

FUNDRAISING.DIGITAL

MOBILE FIRST
jederzeit erreichbar



BASICS FÜR MOBILES E-MAIL-MARKETING

PROJEKTRÄGER



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

IN PARTNERSCHAFT MIT

Fundraiser
magazIn

FÖRDERER

FUNDRAISINGBOX



diefundraiser
by Qmart

Basics für mobiles E-Mail-Marketing

1. Anmeldeformular
2. Betreff und Pre-Header
3. Struktur, Layout und Bilder
4. A/B-Tests
5. Auswertung mobiler Webseiten-Besuche

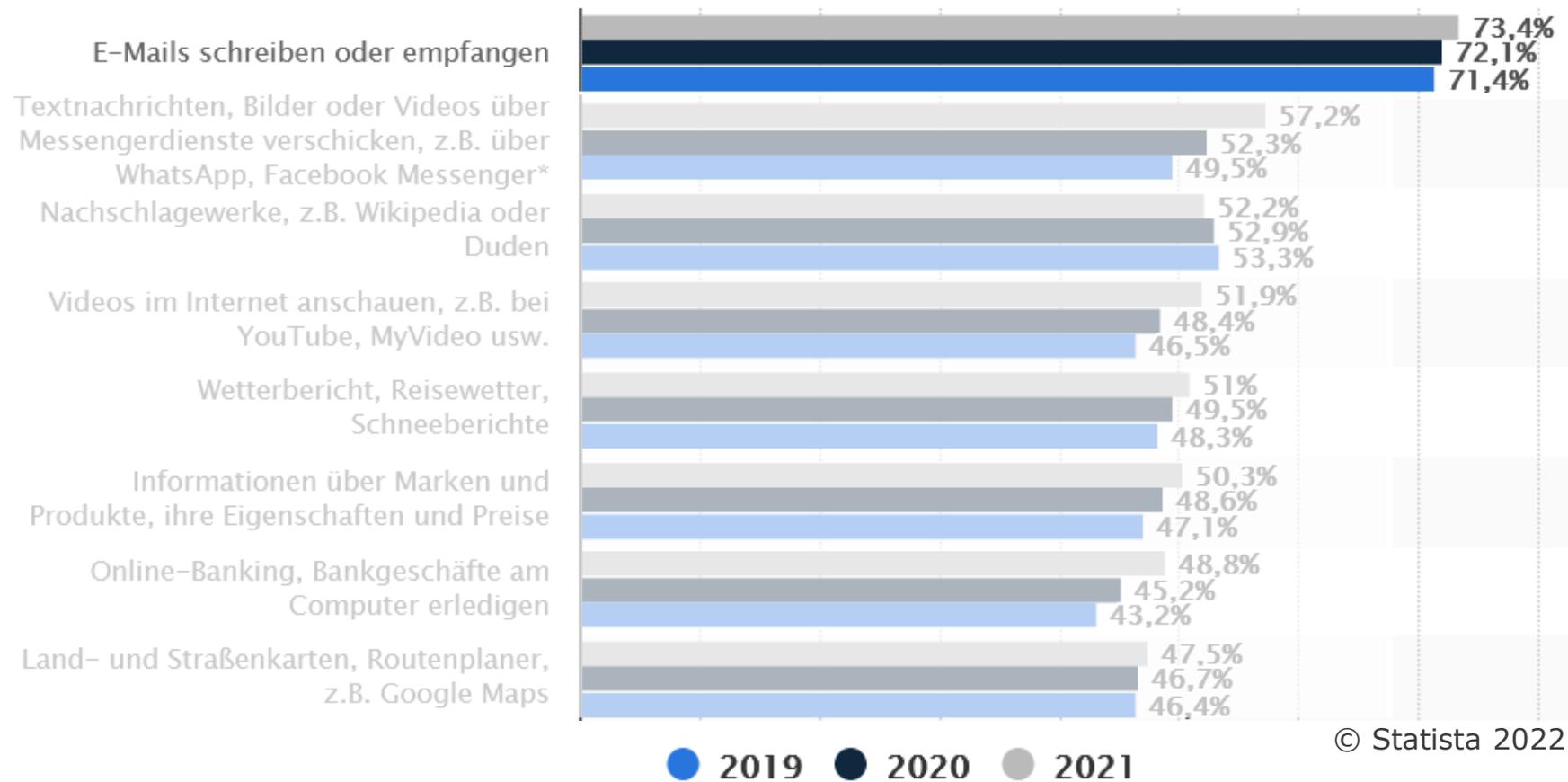
Kurzvorstellung

- Masterarbeit über E-Mail-Marketing für NGOs
- seit 2010 E-Mail-Marketing bei Oxfam Deutschland e.V.
- Nebenberuflich Newsletter-Konzeption und Umsetzung für kleinere Unternehmen

**Warum eigentlich
noch E-Mail nutzen?**

Warum E-Mail?

Internetangebote, die am häufigsten in Deutschland genutzt werden, in den Jahren 2019 bis 2021



Vorteile von E-Mail-Marketing



vergleichbar geringe Kosten



direkter Kontakt zu den Unterstützer*innen



schnell



messbar

Wie lesen Sie überwiegend Ihre privaten E-Mails? Am Desktop oder mobil?

Warum mobil first?

Über **40%** der E-Mails werden mobil geöffnet (B2C).

→ Davon **36%** auf Apple Geräten

Quelle: Inxmail E-Mail-Marketing-Benchmark 2021, S. 56/57

Das Anmeldeformular

Anmeldeformular

- Prominente/wiederholte Platzierung auf der Webseite
- Anmeldeprozess so einfach, erklärend und ansprechend wie möglich (wenig Daten abfragen)

Anmeldeformular



SPENDEN & HELFEN THEMEN & PROJEKTE **AKTIV WERDEN** ÜBER UNS

Startseite — Aktiv werden — Lernen & Informieren — **Newsletter**

Stand: 10.09.2021

Ihre Vorteile mit dem WWF-Newsletter

- Wöchentlich spannende Berichte aus unseren Naturschutzprojekten
- Aufrufe zu Mitmach-Aktionen und Kampagnen
- Regelmäßig erscheinende Tipps für Ihren Alltag
- Einladungen zu lokalen Events
