

Was steckt im
Newsletter von
Connnox

Absender shop@connnox.f
Branche Wohnen & Deko
Gelesene Sendungen 55 Kampagnen, 6
Transaktions-E-Mails
Zeitraum August 2026

 Gesamtnote



Der Hauptbefund

Die DKIM-Signatur wurde nicht validiert bei allen 6 Transaktionsmails.

Es ist der erste von 6 zu behebenden Punkten. Die höchste Note hat konformität (100/100), die niedrigste zustellbarkeit (54/100), besser als 4 % der 579 gemessenen Marken.

Transaktionsmail
6 Nachrichten

August 2026 · berechnet am 31 Oktober

Konformität

100 /100



besser als 98 % der 580 gemessenen Marken

Zustellbarkeit

54 /100



besser als 4 % der 579 gemessenen Marken

Technik

84 /100



besser als 49 % der 580 gemessenen Marken

Nutzererfahrung

78 /100



besser als 88 % der 580 gemessenen Marken

6 zu behebende Punkte

Jede Zeile führt zum Kriterium in seiner Familie, mit dem belegenden Auszug und der Korrektur.

Vorrangig	Die DKIM-Signatur wurde nicht validiert Kriterium „DKIM-Signatur validiert“ · Zustellbarkeit · bei allen 6 Transaktionsmails von 20 in Zustellbarkeit Die DKIM-Signatur wird in der Versandplattform eingerichtet („Domain-Authentifizierung“, „domain authentication“): Sie liefert einen DNS-Eintrag vom Typ CNAME oder TXT, der auf der Versanddomain veröffentlicht wird, und prüft dann die Veröffentlichung.	-20 Pkt.
Zu prüfen	Preheader fehlt, ist zu kurz oder zu lang Kriterium „Die Nachricht ist ohne Bilder verständlich, schon im Posteingang“ · Nutzererfahrung · gemessen an 6 Transaktionsmails von 25 in Nutzererfahrung Ein Preheader von 40 bis 130 Zeichen in echtem Text folgt im Posteingang auf den Betreff; jedes bedeutungstragende Bild hat ein alt-Attribut, das sagt, was es zeigt; die Hauptbotschaft steht als Text da, nicht in einem Bild.	-12,5 Pkt.
Zu prüfen	Die Nachricht stellt Hilfstechnologien Hindernisse in den Weg Kriterium „Die Nachricht bleibt mit Hilfstechnologien lesbar“ · Nutzererfahrung · von 20 in Nutzererfahrung gemessen an 6 Transaktionsmails Vier Korrekturen, alle in der Vorlage: die Sprache der Nachricht im <html>-Tag angeben (lang="de" für einen Versand auf Deutsch), jedes Inhaltsbild im Attribut alt beschreiben, Layout-Tabellen mit role="presentation" kennzeichnen und Links schreiben, die sagen, wohin sie führen, statt „hier klicken“.	-10 Pkt.
Zu prüfen	Manche Links führen nirgendwohin Kriterium „Jeder Link führt irgendwohin“ · Technik · bei allen 6 Transaktionsmails von 10 in Technik	-10 Pkt.
Zu prüfen	Die veröffentlichte DMARC-Richtlinie weist keine Absenderfälschung ab Kriterium „DMARC-Richtlinie, die dazu beiträgt, bestimmte Absenderfälschungen abzuweisen“ · Zustellbarkeit · bei 4 von 6 Transaktionsmails von 15 in Zustellbarkeit	-10 Pkt.
Nachrangig	Kein Doctype deklariert Kriterium „Wohlgeformtes HTML“ · Technik · gemessen an 6 Transaktionsmails von 15 in Technik	-3,8 Pkt.

15 Kriterien erfüllt, darunter « Kein Zählpixel zur Öffnungsmessung » und « DMARC-Alignment validiert ». Sie sind unten in ihrer Familie aufgeführt.

Jede Sendung, zu ihrer Ankunftszeit

Ein Punkt pro Nachricht, die unser Abonnement seit August erhalten hat. Tippen Sie auf einen Punkt, um ihn zu öffnen; die Pfeile gehen von einer Sendung zur nächsten.

