

# Newsletter

Neue Kunden gewinnen und  
bestehende Kunden binden



am Beispiel  
„Mareikes Schneiderei“



# Inhalt

|   |              |
|---|--------------|
| <b>1. Situationsbeschreibung .....</b>              | <b>3-4</b>   |
| <b>2. Die Lösung: Ein Newsletter muss her .....</b> | <b>4-5</b>   |
| <b>3. Was ist das Ziel? .....</b>                   | <b>6-6</b>   |
| <b>4. Themen für den Newsletter .....</b>           | <b>7-7</b>   |
| <b>5. E-Mail-Sammelliste .....</b>                  | <b>6-6</b>   |
| <b>5. Tipps und Tricks .....</b>                    | <b>8-9</b>   |
| 5.1 Zielgruppe kennenlernen.....                    | 8-8          |
| 5.2 Betreffzeile .....                              | 8-8          |
| 5.3 Call-to-Action-Button .....                     | 9-9          |
| 5.4 Ansprechendes Layout .....                      | 9-9          |
| 5.5 Struktur im Anschreiben .....                   | 9-9          |
| <b>6. Mareikes 1. Textentwurf .....</b>             | <b>10-10</b> |
| <b>7. Mareikes To-Do-Liste .....</b>                | <b>11-11</b> |

## Mareikes Schneiderei

### Situationsbeschreibung

Mareike ist Besitzerin einer kleinen, gut gehenden Schneiderei. Stammkunden aus der Umgebung schätzen den traditionellen Stil der Schneiderei, die sich vor allem durch gute Qualität auszeichnet. Nach Ihrem Studium im Kommunikationsdesign und einer Lehre zur Maßschneiderin in einem Modehaus, hat Mareike im Jahr 2021 die Schneiderei von Ihrem Vater übernommen.

Zu der geplanten Modernisierung des Geschäfts ist es vor allem wichtig Stammkunden der Schneiderei aufs Neue zu begeistern, sowie Neukunden auf das Geschäft aufmerksam zu machen. Gerade beim Thema Kunden fällt Mareike ein, dass bereits ein Karteikartensystem zur Kundenerfassung vorhanden ist. Leider sind hier auch nicht alle E-Mail-Adressen mit erfasst.

Es bedarf einer digitalen Lösung...

Mareike weiß, dass ein Newsletter die richtige Lösung dafür sein könnte, um Neukunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu binden. In einem **Newsletter** möchte Mareike Ihren Lesern mitteilen, wann Veranstaltungen zur Ausstellung einer neuen Kollektion stattfinden.

Darüberhinaus will sie für Inspiration und Anregung sorgen, besondere Rabattaktionen oder interessante Workshops zum Nähen ankündigen.



## Mareikes Schneiderei

### Situationsbeschreibung

Themen, die ihre Zielgruppe „catchen“ könnte, gibt es mehr als genug.

Hierbei gibt es zwei Kundengruppen. Frauen und Männer, über 40 Jahre mit einem hohen Anspruch an Qualität, sowie einer traditionellen Einstellung. Andererseits eine Kundengruppe zwischen 28-35 Jahre, die Wert auf Ästhetik und Extravaganz legen, bei denen aber auch zeitgleich ein hipper und kreativer Touch in ihrem Stil nicht fehlen darf.



Handlungsaufforderung  
Jetzt Newsletter abonnieren!

### Die Lösung: Ein Newsletter muss her.

Mareike kommen jetzt Themen wie DSGVO, Leads-Generierung oder Double Opt-in Verfahren in den Sinn. Sie weiß, dass mit „Lead“ jede Person gemeint ist, die Interesse an ihrer Dienstleistung und ihren Produkten hat. Ziel ist also, dass ein Lead bereit ist seine Kontaktdaten zu teilen. Oft werden unterschiedliche Kanäle genutzt, um Kunden auf eine Landingpage zu führen.

Dort gibt es ein Formular, in welches der Kunde seine Daten eingibt und diese „Leads“ entsprechend eingesammelt werden. Die Informationen aus dem Formular werden in deine Datenbank aus Mails hinzugefügt. Mareike überlegt, ob sie vielleicht eine Landingpage nutzt, in welcher die Kunden ihre Daten eingeben. Auch zum Thema Newsletter in Verbindung mit dem Double-Opt in Verfahren hat sich Mareike Gedanken gemacht.

Bevor Mareike Newsletter verschicken kann, ist ganz klar, dass Sie zunächst E-Mail-Adressen sammeln muss. Mareike hat eine Idee, wie sie gerade zu Beginn eine Verbindung zu ihren potenziellen Kunden aufbauen könnte. Wie kommt Sie nun aber an die Mailadressen?

