

## **Wissenswertes rund um Newsletter**

Das Interesse an Ihrem Newsletter steht im direkten Zusammenhang mit der Relevanz der gebotenen Informationen. Sind Inhalte für die Empfänger unpersönlich oder uninteressant, werden sie sich rasch von Ihrer Liste austragen, dem Newsletter keine Beachtung schenken oder noch schlimmer: ihn als SPAM deklarieren.

Die Regel für erfolgreiche Newsletter lautet daher: Kurze Texte, auf den Punkt geschrieben, im Interesse des Lesers, optisch geführt durch attraktive Bilder, erweitert durch gute Links.

## **Newsletter-Redaktion**

Die Redaktion eines Newsletter ist eine spannende und anspruchsvolle Sache. Die Themen über die geschrieben werden kann, reichen von Unternehmensmitteilungen über Produktneuheiten, Aktionärsbetreuung bis hin zu Infotainment in Form von Wettbewerben und Gutscheinen. Quellen zur Findung von Themen können sein:

Marketing- und Entwicklungsabteilung, Kundendienst, Forschungsabteilung, PR-Abteilung, Geschäftsleitung

Partnerunternehmen, Lieferanten, Verbände, Kunden

Contentprovider, externe Pressestellen, Marktforschungsinstitute, Fachzeitschriften, Lieferanten

Es lohnt sich Inhalte frühzeitig zu organisieren. Schon in der Anfangsphase sollte Reserve bereit gestellt werden, um nicht in Verzug zu geraten. Ideal ist, ein, zwei Ausgaben voraus zu sein, so können interne Ferien oder Abwesenheit der Mitarbeitenden „aufgefangen“ werden.

## **Newsletter-Aufbau**

Wichtig beim Aufbau und in der Gestaltung eines Newsletter sind:

Ein klarer Betreff mit Unternehmensangabe. Dieser ist im Mailprogramm als erstes ersichtlich und entscheidet oft über Lesen oder Löschen.

Deutlich erkennbare und aussagekräftige Links. Diese zeigen in der Folge das genaue Verhalten des Empfängers = Tracking.

Die Wiedererkennbarkeit in der optischen Gestaltung. Es lohnt sich, verschiedene Vorlagen zu erstellen und diese thematisch zu gliedern, beispielsweise für Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und diese konsequent zu verwenden.

Bedenken sollte man bei der Gestaltung, dass diese im HTML-Format 3.2 oder 4.01 geschieht. Dadurch ist man etwas eingeschränkt. -> E-Mail Clients

Das Augenmerk muss auf den Empfangsprogrammen liegen. Diese interpretieren den Code unterschiedlich. Das CI / CD kann aber beachtet bzw. eingehalten werden.

## **Formatierung**

Wichtig sind die Lesbarkeit, Schriftwahl und Zeilenbreite. Abhängig von der Bildschirmgrösse, der Bildschirmauflösung und dem Betriebssystem, werden Inhalte unterschiedlich dargestellt.

Für ein optimales Erscheinungsbild empfiehlt sich:

- Zeilenbreite: maximal 60 Zeichen
- Nichtproportionale Schriftart
- Beharren Sie nicht auf CI oder CD Schriften
- Kurze Sätze, maximal acht bis zehn Worte
- Kurze Textblöcke, maximal 3 bis 5 Zeilen

## **Standardmässig werden Newsletter in drei Teile gegliedert:**

Kopf mit: Personalisierung, Erscheinungsdatum, Ausgabennummer, Betreff

Textblöcke mit: Inhalt, messbare Links (Tracking)

Fussteil mit Disclaimer (Rechtshinweis) und einem Link, damit sich Empfänger des Newsletters austragen können.

## **Die Anmeldeseite**

Die Empfänger Ihres Newsletter müssen wissen, was mit ihren Daten geschieht. Ideal dafür ist das Bereitstellen einer „Privacy Policy“ in der beschrieben wird, welche Daten für welche Zwecke festgehalten werden. Veröffentlichen Sie diese auf der Website mit der Newsletter-Anmeldung. Das schafft Klarheit und Vertrauen.

## **Die Sache mit dem SPAM**

Es ist wichtig das Wording gezielt anzupassen, da viele Spam-Filter oft benutzte Worte lesen und den Newsletter daraufhin aussortieren. Beispiele: Pro, Team, iPhone, Profi, Software

## **Archiv**

Ein Archiv ist empfehlenswert, damit Newsletter als PDF heruntergeladen werden können.

## Die populärsten E-Mail Clients

<b>Microsoft Outlook</b>	<b>36.70%</b>
Outlook 2000, 2003, Express	27.77%
Outlook 2007	8.94%
<b>Hotmail</b>	<b>16.23%</b>
<b>Yahoo! Mail</b>	<b>14.14%</b>
<b>Apple Mail</b>	<b>9.68%</b>
Apple Mail 3	4.79%
Apple Mail 4	3.36%
Apple Mail 2	1.54%
<b>iPhone</b>	<b>8.69%</b>
iPhone 3.0	7.30%
iPod touch 3.0	0.88%
iPod touch 2.0	0.24%
iPhone 2.0	0.23%
iPhone 1.0	0.02%
Gmail	5.74%
AOL	1.98%
AOL Mail	1.03%
AOL Desktop 9.1	0.95%
<b>Lotus Notes 6</b>	<b>1.31%</b>
<b>Thunderbird 2</b>	<b>1.10%</b>
<b>Windows Live Desktop</b>	<b>0.99%</b>
<b>Entourage 2004</b>	<b>0.08%</b>
<b>Mobile Me</b>	<b>0.06%</b>
<b>Excite</b>	<b>0.04%</b>

### Trends

#### Steigend:

iPhone 3.0, Apple Mail 4, Outlook 2007, iPod Touch 3.0, Gmail.

#### Fallend:

Outlook 2000, 2003, iPhone 2.0, Yahoo! Mail, Apple Mail 2/3