

PC bleibt Poststation

9 von 10 Newslettern werden auf einem Monitor gelesen

Auch wenn sich viele Experten darüber einig sind, dass die Zukunft des Internets portablen Geräten nach dem Vorbild des iPhones gehört: Noch ist diese Zukunft nicht da. Und wer heute bereits seine Newsletter auf die Nutzung mit einem iPhone oder einem anderen Smartphone optimiert, der trifft noch nicht die Bedürfnisse der großen Masse. Zu diesem Ergeb-

nis kommt eine Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Toluna im Auftrag der Direktmarketing-Beratungsagentur Kajomi durchgeführt hat. Demnach lesen 93 Prozent der 1.000 befragten Internet-Nutzer Newsletter am häufigsten auf einem Desktop- oder Laptop-Computer. Das iPhone kommt demgegenüber nur auf sechs Prozent, andere Mobiltelefone schneiden noch schlechter ab. Interessant: Drei Prozent aller Newsletter-Empfänger bevorzugen nach wie vor Papier als Medium, sie lassen sich Newsletter ausdrucken, bevor sie sie lesen.

Deutlich wichtiger als die Optimierung der Newsletter für mobile Endgeräte ist die Optimierung der Inhalte, um die Interessen der Empfänger besser zu berücksichtigen: Auf die Frage, was sie an Werbe-Mails am meisten stört, gaben 51 Prozent der Nutzer an: „Der Newsletter enthält keine für mich relevanten Informationen.“

Empfindlich reagieren die Nutzer auf unerlaubt zugesandte Werbung: Die Hälfte



Foto: Fotolia / Visual Concepts

Noch nicht auf dem Altenteil: Desktop-PC

aller Befragten gab an, dass es sie störe, wenn sie nicht sehen können, woher ein Unternehmen ihre E-Mail-Adresse hat. 41 Prozent stört es, wenn der Abmelde-Link nicht funktioniert oder schlecht zu finden ist. Vergleichsweise schmale 24 Prozent reiben sich an schlechtem Layout und zu großer Textmenge.

Bei vielen Mail-Empfängern wirken unverlangt zugesandte Newsletter zudem wie eine Anti-Werbung. 51 Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu, dass ein solches Verhalten nicht für die Seriosität des Unternehmens spreche. Und für immerhin 38 Prozent aller Empfänger ist ein unverlangt zugeschickter Newsletter ein Grund, bei diesem Unternehmen generell nichts mehr zu kaufen. *fk*

Wo lesen Sie Newsletter am häufigsten?

