

E-MAIL-MARKETING FÜR HOCHZEITSFOTOGRAFEN

Der Newsletter-Funnel: In 5 E-Mails zu *begeisterten Paaren* und mehr Umsatz

Von der Buchung bis nach der Hochzeit: fertige E-Mail-Vorlagen zum Kopieren – inklusive Upsell-Mails für Engagement-Shooting, Fotobox und Fotobuch. Direkt einsetzbar mit den Framano-Platzhaltern.

DIESE PLATZHALTER NUTZT DU IM FUNNEL

{{Vorname_Braut}}

{{Nachname_Braut}}

{{Vorname_Braeutigam}}

{{Nachname_Braeutigam}}

{{Brautpaar}}

{{Hochzeitsdatum}}

KAPITEL 1

Warum ein Newsletter-Funnel?

Zwischen Buchung und Hochzeit liegen oft viele Monate – und in dieser Zeit hören die meisten Paare kaum etwas von ihrem Fotografen. Genau hier setzt der Newsletter-Funnel an: eine kleine Serie automatisch personalisierter E-Mails, die dein Brautpaar vom Buchungsmoment bis nach der Hochzeit begleitet. Du bleibst präsent, baust Vertrauen auf und platzierst deine Zusatzangebote genau dann, wenn sie für das Paar relevant sind.

01**Vertrauen aufbauen**

Regelmäßige, hilfreiche Mails zeigen deinem Paar: Es ist bei einem Profi gebucht. Das senkt Nervosität – und sorgt für entspanntere Paare am Hochzeitstag.

02**Mehr Umsatz pro Hochzeit**

Engagement-Shooting, Fotobox, Fotobuch: Upsells verkaufen sich am besten, wenn sie zum richtigen Zeitpunkt kommen – nicht alle auf einmal im Erstgespräch.

03**Einmal aufsetzen, immer nutzen**

Du schreibst jede Mail genau einmal. Die Platzhalter füllt Framano automatisch mit den Daten des jeweiligen Paares – für jede Buchung aufs Neue.

So funktionieren die Platzhalter in Framano

Im E-Mail-Editor findest du oberhalb des Textfeldes die Platzhalter-Leiste. Ein Klick fügt den Platzhalter an der Cursorposition ein. Beim Versand ersetzt Framano jeden Platzhalter automatisch durch die Daten aus dem jeweiligen Projekt:

PLATZHALTER	WIRD ERSETZT DURCH
{{Vorname_Braut}} / {{Nachname_Braut}}	Vor- bzw. Nachname der Braut aus den Projektdaten
{{Vorname_Braeutigam}} / {{Nachname_Braeutigam}}	Vor- bzw. Nachname des Bräutigams
{{Brautpaar}}	Beide Vornamen als Paar, z. B. „Lisa & Jonas“
{{Hochzeitsdatum}}	Das Hochzeitsdatum des Paares

WICHTIG

Platzhalter funktionieren auch in der Betreffzeile. Ein Betreff wie „Es ist offiziell, {{Brautpaar}}!“ wirkt persönlich und wird deutlich häufiger geöffnet als ein neutraler Betreff.

KAPITEL 2

Der Funnel im Überblick

Fünf E-Mails, verteilt über die gesamte Kundenbeziehung. Die ersten beiden bauen Vertrauen auf, danach folgt jeweils genau ein Angebot pro Mail – nie mehr. So fühlt sich keine einzige Mail wie Werbung an.

1

DIREKT NACH DER BUCHUNG

Willkommen & Vorfreude

Bestätigung, Begeisterung, Ausblick: Das Paar soll spüren, dass es die richtige Entscheidung getroffen hat. Kein Verkauf – nur Vorfreude.

2

CA. 2 WOCHEN NACH DER BUCHUNG

Mehrwert: 3 Tipps für bessere Hochzeitsfotos

Reiner Mehrwert ohne Angebot. Diese Mail macht dich vom Dienstleister zum vertrauten Experten – und bereitet den Boden für die Upsells.

