

# E-Mail Programm kostenlos: Profi-Tools für smarte Marketer

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 14. Februar 2026



# E-Mail Programm kostenlos: Profi-Tools für smarte Marketer

Du würdest einem Chirurgen auch nicht mit einem Buttermesser operieren lassen – also warum sabotierst du dein E-Mail-Marketing mit unterirdischen Tools? Wer heute noch glaubt, dass „kostenlos“ gleichbedeutend mit „nutzlos“ ist, hat die Evolution der E-Mail-Marketing-Tools verschlafen. In diesem Artikel zerlegen wir die besten kostenlosen E-Mail-Programme – technisch, strategisch

und gnadenlos ehrlich.

- Welche kostenlosen E-Mail-Programme 2024 wirklich was taugen – und welche du meiden solltest
- Warum Open Source und DSGVO-konform nicht automatisch altmodisch heißen muss
- Die wichtigsten Funktionen, die auch kostenlose Tools heute liefern müssen
- Technische Anforderungen: Von SMTP bis API – was dein Tool können muss
- Warum viele bezahlte Tools nicht besser sind als die Top-Free-Alternativen
- Inklusive Profi-Hacks für den cleveren Einsatz kostenloser Software
- Praxisbeispiele und Use Cases: Vom Newsletter bis zur Marketing-Automation
- Der große Vergleich: MailerLite, Sendinblue, Mailchimp & Co. im Realitätscheck
- Step-by-Step: So baust du dein E-Mail-Marketing-Setup mit null Euro Budget
- Fazit: Wer billig baut, muss nicht billig wirken – wenn er weiß, was er tut

# Kostenlose E-Mail Programme im Vergleich: Was taugt wirklich?

Das Keyword „E-Mail Programm kostenlos“ klingt im ersten Moment nach Hobby-Bastler, Spam-Versender oder 2005er Newsletter-Optik. Aber die Realität sieht 2024 ganz anders aus. Die Tool-Landschaft hat sich professionalisiert. Viele Anbieter bieten erstaunlich umfangreiche Gratis-Versionen, mit denen sich nicht nur Newsletter verschicken, sondern komplett Marketing-Automationen abbilden lassen – inklusive segmentierter Zielgruppen, A/B-Tests und Trigger-basierten Kampagnen.

Besonders beliebt sind Tools wie MailerLite, Sendinblue (jetzt Brevo), Benchmark Email oder Mailchimp – wobei letzteres eher durch aggressive Upselling-Strategien als durch echte Freigiebigkeit glänzt. Entscheidend ist: Wer ein kostenloses E-Mail Programm sucht, sollte nicht nur auf die Anzahl der Kontakte oder E-Mails pro Monat schauen, sondern auf die technischen Features.

Darunter fallen Dinge wie API-Zugriff, SMTP-Integration, Automation-Workflows, DSGVO-Kompatibilität, Tagging-Systeme, responsive Templates, Webhooks und die Möglichkeit, Transaktions-mails zu verschicken. Viele Tools bieten das – aber nicht alle kostenlos. Und genau hier trennt sich die Spreu vom Weizen.

Wer sein E-Mail-Marketing ernst nimmt, braucht mehr als nur einen Drag-and-Drop-Editor. Du brauchst ein System, das skaliert, sauber integriert und rechtlich auf der sicheren Seite ist. Und ja, das geht auch kostenlos – wenn du weißt, was du tust.

# Technische Anforderungen an ein kostenloses E-Mail Programm

Ein modernes E-Mail Programm – selbst wenn es kostenlos ist – muss mehr können als nur HTML-E-Mails verschicken. Wir reden hier von einer technischen Infrastruktur, die mindestens SMTP-Unterstützung, eine stabile API, SPF/DKIM-Konfiguration, Bounce-Handling und automatisierte Opt-in/Opt-out-Prozesse mitbringt. Klingt nach Enterprise-Level? Ist mittlerweile Standard – auch im Free-Tier.

Die wichtigsten technischen Features, auf die du achten solltest:

- SMTP-Zugang: Unverzichtbar für Transaktions-mails, automatisierte Systeme und individuelle Setups.
- API-Integration: Ermöglicht Anbindung an CRM, Shopsysteme und Custom Backends. REST oder GraphQL sind hier die Standards.
- SPF, DKIM, DMARC: Ohne diese Authentifizierungsprotokolle landest du zuverlässig im Spam.
- Webhooks: Für Echtzeit-Kommunikation zwischen deinem E-Mail-Tool und anderen Systemen – z.B. bei Anmeldungen, Klicks oder Bounces.
- Automatisierungsfunktionen: Wer heute noch manuell Geburtstags-mails schreibt, hat den Schuss nicht gehört.

Tools wie Brevo oder MailerLite erfüllen diese Kriterien – teilweise besser als ihre kostenpflichtigen Konkurrenten. Wichtig ist, dass du beim Setup die gesamte technische Infrastruktur im Blick hast: DNS-Einträge, Domain-Zertifizierungen, Blacklist-Monitoring und IP-Reputation.

Und nein, das ist kein Hexenwerk. Aber es ist auch kein Kindergeburtstag. Wer auf E-Mail-Marketing als Kanal setzt, muss bereit sein, sich mit der Technik auseinanderzusetzen. Oder sich wenigstens helfen zu lassen. Alles andere ist Spam mit Ansage.