Technische Auswertung des Versands vom 21. August 2026 →

55

Kampagnen in 11 Wochen
etwa 5 pro Woche, von August bis Oktober

7 Tage die Woche

an allen Wochentagen
4 bis 11 Kampagnen je nach Tag

10 h

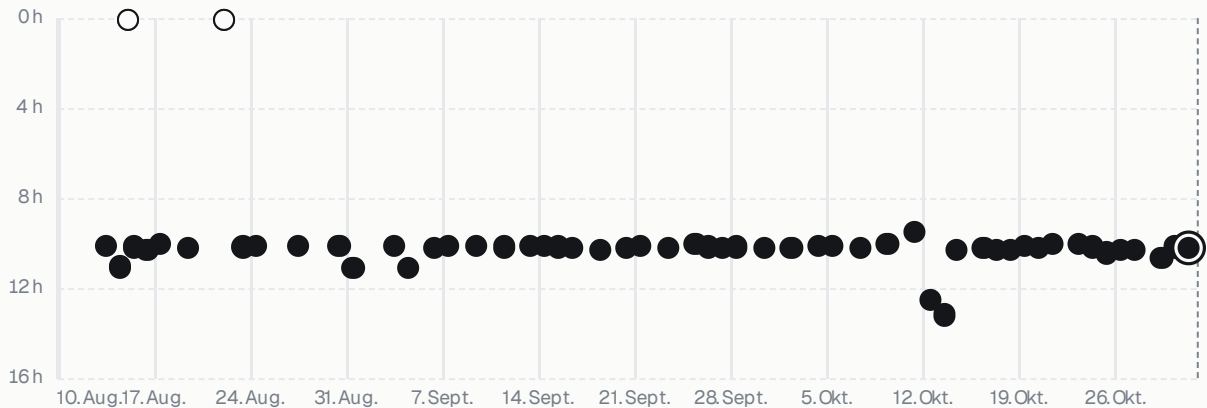
bevorzugte Versandstunde

85 % der Kampagnen kommen zwischen 10 und 11 Uhr an

31. Okt.

letzte empfangene Sendung

« Neuheiten im Oktober 🍁 »



Pixel

Note

● Kampagne ○ Transaktionsmail ● beobachtete Änderung ■ Pixel vorhanden

Kampagne 55 von 55

Samstag 31. Okt., 10:14

Neuheiten im Oktober 🍁

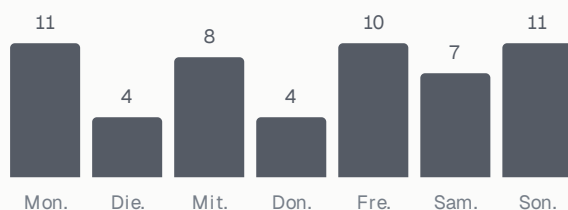
Typ Marketingkampagne

Note Analyse läuft

Pixel —

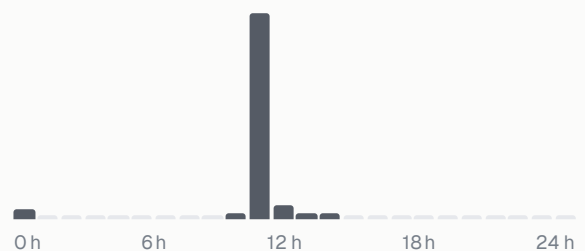
Versandtag

Tippen Sie auf einen Balken, um seine Sendungen in der Zeitleiste zu finden.



Ankunftszeit

Stunde für Stunde, für die 55 Kampagnen.



Keine Änderung seit August beobachtet

Jede Kampagne wird mit der vorherigen verglichen, Kriterium für Kriterium.

Kriterien im Detail

Die 24 Kriterien + 1 Bonus

■ 15 erfüllt

■ 4 teilweise erfüllt

■ 2 nicht erfüllt

■ 0 nicht beobachtbar

■ 3 nicht zutreffend



Konformität

Diese Prüfungen betreffen, was der Versand dem Empfänger auferlegt und was er ihm lässt: Messung seines Verhaltens, Wege zur Abmeldung, Nachverfolgung seines Widerspruchs.

