

# Einleitung

“... it will be possible for a business man in New York to dictate instructions, and have them instantly appear in type at his office in London or elsewhere ... In the same manner any picture, character, drawing, or print can be transferred from one to another place.”

Nikola Tesla, 1908

## Für wen ist dieses Buch?

Das vorliegende Buch richtet sich primär an Online-Marketing-Verantwortliche und soll ihnen helfen, mehr und bessere E-Mail-Adressen zu generieren. Egal, ob Sie Einsteiger oder bereits Profi sind: Mit der vor Ihnen liegenden Publikation möchte ich Ihnen erprobte Konzepte und Ideen an die Hand geben. Diese werden ergänzt um zahlreiche anschauliche Praxisbeispiele, mit deren Hilfe Sie den Auf- und Ausbau Ihres Verteilers erfolgreicher als bisher meistern können.

## Meine Motivation

Meine Hauptmotivation, dieses Fachbuch zu schreiben, war auf der einen Seite das hohe und weiter wachsende Interesse an diesem Thema, das ich in zahllosen Gesprächen mit werbetreibenden Unternehmen und ihren Marketingabteilungen erfahren habe, und auf der anderen Seite das dünne Angebot an spezialisierter deutschsprachiger Fachliteratur darüber. Gleichzeitig möchte ich mit der vorliegenden Monografie auch helfen, die generelle Buchlücke im E-Mail-Marketing zu schließen, denn seit einigen Jahren ist trotz der weiterhin rasanten technischen und konzeptionellen Entwicklung der E-Mail-Branche nur wenig Neues und Substantielles in Buchform auf dem deutschen Markt erschienen.

Im Kontrast zur Wichtigkeit des Themas ist das Wissen über Adressgenerierung nur sehr fragmentiert auffindbar. In den E-Mail-Marketing-Publikationen selbst wird der Bereich der Adressgenerierung leider meist nur recht knapp abgehandelt. Will man sich einen umfassenden Überblick verschaffen, muss man zu englischsprachigen Publikationen greifen sowie hunderte Fachartikel, Fallstudien, Blogs, Präsentationen, Konferenzbeiträge, Statistiken und Analysen lesen. Diese Arbeit habe ich geleistet. Eingeflossen sind darüber hinaus über zehn Jahre Vollzeit-Erfahrung im E-Mail-Marketing und die konkreten Erfahrungen aus zahllosen Aktivitäten zur E-Mail-Adressgenerierung.

## Inhalt

Für eine erfolgreiche Adressgenerierung gibt es keine einfache und leichte, immer funktionierende Lösung. Soweit die schlechte Nachricht. Die gute ist, dass Adresserfolg kein Zufall ist, sondern das Ergebnis systematischer und fokussierter Arbeit mit vielen unterschiedlichen Teilaspekten. Dieser Einsicht ist der Inhalt dieses Buches geschuldet. Anstelle eines verführerisch klingenden, aber am Ende unseriösen Patentrezeptes tritt eine praxistaugliche Methodiksammlung. Das vorliegende Taktikmaterial enthält über hundert erprobte Verfahren, die den kompletten Lebenszyklus einer E-Mail-Adresse abdecken. Die Auswahl aus meinem sehr viel umfangreicheren Taktikmaterial orientierte sich dabei ganz klar an Aufwand und Nutzen. Die vorgestellten Taktiken sollen möglichst gute Ergebnisse bei möglichst geringen Aufwänden erzielen. Das Ergebnis repräsentiert also eine Art Kanon der zeitgenössischen E-Mail-Adressgenerierungstaktiken.

Da sich die Onlinewelt mit atemberaubender Geschwindigkeit weiterentwickelt, man denke nur an die mobile Revolution, werden sich auch Techniken und Taktiken permanent ändern. Um diese Entwicklung und ihre Auswirkungen besser einschätzen und die Taktiken noch besser verstehen zu können, habe ich mich entschieden, ausführlichere Zusatz- und Hintergrundinformationen in den Fußnoten zu ergänzen. Durch die Schnelllebigkeit des Internets werden viele der Beispiele, Anbieter und Quellen eher früher als später nicht mehr aktuell oder verfügbar sein. Im Bewusstsein dieser unvermeidlichen Tatsache bin ich überzeugt, dass auch nicht topaktuelle Beispiele das Wesen und den Wirkungsmechanismus der einzelnen Taktiken ausreichend zu erhellen in der Lage sind.

## Struktur

Der Inhalt dieses Buches ist in 11 Kapitel eingeteilt. In Kapitel 1 und 2 finden Sie eine Einführung in das Themengebiet, während sich die restlichen Kapitel thematisch an den wesentlichen Phasen des Aufbaus und der Verwaltung eines E-Mail-Adressbestands orientieren – von der Bewerbung des Newsletter-Angebotes über die Erfassung, Validierung und Qualifizierung von E-Mail-Adressen bis zur Vermeidung von Abmeldungen. Jedes der Kapitel 3 bis 11 wird durch einen Einführungstext vorgestellt und enthält fünf bis 21 Taktiken.

