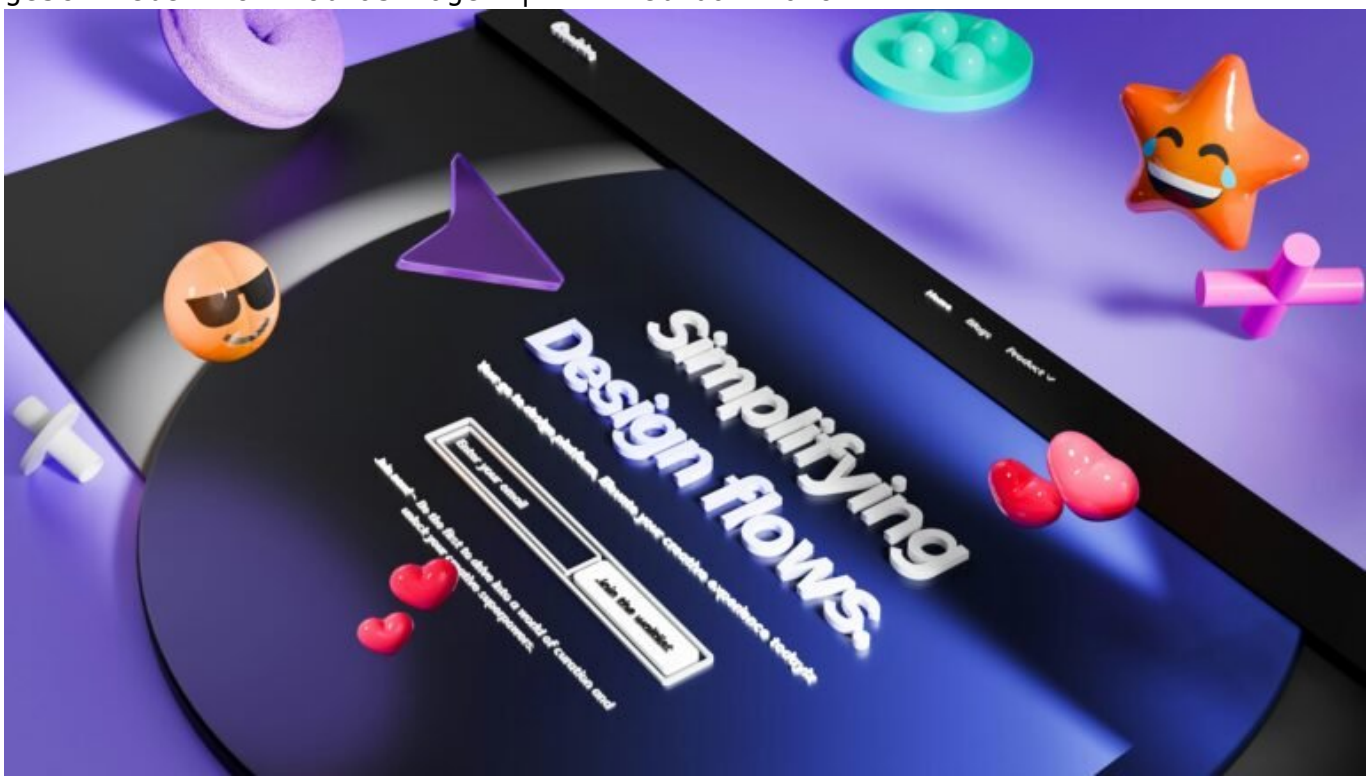
Email kostenlose Tools: Profi-Tipps für Marketing-Erfolg sichern!

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 14. Februar 2026



Email kostenlose Tools: Profi-Tipps für Marketing-Erfolg sichern!

Du willst E-Mail-Marketing machen, hast aber keine Lust, gleich ein Monatsgehalt für Software zu verballern? Willkommen im Club. Die gute Nachricht: Es gibt haufenweise kostenlose E-Mail-Tools, die nicht nur was taugen, sondern dir auch echte Marketingpower geben – wenn du weißt, wie du sie richtig einsetzt. Hier gibt’s die gnadenlos ehrliche Übersicht über die besten Gratis-Tools und wie du sie für maximale Wirkung nutzt. Ohne Bullshit. Ohne Verkaufsmasche. Nur funktionierende Technik und echte Tipps.