3

4–6 MONATE VOR DER HOCHZEIT

Upsell: Engagement-Shooting

Der perfekte Zeitpunkt: Einladungen und Papeterie stehen an, das Paar kann die Bilder direkt verwenden – und gewöhnt sich an deine Kamera.

4

CA. 8 WOCHEN VOR DER HOCHZEIT

Upsell: Fotobox

Jetzt steckt das Paar mitten in der Feinplanung der Feier und denkt an seine Gäste. Genau der Moment, in dem eine Fotobox ihren Platz findet.

5

2–3 WOCHEN NACH DER HOCHZEIT

Upsell: Fotobuch & Wandbilder

Die Emotionen sind frisch, die Galerie ist gerade online. Kein Zeitpunkt eignet sich besser, um Erinnerungen zum Anfassen anzubieten.

PROFI-TIPP

Passe die Zeitpunkte an deine Pakete an: Ist die Fotobox bereits im gebuchten Paket enthalten, ersetze Mail 4 z. B. durch ein Angebot für ein Gäste-Audiobuch, einen zweiten Fotografen oder ein After-Wedding-Shooting.

VORLAGE · MAIL 1

Willkommen & Vorfreude

Timing: direkt nach der Buchung**Ziel:** Begeisterung bestätigen**Upsell:** keiner**BETREFF****Es ist offiziell, {{Brautpaar}} – ich freue mich riesig auf euch! ✨**

Hallo {{Vorname_Braut}}, hallo {{Vorname_Braeutigam}},

jetzt ist es fix: Euer Hochzeitstag am {{Hochzeitsdatum}} steht fest in meinem Kalender – und ich freue mich schon jetzt darauf, diesen Tag für euch festzuhalten.

Damit ihr wisst, wie es weitergeht:

- In den nächsten Wochen bekommt ihr von mir ein paar kurze Mails mit den besten Tipps rund um eure Hochzeitsfotos – kein Spam, versprochen.
- Etwa vier Wochen vor der Hochzeit melde ich mich persönlich bei euch, um den Tagesablauf im Detail durchzugehen.
- Und wenn euch vorher etwas einfällt: Antwortet einfach auf diese Mail. Ich bin für euch da.

Genießt die Vorfreude – ihr habt den schönsten Teil der Planung gerade erledigt.

WARUM DIESE MAIL FUNKTIONIERT

Direkt nach der Buchung ist die Aufmerksamkeit am höchsten – diese Mail wird fast immer geöffnet. Sie bestätigt die Kaufentscheidung („Post-Purchase-Bestätigung“) und kündigt die weiteren Mails an. Dadurch wirken die späteren Angebote erwartet statt aufdringlich.

VORLAGE · MAIL 2

Mehrwert: 3 Tipps für bessere Hochzeitsfotos

Timing: ca. 2 Wochen nach der Buchung**Ziel:** Expertenstatus aufbauen**Upsell:** keiner (Teaser auf Mail 3)**BETREFF****3 Dinge, die eure Hochzeitsfotos sofort besser machen**

Hallo {{Vorname_Braut}}, hallo {{Vorname_Braeutigam}},

nach vielen begleiteten Hochzeiten weiß ich: Die schönsten Fotos entstehen nicht durch Zufall, sondern durch gute Vorbereitung. Diese drei Dinge machen den größten Unterschied:

- **1. Licht beim Getting Ready.** Zieht euch möglichst nah am Fenster an und räumt den Bereich dahinter frei. Tageslicht schlägt jede Deckenlampe – eure Bilder werden weicher und natürlicher.
- **2. Puffer im Zeitplan.** Plant nach jedem Programmpunkt 15 Minuten Luft ein. Entspannte Paare lachen echter – und genau das sieht man auf den Fotos.
- **3. Echte Momente zulassen.** Die stärksten Bilder entstehen, wenn ihr die Kamera vergesst. Mein Job ist es, unsichtbar zu sein – eurer, den Tag zu genießen.

Übrigens: Wie ihr euch schon **vor** der Hochzeit an die Kamera gewöhnt (und dabei wunderschöne Bilder für eure Einladungen bekommt), zeige ich euch in meiner nächsten Mail.

