



web by step®



Marketing mit E-Mail Newslettern

Mit dem Einzug der E-Mail-Adresse in unseren Arbeitsalltag ist ein schnelles und preiswertes Kommunikationsmittel entstanden, dass sich vorzüglich auch zu Marketingzwecken nutzen lässt: Ein Hinweis auf den Messestand während der nächsten Regionalmesse, eine Produktneuheit oder ein besonderes Angebot - es finden sich immer Informationen, mit denen Sie Ihre Kunden bzw. Ihr Firmenumfeld an Ihr Angebot erinnern können. Allerdings müssen Sie einige Aspekte beachten, um nicht des „Spammings“ bezichtigt zu werden. Werbemails sind nämlich ausgesprochen unbeliebt, weil sie gewöhnlich in Massen verschickt werden und den Posteingang der Empfänger überfüllen.

Newsletter immer nur auf Wunsch verschicken – der Aufbau der Mailingliste

Bevor Sie den ersten Newsletter verschicken, müssen Sie überlegen, an wen sich das Mailing wenden soll und ob Sie von den Empfängern eine Einverständniserklärung haben, E-Mails zu verschicken. Bei bestehenden Kundenadressen ist das einfach, da ja eine Kundenbeziehung besteht und Sie davon ausgehen können, dass Ihre Kunden Informationen von Ihnen erhalten möchten. Der erste Newsletter ist dann schlicht Ihr Angebot, künftig auch den Newsletter beziehen zu können. Möchte jemand Ihrer Adressaten das dann nicht, kann er sich selbstverständlich von der Newsletter-Liste abmelden.

Wenn Sie keinen geeigneten Adressenbestand haben, müssen Sie diesen erst aufbauen. Hierzu eignet sich eine Newsletter-Funktion auf Ihrer Homepage: Ein Interessent trägt sich mindestens mit seiner E-Mail Adresse in Ihre Mailingliste ein. Vor der endgültigen Freigabe der Adresse für den Versand erhält der Abonnent eine E-Mail, die er bestätigen muss, erst dann ist die Anmeldung abgeschlossen. Damit die Anmeldung für Sie rechtssicher ist, müssen Sie auch das Anmeldedatum mitspeichern. Dieses doppelte Anmeldeverfahren wird „Double OptIn“ genannt und stellt sicher, dass der Wunsch des Empfängers, den Newsletter zu empfangen, eindeutig ist. Weitere Informationen, wie Sie Ihre Mailingliste rechtssicher pflegen, finden Sie bei ECO, dem Verband der deutschen Internetwirtschaft, unter http://www.eco.de/dokumente/Anti-Spam-Leitfaden_AUG2006.pdf.

Woraus besteht ein Newsletter-System?

Die Mailingliste mit der An- und Abmelderoutine ist nur der kleinste Teil eines Newsletter-Systems. Zusätzlich benötigen Sie eine Software, mit der Sie den Newsletter erstellen und als Serienmail verschicken können; Sie möchten ja nicht, dass die Empfänger die Adressen aller anderen Empfänger sehen können – das wäre der Fall, wenn Sie die E-Mail einfach mit Ihrem normalen E-Mail Programm verschicken. Sofern Sie die Vornamen, Namen und das Geschlecht Ihrer Empfänger kennen, können Sie die Mails mit einer solchen Software auch personalisiert verschicken.

Ein brauchbares System ist die Software SuperMailer, die von Mirko Böer erstellt und vertrieben wird: Ab 15,50 Euro ist eine Lizenz für einen Arbeitsplatz erhältlich (www.supermailer.de). Ist Ihr Webserver mit einer SQL-Datenbank ausgestattet, können Sie mit einem kostenfreien Zusatzprogramm zum SuperMailer auch Auswertungen über den Erfolg des Mailings machen: So kann der Klick auf einzelne Links, die Sie in der Nachricht untergebracht haben, gezählt werden.

