



Wichtige Fristen und Zusatzumsatz

Dein Weihnachtsgeschäft



Foto: Monique Barudio



Inhaltsverzeichnis

- [1. Wichtige Bestell- und Laborfristen](#)
- [2. Preis- und Kommunikationsprofile zu Weihnachten](#)
- [3. Zusatzumsatz zur Weihnachtszeit](#)
 - [3.1 Produkte zu Weihnachten](#)
 - [3.2 Rabattgutscheine anbieten](#)
 - [3.3 Bestellfristen für deine Kund:innen](#)
 - [3.4 Newsletter für deine Kund:innen](#)
 - [3.5 Archivierte Aufträge wieder zum Verkauf stellen](#)
 - [3.6 Versand der Newsletter](#)
- [4. Newsletter mit fotograf.de](#)
 - [4.1 Ideale Betreffzeile](#)
 - [4.2 Newsletterdesign](#)
 - [4.3 Empfänger:innen auswählen](#)
- [5. Rechtliche Hinweise](#)

1. Wichtige Bestell- und Laborfristen

Bitte beachte:

- Die Fristen können sich kurzfristig etwas verändern. Die aktuellsten Angaben findest du ab dem 01.11. unter [Labore & Produkte](#) in deinem Account.
- Alle Termine gehen von ungemischten, sortenreinen Aufträgen aus (z.B. gilt eine Bestellfrist für „Leinwände“ nur für reine Leinwandbestellungen).
- Bei Mischaufträgen ergibt sich die Frist durch die längste Lieferzeit plus einem Produktions-/Werktag.
- Ggf. verlängerte Postlaufzeiten wegen hohen Aufkommens.
- Bestellungen per Lastschrift und PayPal werden nach Zahlungseingang direkt an das Labor übertragen. Bei Vorkasse kann es allerdings zu Verzögerungen kommen, z.B. wenn Kunden den Überweisungszweck (Bestellnummer) nicht oder unvollständig angeben.

2. Preis- und Kommunikationsprofile zu Weihnachten

Wir haben dir für Aufträge die im Laufe der Herbstsaison frisch in den Verkauf gehen, Preis- und Kommunikationsprofile speziell für die Vorweihnachtszeit vorbereitet.

2.1 Preisprofil und Sparpakete

Passe dein Produktangebot dem bevorstehenden Weihnachtsfest an! Wir haben ein spezielles [Weihnachtspreisprofil](#) und [Weihnachtssparpakete](#) für dich vorbereitet.

2.2 Kommunikationsprofile

Zusätzlich zu unseren weihnachtlichen E-Mail-Vorlagen gibt es auch zwei [Kommunikationsprofile](#), die du für deine Fotoaufträge nutzen kannst.

Unsere Empfehlung:

Nutze diese **Preis- und Kommunikationsprofile in Aufträgen, die bis Ende November in den Verkauf** gehen, also von dir auf „Verkauf“ gestellt werden.

Hinweis: Die **Gutscheinfrist** sollte beispielsweise der erste Sonntag im Dezember.

Beachte generell die Bestellfristen unserer Labore für alle Bestellungen, die vor dem Fest unter dem Weihnachtsbaum liegen sollen. Kommuniziere diese Fristen auch immer an deine Kund:innen.

3. Zusatzumsatz zur Weihnachtszeit

Du hast trotz aller Turbulenzen dieses Jahr viel fotografiert und Kontakte zu neuen Kund:innen gewonnen? Dann kannst du sie dir zum Jahresende noch einmal zunutze machen. Mit der Newsletterfunktion von fotograf.de kannst du Nachbestellungen und neue Aufträge zur Weihnachtszeit ankurbeln. Erfolgsentscheidend ist neben der Ansprache, vor allem auch dein Produktangebot.

Bitte beachte: Für den **Zusatzverkauf** zu Weihnachten sollte die **Archivierung deiner Aufträge schon einige Zeit zurückliegen**, am besten im Frühjahr oder im Sommer. Wenn zu wenig Zeit vergangen ist, seitdem du die Fotos zu deinen üblichen Preisen angeboten hast, fühlen deine Kund:innen sich eventuell nicht ernst genommen.

3.1 Produkte zu Weihnachten

Wenn du vergangene Aufträge zu Weihnachten noch einmal bewerben willst, passe vorher dein Produktangebot bzw. dein Preisprofil an. Wir empfehlen, neben deinem Basissortiment und den Downloads – denn schließlich können sich auch einige Erstkäufer:innen unter deinen Adressaten befinden – auch ein kleines Sortiment aus hochwertigen Produkten anzubieten: Poster, Leinwände und Fotogeschenke. Vor allem aber: Schnüre neue Pakete, sodass für deine Kund:innen ein Mehrwert gegenüber deinem ersten Angebot entsteht.