WARUM DIESE MAIL FUNKTIONIERT

Reiner Mehrwert ohne Gegenleistung baut Vertrauen auf. Der letzte Absatz ist ein bewusster Teaser: Er kündigt das Engagement-Shooting an, ohne es zu verkaufen – die Neugier arbeitet bis Mail 3 für dich.

VORLAGE · MAIL 3

Upsell: Engagement-Shooting

Timing: 4–6 Monate vor der Hochzeit**Ziel:** Zusatzbuchung**Upsell:** Engagement-Shooting**BETREFF****{{Vorname_Braut}} & {{Vorname_Braeutigam}} – einmal üben, bevor es ernst wird?**

Hallo ihr beiden,

der häufigste Satz, den ich vor Hochzeiten höre: „*Wir sind eigentlich gar nicht so die Foto-Typen.*“ Und der häufigste Satz danach: „*Das war ja viel entspannter als gedacht!*“

Genau dafür gibt es das **Engagement-Shooting** – ein lockeres Paarshooting vor eurer Hochzeit:

- Ihr gewöhnt euch an mich und meine Kamera – am **{{Hochzeitsdatum}}** fühlt sich dann alles vertraut an.
- Ihr bekommt wunderschöne Bilder für eure Einladungen, das Gästebuch oder eure Hochzeitswebsite.
- Wir finden gemeinsam heraus, welche Posen und Perspektiven euch am besten gefallen.

Das Shooting dauert etwa 60–90 Minuten und findet an einem Ort statt, der zu euch passt – euer Lieblingscafé, ein Spaziergang im Grünen oder der Ort eures ersten Dates.

Klingt gut? Dann antwortet einfach auf diese Mail und wir finden einen Termin.

WARUM DIESE MAIL FUNKTIONIERT

Sie verkauft kein Shooting, sondern ein Gefühl: Sicherheit am Hochzeitstag. Der Einwand („Wir sind nicht fotogen“) wird direkt am Anfang aufgelöst. Ergänze am Ende deinen Preis oder verlinke dein Angebot – ein einziger, klarer Call-to-Action genügt.

VORLAGE · MAIL 4

Upsell: Fotobox

Timing: ca. 8 Wochen vor der Hochzeit**Ziel:** Zusatzbuchung**Upsell:** Fotobox**BETREFF****Das i-Tüpfelchen für eure Hochzeitsfeier 📷**

Hallo {{Vorname_Braut}}, hallo {{Vorname_Braeutigam}},

in etwa acht Wochen ist es so weit – und vermutlich steckt ihr gerade mitten in der Planung eurer Feier. Ein Punkt, der dabei oft zu kurz kommt: **Was macht eure Gäste zwischen Dinner und Party glücklich?**

Meine Antwort: eine **Fotobox**. Sie läuft den ganzen Abend, ganz ohne euer Zutun – und liefert Erinnerungen, die keine Reportage ersetzen kann:

- Eure Gäste haben einen Riesenspaß – von Oma bis Trauzeugen.
- Die Sofortdrucke wandern direkt ins Gästebuch, mit persönlichen Botschaften daneben.
- Ihr bekommt nach der Hochzeit alle Bilder digital – die lustigste Ergänzung zu euren Hochzeitsfotos.

Da ich die Fotobox pro Termin nur einmal vergeben kann, gebt mir am besten bis spätestens vier Wochen vor eurer Hochzeit Bescheid, wenn ihr sie dabeihaben möchtet.

WARUM DIESE MAIL FUNKTIONIERT

Acht Wochen vorher denkt das Paar an seine Gäste – die Fotobox löst genau dieses Problem. Die begrenzte Verfügbarkeit („nur einmal pro Termin“) schafft einen ehrlichen Buchungsanreiz ohne Rabattdruck. Keine eigene Fotobox? Empfehle einen Partner und vereinbare eine Provision.

