

Detailergebnisse

Phrasen und Floskeln – Sprache im Mailing

dm.m in Zusammenarbeit mit dem IDM – Institut
für Dialogmarketing in Berlin
Deutscher Fundraising Kongress 2008

©Rotkreuz/Berlin, April 2008

Vergleich

Deutschland

- Ø 30 Sätze, 443 Wörtern
- Ø Lesbarkeit 1,8
(6 = schlecht, 1 = gut)
- Ø Verständlichkeit 19,2
(-20 = schlecht, +20 = gut)
- Ø Emotionsgehalt 2,8
(-20 = schlecht, +20 = gut)
- Anteil langer Sätze -3,2
(> 140 Zeichen, -20 = schlecht, +20 = gut)

Schweiz

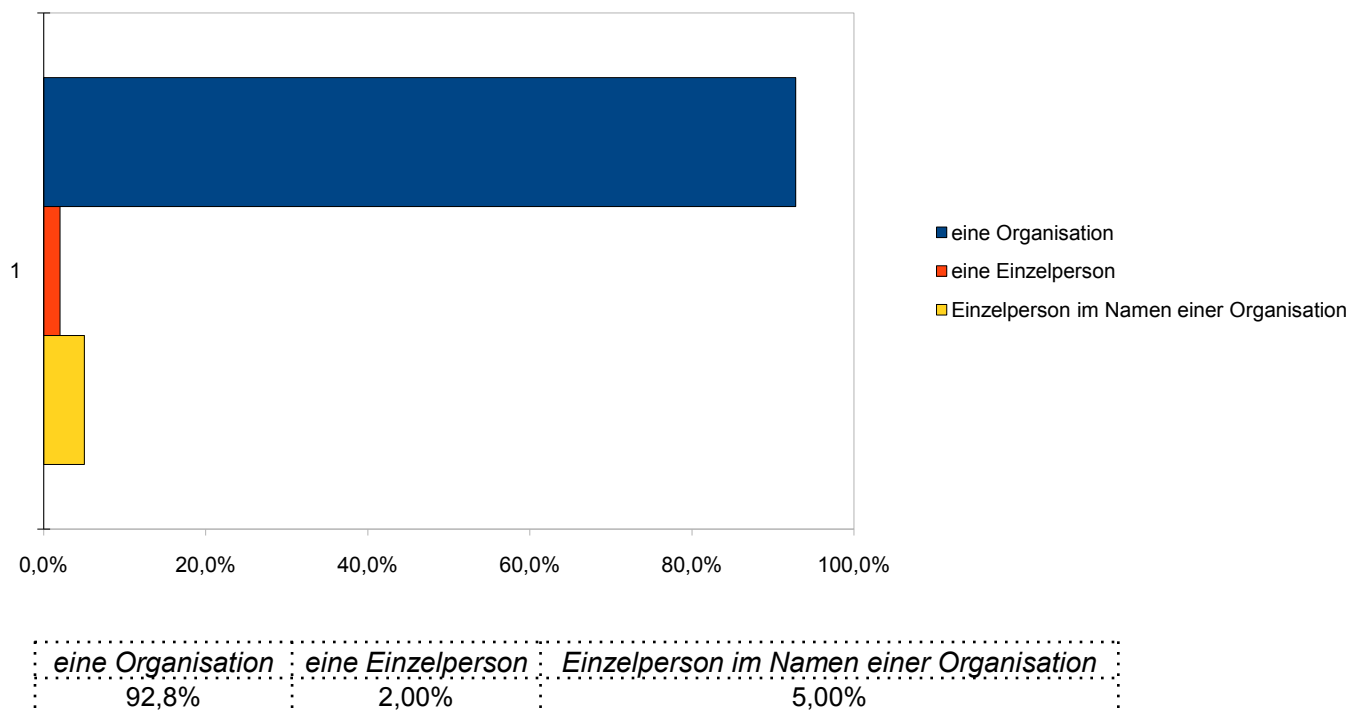
- Ø 24 Sätze, 328 Wörtern
- Ø Lesbarkeit 1,8
(6 = schlecht, 1 = gut)
- Ø Verständlichkeit 18,6
(-20 = schlecht, +20 = gut)
- Ø Emotionsgehalt 2,5
(-20 = schlecht, +20 = gut)
- Anteil langer Sätze -0,7
(> 140 Zeichen, -20 = schlecht, +20 = gut)

Vergleich Sprachklima

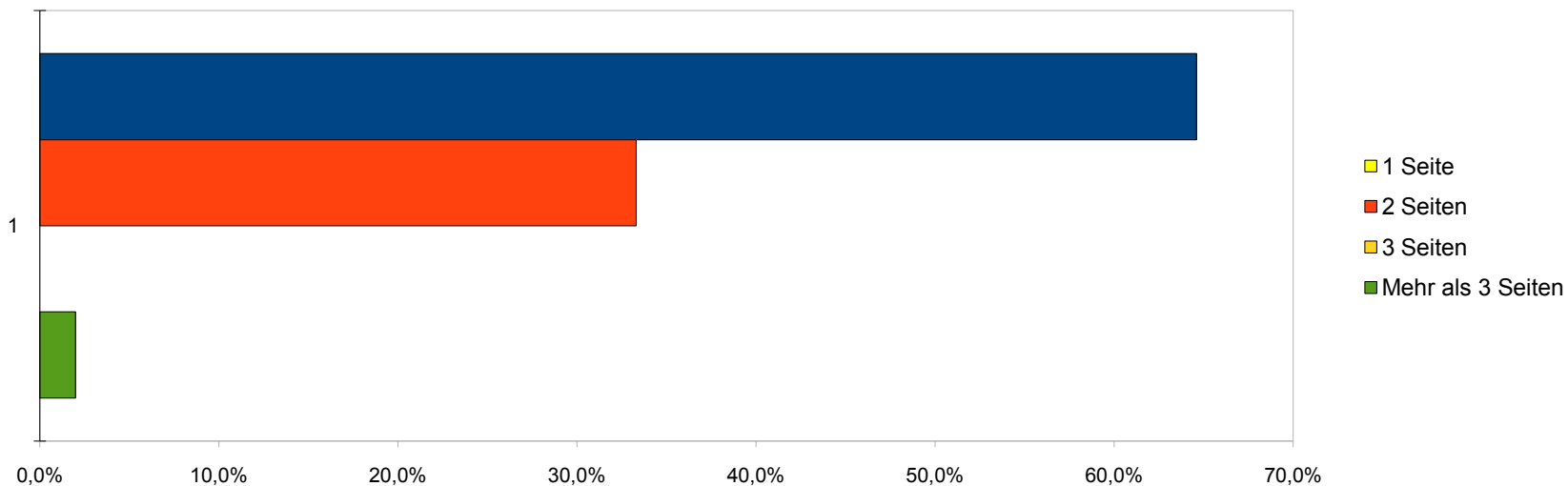
Deutschland			
Informativ	Emotional	Traditionell	Aktivierend
41%	19%	35%	5%

