

SICHTBARKEIT & REICHWEITE

Newsletter Marketing

0

Newsletter Marketing

Einführung

Die durchschnittliche Conversion Rate im E-Commerce liegt zwischen 2% und 3%, doch was, wenn es eine Form des Marketings gibt, bei der die durchschnittliche Conversion Rate bei mindestens 5% liegt? Das gibt es tatsächlich und man nennt es **Newsletter Marketing!**

Newsletter Marketing

Einführung

- Das Newsletter-Marketing ist eine spezialisierte Variante des Online-Marketings.
- Ein Newsletter stellt ein elektronisches Rundschreiben in Form einer E-Mail dar.
- Wird in regelmäßigen Abständen an Abonnenten verschickt, um Informationen zu Produkten und/oder Dienstleistungen zu vermitteln.

Newsletter Marketing

Einführung

- Üblicherweise enthält der Newsletter einen Call-to-Action-Button (CTA)
- Bei Klick gelangen Kunden von der E-Mail auf die Webseite zu und dort wird Ihnen dann das Produkt oder die Dienstleistung präsentiert.
- Eine E-Mail durch das Newsletter-Marketing hat eine durchschnittliche Conversion Rate von mindestens 5%.

1

Newsletter Marketing Definition

Newsletter Marketing

Definition

- Ein Newsletter sollte spezifische, wesentliche Komponenten enthalten und nicht zufällig zusammengestellt sein.
- Um die Komponenten zu bestimmen, sollte man sich erstmal bewusst sein, welches Ziel mit dem Newsletter-Marketing erreicht werden soll.
- Möchte man z.B. mehr Sales, dann sollte man ein Produkt und seinen Nutzen bewerben.
- Wie ein Newsletter grob aufgebaut sein sollte, sehen wir uns nun an.

Newsletter Marketing

Definition - Grobes Beispielbild

Absender

Betreff

Pre-Header

Header

CTA-Button

(personalisierte) Anrede

Einleitung

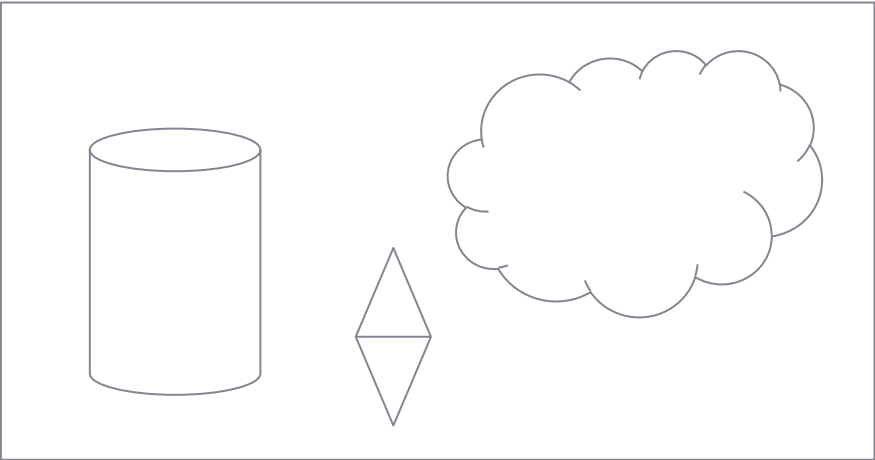
Impressum

Social-Media Icons

Max@Mustermann.de

Exklusiv: Spare 10% auf alle Kochbücher!

Entdecke kulinarische Rezepte und begeistere Freunde & Familie!



Jetzt Kaufen

Hey Lukas!

Für begrenzte Zeit bieten wir dir einen exklusiven Rabatt von 10% auf alle Kochbücher in unserem Webshop an. Es ist die perfekte Gelegenheit, deine kulinarischen Fähigkeiten zu erweitern, neue Rezepte auszuprobieren und deine Kochkünste zu verbessern.

Verpass nicht dieses exklusive Angebot! Besuche noch heute unseren Webshop und tauche in die Welt der Kochbücher. Das Angebot gilt nur für eine begrenzte Zeit, also beeile dich und ergattere deine Lieblings-Kochbücher zum reduzierten Preis.

Impressum

Mustermann GmbH
Musterstraße 13
12345 Musterstadt



Newsletter Marketing

Definition - Voraussetzungen

- Um Newsletter-Marketing durchzuführen werden mehrere Dinge vorausgesetzt:
- Ein **Tool bzw. eine E-Mail-Marketing-Plattform**, mit der man Newsletter versenden kann.
- Eine **Abonnentenliste mit Newsletter-Abonnenten**, die sich für deinen Newsletter angemeldet haben und die man anschreiben darf.
- **Interesse Inhalte** sind ein Muss! Ohne interessante Inhalte werden deine Leser den Newsletter sofort wieder schließen oder erst gar nicht aufmachen, was wiederum bedeutet, dass du keine Verkäufe erzielen wirst.

