

„Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software“ in dritter Auflage

05.06.2012, 17:25 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Absolit*



Auf 267 Seiten wird erläutert, worauf es beim Versand von E-Mailings und Newsletter ankommt.

- Spamfilter zwingen Marketer zu professionellen E-Mail-Versandtools
- E-Mail bleibt wichtigstes Online-Marketing-Instrument

Waghäusel, 5.06.2012: Die dritte Auflage der seit 2001 durchgeführten Studie „Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software“ liegt nun gedruckt vor. Das Beratungsunternehmen Absolit Consulting vergleicht darin die zwanzig führenden E-Mail-Versandtools anhand von über 400 Kriterien. Auf 267 Seiten wird erläutert, worauf es beim Versand professioneller E-Mailings und Newsletter ankommt. Eine Kurzversion der Studie gibt es unter <http://www.absolit.de/Studie.htm>

Neben Suchmaschinenmarketing ist E-Mail-Marketing das am häufigsten eingesetzte Online-Marketing-Tool. Unternehmen erkennen inzwischen, dass Social Media für die Direktansprache von Kunden ungeeignet ist. Mobile Advertising steckt mit einem Marktvolumen von vierzig Millionen Euro noch in den Kinderschuhen. Der deutsche Markt für E-Mail-Marketing wird auf dreihundert Millionen Euro geschätzt. „Der Markt wächst, da noch immer viele Unternehmen ohne professionelle Systeme arbeiten“, zeigt sich Studienautor Dr. Torsten Schwarz überzeugt. Etwa zwanzig Anbieter buhlen um die Gunst der Unternehmen. Ihre Lösungen hat die Studie unter die Lupe genommen.

Die Softwareübersicht erläutert die Kriterien, die bei der Softwareauswahl beachtet werden sollten. Sie gliedert diese in acht Gruppen und zeigt darin Stärken und Schwächen der jeweiligen Systeme. Diese werden unterteilt in High-End- und Profi-Systeme. Agnitas, artegic, eCircle, Emailvision, emarsys, Epsilon, ExactTarget, Inxmail, mission-one, optivo, promio.net, Responsys, SC-Networks und selligent gehören in die erstere Gruppe. Auch Profisysteme erfüllen teilweise die wichtigsten Anforderungen von Unternehmen – und das oft bei geringeren Kosten. „Unternehmen sollten ihre Anforderungen präzise beschreiben, bevor sie sich für Jahre auf ein System festlegen“, betont die Projektleiterin der Studie, Gabriele Braun.

Noch immer glauben manche Unternehmen, Serien-E-Mails mit hauseigenen Systemen versenden zu können. Das wichtigste Kriterium von Spamfiltern bei der Bewertung von Massenmails ist jedoch der Versandserver. „Serienmails, die von keinem zertifizierten Profisystem kommen, werden von Spamfiltern gnadenlos blockiert“, sagt der E-Mail-Experte Schwarz. Professionelle Anbieter versenden von zertifizierten Mailservern, beschäftigen Deliverability-Experten und sind Mitglied der CSA (Certified Senders Alliance). So wird sichergestellt, dass E-Mails auch beim Empfänger ankommen.

Wie ernst das Thema E-Mail-Marketing inzwischen auch in Deutschland genommen wird, zeigt nicht zuletzt der Erfolg der neuen Fachmesse „Email-Expo“ die im April zum dritten Mal stattfand und 1400 Besucher anzog.

Portrait

Absolit berät Unternehmen bei der Integration von E-Mail-Marketing und Social Media. In Workshops vermittelt der Buchautor Torsten Schwarz aktuelles Praxiswissen. Er ist u.a. Herausgeber der Standardwerke Leitfaden Online Marketing Band 1 und 2.

News-ID: 638034 • Views: 852 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/638034/Marktuebersicht-E-Mail-Marketing-Software-in-dritter-Auflage.html>