Schweiz			
Informativ	Emotional	Traditionell	Aktivierend
41%	17%	37%	6%

Absender

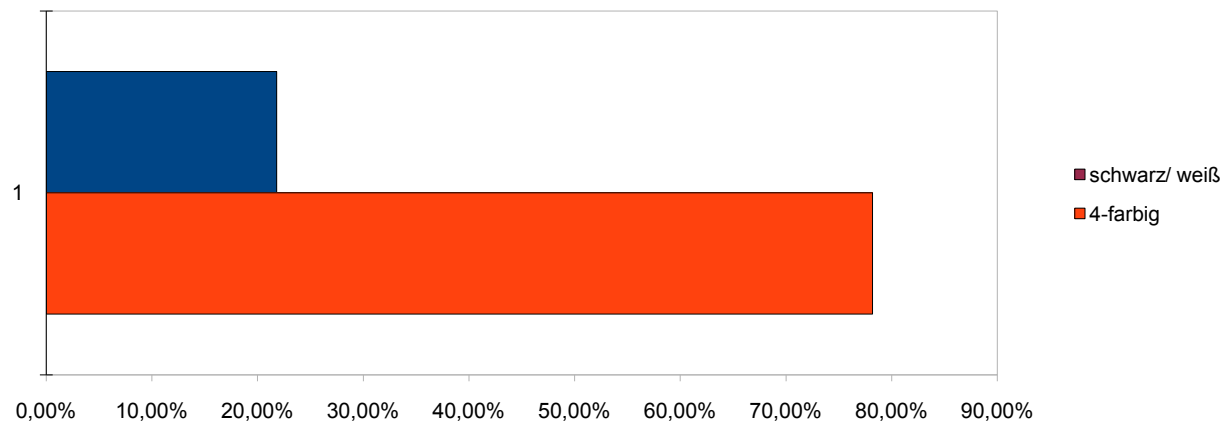


Umfang



1 Seite	2 Seiten	3 Seiten	Mehr als 3 Seiten
64,6%	33,3%	0,0%	2,0%

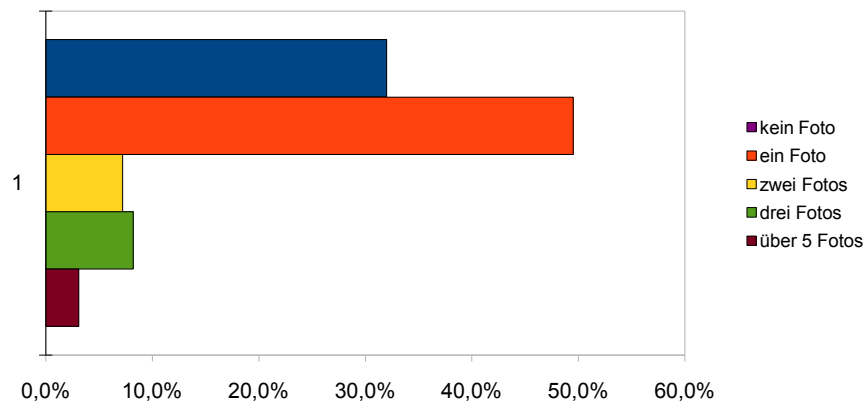
Farbauswahl



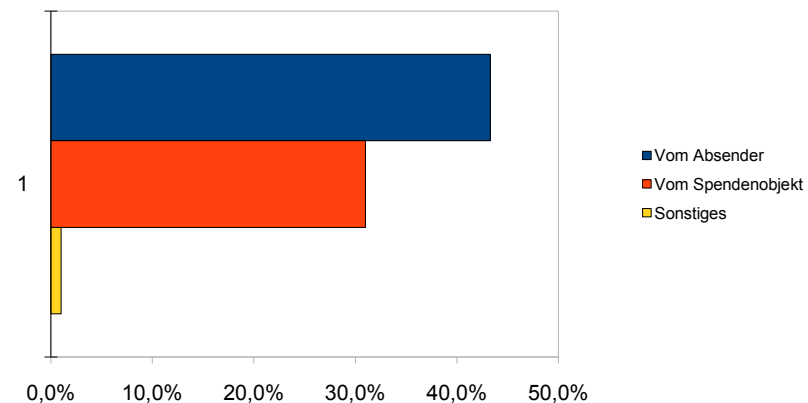
<i>schwarz/ weiß</i>	<i>4-farbig</i>
21,80%	78,20%

Fotos

Fotos



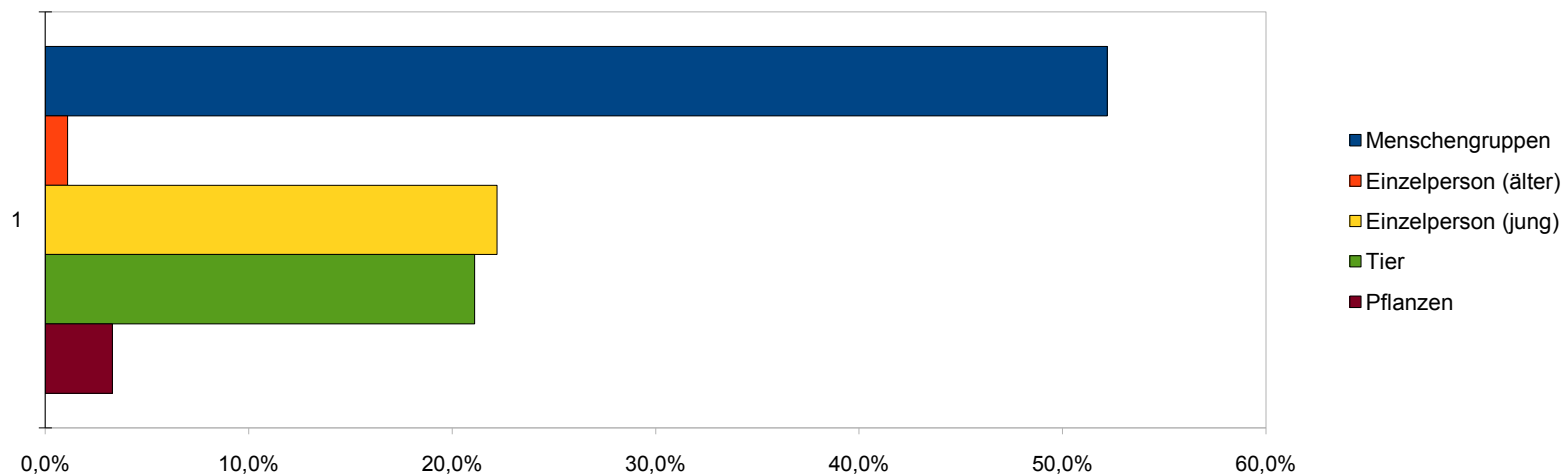
Objekt der Fotos



<i>kein Foto</i>	<i>ein Foto</i>	<i>zwei Fotos</i>	<i>drei Fotos</i>	<i>über 5 Fotos</i>
32,0%	49,5%	7,2%	8,2%	3,1%