Zählpixel: die CNIL-Regel Methode, Familie Konformität

besser als 98 % der 580 gemessenen Marken

Die Berechnung · 100 Pkt. von 100

5 erfüllt · 1 nicht zutreffend



Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

Kein Zählpixel zur Öffnungsmessung

■ Erfüllt

35 Pkt.

Kein Zählpixel zur Öffnungsmessung bei den letzten 3 Transaktionsmails

35 Punkte von 35 — erfüllt bei 3 der letzten 3 Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn kein Zählpixel vorhanden ist. Ein einziges Pixel genügt, damit das Kriterium bei einem Versand nicht erfüllt ist.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · [Die Erkennungsregel](#)

Abmelden ist möglich und angekündigt

□ Nicht zutreffend

nicht zutreffend

Diese Messung galt für keinen der empfangenen Versände. Sie **fällt aus dem Nenner**: Sie wird nie als Fehlschlag gezählt.

Erfüllt, wenn die Nachricht die Abmeldung in ihren Headern ankündigt — über eine Seite statt einer zu schreibenden E-Mail — und in ihrem Text. Das Detail zeigt, was von beidem fehlt. Nicht anwendbar auf eine Transaktions-E-Mail.

RFC2369 · PM-PRIV-002

Der Empfänger behält die Kontrolle über das Tracking

■ Erfüllt

20 Pkt.

Der Empfänger behält die Kontrolle über das Tracking bei 2 Transaktionsmails

20 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 2 Transaktionsmails.

Zwei Messungen: Führt der Abmeldelink über einen Tracker, und führt ein eigener Pfad zu einem Präferenzcenter oder zur Ablehnung des Trackings? Keine der beiden belegt, dass eine Ablehnung Erfolg hat — das zu prüfen hieße, dem Link zu folgen, was auf Seiten der Versandplattform einen Klick erfassen würde. Sie beschreiben die Kontrolle, die dem Empfänger gelassen wird, nicht das Ergebnis, das er erhielte.

Was gemessen wurde — 1 von 1 erfüllt

■ Abmeldelink nicht getrackt bei 2 Transaktionsmails Erfüllt

☐ Ein eigener Pfad führt zu einem Präferenzcenter oder zur Ablehnung des Trackings Nicht zutreffend

CNIL 14/04/2026·Postmetry · PM-PRIV-003

Die Nachricht sagt, wer schreibt und nach welchen Regeln

■ Erfüllt

20 Pkt.

Die Nachricht sagt, wer schreibt und nach welchen Regeln bei 6 Transaktionsmails

20 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

Ein kommerzieller Versand muss die Identifizierung des Werbetreibenden ermöglichen (CPCE, Artikel L. 34-5), und der Empfänger muss wissen können, wer seine Daten verarbeitet. Dieser Indikator fasst zusammen, was eine Nachricht davon zeigen kann.

Was gemessen wurde — 3 von 3 erfüllt

- Die Nachricht nennt ihren Absender bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- Eine Antwort auf die Nachricht ist möglich bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- Ein Link führt zur Datenschutzerklärung bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

CPCE L.34-5 · directive 2000/31 art.6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Ein ungetrackter Pfad führt zur Website

■ Erfüllt

15 Pkt.

Ein ungetrackter Pfad führt zur Website bei 6 Transaktionsmails

15 Punkte von 15 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn mindestens ein Link der Nachricht zur Website der Marke führt, ohne über einen Klickzähler zu gehen.

Postmetry · PM-PRIV-005

Keine Kennung des Empfängers in der Nachricht

■ Erfüllt

10 Pkt.

Keine Kennung des Empfängers in der Nachricht bei 6 Transaktionsmails

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn die Adresse des Empfängers weder im Klartext noch kodiert noch gehasht in einer URL oder einem proprietären Header erscheint. Adressierungs-Header zählen nicht: Sie tragen sie naturgemäß.

Postmetry · RGPD art.4 en repère · PM-PRIV-020

Zustellbarkeit



Diese Prüfungen lesen das Authentifizierungsurteil, das unser Server beim Eingang der Nachricht gefällt hat. Dieses Urteil ist naturgemäß datiert: Wir berechnen es nie neu, da dies den heutigen DNS statt den vom Tag des Versands abfragen würde.

Gmail-Anforderungen an Absender ↗ (<https://support.google.com/a/answer/81126>)

Yahoo-Anforderungen ↗ (<https://senders.yahooinc.com/best-practices/>)

Methode, Familie Zustellbarkeit besser als 4 % der 579 gemessenen Marken

Die Berechnung · 35 Pkt. von 65, auf 100 umgerechnet

2 erfüllt · 1 teilweise erfüllt · 1 nicht erfüllt · 2 nicht zutreffend



DKIM-Signatur validiert ❑ Nicht erfüllt

0/20 Pkt.

