rapidmail



Originelle Newsletter-Namen finden: So geht’s

In nur 5 Schritten zum überzeugenden Newsletter-Titel

2024

Guide

rapidfacts:



Was ist der Name eines Newsletters?

Der Name eines Newsletters ist sozusagen sein Aushängeschild – er sorgt dafür, dass der Newsletter leicht identifizierbar ist und verleiht ihm ein spezielles Branding. Dabei können verschiedene Komponenten als Newsletter-Name gewertet werden. Einerseits kann der Newsletter mit einer spezifischen Benennung beworben werden, beispielsweise im Newsletter-Anmeldeformular, auf der Unternehmenswebsite, im Onlineshop oder in den sozialen Medien. Andererseits können auch die Absenderadresse, die Betreffzeile, der Preheader und die Überschriften im Mailing als Newsletter-Titel bzw. -Namen verstanden werden, weil sie dem Newsletter einen Wiedererkennungswert verleihen.



Warum ist ein Newsletter-Name wichtig?

Ein gleichbleibender, einprägsamer und zum Unternehmen passender Name erhöht den Wiedererkennungswert eines Newsletters und sorgt dafür, dass er sich von den Mailings der Mitbewerber im Postfach abhebt. Dadurch können die Neugier und das Interesse der Empfänger:innen geweckt werden. Ein kreativer Newsletter-Titel kann somit auch dazu beitragen, die Öffnungsrate des Newsletters zu steigern, die Klickzahlen zu erhöhen, Kund:innen zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden, ein positives Markenimage zu schaffen und den Umsatz anzukurbeln.

Inhalt

1. Gut vorbereitet ist halb gewonnen: die Rahmenbedingungen festlegen 4

2. Teamwork makes the dream work: Brainstorming mit Kolleg:innen..... 8

3. Sie müssen das Rad nicht neu erfinden: recherchieren & Inspiration finden... 11

4. Wer fragt, gewinnt: Meinungen Ihrer Kund:innen einholen..... 14

5. Ein bisschen Spaß muss sein: spielerisch werden..... 16

Fazit: Der finale Check Ihres neuen Newsletter-Titels..... 19

rapidmail

Kapitel 1

Gut vorbereitet ist halb gewonnen: die Rahmenbedingungen festlegen

1. Gut vorbereitet ist halb gewonnen: die Rahmenbedingungen festlegen

Der Name ist das Aushängeschild des Newsletters – er sollte also clever gewählt sein. Bevor Sie sich direkt ans Benennen machen, sollten Sie sich vorab Gedanken darüber machen, was der Name über den Newsletter, Sie als Versender:in und Ihr Unternehmen aussagen soll.

Beginnen Sie daher mit einer kleinen Bestandsaufnahme: Gehen Sie dazu folgende Fragen durch und notieren Sie sich kurz die Antworten. Diese können Sie in den folgenden Schritten unterstützen und helfen Ihnen dabei, Ihre Ziele zu visualisieren.

1. Wie heißt Ihr Unternehmen?



2. In welcher Branche sind Sie tätig?

3. Was ist Ihre Kernleistung bzw. Ihr Produkt?

4. Welche ist Ihre Zielgruppe?

5. Worum geht es in Ihrem Newsletter?

6. Wo möchten Sie den Namen Ihres Newsletters platzieren?

Soll der Newsletter-Name überall vorkommen, d. h. in den Mailings, auf Ihrer Website bzw. in Ihrem Onlineshop und in den (sozialen) Medien? Und möchten Sie den Namen auch als Absender, Betreffzeile oder Preheader einsetzen? In diesem Fall sollten Sie bedenken, dass Sie hier nur wenig Platz und eine begrenzte Zeichenzahl zur Verfügung haben, die der Newsletter-Name nicht überschreiten sollte, damit er den Empfänger:innen in voller Länge (und Pracht) angezeigt werden kann. ✨ Für den Betreff bedeutet das: Ihr Newsletter-Name sollte etwa 30-60 Zeichen umfassen. Beim Preheader haben Sie etwas mehr Spielraum und können Ihren Namen bis zu 80 Zeichen lang werden lassen.

