

READY. SET. SEND!

**VON DER IDEE ZUR ERFOLGREICHEN E-MAIL
KAMPAGNE!**



mendalis[®] GmbH

Überblick

1. Warum E-Mail Marketing heute unverzichtbar ist
2. Von der Idee zur Strategie
3. Die passende Plattform
4. Design und Struktur: Die perfekte E-Mail gestalten
5. Inhalte, die gelesen werden
6. Automatisierte E-Mail Kampagnen
7. Datenschutz und Rechtliches - ganz ohne Panik!
8. Test und Versand
9. Analyse und Optimierung

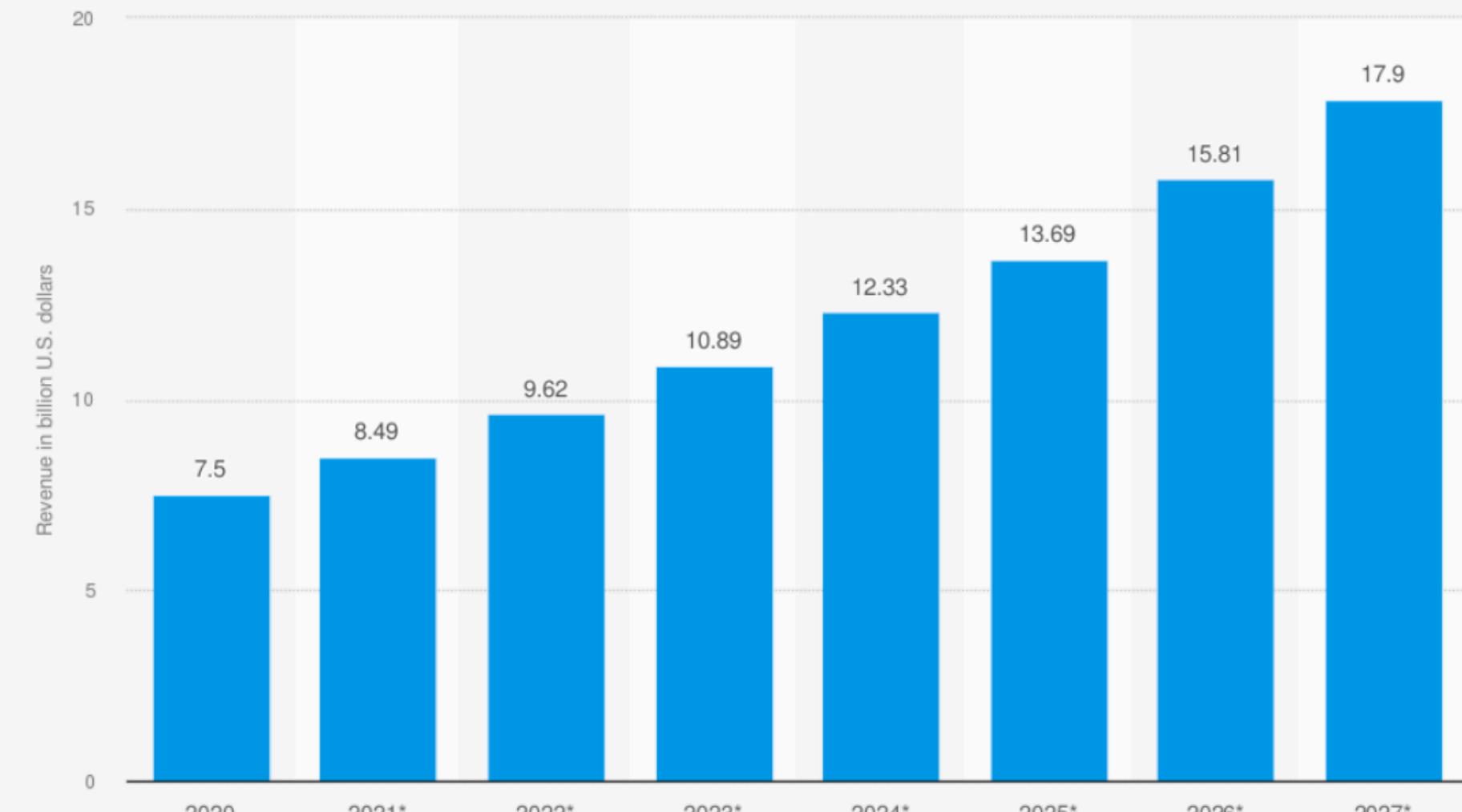
WARUM E-MAIL MARKETING HEUTE UNVERZICHTBAR IST!

Mit E-Mail Marketing...

- Erhältst du einen direkten Zugang zu deiner Zielgruppe
- Erreichst du die Leute, die Interesse haben!
- Bestimmst du selbst was, wie und wie oft du kommunizieren willst!
- Hast du einen der höchsten Return-of-Investments! Also: Im Verhältnis billiger.



E-mail marketing revenue worldwide from 2020 to 2027 (in billion U.S. dollars)



Sources

Global Industry Analysts; ReportLinker; Statista
© Statista 2022

Additional Information:

Worldwide; Global Industry Analysts; Statista; 2020

Quelle: Screenshot [Statista](#)

VON DER IDEE ZUR STRATEGIE

Das Große Ganze

E-Mail Marketing ist ein gezieltes Werkzeug, das dann besonders gut funktioniert, wenn du weißt, für **wen** du schreibst, **warum** du schreibst – und **was** du damit erreichen willst.



Die Zielgruppe verstehen: Wen möchte ich mit meinen Mails erreichen?



- Bestandskunden oder Neukunden?
- Interessen, Probleme und Bedürfnisse der Zielgruppe
- Je mehr du über deine Zielgruppe weißt, desto gezielter kannst du planen!
- **Aber:** Statt Verallgemeinerung → Segmentierung!

Zielsetzung:

Was möchte ich mit meiner Kampagne erreichen?

- Das Ziel so konkret wie möglich formulieren
- Die Zielsetzung beeinflusst die Dramaturgie der Kampagne

Setze dir **pro Kampagne ein Hauptziel**. Klarheit für dich bedeutet auch Klarheit für deine Leser:innen.



Planung:

Wie wird aus der Idee eine E-Mail Kampagne?