DKIM-Signatur fehlgeschlagen bei 6 betroffene Transaktionsmails

0 Punkte von 20 — erfüllt bei 0 von 6 betroffene Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Die DKIM-Signatur wird in der Versandplattform eingerichtet („Domain-Authentifizierung“, „domain authentication“): Sie liefert einen DNS-Eintrag vom Typ CNAME oder TXT, der auf der Versanddomain veröffentlicht wird, und prüft dann die Veröffentlichung. Ein Fehler bei einer signierten Nachricht kommt meist von nach der Signatur verändertem Inhalt (von einem Gateway angefügte Fußzeile, umgeschriebene Links) oder von einem aus dem DNS gelöschten Schlüssel.

Ohne gültige Signatur behandeln Gmail und Yahoo Massenversand seit 2024 als nicht authentifiziert und lehnen ihn ab oder sortieren ihn als Spam ein.

Erfüllt, wenn unser Empfangsserver die DKIM-Signatur des Versands validiert hat.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001

RFC 6376 – DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376>)RFC 8601 – Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601>)**DMARC-Alignment validiert** ■ Erfüllt

20 Pkt.

DMARC-Alignment bestätigt bei 6 Transaktionsmails

20 Punkte von 20 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn die im Absender angezeigte Domain mit derjenigen übereinstimmt, die die Nachricht authentifiziert hat.

RFC 9989 · PM-DELIV-002

RFC 9989 – Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989>)**DMARC-Richtlinie, die dazu beiträgt, bestimmte Absenderfälschungen abzuweisen**

5/15 Pkt.

❑ Teilweise erfüllt

DMARC-Richtlinie nur im Beobachtungsmodus (4 von 6 betroffene Transaktionsmails)

5 Punkte von 15 — erfüllt bei 2 von 6 betroffene Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Ein TXT-Eintrag `_dmarc.<domain>` erklärt die Richtlinie: mindestens `v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:..., p=reject`, sobald die Versandquellen ausgerichtet sind. Der Übergang erfolgt schrittweise (`p=none` mit Berichten, dann `quarantine`, dann `reject`) über einige Wochen, wobei die Berichte zeigen, welche Werkzeuge im Namen der Domain versenden.

Eine Richtlinie `none` verhindert keinen Missbrauch der Domain; `quarantine` oder `reject` schließt die Tür und erfüllt die Anforderungen von Gmail und Yahoo an Massensender.

Erfüllt, wenn die veröffentlichte Richtlinie „reject“ oder „quarantine“ lautet. Eine Richtlinie „none“ erwartet nichts von den E-Mail-Anbietern: Sie ist veröffentlicht, ohne Wirkung auf Nachrichten, die die Domain fälschen.

RFC 9989 §47 · PM-DELIV-003 · [RFC 9989 – Abschnitt 47, Tag „p“](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7) (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7>)

Kein SPF-Fehlschlag

☒ Erfüllt

10 Pkt.

Kein SPF-Fehlschlag bei 6 Transaktionsmails

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn SPF nicht fehlschlägt. Ein SPF „none“ zusammen mit gültigem DKIM und DMARC ist eine verbreitete und legitime Konfiguration: Sie wird nicht abgewertet.

RFC7208 · PM-DELIV-004

RFC7208 – Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208>)

Abmeldung mit einem Klick im Sinne von RFC 8058

☐ Nicht zutreffend

nicht zutreffend

Diese Messung galt für keinen der empfangenen Versände. Sie **fällt aus dem Nenner**: Sie wird nie als Fehlschlag gezählt.

Erfüllt, wenn der Header „List-Unsubscribe“ eine https-Adresse trägt und „List-Unsubscribe-Post“ genau „List-Unsubscribe=One-Click“ lautet. Das verlangen Gmail und Yahoo von Massensendern: Die Schaltfläche des Postfachs wirkt dann, ohne eine Seite zu öffnen. Nicht anwendbar auf eine Transaktions-E-Mail.

RFC8058-Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Eine DKIM-Signatur, die das Wesentliche abdeckt

☐ Nicht zutreffend

nicht zutreffend

Diese Messung galt für keinen der empfangenen Versände. Sie **fällt aus dem Nenner**: Sie wird nie als Fehlschlag gezählt.

