

Walter Oscar Grob auf BREVO

(Stand 21. April 2024 - die jeweils letzte Version befindet sich auf unserer Vereins-Webseite www.verein-walter-oscar.grob unter "WOG-Newsletters - Entwürfe, Dokument WOG_goes_Brevo.pdf)

Achtung: dies ist kein Brevo-Kurs, sondern eine Kurzanleitung zum Erstellen einer eMail-Kampagne. Werner und Josef müssen sich mithilfe der umfangreichen Brevo-Dokumentation über Details selbst schlau machen.

Brevo-Praxis

Josef und ich haben das Problem, dass wir eine Gratisversion von Brevo benützen, welche **kein gemeinsames Arbeiten an einer gemeinsamen Version** erlaubt. Dies ist aber nicht weiter schlimm, da wir eine Arbeitsteilung vereinbart haben: Werner kümmert sich um die IT (Programmierung, Konfiguration) und Josef verwaltet die Adressen und den Versand unserer Newsletter-Kampagnen.

Falls in Zukunft ein echtes Bedürfnis nach weiteren Brevo-Funktionen (wie Multi-User-Fähigkeit) aufkommen sollte, so müssten wir eine kostenpflichtige Version kaufen.

Brevo: das Anmeldeformular für den Newsletter

Werner hat das **ANMELDEFORMULAR** für den Newsletter auf der WOG-Webseite www.walter-oscar-grob platziert. Die dort erfassten Mailadressen werden bewusst aufs Brevo-Konto von Josef geleitet, damit er sie für seine Kampagnen verwenden kann.

Das von Werner auf seinem Computer gestaltete Anmeldeformular muss manuell auf Josefs Computer gezügelt werden, weil Brevo für diese Aktion keine brauchbare Hilfe anbietet. Aber: einmal am Zielort vorhanden, kann dasselbe Anmeldeformular für viele weitere Newsletters benützt werden.

Und so rekonstruieren wir Werners Anmeldeformular auf Josefs Brevo-Account. Das Brevo-Standardformular ist unbrauchbar: Allein das Wort Anmeldung kommt im kurzen Text 4 Mal vor - eine Qual, das zu lesen. So machen wir es:

Werner

1. Unter Josefs Brevo über --> Kontakte --> Formular--> ein bestehendes Formular wählen oder neu erstellen.
2. auf Bearbeiten gehen
3. Text "Newsletter löschen"
4. Text "Melden Sie sich..." löschen
5. Text "Wir verwenden..." löschen
6. Text "... Ich möchte Ihren..." kürzen auf "... Ich möchte den Newsletter erhalten."
7. Text unter Eingabefeld "Geben Sie bitte Ihre..." löschen
8. Text über Eingabefeld "Geben Sie Ihr(e)..." löschen über -> "Name des Labels"
9. Button "ANMELDEN" unter Adressfeld verschieben
10. Button "ANMELDEN" auf Schriftart Trebuchet (12) ändern und einmitten
11. Formular: oben und unten Trennlinie einfügen
12. Trennlinien mit roter Farbe #C40A22, border width 3px versehen

13. Container: Hintergrundfarbe neu #F7F4F4
14. Hintergrund --> Hintergrundfarbe neu #F7F4F4
15. Josef: Formular bis zum Schluss korrekt ausfüllen und dann auf der letzten Seite den sog. "iframe"-Code kopieren und an Werner auf USB-Stick übergeben (notfalls per Mail senden, aber das ist fehlerträchtig)
16. Werner: Dreamweaver starten und dort Seite "kontakt-impressum-links" laden
17. Den alten "iframe"-Codeblock (so vorhanden) ersetzen durch den von Josef erhaltenen.
18. Den neuen "iframe"-Codeblock für unsere Layout-Zwecke abändern, siehe Beispiel:

