

Kommunikationspolitik: E-Mail-Marketing

E-Mail-Newsletter & mehr!

Die Vereinsmitglieder können nur dann als Botschafter/Multiplikatoren des Vereins agieren, wenn sie über das Vereinsgeschehen stets auf den neusten Stand gebracht werden.

E-Mail-Marketing ist ein Instrument, um die Mitglieder und andere Vereinszielgruppen (Sponsoren, Förderer, Kursteilnehmer etc.) auf digitalem Weg über das Vereinsleben zeitnah zu informieren.

Beim E-Mail-Marketing unterscheidet man zwischen dem **Mailing** (dem unregelmäßigen Versand von Informationen per E-Mail) und dem **E-Mail-Newsletter**. Dieser wird üblicherweise in regelmäßigen Abständen verschickt.

Welche Ziele lassen sich mit einem E-Mail-Newsletter erreichen?

- Mitgliederbindung
- Sponsorenbindung (für Sponsoren Mehrwerte schaffen)
- Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements
- Bekanntmachung/Bewerbung von (neuen) Vereinsangeboten
- Information über Spielergebnisse, Personalien im Verein, wichtige Termine etc.

Praxistipps E-Mail-Newsletter:

- Der Newsletter sollte im [Corporate Design](#) des Vereins gestaltet sein!
- Gestalten Sie den E-Mail-Newsletter nicht zu textlastig! Bauen Sie möglichst viele ansprechende Fotos ein (insbesondere von Vereinsmitgliedern! Beachten Sie jedoch das Recht am eigenen Bild!)
- Binden Sie im Newsletter Ihre Sponsoren ein (redaktionell, auf Fotos, durch Einbindung von Sponsorenlogos)!
- Verschicken Sie den Newsletter möglichst immer am gleichen Tag bzw. mit einem wiederkehrenden Rhythmus (z.B. alle zwei Monate)!
- Verwenden Sie rechtssichere Newsletter-Anmeldeformulare (Double-Opt-in-Verfahren: Der Newsletter-Abonnent erhält nach der Anmeldung eine E-Mail, in der er um die Bestätigung der Anmeldung gebeten wird. Diese Bestätigung ist notwendig, damit sich niemand mit einer fremden E-Mail-Adresse anmelden kann)!

- Wenn Sie eine Newsletterversandplattform (z.B. [Mailchimp](#), [Mailpoet](#), [Brevo](#), [Clever Reach](#)) nutzen, müssen Sie darauf in der Datenschutzerklärung hinweisen!
- Es muss jederzeit eine Kündigung des E-Mail-Newsletters möglich sein!
- Verwenden Sie responsive Newsletter-Templates (die Vorlage des Newsletters passt sich dem vom Empfänger genutzten Endgerät an)!
- Prüfen Sie regelmäßig die Öffnungsraten des Newsletters, welche Zustellungen fehlschlagen sowie die Zahl der Neuabonnenten bzw. Abmeldungen! und HTML Vorlagen

Praxisbeispiele: Anmeldeseiten für Newsletter auf der Vereins-Homepage

- [TSV Bayer 04 Leverkusen](#)
- [TSV Norf](#)
- [TSV Schmiden](#)

Newsletter (Beispiele zum Download)

- [TSV 1848 Bietigheim](#)
- [TSV Krefeld-Bockum 1901](#)
- [SV Rosellen - Tennis](#)
- [HTC Schwarz-Weiss Neuss](#)

Wann macht ein Mailing Sinn?

Der Versand eines Mailings an eine Gruppe von Adressaten eignet sich z.B. zur Bewerbung einer aktuellen Vereinsveranstaltung oder eines neuen Vereinsangebotes. Je nach Inhalt des Mailings kann dieser zielgruppenorientiert erfolgen. Bestimmte Neuigkeiten werden dann nur an ausgewählte Adressaten verschickt.

Quellen:

Newsletter TSV Bietigheim: https://tsvbietigheim.de/hauptverein/uploads/ftp/Newsletter_NO15.pdf

Newsletter TSV Bockum: <http://www.tsv-bockum.de/rund-um-den-tsv/newsletter-archiv.html>

Newsletter SV Rosellen – Tennis: <https://sv-rosellen.de/tennis/newsletter>

Newsletter HTC Schwarz-Weiss Neuss: <https://www.htc-neuss.de/htc-newsletter/>