

# Online-Marketing

BERATUNGSBRIEF VON TORSTEN SCHWARZ

AUSGABE 11/2008 – NOVEMBER



www.Online-Marketing-Experts.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe November 2008

### Holen Sie sich Ihren Online-Marketing-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Dr. Torsten Schwarz

#### Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im  
2-Monats-Abo



[www.Online-Marketing-Experts.de](http://www.Online-Marketing-Experts.de)

In 6 Schritten zur Befreiung des E-Mail-Zwangs:

# Wie kontrolliere ich die „Flut“?

Im Rahmen meiner Beratungstätigkeit stoße ich immer wieder auf die Randerscheinungen des Alltags: die E-Mail-Flut. Man ertrinkt in Mails, die zudem kategorisiert, geordnet, klassifiziert und letztlich auch abgearbeitet werden müssen.

Von Ralf Seybold

Dabei schafft sich jeder sein eigenes Lösungsszenario: Automatische Regeln verschieben E-Mails in zahlreiche Ordner oder kopieren diese teilweise doppelt und dreifach. Letztlich hilft kein Szenario die Frage zu beantworten, wo die E-Mail liegt, die „jemand aus dem Hause XY“ geschickt hat und eine PDF- oder XLS-Datei im Anhang hatte.

Kein Wunder: Ein Mailprogramm nach dem Prinzip „Posteingang – gesendete Mails – Ordnerablage“ ist für einen E-Mail-Workflow nicht geeignet, und die Standardprogramme lassen eine Workflow-Funktion schmerzlich vermissen.

## 1. Kommunikationsgrundregeln

Sie haben keinen Einfluss auf die Zahl der eingehenden Nachrichten, sehr wohl aber auf die ausgehenden. Die Kontrolle über die E-Mail-Flut erlangt man zuerst über die Wurzel allen Übels: den E-Mail-Versand. Dabei gelten folgende Grundregeln der E-Mail-Kommunikation:

1. Jede versendete E-Mail verstopft das Postfach eines anderen.
2. Alle Möglichkeiten der Kommunikation sollten genutzt werden – wo es möglich ist zu telefonieren oder vorzusprechen, muss man kein E-Mail versenden.
3. Nur notwendige E-Mails schreiben.
4. E-Mails formal halten – Small Talk ist in Gesprächen besser aufgehoben.
5. E-Mails eignen sich nicht für Diskussionen oder zum Transport von Emotionen.
6. Nicht Teil des Problems werden: Vor dem Versand prüfen, ob die Nachricht wirklich wichtig ist.

## 2. Posteingang

Der Einfluss, den ein Posteingang auf unser Arbeitsleben hat, ist eng verbunden mit der Aufmerksamkeit, die wir ihm widmen. Das optimale Postfach ist leer, eine eingehende Nachricht ist bis zur Abarbeitung temporär verteilt/zugeordnet. Definierte Zeiten zur Bearbeitung des Posteingangs (z. B. direkt am Morgen, nach dem Mittagessen und kurz vor Feierabend) helfen, Zeit zu gewinnen.

Vermeiden Sie dabei, ein E-Mail direkt aus dem Posteingang zu beantworten und lassen Sie sich nicht von wichtigeren Dingen ablenken.

## 3. Kategorisieren der eingegangenen Nachrichten

Newsletter und andere weniger wichtige Mails sollten in eigene Bereiche verschoben werden. Outlook kann dies durch automatische Regeln erledigen und die E-Mail-Flut dadurch um 40 Prozent reduzieren.

Relevante Mails unterscheiden sich nach der Wichtigkeit:

- Mails, die innerhalb von 2 Minuten abgearbeitet werden können, sollten Sie beantworten und in den entsprechenden Archivordner verschieben.

- Hängt die Mail mit einer Tätigkeit zusammen, die in den eigenen „To-Do“-Bereich fällt, helfen die bunten „Outlook-Fähnchen“ dabei, die Mail zu kategorisieren. A-Aufgaben sollen schnell, B-Aufgaben in nächster Zeit und C-Aufgaben dann erledigt werden, wann immer Zeit dazu ist.
- Erfordert die Nachricht eine Rückfrage, sollte diese in einen gesonderten Ordner („Rückfrage-Ordner“) verschoben werden, in dem alle Mails stecken, welche die Aktion einer dritten Person erforderlich machen.

Kategorisieren Sie nach diesem Prinzip und Sie haben immer einen leeren Posteingang. Wichtig dabei ist, nie eine E-Mail zu öffnen, wenn keine Zeit zur Kategorisierung ist.

