Ausgabe 1: Das Mitbewerber-Briefing zu Brevo, ActiveCampaign, Mailchimp, CleverReach und rapidmail

Ausgabe 1 · Zeitraum 1.9.–23.10.2026 · Stand 24.10.2026 · alle Quellen abgerufen am 24.10.2026

Was haben fünf E-Mail-Plattformen seit Anfang September öffentlich geändert? Zu jeder Meldung: was sich geändert hat, warum es wichtig ist und was du prüfen kannst, mit Link zur Originalquelle.

Die 3 wichtigsten Meldungen

BREVO

WhatsApp: Servicenachrichten werden pro Nachricht abgerechnet ab 1.10.2026

ACTIVECAMPAIGN

Import-Fix: Sonderzeichen-Adressen wurden nicht zuverlässig gegen Sperrlisten geprüft 7.10.2026

ACTIVECAMPAIGN

Scheduled Tasks: Limit von 25 auf 100 angehoben 21.10.2026

Brevo

WhatsApp: Servicenachrichten werden pro Nachricht abgerechnet

Gültig seit 1.10.2026

Was sich geändert hat: Nach einer Änderung bei Meta berechnet Brevo Servicenachrichten im 24-Stunden-Kundenservicefenster jetzt einzeln zum Utility-Satz deines Markts. Bisher wurde nur die erste Nachricht berechnet. Auch Utility-Templates in diesem Fenster laufen jetzt pro Nachricht. Bei Marketing-Templates ändert sich nichts. Konten mit der Einstellung „Service-Konversationen kostenlos“ bekommen Servicenachrichten weiterhin kostenlos.

Warum das wichtig ist: Wenn bei dir in einem Fenster mehrere Servicenachrichten rausgehen, zählt jetzt jede einzelne. Brevo schreibt selbst, dass du auf WhatsApp einen höheren Guthabenverbrauch bemerken kannst.

> **Was du tun kannst:** Schau heute ins Guthaben und vergleich den Verbrauch seit 1.10. mit dem aus dem September. Prüf außerdem, ob die Einstellung „Service-Konversationen kostenlos“ bei deinem Konto aktiv ist. So taucht die Warnung „Nicht genügend Guthaben“ nicht mitten in einem Flow auf.

Quelle: Brevo Produkt-Updates, Eintrag vom 1.10.2026

Eigene Berichtsseite für jede Automatisierung

14.10.2026

Was sich geändert hat: Jeder Automatisierungs-Workflow bekommt einen eigenen Bericht. Er zeigt die Performance von Workflow und Kanälen sowie Kennzahlen zu Deliverability und Öffnungen. Filtern kannst du nach Kanal, Datum und Workflow-Schritt.

Warum das wichtig ist: Du siehst an einer Stelle, wie ein Workflow insgesamt läuft und wie sich einzelne Schritte schlagen. Brevo nennt als Ziel, dass du erkennst, was gut läuft, und Workflows gezielter verbesserst.

> **Was du tun kannst:** Öffne heute den Bericht deines wichtigsten Workflows (zum Beispiel Welcome) und filtere nach Workflow-Schritt. Notier dir den Schritt mit den schwächsten Öffnungen.

Quelle: Brevo Produkt-Updates, Eintrag vom 14.10.2026

Mehrere Landingpages auf einer Domain, getrennt über Pfade

30.9.2026

Was sich geändert hat: Auf einer eigenen Domain oder Subdomain lassen sich jetzt mehrere Landingpages hosten, jede mit eigenem Pfad. Bisher brauchte jede Landingpage eine eigene Domain oder Subdomain und damit jedes Mal eine Anfrage an die IT für das DNS. Zum

Einrichten gibst du beim Veröffentlichen dieselbe Domain im Feld „Domäne“ ein und ergänzt im Pfadfeld einen Pfad. Laut Brevo gilt das für alle, die Landingpages nutzen.

Warum das wichtig ist: Neue Kampagnen und Sprachversionen brauchen keinen DNS-Schritt mehr. Ohne feste Regeln für die Pfade wird es auf einer Domain aber schnell unübersichtlich.

