AWS SES: E-Mail-Power für Marketing und Technikprofis

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



AWS SES: E-Mail-Power für Marketing und Technikprofis

Du willst wissen, warum deine schicke Marketing-Mail im Spam-Ordner landet, obwohl du dich an alle Regeln gehalten hast? Willkommen in der Welt von AWS SES – dem E-Mail-Dienst, den Entwickler feiern, Marketer ignorieren und der trotzdem der geheime Gamechanger im E-Mail-Marketing ist. Hier erfährst du, wie du mit Amazon Simple Email Service (SES) nicht nur deine Zustellraten

katapultierst, sondern auch deine Infrastruktur auf Enterprise-Level bringst – ganz ohne ein weiteres Mailchimp-Fake-Feature.

- Was AWS SES überhaupt ist – und warum es kein typisches E-Mail-Marketing-Tool ist
- Wie SES im Vergleich zu Mailchimp, Sendinblue & Co. performt
- Warum Zustellbarkeit (Deliverability) das wahre Gold im E-Mail-Marketing ist
- Wie du SES technisch einrichtest – inkl. DKIM, SPF, DMARC & SMTP
- Die größten Fehler bei SES – und wie du sie vermeidest
- API vs. SMTP: Wann du was brauchst – und warum
- Was SES für Transaktionsmails so verdammt gut macht
- Wie du mit SES skalierst – sicher, günstig und performant
- Warum SES nur dann glänzt, wenn du deine Technik im Griff hast

Was ist AWS SES? E-Mail-Infrastruktur für Entwickler, nicht für Klickvieh

Amazon Simple Email Service – oder kurz AWS SES – ist Amazons Antwort auf die Frage: Wie verschicke ich skalierbare, zuverlässige und technisch saubere E-Mails, ohne auf bunten Drag-and-Drop-Editor-Kram angewiesen zu sein? Spoiler: SES ist kein Tool für Marketing-Schaumschläger. Es ist ein API-gesteuerter, hochperformanter E-Mail-Dienst, der für Entwickler, Systemarchitekten und technisch versierte Marketer gebaut wurde.

SES ist Teil der Amazon Web Services (AWS) und bietet sowohl SMTP-Zugang als auch eine vollwertige API. Es wurde entwickelt, um Transaktionsmails, Benachrichtigungen und auch Massenmails zu verschicken – mit maximaler Kontrolle über Infrastruktur, Authentifizierung und Protokolle. Anders als bei “fertigen” Tools wie Mailchimp oder CleverReach bekommst du hier nicht die hübsche Oberfläche, sondern die rohe Power. Und genau das macht SES so interessant für Profis, die wissen, was sie tun.

Besonders wichtig: AWS SES ist kein “Plug & Play”-Produkt. Du musst DNS-Einträge setzen, Authentifizierungen konfigurieren, deine Reputation pflegen – aber dafür bekommst du eine E-Mail-Infrastruktur, die skaliert, global verteilt ist und im Kern dieselbe Technologie nutzt wie Amazon selbst für den Versand seiner E-Mails. Ja, du liest richtig: Amazon Prime Versandbenachrichtigungen laufen über SES. Wenn das kein Proof of Concept ist, was dann?

Wer SES meistert, kann zehntausende E-Mails pro Stunde verschicken – ohne auf Drittanbieter angewiesen zu sein. Aber der Preis dafür ist technisches Know-how. SPF, DKIM, DMARC, Bounce Handling, Feedback Loops – das ist die Sprache, die SES spricht. Und wenn du sie nicht beherrschst, wird dich das System gnadenlos abstrafen.

SES vs. Mailchimp & Co: Warum Deliverability der wahre KPI ist

Die meisten Marketing-Tools werben mit Öffnungsraten, Klick-Tags und schillernden Dashboards. Aber all das bringt dir genau null, wenn deine Mails im Spamfilter landen oder gar nicht erst zugestellt werden. Willkommen bei der bitteren Wahrheit: Deliverability ist der KPI, den niemand beachtet – außer Profis.

Und hier kommt SES ins Spiel. Denn SES liefert nicht nur Mails aus – es liefert sie durch die Hölle der Spamfilter, über Blacklist-Fallen hinweg, direkt in den Posteingang. Warum? Weil Amazon beim Thema Reputation kein Risiko eingeht. SES-Nutzer müssen sich authentifizieren, ihre Absender-Domains verifizieren und ihre Bounce-Raten niedrig halten. Wer die Regeln bricht, fliegt raus – und genau deshalb ist die Zustellrate bei SES so unfassbar gut.

Die wichtigsten Deliverability-Mechanismen im Überblick:

- SPF (Sender Policy Framework): Verhindert, dass andere in deinem Namen Mails verschicken
- DKIM (DomainKeys Identified Mail): Signiert Mails kryptografisch, um Herkunft zu legitimieren
- DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting and Conformance): Gibt an, wie Empfänger mit nicht-authentifizierten Mails umgehen sollen

SES zwingt dich, diese Standards korrekt zu implementieren – und genau das macht den Unterschied. Während "Marketing-Tools" dir mit einem Klick 10.000 Empfänger versprechen, verlangt SES saubere Authentifizierung, opt-in-Prozesse und Bounce-Handling. Kurz: Es verlangt Verantwortung. Und genau deshalb performt es.

Wenn du also genug hast von fragwürdigen Öffnungsraten, Blacklist-Warnungen und pseudo-intelligenten Spamfilter-Umgehungen, dann ist SES dein Upgrade. Aber nur, wenn du den Tech-Stack im Griff hast.

SES einrichten: DNS-Hölle oder Developer-Paradies?