## 4. Aufgaben

Trotz leeren Posteingangs, beginnt nun die eigentliche Arbeit:

- Wechseln Sie in den „To-Do“-Ordner und erledigen Sie die notwendigen Aufgaben. A- zuerst, dann B- und zuletzt C-Aufgaben.
- Sobald eine Nachricht abgearbeitet ist, muss die Mail archiviert werden (und aus dem „To-Do“-Ordner verschwinden).
- Prüfen Sie den „Rückfrage-Ordner“ 2 – 3 Mal pro Woche. Sind relevante Informationen eingetroffen, die eine Bearbeitung ermöglichen, kategorisieren Sie die Mail in die Aufgaben entsprechend der Wichtigkeit (verschieben in „To-Do“-Ordner).

## 5. Informationsarchivierung

Eine abgearbeitete E-Mail kann gelöscht oder dauerhaft gespeichert werden. (Löschen Sie E-Mails: Kein Postfach muss 5 GB groß sein!)

Sobald eine Nachricht dauerhaft aufbewahrt werden muss, sollte diese kategorisiert werden. Ohne Workflow-Add-on müssen Sie mit Ordnern arbeiten: Viele Ordner helfen, eine E-Mail schnell zu finden, komplizieren aber die Archivierung. Problematisch ist, herauszufinden, wie viele Kategorien tatsächlich notwendig sind.

## 6. Nachrichten suchen (und finden)

Eine gesuchte Nachricht (eingehend und ausgehend) mit bestimmtem Inhalt oder Anhang schnell zu finden, ist mit klassischen Mitteln (fast) nicht möglich. Workflow-Erweiterungen für Mail-Programme nutzen die Möglichkeit der Volltextsuche oder das Ordnen der E-Mails nach Kategorien oder Absendern/Empfängern. Selbst eine Sortierung nach Anhängen und beliebige andere Filterkombinationen sind möglich und erlauben, eine Nachricht sekundenschnell zu finden.

Um effizient mit der Flut täglich eintreffender E-Mails umgehen zu können, helfen diese sechs Schritte. **Fortsetzung auf Seite 8**

Fortsetzung von Seite 7

te. Sie werden täglich Zeit einsparen und eine deutliche Erleichterung im Umgang mit dem E-Mail-Stress erfahren. Unterstützt werden Sie von zwei auf Outlook/Exchange aufsetzenden Produkten: Omea Pro (Open Source) und NEO/NEO Pro. Das preisgünstige NEO Pro bietet mehr Filter und ist auf professionellen E-Mail-Workflow ausgerichtet. Die kostenlose Version hat Einschränkungen (z. B. kein Sortieren nach Anhang). NEO wirkt professionell und bietet ein umfassendes, leicht zu erlernendes Tutorial. Omea Pro ist ein projektbezogenes Workflow-Programm, das neben E-Mails und Newslettern auch RSS-Feeds, ICQ-Nachrichten, Kontakte, Aufgaben und Dateien einschließt. Dabei wird der „Eigene Ordner“ beobachtet und jede Änderung protokolliert. Eine Versionierung von Projektdokumenten ist dadurch nachvollziehbar.

### Zum Autor: Ralf Seybold

Inhaber RSIM – Ralf Seybold Internet-Marketing, berät seit mehr als 10 Jahren erfolgreich Unternehmen, die mutig genug sind, sich kreativen Konzepten und Ideen zu öffnen. RSIM bildet Geschäftsprozesse für das Internet ab, visualisiert Interessenten in Google Earth, wertet Kennzahlen aus und optimiert die Internet-Präsenz mit garantiertem Erfolg. Mit Marketingkonzepten und neuen Ideen zur Kundenbindung und Vertiefung einer Kunden-Unternehmens-Beziehung begeistert Ralf Seybold seine langjährigen Kunden. Ein Fachbuch mit aktualisiertem Blog ist unter [www.seybold.de/tagebuch/](http://www.seybold.de/tagebuch/) einsehbar, das Unternehmen unter [www.rsim.de](http://www.rsim.de) erreichbar.



