

BLOCKCHAIN-TECHNOLOGIE IM E-MAIL-MARKETING



DOIChain und DOIChain

Funktionsprinzip der DOIChain, einer Blockchain zur nachprüfaren Verwaltung von Double-Opt-in-Bestätigungen im Permission-Marketing

Problemstellung und Herausforderung:

Das Medium E-Mail funktioniert im Prinzip hervorragend, solange es sich um private E-Mails handelt, die an eine Person oder einen kleinen Empfängerkreis versendet werden. Seit den 1990er-Jahren werden E-Mails auch für Marketing- und Verkaufskampagnen eingesetzt. Solche Kampagnen sind umso erfolgreicher, je größer der passende Empfängerkreis ist. Deshalb ist die Versuchung groß, E-Mails an eine möglichst große Zahl von Empfängern zu senden, auch wenn nicht immer zweifelsfrei und nachprüfbar feststeht, dass die Adressinhaber dem Empfang von Werbebotschaften per E-Mail zugestimmt haben. Dieser Umstand sowie der relativ geringe Preis für den Versand von E-Mails haben das Entstehen einer Flut von massenhaft versandten E-Mails begünstigt.

Daher wurden Regeln entwickelt, die den Massenversand von E-Mails nur an Empfänger gestatten, die dem Versender dafür ausdrücklich die Erlaubnis erteilt haben. Die Befugnis wird üblicherweise im Double-Opt-in-Verfahren erteilt, d. h., eine erteilte Werbeerlaubnis muss von der E-Mail-Adresse, für die die Erlaubnis erteilt wurde, zusätzlich bestätigt werden. Das Problem dabei ist, dass die erteilte Erlaubnis von unabhängiger, dritter Seite unter Berücksichtigung aktueller Datenschutzerfordernungen nicht überprüft werden kann und dass sowohl der Betreiber des empfangenden Mailserver, als auch der Empfänger der Werbe-E-Mails der Stelle vertrauen muss, die die Einverständniserklärungen verwaltet. Und dass diese Stelle einen etwaigen Entzug der Erlaubnis auch zuverlässig dokumentiert.

SPAM ist eine Folge der Missachtung der aufgestellten Regeln, und wird von den meisten Menschen als ungewollter Eingriff in die Privatsphäre wahrgenommen. Deshalb wurden diverse Methoden entwickelt, um SPAM abzuwehren. Bislang konnte sich jedoch noch kein System etablieren, das zuverlässig und praktikabel zwischen gewollten und ungewollten E-Mails unterscheiden kann. So kommt es vor, dass gewollte und erwartete E-Mails im SPAM-Ordner landen oder gar nicht zugestellt werden und andererseits SPAM-E-Mails immer noch in die Inbox einsortiert werden. Mit Hilfe der DOIChain kann dieses Problem zuverlässig und unter Einhaltung aller datenschutzrechtlichen Bestimmungen gelöst werden.

Betroffene Parteien

Inhaber einer E-Mail-Adresse

Ziel: Jederzeit nachprüfbare Verwaltung der Zustimmungserklärungen zum Empfang von E-Mails. Zuverlässige Dokumentation und Umsetzung des Widerrufs einer Werbeerlaubnis.

Gefahr: Eine Newsletter-Abmeldung wird als Reaktion gewertet, die dokumentiert, dass das Postfach aktiv ist. Die E-Mail-Adresse gilt als wertvoll und ist verkäuflich.

Folge: Noch mehr E-Mail-Spam.

E-Mail Service Provider

Ziel: Problemlose Zustellung der versandten E-Mails.

Gefahr: Reputationsschäden durch Adresslisten, die mit SPAM-Traps verseucht sind.

Werbetreibende

Ziel: Einwandfreie DOI-bestätigte Einverständniserklärungen von Konsumenten zum Empfang von Werbe-Mails.

Gefahr: Der Lead-Generierer liefert gefälschte DOI-Einverständniserklärungen.

Folge: SPAM-Traps werden in den aktuellen Datenbestand geliefert, was einen erheblichen Reputationsschaden zur Folge haben und das E-Mail-Marketing mit dem bestehenden Datenbestand erschweren oder unmöglich machen kann.

Mailserver-Betreiber und Internet Service Provider wie web.de oder t-online, die ihren Kunden E-Mail-Postfächer zur freien Nutzung überlassen.

Ziel: Im Sinne der Kundenzufriedenheit dafür zu sorgen, dass zulässige E-Mails in das Inbox-Postfach, Spam-Mails jedoch in das Spam-Postfach einsortiert werden oder gar nicht erst zugestellt werden

Gefahr: Gewünschte und vom Empfänger erwartete E-Mails werden abgewiesen und nicht zugestellt.

Adressgenerierer, Unternehmen, die sich auf die Durchführung von Aktionen wie Gewinnspiele spezialisiert haben, um für Sponsoren Adressen und Zustimmungen für E-Mail-Marketing-Aktionen zu gewinnen.

Ziel: Mit möglichst wenig Kapitaleinsatz eine möglichst hohe Zahl von Permissions zum Empfang von E-Mail-Werbung für die Sponsoren (Werbetreibenden) zu generieren.

Gerichte

Ziel: Eindeutiger Nachweis, ob ein Werbe-Einverständnis zum Zeitpunkt der Zustellung einer E-Mail vom Empfänger erteilt war oder nicht.

Lösungen mit Hilfe der Blockchain

1. Der Inhaber einer E-Mail-Adresse trägt diese in ein Web-Formular ein und bestätigt durch das Absenden des Formulars sein Werbeeinverständnis.
2. Der Adress-Generierer sendet die E-Mail-Adresse an eine dezentralisierte App (DApp) des betreffenden Mailserver-Betreibers. In der DOIChain erfolgt der entsprechende Single-Opt-In-Eintrag (SOI).
3. Die DApp des Mailserver-Betreibers schickt eine E-Mail an den Empfänger mit der Aufforderung das behauptete Werbeeinverständnis durch Klick auf einen Link zu bestätigen.
4. Der E-Mail-Empfänger klickt auf den DOI-Link.
5. Die DApp des Mailserver-Betreibers bestätigt den Single-Opt-In-Eintrag (SOI) in der Blockchain mit einer Signatur. Dadurch wird der SOI zum DOI, d.h. zu einem vom E-Mail-Adress-Eigentümer bestätigten, gültigen Werbeeinverständnis.



Kontakt

Bei Fragen rund um unsere E-Mail-Marketing-Lösungen sind wir jederzeit gern für Sie da. Erfahren Sie im persönlichen Gespräch, welche Möglichkeiten sendeffect Ihnen bietet.

Vertrieb



+49 (0) 8571 - 97 39 69 - 8



service@sendeffect.de



www.sendeffect.de

Support



+49 (0) 8571 - 97 39 69 - 0



support@sendeffect.de



help.sendeffect.de

Montag - Freitag

09:00 bis 18:00 Uhr