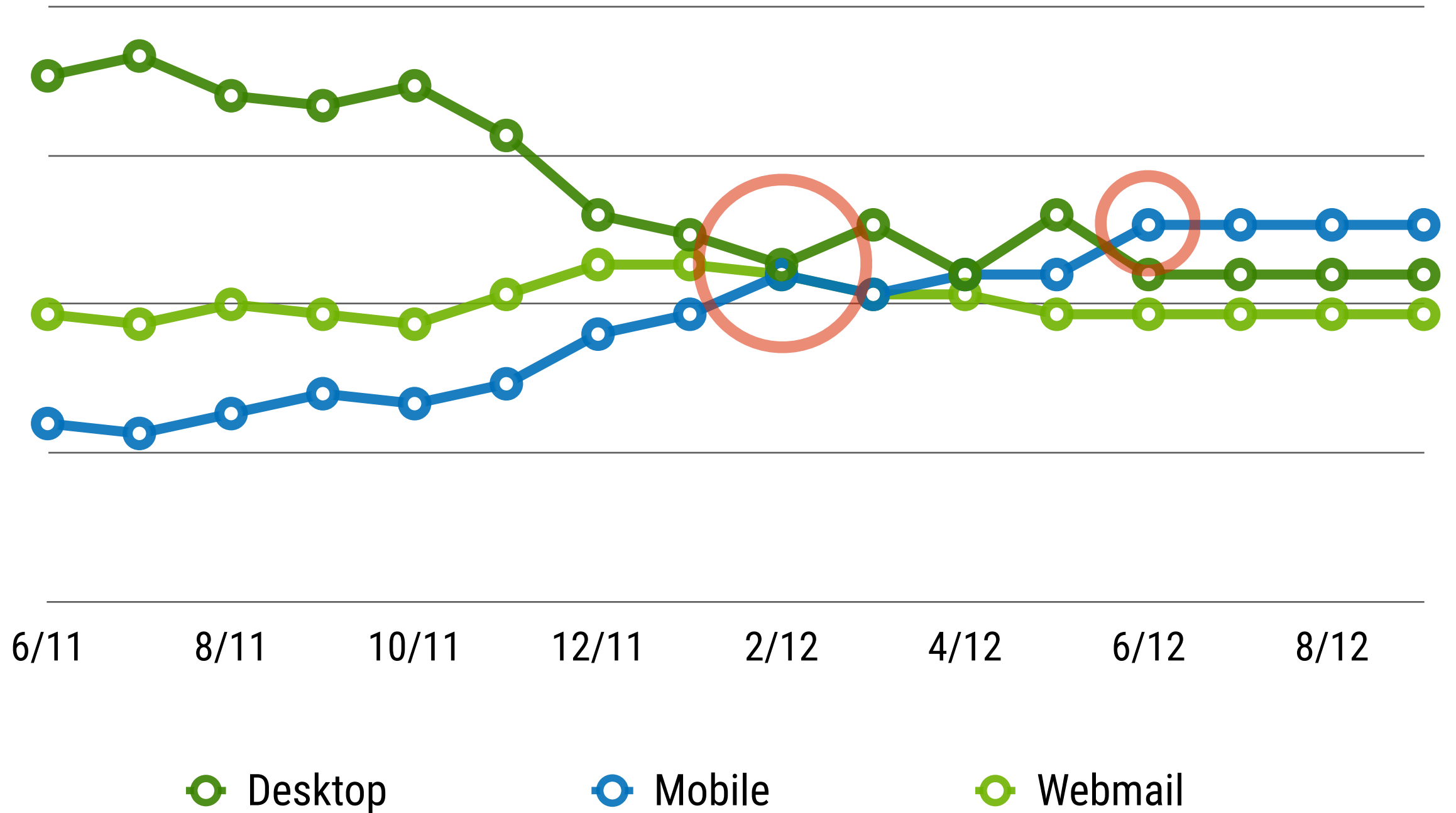


# Responsive Emails

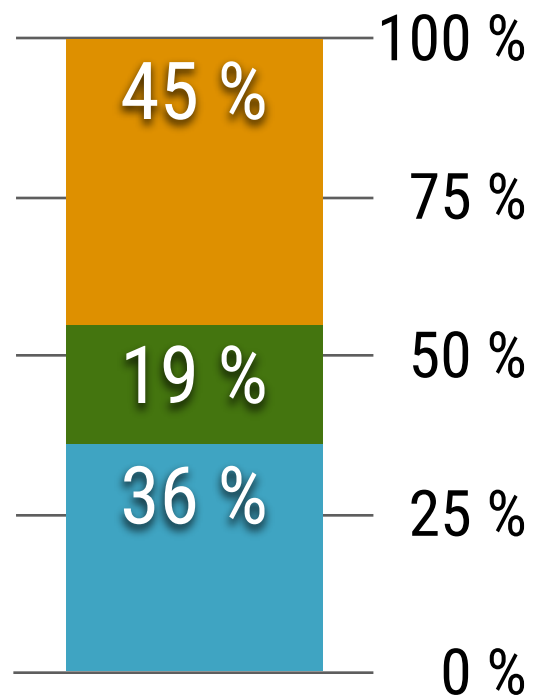
Einführung

# Zielmedien und technische Einschränkungen

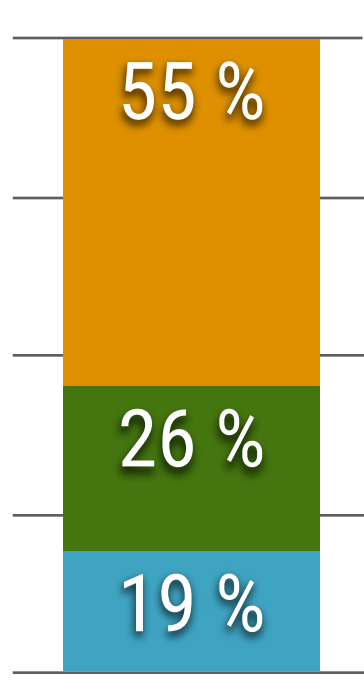
# PLATTFORM OPENS PER MONAT



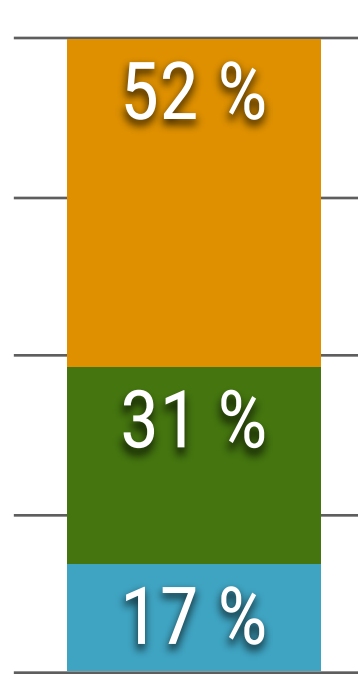
EMAIL OPENS  
(ADESTRA,  
MÄRZ 2015)



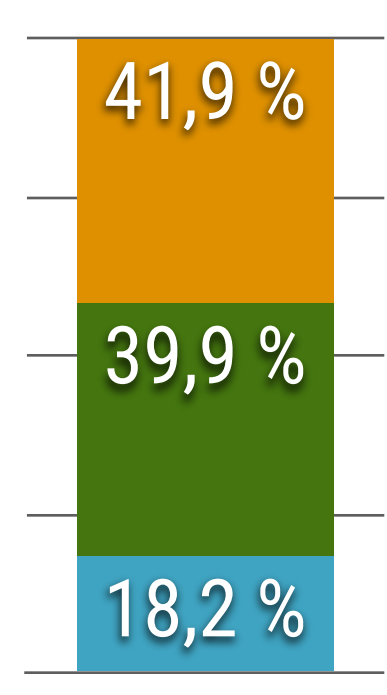
EMAIL OPENS  
(LITMUS,  
MÄRZ 2016)



EMAIL OPENS  
(LITMUS,  
MÄRZ 2017)



EMAIL OPENS  
(LITMUS,  
MÄRZ 2019)

