



AZ Tipps 'n' Tricks

So kommen Ihre E-Mails gut an.

Der Aufbau von HTML-E-Mails birgt einige Fallstricke. Umgehen Sie diese dank unseren technischen Spezifikationen. Links im folgenden Text sind aus dem PDF anklickbar und liefern Ihnen zusätzliche Infos zum jeweiligen Thema.

1. HTML-Format

1.1 Lieferformat

HTML-Datei (mit dazugehörigen Bildern oder Verlinkung auf diese. S. Punkt 1.5 „Bilder“)

1.2 Quelltext

- Der Quelltext muss valide sein. Überprüfen Sie ihn mittels des [Markup Validation Service](#) auf seine Richtigkeit.
- Vorsicht, wenn Sie Ihre E-Mail über ein Newsletter-Tool wie Mail-Chimp erstellen. Der HTML-Code kann Systemvariablen enthalten, die wir nicht erkennen.
- Die maximale Länge je Zeile sind 700 Zeichen. Ansonsten drohen fehlerhafte Darstellung oder nicht erreichbare Links.
- Zeichensatz im Header definiert. Empfehlung: **UTF-8**.

Bei CSS zwingend

- Inline CSS plus Style-Anweisungen im Header unter `<style></style>`

Empfohlen

- Verschachtelte Tabellen
- Notierungen von style-Definitionen ohne Abkürzung: z.B. `style="padding-right:5px; padding-left:5px; padding-top:5px; padding-bottom:5px"`

Nicht Empfohlen

- Extern verlinkte Style Sheets
- Positionsangaben (relativ und absolut)
- Feste Höhen für Tabellen oder Tabellenzellen
- Hintergrundbilder
- Abkürzende Notierungen von style-Definitionen, z.B.: `style="padding:5 5 5 5;"`
- Verwendung von Block-Elementen (div-Tags)
- Überschriftenebenen (h1-h6)
- Kommentare

1.3 Webversion

Am Anfang des Body-Teils muss ein Platzhalter für die Webversion eingefügt werden, zum Beispiel: „Falls diese E-Mail nicht richtig angezeigt wird, klicken Sie bitte [hier](#).“

Das „hier“ wird von der AZ Direct AG mit der eigenen Systemvariable verlinkt. Bitte bereiten Sie den Link-Tag entsprechend mit einem Platzhalter vor: ... klicken Sie bitte `hier`

1.4 Grösse (KB)

Um die Ladezeit der E-Mail gering zu halten, empfehlen wir eine Datengrösse von max. 200 KB für die komplette E-Mail.

Die Ladezeit des E-Mails hängt hauptsächlich von der Grösse der verwendeten Bilder ab. Es gilt ein gutes Mittelmass zwischen Qualität und kleiner Datenmenge zu finden.

1.5 Bilder

Liefere Sie Bilder als gif, jpg- oder png-Dateien im Unterordner (src="img") mit oder verlinken Sie im Quelltext auf Ihren Webserver (wichtig: absolute Pfade). Bildnamen dürfen keine Umlaute (Ä, ö und ü), Leer- und Sonderzeichen enthalten.

Alt Attribut

Versehen Sie jedes Bild mit einem [Alt Attribut](#) - dieses wird dem User als Text angezeigt, wenn das Bild (noch) nicht geladen ist.

Hoch oder Querformat

Je nach Ausgabegerät und -format lassen sich Bilder automatisch über html tags austauschen. Liefere Sie deshalb, wo für die Gestaltung sinnvoll, Bilder in verschiedenen Formaten an. Bei Smartphones empfiehlt sich das Hochformat bei Tablets und Desktop das Querformat.

Text-/Bildverhältnis

Achten Sie auf ein ausgewogenes Text-/Bildverhältnis und setzen Sie Bilder im Newsletter sparsam ein. Ein hoher Bildanteil erhöht das Risiko, dass der Newsletter als Spam eingestuft wird.

Das Header-Bild darf nicht zu hoch sein. Die meisten User lassen Bilder nicht automatisch herunterladen. Das erste was der User bei einem zu hohen Header-Bild sieht, ist deshalb ein leeres Fenster mit einem X als Platzhalter für das Bild (s. auch oben „Alt Attribut“).

Animierte Bilder mit GIF-Dateien

Achten Sie auf die Dateigrösse der GIF-Datei. Je grösser die Bilddatei(en) desto länger ist die Ladezeit des E-Mails. Deshalb wird empfohlen, die komplette E-Mail unter 200 KB zu halten.

Hinweis

Outlook ab Version 2007 sowie einige Webclients unterstützen Background Images und animierte Bilder nicht.

1.6 Schriften

Verwenden Sie Standard-HTML-Fonts (z.B. Arial, Verdana, Courier, Times). [Extern verlinkte Schriften](#) funktionieren nur bei einem Teil der E-Mail-Clients. Definieren Sie deshalb immer auch ein Fallback-Schrift, die dann zum Tragen kommt, wenn die externe Schrift nicht angezeigt wird.

1.7 Aktive Inhalte

Nicht Empfohlen

Verwendung von Javascript, Formularen, Flash- und Shockwave-Elementen usw. Diese werden aus Sicherheitsgründen oft deaktiviert beziehungsweise erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass die E-Mail als SPAM eingestuft wird.

1.8 Layout

Wir empfehlen eine Rahmentabelle mit max. 600px Breite (um horizontale Scroll- Balken zu vermeiden). Die Tabelle sollte den gesamten Kreativ-Inhalt umschliessen.