## Die besten kostenlosen E-Mail Programme für echte Marketer

Wir haben uns durch unzählige Tools gewühlt, Dokumentationen gelesen, Accounts erstellt, E-Mails versendet und Fehler provoziert. Hier ist unser ungeschöner Blick auf die besten kostenlosen E-Mail Programme, Stand 2024:

- MailerLite: Bis zu 1.000 Abonnenten und 12.000 Mails pro Monat. Inklusive Automationen, Tagging, Landingpages und API. Technisch solide, UI modern, kaum Einschränkungen – klare Empfehlung.
- Brevo (ehem. Sendinblue): 300 E-Mails pro Tag, unbegrenzte Kontakte.

DSGVO-konform, mit SMS-Versand, CRM-Funktion, Transaktionsmails und Automation. Der SMTP-Server ist Gold wert.

- Benchmark Email: 500 Abonnenten, 3.500 E-Mails/Monat. Gute Automations-Engine, responsive Templates, API-Zugriff. Leider etwas altbackene UI.
- Mailchimp: 500 Kontakte, 1.000 Mails/Monat in der Free-Version. Funktional eher "Free Trial mit Werbebanner". Technisch stark, aber die Free-Variante ist brutal eingeschränkt.
- Moosend: Temporär kostenlos mit vollem Funktionsumfang – aber Achtung: stark limitiert, wenn du nicht schnell zahlst.

Fazit: Wer ernsthaft automatisieren will, landet fast zwangsläufig bei MailerLite oder Brevo. Beide bieten APIs, SMTP, Automation, DSGVO-Konformität und hohe Zustellbarkeit – ohne gleich 50 Euro im Monat zu verlangen. Finger weg von Tools, die wichtige Features hinter Paywalls verstecken oder dich mit UI aus dem Jahr 2012 quälen.

# E-Mail Marketing ohne Budget: So baust du dein Setup Schritt für Schritt

Du willst ein E-Mail Programm kostenlos nutzen und trotzdem professionelles Marketing betreiben? Challenge accepted. Hier ist dein technischer Fahrplan, wie du dir mit null Euro ein sauberes, skalierbares Setup aufbaust:

## 1. Domain & Authentifizierung

Besorge dir eine eigene Domain. Konfiguriere SPF, DKIM und DMARC in deinem DNS. Ohne Authentifizierung keine Zustellbarkeit.

## 2. Tool auswählen

Entscheide dich für MailerLite oder Brevo. Erstelle einen Account und verbinde deine Domain.

## 3. Importstruktur definieren

Bereinige deine Kontaktliste, importiere sie DSGVO-konform und segmentiere sie nach Interessen, Verhalten oder Herkunft.

## 4. Templates bauen

Erstelle mobiloptimierte HTML-Templates. Nutze UTM-Parameter für Kampagnen-Tracking in Google Analytics.

## 5. Automation aufsetzen

Erstelle Onboarding-Flows, Reminder-Mails und Trigger-E-Mails (z. B. bei Warenkorbabbruch) – alles im Free-Tier möglich.

## 6. Testen & Monitoren

Prüfe Zustellbarkeit mit Tools wie Mail-Tester.com, analysiere Öffnungs- und Klickraten und optimiere deine Betreffzeilen via A/B-Test.

Mit diesem Setup kannst du locker 5.000 Empfänger erreichen, ohne einen Cent auszugeben – und trotzdem professionell auftreten. Wer clever segmentiert, personalisiert und automatisiert, kann mit einem kostenlosen E-Mail Programm Umsatz generieren, der locker Premium-Tools refinanzieren würde – aber warum, wenn's auch gratis geht?

# Warum kostenlos nicht billig heißen muss – und was du vermeiden solltest

Es gibt zwei Arten von “kostenlos”: clever und dumm. “Clever kostenlos” heißt: Du nutzt Tools bis zur Leistungsgrenze aus, verstehst ihre Limits und planst Skalierung. “Dumm kostenlos” bedeutet: Du verschickst ungetestete Massenmails aus deinem Gmail-Account und wunderst dich über 0 % Öffnungsrate.

Die größten Fehler beim Einsatz kostenloser E-Mail Programme:

- Keine eigene Domain / keine Authentifizierung – hallo Spamfilter!
- Keine Segmentierung der Zielgruppe – Streuverluste garantiert
- Fehlende Automation – manuelle Mails sind 2024 nicht mehr tragbar
- Unzureichende Tests – wenn dein HTML auf Outlook zerfällt, bist du raus
- Ignorieren von Analytics – wer nicht misst, ist nicht datengetrieben, sondern blind

Professionelles E-Mail-Marketing ist kein Tool-Thema, sondern ein Mindset. Und wer glaubt, dass kostenlos automatisch unprofessionell ist, hat das Internet nicht verstanden. Tools sind nur so gut wie der Mensch, der sie einsetzt. Punkt.

## Fazit: Gratis kann verdammt gut sein – wenn du weißt, was du tust

Ein E-Mail Programm kostenlos zu nutzen, bedeutet nicht, auf Qualität zu verzichten – im Gegenteil. Einige der besten Tools am Markt bieten Free-Pläne, die für 80 % der Use Cases vollkommen ausreichen. Wer sich technisch auskennt, kann damit skalieren, automatisieren und verkaufen – ohne sich von Monatsabos abhängig zu machen.

Die Wahrheit ist: Du brauchst kein fettes Budget, du brauchst Fähigkeiten. Wer weiß, wie man DNS-Einträge setzt, APIs nutzt und Segmentierung richtig einsetzt, kann mit einem kostenlosen Tool mehr erreichen als so mancher Konzern mit einem Fünfstelligen Martech-Stack. Willkommen in der Realität. Willkommen bei 404.