



E-Mail Infrastruktur Handbuch: Inhouse Lösung oder externer E-Mail Anbieter?

2019

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	03
2	Wichtige Überlegungen.....	04
3	Bewertung Ihrer Optionen.....	20
4	Fazit.....	27

Einleitung

Mit wachsenden Kontaktlisten und Kampagnen können die anfallenden Datenmengen schnell ansteigen.

Die Frage ist, ob Ihre selbst aufgebaute Lösung mit diesen Anforderungen problemlos mithalten kann oder ob eine Auslagerung an einen Drittanbieter zu Ihrer Entlastung sinnvoll ist.

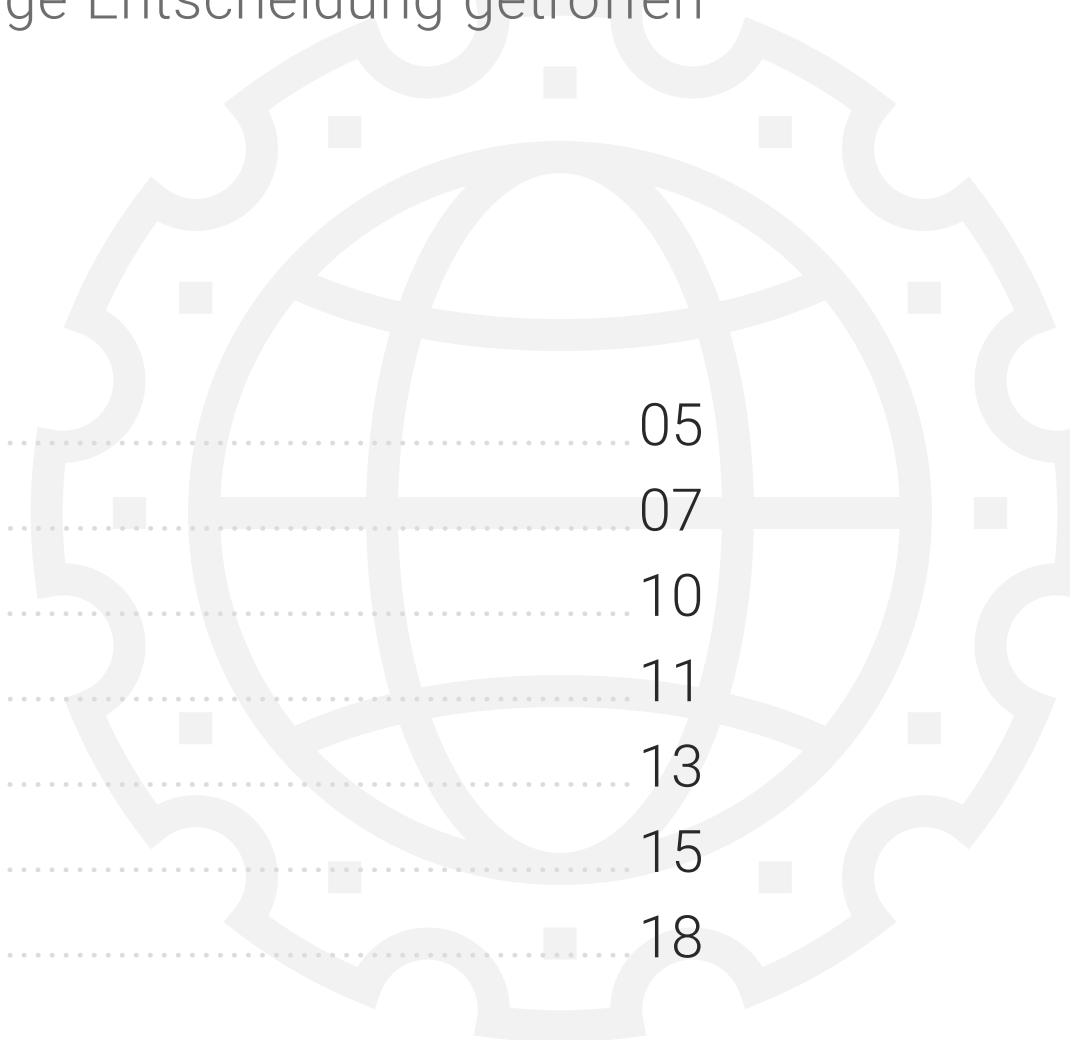
Alle Faktoren abzuwägen, kann eine schwierige Angelegenheit sein. Zustellbarkeit, Kosten, Datenschutz und Sicherheit stellen hier nur die Spitze des Eisbergs dar. Sie müssen sämtliche Vor- und Nachteile in Bezug auf die Optionen „Aufbauen vs. Kaufen“ bewerten und in diesem Handbuch finden Sie ausführliche Erklärungen, was Sie alles bei der endgültigen Auswahl beachten müssen.



Wichtige Überlegungen

Die Wahl zwischen dem Aufbau oder der Auslagerung Ihrer E-Mail Infrastruktur erfordert viele Überlegungen, die je nach Anforderungen Ihres Unternehmens von unterschiedlicher Bedeutung sind. Nachfolgend finden Sie eine Liste der wichtigsten Dinge, die Sie berücksichtigen müssen, bevor eine endgültige Entscheidung getroffen wird.

E-Mail Zustellbarkeit	05
Kosten	07
Datenschutz & Sicherheit	10
Skalierbarkeit	11
Wartung & Support	13
Statistiken & Analysen	15
Vorlagenerstellung	18

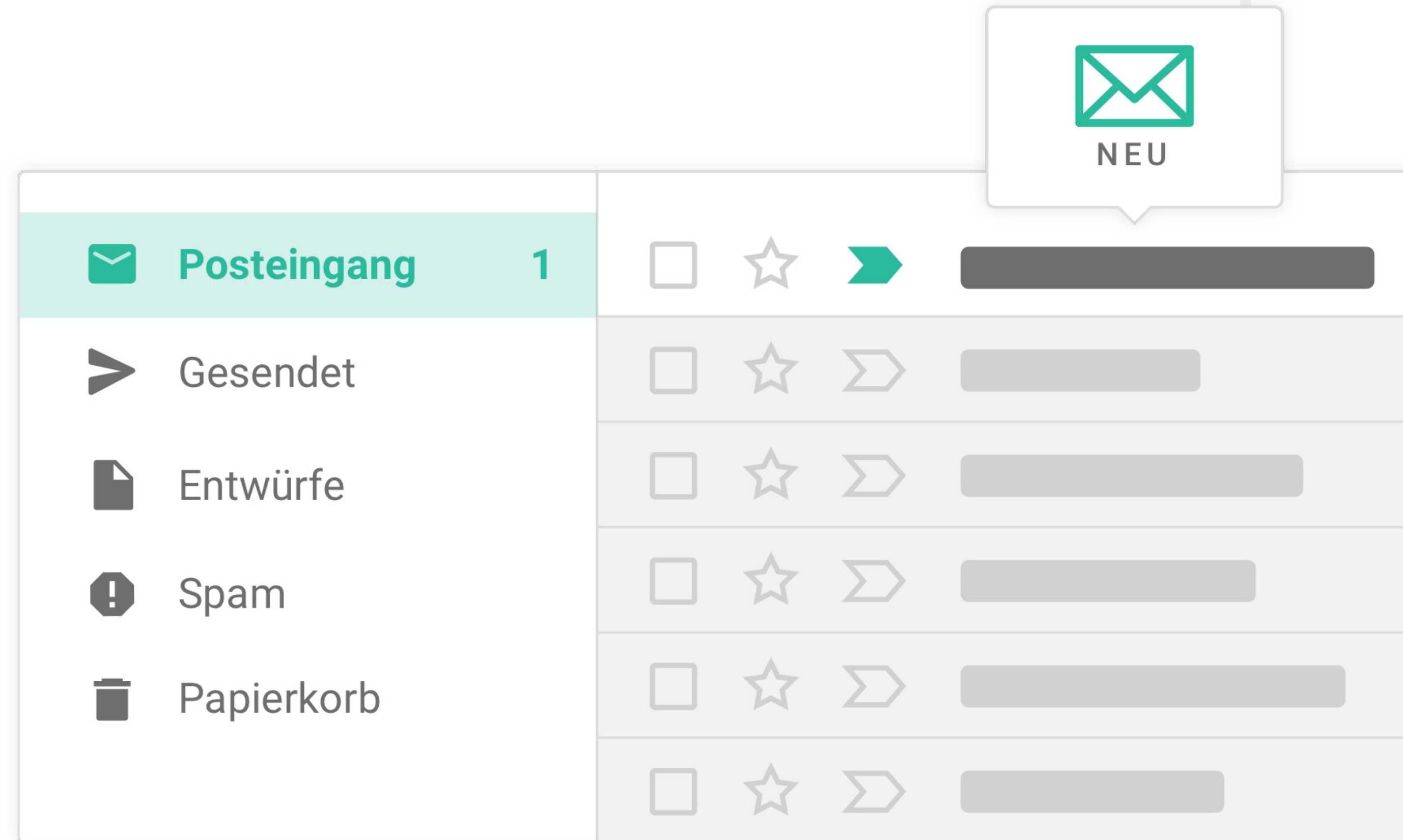


E-Mail Zustellbarkeit

Die E-Mail Zustellbarkeit kann eine verzwickte Angelegenheit sein. Eine erfolgreiche Zustellbarkeit bedeutet, dass die von Ihnen gesendeten E-Mails im Posteingang Ihrer Abonnenten landen. Landen sie woanders, wie etwa im Spam-Ordner oder werden vorher aussortiert oder blockiert, ist die Zustellung fehlgeschlagen.

