

## Webinar

### Erfolgreiche Newsletter rechtssicher versenden

#### Inhaltsverzeichnis

Die technische Seite eines Newsletters	2
Newsletter-Programme und Online-Tools	2
Was ist ein Newsletter-Programm?	2
Lokales Programm	3
Online-Tools	4
HTML oder Nur Text? HTML und Text!	4
Weitere technische Begriffe	5
Zusammenfassung: Was muss ein Newsletter-Tool können?	7

## Die technische Seite eines Newsletters

Zur Konzeption eines Newsletters gehört auch die Klärung der technischen Grundlagen des Newsletters:

- Welches Tool oder welchen Dienstleister nutzen Sie für den Versand?
- Nach welchen Kriterien wählen Sie diese Entscheidung?
- Wie bewerkstelligen Sie technisch das An- und Abmeldeverfahren, die Verteilerpflege und den Versand?
- Wie soll der Verteiler gepflegt und aktualisiert werden?
- In welchem technischen Format soll der Newsletter versendet werden?

Diese Fragen müssen Sie beantworten, um eine realistische Aufwandsabschätzung machen zu können. Im Folgenden sind die wichtigsten technischen Grundlagen und die wichtigsten technischen Begriffe rund um E-Mails und Newsletter erläutert.

### Newsletter-Programme und Online-Tools

#### Was ist ein Newsletter-Programm?

Technisch betrachtet ist ein Newsletter eine E-Mail, die an mehrere E-Mail-Adressen versendet wird. Daher können Sie einen Newsletter im Prinzip mit jedem beliebigen E-Mail-Programm versenden. Häufig wird für den Versand von z.B. Pressemitteilungen auch einfach auf ein normales E-Mail-Programm wie Outlook oder Thunderbird zurückgegriffen und alle Empfängerinnen-Adressen werden in das BCC-Feld der E-Mail eingetragen (=Blind Copy, d.h. die Empfängerinnen können die Adressen der anderen Empfängerinnen nicht sehen). Das ist schnell und praktisch, allerdings sind E-Mails mit vielen E-Mail-Adressen im BCC-Feld stark Spam-gefährdet. Und mit dieser Methode ist keine persönliche Anrede der Empfängerin möglich.

#### Persönliche Anrede im Newsletter/Pressemailing

Um zu verhindern, dass Ihr Newsletter oder Ihre Presseinformation im Spam-Ordner landet, können Sie für den Versand personalisierter Mails (d.h. es wird eine Mail pro Empfänger verschickt) *MS Word* in Kombination mit *Outlook* oder das Open Source Programm *OpenOffice Writer* für den Versand nutzen. Dann funktioniert die Serien-E-Mail wie ein gedruckter Serienbrief und jede Empfängerin erhält eine persönliche E-Mail. Das bedeutet, dass sie bei dieser Versandart auch eine personalisierte Anrede einfügen können. Für kleinere Pressemailings ist das oft eine gute Lösung.

Für grafisch gestaltete Newsletter mit Bildern, die auf allen Geräten gut aussehen (Smartphone, Tablet, Computer) benötigen Sie jedoch ein Newsletter-Programm, das speziell für die Anforderungen des Newsletter- bzw. des Massen-Versands ausgerichtet ist und die Ihnen die Arbeit nochmals erleichtert.

Ein solches Tool bietet einen einfachen Weg zur Personalisierung (z.B. der Anrede, also z.B. die Anrede: Lieber Herr Müller, Liebe Frau Müller) oder spezielle Funktionen zur Automatisierung des An- und Abmeldeverfahrens. Das Programm prüft Ihren Verteiler

beim Versand nach veralteten (nicht mehr existierenden) E-Mail-Adressen (Bounce-Check, siehe weiter unten) und unterstützt die Einrichtung von Statistiken (*Tracking*, siehe weiter hinten). Zudem bietet es meist oft ein sehr gutes Verteiler-Import-Werkzeug z.B. aus anderen E-Mail-Programmen oder Datenbanken und ermöglicht den Versand gestalteter HTML-Mails mit Bildern und Formatierungen.

Wenn Sie die Einrichtung eines Newsletters planen, würde ich Ihnen empfehlen, auf ein solches Programme zurückzugreifen, zumal die Kosten sich oft in einem sehr verträglichen Rahmen halten.

