



Tipps und Hinweise zum Versand von E-Mail-Newslettern und E-Mail-Marketing-Aktionen – Anti-Spam-Policy !!!!!!!

Bitte beachten Sie dieses Dokument. Sie werden in der dskom Auftragserteilung dazu aufgefordert, uns zu bestätigen, dass Sie all diese Hinweise gelesen, verstanden und akzeptiert haben.

Weitergehende Informationen zum E-Mail-Versand mit dskom finden Sie jederzeit online auf unserer Website www.dskom.de.

Rechtliche Hinweise

1. Der dskom Massenmail-Versand dient Ihnen zur Bestandskunden-Bindung. Für die Neukunden-Akquise gibt es sinnvollere Direktmarketing-Wege.
2. dskom geht fest davon aus, dass die Empfänger Ihres E-Mailings als Bestandskunden mit dem Erhalt von Email-Services durch Ihr Unternehmen einverstanden sind.
3. Empfänger, die mit dem E-Mail-Erhalt nicht einverstanden sind, haben die Möglichkeit, Sie abzumahnen – Aktenzeichen 1U 101/97, OLG Oldenburg => **Anti-Spam-Policy beachten !!!!**



Tipps und Hinweise zum Versand von E-Mail-Newslettern, E-Mail-Marketing, E-Mailing-Aktionen, Newsletter-Services

4. In Deutschland sind E-Mail-Services in Form des Massenmailversands strengen gesetzlichen Regelungen unterworfen. Zwar ist das Anwählen eines Telefon-, Fax- oder Mobilfunkanschlusses bzw. einer E-Mail-Adresse prinzipiell erlaubt. Doch wenn es sich dabei um Werbung außerhalb einer bestehenden Geschäftsbeziehung und/oder ohne Aufforderung bzw. Zustimmung durch den Empfänger handelt, dann verstößt die E-Mail-Werbung gegen §1 UWG.
5. Auch die Aufnahme des Erstkontakts per Fax, SMS, Telefon oder E-Mail zwecks Abklärung des grundsätzlichen Interesses am Empfang von Fax-Versand, Massen-SMS und E-Mailings verstößt gegen §1 UWG. Als Werbung wird dabei jedwede weitergegebene Information verstanden, die der Gewinnerzielungsabsicht des informierenden Unternehmens dienlich ist.

Zukauf von Adressen

dskom bietet keine E-Mail-Adressen zum Kauf oder zur Anmietung an. Es gibt nur wenige seriöse, deutsche Adressbroker, die E-Mail-Pools zur Anmietung zur Verfügung stellen. Für diese E-Mail-Adressen können diese Adressbroker das schriftliche Einverständnis der Adressaten vorweisen. Den Versand wickeln dann diese Adressbroker inhouse für Sie ab.



Tipps und Hinweise zum Versand von E-Mail-Newslettern, E-Mail-Marketing, E-Mailing-Aktionen, Newsletter-Services

Versandablauf

1. Der Serienmail-Versand kann zu jeder von Ihnen gewünschten Zeit durchgeführt werden.
2. Der Preis pro versendete E-Mail ist unabhängig von der Tageszeit oder dem Wochentag.
3. Ihre E-Mail-Versendung kann personalisiert werden. Die Personalisierung erfolgt direkt beim Versand und ist genauso flexibel wie bei Microsoft Word.
4. Berechnet werden alle versendeten E-Mails. Damit Sie für keinen Empfänger doppelt zahlen müssen, dessen E-Mailadresse unter Umständen mehrfach in Ihrer Liste steht, findet vor dem Emailversand ein Dublettencheck statt.
5. Der Versand Ihres E-Mailings kann mit dem dskom Statistikserver verbunden werden. Dadurch erfahren Sie, wie viele E-Mails geöffnet wurden und welche Links wie oft angeklickt wurden.
6. dskom erhebt keine Grundgebühr und keine Einrichtungsgebühr.
7. Ein kostenloses Übertragungsprotokoll wird nach dem Versand per E-Mail zur Verfügung gestellt. Darin finden Sie alle angeschriebenen E-Mail-Adressen.
8. Von Ihnen eingereichte Kundendaten werden nur für Ihren Mailservice verwendet und weder zweitverwertet, noch vermietet oder verkauft.

Vertraulichkeit ist oberstes Gebot bei dskom!



Tipps zu Gestaltung und Inhalten von E-Mail-Newslettern, E-Mail-Marketing, E-Mailing-Aktionen, Newsletter-Services

Aufbau und Aussagekraft

1. HTML-Format oder Text-Format

Entscheiden Sie sich bitte nicht für einen reinen HTML-Newsletter. Einige Empfänger können diese nicht oder nur schlecht mit ihrem Mailprogramm lesen. Text-Newsletter sind IMMER besser. Leider können diese aber keine Bilder enthalten und nur eingeschränkt formatiert werden. Wollen Sie darauf nicht verzichten, dann liefern Sie neben der HTML-Version auch immer eine alternative Text-Version zu Ihrem E-Mail-Versand mit.

2. Versenden Sie nur wertvolle Inhalte

Schreiben Sie in Ihrem E-Mailing nur über Dinge, die FÜR IHREN KUNDEN einen Nutzen haben.

Schreiben Sie nicht so viel über sich selbst, sondern mehr über Ihr Produkt (Ihre Dienstleistung) und dessen Vorzüge für Ihre E-Mail-Empfänger.