Newsletter Marketing

Definition - Arten von Newsletter-Marketing

01

“Einmalige Newsletter” beinhalten Informationen über einmalige Rabattaktionen, frische Geschäftseröffnungen oder bevorstehende Produktankündigungen.

Einmalig

02

Bei “regelmäßigen Newslettern” erhalten die Empfänger in regelmäßigen Abständen Newsletter-E-Mails. Wesentlich dabei ist die regelmäßige Zusendung und meist wird diese Form automatisiert.

Regelmäßig

Newsletter Marketing

Definition - Worauf zu achten ist

- Während Regelmäßigkeit wichtig ist, können **zu häufig versendete Newsletter** bei deinen Abonnenten als Spam wahrgenommen werden.
- Es ist sehr wichtig, dass deine Newsletter-Abonnenten zuvor ausdrücklich **zugestimmt haben, deinen Newsletter zu erhalten**. Andernfalls könnten deine E-Mails nicht nur den Anschein von Spam erwecken, sondern könnten aufgrund der DSGVO sogar rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.
- Da mehr als 75% der Newsletter über mobile Geräte geöffnet werden, ist es von großer Bedeutung sicherzustellen, dass deine Newsletter **Mobile-Optimized** sind.

2

Newsletter Marketing Vor- und Nachteile

Newsletter Marketing

Vor-/Nachteile

Pros

Kosteneffizienz: Newsletter sind relativ kostengünstig und erfolgreich



Unabhängigkeit: Die E-Mail-Listen gehören ganz allein dir.



Individualisierung: Personalisierte Inhalte sind möglich.



Messbarkeit: Öffnungs- und Klickraten ermöglichen klare Analysen.



Kundenbindung: Fördert Bindung und Engagement bei bestehenden Kunden.



Cons



Spam-Gefahr: Newsletter könnten als Spam wahrgenommen werden.



Zeitaufwand: Erstellung erfordert Zeit und Ressourcen.

