

VISUELLES UPGRADE

Wie die trustedDialog Preview die unique Click-Through-Rate in Newslettern steigert

DIE ECKDATEN AUF EINEN BLICK



Kunde

Otto GmbH & Co. KGaA



Kampagne & Laufzeit

Newsletter-Mailing zum
Black Friday am 22.11.2025



Genutzte Portale

WEB.DE und GMX



Werbemittel

trustedDialog Preview

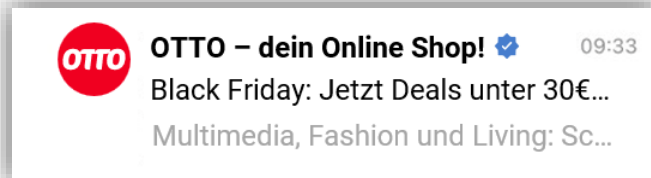
„Der Einsatz von trustedDialog Preview war für uns ein echter Game Changer. Die bildbasierte Ansprache in der E-Mail-Vorschau zieht die Aufmerksamkeit unserer Kundinnen und Kunden auf sich und zeigt Wirkung: So konnten wir unsere unique Click-Through-Rate um über 20 % steigern – ein voller Erfolg.“

Moritz Julian Müller, Senior Channel Manager Digital
OTTO GmbH & Co. KG

Newsletter-Versand mit drei Gruppen

- Für die Untersuchung der Wirkung von trustedDialog Preview („tD Preview“) auf die Interaktion mit einem Newsletter wurde ein A/B/C-Test unter WEB.DE und GMX-Usern durchgeführt, welche den OTTO-Newsletter abonniert und ein Mailing erhalten haben.
- Das Mailing wurde jeweils ohne Vorschaubild (A) oder mit einem Vorschaubild mit textlichem Fokus auf Verknappung („Nur solange der Vorrat reicht“; B) oder einem Vorschaubild mit textlichem Fokus auf einen Call-to-Action (CTA; „Jetzt sparen“; C) versendet.

