

14. und 15. Oktober 2021 -
Webinar BUND e.V.



"Erfolgreiche Newsletter - von der Konzeption bis zum Versand"

Ein Webinar des BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)
Trainerin: Silke Buttgerit, die webagentin

Wer bist du?

1. Welchen BFD-Job machst du?
2. Welchen Newsletter liest du immer (meistens, manchmal...)?
3. Welchen Newsletter möchtest du (besser) machen?



Ablauf Tag 1

9.00 – 9:45 Vorstellung und erste Aufgabe

9:45 – 10.30 Zusammenfassung im Plenum

10.30 – 11.00 Pause

11.00 – 12.30 Beispiele (Best-)Practice: Newsletter-Kategorien
Basics Newsletter-Konzeption

12.30 – 13.30 Pause

13.30 – 14.15 Übung UX Design – Wieviel Information kann ich mir in kurzer Zeit merken?
Basics Newsletter-Konzeption

14.15 – 15.00 Übung - NL-Konzeption, NL-Texte

***Break
out***

Euer Newsletter

Ihr habt euch für ein Newsletter entschieden.
Sammelt in eurer Gruppe erste Ideen, welche
Themen ihr spannend findet.

Kälbchen: Bernd, Kim, Malte, Nico
Reisen: Helen, Jeanette, Mechthild, Melanie
Literatur: Hannah, Henriette, Julia

14. und 15. Oktober 2021 -
Webinar BUND e.V.



"Erfolgreiche Newsletter - von der Konzeption bis zum Versand"

Ein Webinar des BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)
Trainerin: Silke Buttgerit, die webagentin

14. und 15. Oktober 2021 -
Webinar BUND e.V.



"Erfolgreiche Newsletter - von der Konzeption bis zum Versand"

Ein Webinar des BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)
Trainerin: Silke Buttgerit, die webagentin

Wer
bist
du
?

Erfolgreiche Newsletter

**... werden
gelesen,
oder**



**Erfolg
heißt:**

> wahrnehmen > öffnen >
 lesen > klicken > aktiv werden
 = CONVERSION

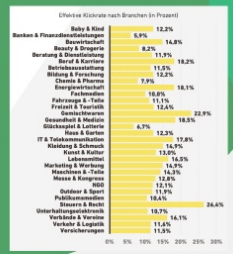
Kurz:

Öffnungsrate

Branche	Worst	Best	Effektive	Best
Rate	Rate	Rate	Rate	Rate
Baby & Kind	14	19,2%	5,1%	12,2%
Banken & Finanzdienstleistungen	4	23,2%	5,4%	8,9%
Baumarkt	3	34,8%	5,8%	14,8%
Beauty & Drogerie	4	17,9%	1,3%	5,2%
Beratung & Dienstleistungen	3	22,8%	2,4%	11,9%
Beruf & Karriere	3	29,4%	5,3%	18,2%
Betriebsverwaltung	3	27,6%	3,1%	11,3%
Bildung & Forschung	4	18,9%	2,1%	12,1%
Chemie & Pharmazie	5	28,2%	2,1%	7,9%
Energieversorger	2	37,7%	7,8%	18,1%
Fachdienste	24	24,4%	2,3%	16,9%
Fahrzeuge & Teile	9	39,3%	3,9%	11,1%
Freizeit & Tourismus	7	34,9%	3,8%	12,4%
Gesundheit	4	35,8%	6,1%	22,7%
Gesundheit & Medizin	4	25,4%	4,8%	14,1%
Glücksspiel & Lotterien	23	38,4%	2,8%	4,7%
IT & Telekommunikation	1	20,9%	5,9%	12,2%
Kleidung & Schmuck	26	27,9%	2,9%	14,9%
Kunst & Kultur	18	17,2%	5,2%	14,0%
Lebensmittel	3	38,9%	4,4%	14,9%
Marketing & Werbung	1	35,8%	8,8%	14,9%
Haarfriseur & -Tische	2	32,4%	4,1%	14,2%
Messen & Kongresse	13	31,4%	3,9%	12,8%
NGO	8	29,2%	3,9%	12,1%
Outdoor & Sport	23	31,7%	3,8%	11,9%
Publikumsmedien	21	33,8%	3,9%	18,6%
Reisen & Reisen	13	31,8%	7,8%	24,6%
Unterhaltungselektronik	3	39,8%	3,7%	18,7%
Verbinden & Verstecken	9	34,4%	4,9%	14,1%
Verkehr & Logistik	1	28,4%	3,8%	11,6%
Versicherungen	3	37,2%	4,8%	11,9%



