

E-Mail Formate

Die rasche Entwicklung im Bereich der Internet-Technologie und die zunehmenden Übertragungsbandbreiten haben auch die E-Mail-Technologie vorangetrieben. Bei der Realisation von E-Mail Marketing stellt sich daher die Frage, welche Formate eingesetzt werden sollen. Jedes hat seine Vor- und Nachteile im Bezug auf Erreichbarkeit, Aufmerksamkeitsgrad und Messbarkeit.

Text-Mails: Text-Mails bestehen aus reinen Zeichen (ASCII) und sind die ursprüngliche Form von E-Mails. Die Gestaltungsmöglichkeiten bei Text-Mails sind sehr eingeschränkt. Hyperlinks sind jedoch möglich.

Vorteile: Kleine Dateigröße, von allen Mail-clients lesbar, kurze Bearbeitungszeit

Nachteile: Karge Optik, eingeschränkte Auswertbarkeit, keine Bilder einsetzbar



HTML-Mails: HTML ist eigentlich die Programmiersprache für Internetseiten. Moderne E-Mail-Clients wie MS Outlook sind jedoch in der Lage, E-Mails welche in HTML programmiert wurden, zu lesen. Damit wird es möglich, ein E-Mail attraktiv zu gestalten und mit Bildern oder direkten Antwortmöglichkeiten zu versehen.

Vorteile: Hohe Attraktivität, meist höhere Responseraten, sehr gut Möglichkeiten zur Analyse

Nachteile: Programmierkenntnisse notwendig, nicht alle Clients können HTML lesen, im B2B-Bereich oft problematisch wegen Firewalls, zusätzlich ist immer eine reine Text-Version des Mails notwendig.



Rich-Media: Rich Media-Mail steht für eine neue E-Mail-Form, welche die Integration animierter Grafiken, Video- und/oder Toninhalte ermöglicht. Beispiele dafür sind Flash-Animationen, mpeg-Files oder sogar Livestreams welche direkt in das E-Mail eingebunden werden.

Vorteile: hohe Aufmerksamkeit, Ton, Bild

Nachteile: noch nicht alle Mail-Benutzer können Rich Media betrachten, bei Streaming-Inhalte ist eine ständige Internet-Verbindung erforderlich