Dann kommt ihr folgendes Szenario in ihren Sinn:

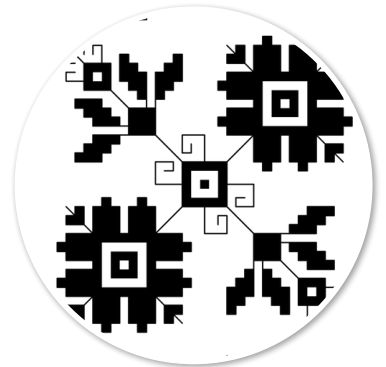
*Mareike könnte Giveaways verteilen mit einem Schildchen, auf welchem ein QR-Code ist. Wenn man diesen scannt, kommt man auf die Landingpage mit dem Textfeld für den Code. Hat man diesen eingegeben, führt der Weg über das Anzeigen des Geschenkartikels hin zur Aufforderung „Jetzt Newsletter abonnieren“*

Übrigens dachte Mareike bei den Giveaways an thematisch passende Geschenke, wie z.B. ein Fingerhut, oder eine Maßschneiderei-Schere, eine flexibles Maßband u.Ä.

## Mareikes Schneiderei

Mareike skizziert folgende Anleitung für ihre Kunden...

1. Scannen Sie den QR-Code auf dem Kärtchen
2. Geben Sie nun den Code (Rückseite des Kärtchen) in das Textfeld ein
3. Freuen Sie sich auf ihre Überraschung!
4. „Jetzt Newsletter abonnieren“ und noch mehr Überraschungen erleben!



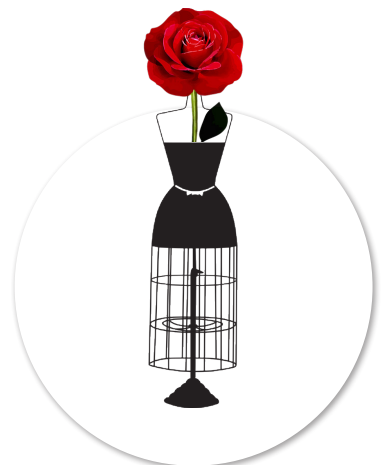
## Zurück zum Newsletter..

Unter dem Bild des Geschenkartikels steht:  
„Jetzt Newsletter abonnieren“

Und hier kommt auch schon das Double Opt-In Verfahren ins Spiel! Beim anklicken des Links „Jetzt Newsletter abonnieren“, kommt man zu einem Anmeldeformular. Der Kunde erhält eine Bestätigungsmail auf seine angegebene E-Mail-Adresse beim Anmeldeformular, worin sich nun ein Link befindet. Diesen Link muss der Kunde bestätigen, damit die E-Mail-Adresse aktiv in die Verteilerliste aufgenommen wird. Mareike nutzt Outlook und sie weiß, dass sie auch damit E-Mail-Adressen in ihrem E-Mail-Verteiler sammeln kann.

Zusammengefasst nutzt Mareike eine Strategie, mit der sie ihre Kunden mit Hilfe eines Giveaways „schmeichelnd“ neugierig macht. Ziel besteht darin die Kunden, nachdem sie ihre Überraschung sehen, dazu zu animieren, den Newsletter zu abonnieren. Es gibt noch andere Möglichkeiten, um einen erfolgreichen E-Mail-Verteiler aufzubauen.

Für den Aufbau eines E-Mail-Verteilers, sowie zur Leadgenerierung muss Mareike ihren Lesern einen kostenfreien Mehrwert anbieten. Einfach wäre zum Beispiel, wenn sie auf ihrer Webseite ein Videotutorial zur Verfügung stellt. Dabei kann sie das Video zum einem Drittel abspielbar machen. Um das vollständige Video sehen zu können, kann der potentielle Kunde seine E-Mail-Adresse hinterlassen. Anschließend kann Mareike dem Betrachter das komplette Video an seine E-Mail-Adresse senden. Darüber hinaus kann Mareike z.B. auf der Startseite der Webseite einen Rabattcode für ihre Dienstleistung anbieten, wobei sich der Leser im Gegenzug für den Newsletter anmelden muss.

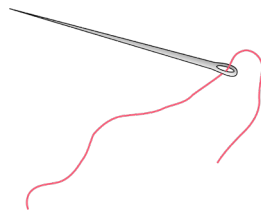


Zu diesem Thema,  
so stellt Mareike fest,  
gibt es viele Tipps  
und Tricks.!

