

# WIRKSAME KOMMUNIKATION PER E-MAIL

NIKOLAI MIRON  
GLOBAL 2000 – FRIENDS OF THE EARTH AUSTRIA

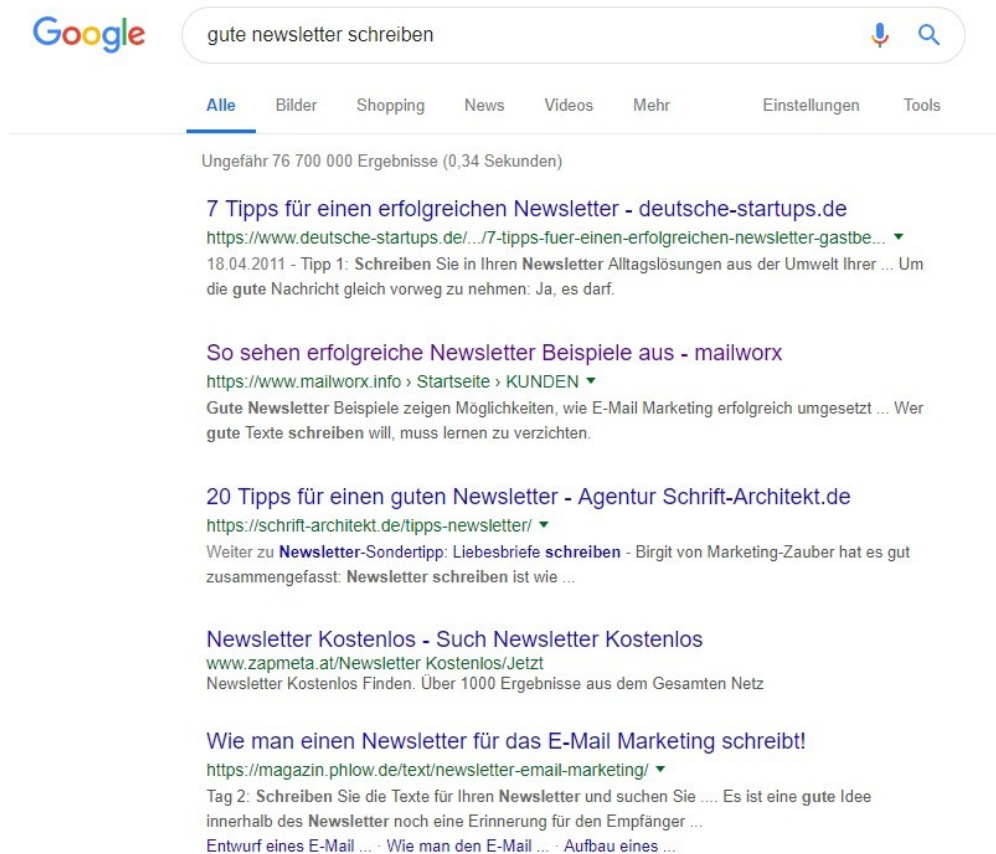
# WORUM ES IN DIESEM WEBINAR GEHT

---

- Warum Kommunikation per E-Mail wichtig ist und wichtig bleiben wird
- Wie du den „Gesundheitszustand“ deines Verteiler ermittelst
- Wie du einen aktiven Verteiler mit hohen Öffnungs- und Klickraten aufbaust
- Was du tun kannst, wenn du einen „toten“ E-Mail-Verteiler hast.

# WORUM ES IN DIESEM WEBINAR NICHT GEHT

- Redaktionelle Tipps für gute Newsletter



Google gute newsletter schreiben

Alle Bilder Shopping News Videos Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 76 700 000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

**7 Tipps für einen erfolgreichen Newsletter - deutsche-startups.de**  
<https://www.deutsche-startups.de/.../7-tipps-fuer-einen-erfolgreichen-newsletter-gastbe...>  
18.04.2011 - Tipp 1: Schreiben Sie in Ihren Newsletter Alltagslösungen aus der Umwelt Ihrer ... Um die gute Nachricht gleich vorweg zu nehmen: Ja, es darf.