Effektive
 Klickrate



NGOs

Ein Newsletter, der zu 50% geöffnet wird, ist extrem erfolgreich!

Öffnungsrate

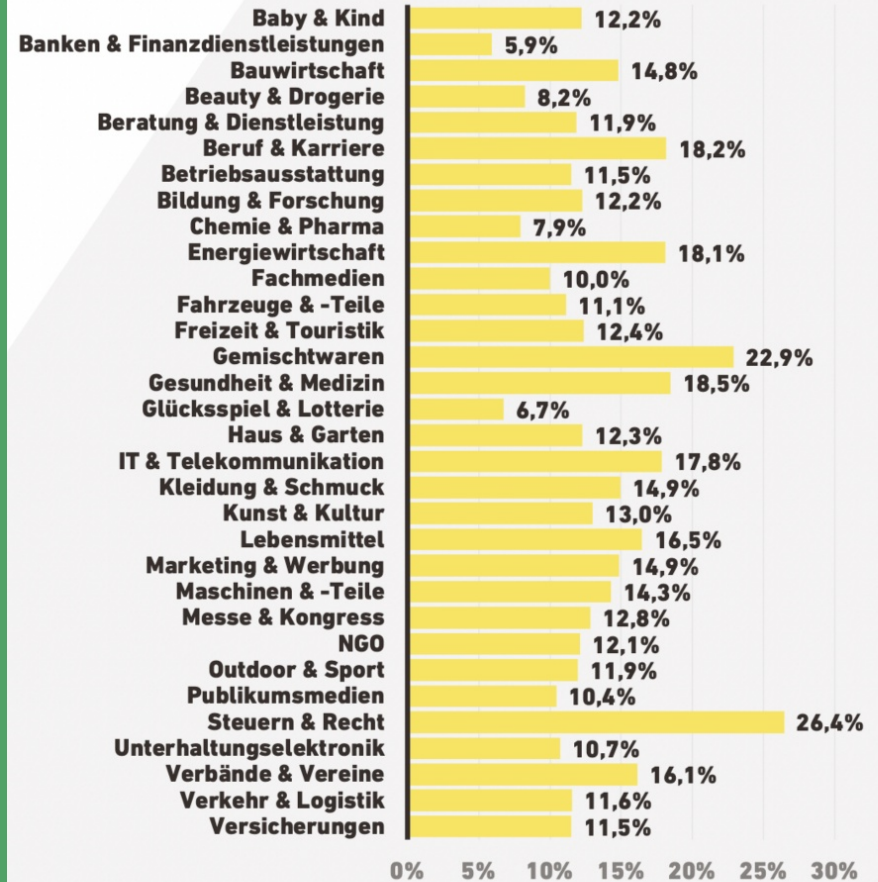
Branche (1/2)	Versand-rate	Öffnungs-rate	Klick-rate	Effektive Klickrate	Bounce Rate
Baby & Kind	14	19,2%	2,1%	12,2%	0,1%
Banken & Finanzdienstleist.	4	23,2%	1,4%	5,9%	0,4%
Bauwirtschaft	3	36,8%	5,0%	14,8%	0,7%
Beauty & Drogerie	6	17,9%	1,3%	8,2%	0,4%
Beratung & Dienstleistung	3	22,8%	2,4%	11,9%	0,8%
Beruf & Karriere	3	29,4%	5,3%	18,2%	0,8%
Betriebsausstattung	3	27,4%	3,1%	11,5%	0,6%
Bildung & Forschung	4	28,9%	3,3%	12,2%	0,9%
Chemie & Pharma	5	28,3%	2,1%	7,9%	1,0%
Energiewirtschaft	2	37,7%	7,0%	18,1%	1,2%
Fachmedien	24	24,4%	2,3%	10,0%	0,7%
Fahrzeuge & -Teile	5	39,3%	3,9%	11,1%	0,7%
Freizeit & Touristik	7	36,9%	3,8%	12,4%	0,4%
Gemischtwaren	6	35,8%	8,1%	22,9%	0,3%
Gesundheit & Medizin	4	25,6%	4,0%	18,5%	0,9%
Glücksspiel & Lotterie	38	30,4%	2,0%	6,7%	0,3%

