

RETARUS WHITEPAPER

Erfolgsfaktor Reputation Management:

Wie Ihre E-Mails dort landen, wo sie landen sollen

Contents

- S.2 Erfolgreiches Reputation Management sorgt für Durchkommen**
- S.3 E-Mail-Authentifizierung als essenzieller Baustein für hohe Reputation
- S.3 List-Unsubscribe Header unterstützen beim Abmelden unerwünschter Newsletter
- S.4 Bounce Management und Suppression Lists verhindern Absinken der Reputation
- S.5 Unterschiedliche IP-Adressen und Domains für große Versände
- S.5 CSA-Zertifizierung garantiert Qualitätsstandards im E-Mail-Verkehr
- S.6 Reputation Management als integraler Bestandteil Ihres Geschäftserfolgs**

Egal ob Aufträge, Anmelde- und Bestellbestätigungen oder Rechnungen: Gerade bei wichtigen Geschäftsprozessen müssen Sie darauf vertrauen können, dass Ihre E-Mails sicher im Posteingang des Empfängers ankommen. Allerdings entstehen zusammen mit Newslettern, Kundenservice-Anfragen und anderen Interaktionen schnell immense Mengen an E-Mails, die in kurzen Zeiträumen versendet werden. E-Mail-Provider missverstehen dies häufig als Spam und stellen legitime, teilweise geschäftskritische E-Mails nicht zu. Wie stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails im Posteingang landen – und nicht im Junk-Ordner untergehen?

Erfolgreiches Reputation Management sorgt für Durchkommen

Über **50%**
aller E-Mails sind
Spam

Um die Zustellrate Ihrer E-Mails konstant hoch zu halten, ist Ihre Reputation ausschlaggebend. Weltweit sind über die Hälfte aller verschickten E-Mails Spam¹, die E-Mail-Service-Provider/Internet-Service-Provider bereits vorab mit hoher Genauigkeit aussortieren. In der Regel geschieht dies auf Basis nachvollziehbarer Attribute wie Inhalt (Schlagworte, die auf Spam hinweisen), Aufbau (Text-Bild-Verhältnis) oder technischem Setup wie SPF/DKIM.

Schlechte Reputation führt zu
Blocking und Blacklisting

Gerade bei großen E-Mail-Volumina aber tendieren Provider dazu, auch legitime E-Mails als Spam zu klassifizieren. Diesem Effekt können Sie mit erfolgreichem Reputation Management entgegenwirken. Dieses dient primär einem Ziel: dem Empfänger-Provider klar zu machen, dass es sich bei der eingehenden Mail nicht um Spam, sondern um eine legitime Nachricht handelt. Relevant ist dafür besonders die öffentliche Reputation der Versand-IP-Adresse und Versand-Domäne. Werden E-Mails eines Absenders häufiger als Spam klassifiziert, dann sinkt diese – wodurch umgekehrt die Wahrscheinlichkeit steigt, dass zukünftige E-Mails im Spam-Ordner landen. Eine schlechte Reput-

¹ Symantec E-Mail Spam Rate, verfügbar unter: <https://www.symantec.com/security-center/publications/monthlythreatreport> (2.Mai.2019).

tation kann zu einem temporären Blocking oder gar einem dauerhaften Blacklisting führen: E-Mails von Versendern bzw. IP-Adressen, die auf einer solchen „schwarzen Liste“ landen, weisen E-Mail-Provider sogar direkt ab. Um dies zu vermeiden und die eigene Reputation konstant hoch zu halten, ist ein effektives und aktives Reputation Management maßgeblich. Viele Unternehmen setzen auf erfahrene Spezialisten, um die dafür notwendigen Maßnahmen zu implementieren – und die Funktionalität ihrer Geschäftsprozesse zu gewährleisten.