Was die Signatur abdeckt, nicht nur, dass sie besteht: ein nach RFC 8301 zulässiger Algorithmus, der vollständig signierte Body, signierte Header From, Subject, Date und List-Unsubscribe, eine beim Empfang nicht abgelaufene Signatur. Nicht anwendbar ohne DKIM-Signatur.

Was gemessen wurde — 0 von 0 erfüllt

- ☐ Zulässiger Signaturalgorithmus Nicht zutreffend
- ☐ Vollständig signierter Nachrichtentext Nicht zutreffend
- ☐ Wesentliche Header signiert Nicht zutreffend
- ☐ Signatur beim Empfang gültig Nicht zutreffend

RFC6376-RFC8301 · PM-DELIV-006

Technik



Diese Prüfungen betreffen, was E-Mail-Clients tatsächlich mit der Nachricht tun: Kürzung, entfernte Style-Blöcke, nie geladene Ressourcen. Jeder Schwellenwert nennt seine Herkunft: das dokumentierte Verhalten eines E-Mail-Clients, eine Spezifikation oder unsere eigene Methode.

Unterstützung je E-Mail-Client (caniemail) ↗ (<https://www.caniemail.com/>)

Methode, Familie Technik besser als 49 % der 580 gemessenen Marken

Die Berechnung · 71 Pkt. von 85, auf 100 umgerechnet

4 erfüllt · 1 teilweise erfüllt · 1 nicht erfüllt



HT ML unter der Kürzungsschwelle von Gmail ■ Erfüllt

25 Pkt.

HTML unter der Kürzungsschwelle von Gmail bei 6 Transaktionsmails

25 Punkte von 25 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn der HTML-Teil unter 102 KB bleibt. Darüber schneidet Gmail das Ende der Nachricht ab – und am Ende stehen die Abmeldung und die Pflichtangaben.

Gmail · PM-TECH-001

Wenig verschachtelte Vorlage ■ Erfüllt

20 Pkt.

Wenig verschachtelte Vorlage bei 6 Transaktionsmails

20 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn Layout-Tabellen höchstens 6 Ebenen tief verschachtelt sind. Darüber hinaus rendern die Word-Engine der Desktop-Versionen von Outlook und die abweichenden Clients die Vorlage jeweils auf ihre Weise.

Was gemessen wurde — 1 von 1 erfüllt

■ Layout-Tabellen wenig verschachtelt bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

Postmetry · PM-TECH-002

Wohlgeformtes HT ML ■ Teilweise erfüllt

11,2/15 Pkt.

Kein Doctype deklariert bei die 6 betroffene Transaktionsmails (3 von 4 Maßnahmen erfüllt)

11,2 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Formfehler (nicht geschlossene Tags, doppelte Attribute, ungültige Verschachtelung von table und div) entstehen durch zwischen Editoren kopierte Blöcke oder durch Handänderungen im Code. Das HTML vor dem Versand durch einen Validator laufen lassen und an der Quelle in der Vorlage korrigieren, nicht in jeder Kampagne.

Fehlerhaftes HTML wird je nach E-Mail-Programm unterschiedlich dargestellt und ist die häufigste Ursache für eine kaputte Anzeige in Outlook oder auf dem Smartphone.

Ein Doctype, ein im Dokument deklarierter Zeichensatz, ausgeglichene Tags und eindeutige Kennungen. Jeder Client repariert unvollständiges Markup auf seine Weise, und genau das macht die Darstellung unvorhersehbar. Endtags, die HTML freistellt, zählen nicht.

Was gemessen wurde — 3 von 4 erfüllt

□ Kein Doctype deklariert bei die 6 betroffene Transaktionsmails Nicht erfüllt

■ Zeichensatz im HTML deklariert bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

■ Ausgeglichene Tags bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

■ Eindeutige Kennungen bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

WHATWG · PM-TECH-030

Jeder Link führt irgendwohin ■ Nicht erfüllt

0/10 Pkt.

Manche Links führen nirgendwohin bei die 6 betroffene Transaktionsmails

0 Punkte von 10 — erfüllt bei 0 von 6 betroffene Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Jeder Link hat ein absolutes https-Ziel; kein href="# ", kein href=" ", kein relativer Link und kein mailto: ohne Adresse. Leere Links stammen meist aus einem Block, der aus einer früheren Vorlage kopiert wurde, oder von einem Button, dessen URL im Editor nicht ausgefüllt wurde.

