



Pressemitteilung

E-Mail-Werbung: Die 7 Todsünden bei der Auswahl von Adresseignern

So erkennen Sie unprofessionelle Adresseigner für Ihr E-Mail-Marketing

München, 17. April 2012 – Setzen werbungtreibende Unternehmen auf E-Mail-Marketing, ist Kundenbindung per Newsletter Pflicht, Neukundengewinnung per E-Mail-Werbung die Kür. Bei Letzterem buchen Unternehmen sogenannte Stand-alone-Kampagnen bei Adresseignern (Stand-alone-Anbietern) ein, die dann die Werbemailings an passende Zielgruppen versenden. Doch bei der Wahl des Adresseigners müssen Unternehmen auf einige Punkte achten. kajomi, Agentur für E-Mail- und Online-Marketing, nennt die sieben Todsünden bei der Auswahl von Stand-alone-Anbietern:

1. Wichtigste Regel: Kaufen Sie keine fremden E-Mail-Adressen für den Versand von Werbemailings. Wem Adressen zum Kauf angeboten werden, ist einem unseriösen Adresseigner aufgesessen. E-Mail-Adressen können für Werbemailings nur angemietet werden. Die Hoheit über die Adressen bleibt dabei stets beim Adresseigner, eine Weitergabe an das werbungtreibende Unternehmen ist also verboten. Der Adresseigner tritt gegenüber dem Empfänger auch als Absender des Mailings auf.
2. Buchen Sie keine Adressen ohne Werbeeinverständniserklärung der Empfänger (Opt-in). Stellen Sie bei dem Adresseigner also sicher, dass er für alle Adressen ein Opt-in vom Empfänger hat. Empfohlen wird das Double-Opt-in. Lassen Sie sich dies schriftlich bestätigen und formulieren Sie in den Vertrag eine Vertragsstrafe bei Nichteinhaltung.
3. Buchen Sie keine Adressen, deren Herkunft unbekannt ist. Informieren Sie sich beim Adressanbieter, wo und wie die Adressen gewonnen wurden, und prüfen Sie, ob die Aussagen realistisch sind. Möglichkeiten für die Adressgewinnung sind beispielsweise Gewinnspiele, Umfragen oder Gutschein-Aktionen.
4. Buchen Sie keine zu häufig genutzten Adressen, denn diese sind sozusagen „verbrannt“. Die Empfänger reagieren nicht mehr. Erfragen Sie deshalb beim Adresseigner, wie häufig die Adressen angeschrieben werden und lassen Sie sich dies vertraglich zusichern.
5. Geben Sie kein Werbemailing ohne Abmeldelink, den sogenannten Unsubscribe-Link, frei. Werbemailings ohne Abmeldefunktion sind gesetzeswidrig. Deshalb muss sie zwingend enthalten sein. Die Abmeldungen der Empfänger gehen direkt an den Adresseigner.

6. Lassen Sie kein Werbemailing in Ihren Auftrag verschicken, ohne dass es vorher getestet wurde. Fordern Sie beim Adresseigner ein Mustermailing an. Seriöse Anbieter lassen Sie außerdem Adresslisten testen und bei Bedarf wechseln.
7. Buchen Sie keine E-Mail-Kampagne bei einem Anbieter, der ohne professionelles Versandsystem verschickt. Ein unprofessioneller Versand geht zu Lasten der Werbewirkung und erhöht auch das Risiko, dass die E-Mail im Spam-Ordner der Empfänger landet. Fragen Sie daher den Adresseigner unbedingt, wie der Versand erfolgt.

Über kajomi:

Die kajomi GmbH ist eine Agentur für E-Mail- und Online-Marketing und wurde 2002 gegründet. Das Leistungsspektrum im E-Mail-Marketing umfasst Newsletter-Kampagnen, Abonentengewinnung, Beratung, Konzeption, Design- und Content-Erstellung sowie den E-Mail-Versand. Des Weiteren bietet die kajomi GmbH je nach Kampagnenziel Suchmaschinen-, Display- und Performance-Marketing an. Aktuell beschäftigt die Agentur knapp 20 feste und freie Mitarbeiter an den Standorten München/Gräfelfing und Hamburg. Über 400 Unternehmen, darunter UBS, eBay Kleinanzeigen, blau.de und die Urano Informationssysteme GmbH, vertrauen der langjährigen Kompetenz der kajomi GmbH. Das Unternehmen ist zudem Anbieter der bewährten Newsletter-Versandsoftware kajomi MAIL. www.kajomi.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk+++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: kajomi@frauwenk.de