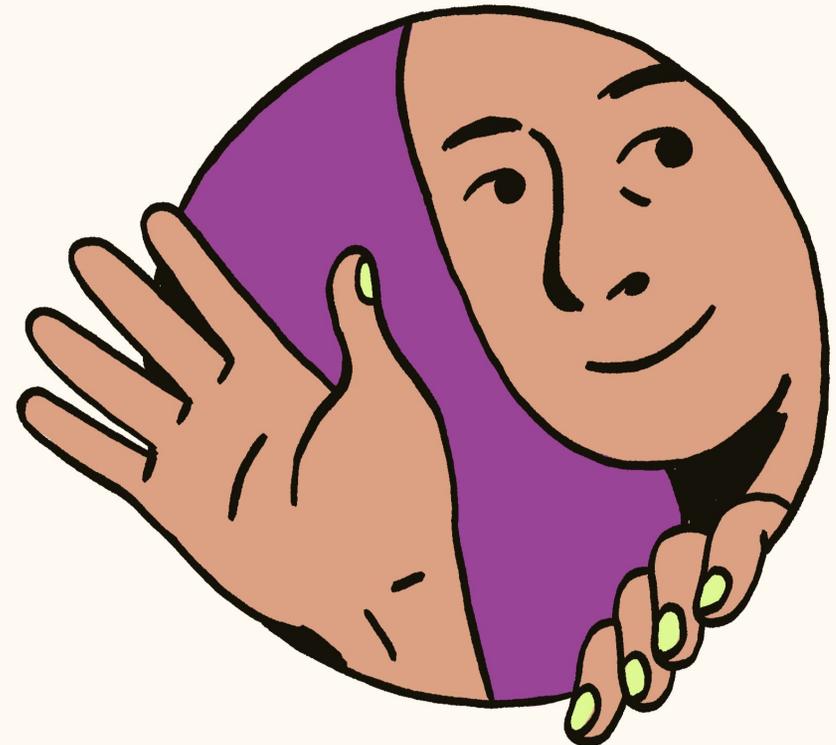


# Die ultimativen E-Mail-Vorlagen zur Rückgewinnung von Kund:innen

Nutzen Sie unsere Vorlagen, um Kund:innen erneut anzusprechen und Kundenbeziehungen wiederherzustellen.

Unsere Vorlagen enthalten Beispieltexte für verschiedene Szenarien zur Rückgewinnung von Kund:innen. Passen Sie jede Vorlage mit relevanten Details zur jeweiligen Situation oder Ihrer Markenkommunikation an, um die Wirksamkeit Ihrer E-Mail zu maximieren.



# Inhaltsverzeichnis

- 3** [Unternehmens-Update zur Rückgewinnung](#)
- 4** [Erinnerungs-E-Mail zur Rückgewinnung](#)
- 5** [Angebotsbasierte Rückgewinnung](#)
- 6** [Rückgewinnung per Feedback-Anfrage](#)
- 7** [Letzte Chance zur Rückgewinnung](#)
- 8** [Rabattaktion zur Rückgewinnung](#)
- 9** [Content-Highlight-Rückgewinnung](#)
- 10** [FOMO-E-Mail zur Rückgewinnung](#)
- 11** [Geburtstags-E-Mail zur Rückgewinnung](#)
- 12** [Jubiläums-E-Mail zur Rückgewinnung](#)

# Unternehmens- Update zur Rückgewinnung

Die E-Mail-Vorlage für Unternehmens-Updates zur Rückgewinnung hilft Ihnen dabei, den Kontakt zu ehemaligen Kund:innen wiederherzustellen, indem Sie spannende Produktneuheiten und Verbesserungen hervorheben. Ziel ist es, das Interesse zu wecken und Kund:innen dazu zu motivieren, erneut mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen in Interaktion zu treten.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Sie fehlen uns Viele spannende Updates

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

wir waren fleißig am Werk und freuen uns, Ihnen nun einige interessante Aktualisierungen und Verbesserungen präsentieren zu können – für eine bessere Customer Experience mit [Name des Unternehmens].

