

## Willkommen im Leben: Wie **nph deutschland e. V.** neue Newsletter- Abonnenten für seine Projekte begeistert!



**nph deutschland e. V.** unterstützt als international tätiges Kinderhilfswerk bedürftige, benachteiligte und insbesondere auf sich allein gestellte Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in Lateinamerika. In den elf Kinderdörfern des Vereins in Mexiko, Honduras, Haiti, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, der Dominikanischen Republik, Peru und Bolivien leben derzeit rund 3.500 Kinder. Um Spenden zeitgemäß zu generieren, betreibt der Verein mit **MyGoodshop.org** einen innovativen Spendenshop. In ihm erwerben Spender direkt diejenigen Produkte oder Dienstleistungen, die in den Einrichtungen der Organisation in Lateinamerika wirklich benötigt werden.

### Aufgabenstellung

Mit dem GoodNews-Newsletter bietet **nph deutschland e. V.** Besuchern des Spendenshops **MyGoodShop.org** die Möglichkeit, sich regelmäßig über aktuelle Projekte und die Arbeit des Vereins vor Ort zu informieren. Gleichzeitig dient der Newsletter dazu, interessierte Abonnenten zum Spenden zu motivieren. Um die Zahl der Abonnenten des GoodNews-Newsletters zu erhöhen, die Conversion zu optimieren sowie

die Newsletter-Performance und die Markenbekanntheit zu steigern, sollten gezielte Kommunikationsmaßnahmen ergriffen werden. Zudem sollte der Online-Shop **MyGoodShop.org** durch die Kampagne von der Vielzahl weiterer Spenden-Organisationen positiv abgegrenzt und der besondere Spendenansatz des Vereins bekannt gemacht werden.



## Die Lösung

rabbit eMarketing konzipierte auf Basis der Zielsetzungen von **nph deutschland e. V.** eine **Begrüßungskampagne** für alle Neuabonnenten des GoodNews-Newsletters.

### GoodNews Newsletter

Erfahren Sie immer das Neueste zu unseren Projekten

 Ihre E-Mail Adresse

 Anrede (optional)

 Vorname (optional)

 Nachname (optional)

[zum aktuellen Newsletter](#)

In dieser vierstufigen Kampagne macht sich nph die Tatsache zunutze, dass Neuabonnenten unmittelbar nach dem Abonnieren eines Newsletters ein gesteigertes Interesse und eine erhöhte Aufmerksamkeit für Informationen des Absenders haben. Gezielt

wird den frischgebackenen Abonnenten der GoodNews daher in vier E-Mails die Welt von **MyGoodShop** erlebbar vorgestellt.

Unmittelbar nach der Bestätigung seines Newsletterabos wird die **erste E-Mail** der Begrüßungskampagne ausgelöst. In dieser ersten Mail wird dem Empfänger das **MyGoodShop**-Spendenprinzip klar und einfach verständlich vorgestellt. Dabei kommen Kinderbilder und ein Video zum Einsatz. Zusätzlich wird der Spendenprozess anhand eines Beispiels von der „Online-Bestellung“ bis zur „Lieferung“ mit Bildern, Videos, Kommentaren und persönlichen Eindrücken illustriert.

Das Ziel der **zweiten Kampagnenmail** ist der Aufbau von Vertrauen. Dazu wird der Verein als Betreiber des Online-Shops und Träger der Kinderdörfer in Lateinamerika vorgestellt. In diesem Kontext wird die Geschichte von nph ebenso kommuniziert wie seine Philosophie und Hintergründe. Prüfsiegel, Referenzen und „Stimmen für nph“ – etwa das Video des prominenten Fürsprecheres Dieter Kronzucker – stellen die Organisation vor und schaffen Vertrauen.



Hier die Online-Version ansehen. Jetzt posten:  Suchbegriff

So funktioniert MyGoodShop.org

### Herzlich Willkommen

Sehr geehrte Damen und Herren, Sie haben sich für unseren MyGoodShop Newsletter „GoodNews“ angemeldet. Das freut uns! Gerne möchten wir Ihnen vorab in drei Emails einen Einblick in unsere Arbeit geben, damit Sie wissen, wem wir wie mit Ihrem Geld helfen, wenn Sie in MyGoodShop einkaufen. So erfahren Sie mehr über das Prinzip von MyGoodShop und das, was Ihre Spende in unseren Kinderdörfern bewirkt.

- 100% Ihrer spenden kommen an!
- Helfen mit dem was wirklich gebraucht wird
- Schnell und transparent

Ihr MyGoodShop.org - Team  
Der Online-Spenden-Shop von nph deutschland e.V.

