

Strategien für erfolgreiche Newsletter

Fünf Erfolgsfaktoren für kleine Medienhäuser.
Wie redaktionelle Newsletter für mehr Reichweite,
Interaktion und Umsatz sorgen.



Sich allein auf Social Media oder Google für Reichweite zu verlassen, ist riskant. Die Entwicklung von X hat gezeigt, wie schnell eine Plattform unbrauchbar werden kann. Während Social-Media- und Google-Algorithmen die Sichtbarkeit unberechenbar machen, bieten Newsletter einen direkten und kontrollierten Kommunikationskanal zu den Leserinnen und Lesern. Doch wie setzt man sie strategisch ein? Welche Formate funktionieren? Und wie lässt sich eine treue Community aufbauen? Fünf bewährte Erfolgsstrategien zeigen, worauf es ankommt.

1 | Persönlicher Stil statt Massenmails

Ein guter Newsletter fühlt sich an wie eine persönliche Nachricht – nicht wie eine anonyme Massenmail. Lesende wollen keine austauschbaren Texte, sondern eine klare, unverwechselbare Stimme, die sie durch Themen führt. Ein persön-

← **Reto Vogt, Digitalexperte:**
„Auch Beständigkeit ist entscheidend: Einmal gewonnene Abonnierende bleiben eher dabei, wenn sie wissen, was sie erwartet.“



SERVICE

Vier erfolgreiche Newsletter-Beispiele

„Morning Brew“ – beeindruckendes organisches Wachstum

Das Wirtschafts-Newsletter-Startup wuchs in anderthalb Jahren durch ein Empfehlungsprogramm von 100.000 auf 1,5 Millionen Abonnierende.

Wer Freunde wirbt, erhält exklusive Inhalte oder kleine Goodies. Im Februar 2025 erwarb Axel Springer die Mehrheit.

„Social Media Watchblog“ – preisgekrönt und ökonomisch erfolgreich

Zweimal wöchentlich fassen zwei Journalisten die wichtigsten Nachrichten und Debatten rund um Social Media, Technologie und KI zusammen. Abonnierende erhalten neben dem Newsletter auch Zugang zu einer exklusiven Slack-Gruppe.

„Inside IT“ – erfolgreich in der Nische

Themenspezifische Newsletter zu E-Government, IT-Security oder Künstliche Intelligenz ermöglichen es den Lesenden, gezielt Informationen aus ihren Interessensgebieten zu erhalten. Die Segmentierung trägt zur hohen Relevanz und Leserbindung bei.

„Bajour“ – starke Community, hohes Engagement

Das „Basel Briefing“ erzielt mit lokaler Verankerung und einer stark eingebundenen Leserschaft eine Öffnungsrate von 60 Prozent. Durch gezielte Community-Interaktion, persönliche Ansprache und relevante Inhalte hat sich der Newsletter in der Region etabliert.

licher Stil schafft Vertrauen und hebt den Newsletter von generischen Mailings ab. Dabei geht es nicht nur um den Tonfall, sondern auch um Haltung: Wer Meinung zeigt, Einblicke gibt und nahbar bleibt, baut eine stärkere Bindung zur Leserschaft auf. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist Storytelling. Statt nur Links und Nachrichten zu listen, funktioniert ein guter Newsletter wie eine kurze Erzählung: ein spannender Einstieg, eine klare Entwicklung und eine persönliche Einordnung. So bekommen Lesende nicht nur Informationen, sondern auch Kontext und Relevanz vermittelt. Journalistinnen und Journalisten, die Anekdoten, Beobachtungen oder Hintergründe aus ihrer Arbeit teilen, erzeugen Nähe und machen Inhalte greifbarer. Auch Beständigkeit ist entscheidend: Einmal gewonnene Abonnierende bleiben eher dabei, wenn sie wissen, was sie erwartet. Wer seinen Stil und seine Tonalität über Zeit konsistent hält, wird als feste Größe im Postfach wahrgenommen.

2 | Clever clustern: Fokus auf die Nische

Wer alle erreichen will, erreicht am Ende niemanden – das gilt besonders für Newsletter. Statt ein breites Themenspektrum abzudecken, das schnell beliebig wirkt, sollten Redaktionen einen spitzen Fokus setzen oder zusätzliche Themen-Newsletter anbieten, um eine spezifische Zielgruppe anzusprechen.

Erfolgreiche Newsletter entwickeln sich mit ihrer Leserschaft weiter. Mit Hilfe von Analytics lässt sich herausfinden, welche Themen besonders gut ankommen. Aber: Nicht jeder Klick oder jede Öffnungsrate sollte die inhaltliche Richtung bestimmen.

3 | Zielgruppen aufbauen und binden

Die erfolgreichsten Formate binden ihre Leserinnen und Leser aktiv ein. Das gelingt durch gezielte Interaktion, sei es mit Fragen am Ende einer Ausgabe, Umfragen zu relevanten Themen oder direkten Auf-

rufen zur Beteiligung. Wer auf Kommentare eingeht, stärkt nicht nur die Leserbindung, sondern schafft auch das Gefühl, dass der Newsletter mehr ist als nur eine Info-Mail.

