

WIE SIE EFFEKTIVE BETREFFZEILEN
SCHREIBEN
E-MAIL MARKETING FACHARTIKEL

WIE SIE EFFEKTIVE BETREFFZEILEN SCHREIBEN

User entscheiden innerhalb von wenigen Sekunden, ob sie eine E-Mail lesen oder nicht. Wie lässt sich innerhalb dieser kurzen Zeit die Aufmerksamkeit der Leser/innen wecken?

Wecken Sie Neugier

In erster Linie gilt es natürlich, das Interesse der Leser/innen zu wecken. Mit Betreffzeilen, die lediglich „Newsletter 02/07“ oder „Newsletter der Müller Reisen GmbH“ enthalten, wird das natürlich schwierig. Stattdessen sollte der Betreff genutzt werden, um das Interesse der Leser/innen zu wecken: Schreiben Sie was den User in der E-Mail erwartet und warum er ihn öffnen sollte.

Zudem sollten Sie den Nutzen für den User klar in den Vordergrund stellen - zum Beispiel mit einem Betreff wie „Erholen Sie sich auf Sylt und sparen Sie 30%“. Eine weitere Möglichkeit, um das Interesse der Leser/innen zu wecken, ist die Verwendung einer Frage im Betreff.

Achten Sie auf die Zeichenanzahl

Behalten Sie beim Texten auch die Zeichenanzahl der Betreffzeile im Auge – insbesondere dann, wenn sich Ihr Newsletter an private User richtet und Sie einen hohen Anteil an Webmail-Providern in der Abonnentenliste haben. So stellt GMX in der Übersicht beispielsweise lediglich 21 Zeichen eines Betreffs dar. Bei Hotmail sind es immerhin 40 Zeichen und Google Mail zeigt sogar 87 Zeichen an.

Die Anzahl der dargestellten Zeichen ist allerdings häufig auch dann limitiert, wenn eine Desktop-Anwendung zum Lesen der Mails verwendet wird. So stellt Outlook in der klassischen dreispaltigen Vorschauansicht und bei typischen Bildschirmauflösungen zwischen 40 und 50 Zeichen dar. Fassen Sie sich in der Betreffzeile also möglichst kurz und verwenden Sie spannende und aufmerksamkeitsstarke Begriffe am Satzanfang.

Verwenden Sie Ihre Marke im Betreff

Die Verwendung von bekannten Marken in Betreffzeilen führt in der Regel zu höheren Öffnungsraten – kein Wunder, denn sie erleichtern den Empfängern die Orientierung im täglichen E-Mail-Chaos und schaffen Glaubwürdigkeit.

Bauen Sie Vertrauen auf

Eine Betreffzeile kann durchaus etwas übertrieben formuliert werden, damit sie die gewünschte Wirkung erzielt. Hüten Sie sich dabei aber vor leeren Versprechungen, denn damit riskieren Sie Ihre Glaubwürdigkeit, was langfristig zu niedrigeren Öffnungsraten und Abmeldungen führen kann.

Vermeiden Sie „spammige“ Begriffe

Vermeiden Sie vollständig großgeschriebene Begriffe in der Betreffzeile, denn Spam-Filter reagieren darauf allergisch. Vorsicht ist auch bei sehr werblichen Begriffen (kostenlos, gratis) sowie Ausrufezeichen geboten.

Relevanz entscheidet

Die beste Betreffzeile nützt nichts, wenn das Thema für den Empfänger nicht relevant ist. Sie können die Relevanz erhöhen, indem Sie Ihren Adresspool segmentieren (z.B. nach Geschlecht, Alter oder Wohnort) oder Bezug auf aktuelle Anlässe, wie beispielsweise Feiertage, Feste oder politische Entscheidungen, nehmen.

Personalisierung im Betreff?

Der eigene Name ist immer ein Eyecatcher – natürlich auch in Betreffzeilen. Der Effekt einer personalisierten Betreffzeile kann sich jedoch schnell abnutzen, wenn er zu häufig verwendet wird, weshalb sich ein sparsamer Einsatz empfiehlt. Denken Sie dabei auch an eine alternative Betreffzeile für Empfänger, deren Namen nicht vorliegen, damit die Empfänger keinen missglückten Personalisierungsversuch als Betreff erhalten.

Über den Autor

Nico Zorn ist für das Online-Marketing der artegic AG verantwortlich. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit Online-Marketing-Themen und ist als Autor und Referent tätig.

Kontakt: nico.zorn@artegic.de