Hier gibt es Programme, die lokal auf Ihrem Rechner installiert werden sowie Online-Tools, mit denen Sie ortsunabhängig von jedem internetfähigen Computer aus mit jedem Betriebssystem (Windows, MacOS, iOS, Android, Linux) arbeiten können.

### Lokales Programm

Wird auf einem Rechner lokal installiert.

**Vorteil:** Sie können meist sehr einfach mit Daten und Verteilern arbeiten, die auf Ihrem Rechner gespeichert sind, die Benutzeroberfläche ist der üblichen Office-Software angepasst. Sie sind damit unabhängig von veränderten Einstellungen auf einem Online-Server und benötigen zum Versenden lediglich einen funktionierenden E-Mail-Account. Der Newsletter wird über eine echte E-Mailadresse verschickt, d.h. Sie haben in dieser Hinsicht keine Probleme mit Spam-Filtern von E-Mail-Anbietern wie gmx.de oder web.de.

Anmeldeverfahren, Tracking und Bounce-Funktion werden dabei online abgewickelt und Sie rufen diese Informationen bei Bedarf für Ihre lokal gespeicherten Newsletter-Projekte ab.

**Nachteile:** Sie können nur auf dem Rechner arbeiten, auf dem das Newsletter-Tool installiert ist. Damit sind Sie orts- oder zumindest Rechner-gebunden. Viele dieser Programme werden zudem nur für ein Betriebssystem angeboten, d.h. Sie sind eventuell bei der Auswahl des Programms eingeschränkt.

**Beispiele:** *Supermailer* – [www.supermailer.de](http://www.supermailer.de) (gibt es leider nur für Windows) oder *MaxBulk-Mailer* (wird für Windows und Mac angeboten, ist aber insgesamt etwas weniger komfortabel und etwas teurer als Supermailer). Außerdem gibt es für Mac-User den *Mac Mass Mailer* (<http://www.macmassmailer.com/>) kostet einmalig 97 \$, gibt es allerdings nur auf Englisch.

Wer einen großen Verteiler hat, hat insbesondere mit Supermailer ein sehr günstiges Tool, das fast beliebig skalierbar ist. Ich selbst verschicke hin und wieder Mailings mit Supermailer – das Programm ist solide und vor allem die personalisierte Anrede ist vergleichsweise unaufwendig – auch in komplexen Fällen. Allerdings geht die Tendenz insgesamt zu den Online-Tools, die viele moderne grafische Newsletter-Vorlagen und eine bequeme Drag&Drop (mit der Maus hin und herschieben) Gestaltung anbieten.

## Online-Tools

Liegen auf einem Online-Server. Sie loggen sich online ein und verwalten dort ihre Newsletter und Empfängerinnen-Listen, d.h. sie arbeiten, wie bei allen Online-Tools in der Cloud.

Die momentan meiner Ansicht nach populärsten und leistungsstärksten Tools mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis sind *MailChimp* ([www.mailchimp.com](http://www.mailchimp.com)) und die deutsche Alternative *newsletter2go* (<https://www.newsletter2go.de>). Meist können Sie mit diesen Tools bei einem kleinen Verteiler von der kostenlosen Einsteiger-Version profitieren, bei größeren Verteilern zahlen Sie entweder eine monatliche Pauschale oder kaufen Kontingente (z.B. Versand von 1000, 5000, 10000 Mails).

**Vorteil:** Mit einem Online-Programm sind Sie ortsunabhängig und können von jedem Rechner, der online ist, auf den Newsletter zugreifen. Normalerweise haben Sie auch hier kein Problem mit Spam-Filtern. Meist erfolgt der Versand über ein php-Skript, was von den meisten Spam-Filtern akzeptiert wird.

Oft sind Online-Newsletter-Programme auch an Web-Content-Management-Systeme wie *Typo3*, *Wordpress* oder *Joomla* gekoppelt. Dann können Sie die Aktualisierung der Website und die Erstellung des NL in einem Arbeitsschritt ausführen. Oder – noch komfortabler – der Newsletter kann aus der Datenbank, die auch die Inhalte des Webauftritts verwaltet, automatisch generiert werden.

Tools wie MailChimp und Newsletter2Go bieten darüber hinaus viele hervorragende und flexible Muster-Designs, die Sie einfach bearbeiten und so Ihrem CI anpassen können. Diese Designs sind für viele Programme getestet, die Designs sind meist auch für mobile Bildschirme getestet (responsive), das spart Ihnen viel Arbeit.

