postmetry

M

Was steckt im Newsletter von

Montblanc

Absender	noreply@montblanc.com
Branche	Luxus
Gelesene Sendungen	5 Kampagnen, 1 Transaktions-E-Mail
Zeitraum	November 2026

Unsere Adresse erhielt ihre erste E-Mail im November 2026, nach der Veröffentlichung der CNIL-Empfehlung (14. April 2026).

Gesamtnote

A | B | C | **D 62/100** | E | F

Der Hauptbefund

Ein Zählpixel zur Öffnungsmessung ist vorhanden bei 1 Transaktionsmail.

Es ist der erste von 9 zu behebenden Punkten. Die höchste Note hat zustellbarkeit (100/100), die niedrigste konformität (25/100), besser als 35 % der 643 gemessenen Marken.

Transaktionsmail
1 Nachricht

November 2026 · berechnet am 23 November

Konformität

25 /100

besser als 35 % der 643 gemessenen Marken

Zustellbarkeit

100 /100

besser als 42 % der 642 gemessenen Marken

Technik

99 /100

besser als 74 % der 643 gemessenen Marken

Nutzererfahrung

40 /100

besser als 9 % der 643 gemessenen Marken

9 zu behebende Punkte

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

Vorrangig	**Ein Zählpixel zur Öffnungsmessung ist vorhanden** Kriterium „Kein Zählpixel zur Öffnungsmessung“ · Konformität · bei 1 Transaktionsmail `<img alt="" src="https://image.communication.montblanc.com/lib/***/m/***/***" s…` Die Öffnungsmessung wird in den Tracking-Einstellungen deaktiviert, auf Ebene der Kampagne oder des Kontos.	−35 Pkt. von 35 in Konformität
Vorrangig	**Kein eigener Pfad zur Ablehnung des Trackings** Kriterium „Der Empfänger behält die Kontrolle über das Tracking“ · Konformität · gemessen an 1 Transaktionsmail Ein vom Abmeldelink getrennter Weg führt zu einem Präferenzzentrum, in dem der Empfänger das Tracking (Öffnungen, Klicks) ablehnen kann, ohne sich abzumelden.	−20 Pkt. von 20 in Konformität
Vorrangig	**Die Nachricht sagt weder, wer schreibt, noch nach welchen Regeln** Kriterium „Die Nachricht sagt, wer schreibt und nach welchen Regeln“ · Konformität · gemessen an 1 Transaktionsmail Der Fuß der Nachricht nennt den Absender (Firmenname, Postanschrift) und verlinkt seine Datenschutzerklärung mit einem direkten Link zur Website, nicht über eine Tracking-Domain.	−20 Pkt. von 20 in Konformität
Zu prüfen	**Die Nachricht stellt Hilfstechnologien Hindernisse in den Weg** Kriterium „Die Nachricht bleibt mit Hilfstechnologien lesbar“ · Nutzererfahrung · gemessen an 1 Transaktionsmail	−15 Pkt. von 20 in Nutzererfahrung
Zu prüfen	**Manche Links werden unsichtbar, wenn Bilder blockiert sind** Kriterium „Alle Links bleiben bei blockierten Bildern sichtbar“ · Nutzererfahrung · bei 1 Transaktionsmail	−15 Pkt. von 15 in Nutzererfahrung
Zu prüfen	**Preheader fehlt, ist zu kurz oder zu lang** Kriterium „Die Nachricht ist ohne Bilder verständlich, schon im Posteingang“ · Nutzererfahrung · gemessen an 1 Transaktionsmail	−12,5 Pkt. von 25 in Nutzererfahrung
Zu prüfen	**Manche klickbaren Flächen sind für den Finger zu klein** Kriterium „Klickflächen groß genug“ · Nutzererfahrung · bei 1 Transaktionsmail	−10 Pkt. von 10 in Nutzererfahrung
Nachrangig	**Anzeigebereich nicht deklariert** Kriterium „Die Nachricht deklariert ihre Anpassung an Bildschirme“ · Nutzererfahrung · gemessen an 1 Transaktionsmail	−7,5 Pkt. von 15 in Nutzererfahrung
Nachrangig	**Message-ID fehlt oder ist fehlerhaft** Kriterium „Die Nachricht hält die Form einer E-Mail ein“ · Technik · gemessen an 1 Transaktionsmail	−1 Pkt. von 5 in Technik

13 Kriterien erfüllt, darunter « Ein ungetrackter Pfad führt zur Website » und « DKIM-Signatur validiert ». Sie sind unten in ihrer Familie aufgeführt.