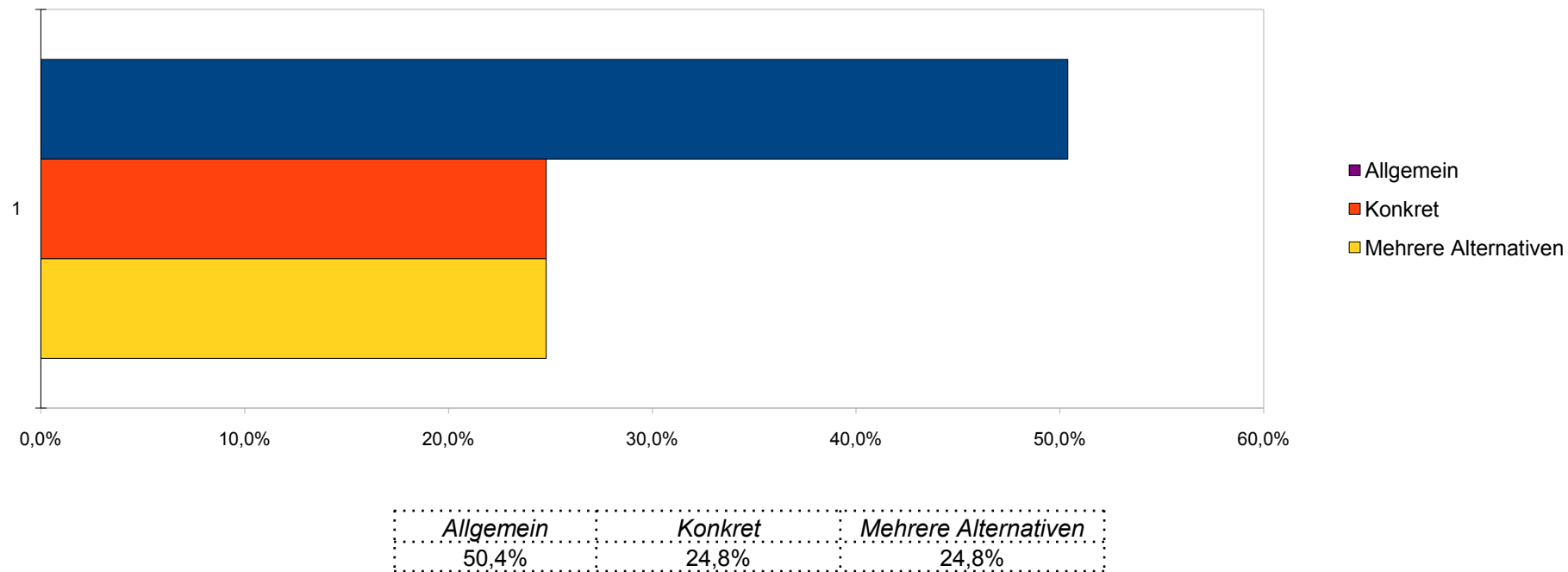
<i>Vom Absender</i>	<i>Vom Spendenobjekt</i>	<i>Sonstiges</i>
43,3%	31,0%	1,0%

Personen über die berichtet wird

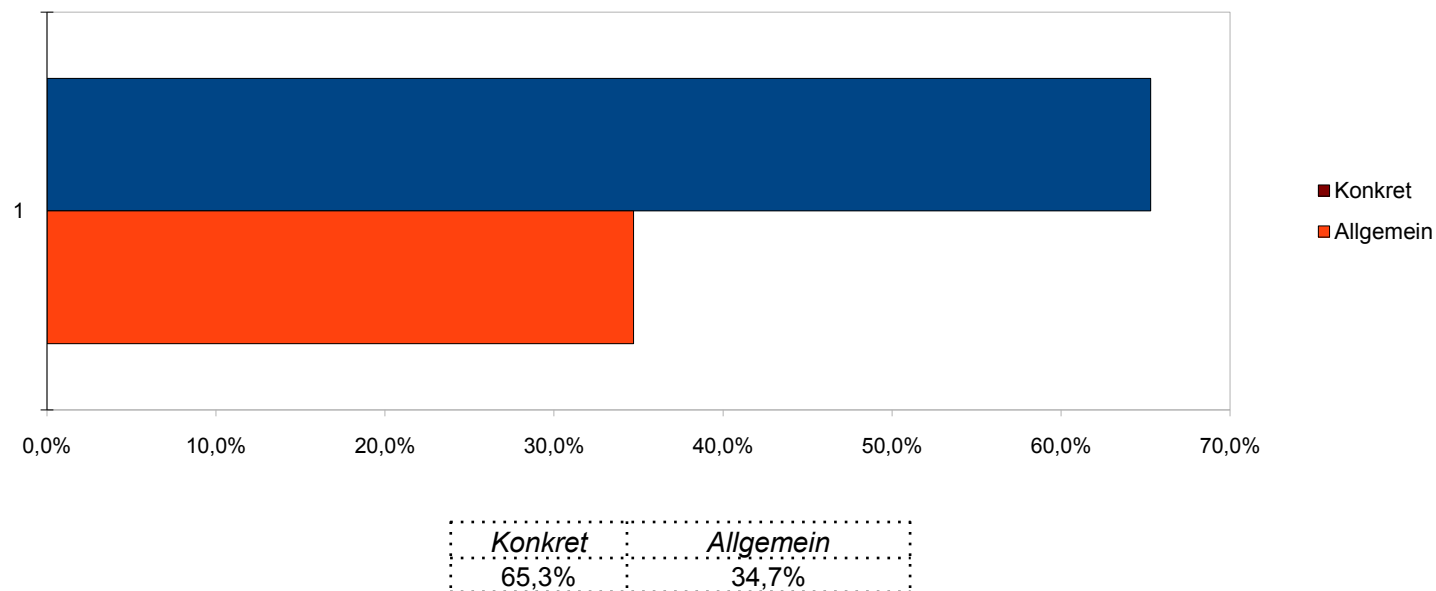


<i>Menschengruppen</i>	<i>Einzelperson (älter)</i>	<i>Einzelperson (jung)</i>	<i>Tier</i>	<i>Pflanzen</i>
52,2%	1,1%	22,2%	21,1%	3,3%

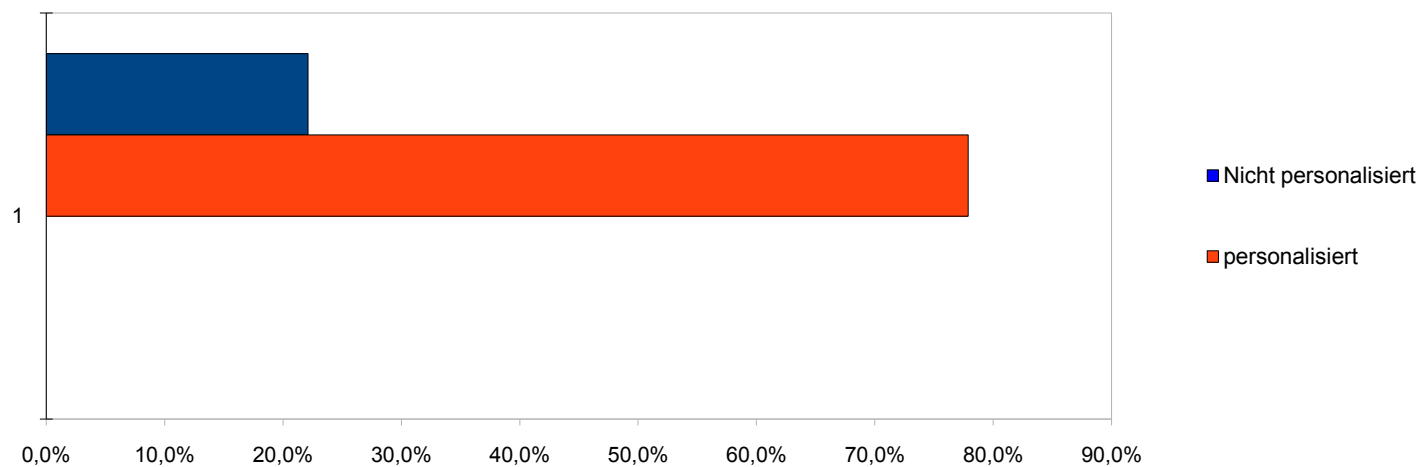
Spendenhöhe



Spendenwirkung/-ziel (Wenn - dann)

