

Newsletter erstellen und versenden: Wichtige Tipps für Ihr E-Mail-Marketing



Schöpfen Sie das Potential Ihrer Abonnenten-Liste voll aus? Mit einem gut durchdachten E-Mail-Marketing können Sie Ihr Business entscheidend voran bringen.

Aus unserer eigenen Erfahrung und unserem Alltag als Berater von kleinen und mittelständischen Unternehmen wissen wir, wie wichtig und umsatzsteigernd eine gute Newsletter-Kampagne sein kann.

Deshalb haben wir Ihnen die wichtigsten Tipps zum Newsletter erstellen und versenden zusammengestellt. Von der Anmeldung über die richtige Betreffzeile bis zur Optimierung!

Newsletter erstellen und versenden: 1. Die Anmeldung

- Sie sollten Ihre Newsletter grundsätzlich nur an Empfänger senden, die Ihnen dafür Ihr Einverständnis gegeben haben. **Um sich rechtlich abzusichern ist das Double Opt-In Verfahren die sicherste Variante:** Nachdem sich ein Interessent für Ihren Newsletter eingetragen hat, bekommt er eine E-Mail mit einem Bestätigungslink, den er betätigen muss. Erst nach dem Klick auf den Bestätigungslink gehört der Interessent zu Ihrer Abonnenten-Liste.
- Das **Anmeldeformular sollte an prominenter Stelle** auf Ihrer Website positioniert werden.
- Geben Sie einen kurzen Hinweis, dass jederzeit die **Möglichkeit der Abmeldung** vom Newsletter für den User besteht und dass die Daten nicht an Dritte weitergegeben werden. So bauen Sie Vertrauen auf.
- **Warum sollte sich ein Besucher Ihrer Seite für Ihren Newsletter anmelden?** Der Nutzen für eine Registrierung sollte klar formuliert werden. Das können bspw. exklusive Angebote, Gutscheine, wertvolle Informationen passend zu Ihrem Business usw. sein.
- **Fragen Sie im Anmeldeformular nur die wichtigsten Informationen ab**, also die E-Mail-Adresse und der Name. So verringern Sie die Hemmschwelle zur Anmeldung.

Newsletter erstellen und versenden: 2. Die Abmeldung

- In jeder Ausgabe Ihres Newsletters sollte auch ein **Abmeldelink** enthalten sein.



- Auch bei der Abmeldung sollten Sie es dem Abonnenten so einfach wie möglich machen. Bauen Sie keine unnötigen Hürden in den Abmeldeprozess ein.
- Auch **auf Beschwerden sollten Sie möglichst schnell reagieren** und nach Wunsch, den Empfänger manuell aus Ihrem Verteiler nehmen.

Newsletter erstellen und versenden: 3. Inhalt und Layout

- **Stellen Sie sicher, dass Ihr Newsletter von den gängigen E-Mail-Programme und Webmail-Dienstleistern richtig dargestellt werden.** Verwenden Sie „einfachen“ HTML-Code, um Darstellungsprobleme zu vermeiden.
- Bedenken Sie bei der Gestaltung Ihres Newsletter auch **mobile Endgeräte**. Immer mehr Menschen nutzen bspw. Smartphones, um Ihre Mails zu lesen.
- **Welche Schriftgröße?** Kleiner als 10 Punkt sollte der Text nicht sein. Verwenden Sie wenige Schrifttypen und -größen, sonst wird es schnell unübersichtlich für den Leser und Sie wirken unseriös.
- Verlinken Sie **am Anfang des Newsletter eine Online-Version** (Falls dieser Newsletter nicht korrekt dargestellt wird, klicken Sie bitte hier.“)
- In vielen E-Mail-Programmen werden Grafiken erst nach einer Bestätigung dargestellt. **Testen Sie deshalb auch, wie Ihr Newsletter ohne Grafiken wirkt!**
- Der Newsletter sollte **Informationen enthalten, die einen echten Mehrwert für den Empfänger darstellen**. Verschicken Sie nicht nur Werbung!
- Die einzelnen Textabschnitte sollten möglichst **kurz und prägnant** sein.
- **Bereiten Sie Ihre Inhalte übersichtlich auf**. Fügen Sie Zwischenüberschriften ein und arbeiten Sie mit Fettschrift, um besonders wichtige Aspekte hervorzuheben. Ist Ihr Newsletter sehr umfangreich, können Sie ihm ein kleines Inhaltsverzeichnis voran stellen.
- **Das Wichtigste sollte zu Beginn stehen.**
- In jeden Newsletter gehört außerdem ein **vollständiges Impressum**.

Newsletter erstellen und versenden: 4. Betreffzeile

- Die Betreffzeile entscheidet darüber, ob ein Interessent Ihren Newsletter öffnet oder direkt in den Papierkorb verschiebt - sie ist daher sehr wichtig für den Erfolg Ihrer E-Mail-Kampagne.
- Ist das **Thema** für Ihre Zielgruppe relevant?
- In der Betreffzeile sollten Sie dem Empfänger klar den enthaltenen **Vorteil kommunizieren**. Warum sollte der Leser Ihren Newsletter öffnen?
- Machen Sie Ihre Abonnenten in der Betreffzeile **neugierig** auf den Inhalt!
- Halten Sie die **Betreffzeile möglichst kurz** und setzen Sie das **Wichtigste an den Anfang**.



- **Vermeiden Sie Spam-Begriffe.** Z.B. vollständig großgeschriebene Wörter, mehrere Ausrufezeichen sowie sehr reißerische Formulierungen führen schnell dazu direkt im Spam-Ordner zu landen.

Newsletter erstellen und versenden: 5. Personalisierung und Individualisierung

- Sprechen Sie Ihre Empfänger im Newsletter möglichst persönlich an.
- Wird der Inhalt der E-Mail auf die Interessen der Abonnenten abgestimmt? Die Relevanz ist für den Erfolg einer E-Mail-Kampagne entscheidend!

Newsletter erstellen und versenden: 6. Versand

- Versenden Sie Ihren Newsletter am besten von einer statischen IP-Adresse. Dynamische IP-Adressen gelten oft als Spam-Kriterium.
- Wählen Sie den **optimalen Versandzeitpunkt** für Ihre Zielgruppe. Mehr dazu erfahren Sie [hier](#).
- Ist Ihre **Absenderadresse aussagekräftig**? Dem Empfänger sollte sofort deutlich von wem er da einen Newsletter erhält, damit dieser nicht ungesehen im Papierkorb verschwindet.
- **Löschen Sie nicht erreichbare E-Mail-Adressen** („Bounces“) aus Ihrem Verteiler. Versenden Sie mehrfach an inaktive Adressen, kann das dazu führen, dass Ihre Mails zukünftig von Spam-Filtern blockiert werden.

Newsletter erstellen und versenden: 7. Analyse und Optimierung

- **Sie sollten immer den Erfolg Ihrer E-Mail-Kampagnen auswerten.** Nur so können Sie Ihre Newsletter optimieren und Strategien ableiten, um noch erfolgreicher und effizienter E-Mail-Marketing betreiben. Wichtige Daten sind: Klickrate, Öffnungsrate, Abonnentenzahl, Konversionsrate
- **Testen Sie verschiedene Betreffzeilen und Versandzeitpunkte** (Tag und Uhrzeit unter gleichem Betreff), um herauszufinden, was wann am besten funktioniert.
- **Testen Sie auch unterschiedliche Varianten Ihrer Anmeldeseite!** Mit was können Sie Ihre Interessenten am ehesten davon überzeugen, sich für Ihren Newsletter anzumelden?