- Die besten kostenlosen E-Mail-Marketing-Tools für 2024 im Vergleich

- Welche Funktionen du wirklich brauchst – und was du ignorieren kannst
- Wie du mit Free-Plänen trotzdem professionelles Marketing machst
- Tools für Newsletter, Automatisierung, A/B-Tests und Analytics
- Warum viele “kostenlose” Tools dich heimlich limitieren – und wie du das vermeidest
- Technische Tipps: DKIM, SPF, Domain-Authentifizierung & Co.
- Wie du Spamfilter überlistest und deine Zustellrate optimierst
- Schritt-für-Schritt: So richtest du ein kostenloses E-Mail-System professionell ein

Die besten kostenlosen E-Mail-Marketing-Tools 2024: Vergleich & Überblick

Der Markt für E-Mail-Marketing-Tools ist inzwischen so überfüllt wie dein Posteingang nach einem Black-Friday-Wochenende. Doch unter all den Buzzword-getränkten Plattformen gibt es ein paar kostenlose Tools, die wirklich performen. Ganz vorne mit dabei: MailerLite, Brevo (ehemals Sendinblue), Mailchimp, Benchmark Email und Moosend. Sie alle bieten Free-Pläne – aber die Unterschiede liegen im Detail.

MailerLite punktet mit einer der intuitivsten Benutzeroberflächen auf dem Markt und einer starken Automatisierungsengine – sogar im kostenlosen Plan. Du bekommst bis zu 1.000 Abonnenten und 12.000 E-Mails pro Monat. Klingt gut? Ist es auch, solange du keine Hardcore-Segmentierung brauchst.

Brevo bietet dir 300 E-Mails pro Tag, was auf den ersten Blick mickrig wirkt. Aber Achtung: Brevo ist stark beim Thema Transaktionsmails und API-Zugriff – und das kostenlos. Wer also E-Commerce betreibt oder automatisierte Mails aus einem Shop-System versenden will, sollte Brevo definitiv testen.

Mailchimp war früher der König der kostenlosen Tools. Heute ist der Free-Plan leider kastrierter als ein Spam-Filter auf Steroiden: Nur 500 Kontakte, 1.000 Mails im Monat und kaum Automatisierung. Trotzdem solide, wenn du einfach nur einen hübschen Newsletter verschicken willst.

Benchmark Email und Moosend sind Geheimtipps. Beide liefern solide Free-Pläne mit bis zu 2.000 Kontakten (Benchmark) und bieten Drag-and-Drop-Editor, Autoresponder und Analysefunktionen. Für Einsteiger und kleinere Projekte absolut ausreichend – und technisch sauber umgesetzt.

Essenzielle Funktionen: Was du

wirklich brauchst – und was du dir sparen kannst

Bevor du dich in UI-Spielereien und Design-Templates verlierst, solltest du wissen, welche Funktionen im E-Mail-Marketing wirklich zählen. Spoiler: Es sind nicht die bunten Templates. Es geht um Zustellbarkeit, Automatisierung, Tracking und Authentifizierung. Der Rest ist Deko – nice, aber nicht entscheidend.

Absolut notwendig sind:

- Ein DSGVO-konformes Double-Opt-In-System
- Automatisierungen (Willkommensmail, Geburtstagsmails, etc.)
- Segmentierung – also das gezielte Bespielen bestimmter Zielgruppen
- Analytics: Öffnungsrate, Click-Through-Rate, Bounces und Abmeldungen
- Personalisierung (Name, Verhalten, Interessen)
- SPF, DKIM und DMARC-Authentifizierung

Worauf du verzichten kannst, wenn du nicht gerade Fortune 500 bist:

- KI-basierte Betreffzeilen-Optimierung – klingt fancy, bringt meist nichts
- AMP-E-Mails – kaum unterstützt, technisch instabil
- Gamification-Module – Spielerei ohne messbaren ROI

Konzentriere dich auf die Basics, und du wirst mehr erreichen als 90 % der Marketer, die sich in Templates verlieren. Funktion schlägt Design – besonders bei E-Mails.

Technisch sauber: Authentifizierung, Zustellbarkeit und Anti-Spam-Maßnahmen

Hier wird’s nerdig – und genau deshalb wichtig. Denn was bringt dir der schönste Newsletter, wenn er im Spam-Ordner landet oder gar nicht ankommt? E-Mail-Zustellbarkeit hängt nicht vom Glück ab, sondern von technischen Setups. Und die kannst du optimieren – auch mit kostenlosen Tools.

Erste Regel: Setze SPF, DKIM und idealerweise auch DMARC korrekt auf. Diese drei Einträge in deinem DNS sagen dem empfangenden Mailserver, dass deine Mails echt sind – und nicht aus einer nigerianischen Phishing-Farm stammen. Viele Tools wie MailerLite oder Brevo geben dir hierfür exakte Anleitungen. Ignorier sie nicht.