Bei der Auslagerung Ihrer E-Mail Infrastruktur sollte die Zustellbarkeit ganz oben auf der Liste stehen.

Die Frage, die Sie sich an dieser Stelle stellen sollten: Wie erfolgreich ist Ihre Zustellbarkeit mit Ihren internen Systemen bislang?



Die interne E-Mail Infrastruktur eines Unternehmens stellt oftmals keine grundlegenden Statistiken wie Bounces (Rüchläufer), Spam oder sogar Öffnungen und Klicks bereit. **Diese Statistiken verdeutlichen die Zustellbarkeit und können Sie dabei unterstützen, Ihre Praktiken für die Listensäuberung zu verbessern.** Ohne diese Statistiken senden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit an inaktive Benutzer, alte Konten, Spamfallen und E-Mails mit Tippfehlern, was sich negativ auf Ihre Zustellbarkeit auswirken wird.

Einige interne E-Mail Tools stellen ausführliche Statistiken bereit, die Sie definitiv bei der Zustellbarkeit unterstützen können. In diesem Fall müssen Sie auch die Reputation Ihrer Domain und IP bei Posteingängen und ISPs berücksichtigen, sowie die Frage, ob Sie eine Person (oder mehrere) in Ihrem Team haben, die mit den Best Practices der Zustellbarkeit vertraut ist.

Bevor der Versand überhaupt beginnen kann, müssen einige Schritte unternommen werden, um eine gute Zustellbarkeit zu gewährleisten, wie z. B. die Einrichtung von Protokollen für SPF, [DKIM](#) und [DMARC](#) zur korrekten Authentifizierung Ihrer E-Mail. Probleme mit der Zustellbarkeit müssen sofort und effizient gelöst werden, um den Kontakt zu Ihren Kunden aufrechtzuerhalten, wobei es keine Rolle spielt, ob es sich um Transaktions- oder Marketing-E-Mails handelt.

Anhand einer permanenten Sorgfalt muss sichergestellt werden, dass die Kontaktliste sauber bleibt und die Platzierung der Blacklist überwacht wird.

Mehr dazu: [E-Mail Zustellbarkeit: Eine Anleitung für das Erreichen des Posteingangs](#)



Kosten

Letzten Endes sind es im Allgemeinen die Kosten, die für viele Unternehmen an erster Stelle stehen. Bei der Überprüfung Ihrer Entscheidung, Ihre E-Mail Infrastruktur auszulagern, sind drei Hauptkosten zu berücksichtigen:

- **Hardware:** Ihre E-Mail Infrastruktur ist nur so stark, wie die verwendete Hardware. Die Wartung und Aktualisierung Ihrer Server, um mit den Anforderungen Ihres E-Mail Programms Schritt zu halten, kann kostspielig sein, und die Behebung von Problemen wie defekte Lüfter und Festplattenausfälle ist alles andere als günstig. Wenn Sie Ihre Server stattdessen auf Cloud-Plattformen wie AWS und Google Cloud Platform hosten, sind Sie vielleicht nicht für die Wartung der Server verantwortlich, müssen aber mit Sicherheit die Cloud Hosting-Gebühren berücksichtigen, die sich schnell summieren können.
- **Software:** Erwerb, Programmierung und Pflege Ihrer Software muss auf jeden Fall bei den Kosten berücksichtigt werden, wenn Sie Ihre eigene E-Mail Software aufbauen möchten. Wenn Sie Ihre eigene Software entwickeln, den Überblick über Fehler behalten, neue Funktionen für Ihr Marketing-Team hinzufügen und die neuesten Tools wie Personalisierung, A/B-Tests und Segmentierung entwickeln, um das Beste aus Ihrer E-Mail Strategie herauszuholen, bedeutet das für Sie laufende Kosten.
- **Personal:** Wenn Ihre interne E-Mail Infrastruktur zu wachsen beginnt, um den Anforderungen Ihres wachsenden Geschäfts gerecht zu werden, muss für die direkte Überwachung der Infrastruktur ein Team eingerichtet werden. Dieses Team ist dafür verantwortlich, dass Ihr E-Mail Verkehr ohne Unterbrechung fortgesetzt wird, und dass eventuell auftretende Probleme effektiv behoben werden.



Nicht zu vergessen ist, wie die Kosten aufgrund von Ausfällen und Skalierungsanforderungen unvorhersehbar schwanken können, sobald Sie und Ihr E-Mail Volumen wachsen. Diese Überlegungen können es schwierig machen, zukünftige Kosten wirklich abzuschätzen.

Wenn Sie sich jedoch für eine Auslagerung Ihrer E-Mail Infrastruktur entscheiden, fallen natürlich auch damit verbundene Kosten an. Dabei sind drei Kategorien zu beachten:

- **E-Mail Weiterleitung:** Je nachdem, wie viele E-Mails Sie monatlich versenden, ist die Preisgestaltung eines E-Mail Dienstansbieters (ESP) möglicherweise anspruchsvoller als

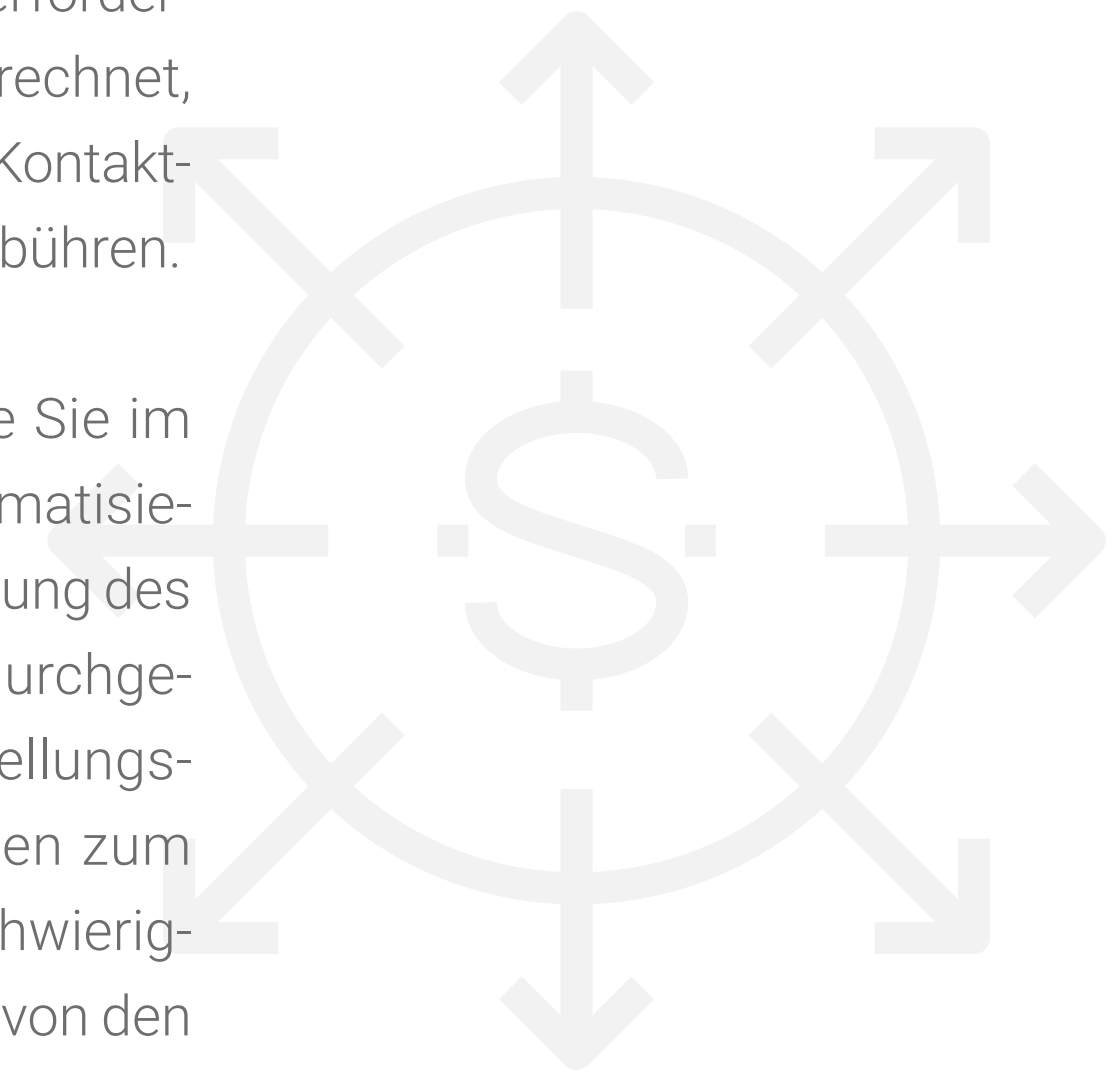


der Betrieb Ihrer eigenen Infrastruktur. Wenn Sie die Funktionen, Unterstützung der Zustellbarkeit und andere Vorteile eines ESP nicht benötigen, kann ein kleineres Volumen eventuell von Ihrer Infrastruktur gehandhabt werden. Im Allgemeinen wird die E-Mail Weiterleitung auf CPM-Basis (d. h. pro 1.000 E-Mails) oder basierend auf ausgewählten Plänen berechnet. Wenn Sie monatlich ein gleichbleibendes Volumen versenden, können Sie sich auch auf Kostensicherheit verlassen. Variiert Ihr Volumen pro Monat, könnte auch ein Jahresabonnement verwendet werden, um so die Kostensicherheit zu gewährleisten.

