Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Kommunikation

Checkliste Newsletter

Ein Newsletter ist in Zeiten von sozialen Medien ein erfolgreiches Marketinginstrument. Er soll allerdings nur an Empfänger/-innen versendet werden, die ihr Einverständnis erklärt haben. Sonst riskieren die Versender Abmahnungen. In der folgenden Checkliste erfahren Sie, wie Sie einen Newsletter erstellen und versenden.

☐ Newsletter-Anmeldung

Wer sich schonmal für einen Newsletter angemeldet hat, kennt das: Das Opt-In oder Double-Opt-In-Verfahren. Während für das Opt-In-Verfahren ein Formular ausreicht, ist für das Double-Opt-In eine zusätzliche Bestätigung durch den Interessenten notwendig. Dies stellt sicher, dass der Newsletter ausdrücklich erwünscht ist. Die gesetzliche Grundlage findet sich hier: Artikel 6 Absatz 1 lit. a DSGVO. Der Hintergrund: Verbraucher/-innen sollen vor unerwünschter Werbung geschützt werden. Dafür muss eine rechtmäßige Erlaubnis eingeholt werden.

☐ Newsletter-Abmeldung

Soweit Interessenten das Angebot eines Newsletters nicht mehr nutzen möchten, müssen sie sich einfach wieder abmelden können. Alle Abonnentinnen und Abonnenten können jederzeit die Löschung ihrer Daten verlangen. Dafür muss ein Abmelde-Link gut sichtbar angeboten werden. **Beispiel:**

Abonnieren Sie unseren Newsletter und wir schicken Ihnen regelmäßig unsere Veranstaltungshinweise, Informationen und aktuelle Fachartikel.

Ihre Emailadresse →

☐ Ich stimme zu, dass ich einmal monatlich den Newsletter vom Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Kommunikation zu aktuellen Themen und Veranstaltungen erhalte. Ich kann meine Einwilligung jederzeit kostenfrei für die Zukunft per E-Mail an newsletter@kompetenzzentrum-kommunikation.de oder per Abmeldelink im Newsletter widerrufen. Detaillierte Informationen zum Umgang mit Ihren Daten finden Sie in unserer Datenschutzerklärung. Ich stimme der Verarbeitung meiner personenbezogenen Daten zu und habe die Datenschutzerklärung gelesen.

Sie haben diese Email erhalten, da sie den Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Kommunikation Newsletter mit der Email: empfänger/in@email.de abonniert haben. Wenn sie keine Emails mehr erhalten möchten klicken sie hier: abmelden

Mittelstand-Digital

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Absendername

Der Newsletter ähnelt einem Briefumschlag. Die Interessenten sehen als erste Information den Absender und die Betreffzeile. Folgendes ist zu beachten:

- Wer schickt die E-Mail und mit welchem Ziel? Der Absendername muss vertrauenswürdig sein. Vermeiden Sie gratis E-Mail-Adressen wie gmx.de oder hotmail.com usw. Bleiben Sie bei Ihrem Unternehmensnamen und verzichten Sie auf Namen wie z.B.: Meister82@ppssgmbh.de.
- Wiedererkennbarkeit (nutzen Sie nicht verschiedene Clients, bleiben Sie immer bei der gleichen E-Mail-Adresse)

Betreffzeile

Die Betreffzeile ist für die Abonnentinnen und Abonnenten ein wichtiges Entscheidungskriterium. Der Betreff ist zu sehen, noch bevor die E-Mail geöffnet wird. Wichtige Informationen (Top-Botschaft) und die Kernbotschaft des Newsletters müssen daher im Betreff zu sehen sein. Empfohlen sind 28 bis 57 Zeichen. Beispiel: „Neues Jahr, neue Gesetze: Das ändert sich 2021." Sonderzeichen können dazu führen, dass der Newsletter im Spam landet. So sollte eine Betreffzeile aussehen:

- Persönliche Anrede
- Kurz und knapp (mobiloptimiert)
- Klar und verständlich
- Spannend und interessant – nicht allgemein
- Keine durchgängig großgeschriebene Wörter oder Sonderzeichen wie doppelte !! usw.