Jede Sendung, zu ihrer Ankunftszeit

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

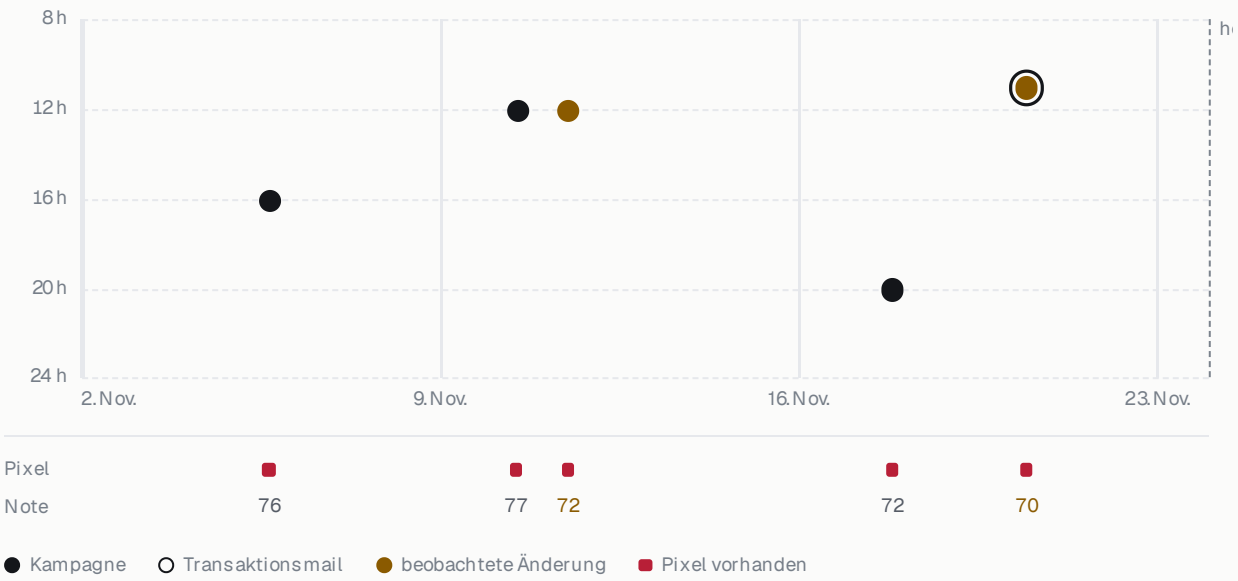
Technische Auswertung des Versands vom 2. November 2026 →

5
Kampagnen in 2 Wochen
etwa 2,5 pro Woche, im November

Dienstag
bevorzugter Versandtag
2 von 5 Kampagnen

12 h
bevorzugte Versandstunde
40 % der Kampagnen kommen zwischen 12 und 13 Uhr an

20. Nov.
letzte empfangene Sendung
« Petits formats, grandes attentions »



Kampagne 5 von 5

Freitag 20. Nov., 11:03

Petits formats, grandes attentions

Typ Marketingkampagne
Note 70 / 100
Pixel Vorhanden, erkannt an der Form seiner Adresse

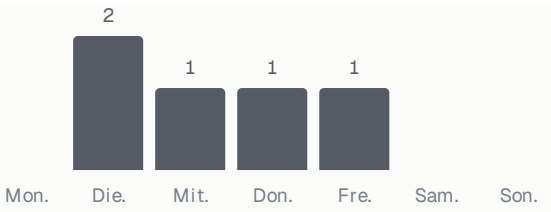
● Änderung bei dieser Sendung beobachtet, mit der nächsten zu bestätigen.

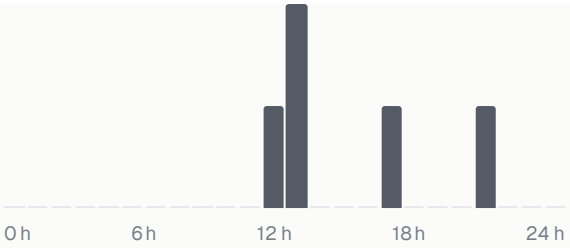
Versandtag

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

Ankunftszeit

Stunde für Stunde, für die 5 Kampagnen.





