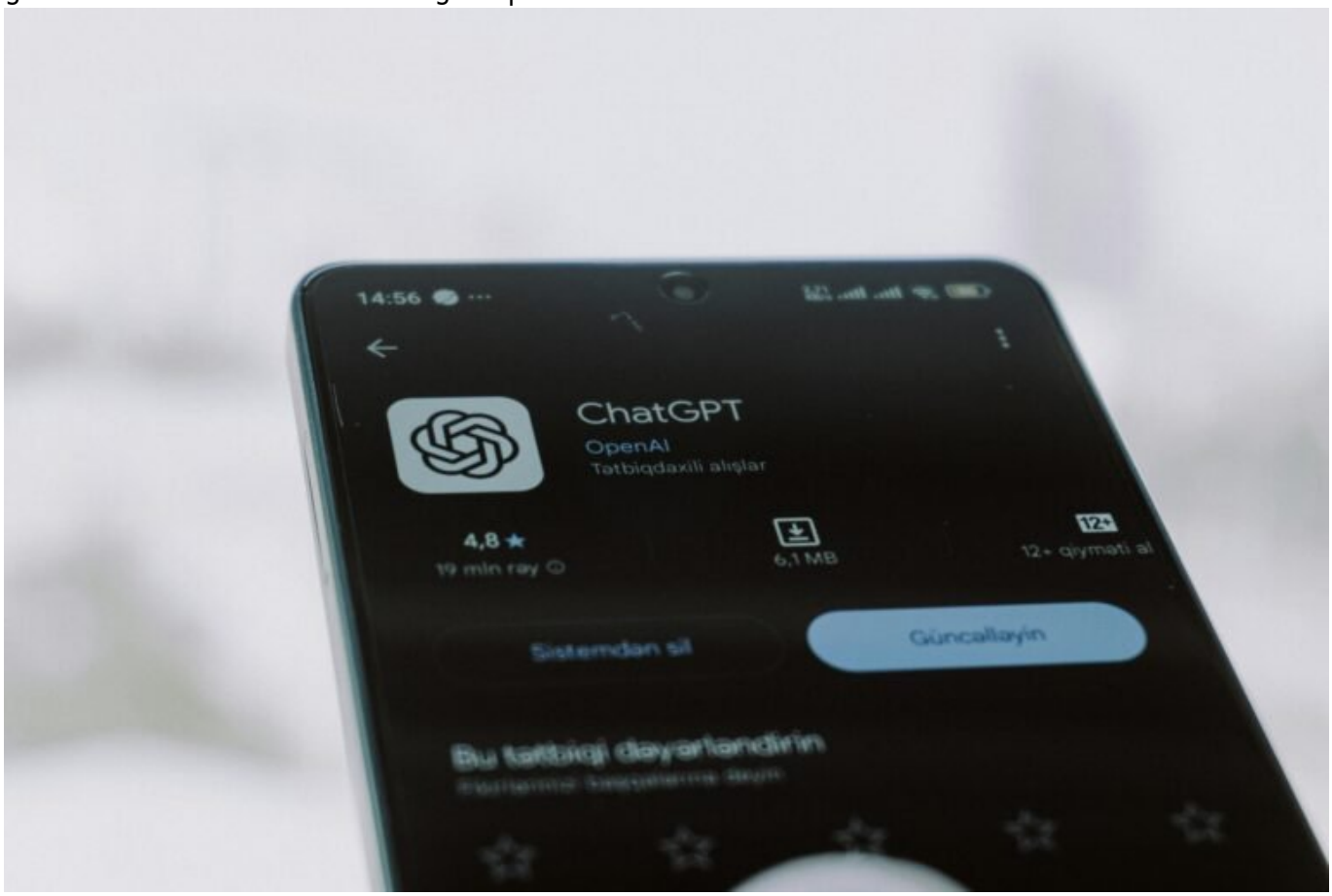
rasa als Gamechanger: KI-Newsletter neu gedacht

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 5. Februar 2026



Rasa als Gamechanger: KI-Newsletter neu gedacht

Newsletter sind tot? Denk nochmal nach. Mit Rasa betritt ein Open-Source-Framework die Bühne, das den staubigen E-Mail-Kanal mit Conversational AI komplett umkrempelt. Kein Spam, kein „Hallo [Vorname]“ – sondern KI-gesteuerte Dialoge, die Nutzer nicht nur lesen, sondern führen wollen. Willkommen im Zeitalter der personalisierten, AI-basierten Interaktion. Willkommen bei Rasa als Gamechanger.

