

Öfter mal was Neues

Ein Newsletter rundet eine Website ab und erinnert Besucher daran, wieder einmal vorbeizuschauen. Zudem können Sie sogar Geld damit verdienen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihren Newsletter realisieren.



Gründe für einen eigenen Newsletter gibt es viele: Vereine können Termine und Festivitäten bekannt geben – oder ausstehende Beiträge anmahnen. Als Firma können Sie Kunden und Interessenten über neue Produkte informieren, und der Online-Shop preist aktuelle Sonderangebote an. So erreichen Sie Surfer, die Ihre Website länger nicht mehr besucht haben und animieren sie, die Homepage wieder einmal aufzurufen. Zudem: Mit Partnerprogrammen oder Links auf Banner-Webseiten können Sie selbst mit Ihrem privaten Newsletter Geld verdienen – kein Vermögen, aber immerhin.

Wie realisieren Sie nun einen Newsletter? Dazu ist eine Definition hilfreich: Ein Newsletter ist eine Serien-E-Mail an viele Empfänger. Diesen Newsletter bestellen – oder stoppen – Interessenten auf einer Webseite in einem Formular oder mit einer E-Mail. In unserem folgenden Workshop lernen Sie alle Schritte kennen, um einen eigenen Newsletter aufzubauen. Wir zeigen Ih-

nen die Grundlagen für Newsletter, zum Beispiel zum E-Mail-Format oder wie Sie das Bestellformular in Ihre Homepage einbauen. Zudem stellen wir Tools und Webservices vor, mit denen Sie die E-Mail-Adressen verwalten und den Newsletter verschicken. Darüber hinaus versorgen wir Sie mit Ideen für den Inhalt Ihres Newsletter, mit denen Sie Geld verdienen können.

Feste Elemente im Newsletter

Einige Elemente sollten in keinem Newsletter fehlen. So stellen Sie sicher, dass die E-Mail auch ihren Zweck erfüllt und nicht mehr stört als nutzt.

Gerade wenn Sie regelmäßig, etwa monatlich oder öfter einen Newsletter verschicken, ist ein fester Aufbau gefragt: Einleitung, Inhaltsangabe, mehrere News und Abschluss sollten klar erkennbar sein. Trennen Sie die Elemente beispielsweise mit einer Zeile aus Minuszeichen. So erleichtern Sie es den Empfängern, die E-Mail schnell zu überblicken und die interessanten Teile herauszupicken.

! Info Links Tipp

Newsletter im Web

Eine ganze Reihe von Anbietern übernimmt kostenlos Verwaltung und Versand Ihres Newsletters. Meistens gibt es gegen eine geringe Gebühr die Option, den Newsletter ohne Werbeeinblendung zu verschicken.

Adservant: www.adservant.de

AmTecc: www.amtecc.de

BlueNet Design:

www.bluenetdesign.de

Free Letters: www.free-letters.de

Free Lists: www.freelists.org (englisch)

Newsletterboy:

www.newsletterboy.de

WebZubehoer:

www.webzubehoer.com

Weiterführende Informationen über Newsletter, die Technik und inhaltliche Gestaltung finden Sie bei der folgende Adresse

NewsletterBerater:

www.newsletterberater.de

An das Ende des Newsletters gehören einige feste Angaben. Ein Hinweis, wie man den Newsletter abbestellen oder an eine andere E-Mail-Adresse schicken kann, darf auf keinen Fall fehlen. Welche Methode Sie hier verwenden, hängt davon ab, wie Sie den Newsletter versenden. Mehr dazu erfahren Sie in den Absätzen *Der Letterman* und *Online-Services*.

Genauso wichtig ist es, den Urheber der E-Mail anzugeben. Fügen Sie mindestens die URL Ihrer Homepage und eine E-Mail-Adresse ein. Bei Firmen sind die bei Geschäftsbriefen vorgeschriebenen Angaben angebracht.

Direkt auf der Webseite geben Sie den Text des Newsletter ein und verschicken ihn an alle Empfänger.