rapidmail

Kapitel 2

Teamwork makes the dream work: Brainstorming mit Kolleg:innen

2. Teamwork makes the dream work: Brainstorming mit Kolleg:innen

Nachdem Sie nun die wichtigsten Rahmenbedingungen für Ihren Newsletter-Namen systematisiert haben, kann es mit der kreativen Arbeit losgehen! Um die Gedanken-Steine erstmal ins Rollen zu bringen, kann es hilfreich sein, sich mit Kolleg:innen zusammenzusetzen und gemeinsam zu brainstormen. 🧠

Hierbei muss gar nicht der finale Name gefunden werden, es geht vielmehr darum, einander inspirierende Impulse zu geben. Selbst wenn viele der anfänglichen Formulierungen wieder verworfen werden – die Chancen stehen gut, dass Sie hier eine Idee aufschnappen, die sich zu einem tollen Newsletter-Namen weiterentwickeln lässt.

Um der Kreativität Ihres Teams etwas auf die Sprünge zu helfen, können Sie verschiedene Techniken und Methoden nutzen:

- 💭 **Brainstorming bzw. Assoziationsübungen**: Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und schreiben Sie alles auf, was Ihnen zu einem Stichwort (z. B. der Name Ihres Unternehmens oder Ihres Produkts) oder einem Thema einfällt (z. B. das übergeordnete Thema Ihres Newsletters). Ihre Notizen müssen dabei keine Ordnung haben oder perfekt sein – konzentrieren Sie sich vorerst ganz auf Ihre Assoziationen. Nach Ablauf der Zeit können Sie die Ideen dann sortieren und anschließend mit Ihrem Team besprechen.
- ✏️ **Mindmaps**: Ähnlich wie beim Brainstorming sammeln Sie in einer Mindmap assoziierte Begriffe und Themen zu einem Kernthema. Sie gehen hier allerdings von Anfang an strukturierter vor und arbeiten sich von innen nach außen vor – d. h. von eng verwandten Begriffen zu immer abstrakteren Ideen.
- 🔤 **Die Alphabettechnik** – mal etwas ganz anderes: Schreiben Sie die 26 Buchstaben des Alphabets untereinander auf und überlegen Sie sich zu jedem Buchstaben ein Wort, das zu Ihrer Firma, den Werten und Zielen oder

einfach zum Newsletter und seinen Inhalten passt. Am Ende können Sie die Ergebnisse wieder im Team vergleichen – und bestimmt (ähnlich wie bei Stand-Land-Fluss) über teils abwegige Einfälle Ihrer Kolleg:innen schmunzeln.

🔄 **Die umgekehrte Fragestellung bzw. Kopfstandmethode**: Anstatt zu sagen, was man will, ist es manchmal leichter zu sagen, was man NICHT will. Das kann Ihnen natürlich auch bei der Namenssuche für Ihren Newsletter helfen. Fragen Sie sich daher nicht „Was wäre ein guter Name für unseren Newsletter?", sondern „Was wäre ein richtig schlechter?". Auf diese Art und Weise können Sie bereits einige Optionen ausschließen und nochmal Ihre Ansprüche und Erwartungen an den Newsletter-Namen schärfen.