Warum? Wenn deine Kund:innen in deinem Onlineshop exakt dasselbe Angebot vorfinden wie beim ersten Kauf, könnte schnell der Eindruck entstehen, dass du es mit dem Archivieren nicht ernst meinst. Dies kann sich negativ auf deinen zukünftigen Umsatz auswirken – vor allem, bei Folgeaufträgen. Mache deshalb durch eine entsprechende Ansprache in der E-Mail und ein exklusives Produktangebot klar, dass es sich hierbei um eine einmalige Aktion aus besonderem Anlass handelt.

Wir haben uns Gedanken gemacht und dir ein [Weihnachtspreisprofil](#) mit besonderen Paketen zusammengestellt. Wie immer, kannst du sie direkt übernehmen oder nach deinen Vorstellungen anpassen.

3.2 Rabattgutscheine anbieten

Wenn du das Optimum aus der Saison herausholen willst, kannst du Weihnachtsgutscheine einsetzen und so zusätzliche Verkaufsanreize schaffen.

Dafür muss zunächst ein Gutschein angelegt werden. Um direkt zu „Gutscheine“ in deinem Administrationsbereich zu gelangen, klicke [hier](#) und logge dich mit deinen fotograf.de-Kundendaten ein. Alternativ folge diesen Schritten:

1. Logge dich bei fotograf.de ein

2. Wähle in deinen Einstellungen im Menü auf der linken Seite den Punkt „Gutscheine“ aus.

Über den Button „Gutschein hinzufügen“ kannst du einen neuen Gutschein anlegen.

Beispielsweise **5 Euro ab 50 Euro Warenkorb gültig bis xx.xx.xx**. Als Gutscheincode kannst du etwas wie „XMAS2024“ wählen. Abschließend musst du den Gutschein lediglich in den Weihnachtsnewsletter einbauen.

3.3 Bestellfristen für deine Kund:innen

Deine Kund:innen wollen sicher sein, dass ihre Bestellungen rechtzeitig vor Weihnachten ausgeliefert werden. Nutze den Weihnachtsnewsletter, um die Bestellfristen zu kommunizieren!

Empfehlung: Sonntag, Mitte Dezember als Deadline. Bitte beachte, dass es aufgrund von Engpässen bei der Post gerade zur Weihnachtszeit zu Verzögerungen in der Zustellung kommen kann.

Da die Daten der verschiedenen Labore variieren, verschaffe dir am besten [hier](#) ab Anfang November einen genauen Überblick.

3.4 Newsletter für deine Kund:innen

In deinem Account findest du im Bereich „Einstellungen -> Vorlagen“ drei optimierte E-Mail-Vorlagen zum Versand an deine Kund:innen. Klicke [hier](#), um direkt zu den Vorlagen zu gelangen.

Um die Früh- und Spätentschlossenen gleichermaßen zu erreichen, empfehlen wir drei E-Mails an deine Kund:innen zu senden.

E-Mail 1: Versand am Sonntag, Ende November

E-Mail 2: Versand am Sonntag, Anfang Dezember

E-Mail 3: Versand, nachdem keine Print-Bestellungen mehr möglich sind. Biete jetzt nur noch Foto-Downloads an. Wichtig: Passe hierfür dein Preisprofil an!

3.5 Archivierte Aufträge wieder zum Verkauf stellen

Wenn du einen Auftrag, der archiviert wurde, wieder zum Verkauf stellst, gehe dabei wie folgt vor:

- Entferne das Häkchen bei „Auftrag archivieren“ oder setze ein neues Datum, das in der Zukunft liegt. Wird das Datum nicht verändert, wird das System den Auftrag immer wieder auf „Archiviert“ stellen.

- Deaktiviere deine Kommunikationsprofile für den Auftrag oder stelle neue ein, wie z.B. die Weihnachtsprofile. Andernfalls erhalten deine Kunden noch mal dieselben alten Benachrichtigungen.
- Wenn auch dein neues Preisprofil mit anderen Sparpaketen und einigen Geschenkartikeln sitzt, dann ist dein Weihnachtsangebot bereit, in den Verkauf zu gehen.
- Um den Zweitverkauf zu Beginnen, musst du lediglich den Verkaufen-Button neben dem schwarzen Archiviert-Button anklicken.

Eine detaillierte Anleitung dafür findest du [hier](#).