Branche (2/2)	Versand-rate	Öffnungs-rate	Klick-rate	Effektive Klickrate	Bounce Rate
Haus & Garten	4	30,9%	3,9%	12,3%	0,3%
IT & Telekommunikation	3	33,0%	5,9%	17,8%	0,9%
Kleidung & Schmuck	36	27,9%	3,9%	14,9%	0,2%
Kunst & Kultur	18	47,2%	5,2%	13,0%	0,4%
Lebensmittel	3	30,9%	4,6%	16,5%	0,8%
Marketing & Werbung	1	35,0%	5,0%	14,9%	1,2%
Maschinen & -Teile	2	32,6%	4,1%	14,3%	1,2%
Messe & Kongress	13	31,4%	3,9%	12,8%	1,1%
NGO	8	29,2%	3,5%	12,1%	0,4%
Outdoor & Sport	23	31,7%	3,5%	11,9%	0,3%
Publikumsmedien	33	33,0%	3,2%	10,4%	0,5%
Steuern & Recht	13	31,5%	7,8%	26,4%	0,8%
Unterhaltungselektronik	3	39,0%	3,7%	10,7%	0,3%
Verbände & Vereine	9	34,4%	4,9%	16,1%	0,6%
Verkehr & Logistik	1	35,8%	3,8%	11,6%	0,5%
Versicherungen	3	37,0%	4,0%	11,5%	1,3%

elektronik	3	37,0%	3,7%	10,7%	0,3%
vereine	9	34,4%	4,9%	16,1%	0,6%
istik	1	35,8%	3,8%	11,6%	0,5%
in	3	37,0%	4,0%	11,5%	1,3%