2 Änderungen seit November beobachtet

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

11. Nov. — Das Detail dieser Änderung, Kriterium für Kriterium, ist der Pro-Version vorbehalten.
von der nächsten Kampagne bestätigt · die Note pro Sendung geht von 76 auf 72

20. Nov. — Das Detail dieser Änderung, Kriterium für Kriterium, ist der Pro-Version vorbehalten.
mit der nächsten Sendung zu bestätigen · die Note pro Sendung geht von 72 auf 70

Kriterien im Detail

Die 24 Kriterien + 1 Bonus

13 erfüllt · **4** teilweise erfüllt · **5** nicht erfüllt · **0** nicht beobachtbar · **2** 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 35 % der 643 gemessenen Marken

Die Berechnung · 25 Pkt. von 100 — 2 erfüllt · 3 nicht erfüllt · 1 nicht zutreffend



Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

Kein Zählpixel zur Öffnungsmessung — Nicht erfüllt — 0/35 Pkt.

Zählpixel zur Öffnungsmessung erkannt bei die einzige betroffene Transaktionsmail

0 Punkte von 35 — erfüllt bei 0 von 1 betroffene Transaktionsmail.

Ein unsichtbares Bild meldet der Versandplattform, dass die Nachricht geöffnet wurde, wann und von welchem Gerät aus: eine individualisierte Verfolgung des Leseverhaltens, von der der Empfänger nichts sieht. Die Nachricht sagt nicht, ob er ihr zugestimmt oder widersprochen hat – diese Wahl liegt in der Versandplattform, nicht im Versand.

Ausgeliefert von `montblanc.com`.

Der belegende Auszug

```
<img alt="" src="https://image.communication.montblanc.com/lib/***/m/***/***" style="display:block;" width="1">
```

So beheben Sie es

Die Öffnungsmessung wird in den Tracking-Einstellungen deaktiviert, auf Ebene der Kampagne oder des Kontos. Suchen Sie nach „Öffnungs-Tracking“ oder „open tracking“.

Die Deaktivierung kostet die Öffnungsrate – eine Messgröße, die durch die Schutzfunktionen der E-Mail-Anbieter, die Bilder vorab laden, ohnehin stark verfälscht ist – und ändert nichts an der Klickrate.

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.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

Der Empfänger behält die Kontrolle über das Tracking

Nicht erfüllt

0/20 Pkt.

Kein eigener Pfad zur Ablehnung des Trackings bei die einzige betroffene Transaktionsmail (0 von 1 Maßnahmen erfüllt)

0 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Ein vom Abmeldelink getrennter Weg führt zu einem Präferenzzentrum, in dem der Empfänger das Tracking (Öffnungen, Klicks) ablehnen kann, ohne sich abzumelden. Die meisten Versandplattformen bieten diese Seite an; sonst kommt sie mit eigenem Link in den Fuß der Vorlage, benannt nach dem, was er tut („Einstellungen verwalten“, „Tracking ablehnen“).

Die Seite kostet einen Nachmittag Einrichtung und dient danach jedem Versand. Sie ist das, was die Empfehlung der CNIL von einer E-Mail erwartet, die das Verhalten ihrer Leser misst.

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 — 0 von 1 erfüllt

- Abmeldelink nicht getrackt — kein betroffener Versand — Nicht beobachtbar
- Kein eigener Pfad zur Ablehnung des Trackings bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht erfüllt

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

Die Nachricht sagt, wer schreibt und nach welchen Regeln — Nicht erfüllt — 0/20 Pkt.

Die Nachricht sagt nicht,nach welchen Regeln die Daten verarbeitet werden — keine der 3 Maßnahmen ist erfüllt

0 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Der Fuß der Nachricht nennt den Absender (Firmenname, Postanschrift) und verlinkt seine Datenschutzerklärung mit einem direkten Link zur Website, nicht über eine Tracking-Domain. Diese Angaben kommen einmal in die Basisvorlage und erscheinen dann in jedem Versand.

Nichts zu verlieren: Diese Zeilen stehen bereits auf der Website und müssen nur übernommen werden.

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 — 0 von 3 erfüllt

- Die Nachricht zeigt nur eine Adresse, ohne Absendernamen bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht erfüllt
- Keine Adresse erlaubt es, auf die Nachricht zu antworten bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht erfüllt
- Kein Link führt zur Datenschutzerklärung bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht 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 eine einzige Transaktionsmail

15 Punkte von 15 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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

100
von 100

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 42 % der 642 gemessenen Marken

Die Berechnung · 70 Pkt. von 70, auf 100 umgerechnet — 5 erfüllt · 1 nicht zutreffend



Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

DKIM-Signatur validiert — Erfüllt — 20 Pkt.