So erhalte ich den Code von Josef zugemailt:

```
<iframe width="540" height="305" src="https://92724316.sibforms.com/serve/MUIFACDDKO6NDxpK30KJoEI80iru5vgEh9ypkuDtiyjjzbroCF85MsCdBIWV0Atv40atg1F_Q-VCUZVxb5jIYoTpAc2aNU7r-ChNyqzucRGmUxckQQq6HLbYJ1slDNiXx_ywWTCpk9jLKEQpG9NYghNJKS3VQVnWssHSsombtqMCsp3n1171kFPfrHq1o1F2299iFg7s5GFCuAmZ" frameborder="0" scrolling="auto" allowfullscreen style="display: block; margin-left: auto; margin-right: auto; max-width: 100%; "></iframe>
```

Und so sieht er aus, nachdem ich ihn abgeändert habe: (nötig, damit Höhe, Breite, Abstände und Verhalten passen)

```
<iframe width="540" height="340" src="https://92724316.sibforms.com/serve/MUIFACDDKO6NDxpK30KJoEI80iru5vgEh9ypkuDtiyjjzbroCF85MsCdBIWV0Atv40atg1F_Q-VCUZVxb5jIYoTpAc2aNU7r-ChNyqzucRGmUxckQQq6HLbYJ1slDNiXx_ywWTCpk9jLKEQpG9NYghNJKS3VQVnWssHSsombtqMCsp3n1171kFPfrHq1o1F2299iFg7s5GFCuAmZ" frameborder="0" scrolling="no" allowfullscreen style="display: block; margin-left: -10px; margin-right: auto; max-width: 100%; margin-top: -0px "></iframe>
```

19. Seite "kontakt-impressum-links" speichern unter gleichem Namen und auf den Host hochladen
20. Web-Seite auf Desktop und Smartphone testen (z.B. "Landen neue Adressen auf der richtigen Adressliste von Josef?")

So sieht jetzt unsere Version des Anmeldeformulars aus:

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.walter-oscar-grob.ch/kontakt-impressum-links.html>. The page has a light purple background and a navigation bar with links: MALER, LEHRER, GALERIE, AUTOR, MENSCH, and KONTAKT (highlighted in green). The main content area is divided into three columns. The left column is titled 'Kontakt' and contains information about the Verein Walter Oscar Grob, including its purpose and contact details (e-Mail: info@walter-oscar-grob.ch). Below this is a newsletter subscription form with a checkbox labeled 'Ich möchte den NEWSLETTER erhalten.' and a text input field for the email address. The middle column is titled 'Impressum' and contains information about the content and photos, the design and programming (Werner Krapf, 5620 Bremgarten, e-Mail: werner.krapf@hispeed.ch), the design of the 'Signets «Palette»' (Walter Oscar Grob, ca. 1950), the photographer (Jutta Znidar, Henrik Krapf), the copyright (Verein Walter Oscar Grob, 2017), and the release date (2.0 vom 01.02.2024). The right column is titled 'Links' and contains information about the Ernst Wehrli Nachlassverwaltung, the Gesellschaft für eine Gesamtkultur, and the Panideal-Holzappel website (www.panideal-holzappel.ch). At the bottom of the page, there is a footer with the text '© 2017 VEREIN WALTER OSCAR GROB - KONTAKT - IMPRESSUM - LINKS'.

Namenskonventionen

Damit Josef und Werner vom Gleichen reden, einigen wir uns auf folgende Namenskonventionen:

Homepage:	www.walter-oscar-grob.ch
Domäne (bzw. Fully Qualified <u>Domain</u>)	www.walter-oscar-grob.ch
Domain Name System	DNS
Provider / Host	Kreativmedia
eMail-Marketing-Software	Brevo
unser Brevo-Konto	siehe Josef -> Brevo -> Profil
Absender Newsletter	josef@walter-oscar-grob.ch
Empfänger Newsletter	gültige eMail-Adresse eines Interessenten
Liste der Interessenten	WOG_Kontakte_produkativ_Josef

Authentifizierung in Brevo und Kreativmedia (plesk)