- **Speicherung:** Kontakte, Vorlagen und Statistiken an einem Ort aufzubewahren, erfordert einiges an Rechenleistung, die Ihnen von einem E-Mail Dienstleister bereitgestellt werden kann. Aber um Ihnen diese Lösungen anbieten zu

können, ist eventuell die Bezahlung einer Gebühr erforderlich. Während Mailjet keine Speichergebühren berechnet, berechnen viele ESPs basierend auf der Größe der Kontaktliste und der Zielgruppengröße entsprechende Gebühren.

- **Dienste:** Wir sprechen über alle Funktionen, die Sie im Rahmen des Abonnements erhalten. E-Mail Automatisierung, Segmentierung und A/B-Tests zur Verbesserung des Versands werden im Rahmen der Auslagerung durchgeführt. Darüber hinaus sind der Support bei Zustellungsproblemen und die Beantwortung all Ihrer Fragen zum Versenden bereits in die Kosten integriert. Die Schwierigkeit besteht darin, dass die Preise in Abhängigkeit von den gewünschten Diensten schwanken können, daher müssen Ihre Serviceanforderungen vor der Auslagerung bewertet werden.



Datenschutz und Sicherheit

Bei all den privaten Daten, mit denen Ihr Unternehmen tagtäglich zu tun hat, und den stetig wachsenden Vorschriften zum Thema Datenschutz müssen Sicherheits- und Datenschutzstandards ein ständiges Anliegen sein.

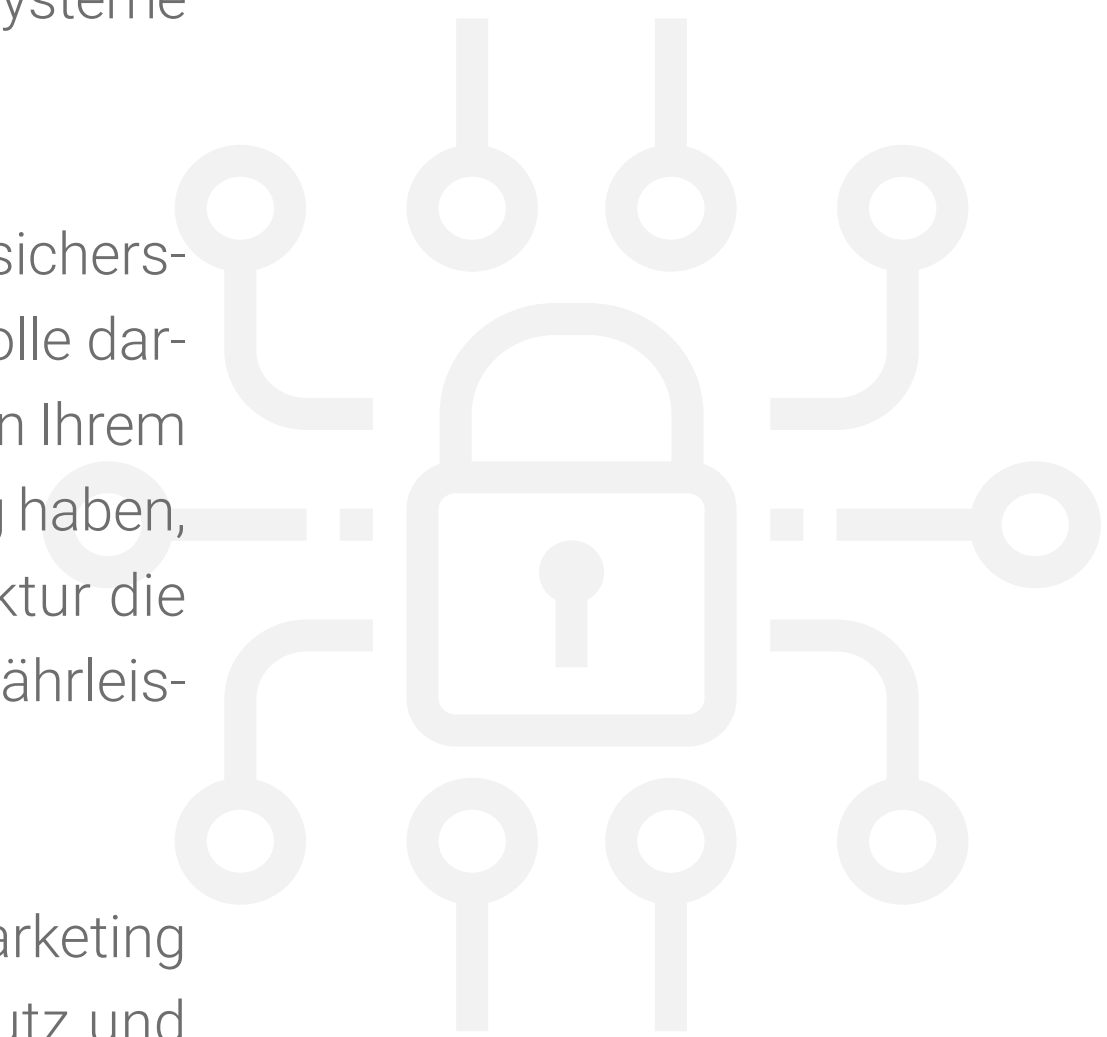
Es gibt viel zu sagen hinsichtlich der Sicherheit, die der Besitz Ihrer Infrastruktur mit sich bringen kann, insbesondere bei laufenden Problemen der Cybersicherheit und Datenschutzverletzungen. **Die Pflege einer Infrastruktur, die Ihre Daten ordnungsgemäß schützt, kann eine Vollzeitbeschäftigung sein, und abhängig von Ihrem Unternehmen ist dies möglicherweise die Vollzeitbeschäftigung vieler Mitarbeiter.** Ganz zu schweigen von den sich ständig weiterentwickelnden Gesetzen und Praktiken, die überwacht und gewissenhaft befolgt werden müssen.

In Bezug auf Ihre E-Mail Infrastruktur kann eine Auslagerung von besonderem Vorteil sein, wenn die Wartung ein ständiges Anliegen ist oder Ihre internen Server oder

Cloud-Computing-Anbieter nicht über modernste Systeme und akkreditierte Protokolle verfügen.

Trotzdem kann ein interner Server manchmal am sichersten sein, vorausgesetzt, Sie haben die volle Kontrolle darüber und wissen genau, wie er funktioniert. Wenn in Ihrem Unternehmen Sicherheit und Datenschutz Vorrang haben, ist möglicherweise eine interne E-Mail Infrastruktur die beste Möglichkeit, um optimale Sicherheit zu gewährleisten.

