

Geprüfte Zahlen auch für Newsletter

Die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) erfasst nun auch Newsletter. Was gibt es dabei zu beachten?

WIEN. Morgens, mittags, abends, Breaking oder einmal in der Woche – wenn das E-Mail-Postfach klingelt, ist die Wahrscheinlichkeit nicht gerade gering, dass sich darin ein Newsletter findet. Seit Kurzem erfasst die ÖAK 25 redaktionelle Newsletter nach Anzahl, durchschnittlichem Versand pro Mailing, Anzahl der Aufrufe sowie deren Öffnungsrate. Die meisten Menschen erreicht gegenwärtig der Falstaff Wein-Newsletter mit rund 126.000 Versendungen. Geöffnet wird er zu 36%. Das führt zu absolut 45.799 Öffnungen. Insgesamt braucht es eine Kombination aus Masse und entsprechender Ansprache. So kommt Gesund/Leben bei nicht einmal 16.000 Versendungen auf fast 13.000 Öffnungen und eine Rate von 70%.

Weitere reichweitenstarke Newsletter kommen von den RegionalMedien Austria, oe24 oder dem Red Bull Media House. Die Abonnenten unterscheiden sich, genauso wie die Öffnungsrate. Und worauf kommt es bei Newslettern im B2B-Kontext an? medianet-Herausgeber Oliver Jonke erzählt von den Erfahrungen, die medianet gemacht hat.

„Teil der DNA“

Online-Wirtschaftsinformation ist Teil der DNA von medianet, erklärt Jonke. Das ist sie seit der Gründung im Jahr 2000. Diesen Newsletter gibt es demzufolge schon lange bevor ihn andere eingesetzt haben. Die medianet-Newsletter haben 41.000 Abonnenten, erscheinen fünfmal pro Woche und erreichen eine Öffnungsrate von 55%. „Über die Jahre hat sich der Newsletter als ideales Tool für Wirtschaftsfachinformation herauskristallisiert,

Newsletter-Ausweisungen März 2024

| Publisher | Name des Newsletters | Anzahl Newsletter | Ø Versand pro Mailing | Öffnungen absolut | Öffnungsrate % |
|---|-----------------------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Wein | 4 | 126.250 | 44.730 | 35 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Österreich | 4 | 99.877 | 37.658 | 38 |
| RegionalMedien Austria AG | MeinBezirk.at | 5 | 103.784 | 33.684 | 32 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Rezepte | 2 | 59.111 | 30.082 | 51 |
| Red Bull Media House GmbH | Bergwelten | 10 | 80.362 | 26.980 | 34 |
| oe24 GmbH | Österreich Digital Edition | 15 | 92.725 | 24.220 | 26 |
| oe24 GmbH | oe24 Daily | 63 | 84.763 | 24.203 | 29 |
| oe24 GmbH | oe24 Society | 4 | 84.394 | 23.896 | 28 |
| oe24 GmbH | oe24 Magazine | 7 | 94.905 | 23.304 | 25 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Living | 5 | 62.211 | 20.489 | 33 |
| Red Bull Media House GmbH | Servus Magazin | 9 | 48.836 | 19.173 | 39 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Travel | 9 | 52.560 | 16.871 | 32 |
| Gesund & Leben | Gesund & Leben | 4 | 16.437 | 12.854 | 78 |
| Wailand & Waldstein GesmbH | Wirtschaftsmagazin Gewinn | 4 | 28.550 | 11.041 | 39 |
| Red Bull Media House GmbH | carpe diem | 3 | 33.993 | 10.391 | 31 |
| Life Style Magazin Verlags GmbH | Bundesländerinnen | 32 | 44.910 | 8.993 | 20 |
| Heute | Top Themen des Tages | 21 | 34.927 | 7.776 | 22 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Profi | 2 | 21.911 | 7.343 | 34 |
| Heute | Heute-Gewinnspiel | 5 | 21.334 | 5.019 | 24 |
| Österreichischer Camping Club | Camping News | 2 | 9.077 | 4.831 | 53 |
| Profil Redaktion GmbH | profil Die neue Ausgabe | 5 | 8.858 | 4.432 | 50 |
| amedien werbe- und verlags gmbh | Prost Partner News | 2 | 17.912 | 4.376 | 24 |
| Heute | Kopfnüsse | 6 | 6.447 | 3.660 | 57 |
| Profil Redaktion GmbH | profil Morgenpost | 17 | 7.940 | 2.672 | 34 |
| Falstaff Verlags GmbH | Falstaff Happy Life | 5 | 9.858 | 2.530 | 26 |
| Heute | Breaking News | 52 | 8.557 | 2.410 | 28 |
| Weka Industrie Medien GmbH/Industriemagazin | Industriemagazin – Daily Briefing | 21 | 8.531 | 2.316 | 27 |

Newsletter 3/2024 nach Öffnungen absolut, Quelle: ÖAK

da sich die Zielgruppe der B2B-Entscheider hochfrequent, branchenübergreifend und fachlich in der Tiefe informieren möchte.“

Ein interessantes Phänomen sei auch, dass viele Abonnenten früher oder später ein verstärktes Interesse entwickeln, auch die eigene Unternehmenskommunikation einzubringen und hier über ihre Unternehmen, Marken und Projekte etwas zu erzählen.

Zur richtigen Zeit

Wichtig sei es, die Zielgruppe und ihre Verhaltensweise richtig einzuschätzen. Wer „Breaking News“ einer Tageszeitung abonniert, will keine besonderen Rezepte erhalten. Werden die Top Themen des Tages versprochen, müssen diese eine hohe Relevanz aufweisen. Der Newsletter von medianet poppt im Idealfall in der Früh am Stand-PC oder Tablet auf, wenn man sich

zu Beginn des Arbeitstages per Mail einen Überblick verschafft.

Daraus ergebe sich ein entscheidender Vorteil in Sachen Aufmerksamkeit, auch im Vergleich zu anderen Medien: „Die Kombination aus hochfrequenter Erscheinung und einer großen Anzahl an B2B-Entscheidungssträgern aus unterschiedlichen Branchen bietet die Möglichkeit einer einzigartigen Reichweite“, so Jonke. (gs)