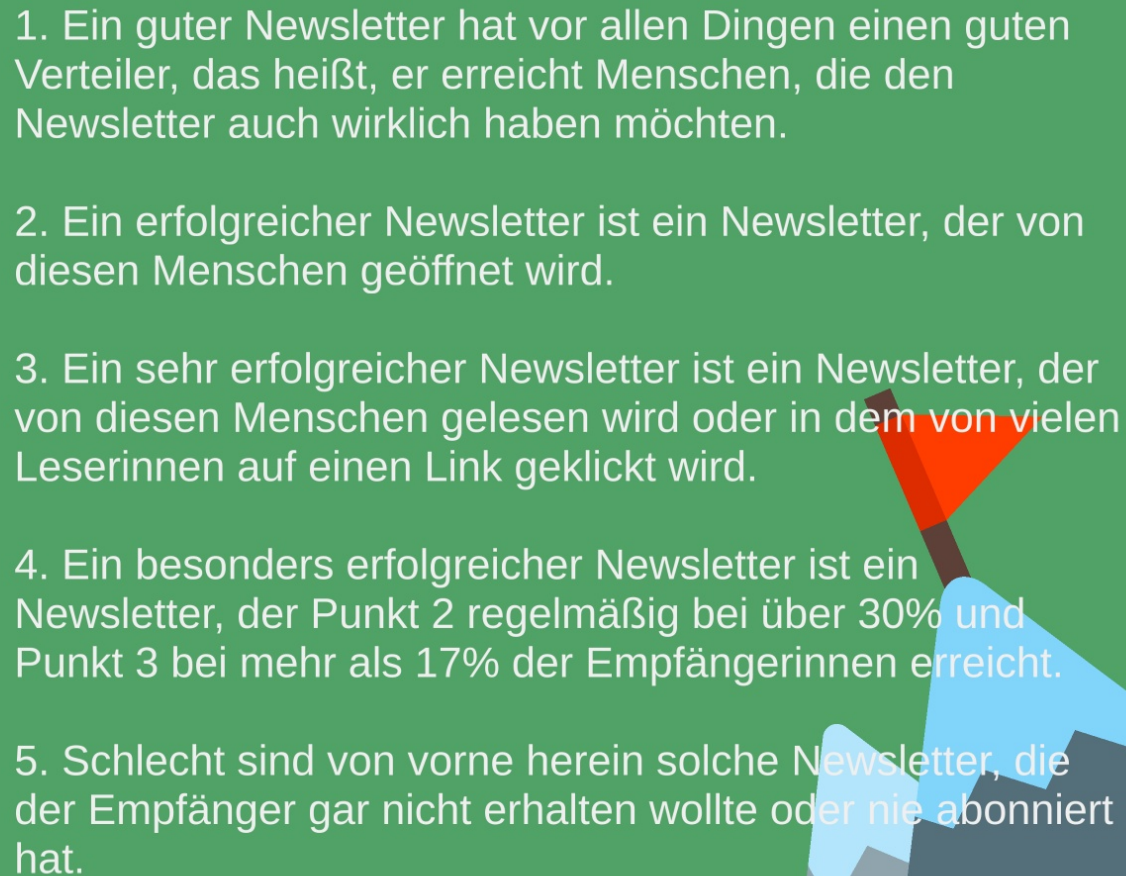
Effektive Klickrate

Effektive Klickrate nach Branchen (in Prozent)



Wann ist ein NL erfolgreich?

1. Ein guter Newsletter hat vor allen Dingen einen guten Verteiler, das heißt, er erreicht Menschen, die den Newsletter auch wirklich haben möchten.
2. Ein erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der von diesen Menschen geöffnet wird.
3. Ein sehr erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der von diesen Menschen gelesen wird oder in dem von vielen Leserinnen auf einen Link geklickt wird.
4. Ein besonders erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der Punkt 2 regelmäßig bei über 30% und Punkt 3 bei mehr als 17% der Empfängerinnen erreicht.
5. Schlecht sind von vorne herein solche Newsletter, die der Empfänger gar nicht erhalten wollte oder nie abonniert hat.

- 
1. Ein guter Newsletter hat vor allen Dingen einen guten Verteiler, das heißt, er erreicht Menschen, die den Newsletter auch wirklich haben möchten.
 2. Ein erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der von diesen Menschen geöffnet wird.
 3. Ein sehr erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der von diesen Menschen gelesen wird oder in dem von vielen Leserinnen auf einen Link geklickt wird.
 4. Ein besonders erfolgreicher Newsletter ist ein Newsletter, der Punkt 2 regelmäßig bei über 30% und Punkt 3 bei mehr als 17% der Empfängerinnen erreicht.
 5. Schlecht sind von vorne herein solche Newsletter, die der Empfänger gar nicht erhalten wollte oder nie abonniert hat.

NGOs
... sprechen mit
Newslettern eine
engagierte, interessierte
Community mit
gemeinsamen Zielen an.
Für erfolgreiche
Newsletter ist das eine
sehr gute Voraussetzung



Wie findet ihr
meine
Newsletter?

Beispiele



Breakout



Im Zoom-Chat findet ihr den Link zu einigen Newslettern, die in meinem Postfach landen und die ich (oft, manchmal, immer wieder mal) lese. Lest euch die Newsletter durch und überlegt euch:

1. Fandet ihr den Newsletter interessant? Warum? Warum nicht?
2. Wer ist vermutlich die Zielgruppe des NL? beschreibe die Zielgruppe?
3. Welche Betreffe findet ihr gelungen im Hinblick auf die Zielgruppe?

https://drive.google.com/drive/folders/1cQ28Yn59gNJsKI-hI9uRGEP-SRGJzz_q?usp=sharing

Gemeinsame Zusammenfassung im Plenum

***Ohne gutes
Konzept
gibt es keinen
guten Newsletter***



**Ohne gutes
Konzept
gibt es keinen
guten Newsletter**



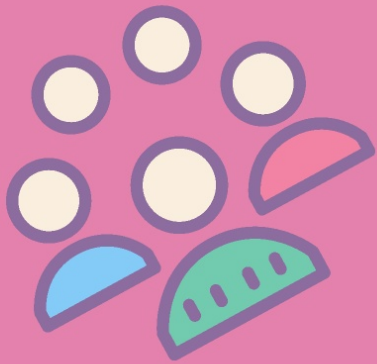
**Leg deine
Ziele fest**

Was willst du mit deinem NL?