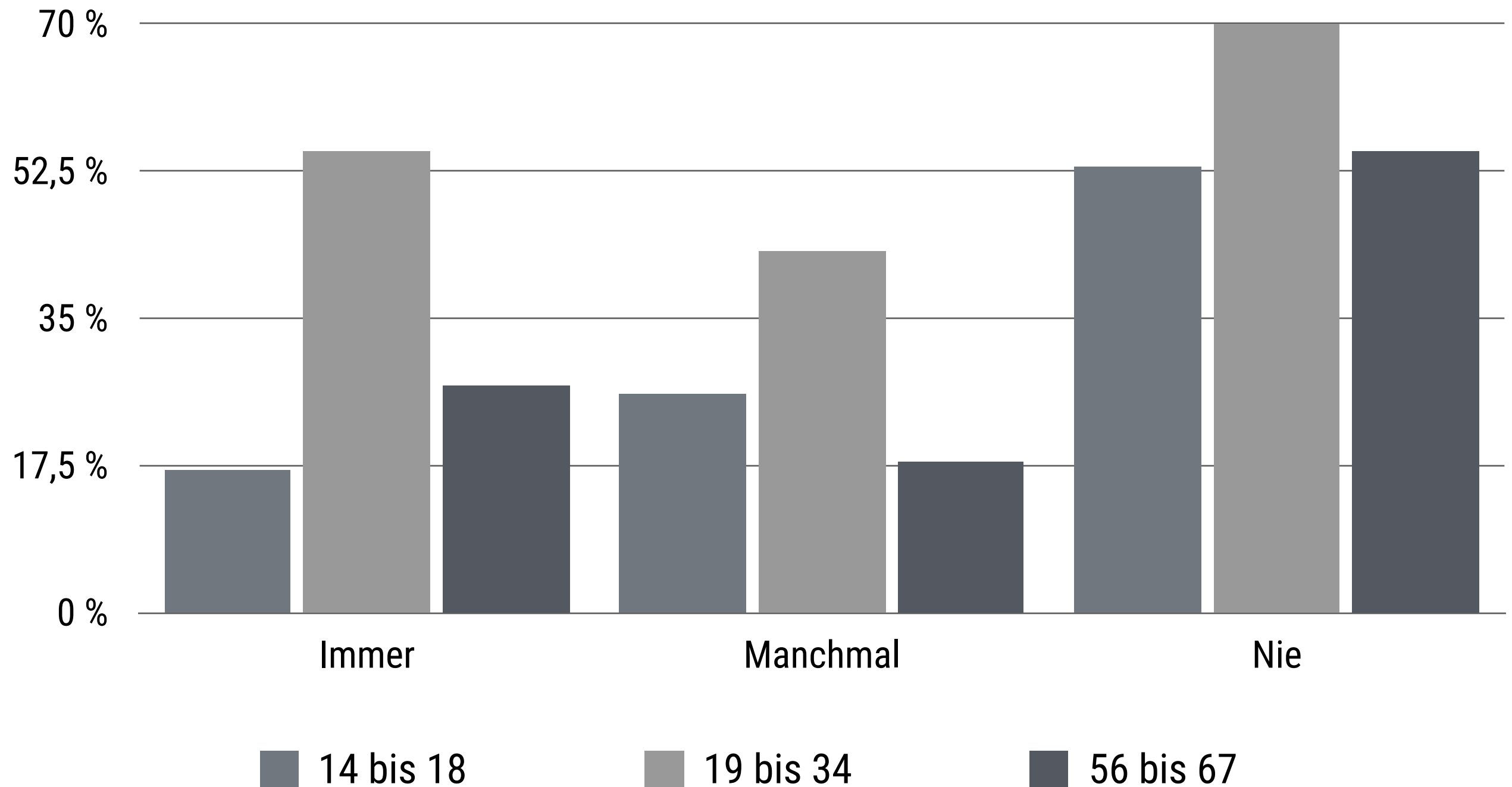


Desktop

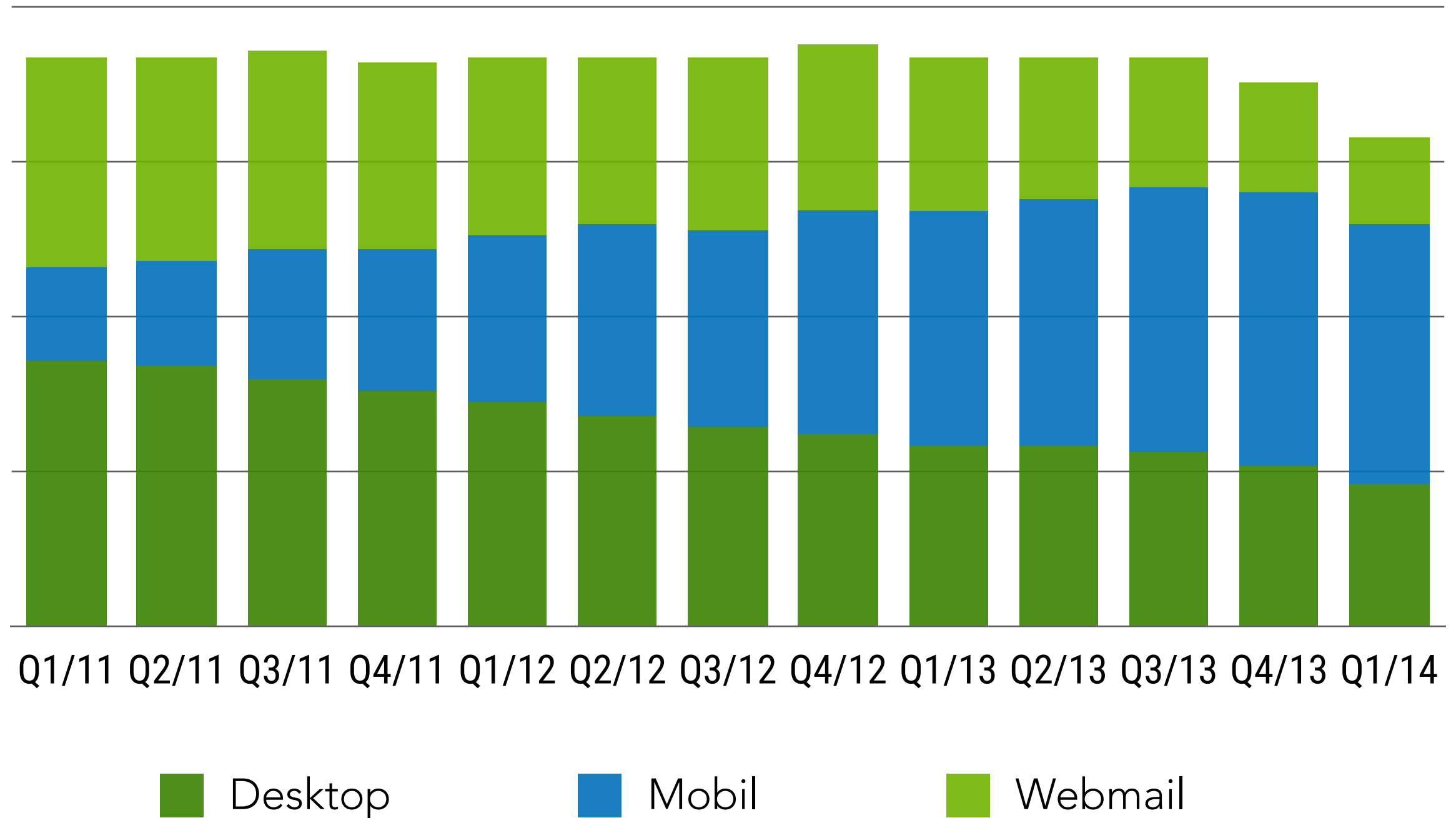
Webmail

Mobil

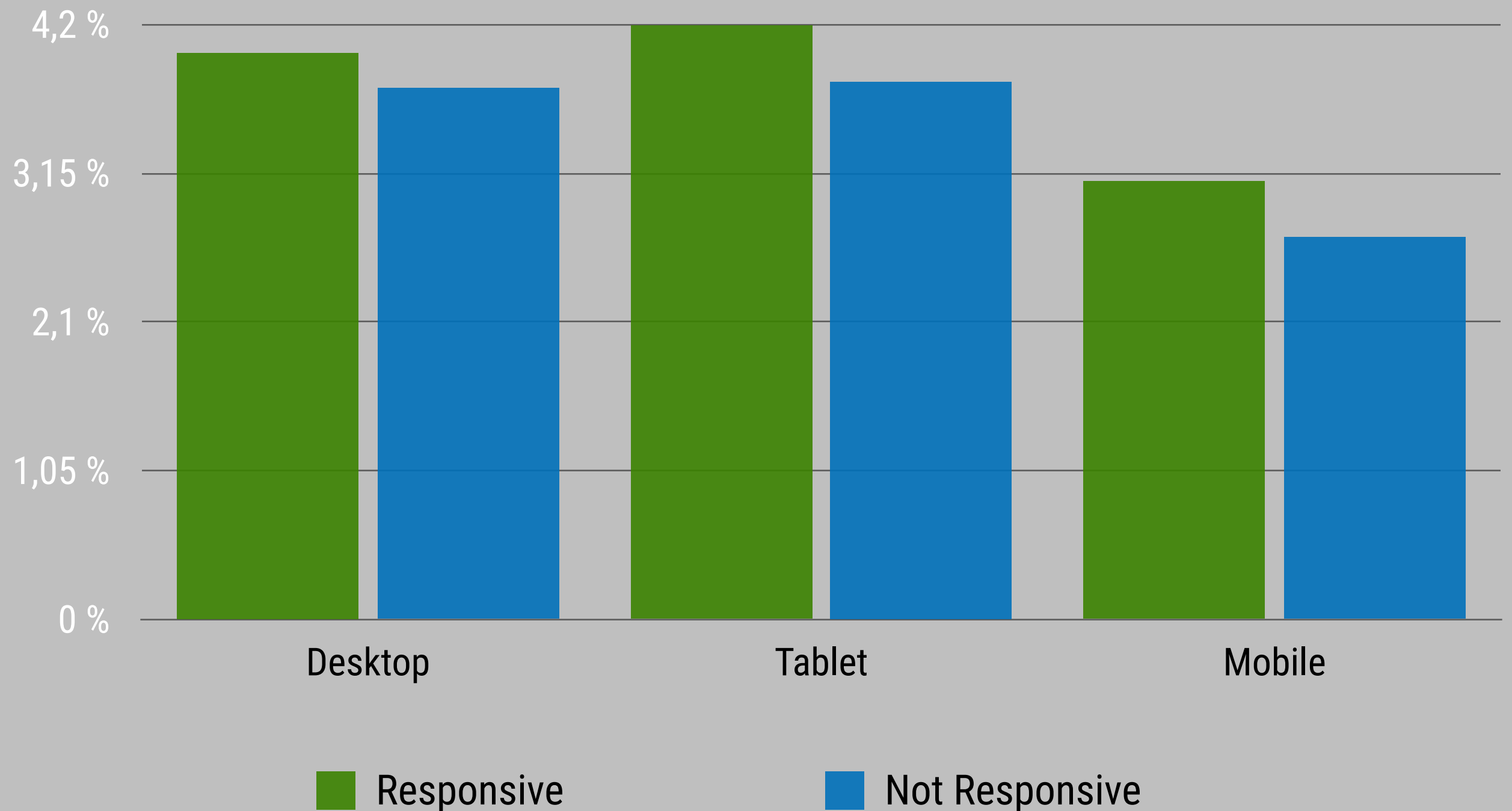
# BENUTZEN SIE IHR MOBILES GERÄT, UM EMAILS VORZUSORTIEREN, BEVOR SIE ES AM DESKTOP LESEN?



# OPENS NACH SYSTEMUMGEBUNG PRO QUARTAL



## CLICKRATEN RESPONSIVE/NICHT RESPONSIVE



„The first link in a responsive design email on mobile has a 30% higher click rate than non-responsive design.“

- Litmus and MailChimp “The Science of Email Clicks: The Impact of Responsive Design & Inbox Testing” (December 2014)