*MailChimp*  **Newsletter2Go**

**Nachteil:** Laufende Kosten bei größeren Verteilern – während Sie ein lokales Mailprogramm einmalig erstellen und dann nutzen, entstehen bei einem Online-Mailer entweder Kosten pro versendeter Mail oder monatliche Kosten. Die erwähnte kostenlose Version ist meist nicht werbefrei.

### Weitere Informationen:

<http://www.emailtooltester.com> (Kurzlink: <http://ow.ly/Ksu96>)

## HTML oder Nur Text? HTML und Text!

Dieses Problem sei hier der Vollständigkeit halber erwähnt – durch die Weiterentwicklung von E-Mail Programmen und die oft automatisch Anpassung von Mails an mobile Bildschirme taucht das Problem allerdings immer seltener auf.

Sie erinnern sich sicherlich, dass Mails früher prinzipiell in einfacher Schreibmaschinenschrift und ohne Bilder waren. Das waren Nur-Text-Mails, keinerlei Formatierung ermöglicht haben. Mails mit formatierter Schrift, ordentlich platziertem

Text, Farben und Bildern sind hingegen in HTML erstellt (bzw. das Mailprogramm erstellt sie in HTML).

Heute können alle Mailprogramme HTML, allerdings ist das Nur-Text-Format noch nicht ausgestorben. Denn es gibt erstens Unternehmen, die wegen der Gefahr von Schadsoftware (Malware) HTML in E-Mails verbieten, zweitens zeigen einige Apps auf Smartphones E-Mails in einer sehr reduzierten HTML-Version an, so dass Sie sich weiterhin darum kümmern müssen, wie Ihr Newsletter aussieht, wenn er in einer Nur-Text-Version geöffnet wird.

Natürlich können Sie sich dafür entscheiden, einen Newsletter ganz grundsätzlich nur im Nur-Text-Format zu versenden. Bestimmte Special Interest Gruppen lassen sich durch die puristische Bleiwüsten-Anmutung von Nur-Text-Mails durchaus ansprechen (Programmierer, Lyrikleser ...).

## Das Multipart-Format

Die übliche Lösung dieses Problems ist der *Multipart-Versand*. Viele Newsletter-Programme versenden pro Empfängerin immer zwei E-Mails: eine HTML und eine Nur-Text-Version, die Sie unabhängig voneinander gestalten können. Das E-Mail-Programm der Empfängerin entscheidet dann, welche Version der Empfängerin angezeigt wird. Diese doppelte Versandart fasst man mit dem Begriff *Multipart-E-Mail* zusammen.

Das hat mehrere Vorteile. Sie haben erstens nur einen Verteiler und müssen nur einen Versand machen. Wenn eine Empfängerin den Arbeitsplatz oder die Einstellungen ihres E-Mail-Programms ändert, erhält sie zweitens immer die jeweils passende Version des Newsletters. Es gibt z.B. User, die Ihre E-Mails, wenn Sie unterwegs sind, online mit einem Online-E-Mail-Programm checken, das nur Text-E-Mails akzeptiert, dann wird die Text-Variante angezeigt. Werden die E-Mails später auf einem lokalen Rechner abgeholt, wird der Benutzerin die HTML-E-Mail angezeigt. Diese Versand-Art ist also wesentlich flexibler.



### Weitere technische Begriffe

#### Anmeldeverfahren/ Abmeldeverfahren – Double-Opt-In-Verfahren

Wenn Sie auf Ihrer Website ein Eintragsformular für Ihren Newsletter einbauen, sollten Sie darauf achten, dass dieses nach dem so genannten *Double-Opt-In-Verfahren* funktioniert. Hier wird nach der Anmeldung eine E-Mail an die neue Abonnentin versandt. Die Mail enthält einen Link, auf den die neue Abonnentin nochmals klicken muss, um das Abonnement zu bestätigen. Erst dann wird die Empfängerin in den Verteiler eingetragen. So wird verhindert, dass jemand anderes als die Person selbst sich für den Newsletter angemeldet hat. Dieses Verfahren lässt sich über ein nicht allzu kompliziertes Skript automatisieren. Diese Funktion ist für jeden seriösen Newsletter unerlässlich.

Auch die Abmeldung von Ihrem Newsletter muss unaufwendig möglich sein (Opt-Out). Bieten Sie auf Ihrer Website eine Abmeldemöglichkeit an und bieten Sie auf jeden Fall in jedem Newsletter, den Sie versenden, einen klar erkennbaren Link zur Abmeldung. Gute Newsletter-Programme generieren diesen automatisch.