Einzelne E-Mails können spontan entstehen – aber für eine strategisch aufgebaute Kampagne lohnt sich ein Plan:

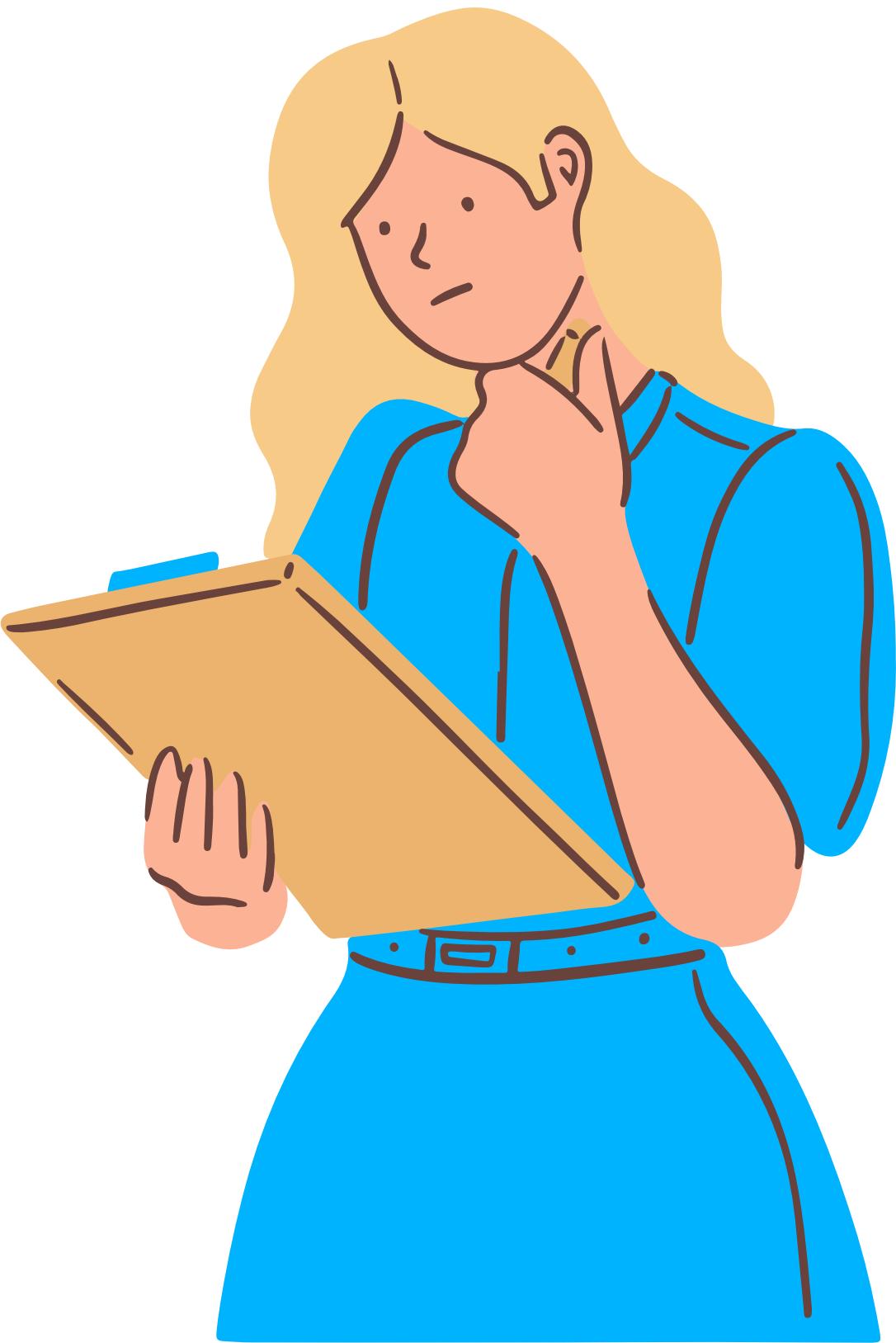
- **Welche Themen** willst du ansprechen?
- **Wie viele** E-Mails sind sinnvoll?
- **In welchem zeitlichen Abstand** sollen sie verschickt werden?
- **Zu welchen Zeitpunkten** ist deine Zielgruppe am besten erreichbar?



E-Mail 1: Macht neugierig und kündigt an, welche Aktion beispielsweise bald kommt!

E-Mail 2: Liefert kostenlosen Mehrwert und erhöht das Interesse.

E-Mail 3: Enthält das konkrete Angebot mit einem Link zum Kauf oder zur Buchung.



**TOOLTIME: DIE PASSENDE
PLATTFORM FINDEN!**

Die passende Plattform finden

Warum überhaupt ein Tool?

- Professionelles E-Mail-Marketing braucht spezialisierte Software
- Vorteile: Kontaktverwaltung, rechtssicherer Versand, Automatisierungen, Analyse

Was sollte ein Tool haben?

- Kontaktmanagement & Segmentierung
- Intuitiver Editor
- Automatisierungen
- Versandplanung & Tests
- Rechtssicherheit (DSGVO)





Brevo

HubSpot

mendalis®

CR CleverReach

klaviyo™

rapidmail

mailer  lite

Zurück Speichern Zuletzt gespeichert: 05:23 **E-Mail** Überprüfen und planen

A/B-Test erstellen i Bearbeiten Einstellungen Senden oder planen Automatisierung NEU Test-E-Mail senden Aktionen ▼

Inhalt **Design**

Bild Text Schaltfläche

Trennlinie Social Media Video

Footer Produkte Zahlungen

Mehr

LAYOUTS 1 2 3

A woman with curly hair, wearing an orange long-sleeved shirt and blue jeans, is lying on an orange surface. She is smiling and resting her head on her hand. In front of her is a vintage-style computer keyboard.

Hallo Unternehmensname
Vielen Dank für Ihr Interesse am Download dieses E-Books

 Bild auswählen
Wählen Sie ein Bild aus oder verschieben Sie Bilder per Drag & Drop direkt von Ihrem Desktop aus

Hilfe

DESIGN UND STRUKTUR: DIE PERFEKTE E-MAIL GESTALTEN

Layout-Grundlagen

Warum "einfach" besser ist:

- E-Mails müssen **überall** funktionieren (verschiedene Geräte & Programme)
- Komplexe Layouts führen oft zu **Darstellungsproblemen** oder **fehlender Lesbarkeit**

Best Practice: **Einspaltiges Layout**

Design-Tipps:

- **2–3 Farben**, abgestimmt auf Markenidentität
- Max. **2** gut lesbare Schriftarten
- Ausreichend **Weißraum** für Übersichtlichkeit
- Klare **visuelle Hierarchie**:



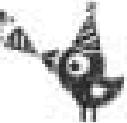
Mobile First denken

Über 50% der E-Mails werden auf dem Smartphone geöffnet (Unterschiede bei B2C und B2B oder Branche)

Mobile-Optimierung

- Mind. **16px Schriftgröße** im Fließtext
- **44x44px Buttons** – klickfreundlich mit dem Daumen
- Ausreichend **Abstand** zwischen klickbaren Elementen
- **Responsive Bilder**, die sich der Bildschirmgröße anpassen
- **Kurze Absätze & klare Struktur** – kein Scroll-Marathon
- Vorschaufunktion nutzen & **vor dem Versand testen**





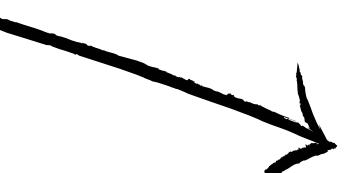
Geburtstag | Frühling | Schnittblumen

Der ideale Aufbau

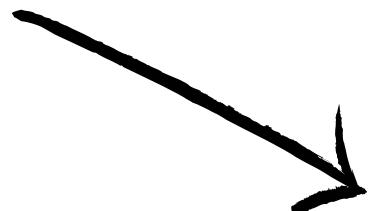
Header: Der visuelle Einstieg.