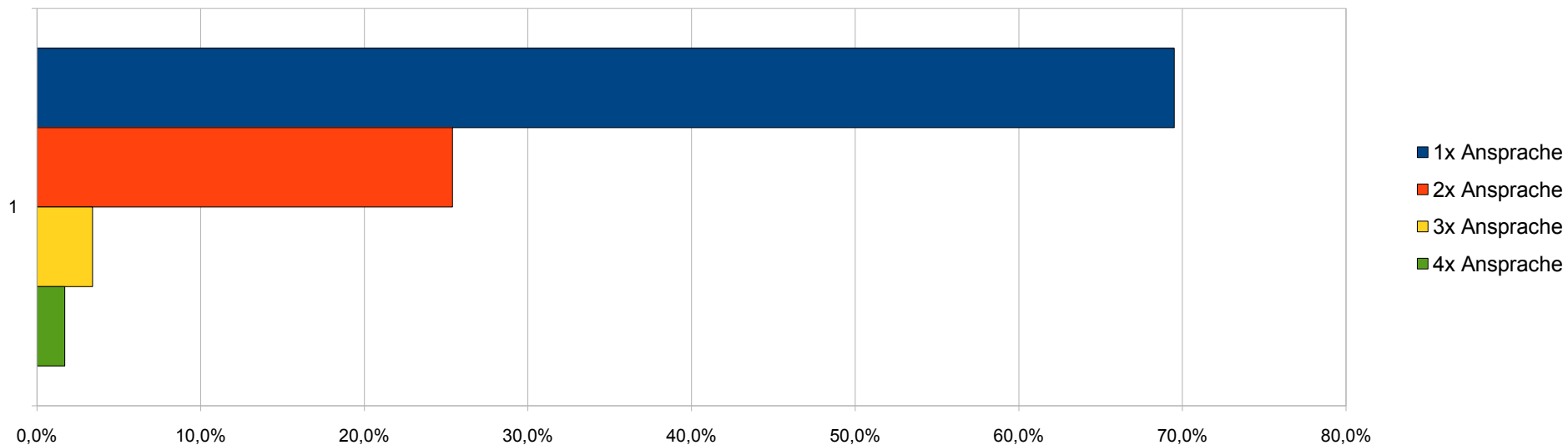


Ansprache



<i>Nicht personalisiert:</i>	<i>personalisiert</i>
22,1%	77,9%

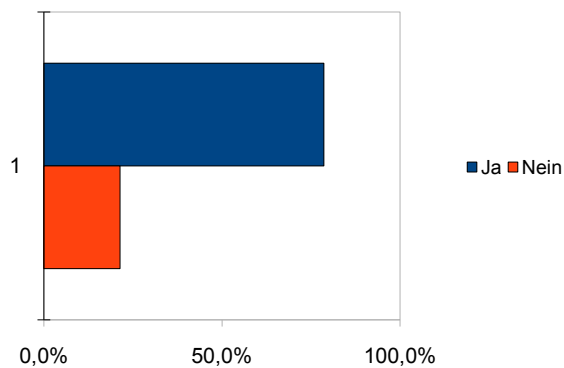
Ansprache-Frequenz



1x Ansprache	2x Ansprache	3x Ansprache	4x Ansprache
69,5%	25,4%	3,4%	1,7%

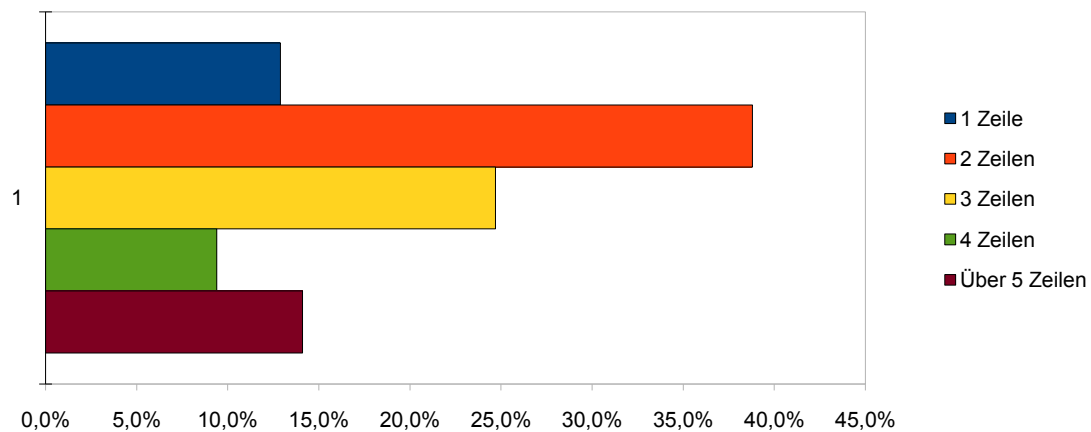
PS

Gibt es ein PS?



Ja	Nein
78,6%	21,4%

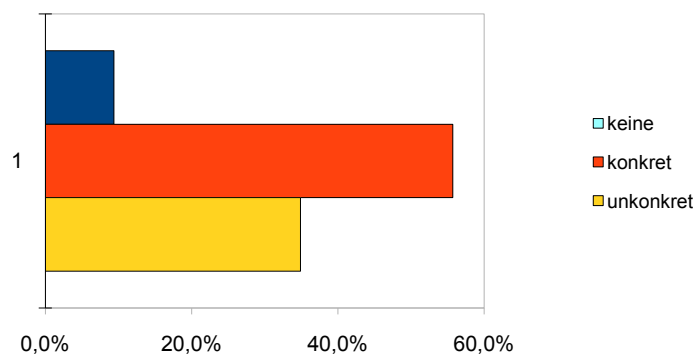
Wenn ja, wie viele Zeilen?