### Dubletten-Check

Trotz aller Vorsichtsmaßnahmen kann es hin und wieder vorkommen, dass Sie Verteiler doppelt importieren oder Menschen sich doppelt für Ihren Newsletter eintragen. Ein gutes Newsletter-Programm verfügt über einen automatischen Dubletten-Check, der doppelte Adressen aus dem Verteiler entfernt, denn doppelt empfangene Newsletter werden ganz schnell abbestellt.

### Tracking

Nachverfolgung der im Newsletter vorhandenen Links. Via Tracking können Sie nach dem Versand eine Statistik aufrufen, die Ihnen genau zeigt, wie oft welcher in Ihrem Newsletter enthaltene Link geklickt wurde. Wenn Sie dieses Tracking noch mit einem Cookie versehen, können Sie sogar nachverfolgen, welche Seiten nach diesem ersten Klick besucht wurden. Allerdings müssen diese Daten unbedingt anonymisiert werden, d.h. sie dürfen nicht auf die jeweilige E-Mail-Adresse zurückgeführt werden können. Daran sollten Sie sich auch halten.

### Bounce

Bounces sind die E-Mails mit Absender *System Administrator*, die Ihnen z.B. sagen *Undelivered Mail Returned to Sender*. Man unterscheidet *Hard Bounces* (E-Mail-Adresse existiert nicht) und *Soft Bounces* (E-Mail kann momentan aus diversen Gründen wie Postfach-Überfüllung etc. nicht ausgeliefert werden).

Ein gutes Newsletter-Programm sollte die Option bieten, Hard-Bounce-Adressen automatisch aus Ihrem Verteiler zu entfernen. So haben Sie immer ein realistisches Bild der Größe Ihres Verteilers.

### Empfänger-Blacklist (Schwarze Liste)

Eine Empfänger\*innen-Blacklist ist eine Liste von E-Mail-Adressen und -Domains, die beim E-Mailversand auf keinen Fall angeschrieben werden dürfen (z.B. Adressen von Menschen, die sich schon öfter über den Newsletter beschwert haben). Ein gutes Newsletter-Programm bietet solche Blacklisten und erspart damit viel Ärger. Das Programm streicht solche Adressen dann automatisch aus dem Verteiler und kann auch verhindern, dass diese jemals wieder mit Mails bespielt werden.

### Spam

Als Spam werden von Servern solche Mails klassifiziert, bei denen der Mail-Auslieferer (Provider/E-Mail-Programm) davon ausgeht, dass die Mail eine Massenmail ohne Einwilligung des Empfängers ist oder schädlichen Code enthält. Für Spam gibt es klare Anzeichen und damit auch klare Maßnahmen, wie Sie vermeiden können, dass Ihre Mail als Spam klassifiziert wird. Da die Spam-Filter von E-Mail-Anbietern und Providern

permanent aktualisiert werden, gibt es allerdings auch immer eine Grauzone – was gestern noch nicht als Spam deklariert wurde, wird morgen womöglich als solcher eingeordnet.

Newsletter-Programme sollten Ihnen außerdem anbieten, dass Sie Ihre Mail-Adresse verifizieren lassen (white-listen).

Allgemeine Regeln zur Vermeidung von Spam finden Sie z.B. hier:

<https://www.newsletter2go.de/blog/spam-filter-blacklists-email-marketing/>

### **Zusammenfassung: Was muss ein Newsletter-Tool können?**

1. Einfaches Handling für BenutzerInnen
2. Versendung über eine E-Mail-Adresse und den dazugehörigen Server, um Spam-Meldungen zu vermeiden
3. Automatischer und unaufwendiger Import für bereits vorhandene Adressen (z.B. aus Outlook oder Excel)
4. Gute Vorlagen, die responsive sind, Baukastensystem, das auch ohne HTML-Kenntnisse bedient werden kann
5. Möglichkeit der Versendung von HTML- + Nur-Text-E-Mails (Multipart-Versand)
6. Bounce-Management
7. Empfänger-Blacklist Erstellung möglich
8. Statistik über Öffnungen und Klicks
9. Code für ein Anmeldeformular (für die eigene Website) und Automatisiertes Anmeldeprozedere
10. Flexibles Kostenmodell