Unsere Homepage: www.walter-oscar-grob.ch wird vom Provider *Kreativmedia* "gehostet" (= verwaltet). Mit den Tools der Software *plesk* "...können Kunden Domains, Subdomains und Domain-Aliasse hinzufügen und entfernen. Sie können außerdem diverse Webhosting-Einstellungen verwalten, Datenbanken und Datenbankbenutzer erstellen und verwalten, ihre DNS-Einstellungen ändern, sowie ihre Websites mit SSL/TLS-Zertifikaten schützen." Diese Services sind also für uns massgebend für so ziemlich alles. Der Mail-Marketing-Anbieter *Brevo* braucht die im *plesk* gespeicherten Daten, um den Empfängern der Mails die Gewissheit zu geben, dass die Nachricht von einem vertrauenswürdigen Absender (uns!) stammt.

Werner hat von Brevo die Bestätigung erhalten, dass **s e i n e** Absenderdomänen (s.a --> Kreativmedia --> plesk) Brevo-konform sind, siehe Screenshot:

← Absender

Einen Absender hinzufügen

✓ Alle deine Absenderdomänen sind mit [die neuen Anforderungen von Google und Yahoo für Absender:innen](#) konform. Du kannst jede von ihnen für deine E-Mail-Kampagnen verwenden.

Werner Krapf <werner@walter-oscar-grob.ch>

Verifiziert • werner.krapf@hispeed.ch hat sie per domain verifiziert.

IP-Adresse

Geteilte IP

DKIM-Signatur

walter-oscar-grob.ch ✓

DMARC

DMARC ist konfiguriert ✓

Bearbeiten • Löschen

Verein Walter Oscar Grob <werner@walter-oscar-grob.ch>

Verifiziert • werner.krapf@hispeed.ch hat sie per domain verifiziert.

IP-Adresse

Geteilte IP

DKIM-Signatur

walter-oscar-grob.ch ✓

DMARC

DMARC ist konfiguriert ✓

Bearbeiten • Löschen

Am Dienstag, 26. März müssen auch Josefs Absenderdomänen authentifiziert werden. Danach sollten seine Absenderdomänen ähnlich aussehen. Nachtrag: ERLEDIGT.

Newsletter designen

Werner hat verschiedene Arten ausprobiert, wie man den Newsletter entwerfen kann. Am schönsten wäre, man könnte das ohne Restriktionen bezüglich Schrift und Abstände mit einem Tool seiner Wahl machen - das funktioniert aber nur unvollständig. Email und HTML passen auch heutzutage (2024) nur bedingt zusammen, so dass wir uns mit der zweitbesten Variante begnügen müssen, nämlich der Newsletter-Gestaltung mit dem in Brevo integrierten Werkzeug. Dieses bietet auch ein paar Vorteile, wie beispielsweise die ziemlich umfassende Fähigkeit, mit den vielen Email-Programmen dieser Welt fertigzuwerden und sich ohne weiteres für Desktop, Tablet und Smartphone zu skalieren.

Ueber Brevo --> Kampagnen --> Email-Kampagnen --> Eine Email-Kampagne erstellen lässt sich eine brauchbare Kampagne zusammenstellen. Details siehe dort. Wenn das Ergebnis auf einen anderen Computer gezügelt werden soll, empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

Schritt 1

Gebrauchsanleitung lesen:

<https://help.brevo.com/hc/de/articles/360005857519-E-Mail-Template-freigeben-und-importieren>