Content: Der Hauptteil deiner E-Mail.



CTA (Call-to-Action): Deine Handlungsaufforderung.



Footer: Ganz unten steht das Pflichtprogramm



Was eine gute Betreffzeile ausmacht!

Gute Betreffzeilen sind:

- **Klar:** Keine schwammigen Aussagen, sondern konkret sagen, was in der Mail steckt.
- **Kurz:** Ideal sind 40–60 Zeichen – so passt die Betreffzeile auch auf mobilen Geräten komplett aufs Display.
- **Emotional oder neugierig machend:** Ein Hauch von Spannung, eine offene Frage oder ein kleiner Trigger („Was du über X wissen solltest“) kann Wunder wirken.
- **Relevant:** Versprich nicht zu viel – der Inhalt der Mail muss das Versprechen der Betreffzeile auch einlösen.

In 5 Minuten zur perfekten Newsletter-Vorlage

[Vorname], du verpasst gerade 80 % Potenzial

Diese 3 Fehler solltest du heute vermeiden



INHALTE, DIE GELESEN WERDEN



- **Content ist King:** Gute Inhalte sind entscheidend für den Erfolg
- **Relevanz zählt:** Was interessiert deine Zielgruppe wirklich?
- **Neugier wecken:** Spannende Betreffzeilen & Einstiege
- **Vertrauen aufbauen:** Klar, menschlich, auf Augenhöhe schreiben
- **Call-to-Action (CTA):** Deutlich sagen, was als Nächstes passieren soll
- **Storytelling nutzen:** Emotionale, persönliche oder inspirierende Inhalte
- **Wert bieten:** Tipps, Einblicke, Angebote – mit echtem Nutzen

Copywriting

- **Sprich die Sprache deiner Zielgruppe:** Schreibe so, wie du auch sprechen würdest
- **Klarheit vor Kreativität:** Deine Botschaft sollte auf den ersten Blick verständlich sein.
- **Jeder Satz hat eine Aufgabe:** Frag dich bei jedem Abschnitt: Führt er näher zum Ziel – also zum Klick, zur Anmeldung, zum Kauf? Wenn nicht, kürzen.
- **Struktur statt Textwüste:** Nutze kurze Absätze, Zwischenüberschriften und klare Call-to-Actions, um die Leser:innen durch den Text zu führen.



Betreffzeilen

- Der Betreff **entscheidet über Öffnen** oder Ignorieren: In wenigen Sekunden muss klar sein, warum es sich lohnt, diese E-Mail zu lesen. Neugier und Nutzen sind der Schlüssel.
- **Kurz, konkret und relevant** formulieren: Betreffzeilen wie „3 Tipps, die deine Produktivität verdoppeln“ wirken besser als generische Titel wie „Juni-Newsletter #27“.
- **Ton & Stil** passend zur Zielgruppe wählen.



Inhalte strukturieren & personalisieren



- **Klarer Aufbau** durch Absätze, Zwischenüberschriften und Listen
- Text in **kleinen Häppchen** denken – mit klarem Nutzen: Immer aus Sicht der Leser:innen schreiben: Was bringt ihnen diese Mail?
- **Gezielt personalisieren** statt nur „Hallo [Vorname]“: Nutze vorhandene Daten, um Inhalte auf Interessen, Käufe oder Verhalten abzustimmen

Relevante Inhalte entstehen aus Zielgruppenverständnis

- Der Inhalt muss zur Zielgruppe und Branche passen
- Denke beim Schreiben an eine konkrete Person
- Vielfalt ist erlaubt – aber mit klarem Fokus

