

Leitfaden „Verbands-Newsletter“

(Stand: 28.04.2021)

Die Verbandsarbeit umfasst eine Vielzahl an Themen, Projekten und Veranstaltungen - immer mit dem Ziel, die Mitglieder bestmöglich zu unterstützen. Ein geeignetes Instrument, um diese über aktuelle Entwicklungen und anstehende Termine auf dem Laufenden zu halten, ist ein digitaler Newsletter.

Ein guter und informativer Newsletter ist jedoch nicht schnell gemacht, sondern bedarf einer guten Planung und Umsetzung. Nur so weckt er Interesse und stellt einen Mehrwert für die Mitglieder dar. Dieser Leitfaden soll beim Aufsetzen eines Verbands-Newsletters helfen. Er bietet einen Überblick über dessen Möglichkeiten, stellt mögliche Tools zur einfachen technischen Umsetzung vor und befasst sich mit den Themen Datenschutz und Barrierefreiheit. Zudem enthält er eine Checkliste für eine gelungene Realisierung eines Verbandsnewsletters.

1. Die Vorbereitung

Eine gute Planung ist für einen Verbands-Newsletter unabdingbar. Um ein passendes Newsletter-Konzept zu entwickeln, gilt es folgende Fragen zu klären:

- Wen soll der Newsletter erreichen? (1.1.)
- Worüber soll er informieren? (1.2.)
- Wie häufig soll der Newsletter erscheinen? (1.3.)
- Und in welcher Form? (1.4.)

Diese Fragen werden im Folgenden näher beschrieben:



1.1. Zielgruppendefinition

Die Definition der Zielgruppe ist eine grundlegende Entscheidung, um die Inhalte eines Newsletters zielgruppengerecht zuschneiden und anpassen zu können. Eine Möglichkeit ist die Unterscheidung zwischen intern und extern. Soll der Newsletter eine möglichst breite Zielgruppe erreichen und die Bekanntheit des Verbands steigern, empfiehlt sich ein öffentlicher Info-Newsletter, zu dem sich alle Interessierten anmelden können. In externen Newslettern können Verbände beispielsweise über interessante Entwicklungen aus Medizin und Forschung informieren oder auch über öffentliche Veranstaltungen oder Neuigkeiten und Erfolge des Verbands.

Ein verbandsinterner Newsletter hingegen wählt die Information gezielt für Mitglieder aus. Verbände können so zum Beispiel über konkrete verbandsspezifische Themen wie anstehende Vorstandswahlen oder interne Veranstaltungen informieren, engagierte Personen aus dem Verband vorstellen oder Kontakt- und Austauschgesuche von Mitgliedern zu bestimmten Themen vermitteln.

Eine weitere Möglichkeit bietet ein zielgruppenspezifischer Newsletter. Verbände können zum Beispiel eine bestimmte Altersgruppe ansprechen oder inhaltliche Schwerpunkte setzen wie Inklusion oder Pflege. Bei Verbänden, die unterschiedliche Erkrankungs- oder Behinderungsausprägungen vertreten, sind Newsletter für bestimmte Betroffenenengruppen möglich.

1.2. Ziele und Schwerpunkte

Entscheidet sich der Verband für einen öffentlichen Info-Newsletter, so verfolgt dieser oft das Ziel, die Bekanntheit zu steigern und Interessierte für eine Mitgliedschaft zu gewinnen. Dieses Ziel sollte bei der Themenwahl im Fokus stehen. Der Verband muss sich fragen: Welche Vorteile bringt eine Mitgliedschaft? Was macht eine Mitgliedschaft reizvoll? Welche Erfolge können wir vorweisen? Wie wollen und können wir uns präsentieren?



Bei einem verbandsinternen Newsletter stehen andere Ziele im Fokus. Die Empfänger*innen sind bereits Mitglieder im Verband. Es geht also vielmehr darum, sie über aktuelle Entwicklungen im Verband zu informieren und „bei Laune“ zu halten, den positiven Einfluss der Mitgliedschaft und Errungenschaften für bestimmte Erkrankungen oder Behinderungen aufzuzeigen oder zu einer aktiven Mitarbeit im Verband zu animieren. Hierbei kann es thematisch auch etwas persönlicher werden. So kann das Vorstellen von Vorstandsmitgliedern oder ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen eine größere Nähe schaffen und den Weg zu einem persönlichen Engagement öffnen. Das regelmäßige Vorstellen von Projekten zeigt die Bedeutung der Verbandsarbeit auf und führt zu einer positiven Einstellung.