Schritt 2

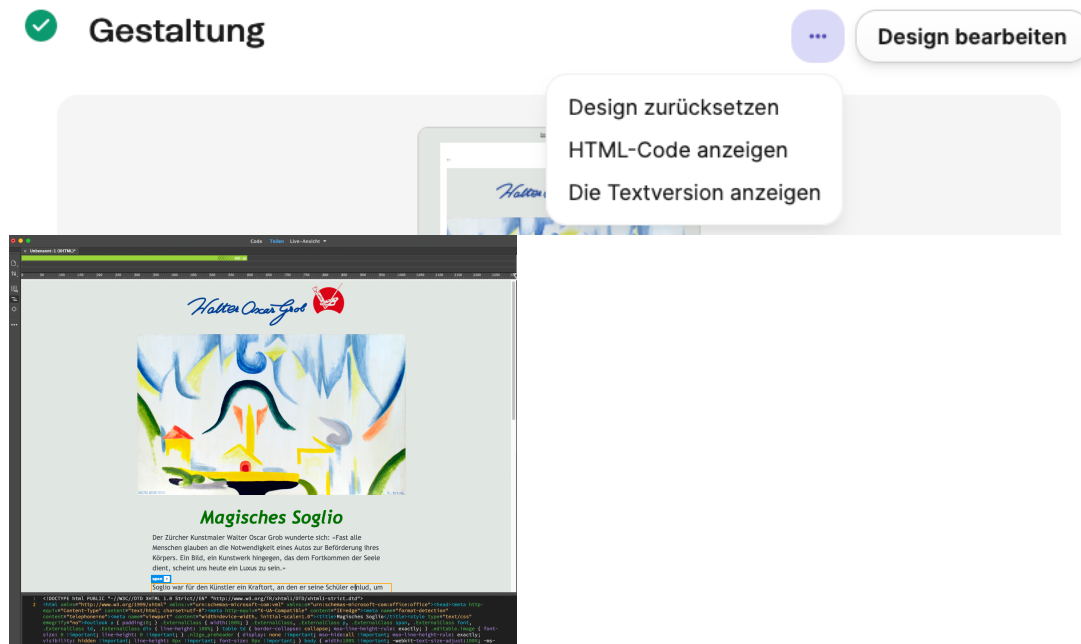
Werners Computer: Projekt **teilen** mit Josefs Computer. Dort anpassen bis es passt!

Etwas kompliziertere Alternative: (ich empfehle sie nicht)

Schritt 1

Die Option "HTML-Code anzeigen" und den (unformatierten) HTML-Code mit Ctrl-C kopieren und auf demselben Computer in einem spezialisierten Editor anzeigen lassen. Siehe auch Darstellung im spezialisierten Editor von Dreamweaver weiter unten (die letztgültige Datei befindet sich auf dem Datenträger "Archiv_Krapf_03")

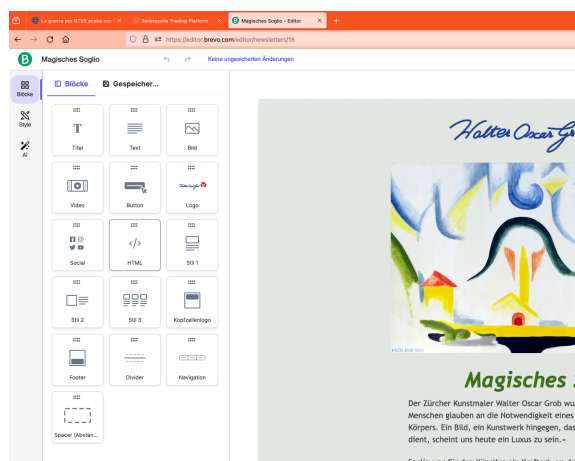
im Verzeichnis "20240409_Werner_an_Josef". Sie heisst "20240406_Magisches_Soglio.html"



Wenn optisch alles ok, dann auf USB kopieren (warum nicht direkt über Email versenden? Antwort: das Email-Programm scheint den HTML-Code manchmal zu verändern (Leerzeilen!), so dass der Newsletter auf dem Zielcomputer nicht mehr dem Entwurf auf dem Ausgangscomputer entspricht). Werners Empfehlung: mindestens die letzte, produktive Version über USB-Stick einspielen.

Schritt 2

Den HTML-Code vom USB-Stick auf den Ziel-Computer in die neue Brevo-Kampagne kopieren. Konkret: HTML-Block auf die Arbeitsfläche ziehen und dort den Code reinkopieren (da s e h r speziell formatiert, kann er hier nicht sauber bearbeitet werden - falls neue Aenderungen gewünscht sind, müssen die Schritte 1 bis 2 wiederholt werden....