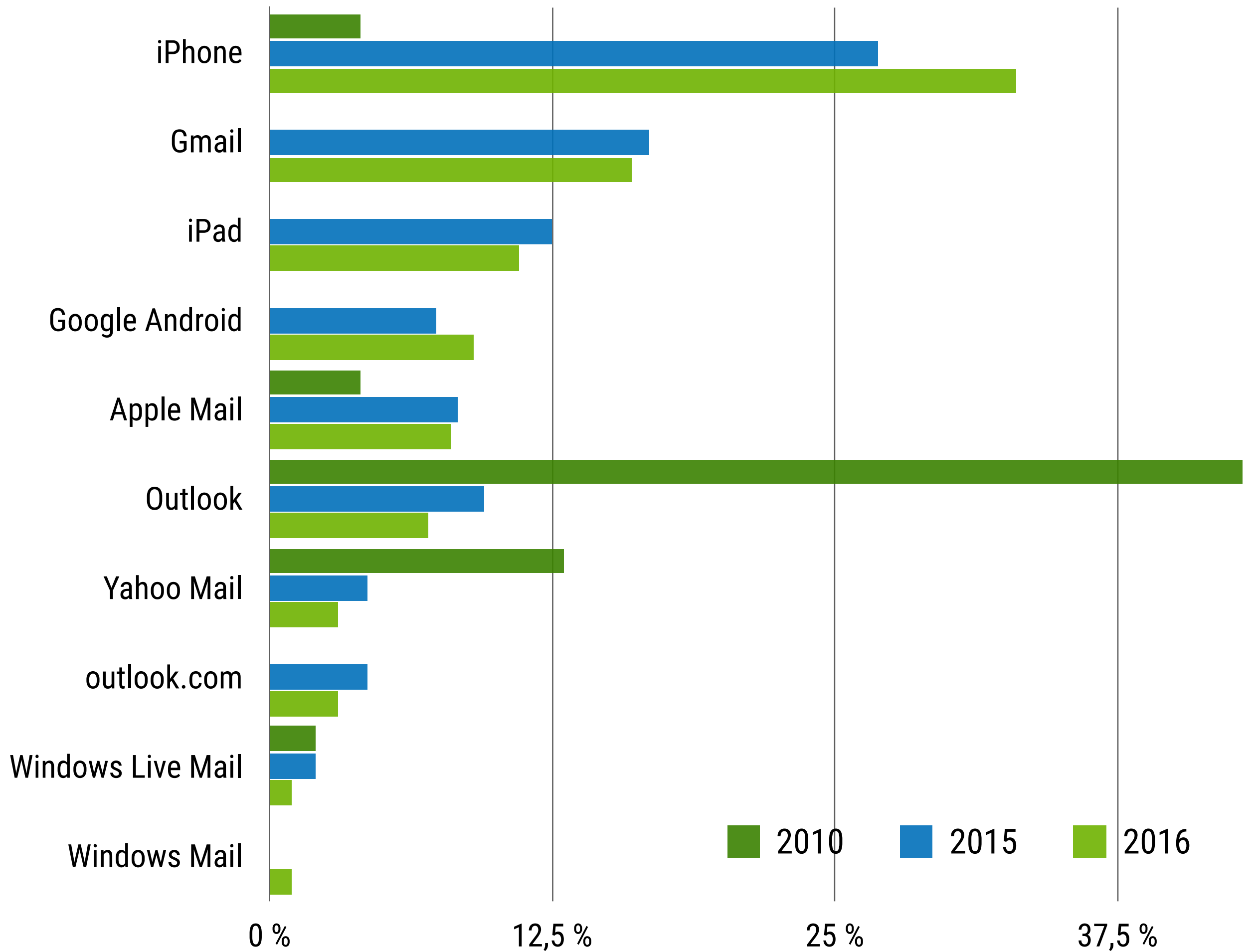


# Warum mögen Sie es nicht, auf dem Mobilephone Marketing Mails zu bekommen?

- 44% Zu viele Mails oder zu häufig Mails erhalten.
- 37% Ist nicht interessant für mich.
- 32% Die Ansicht ist zu klein, ich kann es nicht bedienen.
- 26% Wenn ich auf die Webseite durchklicke, kann ich dort nichts richtig lesen oder bedienen.
- 21% Die Mail wird nicht richtig dargestellt und wirkt durcheinander.
- 9% Ich benutze lieber die App.
- 9% Ich kenne die Inhalte bereits aus einer anderen Quelle.
- 18% Andere Gründe ...