1 Zeile	2 Zeilen	3 Zeilen	4 Zeilen	Über 5 Zeilen
12,9%	38,8%	24,7%	9,4%	14,1%

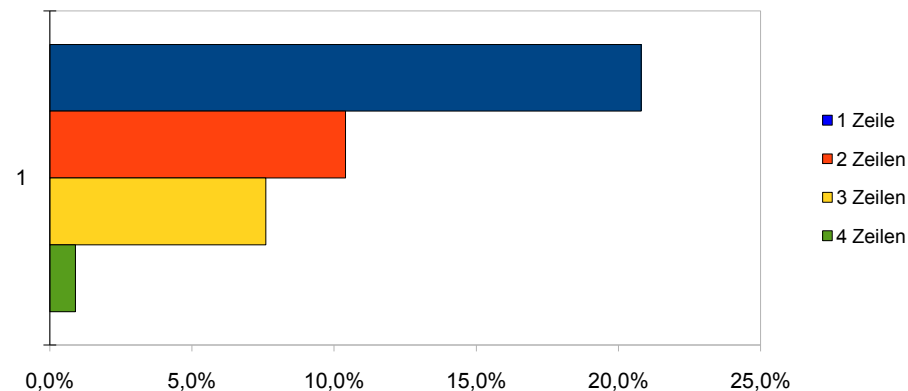
Überschrift

Überschrift vorhanden?



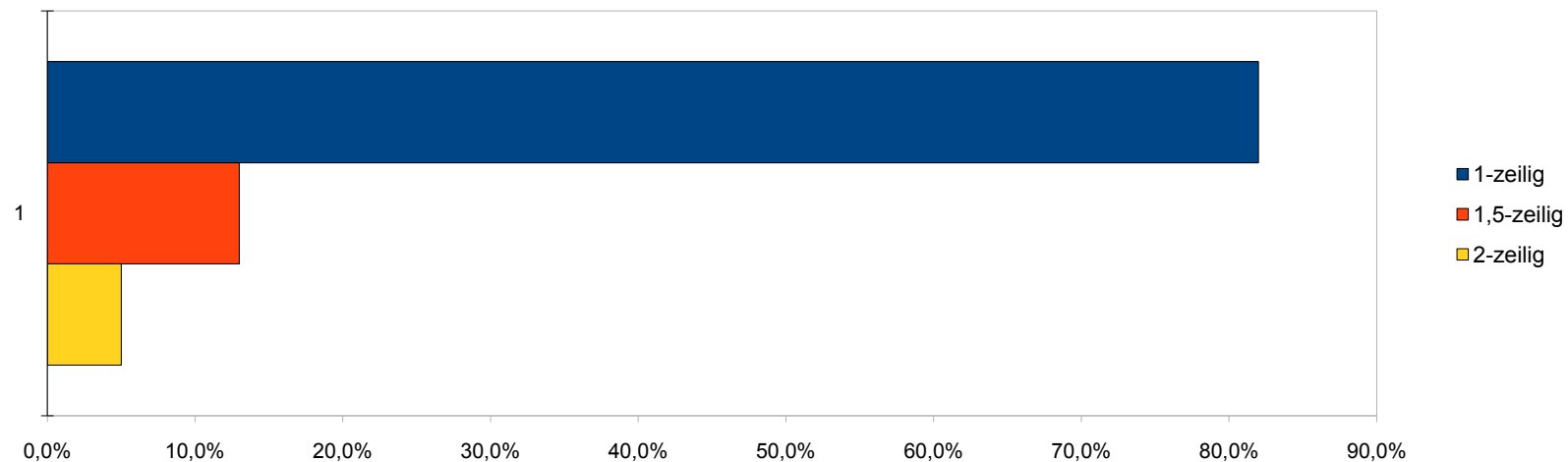
<i>keine</i>	<i>konkret</i>	<i>unkonkret</i>
9,4%	55,7%	34,9%

Wenn ja, wie viele Zeilen?



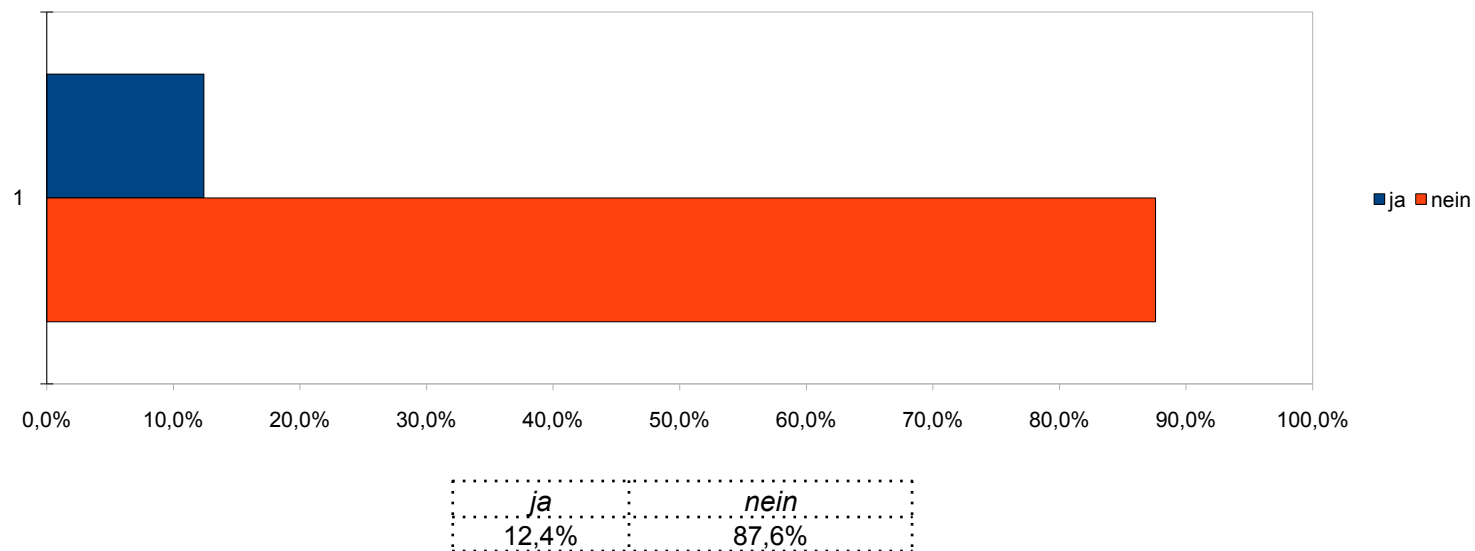
<i>1 Zeile</i>	<i>2 Zeilen</i>	<i>3 Zeilen</i>	<i>4 Zeilen</i>
20,8%	10,4%	7,6%	0,9%

