

## DER NEWSLETTER ALS DIALOGINSTRUMENT

Ein Newsletter ist ein aktuelles zeitgemäßes Kommunikationsinstrument, aber kein Allheilmittel. Newsletter sind „trendy“, bieten aber häufig nicht den gewünschten und erwarteten Dialog mit Mitgliedern und Interessenten.

Die meisten Newsletter werden nicht als Dialoginstrument konzipiert, sondern als kostengünstiges Direktmarketing-Tool eingesetzt. Doch häufig fehlt es an den wirklich interessanten News. Verschickt werden vielmehr elektronische Versionen von Postwurfsendungen und Werbeblättchen ohne nützlichen Neuigkeits- und Mehrwert für die Leser.

Der Vergleich des Newsletters mit der gedruckten Mitarbeiter- oder Kundenzeitschrift bietet sich an. Hier überwiegen die redaktionellen Inhalte die Werbung bei weitem. Doch die Erstellung von redaktionellen Texten erfordert entsprechendes Know-how, kostet Geld und nimmt Zeit in Anspruch. Relevante Themen müssen gefunden und der Zielgruppe entsprechend aufbereitet werden. Hinzu kommen noch die technische Umsetzung und der Versand. Häufig ist externe professionelle Unterstützung erforderlich, um Interesse beim Empfänger wecken zu können.

Die Zahl der angemeldeten Leser ist nicht wirklich aussagekräftig. Der Empfang eines Newsletters ist nicht gleichbedeutend mit dem Lesen seiner Inhalte. Häufig fehlen Hinweise zum Abmelden oder der dafür erforderliche Zeitaufwand erscheint zu aufwändig. Interessenten sind zunehmend zurückhaltend bei der Erteilung der Erlaubnis für die Zusendung. Ohne diese so genannte Permission dürfen Newsletter nicht zugestellt werden!

Um den Newsletter zu einem Dialoginstrument zu machen, sind jedoch weitere Schritte nötig. Das kann ein Aufruf zu Leserreaktionen zu einem bestimmten Thema sein oder auch die Bereitschaft, individuelle Anfragen zu beantworten. Ein Gewinnspiel oder die Verlosung einer Sponsorenspende (Buch, Seminar, Teilnahme an einem Workshop etc.) erhöht die Attraktivität. Außerdem sollten Newsletter immer auf die Website verweisen und mit dem Internetauftritt eine Einheit bilden. Diskussionslisten, Foren und Gästebücher sind weitere attraktive Instrumente, die aber ebenfalls intensiv gepflegt werden müssen.

### Einen E-Mail-Newsletter erstellen und verschicken

Newsletter sind Massenmails, die mit einem speziellen E-Mail-Programm ausschließlich an einen eingetragenen Abonnentenkreis verschickt werden. Der Newsletter kann täglich, wöchentlich, monatlich oder auch quartalsweise erscheinen - je nach Informationsbedarf und vorhandenen Informationen. E-Mail-Newsletter eignen sich hervorragend, um langfristig mit Kunden, Partnern, Mitarbeitern, Besuchern, Interessenten etc. in Verbindung zu bleiben. Sie sind mit der gleichen Sorgfalt zu bearbeiten und zu publizieren, mit der auch Zeitschriften und Broschüren erstellt werden.

Hier die wichtigsten Punkte, die es bei der Erstellung und Planung von Newslettern zu beachten gilt:

- Eine Person oder eine Personengruppe im Verein übernimmt die Verantwortung für den Newsletter
- Überlegung anstellen, ob der Newsletter auch im Postversand angeboten werden soll. Nicht jede der Zielpersonen besitzt eine E-Mail-Adresse



# DANKE!

SPORT BRAUCHT DEIN EHRENAMT.

- Periodische Versendung des Newsletters zu festgelegten Terminen. Regelmäßiges und pünktliches Erscheinen sind wichtig
- Versendung von aktuellen Meldungen, hilfreichen Tipps und interessanten Hinweisen
- Der Newsletter soll einen unverwechselbaren Titel haben, der zum Verein, dem Angebot und der Zielgruppe passt
- Verwendung von Grundschriften wie Times oder Courier
- Übersichtlichkeit, kurze Textblöcke und Absätze sind von Vorteil
- Die Länge der einzelnen Beiträge sollte auf zehn bis 15 Zeilen beschränkt sein
- Die Zeilenbreite sollte maximal 60 bis 70 Anschläge betragen
- Keine aufwendige Gestaltung mit Bildern oder Grafiken
- Umlaute und Sonderzeichen vermeiden. Weniger moderne E-Mail-Clients können diese möglicherweise nicht darstellen
- Am Anfang des Newsletters einen Hinweis auf dessen Inhalte geben (Inhaltsverzeichnis, Schnellübersicht o. ä.)
- Werbung deutlich sichtbar vom redaktionellen Teil abtrennen
- Verweis auf weiterführende Informationen oder Bilder per Link und Funktionalität sicherstellen
- Am Ende des Newsletters die Möglichkeit anbieten, den Service abzubestellen oder ihn für Freunde, Bekannte und andere Interessenten zu abonnieren
- Nach dem Grund der Abmeldung fragen. So lassen sich eventuelle Schwachstellen des Newsletter aufdecken
- Eine E-Mail-Adresse für Fragen, Anregungen und Hinweise angeben. Den Ansprechpartner, nicht nur den Verein nennen
- Technische Hilfestellung bei Problemen per Mail anbieten
- Die Reply-Adresse muss regelmäßig überprüft werden
- Um Weiterleitung des Newsletters an andere Interessierte bitten
- Die URL der Vereinswebsite nennen und darauf verlinken
- Das Copyright platzieren und im Impressum die Kontaktdaten auf dem neuesten Stand halten
- Weder veraltete noch bereits versandte Nachrichten zweimal senden
- Der Newsletter sollte kostenlos sein. Hinweis darauf geben.
- Fehlende Links, Rechtschreibfehler etc. sorgen für Unmut. Die Qualität des Newsletters spricht für die Kompetenz des Absenders
- Sorgfältiges Überarbeiten und Pflege der E-Mail-Verteiler. Ungültige Adressen müssen gelöscht werden
- Garantie an die Abonnenten des Newsletters, die E-Mail-Adresse nicht für andere Zwecke zu nutzen oder weiterzugeben
- Begrüßung von neuen Newsletter-Abonnenten mit einer Willkommens-Mail und Versand der aktuellsten Ausgabe des Newsletters
- Vor dem Versand genaue Kontrolle, ob es sich um die aktuellste Version mit allen Ergänzungen handelt
- Überprüfung, ob das angegebene Datum, die laufende Nummer und der Absender korrekt sind
- Den Newsletter direkt in der E-Mail versenden, nicht als Anhang



# DANKE!

SPORT BRAUCHT DEIN EHRENAMT.