Was möchtest du erreichen?

- Kund*innenbindung
- Spenden
- Abonnent*innen-Zahlen steigern
- Mehr Website-Besucher*innen
- Mehr Engagement für Aktionen
- Sharing-Aktivitäten (Ziele weitertragen)



Ziel-Definition im Detail
KPI=Key Performance Indicator

Organisationsziel	Ziel	KPI	Zielwert
Spenden	Mehr Spenden über den Newsletter	Conversion Rate	2.000 € pro Monat
Öffentlichkeit	Mehr einzelne Webseitenbesucher	Klickrate	2.000 Personen pro Monat
Effektiveres Marketing	Mehr Newsletter Anmeldungen	Anmeldungen	100 pro Woche
Mitglieder binden	Wünschen von Mitgliedern nachkommen	Offnungsrates	40%
Kundenbindung stärken	Kundenwünschen nachkommen	Offnungsrates	40%
	Nachfrage Downloads bereitstellen	Klickrate	20%

Ziel-Definition im Detail

KPI=Key Performance Indicator

Organisationsziel	Ziel	KPI	Zielwert
Spenden	Mehr Spenden über den Newsletter	Conversion Rate	2.000 € pro Monat
Öffentlichkeit	Mehr einzelne Webseitenbesucher	Klickrate	2.000 Personen pro Monat
Effektiveres Marketing	Mehr Newsletter Anmeldungen	Anmeldungen	100 pro Woche
Mitglieder binden	Wünschen von Mitgliedern nachkommen	Öffnungsrate	40%
Kundenbindung stärken	Kundenwünschen nachkommen	Öffnungsrate	40%
	Nachgefragte Downloads bereitstellen	Klickrate	20%



Konkret:



Stell dir konkret vor ...:

- Wer (Alter, Geschlecht, Beruf)
- Wie (Freizeit, Arbeit, Gerät, Stimmung)
- Wann (Uhrzeit, Frühstück)
- Wo (Ort/Stadt, Wohnung, U-Bahn, Büro, Bett)

... deinen Newsletter liest/lesen soll.

Ganz ehrlich!



- Sind deine Inhalte interessant für diese Zielgruppe?
- Wie solltest Inhalte aufbereiten, damit der NL für diese Zielgruppe interessant sind?
- Was ist der **MEHRWERT** deines für die Zielgruppe?

Konzeption der Inhalte

- Mehrwert bestimmen
- Thematische Rubriken für den Wiedererkennungswert (Tier des Monats, regionale Pflanzen, landschaftliche Besonderheiten)
- Erzähl Geschichten!
- Botschaft: Du kannst etwas tun!
- Weniger ist mehr - oft genügt anteasern

Beispiele für inhaltlichen Aufbau

Start mit Inhaltsverzeichnis für eilige selektive Leser*innen - DUH <https://t1p.de/33t3>

Ausführlicher Artikel zu einem Thema + weitere Teaser BUND <https://t1p.de/k7m7>

Single Meldung, kurz und knapp! Public Eye <https://t1p.de/ctb0>

Grafik & Layout



Denk an die unterschiedlichen Geräte!