> **Was du tun kannst:** Leg heute eine Pfad-Konvention fest und schreib sie ins Team-Wiki, zum Beispiel `/de/…` und `/ch/…`. Danach kannst du die nächste Landingpage auf eine bestehende Domain legen.

Quelle: Brevo Produkt-Updates, Eintrag vom 30.9.2026

Datenbank-Connectors setzen Liste und Abo-Status direkt

24.9.2026

Was sich geändert hat: Wenn du Kontakte aus Snowflake, MySQL, PostgreSQL, BigQuery oder von einem SFTP-Server synchronisierst, wählst du jetzt direkt im Connector, in welche Brevo-Liste sie kommen und welchen Abo-Status sie für E-Mail und SMS haben. Bisher konnte die Synchronisierung Kontakte nur anlegen oder aktualisieren.

Warum das wichtig ist: Der Abo-Status entscheidet, ob du einem Kontakt schreiben darfst. Kommt er falsch aus der Datenbank, landet ein Kontakt mit dem falschen Status in Brevo.

> **Was du tun kannst:** Kläre heute, welches Feld in deiner Datenbank die Einwilligung abbildet, bevor du den Connector umstellst.

Quelle: Brevo Produkt-Updates, Eintrag vom 24.9.2026

ActiveCampaign

Scheduled Tasks: Limit von 25 auf 100 angehoben

21.10.2026

Was sich geändert hat: Pro Account sind jetzt 100 statt 25 Scheduled Tasks möglich, also wiederkehrende Aufgaben, die der KI-Assistent Active Intelligence für dich ausführt, zum Beispiel einen Report. Es zählen nur noch aktive Tasks. Entwürfe, pausierte und abgeschlossene Tasks belegen keinen Platz mehr.

Warum das wichtig ist: Das Limit zwingt dich nicht mehr, Tasks zu löschen. ActiveCampaign nennt Pausieren ausdrücklich als Weg, einen Platz freizumachen, ohne einen Task zu verlieren.

> **Was du tun kannst:** Wenn du Active Intelligence nutzt, öffne heute die Scheduled-Tasks-Seite. Pausier Tasks, die du gerade nicht brauchst, statt sie zu löschen.

Quelle: ActiveCampaign Release Notes, Eintrag vom 21.10.2026

Import-Fix: Sonderzeichen-Adressen wurden nicht zuverlässig gegen Sperrlisten geprüft

7.10.2026

Was sich geändert hat: Kontakte, deren E-Mail-Adresse ein einfaches Anführungszeichen (') oder einen Backslash (\ ) enthält, wurden beim Import nicht zuverlässig gegen die Bounce- und Abmeldelisten geprüft. Laut ActiveCampaign konnten sie dadurch abonniert werden, obwohl sie gesperrt sein sollten. ActiveCampaign meldet den Fehler als behoben.

Warum das wichtig ist: Es geht um Kontakte, die keine Post mehr wollten oder bei denen Zustellungen gescheitert sind. Wer sie trotzdem anschreibt, riskiert Beschwerden.

> **Was du tun kannst:** Hast du vor dem 7.10. importiert, filtere heute die Kontakte nach Adressen mit `'` oder `\` und gleiche sie mit deiner Abmeldeliste ab.

Quelle: ActiveCampaign Release Notes, Eintrag vom 7.10.2026

Abmeldungen durch Bots blockieren

1.9.2026

Was sich geändert hat: Mit einer neuen Einstellung lässt sich verhindern, dass automatische Link-Scanner Abmeldungen bei echten Kontakten verbuchen, wenn sie den Abmeldelink in einer Kampagne aufrufen. Ist sie aktiv, sehen Anfragen, die als Bot-Traffic eingestuft werden, nur das Abmeldeformular und werden nicht direkt verbucht. Ein Mensch, der fälschlich als Bot gilt, kann sich über das Formular trotzdem abmelden. One-Click-Abmeldungen nach RFC 8058 sind nie betroffen. Standardmäßig ist die Einstellung aus. Wenn du vermutest, dass automatischer Traffic deine Abmeldezahlen beeinflusst, verweist ActiveCampaign auf den Support.