# Email Clients

- Desktop
- Mobile
- Webmail



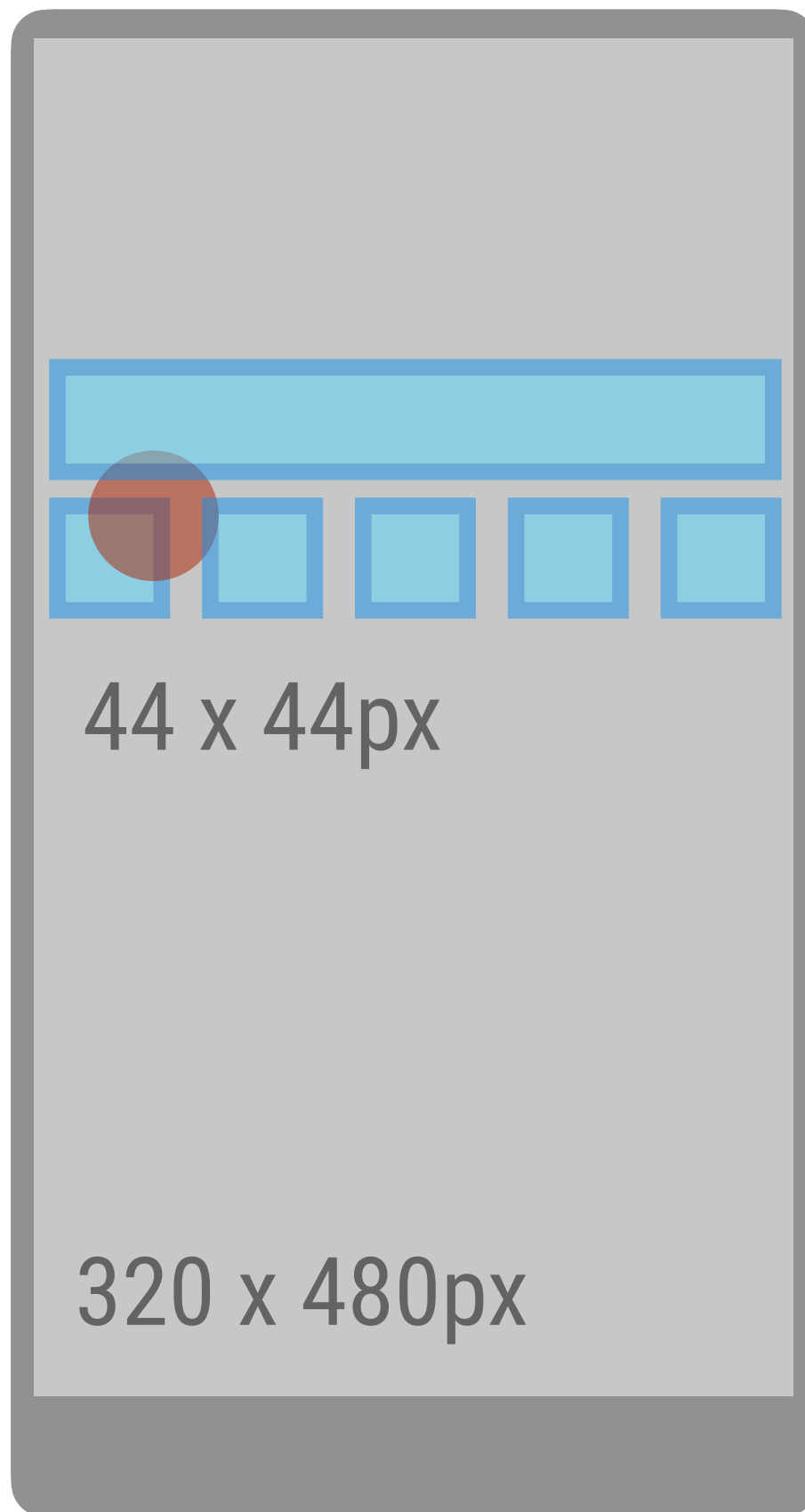
# Top Email Clients 2019

- Gmail, 27.8% (vermutlich Mailclient auf Android, aber auch Gmail auf iPhone)
- Apple iPhone, 27.6% (vermutlich Mailclient auf iOS, aber auch Gmail)
- Outlook, 9.1%
- Apple iPad, 8.5%
- Apple Mail, 7.5%
- Yahoo! Mail, 6.3%
- Google Android, 2.5%
- Outlook.com, 2.3%
- Samsung Mail, 1.6%
- Thunderbird, 0.5%

# Größen und Darstellung

# Grundsätze für Touch Optimierung

- **Touchbereiche müssen gross genug sein.**  
Die minimale Touch-Area ist bei Apple 44x44px groß,  
bei Microsoft 38x38px.
- **Call-To-Action-Buttons mit genügend Abstand zueinander.**  
Zur Sicherheit gegen unabsichtliches Klicken des falschen Links,  
ggf. ganze Passagen verlinken, oder Button über die gesamte Breite strecken.
- **Mindestgrößen für Schriften einhalten**  
Mindestens 14px für Fließtext  
Mindestens 22px für Überschriften
- **Betreffzeilen kurz halten - ca. 25 Zeichen sollten reichen**  
Sonst wird zuviel Platz dafür verwendet. Der Viewport auf Smartphones ist  
natürlich viel kleiner als bei Desktop- Anwendung. Gleiches gilt für Texthinweise  
wie "Öffnen im Browser", die noch vor dem eigentlichen Logo platziert sind.





