

Richtig oder falsch?

In unserer Reihe „Richtig oder falsch?“ dokumentieren wir Marketingtrends und lassen einen Experten urteilen. Diesmal: das Telefax, das heute als Werbe-Dinosaurier gilt. Zu Recht? Anja Gutacker, Geschäftsführerin der GTC TeleCommunication GmbH, sorgt seit mehr als 25 Jahren für die elektronische Kommunikation vieler Firmen.



Anja Gutacker

Das Fax-Mailing hat gegen die E-Mail keine Chance. Richtig oder falsch, Frau Gutacker?

„Falsch – gerade im B2B-Bereich hat das Fax klare Pluspunkte: Faxe durchlaufen keine Spam-Filter, in denen so manche E-Mail hängenbleibt. Sie sind auch physisch präsent und der Empfänger muss das Fax durchsehen, um den Informationsgehalt zu bestimmen – im Gegensatz zur E-Mail, die oft ungelesen gelöscht wird. Per Fax erhält der Versender daher sicheren Kontakt zum Empfänger.

Ein weiterer Punkt: Da Faxe seltener verschickt werden als E-Mails, erhalten sie deutlich mehr Aufmerksamkeit. Unsere Kunden berichten regelmäßig von einem höheren Rücklauf bei einer Fax- im Vergleich zur E-Mail-Aktion. Und: Man möchte es kaum glauben, aber es gibt

auch heute noch Branchen, die wenig mit E-Mails arbeiten und deshalb auf elektronischem Weg nur per Fax sicher erreichbar sind, zum Beispiel Ärzte, Apotheken, die Gastronomie, Handwerker.

Letztlich haben Fax und E-Mail unterschiedliche Qualitäten und Einsatzgebiete. Optimal nutzt man im B2B-Bereich die Vorteile beider Kanäle: Ein Newsletter lässt sich in jedem Fall schicken und werbewirksam per E-Mail versenden – mit Vorlagen im Responsive Design können diese sogar optimal auf dem Handy gelesen werden. Aufmerksamkeitsstärker per Fax versenden lassen sich dafür wichtige Informationen beispielsweise über Schließtage sowie einzelne Sonderaktionen. Es kommt also auf die Zielgruppe und die spezielle Aufgabenteilung an, ob das Fax oder die E-Mail das richtige Ansprache-Medium ist.“ ■