So richtest du SPF, DKIM und DMARC ein:

- Logge dich bei deinem Domain-Registrar ein
- Füge einen SPF-Eintrag hinzu: z. B. v=spf1 include:_spf.mailerlite.com ~all
- Füge einen DKIM-CNAME-Eintrag gemäß Anbieteranleitung hinzu
- Optional: Setze einen DMARC-Eintrag, z. B. v=DMARC1; p=none; rua=mailto:dmarc@deinedomain.de

Zweite Regel: Nutze keine gekauften E-Mail-Listen. Niemals. Deine Bounce-Rate wird explodieren, deine Domain Reputation leiden, und der Algorithmus von Gmail & Co. wird dich schneller blockieren als du "Newsletter" sagen kannst. Baue deine Liste organisch auf – langsam, aber sauber.

Dritte Regel: Teste deine Mails vor dem Versand. Tools wie mail-tester.com oder GlockApps zeigen dir, wie deine Mails bei verschiedenen Anbietern bewertet werden – inklusive Spam-Risiko, fehlender Authentifizierung oder Blacklist-Einträgen. Und das Beste: Viele dieser Tools sind ebenfalls kostenlos.

Was die meisten Free-Pläne limitieren – und wie du trotzdem das Maximum rausholst

Kostenlose E-Mail-Tools sind großartig – bis du an ihre Grenzen stößt. Und die kommen schneller, als du denkst. Die typischen Limitierungen: Anzahl der Kontakte, Versandvolumen pro Monat, fehlende A/B-Tests, keine erweiterten Automatisierungen und Branding im Footer ("Sent with XYZ").

Aber auch hier gilt: Mit kluger Planung kannst du diese Limits geschickt umgehen. Ein paar Tricks:

- Nutze mehrere kostenlose Tools für unterschiedliche Zwecke (z. B. MailerLite für Newsletter, Brevo für Transaktionsmails)
- Segmentiere deine Liste intelligent – sende nicht alles an jeden
- Nutze Webhooks oder Zapier-Integrationen, um Automatisierungslücken zu schließen
- Manche Tools entfernen ihr Branding bei Aktivierung der Domain-Authentifizierung – lies das Kleingedruckte

Wichtig ist, dass du deine KPIs im Blick behältst – und weißt, wann es Zeit ist, auf ein Bezahlmodell umzusteigen. Wer monatlich 10.000 Euro Umsatz macht, sollte nicht an 20 Euro für E-Mail-Pro-Features sparen. Aber bis dahin: Hol alles raus, was kostenlos geht.

Schritt-für-Schritt: So richtest du dein kostenloses E-Mail-Marketing-System professionell ein

Hier kommt der Fahrplan für alle, die nicht nur klicken, sondern verstehen wollen. So baust du dir in sieben Schritten ein technisches E-Mail-Marketing-Setup – komplett kostenlos, aber professionell:

1. Tool auswählen: Entscheide dich für ein kostenloses Tool wie MailerLite oder Brevo – je nach Use Case.
2. Domain authentifizieren: SPF, DKIM und ggf. DMARC korrekt einrichten. Anleitung des Tools nutzen.
3. Double-Opt-In aktivieren: Stelle sicher, dass neue Abonnenten rechtssicher bestätigt werden.
4. Listen und Segmente anlegen: Baue deine Kontaktstruktur logisch auf – nach Interessen, Kaufverhalten oder Quelle.
5. Automatisierungen anlegen: Willkommenssequenz, Warenkorbabbrecher, Geburtstagsmail – was immer passt.
6. Analytics einrichten: Tracke Öffnungen, Klicks, Abmeldungen, Bounces. Lerne daraus.
7. Regelmäßig testen: Checke deine Zustellbarkeit mit Tools wie mail-tester.com oder GlockApps.

Dieser Ablauf ist kein Luxus – er ist Mindeststandard. Und wenn du ihn einmal eingerichtet hast, läuft dein System wie ein gut geölter Motor. Kostenlos. Aber nicht billig.

Fazit: Kostenlos muss nicht schlecht sein – aber du musst es richtig machen

Gratis-Tools im E-Mail-Marketing sind kein Notnagel, sondern eine echte Chance – wenn du sie mit technischem Verständnis und strategischem Denken einsetzt. Viele vermeintlich “kleine” Tools bieten Features, die in Enterprise-Systemen extra kosten. Die Limitierung liegt oft nicht im Tool, sondern im Benutzer.

Wenn du bereit bist, dich mit DNS-Einträgen, Authentifizierungsstandards und Automatisierungsskripten auseinanderzusetzen, kannst du mit kostenlosen Tools verdammt weit kommen. Die Konkurrenz schläft nicht – aber sie klickt sich oft planlos durch hübsche Interfaces. Du dagegen hast jetzt die Technik auf

deiner Seite. Zeit, sie zu nutzen.