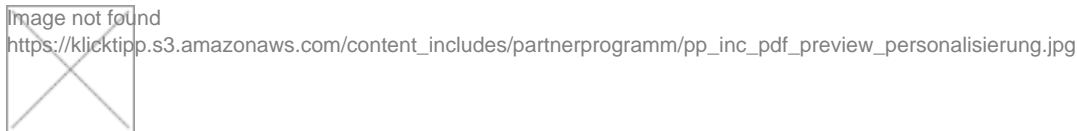


Warum Sie E-Mails nicht personalisieren sollten

In diesem Lehrvideo berichten Matthias Brandmüller und Mario Wolosz, der Gründer des E-Mail-Marketing-Dienstleisters [Klick-Tipp](#), über ihre Erfahrung mit personalisiertem [E-Mail-Marketing](#) und stellen die wichtigsten Argumente vor, die gegen eine Personalisierung sprechen.

Dieses Video hat mir eine Frage über E-Mail-Marketing beantwortet, die mich bis dahin sehr lange beschäftigt hatte: Sollte man seine Empfänger in einem [Newsletter](#) mit „Hallo [Vorname],“ ansprechen?

Klicken Sie auf den Play-Button, um das Video abzuspielen:



Die beiden haben dieses Video in einer Strandbar in der unmittelbaren Nähe des Praia Mole in Florianópolis im Süden Brasiliens gedreht, einem der angesagtesten Surf-Spots der Welt. Leider ließen sich die Hintergrundgeräusche nicht vermeiden. Damit Sie der Videodarstellung trotzdem bequem folgen und die dargestellten Inhalte für Ihr [E-Mail-Marketing](#) nutzen können, habe ich das Video schriftlich zusammengefasst.

Matthias Brandmüller und Mario Wolosz sind der Ansicht, dass Sie in Ihrem [E-Mail-Marketing](#) auf Personalisierung verzichten sollten. Insbesondere sollten Sie Ihre Adressaten nicht mit ihrem Vornamen ansprechen.

In einem Splittest von Mario Wolosz siegte das E-Mail-Einsammel-Formular ohne Vorname-Formularfeld mit einer um 17 Prozentpunkte höheren Eintragsrate gegen die Variante mit Vorname-Formularfeld. Das ist auf den ersten Blick nicht weiter verwunderlich. Je weniger Fragen Sie Ihren Besuchern im Opt-in-Prozess stellen, desto höher wird der Anteil derjenigen unter ihnen sein, die sich für Ihren [Newsletter](#) anmelden. Sie vergrößern also die Zahl der Personen in Ihrer E-Mail-Liste, wenn Sie Ihre Besucher im Anmeldeformular nicht nach ihrem Vornamen fragen.

Wenn Sie auf Personalisierung verzichten, dann vermeiden Sie damit zugleich eine häufige Fehlerquelle. Nicht jeder E-Mail-Marketing-Service kann (so wie [Klick-Tipp](#)) mit deutschen Umlauten umgehen. Das sollten Sie vor allem dann bedenken, wenn Sie die Dienste eines E-Mail-Marketing-Anbieters aus dem englischsprachigen Raum in Anspruch nehmen.

Wenn Sie in Ihrem E-Mail-Einsammel-Formular neben der E-Mail-Adresse auch den Vornamen abfragen, dann sollten Sie darauf gefasst sein, dass etliche Besucher in das Vorname-Eingabefeld Werte wie „bbbb“ oder „qwertz“ eintragen. E-Mails von Ihnen, die mit „Hallo [Vorname],“ beginnen, treffen in diesen Fällen bei den Empfängern mit der Anrede „Hallo bbbb“

oder „Hallo qwertz“ ein.

Beachten Sie auch, dass Sie mit Platzhaltern hantieren müssen, wenn Sie Ihre E-Mails personalisieren möchten. Platzhalter sind ebenfalls eine potenzielle Quelle peinlicher Fehler. Wenn Sie beispielsweise beim Einfügen des Platzhalters für den Vornamen in Ihre E-Mail die schließende geschweifte Klammer vergessen, dann werden Ihr Adressaten nicht mit ihren Vornamen angesprochen, sondern mit „Hallo {!first_name“ . Ein scheinbar kleines Versehen kann fatale Folgen haben.

Weiterhin vergeuden sie wertvollen Werbeplatz, wenn Sie Ihre E-Mail mit „Hallo [Vorname],“ beginnen. Bedenken Sie, dass Sie nur drei kurze Texte dazu nutzen können, um bei den Empfängern Ihrer E-Mails Aufmerksamkeit zu erzeugen. Es sind dies

- der „From“-Text,
- die Betreffzeile sowie
- die ersten 50 Zeichen Ihrer E-Mail.

In vielen E-Mail-Programmen (beispielsweise in GMail oder in MS Outlook) erscheinen die ersten 50 Zeichen Ihrer E-Mail in der Vorschau. Wenn Sie Ihre E-Mail mit „Hallo [Vorname],“ beginnen, dann verschenken Sie wertvollen Platz, der mit darüber entscheidet, ob Ihre Adressaten Ihre E-Mail öffnen und anschließend die Möglichkeit erwägen, auf den in der E-Mail enthaltenen Link zu klicken.

Als letztes Argument gegen die Personalisierung von E-Mails führen Matthias und Mario an, dass personalisierte E-Mails unnatürlich wirken. Denken Sie daran, dass die effektivsten E-Mails so geschrieben sind, wie Freunde sie untereinander schreiben würden. Stellen Sie sich nun vor, Sie wollten Ihrem besten Freund eine E-Mail schicken. Würden Sie dessen Vornamen in die Betreffzeile einfügen? Würden Sie also beispielsweise schreiben: „Schau Dir dieses Video an, Dieter“? Oder würden Sie dort eher Betreffzeilen wie „Cooler Link!“ formulieren und dann sofort Ihre Botschaft erläutern?

Das Fazit des Videos lautet: Lassen Sie das Vorname-Feld weg und verzichten Sie gänzlich auf Personalisierung. Sie ersparen sich eine Menge unnötiger Arbeit, wenn Sie Ihre E-Mails nicht personalisieren. Die für den Erfolg Ihres [E-Mail-Marketings](#) so wichtige persönliche Bindung zu Ihren Leserinnen und Lesern stellen Sie nicht dadurch her, dass Sie sie mit „Hallo [Vorname],“ ansprechen. Heute ist niemand mehr beeindruckt, wenn er in einem [Newsletter](#) mit seinem Vornamen angesprochen wird.

Der entscheidende Schlüssel zu einer guten persönlichen Beziehung zu Ihren Adressaten besteht nicht in der persönlichen Ansprache. Er besteht vielmehr darin, Ihren Leserinnen und Lesern Informationen zur Verfügung zu stellen, die ihnen bei der Lösung ihrer Probleme helfen.

Besuchen Sie die Website von [Klick-Tipp](#) und informieren Sie sich darüber, wie Sie durch [professionelles E-Mail-Marketing](#) effektiv neue Kunden gewinnen können!