Warum das wichtig ist: E-Mails an Firmenadressen laufen oft durch Security-Scanner, die Links automatisch aufrufen (unsere Einordnung, nicht die des Anbieters). Dann stimmen deine Abmeldezahlen möglicherweise nicht.

> **Was du tun kannst:** Schau heute in die Abmeldungen deiner letzten Kampagne. Fällt dir ein Schub direkt nach dem Versand auf, schreib dem ActiveCampaign-Support und frag nach dieser Einstellung.

Quelle: ActiveCampaign Release Notes, Eintrag vom 1.9.2026

Mailchimp

Enterprise Single Sign-On im Premium-Plan

30.9.2026

Was sich geändert hat: Alle Nutzer eines Mailchimp-Accounts mit eingerichteter privater Domain können sich jetzt über den eigenen Identity Provider anmelden, zum Beispiel Microsoft Entra ID oder Okta, statt über ein Mailchimp-Passwort. Laut Mailchimp gibt es das nur im Premium-Plan.

Warum das wichtig ist: Verlangt deine IT SSO für alle Tools, ist das bei Mailchimp jetzt möglich, laut Mailchimp aber nur mit Premium und privater Domain.

> **Was du tun kannst:** Frag heute deine IT, ob SSO für Marketing-Tools Pflicht ist, und trag die Antwort in deine Tool-Vergleichsliste ein.

Quelle: Mailchimp Product Updates, Eintrag vom 30.9.2026

Site-Tracking per Google Tag Manager für jede Website

29.9.2026

Was sich geändert hat: Das Site-Tracking-Pixel von Mailchimp lässt sich jetzt über den Google Tag Manager einbauen, auch auf Websites, die nicht auf Shopify, Wix oder WooCommerce laufen. Laut Mailchimp geht das ohne Code und ohne Dev-Ticket. Mit den Seitenaufrufen kannst du Segmente bauen oder eine Automation auslösen, sobald jemand eine bestimmte Seite besucht.

Warum das wichtig ist: Wenn ein Tag Seitenaufrufe einem Kontakt zuordnet, kann das datenschutzrechtlich relevant sein (unsere Einordnung, keine Rechtsberatung). Was bei dir gilt, hängt von deinem Setup ab.

> **Was du tun kannst:** Frag heute dein Datenschutz-Team, ob das Tag an die Einwilligungsabfrage gekoppelt sein muss. Erst danach würden wir einen Trigger auf eine wichtige Seite setzen.

Quelle: Mailchimp Product Updates, Eintrag vom 29.9.2026

Automationen und Kampagnen in einer Ansicht

11.9.2026

Was sich geändert hat: Versand, Öffnungen, Klicks und Umsatz aus Automationen erscheinen jetzt neben den E-Mail- und SMS-Kampagnen, auf dem Home-Screen und im Marketing Dashboard. In Custom Reports kannst du Automations-E-Mails und -SMS in einen Bericht mit mehreren Kennzahlen aufnehmen und zusammen mit den Kampagnendaten exportieren. Laufende und pausierte Flows sind automatisch enthalten. Laut Mailchimp gilt das für die Pläne Essentials, Standard und Premium.

Warum das wichtig ist: Für einen Gesamtreport brauchst du nicht mehr getrennte Auswertungen für Kampagnen und Automationen.

Was du tun kannst: Öffne heute das Marketing Dashboard und prüf, ob deine Flows dort auftauchen. Bau danach einen Custom Report mit Kampagnen und Automationen.

Quelle: Mailchimp Product Updates, Eintrag vom 11.9.2026

CleverReach

Sicherheitshinweis zu PHP: laut CleverReach keine Aktion nötig

22.10.2026

Was sich geändert hat: CleverReach informiert über Schwachstellen in der Programmiersprache PHP. Nach eigener Aussage hat CleverReach die Sicherheitsupdates auf allen Systemen eingespielt und die Lücke auf den eigenen Servern geschlossen. Kunden müssen nichts tun. Funktionen, Schnittstellen und Kampagnen laufen laut CleverReach ohne Unterbrechung weiter.

Warum das wichtig ist: Das ist eine Aussage des Anbieters über seine eigene Infrastruktur. Laut CleverReach ändert sich in deinem Account nichts.