Bei [Name des Unternehmens] hat sich einiges getan, und wir möchten Ihnen nicht vorenthalten, was es Neues gibt:

[Neue Eigenschaft oder neuer Prozess, zum Beispiel verbesserte User Experience, verbesserte Funktionen, exklusive Angebote usw.]

[Neue Eigenschaft oder neuer Prozess, zum Beispiel verbesserte User Experience, verbesserte Funktionen, exklusive Angebote usw.]

[Neue Eigenschaft oder neuer Prozess, zum Beispiel verbesserte User Experience, verbesserte Funktionen, exklusive Angebote usw.]

Wir würden uns sehr freuen, Sie wieder bei uns begrüßen zu dürfen!

[CTA-Button]

# Erinnerungs-E-Mail zur Rückgewinnung

Die Erinnerungs-E-Mail zur Rückgewinnung gibt ehemaligen Kund:innen einen sanften Impuls, die im Laufe der Zeit möglicherweise abgewandert oder Ihrer Marke entglitten sind. Sie dient als herzliche Einladung, sich erneut an die positiven Erfahrungen mit Ihrem Unternehmen zu erinnern.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Wir sind immer noch für Sie da: Eine kurze Erinnerung von [Name des Unternehmens]

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

im Alltag bleibt oft wenig Zeit, und wir sind uns bewusst, wie schnell schöne Erinnerungen oft verblassen. Deshalb laden wir Sie ein, sich noch einmal in die Welt von [Name des Unternehmens] zurückzugeben.

Erinnern Sie sich an [erwähnen Sie eine personalisierte Experience, zum Beispiel in Bezug auf den Einkaufsverlauf oder frühere Interaktionen]?

Reisen Sie mit uns zurück in die Vergangenheit und entdecken Sie erneut die vielen Inspirationen und Innovationen, die [Name des Unternehmens] so besonders machen. Wir haben in letzter Zeit viel Interessantes entwickelt, und wir freuen uns darauf, sie auf diese Reise mitzunehmen.

[CTA-Button]

# Angebotsbasierte Rückgewinnung

Die Angebots-basierte Rückgewinnungs-E-Mail lockt Kund:innen zurück zu Ihrer Marke, indem sie ein exklusives und personalisiertes Angebot unterbreitet. Der Call-to-Action erzeugt ein Gefühl der Dringlichkeit und liefert einen konkreten Anreiz, erneut mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen in Kontakt zu treten.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Sie fehlen uns! Mit diesem Spezialangebot möchten wir Sie wieder zu uns zurückholen!

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

wir haben in letzter Zeit nichts von Ihnen gehört und vermissen Sie als Mitglied der [Name des Unternehmens]-Community. Wir möchten Ihnen ein spezielles Angebot vorstellen und uns für Ihre Unterstützung in der Vergangenheit bedanken.

[Angebotsdetails]

Wir möchten Sie dazu einladen, die Customer Experience, die Sie bei [Name des Unternehmens] erwartet, neu zu entdecken.

Lösen Sie Ihr exklusives Angebot unten ein:

[CTA-Button]

# Rückgewinnung per Feedback-Anfrage

Die Feedback-basierte Rückgewinnungs-E-Mail lädt Kund:innen dazu ein, ihre Gedanken und Erfahrungen mit Ihnen zu teilen. Diese Nachricht signalisiert, dass Ihnen ihre Meinung wichtig ist und Sie ihre Perspektive wertschätzen – selbst dann, wenn sie keine aktiven Kund:innen mehr bleiben.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Ihre Stimme zählt! Was möchten Sie [Name des Unternehmens] gerne mitteilen?