- Die neusten Stellenausschreibungen beim WWF
- Individuelle Informationen passend auf Sie zugeschnitten
- Kostenlos und jederzeit kündbar

Anmeldeformular

 SPENDEN & HELFEN THEMEN & PROJEKTE **AKTIV WERDEN** ÜBER UNS

Startseite — Aktiv werden — Lernen & Informieren — Newsletter

Stand: 10.09.2021

Ihre Vorteile mit dem WWF-Newsletter

- Wöchentlich spannende Berichte aus unseren Naturschutzprojekten
- Aufrufe zu Mitmach-Aktionen und Kampagnen
- Regelmäßig erscheinende Tipps für Ihren Alltag
- Einladungen zu lokalen Events
- Die neusten Stellenausschreibungen beim WWF
- Individuelle Informationen passend auf Sie zugeschnitten
- Kostenlos und jederzeit kündbar

E-Mail-Adresse ✓
info@katjaherold.de

Frau ✓

Vorname (optional) ✓
Katja

Nachname (optional) ✓
Herold

Ich willige ein, dass meine personenbezogenen Daten durch den WWF zu Zwecken des (personalisierten)Versands des Newsletters und des Newsletter-Trackings verarbeitet werden.

JETZT ANMELDEN

Anmeldeformular



AKTUELLES KONTAKT NEWSLETTER PRESSE 

JETZT HELFEN WIR IN AKTION ÜBER UNS [SPENDEN >](#) 

JETZT NEWSLETTER BESTELLEN UND INFORMIERT BLEIBEN!

[Startseite](#) > [Mitmachen](#) > [Jetzt Newsletter bestellen und informiert bleiben!](#)

Abonnieren Sie jetzt unseren E-Mail-Newsletter und erhalten regelmäßig und kostenlos Informationen aus erster Hand:

- Informativ:** Erhalten Sie aktuelle Informationen über unsere weltweiten Hilfeinsätze und Kampagnen.
- Unmittelbar:** Erfahren Sie umgehend, wenn wir nach Naturkatastrophen oder humanitären Krisen einen Nothilfeinsatz starten und Hilfe leisten.
- Multimedial:** Informative Infografiken, spannende Videos, Bilderstrecken und starke Geschichten aus unseren Einsatzgebieten, geben einen Einblick in unsere lebensrettende Arbeit auf der ganzen Welt.

