

14. und 15. Oktober 2021
Teil 2



"Newsletter-Marketing für NGOs"

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

Guten Morgen!

Starte mit einem kleinen Spiel:
Öffne die Seite

<https://t3n.de/news/millers-law-wichtigste-regel-ux-1011492/>

und mach den unter Schritt 1 und Schritt 2
beschriebenen Test!



1. *Storytelling*
2. *UX-Design*
3. *Personalisierung*
4. *Newsletter-Tool*
5. *Auswertung*
6. *Datenschutz*



*sendinblue
Account
anlegen*



*Persönliche
Daten
nutzen?*



Dein Einverständnis:

Wir werden heute Newsletter versenden.
Darf ich deine E-Mail-Adresse den anderen TN zur Verfügung stellen, so dass die anderen Ihren Test-Newsletter an dich senden können?

Progress indicator consisting of eight purple oval shapes.

***Leg dir schon mal
einen Account an***

<https://de.sendinblue.com>

Du kannst dich auch mit einer Gmail-
Adresse anmelden



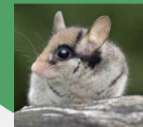
Inhalte: Erzählen Sie Geschichten

*Euer
Betreff*



*Betreff
::::*

Stories



Betreff und Preheader

der Preheader ist in der Mail-Vorschau neben oder unter dem Betreff zu sehen

Betreff: Im Mailprogramm werden max. 70 Zeichen angezeigt - noch besser max. 40 Zeichen, das Wichtigste zuerst: *Gegen das Verschwinden Gartenschläfer retten!*

Tipps: *Wie Ihr Garten zum Vogelparadies wird*

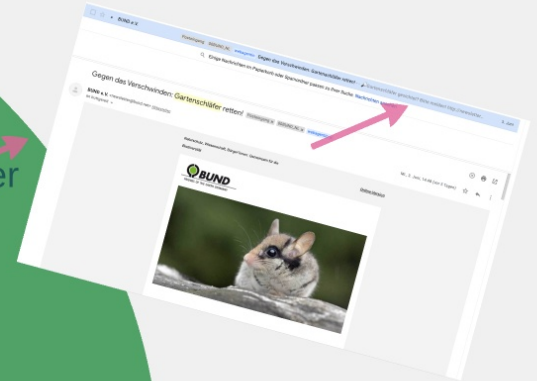
Fragen: *Kennst du diese Wiesenblumen?*

Positive Begriffe: *Natur macht Kinder glücklich*

Knackig:
Mist!
Gut gelaufen!
Gerettet
Warum?

Gute Nachrichten:
Endlich wieder Kraniche in Bayern

- Emotionen wecken
- Neugierig machen
- Nutzen versprechen
- Tipps
- Zeitliche Begrenzung
- Gewinnspiel



BUND e.V. Posteingang 00BUND_NL webagentin Gegen das Verschwinden: Gartenschläfer retten! -- Gartenschläfer gesichtet? Bitte melden! http://newsletter... 3. Juni



Einige Nachrichten im Papierkorb oder Spamordner passen zu Ihrer Suche. [Nachrichten ansehen](#)

Gegen das Verschwinden: Gartenschläfer retten! Posteingang x 00BUND_NL x webagentin x

BUND e.V. <newsletter@bund.net> Abbestellen
an buttgerreit

Mi., 3. Juni, 14:48 (vor 5 Tagen)

Naturschutz, Wissenschaft, Bürger*innen: Gemeinsam für die Biodiversität [Online-Version](#)



en! - - 🔍 Gartenschläfer gesichtet? Bitte melden! http://newsletter...

che. [Nachrichten ansehen](#)

Betreff und Preheader

der Preheader ist in der Mail-Vorschau neben oder unter dem Betreff zu sehen

Betreff: Im Mailprogramm werden max. 70 Zeichen angezeigt - noch besser max. 40 Zeichen, das Wichtigste zuerst: Gegen das Verschwinden: Gartenschläfer retten!

Tipps: *Wie Ihr Garten zum Vogelparadies wird*

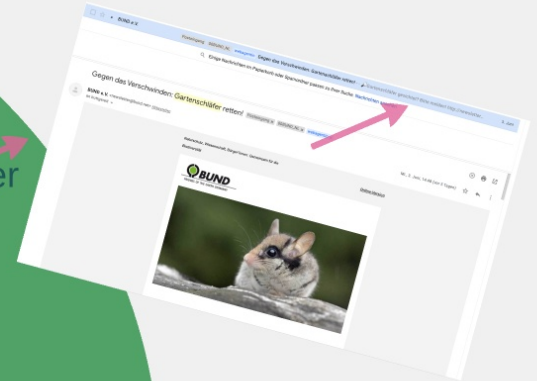
Fragen: *Kennst du diese Wiesenblumen?*

Positive Begriffe: *Natur macht Kinder glücklich*

Knackig: *Mist! Gut gelaufen! Gerettet Warum?*

Gute Nachrichten: *Endlich wieder Kraniche in Bayern*

- Emotionen wecken
- Neugierig machen
- Nutzen versprechen
- Tipps
- Zeitliche Begrenzung
- Gewinnspiel




Betreff: Im Mailprogramm
werden max. 70 Zeichen
angezeigt - noch besser max.
40 Zeichen, das Wichtigste
zuerst: *Gegen das
Verschwinden: Gartenschläfer
retten!*

zuerst: Gegen das
Verschwinden: Gartenschläfer
retten!

