

Ehrenamt-qualifiziert-praxistipps: eqp K 1.5a

# Kampagnen-Newsletter

Verbindliches verbriefen. Für innen nach außen.

## Wirkende Buchstaben

63% der Newsletter werden erst gar nicht geöffnet, nur 17,27% werden ganz und ernsthaft gelesen. Trotz und wegen alledem sind Kampagnen-Newsletter wirksame Erfolgsverstärker! Wenn sie bedacht und gekonnt eingesetzt werden. Einige Einstiegstipps:

### 1. Kampagne + Newsletter = Warum

- Beteiligte und Interessierte werden informiert und auf dem Laufenden gehalten
- schafft Zugehörigkeitsgefühle und Einstiegschancen – hoffentlich Wissensvorsprung
- kommuniziert Vorschläge, Arbeitsstufen - Fortschritte werden sichtbar, Motivation steigt
- gibt Rückblick, Überblick, Vorausblick – dient als Orientierungshilfe, einladende Erinnerung
- Newsletter auf der Homepage dokumentieren Entwicklung und hoffentlich die Dynamik der Kampagne

### 2. Die wichtigsten Zutaten

- Ein bis zwei **Verantwortliche** für die Redaktion mit Leidenschaft und Talent suchen und finden.
- Griffige **Namen und Titel** für den Newsletter entwickeln, der für den Empfänger sofortigen Wiedererkennungswert hat, damit sie das Teil gerne öffnen und vielleicht sogar weiterleiten!
- **Erscheinungsrhythmus** festlegen – z.B. normal monatlich und in heißen Phasen wöchentlich.
- Feste **Indikatoren** einbauen, wie z.B. quantifizierte Ziele als feste Spalte (neue Mitglieder, Zahl der Zeitungsartikel)
- **Anreize** zum Lesen schaffen durch Rubriken wie „Ideen der Woche“, „Kommentare des Monats“, „Geflügeltes aus der Spruchkammer“ oder auch kleine Prämien für kreative Arbeit mit Namensnennung. Das schafft Identifikation und bindet Neugierige.
- **Links** zu artverwandten Themen und Projekten decken Informationsbedarfe der Leser, Multiplikatorwirkung.

### 3. Erzfeinde: Layout-Monster und Monotonie

- Ein schlichtes Format ist immer von Vorteil: Einfach abgetippte Informationen erleichtern nicht nur den Zugang für den Leser, sondern verringern auch den eigenen Arbeitsaufwand, ohne dem Nutzen zu schaden. Newsletter als Anhänge und mit Bildern überfrachtet wirken eher kontraproduktiv.

- Über Links kann man auch zu Qualitäten wie Fotostrecken führen und ab und an sind auch Anlagen erlaubt!
- Eine ausgewogene Frequenz schafft Verlässlichkeit und Vertrauen, aber OBACHT: man muss auch etwas zu sagen haben, deswegen immer eine Balance halten zwischen dem, was man leisten muss und dem, was man leisten kann. Ein langweiliger Newsletter kann dauerhaftes Nichtöffnen bewirken.
- Um Eintönigkeit abzuwehren, müssen Inhalte dynamisch sein, daher lieber die thematische Breite einschränken.
- Auf die Länge oder vielmehr deren Kürzung achten. Newsletter sollten zwei Seiten nicht überschreiten.

#### **4. Homepage, die kleine Schwester des Newsletters**

Eine Homepage als Aushängeschild einer Organisation bzw. die Kampagnen-Homepage ist selbstverständlich. Auch sie muss unbedingt aktuell und spannend gehalten werden. Wenn die Aktualität in Form von Neuigkeiten und Fortschritten gepflegt wird, versorgt man Mitglieder mit nötigen Informationen und erweckt die Aufmerksamkeit potenzieller Neuzugänge. Hierbei kann am besten die Aktualisierung der Homepage mit der des Newsletters gekoppelt werden. Über die Homepage sollten auch Newsletter abonnierbar sein!

Letzte Überarbeitung: 11.05.2023  
Redaktion: hermann.strahl@gmx.de