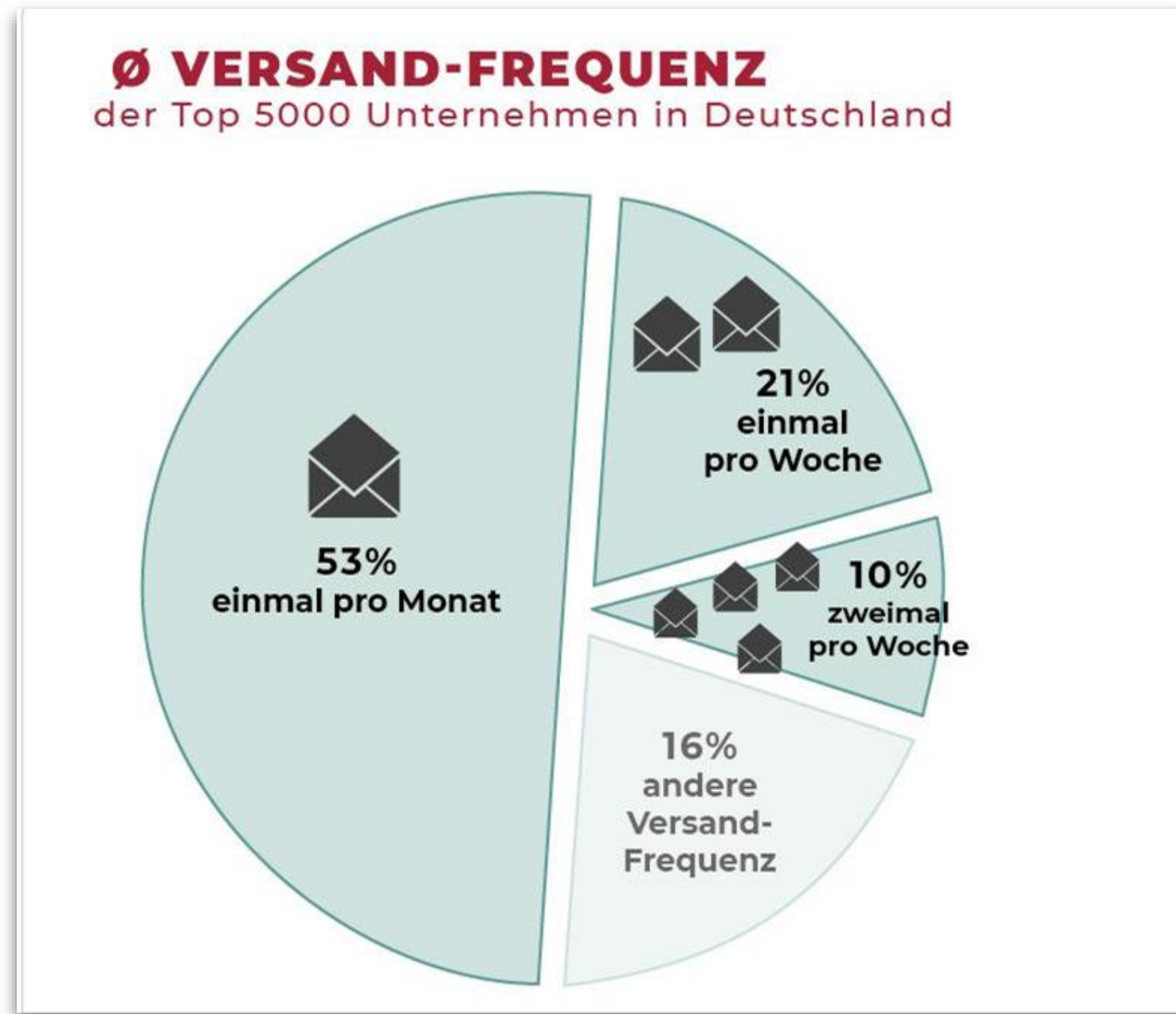


Rechtliche Hürden: Die DSGVO stellt eine rechtliche Hürden in den Weg.

3

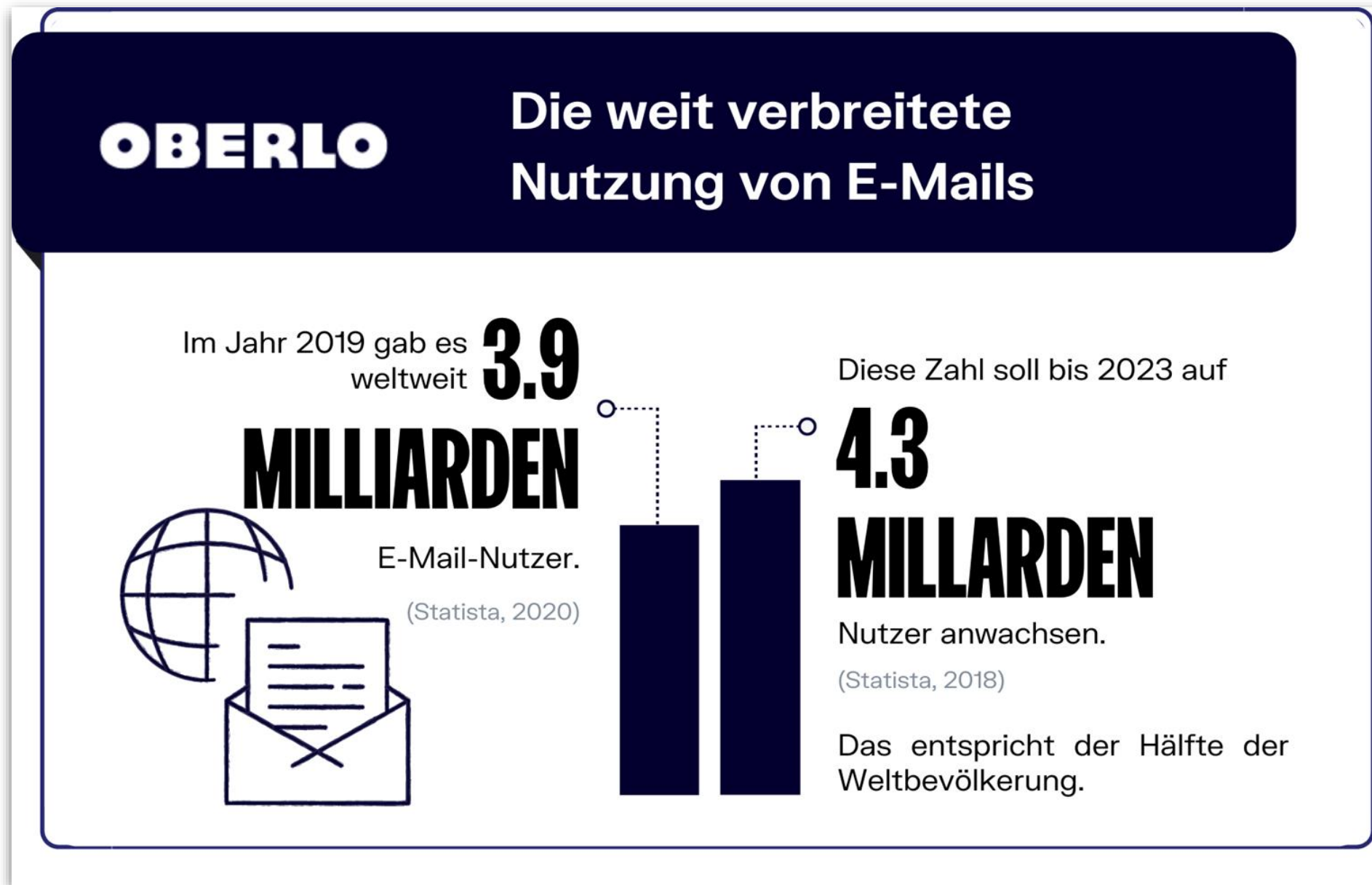
Newsletter Marketing Statistiken

Newsletter Marketing Statistiken



- Versand-Frequenz der Top 5000 Unternehmen in Deutschland
- 53% einmal pro Monat
- 21% einmal pro Woche
- 10% zweimal pro Monat
- und 16% andere Versandfrequenz