Tipps: *Wie Ihr Garten zum Vogelparadies wird*

st du diese

Gute
F



Fragen: *Kennst du diese
Wiesenblumen?*



Positive Begriffe:
Natur macht Kinder glücklich

- Zeit
- Gewinnspiel

Gute Nachrichten:
Endlich wieder Kraniche in Bayern



Knackig:

Mist!

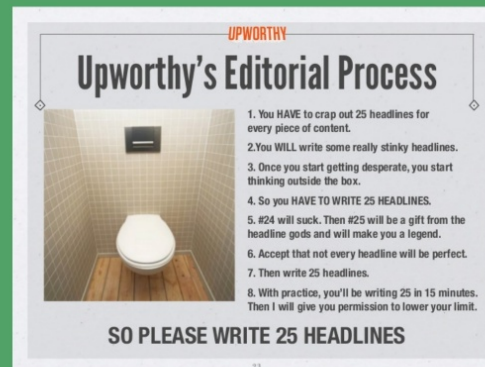
Gut gelaufen!

Gerettet

Warum?

- Emotionen wecken
- Neugierig machen
- Nutzen versprechen
- Tipps
- Zeitliche Begrenzung
- Gewinnspiel

Schreibt einen Betreff für euren ersten NL



Mein Tipp: Jede von euch schreibt ganz schnell 8-10 Betreffzeilen auf, alles, was ihr spontan durch den Kopf kommt. Dann schaut ihr euch alle Betreffs an und wählt den besten aus

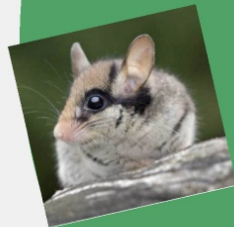
https://drive.google.com/drive/folders/15EQ3F5ViKKG9HS2qW3Y_1tTp2FQz6TuT?usp=sharing

News und Stories

Die News:
Der Gartenschläfer ist bedroht



3 Stories:



1. Es ist furchtbar, der Gartenschläfer stirbt aus.
2. Der Gartenschläfer ist ein tolles Tier. Wir wollen ihn retten.
3. Du gehörst zu der klugen Community, die sich für den faszinierenden Gartenschläfer interessiert. Wenn du mitmachst, können wir ihn zusammen retten.

*Eure erste
News-Story*

3 Stories:



1. Es ist furchtbar, der Gartenschläfer stirbt aus.
2. Der Gartenschläfer ist ein tolles Tier. Wir wollen ihn retten.
3. Du gehörst zu der klugen Community, die sich für den faszinierenden Gartenschläfer interessiert. Wenn du mitmachst, können wir ihn zusammen retten.

Schreibt eure erste
News für euren
Newsletter!



... und denkt daran, dass alle lieber
Geschichten als graue Theorie lesen...