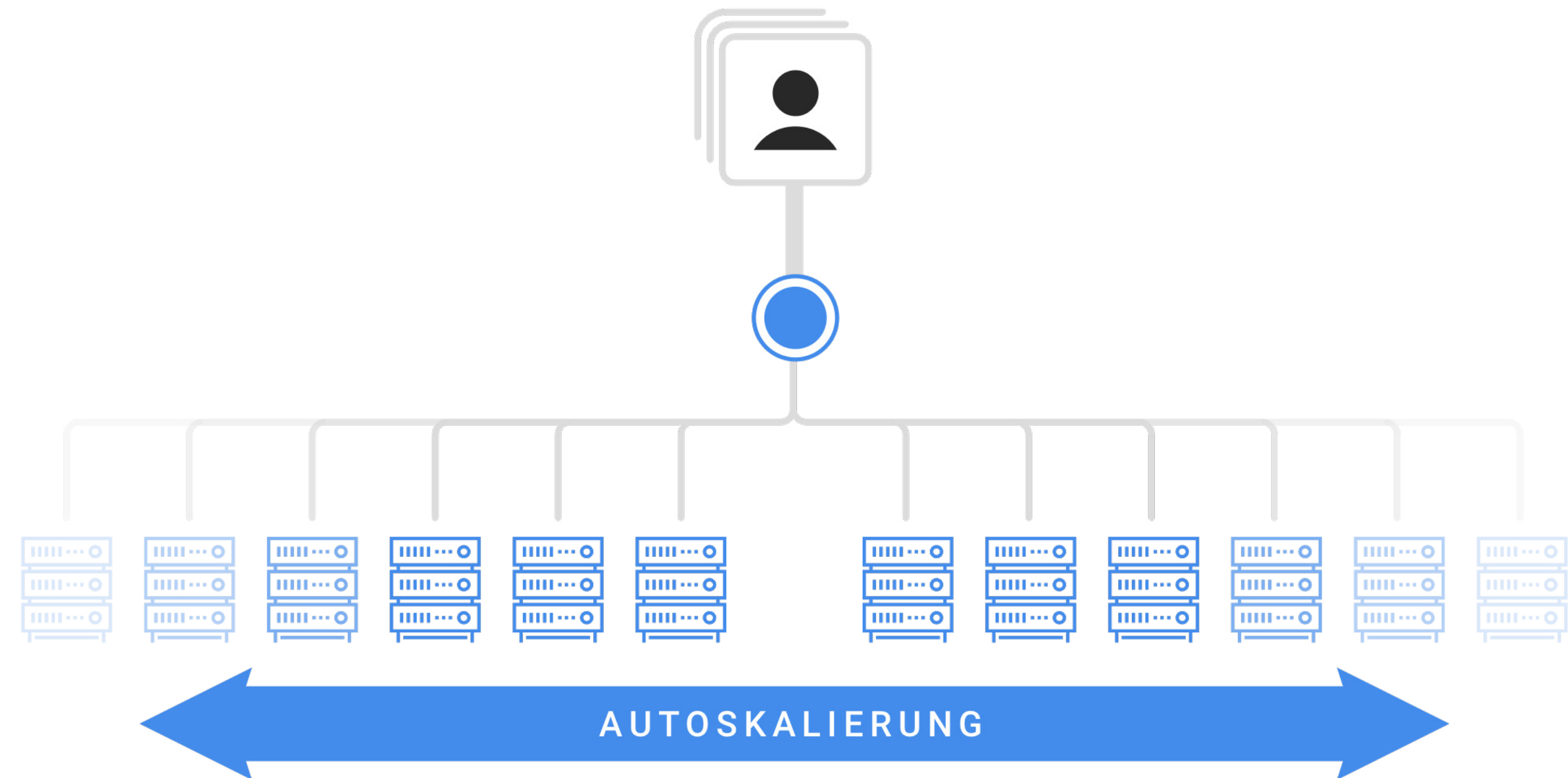
Aber wenn Sie nicht so sicher sind: Viele E-Mail Marketing Anbieter bieten eine hohe Qualität an Datenschutz und Sicherheit. Für Mailjet beispielsweise haben Sicherheit und Datenschutz Priorität und erfüllt daher höchste Standards für den Datenschutz: Unter anderem die Einhaltung der [DSGVO](#) und ISO 27001, was auch von Dritten bestätigt wurde.



Skalierbarkeit

Das Versenden von 100 E-Mails? Ein Kinderspiel. Das Versenden von 10 Millionen E-Mails? Gar nicht so einfach. Wenn ein erfolgreiches Unternehmen wächst, wird die Kommunikation mit Kunden, Benutzern und Interessenten zunehmend komplexer. Aus diesem Grund muss Ihre E-Mail Infrastruktur mit diesen Anforderungen mitwachsen.

Wenn Ihre E-Mail Anforderungen wachsen und die für deren Verwaltung erforderlichen Teams tun das auch, müssen Sie sicherstellen, dass Ihre Infrastruktur mit dem E-Mail Volumen, den Anforderungen an die Versandgeschwindigkeit und der Datenverarbeitung Schritt hält.

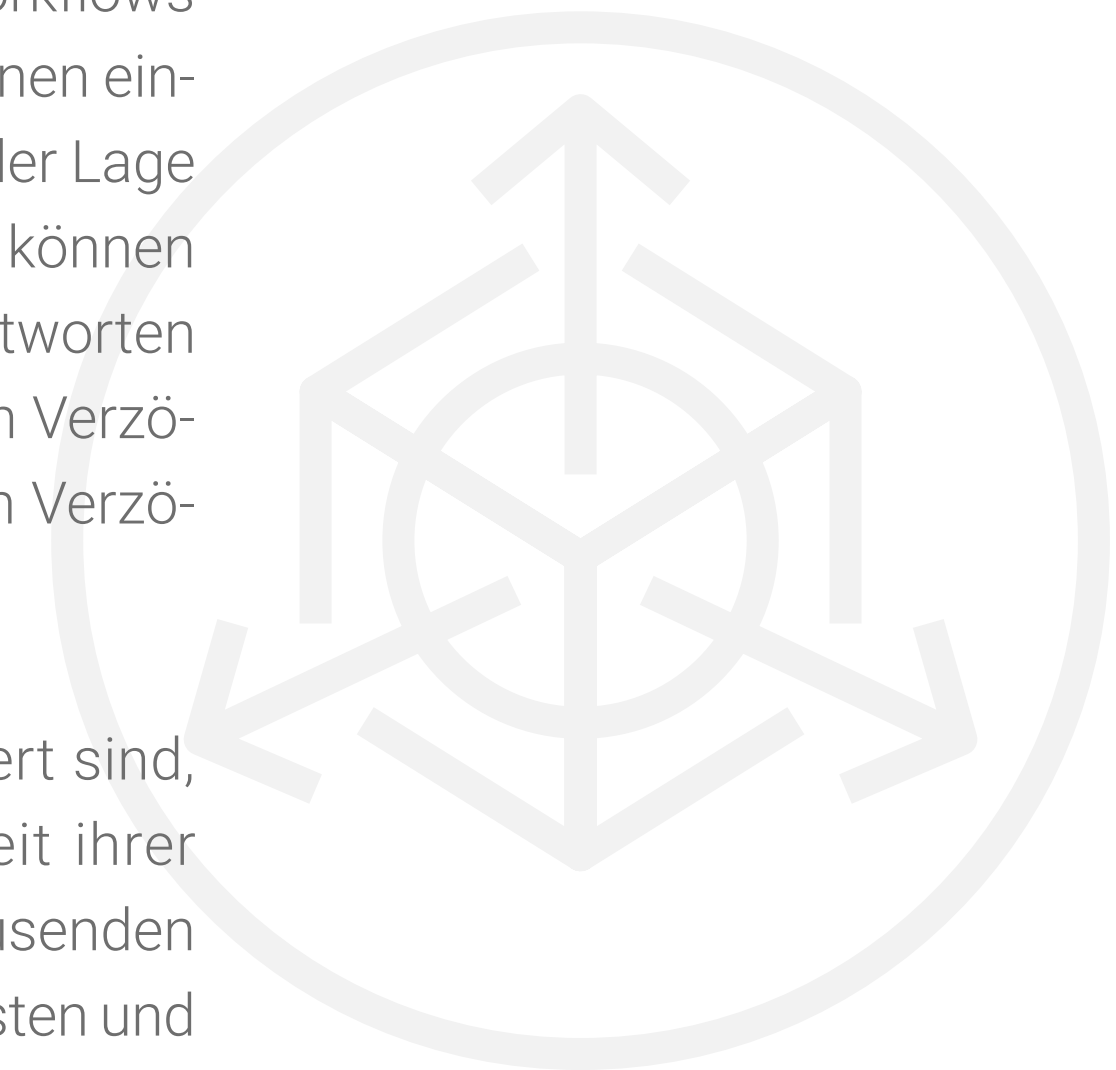


Mit einem ESP zu arbeiten oder der Aufbau einer internen E-Mail Plattform mit automatischen Skalierungsfunktionen kann Ihre gesamte E-Mail Funktionalität grundlegend verbessern. **Durch die automatische Skalierung kann sich die Infrastruktur an die Benutzeranforderungen anpassen, während die Leistung beibehalten und Kosten und Ressourcen minimiert werden.**

Wenn Sie Kampagnen mit unterschiedlichen Volumina, Zeiten und Geschwindigkeiten senden, kann Ihr Bedarf manchmal über die Möglichkeiten Ihrer Infrastruktur hinausgehen. Wenn Sie an Tagen mit höherem Datenvolumen mehr E-Mails versenden, wie z. B. am Black Friday, und Ihre Infrastruktur den Bedarf nicht decken kann, sind Verzögerungen und Datenverlust möglich.

Dies ist besonders wichtig, wenn Sie komplexe Workflows und Auslöser erstellen und in Ihre E-Mail Kampagnen einfließen lassen. Wenn Ihre E-Mail Lösung nicht in der Lage ist, Daten und Analysen in Echtzeit zu verarbeiten, können Auslöser basierend auf Öffnungen, Klicks und Antworten in die Warteschlange gestellt werden. Ihre kleinen Verzögerungen können im Handumdrehen zu längeren Verzögerungen führen.