Bei zielgruppenspezifischen Newslettern richtet sich die Themenwahl an den Interessen der Empfänger*innen aus. Ein Newsletter zur „Jungen Selbsthilfe“ sollte interessante Projekte und Veranstaltungen für junge Mitglieder präsentieren, oder Forschungsergebnisse und politische Entwicklungen, die explizit für junge Betroffene interessant sind. Denkbar ist auch die Darstellung von relevanten Beteiligungsmöglichkeiten im Verband wie etwa das Betreuen der Social-Media-Kanäle oder das Planen von Veranstaltungen für junge Betroffene. Hierbei sollte der Mehrwert des Engagements stets deutlich werden.

1.3. Frequenz

Die Frequenz eines Newsletters hängt von personellen Ressourcen, aber vor allem auch vom jeweiligen Themenschwerpunkt ab. Verbände sollten vorab analysieren, wie häufig es tatsächlich etwas zu berichten gibt. Ohne aktuelle Informationen verliert ein Newsletter umgehend an Relevanz. Um eine geeignete Frequenz zu definieren, sollten Verbände in der Planungsphase über einen längeren Zeitraum dokumentieren, wie häufig Entwicklungen in den Themen, Projekten etc. aufkommen oder Veranstaltungen anstehen. Im Zweifelsfall sind längere zeitliche Abstände besser als inhaltsleere Newsletter.



1.4. Inhaltliches Konzept

Ein Newsletter lebt von spannenden und abwechslungsreichen Themen, die die umfangreichen Inhalte der Selbsthilfe aufzeigen. Diese sollten jedoch nicht unsortiert in einer beliebigen Reihenfolge präsentiert werden. Es braucht ein geeignetes Konzept zur Darstellung der Inhalte.

Durch eine passende Rubrizierung können sich Nutzer*innen gezielt Inhalte ansehen, die für sie relevant sind. Bei einem verbandsinternen Newsletter könnten die Rubriken zum Beispiel „Verbandliche Entwicklungen“, „Aus den Projekten“, „Politische Themen“, „Forschung“ oder „Junge Betroffene“ lauten. Bei einem sehr umfangreichen Newsletter empfiehlt sich zudem das Erstellen eines Inhaltsverzeichnisses - idealerweise mit der Möglichkeit, innerhalb des Newsletters direkt zum gewünschten Thema zu springen.

Die priorisierte Darstellung ist eine weitere Möglichkeit, die Inhalte eines Newsletters zu sortieren und zu gewichten. Hierbei werden die wichtigsten Themen an den Anfang des Newsletters gestellt - zum Beispiel das Erreichen eines bedeutenden politischen Ziels für die Betroffenen oder der Abschluss eines interessanten Projekts. Die anderen Themen werden dann mit absteigender Priorität und weniger umfangreich aufbereitet.

Eine andere Möglichkeit ist es, Ereignisse und Entwicklungen chronologisch zu listen. Dies bietet sich zum Beispiel bei themenspezifischen Newslettern an. Um ein Gesamtbild eines Vorgangs zu schaffen, können die vergangenen Ereignisse, die aktuellen Prozesse sowie anstehende Termine aufgezeigt werden.

In der inhaltlichen Vorbereitung des Newsletters sollte zudem über die Aufnahme persönlicher Elemente entschieden werden. Dies kann zum Beispiel ein regelmäßiges persönliches Vorwort der/des Vorstandsvorsitzenden sein oder eine abschließende Zusammenfassung der dargestellten Ereignisse sowie ein Ausblick auf die kommende Zeit. Sofern sich ein Verband für die Aufnahme eines solchen Elements entscheidet, sollte dieses auch fester Bestandteil des Newsletters werden.



Ferner können Verbände mit dem Newsletter Empfänger*innen persönlich ansprechen. Dies ist allerdings nur möglich, wenn neben der E-Mail-Adresse auch Anrede, Vor- und Zuname bekannt sind. Doch auch ohne diese Angaben ist eine persönlichere Ansprache möglich - zum Beispiel durch Begrüßungen, die eine Verbindung zum Verband herstellen wie „Liebe Freund*innen des Verbandes XY“. Von generischen Ansprachen wie „Sehr geehrte Damen und Herren“ sollte besser abgesehen werden.

