

## HIDDEN CHAMPIONS: TRANSAKTIONS-MAILS

### Die Conversion-Potenziale von Transaktions-Mails richtig und rechtssicher nutzen mit dem E-Mail Marketing-Spezialisten empaction

Frankfurt am Main, 12. August 2014. Beim Thema E-Mail Marketing denken die meisten vor allem an den Versand von Newslettern und übersehen dabei die Potenziale, die in Transaktions-Mails stecken. Diese organisatorisch notwendigen Informationen wie automatisierte Bestellbestätigungen, Versandbenachrichtigungen oder Statusmeldungen erzielen Öffnungsraten von bis zu 80 Prozent und sind auch in allen anderen entscheidenden Kategorien effektiver als reine Werbemails: Umsatzerlöse pro E-Mail, Konversions- oder Klickraten. Der E-Mail Marketing-Spezialist empaction unterstützt seine Kunden dabei, die Potenziale der Transaktions-Mails rechtssicher auszuschöpfen.

„Angesichts der nachweislichen Effektivität von Transaktions-Mails in puncto Umsatzerlöse pro E-Mail, Konversionsraten, Öffnungs- oder Klickraten ist es erstaunlich, dass das Werbe-Potenzial von Anmelde- und Bestellbestätigungen, Lieferbenachrichtigungen oder Statusmeldungen so wenig genutzt wird. Nach verschiedenen Studien werden nur etwa 47 Prozent des Gesamtaufkommens von Transaktions-Mails durch Marketing-Abteilungen verantwortet und speziell für das Marketing eingesetzt“, weiß Tobias Pfeifer, Geschäftsführer des Frankfurter E-Mail Marketing-Anbieters empaction. Dabei steht die Wirkung von Transaktions-Mails im direkten Zusammenhang mit einer Aktion des Kunden, etwa dem Online-Vertragsabschluss. Die Nutzer erwarten geradezu die transaktionsbezogenen Informationen kurzfristig auf ihrem Smartphone, Tablet oder Desktop-Gerät.

### Optimierung für alle Endgeräte

Deshalb legt empaction seinen Kunden nahe, ihre Transaktions-Mails nicht als schmucklose Textinformation zu versenden, sondern die Templates ansprechend zu gestalten und mit zusätzlichen Inhalten zu versehen. Dies können zum Beispiel Informationen über ergänzende Produkte oder Dienstleistungen sein – im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben. Wichtig ist, dass diese Mails auch für den Empfang auf mobilen Endgeräten ausgelegt und optimiert sind.

### Optimale Zustellungsreichweite durch professionelle Versandlösungen

Damit die Transaktions-Mails nicht von Internet Service Providern blockiert oder aber von Spam-Filtern ausgesiebt werden, ist es wichtig, nur professionelle Versandlösungen mit entsprechender Zertifizierung, wie beispielsweise einer CSA-Zertifizierung, zu wählen. Nur so ist eine optimale Zustellungsreichweite garantiert. Hierfür steht auch die Lösung von empaction, dem Vorreiter im Bereich Permission-Marketing.

### Rechtssichere Inhalte

Aber nicht nur technische, sondern auch rechtliche Aspekte gilt es bei Transaktions-Mails zu beachten. Die grundlegende Frage lautet: Ist die Versendung von werbenden Transaktions-Mails rechtlich zulässig? Grundsätzlich bedarf nämlich jede Werbe-E-Mail der vorherigen ausdrücklichen Einwilligung des Empfängers. Allerdings handelt es sich nicht um eine Werbe-E-Mail, wenn – wie bei der Transaktions-Mail – die Werbung in den Hintergrund tritt und der geschäftliche Anlass für die E-Mail unzweifelhaft gegeben ist.

Kein rechtliches Problem sind werbende Transaktions-E-Mails, wenn vorher eine generelle Einwilligung in die Werbung per E-Mail abgegeben worden ist oder sich die E-Mail im Rahmen des von § 7 Abs. 3 UWG Erlaubten bewegt. Es empfiehlt sich deshalb, die entsprechende Einwilligung im Rahmen der Transaktion bzw. bereits im Rahmen der Newsletter-Anmeldung abzufragen.

Ansonsten gilt, dass eine dezent gehaltene Werbung, auch mittels Komplementärproduktverkauf (Up-selling-Angeboten) in Transaktions-Mails, zulässig ist, wenn sie nicht den eigentlichen Zweck der Mail überschreitet. Dies folgt daraus, dass die Transaktions-Mail bereits eine Bindung zum Vertrag aufweist. Der Adressat erwartet die Transaktions-Mail und will bzw. muss sich auch damit befassen, unabhängig davon, ob diese werbliche Inhalte enthält oder nicht.

Bislang gibt es nur wenig Rechtsprechung zur Abgrenzung von einwilligungsfreien Transaktions-Mails und einwilligungsbedürftigen Werbemails, zuletzt LG Coburg, Az.: 33 S 87/1; insofern bleibt es den Marketingstrategen der Versender überlassen, den Inhalt der Transaktions-Mail so anzupassen, dass er nicht die Grenze zur unzumutbaren Belästigung überschreitet. Die Richtschnur ist dabei die Auslegung am Wortlaut des Gesetzes. empaction bietet seinen Kunden hierbei strategische Beratung.

Rechtzeitig zur Teilnahme an der diesjährigen dmexco am 11. und 12. September in Köln (Halle 06.1, Stand A-050) hat empaction den Relaunch seines Webauftritts abgeschlossen. Die Website zeigt sich in neuem Design und bietet ein breites Informationsangebot zu allen Themen und News rund um das E-Mail Marketing. [www.empaction.com](http://www.empaction.com)

## Über empaction

Hinter empaction steht die Vision, das E-Mail Marketing zu revolutionieren. Mit dieser Vision sind wir 2005 angetreten und bieten passioniertes und professionelles E-Mail Marketing im Full-Service – mit umfassender Beratung und extensivem Service, alles aus einer Hand. Von Frankfurt am Main aus betreuen wir weltweit circa 150 Kunden aus zahlreichen Branchen mit über 600 aktiven Accounts. Mit der von uns entwickelten E-Mail Marketing-Software werden jeden Monat über 70 Millionen E-Mails in 40 Länder rund um den Globus versendet. Die empaction-Plattform bietet dabei einen funktionalen Umfang, mit dem sich auch anspruchsvollste Kampagnen einfach und komfortabel umsetzen lassen. Durch den ständigen Ausbau der Funktionalität gewährleisten wir die Zukunftssicherheit unseres Systems. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, E-Mail Marketing und damit verbundene Cross-Channel-Aktivitäten mit größtmöglichem Erfolg zu betreiben – von der Konzeption über die Testphase und Umsetzung bis hin zur detaillierten Erfolgsanalyse und Optimierung.

Als Vorreiter im Bereich Permission-Marketing sorgen wir durch umfassende Beratungsarbeit und fundierte Rechtsanalysen dafür, dass die Kampagnen unserer Kunden ankommen und sie rechtlich immer auf der sicheren Seite sind.