## Format

Mein Ziel war, eine möglichst einfache, schnell überschaubare Struktur zu schaffen und die Verständnis- und Leseaufwände so minimal wie möglich zu halten. Deshalb habe ich mich grob an einem Konzept orientiert, das man aus der Architektur und der Softwarebranche kennt: Entwurfsmuster (Pattern). Jede Taktik wird dabei als eine Art stereotypisch gute Lösung standardisiert dokumentiert: Jede Taktik hat einen deskriptiven Namen, eine

Beschreibung der Funktionsweise und der Hauptvarianten sowie, wo immer möglich, anschauliche Praxisbeispiele, die den Einsatz der Taktik in einem konkreten Umfeld zeigen. Die aus meiner Sicht zentralen Taktiken sind dabei mit besonders vielen Beispielen hinterlegt, um die Vielfalt der Ideen und Lösungen am Markt aufzuzeigen.

Auf alles, was aus Praktikersicht umständlich sein könnte – etwa einen theoretischen Überbau – wurde bewusst verzichtet. Aus diesem Grund habe ich auch auf die durchaus legitime weitere Ausdifferenzierung des Inhalts in Taktiken, Best Practices, Common Practices und so weiter bewusst verzichtet. Die Granularität der Taktiken und die Grenzen zwischen den einzelnen Taktiken habe ich ebenfalls strikt aus der praktischen Anwendbarkeit abgeleitet. Was ich in einer Taktik zusammengefasst habe, hätten andere Autoren sicher in mehrere aufgefächert. Wo ich aufgefächert habe, hätte man mit guten Argumenten auch zusammenfassen können. Diese Diskussionen sind wichtig im Expertenkreis, aber sekundär für das Ziel dieser Publikation: ein gutes Format für den Leser, also den Online-Marketing-Verantwortlichen zu schaffen, der schnell einen Einstieg in das Thema finden oder seine Kompetenz in dem Bereich ausbauen will. Der Leser soll ohne hohen Zeitaufwand die für ihn erfolgversprechendsten Taktiken finden und diese so gut verstehen, dass er sie leicht an seine konkreten Anforderungen anpassen kann.

## Anwendung

Setzen Sie bitte nicht alles auf eine Karte. Es ist nahezu ausgeschlossen, dass Ihnen nur eine einzige Taktik den gewünschten Gesamterfolg bringt. Eine US-Erhebung<sup>2</sup> zeigte, dass die in der Adressgenerierung erfolgreicheren Unternehmen generell mehr Taktiken zur Adressgenerierung einsetzten als die weniger erfolgreichen. Die erfolgreicheren Unternehmen konnten den Erfolg ihrer Taktiken messen und haben die Anzahl der eingesetzten Taktiken im Zeitverlauf kontinuierlich gesteigert. Denken Sie also wie ein Fußballtrainer: Stellen Sie die jeweils besten Spieler in Ihre Mannschaft und wechseln Sie aus, wenn immer es notwendig ist.

Genauso unwahrscheinlich wie ein umwerfender Erfolg mit einer einzigen Taktik ist es, alle Taktiken dieses Buches systematisch umsetzen zu können. Den allermeisten Anwendern stehen einfach nicht die personellen und materiellen Ressourcen für eine solche große Aufgabe zur Verfügung. Auch passt nicht jede Taktik zu jedem Geschäftsmodell.

Ihr Erfolg liegt also weniger darin, möglichst schnell möglichst viele Taktiken 1:1 zu übernehmen, sondern sensibel ein Portfolio der für Ihr Unternehmen passendsten Taktiken aufzubauen. Der Schlüssel sind die Auswahl und Gewichtung der Taktiken sowie deren Anpassung an das jeweils konkrete Einsatzumfeld.

---

<sup>2</sup> Vgl. ExactTarget: 2009 Email List Growth Study

## Terminologie

Auf ein Glossar habe ich trotz der vielen Anglizismen in unsere Branche – selbst für E-Mail hat sich ja kein deutscher Begriff durchgesetzt – verzichtet, weil sich Begriffserklärungen in praktisch allen anderen E-Mail-Marketing-Publikationen finden und auch auf Knopfdruck online verfügbar sind.

Fachbegriffe wie Bounce, Multipart, Challenge Response oder List-Unsubscribe werden an den relevanten Stellen erklärt.

## Ausblick

Meine Mission ist dann erreicht, wenn die Leser dieses Buches ihre Online-Marketing-Ziele besser, schneller und kostengünstiger erreichen konnten, als das ohne dieses Buch der Fall gewesen wäre. Bitte schreiben Sie mir Ihre Erfahrungen. Ebenso gespannt bin ich auf neue oder adaptierte Taktiken. Der Wandel im Internet vollzieht sich sehr schnell und es ist völlig normal, dass bewährte Taktiken neu bewertet werden müssen, vielleicht sogar verschwinden, und sich kontinuierlich neue Ansätze, Techniken und Konzepte entwickeln. Ich bin jedenfalls überzeugt, dass die Zukunft noch viele spannende Adressgenerierungstaktiken für uns bereithält.

Ich wünsche Ihnen maximalen Erfolg!

**Kontakt:** [frank.strzyzewski@xqueue.com](mailto:frank.strzyzewski@xqueue.com)



<http://www.springer.com/978-3-658-02556-4>

Generierung von qualifizierten E-Mail-Adressen

111 Taktiken für mehr Erfolg im E-Mail-Marketing

Strzyzewski, F.

2014, XIV, 393 S. 314 Abb., 9 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-02556-4