🧐 **Die Analogietechnik**: Überlegen Sie sich, welche Merkmale Ihr Unternehmen und den Newsletter auszeichnen und schauen Sie, ob Ihnen andere Dinge einfallen, die ähnliche Eigenschaften haben – die also eine Analogie zu Ihrem Newsletter aufweisen, sei es auch nur im weitesten Sinne. Sammeln Sie in Ihrem internen Newsletter beispielsweise die wichtigsten Ereignisse der vergangenen Woche? Dann ist er praktisch ein Tagebuch, oder? Oder fassen Sie als Reiseveranstalter in Ihrem Newsletter tolle Reiseziele ins Auge? Dann könnte man Ihren Newsletter gut als Fernglas bezeichnen.

rapidmail

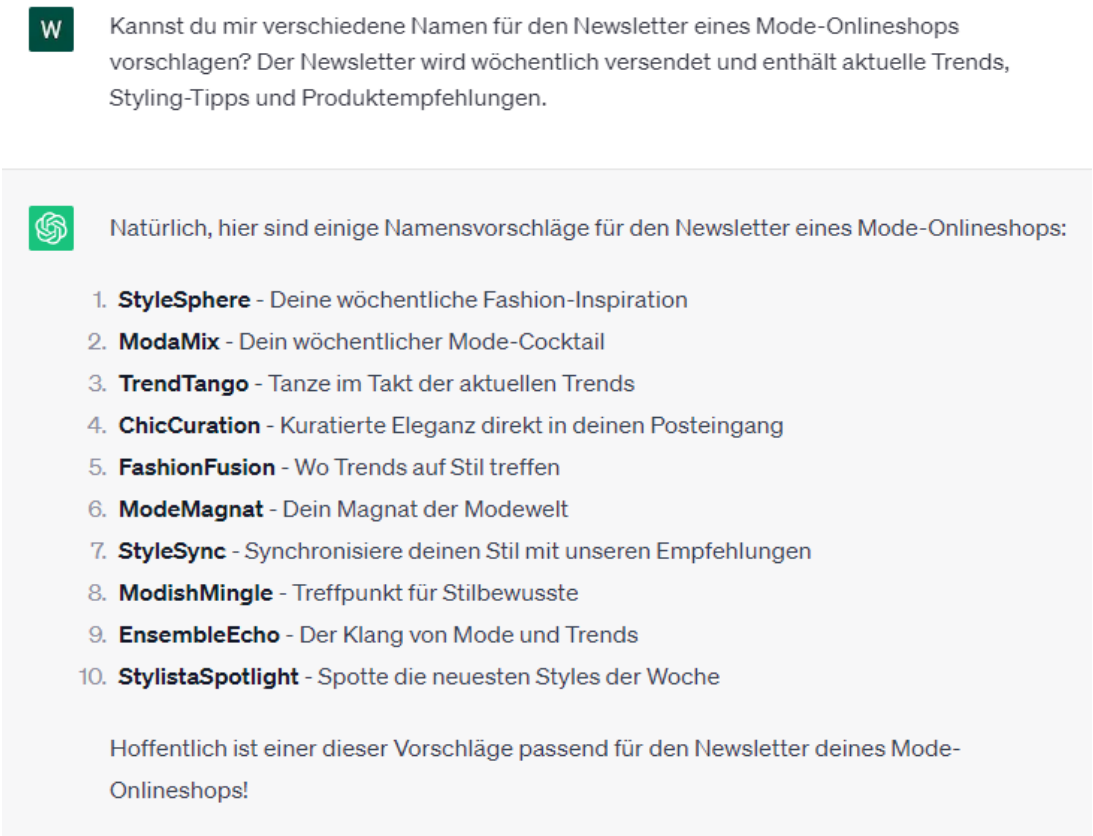
Kapitel 3

Sie müssen das Rad nicht neu erfinden: recherchieren und Inspiration finden

3. Sie müssen das Rad nicht neu erfinden: recherchieren und Inspiration finden

Zum Glück stehen uns heutzutage so einige Technologien zur Verfügung, die uns die kreative Arbeit erleichtern können. Mit dem Internet, den Suchmaschinen und neuerdings auch künstlichen Intelligenzen (KI) müssen wir das Rad nicht mehr neu erfinden, sondern nur wissen, wie wir die Tools zu unserem Vorteil nutzen können.

