



LEITFADEN

Mobilfreundliche E-Mail-Gestaltung

Mach Deine Aktion zum Mittelpunkt
der E-Mail

MACH DEINE AKTION ZUM MITTELPUNKT DER E-MAIL

Über 60 Prozent der E-Mail-Empfänger*innen lesen ihr Nachrichten mobil. Ein guter Grund, sich das Design auf dem Smartphone-Bildschirm genauer anzusehen. Was Du besonders beachten musst, damit Deine E-Mails auch auf dem kleinen Bildschirm gut aussehen, haben wir für Dich zusammengefasst.

E-MAILS BEGINNEN IM POSTEINGANG

Wir wollen, dass Leser*innen unsere Mails öffnen. Dafür nutzen wir interessante Betreffe. Auch der oder die Absender*in haben einen Einfluss auf das Interesse der Leser*innen. Das sind die Elemente, die schon im Posteingang angezeigt werden. Je ansprechender, desto eher wird Deine E-Mail auch geöffnet. In den meisten Postfächern ist je Zeile Platz für **30–40 Zeichen**. Längere Absender*innen und Betreffe werden abgeschnitten. Also fasse Dich kurz.



TIPP: Der Betreff ist entscheidend. Denk Dir 5 Betreffe aus und frage jemanden in Deinem Umfeld, welcher am besten wirkt. Ignoriere die Antwort. Frag einfach nach einer Stunde erneut, an welchen Betreff sich die Person **erinnert**. Das ist Dein Betreff.



TIPP: Bei manchen Mobilgeräten wird der Betreff beim Öffnen der E-Mail weiterhin angezeigt. Probiere es doch mal selbst an Deinem Smartphone aus. Bei Mailing-Providern wie GMX oder Gmail klappt das zum Beispiel. Nutze das und verzichte beispielsweise mobil auf eine Überschrift in der E-Mail selbst.

BILDER GEZIELT EINSETZEN

Bilder können Deiner E-Mail den letzten Schliff geben. Wenn Du zum Sommerfest einlädst, kannst Du mit einem sommerlichen Bild vom letzten Sommerfest gleich gute Laune, Lust auf Austausch und freudige Erwartung mittransportieren. Um auch mobil die optimale Bildgröße und geringe Ladezeiten zu haben, brauchst Du nur wenige Handgriffe.

Konzentriere Dich auf Deine Kernbotschaften und die Emotionen die Du transportieren willst. Bilder sollen diese Emotion tragen und den Text unterstützen – nicht ersetzen. Im Allgemeinen sollte das Verhältnis Text zu Bild bei 70/30 liegen. Bevor Du Bilder in die E-Mail einsetzt – komprimiere die Bildgröße. Kein versendetes Bild sollte mehr als 100 KB haben. Im Easymailer haben wir zum Beispiel in unserer Vorlage Bilder auf die maximale Breite von 680 Pixel beschränkt – breiter muss Dein Bild auch nicht sein.



TIPP: Bilder unterstützen den Inhalt und ersetzen ihn nicht. Achte darauf, dass ohne Bilder keine Informationen verloren gehen.



TIPP: Wir folgen automatisch dem Blick von Menschen, die auf einem Bild abgebildet sind. Nutze das. Nimm zum Beispiel das Bild vom letzten Sommerfest: Schreibe groß „SPD-SOMMERFEST in den Hintergrund. Setze einen Button „JETZT ANMELDEN“ direkt auf das Bild und auch das SPD-Logo. Platziere es im E-Mail-Header anstelle des Logo ein und vergiss nicht, das Bild am Ende zu verlinken. **So erhöhst Du Deine Klickrate.**



Sommerfest-Header für Dich – jetzt Grafik herunterladen

ÜBERZEUGE MIT DEINER AKTION

Jede Deiner E-Mails hat ein Ziel. Wir wollen nicht nur, dass unsere mit viel Liebe geschriebenen Worte gelesen werden, sondern auch Aktionen sehen. Wir überlegen uns einen Call-to-Action (CtA). Dieser ist kurz und sagt Deine*r Leser*in genau, was sich hinter dem Button verbirgt.

- „Du bist herzlich eingeladen, mit uns zu diskutieren. Nimm an unserer Online-Konferenz teil!“
- „Mach mit bei der Mission 30.000 und werbe ein neues Mitglied! Mit einfachen Tipps kannst Du Dein Umfeld schnell überzeugen.“
- „Wir haben Dir eine kleine Aktionsidee vorbereitet. Schritt-für-Schritt erfährst Du, wie Du mit wenig Aufwand viele Menschen erreichen kannst!“

Nutze den Text auf dem Button dann für einen kurzen Aufruf:

JETZT TEILNEHMEN

ICH BIN DABEI!

GLEICH LOSLEGEN



TIPP: Achte immer darauf, dass der Button groß genug ist, ihn mit den Fingern zu tippen. Vermeide nah beieinanderstehende Textlinks. Im Easymailer haben wir Button in der Vorlage. Du musst nur noch den Link und die Beschriftung einfügen.



TIPP: Halte Dich kurz. Es sollte sofort klar werden, was jetzt zu tun ist.



TIPP: Nutze aktive Sprache und Verben für den Button.