## Newsletter: Was ist das Ziel?

Mareike ist es wichtig, interessanten Content zu verschicken. Dafür muss sie ihre Zielgruppe gut kennen, um auch einzuschätzen, was diese lesen möchte. Nun hat Mareike immerhin 10 Kundenadressen. Mit einem Newsletter möchte sie Neukunden auf die einzigartigen Angebote der Schneiderei neugierig machen. Sie hat zahlreiche Ideen zu Angeboten, die Ihre Mitbewerber nicht haben. Die meisten der Mitkonkurrenten haben noch nicht einmal eine Webseite. Außerdem zeichnen sich die meisten dadurch aus, dass der Außenauftritt eher traditionell und nicht modern wirkt. Die besondere Verbindung zwischen der Mareikes ebenso traditioneller Schneiderei soll sich vor allem auch in der Vielfalt an Angeboten und kleinen Besonderheiten auszeichnen.

*„Wenn ich zu jener hippen Kundengruppe zwischen 28-25 gehören würde, Kreativität und Ästhetik mir wichtig wären, dann wüsste ich gerne ein paar Hacks in Form einer Anleitung zum Nähen. Zum Beispiel wie man einen Hosenbund einer Jeggins enger macht. Oder, ein kreativer Workshop“, überlegt sich Mareike.*



Mareike beginnt damit, sich eine Liste an Themen für den Newsletter zu erstellen.

- I. Workshop Thema „Nähen“
- II. „Knopf geht nicht zu?“ praktische Hacks
- III. Projekt „Modenschau“ – Gestalte mit!
- IV. Mannequins von den 20er Jahren bis heute – was spricht dich an?



## E-Mail-Sammelliste

Mareike kann auch auf gängige, kostenpflichtige Newsletter-Programme, wie z.B. „Mailchimp“ und nutzen. Zu Beginn nutzt sie die Outlook-Anwendung. Ihr Newsletter soll alle 4 Monate, nämlich zu jeder Jahreszeit erscheinen und an Kunden weitergeleitet werden. Zwar hat Mareike viele interessante Ideen, dennoch möchte sie sich noch einmal „schlau machen“.

Mareike selbst, hat jede Menge Newsletter abonniert. Übrigens kann sie sich jederzeit von den Abos abmelden. Auch das muss Mareike bei ihre eigenen Newsletter für ihre Kunden mitberücksichtigen. Als Inspiration besucht sie den letzten Newsletter der Bloggerin Franziska Blum. Mareike kann aus den Tipps und Tricks zum Thema „Newsletter“ von Frau Blum jede Menge entnehmen.

## Tipps und Tricks

### Zielgruppe kennenlernen

Mareikes ihre Zielgruppe umfasst eine primäre und eine sekundäre Kundschaft. Sie möchte zielgruppengerechte, relevante und nützliche Tipps, Anleitungen, Einladungen oder Mini-Überraschungen in den Newsletter integrieren. Wichtig ist auch die „Tonalität“, schließlich will ein Kunde mit einem Faible für Tradition und Qualität anders angesprochen werden als eine 32-Jährige, hippe Jugend-Sozialarbeiterin.

Beispielsweise könnte Mareike Stammkunden, eine Maskenbildnerin, etwa 30 Jahre alt, von dem Thema: „Mannequins von den 20er Jahren bis heute – was spricht dich an?“ sicherlich profitieren. Während die 1. Zielgruppe die Schneiderei besucht, damit Änderungen an Smokings oder maßgeschneiderte Anzüge genäht werden sollen, gibt es noch die konträre 2. Zielgruppe. Diese sind experimentier-freudig, meist Gutverdiener, kreativ, benutzen moderne Technologien und sind auch etwas extravagant. Um beide Zielgruppen anzusprechen, verändert sie den ursprünglichen Titel zu folgendem Titel: „Mode der 20er Jahre bis heute“

### Betreffzeile

Ganz wichtig ist, dass die Betreffzeile neugierig machen soll und dabei prägnant, gerne auch mit Emojis, erinnert sich Mareike. Mareikes aktuelles Thema für diesen Newsletter lautet: Mode der 20er Jahre bis heute

*Sie überlegt sich dazu reißerische Betreffzeilen:*

- Mach den ersten Schnitt (Schere Emoji) tauche ein in die 20er Jahre
- (Name), bist du neugierig auf die 20er?
- 20er Jahre – kreierte dein persönliches Outfit!