Zeilenabstand

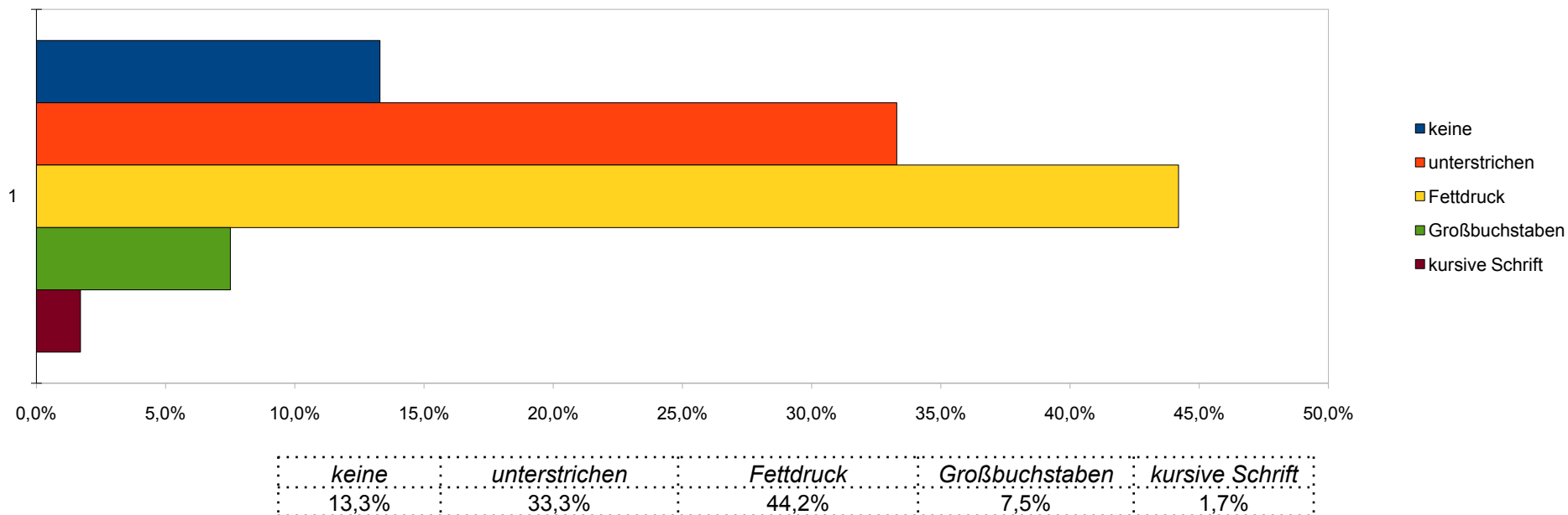


1-zeilig	1,5-zeilig	2-zeilig
82,0%	13,0%	5,0%

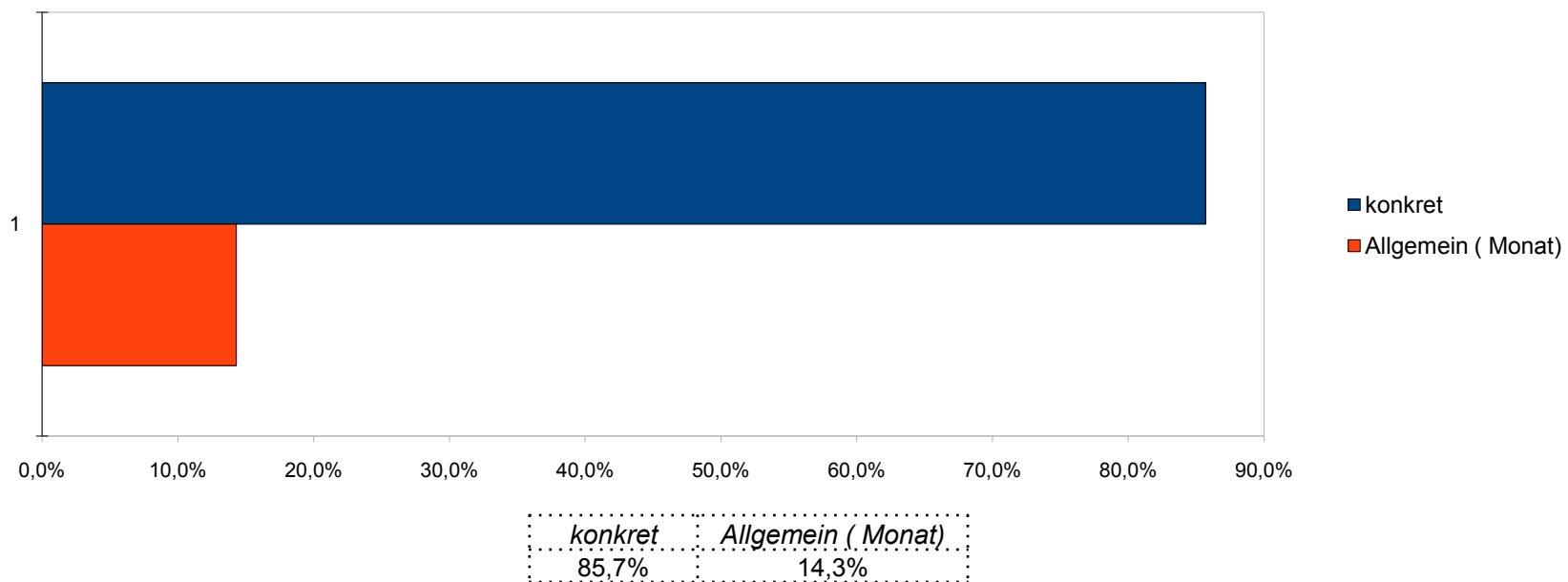
Zwischenüberschriften



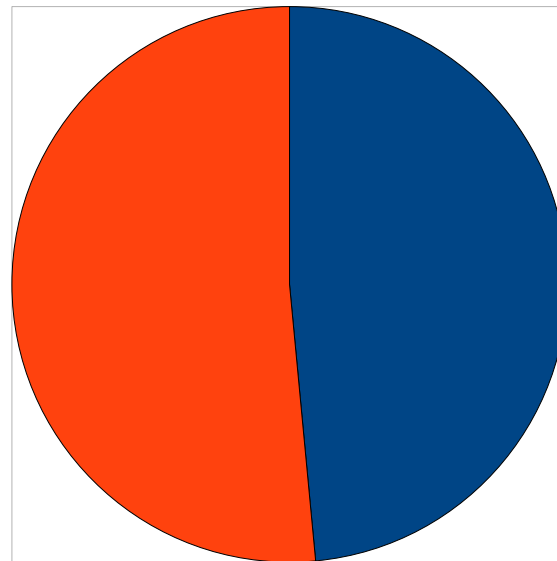
Hervorhebungen



Datum des Briefes



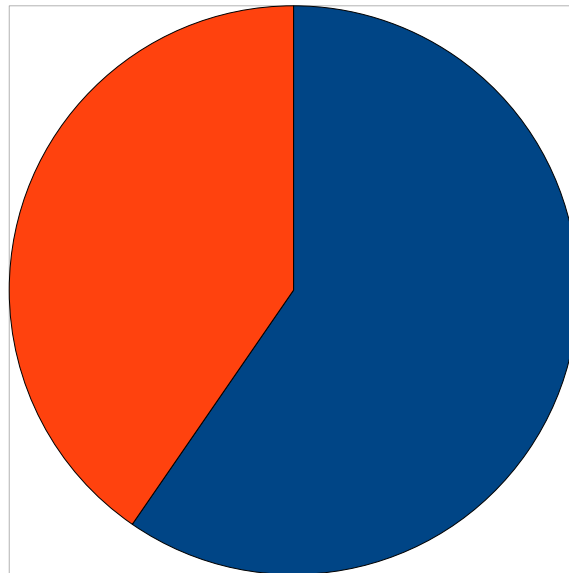
Kontrollzeichen



■ ja
■ nein

<i>ja</i>	<i>nein</i>
48,5%	51,5%

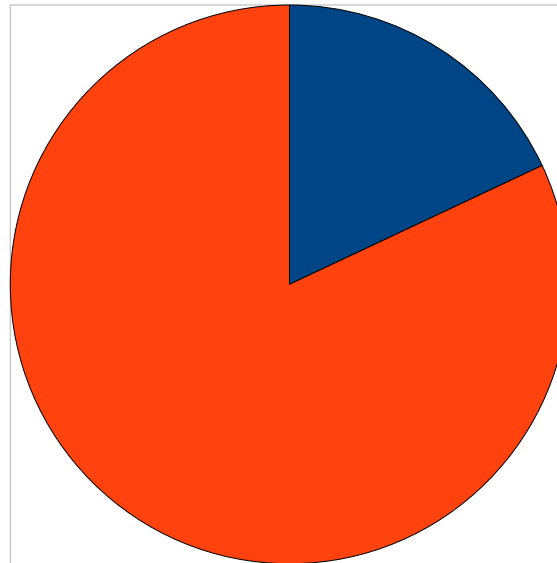
Verabschiedung



■ formal
■ individuell

<i>formal</i>	<i>individuell</i>
59,6%	40,4%

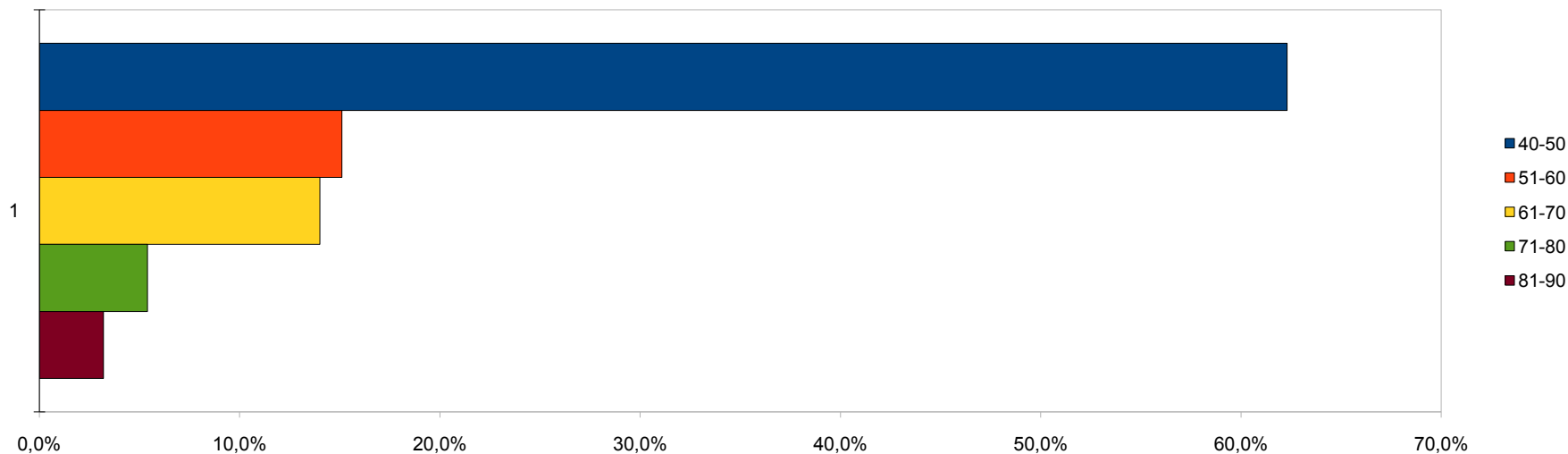