Selbstverständlich können Sie den Newsletter jederzeit abbestellen.

Hier geht's zur Newsletter-Anmeldung:

Frau Herr ohne Angabe

Anmeldeformular

The screenshot shows the 'welt hunger hilfe' website. The top navigation bar includes 'INFORMIEREN' (underlined), 'HELFFEN', 'AKTUELLES', 'ÜBER UNS', and 'SPENDEN' (highlighted in pink). A search icon is on the right. Below the navigation, a breadcrumb trail reads 'Home > Informieren'. The main content area features a newsletter sign-up section on the left with an envelope icon, the heading 'Newsletter abonnieren', the text 'Alle Informationen zu aktuellen Themen, Projekten und Veranstaltungen aus erster Hand.', an input field for 'E-Mail Adresse', and a dark 'Anmelden' button. To the right is a grid of links: Informieren, Themen, Spenden, Helfen, Einsatzländer, Regelmäßig spenden, Über Uns, Projekte, Transparenz & Qualität, Aktuelles, Publikationen, and Spenderservice. The footer contains logos for 'DZI Spenden-Siegel', 'Bündnis Entwicklung Hilft' (with the tagline 'Gemeinsam für Menschen in Not.'), and 'Alliance 2015'.

Anmeldeformular

The screenshot shows the Oxfam Deutschland website with a registration form for a newsletter. The header includes the Oxfam logo and the tagline 'Für eine gerechte Welt. Ohne Armut.' A search bar is located in the top right. The navigation menu has five items: 'ÜBER UNS', 'UNSERE ARBEIT', 'MITMACHEN', 'SPENDEN' (highlighted in pink), and an unlabeled green item. Below the navigation, there are two main content areas. The left one is titled 'Fragen und Antworten' and describes a FAQ page about working with Oxfam. The right one is titled 'OXFAM SHOPS'. Below these areas are social media sharing icons for email, Facebook, Twitter, and WhatsApp. The footer features the slogan 'GEMEINSAM AKTIV' with an envelope icon, a call to action to engage with Oxfam's newsletter, and a registration form with an input field for an email address and an 'Anmelden' button.

OXFAM
Deutschland

Für eine gerechte Welt. Ohne Armut.

Suchen

ÜBER UNS **UNSERE ARBEIT** **MITMACHEN** **SPENDEN**

Fragen und Antworten

Die häufigsten Fragen und Antworten zum Thema Arbeiten bei Oxfam

OXFAM SHOPS

Seite teilen:

GEMEINSAM AKTIV

Engagieren Sie sich mit uns für eine gerechte Welt! Unser Newsletter informiert Sie über Aktionen, Projekte, Termine und Jobs.

Ihre E-Mail-Adresse

Anmelden

Anmeldeformular

The screenshot displays the website's header with navigation links: English, Leichte Sprache, Newsletter, Blog, Themen, Veranstaltungen, Materialien, Presse, Über uns, and a red 'Fördern' button. The main content area features a teal-tinted photograph of a diverse group of people with their arms raised. Overlaid on this image is the text: 'Wir stehen für eine neue Wirtschaft. Von allen, für alle. Ökologisch und sozial.' Below this text is a white-bordered button labeled 'Newsletter bestellen'. At the bottom of the image, there is a notice: 'Ihr könnt den Newsletter jederzeit wieder abbestellen. Über die Verwendung eurer Daten könnt ihr euch in unserer Datenschutzerklärung informieren.'