[jetzt spenden](#)

- 1. Produkt online „kaufen“**  
Unser Mitarbeiter im Kinderdorf ermittelt den aktuellen Bedarf und stellt diesen in den Online-Shop. D.h. Sie finden dort nur Artikel, die tatsächlich gebraucht werden. Von Socken bis zu Ferkeln - da ist für jeden Geldbeutel etwas dabei. Legen Sie Ihr Produkt, mit dem Sie helfen wollen, in Ihren Spendenkorb und schicken Ihre Bestellung ab. Zahlen können Sie bequem per Lastschrift, PayPal oder Kreditkarte.
- 2. Urkunde bekommen**  
Nach wenigen Sekunden bekommen Sie per E-Mail eine Bestätigung und eine Urkunde, die Sie herunterladen und selbst ausdrucken oder als Geschenk-Urkunde weitergeben können.
- 3. Mitarbeiter kauft Produkt vor Ort**  
Der Mitarbeiter vor Ort kann, sobald das Geld im Kinderdorf angekommen ist, die von Ihnen und anderen MyGoodShop-Freunden bestellten Waren direkt vor Ort einkaufen. So decken wir nicht nur den Bedarf der Kinder, sondern stärken zugleich die regionale Wirtschaft.
- 4. E-Mail mit Fotos erhalten**  
Und zum Schluss gibt es für Sie noch ein außergewöhnliches Dankeschön: Eine E-Mail aus dem Kinderdorf mit Foto, die belegt, dass genau das Produkt, das Sie ausgewählt haben, auch dort angekommen ist, wo es benötigt wird. So einfach und transparent kann spenden sein.

[jetzt spenden](#)

Wohnen | Landwirtschaft | Essen | Ausbildung | Kleidung | Medizin

[Über uns](#) | [Aktuelles](#) | [Helfen](#) | [Häufige Fragen](#) | [Kontakt](#)

Die erste E-Mail der Begrüßungskampagne

Im **dritten E-Mailing** der Kampagne werden die Länder, in denen nph aktiv ist und Kinderdörfer betreibt, vorgestellt. Es wird verdeutlicht, welche Leistungen konkret vor Ort erbracht werden – diese reichen von der eigenen Landwirtschaft über das Wohnen bis zur medizinischen Versorgung der betreuten Kinder. Zudem wird verdeutlicht, dass GoodNews-Abonnenten all diese Aufgaben durch einen Einkauf auf **MyGoodShop** gezielt

fördern können. Anhand konkreter Spenden-Beispiele wird in dieser Mail nochmals verstärkt zum Spenden aufgerufen.

Bei der **vierten E-Mail** der Begrüßungskampagne handelt es sich auch zugleich um den ersten regulären Newsletter. Der Neuabonnent erhält nun die nächste Ausgabe der „Good-News“ und gewinnt somit einen direkten und ganz konkreten Einblick in laufende Projekte und aktuelle Ereignisse von **nph deutschland e. V.**

Als Versandrhythmus wurden für die E-Mails der Begrüßungskampagne jeweils sieben Tage gewählt. So haben die Empfänger ausreichend Gelegenheit, sich mit der jeweils aktuellen Mail auseinanderzusetzen. Zudem haben sie bei Erhalt der nächsten Mail auch noch die Inhalte der vorangegangenen E-Mails im Gedächtnis.

## Die Ergebnisse

Richtige „Good News“ sind auch die Zahlen der im Kampagnenrahmen verschickten E-Mails für **nph deutschland e. V.** Im Zeitverlauf beträgt die Öffnungsrate des 1. Mailings 61,90 % und einer Klickrate von: 14,29 %.

62,50 % der Neuabonnenten öffneten auch die 2. Mail und 21,25 % klickten dabei auf mindestens einen Link im Mailing. Die dritte Kampagnenmail überzeugte mit einer Öffnungsrate von 57,50 % und auch die Klickrate von 8,75 % ist nennenswert.

Der reguläre Newsletter ist die vierte Mail der Begrüßungskampagne

### Die zweite Begrüßungsmail



Hier die Online-Version ansehen. Jetzt posten! [Facebook](#) Suchbegriff

**Herzlich Willkommen**

Lieber Frau Kohler,

wer seine Spende einer Organisation wie nph deutschland | Unsere kleinen Brüder und Schwestern anvertraut, möchte sich darauf verlassen können, dass sein Geld auch wirklich bei den Not leidenden Kindern ankommt. Und er möchte wissen, wem er sein Geld anvertraut. Uns ist ein gutes Verhältnis zu unseren Freunden und Förderern wichtig. Daher möchten wir uns kurz vorstellen:

**jetzt spenden**

Wer ist nph deutschland? nph deutschland | Unsere kleinen Brüder und Schwestern ist Teil des internationalen Kinderhilfswerks nuestros pequeños hermanos, das seit 35 Jahren bedürftige, benachteiligte und verwaltete Kinder und Jugendliche in Lateinamerika unterstützt. Aktuell leben rund 3.500 Kinder in unseren zehn Kinderdörfern. Außerdem leisten wir Nachbarschaftshilfe und schenken so jährlich rund 100.000 Menschen die Chance auf eine bessere Zukunft.