## NEWS

### FINANZKRISE:

#### Auswirkungen auf die ITK-Branche

Der deutsche ITK-Markt ist von den Folgen der Finanzkrise derzeit noch kaum betroffen. Was die Geschäftsentwicklung im Jahr 2009 angeht, besteht angesichts der sinkenden Konjunkturprognosen Unklarheit. Das geht aus einer aktuellen Umfrage hervor, die der BITKOM in der vergangenen Woche bei 301 IT-Unternehmen durchgeführt hat. Danach spüren 86 Prozent der befragten Firmen bislang keine direkten Auswirkungen der Krise auf ihr Geschäft. Nur 13 Prozent geben an, dass sie weniger umsetzen bzw. weniger neue Aufträge bekommen als zuvor erwartet. Zwiespältig beurteilen die Unternehmen die Geschäftsentwicklung in der nahen Zukunft. 60 Prozent der Firmen erwarten auch in den kommenden Monaten keine negativen Auswirkungen der Finanzkrise. Dagegen rechnen 39 Prozent in diesem Zeitraum mit schwächeren Umsätzen als vor der Krise angenommen. „Der deutsche Hightech-Markt präsentiert sich derzeit noch weitgehend stabil“, sagte BITKOM-Präsident Prof. August-Wilhelm Scheer bei der Vorstellung der Umfrage in München.

Auf die Personalplanung der Unternehmen hat die Krise zurzeit noch keine Auswirkungen. 85 Prozent der befragten Unternehmen sehen keinen Anlass für personelle Anpassungen. Nur 13 Prozent wollen bei Neueinstellungen vorsichtiger agieren. Nach einer BITKOM-Umfrage vom September gibt es aktuell rund 45.000 offene Stellen für IT-Experten. „Die Jobaussichten für ITK-Experten sind nach wie vor sehr gut“, sagte Scheer. Bei Software-Anbietern und IT-Dienstleistern werden im laufenden Jahr rund 15.000 neue Stellen geschaffen.

Ein weiteres Thema der Umfrage war die Finanzierungssituation der Betriebe. Da sich die Finanzwirtschaft in großen Schwierigkeiten befindet, könnten die Banken Kredite in Zukunft restriktiver vergeben als bisher. Ein Drittel der befragten Unternehmen rechnet mit schlechteren Finanzierungsbedingungen in den kommenden Monaten. Eine deutliche Mehrheit von fast 60 Prozent ist zuversichtlich, dass dies nicht der Fall sein wird. „Das spricht für ein gesundes Selbstvertrauen der Unternehmen“, sagte Scheer. 7 Prozent geben zu dieser Frage keine Prognose ab.

<http://www.marketing-boerse.de/news/details/Auswirkungen-der-Finanzkrise-auf-die-ITK-Branche/13372>

### BVH UND DDV ZUM DATENSCHUTZGESETZ:

#### Datenschutz und Kundendialog schließen sich nicht aus

Der aktuelle Gesetzentwurf des Bundesinnenministeriums zur zukünftigen Nutzung von Kundendaten schießt weit über das Ziel hinaus. Er bedroht branchenübergreifend die Neukundenwerbung und wird von daher weitreichende negative wirtschaftliche Konsequenzen haben. Davor warnen der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) und der Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV) gemeinsam. Mit dem Gesetzentwurf reagiert die Politik auf die jüngsten Fälle von kriminellem Datenhandel.

Es kann aber nicht sein, dass aufgrund des vorsätzlichen kriminellen Handelns Einzelner die große Zahl seriöser werbetreibender Unternehmen und ganze Wirtschaftsbranchen pauschal unter Generalverdacht gestellt werden. Krimineller Datenhandel ist bereits nach jetzigem Recht verboten und unter Strafe gestellt. Die nun angekündigte Gesetzesänderung löst nicht das Problem des kriminellen Handelns. Vielmehr müssten Verbraucher in Zukunft auf die Zusendung interessanter und z.B. preisvergleichender Angebote verzichten.

Laut Gesetzentwurf müssen Unternehmen künftig vor einer schriftlichen Kontaktaufnahme mit potenziellen Neukunden zwingend deren aktive Einwilligung einholen. Zu diesem Zweck soll das sogenannte „Listenprivileg“ gestrichen werden. Diese Regelung ist eine Ausnahme des gesetzlichen Verbots zur Verwendung personenbezogener Daten und lässt die für die Werbebranche so wichtige Übermittlung und Nutzung von Adresslisten für Werbezwecke zu, solange kein Widerspruch vorliegt. Viele Unternehmen unterschiedlichster Branchen nutzen adressierte Werbesendungen (Gesamtausgaben 2007: rund 11,5 Mrd. Euro). Bei Wegfall des Listenprivilegs müssten sie auf Postwurfsendungen oder Flyer ausweichen – mit extrem hohen Kosten und Streuverlusten.

Gerade kleine und mittelständische Unternehmen können sich aufwändige Zeitungsanzeigen oder Fernsehspots nicht leisten. bvh und DDV fordern daher die Beibehaltung des Listenprivilegs. Seine Weitergeltung könnte zukünftig an Bedingungen geknüpft werden.

<http://www.marketing-boerse.de/news/details/Datenschutz-und-Kundendialog-schliessen-sich-nicht-aus/13396>