Double-Opt-in-Mail

- Werbung darf ausschließlich mit der Erlaubnis des Empfängers verschickt werden
- Beim Double-Opt-in erhält der Nutzer eine Bestätigungs-Email mit einem Aktivierungslink
- Die Anmeldung ist erst mit Klick des Links abgeschlossen
- So wird verhindert, dass fremde E-Mail-Adressen in den Verteiler gelangen

E-Mail-Marketing-Software

Vorteile für die Nutzung einer E-Mail-Marketing-Software:

E-Mail-Marketing-Software

- Responsive Designvorlage
- Einfache Bedienung
- Adressverwaltung (automatische Abmeldeprozesse)
- Reporting der wichtigsten Kennzahlen
- A/B-Test
- Automatisierung
- Personalisierung

Welche E-Mail-Marketing-Software
nutzen Sie?

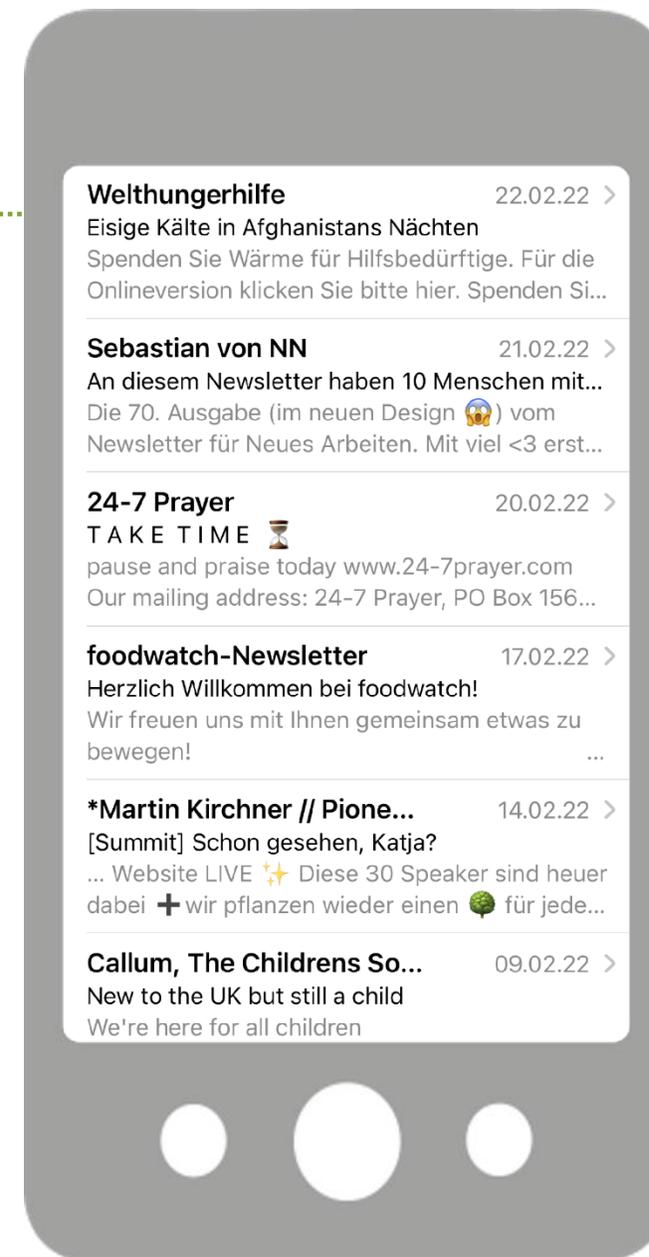
Gestaltung des Newsletters

Betreff und Pre-Header

- kurz und aktivierend (**35-60** Zeichen)
- das Wichtigste am Anfang
- Relevanz durch aktuelle Themen erhöhen
- Sparsamer Einsatz von Personalisierung oder Emojis können Öffnungsrate erhöhen

Betreff und Pre-Header

- Pre-Header als Verlängerung der Betreffzeile
- Erste Zeile im Mailing, vor der Online Version



Wie häufig verwenden Sie Emojis in der
Betreffzeile oder im Pre-Header
in Ihrem Newsletter?

Struktur, Layout und Bilder

Struktur, Layout und Bilder

Für eine schnelle Informationsaufnahme:

Beschränkung auf eine zentrale Botschaft!

→ Zu viele unterschiedliche Alternativen können den Empfänger überfordern.