Beispiel:

Von: Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Kommunikation <newsletter@kompetenzzentrum-kommunikation.de>
Gesendet: Dienstag, 16. Juni 2020 14:16
An: Empfängerin oder Empfänger
Betreff: Newsletter und KMU: Eine wichtige Beziehungskiste

Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Kommunikation

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

aus den Augen aus dem Sinn? Das muss nicht sein. Für Unternehmen ist es nicht nur in Krisenzeiten entscheidend, den Anschluss an Kundinnen und Kunden zu behalten und mit ihnen in regelmäßigem Kontakt zu stehen. Relativ einfach kann das zum Beispiel mit Newslettern gelingen. Gerade in den letzten Monaten haben wir gesehen: Unternehmen, die schon vor der Epidemie einen

Technische Umsetzung

Mit welchem Tool soll der NL gebaut werden? Eine pauschale Empfehlung ist schwierig. Es gibt verschiedene Tools, die mehr oder weniger die gleichen Dienste anbieten. Vielmehr sollten sich Unternehmen fragen, was genau sie mit einem Newsletter erreichen wollen. Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten:

Versand über CMS

- Vorteile: Geringe Produktionsaufwände, automatisierte Gestaltung möglich.
- Nachteile: Geringe Flexibilität, Integration mit CMS ist zeitaufwendig und meist mit hohen Kosten verbunden.

Versand über externes Tool

- Vorteile: Flexibilität, Kundenservice.
- Nachteile: Keine automatisierte Gestaltung und Abweichungen mit Corporate Design möglich.

Bekannte und verbreitete Tools: MailChimp, Episerver (ehemals Optivo), sendinblue, Newsletter2Go, Klick-Tipp u.V.m.

Newsletter-Auswertung

Mit einem Newsletter haben Unternehmer/-innen noch keinen Umsatz generiert. Daher sollten Versender die Newsletter regelmäßig auswerten, um dessen Erfolg zu bewerten und Optimierungspotenziale herauszuarbeiten. Das E-Mail-Marketing können die Versender an Tools wie Google Analytics, Litmus, E-Mail on Acid, Mailspice Analytics usw. anbinden.
Vor allen Dingen kommt es auf folgende Zahlen (KPI) an:

- Öffnungsrate: Wie viele Abonnent/-innen haben den Newsletter geöffnet
- Klickrate: Welche Links wurden im Newsletter am häufigsten geklickt
- Bounce Rate: fehlgeschlagene Zustellungen
- Abmelderate
- Newsletter Tracking-Links, um Klicks und Aktionen von Interessenten zu erfassen
- A/B-Tests durchführen, um z.B. erfolgreichen Absendezeitpunkt oder Betreffzeile zu ermitteln. Viele Tools bieten dies an.

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Kommunikation

Newsletter-Design

Das Corporate Design des Unternehmens ist wichtig, damit der Wiedererkennungswert durch Interessenten kanalübergreifend steigt. Daher gilt:

- [ ] Newsletter-Design an das CD anpassen
- [ ] Newsletter optisch immer gleich/ähnlich aufbauen, am besten festes Layout entwickeln
- [ ] Layout muss für Desktop und mobile Geräte optimiert sein
- [ ] Call-to-Action-Buttons einbauen
- [ ] Aussagekräftige Bilder statt nichtssagende Stockfotos
- [ ] Auf mobile Darstellung und Lesbarkeit achten

Impressum/Footer

- [ ] Impressumspflicht gilt auch für Newsletter
- [ ] Link zum Impressum muss funktionieren
- [ ] Kontaktmöglichkeiten müssen sichtbar sein

Beispiel:

Sie haben diese Email erhalten, da sie den Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Kommunikation Newsletter mit der Email: empfänger/in@email.de abonniert haben. Wenn sie keine Emails mehr erhalten möchten klicken sie hier: abmelden

Impressum - Datenschutz

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Kommunikation

Konsortialleiter:
Prof. Dr. Thomas Thiessen I
August-Bebel-Straße 26-53
Medienhaus Babelsberg
14482 Potsdam
kontakt@kompetenzzentrum-kommunikation.de