- Was Rasa eigentlich ist – und warum es mehr als ein Chatbot-Framework ist
- Wie Rasa Newsletter revolutioniert: Weg vom Monolog, hin zum Dialog
- Technische Grundlagen von Rasa: NLU, Core, Pipelines und Policies erklärt

- Warum klassische Newsletter scheitern – und was KI besser macht
- Wie du mit Rasa eine eigene Conversational-KI für E-Mail baust
- Best Practices für Integration, Datenschutz und UX mit Rasa
- Schritt-für-Schritt-Anleitung: Von der Idee zum intelligenten KI-Newsletter
- Die größten Fehler bei Rasa-Projekten – und wie du sie vermeidest
- Warum Rasa ein echter Gamechanger für E-Mail-Marketing ist

Was ist Rasa? Das Open-Source-Framework für echte KI-Kommunikation

Rasa ist kein weiteres Chatbot-Tool mit Drag-and-Drop-Oberfläche und vorgefertigten Antworten. Es ist ein Open-Source-Framework für Conversational AI, das auf Machine Learning basiert. Es besteht aus zwei Hauptkomponenten: Rasa NLU (Natural Language Understanding) und Rasa Core. Während NLU dafür zuständig ist, die Bedeutung von Nutzereingaben zu verstehen (Intent-Erkennung, Entity-Parsing etc.), kümmert sich Rasa Core um die Dialogführung – basierend auf Policies, Stories und Machine Learning-Modellen.

Der Clou: Rasa läuft lokal oder on-premise, was es zu einer datenschutzfreundlichen Alternative zu SaaS-Plattformen wie Dialogflow macht. Gleichzeitig erlaubt es eine vollständige Kontrolle über Trainingsdaten, Modelle und das Verhalten deiner KI. Kein Blackbox-Verhalten. Kein Vendor-Lock-in. Nur echtes Engineering auf Enterprise-Level.

Und genau hier liegt der Unterschied zu klassischen Automatisierungstools im E-Mail-Marketing. Während klassische Systeme auf vordefinierte Trigger und Templates setzen, ermöglicht Rasa eine dynamische, kontextbasierte Interaktion – mit echter Absichtserkennung, Gesprächsverlaufsspeicherung und adaptivem Verhalten. Im Klartext: Dein Newsletter wird nicht mehr “gelesen”, er wird erlebt.

Rasa verwendet sogenannte Pipelines zur Verarbeitung von Nutzereingaben. Diese bestehen aus Tokenizer, Featurizer, Intent-Classifier und Entity Extractor. Für die Dialogführung kommen Policies wie TEDPolicy, MemoizationPolicy oder RulePolicy zum Einsatz. Diese bestimmen, wie die KI auf bestimmte Eingaben reagiert – entweder regelbasiert oder datengetrieben. Klingt technisch? Ist es auch. Aber genau das macht den Unterschied zwischen Spielzeug und echter KI.

Warum klassische Newsletter

tot sind – und Rasa sie wiederbelebt

Der klassische Newsletter basiert auf einem überholten Prinzip: Einseitige Kommunikation. Marketer senden Informationen, User ignorieren sie. Öffnungsraten unter 15 %, Klickraten im einstelligen Prozentbereich, und Conversion-Raten, die selbst im Promillebereich optimistisch sind. Die Ursache? Relevanzmangel, Personalisierungsdefizit – und vor allem: fehlende Interaktivität.

Rasa setzt genau hier an. Statt eindimensionaler Textblöcke, die in Massenmails versendet werden, erlaubt es echte Konversationen. Der Nutzer antwortet auf die Mail – und bekommt keine „noreply@"-Abfuhr, sondern eine intelligente Reaktion. Die E-Mail wird zum Interface einer Conversational AI, die Fragen versteht, Empfehlungen gibt und echten Mehrwert liefert.

Beispiel: Ein E-Commerce-Shop verschickt keinen pauschalen Sale-Newsletter mehr, sondern fragt: „Woran hast du gerade Interesse?" Der Nutzer antwortet mit „Laufschuhe", und die KI empfiehlt passende Produkte – inklusive Preis, Verfügbarkeit und direktem Kauf-Link. Alles innerhalb einer E-Mail-Konversation. Kein Weiterleiten auf Landingpages, kein Abspringen durch Medienbrüche.

Diese Art der Interaktion funktioniert, weil Rasa nicht auf starre Templates setzt, sondern dynamische Antworten generiert – basierend auf Intents, Kontext und Nutzerdaten. Das Resultat: deutlich höhere Engagement-Raten, längere Session-Zeiten, bessere Conversion. Und vor allem: ein völlig neues Nutzererlebnis.