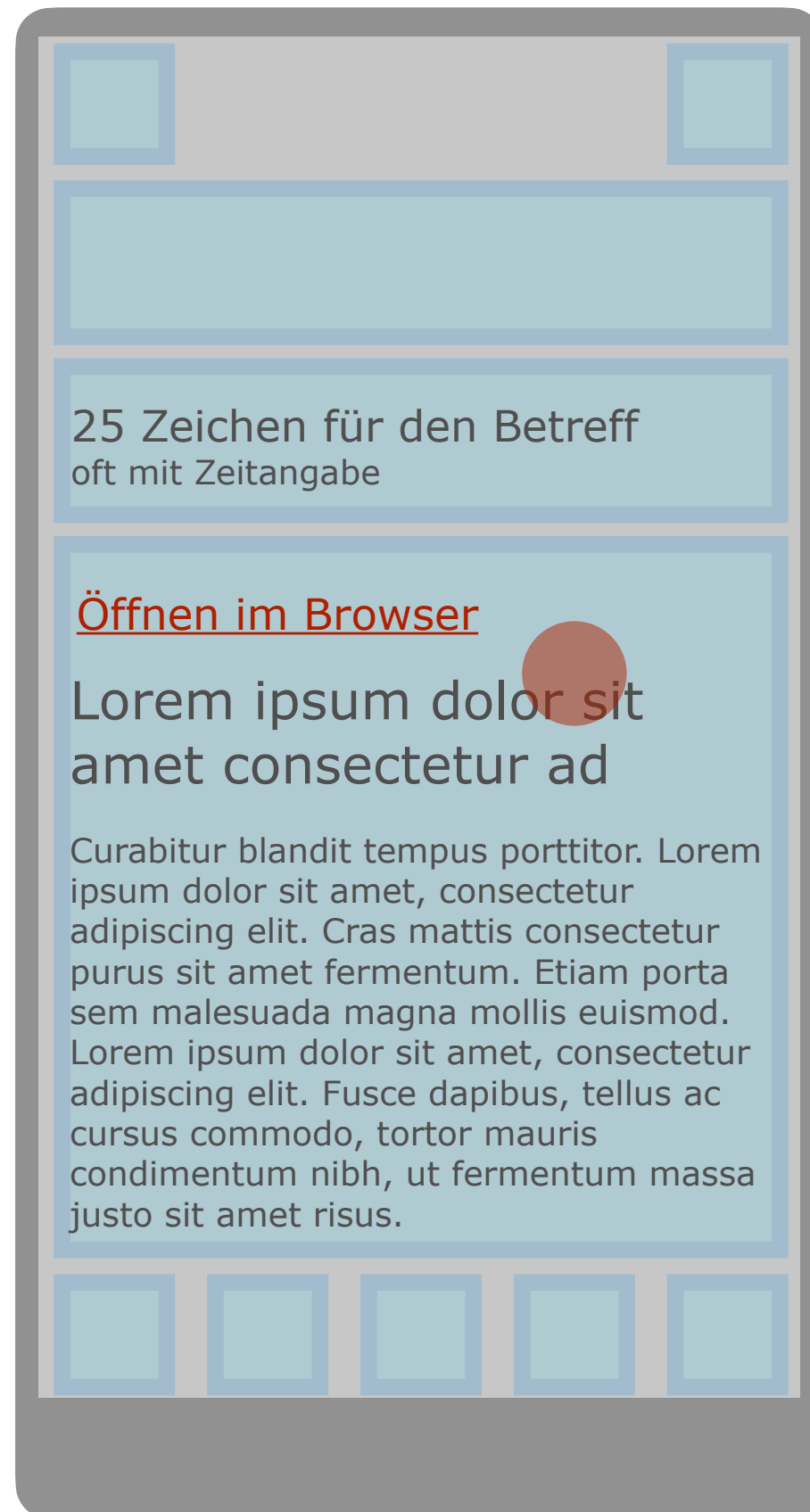


ABSENDER

BETREFF

EMAIL





25 Zeichen für den Betreff  
oft mit Zeitangabe

Öffnen im Browser

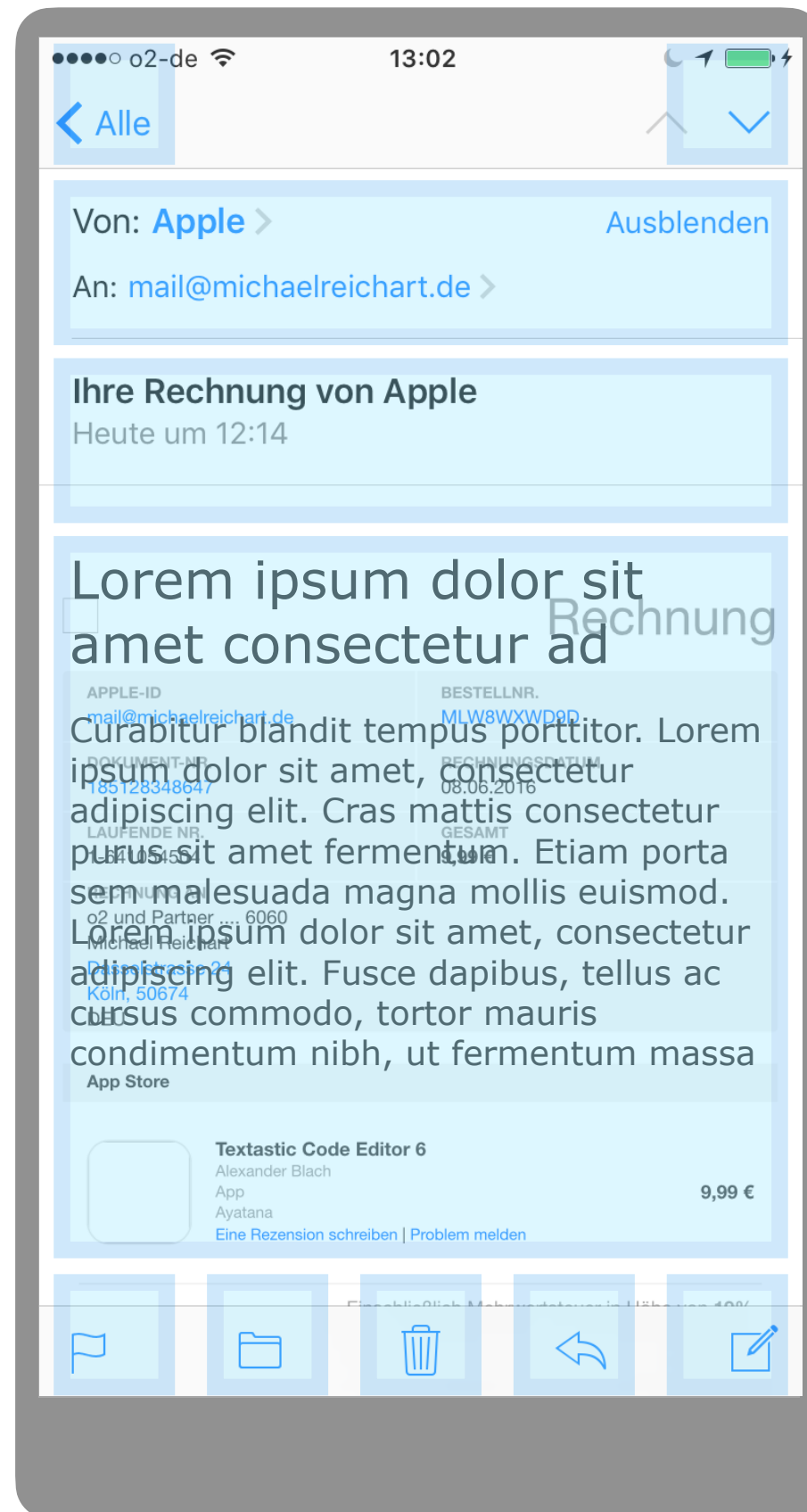
Lorem ipsum dolor sit  
amet consectetur ad

Curabitur blandit tempus porttitor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras mattis consectetur purus sit amet fermentum. Etiam porta sem malesuada magna mollis euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus.