2. Technische Umsetzung

Ist die inhaltliche Planung abgeschlossen, folgt die Frage der technischen Umsetzung. Hierbei sind vielfältige Aspekte zu beachten:

- Newsletter-Tools (2.1.)
- Barrierefreiheit (2.2.)
- Datenschutz (2.3.)

2.1. Newsletter-Tools

Um einen Newsletter in das Kommunikationskonzept eines Verbands zu integrieren, gibt es unterschiedliche technische Lösungen:

- **CMS-Erweiterung:**

Eine Möglichkeit ist es, eine Erweiterung für den Newsletter in das bestehende Content-Management-System (CMS) des Verbands zu integrieren. Bekannte CMS sind zum Beispiel TYPO3 oder WordPress. Diese bieten oftmals „Extensions“ oder „Plug-ins“ an, um Newsletter im eigenen „Backend“, also im Bearbeitungsbereich der Homepage, zu erstellen.

Vorteile hiervon ist unter anderem, dass der Newsletter an das bestehende Homepage-Layout des Verbands, angepasst werden kann. Zudem können personenbezogene Daten wie E-Mail-Adressen oder Vor- und Zunamen auf den eigenen Servern gehostet werden. Für die Implementierung einer solchen Erweiterung wird jedoch eine professionelle



Integrierung seitens der betreuenden Agentur oder des Administrators benötigt, was zusätzliche Kosten und zeitlichen Aufwand bedeutet. Ein Angebot sollte im Vorfeld eingeholt werden.

Beispiele für Erweiterungen in TYPO3 und WordPress finden sich hier:

- **TYPO3:** <https://www.typo3-websites.eu/typo3-erweiterungen/ergaenzung-a/rundbrief/>
- **WordPress:** <https://de.wordpress.org/plugins/newsletter/>

- **Online-Newsletter-Tool:**

Mit Online-Newsletter-Tools lassen sich schnell und einfach Newsletter erstellen. Meist ist hierfür kein Download notwendig. Die Bearbeitung erfolgt in einer Eingabemaske im Browser, ist meist schnell zu erlernen, intuitiv und barrierearm.

Für das Nutzen der Newsletter-Tools fällt meist eine monatliche Gebühr an - abhängig unter anderem von der Häufigkeit des Newsletter-Versands und der Anzahl der Empfänger*innen. Dafür bieten die Tools eine Vielzahl an Möglichkeiten, einen Newsletter zu gestalten und zu versenden. Meist können Nutzer*innen aus einer Vielzahl an kostenlosen Design-Vorlagen, sogenannten Templates, auswählen, die sich individuell an Verbanddesign oder andere Bedürfnisse anpassen lassen. Zusätzlich bieten die Programme oftmals einen direkten Zugriff auf kostenlose Bilddatenbanken.

Zu beachten bei der Wahl des Tools ist der Datenschutz. Da die E-Mail-Adressen der Empfänger*innen in dem System gespeichert werden, sollten die Datenbanken sämtlichen datenschutzrechtlichen Anforderungen (DSGVO) entsprechen und die Server in Europa, bestenfalls in Deutschland, stehen.

Beispiele für Online-Newsletter-Tools sind:

- **rapidmail** (Unternehmenssitz Freiburg): Flatrate für unbegrenzten Newsletter-Versand an bis zu 250 Personen: 9 Euro pro Monat; danach



aufsteigend je nach Anzahl der Empfänger (Stand: April 2021).

(<https://www.rapidmail.de/preise-newsletterversand>)

- **Sendin Blue** (Unternehmenssitz Berlin): „Lite“-Version Flatrate für bis zu 10.000 Mails pro Monat (bei Jahresvertrag): von 19 Euro (Stand: April 2021).
(<https://de.sendinblue.com/preise/>)
- **Clever Reach** (Unternehmenssitz Rastede): Monatstarif mit bis zu 250 Empfängern und unbegrenzten Email-Versand: 9 Euro pro Monat; danach aufsteigend je nach Anzahl der Empfänger (Stand: April 2021).
(<https://www.cleverreach.com/de/preise/>)