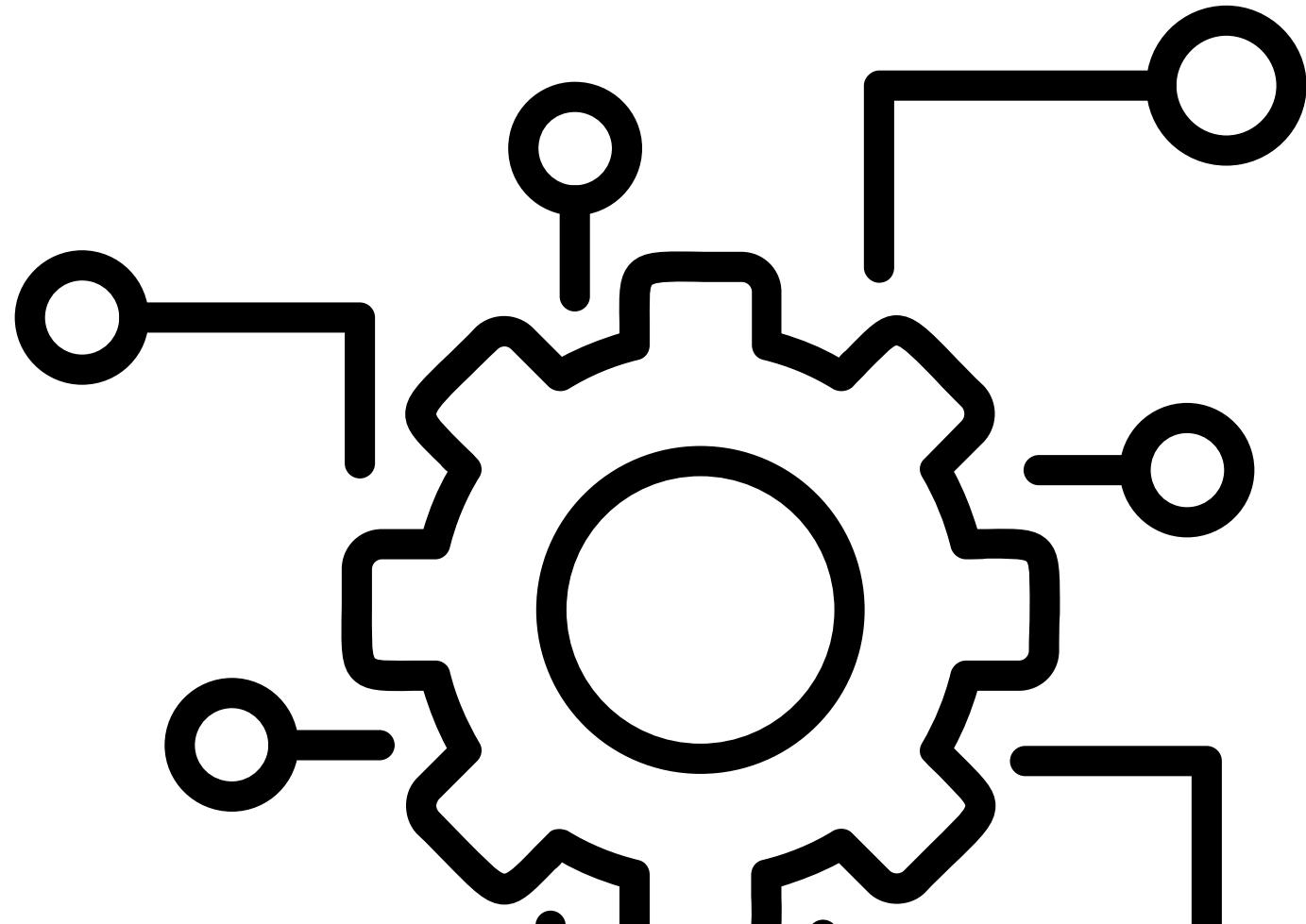


AUTOMATISIERTE E-MAIL KAMPAGNEN

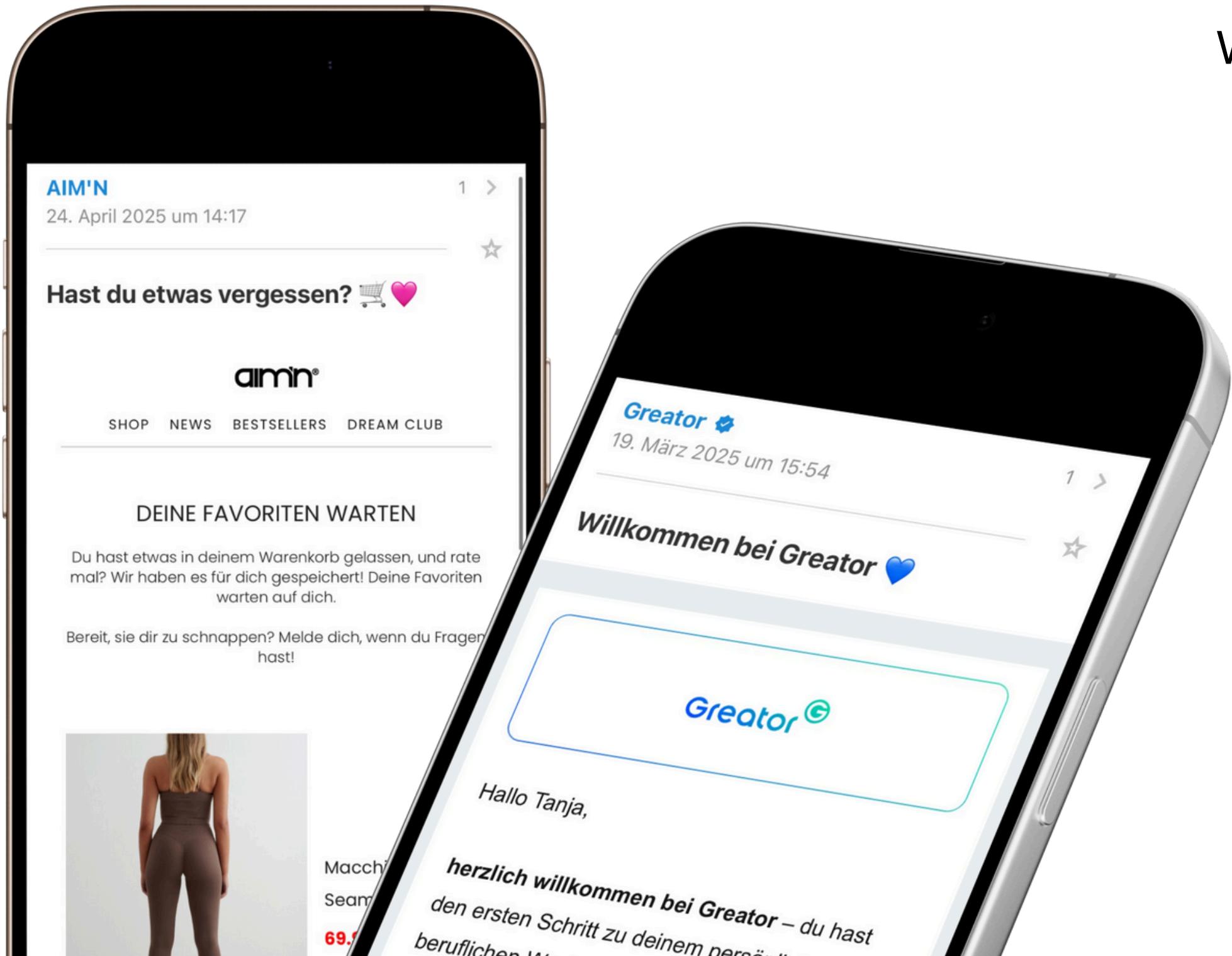
Was bedeutet “automatisiert” im E-Mail Marketing?

- E-Mails werden durch bestimmte Aktionen oder Zeitpunkte automatisch ausgelöst.
- Sie funktionieren im Hintergrund (24/7) - ohne manuellen Aufwand.
- Können individuell personalisiert und segmentiert werden.

mendalis.[®]