25 Zeichen

22px

14px



22px

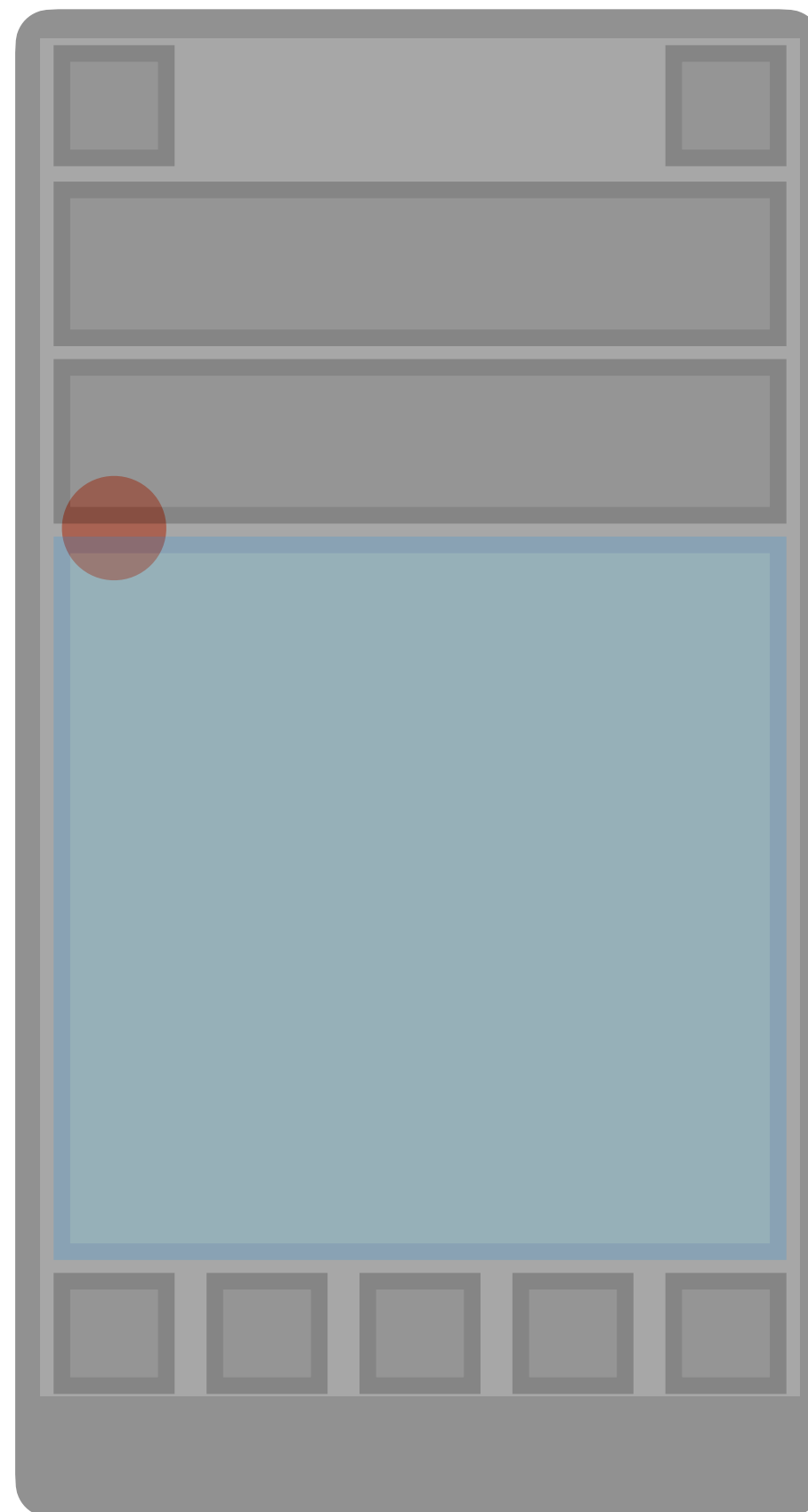
14px

44 x 44px

320 x 480px

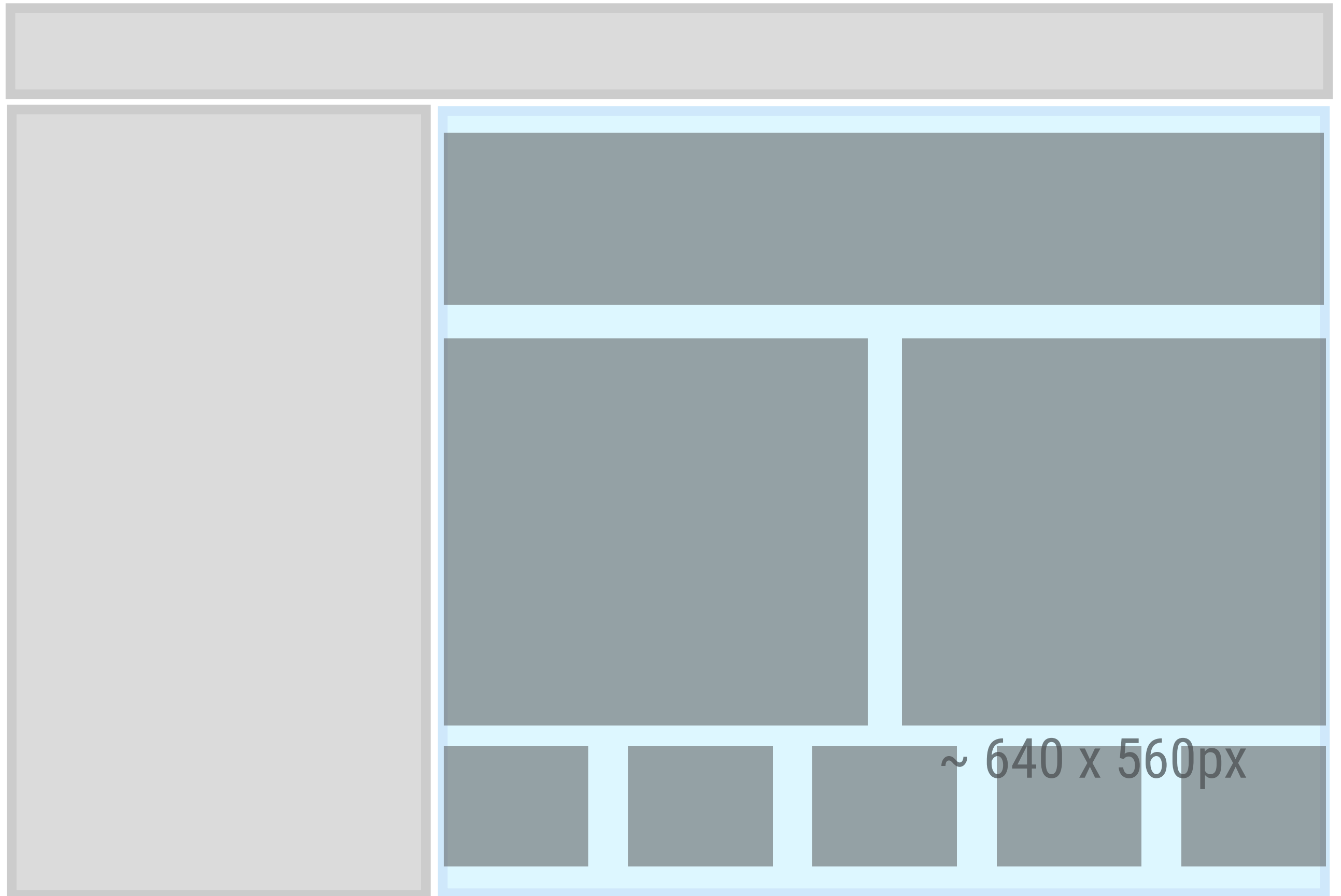
# Layoutgrößen

- **Mobilephones fangen bei 320px an**  
Nach oben gibt es alle möglichen Varianten.
- **Webblents** verwenden rund die Hälfte des Viewports zur E-maildarstellung. (1024 bis 1920 px Breite -> 512 bis 960px)
- **Emails sind schmal**  
Eine Layoutbreite von **maximal 650px** funktioniert in den meisten Clients. (600px)