- Schrift ohne Serifen, augenfreundliche Schriftgröße
- Luft zwischen den Zeilen
- Nicht zu viele Schriftarten, Farben und Größen
- Bilder sind entscheidend, NL muss aber auch ohne Bilder lesbar sein
- Kein Blogsatz
- Wiedererkennbarkeit
- Überschriften, Text-Trenner, Klarheit
- Denken Sie an Rot-Grün-Probleme (Barrierefreiheit)

Versandrhythmus



- Versetz dich in die Lage der Empfänger*in: Wie oft möchte diese von dir lesen?
- Eine zu hohe Versandfrequenz ist einer der am häufigsten genannte Gründe für Abmeldungen
- Wann und wie oft hast du etwas sagen? Gibt es feste Anlässe, zu denen du den Newsletter versenden möchtest? Z. B. Vorschau-Veröffentlichung / Ostern / Weihnachten / Buchmessen
- Bleib realistisch: Was ist für dich zeitlich machbar?

Versandzeitpunkt



- Wer liest den Newsletter und warum? Zum Vergnügen oder im Arbeitskontext?
Am Arbeitsplatz oder auf dem Sofa?
- Bei Pressenewslettern ist der Versand morgens optimal – bei Geschäftskontakten Wochenenden, Abendstunden und Montage vermeiden
- Bei Privatpersonen: Versand auch in den Abendstunden oder am Wochenende möglich
- Öffnungsraten in der Statistik checken, nach Möglichkeit Empfänger*innen befragen und entsprechend anpassen



Zeitplan

- Listen Sie alle erforderlichen Schritte mit ungefährender Zeitangabe auf und weisen Sie Aufgaben zu
- Arbeitsabläufe und Routinen festlegen
- Bedenken Sie auch Punkte wie die Einarbeitung in das Newsletter-Tool und Fotorecherche/Erstellung



***Weiteres Material zur Konzeption
finden Sie unter***

<https://diwebagentin.de/nl-bund/>



Jetzt seid ihr dran!

Ihr seid jetzt ein Newsletter-Team

einigt euch, welches Projekt ihr verfolgen wollt

erstellt ein vorläufiges Konzept, in dem ihr folgende Fragen beantwortet:

- Was für ein Newsletter ist es, welche Inhalte?
- Ziel des Newsletters? Was wollt ihr erreichen?
Was soll die Leser:in machen?
- Zielgruppe: Wer soll den Newsletter, wann und wo?
- Was ist der Mehrwert für die Zielgruppe?
- Wie ist der Newsletter aufgebaut?