Typische Anwendungsfelder



Willkommensmails nach Anmeldung



Warenkorbabbruch erinnern



Geburtstagsmail mit Gutschein



Whitepaper-Follow-Ups



Reaktivierung inaktiver Kontakte



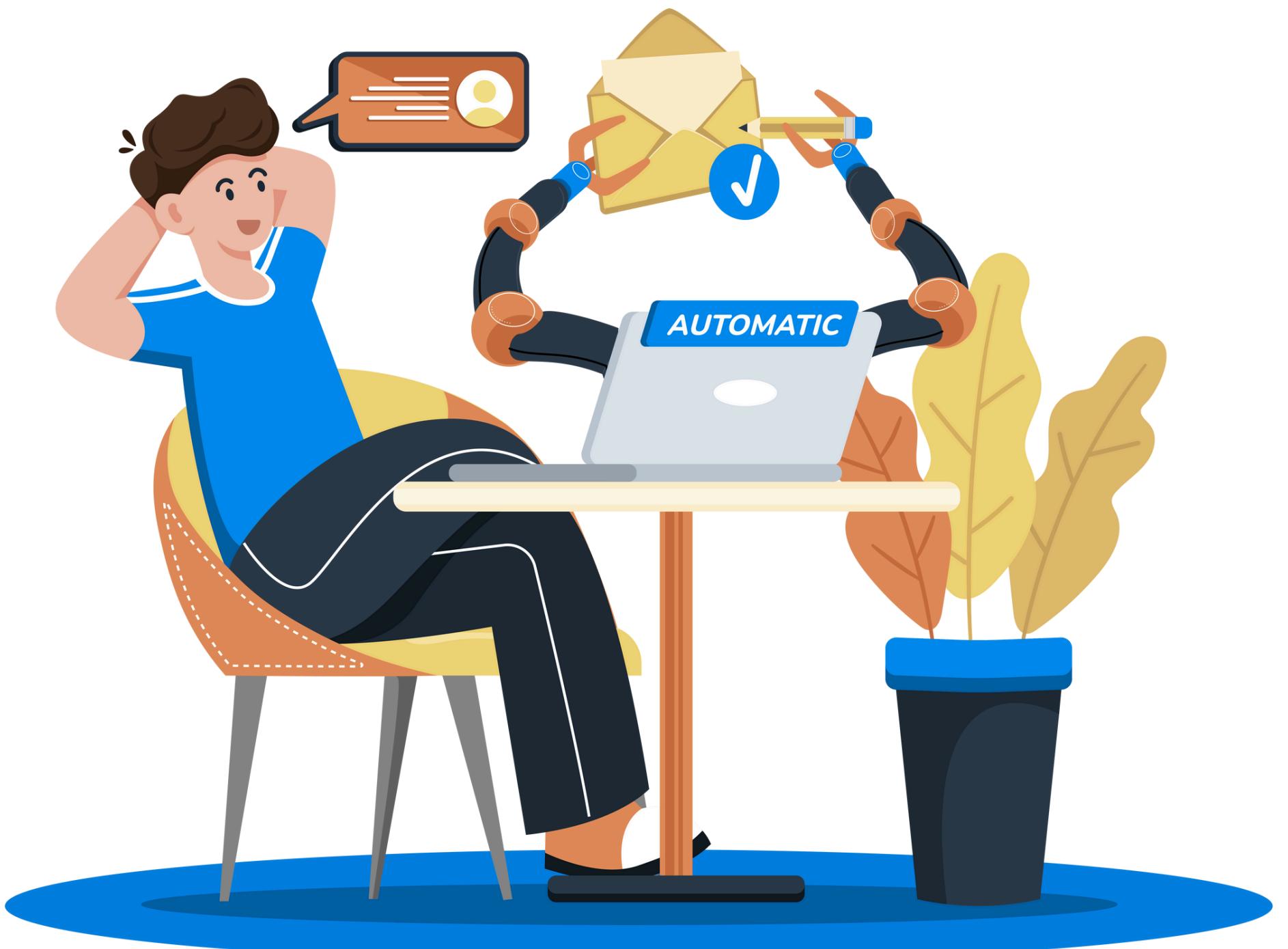
Warum Automatisieren?

Zeitersparnis und Effizienz

Schnellere Reaktion auf Nutzerverhalten

Einheitliches Nutzererlebnis

Problemlos skalierbar



Beispiel-Flow:

WILLKOMMENSERIE

davor...

- Zielgruppe und Ziel definieren
- Inhalte und Timing definieren
- Trigger sauber einstellen
- Personalisierung integrieren
- Testen und Optimieren

Nutzeranmeldung



Versand: sofort

Begrüßung



Versand: nach 2 Tagen

Leistungen



Versand: nach 4 Tagen

Angebot/ Rabatt

mendalis.[®]

DATENSCHUTZ UND RECHTLICHES – GANZ OHNE PANIK!

Vertrauen beginnt bei Verantwortung

- Persönliche Daten sind sensibel
- Transparenz schafft Vertrauen
- DSGVO als gesetzlicher Rahmen
- Verstöße können teuer werden



DSGVO – die wichtigsten Grundsätze.

mendalis.[®]

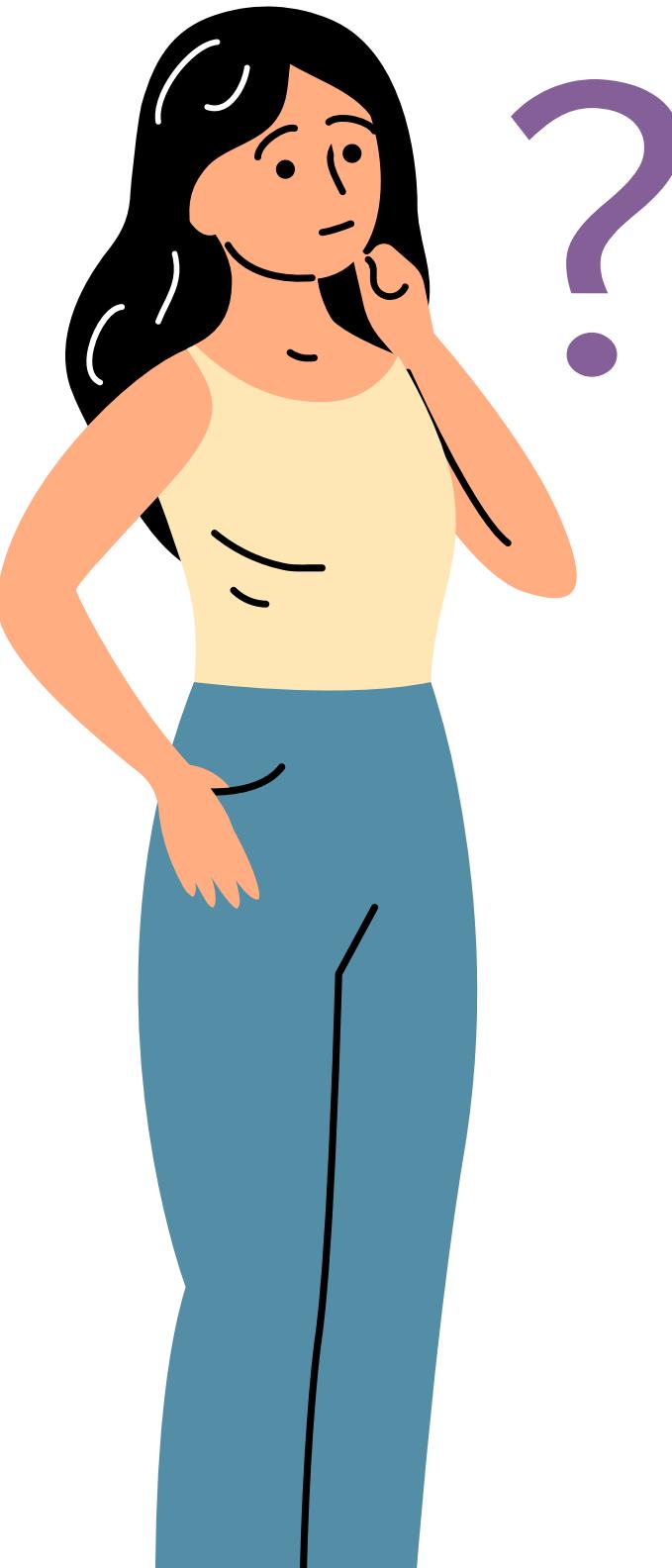
Die Datenschutz-Grundverordnung (**DSGVO**) ist eine EU-weite Verordnung, die regelt, wie personenbezogene Daten erhoben, gespeichert, verarbeitet und genutzt werden dürfen. Ihr Ziel ist es, den Schutz der Privatsphäre zu stärken und einheitliche Datenschutzstandards innerhalb der EU zu schaffen.