Was du tun kannst: Du musst heute nichts tun. Fragt dein Datenschutz- oder IT-Team nach, leite den Link zur Meldung weiter.

Quelle: CleverReach Support, „Sicherheitsupdate zu PHP“ (22.10.2026)

Releasenotes: auf der öffentlichen Seite kein Eintrag seit KW 30

Stand 24.10.2026

Was sich geändert hat: Die öffentlichen Releasenotes für 2026 enden bei KW 30 (Juli), unter anderem mit einer neuen Captcha-Lösung im Beta-Test und dem CSV-Import für die Blocklist. Die Seite wurde zuletzt am 28.7.2026 aktualisiert. Für September und Oktober ist dort kein Eintrag zu sehen.

Warum das wichtig ist: Das heißt nur, dass CleverReach dort nichts veröffentlicht hat. Ob sich im Produkt etwas geändert hat, wissen wir nicht.

> **Was du tun kannst:** Nichts für heute. In deiner Mitbewerber-Übersicht bleibt CleverReach auf „unverändert laut Releasenotes“. Beim nächsten Abruf prüfen wir das erneut.

Quelle: CleverReach Releasenotes 2026

---

rapidmail

Auf der öffentlichen Seite „Was ist neu“ kein Eintrag im Zeitraum

Stand 24.10.2026

Was sich geändert hat: Auf der öffentlichen Seite „Was ist neu“ ist der jüngste Eintrag von Februar 2026 („Ordner für die Mailing-Verwaltung“). Für September und Oktober gibt es dort nichts Neues.

Warum das wichtig ist: Auch hier gilt: Wir sehen nur, was rapidmail öffentlich macht.

> **Was du tun kannst:** Nichts für heute. Beim nächsten Abruf prüfen wir das erneut.

Quelle: rapidmail „Was ist neu“

Noch nicht belegt, nicht gezählt

Datum ohne Jahr, nicht gezählt

ActiveCampaign Help-Artikel „API: Record opt-in IP address and per-list subscribe date when adding or updating contacts“ nennt „September 1“ ohne Jahr. Das Jahr ist nicht belegt, daher zählt der Eintrag nicht zu den Änderungen im Zeitraum 1.9.–23.10.2026. Laut Artikel nehmen drei Kontakt-Endpunkte der API v3 zwei zusätzliche, optionale Felder an: die IPv4-Adresse beim Opt-in und ein Anmeldedatum pro Liste. Der Artikel wurde zuletzt am 20.10.2026 aktualisiert.

Quelle: ActiveCampaign Help Center, „API: Record opt-in IP address and per-list subscribe date“

Methode & Grenzen

- Nur öffentliche Seiten der Anbieter (Release Notes, Hilfe-Artikel), abgerufen am 24.10.2026. Als Datum gilt das Datum laut Anbieter. Ein ActiveCampaign-Hilfe-Artikel nennt nur „September 1“ ohne Jahr. Er steht deshalb getrennt unter „Noch nicht belegt, nicht gezählt“.
- Welche Funktion in welchem Plan verfügbar ist, steht so beim Anbieter. Wir haben das nicht im Account nachgeprüft.
- Die Teile „Warum das wichtig ist“ und „Was du tun kannst“ sind unsere Einordnung, keine Aussage der Anbieter.
- Wir wählen aus, was für E-Mail-Marketing in DACH relevant ist. Es gibt keine Vollständigkeitsgarantie, kein Ranking und keine Rechtsberatung. Einträge, die wir nicht aufgenommen haben, stehen weiterhin bei den Anbietern.
- Bei ActiveCampaign nennen die Release Notes das Jahr nicht. Wir haben es aus Wochentag und Reihenfolge der Seite abgeleitet.
- Genannte Marken und Produktnamen gehören ihren jeweiligen Inhabern. CrestInk steht in keiner Verbindung zu den genannten Anbietern und wird von ihnen weder empfohlen noch beauftragt.

Das war Ausgabe 1

Die erste Ausgabe ist frei zugänglich. Trag dich ein, wenn du zum Start des wöchentlichen Briefings eine E-Mail bekommen möchtest.