



## AZ Tipps 'n' Tricks

So kommen deine E-Mails gut an.

Der Aufbau von HTML-E-Mails birgt einige Fallstricke. Umgehe diese dank unseren technischen Spezifikationen. Links im folgenden Text sind aus dem PDF anklickbar und liefern dir 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. Überprüfe ihn mittels des [Markup Validation Service](#) auf seine Richtigkeit.
- Vorsicht, wenn du deine E-Mail über ein Newsletter-Tool wie Mail-Chimp erstellst. Der HTML-Code kann Systemvariablen enthalten, die unser System nicht erkennt.
- 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 bereite den Link-Tag entsprechend mit einem Platzhalter vor: ... klicken Sie bitte `<a target="_blank" href="#">hier</a>`

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

### Alt Attribut

Versehe 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 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

Achte auf ein ausgewogenes Text-/Bildverhältnis und setze 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

Achte auf die Dateigrösse der GIF-Datei. Je grösser die Bilddatei(en) desto länger ist die Ladezeit der E-Mail. Wir empfehlen deshalb, 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

Verwende Standard-HTML-Fonts wie Arial, Verdana, Courier, Times. [Extern verlinkte Schriften](#) funktionieren nur bei einem Teil der E-Mail-Clients. Definiere deshalb immer auch ein Fallback-Schrift, die automatisch verwendet wird, 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 deine E-Mail 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 definiere alle möglichen Fälle (z.B. männlich, weiblich, falls kein Geschlecht angegeben ist, usw.)

Die Personalisierung kannst du auch im Betreff verwenden. Wir beraten dich gerne.

---

## 1.12 Impressum

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

### 1.13 Disclaimer

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

Bitte füge am Ende deiner 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. Sende uns deshalb den gewünschten Anhang als Datei oder liefere uns den Direktlink auf deinen 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 Absendenden: Name

Den Namen des Absendenden kannst du frei bestimmen (z.B. Firmenname). Der Name ist wichtig, um Vertrauen zu schaffen. So erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass deine E-Mail geöffnet wird.

## 4. Anzeige in E-Mail-Clients

Nicht alle E-Mail-Clients zeigen deine 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`, `margin`
  - keine Unterstützung animierter Bilder
  - Breiten- und Höhenangaben im `img`-Tag werden z.T. ignoriert
  - `rowspan` funktioniert nur eingeschränkt