- Einwilligung
- Transparenz
- Datenminimierung
- Recht auf Löschung
- Zweckbindung



Rechtliche Anforderungen im **E-Mail Marketing**

- Double-Opt-In ist Pflicht
- Klare Abmeldemöglichkeit in jeder Mail
- Impressum und Datenschutzerklärung verlinken
- Nachweis auf Einwilligung aufbewahren

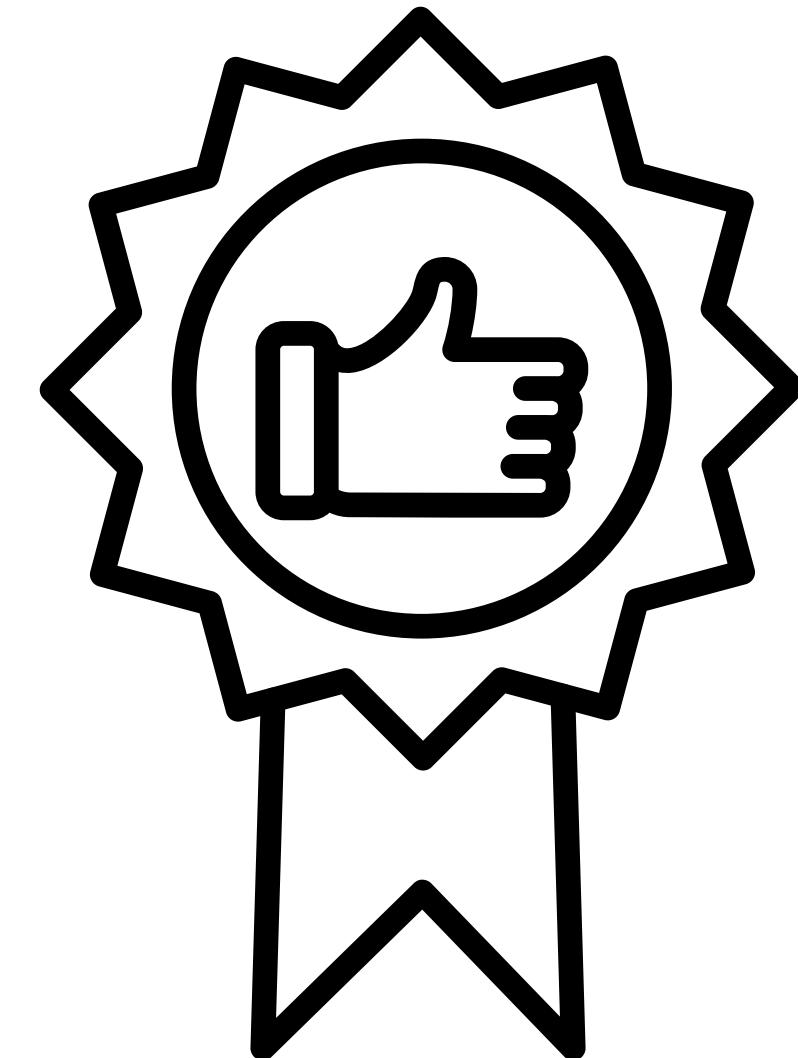


Wie viel darf man personalisieren?

- Nur Daten nutzen, für die auch eine Einwilligung vorliegt
- Tracking und Profiling klar kommunizieren
- Anonyme Daten bevorzugen, wo möglich
- Nutzerverhalten respektvoll interpretieren
- Datenschutz-konforme Tools verwenden

so bleibst du auf der sicheren Seite

- Regelmäßige Datenschutzerklärung prüfen
- Tools & Anbieter auf DSGVO prüfen
- Nur notwendige Daten erheben
- Mitarbeiter sensibilisieren
- Datenschutzbeauftragten einbinden