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

es ist schon einige Zeit her, dass wir Sie bei [Name des Unternehmens] begrüßen durften, und wir würden gerne von Ihren Erfahrungen hören. Ihre Ansichten sind für uns sehr wertvoll, und Ihr Feedback kann uns helfen, unsere Marke zukünftig zu gestalten.

Teilen Sie uns Ihr Feedback mit: [CTA-Button zu Website oder Feedback-Formular]

Wir freuen uns auf Ihre Antwort.

# Letzte Chance zur Rückgewinnung

Auch wenn Rückgewinnungskampagnen in erster Linie darauf abzielen, Kund:innen zu halten, werden einige sich dennoch dauerhaft abwenden. In solchen Fällen kann eine „Letzte Chance“-E-Mail dazu beitragen, Ihre Mailingliste gezielt zu bereinigen – so stellen Sie sicher, dass Ihre Nachrichten nur noch Personen erreichen, die echtes Interesse an Ihrer Marke haben.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Letzte Gelegenheit Damit Sie nichts verpassen.

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

dies ist Ihre letzte Chance, auf dem Laufenden zu bleiben! Nach dieser Nachricht werden Sie keine weiteren Updates mehr von uns erhalten. Wir haben Sie gern bei uns und möchten sicherstellen, dass Sie über die vielen spannenden Entwicklungen bei uns informiert bleiben.

Wenn Sie weiterhin Updates erhalten und [Name des Unternehmens] zukünftig begleiten möchten, sollten Sie jetzt aktiv werden.

[CTA-Button: „Ich möchte auf der Liste bleiben“]

# Rabattaktion zur Rückgewinnung

Die rabattbasierte Rückgewinnungs-E-Mail macht Kund:innen auf einen umfassenden Sale aufmerksam und begeistert sie mit einem exklusiven Rabatt. Verleihen Sie der Nachricht eine persönliche Note und ein Gefühl von Exklusivität, indem Sie die Empfänger:innen als geschätzte Mitglieder ansprechen und ihnen einen VIP-Code anbieten.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Exclusive: Your VIP access to a site-wide sale is here!

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

als geschätztes Mitglied unserer Community freuen wir uns, Ihnen eine exklusive VIP-Einladung übermitteln zu dürfen!

Profitieren Sie von [Rabatt-Prozentzahl]% Rabatt auf das GESAMTE Sortiment!

Unsere gesamte Kollektion ist nur für kurze Zeit im Angebot – und wir möchten sicherstellen, dass Sie sich die besten Deals als Erste:r sichern können. Von [beliebtes Produkt hervorheben] bis [weitere beliebte Kategorie nennen] ist alles, was Sie lieben, jetzt zum exklusiven Vorteilspreis mit [Rabatt-Prozentzahl]% Rabatt erhältlich. Verwenden Sie einfach den Code [INDIVIDUELLER CODE] beim Checkout, um Ihren VIP-Rabatt einzulösen.

[CTA-Button: „Jetzt shoppen & sparen“]

Verpassen Sie es nicht – das Angebot endet am [Enddatum]. Gönnen Sie sich heute etwas ganz Besonderes!

# Content-Highlight -Rückgewinnung

Die Content-basierte Rückgewinnungs-E-Mail präsentiert die neuesten und wertvollsten Inhalte auf Ihrer Website. Die Nachricht ist personalisiert, geht auf die sich wandelnden Interessen der Kund:innen ein und motiviert dazu, die aktuellen Inhalte zu entdecken.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Ihr persönliches Update von [Firmenname]

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

entdecken Sie unsere neuesten Inhalte!

Ob spannende Artikel, hilfreiche Tipps oder inspirierende Geschichten – in unserer kuratierten Sammlung aktueller Inhalte finden Sie garantiert etwas Wertvolles. Von [personalisierter erster Link] bis [personalisierter zweiter Link] ist bestimmt auch für Sie etwas Interessantes dabei.