**So sehen erfolgreiche Newsletter Beispiele aus - mailworx**  
<https://www.mailworx.info> > Startseite > KUNDEN  
Gute Newsletter Beispiele zeigen Möglichkeiten, wie E-Mail Marketing erfolgreich umgesetzt ... Wer gute Texte schreiben will, muss lernen zu verzichten.

**20 Tipps für einen guten Newsletter - Agentur Schrift-Architekt.de**  
<https://schrift-architekt.de/tipps-newsletter/>  
Weiter zu **Newsletter-Sondertipp: Liebesbriefe schreiben** - Birgit von Marketing-Zauber hat es gut zusammengefasst: **Newsletter schreiben** ist wie ...

**Newsletter Kostenlos - Such Newsletter Kostenlos**  
[www.zapmeta.at/Newsletter Kostenlos/Jetzt](http://www.zapmeta.at/Newsletter-Kostenlos/Jetzt)  
Newsletter Kostenlos Finden. Über 1000 Ergebnisse aus dem Gesamten Netz

**Wie man einen Newsletter für das E-Mail Marketing schreibt!**  
<https://magazin.phlow.de/text/newsletter-email-marketing/>  
Tag 2: Schreiben Sie die Texte für Ihren Newsletter und suchen Sie .... Es ist eine gute Idee innerhalb des Newsletter noch eine Erinnerung für den Empfänger ...  
Entwurf eines E-Mail ... · Wie man den E-Mail ... · Aufbau eines ...

# E-MAIL IS NOT DEAD

---

## **Warum E-Mail wichtig ist und wichtig bleibt.**

E-Mail ist:

- schnell
- sehr günstig
- sehr verbreitet (jeder hat eine E-Mail-Adresse)
- gehört niemandem (z.B. Mark Zuckerberg)

# E-MAIL IS NOT DEAD

Im Januar 2018 hat Facebook zum wiederholten Mal die Reichweite von Facebook-Seiten gekürzt - um ca. 40 Prozent.

Merke: Bei E-Mail-Kommunikation hast du einen direkten Kommunikationskanal zu deinen Unterstützer\*innen, der nicht von Algorithmen beeinflusst wird.



The screenshot shows the website AllFacebook.de, which is described as 'Social Media für Unternehmen'. The navigation bar includes links for Home, Konferenz, Workshops, and Über Allfacebook. The main content area features a graphic with a line chart on a screen showing a downward trend, with a dashed arrow pointing from the chart to a Facebook logo below it. Below the graphic, the text reads: 'Auswertung: Organische Reichweite bei deutschen Facebook-Seiten bricht massiv ein'. At the bottom, there is a link: 'Ihr erinnert euch sicher noch an die große Fanpage Karma-Analyse, die wir zum Reichweiteneinbruch bei'.

HOME » PAGES » ZAHLEN & FAKTEN »

**Auswertung: Organische Reichweite bei deutschen Facebook-Seiten bricht massiv ein**

Ihr erinnert euch sicher noch an die große Fanpage Karma-Analyse, [die wir zum Reichweiteneinbruch bei](#)

E-Mail-Verteiler - So wünscht man ihn sich:



## E-Mail-Verteiler – Realität:



---

**3 hartnäckige Mythen  
über E-Mail-  
Kommunikation, die  
einfach nicht wahr sind.**

---



---

1. Es ist wichtig, einen möglichst großen Verteiler zu haben.



---

2. Bloß nicht zu viele Newsletter  
verschicken!



---

3. Es ist wichtig, die Abmelderate auf null zu senken.



---

So misst du den  
**„Gesundheitszustand“**  
deines Verteilers

# WARUM INAKTIVE KONTAKTE EIN PROBLEM SIND

---

- Diese Kontakte haben sich alle mal für deine Organisation und ihre Arbeit interessiert.
- Mit einem aktiven Verteiler kannst du wirkmächtige Kampagnen oder Spendenaktionen starten.
- Inaktive Kontakte kosten dich Geld (wenn du ein kostenpflichtiges Newsletter-Tool verwendest).
- Inaktive Kontakte schaden deiner Reputation bei Mail-Providern wie GMX und GMAIL: Deine Newsletter landen dann öfter im SPAM.