3. Schreiben Sie nicht zu werblich

Vermeiden Sie „laute“ Werbesprache in Ihrem E-Mail-Versand. Superlative sind ebenso schlecht wie unbewiesene Vergleiche mit Konkurrenten. Versprechen Sie nichts Uneinhaltsbares!

4. Der Betreff macht's

Schreiben Sie in der Betreffzeile über Ihre zentrale Botschaft. Verzichten Sie auf Worte wie „Newsletter“ oder darauf, alles in Großbuchstaben zu schreiben. Verwenden Sie keine Superlative (größte, billigste, schnellste) und Sonderzeichen (§, \$, #, *, ~) oder gar Wörter, die oft in Spam-Mails vorkommen (Medikamente, Software, etc).



Tipps zu Gestaltung und Inhalten von E-Mail-Newslettern, E-Mail-Marketing, E-Mailing-Aktionen, Newsletter-Services

Unverzichtbares Wissen

1. Wählen Sie einen guten Versand-Tag

Ist der Inhalt Ihres Email-Newsletters an einen Termin gebunden, so sollte der Versand an alle Empfänger spätestens 3-4 Tage vor diesem Termin beendet sein. Gerade private Email-Postfächer werden nämlich in der Regel nur alle 2-3 Tage von ihren Besitzern geleert.

2. Impressum und Abmeldelink

Ihr E-Mail-Service MUSS am Ende des Newsletters den vollständigen Absender (Impressum) und einen Abmeldelink zum Austragen aus dem Verteiler enthalten.

3. Löschen Sie Rückläufer

Meldet sich ein Empfänger ab, dann sorgen Sie dafür, dass seine E-Mail-Adresse aus Ihrem Verteiler dauerhaft entfernt wird. Kommen Fehlermeldungen zurück, dann löschen Sie alle Adressen, die als unzustellbar gekennzeichnet wurden. Die Menge an Rückläufern ist für Spam-Systeme ein wichtiger Indikator dafür, ob ein E-Mailing als Spam aussortiert werden muss.

4. Außerdem ist noch wichtig:

- Als Absenderadresse `info@ihre-firma.de` nutzen, nicht `no-reply@` oder `newsletter@`

- Verwenden Sie zusätzlich einen Absendertitel – am besten den Firmennamen

=> Beispiel: „dskom < info@dskom.de >“

- Möchten Sie einen Dateianhang versenden, dann ist nur PDF ohne Spamverdacht nutzbar

- Verwenden Sie nirgends Textbausteine wie „free“, „\$\$\$“, „cash“, „do not reply“ – „Re:“ oder Großbuchstaben nicht in den Betreff – „Undisclosed recipients“ nicht im Empfängerbereich



Anti-Spam-Policy der Firma dskom Berlin für alle E-Mail-Marketing-Versandaktionen via dskom

Als „Spam“ wird eine E-Mail bezeichnet, die ohne Verlangen oder Zustimmung des Empfängers an ihn versendet wurde. Werden solche E-Mails zugleich an eine Vielzahl von Empfängern gesendet, wird von Spamming gesprochen. Der Versender solcher Botschaften wird als Spammer bezeichnet. Man unterscheidet zwei Arten von SPAM: Unsolicited Commercial Email (UCE) - unverlangte kommerzielle Werbung per E-Mail ... und ... Unsolicited Bulk Email (UBE) - unverlangte Massenmails.

dskom setzt für die Nutzung seines E-Mail-Versand-Gateways voraus, dass es nur von Unternehmen genutzt wird, die sich den Regeln des erwünschten Online-Direktmarketings unterwerfen und folgenden Richtlinien konsequent einhalten:

1. Der Versand regelmäßiger E-Mails (z.B. eines E-Mail-Newsletters) erfolgt nur, nachdem vorab die Zustimmung des Empfängers eingeholt wurde. Sofort nach der Anmeldung wird der Bezug des Newsletters per E-Mail bestätigt (Confirmed Opt-In). Wahlweise kann auch eine zweite Bestätigung eingeholt werden (Double Opt-In).
2. Jede E-Mail enthält den Namen und die Kontaktdaten des Versenders, ein Impressum und alle Informationen, die nach dem Stand der aktuellen Gesetzgebung notwendig sind.



Anti-Spam-Policy der Firma dskom Berlin für alle E-Mail-Marketing-Versandaktionen via dskom

3. Es besteht für jeden Mailing-Empfänger die Möglichkeit zum Abbestellen des Newsletters – entweder direkt per E-Mail oder über das Internet. Jede E-Mail eines Newsletters enthält einen Hinweis auf diese Abbestellungs-Funktion. Die Abbestellung ist bequem und zügig durchführbar. Die Abmeldung wird bestätigt und innerhalb von maximal 5 Werktagen realisiert.
4. Keine Adressweitergabe oder Drittnutzung ohne die Zustimmung des Empfängers! Bei einer Drittnutzung muss die Herkunft der Adresse genannt werden. Wenn eine grenzüberschreitende Adressweitergabe für die Erbringung der Kernleistung erfolgt, wird der Staat angegeben, in dem die Datenverarbeitung stattfindet.
5. Der Umgang mit persönlichen Daten wird in einer Datenschutzrichtlinie erläutert. Der Hinweis auf diese Datenschutzrichtlinie erfolgt vor der Dateneingabe und kann durch einen Hyperlink realisiert werden.
6. Die Einhaltung dieser Anti-Spam-Policy wird bei Auftragserteilung gegenüber dskom schriftlich bestätigt. Hierzu dient die dskom Mailing-Versand-Vereinbarung.