A: Newsletter ohne trustedDialog Preview



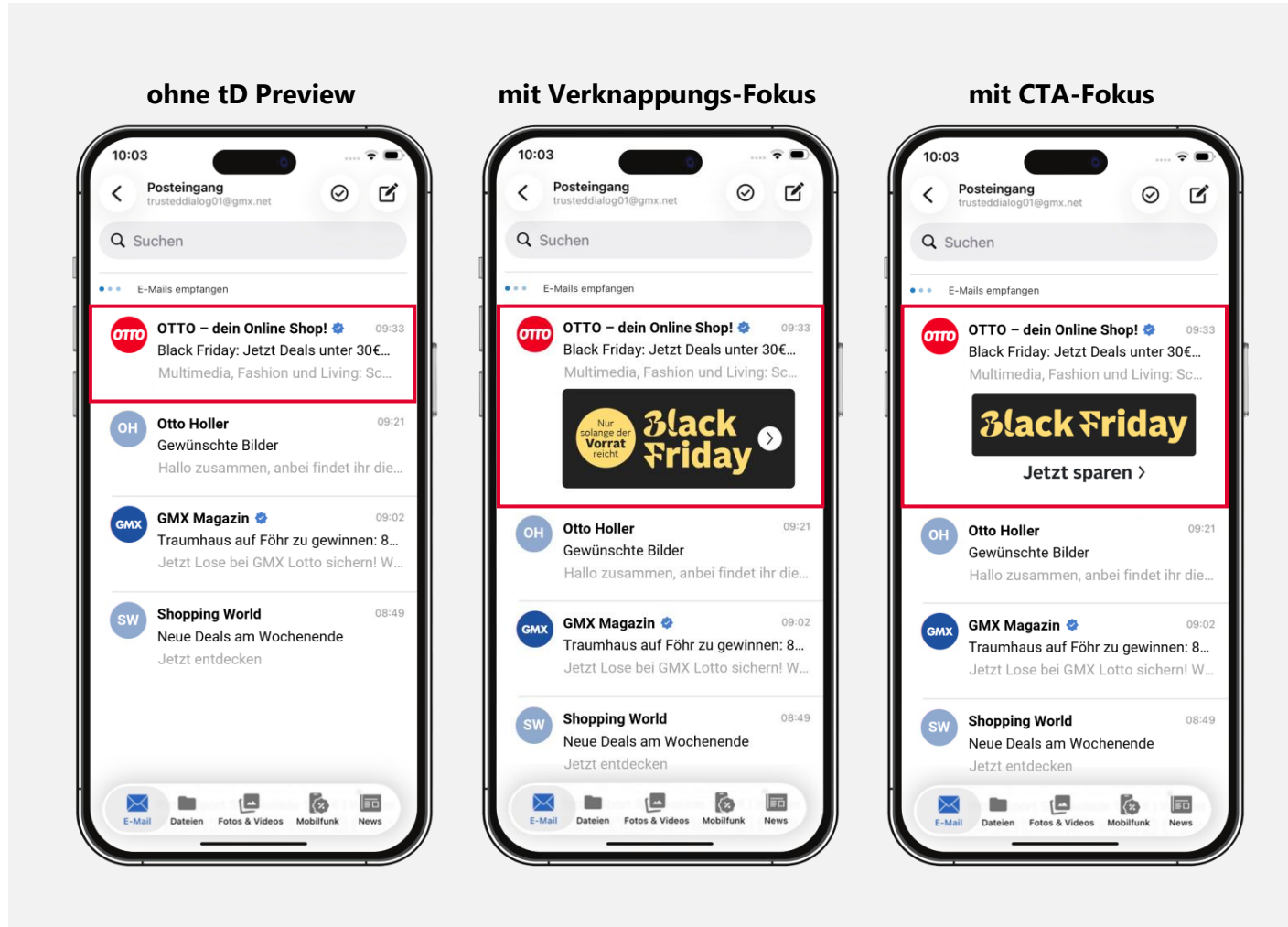
B: Bild mit Verknappungs-Fokus



C: Bild mit CTA-Fokus

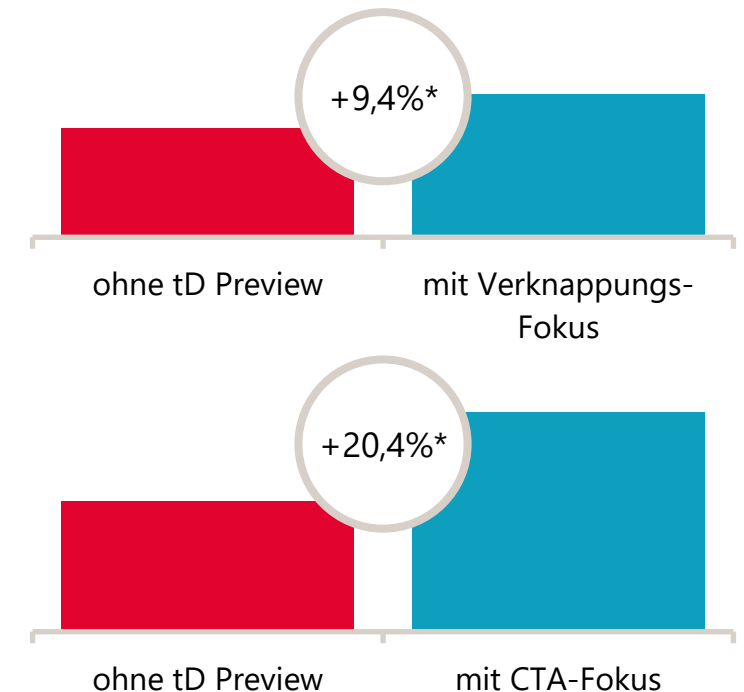


ERGEBNISSE: DEUTLICHE STEIGERUNG DER NEWSLETTER-CTR DURCH DEN EINSATZ EINES VORSCHAUBILDES



Unique Click-Through-Rate (CTR)