Online-Services

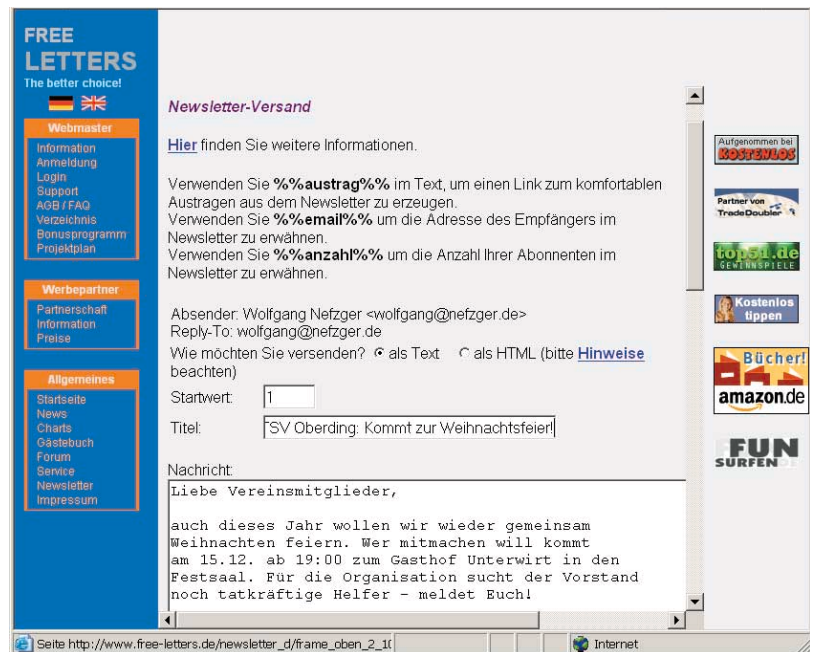
Wie funktioniert Ihr Newsletter nun? Wie sammeln und verwalten Sie die Adressen, wie stellen Sie den Newsletter zusammen und versenden ihn an die Empfänger? Die Grundidee ist einfach: Sie verschicken eine E-Mail an mehrere Empfänger. Im Grunde reicht dazu ein E-Mail-Programm wie Outlook, das E-Mail-Adressen zu Gruppen zusammenfassen kann.

Es geht auch bequemer – für Sie und für die Empfänger des Newsletters: Webservices übernehmen die Verwaltung und die Abwicklung. Und das meistens sogar kostenlos – lediglich mit einer kleinen Werbebotschaft als Gegenleistung. Es gibt eine ganze Reihe solcher Online-Services, der Kasten auf Seite 76 listet etliche Adressen auf.

Als Beispiel haben wir den deutschen Service Free Letters (www.free-letters.de) herausgegriffen. Er bietet viele Optionen, zudem ist die werbefreie Variante günstig.

Nach der Online-Anmeldung präsentiert Free Letters sofort den HTML-Code zum Bestellen des Newsletters, den Sie in Ihre Webseite einbauen.

Der HTML-Code von Free Letters erzeugt dieses Formular.



Zuerst melden Sie sich auf der Homepage an und wählen einen Benutzernamen samt Passwort. Nach wenigen Sekunden präsentiert Free Letters eine Antwortseite mit dem HTML-Code, den Sie in Ihre Webseite einbauen. Der Code produziert ein kleines Formular: Ein Eingabefeld für die E-Mail-Adresse, zwei Optionen zum Bestellen und Abbestellen und einen Button zum Absenden – fertig. Mit ein wenig HTML-Erfahrung passen Sie das Formular an das Design Ihrer Webseiten an.

Im Login-Bereich von Free Letters finden Sie die Versandoptionen des Newsletters sowie die Liste mit E-Mail-Adressen. Hinzu kommen die Verwaltung und Download der gesammelten E-Mail-Adressen als Backup und viele weitere Details. Nur mit Benutzerkennung und Passwort haben Sie hier Zugriff. Die meisten Optionen sind selbstklärend, ansonsten helfen die Erläuterungen von Free Letters weiter.

