

**Julia Unland**  
**Michael Keukert**  
**Tobias Kollwe**

# **Newslettermarketing für Onlineshops**

Eine E-Commerce-Studie über Nutzerverhalten und Kundenwünsche mit Handlungsempfehlungen für Onlineshopbetreiber im B2B- und B2C-Umfeld.

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
Über die Studie	9
Vorwort von Tobias Kollwe	11
Vorwort von Prof. Dr. Gert Hoepner	15
Über die Autoren	16
Julia Unland	16
Michael Keukert	16
Tobias Kollwe	16
<b>1. Newsletter und E-Mail-Marketing</b>	<b>17</b>
1.1 Einleitung	17
<b>2. Grundlagen des E-Mail-Marketing</b>	<b>19</b>
2.1 Definition von E-Mail-Marketing und Newsletter	19
2.2 Nutzen des E-Mail-Marketing	20
2.3 Formen des E-Mail-Marketing	22
2.4 Permission Marketing	25
2.4.1 Single-Opt-In-Verfahren	28
2.4.2 Confirmed-Opt-In	29
2.4.3 Double-Opt-In	30
2.5 Adressengewinnung	31
2.5.1 Fremdadressen anmieten	31
2.5.2 Eigenerwerb	33
2.6 Aufbau eines Newsletters	36
2.7 Rechtliche Grundlage	39
2.8 Spam-Mails	41
2.9 Response-Analyse	41
2.9.1 Öffnungsrate	43
2.9.2 Klickrate	44
2.9.3 Konversionsrate	44
2.9.4 Sonstige Kennzahlen	45
2.10 Kritische Würdigung des E-Mail-Marketing	46

<b>3. Determinanten des Konsumentenverhaltens unter der Berücksichtigung des Newsletter-Marketings</b>	<b>49</b>
3.1 Aktivierende Prozesse	49
3.1.1 Aktivierung	49
3.1.2 Emotionen	51
3.1.3 Motivation	53
3.1.4 Involvement	56
3.1.5 Einstellung	58
3.2 Kognitive Prozesse	60
3.2.1 Informationssuche	60
3.2.2 Informationsaufnahme	63
3.2.3 Informationsverarbeitung	64
3.2.4 Informationsspeicherung	65
3.3 Externe Faktoren	65
<b>4. Konsumentenverhalten bei E-Mail-Marketing / Newslettern</b>	<b>69</b>
4.1 Bedingungsanalyse der Befragung für die Konsumenten eines Newsletters	69
4.1.1 Ziele und Methodik der Befragung	69
4.1.2 Aufbau des Fragebogens	70
4.1.3 Vorgehensweise und Durchführung	72
4.2 Auswertung der Konsumentenbefragung	73
<b>5. Bedingungsanalyse der Befragung für Onlineshop-Betreiber</b>	<b>85</b>
5.1 Ziele und Methodik	85
5.1.1 Aufbau des Fragebogens	85
5.1.2 Vorgehensweise und Durchführung	87
5.2 Auswertung der Befragung der Onlineshop-Betreiber	88

<b>6. Vergleich der Konsumentenbefragung mit der Betreiberbefragung</b>	<b>99</b>
<b>7. Handlungsempfehlungen für Onlineshop-Betreiber</b>	<b>109</b>
<b>8. Interviews</b>	<b>113</b>
8.1 Interviewpartner	113
8.1.1 Interview mit Till Achinger	113
8.1.2 Interview mit Tobias Schmid	115
8.1.3 Interview mit Valentin J. Mayr	117
8.1.4 Interview mit Andreas Schröder	119
<b>9. E-Mail-Marketing in der Praxis</b>	<b>123</b>
9.1 Willkommensgutschein	123
9.2 Geburtstagsgrüße	125
9.3 Feiertagsnewsletter	127
9.4 Nachbestellungen und Verbrauchsmaterial	128
9.5 Inventur, Restposten und Lagerräumung	132
9.6 Systemausfälle, Wartungen und sonstige „Katastrophen“	133
9.7 Bewertungsaufforderungen	135
9.8 Preisalarm	136
9.9 Einfach nur so	137
9.10 Reguläre Newsletter	138
9.11 Rabattregeln beachten	139
<b>10. Literatur-und Statistikverzeichnis</b>	<b>141</b>
10.1 Literaturverzeichnis	141
10.2 Statistikquellen	146