1.9 Links

Empfohlen

Absolute Links mit vorangestelltem http:// oder https://

Nicht empfohlen

Imagemaps (keine visuelle Klickverteilung anzeigbar)

1.10 Mobile Optimierung bei Nicht-Responsivität

Responsive E-Mails sind heute ein Muss. Sollte Ihre E-Mail trotzdem nicht responsive aufgebaut sein, tragen folgende Punkte dazu bei, dass sie auch auf mobilen Endgeräten einigermassen gut lesbar ist:

- Empfohlene Breite des Werbemittels für mobile Endgeräte: max. 480px.
- Verzicht auf eine Sidebar bzw. Ausblenden der Sidebar mit Hilfe von @media-Queries
- Grosse Buttons (mind. 44 x 44 px)
- Absenderalias mit maximal 15 Zeichen
- Betreffzeilen mit maximal 35 Zeichen
- Mindestens 10 px Abstand zwischen klickbaren Elementen
- Verwendung eines Inhaltsverzeichnisses bei E-Mails mit mehreren Artikeln und langen Texten
- Empfohlene Schriftgrösse: mind. 14px

1.11 Personalisierung der Anrede

Die Personalisierung der Anrede ist in beliebiger Form möglich (Sehr geehrter Herr Mustermann /Liebe Frau Prof. Mustermann / Hallo Anna Mustermann u. a.),

Bitte definieren Sie alle möglichen Fälle (z.B. männlich, weiblich, falls kein Geschlecht angegeben ist, usw.)

Die Personalisierung können Sie auch im Betreff verwenden. Wir beraten Sie gerne.

1.12 Impressum

Am Ende der E-Mail muss das Impressum des Auftraggebers aufgeführt werden – z. B. mit der vollständigen postalischen Anschrift und den Kontaktmöglichkeiten für den Empfänger oder mit einem Link auf die Impressumsseite des Auftraggebers.

1.13 Disclaimer

Aus rechtlichen Gründen führen wir im Fuss der E-Mail den Disclaimer des Versenders (AZ Direct AG) mit dem Abmeldelink auf.

Bitte fügen Sie am Ende Ihrer E-Mail einen entsprechenden Platzhalter ein: *****DISCLAIMER*****

Der Disclaimer-Text wird durch die AZ Direct vorgegeben und lautet ungefähr wie folgt:

„Sie erhalten diese E-Mail, weil Sie sich mit der E-Mail Adresse xxx@xxx.com auf einer Plattform der AZ Direct AG registriert haben. Wenn Sie keine weiteren Informationen mehr von uns erhalten möchten, klicken Sie bitte hier, um sich abzumelden.“

2. TXT-Format

2.1 Lieferformat

Empfohlen

- ASCII Zeichen
- nicht-proportionale Schriftart (z.B. Courier)
- Abstände durch Leerzeichen.

Nicht möglich

- Formatierung (keine Auszeichnungen wie fett, unterstrichen, kursiv, keine Farben)
- Tabulator
- dt. „Anführungsstriche“
- €-Zeichen.

2.2 Breite

Umbruch nach ca. 70 Zeichen empfohlen

2.3 Links

Absolute Links mit vorangestelltem http:// oder https:// in einer separaten Zeile

3. Versand

3.1 Attachments

Wir versenden keine E-Mails mit Attachments, sondern ermöglichen den Download über einen Link. Senden Sie uns deshalb den gewünschten Anhang als Datei oder liefern Sie uns den Direktlink auf Ihren Server.

3.2 Betreff

Empfohlen

Maximale Länge von 40 Zeichen.

Beispiele maximaler Zeichenanzahlen

Outlook	73 Zeichen
Google Mail	70 Zeichen
Thunderbird	66 Zeichen
iPhone	41 Zeichen vertikal
	64 Zeichen horizontal
Apple Watch	16 Zeichen
Android	27-30 Zeichen vertikal
	46-62 Zeichen horizontal

3.3 Kennzeichnung des Absenders: Name

Den Absendernamen können Sie frei bestimmen (z.B. Firmennamen). Der Name ist wichtig, um Vertrauen zu schaffen. So erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre E-Mail geöffnet wird.

4. Anzeige in E-Mail-Clients

Nicht alle E-Mail-Clients zeigen Ihre E-Mail gleich an. Wir übernehmen deshalb keine Haftung für eine fehlerhafte Darstellung von E-Mails auf unterschiedlichen E-Mail-Clients.

Mögliche Abweichungen sind:

- externe Style Sheets, bzw. Informationen aus dem Headerbereich werden entfernt
- fehlerhafte Linkerkennung, dadurch zerhackte Links oder Darstellung der Links in Standard-Blau
- Entfernung des body-Tags
- Insbesondere Outlook bringt ab Version 2007 einige Einschränkungen in der Darstellung von HTML-E-Mails mit sich:
 - Unterstützung für Hintergrundbilder (HTML) ausschliesslich im body-Tag, keine Anzeige per CSS eingebundener Hintergrundbilder, background-color nur eingeschränkt
 - eingeschränkte Unterstützung der CSS-Eigenschaften display, float, position, list-style-image, line-height, padding und margin
 - keine Unterstützung animierter Bilder
 - Breiten- und Höhenangaben im img-Tag werden zum Teil ignoriert
 - rowspan funktioniert nur eingeschränkt