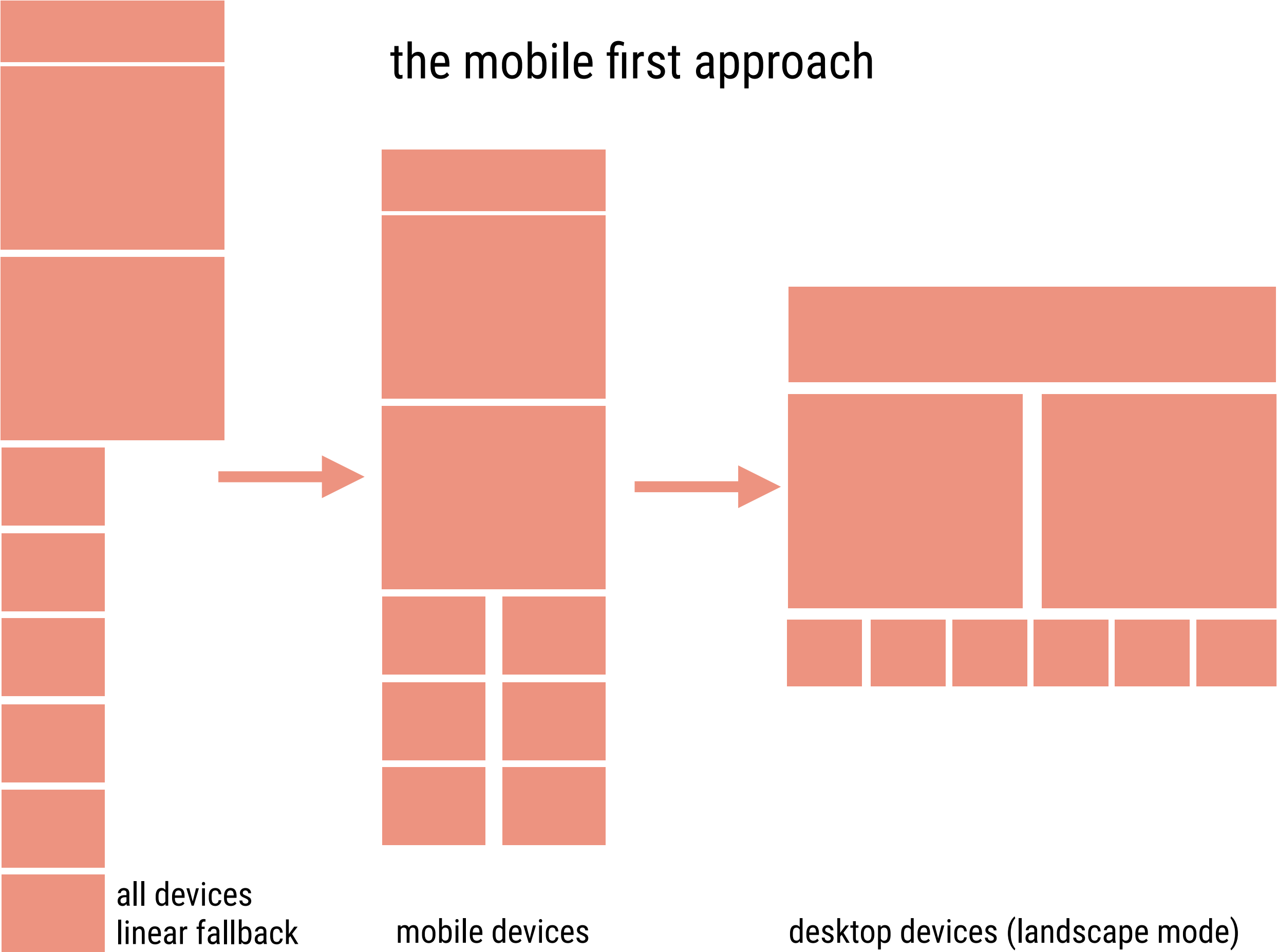


320 x 480px

1024 x 768px

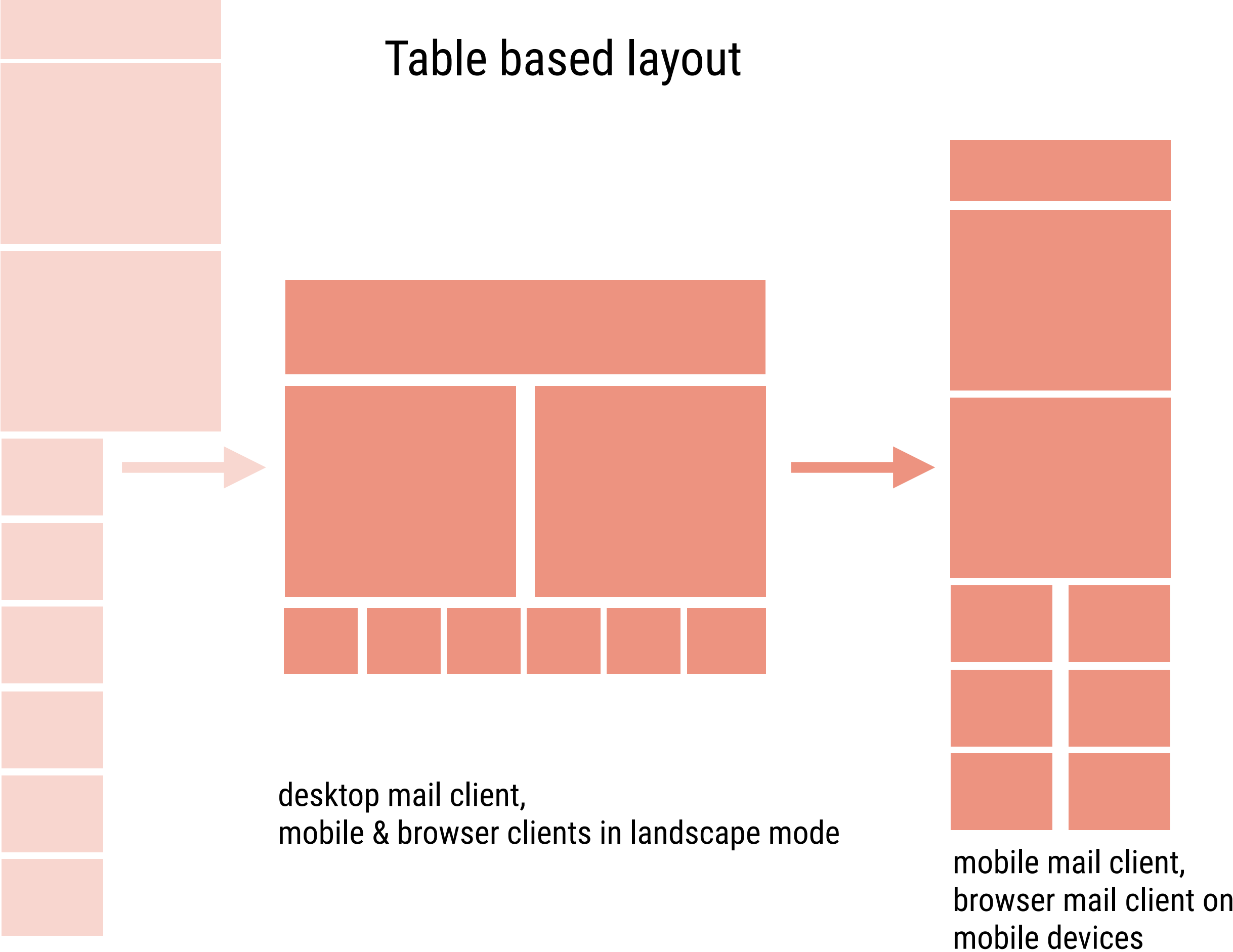


# the mobile first approach





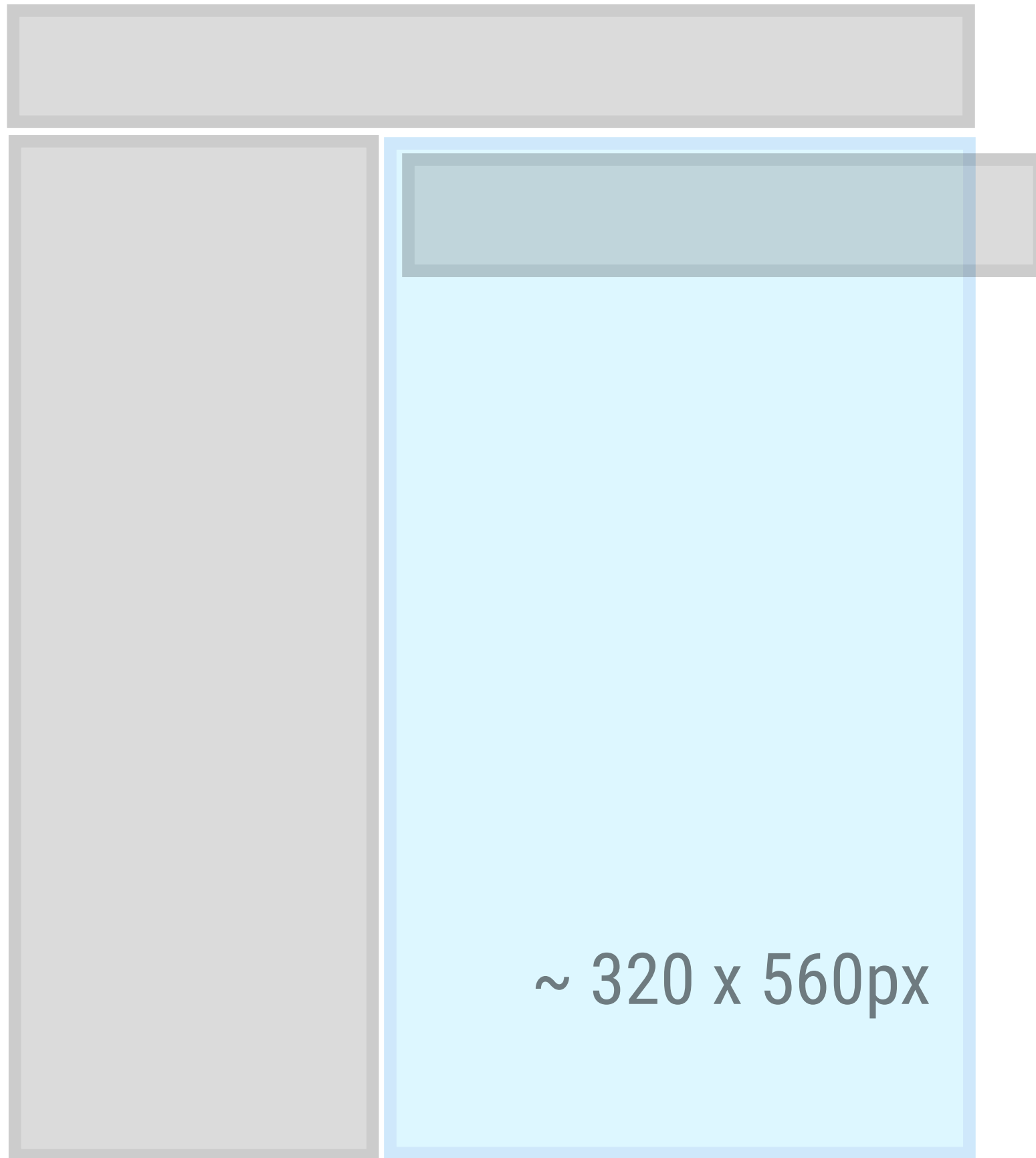
# Table based layout



# Layoutgrößen

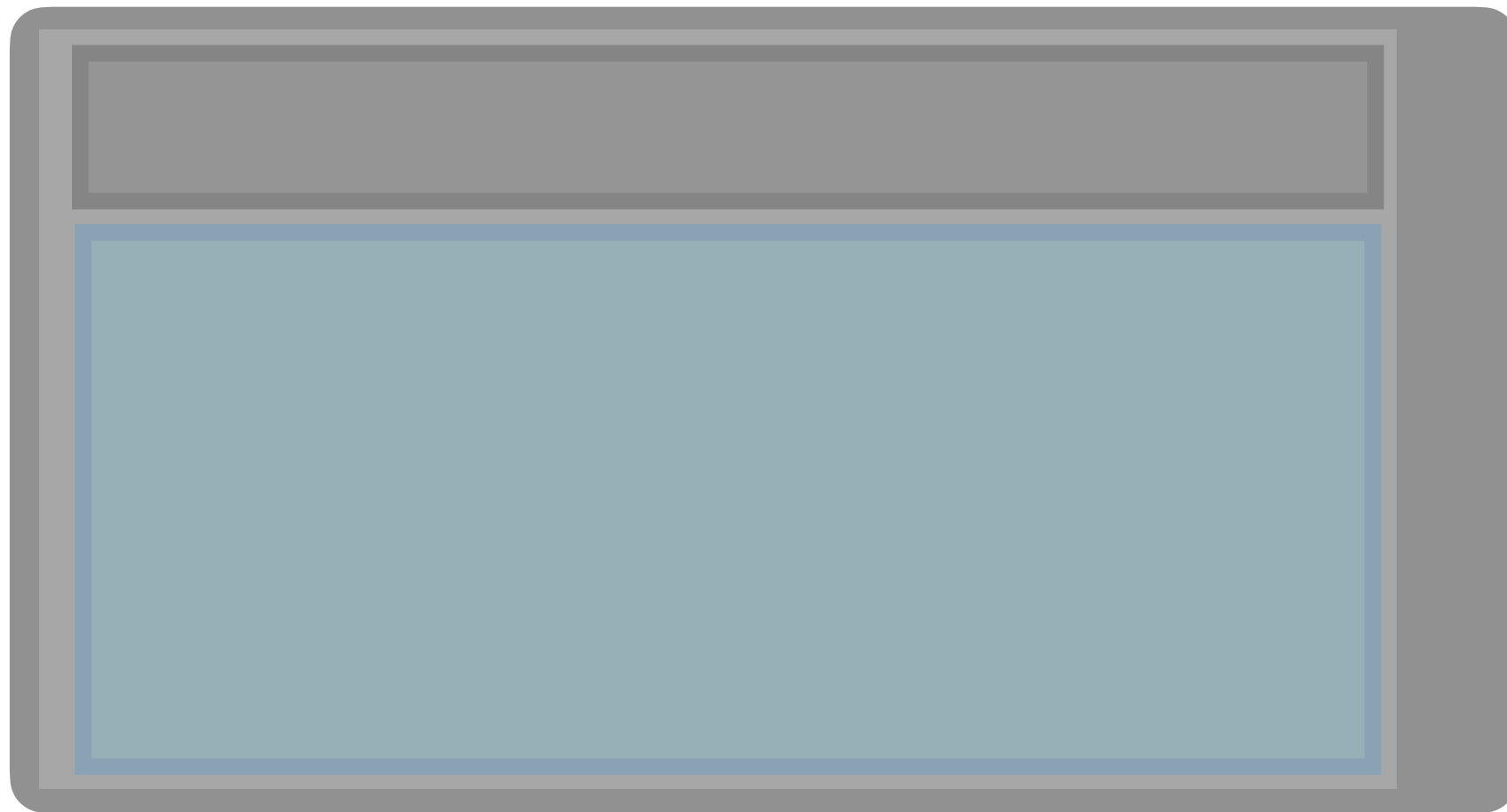
- **Die meisten Clients können die Viewportbreite verändern.**  
Ein fluides Layout ist deshalb empfehlenswert.

600 x 768px



~ 320 x 560px

480 x 320px



# HTML für Emails

- „Code like 1999“

verschachtelte Tabellen,  
Font-Tags und Inline-CSS,  
zudem keine CSS-Positioning über floats.

```
<!doctype html>
<head>
</head>
<body>
<!-- - - - - - -->
<table border="0" cellpadding="0" cellspacing="0" width="98%">
  <tr>
    <td>
      <table border="0" cellpadding="0" cellspacing="0" width="500">
        <tr>
          <td align="center" valign="top" bgcolor="#eeeeee">
            ... das ist der HTML-Inhalt ...
          </td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
</table>
<!-- - - - - - -->
</body>
</html>
```

- **HTML für Webmailer wie Gmail, Yahoo Mail oder web.de**  