Konkreter Ablauf einer Mail-Kampagne

Vorbereitungen/Voraussetzungen:

- Josef hat auf seinem Brevo-Konto einen von uns gestalteten Newsletter; aktuell "Magisches Soglio".
- Josef hat ein Brevo-Konto mit authentifizierten Absenderdomänen.
- Josef hat in Brevo eine Liste namens "WOG_Kontakte_produkativ_Josef"
- Josef hat ein Anmeldeformular für das Sammeln von Adressen von Interessenten. Das Anmeldeformular ist zugänglich via unserer (Desktop-) Website www.walter-oscar-grob.ch, Seite "Kontakt - Impressum - Links bzw. über Smartphone oder QC-Code.
- Wie oben bereits erwähnt, leiten wir die per Anmeldeformular erfassten Adressen auf Josefs Brevo-Konto, womit klar ist, dass Josef der Chef unseres produktiven Adressbestandes sein muss.
- Josef stellt sicher, dass die folgende Mailadresse "werner.krapf@hispeed.ch" NICHT auf der Liste "WOG_Kontakte_produkativ_Josef" vorhanden ist (nötigenfalls löschen!). Grund: wir brauchen gleich werner.krapf@hispeed.ch zu Testzwecken:

Ablauf:

- Werner (der Interessent) erfasst via Anmeldeformular die (gültige) Mail-Adresse "werner.krapf@hispeed.ch"
- Werner erhält von Brevo innerhalb in Sekundenfrist die Bestätigung, dass die Bestellung **eingegangen** ist und er das via eMail bestätigen soll (diese Bestätigung wurde von uns programmiert und Brevo zur Verfügung gestellt. Sie hat die URL "Anmeldebestaetigung_01.html").
- Werner konsultiert sein eMail-Programm und sieht die Meldung von Brevo, die er durch Drücken auf den Schaltknopf bestätigt.
- Werner erhält von Brevo in Sekundenfrist die Bestätigung, dass die Bestellung **abgeschlossen** ist (diese Bestätigung wurde von uns programmiert und Brevo zur Verfügung gestellt. Sie hat die URL "Anmeldebestaetigung_02.html").
- Josef konsultiert die Liste "WOG_Kontakte_produkativ_Josef" und vergewissert sich, dass die Mailadresse "werner.krapf@hispeed.ch" auf der Liste "WOG_Kontakte_produkativ_Josef" (Ordner "marketing_automation") **vorhanden** ist, und zwar als sog. "Double-Opt-In" (der höchsten Güteklasse von Interessentenadressen, da auf eigenen Wunsch persönlich erfasst).
- Josef markiert auf der Liste "WOG_Kontakte_produkativ_Josef" die Mailadresse "werner.krapf@hispeed.ch" zum Einzelversand (**wie geht das? Josef fragen**)
- Josef geht zu "Kampagnen" und PLANT den Mailversand des Newsletters "Soglio".
- Josef kontrolliert gleich nach dem Sendezeitpunkt, ob der Newsletter tatsächlich verschickt wurde. Dies sieht man in Brevo auf der Versandstatistik in Form einer Statusmeldung.

- Werner erhält auf seinem Computer den von Brevo versandten Newsletter Soglio als Mail in seiner Inbox. Absender muss sein: **Verein Walter Oscar Grob** (abgeschickt durch Josef@walter-oscar-grob.ch)
- **Beispiel ->korrekte Darstellung für "werner":**

✓ **Absender:in** ✕

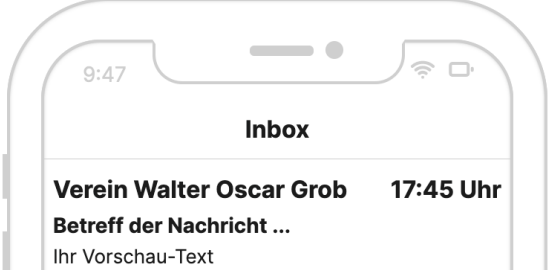
Wer sendet diese E-Mail-Kampagne?

E-Mail-Adresse ?

werner@walter-oscar-grob.ch

Name ?