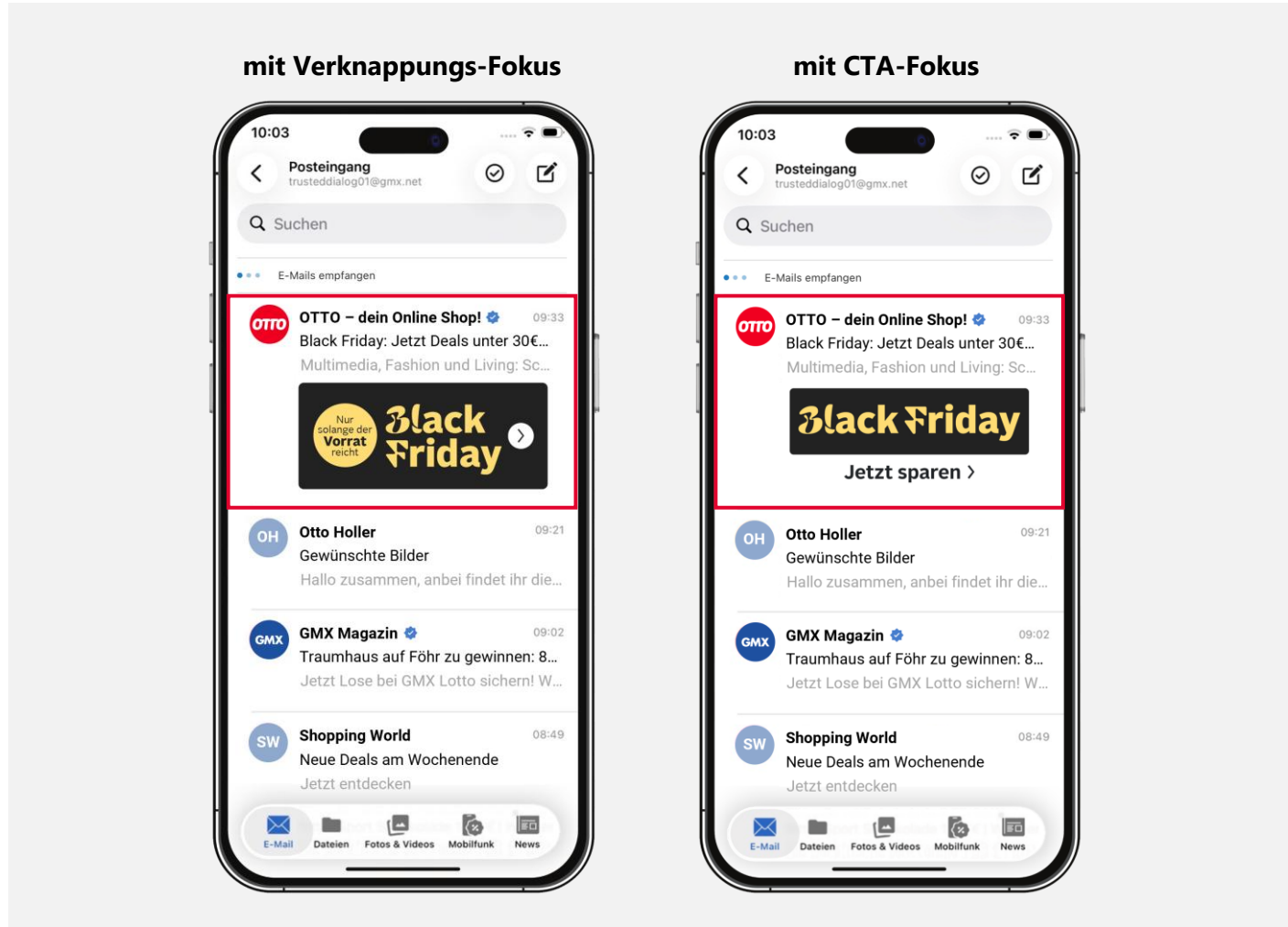
- Der Einsatz eines Vorschaubildes führte zu einer signifikanten Steigerung der unique CTR von bis zu 20,4 Prozent im Vergleich zu einem Newsletter ohne Vorschaubild.