Nehmt die Präsentation zu Hilfe

<https://prezi.com/view/V6Jm48au9tBVdKEtuQTu/>

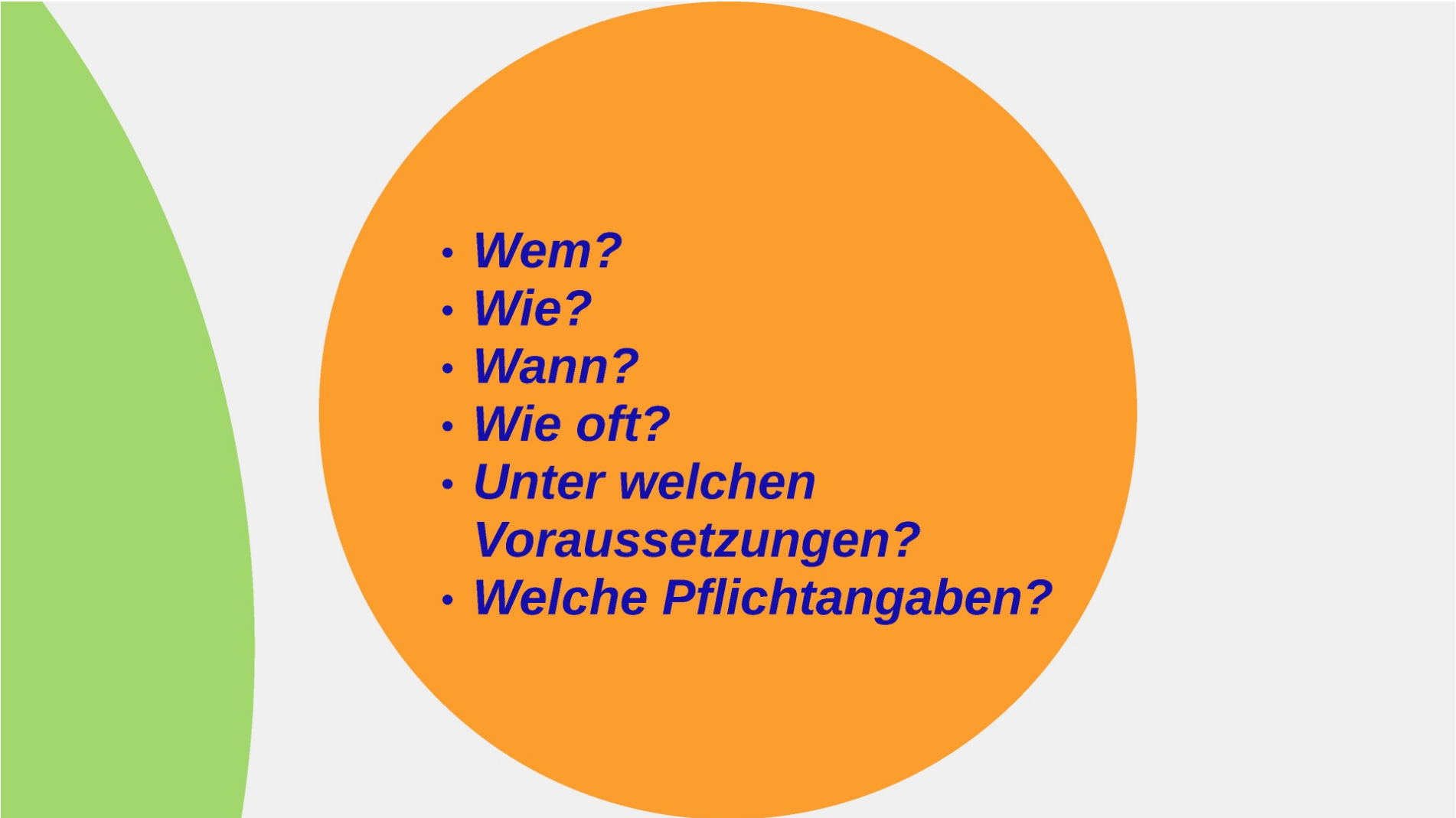


*Denken Sie an den
Datenschutz* 



*Arbeite
dich
ein!*

?

- 
- ***Wem?***
 - ***Wie?***
 - ***Wann?***
 - ***Wie oft?***
 - ***Unter welchen Voraussetzungen?***
 - ***Welche Pflichtangaben?***

***Lies dir folgenden Text
zum Datenschutz bei
Newslettern durch***

[https://www.e-recht24.de/
artikel/ecommerce/6534-
newsletter-rechtssicher-
erstellen-und-versenden.html](https://www.e-recht24.de/artikel/ecommerce/6534-newsletter-rechtssicher-erstellen-und-versenden.html)

Notier dir Fragen und
Unklarheiten, die wir dann
diskutieren.



*Wem
?*

Anmelden

*Das
Anmeldeformular*

Grundsätze DSGVO

- **Freiwilligkeit** – Zustimmungspflicht
- **Transparenz** – Was passiert mit den Daten
- **Zweckbindung** – keine beliebige Verwendung
- **Zeitliche Begrenzung** – Speicherung nur so lange, wie der Zweck existiert
- **Sicherheit** – sichere Speicherung
- **Datensparsamkeit** – nur notwendige Daten sammeln



Grundsätze DSGVO

- **Freiwilligkeit** – Zustimmungspflicht
- **Transparenz** – Was passiert mit den Daten
- **Zweckbindung** – keine beliebige Verwendung
- **Zeitliche Begrenzung** – Speicherung nur so lange, wie der Zweck existiert
- **Sicherheit** – sichere Speicherung
- **Datensparsamkeit** – nur notwendige Daten sammeln

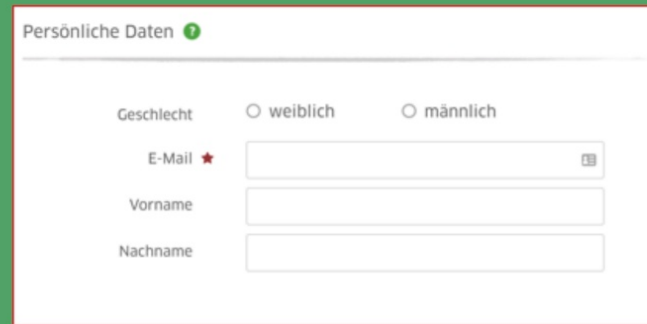
Wem darf ich einen NL schicken?