Technische Architektur von Rasa: Deep Dive in NLU, Core und Pipelines

Rasa NLU ist der erste Kontaktpunkt mit dem Nutzer. Hier wird definiert, welche Intents (z. B. "Produktanfrage", "Newsletter-Abmeldung", "Support-Kontakt") erkannt werden sollen und welche Entities extrahiert werden (z. B. Produktnamen, Datumsangaben, Orte). Das passiert über eine Pipeline, die typischerweise aus folgenden Komponenten besteht:

- Tokenizer: Zerlegt den Text in Tokens (Wörter oder Teilwörter)
- Featurizer: Wandelt Tokens in numerische Vektoren um
- Intent Classifier: Bestimmt, welcher Intent vorliegt
- Entity Extractor: Extrahiert relevante Informationen aus dem Text

Rasa Core ist für die Dialogführung zuständig. Es verarbeitet die Historie

des Gesprächs und entscheidet, was die nächste Aktion sein soll. Diese Entscheidungen basieren auf Policies, die maschinell trainiert werden können (z. B. TEDPolicy) oder regelbasiert sind (z. B. RulePolicy). Die Dialogstruktur wird in sogenannten Stories oder Rules abgebildet – also möglichen Gesprächsverläufen, auf die das System trainiert wird.

Das Training erfolgt über ein CLI-Tool oder per API. Rasa verwendet TensorFlow oder PyTorch unter der Haube, was eine hohe Performance und Customization erlaubt. Besonders interessant für Entwickler ist die Möglichkeit, Custom Components zu schreiben – also eigene Tokenizer, Extractors oder Actions, die spezifisch auf die Geschäftslogik abgestimmt sind.

Zusätzlich erlaubt Rasa die Integration mit externen Systemen – via REST, Kafka, RabbitMQ oder dem Rasa Action Server. So kannst du Datenbanken abfragen, CRM-Systeme einbinden oder sogar Live-Daten übermitteln. Und ja: Auch E-Mail-Clients lassen sich anbinden, wenn man weiß, wie. SMTP, IMAP, Webhooks – alles kein Hexenwerk, wenn man Rasa verstanden hat.

KI im E-Mail-Marketing: So baust du deinen eigenen Rasa-Newsletter

Die Integration von Rasa in das E-Mail-Marketing ist kein Plug-and-Play – aber auch kein Raketenwissenschaft. Was du brauchst, ist ein technisches Grundverständnis, ein klares Ziel – und ein bisschen Mut, bestehende Prozesse über den Haufen zu werfen. Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie du deinen eigenen KI-gesteuerten Newsletter mit Rasa aufbaust:

1. Use Case definieren: Was soll der Nutzer tun können? Produkte anfragen? Termine buchen? Support erhalten?
2. Intents und Entities festlegen: Welche Nutzereingaben willst du verstehen? Welche Informationen brauchst du?
3. NLU-Training vorbereiten: Beispiel-Sätze schreiben, Entities markieren, YAML-Dateien anlegen
4. Stories und Rules modellieren: Gesprächsverläufe definieren, inklusive Fallbacks und Bestätigungen
5. Custom Actions entwickeln: Python-Code schreiben, um Daten abzurufen, Mails zu versenden oder APIs zu nutzen
6. E-Mail-Client integrieren: Eingehende Mails abfangen (IMAP), verarbeiten und Antworten via SMTP versenden
7. Deployment planen: Rasa auf einem Server hosten (Docker, Kubernetes), Action Server integrieren, Monitoring einrichten
8. Testen, Testen, Testen: Edge Cases prüfen, Logs analysieren, Konversationsqualität bewerten

Das Resultat ist ein System, das auf E-Mails reagiert wie ein Mensch – aber mit der Geduld und Skalierbarkeit einer Maschine. Und das ist nicht nur

effizient, sondern auch skalierbar. Du willst 100.000 Empfänger gleichzeitig betreuen? Kein Problem – so lange deine Server mitspielen.

Fazit: Rasa ist der Missing Link zwischen E-Mail und echter KI-Interaktion

Rasa ist nicht einfach nur ein Framework. Es ist ein Paradigmenwechsel. Es zwingt uns, Kommunikation neu zu denken – nicht als Push-Kanal, sondern als Dialog. Für das E-Mail-Marketing bedeutet das: raus aus dem Einbahnstraßen-Denken, rein in echte Interaktion. Weg vom statischen Template, hin zur adaptiven KI-Kommunikation. Und das mit voller Kontrolle über Daten, Logik und UX.

Wer heute noch glaubt, dass „Newsletter“ bedeutet, einmal pro Woche denselben Text an 10.000 Leute zu schicken, der hat das Memo verpasst. Die Zukunft ist personalisiert, kontextbasiert, dialogisch – und sie heißt Rasa. Kein Hype, kein Buzzword-Bingo. Sondern ein echter Gamechanger.