Beispielhafte Darstellung eines E-Mail-Postfachs (GMX App für iOS)

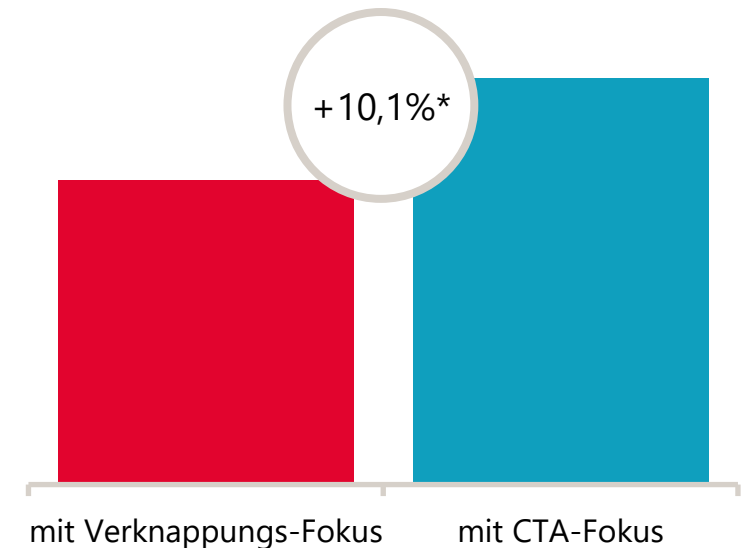
* Statistisch signifikant ($p < .05$)

ERGEBNISSE: STARKER UPLIFT DER CTR DURCH VISUELLE HERVORHEBUNG DES CTA



Unique Click-Through-Rate (CTR)

- Der Einsatz eines Vorschaubildes mit textlichem Fokus auf einen CTA („Jetzt sparen“) führte zu einer signifikanten Steigerung der unique CTR um 10,1 Prozent im Vergleich zu einem Vorschaubild mit textlichem Fokus auf Verknappung („Nur solange der Vorrat reicht“).



Beispielhafte Darstellung eines E-Mail-Postfachs (GMX App für iOS)

* Statistisch signifikant ($p < .05$)



Fazit

- Der Einsatz der trustedDialog Preview steigert die Interaktion der User mit einem Newsletter signifikant.
- Im Fall von OTTO führte die Einbindung eines Vorschaubilds zu einer Steigerung der unique CTR von bis zu 20,4 Prozent.
- Sowohl textliche Verknappung als auch ein handlungsorientierter CTA im Vorschaubild sind wirksame Hebel, um die Klickrate messbar zu erhöhen – den größten Performance-Uplift erzielte das Bild mit CTA-Fokus.



Empfehlungen

- trustedDialog Preview Bilder sollten aktivierende Verknappungs-Botschaften und starke CTAs enthalten, um die User-Interaktion nachhaltig zu erhöhen.
- Texte sollten zur besseren Lesbarkeit in ausreichender Größe eingesetzt werden und die Kernbotschaft hervorheben.
- Weniger ist mehr: Fokussieren Sie sich bei der Gestaltung Ihrer Mailings auf visuelle Anker und eine kontrastreiche Darstellung
- Variationen im Setup und A/B-Tests ermöglichen es, Zielgruppenpräferenzen zu ermitteln und die Performance zu optimieren.

SIND SIE INTERESSIERT? KONTAKTIEREN SIE UNS!



DIANA OLTEANU

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 126

diana.olteanu@united-internet-media.de



ADRIANA NOWAK

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 162

adriana.nowak@united-internet-media.de



THOMAS FRIEDL

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 125

thomas.friedl@united-internet-media.de

www.united-internet-media.de



GMX



mail.com

