-marketing-experts.de.

Eine Beispielrechnung verdeutlicht den ökonomischen Effekt von Abmeldungen. Bei einer Verteilergröße von 100.000 E-Mails, wöchentlichem Versand und 1% Abmelderate pro Versand sind nach einem Jahr weniger als 60% der ursprünglichen Adressen im Verteiler: 40% der Adressen schmelzen ab! Gelänge es, die Abmelderate auf 0,8% pro Versand zu senken, wäre die kumulierte Anzahl der Abmeldungen nur 34%!

Doch was tun? Auf den ersten Blick scheinen die Zusammenhänge simpel: Stärkere Response in Bezug auf Öffnungs- und Klickraten ist ein sicheres Zeichen für höhere Relevanz des Newsletters und muss zwangsläufig zu niedrigeren Abmelderaten führen. Und damit ist jede Maßnahme, die zur Erhöhung der Relevanz des Newsletters führt auch geeignet, die Abmelderate zu senken.

Die Wahrheit ist nicht ganz so einfach, erklärt Strzyzewski in seinem Artikel: „Eine Auswertung der letzten 10.000 von uns versendeten E-Mail-Kampagnen ergab, dass die Abmelderate mit der Öffnungsrate steigt.“ 10 Prozentpunkte mehr Öffnungsrate kosten etwa 0,2 Prozentpunkte mehr Abmelderate. In anderen Worten: In dem Moment, wo Sie ihre Öffnungsrate von 30% auf 40% steigern können, wird ihre Abmelderate, die vorher vielleicht bei 0,5% lag, erwartungsgemäß auf 0,7% anwachsen.

Ein Denk- oder Rechenfehler? Nein, eine einfache Überlegung verdeutlicht diesen verblüffenden Effekt. Ein von den Empfängern komplett ignorierter Newsletter (Öffnungsrate = Null) kann auch keine Abmeldungen erzeugen, während ein Newsletter, den alle Empfänger lesen (Öffnungsrate = 100%), auch allen Empfängern eine Entscheidungsgrundlage bietet, diesen weiter zu beziehen oder nicht, und statistisch einfach häufiger eine Abmeldung nach sich zieht. Eine Ausnahme von dieser Regel bilden Kampagnen mit sehr geringen (>10%) oder sehr hohen Öffnungsraten (>60%). Dort sehen wir zum Teil ungewöhnliche hohe bzw. niedrige Abmelderaten.

Weitere kostenlose Informationen und Tipps zum Umgang mit Newsletter-Abmeldungen auf www.online-marketing-experts.de im Artikel „Newsletter-Abmeldungen: Der vergessene Erfolgsfaktor“ (<http://www.online-marketing-experts.de/content/popup.cfm?CoID=17263>) von Frank Strzyzewski, Geschäftsführer der auf E-Mail-Marketing spezialisierten XQueue GmbH aus Offenbach am Main und Fabio Tripicchio, Fabio Tripicchio ist Gründer und Geschäftsführer eines gleichnamigen E-Mail-Marketing-Unternehmens in Freiburg.

Über die Online-Marketing-Experts:

Noch nie war es so einfach, günstig und effektiv neue Kunden zu gewinnen und vorhandene Kunden zu binden. Das Internet wird zum wesentlichen Faktor des Marketing-Mix. Doch nirgendwo sonst ist das Marketingwissen so vergänglich wie hier. Was heute noch funktioniert, kann morgen schon veraltet sein. Online-Marketing-Experts gibt

Ihnen deshalb aktuelle Tipps und Ratschläge. Setzen Sie für Ihren Erfolg auf Erfahrungen, Tipps und das Know-how von führenden Experten. Ihr Herausgeber Dr. Torsten Schwarz verrät Ihnen zusammen mit weiteren Experten alles über professionelles Online-Marketing.
www.online-marketing-experts.de

Portrait

Über den Schimmel Media Verlag:

Der Schimmel Media Verlag bietet als Fachverlag hochwertige Info-Dienste für mehr Erfolg in Handel, Business und im Internet. Zielgerichtete, aktuelle und hochwertige Information ist im Business Erfolgsfaktor No.1 . Das Internet schafft hierfür die Basis mit neuartigen Spezialdiensten und Medienkonzepten für Geschäftsanbahnung und Fachinformation.

News-ID: 224139 • Views: 1430 (Stand: 17.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/224139/Newsletter-Abmeldungen-Der-vergessene-Erfolgsfaktor.html>