LEITFADEN
Mobilfreundliche E-Mail-Gestaltung

BRING DEINEN CTA ABOVE THE FOLD

Und wie schaffst Du es nun, Deine Leser*innen zum Klicken zu bringen? Mach schon beim Öffnen klar, was Dein Anliegen ist – ohne lange Worte. Bring Deine wichtigsten Inhalte und den Call-to-Action „above the fold“! Das ist der Bereich, den Deine Leser*innen ohne zu scrollen oder wischen wahrnehmen:



Also wenn Deine Leser*innen am Smartphone lesen, soviel, wie auf einen Bildschirm passt:



Nimm den Cta in den Header mit auf



Achte darauf, dass der Button bereits beim Öffnen der E-Mail sichtbar ist



Oder einfach beides



TIPP: Teste immer auf mehreren Geräten, ob Dein Cta „above the fold“ liegt. Sende Dir im Easymailer dafür einfach selbst eine Test-E-Mail zu.

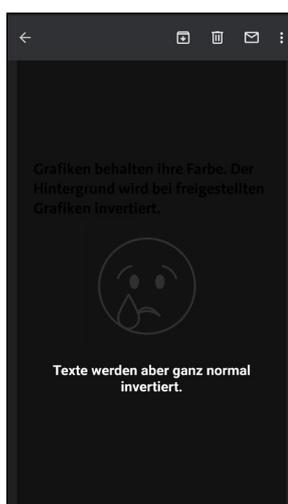


TIPP: Platziere den Cta direkt nach dem ersten Absatz und wiederhole ihn ggf. später in der Mail noch einmal. Vor den Button und damit die Aktion schreibst Du am besten in höchstens drei Sätzen, was es für ein Problem gibt, und wie oder warum die Deine Leser*innen mit nur einem Klick bei der Lösung helfen können.

LICHT AUS?

Viele Mobilnutzer benutzen den sogenannten „dark mode“ auf ihren Smartphones – das spart Energie. Im dunklen Modus wird der Hintergrund auf dunkle Farben umgedreht und die Schrift hell. Das betrifft nicht nur schwarz und weiß, sondern auch Farben.

Deshalb sollte man beispielsweise keine freigestellten Grafiken verwenden. Achte also darauf, dass Deine Bilder keinen durchsichtigen Hintergrund haben. Oftmals verwenden wir eine eingestellte Hintergrundfarbe – weiß. Im Easymailer ist das auch so, aber auch hier ist nicht sichergestellt, dass sie mit ausgespielt wird. So kann der dunkle Modus auf verschiedenen Geräten mit verschiedenen E-Mail-Clients unterschiedlich mit Deinen E-Mails umgehen:



Invertierter Hintergrund



Nicht invertierter Hintergrund

-  **TIPP:** Teste Deine E-Mail auch immer im dunklen Modus. Ist noch alles lesbar?
-  **TIPP:** Benutze möglichst keine Bilder, in denen der Hintergrund freigestellt ist.

TEXTE GLIEDERN

Gerade mobil bleibt Dir oft noch weniger Platz, Deine vielen Inhalte darzustellen. Nutze ein offenes Design, um Deine Texte zu gliedern. Trau Dich, auch mal auf einen großen Header zu verzichten. Setze schon nach wenigen Worten Deinen ersten Button, um gleich Deinen CtA klarzumachen. Du kannst Deinen Anlass dann weiter erklären und den CtA wiederholen.

Nutze kurze Absätze. Was in Deinem Browserbildschirm drei Zeilen sind, können am Smartphone schon sechs bis acht sein – und niemand liest gerne schwere Textblöcke. **Highlighte** deshalb die **entscheidenden Worte** in jedem Absatz, indem Du sie fett machst.



TIPP: Vergiss nie, Dein E-Mail auch mobil zu testen. Dann siehst Du schnell, ob Deine Absätze zu lang werden.



TIPP: Lies nur die gefetteten Worte Deiner E-Mail. Erkennt Dein*e Leser*in beim Überfliegen das Thema oder Problem und die Aktion?

WEITERE HINWEISE

- **Das Handbuch für den EasyMailer findest Du hier:**
kampagne.spd.de/deine-kampagne/easymailer
- **In der Parteschule gibt es regelmäßig Schulungsangebote zum EasyMailer und Campaigning**
<https://parteschule-wiki.spd.de>
- **Unser CD-Manual und Designvorlagen findest Du hier:**
kampagne.spd.de/deine-kampagne/corporate-design
- **Gute Kommunikationsanlässe haben wir für Dich hier zusammengestellt:**
kampagne.spd.de/partearbeit/material

Bei Fragen oder Hinweisen schreibe eine E-Mail kampagne@spd.de

CHECKLISTE

- ABSENDER*IN WENIGER ALS 40 ZEICHEN**
- KURZER BETREFF**
- CTA „ABOVE THE FOLD“**
- BILDER UND GRAFIKEN SIND GUT EINGESETZT**
- BILDGRÖSSE IST KLEIN GEHALTEN**
- ALLE TEXTE AUF BUTTON UND GRAFIKEN LESBAR**
- TEXTE GUT GEGLIEDERT**
- TEST-E-MAIL AUCH AM SMARTPHONE ANGESCHAUT**



LETZTER TIPP: Nutze den Easymailer und die Vorlagen.
Wir haben die Checkliste für Dich im Blick.