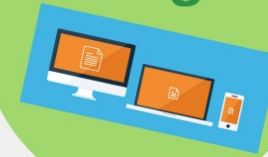


User Experience Design - UX

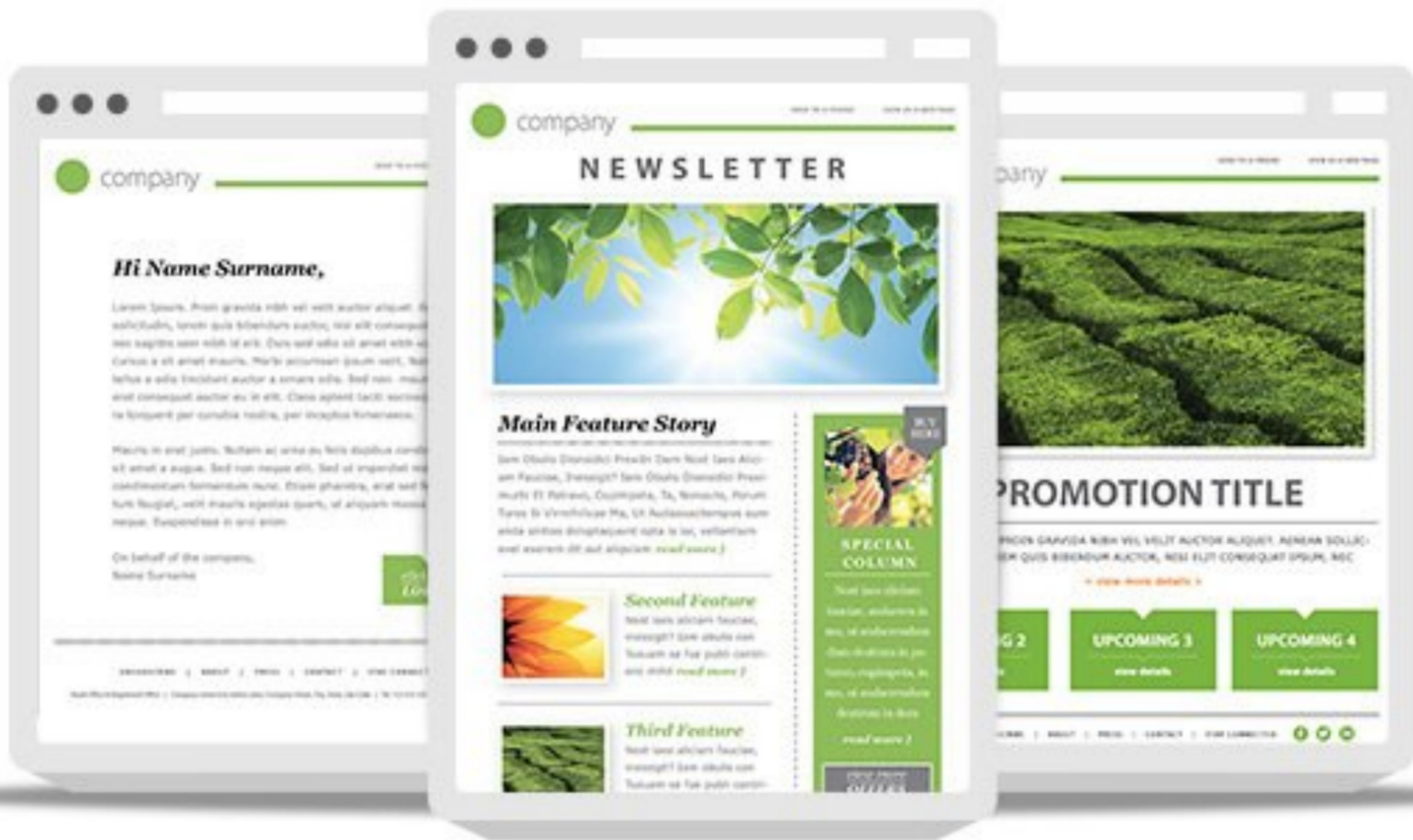


Elemente

Responsive
Design



Schriften



Klassischer Aufbau

1. Link zur Webversion

Immer ganz oben, bieten gute NL-Tools automatisch an - darüber können NL auch archiviert werden. Die Browserversion ist weniger anfällig für Unterschiede in der Newsletter-Darstellung, als die verschiedenen E-Mail Clients.

2. Logo

So sieht die Empfänger*in auf den ersten Blick, woher der NL kommt

3. Teaserbild

Das Teaserbild entscheidet, ob der Empfänger Interesse für den restlichen Newsletter entwickelt oder nicht. Professionelles Foto, das neugierig macht, nicht zu viel Schrift.

4. Inhalt

Texte, Bilder und Links bilden den eigentlichen Inhalt des Newsletters. Hier kommt es vor allem auf Klarheit und Übersichtlichkeit an. Die Leser*in sollte Inhalte auf einen Blick erfassen können

5. Social-Media-Links

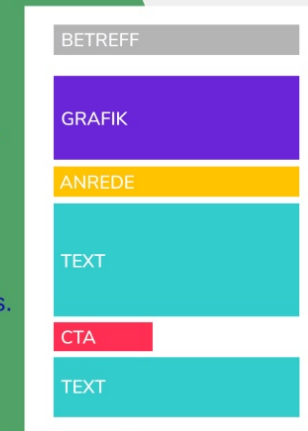
Alle aktiven Kanäle anbieten, ggf. auch WhatsApp

6. Impressum/Kontakt

Offizieller Name (e.V., gGmbH etc nicht vergessen), Kontaktdaten, Link zur Website