1. E-Mail-Authentifizierung als essenzieller Baustein für hohe Reputation

SPF, DKIM, DMARC-

authentifiziert kommt besser an

Ein wichtiger Bestandteil eines effektiven Reputation Managements ist die Authentifizierung des technischen und organisatorischen Senders. Damit stellen Sie sicher, dass Absenderadressen nicht gefälscht werden und dass nur autorisierte Server E-Mails versenden können. Besonders relevant sind hierbei der Einsatz von SPF (Sender Policy Framework), DKIM (DomainKeys Identified Mail) und DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting and Conformance). Während SPF über einen Eintrag ins DNS festlegt, wer mit einer bestimmten Domäne E-Mails versenden darf, lässt sich mit DKIM überprüfen, dass eine E-Mail tatsächlich auch von der angegebenen Absende-Domäne stammt. DMARC baut auf diesen beiden Techniken auf und bietet zusätzlich die Möglichkeit, Regeln für den Umgang mit nicht konformen Nachrichten mitzuliefern. Wenn diese Techniken zur Authentifizierung nicht korrekt hinterlegt werden, dann scheitert diese schnell. E-Mails der Absenderadresse werden dann automatisch vom empfangenden Provider als Betrugsversuch identifiziert und als Spam klassifiziert.

2. List-Unsubscribe Header unterstützen beim Abmelden unerwünschter Newsletter

Ab Juli 2019

sind One-Click-Post-Header für CSA-zertifizierte Versender Pflicht

Was gerade für Marketer auf den ersten Blick jeglicher Intuition widerspricht, ist bei genauerem Hinsehen ein wichtiger Faktor erfolgreichen Reputation Managements: die direkte Option, sich aus Verteilern auszutragen. Das Schlimmste, was Ihrer geschäftlichen E-Mail passieren kann, ist, dass der Empfänger sie direkt als Spam markiert. Dies hat die gravierendsten Auswirkungen auf Ihre Reputation beim jeweiligen Empfänger-Provider. Neben dem obligatorischen Einbinden des Abmeldelinks am Ende der jeweiligen E-Mail ist es daher empfehlenswert, eine Möglichkeit zur Abmeldung bereits technisch im Header der jeweiligen E-Mail zu integrieren. Dieses sogenannte List-Unsubscribe unterstützen gängige

E-Mail-Clients und Webmail-Dienste bereits heute. Auf diese Weise können sich Empfänger direkt aus einer nicht mehr erwünschten Mailing-Liste austragen. Diese Implementierung verringert die Wahrscheinlichkeit, dass die Mail als Spam gekennzeichnet wird, und unterstützt Sie dabei, Ihre Reputation zu wahren.

Eine Erweiterung zum List-Unsubscribe ist für alle Versender von Marketing-E-Mails, die CSA-zertifizierte IP-Adressen verwenden, ab 01. Juli 2019 verpflichtend: Dann ermöglicht ein zusätzlicher „One-Click-Post-Header“ die Abmeldung mit nur einem Klick. Die Nutzung dieser Funktion ist generell ratsam.

3. Bounce Management und Suppression Lists verhindern Absinken der Reputation

Effektives Bounce Handling ist ein Kernelement des Reputation Managements

Immer wieder kommt es beim Versand von E-Mails vor, dass Nachrichten temporär oder dauerhaft nicht zugestellt werden können. ISPs und ESPs senden hierzu einen sogenannten Soft- beziehungsweise Hard Bounce als Benachrichtigung an den Absender zurück. Was für Sie als Versender auf den ersten Blick kaum ins Gewicht fällt, wird von Empfänger-Providern bei wiederholtem Auftreten allerdings als illegitimer Versand wahrgenommen und schlägt sich in einer Abwertung der Reputation nieder.

Während bei Soft Bounces erneute Zustellversuche unternommen werden müssen, sollten Hard Bounces direkt als solche erkannt und erneute Zustellversuche abgebrochen werden, um negative Auswirkungen auf die Reputation zu vermeiden.

Nicht existierende E-Mail-Adresse landen dann automatisiert auf einer „Suppression List“, die mehrfache Sendeveruche an zuvor abgelehnte Empfängeradressen verhindert und Ihnen die Möglichkeit gibt, Ihre Verteiler entsprechend zu bereinigen.