Ein leerer Link kostet den Klick und verrät eine hastily zusammengesetzte Nachricht; die Korrektur ist eine Durchsicht der Linkliste vor dem Versand, die die meisten Editoren anbieten.

Erfüllt, wenn kein Link leer ist, auf „#“ reduziert oder als „javascript:“ geschrieben. Ein solcher Link führt nirgendwohin, und die meisten Clients neutralisieren ihn. Nicht anwendbar, wenn die Nachricht keinen Link enthält.

Postmetry · PM-TECH-031

Kein entferntes Stylesheet

 Erfüllt

10 Pkt.

Kein externes Stylesheet bei 6 Transaktionsmails

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn die Nachricht kein externes Stylesheet aufruft, weder über „link“ noch über „@import“. Mehrere Clients laden sie nie. Ein Schriften-Stylesheet zählt nicht: Ohne es nimmt der Text die Ersatzschrift.

caniemail · PM-TECH-020

[<link> in einer E-Mail – Unterstützung nach E-Mail-Programm \(https://www.canimail.com/features/html-link/\)](https://www.canimail.com/features/html-link/)

Die Nachricht hält die Form einer E-Mail ein

 Erfüllt

5 Pkt.

Die Nachricht hält die Form einer E-Mail ein bei 6 Transaktionsmails

5 Punkte von 5 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

Zeilen von höchstens 998 Bytes, lesbare Message-ID und Date, ein für jeden Textteil angegebener Zeichensatz, eine zum Inhalt passende Transferkodierung (RFC 5322, RFC 2045). Die meisten Server tolerieren diese Abweichungen, jeder auf seine Weise.

Was gemessen wurde — 5 von 5 erfüllt

-  Zeilen von höchstens 998 Bytes bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
-  Wohlgeformte Message-ID bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
-  Lesbares Datum bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
-  Zeichensatz für jeden Textteil angegeben bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
-  Stimmige Transferkodierung bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

RFC5322·RFC2045 · PM-TECH-010

Nutzererfahrung



Vier Fragen dazu, was aus der Nachricht nach dem Empfang wird: Bleibt sie verständlich, kann der Empfänger noch handeln, kann ein Client sie wiedergeben, ein Bildschirm sie anzeigen. Die automatische Erkennung erfasst nur, was in der Nachricht deklariert ist.

WCAG 2.2 [↗ \(https://www.w3.org/TR/WCAG22/\)](https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Methode, Familie Nutzererlebnis
besser als 88 % der 580 gemessenen Marken

Die Berechnung · 78 Pkt. von 100

4 erfüllt · 2 teilweise erfüllt · 1 Bonus



Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

Die Nachricht ist ohne Bilder verständlich, schon im Posteingang

☐ Teilweise erfüllt

125/25 Pkt.

Preheader fehlt, ist zu kurz oder zu lang bei die 6 betroffene Transaktionsmails (1 von 2 Maßnahmen erfüllt)

12,5 Punkte von 25 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Ein Preheader von 40 bis 130 Zeichen in echtem Text folgt im Posteingang auf den Betreff; jedes bedeutungstragende Bild hat ein alt-Attribut, das sagt, was es zeigt; die Hauptbotschaft steht als Text da, nicht in einem Bild. Im Editor ist der Preheader ein eigenes Feld, und das alt wird Bild für Bild ausgefüllt.

Die Hälfte der Leser sieht die Nachricht beim ersten Öffnen ohne Bilder. Ein alt und ein Preheader kosten eine Minute pro Kampagne.

Erfüllt, wenn die Nachricht bei blockierten Bildern mindestens 200 lesbare Zeichen behält und ein Preheader von 40 bis 130 Zeichen sie in der Nachrichtenliste ankündigt. Ohne Preheader zeigt das Postfach stattdessen den ersten Text des Inhalts — oft „Im Browser anzeigen“.

Was gemessen wurde — 1 von 2 erfüllt

- ☒ Mindestens 200 Zeichen bleiben bei blockierten Bildern lesbar bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- ☐ Preheader fehlt, ist zu kurz oder zu lang bei die 6 betroffene Transaktionsmails Nicht erfüllt

Postmetry · PM-EXP-001

Die Nachricht bleibt außerhalb von HTML darstellbar

☒ Erfüllt

15 Pkt.

Eine Textversion gibt die Nachricht wieder bei 6 Transaktionsmails

15 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn eine Textversion die Nachricht begleitet und das Wesentliche übernimmt: mindestens 60 % ihres Texts und 80 % ihrer Links. Ein Client, der kein HTML anzeigt, greift auf sie zurück; auf „Webversion anzeigen“ reduziert, gibt sie nichts wieder.