# WAS IST EIN “INAKTIVER KONTAKT”?

---

Ein Kontakt ist dann inaktiv wenn er...

- länger keine E-Mails mehr von dir geöffnet/ geklickt hat
- länger nicht mehr an (Online-) Aktionen teilgenommen hat.
- länger nicht mehr gespendet hat.

(Eine genaue Definition gibt es nicht. Diese muss jede Organisation für sich selbst festlegen. Diese Liste lässt sich auch um weitere Indikatoren erweitern.)

# WIE DU DEN “GESUNDHEITZUSTAND” MISST

---

- Öffnungs- und Klickraten liefern erste Hinweise.  
(Liegen deine Öffnungs- und Klickrate dauerhaft durchschnittlich unter 25 %, solltest du deinen Verteiler genauer analysieren.)
- Bilde Segmente deines Verteilers auf der Basis der Aktivität.  
(Professionelle Newsletter-Tools bieten entsprechende Funktionen.)
- Wenn mehr als 50 % deines Verteilers länger nicht mehr reagiert haben, sollten deine Alarmglocken schrillen.

Create a segment ✕

Contacts match any ▾ of the following conditions:

---

⊖ Campaign Activity ▾ clicked ▾ Any Campaigns within the last 3 months ▾

---

OR

⊖ Campaign Activity ▾ opened ▾ Any Campaigns within the last 3 months ▾

---

⊕ Add

Preview Segment [Cancel](#)

Bsp: Segmente bilden zur regelmäßigen Analyse mit einem Newsletter-Tool



---

# 7 Tipps für einen **aktiven** E-Mail-Verteiler



# 1. Nutze ein professionelles Newsletter-Tool!

Ein Tool, sollte folgende Features haben:

- Automatische Reports zu versendeten Newslettern (Open Rate, Click Rate, Unsubscribes, Link Clicks)
- Gruppieren und segmentieren von Kontakten (Vergabe von Tags, definieren von liquiden Segmenten)
- Kontaktdatenbank mit User-Historie (Auf welche E-Mails hat ein Kontakt reagiert?)
- E-Mail Automation (Automatisierter Versand bei vorher definierten Ereignissen.)
- A/B-Testing (über A/B Tests kannst du das Verhalten und die Vorlieben deiner Community kennenlernen.)

---

## **2. Analysiere regelmäßig deinen Verteiler bzgl. der (In-)Aktivität!**

Das A und O ist eine kontinuierliche und solide Datenanalyse deiner versendeten Newsletter/ E-Mailings. Ohne belastbare Daten handelst du quasi blind und ziehst möglicherweise die falschen Schlüsse.

---

### **3. Keine Angst vor zu vielen E-Mails!**

## 4. Segmentiere! Nicht alles an alle schicken!

Bilde verschiedene Zielgruppen für deine Kommunikation und entwerfe für diese Versandpläne!

Beispiel:

- Segment 1: Alle neuen Abonnent\*innen (die z.B. gerade eine automatisierte Willkommensstrecke erhalten (s. Punkt 5))
- Segment 2: Alle Abonnentinnen, die deine aktuelle Kampagne unterstützen: Diese Gruppe erhält für die Laufzeit der Kampagne ausschließlich Updates zur Kampagne.
- Segment 3: Spender\*innen (ggf. auch unterteilt nach Einmal Spendern und Dauerspendern)
- Segment 4: Alle anderen Newsletter-Abonnent\*innen

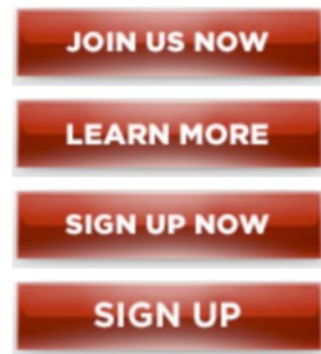
---

## **5. Binde (neue) Unterstützer\*innen durch automatisierte E-Mail-Kommunikation!**

- Du hast 8 Wochen Zeit, um neue Kontakte zu binden, sonst werden sie inaktiv.
- Kreiere eine automatisierte E-Mail-Strecke mit Angeboten, mit denen User interagieren können!
- Automatisierung kann auch die Aktivität anderer Segmente erhöhen – entsprechend der User-Historie und User-Aktivitäten.

