

E-Mail-Newsletter versus RSS: Push versus Pull

NEWSLETTERS Kann E-Mail-Marketing wegen der Zunahme an Newsletters und wegen der Spamproblematik langfristig attraktiv bleiben? Laufen die neuen Möglichkeiten des Web 2.0 wie z.B. die RSS-Feeds E-Mail-Marketing schon bald den Rang ab?

VON JÖRG EUGSTER

■ Viele stöhnen bei der zunehmenden Flut an Newsletters. Heute genügt meist nicht mehr nur ein Spamfilter. Einige haben einen Spamfilter beim Mailprovider aktiviert, nutzen zusätzlich vor dem E-Mail-Download eine zusätzliche Antispam-Applikation und zu guter Letzt hilft der E-Mail-Client (z.B. Outlook) bei den übrig gebliebenen Mails, die guten von den schlechten zu filtern. Von den nun übrig gebliebenen Newsletters wird ein immer höher werdender Prozentsatz nicht mehr geöffnet, gleich «weggefiltert» oder ungelesen gelöscht. So fragt man sich allen Ernstes, ob denn E-Mail-Marketing überhaupt noch Sinn macht.

Es gibt Alternativen, welche mit dem Aufkommen des Web 2.0 immer populärer werden. Wir möchten Ihnen hier den RSS-Feed als den zurzeit populärsten Mechanismus als Alternative zum E-Mailing vorstellen.

RSS-Feed

Im Gegensatz zum E-Mail, das gepusht wird, ist der RSS-Feed eine passive Angelegenheit, sobald der RSS-Feed abonniert wurde. Der Benutzer alleine entscheidet, ob er einen RSS-Feed abonnieren möchte. Das ist der grosse Unterschied zum Newsletter. Der Benutzer abonniert einen Newsletter oder einen RSS-Feed. Beim News-



Symbol für einen RSS-Feed

letter entscheidet der Absender, wann er den Newsletter verschicken möchte. Beim abonnierten RSS-Feed entscheidet der Empfänger, ob er die Nachricht betrachten möchte oder nicht.

Was bedeutet nun RSS?

RSS steht für die Abkürzung für Really Simple Syndication, was zu deutsch etwa «wirklich einfache Verbreitung» bedeutet. Es ist eine Technik, die es dem Nutzer ermöglicht, die Inhalte einer Webseite – oder Teile davon – zu abonnieren oder in andere Webseiten zu integrieren. Dazu braucht es einen RSS-Reader oder einen Browser mit dieser Funktionalität.

Neue Inhalte einer Website können so dank RSS automatisch in regelmässigen Abständen auf die Computer, Handys oder PDAs des Empfängers geladen werden. Dank diesem automatischen Mechanis-

mus erhält der Abonnent die jeweils neuesten Informationen automatisch und bequem geliefert. Es können nicht nur Text-Inhalte auf diese Weise abonniert werden, sondern die Podcastverwaltung in iTunes funktioniert beispielsweise nach dem gleichen Prinzip: Man abonniert so einfach Audio- oder Video-Inhalte via RSS.

RSS hat sich vor allem dank der Weblogs früh durchgesetzt, da die meisten Autoren sehr früh RSS-Feeds für ihre Artikel anbieten bzw. Weblog-Systeme diese RSS-Feeds automatisch generieren und in die Webseite einbinden.

Dadurch, dass die Inhalte via RSS in einem standardisierten Format vorliegen, eignen sie sich auch für die maschinelle Weiterverarbeitung. So lassen sich mittels RSS beispielsweise Texte einer Webseite automatisch mit Hilfe eines RSS Parsers in eine andere Webseite integrieren oder sehr einfach auf verschiedenen Endgeräten speziell aufbereitet darstellen. Das Aufbereiten von Informationen in ein standardisiertes Austauschformat/-objekt nennt man auch Aggregation.

Der RSS-Reader

Sobald Sie auf eine Website mit RSS-Feed gelangen, wird Ihnen das im Firefox schon seit längerem und im neusten Internet Explorer

7.0 z.B. mit dem RSS Symbol angezeigt. Das zeigt Ihnen an, dass es auf dieser Website ein RSS-Feed zu abonnieren gibt. Auf spiegel.de ist diese Möglichkeit sogar schon in der Kopfnavigation aufgeführt. Spiegel bietet gleich einen eigenen RSS-Reader an. Am einfachsten kann man nun einen RSS-Feed im Browser anzeigen, das heisst, der Inhalt wird ähnlich einem Bookmark angezeigt. Man klickt einfach auf das oben dargestellte Symbol und schon hat man ein Bookmark in Form eines RSS-Readers angelegt.

Noch einfacher und anschaulicher macht das Google. Sie alle kennen Google, aber die wenigsten kennen die personalisierte Seite von Google. Nach dem Lösen eines Google-Kontos können Sie nun die Startseite von Google personalisieren, indem Sie diese Seite mit RSS-Feeds belegen. Sie klicken einfach oben rechts auf den Link «Personalisierte Startseite» und schon können Sie damit beginnen, Ihre in-

«RSS hat sich vor allem dank der Weblogs früh durchgesetzt.»

dividuelle Einstiegsseite zu erstellen. Über den Link «Beiträge hinzufügen» können Sie aus dem von Google bereitgestellten Angebot einen passenden RSS-Feed auswählen.

Sobald ein Inhalt auf der betreffenden Website ändert, wird das automatisch beim Benutzer angezeigt. Er muss dann nur noch klicken und gelangt so direkt auf die entsprechende Meldung.

RSS-Feeds stellen eine weitere Möglichkeit dar, Informationen an die daran interessierten Personen zu bringen. Bestimmt werden sie die E-Mailings nicht verdrängen. Aber immer mehr Personen verweigern dem Push-Mechanismus ihre Erlaubnis und entscheiden über Pull-Mechanismen wie den RSS-Feed, welche Inhalte sie konsumieren möchten. Und diese schleichende Entwicklung ist fürs Marketing nicht ganz unerheblich. ■



* Jörg Eugster (www.eugster.info), Unternehmensberater für E-Business-Strategien und Online-Marketing, betreibt Portale im Tourismusumfeld.

■ Unterschied zwischen E-Mailing (Push) und RSS-Reader (Pull)