7. Abmeldelink

Unkompliziertes Abmeldeprozedere ohne Schnickschnack

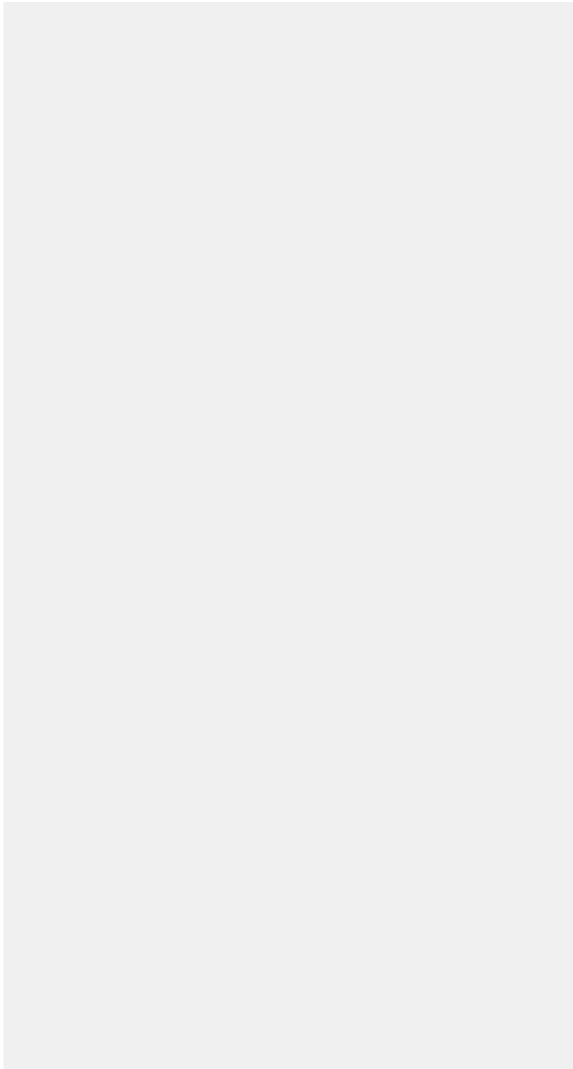
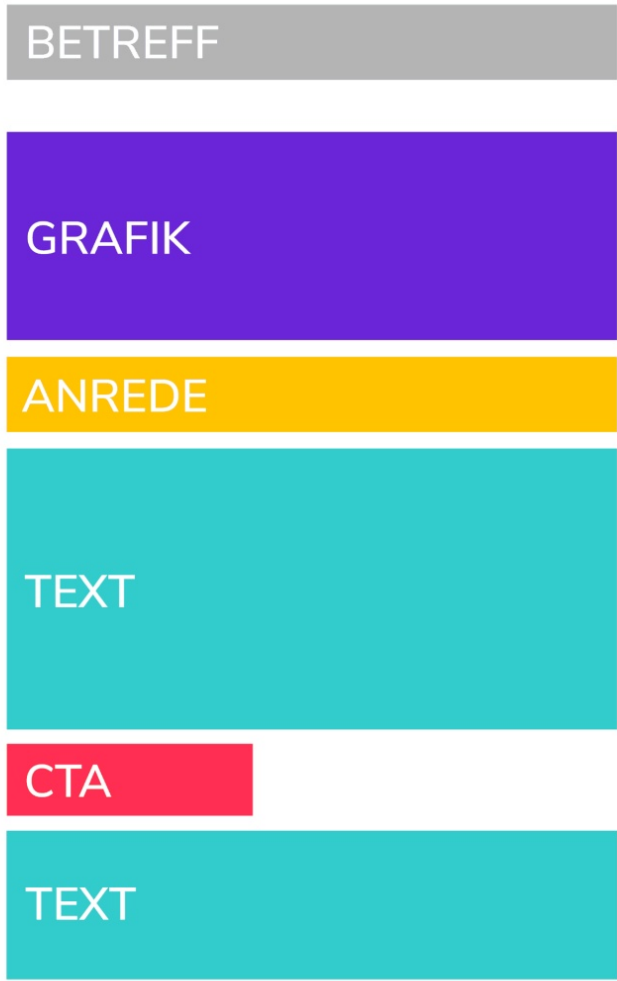


ersion ist weniger
lung, als die

oher der NL kommt

erese für den
sionelles Foto, das

halt des Newsletters.
tlichkeit an. Die
henn



Mobile first



- *42% der Internetzugriffe in D erfolgen via Smartphone, 6% via Tablet (2019, laut SZ-Medienhaus)*
- *Gute Newsletter-Tools bieten Vorlagen, die bereits für alle Geräte optimiert sind*
- *Vor dem Versand unbedingt auf mehreren Geräten testen (nicht auf die Vorschau des NL-Tools verlassen)*





Desktops



Laptops



Tablets



Smartphones

professionell

dynamisch

professionell

dynamisch

professionell

dynamisch

Schriften: Lesefreundlichkeit für Screen und Display

- Für Fließtexte am besten web-sichere Schriften ohne Serifen verwenden. Websicher = Schriften, die auf jedem Computer/Gerät vorhanden sind
- Überschriften ggf. in einer anderen Schriftart, ansonsten bitte nicht nur eine Schriftart
- Schrift nicht kleiner als 16 Px
- Kontraste beachten
- Fett ja, unterstrichen nein, kursiv ggf.
- 45 bis 85 Zeichen pro Zeile, nicht mehr, nicht weniger (55 Zeichen)
- Zeilenabstand mindestens 1.2em (em=Breite des Buchstabens m)