TEST UND VERSAND

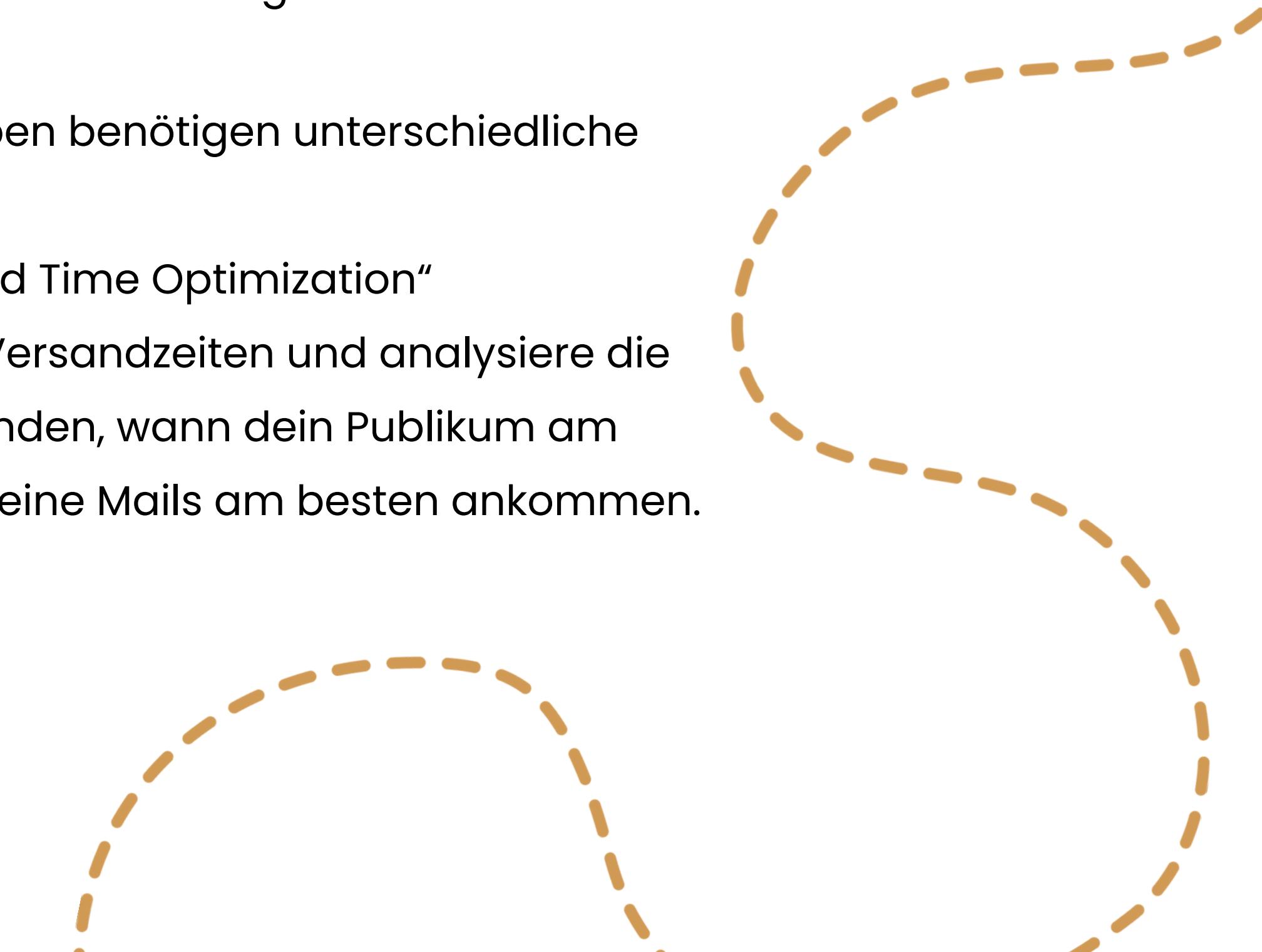
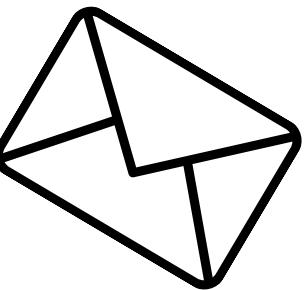
Vorschau & Testmail: Kontrolle ist besser

- Prüfe deine E-Mail gründlich in Desktop- und Mobilansicht, da viele Empfänger:innen Mails auf dem Smartphone lesen.
- Teste alle Links und Buttons sorgfältig, um sicherzugehen, dass sie zu den richtigen Zielen führen und keine Fehlerquellen sind.
- Rechtschreibung, Grammatik und Layout verdienen einen letzten kritischen Check – am besten mit einer Testmail an dich selbst und eine unvoreingenommene zweite Person, die Fehler aufdeckt, die du übersehen hast.
- **Tipp:** Lies den Text laut vor, um holprige Formulierungen, Wiederholungen oder zu lange Sätze zu erkennen.



Versandzeitpunkt: Der richtige Moment zählt

- Der richtige Zeitpunkt entscheidet maßgeblich über deine Öffnungsraten
- Unterschiedliche Zielgruppen benötigen unterschiedliche Versandzeiten
- Moderne Tools bieten „Send Time Optimization“
- **Tipp:** Teste verschiedene Versandzeiten und analysiere die Ergebnisse, um herauszufinden, wann dein Publikum am aufmerksamsten ist und deine Mails am besten ankommen.



ANALYSE UND OPTIMIERUNG: WAS PASSIERT NACH DEM SENDEN?

Ohne Daten kein Fortschritt

- Erfolg messen (Was funktioniert und was nicht)
- Entscheidungen datenbasiert treffen
- Kampagnen gezielt weiterentwickeln
- Schwachstellen frühzeitig erkennen