Eine pfiffige Option gibt es leider nur noch bis Dezember kostenlos. Mit dem Menüpunkt *Konfiguration/ Spamschutz/ Benachrichtigungen* vermeiden Sie falsche Empfänger. Denn jeder kann ja eine beliebige E-Mail-Adresse in

das Webformular eintragen. Nicht so mit dieser Option: Free Letters sendet eine Bestätigungs-Mail an die angegebene Adresse, in der ein Link eingebettet ist. Erst wenn der Empfänger diesen Link anklickt und die zugehörige Webseite aufruft, ist der Eintrag in die Adressliste gültig oder wird gelöscht. Dieser Dienst ist nur noch bis Dezember kostenlos, danach soll er 0,5 Euro pro Monat kosten.

Versandfertig machen

Der Versand eines Newsletter erfolgt über den gleichnamigen Menüpunkt der Webseite. Zunächst ist eine wichtige Entscheidung zu treffen: Wollen Sie Text- oder HTML-formatierte E-Mails versenden? Über die Vor- und Nachteile informiert Sie der Kasten *HTML oder Text?* auf Seite 78.

Das Feld *Startwert* steuert ab welchem Eintrag in der Adressliste die Zustellung beginnt. 1 ist der normale Wert. Bei *Titel* tragen Sie den Text ein, der später in der Betreffzeile des E-Mail-Programms erscheint. Geben Sie einen regelmäßigen Newsletter heraus, sollten Sie immer denselben Text mit einer laufenden Nummerierung oder Datumsangabe wählen. Ein Beispiel wäre etwa *TSV Garching: Dezember 2001* oder *Whisky-Shop Müller – Sonderangebote für Weihnachten*. Schon am Titel sollten die Empfänger sofort erkennen, um welche Art von E-Mail es sich handelt.

Ich möchte mich

☒ eintragen
 ☐ austragen

Meine e-Mail lautet:

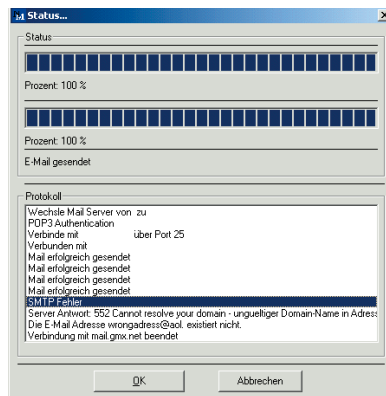
Das Feld *Nachricht* nimmt den Text des Newsletter auf. Den Inhalt des Felds *Visitenkarte* legen Sie über den Menüpunkt *Konfiguration/ Newsletter* fest. Hier tragen Sie Texte ein, die Sie bei jedem Newsletter-Versand benutzen wollen: Ihre Homepage- und E-Mail-Adresse, einen Link, um den Newsletter abzumelden, etc.

Für den Link zum Abmelden kennt Free Letters ein Steuerzeichen: Setzen Sie die Zeichenfolge `%austrag%` in den Text ein, so erscheint im Newsletter die passende Adresse. Weitere Steuerzeichen gibt es für die Anzahl der Empfänger des Newsletters (`%anzahl%`) und für die individuelle E-Mail-Adresse des Empfängers (`%email%`). Wie bei Serienbriefen erreichen Sie so eine persönliche Anrede jedes einzelnen Empfängers.

Jetzt können Sie wählen zwischen *Sofort-Versand* oder *Schnell-Versand*. Der Sofortversand beginnt unmittelbar damit, die E-Mails abzuschicken, und zeigt den Fortschritt auf der Webseite an. Ab etwa 200 Empfängern kann dieses Verfahren aber etwas dauern. Besser ist dann der Schnellversand, der den Auftrag in einer Warteschlange speichert und später mit erhöhter Geschwindigkeit abwickelt. Als Vollzugsmeldung erhalten Sie dann eine E-Mail.

Der Letterman

Wenn Sie die Verwaltung des Newsletters und der E-Mail-Adressen nicht einem Anbieter überlassen wollen, bietet sich das kostenlose HomeP@ge-Maga-



zin-Tool Newsletter Maker 2.5 an. Das Programm erlaubt das automatische An- und Abmelden von Empfängern und kümmert sich selbst um den Versand der E-Mails. Die einzige Voraussetzung dafür ist eine eigene E-Mail-Adresse, die sich über POP3/ SMTP benutzen lässt. Das ist zum Beispiel bei kostenlosen GMX-Adressen (www.gmx.de) der Fall. Wer eine eigene Domain hat, kann meist selbst eine zusätzliche E-Mail-Adresse einrichten.