Allen, die dem Erhalt aktiv zugestimmt haben, z.B. via:

- Double Opt In (DOI) Online-Anmeldeformular
- Schriftliche Aufforderung "Bitte nehmen Sie mich in Ihren Newsletter-Verteiler auf."
- Handschriftliche Liste bei Veranstaltungen
- Mündliche Aufforderung z.B. am Telefon (unbedingt mit Datum und Zusammenfassung protokollieren)
- Freiwillige und explizite Zustimmung im Laufe eines Bestellvorgangs
- Facebook-Ads zur Lead-Generierung
- Gewinnspiele
- Tausch - Unterrichtsmaterial gegen NL-Abo



Online-Anmeldeformular Nur erforderliche Informationen abragen



Persönliche Daten ⓘ

Geschlecht weiblich männlich

E-Mail ★

Vorname

Nachname

Schlechtes Beispiel Greenpeace:
<https://www.greenpeace.de/newsletters>

- Pflichtfeld nur E-Mail-Adresse sein
- Alle anderen Angaben nur freiwillig
- Hinweis auf Datennutzung
- Hinweis auf Häufigkeit des Versands
- Ggf. Hinweis auf verwendete Software und ggf. die Speicherung der Daten beim Software-Anbieter
- Link auf die Datenschutzerklärung Ihrer Website
- Hinweis, dass der NL jederzeit wieder abbestellt werden kann
- AV-Vertrag (Auftragsdatenverarbeitung) mit Software-Anbieter abschließen!

Der BUND-Newsletter informiert Sie ungefähr alle zwei Wochen, wie sich der BUND national, international und regional für den Schutz der Natur und Umwelt einsetzt. Weiterhin enthält er Infos zu unserer politischen Arbeit, unseren Ökotipps, aktuellen Online-Aktionen und vieles mehr.

Tragen Sie einfach unten Ihre E-Mail-Adresse ins Kästchen ein.

Jetzt BUND-Newsletter abonnieren!

E-Mail Adresse

Die Hinweise zum Datenschutz habe ich zur Kenntnis genommen.

JETZT ANMELDEN

Der Service ist natürlich kostenlos. Ihre Daten behandeln wir streng vertraulich und geben sie nicht an Dritte weiter. Mehr zum Datenschutz beim BUND.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Der BUND-Newsletter informiert Sie ungefähr alle zwei Wochen, wie sich der BUND national, international und regional für den Schutz der Natur und Umwelt einsetzt. Weiterhin enthält er Infos zu unserer politischen Arbeit, unseren Ökotipps, aktuellen Online-Aktionen und vieles mehr.

Tragen Sie einfach unten Ihre E-Mail-Adresse ins Kästchen ein.

Jetzt BUND-Newsletter abonnieren!

E-Mail Adresse

Die Hinweise zum [Datenschutz](#) habe ich zur Kenntnis genommen.

JETZT ANMELDEN

Der Service ist natürlich kostenlos, Ihre Daten behandeln wir streng vertraulich und geben sie nicht an Dritte weiter. Mehr zum [Datenschutz](#) beim BUND.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

***Das war's für heute!
Eine Linkliste zu mehr Material und
Infos finden Sie unter
<http://diwebagentin.de/nl-bund>***

Fragen an
buttgerit@diwebagentin.de
Dunckerstraße 17, 10437 Berlin
030 / 33027540
0173 / 357 30 37



14. und 15. Oktober 2021 -
Webinar BUND e.V.



"Erfolgreiche Newsletter - von der Konzeption bis zum Versand"

Ein Webinar des BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)
Trainerin: Silke Buttgerit, die webagentin