Treue Leserinnen und Leser sollten zudem nicht als selbstverständlich angesehen werden – sie verdienen besondere Aufmerksamkeit. Exklusive Angebote, wie Einladungen zu Veranstaltungen, Bonus-Inhalte oder frühzeitige Zugänge zu Artikeln, machen den Newsletter für langjährige Abonnierende noch wertvoller. Wer zudem Call-to-Actions bewusst einsetzt, kann das Wachstum weiter steigern. Ein Hinweis wie „Wenn Ihnen diese Ausgabe gefallen hat, empfehlen Sie uns weiter!“ kann mehr bewirken als klassische Werbemaßnahmen. Wenn die Abonentengewinnung belohnt wird, funktioniert das sogar noch besser.

4 | Möglichkeiten zur Monetarisierung

Ein Abo-Modell bietet eine direkte Finanzierungsmöglichkeit. Leserinnen und Leser erhalten exklusive Inhalte gegen Bezahlung, entweder über ein reines Paywall-Modell oder als Freemium-Variante, bei der ein Teil des Newsletters kostenlos bleibt. Allerdings muss die Balance stimmen, damit der kostenlose Teil genug Wert bietet, um neue Abonnierende zu gewinnen.

Werbung muss dezent integriert werden. Sponsoring oder Native Ads funktionieren besonders gut, wenn sie thematisch relevant sind und in den redaktionellen Kontext passen. Entscheidend ist, dass Werbung nicht das Leseerlebnis stört oder die Glaubwürdigkeit beeinträchtigt. Eine Alternative sind Affiliate-Partnerschaften, bei denen Produkte oder Dienstleistungen empfohlen werden, die für die Zielgruppe tatsächlich relevant sind.

5 | Automatisierung und Effizienz

Ein guter Newsletter muss nicht zum Zeitfresser werden – mit den richtigen Tools lassen sich viele Prozesse effizient



„Ein Versand zur stets gleichen Zeit ist besser als stetige Optimierung. Stichwort: Gewöhnungseffekt.“

Reto Vogt, Digitalexperte

gestalten. Begrüßung, Follow-ups oder Reaktivierungskampagnen lassen sich automatisieren. Eine modulare Newsletter-Struktur mit Vorlagen und Bausteinen sorgt zudem dafür, dass sich Inhalte schnell zusammenstellen lassen, ohne jedes Mal von Grund auf neu zu beginnen.

Zeit sparen lässt sich auch bei den Inhalten: Wenn Redaktionen nicht die Kapazität haben, alles selbst zu schreiben, kann das Kuratieren relevanter Inhalte eine Lösung sein. Durch Leseempfehlungen und Verweise auf andere Medien entsteht für die Leserinnen und Leser ein wertvoller Überblick.

Nicht automatisieren lässt sich die Pflege der Adressdaten. Die Pflege der Datenbank kann ein entscheidender Mosaikstein zum Erfolg sein – ebenso die regelmäßige Kon-

trolle der Bounces (nicht zugestellte Mails) und der Out-of-Office-Meldungen. Diese verraten wichtige Details, etwa wenn jemand den Arbeitgeber verlässt und wer dessen Nachfolger wird. Ein nützliches Tool ist Clay (clay.com). Dafür ein Budget einzuplanen, lohnt sich.

Bonus: Die richtige Technologie hilft

Newsletter-Plattformen wie Mailchimp, Brevo oder Substack bieten unterschiedliche Features für Redaktion, Versand und Monetarisierung. Viele setzen weiterhin auf den Marktführer Mailchimp, der jedoch seit der Übernahme durch Intuit eher durch Preiserhöhungen als durch Innovationen auffällt. Wer moderne Alternativen wählt, kann langfristig profitieren.

Analyse- und Tracking-Funktionen sind essenziell, um den Newsletter kontinuierlich zu optimieren. Öffnungsraten, Klickverhalten und Engagement-Daten zeigen, welche Inhalte gut funktionieren und wo Potenzial für Anpassungen besteht. A/B-Tests helfen dabei, Betreffzeilen oder Versandzeiten gezielt zu verbessern. Wobei ein Versand zur stets gleichen Zeit besser ist als stetige Optimierung. Stichwort: Gewöhnungseffekt.

RETO VOGT

ist Studienleiter Digitale Medien und KI an der Schweizer Aus- und Weiterbildungsstätte MAZ

FÜR ENTSCHEIDER, DIE NICHT NUR STEUERN, SONDERN PRÄGEN.

Zukunft gestalten.
Werte schaffen.
Wandel meistern.

Drei Ziele, eine Lösung.



Der Spezialist für Medienhäuser



Mehr Info und viele weitere spannende Vorträge auf dem **MEDIENFORUM 25**. Anmeldung: www.jjk.de/medienforum-25/