Verein Walter Oscar Grob



Die tatsächliche Vorschau der E-Mail kann je nach E-Mail-Client variieren.

während der Empfänger (in diesem Testfall) werner.krapf@hispeed.ch heissen muss (vom Mailprogramm manchmal auf "Werner Krapf" reduziert...)

- Werner klickt auf alle mögliche Arten auf der Mail herum, prüft Links, schliesst das Mailprogramm, öffnet es wieder und klickt nochmals.
- Josef prüft auf der Liste "WOG_Kontakte_produkativ_Josef", ob sich Werners Aktivitäten niederschlagen.
- Wichtig: Ab jetzt muss **jeden Tag geprüft** werden, ob Reaktionen von Interessenten eingegangen sind. Siehe auch Dokument -->Newsletter-Szenarien.

Wichtig: mangels brauchbaren Test-Empfängern konnte Werner noch nicht alle Varianten des Mailversands durchspielen. Frage: kann man etwa in letzter Minute den Absender wechseln? Antwort: JA, aber auch der neue Absender muss bereits zertifiziert worden sein. Werner hat übrigens festgestellt, dass trotz identischer Mailadresse der Absender auf der Nachricht unterschiedlich dargestellt werden kann:

✓ **Absender:in** ✕

Wer sendet diese E-Mail-Kampagne?

E-Mail-Adresse ?

werner@walter-oscar-grob.ch

Name ?

Werner Krapf

✓ **Absender:in** ✕

Wer sendet diese E-Mail-Kampagne?

E-Mail-Adresse ?

werner@walter-oscar-grob.ch

Name ?

Verein Walter Oscar Grob

Uebriges für Sitzung mit Josef vom 26.3.2024:

Josef: wir sollten die Umleitungsfunktion des WOG-Accounts (s. plesk) **inaktivieren**. Grund: Durcheinander vermeiden, indem wir konsequent und ausschliesslich mit den accounts info@walter-oscar-grob.ch, werner@walter-oscar-grob.ch und josef@walter-oscar-grob.ch arbeiten (Nachtrag: ERLEDIGT) Direkter Link aufs Webmail:

webmail.walter-oscar-grob.ch (in URL-Zeile eingeben und absenden)

Benutzername Josef: josef@walter-oscar-grob.ch
Passwort Josef: bei Werner erfragen

Benutzername Werner: werner@walter-oscar-grob.ch
Passwort Werner: bei Werner erfragen

Benutzername Verein: info@walter-oscar-grob.ch
Passwort Verein: bei Werner erfragen

Verschiedene Punkte für Josef und Werner:

Absicht: Der Verein will inskünftig 3 bis 4 Mal pro Jahr einen Newsletter mit WOG-Themen an Interessenten verschicken. Ideen für weitere Newsletters:

- Zeitperspektive
- Porträts
- Matterhorn
- Tanz
- Musik
- Bücher: Gebser, Holzapfel, Walter Oscar Grob

Achtung: die Newsletter sollten nicht die auf der Homepage WOG bereits vorhandenen Themen und Bilder allzusehr konkurrenzieren!

3.4.2024: Brauchen wir das INSTAGRAM-Logo auf unserem Newsletter? (die bisher spärliche Resonanz macht sich nicht so gut....ist jedenfalls keine Empfehlung). Alternative: vielleicht kann man die Follower-Statistik wegmachen? (Werner: nein, kann man nicht! **Josef: weisst du das besser?**)

Beim nächsten Treff: Gemeinsam Josefs Liste(n) analysieren. Ansprache bzw. Anrede definieren (keine?/Lieber Kunstfreund/Liebe*r Kunstfreund*in/Sehr geehrte Kunstfreunde ???)

Brauchen wir evtl. Vorname und Nachname?