Newsletter Marketing Statistiken



- In 2019 gab es weltweit 3,9 Mrd. E-Mail Nutzer
- In 2023 bereits über 4,3 Mrd
- Theoretisch könnte also jeder zweite Mensch auf der Welt als potenzielle Zielgruppe für das Newsletter-Marketing betrachtet werden

Newsletter Marketing Statistiken

Newsletter-Marketing vs. Social Media Marketing

	Email	Social Media
Total users	3.8 billion	3.4 billion
Preferred channel for promos	60%	20%
Conversion Rate	6.05%	1.9%
Open/Click-Through/ Engagement Rate	22.86% OR 3.71% CTR	0.58% ER
ROI	4400%	300%



- Vergleich Newsletter-Marketing und Social Media Marketing
- Conversion Rate und ROI weitaus höher

Quelle: <https://nealschaffer.com/email-marketing-statistics/>

4

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst

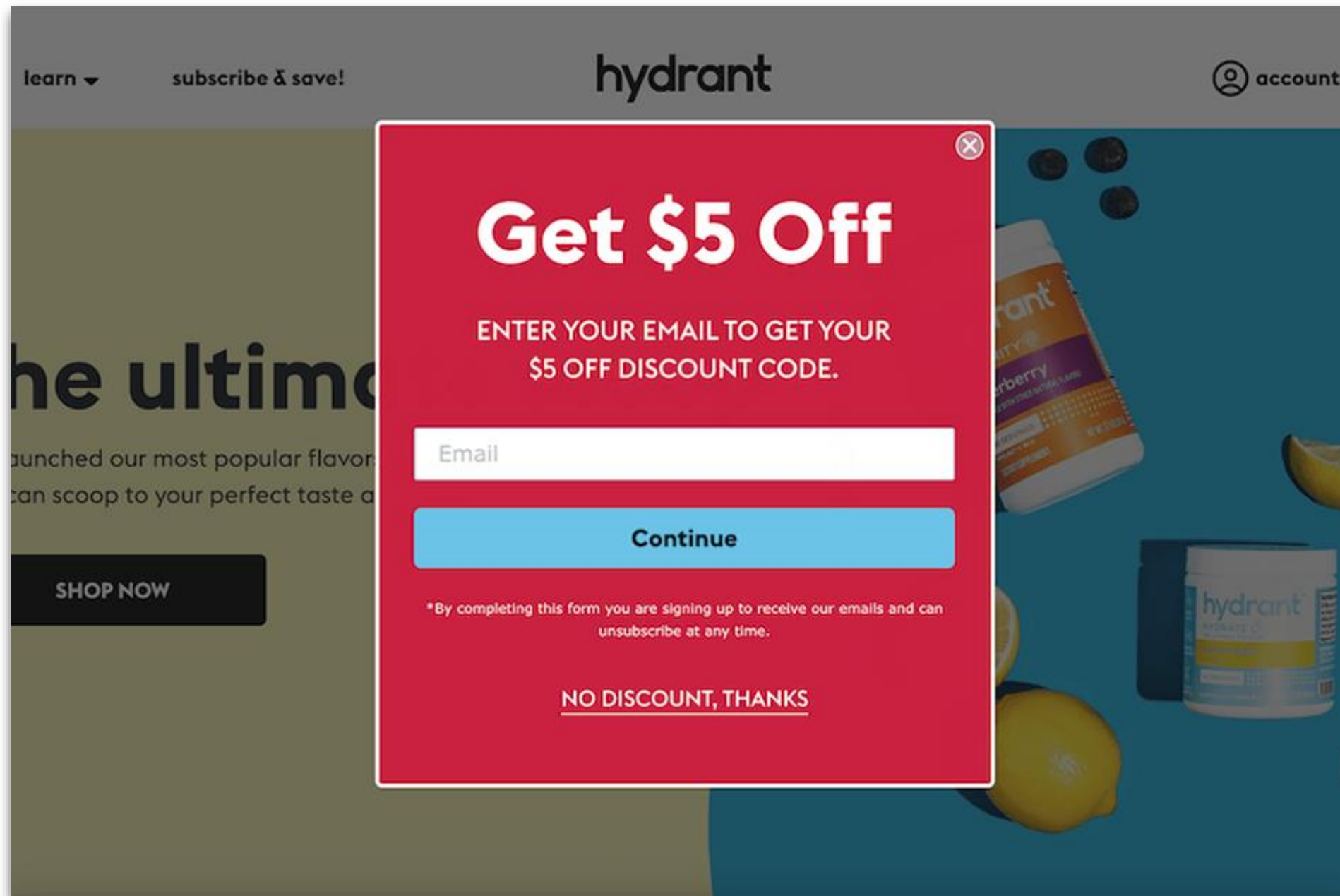
Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst

- Um Newsletter erfolgreich zu versenden, ist es zunächst erforderlich, eine **Empfängerbasis** aufzubauen.
- Da wir Newsletter nicht einfach an zufällige Personen versenden dürfen, müssen wir daher zunächst Newsletter-Abonnenten gewinnen und deren **E-Mail-Adressen sammeln**.
- Es gibt **verschiedene Möglichkeiten**, E-Mail-Adressen zu sammeln, einige davon sehen wir uns nun an.

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Discounts



- Einmalige Rabatte sind sehr beliebt
- Zwar sinkt der Bestellwert bei Rabattnutzung, aber langfristig mehr Vorteile
- Oftmals in Form von Pop-Ups in Online-Shops genutzt

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Discounts



Relevanz im E-Commerce

Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o



Komplexität bei der Erstellung

Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o



Erwartete Kosten im Vergleich

Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o



Engagement Rate

Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Lead-Magnete

Leitfaden E-Commerce – Der ultimative Start in Onlineshop-Projekte

Sie spielen mit dem Gedanken, im E-Commerce aktiv zu werden? Auf 124 Seiten erklären wir Ihnen zusammen mit Creditreform, was Einsteiger für den Start ihres Onlineshops wissen müssen.



In gut 60 Minuten Lesezeit erfahren Sie, welche Aufgaben vor dem Projektbeginn wichtig sind, wie Sie Ihr Risikomanagement sicher aufstellen und Ihren Webshop nach dem Go-Live erfolgreich betreiben!

Unternehmen

Vorname *

Nachname *

Telefonnummer *

E-Mail *

Alexander Steireif GmbH benötigt die Kontaktinformationen, die Sie uns zur Verfügung stellen, um Sie bezüglich unserer Produkte und Dienstleistungen zu kontaktieren. Sie können sich jederzeit von diesen Benachrichtigungen abmelden. Informationen zum Abbestellen sowie unsere Datenschutzpraktiken und unsere Verpflichtung zum Schutz Ihrer Privatsphäre finden Sie in unseren Datenschutzbestimmungen.

JETZT KOSTENLOS HERUNTERLADEN

- Lead-Magneten stellen vermutlich die effektivste Methode dar, um E-Mail-Adressen zu sammeln
- Wertvolle Inhalte werden im Austausch für Informationen angeboten
- Oftmals direkt auf der Website downloadbar

