

# E-MAIL MARKETING

**Betreffzeilen,  
die hängen  
bleiben**



Oder auch:  
Falle im Postfach auf, damit  
deine E-Mail gelesen wird

# FUNNEL MAGIE

Hoi

Ich bin Vera und zeige Online  
Unternehmerinnen wie dir, wie sie ihr E-Mail  
Marketing optimieren können.

Marketing ist taktisch sinnvolle  
Aussenkommunikation – und das geht ohne  
diesen PsychoDruck, der dich davon abhält,  
Marketing zu mögen. Und zwar auf  
Augenhöhe und so, dass DU und deine  
Wunschkundin sich dabei wohl fühlen.

Damit du deine Angebote und Lösungen DEN  
Menschen zeigen kannst, für die du wirklich  
relevant bist und die dann auch gerne bei dir  
kaufen.



Was biete ich an?

## **Funnel**

Das ist der Weg, den  
deine Wunschkundin  
durch deine  
Angebotswelt hindurch  
geht. Lege ihn fest und  
biete unbedingt  
Wahlmöglichkeiten!

## **E-Mail**

Ist deine  
(halb)automatisierte  
Begleitung auf diesem  
Weg. Egal ob  
Newsletter, in einem  
Angebot oder  
Automationen.

## **Quiz**

Biete deiner Leserin die  
Möglichkeit, ihren  
nächsten Schritt zu  
entscheiden, zeigt  
deine Expertise und  
hilft dir, deine  
Wunschkundin besser  
kennen zu lernen.

# E-MAIL Marketing

Du machst aus genau einem einzigen Grund E-Mail Marketing:

Du möchtest deine **Angebote** und genialen Lösungen DEN Menschen zeigen, für die deine Hilfestellung JETZT relevant und wichtig ist.

Punkt.

Dafür setzt du dich hin, kreierst tolle Produkte, überlegst dir passende Inhalte, erstellst Grafiken und zeigst dich und deine Angebote über verschiedene Plattformen.

**E-Mail Marketing** ist davon ein wichtiger Teil:

- Über keinen anderen Kanal kommst du so nah zu den Menschen, die an deiner Angebotswelt interessiert sind, wie über E-Mails.
- Kein anderes Medium bietet dir eine so breite Auswahl an Inhaltsformaten, persönlicher Ansprache in Kombination mit Interessen.

Das alles nützt dir aber für deine Verkäufe nur dann etwas, wenn deine **E-Mails geöffnet**, gelesen, verstanden und dann als **Tür** zu deinem Angebot genutzt werden.

Deshalb ist die **Betreffzeile** im E-Mail Marketing so enorm wichtig!

Auf den folgenden Seiten findest du kurz zusammengefasst alles Wichtige und über 50 Betreffzeilen in unterschiedlichen Kategorien, die du auf dein eigenes Thema anpassen kannst.

# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

## Warum werden E-Mails überhaupt geöffnet?

Es gibt 4 Hauptgründe, weshalb eine E-Mail die in einem Postfach landet, überhaupt geöffnet wird:

### liebe Gewohnheit und Vertrauen/ Nähe

- Yeah, wieder eine Mail von X!
- ähnlich wie Neugierde, aber wärmer

### aufkommende Befürchtung

- Puh, das will ich vermeiden!
- Autsch ja!
- Huch!

### aus Neugierde

- Aaahhh. interessant. Das will ich genauer wissen!
- Wie meint sie das?!

### erkannter Nutzen/ Kauf

- Will ich haben!
- Gib her!
- Damit verbessert sich etwas für mich!

Hier setzt du an, um die Betreffzeilen deiner E-Mails zu optimieren!

herzlich, Vera



Damit dir das einfacher fällt, sind alle Betreffzeilen schon in Kategorien unterteilt.  
Schreibe sie inhaltlich auf dein Thema um!

# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

Betreffzeile	Nähe	Neugierde	Befürchtung	Nutzen	Kauf
Du bist eingeladen.	x	x			
Gesundheits-Update.	x	x			
Ich beobachte dich ...	x	x			
Ich habe gefunden, was du suchst.	x	x			
Ich mache das jeden Tag.	x	x			
Ich werde das einfach hier lassen.	x	x			
Meine geheime 3B-Methode.	x	x			
Noch eine Sache zu unserem Treffen am Dienstag.	x	x			
Öffne, wenn du eine kleine Aufmunterung brauchst	x	x			
So ein Mist! Ich habe es total vermasselt.	x	x			
Warum ich die kohlenhydratarme Ernährung aufgeben werde.	x	x			
Was ich dieses Wochenende auf meinem Dachboden gefunden habe ...	x	x			
Was ist deine früheste Erinnerungen	x	x			
Was machen Sie heute Nachmittag?	x	x			
Yeah genial! (Wunderbare Neuigkeiten)	x	x			

Diese Betreffzeilen wirken **nahbar**/persönlich. Sie unterstützen also die Beziehung zu deiner Leserin.

Die meisten machen gleichzeitig etwas **neugierig** und verleiten dadurch zum Öffnen deiner E-Mail.



# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

Betreffzeile	Nähe	Neugierde	Befürchtung	Nutzen	Kauf
Warum ich keine Sit-ups mache. Niemals.	x	x	x		
Du hast das gesehen, oder?	x		x		
Ich hatte Recht - und das ist nicht gut für dich.	x		x		
Keiner glaubt dir.	x		x		
Das kann nicht richtig sein.		x	x		
Das Problem mit billigen Tapeten.		x	x		
Es gibt zwei Arten von Müttern. Zu welcher gehörst du?		x	x		
Hast du dieses Buch gelesen?		x	x		
Hast du einen „Sorgen“-Vorrat?		x	x		
Machst du diese Fehler in Englisch?		x	x		
Zu alt für Webinare?		x	x		

Nähe und Neugierde kennst du schon.

**Befürchtung** meint hier das Gefühl von 'Ertappt sein', 'Ich verpasse etwas' oder 'Ich will etwas vermeiden'.

# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

Betreffzeile	Nähe	Neugierde	Befürchtung	Nutzen	Kauf
Ich war pleite und ungeschickt.	x			x	
Magischer Tipp #2 - wie versprochen.	x			x	
Mein Lieblingsrezept zum Abendessen.	x			x	
Meine drei wichtigsten Erkenntnisse aus der Welt des Bloggens.	x			x	
Hier ist der Grund, warum du noch keinen Erfolg hast.		x	x	x	
[Checkliste] Drei Dinge, die passieren müssen, bevor du entspannen kannst.		x		x	
[Jetzt herunterladen] Wie man in fünf Schritten schneller schreibt		x		x	
Das einzige _____, das du jemals brauchen wirst.		x		x	
Der Muntermacher am Nachmittag, der wie ein Zauber wirkt.		x		x	
Der wahre Grund, warum jeder die Produkte von Apple kauft.		x		x	
Die drei wahren Gründe, warum du nicht abnimmst, auch wenn du dich wirklich anstrengst.		x		x	
Ein neuer Trick und drei Überraschungen.		x		x	
Fünf Möglichkeiten, Mindmaps zu nutzen, an die du noch nie gedacht hast.		x		x	
Hier ist die genaue Blaupause, mit der ich alle meine Markteinführungen plane		x		x	

Lass deine Leserin schon in der Betreffzeile wissen, dass diese E-Mail etwas **nützlich**es für sie enthält!

Hier ist besonders wichtig: der Inhalt der Mail (und dann auch des Blogartikels zb) muss inhaltlich mit der Betreffzeile überein stimmen. Keine leeren Versprechungen!

# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

Betreffzeile	Nähe	Neu- gierde	Befürch- tung	Nutzen	Kauf
Der schnellste Weg zum Copywriter				x	x
Der schnellste Weg, einen Blog zu gestalten.				x	x
Lass mich dir 20% der Heizkosten sparen.				x	x
Nächster Schritt.				x	x
Der beste Zeitpunkt, um einen Kurs zu starten.		x			x
[zeitkritisch] Kostenlose Produktivitäts-Challenge. Link zur Anmeldung innen.					x
Der E-Mail-Kurs funktioniert nicht?					x
Dringend. Du hast einen Tag, um dir das anzusehen.					x
Letzte Chance.					x
Ohne Bedingungen.					x
Sonderangebot.					x
Achtung! Unser Cyber Monday Sale ist jetzt.					x

Aus Angst zu reisserisch zu klingen, verwässern Betreffzeilen schnell. Sag deiner Leserin ruhig, dass in dieser bestimmten E-Mail etwas **Tolles** drin ist.

Sie ist ja nicht einfach so in deiner Angebotswelt, sondern weil sie sich davon eine **Verbesserung** ihrer Situation verspricht. Und dein Kauf-Angebot hilft ihr dabei!



# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

## Formulierungsbeispiele:

### Gesundheits-Update

- > Wichtiges Wordpress Update inside
- > Neue Yoga-Übung
- > Wie es mir heute geht

### Warum ich die kohlenhydratarme Ernährung aufgeben werde

- > Warum ich social Media den Rücken gekehrt habe
- > Warum ich keine Templates mehr kaufe
- > Warum ich im Herbst nicht mehr umgrabe

### Lass mich dir 20% der Heizkosten sparen.

- > Lass mich dir täglich 1 Stunde schenken
- > Meine Hilfe für wöchentlich einen Tag frei
- > Zeit sparen: Essensplan für 4 Wochen

### Hier ist die genaue Blaupause, mit der ich alle meine Markteinführungen plane

- > So plane ich Urlaub für meine Grossfamilie
- > Konkret: So lege ich mein Trainingsziel fest
- > 3 Schritte-Plan für gelungene Gartenarbeit

# BETREFFZEILEN die hängen bleiben

**Merke ausserdem:**

Länge von ca 30-40 Zeichen -> denke an die mobile Ansicht

Nichts versprechen, was der Inhalt der Mail nicht hält!

Versuche auch:

- Verknappung: Nur noch X Stunden
- CTA: Überraschungsgeschenke drin - hol es dir
- Reizwörter: Schmerzpunkte oder **Wünsche** deiner Wunschkundin
- starke Adjektive und Verben
- persönliche Ansprache (falls dies nicht möglich ist, nutze die Semi Personalisierung: Unternehmerinnen aufgepasst... Katzenfreund hier lang...)
- Emoji

**KEIN:**

- Geld Zeichen
- Schreien = GROSSBUCHSTABEN
- unnötige Satzzeichen

Vorsicht bei:

- Rechtschreibfehlern
- Worten wie Gewinn, Finanzen, Gratis → geht Richtung SPAM



Schreibe auch einen passenden Preheader, das kann die Neugierde noch zusätzlich unterstützen.