ESPs, die auf robuste Infrastrukturen spezialisiert sind, gewährleisten eine automatische Skalierbarkeit ihrer E-Mail Infrastruktur, da sie täglich mit Hunderttausenden von Absendern zu tun haben. Die anfänglichen Kosten und die Komplexität der Integration einer automatischen Skalierung in Ihre eigene interne E-Mail Plattform können ein Hindernis für die Implementierung darstellen.



Wartung & Support

Selbst die kleinste Unterbrechung Ihrer Versendungen kann ein großes Problem darstellen. Ihre E-Mails müssen pünktlich beim richtigen Empfänger und im richtigen Postfach ankommen. Der Support kann bei der schnellen und effizienten Lösung dieser Probleme von entscheidender Bedeutung sein, damit Sie nicht stunden- oder tagelang davon betroffen sind.

Wenn Sie sich also überlegen, ob Sie Ihre E-Mail Infrastruktur aufbauen oder kaufen sollen - wie sieht es mit der laufenden Wartung aus? **Nun, die Realität sieht so aus, dass es unabhängig von Ihrer Wahl Probleme, Fehler und Ausfälle geben wird.** In diesem Fall kann die Behebung von E-Mail Unterbrechungen schwierig, verwirrend und zeitaufwändig sein. Manchmal müssen dann viele Ressourcen für die Suche und Behebung des Problems bereitgestellt



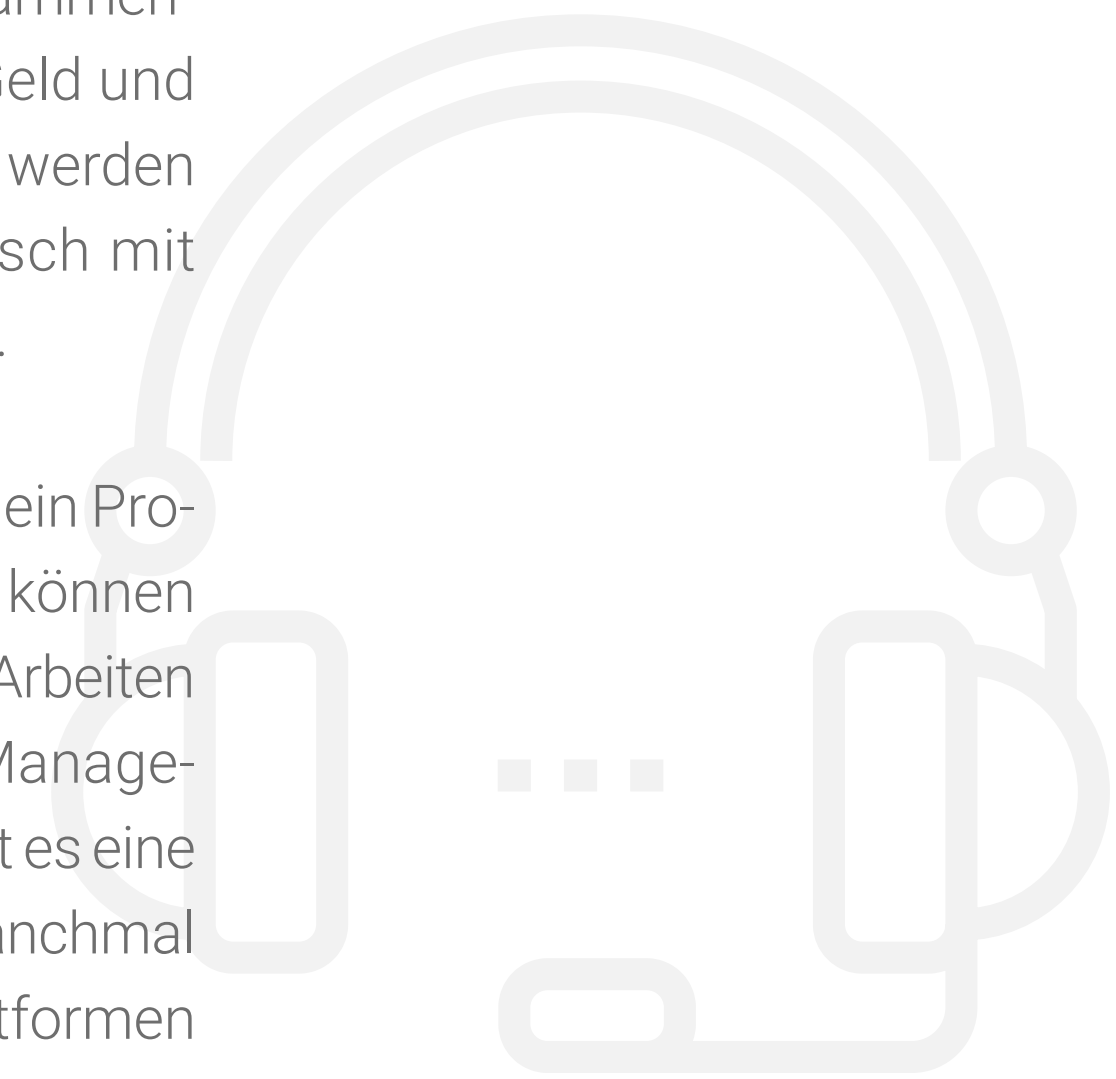
werden, insbesondere wenn das Problem die Fähigkeit Ihres Unternehmens beeinträchtigen kann, die Arbeit zu erledigen.

Die E-Mail Infrastruktur stets auf dem neuesten Stand zu halten, ist zwar eine anstrengende Angelegenheit, aber erforderlich, um Probleme zu neutralisieren, bevor sie außer Kontrolle geraten.

Die ständige Überprüfung der Server und die Überwachung Ihrer Domain- und IP-Reputation beanspruchen Zeit, Geld und Ressourcen. Wenn sie jedoch vernachlässigt werden und ein Problem vorliegt, kann dies genauso kostspielig sein.

Wenn Sie mit einem E-Mail Marketing Anbieter zusammenarbeiten, kann Sie das entlasten. Sie sparen so Geld und wertvolle Zeit ein, was an anderer Stelle investiert werden kann. Upgrades und Updates werden automatisch mit minimalem Aufwand auf Ihrer Seite durchgeführt.

Wenn die Wartung nicht in Ihren Händen liegt und ein Problem auftritt, das sich auf Ihren Versand auswirkt, können Sie natürlich nicht viel mehr tun, als zu warten. Das Arbeiten mit Plattformen mit einem speziellen Account-Management könnte hier von zentraler Bedeutung sein. Gibt es eine Person, die Sie bei Problemen anrufen können? Manchmal können Customer Success-Teams auf Cloud-Plattformen im Wesentlichen als dieses Mitglied Ihres Teams fungieren - und zwar immer auf Abruf, um Probleme für Sie aufzuspüren und zu beheben.



Statistiken & Analysen

Statistiken zu E-Mail Kampagnen sind ein wesentlicher Bestandteil der Verbesserung Ihres Versands und Engagements. Das System auf das Erfassen und Abfragen von Statistiken vorzubereiten, kann sehr zeitaufwendig sein, aber ohne ein vorhandenes System kann sich das sehr nachteilig auf Ihren zukünftigen Versand auswirken.

Systeme zum Erfassen und Speichern von E-Mail Statistiken und deren Aufbau und Pflege können sehr teuer sein und wenn Ihr Unternehmen wächst, muss auch die Speicherung von Statistiken entsprechend angepasst werden.

Wenn Sie Ihre eigene E-Mail Infrastruktur aufbauen, müssen Sie Systeme erstellen, mit denen Statistiken auf eine solche Weise protokolliert, gespeichert und verwaltet werden, dass sie für Entscheidungen zugänglich sind und zuverlässig für komplexe E-Mail Anforderungen wie Segmentierung, Personalisierung, dynamische Inhalte und Listenbereinigung genutzt werden können.

Es könnte eine nahezu endlose Liste von Statistiken geben, auf die Sie sich in Ihren E-Mails konzentrieren und die Sie verwenden sollten, aber zu den wichtigsten Statistiken gehören jedoch:



- **Öffnungsrate:** Die Prozentzahl der E-Mails, die in einer vorgegebenen Kampagne geöffnet wurden.
- **Klickrate:** Die Prozentzahl der Personen, die auf einen Link in Ihrer E-Mail geklickt haben.
- **Klicks pro Link:** Die Häufigkeit, mit der auf einen bestimmten Link geklickt wurde, um die leistungsstärksten Links und Schaltflächen zu verfolgen.
- **Konversionsrate:** Basierend auf Ihren definierten Zielen, welche Prozentzahl der zugestellten E-Mails zu Ihrem Ziel geführt hat (z. B. das gekaufte Produkt).
- **Rücklauffrate:** Die Prozentzahl von E-Mails die aufgrund von Hard Bounces (z. B. Tippfehler in der Adresse) oder Soft Bounces (z. B. Posteingang ist voll) nie bei Ihren Benutzern angekommen sind.
- **Abmeldungen:** Die Anzahl der Personen, die sich für eine Abmeldung von Ihren Kampagnen entschieden haben.
- **Spam-Beschwerden:** Die Anzahl der Personen, die Ihre E-Mail als Spam markiert haben.