Betreff der Email: Gedanken dazu aus <https://www.email-marketing-forum.de/fachartikel/details/1531-die-perfekte-newsletter-betreffzeile/53086> :

"Zweitens können in den Betreff Personalisierungsplatzhalter eingebaut werden. Damit können die Empfänger zielgerichtet und ganz persönlichen angesprochen werden. Beim Einsatz von Personalisierungen sollte man aber unbedingt darauf achten, sie wirklich nur in Kombination mit persönlichen Inhalten zu benutzen. Das können zum Beispiel persönlich relevante anlassbezogene Mailings oder Newsletter mit individuellen Angeboten sein."

Andernfalls können Personalisierungen schnell nach hinten losgehen. Die meisten Empfänger wissen heute, mit wie wenig Aufwand persönliche Ansprachen in den Newsletter-Betreff eingefügt werden können. Sie werden schnell durchschauen, wenn man mithilfe von Personalisierungen versucht, ihnen ein unpersönliches Werbe-Mailing als individuell zu verkaufen. In solchen Fällen sollte man von Personalisierungen lieber die Finger lassen."

Erkenntnisstand per 21. April 2024:

1)

bei den eigentlichen Newsletters verzichten wir bewusst auf eine Personalisierung.

2)

Ist der Kontakt erst einmal hergestellt, benutzen wir selbstverständlich die in der Schweiz gebräuchlichen Anreden: Sehr geehrte Frau Muster etc. etc.,

Beispiele aus Werners Inbox:



Tipps für Ihre Geldanlagen
Aktuelles zu Börsen & Märkten
Newsletter des VZ VermögensZ

Für Herrn Krapf

Der Start ins Börser

Die Aktienmärkte haben das erste
Quartal 2024 mit deutlichen
Kursgewinnen abgeschlossen. Diese

DOCMA Magazin
713. DocMatISChe Depesche
An: Werner Krapf,
Antwort an: depesche@docma.info

Eingang - Hispee

Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.

DOCMA TISCHE DEPESCHE



Ausgabe 713
1. April 2024



MusiX AG
MusiX Insider: Ostern Angebote
An: Werner Krapf

Eingang -



Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.

Sollte diese E-Mail nicht einwandfrei zu lesen sein, klicken Sie bitte [hier](#)



DER SPIEGEL – Die Lage am Sonntag
Ein Land wie ein Tieflader

Eingang - Hispeed 31. Mär:

An: Werner Krapf,

Antwort an: DER SPIEGEL – Die Lage am Sonntag



Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.

A

DER SPIEGEL

Im Browser lesen



Die Lage am Sonntag

Ihr Briefing aus der SPIEGEL-Chefredaktion

Sonntag, 31. März 2024



Dirk Kurbjuweit

Lieber Werner Krapf, guten Morgen!

Wachstumsraten sind Noten für Regierungen. So gesehen ist die Ampel durchgefallen, minus 0,3 im vergangenen Jahr, wahrscheinlich plus 0,1 in diesem. In den niedrigen Zahlen drücken sich neben



Robert von FotoTV.

Start einer neuen Serie und Kurs zum Thema "Models anleiten"

An: Werner Krapf,

Antwort an: Robert von FotoTV.

Eingang - Hispeed 29. Iv



Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.

FotoTV GUIDE

[Webversion im Browser anzeigen](#)

Liebe FotoTV-Zuschauer/innen,

wir haben eine neue Serie zur Portraitfotografie an verschiedenen Orten und eine Mini-Serie zur Anleitung von Models mit Andreas Jorns gestartet. Außerdem findet ihr neben dem Kurs des Monats und kommenden Live-Sessions viele weitere FotoTV-Highlights und Aktuelles aus dem Programm! Ihr könnt euch also auf den



Perfektes Timing

In der Theorie und in der Praxis



Jetzt lesen >

Sehr geehrter Herr Krapf

Welches ist der richtige Zeitpunkt, um erfolgreich viele Menschen stellen. Zu Recht. Und es gibt ein danach jeden Monat.