Der <head>-Bereich und der öffnende <body>-Tag werden herausgeschnitten sowie der Doctype ersetzt.
- Deshalb keine CSS-Styles im <head>,  
keine Hintergrundgrafiken im<body>,  
Hintergrundbilder in eine Wrapper-Tabelle einbinden
- **Namespaces verwenden**  
Keine CSS-Klassen, die mit dem Webmail-Service kollidieren.
- **Keine Hochkommata in CSS-Zuweisungen**  
Aus **font-family: „Lucida Grade“** wird **font-family: Lucida Grande**.
- **Keine relativen Größenangaben**  
Alle Angaben in Pixeln an.



- Alle paddings und margins auf 0 setzen.
- **padding** anstatt margin verwenden  
margin wird selten richtig interpretiert.
- **Keine Kurzschreibweisen für font**  
font-size, font-weight, font-family einzeln aufzählen.
- **Hexadezimale Farbwerte verwenden**  
Vermeiden Sie RGB oder HSL als Farbwerte.
- Kein Whitespace in Tabellenzellen.
- **Überschriften H1, H2 und H3 etc ...**  
Dafür sämtliche CSS-Eigenschaften **neu** vergeben,  
damit kein Default-Style greift.
- **Tabellenzellen vererben keine Attribute**  
Deshalb Text-Stile in Tabellenzellen jeweils neu vergeben.