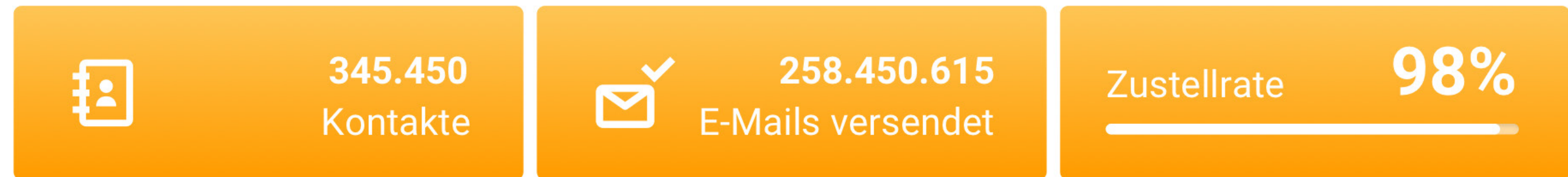
Wenn Sie eine eigene Infrastruktur aufbauen, sind Statistiken wie Öffnungs- und Klickraten für die Messung des



Erfolgs und das Optimieren zukünftiger Kampagnen von entscheidender Bedeutung. Ebenso wichtig sind Statistiken wie Rücklaufquote, Abmeldungen und Spam-Beschwerden, die für Ihr Unternehmen genauso von grundlegender Bedeutung sind.

Diese nicht richtig nachzuerfolgen nimmt Ihnen die Gelegenheit, sich auf Basis der Informationen anzupassen (wie z. B. das Entfernen von Abmeldungen von zukünftigen E-Mails), was möglicherweise zu **massiven Problemen bei der Zustellbarkeit, zu einer reduzierten E-Mail Leistung und zu rechtlichen Problemen** mit Kontrollorganen wie DSGVO und CAN-SPAM führen kann.

Mehr dazu: [Statistiken zur E-Mail Kampagne: Welche Informationen enthalten sie?](#)



E-Mail Anbieter	Öffnungsrate	Klickrate	Anmeldungen	Soft Bounce	Hard Bounce
Google	32,76%	3,45%	0,31%	3,24%	0,62%
Microsoft	26,11%	2,79%	0,87%	4,49%	2,39%
Yahoo	21,51%	3,22%	1,32%	5,10%	1,35%
Others	16,95%	1,46%	0,48%	3,57%	1,29%

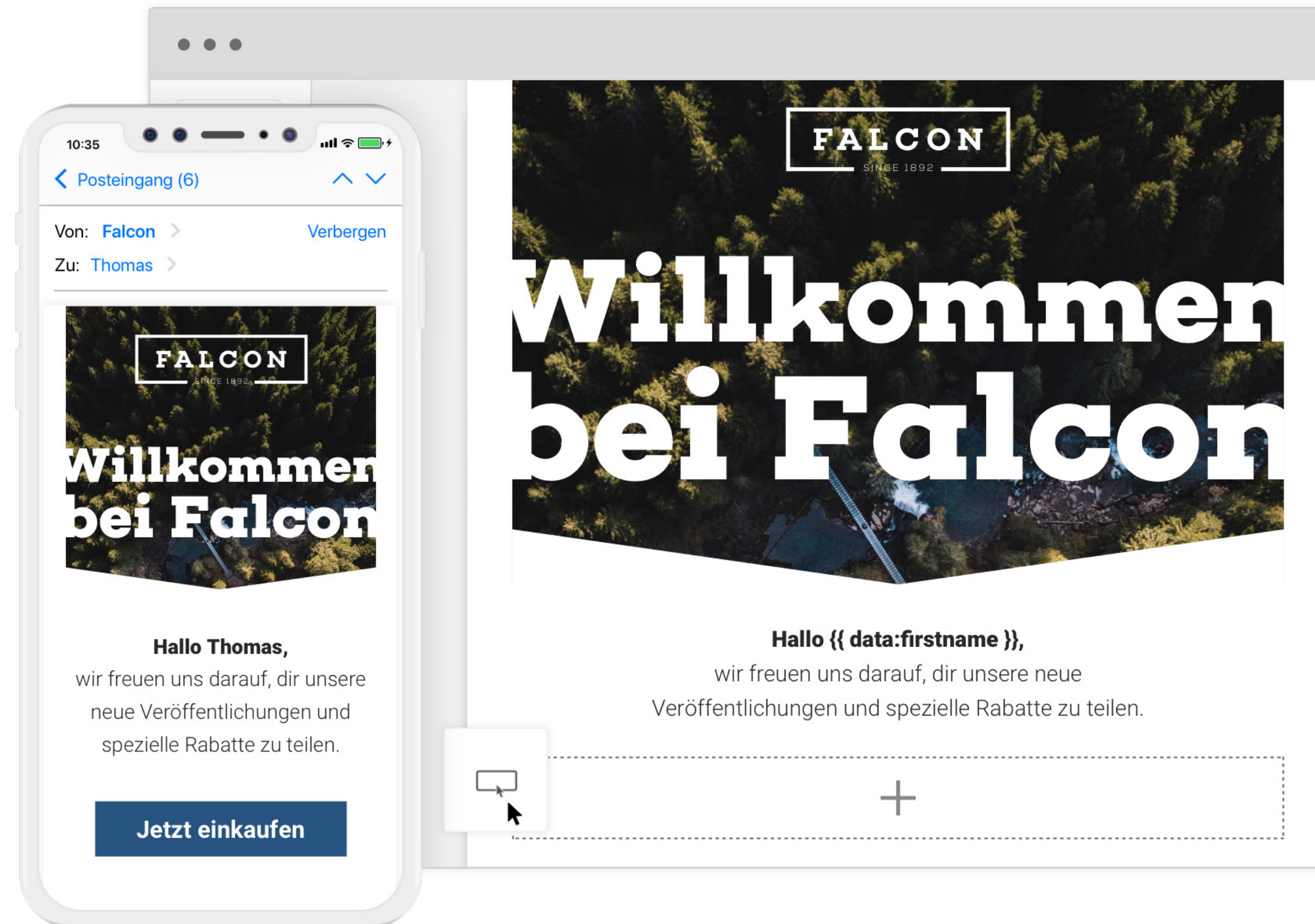


Vorlagenerstellung

Angesichts der Tatsache, dass über 80 % der Menschen eine E-Mail einfach löschen, die auf ihrem mobilen Gerät nicht korrekt angezeigt wird, müssen E-Mail Vorlagen nicht nur gut aussehen, sondern auch auf allen Geräten und in den Posteingängen gut aussehen. Darum ist ein responsives E-Mail Design so wichtig.

Mit Ihrer eigenen internen E-Mail Plattform können Sie ein paar HTML-Vorlagen erstellen und Vermarkter dazu auffordern, den Code zu bearbeiten.

Aber die individuelle Programmierung von Vorlagen kann für die Entwickler eine mühsame Aufgabe sein, da ihr Fokus und Know-how von Aufgaben abgezogen werden, die wesentlich wichtiger wären. Mitunter kann die Ver-



wendung von Vorlagen, die von Vermarktern, Redakteuren und CRM-Spezialisten problemlos wiederverwendet werden können, eine Menge Zeit und Geld sparen.

Die Auslagerung Ihrer E-Mail Plattform kann die Belastung für den Entwickler reduzieren. Viele ESPs bieten vorgefertigte, responsive Vorlagen und einen einfachen Drag-and-Drop-Editor an, mit dem Ihr Team Kampagnen einfacher erstellen, validieren und senden kann. So wie die meisten Unternehmen externe Content-Management-Systeme wie Wordpress eingeführt haben, um die Entwicklung und Aktualisierung von Webseiten zu vereinfachen, bieten auch dritte E-Mail Marketing Anbieter den gleichen Mehrwert für E-Mail Kampagnen.

Sie müssen den Wert der Zeitersparnis und der Produktivität durch gemeinschaftlich arbeitende und intuitive Entwickler im Vergleich zu den Kosten einer externen Plattform bewerten.