Wir erklären, wann, wieso und wie Sie am besten

Freundliche Grüße
UBS Switzerland AG

 **Shein**
Teilen Sie Ihre Einsichten, beanspruchen Sie Ihre Shein Mystery Box
An: Werner Krapf,
Antwort an: dplmosgjqv@newsletter.chip.de

A promotional banner for Shein. The background is a light beige color with a subtle pattern of gold ribbons. The word "SHEIN" is written in bold, black, uppercase letters. Below it, the text "Kostenloses Osterei-Preis" is written in a large, bold, brown serif font. At the bottom, the text "Dieses Shein Mystery Box Könnte jetzt Ihnen gehören!" is written in a smaller, brown serif font.

SHEIN

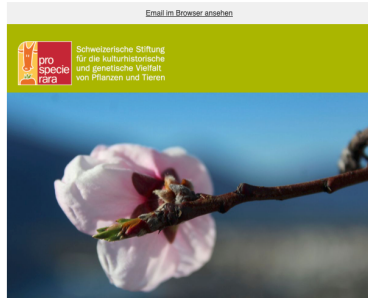
**Kostenloses
Osterei-
Preis**

Dieses Shein Mystery Box
Könnte jetzt Ihnen gehören!

ProSpecieRara
Von Setzlingsmärkten, Weinbergpfirsichen und Kursen
An: Werner Krapf,
Antwort an: ProSpecieRara

 Eingangs

 Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.



Lieber Werner Krapf

Nebst den allgegenwärtigen Primeln, Krokussen und Forsythien blühen auch schon die ersten Obstbäume. Die Natur ist erwacht! Haben Sie Ihren Balkon- oder Gartenplan schon erstellt – im Kopf, im Computer oder auf Papier? (Falls Sie Letzteres bevorzugen, könnte Ihnen unser [Gartenjournal](#) ein wertvoller Begleiter sein.)

Drucksachenexpress AG
Exklusive Einladungen für unvergessliche Events!
An: Werner Krapf

 Eingangs

 Diese E-Mail ist von einer Mailing-Liste.



Exklusive Einladungen für unvergessliche Events!



Sehr geehrter Herr Krapf

Der Erfolg Ihres Events beginnt mit der passenden Einladung. Wir helfen Ihnen dabei, dass Ihre Veranstaltung im Gedächtnis bleibt und schon beim Empfangen der Einladung Vorfreude weckt.

Achtung: Josef, wir dürfen wahrscheinlich nicht einfach schreiben "Sie haben die E-Mail erhalten, weil Sie sich für den Newsletter angemeldet haben." (...es stimmt einfach nicht!!) Eventuell könnten wir uns an den "Newslettern" (?) von Ricardo orientieren, die ähnlich sind, aber keinen solchen Spruch enthalten:

[WEITERE ARTIKEL ANSEHEN](#)

Du willst keine solchen E-Mails mehr erhalten?

[Verwalte Verkäufer, denen du folgst](#)

Benutzername

Mitgliedsnummer

wer_tm79

409740420

Dein Ricardo-Team

Ricardo AG

[Theilerstrasse 1a | CH-6300 Zug](#)

[AGB & Reglemente](#)

Wenn du diese E-Mail in Zukunft nicht mehr erhalten möchtest, kannst du diese [hier abbestellen](#).

Copyright © 2024 by Ricardo | alle Rechte vorbehalten

Argument **gegen das Double-Opt-In**: Werde ich etwa gefragt, ob ich **Online-Werbung** irgendwo in irgendwelchen redaktionellen Texten (auch innerhalb!) lesen möchte? Eben....

Werde ich gefragt, ob ich Musikvideos in Youtube unentwegt durch Werbung unterbrechen lassen will? -->Ja, wenn ich monatlich dafür ZAHLE.

Bereits verschickte Kampagnen sind eigentlich im Status "eingefroren". Will man damit fortfahren, soll man die Kampagne duplizieren und mit dem Duplikat weiterfahren.... siehe unten:



Ihre Kampagne wurde bereits versendet. Wenn Sie sie an weitere Kontakte versenden oder ändern möchten, empfehlen wir Ihnen, sie zu duplizieren und die gewünschten Änderungen in der neu erstellten Kampagne vorzunehmen.

Meine Kampagne duplizieren