- E-Mail-Versand

Eine Alternative für eine Umsetzung ohne ein entsprechendes Tool ist das Erstellen einer „normalen“ Info-E-Mail, die die Themen aufbereitet und verlinkt - entweder auf die entsprechenden Webseiten oder auf ein zuvor erstelltes PDF, das auf der Homepage des Verbands zur Ansicht und/oder zum Download hinterlegt wurde. Diese Form des Newsletter-Versands ist jedoch veraltet. Die Funktionen und Möglichkeiten zur Gestaltung der Inhalte sind sehr viel eingeschränkter. Zudem es ist wahrscheinlicher, dass der Newsletter nicht die gewünschte Aufmerksamkeit erzielt und wichtige Themen untergehen.

2.2. Barrierefreiheit

Die digitale Barrierefreiheit sollte auch beim Erstellen von Newslettern berücksichtigt werden. Barrierefreie Online-Angebote zeichnen sich dadurch aus, dass sie von allen Menschen ohne fremde Hilfe genutzt werden können. Hierfür ist es erforderlich, dass ...

- ... der Newsletter plattformunabhängig gelesen werden kann (HTML und CSS).
- ... die Inhalte übersichtlich und in einfacher Sprache präsentiert werden.



- ... die Inhalte über Screenreader gelesen werden können.
- ... Schriftgröße und Kontraste angepasst werden.
- ... die verwendeten Bilder Alternativtexte enthalten.

Weitere Tipps für einen guten, barrierefreien Newsletter finden sich unter anderem hier:

- https://www.netz-barrierefrei.de/wordpress/barrierefreies-internet/barrierefreie-redaktion/e-mails-und-newsletter/#Best_Practices
- <https://www.inxmail.de/wissen/knowledge-base/qualitaetssicherung/barrierefreiheit>

Tipps: Eine gute Übersicht zum Thema „Digitale Barrierefreiheit“ bietet das Projekt „Teilhabe 4.0“, das die BAG SELBSTHILFE zusammen mit dem Forschungsinstitut Technologie und Behinderung und der Evangelischen Stiftung Volmarstein umsetzt, und das zum Ziel hat, digitale Barrierefreiheit ins Bewusstsein von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen zu bringen: www.teilhabe40.de.

2.3. Datenschutz

Für die Erhebung, die Verarbeitung, die Nutzung, die Weitergabe und das Löschen von personenbezogenen Daten bestehen Regelungen, die sich in der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO), im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und in den Datenschutzgesetzen der Bundesländer finden.

Für den Versand von Newslettern müssen unterschiedliche Voraussetzungen erfüllt sein:

- **Anmeldung zum Newsletter:**

Um sich rechtmäßig für einen Newsletter anzumelden, benötigt es ein sogenanntes „Opt-in“-Verfahren. Der oder die Empfänger*in muss dabei aktiv in die Verarbeitung seiner Daten einwilligen - zum Beispiel durch das Setzen eines Häkchens. Die



Einwilligung kann durch die Integrierung eines Anmeldeformulars auf der Homepage des Verbands erfolgen oder auch über die Bitte, eine E-Mail mit einer persönlichen Newsletter-Anmeldung an den Verband zu senden. Einen Schritt weiter geht das sogenannte „Double-Opt-in“. Bei dieser Variante erfolgt die Aufnahme in den Newsletter-Verteiler erst, nachdem der oder die Empfänger*in auf eine E-Mail reagiert. So wird sichergestellt, dass die richtige Person den Newsletter empfängt.

Bei Verbandsmitgliedern ist nicht zwingend eine Anmeldung zum Newsletter notwendig. Hier reicht ein Hinweis, dass der Newsletter versendet wird, weil man Mitglied des Verbandes ist. Die Empfänger*innen müssen sich jedoch jederzeit vom Newsletter abmelden können.

- **Abmeldung vom Newsletter**

Jeder einzelne Newsletter muss die Möglichkeit bieten, sich abzumelden. Dies kann in Form eines sogenannten „Opt-out“ geschehen, also der Möglichkeit der Datenverarbeitung über einen Abmeldelink aktiv zu widersprechen, oder über eine E-Mail-Adresse, an die eine Abmeldung adressiert werden kann.