Daneben können Sie mit der Mailingsoftware auch die Rückläufer, die so genannten „Bounces“ aufzeichnen. So halten Sie Ihre Empfängerliste aktuell und verschicken keinen unnötigen Mails an nicht mehr bestehende E-Mail Adressen.

Vor dem Versand checken: Wann ist Ihr Mailing Spam?

Prinzipiell könnten Sie das Mailing über Ihr normales E-Mail Postfach bei Ihrem Provider verschicken. Sie geben dazu in der Versandsoftware die entsprechenden Servereinstellungen ein und die Mails werden über Ihr Postfach verschickt. Allerdings sollten Sie diese Option nur dann in Erwägung ziehen, wenn Sie eine kleine Liste haben und über eine feste IP-Adresse verfügen, so dass die Herkunft der Mails im Internet nachvollziehbar bleibt. Im Zweifel wenden Sie sich an Ihren Provider und fragen Sie ihn, ob er Sie beim ersten Versand unterstützen kann.

Es kann nämlich leicht passieren, dass Ihre Nachricht bei den empfangenden Servern gar nicht im Postfach des Empfängers landet, denn eine große Zahl gleichartiger E-Mails mit ungesicherter Versandadresse sind in den Spamfiltern, mit denen immer mehr Mailserver ausgestattet sind, eindeutig als Spam klassifiziert.

Im noch ungünstigeren Fall landet Ihre Domain oder gar die Domain Ihres Providers auf einer so genannten „Blacklist“. Diese Listen werden von Internet-Providern und unabhängigen Stellen im Internet angelegt und verzeichnen Absendeadressen, von denen aus nachweislich Spams verschickt wurden. Die Spam-Filter vieler Hersteller greifen auf solche Listen zu, um von vorn herein bestimmte „Dreckschleudern“ beim Empfang von Mails auszufiltern.

Ist das aufgrund Ihres Mailings passiert, werden keine Mails mehr zugestellt, die über die gelistete Domain verschickt werden. Sie müssen dann erst mühsam herausfinden, auf welcher Liste Sie verzeichnet sind und wie Sie da wieder herunter kommen. Informationen darüber, was Blacklists sind und wie sie funktionieren finden Sie beim E-Mail Marketer inxmail unter <http://www.inxmail.de/de/produkte-leistungen/marktforschung.php?navanchor=1010085>.

Angesichts der Fülle der technischen Fallstricke, die beim E-Mailing auf Sie warten, lassen viele einen externen Anbieter den Versand erledigen. Einige dieser Versender sind vom ECO-Verband zertifiziert (siehe http://www.certified-senders.eu/csa_html/de/273.htm). Damit ist für den Kunden sichergestellt, dass die Mailserver den technischen Anforderungen entsprechen, die für ein einwandfreies Mailing notwendig sind. Allerdings sind die Kosten für solche Mailings recht hoch und lohnen sich erst bei größeren Auflagen.

Checkliste:

- Mailinglisten immer nur mit ausdrücklicher Empfangserlaubnis nutzen.
- Lieber eine Versandsoftware als den normalen E-Mail Client verwenden.
- Mailinglisten laufend pflegen: Rückläufer aussortieren.
- Prüfen Sie vor dem ersten Versand, ob der eigene Mailserver oder der Mailserver des Providers für den Versand geeignet ist.
- Suchen Sie sich im Zweifel einen externen Versender, der das Versandrisiko übernimmt.

Links:

- Mailinglisten rechtssicher pflegen: http://www.eco.de/dokumente/Anti-Spam-Leitfaden_AUG2006.pdf.
- Empfehlenswerte Versandsoftware: www.supermailer.de
- Studie über Blacklists (gegen Anmeldung erhältlich): <http://www.inxmail.de/de/produkte-leistungen/marktforschung.php?navanchor=1010085>
- ECO-zertifizierte Mailing-Versender: http://www.certified-senders.eu/csa_html/de/273.htm

Autorin: Lucie Prinz, web by step
Copyright: web by step 2008