3.6 Versand der Newsletter

Der optimale Versandzeitpunkt für Weihnachtsnewsletter:

Um die Früh- und Spätentschlossenen unter deinen Kund:innen gleichermaßen zu erreichen, empfehlen wir drei E-Mails zu senden:

1. Weihnachts-E-Mail

Versand am Sonntag Ende November

Dieser erste Newsletter spricht die sogenannten „Adventskäufer:innen“ an, die vor allem hochwertige Geschenke kaufen. Du solltest hier die Bestellfristen klar kommunizieren, jedoch nicht versuchen, zu viel Verkaufsdruck aufzubauen.

2. Weihnachts-E-Mail

Versand am Sonntag Anfang Dezember

Mit der zweiten E-Mail erreichst du vor allem Spätkäufer:innen, die besonderen Wert auf pünktliche Lieferung bis Heiligabend legen. Sei hier daher besonders präzise in der Angabe der Bestellfristen und stimme die Hauptaussage gezielt darauf ab.

3. Weihnachts-E-Mail

Versand am Sonntag kurz vor Weihnachten

Mit der dritten und letzten E-Mail kannst du zwar keine Printprodukte mehr anbieten, jedoch noch den Last-Minute-Kauf von Fotodownloads bewerben. Passe dafür erneut dein Preisprofil an und biete nur Downloads an. Deine Kund:innen haben somit noch die Möglichkeit, deine schönen Bilder als Weihnachtsgeschenk zu kaufen, müssen sie jedoch selber bei einem lokalen Anbieter ausdrucken lassen.

Die meisten Empfänger:innen lesen ihre E-Mails direkt am Morgen oder erst abends. Bedenke dies beim Versenden deiner Newsletter. Die genaue Versandzeit kannst du in deinem Account festlegen.

4. Newsletter mit fotograf.de

Weil sie so persönlich sind, stehen Fotos als Geschenke besonders hoch im Kurs. Gerade in der Vorweihnachtszeit solltest du deinen Kund:innen daher gezielt über interessante Angebote informieren und von Nachbestellungen profitieren.

fotograf.de bietet dir die einzigartige Funktion, personalisierte Newsletter zu versenden. Dabei erhält jede:r Kund:in eine individuelle Nachricht und eine Vorschau der eigenen Fotos. Diese Verknüpfung mit der Onlinegalerie löst besonders positive Emotionen aus, die sich verkaufsfördernd auswirkt. Nutze einfach unsere Vorlagen.

Um direkt zur Newsletterfunktion in deinem Administrationsbereich zu gelangen, klicke [hier](#) und logge dich mit deinen fotograf.de-Kundendaten ein. Alternativ folge diesen Schritten:

1. Logge dich bei fotograf.de ein.
2. Klicke auf den Bereich „Kunden“.
3. Wähle den Reiter „Newsletter“ aus.

4.1 Ideale Betreffzeile

Es ist besonders wichtig, dass dein Newsletter schon ungeöffnet im Postfach der Kund:innen auffällt und nicht in der Flut von E-Mails untergeht. In unseren [Newslettervorlagen](#) haben wir den Betreff bereits für dich optimiert.

Beachte Folgendes für deine eigene Betreffzeile:

a) Anliegen eindeutig ansprechen

Der Betreffzeile kommt eine buchstäblich herausragende Bedeutung zu: Sie ist das Erste, das deine Kund:innen von deiner Kampagne zu Gesicht bekommen. Sei in deinem Betreff nicht zu vage und sprich dein Anliegen lieber ausdrücklich an. Im Idealfall steht das wichtigste Schlüsselwort an erster Stelle.

b) 50 bis 60 Zeichen lang

Ist die Betreffzeile zu lang, steigt die Gefahr, dass sie von bestimmten E-Mail-Programmen nicht vollständig angezeigt wird. Auf mobilen Geräten ist die Anzahl der angezeigten Zeichen sogar deutlich geringer als auf Desktop-PCs. Die meisten Empfehlungen rangieren daher im Bereich zwischen 50 und 60 Zeichen.

4.2 Newsletterdesign

Im Editor kannst du deinen Newsletter entweder von Grund auf selbst gestalten oder eine unserer Weihnachtsvorlagen verwenden. Um eine Vorlage auszuwählen, klicke bitte auf die Dropdown-Liste auf der rechten Seite und wähle die gewünschte E-Mail unter der Überschrift „Weihnachtsmails“ aus. Du kannst nun nach Belieben Änderungen vornehmen. Achte bei

Zusatzverkäufen jedoch darauf, das Angebot als einmalige und zeitlich begrenzte Aktion zu bewerben. Sonst riskierst du den Eindruck, die Fotos seien immer verfügbar.