- **Datenverarbeitung**

Für einen Newsletter sollten so wenig personenbezogene Daten wie möglich gesammelt werden. Ohne persönliche Ansprache reicht das Speichern der E-Mail-Adresse aus. Für einen personalisierten Newsletter-Versand kann zusätzlich die Ansprache (Herr/Frau) sowie der Vor- und Zuname erhoben werden.

Die Server, auf denen die personenbezogenen Daten gespeichert werden, sollten in Europa und bestenfalls in Deutschland stehen. Eine Weitergabe der Daten an Dritte muss in jedem Fall ausgeschlossen sein. Sollten sich Empfänger*innen abmelden und der Datenverarbeitung zum Zwecke des E-Mail-Versands widersprechen, so müssen die Daten endgültig und unwiederbringlich gelöscht werden. Sie dürfen nicht für andere Zwecke verwendet werden.



Werden statistische Daten erhoben - etwa die Klickrate oder die verwendeten Endgeräte - so sollte im Newsletter darauf hingewiesen werden.

Weitere Informationen zum Datenschutz von Newslettern finden sich zum Beispiel unter:

- <https://www.datenschutz.org/newsletter/>
- <https://www.mein-datenschutzbeauftragter.de/datenschutz-fuer-newsletter-und-e-mail-marketing/>

3. Grafische Gestaltung

Neben der inhaltlichen und textlichen Ausgestaltung lebt ein Newsletter von grafischen Elementen wie Farben, Bildern und Grafiken. Diese Darstellung sollte wohlüberlegt sein. Eine gelungene Newsletter-Gestaltung erzeugt nicht nur Aufmerksamkeit, lenkt den Blick auf Wesentliches und unterstützt den Lesefluss, sie fügt sich optisch auch in das Erscheinungsbild des gesamten Verbandes.

Dafür sind die folgenden Elemente wichtig:

3.1. Wiedererkennung

Der Newsletter sollte unbedingt an das bestehende Corporate Design (Erscheinungsbild des Verbandes) angepasst werden und bekannte grafische Elemente aufgreifen. Dazu gehören das Logo, Primär- und Akzentfarben. Aber auch die Typographie (also die standardmäßig verwendete Schriftart), und die Bildauswahl und -sprache des Verbandes sowie die passenden grafischen Elemente.

Tipp: Das Corporate Design ist Teil der Corporate Identity eines Verbandes. Hierzu wurde im Projekt „Selbsthilfe der Zukunft“ die Arbeitshilfe „Soziale Medien: Corporate Identity im Selbsthilfeverband“ erstellt. Sie befasst sich mit der Frage, wie ein Selbsthilfeverband sein Profil schärfen und Wiedererkennungswerte schaffen kann. Die Arbeitshilfe ist unter dem folgendem Link abrufbar: <https://www.bag->



selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Selbsthilfe_in_den_sozialen_Medien/Arbeitshilfe_Corporate_Identity_im_Selbsthilfeverband.pdf

3.2. Bilder

Die Bilder sollten sich gut in das Newsletter-Design einfügen. Sie sollten nicht überladen sein und im passenden Kontext zum Text stehen. Unterschiedliche Bildformate, die sich gut in den Text einfügen, erzeugen ein harmonisches Gesamtbild. Das Text-Bild-Verhältnis sollte in etwa 3:1 betragen. Im Sinne der Barrierefreiheit sollte zu jedem Bild ein Alternativtext hinterlegt werden. Wichtig für den Versand des Newsletters ist die Dateigröße der Bilder. Diese sollte möglichst klein sein, damit der Newsletter nicht durch die Größenbegrenzungen von E-Mail-Clients rausgefiltert werden. Achten Sie darauf, dass Ihre Bilder auf keinen Fall größer als 1 MB sind. Optimal sind 100 kB oder weniger pro Bild. Hierfür kann bei der Auflösung der Bilder zum Beispiel die Option „Speichern fürs Web“ gewählt werden. Die Größe der Bilder wird dann automatisch auf die passende Auflösung reduziert.

Grafiken und Stockfotos gibt es lizenzfrei unter anderem über <https://pixabay.com/de/> oder über <https://unsplash.com/>. Werden Fotografien oder Grafiken aus dem verbandlichen oder privaten Bereich verwendet, müssen Persönlichkeitsrechte, Lizenz- oder Nutzungsbedingungen vorab geklärt werden.