Personalisierung



*Persönliche
Ansprache
und Filter*

Personalisierung



Pe
A
U

Personalisierung kann sein:



Personalisierte Willkommens-Mail

- Newsletter zu Themen, für die sich die Leser*in interessiert, im Anmeldeformular anbieten
- Anrede im NL: Liebe Silke,
- Lokalisierung - Hinweis auf Veranstaltungen im Leser*innen-Umkreis
- Infos nach Alter und/oder Geschlecht gesplittet (Menschen mit Kindern ansprechen, Menschen mit Enkeln ansprechen)
- Infos nach bisherigem Klickverhalten filtern (hat immer alle Links zum Gartenschläfer geklickt), hat im letzten Newsletter den Spenden-Button geklickt)



Technik

Personalisierung wie im Serienbrief in Word mit Platzhaltern, Wenn-Dann-Sonst-Bedingungen und Erstellung von Empfänger*innen-Gruppen

Ich möchte Newsletter der Ullstein Buchverlage abonnieren und interessiere mich für folgende Themen und Autoren (bitte auswählen):

Themen

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Krimi/Thriller | <input type="checkbox"/> Populäres Wissen | <input type="checkbox"/> Wirtschaft |
| <input type="checkbox"/> Romane mit Gefühl | <input type="checkbox"/> Reise | <input type="checkbox"/> Bewusst Leben |
| <input type="checkbox"/> Sexy Romance | <input type="checkbox"/> Biographien/Geschichte | <input type="checkbox"/> Ullstein Newsletter |
| <input type="checkbox"/> Humor | <input type="checkbox"/> Politik/Zeitgeschehen | <input type="checkbox"/> Literatur |

Autoren

- | | | | |
|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nele Neuhaus | <input type="checkbox"/> Camilla Läckberg | <input type="checkbox"/> Daniel Cole | <input type="checkbox"/> Stefan Ahnhem |
| <input type="checkbox"/> Jo Nesbø | <input type="checkbox"/> Chris Carter | <input type="checkbox"/> Oliver Pötzsch | <input type="checkbox"/> Corina Bomann |
| <input type="checkbox"/> Renate Bergmann | | | |

Geschlecht: Männlich (Herr) Weiblich (Frau) Divers

Vorname

Nachname

E-Mail *

DATENSCHUTZ & EINWILLIGUNG für die Newsletter der Ullstein Buchverlage GmbH

- Ja, hiermit bestätige ich, dass ich die Datenschutzhinweise zur Kenntnis genommen habe.

Die Ullstein Buchverlage GmbH, Friedrichstr. 126, 10117 Berlin, info(at)ullstein.de, verarbeitet personenbezogene Daten (Name, Vorname, E-Mail, Geschlecht) von Ihnen zum Zwecke der Zusendung des bzw. der oben ausgewählten Newsletter(s).

Rechtsgrundlage hierfür ist Ihre Einwilligung gemäß Art. 6 I a) und 7 EU-DSGVO sowie § 7 II Nr. 3 UWG.

Wenn Sie auf „Speichern“ klicken, willigen Sie ein, dass wir Sie regelmäßig und kostenlos per:

- persönlichen E-Mails und/oder
- personalisierten Anzeigen in den sozialen Medien (sofern Sie für Ihre Social-Media-Konten dieselbe E-Mail-Adresse wie für den Newsletterempfang verwenden)

über passende Produkte und Aktionen der Bonnier-Verlagsgruppe informieren.

Sie können jederzeit die Einwilligung mit Wirkung für die Zukunft widerrufen.

Sie bestätigen, dass Sie die weiterführenden Datenschutzinformationen zur Kenntnis genommen haben.

Personalisierung kann sein:



Personalisierte Willkommens-Mail

- Newsletter zu Themen, für die sich die Leser*in interessiert, im Anmeldeformular anbieten
- Anrede im NL: Liebe Silke,
- Lokalisierung - Hinweis auf Veranstaltungen im Leser*innen-Umkreis
- Infos nach Alter und/oder Geschlecht gesplittet (Menschen mit Kindern ansprechen, Menschen mit Enkeln ansprechen)
- Infos nach bisherigem Klickverhalten filtern (hat immer alle Links zum Gartenschläfer geklickt), hat im letzten Newsletter den Spenden-Button geklickt)



Technik

Personalisierung wie im Serienbrief in Word mit Platzhaltern, Wenn-Dann-Sonst-Bedingungen und Erstellung von Empfänger*innen-Gruppen



Liebe Silke Buttgerit,

aller guten Dinge sind bekanntlich drei. Deshalb gibt es im Juni bei uns auch gleich drei Mal frische Leseware. Damit sollten Sie für den ersten Teil des Sommers gut versorgt sein mit Lektüre!

