

Begriffserklärung rund um E-Mail-Marketing

Hinter dem Begriff E-Mail Marketing steht der unternehmerische Einsatz vom Dialoginstrument E-Mail. Dabei wird E-Mail im Rahmen von „Permission Marketing“ sowohl als Akquisitionsmittel als auch als Kundenbindungsinstrument eingesetzt.

E-Mail Marketing beinhaltet folgende Instrumente:

1. **Mailinglisten:**
 - a. **Newsletter**
 - b. **Diskussionsliste**
2. **Newsgroups**
3. **Autoresponder**
4. **Direct-E-Mail**

- 1. Mailinglisten:** Der Begriff „Mailingliste“ bezeichnet eine mehr oder weniger automatisierte E-Mail-Verteilerliste. Die Empfänger der über die Liste versandten E-Mails tragen sich freiwillig als Abonnenten auf dem Verteiler ein und können sich auch selbst wieder abmelden. Es existieren zwei Arten von Mailinglisten: Newsletter und Diskussionslisten
- a. Newsletter:** Der Versender bestimmt den Inhalt und den Zeitpunkt des Versandes, der Empfänger kann nicht in Interaktion mit den anderen Empfängern des Newsletters treten. Es handelt sich demnach um Kommunikation von einem Anbieter zu vielen Empfängern. Newsletter eignen sich in besonderem Masse als Kundenbindungsinstrument.
- b. Diskussionsliste:** Alle Abonnenten der Diskussionsliste erhalten jede an die E-Mail-Adresse der Liste gerichtete Mail. Es handelt sich dabei also um Kommunikation von vielen Absendern zu vielen Empfängern, die alle selbst zu Sendern werden können.
- 2. Newsgroups:** Eine Newsgroup ist eine Diskussionsgruppe im Usenet. Das Usenet ist der historisch älteste Teil des Internets und funktioniert als öffentliches Mitteilungssystem. Newsgroups haben die Funktion eines überdimensionalen "Schwarzen Bretts". Sie werden auch als Discussion Groups, Bulletin Board (BBS) oder Area bezeichnet. Benutzer können in bestehenden Newsgroups Nachrichten veröffentlichen (posten) und die Postings anderer lesen, auf vorherige Beiträge antworten (Follow-up) oder auch neue Newsgroups einrichten.
- 3. Autoresponder:** Autoresponder sind vorgefertigte Standard-Antworten, welche vom Mail-Server auf eine bestimmte Anfrage hin verschickt werden. Dies ist vor allem im Geschäftsbereich eine häufig genutzte Funktion. So bleiben auch bei Abwesenheit des Nutzers eingehende E-Mails nicht unbeantwortet auf dem jeweiligen Server liegen, sondern werden automatisch mit einem vom Nutzer zuvor verfassten Mail beantwortet.
- 4. Direct-E-Mail:** Das Direct-E-Mail kann mit einem klassischen Printmailing verglichen werden. Der Einsatz erfolgt kampagnenorientiert und nicht periodisch. Bei Direct-E-Mails ist sicher zu stellen, dass keine unerwünschten Mails (SPAM) produziert werden.