Die Einrichtung von AWS SES ist nichts für schwache Nerven – oder Menschen, die keine Ahnung von DNS haben. Wenn du dich aber in der Welt von TXT-Records, Nameservern und Authentication-Protokollen zu Hause fühlst, wirst du SES lieben. Denn du bekommst die volle Kontrolle über den Versand – und keine Blackbox.

Hier die wichtigsten Schritte zur Einrichtung:

- 1. Absender-Domain verifizieren:
  Du musst deine Domain im SES-Dashboard hinzufügen. AWS generiert dann DNS-TXT-Einträge, die du bei deinem Domain-Provider eintragen musst.
- 2. DKIM aktivieren:
  SES bietet entweder Easy-DKIM (Amazon signiert für dich) oder Bring Your Own DKIM. Auch hier müssen DNS-Einträge gesetzt werden, um Mails kryptografisch zu signieren.
- 3. SPF-Eintrag ergänzen:
  Füge "include:amazonses.com" zu deinem SPF-TXT-Record hinzu. Achtung: Nur ein SPF-Record pro Domain!
- 4. DMARC konfigurieren:
  Optional, aber dringend empfohlen. Hier gibst du an, wie Empfänger mit fehlerhaften Mails umgehen sollen – z. B. reject oder quarantine.
- 5. SMTP-Zugang oder API einrichten:
  SES bietet beides. Für SMTP musst du Zugangsdaten erzeugen, für die API brauchst du ein IAM-User mit passenden Rechten.

Klingt technisch? Ist es auch. Aber genau das ist der Preis für echte Zustellbarkeit. Und wer einmal erlebt hat, wie zuverlässig SES Mails ausliefert – ohne Spamflag, ohne Verzögerung – der will nie wieder zurück zu Mailchimp & Co.

SMTP vs. API: Die technische Entscheidung mit weitreichenden Folgen

SES bietet zwei Wege, E-Mails zu verschicken: über SMTP oder über die SES-API. Beide haben ihre Daseinsberechtigung – aber sie sind nicht gleichwertig. Die Wahl hängt davon ab, was du erreichen willst, wie deine Infrastruktur aussieht und wie tief du technisch einsteigen willst.

SMTP: Der klassische Weg. Du konfigurieren deinen Mailserver oder deine Applikation so, dass sie sich über SMTP bei SES einloggt. Vorteil: Kompatibel mit fast allem. Nachteil: Weniger flexibel, langsamer, kein granularer Zugriff auf Funktionen wie Template-Management oder Bounce-Analyse.

API: Der moderne Weg. Über die SES-API kannst du Mails direkt aus deinem Code heraus versenden. Du hast Zugriff auf Features wie Template-Rendering, Tagging, Feedback Loops und kannst exakt tracken, was wann wie passiert ist. Voraussetzung: Du musst AWS SDKs oder REST-Aufrufe nutzen können.

Wann solltest du was nutzen?

- SMTP: Wenn du bestehende Systeme ohne Entwicklungsaufwand anbinden willst (z. B. WordPress, CRM-Systeme, einfache Webshops)
- API: Wenn du skalieren willst, Transaktionsmails verschickst, A/B-Tests

fährst oder eigene Templates verwalten willst

Der technische Overhead bei der API-Nutzung ist höher, aber die Kontrolle auch. Und wer E-Mail-Marketing ernst nimmt – also nicht nur hübsche Newsletter verschicken will, sondern echte Conversion-orientierte Kommunikation betreibt – sollte die API wählen. Punkt.

Transaktionsmails mit SES: Präzise, zuverlässig, skalierbar

Marketing-Mails schön und gut – aber die Königsdisziplin sind Transaktionsmails. Passwort-Resets, Bestellbestätigungen, Account-Aktivierungen: Diese Mails müssen ankommen. Sofort. Ohne Umwege. Und genau hier spielt SES seine volle Stärke aus.

Dank der globalen AWS-Infrastruktur, redundanten Servern und intelligentem Throttling kann SES Millionen von Transaktionsmails zuverlässig verschicken – mit minimaler Latenz und maximaler Zustellrate. Und weil du volle Kontrolle über Templates, Header, Tags und Empfänger hast, kannst du jeden Aspekt feintunen. Das macht SES zur idealen Plattform für Shops, Plattformen, SaaS-Produkte und alles, was auf Transaktionskommunikation angewiesen ist.

Besonders hilfreich: SES bietet ein ausgeklügeltes Feedback-System. Du bekommst detaillierte Reports über Bounces, Complaints, Delivery-Status und kannst diese Daten automatisiert auswerten – via CloudWatch, SNS oder direkt über die API. So baust du dir ein Monitoring-System auf, das dir in Echtzeit zeigt, ob deine Mails ankommen oder nicht. Kein Raten mehr, keine Blackbox, sondern echte Insights.

Wer Transaktionsmails verschickt, braucht kein Bling-Bling – sondern Präzision. Und genau das liefert SES. Unauffällig, aber brutal effizient.

Fazit: AWS SES ist kein Tool – es ist Infrastruktur

Wer AWS SES nutzen will, braucht kein hübsches Frontend, sondern technisches Verständnis. SES ist kein Tool für Marketing-Amateure, sondern eine Infrastruktur-Komponente für Profis. Es ist der Unterschied zwischen einem Spielzeug und einem Werkzeug. Zwischen Klicki-Bunti und skalierbarer, zuverlässiger Kommunikation.

Wenn du bereit bist, in SPF, DKIM, DMARC und API-Aufrufe einzutauchen – dann ist SES dein Spielplatz. Du bekommst maximale Zustellbarkeit, minimale Kosten und volle Kontrolle. Aber eben nur, wenn du weißt, was du tust. Hier trennt sich der E-Mail-Marketing-Profi vom Template-Schubser. Willkommen bei der

echten Infrastruktur. Willkommen bei SES. Willkommen bei 404.