Beim Erstellen von visuellen Inhalten hilft die Grafikdesign-Plattform „Canva“. Die Software beinhaltet Vorlagen für Banner, „Share Pics“, Logos und vielem mehr, die Nutzer*innen anpassen und zumeist frei verwenden können. Für Non-Profit-Unternehmen gibt es eine kostenlose Version: https://www.canva.com/de_de/canva-fuer-non-profit-organisation/.



3.3. Aufbau

Der Newsletter sollte wiederkehrende Elemente wie einen „Header“, also einen Kopfbereich, und einen „Footer“, also einen Fußbereich oder eine Fußzeile, enthalten.

Der Header dient zur Wiedererkennbarkeit und Orientierung, so dass Empfänger*innen den Newsletter auf einen Blick dem jeweiligen Verband zuordnen kann.

Pflichtelemente, die hierfür eingebaut werden sollten, sind:

- Das Verbandslogo
- Die Headline, zum Beispiel „Newsletter des Verbandes XY“
- Eine eindeutige Einordnung beziehungsweise ein Betreff wie „Rückblick März 2021“
- Optional ein wiederkehrendes Bild oder eine Grafik, die auch an aktuelle Gegebenheiten wie Weihnachten oder Aktionstage wie den „Tag der seltenen Erkrankungen“ angepasst werden können.

Im Footer befindet sich in der Regel das Impressum und der Abmeldelink für den Newsletter. Darüber hinaus können weiterführende Informationen und Service-Elemente eingebaut werden. Folgende Informationen können hier z.B. ihren Platz finden:

- Links zu Social-Media-Profilen
- Hinweise auf AGB, Datenschutz oder Nutzungshinweise
- Hinweise auf Siegel und Auszeichnungen
- Servicehinweise zu Bürozeiten oder Links zu FAQs
- Kontaktmöglichkeiten (zum Verband oder auch zum/zur Newsletter-Verantwortlichen)
- Download-Links für Apps
- Bitte um Hinweise und Anregungen zum Newsletter



3.4. Umfang der Meldungen und Links

Meldungen im Newsletter werden in der Regel kurzgehalten. Im besten Fall werden die Meldungen über sogenannte „Teaser“ angerissen, die zum Weiterlesen, -hören, -sehen, -klicken verleiten und auf die entsprechenden Inhalte verlinken, wo der Nutzer dann die detaillierten Informationen, Videos, Podcasts o.ä. findet. So bleibt der Newsletter kurz und prägnant und generiert gleichzeitig „Traffic“ also Zugriffe von Besuchern, auf den Plattformen und Kanälen des Verbands.

Die Meldungen sollten die wichtigsten Informationen und gegebenenfalls ein passendes Bild enthalten. Der Link sollte klar als solcher erkennbar sein - zum Beispiel durch einen „Call-to-Action“-Button, also eine vom Text getrennte, visuelle, klickbare Fläche, die auf die Zielseite verlinkt.

- Beispiel: 

Alternativ können Links auch bestimmte Wörter oder Textpassagen umfassen und zum Beispiel durch eine Unterstreichung, eine farbliche Kennung und sprachlich hervorgehoben werden.

- Beispiel: Weitere Informationen zum Thema Gleichstellung finden Sie auf der [Homepage der BAG SELBSTHILFE](#).

4. Redaktionsplan und Autoren

Um den Newsletter inhaltlich besser planbar zu machen, sind Redaktions- und Themenpläne hilfreich. Hier reicht es aus, die geplanten Themen stichpunktartig festzuhalten und gegebenenfalls zu ergänzen, worauf Bezug genommen werden soll (zum Beispiel Verbandsdienst vom xx.xx.2021). Themen lassen sich so einfacher im Blick behalten oder verschieben - zum Beispiel für den Fall, dass sie zeitlich nicht mehr passen (zum Beispiel, weil sich der Start eines Projekts verzögert). Der Redaktionsplan sollte immer aktuell gehalten und in der aktuellsten Version für alle beteiligten Personen zugänglich sein (zum Beispiel durch das Speichern in einer Cloud).

Für die Redaktion des Newsletters empfiehlt es sich, eine Person oder auch ein kleines Team als Verantwortliche zu benennen. Da die Themenplanung und die Umsetzung einige Zeit in Anspruch nehmen, sollte es sich um Personen handeln, die die entsprechende Zeit regelmäßig aufbringen können. So wird auch eine Einheitlichkeit in Wort- und Bildsprache erreicht, die für einen qualitativ hochwertigen Newsletter entscheidend sind.