Ihr Team der Ullstein Buchverlage

PS: Um unsere E-Books zu lesen, brauchen Sie nicht einmal einen E-Reader. Für Tablets, Computer oder Smartphone gibt es geeignete, meist kostenfreie Leseprogramme. Weitere Informationen finden Sie zum Beispiel [hier](#) und [hier](#). E-Books können Sie auf den Online-Seiten Ihrer Buchhandlung oder auf unserer Homepage erwerben.

2. Juni



Personalisierung kann sein:



Personalisierte Willkommens-Mail

- Newsletter zu Themen, für die sich die Leser*in interessiert, im Anmeldeformular anbieten
- Anrede im NL: Liebe Silke,
- Lokalisierung - Hinweis auf Veranstaltungen im Leser*innen-Umkreis
- Infos nach Alter und/oder Geschlecht gesplittet (Menschen mit Kindern ansprechen, Menschen mit Enkeln ansprechen)
- Infos nach bisherigem Klickverhalten filtern (hat immer alle Links zum Gartenschläfer geklickt), hat im letzten Newsletter den Spenden-Button geklickt)



Technik

Personalisierung wie im Serienbrief in Word mit Platzhaltern, Wenn-Dann-Sonst-Bedingungen und Erstellung von Empfänger*innen-Gruppen

Newsletter erstellen und versenden mit Sendinblue

Erstellt mit eurem Betreff und eurer ersten
Meldung euren ersten Newsletter.

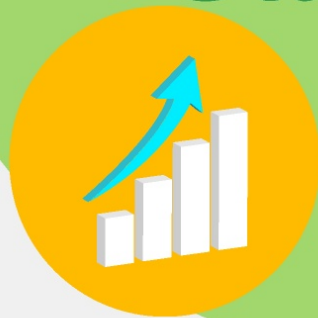
Bestimmt eine:n Seninblue-Expert:in
Die/der Expert:in teilt den Bildschirm

1. Excel-Datei importieren
2. Kampagne erstellen
3. Newsletter gestalten
4. Testversand
4. Versenden

***Aus Erfahrung
lernen:
Tracking und
Statistik***



Aus Erfahrung lernen: Tracking und Statistik

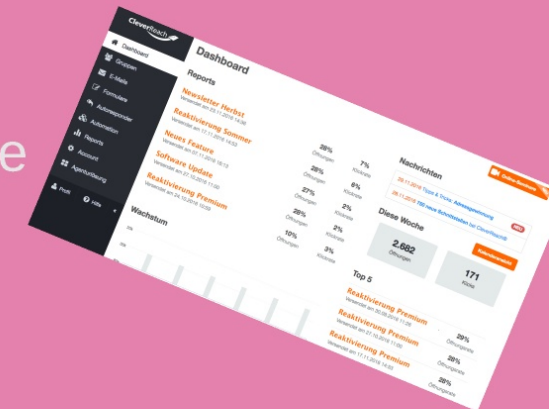
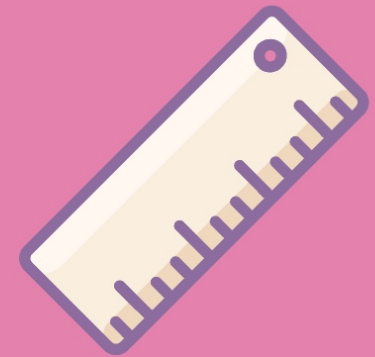
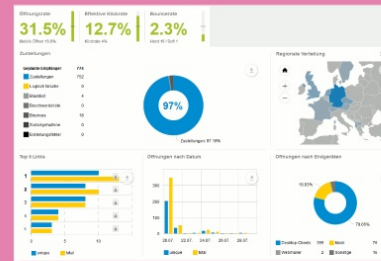


*Was die
Statistik
erzählt*

Es kann gemessen werden



- Öffnungsrate
- Klicks pro Link
- Öffnungszeitpunkt
- Klicks/Öffnung für jede Mailadresse
- Verwendete Software
- Device
- Öffnungsort
- ...



- Dashboard
- Gruppen
- E-Mails
- Formulare
- Autoresponder
- Automation
- Reports
- Account
- Agenturlösung
- Profil
- Hilfe

Reports

Newsletter Herbst
Versendet am 23.11.2016 14:36

28% Öffnungen
7% Klickrate

Reaktivierung Sommer
Versendet am 17.11.2016 14:53

28% Öffnungen
6% Klickrate

Neues Feature
Versendet am 07.11.2016 16:13

27% Öffnungen
2% Klickrate

Software Update
Versendet am 27.10.2016 11:00

28% Öffnungen
2% Klickrate

Reaktivierung Premium
Versendet am 24.10.2016 10:59

10% Öffnungen
3% Klickrate

Wachstum



Nachrichten

- 29.11.2016 [Tipps & Tricks: Adressgewinnung](#) **NEU**
- 28.11.2016 [750 neue Schnittstellen bei CleverReach®](#)

