

PRESSEMITTEILUNG

Wider den Spam: Erfolgreiches E-Mail Marketing für Online-Shops AK Vertrauen und Sicherheit im E-Commerce veröffentlicht Leitfaden

Düsseldorf, 23. April 2007. Rund 40 Prozent aller kursierenden E-Mails weltweit werden inzwischen als Spam-Mails klassifiziert. Angesichts von weit mehr als zwölf Milliarden E-Mails täglich sind damit nicht nur enorme Kosten bei der Bewältigung des Problems verbunden. Für die E-Commerce-Branche geht es dabei inzwischen vor allem darum, das Vertrauen der Nutzer und Verbraucher im Internet nicht aufs Spiel zu setzen. Aus diesem Grund hat der Arbeitskreis Vertrauen und Sicherheit im E-Commerce einen Leitfaden zusammengestellt, der den Shop-Betreibern ein legales und erlaubnisbasiertes E-Mail-Marketing ermöglichen soll. Der Leitfaden enthält sowohl rechtliche als auch technische Aspekte sowie Tipps zur effektiven Zielgruppenansprache.

„Ungenauere Filterverfahren der Provider erschweren zum Teil seriöses E-Mail-Marketing“, so Gerd M. Fuchs, als BVDW-Justiziar einer der Mit-Autoren des Leitfadens. „Nicht selten landet erlaubnisbasierte Werbung per E-Mail im Spam-Filter, wer allerdings bestimmte rechtliche und technische Voraussetzungen erfüllt, kann dieses Problem umgehen.“ Um welche konkreten Maßnahmen es sich dabei handelt, stellt der Leitfaden zusammen, an dem auch Dipl.-Inform. Anastasia Meletiadou (Institut für Wirtschafts- und Verwaltungsinformatik der Universität Koblenz-Landau) und Ass. jur. Markus Sacher (Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung (provet) der Universität Kassel) mitgewirkt haben.

Durch das Spam-Netz der Provider schlüpfen

Der Leitfaden listet übersichtlich die sieben wichtigsten, juristischen Anforderungen an Werbe-E-Mails auf und liefert Shop-Betreibern so einen schnellen, komprimierten Einstieg in die Thematik. „Wir haben nicht den Anspruch jede Detailfrage in Sachen E-Mail-Marketing zu klären“, erläutert Markus Sacher. „Wer sich an die Empfehlungen hält, läuft allerdings nicht Gefahr ohne weiteres abgemahnt zu werden oder in den Spam-Netzen der Provider zu landen.“ Schließlich ist E-Mail-Marketing immer noch ein sehr effektives Mittel im Marketing-Mix, wenn es um die Bewerbung von Waren und Dienstleistungen geht. Das gilt insbesondere dann, wenn man sich an Verbraucher wendet, die schon einmal Kunde im eigenen Online-Shop gewesen sind.

Hinsichtlich der technischen und formalen Maßnahmen scheitern Versender oft an vergleichsweise banalen Hürden und landen so in der Blacklist oder dem Spam-Filter von Internet Service Providern. Umso wichtiger ist es, sich einen Überblick über die Spam-Kriterien der Provider zu verschaffen. Genau das liefert der nun veröffentlichte Leitfaden. „Mit dem Leitfaden wollen wir Shop-Betreibern den Weg zu einer der wichtigsten Vermarktungskanäle im E-Commerce ebnen“, sagt Jean-Marc Noël (Trusted Shops), Leiter des Arbeitskreises Vertrauen und Sicherheit der Fachgruppe E-Commerce im BVDW. „Das Vertrauen der Nutzer ist eine der Grundvoraussetzungen für einen florierenden Online-Handel. Das sollte man nicht durch leichtfertiges Vorgehen bei der Vermarktung des eigenen Shops gefährden.“

Der Leitfaden kann unter > <http://www.bvdw.org/wissenspool/leitfaeden.html> kostenlos herunter geladen werden.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Thomas Schauf, Fachgruppen-Manager
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -16; Fax: -33
mailto: schauf@bvdw.org

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 600456 -26, Fax: -33
Mobil 0177 8528616
mailto: salzig@bvdw.org

Über den BVDW:

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

Über die Fachgruppe E-Commerce:

Die Fachgruppe versteht sich als Interessenvertretung der gesamten E-Commerce-Anbieter. Sie bringt Öffentlichkeit und Politik kritische Themen nahe und erarbeitet Stellungnahmen zu aktuellen Fragen.

Die Fachgruppe E-Commerce hat sich zur Aufgabe gemacht, das Potenzial des Themas E-Commerce in der Öffentlichkeit entsprechend darzustellen. Neben der Präsentation des Electronic-Commerce-Marktes und der Erarbeitung von Standardisierungen für alle beteiligten Marktteilnehmer sollen auch rechtliche Grundlagen geschaffen werden, mit denen der Ausbau des E-Commerce-Angebots in Deutschland unterstützt wird. Hierzu zählt vor allem der Abbau von Hemmnissen hinsichtlich der Transaktionen mit Kunden und Geschäftspartnern im (nicht-)europäischen Ausland sowie das Aufzeigen von Best-Practice-Beispielen für den Mittelstand.

Darüber hinaus hat sich die Fachgruppe zum Ziel gesetzt, den Markt für Electronic Commerce transparent darzustellen, Marktabschätzungen sowie Eingrenzungen und Definitionen der Geschäftsbereiche zu entwickeln. Zudem werden Standards und Checklisten für die Unternehmenspraxis und Durchführung von E-Commerce erarbeitet.