**Diese KPIs solltest du
im Blick behalten**

Zustellrate

Öffnungsrate

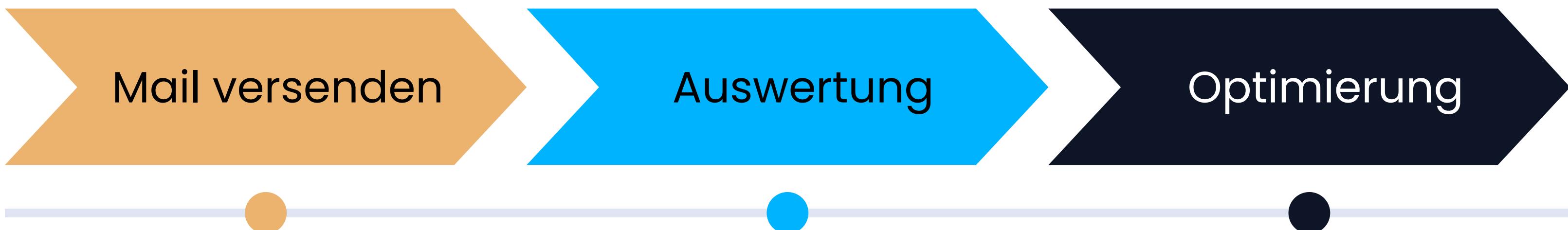
Klickrate

Abmelderate

Conversion Rate

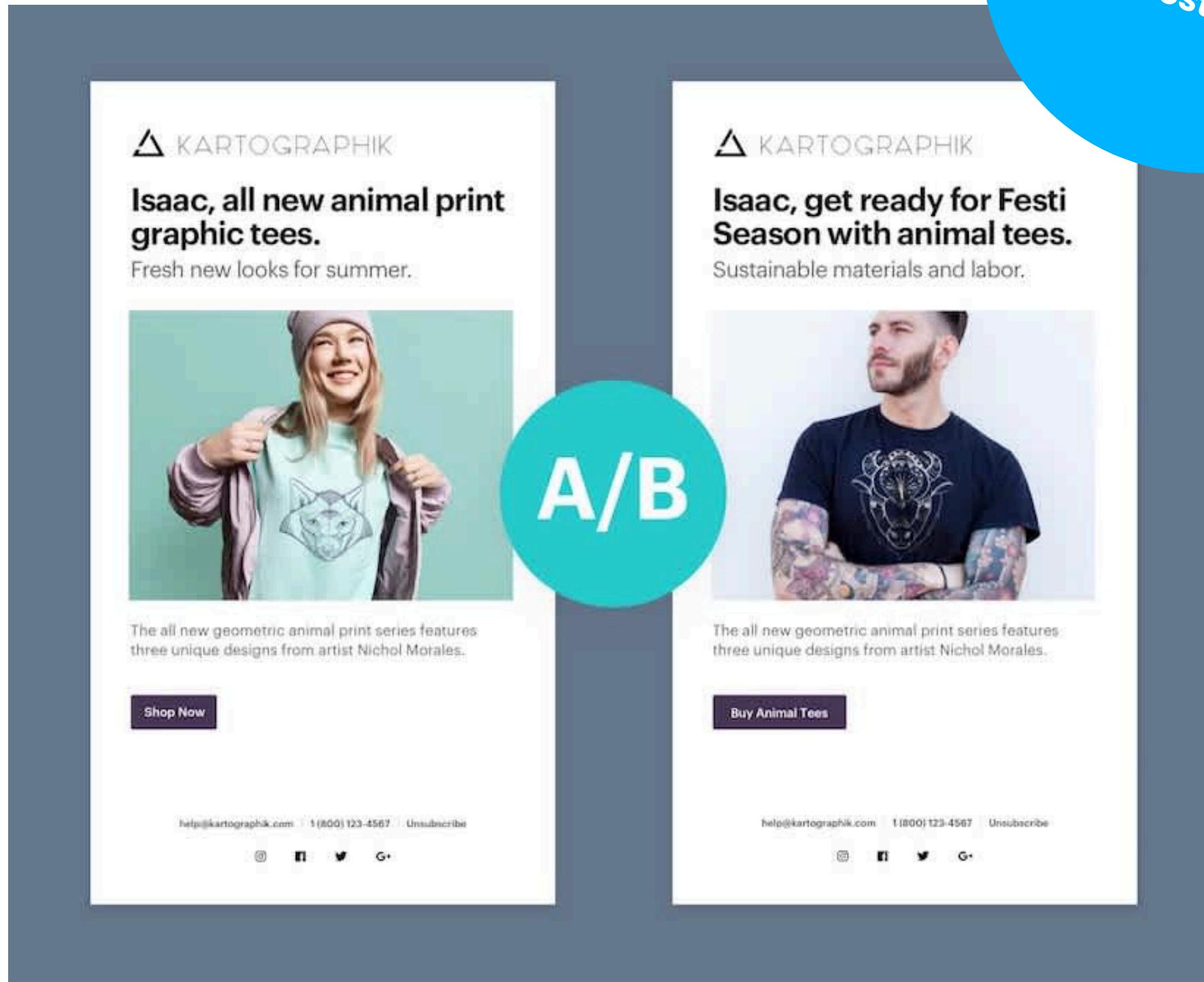
Und nach dem Versand?

- Verhalten der Empfänger analysieren
- Auffälligkeiten identifizieren
- Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen übersetzen
- Testen, Lernen, Anpassen



mendalis.[®]

A/B-Tests



Betreffzeilen vergleichen

Unterschiedliche Designs testen

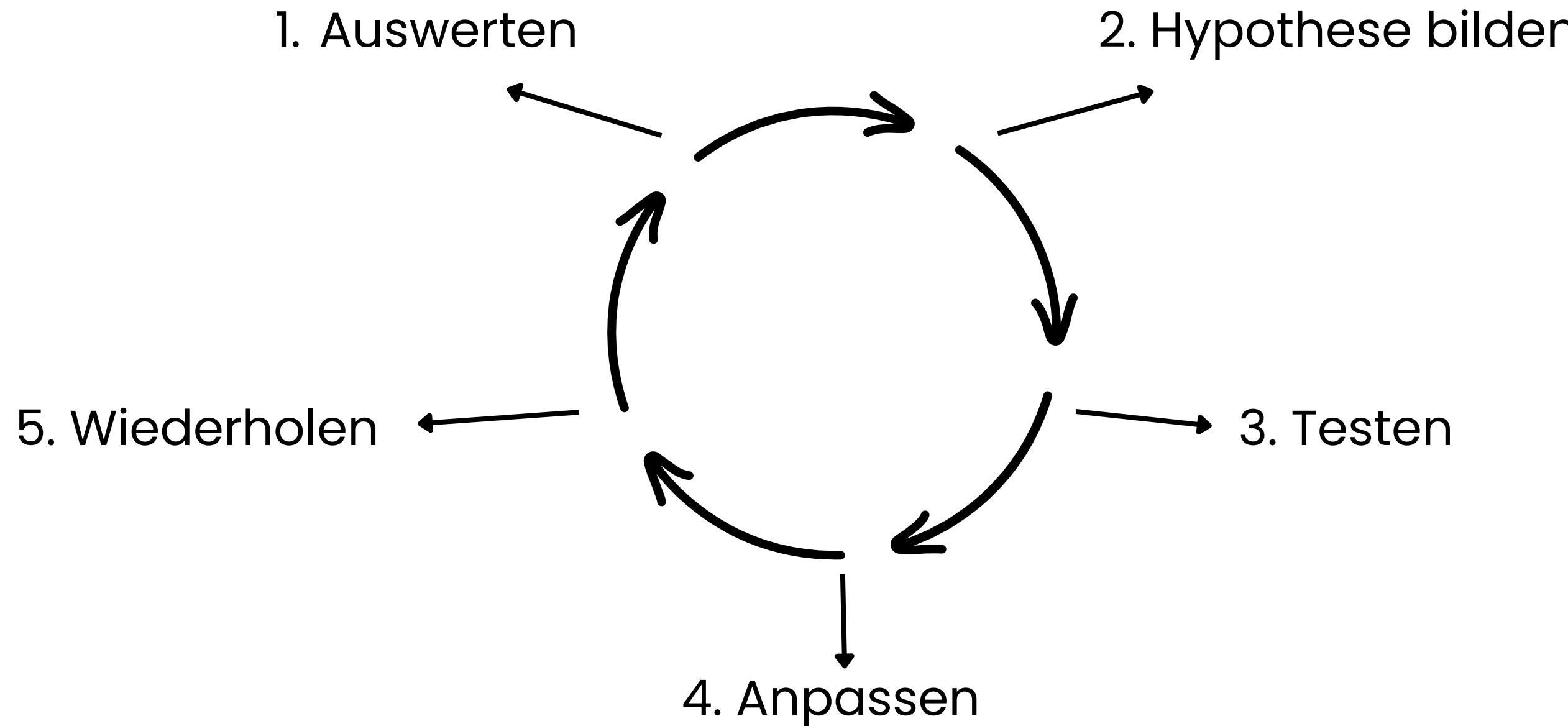
Versandzeitpunkte variieren

Call-to-Actions analysieren

Bessere Performance und
mehr Relevanz durch A/B
Tests

Optimierung im System

mendalis.[®]



mendalis.[®]

DANKESCHÖN
DANKESCHÖN



Tanja Fauck

E-Mail Marketing Expert

🌐 Web: mendalis.com

✉ Email: agentur@mendalis.com

📍 Telefon: +49 160 4112539