[CTA-Button: „Neue Inhalte entdecken“]

# FOMO-E-Mail

## zur Rückgewinnung

Die FOMO-basierte Rückgewinnungs-E-Mail (Fear of Missing Out) erzeugt ein Gefühl der Dringlichkeit, indem sie Kund:innen auf einen auslaufenden Sale hinweist. Die Formulierungen betonen die Exklusivität und zeitliche Begrenzung des Angebots und regen dazu an, sofort zu handeln, um die Ersparnisse nicht zu verpassen.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Letzter Aufruf: Sichern Sie sich Ihre Ersparnisse, bevor es zu spät ist!

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

die Zeit drängt – und wir möchten nicht, dass Sie etwas ganz Besonderes verpassen. Der exklusive Sale von [Firmenname] nähert sich seinem Ende!

[Ihr Angebot mit Ablaufdatum]

Jetzt ist der perfekte Moment, sich Ihre Lieblingsprodukte mit unwiderstehlichen [Rabatt-Prozentzahl]% Rabatt zu sichern! Aber beeilen Sie sich – dieses Angebot läuft am [Datum/Uhrzeit] ab. Lassen Sie sich diese Ersparnis nicht entgehen.

[CTA-Button: „Jetzt shoppen & sparen“]

# Geburtstags-E-Mail zur Rückgewinnung

Die Geburtstags-Rückgewinnungs-E-Mail wurde entwickelt, um inaktive Kund:innen an ihrem besonderen Tag erneut anzusprechen. Ein personalisiertes Geburtstagsangebot verleiht der Nachricht eine persönliche und wertschätzende Note und schafft ein Gefühl von Feierlichkeit und Anerkennung.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag! Ihr besonderes Geschenk von [Firmenname]

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

wir wünschen Ihnen einen Tag voller Freude, Lachen und all der schönen Dinge, die das Leben zu bieten hat! Anlässlich Ihres besonderen Tages denken wir gerne an die tollen gemeinsamen Momente mit [Firmenname] zurück.

[Personalisierte Nachricht basierend auf Kauf- oder Browserverhalten einfügen.]

Um Ihren Geburtstag noch ein bisschen besonderer zu machen, haben wir ein kleines Geschenk für Sie vorbereitet:

Exklusives Geburtstagsangebot: [Rabatt-Prozentzahl]%  
Rabatt auf Ihren nächsten Einkauf!

Verwenden Sie beim Bezahlen einfach den Code [INDIVIDUELLER CODE], um sich dieses besondere Extra zu sichern. Damit möchten wir uns bei Ihnen bedanken – für Ihre Treue zur [Firmenname]-Familie und dafür, dass wir ein weiteres großartiges Jahr gemeinsam feiern dürfen.

# Jubiläums-E-Mail zur Rückgewinnung

Die Jubiläums-Rückgewinnungs-E-Mail richtet sich an Kund:innen zum Jahrestag ihres ersten Kaufs oder ihrer ersten Interaktion mit Ihrer Marke. Die Nachricht würdigt die gemeinsam verbrachte Zeit und drückt Dankbarkeit für die Treue der Kund:innen aus.

**An:** [E-Mail-Adresse]

**Betreff:** Feiern Sie mit uns: Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum von [Firmenname]

Sehr geehrte(r) [Kundenname],

können Sie glauben, dass es bereits [Anzahl] Jahre her ist, seit Sie Teil der [Firmenname]-Familie geworden sind?

Zu diesem besonderen Anlass haben wir ein exklusives Geschenk für Sie vorbereitet:

Jubiläums-Special: [Rabatt-Prozentzahl]% Rabatt auf Ihren nächsten Einkauf!

Verwenden Sie beim Bezahlen einfach den Code [INDIVIDUELLER CODE], um dieses Dankeschön einzulösen. So möchten wir uns bei Ihnen bedanken – dafür, dass Sie ein wertvoller Teil unserer Geschichte sind und wir ein Teil Ihrer sein dürfen.

[CTA-Button: „Jubiläumsgeschenk einlösen“]