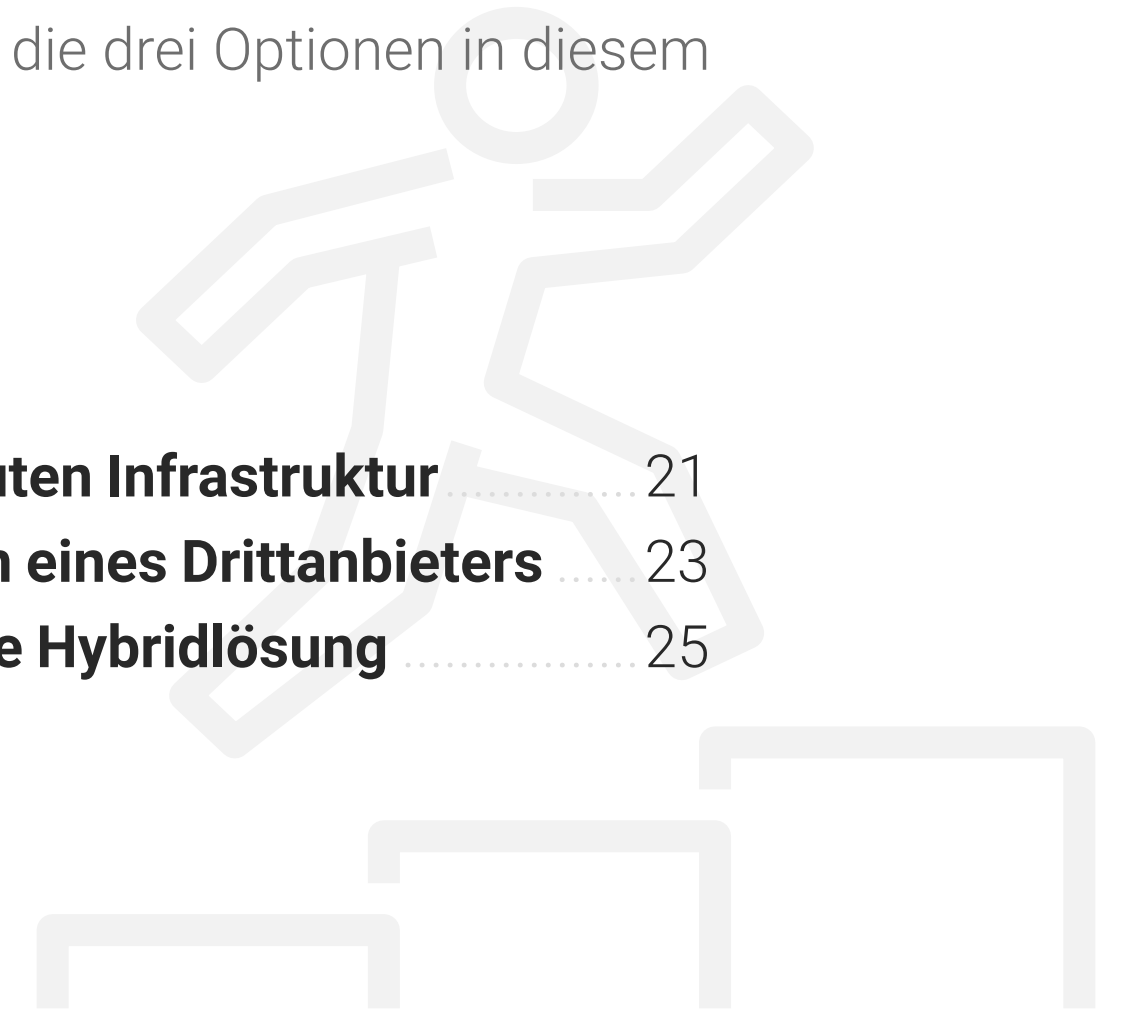
Mehr dazu: [Anleitung für das Erstellen responsiver E-Mails](#)



Bewertung Ihrer Optionen

Letztendlich gibt es drei Möglichkeiten, um Ihre E-Mail Infrastruktur zu durchdenken: Pflegen einer selbst aufgebauten E-Mail Infrastruktur, Beschaffung eines E-Mail Marketing Anbieters oder Nutzung einer Kombination aus beidem. Wir werden uns die drei Optionen in diesem Abschnitt genauer ansehen.

Pflege Ihrer selbst aufgebauten Infrastruktur	21
Beschaffung einer Plattform eines Drittanbieters	23
Entscheiden Sie sich für eine Hybridlösung	25



Pflege Ihrer selbst aufgebauten Infrastruktur

Die Pflege der persönlichen E-Mail Infrastruktur Ihres Unternehmens bringt viele Vorteile mit sich, nicht zuletzt das Vertrauen in Sicherheit und Datenschutz. Ein großes Anliegen, das mit der Auslagerung einhergeht, ist die Vorstellung, dass Ihre Daten und Informationen in einer Datenbank eines Drittanbieters und in der Cloud gespeichert werden.

Die Kosten sind ebenfalls ein wichtiger Faktor und erfordern reiflich Überlegung, bevor Entscheidungen getroffen werden. **Die Kosten für den Aufbau, das Upgrade und die Pflege der E-Mail Infrastruktur** müssen mit den Kosten für E-Mail Weiterleitung, Datenspeicherung und Dienste von dritten ESPs abgewogen werden.

Wenn Sie bereits in ein robustes Rechenzentrum investiert haben, das Ihr E-Mail Programm verarbeiten kann, können Sie möglicherweise Ihre eigene E-Mail Infrastruktur aufbauen und pflegen.

Ist dies jedoch der Fall, **muss Ihre Skalierbarkeit sorgfältig berücksichtigt werden.** Ihr Rechenzentrum mag jetzt groß genug sein, aber wie wird es in der Zukunft aussehen, wenn Ihr Unternehmen wächst? Und wie hoch sind die Kosten für die Skalierung Ihres Zentrums an die Anforderungen Ihres Unternehmens?

Neben den Kosten für den Aufbau einer Infrastruktur haben Sie bei einem Ausfall Ihres lokalen Servers sofortigen Zugriff auf die gesamte Infrastruktur, einschließlich Hosts, Backups und allem, was Sie zur Behebung und Behebung des Problems benötigen. Wohingegen Sie sich bei der Auslagerung auf die Verfügbarkeit und Geschwindigkeit einer Drittpartei verlassen müssen.

Stellen Sie sich die Frage: Ist mein Team in der Lage und verfügt es über die Bandbreite, Probleme rechtzeitig zu beheben? Oder ist es besser, sich auf externe Teams zu verlassen, deren Aufgabe es ist, E-Mail Systeme zu pflegen?



Wann Sie sich für die Pflege Ihrer selbst aufgebauten Infrastruktur entscheiden sollten



Sie können keinen ESP finden, der Ihren Sicherheits- und Datenschutzstandards entspricht.



Sie vertrauen darauf, dass Ihre E-Mail Anforderungen von Ihren aktuellen Servern gehandhabt und diese gemäß Ihrer Anforderungen skaliert werden können.



Sie sind zuversichtlich, dass Ihre Mitarbeiter die Anforderungen hinsichtlich Wartung, Zustellbarkeit und Integration erfüllen können.



Beschaffung einer Plattform eines Drittanbieters

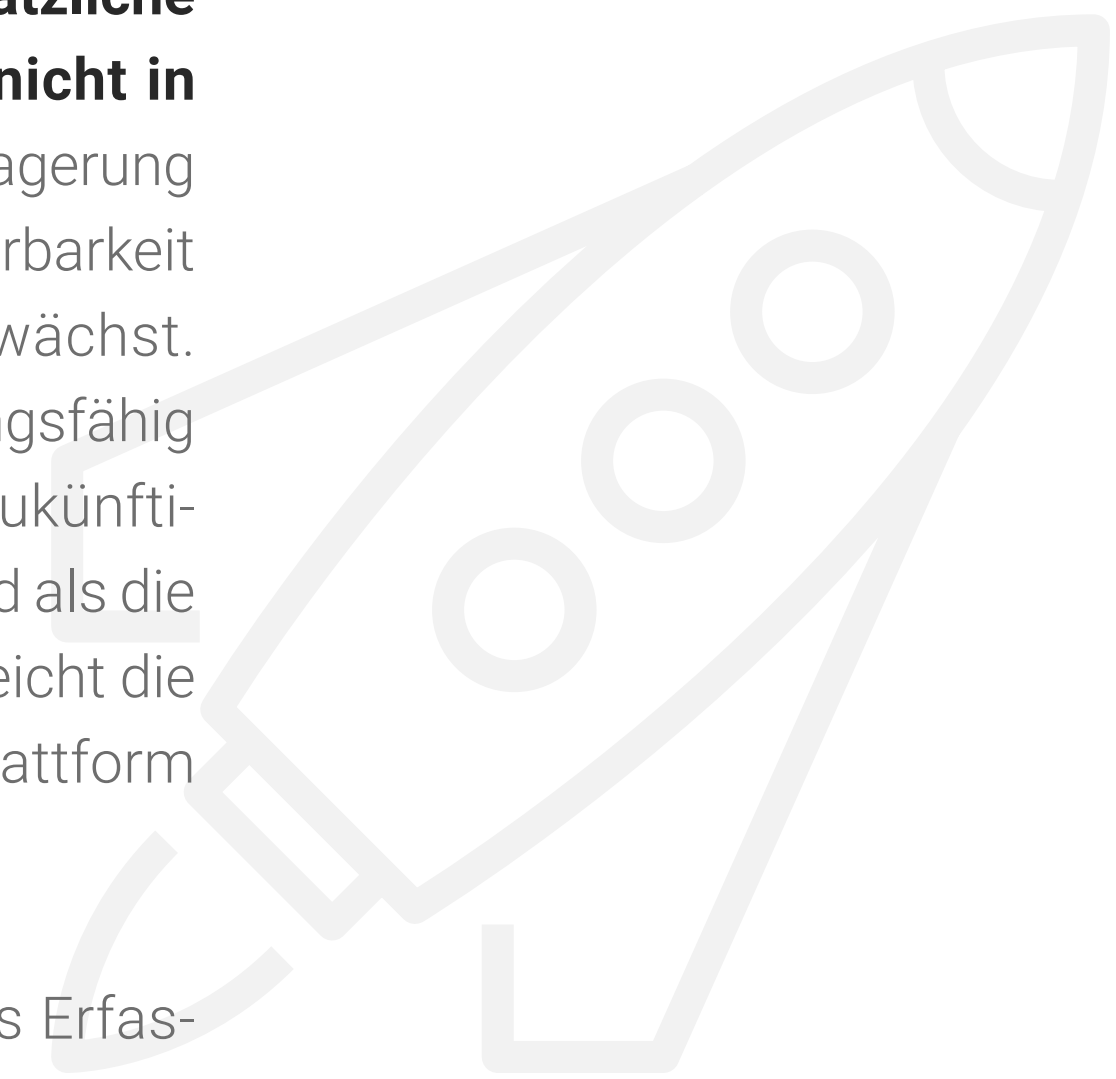
Wenn Sie über eine Auslagerung nachdenken, müssen Sie unbedingt beides berücksichtigen: Welche Nachteile eine selbst aufgebaute Lösung hat und was bei einer Auslagerung die wichtigsten Anliegen sind.