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Lead-Magnete



Relevanz im E-Commerce

Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o



Komplexität bei der Erstellung

Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o



Erwartete Kosten im Vergleich

Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o



Engagement Rate

Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Social-Media nutzen

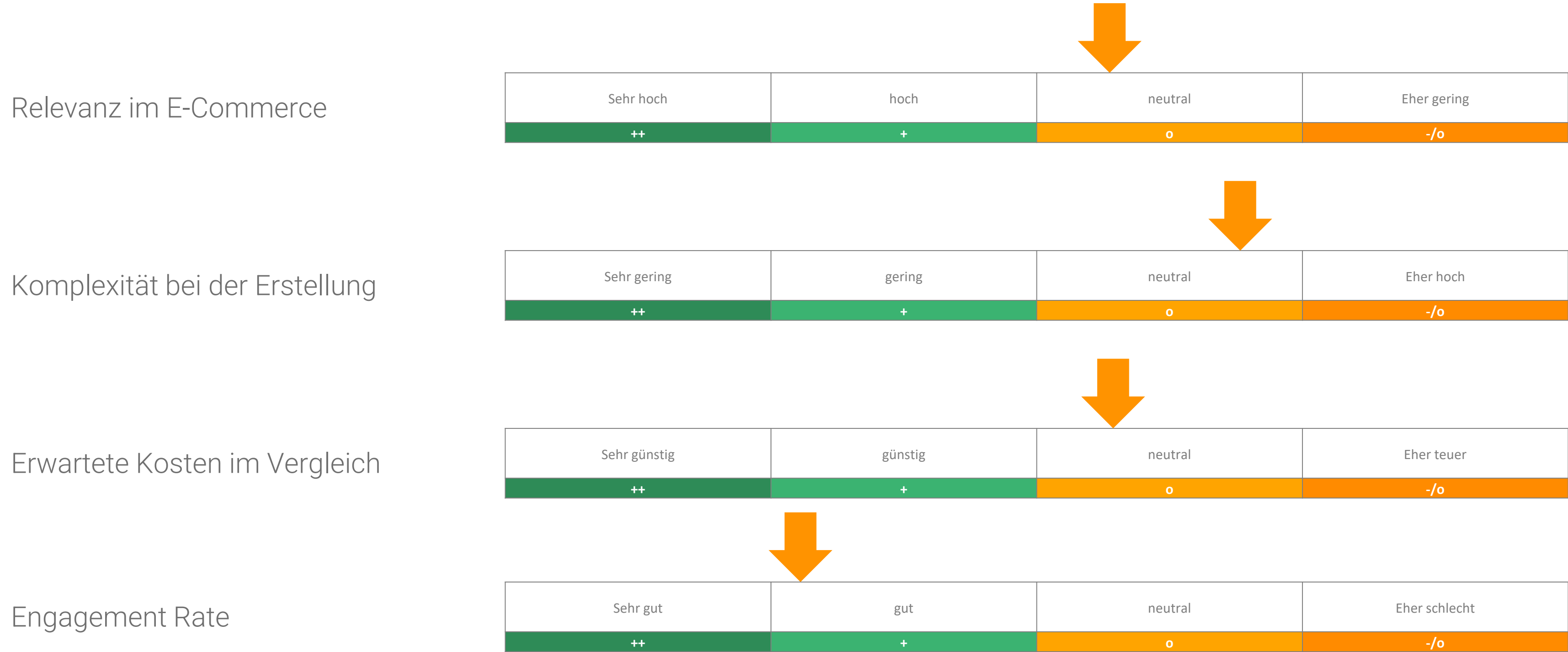


Quelle: <https://stripo-cdn.stripo.email/photos/shares/Blog//Sign-Up-Form-on-Social-Media.webp>

- Auf einigen Social-Media Plattformen können sog “Sign-Ups” hinterlegen
- User können sich so für deinen Newsletter anmelden
- Damit kannst du den Traffic von Social Plattformen für das Sammeln von E-Mail-Adressen nutzen

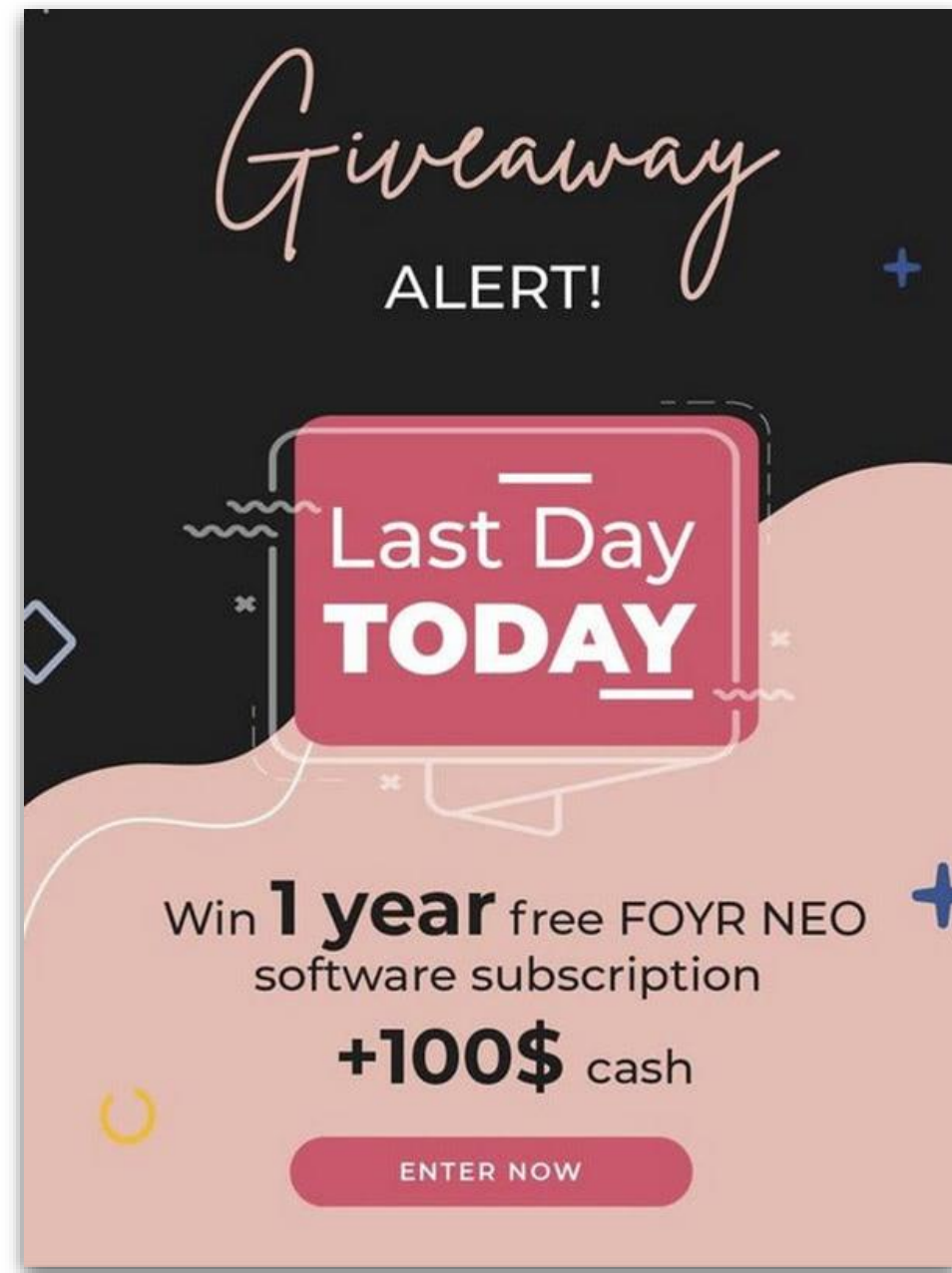
Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Social-Media nutzen



Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Giveaways



Quelle: designmodo.

- Mit "Giveaways" oder auch Gewinnspiele genannt, kann man ebenfalls sehr gut Mailadressen sammeln
- Im Gegenzug für die E-Mail-Adressen, verlost du zwischen den Teilnehmern ein oder mehrere Geschenke

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Giveaways



Relevanz im E-Commerce

Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o



Komplexität bei der Erstellung

Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o



Erwartete Kosten im Vergleich

Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o



Engagement Rate

Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Umfragen

1→ Auf einer Skala von 0 – 10 wie gut findest du unseren Größenberater?*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

sehr schlecht

sehr gut

Ok ✓

- Durch die Verwendung von Umfragen kannst du ebenfalls E-Mail-Adressen sammeln
- Umfragen animieren den Nutzer zum Ausfüllen
- Fügt man einen CTA-Button zur Umfrage dazu, kann man so auch E-Mail-Adressen sammeln

Quelle: <https://designmodo.com/wp-content/uploads/2021/03/15-Giveaway-email-example-from-Foyr-Neo.jpg>

Newsletter Marketing

Wie du E-Mails sammeln kannst - Umfragen



Relevanz im E-Commerce

Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o



Komplexität bei der Erstellung

Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o



Erwartete Kosten im Vergleich

Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o



Engagement Rate

Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

5

Newsletter Marketing Newsletter Marketing Tools

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - Mailchimp



Mailchimp

Bei Mailchimp handelt es sich um einen cloudbasierten Service für das Newsletter Management.



Services

- KI-Marketingtools
- Workflows
- Viele Templates

Sonstiges

- 2001 in Arizona, USA gegründet
- Geeignet für B2C & B2B
- DSGVO-Herausforderungen aufgrund dessen, dass es sich um ein US-Unternehmen handelt

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - Klaviyo



Klaviyo

Klaviyo ist eine Marketing Automatisierungsplattform bereitstellt, die hauptsächlich für E-Mail-Marketing und SMS-Marketing verwendet wird.

Kosten



max. Listengröße



Skalierbarkeit



Usability



Services

- SMS-Marketing
- Workflows
- Forms & Pop-Up Embeds

Sonstiges

- Marktführer in Segmentierung und Personalisierung
- Geeignet für B2C & B2B
- Auch DSGVO-Herausforderungen vorhanden (USA)

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - Brevo



Brevo

Brevo, ehemals Sendinblue, ist eine SaaS-Lösung für Beziehungsmarketing.

Kosten



max. Listengröße



Skalierbarkeit



Usability



Services

- Workflows
- Landing Page-Editor
- SMS-Marketing

Sonstiges

- Ehemals "Sendinblue" genannt
- Geeignet für kleinere Unternehmen
- Geeignet für B2C & B2B

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - Rapidmail



Rapidmail

Rapidmail ist ein deutscher Newsletter-Anbieter mit Hauptsitz in Freiburg am Breisgau.

Kosten



max. Listengröße



Skalierbarkeit



Usability



Services

- Template-Editor
- Erweiterte Statistiken
- Keine maximale Kontaktanzahl

Sonstiges

- So gut wie keine Community
- Sehr gute Zustellbarkeit im Vergleich
- Keine DSGVO-Probleme, da Server in Deutschland sind

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - MailerLite



MailerLite

MailerLite ist eine E-Mail-Marketing-Plattform, die Tools für das Erstellen, Versenden und Analysieren von Newslettern und Kampagnen bietet.