Was gemessen wurde — 3 von 3 erfüllt

- ☒ Eine reine Textversion begleitet die Nachricht bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- ☒ Die Textversion übernimmt mindestens 60 % des Texts bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- ☒ Die Textversion übernimmt mindestens 80 % der Links bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

Postmetry · PM-EXP-002

Alle Links bleiben bei blockierten Bildern sichtbar

 Erfüllt

15 Pkt.

Alle Links bleiben bei blockierten Bildern sichtbar bei 6 Transaktionsmails

15 Punkte von 15 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn kein Link nur von einem einzigen Bild ohne Alternativtext getragen wird: Ein solcher Link hinterlässt nichts auf dem Bildschirm. Nicht zutreffend, wenn die Nachricht keinen Link enthält.

Postmetry · PM-EXP-003

Klickflächen groß genug

 Erfüllt

10 Pkt.

Klickflächen ausreichend groß bei 6 Transaktionsmails

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 6 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn keine Klickfläche mit Maßangabe unter 24 px Kantenlänge fällt (WCAG 2.2, Kriterium 2.5.8). Gemessen werden nur Flächen mit deklarierter Größe; die Ausnahmen des Kriteriums – Ziel innerhalb einer Textzeile, ausreichender Abstand – nicht. Nicht zutreffend, wenn die Nachricht keine Maße deklariert.

WCAG 2.2 – 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 – Target Size (Minimum), Erfolgskriterium 2.5.8, Stufe AA (<https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum>)

Die Nachricht bleibt mit Hilfstechnologien lesbar

 Teilweise erfüllt

10/20 Pkt.

Die Nachricht stellt Hilfstechnologien Hindernisse in den Weg — 2 von 4 Maßnahmen erfüllt

10 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

So beheben Sie es

Vier Korrekturen, alle in der Vorlage: die Sprache der Nachricht im <html>-Tag angeben (lang="de" für einen Versand auf Deutsch), jedes Inhaltsbild im Attribut alt beschreiben, Layout-Tabellen mit role="presentation" kennzeichnen und Links schreiben, die sagen, wohin sie führen, statt „hier klicken“.

Das Detail des Kriteriums zeigt, welche davon in Ihren Versänden fehlen; die anderen sind bereits erfüllt.

Ein dekoratives Bild — Trennlinie, Abstandhalter — behält ein leeres alt="": Das lässt es verstummen, es ist kein Versehen.

Deklarierte Sprache, beschriebene Inhaltsbilder, als solche gekennzeichnete Layout-Tabellen, Linktexte, die sagen, wohin sie führen: was ein Screenreader braucht, um die Nachricht wiederzugeben. Das Detail zeigt, welche Messung fehlt.

Was gemessen wurde — 2 von 4 erfüllt

- ☐ Sprache der Nachricht nicht deklariert bei die 6 betroffene Transaktionsmails Nicht erfüllt
- ☒ Jedes Inhaltsbild ist beschrieben bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- ☐ Layout-Tabellen als Datentabellen angekündigt bei die 6 betroffene Transaktionsmails Nicht erfüllt
- ☒ Jeder Link sagt, wohin er führt bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

HTML Standard – The lang and xml:lang attributes (<https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes>)

HTML Standard – Requirements for providing text to act as an alternative for images (<https://html.spec.whatwg.org/multipage/image-shorthand-alt>)

Die Nachricht deklariert ihre Anpassung an Bildschirme

■ Erfüllt

15 Pkt.

Die Nachricht deklariert ihre Anpassung an Bildschirme bei 6 Transaktionsmails

15 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 6 Transaktionsmails.

Erfüllt, wenn die Nachricht ihren Anzeigebereich und ihre Anpassung an die Bildschirmbreite deklariert. Ohne sie wird sie auf dem Smartphone in ihrer Originalbreite angezeigt und lässt sich nur durch Zoomen und seitliches Scrollen lesen.