## Tipps und Tricks

### Klare Handlungsaufforderung

Damit Mareike weiß, wie hoch die Anzahl der Google-Antworten des Google-Formulars ist, muss vor allem eine klare Handlungsaufforderung sichtbar werden, z.B. über einen „Call-to-Action“ Button. Sie kann „jetzt anmelden“ als Button in den Newsletter einbauen und verlinken. Der Link führt dann direkt zu „Google Formulare“, wo sich der Kunde anmelden kann.

### Ansprechendes Layout

Klar ist auch: „weniger ist mehr“. Mareike möchte ihren Newsletter eine minimalistische Anmutung verleihen. Im Anhang will sie eine PDF-Übersicht mit Uhrzeit, Datum, Thema, Programmablauf und Ort anfügen. Diese Übersicht mit dem Thema „20er Jahre und Schneiderei“ soll einen mondänen und eleganten Stil der 20er widerspiegeln.


### Struktur im Anschreiben

In dem E-Mail-Layout können gleichermaßen grafische Elemente, Trennlinien, Checklisten oder Emojis, einzelne Abschnitte und Elemente optisch voneinander trennen, damit sich der Leser beim Lesen „geleitet“ oder „navigiert“ fühlt. Mareike will auch mit Hilfe von wenigen Bildern den Inhalt unterstützen, sodass der Leser zugleich die Stimmung auf-fangen kann. Wichtig ist auch auf den Anhang zu verweisen, in welchem die relevanten Informationen zu sehen sind. Außerdem kann man eine Wegbeschreibung miteinbauen.

## Mareikes 1. Textentwurf

Hierzu überlegt sich Mareike folgenden Text:



Liebe Laura, 

**„Mach den ersten Schnitt (Emoji Schere) - tauche ein in die 20er Jahre!“**

hiermit möchte ich dich zu einer Reise in die „Roaring Twenties“ einladen. In meinem Workshop lernst du die Trends der 20er Jahre kennen.

Außergewöhnliche Schnittmuster, edles Material, Accessoires, Kleid- und Farb-Kombinationen. In meinem Workshop entwickeln wir ein 20er Jahre Party-Outfit, ganz nach deinem Geschmack!

Folgendes kommt auf dich zu:

### Programm

- Einführung: der Stil in den 20ern
- Kennenlernrunde
- Sichtung des Materials, Arbeitsplatz und Werkzeuge
- Visualisierung
- Umsetzung
- Präsentation

Hinweis: Die Materialien und Stoffmuster stelle ich zur Verfügung. Ebenso Werkzeuge.

Anlage: PDF-Überblick

Herzliche Grüße  
Deine Mareike

## Mareikes To-Do-Liste ist fast fertig...

### Umsetzung

- **Betreffzeile**
- **Text formulieren**
- **Bilder sammeln**
- **Mini-Plakat PDF (Anhang)**  
Falls du die Grafikplattform Canva nicht hast, installiere dir bitte diese Software!  
Hier kannst du nämlich verschiedene Newsletter-Vorlagen nach Belieben umgestalten, sowie deinen Text einsetzen und das Dokument anschließend als PDF downloaden.
- **Verlinkung des Call-to-Action-Buttons zu z.B. Google Formulare**  
Google Formulare kannst du nutzen, damit sich deine Leser datenkonform anmelden und du später in deiner Google Antworten- Ansicht siehst, wer sich angemeldet hat. Hierbei ist der Call-to-Action Link „jetzt anmelden“ auch zeitlich der Anmelde-link zum deinem Google-Formular.

Mareike versendet einen Newsletter zum ersten Mal. Nun gilt es die Antworten auf dem Google Formular und somit die Anmeldungen abzuwarten. Sie freut sich sehr auf die Veranstaltung

**Mach den ersten Schritt - erstelle deinen eigenen Newsletter!**



## Bildquellen

**Foto von cottonbro studio:** <https://www.pexels.com/de-de/foto/frau-im-roten-langarmkleid-das-auf-stuhl-sitzt-3738087/>

**Foto von cottonbro studio:** <https://www.pexels.com/de-de/foto/person-im-roten-langarmhemd-das-schwarze-und-silberne-schere-halt-3738075/>

**Foto von cottonbro studio:** <https://www.pexels.com/de-de/foto/frau-die-einen-stoff-naht-3738099/>

**Foto von cottonbro studio:** <https://www.pexels.com/de-de/foto/frau-die-eine-nahmaschine-benutzt-3738098/>

<https://pixabay.com/de/vectors/rose-blume-bl%C3%BCtenbl%C3%A4tter-bl%C3%A4tter-2028604/>

<https://pixabay.com/de/vectors/schneider-mannequin-mode-modell-5494668/>

<https://pixabay.com/de/vectors/bulgarisch-volkskunst-volk-kunst-1967096/>