🤖 **Fragen Sie doch mal ChatGPT**. Achten Sie dabei darauf, dem Chatbot möglichst konkrete Angaben zu Ihrem Newsletter zu geben, damit die KI passende Vorschläge „ausspuckt". Erwarten Sie jedoch nicht, dass ChatGPT Ihnen unbedingt DEN Vorschlag macht, der am Ende das Rennen um den perfekten Namen für Ihren Newsletter gewinnt. Bestimmt liefert Ihnen die KI aber zumindest ein paar gute Impulse.



🔍 Auch in Zeiten von ChatGPT **kann eine gute alte Google-Recherche nie schaden**. Suchen Sie z. B. nach Wortspielen, Redewendungen oder Songtexten, die zum Thema Ihres Newsletters passen. Solche Wortverbindungen lassen sich meistens besonders gut merken und erhöhen den Wiedererkennungswert des Newsletters ungemein.

🕵🏽 **Lassen Sie sich von anderen Newslettern inspirieren**. Abonnieren Sie dazu einfach ein paar Newsletter aus Ihrer Branche – oder einfach andere, die Ihnen gefallen! Sie müssen die Ideen der anderen ja gar nicht 1:1 übernehmen – oft ist es aber wirklich hilfreich, sich Vorbilder zu suchen und sich von ihrer Kreativität mitreißen zu lassen.

rapidmail

Kapitel 4

Wer fragt, gewinnt: Meinungen Ihrer Kund:innen einholen

4. Wer fragt, gewinnt: Meinungen Ihrer Kund:innen einholen

Wie heißt es so schön? Der Kunde ist König. Deswegen spielt auch die Meinung Ihrer Kund:innen bei der Namenssuche eine entscheidende Rolle. Schließlich muss Ihnen das Resultat am Ende gefallen! Also, warum nicht direkt die Newsletter-Leser:innen in die Namenssuche einbeziehen?

Sie haben hier 2 Optionen: Entweder stellen Sie die besten Namensvorschläge, die Sie in der Zwischenzeit kreiert haben, in einer Abstimmung zur Wahl – oder Sie rufen zu einem kleinen Kreativitäts-Wettbewerb auf und lassen die Teilnehmenden ganz neue Namen schöpfen. Ihre Kund:innen werden sich mit Sicherheit freuen, dass Sie ihre Meinung wertschätzen und gerne an Ihrer Umfrage teilnehmen. Um aber noch einen zusätzlichen Anreiz zu bieten, können Sie die Namenssuche auch zum Gewinnspiel machen und entweder unter allen kreativen Köpfen ein kleines Geschenk verlosen oder der Person mit der besten Idee für Ihren Newsletter-Namen ein Dankeschön zukommen lassen. 🎁

Um zu Ihrer Umfrage aufzurufen, können Sie übrigens wunderbar Ihren Newsletter und die sozialen Medien nutzen.

rapidmail

Kapitel 5

Ein bisschen Spaß muss sein: spielerisch werden

5. Ein bisschen Spaß muss sein: spielerisch werden

So, inzwischen haben Sie echt eine Menge Ideen gesammelt. Jetzt heißt es, das Beste aus ihnen herauszuholen und den finalen Namen zu formulieren. ✍🏼 Falls die Namensideen bisher zwar ganz gut waren, aber noch nicht der Knaller, den Sie sich wünschen, kann es hilfreich sein, ein wenig spielerisch zu werden. Schreiben Sie sich am besten nochmal die vielversprechendsten Ideen auf und versuchen Sie, mit den folgenden sprachlichen Mitteln für den nötigen Wow-Effekt zu sorgen:

- **Akronyme** werden aus den Anfangsbuchstaben oder -silben mehrerer Wörter oder zusammengesetzter Wörter gebildet und werden so deutlich kürzer – und oft auch einprägsamer (Beispiel: „Plant Stories” ➡️ „P. S.”).