Struktur, Layout und Bilder

- Das Wichtigste und den Call-to-Action oben platzieren
- ein einfaches, einspaltiges Layout
- Buttons mindestens 38 x 38 Pixel groß zur problemlosen Touch-Bedienung



Liebe*r Leser*in,

der Winter zeigt sich in Afghanistan von seiner eisigen Seite. Besonders **in den Nächten ist die Kälte** für viele Flüchtlinge, die in provisorischen Zelten oder zerstörten Häusern unterkommen, **lebensgefährlich**. Der dünne Stoff der Zelte schützt sie weder vor Regen noch vor Minusgraden.

Weil sie sich keine Heizmaterialien leisten können, verbrennen Familien ihr Hab und Gut, darunter Kleidung und sogar Plastiktüten. Für die Wärme müssen sie giftiges Feuer, das Gesundheit und Umwelt belastet, in Kauf nehmen. **Die Geflüchteten leiden nicht nur unter der Kälte, sondern auch zunehmend an Hunger, da Nahrungsmittel knapp sind.**

Helfen Sie den Menschen in Afghanistan, die auf humanitäre Hilfe angewiesen sind!

[Jetzt spenden](#)

Struktur, Layout und Bilder

- Zwischenüberschriften
- Kurze Sätze, kurze Absätze, einfache Sprache
- entfernen:
 - Füllwörter
 - Hilfsverben
 - Fremdwörter
 - überflüssige und entbehrliche Adjektive
- Nebensätze vermeiden

Struktur, Layout und Bilder

- stichwortartige Aufzählungen
- aktiv formulieren (Passivsätze verlangsamen die Informationsaufnahme)
- bildhafte, konkrete Sprache
- auf Substantivierung verzichten
(ohne Substantive, die auf -ung, -ismus, -keit enden)

Struktur, Layout und Bilder

- Bilder in guter Qualität und geringer Größe verwenden
- Alt-Text nutzen
- Newsletter muss auch ohne Bilder verständlich sein
(Achtung bei Grafiken mit Text)
- Ggfs. extra Mobil-Version anlegen

Dark Mode beachten

Dark Mode:

- Augenschonend
- Batteriesparend
- Ca. 13% der Empfänger *

Struktur, Layout und Bilder

Optimierung der Grafiken:

- transparenter Hintergrund
- png statt jpg
- Mit Konturen versehen



The screenshot shows a dark-themed email or newsletter layout for Oxfam Deutschland. At the top left is the Oxfam logo (a green circle with a white person icon) and the text "OXFAM Deutschland". Below the logo is the tagline "Für eine gerechte Welt. Ohne Armut." in white. The main content area features a blurred photograph of a group of people sitting outdoors. Below the photo, there is a salutation "Liebe Katja Herold," followed by two paragraphs of white text. The first paragraph asks about the efficiency of donations and the impact of money. The second paragraph discusses the goal of sustainable project work to help people improve their living conditions. At the bottom right, there is a prominent orange button with the white text "Jetzt nachhaltig spenden".

Nutzen Sie privat oder beruflich den Dark Mode?

A/B-Test

A/B-Tests

- Absender: Name, Organisation
- Betreff: Länge, Emoji, Personalisierung
- Pre-Header: Länge, Emoji, Personalisierung
- Versandzeitpunkt: Tag, Uhrzeit
- Button: Text, Farbe, Platzierung

Welche A/B-Tests nutzen Sie
bei Ihren Newslettern?

Auswertung der mobilen Webseite-Daten

Auswertung der Webseite-Daten

- Segment: Mobile Nutzer
- Welche Geräte?
- Zeit: Newsletter-Abo, Spende
- Themen: Meistbesuchte Seiten

Zusammenfassung

Zusammenfassung

- Einfache Anmeldung prominent platzieren
- Double-Optin-Mail
- Gestaltung simpel, kurz, fokussiert
- Dark Mode beachten
- Mit A/B-Tests und Webseite-Analyse optimieren

FUNDRAISING.DIGITAL

MOBILE FIRST
jederzeit erreichbar



VIELEN DANK

PROJEKTTÄGER



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

IN PARTNERSCHAFT MIT

Fundraiser
magazIn

FÖRDERER

FUNDRAISINGBOX



diefundraiser
by Qmart