<http://www.hilfefuerwaesekinder.de/nph-deutschland/>

**Referenzen**

**Deutsches Zentralsinstitut für Soziale Fragen (DZI)**  
Das DZI ist in Deutschland der „Spenden-TUV“. Seit 13 Jahren bestätigt uns dieses Institut die transparente, zweckgerichtete, sparsame und wirtschaftliche Verwendung der Spendengelder. Deshalb dürfen wir das DZI-Spendenstiegel tragen.

**Deutscher Spendenrat e. V.**  
nph deutschland | Unsere kleinen Brüder und Schwestern ist 2008 Mitglied im Deutschen Spendenrat. Wir haben uns dazu verpflichtet, ethische Grundsätze im Spendenwesen in Deutschland zu wahren und zu fördern. Als Mitglied des DSR stellen wir den ordnungsgemäßen treuhänderischen Umgang mit Spendengeldern sicher und sorgen für Transparenz gegenüber Spendern und einer interessierten Öffentlichkeit.

**Initiative Transparente Zivilgesellschaft**  
nph deutschland | UNSERE KLEINEN BRÜDER UND SCHWESTERN folgt der freiwilligen Selbstverpflichtung der Initiative Transparente Zivilgesellschaft.

**jetzt spenden**

### Die dritte Kampagnenmail



Hier die Online-Version ansehen. Jetzt posten! [Facebook](#) Suchbegriff

**Herzlich Willkommen**

heute wollen wir Ihnen unsere Hauptdarsteller vorstellen - die Kinder in den Kinderdörfern von nuestros pequeños hermanos (nph) | UNSERE KLEINEN BRÜDER UND SCHWESTERN. Wir nehmen Sie u.a. mit nach Honduras, Haiti, und Peru, drei unserer zehn Kinderdörfer in neun Ländern Lateinamerikas.

Ihr MyGoodShop.org - Team

**Ausbildung**  
„Durch eine gute Ausbildung werden meine Kinder dem Teufelskreis der Armut entkommen“, pflegte der Gründer von nph, Padre Wasson (1923 -2006) zu sagen. So legen wir großen Wert auf die bestmögliche Förderung unserer Kinder. Die meisten Bildungsseinrichtungen führen wir in unseren Kinderdörfern selbst und könne so für eine hohe Qualität der Ausbildung sorgen. Viele ehemalige nph-Kinder sind der Beweis, dass die Hilfe nachhaltig wirkt. Merlin aus Honduras z. B. hat Medizin studiert und mehrere Jahre im Kinderdorf-Krankenhaus von Honduras gearbeitet. Momentan absolviert er gerade ein Aufbaustudium zum orthopädischen Chirurgen.

Helfen Sie seinen jüngeren Geschwistern und spenden Sie für Ausbildungsrechte.

**jetzt spenden**

**Medizin**  
„Wir kümmern uns darum, dass die Kinder in unseren Kinderdörfern gesund aufwachsen. Denn nur, wer gesund ist, ist fröhlich, neugierig, kann lernen und sich engagieren. Bei rund 3.500 Kindern ist das eine große und wichtige Aufgabe.“ So beschreibt Dr. Pilar Silverman, die Leiterin des Medizinischen Teams von nph international, unsere Verantwortung im Bereich Gesundheit. Nady (13 J.) aus Haiti z. B. schlief im Schulunterricht immer ein, bis unsere Ärzte im St. Damien Krankenhaus eine aplastische Anämie diagnostizierten. Ihr Leben hing zu dem Zeitpunkt am seidenen Faden, da sie in einem anderen Krankenhaus eine Transfusion mit falschem Blut erhalten hatte. Gesundheit schenken können Sie hier.

**Essen**  
Essen spielt eine sehr wichtige Rolle im Leben unserer Kinder, denn viele von ihnen haben geborgen, bevor sie zu uns kamen. Claudia aus Peru ist drei Jahre alt, für ihr Alter jedoch zu klein. Sie kam als Frühchen auf die Welt und wurde während ihres ersten Lebensjahrs nicht ausreichend versorgt. Ein besorgter Richter

**jetzt spenden**



Hier die Online-Version ansehen. Jetzt posten! [Facebook](#) Suchbegriff

**Good News**  
Februar 2012

Wohnen Landwirtschaft Essen Ausbildung Kleidung Medizin

**Lieber Herr Leschik**

ob Fasching, Fastnacht oder Karneval - wie in Deutschland gibt es auch in Lateinamerika die unterschiedlichsten Formen, diese Tradition zu pflegen.