Was gemessen wurde — 2 von 2 erfüllt

- Anzeigebereich deklariert bei 6 Transaktionsmails Erfüllt
- Anpassung an die Bildschirmbreite deklariert bei 6 Transaktionsmails Erfüllt

W3C · PM-EXP-026 · [CSS Device Adaptation – das viewport-Tag](https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/) (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)
[Media Queries Level 4](https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/) (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Dunkelmodus deklariert ☐ Bonuspunkt nicht erreicht

+0 Pkt.

Die Nachricht deklariert keine Anpassung an den Dunkelmodus bei die 6 betroffene Transaktionsmails

0 Punkte von 5 — erfüllt bei 0 von 6 betroffene Transaktionsmails.

Erreicht, wenn die Nachricht `color-scheme` oder eine Regel `prefers-color-scheme` deklariert. Keine Norm verlangt es – Programme, die den Dunkelmodus erzwingen, invertieren die Farben selbst –, aber es zu deklarieren lässt die Kontrolle bei der Vorlage statt beim E-Mail-Programm.

caniemail · PM-EXP-027

Verschickt diese Adresse wirklich die E-Mails von Connox?

SPF bestanden · DKIM nicht ausgewertet · DMARC bestanden · 6 Transaktions-E-Mails

Bei 6 Transaktionsnachrichten von Connox, empfangen an unseren Adressen seit August 2026:

Feld „Von“ (From)	shop@connox.fi · 4 von 6
	shop@connox.de · 2 von 6

Ergebnis bei Empfang	SPF bestanden · 6 von 6
	DKIM nicht ausgewertet · 6 von 6
	DMARC bestanden · 6 von 6

Das Ergebnis ist das, was der empfangende Server bei Eingang der Nachricht in den Header Authentication-Results geschrieben hat: Es wird gelesen, nie neu berechnet.

Diese Befunde beschreiben die an unseren Adressen empfangenen E-Mails. Über eine anderswo empfangene Nachricht sagen sie nichts: Das Feld „Von“ lässt sich frei beschreiben, und nur die Header der empfangenen Nachricht zeigen, welchen Weg sie genommen hat.

Branchenvergleich

Wohnen & Deko — 88 Marken, von denen mindestens eine Kampagne analysiert wurde. Die Anteile unten beziehen sich allein auf sie, niemals auf den Katalog.



**88 analysierte Marken in dieser
Branche**

Der Version Pro vorbehalten

Lesehinweise

So lesen Sie diese Seite

- 01 **Ein nicht beobachtbares oder nicht anwendbares Kriterium fällt aus der Berechnung.** Es bleibt aufgeführt, wird nie als null gezählt: Sein Gewicht verlässt den Nenner, statt als Fehlschlag zu zählen.
- 02 Jede Zeile beschreibt einen **beobachtbaren Befund**, mit dem Auszug, der ihn belegt. Keine rechtliche Bewertung wird dabei vorgenommen.
- 03 Die Messungen stammen von **deterministischen Analysatoren**: Dieselbe Nachricht ergibt immer dasselbe Resultat, und ein angezweifelter Befund lässt sich identisch aus dem Archiv nachvollziehen.

- 04 Jeder Anteil wird **auf beobachteter Basis** veröffentlicht und nennt diese: „26 von 30 analysierten Marken“. Eine Marke, von der kein Versand empfangen wurde, geht in keinen Nenner ein.
- 05 Die **Zustellbarkeit ist entliehen**: Ihr Urteil stammt vom Server, der die Nachricht empfangen hat. Alle anderen Familien stammen aus unseren Analysatoren.
-

Spricht Sie diese Analyse an?

Gehen wir sie gemeinsam durch, in 20 Minuten.

Wir gehen die 6 Punkte mit Ihnen durch, den Beleg für jeden und die Reihenfolge, in der sie zu beheben sind. Per Videocall, unverbindlich.

Einen Termin wählen : <https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min> (<https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min>)

Änderungen von Connex erhalten

Eine E-Mail, wenn ein Kriterium seinen Zustand ändert, sonst nichts.

Arbeiten Sie bei Connex?

Die Marke beanspruchen: Transaktions mails, Warnungen, datierter Nachweis.

Die Pro-Version

Vollständiger Verlauf, vorher und nachher, Warnungen.

Dieser Bericht ist auch online einsehbar, mit einer Vorschau jedes Versands:

<https://postmetry.com/de/marque/connex/?kind=transactional>