Um deine Texte zu personalisieren, kannst du Platzhalter verwenden, die beim Versand der E-Mails direkt durch die entsprechenden Daten deiner Kund:innen ersetzt werden. Zu den wichtigsten Platzhaltern gehören die „Fotos der Kunden“. Hierbei werden in den Newsletter sechs Vorschaubilder aus dem letzten Shooting eingebaut. Nicht vergessen: Persönliche Fotos lösen Emotionen aus, die für den Verkauf förderlich sind. Verzichte also besser nicht darauf.

Die vollständige Liste der Platzhalter findest du unterhalb der Vorlagen auf der rechten Seite. Solltest du Platzhalter verwenden, prüfe vor dem Senden in der Vorschau bitte immer auf Richtigkeit.

Achte unbedingt darauf, dass du dein Anliegen möglichst schnell auf den Punkt bringst und die Fotos der Kund:innen im Mittelpunkt stehen. Verwende also bestenfalls nur kurze Texte und prägnante Überschriften. Darüber hinaus hilft ein ansprechendes Design, das im Idealfall nicht zu werbend daherkommt. Von dieser Art E-Mails erhalten deine Kund:innen in der Weihnachtszeit nämlich garantiert genug.

Übrigens: Wir haben ein weihnachtliches Download-Paket für dich geschnürt. Es enthält eine „Kauf lokal“-Stempelgrafik für E-Mails, deine Webseite u.a. Damit zeigst du deinen Kund:innen, dass sie bei dir ein lokales Produkt bekommen. Zudem enthält das Paket viele weihnachtliche E-Mail-Headern für die Newsletter an deine Kund:innen.

Hier geht es zum [Weihnachtsdownloadpaket](#).

4.3 Empfänger:innen auswählen

Bist du mit deinem Design zufrieden, kannst du die Empfänger:innen auswählen. Mit einem Klick auf „Hinzufügen/Entfernen“ gelangst du in deine Kundendatenbank. Mit Hilfe der Filter kannst du durch die verschiedenen Aufträge und Alben navigieren und die gewünschten Kund:innen zur Kampagne hinzufügen.

Tipp: Wenn du einfach alle Kund:innen auf einmal anschreiben möchtest, gehe wie folgt vor:

1. Filtere nur über den Kundenstatus und wähle alle „Käufer“ aus.
2. Klicke auf „Alle hinzufügen“.
3. Klicke auf „Zurück zum Newsletter“.
4. Im Empfängerfeld siehst du nun die Gesamtzahl der Kund:innen, die den Newsletter erhalten werden.

5. Rechtliche Hinweise

Mit dem Inkrafttreten der neuen DSGVO am 25. Mai 2018 ist eine Einwilligung zum Empfang von Newslettern notwendig. Eine Opt-Out-Option reicht nach der neuen Gesetzeslage nicht mehr aus. Die Kundschaft muss wissentlich und mit freiem Willen ihr Einverständnis erklärt haben.

Was ist zu beachten?

- Du benötigst eine separate Einwilligung über den gewünschten Empfang eines Newsletters.
- Es liegt in deiner Verantwortung, dies zu dokumentieren und nachvollziehbar zu machen.
- Die Einwilligung selbst muss einfach verständlich sein, den Zweck wiedergeben und durch eine freiwillige Handlung erteilt worden sein.

ODER

- Du hast in deinen AGBs geregelt, dass du E-Mails mit werblichem Inhalt versenden darfst. Achtung: Nur deine Käufer:innen haben deine AGBs akzeptiert und dürfen angeschrieben werden.

Hast du die Einwilligung mit fotograf.de möglicherweise bereits eingeholt?

- Bei allen Aufträgen, die nach dem 25. Mai 2018 erstellt wurden, holt fotograf.de die Einwilligung deiner Kund:innen für dich ein. Erst dadurch kannst du deine Kommunikationsprofile nutzen.
- Trifft das zu, haben sich deine Kund:innen damit einverstanden erklärt, wichtige Informationen für ihren Auftrag zu erhalten. Das gilt auch für eine Weihnachtsaktion, in der die Bilder wieder verfügbar sind.

Haftungsausschluss

Wir machen darauf aufmerksam, dass die oben genannten Dinge lediglich dem unverbindlichen Informationszweck dienen und keine Rechtsberatung im eigentlichen Sinne darstellen. Die obigen Informationen können und sollen eine individuelle und verbindliche Rechtsberatung, die auf deine spezifische Situation eingeht, nicht ersetzen. Insofern verstehen sich alle angebotenen Informationen ohne Gewähr auf Richtigkeit und Vollständigkeit.