Liegen Ihre Hauptanliegen Sicherheit und Datenschutz, ist die Überprüfung der ESPs, die Sie in Betracht ziehen, ein guter Anfang. Wenn der ESP über angemessene Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen verfügt, **wie z. B. die DSGVO und ISO 27001**, sollte die Sicherheit kein Problem darstellen. Ihre Daten und die Daten Ihrer Kunden sind bei einer Auslagerung sicher.

Eine Auslagerung kann aber auch dem E-Mail Team Ihres Unternehmens viel Arbeit ersparen. Sämtliche Aktualisierungen der Infrastruktur werden von Dritten durchgeführt, die Wartung erfordert keine Aktivitäten auf Ihrer Seite und die Fehlerbehebung bei E-Mail Problemen gehört für Sie der Vergangenheit an.

Die **Auslagerung an einen ESP kann jedoch zusätzliche Kosten verursachen, die Sie möglicherweise nicht in Kauf nehmen möchten**. In die Kosten für die Auslagerung (zu einem starken ESP) ist eine unendliche Skalierbarkeit integriert, die mit Ihren E-Mail Anforderungen wächst. Wenn Ihre persönliche Infrastruktur jedoch leistungsfähig genug ist und Sie zuversichtlich sind, dass die zukünftigen Kosten für die Skalierung überschaubarer sind als die laufenden Kosten für die Auslagerung, ist es vielleicht die bessere Option für Sie, Ihre selbst aufgebaute Plattform zu pflegen.

Und schließlich müssen auch die Kosten für das Erfassen und Verwalten Ihrer E-Mail Statistiken berücksichtigt werden. Ein Aufbau dieser Systeme kann sowohl zeitaufwändig als auch kostenintensiv sein, sie können jedoch sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft für den Erfolg Ihres E-Mail Programms von großer Bedeutung sein. Ein ESP verfügt bereits ab dem ersten Tag über diese Systeme, sodass Sie sofort Einblicke gewinnen können.



Wann man zu einem ESP wechseln sollte



Wenn Sie Serverfunktionen und Personal (fast) von Grund auf neu aufbauen müssen.



E-Mails eine Belastung für Ihre aktuellen Server sind und zu Ausfällen und Leistungsproblemen führen.



Wenn Sie bessere Statistiken und Analysen benötigen, um Kampagnen zu optimieren und behördliche Vorschriften zu erfüllen.



Entscheiden Sie sich für eine Hybridlösung

Vielleicht finden Sie sich irgendwo dazwischen, nachdem Sie diese beiden anderen Lösungen gelesen haben. Und hier kommt eine Hybridlösung ins Spiel.

Sie könnten einige Aspekte Ihrer E-Mail Infrastruktur auslagern wie z. B. das Versenden Ihrer Marketing-E-Mails über den ESP. In der Zwischenzeit können Sie Ihre Transaktions-E-Mails vor Ort aufbewahren, um die wichtigsten Informationen und Daten unter Ihrem Dach zu pflegen.

Wenn eine Hybridlösung für Sie in Frage kommt, ist ein Vergleich der Lösungen ein guter Anfang. Im Wesentlichen können Sie so Lücken in Ihrer Infrastruktur identifizieren, bei deren Schließung ein ESP unterstützend zur Seite

stehen kann. **Die Ermittlung der schwächsten Punkte Ihrer Infrastruktur** und folgend die Auswahl des ESPs zur Stärkung der Bereiche, auf die Sie sich nicht spezialisiert haben, spielen bei einer Entscheidung für eine Hybridlösung eine wichtige Rolle.

Zusätzlich können Hybride als Ausgangspunkt verwendet werden, bevor sie vollständig zu einem ESP wechseln. Bei der Verwendung als Übergangstool können Sie mit einem Hybridansatz dem ESP auf effektive Weise einen Testlauf ermöglichen und beurteilen, wie effektiv dieser Sie bei Ihren Problembereichen unterstützt, bevor Sie vollständig in sie investieren, insbesondere wenn es letztendlich Ihr Ziel ist, zu einer Cloud-basierten Lösung zu wechseln.



Wann man zu einer Hybridlösung wechseln sollte



Sie sind nicht bereit, Ihre volle E-Mail Funktionalität an einen Dritten zu übertragen.



Ihre Server können aufgrund des geringen Volumens Transaktions-E-Mails verarbeiten, jedoch kein hohes Volumen, wie es beispielsweise mit Newslettern der Fall ist.



Sie suchen einen Dritten, der als Redundanz für Ihr internes System fungiert.



Fazit

Es gibt viel zu beachten und wie Sie sehen, sind viele Überlegungen erforderlich, und jede davon muss gegen Ihre eigene Infrastruktur und deren Leistungsfähigkeit abgewogen werden. Wenn Sie nicht wissen, an welcher Stelle Sie ansetzen sollen, ist die Bewertung der Stärken und Schwächen Ihres E-Mail Programms ein guter Ausgangspunkt. Sobald Sie das geklärt haben, können Sie die Vor- und Nachteile der Pflege Ihres aktuellen Systems vergleichen.

Wenn die Nachteile die Vorteile überwiegen, ist es möglicherweise an der Zeit, einen Teil oder die gesamte E-Mail Infrastruktur auszulagern. Und zu diesem Schluss zu kommen kann zu ganz anderen Problemen führen... oder Fragen. Wie sieht es mit der Datensicherheit aus? Sie sieht es mit der Skalierbarkeit aus? Und mit der Zustellbarkeit? Diese Fragen können nur mit einem gewissen Maß an Recherche beantwortet werden und indem Sie sicherstellen, dass Sie den für Sie geeigneten E-Mail Serviceanbieter auswählen.

Wenn Sie Antworten auf diese Fragen benötigen, helfen wir Ihnen gerne weiter! Wenden Sie sich an unser [Enterprise-Team](#), um zu besprechen, wie Mailjet Ihre E-Mail Infrastruktur unterstützen kann.



Über uns

Die E-Mail Lösung für agile Teams

Erreichen Sie mehr mit Marketing und Transaktions-E-Mails

Mailjet ist die E-Mail Lösung für Teams zum Erstellen, Versenden und Überwachen von Marketing E-Mails, Transaktionalen E-Mails und SMS.

Über den intuitiven Multi-User-Drag-and-Drop E-Mail Editor erstellen Teams gemeinsam wirkungsvolle E-Mails. Mailjet bietet ein ausgeklügeltes SMTP-Relay sowie hochflexible APIs, die es Entwicklern ermöglichen, ihre Lösungen einfach in ihre Anwendungen oder Dienste zu integrieren. Die Cloud-basierte Infrastruktur des Unternehmens ist auf jede Unternehmensgröße skalierbar und seine proprietäre Technologie stellt sicher, dass E-Mails im Posteingang ankommen.

Führende Unternehmen weltweit versenden mit Mailjet

ABOUT YOU[®]

e.on

DIE ZEIT

FLIXBUS

**SPIEGEL
ONLINE**



Ein Mailjet Produkt

www.mailjet.de