VORLAGE · MAIL 5

Upsell: Fotobuch & Wandbilder

Timing: 2–3 Wochen nach der Hochzeit**Ziel:** Zusatzverkauf nach der Hochzeit**Upsell:** Fotobuch, Wandbilder**BETREFF****Eure Erinnerungen zum Anfassen, {{Brautpaar}}**

Hallo {{Vorname_Braut}}, hallo {{Vorname_Braeutigam}},

euer Hochzeitstag am {{Hochzeitsdatum}} liegt nun ein paar Wochen zurück – und ich hoffe, ihr schwelgt beim Anschauen eurer Galerie genauso in Erinnerungen wie ich beim Bearbeiten der Bilder.

Die schönsten Momente verdienen mehr als einen Bildschirm. Deshalb gestalte ich für meine Paare ein **hochwertiges Fotobuch**:

- Ich wähle die stärksten Bilder aus und gestalte das komplette Layout – ihr müsst nichts tun.
- Gedruckt auf Fotopapier, gebunden in Leinen – ein Buch, das ihr in 30 Jahren noch gern in die Hand nehmt.
- Auf Wunsch auch als kleinere **Elternbücher** – das beliebteste Dankeschön-Geschenk für Eltern und Trauzeugen.

Auch eure Lieblingsmomente als **Wandbild** auf Leinwand oder hinter Acrylglas sind möglich. Antwortet einfach auf diese Mail, dann schicke ich euch Beispiele und Preise.

WARUM DIESE MAIL FUNKTIONIERT

Direkt nach Lieferung der Galerie ist die emotionale Bindung an die Bilder am stärksten. „Ich gestalte alles für euch“ nimmt die größte Hürde (Aufwand). Extra-Tipp: Ein PS mit dem Hinweis auf ein After-Wedding-Shooting zum ersten Hochzeitstag legt den Grundstein für die nächste Buchung.

KAPITEL 3

Best Practices & Checkliste

Fünf Regeln für Mails, die gelesen werden

Ein Angebot pro Mail. Jede Mail hat genau ein Ziel und einen Call-to-Action. Wer drei Dinge gleichzeitig anbietet, verkauft am Ende keines.

Persönlich schreiben, persönlich antworten lassen. Versende nie von einer No-Reply-Adresse. „Antwortet einfach auf diese Mail“ ist der einfachste und persönlichste Call-to-Action, den es gibt.

Platzhalter testen. Schicke dir jede Vorlage einmal selbst als Testmail an ein Testprojekt. So siehst du sofort, ob alle Platzhalter korrekt gefüllt werden.

Kurz bleiben. Keine Mail sollte länger sein als die Vorlagen in diesem Ratgeber. Paare planen eine Hochzeit – ihre Zeit ist knapp.

Zeitpunkte pflegen. Der Funnel lebt vom Timing. Prüfe bei jeder neuen Buchung kurz, ob die geplanten Versandzeitpunkte zur Vorlaufzeit der Hochzeit passen.

SCHELLER START: CSV-IMPORT

Du musst die Vorlagen nicht abtippen: Im Downloadbereich des Hilfecenters unter hilfe.framano.de/downloads findest du alle 5 Mails als CSV-Datei zum einfachen Import in Framano – inklusive Betreff, Versandzeitpunkten und Platzhaltern.

Deine Checkliste für den Start

- ☐ Alle 5 Vorlagen per CSV-Import übernommen (oder manuell angelegt) und an deine Sprache & Preise angepasst
- ☐ Platzhalter eingefügt und mit einem Testprojekt geprüft
- ☐ Abmeldelink und Signatur werden übergeordnet ergänzt – einmal in den Framano-Einstellungen prüfen
- ☐ Versandzeitpunkte für den nächsten Hochzeitstermin eingeplant
- ☐ Upsell-Angebote (Engagement-Shooting, Fotobox, Fotobuch) mit aktuellen Preisen hinterlegt

Rechtlicher Hinweis: Diese Mails richten sich an Paare, die bereits bei dir gebucht haben – der Versand erfolgt im Rahmen der bestehenden Kundenbeziehung. Achte trotzdem darauf, dass jede Mail einen Abmeldelink sowie dein Impressum enthält. Für werbliche Mails an Nicht-Kunden brauchst du eine ausdrückliche Einwilligung (Double-Opt-in).

Dieser Ratgeber ersetzt keine Rechtsberatung.