Services

- Landingpage-Generator
- Gratis Tarif verfügbar
- Inaktive Kontakte werden preislich nicht mitgerechnet

Sonstiges

- Geeignet für kleinere Unternehmen
- Eher geeignet für B2C
- Benutzeroberfläche und der Support nur auf Englisch vorhanden

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing Tools - Tools im Vergleich

Kosten	B lite			
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o
max. Listengröße	lite B			
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o
Skalierbarkeit	lite B			
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o
Usability	B lite			
	Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
	++	+	o	-/o

6

Newsletter Marketing

Beispiel Newsletter

Newsletter Marketing

Beispiel Newsletter

Absender

Betreff

Pre-Header

Header

CTA-Button

(personalisierte) Anrede

Einleitung

Impressum

Social-Media Icons

Fwd: Hey Emre, dein Rabatt auf das 6-Monats-Abo! [Extern](#) [Posteingang](#) x

E Emre Yildirim
an mich



**Dein Audible-Abo
um 30 % reduziert**

6 Monate je 6,95 € statt 9,95 €.
Jederzeit pausieren oder kündigen.

Jetzt sichern

Aktuelle Bestseller

Top-Titel, die dich begeistern werden



Audible 6 Monate für je 6,95 €
Danach nur 9,95 €/Monat. Jederzeit kündbar.

- ✓ Stream eine vielfältige Auswahl an Hörbüchern, Kinderhörspielen und Original Podcasts. Ohne Zusatzkosten.
- ✓ Wähle monatlich einen Titel aus dem Gesamtkatalog und behalte ihn.
- ✓ Pausiere oder kündige dein Abo jederzeit.

Jetzt 30% sparen

Audible im Angebot – 6 Monate für je 6,95 €.
Das Angebot gilt für einen Zeitraum von 2 Wochen ab Erhalt des Angebots. Nach Ablauf des Aktionszeitraums von 6 Monaten kostet das Audible-Abo 9,95 €/Monat. Das Angebot gilt nur für Mitgliedschaften, die direkt über Audible abgeschlossen werden. Soweit Audible-Mitgliedschaften auch über Dritte (z. B. Amazon.de) verkauft werden, sind diese nicht einsehbar. Dieses Angebot kann nicht mit anderen Aktionen kombiniert werden und kann nur einmal pro Kunde in Anspruch genommen werden. Für die Nutzung ist ein Audible-Kundenkonto erforderlich. Das Abonnement kann jederzeit gekündigt werden. Weitere Nutzungsbedingungen für ein Abonnement finden Sie unter <http://www.audible.de/gb>. Das Angebot kann nur von volljährigen Personen eingelöst werden, ist nicht übertragbar und darf nicht weiterverkauft werden. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Bei Vorliegen besonderer Gründe, wie beispielsweise technischer Störungen, behalten wir uns vor, das Angebot vorzeitig zu beenden. Die angegebenen personenbezogenen Daten werden nur zur Durchführung dieses Angebots verwendet. Es gilt die [Audible EU Datenschutzrichtlinie](#).



Bestseller
Neuheiten

[Vom Newsletter abmelden](#) [Hilfe-Center](#) [Datenschutzklärung](#)

©1997-2023 Audible GmbH, Geschäftsführer: Matthew Gain, Christian Brant, Gesellschaftssitz: Berlin.
Adresse: Schumannstraße 6, 10117 Berlin, HRB: 1131090 Handelsregister AG Berlin Charlottenburg, UST-ID: DE 238390510.
Referenz: 800914581

7

Newsletter Marketing Key Takeaways

Newsletter Marketing Entscheidung treffen

01

Kundenbindung

- | Newsletter Marketing vereinfacht langfristige Kundenbindung.
- | Im Idealfall bespielst du deine Kunden regelmäßig mit Content.
- | Dadurch kommen deine Kunden immer wieder mit deinem Unternehmen und deiner Marke in Berührung.

Newsletter Marketing

Entscheidung treffen



02

Kosteneffizienz

- | In der Regel ist Newsletter Marketing sehr kosteneffizient.
 - | Tools für das Newsletter Marketing sind vergleichsweise günstig.
 - | Der einzige wirklich Invest ist der Aufbau der Newsletter-Liste.
- 

Newsletter Marketing

Entscheidung treffen

Zeitaufwand

- | Die Erstellung von Texten und Content erfordert auf jeden Fall Zeit.
- | Außerdem muss Newsletter Marketing wirklich regelmäßig durchgeführt werden, da ansonsten die Effektivität nicht optimal ist.

Newsletter Marketing Zusammenfassung



Newsletter-Marketing bietet eine kosteneffiziente Möglichkeit für dein Marketing, erfordert jedoch regelmäßige Zeitinvestitionen. Daher sollte deine Entscheidung dafür oder dagegen gut überlegt sein.