- **Alliterationen** – vielleicht kennen Sie dieses stilistische Mittel noch aus dem Deutschunterricht. Aber keine Sorge, Alliterationen gehören nicht nur in Gedichte, sondern kommen auch in vielen anderen Textformen vor. Und das völlig zurecht: Zwei aufeinanderfolgende Wörter mit dem gleichen Anfangsbuchstaben verleihen Ihrem Newsletter-Namen einen guten Rhythmus und können seinen Wiedererkennungswert im Handumdrehen steigern (Beispiele: „Marketing Masters”, „Pflanzen-Post 🌱”).

- Auch **Fremdwörter** können für das gewisse Etwas sorgen – natürlich unter der Voraussetzung, dass dieser spielerische Ansatz zu Ihrem Unternehmen und Ihrer Branche passt. Übersetzen Sie doch einfach mal einige Wörter aus Ihrer Ideenliste auf Englisch oder Spanisch. Vielleicht entsteht so ein origineller Name für Ihren Newsletter. 😎

- Auch Ihr **Unternehmensname** ist immer eine gute Option. Sie können den Namen auch abkürzen oder neue Wörter mit Ihrem Firmennamen bilden. Wir bei rapidmail z. B. nennen unseren internen Newsletter „rapidmailing”. 🤫

- Unser Beispiel zeigt auch, dass man manchmal die **Schreibweise von Wörtern minimal verändern** kann, indem man ein paar Buchstaben austauscht, streicht oder dazu dichtet – und dem Wort so eine witzige neue Bedeutung verleiht.

- **Kunstwörter** sind vielleicht die Königsklasse der Kreativität. Es ist ja schon schwer genug, aus bestehenden Wörtern die richtigen auszuwählen. Aber Probieren geht bekanntlich über Studieren – und eventuell erfinden Sie tatsächlich ein neues kurzes und knackiges Wort, das ab sofort einzig und allein Ihrem Newsletter vorbehalten ist. 👑

rapidmail

Fazit

Der finale Check Ihres neuen Newsletter-Titels

Fazit: der finale Check Ihres neuen Newsletter-Titels

Haben Sie einen Namen für Ihren Newsletter gefunden? ✔️ Zu guter Letzt sollten sie nochmal überprüfen, ob er alle Kriterien für einen guten Newsletter-Titel erfüllt:

- [ ] Ist Ihr Newsletter-Name verständlich, leicht zu merken und hat einen hohen Wiedererkennungswert?
- [ ] Passt der Name zu Ihrem Unternehmen und zum Inhalt des Newsletters?
- [ ] Ist der neue Name Ihres Newsletters ansprechend für Ihre Zielgruppe?
- [ ] Wird der Name noch nicht von anderen Unternehmen bzw. von Ihren Mitbewerbern verwendet?

Wichtig ist auch, dass der Name langfristig passend ist. Sie sollten es vermeiden, Ihren Newsletter häufig umzubenennen, weil das Verwirrung in Ihrer Leserschaft stiften könnte und somit den Wiedererkennungseffekt zunichte machen würde. Entscheiden Sie sich also nur für einen Namen, wenn Sie sich wirklich sicher sind!

Sollten Sie doch noch nicht zu 100 % überzeugt sein, ist das gar kein Problem! Gönnen Sie sich ein paar Tage Pause von der Namenssuche und gehen Sie dann nochmal alle 5 Schritte in Ruhe durch. Wir sind uns sicher, dass Ihnen nach reiflicher Überlegung, Teamarbeit, Recherche, Kundenbefragung und Wortspielerei ein fantastischer Name für Ihren Newsletter einfallen wird. 🚀

Jetzt sind Sie bereit, Ihren frisch getauften Newsletter zu versenden! Wir wünschen Ihnen dabei ganz viel Spaß und Erfolg.

Jetzt Newsletter versenden