

27.06.2013 – 15:27 Uhr

JOM-Studie: Deutsche Unternehmen im Newsletter-Marketing noch nicht für Mobile-Trend gerüstet

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Egal ob Automobilhersteller, Handel oder Unterhaltungselektronik: Deutsche Unternehmen haben bei der Optimierung ihrer Newsletter für mobile Endgeräte noch erheblichen Nachholbedarf. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der Agentur JOM Jäschke Operational Media, die exemplarisch die Newsletter von 35 Unternehmen aus sechs Branchen untersuchte. Der Bewertungsfokus der Kurzstudie lag auf der Bedienfreundlichkeit der E-Mail-Newsletter. Hierzu wurden die Lesefreundlichkeit und die Bedienung der Klickflächen exemplarisch auf den gängigen Endgeräten, iPhone, Android und Windows Phone überprüft. Also genau die Merkmale, die für den Nutzer entscheidend sind, wenn er den Newsletter über sein mobiles Endgerät öffnet.

Die Anzahl der mobilen Internet-Nutzer nimmt stetig zu. Anfang 2013 besitzen bereits 38% der Deutschen ein Smartphone, mit dem sie auch zunehmend ihre E-Mails mobil abrufen. Umso überraschender ist: Wer unterwegs einen Blick auf die von ihm abonnierten Newsletter werfen will, kann oftmals Inhalte wenig bis gar nicht erkennen. Die Studienergebnisse von JOM zeigen, dass nur für 26% der Newsletter die Lesefreundlichkeit auf allen Testgeräten gewährleistet ist. Bei rund 90% der Newsletter werden bereits starke Farbkontraste verwendet. Der Content passt sich mobil lediglich bei 29% an die Gerätebreite an. Die Klickbarkeit ist insgesamt nur für rund 23% der getesteten Newsletter gegeben. Während sich Verlinkungen überwiegend anwählen lassen (zu 89%), sind integrierte Klickflächen nur mangelhaft bedienbar (23%).

Dabei sind Lesefreundlichkeit und Klickbarkeit wichtige Voraussetzungen dafür, dass der Newsletter auch über mobile Endgeräte aktiv genutzt wird.

"Stimmen Usability und Lesbarkeit nicht, so wirkt sich dies unmittelbar negativ auf die Responsequoten aus. Das bedeutet am Ende des Tages nichts anderes als einen Verlust an Effizienz und unter Umständen sogar direkten Sales. Während die Mobile-Optimierung bei Websites immer weiter voran schreitet, zeigen die Ergebnisse im Bereich der Newsletter noch deutlichen Nachholbedarf", so JOM-Geschäftsführer Henning Ehlert.

Die Kurzstudie zur Mobile-Optimierung von Newslettern kann unter www.jomhh.de kostenlos heruntergeladen werden.

Kontakt:

Dominic Pritzel
JOM Jäschke Operational Media GmbH
Tel: 040-27822-0
Email: dominic.pritzel@jomhh.de
Web: <http://www.jomhh.de>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014622/100740465> abgerufen werden.