Diese Woche

Kalenderansicht

2.682
Öffnungen

171
Klicks

Top 5

- Reaktivierung Premium** **29%**
Versendet am 30.09.2016 11:26 Öffnungsrate
- Reaktivierung Premium** **28%**
Versendet am 27.10.2016 11:00 Öffnungsrate
- Reaktivierung Premium** **28%**
Versendet am 17.11.2016 14:53 Öffnungsrate

Öffnungsrate

31.5%

Mobile Öffner 16.9%

Effektive Klickrate

12.7%

Klickrate 4%

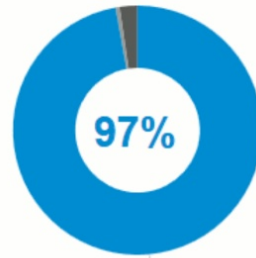
Bouncerate

2.3%

Hard 16 / Soft 1

Zustellungen

Geplante Empfänger	774
Zustellungen	752
Logisch falsche	0
Blacklist	4
Beschwerdeliste	0
Bounces	18
Zurückgehaltene	0
Erstellungsfehler	0



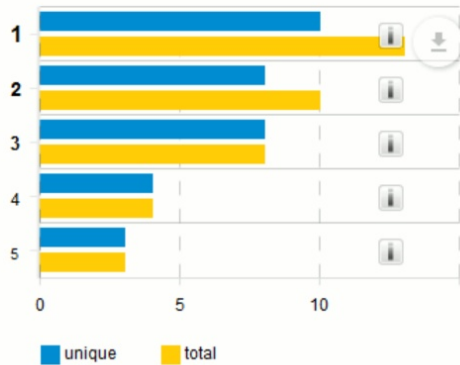
Zustellungen: 97.16%

Regionale Verteilung

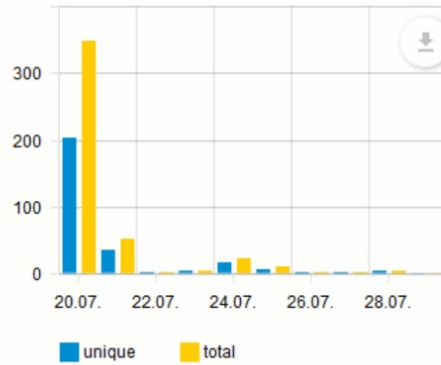
[Vollbild](#)



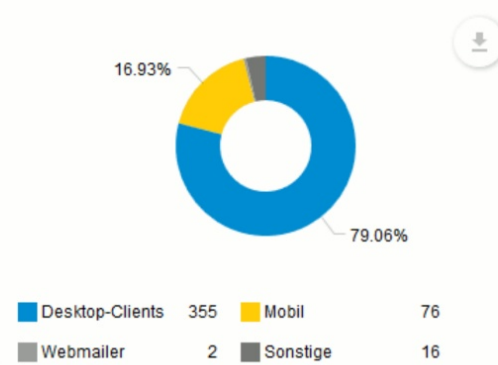
Top 5 Links



Öffnungen nach Datum



Öffnungen nach Endgeräten





Profits:

- Anpassung der Inhalte und Reihenfolge
- Versandzeit
- Regionale Anpassungen
- Technische Anpassungen
- Intensität Spendenaufruf (z.B.:90% iPhone X User heißt: Viel Geld!)

Erfahrungen sammeln mit A/B Mailings

[← zurück](#)

2. Geben Sie Name, Betreff und Absender des Mailings an

Name des Mailings

Betreff(A)

Betreff(B)

[+ Version hinzufügen](#)

Preheader(A)

[+ Neue Version hinzufügen](#)

Absender-E-Mail

Absender-Name(A)