Zu guter Letzt muss die E-Mail-Adresse, von der der Newsletter versendet werden soll, festgelegt werden. Dies sollte nicht jedes Mal wechseln. Aus diesem Grund bietet es sich an, eine allgemeingültige E-Mail-Adresse wie „Newsletter@...“ oder „Info@...“ zu verwenden. Wichtig: Die Adresse muss direkt dem Verband zuzuordnen sein

5. Newsletter- Checkliste

Vorbereitung		
Zielgruppendefinition	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlicher „Info-Newsletter“? • Verbandsinterner Newsletter? • Zielgruppenspezifischer Newsletter? 	<input type="checkbox"/>
Frequenz	<ul style="list-style-type: none"> • Wöchentlich? • Monatlich? • Vierteljährlich? • Öfter? <p>→ Was ist zu gewährleisten und realistisch?</p> <p>→ Testweise sammeln aller möglicher Meldungen über einen bestimmten Zeitraum, um Frequenz zu bestimmen</p>	<input type="checkbox"/>
Konzept	<p>Wie möchte ich meine Themen präsentieren?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufteilung in bestimmte Themenschwerpunkte? • Priorisierte Sortierung? • Chronologische Auflistung? <p>→ Andere Möglichkeiten?</p>	<input type="checkbox"/>
Technische Umsetzung		
Wahl des Tools	<ul style="list-style-type: none"> • CMS-Erweiterung? • Newsletter-Tool? • E-Mail-Versand? 	<input type="checkbox"/>

	→ Abwägung von Kosten und Nutzen erforderlich	
Barrierefreiheit	<p>Können wir mit dem gewählten Tool umfangreiche digitale Barrierefreiheit gewährleisten?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattformunabhängige Lesbarkeit gewährleistet (HTML und CSS)? • Nutzen wir eine leicht verständliche Sprache? • Können die Inhalte durch einen Screenreader gelesen werden? • Sind die Bilder mit Alternativtexten versehen? • Sind Schriftgröße und Kontraste ausreichend? 	<input type="checkbox"/>
Datenschutz	<ul style="list-style-type: none"> • Wie setzen wir die Anmeldung zum Newsletter um? • Wie die Abmeldung? • Welche Daten verarbeiten wir? • Sind die Daten der Nutzer*innen sicher? 	<input type="checkbox"/>
Grafische Gestaltung		
Wiedererkennung	<p>Verwenden wir das Corporate Design des Verbandes?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo • Primär- und Akzentfarben • Typographie • Bildsprache • Grafische wiederkehrende Elemente (wie Maskottchen etc.) 	<input type="checkbox"/>
Bilderauswahl	<ul style="list-style-type: none"> • Möchten wir Bilder im Newsletter einsetzen? • Wenn ja, was wollen wir mit diesen aussagen? • Wo erhalten wir passendes Bildmaterial? • Sind die Bilder in einer passenden Form (Seitenverhältnis, Dateigröße) aufbereitet? 	<input type="checkbox"/>
Aufbau	<p>Erstellung der wiederkehrenden Elemente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Header: <ul style="list-style-type: none"> • Verbandslogo • Headline • Betreff • Bild/Grafik (optional) • Footer: <ul style="list-style-type: none"> • Impressum • AGB, Datenschutz- und Nutzungshinweise • Links zu Social-Media-Kanälen • Servicehinweise, Kontaktmöglichkeiten • Downloadlinks für Apps etc. 	<input type="checkbox"/>

Umfang und Links	<ul style="list-style-type: none"> • Wie formulieren wir gute Teaser-Texte, die die Leser*innen animieren, Inhalte anzuklicken und sich mit einem Thema weiter zu beschäftigen? • Wie möchten wir Verlinkungen einsetzen? 	<input type="checkbox"/>
Redaktionsplan und Autoren	<ul style="list-style-type: none"> • Festlegen der/des Newsletter-Verantwortlichen • Erstellen eines Redaktionsplans, auf den alle mitarbeitenden Redakteur*innen Zugriff haben • Festlegen einer Absender-E-Mail-Adresse 	<input type="checkbox"/>