---

## 6. A/B-Tests helfen dir, deine Community besser zu verstehen.



Anleitung für A/B-Tests:

<http://www.kampagne20.de/fangt-an-zu-testen-mit-ab-tests-webseite-und-e-mail-optimieren>

---

## **7. Content is King**

Schaffe eine gute Mischung aus

- Inhalten, die informieren
- Inhalten, mit denen man interagieren kann



---

Was tun mit  
**inaktiven**  
E-Mail-Adressen?



# REAKTIVIEREN!

---

- Packe alle inaktiven Kontakte in ein eigenes Segment und entwerfe eine eigene Kommunikation für inaktive Kontakte!
- Frag, was los ist, ob es Verbesserungsvorschläge gibt (Umfrage).
- Frag, ob sie immer noch den Newsletter wollen.
- Mache Angebote, mit sie interagieren können.
- Reagiert ein inaktiver Kontakt auf mehrmalige Reaktivierungsversuche nicht, dann lösche ihn oder deaktiviere ihn!

---

Wie du deinen  
E-Mail-Verteiler  
**erweiterst.**



Außer dem üblichen Newsletter-Abonnement-Formular: Welche Möglichkeiten, E-Mail-Adressen zu gewinnen gibt es?



The image shows a vertical form for email subscription. At the top, the title "Infos per E-Mail abonnieren" is displayed in a teal color. Below the title, there are four input fields, each with a label and an asterisk indicating it is required:

- Anrede \***: A dropdown menu with "Herr" selected.
- Vorname \***: A text input field containing "Nikolai".
- Nachname \***: A text input field containing "Miron".
- E-Mail-Adresse \***: An empty text input field.

Below the input fields, there is a small text block: "Datenschutz ist uns wichtig. Mit dem Klicken auf 'Newsletter abonnieren' erklären Sie sich mit unseren [Datenschutzbestimmungen](#) einverstanden."

At the bottom of the form is a teal button with the text "Jetzt abonnieren" and a white right-pointing arrow icon.

- Social Media
- Facebook Ads, Google Ads
- Petitionen
- Pop-Ups (z.B. unbounce.com, optinmonster.com)
- Quizzes (z.B. typeform.com)
- Umfragen (z.B. typeform.com)
- Persönlichkeitstests
- Downloads von PDFs
  
- ganz wichtig: eine gute suchmaschinenoptimierte Webseite
  
- Auch analoge Wege gibt es:
- Serviceanfragen (E-Mail, Telefon)
- Veranstaltungen, Infostände (Listen für Newsletter-Abo)
- ...



# FUNDRAISING.DIGITAL

# VIELEN DANK

PROJEKTRÄGER



**Haus des Stiftens**  
Engagiert für Engagierte

IN PARTNERSCHAFT MIT

**Fundraiser**  
magazin

---

# Anhang



- 
- Nur einige Beispiele für professionelle E-Mail-Marketing-Tools – keine vollständige Liste: Mailchimp, Cleverreach, Inxmail, Active Campaign, Campaign Monitor, ...)
  - <http://www.kampagne20.de/mein-newsletter-verteiler-ist-tot/>
  - <http://www.kampagne20.de/tipps-fuer-hohe-oeffnungs-und-klickraten/>
  - Anleitung für A/B-Tests:  
<http://www.kampagne20.de/fangt-an-zu-testen-mit-ab-tests-webseite-und-e-mail-optimieren>