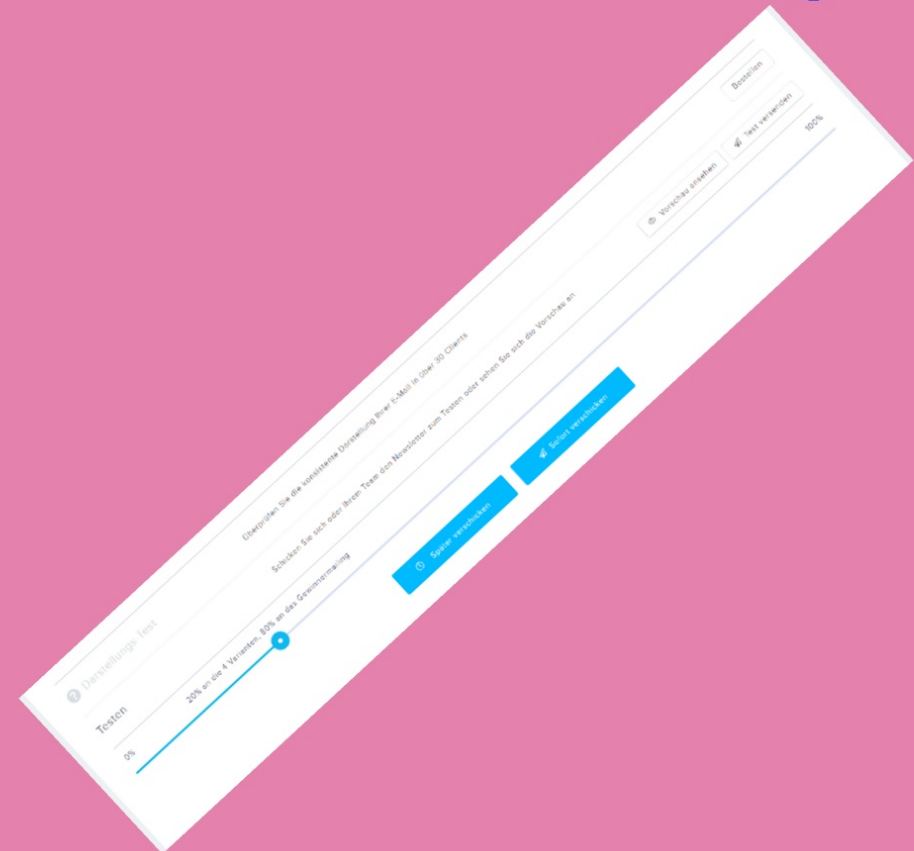
Absender-Name(B)

[+ Version hinzufügen](#)

Antwort-E-Mail

Antwort-Name

[➤ Nächster Schritt](#)



Mail

Darstellungs-Test

Oberprüfen Sie die konsistente Darstellung Ihrer E-Mail in über 30 Clients

Bestellen

Testen

Schicken Sie sich oder Ihrem Team den Newsletter zum Testen oder sehen Sie sich die Vorschau an

Vorschau ansehen

Test versenden



Später verschicken

Sofort verschicken

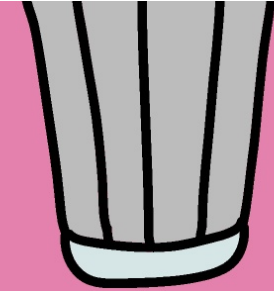


Spam vermeiden



- Integrieren Sie einen Abmelde-Link in Newsletter und Mailings.
- Verwenden Sie immer denselben Absender.
- Bleiben Sie relevant.
- Sprechen Sie die Empfänger persönlich an.
- Verzichten Sie auf aufmerksamkeitsfördernde Formatierungen (Großbuchstaben, zu viele !!!!! ?????? etc.)
- Seien Sie bei typischen Spam-Themen auf der Hut (Sex, Kredite, Medikamente)
- Verwenden Sie nur eigene Links (z.B. [www.bund.net/...](http://www.bund.net/))
- Senken Sie die Bounce-Rate.
- Weisen Sie die Authentizität Ihrer E-Mails nach (Server-Einstellungen)
- Whitelist-Versand (z.B. durch Nutzung eines NL-Dienstleisters)
- Überprüfen Sie Blacklists.
- Achten Sie auf ein sinnvolles Text-Bild-Verhältnis.
- Führen Sie Spam-Tests durch.
- Behalten Sie die Gesetzeslage auf dem Schirm.
- Lassen Sie sich nicht verrückt machen

Spam vermeiden



- Integrieren Sie einen Abmelde-Link in Newsletter und Mailings.
- Verwenden Sie immer denselben Absender.
- Bleiben Sie relevant.
- Sprechen Sie die Empfänger persönlich an.
- Verzichten Sie auf aufmerksamkeitsfördernde Formatierungen (Großbuchstaben, zu viele !!!!! ????? etc.)
- Seien Sie bei typischen Spam-Themen auf der Hut (Sex, Kredite, Medikamente)
- Verwenden Sie nur eigene Links (z.B. www.bund.net/....)
- Senken Sie die Bounce-Rate.
- Weisen Sie die Authentizität Ihrer E-Mails nach (Server-Einstellungen)
- Whitelist-Versand (z.B. durch Nutzung eines NL-Dienstleisters)
- Überprüfen Sie Blacklists.
- Achten Sie auf ein sinnvolles Text-Bild-Verhältnis.
- Führen Sie Spam-Tests durch.
- Behalten Sie die Gesetzeslage auf dem Schirm.
- Lassen Sie sich nicht verrückt machen

Weiteres Material finden Sie unter

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



Viel Erfolg mit Ihren Newslettern!

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



14. und 15. Oktober 2021
Teil 2



"Newsletter-Marketing für NGOs"

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