Spendenzertifikat



■ ja ■ nein

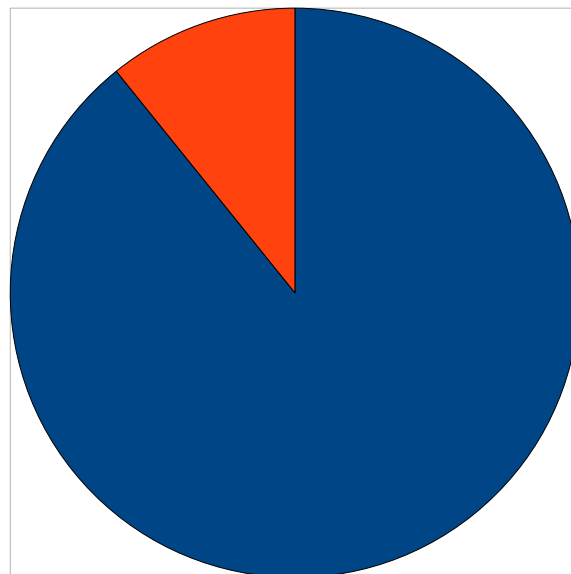
<i>ja</i>	<i>nein</i>
18,0%	82,0%

Anschläge pro Zeile



40-50	51-60	61-70	71-80	81-90
62,3%	15,1%	14,0%	5,4%	3,2%

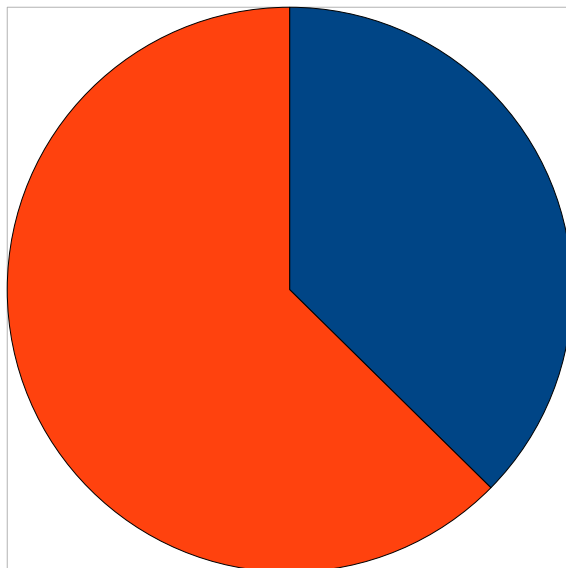
Schriftart



■ normal
■ ungewöhnlich

<i>normal</i>	<i>ungewöhnlich</i>
89,2%	10,8%

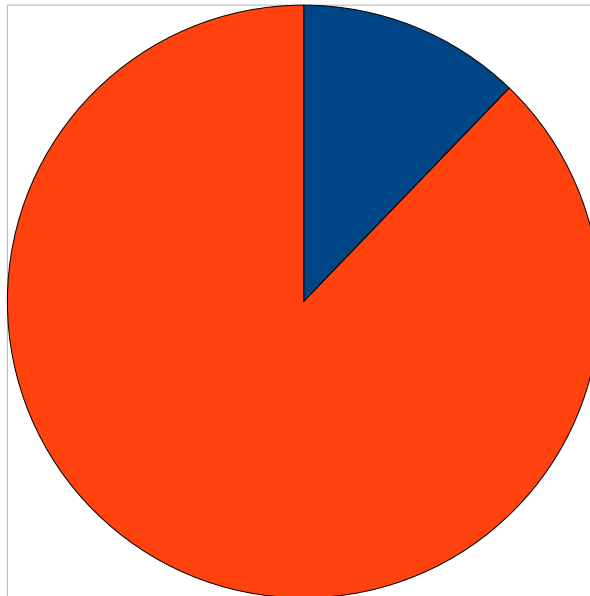
Spendenerwartung



- Ergebnis abrechenbar/ kontrollierbar
- Beispiele der Wirkung

<i>Ergebnis abrechenbar/ kontrollierbar</i>	<i>Beispiele der Wirkung</i>
37,0%	62,0%