Außerdem kann die Suppression List den Versand von E-Mails an so genannte Spam Traps oder Honey Pots verhindern. E-Mail-Provider sind daran interessiert, Spam möglichst genau aus dem regulären E-Mail-Verkehr herauszufiltern. Sie verwenden spezielle E-Mail-Adressen (z. B. gelöschte Postfächer), um Spam-Nachrichten zu sammeln und das Verhalten des Versender zu analysieren. Moderne Lösungen zum Versand von E-Mails erkennen derartige Adressen und Domains, filtern sie aus den Empfängern und fügen sie automatisch der Suppression List hinzu. Als Kernelement des Reputation Managements sorgt effektives Bounce Management dafür, dass Sie nicht in Fallen tappen und Ihre weiße Weste behalten.

4. Unterschiedliche IP-Adressen und Domains für große Versände

IP-Routing verhindert
Blacklisting und Blocking

Gerade bei hohem E-Mail-Aufkommen hat es sich bei zahlreichen Unternehmen bewährt, den Versand verschiedenartiger Kommunikation nicht nur inhaltlich, sondern auch technisch voneinander abzugrenzen. Eine Möglichkeit hierfür ist IP-Routing, bei dem E-Mails von verschiedenen Domains/Kampagnen über unterschiedliche IP-Adressen versendet werden. Dabei kann die an den Empfänger kommunizierte E-Mail-Adresse identisch bleiben, wodurch die Authentizität der E-Mail empfängerseitig sichergestellt wird. Ihre E-Mail-Kommunikation kommt selbst dann an, wenn die verwendeten IP-Adressen teilweise auf einer Blacklist landen.

5. CSA-Zertifizierung garantiert Qualitätsstandards im E-Mail-Verkehr

Erhöhte Zustellrate
durch CSA-zertifizierten Versand

Reputation wird durch Zertifizierungen gestärkt. Die Certified Senders Alliance (CSA), ein Projekt des eco – Verband der Internetwirtschaft e.V. in Kooperation mit dem Deutschen Dialogmarketing Verband, zertifiziert Versender, E-Mail-Service-Provider und andere Unternehmen und informiert ihre Mitglieder regelmäßig über technische und regulatorische Neuerungen und Veränderungen, so dass Sie immer auf dem neuesten Stand bleiben und vor rechtlichen und finanziellen Risiken durch die laufende Einhaltung gesetzlicher Normen geschützt sind. Die Mitglieder verpflichten sich dazu, strenge rechtliche und technische Qualitätsstandards einzuhalten, und werden dafür auf eine zentrale Whitelist gesetzt. Wenn Sie über einen CSA-zertifizierten Dienstleister versenden, erhöht das die Zustellrate Ihrer E-Mails bei den Providern, die der CSA beigetreten sind – unter anderem 1und1, AOL, GMX, Microsoft (mit Office 365 und outlook.com), Web.de, Yahoo! und Yandex. Diese verzichten bei E-Mails von CSA-zertifizierten Versendern auf eine serverseitige Filterung. Ein weiterer Vorteil einer Zertifizierung ist ein effizientes Frühwarnsystem, das den Versender bereits vor einer Auswirkung über bestehende Probleme informiert.

Reputation Management als integraler Bestandteil Ihres Geschäftserfolgs

Diese fünf Elemente bilden den Kern eines effektiven Reputation Managements, mit dem Sie die Zustellrate Ihrer E-Mails kontinuierlich hoch halten. Die Schutzmechanismen, die E-Mail-Provider gegen die hohe Zahl an Spam nutzen, entwickeln sich allerdings permanent weiter. Dementsprechend müssen auch die Maßnahmen für ein erfolgreiches Reputation Management laufend angepasst werden. Ein professioneller Partner kann Sie dabei effektiv unterstützen und dafür sorgen, dass Ihre Reputation hoch bleibt – damit Ihre E-Mails auch dort landen, wo sie landen sollen.