Für unsere Kinder sind die nationalen Feste immer etwas Besonderes, denn hier können sie zeigen, wie stolz sie auf ihre nph-Familie sind und auch auf ihr Land.

Herzlichst  
*Wir bleiben fröhlich*

**Karneval in Lateinamerika: Samba-Fieber und Wasserspaß**

Ob Köln oder Rio - der Karneval ist für beide Städte eine turbulente Zeit. So unterschiedlich die Traditionen auch sein mögen, bei genauerer Betrachtung findet man auch viele Gemeinsamkeiten: Die fantasievollen Masken und Kostüme, die Umzüge und Paraden und die ritualisierte Ausgelassenheit finden sich in beiden Kulturen wieder.

Der Karneval in Rio lockt jedes Jahr Schaulustige aus aller Welt in die Stadt am Zuckerhut. Er beginnt offiziell am Freitag, 17. Februar, und endet am Aschermittwoch. Ob bei den vielen kleinen Straßenfesten oder den großen Paraden der Schulen - ganz Brasilien scheint im Samba-Fieber zu versinken. Prachtige Kostüme und heiße Rhythmen gibt es aber auch bei vielen anderen Faschingsfesten in Lateinamerika.

[Karnevals-Traditionen in Lateinamerika...](#)

**Zucchini (20 Kilo)**

Ein vitaminreiches Gemüse für unsere Kinder in Mexiko

Details [Facebook](#)

17.23 € **jetzt spenden**

**Gemüse (30 Kilo)**

Für eine gesunde Ernährung unserer Kinder in Nicaragua

## So können Sie von dieser Fallstudie profitieren:

- Nutzen Sie die Tatsache, dass Neuabonnenten Ihres Newsletters mit dem Abonnement ein besonderes Interesse an Ihren Angeboten äußern.
- Gewinnen Sie in dieser Phase der Kundenbeziehung das Vertrauen Ihrer neuen Abonnenten, indem Sie Inhalte kommunizieren, die gezielt der Vertrauensbildung dienen.
- Nutzen Sie die Chance, in der Begrüßungskampagne erklärungsbedürftige Sachverhalte in der Phase der höchsten Aufmerksamkeit zu kommunizieren.
- Machen Sie aus neuen Newsletter-Abonnenten durch eine individuelle Ansprache „von Beginn an“ treue Kunden.

## Über rabbit eMarketing:

rabbit eMarketing ist eine auf den professionellen Online Dialog spezialisierte Full Service-Agentur. Den Schwerpunkt der Leistungen bilden E-Mail- und Mobile Marketing sowie Social Media. Die Entwicklung integrierter Kampagnen, die die verschiedenen Kanäle des Online Marketings effizient vereinen, ergänzt das rabbit-Portfolio sinnvoll. Am Standort Frankfurt werden derzeit 52 Mitarbeiter beschäftigt. Für sein Geschäftskonzept erhielt das Unternehmen 2005 den Gründerpreis der Stadt Frankfurt und 2008 den Hessischen Gründerpreis. Zu den Kunden von rabbit eMarketing gehören der gehobene Mittelstand, international agierende Großunternehmen und zahlreiche Online-Shops. Zahlreiche Kampagnen von rabbit eMarketing wurden in den letzten Jahren mit wichtigen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Geschäftsführer von rabbit eMarketing sind die Online-Pioniere Uwe-Michael Sinn und Nikolaus von Graeve.

Weitere Fallstudien und Informationen finden Sie auf unserer Website.



### Katrin Förster

Unit-Leiterin

rabbit eMarketing GmbH  
Kaiserstr. 65, 60329 Frankfurt  
Tel.: +49 69 - 86 00 428 - 00  
sparringspartner@rabbit-emarketing.de  
www.rabbit-emarketing.de



Besuchen Sie uns auf Facebook  
[www.facebook.com/rabbitmarketing](http://www.facebook.com/rabbitmarketing)



Folgen Sie uns auf Twitter  
[www.twitter.com/erabbit](http://www.twitter.com/erabbit)



Besuchen Sie uns auf YouTube  
[www.youtube.com/rabbiteMarketingTV](http://www.youtube.com/rabbiteMarketingTV)



E-Mail Marketing



Social Media Marketing



Mobile Marketing