

## Deutsche Welle bietet internationale Themenvielfalt

E-Mail-Marketing in internationalen Unternehmen oder weit verzweigten Filialorganisationen stellt an die Prozesse und Software ganz spezifische Herausforderungen. Wie bewältigt man dreißig verschiedene Newsletter? Wie organisiert man technisch den Versand in mehreren Sprachen und dazu noch eine weltweit sichere Zustellung der E-Mails?

Die Deutsche Welle (DW) zeigt etablierten Unternehmen wie es geht: Der deutsche Auslandsrundfunk bietet Informationen aus Deutschland und Europa plus fundierte Analysen der Weltpolitik. Er wendet sich mit seinen Angeboten in dreißig Sprachen an Menschen weltweit.

Neben Radio und TV setzt der Sender bei der Distribution seiner Inhalte auch auf das Internet und die Auslieferung per E-Mail: Über die Webseite [dw-world.de](http://dw-world.de) können bereits heute themenspezifische Newsletter in fünfzehn Sprachen abonniert werden. Der Versand in weiteren fünfzehn Sprachen ist in Umsetzung.

Um den Interessen und Nutzungsgewohnheiten der unterschiedlichen Zielgruppen gerecht zu werden, unterscheiden sich die Newsletter-Angebote dabei je nach Sprache in Umfang und Inhalt voneinander.

### Zentraler Versand in 30 Sprachen für die Deutsche Welle

Die Herausforderung des Newsletter-Versandes bei der DW besteht darin, eine Fülle an permanent wechselnden redaktionellen Inhalten zu bündeln und zuzustellen. Vor Einsatz einer professionellen Versandtechnologie erfolgte die Newsletter-Erstellung manuell. Das war aufwändig und fehleranfällig. Die geforderte E-Mail-Marketing-Software sollte ein hohes Maß an Automatisierung leisten und möglichst viele offene Schnittstellen bieten, um Inhalte entsprechend flexibel einbinden zu können.

Kernpunkt war somit die Anbindung des Content-Management-Systems (CMS) der DW an die E-Mail-Marketing-Software. Dies geschah durch die Verknüpfung des CMS von [dw-world.de](http://dw-world.de) über ein zusätzliches Feed-CMS. Dieses erlaubt eine individuelle Zusammenstellung der Themeninhalte je Sprache in entsprechende Text- und HTML-Feeds. Durch die einmalige Einbindung der dynamischen Feeds in die Newsletter können die wechselnden Inhalte von der Webseite flexibel integriert werden. Die Informationen werden im Anschluss in festgelegten Intervallen automatisch abgefragt und an die jeweiligen Verteiler verschickt.

### Organisation der weltweiten Zustellbarkeit von E-Mails

Der weltweite Newsletter-Versand stellt besondere Anforderungen. Bei allen weltweit relevanten E-Mail-Programmen und Webmailanbietern muss eine möglichst fehlerfreie Darstellung der Newsletter gewährleistet werden.

Neben den, in der ASP-Lösung integrierten, Anti-Spam-Funktionen sorgen Kooperationen mit Zustellbarkeits-Spezialisten, wie zum Beispiel Return Path für höchste Zustellsicherheit. Vor allem für internationale Versender wie die DW, bietet diese Zusammenarbeit einen attraktiven Zusatz-Service: Mit dem Sender Score Monitor von Return Path sieht die DW auf einen Blick, ob einer der großen ISPs E-Mails blockiert oder filtert.

Ein weiterer Vorteil ist die Vorschaufunktion, mit der die E-Mail-Darstellung bei den wichtigsten ISPs und Free-Mail-Anbietern überprüft werden kann. Etwaige Fehler können so vor dem ersten Sendout behoben werden.

### Zielgruppengenaue Inhalte rund um den Globus

Das Instrument E-Mail ist für die DW ein wichtiges Push-Element, um Informationen gezielt an ihre Nutzergruppen auszuliefern. So bietet die DW nach unterschiedlich definierten Themengebieten E-Mails im Stunden-, Tages- oder Wochenrhythmus. Die heterogenen Zielgruppen können auf [dw-world.de](http://dw-world.de) direkt bei der Registrierung die Inhalte der Newsletter nach Themenschwerpunkten bestimmen.

Angeboten werden insbesondere Newsletter mit politischen oder wirtschaftlichen Inhalten, programmbegleitende Informationen für bestehende DW-TV Zuschauer und DW-RADIO Hörer oder Deutschkurse.

#### Infos zum Autor



Volker Wiewer  
wiewer@ecircle-ag.com

eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direktmarketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen – wie die Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, OTTO und Nintendo – vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen ist in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien vertreten.

eCircle AG  
Nymphenburger Straße 86  
D-80636 München  
Tel. +49 (0)89 / 120 096 00  
www.ecircle-ag.com