Newsletter

Kategorie
- Kommunikation

Zielgruppe
- Kommunale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Unternehmen

Projektphase
- Umsetzung
- Fortsetzung

Quelle: Peepo / Getty Images

Was ist ein Newsletter?

Bei Newslettern handelt es sich um Nachrichten, die beispielsweise von einem Mobilitätsanbieter per E-Mail an die Kundschaft oder interessierte Personen verschickt werden.

Die Empfängerinnen und Empfänger werden auf neue Angebote und aktuelle Entwicklungen aufmerksam gemacht. Für Verkehrsunternehmen eignen sich Newsletter auch, um beispielsweise über Fahrplanänderungen, Umbaumaßnahmen oder sonstige Änderungen zu informieren, die die Fahrgäste betreffen. Newsletter von Städten und Gemeinden können beispielsweise über geplante Mobilitätsmaßnahmen, Informations- oder Beteiligungsveranstaltungen informieren.

Welche Vorteile bietet ein Newsletter?

Durch die wiederholte Ansprache über einen Newsletter können die bestehende Kundschaft oder Interessierte regelmäßig informiert und dadurch gebunden werden. In der Regel informiert ein Newsletter zu mehreren Themenbereichen, die für die Zielgruppe relevant sind. Das Versenden von Newslettern per E-Mail ist deutlich günstiger als der Postversand als Printausgabe. Außer den Personalkapazitäten fallen kaum weitere Kosten an.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Die Personen, die die Newsletter erhalten, müssen dem Versand der E-Mails zustimmen (Stichwort Double-Opt-In). Diese Zustimmung erfolgt in der Regel

- bei der Registrierung in einem Online-Shop,
- durch eine Newsletteranmeldung auf der Homepage
- oder durch das Eintragen in eine Liste bei Informationsveranstaltungen.

Für die Gestaltung eines Newsletters ist es wichtig, eine Zielgruppe festzulegen. Inhalte und Aufmachung werden speziell für diese ausgewählt. Bei der Erstellung kann ein Redaktionsplan helfen: Wie oft/wann soll der Newsletter versendet werden? Welche Rubriken/Themen sollen

bespielt werden? Wer ist für die Beiträge zuständig? Mithilfe eines Redaktionsplans können auch zwischen den Ausgaben Themen, Texte und Bilder gesammelt werden. Beim Versand der E-Mails kann auf eine Vielzahl kostenloser oder kostengünstiger Tools zurückgegriffen werden.

Der Versand von Newslettern per E-Mail kann in regelmäßigen oder unregelmäßigen Abständen erfolgen. Der größere Anteil der Kosten, die für einen Newsletter anfallen, entsteht durch die inhaltliche und ggf. grafische Gestaltung der Inhalte.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die große Aufmerksamkeitskonkurrenz unter Empfängerinnen und Empfängern führt teilweise dazu, dass Newsletter nicht gelesen werden. Das gilt insbesondere, wenn sie als Werbung wahrgenommen werden. Dieser Effekt verstärkt sich, wenn wiederholt für den Empfangenden nicht relevante Inhalte versendet werden.

Empfängerinnen und Empfänger müssen sich zudem mit ihrer E-Mail-Adresse registrieren, bevor sie einen Newsletter erhalten können. Daher ist es eine Herausforderung, Personen für das Abonnieren eines Newsletters zu gewinnen.

Auch wenn die Kosten für einen Newsletter gering sind, können diese beiden Faktoren dazu führen, dass letztendlich weniger Personen als erwartet den Newsletter lesen. Es gilt daher, vor der Einführung eines Newsletters vorsichtig zu prüfen, ob sich die Erstellung lohnt. Neben den Kosten und der Verteilergröße ist die sogenannte Öffnungsrate (Open Rate) eine wichtige Kennzahl für Newsletter. Sie gibt an, wie viel Prozent der Empfängerinnen und Empfänger den Newsletter überhaupt öffnen. Die Zahl kann über das Versandtool genau bestimmt oder über branchenübliche Zahlen geschätzt werden.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Information von Personen mit politischer Entscheidungsbefugnis (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/information-von-personen-mit-politischer-entscheidungsbefugnis)
Kommunikation auf Fremdseiten (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kommunikation-auf-fremdseiten)
Online-Werbung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/online-werbung)

Weiterführende Informationen

PR-Handbuch des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend [abgerufen am 20.12.2023].

Quellen

Brückner, Benjamin, 18.07.2017: Der Newsletter im Kommunikationsmix: Mit Strategie und hochwertigen Inhalten die Zielgruppe erreichen. Zugriff: https://www.zielbar.de/, Magazin, Marketing [abgerufen am 20.12.2023].

Industrie- und Handelskammer Ulm (IHK), o. J.: E-Mail-Newsletter: Interesse bei Ihren Kundinnen und Kunden wecken. Zugriff: https://www.ulm.ihk24.de, Unternehmensförderung, Existenzgründung, Basisinformationen, Marketing, So werden Ihre E-Mail-Newsletter auch gelesen [abgerufen am 20.12.2023].

Unternehmer.de, o. J.: Newsletter, Zugriff: https://unternehmer.de/, Lexikon, Das Online-Marketing-Lexikon, N, Newsletter [abgerufen am 20.12.2023].