

Techniktip



Martin Aschoff,
Gründer und Vorstand
der Agentur Agnitas
in München
■ www.agnitas.de

Bounce-Mails nicht ignorieren

Wer größere Mengen von E-Mails versendet, erhält nahezu zwangsläufig E-Mail-Benachrichtigungen, dass sich einige E-Mails nicht zustellen lassen. Diese automatisierten Rückmeldungen bezeichnet man als Bounces, weil die versendeten E-Mails quasi zurückprallen. Zu unterscheiden ist zwischen Hardbounces und Softbounces: Hardbounces bedeuten, dass sich die E-Mails grundsätzlich nicht zustellen lassen, Softbounces dagegen weisen auf lediglich temporäre Zustellprobleme hin.

Hardbounces dürfen Sie keinesfalls ignorieren. Denn wenn ein Versender E-Mail-Adressen, die (nicht) mehr existieren, wiederholt anschreibt, so wird dies von den Providern als Spam-Indikator gewertet, weil hohe Quoten von Hardbounces als ein typisches Merkmal von Spam-Versendern gelten. Übrigens liefern einige Provider gelegentlich auch Hardbounces aus, obwohl sich die E-Mails zustellen ließen, weil sie den Absender für einen Spam-Versender halten und ihn durch die Hardbounce-Rückmeldungen von weiteren Zustellversuchen abhalten wollen.

Neben den Hardbounces sollten Sie in jedem Fall auch die Softbounces beachten, denn wenn bei einer bestimmten E-Mail-Adresse wiederholt ein Softbounce auftritt, deutet dies ebenfalls auf ein grundsätzliches Zustellproblem hin. Außerdem liefern manche Provider Softbounces aus, die sich, sobald man sich die E-Mail-Rückmeldung genau durchliest, in Wirklichkeit als Hardbounces entpuppen.

Für die Softbounce-Verarbeitung gibt es zwei Möglichkeiten: Zum einen ein automatisiertes Scoring, das nach einer gewissen Anzahl von Softbounces innerhalb eines definierten Zeitraums die Adressen wie Hardbounces behandelt. Auf diese Weise können Sie Ihren Verteiler sauber halten. Zum anderen kann man aufgrund der Bounce-Meldungen entscheiden, wie man mit der E-Mail-Adresse weiterverfährt. Aus den Bounce-Meldungen kann man beispielsweise erfahren, ob lediglich das Posteingangsfach des Empfängers voll ist, der Ziel-Mailserver technisch nicht erreichbar ist oder der Mailserver die E-Mail im Rahmen eines Greylisting temporär ablehnt. Allerdings ist dieses Verfahren zeitlich recht aufwendig, sodass es nur bei kleineren Mengen von Softbounces empfehlenswert ist.

Auf jeden Fall sollten Sie sich unbedingt aktiv um die Bounces kümmern, um bei den Providern nicht durch stetig steigende Bouncequoten an Reputation zu verlieren.

Daten über das Mobile Web

Comscore führt das Mobile-Optimized Tagging ein

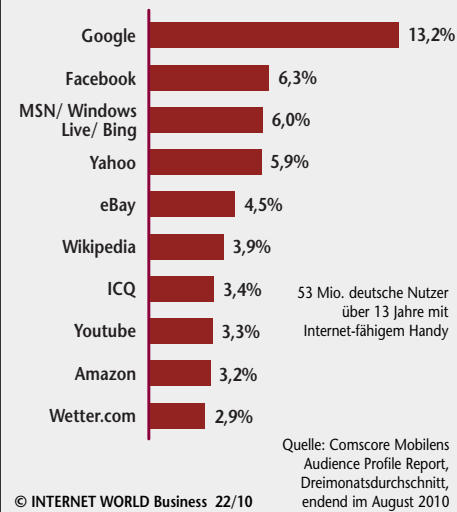
Der Marktforschungsspezialist Comscore will verlässliche Kennzahlen für den Markt der mobilen Internet-Nutzung zur Verfügung stellen. Auf der Fachmesse CTIA gab das Unternehmen die Einführung von „Mobile-Optimized Tagging“ bekannt, einer Methode zur Messung von fürs mobile Web optimierten Seiten. Dieser Service soll es Publishern von mobilen Portalen ermöglichen, den Zugriff auf ihr mobiles Inventar weltweit und vor allem Plattform-übergreifend zu messen. Das neue Marktforschungs-Tool liefert dafür Analysen zur Frequentierung mobiler Websites und Nutzerbindung für eine Vielzahl von Mobilfunkgeräten, Betriebssystemen und Tablet PCs wie das iPad.

Plattformübergreifende Messung

Aufgrund der variierenden Möglichkeiten verschiedener Betriebssysteme konnte die Mobilbranche bis jetzt nicht auf umfassende und einheitliche Analysen für sämtliche Mobilfunkgeräte und Plattformen zurückgreifen; ein Problem für den Werbemarkt im Mobilfunkbereich, der bis dato vornehmlich mit Schätzungen agieren muss. Der Mobile-Optimized Tag von Comscore



Marktforscher vs. Tech-Anbieter: Mit dem Mobile-Optimized Tagging geht Comscore neue Wege

Meistbesuchte Anbieter via Handy

Google liegt auch in der mobilen Nutzung vorn

soll jetzt die mobile Nutzung einheitlich messen, was alle führenden Smartphone Plattformen, zahlreiche Mobilfunkgeräte, sowie Tablet Computer wie das iPad einschließt. Das Ergebnis sollen dann Erkenntnisse über mobile Nutzergruppen und deren Verhalten, inklusive Zahlenangaben zu einzelnen Frequentierungen und Seitenaufrufen, sein. Auch Reichweiten-Rankings allein für das mobile Internet sind mit Mobile-Optimized Tagging möglich (siehe Grafik). Die neue Mess-

methode können Publisher ab sofort kostenfrei und mit geringem Aufwand in ihre mobilen Inhalte integrieren.