Opt-in / Opt-out

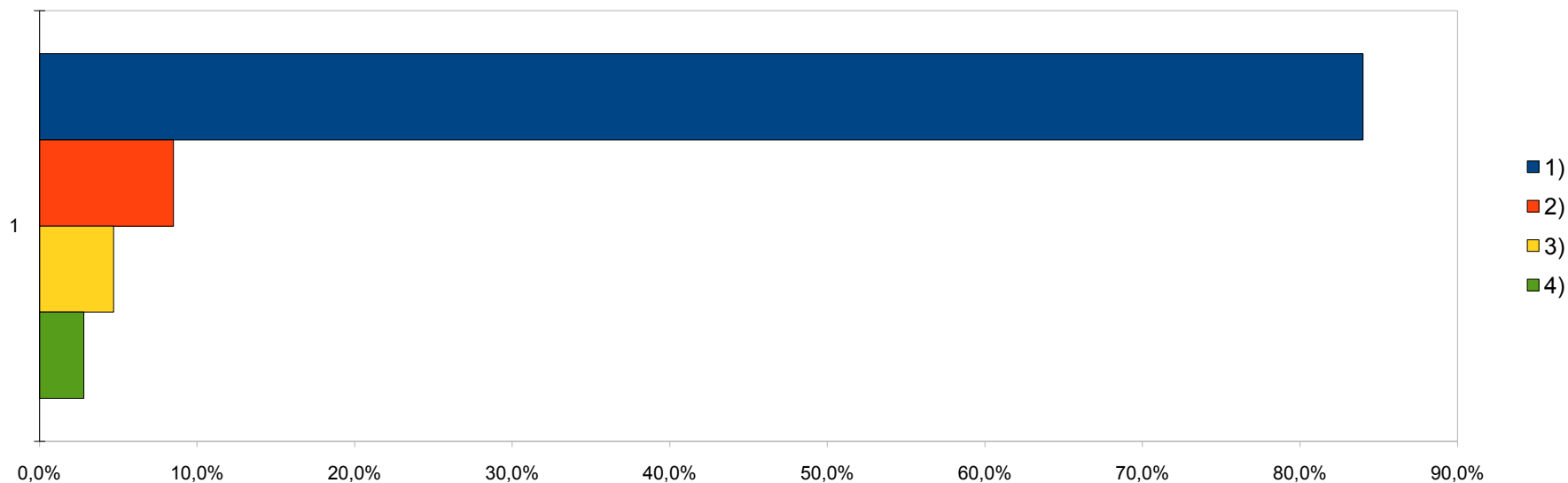


■ ja (streichen, abbestellen) ■ nein

<i>ja (streichen, abbestellen)</i>	<i>nein</i>
12,2%	87,8%

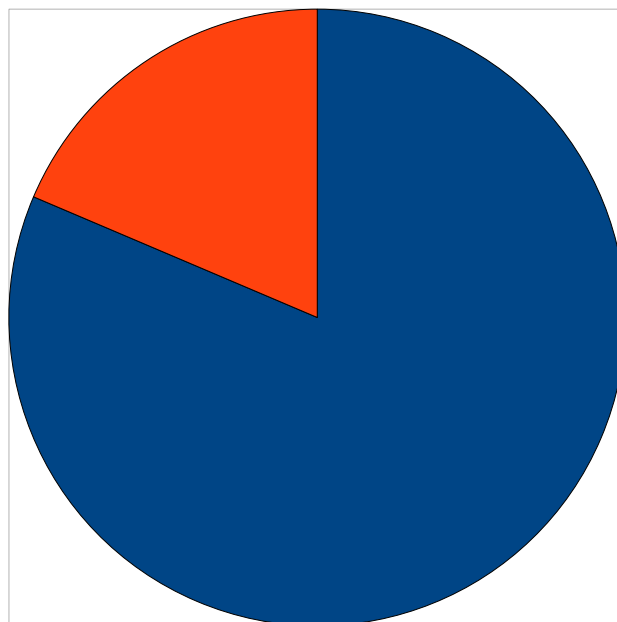
Wie viele Schriftarten

(Ohne Briefkopf)



1)	2)	3)	4)
84,0%	8,5%	4,7%	2,8%

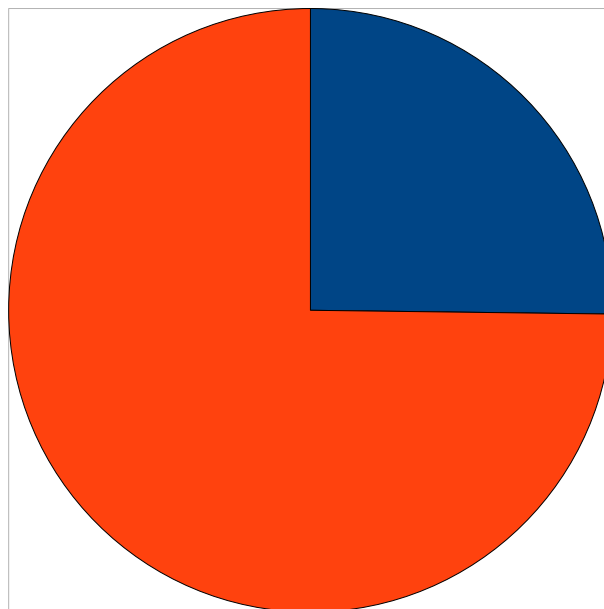
Wird eine Geschichte erzählt?



■ ja
■ nein

<i>ja</i>	<i>nein</i>
81,4%	18,6%

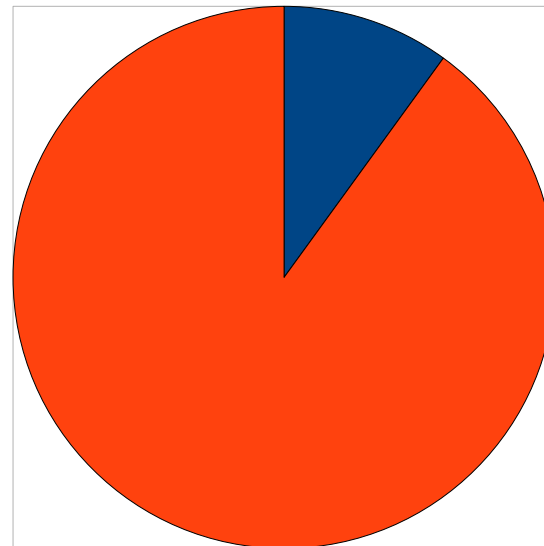
Dank für bisherige/künftige
Unterstützung?



■ ja
■ nein

<i>ja</i>	<i>nein</i>
25,2%	74,8%

Werden Benefits (CDs, give-aways etc.) angeboten bzw. als Dank für eine Spende in Aussicht gestellt?



■ ja ■ nein

<i>ja</i>	<i>nein</i>
10,0%	90,0%