



ZIELGRUPPENGENAU, THEMENSPEZIFISCH UND MEHRSPRACHIG: NEXTAGE OPTIMIERT DAS E-MAIL-MARKETING VOM VERKEHRSHAUS DER SCHWEIZ MIT EVALANCHE

Das Verkehrshaus der Schweiz in Luzern ist mit rund 750.000 Eintritten in 2015 das meistbesuchte Museum der Schweiz. Seinen Besuchern bietet es einen umfassenden Einblick in die Geschichte und Entwicklung der Mobilität. Zahlreiche Exponate aus den Bereichen Schienen- und Strassenverkehr, Schiff-, Luft- und Raumfahrt sowie Tourismus und Kommunikation ziehen Besucher aus aller Welt an. Ausserdem gibt es im Verkehrshaus der Schweiz vier Erlebniswelten zu entdecken: Museum, Filmtheater, Planetarium und Swiss Chocolate Adventure. Die rund 37'000 Mitglieder und Newsletter-Abonnenten werden ab sofort mit einem auf sie individuell zugeschnittenen Newsletter versorgt, welcher auch unterwegs auf dem Handy problemlos lesbar ist.

DIE AUSGANGSSITUATION

Seit vielen Jahren nutzt das Verkehrshaus der Schweiz E-Mail-Marketing, um seine Vereinsmitglieder und Interessenten jeglicher Art mit vielfältigen Informationen zu versorgen. In regelmässigen Abständen versendet das Verkehrshaus der Schweiz für jeden Bereich – ob Filmtheater oder Museum, etc. – einen komplett eigenständigen Newsletter mit entsprechend themenspezifischen Inhalten in verschiedenen Sprachen. Verantwortlich hierfür ist seit 2010 die nextage GmbH aus Luzern. Doch nicht nur der Aufwand für die Erstellung dieser vielen Newsletter war enorm, auch die Anzahl der verschiedenen Themen- und Sprach-Templates machten es selbst den Profis aufwendig, den Überblick zu behalten. Anpassungen an den Templates waren mit grossem Zeitaufwand verbunden, teilweise konnte sogar nur die Agentur die notwendigen Änderungen vornehmen. Hinzu kam, dass alle Templates bzw. die Newsletter nicht responsiv aufgebaut waren, sich also nicht dynamisch an die jeweiligen Endgeräte anpassten.

Newsletter Profil bearbeiten

Meine Angaben

Anrede * Frau Herr

Vorname *

Name *

E-Mail *

Sprache

Meine Interessen

Mich interessieren Neuigkeiten aus den folgenden Themenbereichen:

- News aus dem Verkehrshaus **1**
- Museum **1**
- Filmtheater **1**
- Planetarium **1**
- Schuldienst **1**
- Kongresse und Anlässe **1**
- Events **1**

Die Newsletter-Empfänger können in ihrem Profil jederzeit selbst entscheiden, welche Themeninhalte sie künftig zugesandt bekommen möchten.



DIE ANFORDERUNGEN

Der Wunsch des Verkehrshauses galt folglich einer effizienteren Umsetzung des Newsletter-Marketings, bei der sich alle sprachspezifischen Inhalte zentral verwalten und individuell für den jeweiligen Themen-Newsletter zusammenstellen lassen würden. Darüber hinaus sollte auch das Design sowohl responsiv als auch insgesamt moderner gestaltet sein. Als Kommunikationspartner des Verkehrshauses der Schweiz, setzte nextage die E-Mail-Marketing-Automation-Lösung Evalanche (hergestellt von SC-Networks mit Sitz in Starnberg, Deutschland), mit dessen umfassenden Funktionen zielgerichtet ein.

DIE UMSETZUNG

Im Fokus des E-Mail-Marketing-Relaunches standen folgende Punkte: responsives Newsletter-Design inklusive visuellem Refresh, eine zentrale Verwaltung der sprachspezifischen Texte und Konfigurationen, sowie eine dynamische Artikel-Zusammenstellung für jede Zielgruppe. Darüber hinaus hat nextage mit Evalanche umfangreiche Profil-Editiermöglichkeiten geschaffen, sodass Newsletter-Empfänger selbst entscheiden können, zu welchem Themengebiet sie informiert werden möchten.

Das neue responsive Newsletter-Template mit den unterschiedlichen Artikel-Typen basiert auf den Design-Guidelines und der bestehenden Website des Verkehrshauses. Innerhalb des Templates hat der Editor die Möglichkeit, verschiedene Artikel in Themen-Slots zu schreiben, diese zu sortieren und einer spezifischen Zielgruppe zuzuweisen. Das Inhaltsverzeichnis am Anfang des Newsletters stellt sich dann je nach Themen dynamisch zusammen. Dank der enorm flexiblen Zielgruppen-Verwaltung von Evalanche können die Editoren jederzeit die Zielgruppen für den konkreten Versandfall anpassen – ganz ohne die Profile bearbeiten oder neue Imports durchzuführen zu müssen.

DIE VORTEILE

Durch die zentrale Verwaltung der sprachspezifischen Texte und Konfigurationen sind Textanpassungen sprachübergreifend und rasch möglich. Eine enorme Zeitersparnis entsteht vor allem dadurch, dass nur noch ein einziger Gesamt-Newsletter erstellt werden muss. Erst beim Live-Versand werden die zielgruppenspezifischen Artikel passend zum Empfänger zusammengestellt und automatisch als zielgruppenindividueller Newsletter versendet.

Vom neuen, responsiven Design profitieren die Zielgruppen bzw. die Newsletter-Empfänger in zweifacher Hinsicht: erstens von der für jedes Endgerät optimierten Darstellung des Newsletters. Und zweitens erhalten Leser jetzt genau die Artikel, die mit ihrem gewünschten Themenprofil übereinstimmen. Innerhalb der ersten drei Monate haben bereits über 1'500 Abonnenten die Profil-Editierungsseite aufgerufen und somit ihre Themenschwerpunkte für die nächsten Newsletter angepasst. So ist stets sichergestellt, dass ein Empfänger wirklich nur die für ihn relevanten und gewünschten Informationen erhält. Durch diese Massnahmen konnte die Öffnungsrate des Newsletters merklich gesteigert und gleichzeitig die Abmelderate gesenkt werden.