Kooperation mit Bango

Um die neue Messmethode möglichst schnell unter Volk zu bringen, hat Comscore eine Kooperation mit Bango geschlossen, einem Anbieter für Mobile Analytics und Mobile Billing, dessen Service von vielen der am meisten frequentierten mobilen Seiten genutzt wird. Alle Seiten, die Bango nutzen, werden dadurch von dem Comscore-Tag erfasst. „Wir freuen uns über die Partnerschaft mit Comscore und die damit verbundene Möglichkeit, unseren Kunden einen innovativen Ansatz zur Messung und Bewertung ihrer Daten anbieten zu können“, so Anil Malhotra, Senior Vice President, Marketing & Alliances von Bango.

„Wir sind uns der Bedeutung einer brachenweiten mobilen Publikumsmessung, die als Basis für eine unabhängige Validierung für Publisher und Werbekunden gleichermaßen fungiert, bewusst. Von einer solchen Entwicklung profitiert die gesamte Branche, indem Werbeausgaben im mobilen Segment gefördert werden.“

Mit der Mobile-Tagging-Methode positioniert sich Comscore, bisher vor allem bekannt für Konsumentenbefragungen, erstmals als Technologieanbieter im Bereich Marktforschung. **il**

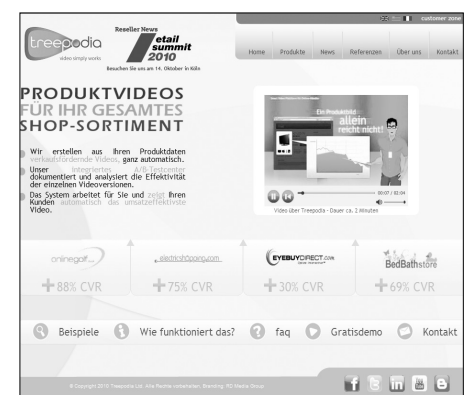
Open Source von Shopware

Open Source hat in der Branche der Webshop-Systemanbieter Konjunktur. Nachdem Oxid mit der Einführung seiner Community Edition im letzten Jahr Erfolge feiern konnte, folgt jetzt der nächste kommerzielle Shop-Systemhersteller dem Zug ins Open-Source-Lager: Shopware hat eine kostenlose Version seiner Software auf den Markt gebracht, deren Quellcode Schritt für Schritt veröffentlicht werden soll. Community Edition hat den gleichen Funktionsumfang wie Shopware Professional Core. Supportleistungen gibt es nicht, vielmehr sollen sich Kunden, Interessenten und Entwickler gegenseitig unterstützen. Entwickler sollen ihre selbst gestalteten Erweiterungen zur Standardsoftware über einen eigenen Community Store vermarkten können. **il**

Videos zum Paketpreis

Treepodia bietet kostenlose Online-Video-Produktion

Das Online-Videos enorm zu einer guten Konversionsrate beitragen, ist bekannt; dass die Produktion von Online-Videos ziemlich teuer ist, allerdings auch. Treepodia, eine israelische Online-Video-Plattform, will ab sofort auch deutschen Kunden eine günstige Alternative für Videos im Shop bieten. Das System erstellt aus Produktfotos und -informationen automatisch animierte Diashow-Clips, die Händler in ihre Seite einbinden können. Auf Wunsch werden die Videos noch mit Voice-Over in der Landessprache aufgewertet. Die Produktion dieser Clips ist kostenlos; die Kunden bezahlen die Services von Treepodia mit einer monatlichen Paketpauschale, die sich nach der Zahl der Unique Visitors, der Anzahl der filmisch aufgewerteten Produkte und der gewünschten Komplexität der Videos



Treepodia bietet günstige Online-Videos

richtet. Das kleinste verfügbare Paket „Essential“ für bis zu 20.000 Unique Visitors und 1.500 verfilmte Produkte ohne Voice-Over kostet beispielsweise 149 Euro pro Monat. **il**

Anzeige



Sie brauchen eine neue Online-Agentur?

Sie finden sie in der Dienstleister-Datenbank der INTERNET WORLD Business

www.internetworld.de/dienstleister

DOODLE, MEMONIC, WUALA

Schweizer Online-Messer

Doodle, Memonic und Wuala bieten ein Bundle ihrer Tools an. Für kurze Zeit können Nutzer drei Premium-Accounts für den Preis von zweien erhalten: Termine planen mit Doodle, Web-Content speichern mit Memonic und unterwegs auf Daten zugreifen mit Wuala. **il**

DATA BECKER

SEO-Software für Einsteiger

Der Software-Verlag Data Becker hat eine SEO-Software auf den Markt gebracht. Der „SEO Traffic-Booster“ bietet Schlüsselwörter-Analyse, meldet die Site bei Suchmaschinen und Web-Katalogen, hilft bei der Erstellung von Partner-netzwerken und enthält diverse SEO-Tools. **il**

GOOGLE ENTERPRISE

Search Appliance geht in die Cloud

Nutzer der Google Search Appliance können ab sofort auch im Internet abgelegte Daten durchsuchen. Das Tool „Cloud Connect“ zeigt Suchergebnisse von Google Text & Tabellen und Google Sites, Intranet, CMS und Datenbanken an, aber auch passende Blog- und Twitter-Einträge. **il**