Um den Newsletter zu bestellen, schickt der Interessent eine E-Mail mit der Betreffzeile „SUBSCRIBE“ an die

POP3-Adresse. Um den Newsletter abzubestellen, lautet die Betreffzeile „UNSUBSCRIBE“. Das lässt sich leicht über zwei Formular-Buttons auf der Homepage realisieren. Unter www.newsletter-maker.de finden Sie einen Online-Generator für den nötigen HTML-Code.

Das Tool Newsletter Maker verwaltet automatisch einen Newsletter – hier der Dialog, um einzelne E-Mails zu versenden.

Newsletter Maker holt sich die E-Mails von der POP3-Adresse. Den Absender der E-Mails mit dem Betreff *SUBSCRIBE* fügt es in die Verteilerliste ein, bei *UNSUBSCRIBE* löscht es einen vorhandenen Eintrag. Newsletter Maker kann auch eine Bestätigungs-Mail versenden, bevor er einen Eintrag vornimmt oder ihn löscht. Sie können die Adressliste auch von Hand bearbeiten.

Den Newsletter tippen Sie mit einem einfachen Editor ein oder importieren eine fertige Textdatei. Dabei stehen Ihnen fünf Variablen zur Verfügung: Datum und Zeit einfügen, Anzahl der Empfänger, Name und E-Mail-Adresse des Empfängers.



Der einzige Knackpunkt der aktuellen Version: Das Tool kann nur Text-E-Mails verschicken. Die nächste Version 3.0 behebt (unter anderem) diesen Mangel. Sie steht unter www.newslettermaker.de als Betaversion zur Verfügung.

Wolfgang Nefzger/ pa ■

HTML oder Text?

Traditionell bestehen E-Mails nur aus Text ohne zusätzliche Elemente. Mit HTML können Sie auch Bilder einfügen.

Praktisch alle modernen E-Mail-Programme wie Outlook (Express), Netscape Messenger und auch Pegasus Mail verarbeiten auch HTML-formatierte E-Mails. Diese E-Mails enthalten HTML-Befehle, mit denen Sie Schriftart, -farbe und -größe beeinflussen oder Hyperlinks und Bilder einbauen. Beide Methoden haben ihre Vor- und Nachteile. Text-E-Mails sind klein und praktisch auf allen webtauglichen Geräten vom Organizer bis zum Browser-Dienst a la GMX lesbar. Der Ausdruck ist kein Problem, Text-Mails lassen sich im E-Mail-Programm auch leicht nach Stichwörtern durchsuchen. Viele E-Mail-

Programme stellen Web- und E-Mail-Adressen (zum Beispiel <http://www.firma.de>) ohne weitere Formatierung als anklickbare Links dar und starten den Browser. Auf der anderen Seite gibt es außer dem Zeilenumbruch



Nicht immer zeigen E-Mail-Programme HTML-formatierte E-Mails sauber an.

und Trennlinien aus Minuszeichen kaum Gestaltungsmöglichkeiten.

HTML-formatierte Mails sind deutlich größer und brauchen länger zur Übertragung. Dafür stehen viele Optionen bereit, um die Mail zu formatieren – sogar einfache Navigationsleisten mit internen Hyperlinks als Inhaltsverzeichnis lassen sich einbauen. Auch Bilder, Hintergrundfarben und -bilder (in Layout-Tabellen) sind machbar. Das Problem: Die E-Mails werden meistens nur auf PCs korrekt angezeigt, bei Organizern und Handys erhält der Empfänger nur Zeichensalat (HTML-Code). Und nicht alle E-Mail-Programme zeigen diese Mails sauber an (siehe Bild). Bauen Sie Bilder ein, müssen Sie zudem die Bilddateien auf Ihrem Web-Server speichern – das erhöht den Verwaltungsaufwand.