

GUIDE E-MAIL-MARKETING

TEIL 10: ZUSTELLBARKEIT

SO LANDE DEINE E-MAILS NICHT IM SPAMORDNER

✉ **Nutzerverhalten**

- verhindere, dass Nutzer:innen den Spam-Button klicken
- Abmeldebutton am Ende der E-Mail
- Interaktionen (Weiterleiten, Klicks, Antworten) durch die Leser:innen fördern
- optimale Frequenz finden

✉ **Inhaltliche Elemente**

- Triggerwörter vermeiden
- besondere Vorsicht beim Verfassen des Betreffs
- korrekte Rechtschreibung beachten
- Fremdwörter vermeiden (wo möglich)
- auf Anhänge verzichten
- keine Shortlinks verwenden
- Links hinter Buttons oder Ankertexten platzieren
- eindeutigen Absendernamen wählen

✉ **Technische Elemente**

- Hard Bounces vermeiden
- auf IP-Monitoring achten
- Blacklists vermeiden, Whitelists bevorzugen
- Größe der E-Mail: max. 300 MB

GUIDE E-MAIL-MARKETING

TEIL 10: ZUSTELLBARKEIT

SO LANDEN DEINE E-MAILS NICHT IM SPAMORDNER

✉ Technische Elemente

- Validierungsverfahren nutzen (DKMI-Key oder SPF-Eintrag)
- E-mails mobil optimieren
- Double Opt-in Verfahren nutzen

✉ Der wichtigste Tipp

E-Mails mit Mehrwert verfassen, die Anklang bei den Leser:innen finden.