DKIM-Signatur gültig bei eine einzige Transaktionsmail

20 Punkte von 20 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail

20 Punkte von 20 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 — 15 Pkt.

Erfüllt

DMARC-Richtlinie aktiv bei eine einzige Transaktionsmail

15 Punkte von 15 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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

Kein SPF-Fehlschlag — Erfüllt — 10 Pkt.

Kein SPF-Fehlschlag bei eine einzige Transaktionsmail

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 – 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 Massenversendern: Die Schaltfläche des Postfachs wirkt dann, ohne eine Seite zu öffnen. Nicht anwendbar auf eine Transaktions-E-Mail.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Eine DKIM-Signatur, die das Wesentliche abdeckt

Erfüllt

5 Pkt.

Die DKIM-Signatur deckt das Wesentliche der Nachricht ab bei eine einzige Transaktionsmail

5 Punkte von 5 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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 — 3 von 3 erfüllt

- Zulässiger Signaturalgorithmus bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Body vollständig signiert bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Wesentliche Header signiert bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Signatur beim Empfang gültig — Nicht zutreffend

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Technik

99
von 100

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 74 % der 643 gemessenen Marken

Die Berechnung · 84 Pkt. von 85, auf 100 umgerechnet

5 erfüllt · 1 teilweise erfüllt



25 20 15 10 10 5

Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

HTML unter der Kürzungsschwelle von Gmail — Erfüllt — 25 Pkt.

HTML unter der Kürzungsschwelle von Gmail bei eine einzige Transaktionsmail

25 Punkte von 25 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail

20 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail Erfüllt

Postmetry · PM-TECH-002

Wohlgeformtes HTML — Erfüllt — 15 Pkt.

Wohlgeformtes HTML bei eine einzige Transaktionsmail

15 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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 — 4 von 4 erfüllt

- Doctype deklariert bei eine einzige Transaktionsmail Erfüllt
- Zeichensatz im HTML deklariert bei eine einzige Transaktionsmail Erfüllt
- Ausgeglichene Tags bei eine einzige Transaktionsmail Erfüllt
- Eindeutige Kennungen bei eine einzige Transaktionsmail Erfüllt

WHATWG · PM-TECH-030

Jeder Link führt irgendwohin — Erfüllt — 10 Pkt.

Jeder Link führt irgendwohin bei eine einzige Transaktionsmail

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail

10 Punkte von 10 — erfüllt bei 1 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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.caniemail.com/features/html-link/)

Die Nachricht hält die Form einer E-Mail ein

Teilweise erfüllt

4/5 Pkt.

Message-ID fehlt oder ist fehlerhaft bei die einzige betroffene Transaktionsmail (4 von 5 Maßnahmen erfüllt)

4 Punkte von 5 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Die Header `From`, `Date` und `Message-ID` sind vorhanden und wohlgeformt: eine einzige `From`-Adresse in spitzen Klammern, ein Datum im RFC-Format, eine eindeutige `Message-ID` in spitzen Klammern. Abweichungen stammen von einem direkten SMTP-Versand aus einer Anwendung oder einem selbst geschriebenen Skript, selten von einer Versandplattform.

Manchen Filtern genügt ein fehlerhafter Header, um die Nachricht als Spam einzustufen, unabhängig vom Inhalt.

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 — 4 von 5 erfüllt

- Zeilen von höchstens 998 Bytes bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Message-ID fehlt oder ist fehlerhaft bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht erfüllt
- Lesbares Datum bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Zeichensatz für jeden Textteil angegeben bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Stimmige Transferkodierung bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt

RFC 5322 · RFC 2045 · 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/) Methode, Familie Nutzererlebnis

besser als 9 % der 643 gemessenen Marken

Die Berechnung · 40 Pkt. von 100

1 erfüllt · 3 teilweise erfüllt · 2 nicht erfüllt · 1 Bonus



Gewicht jedes Kriteriums in der Note.

Die Nachricht ist ohne Bilder verständlich, schon im Posteingang

Teilweise erfüllt

12,5 / 25 Pkt.

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

12,5 Punkte von 25 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Preheader fehlt, ist zu kurz oder zu lang bei die einzige betroffene Transaktionsmail — Nicht erfüllt

Postmetry · PM-EXP-001

Die Nachricht bleibt außerhalb von HTML darstellbar

Erfüllt

15 Pkt.

Eine Textversion gibt die Nachricht wieder bei eine einzige Transaktionsmail

15 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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 eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Die Textversion übernimmt mindestens 60 % des Texts bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt
- Die Textversion übernimmt mindestens 80 % der Links bei eine einzige Transaktionsmail — Erfüllt

Postmetry · PM-EXP-002

Alle Links bleiben bei blockierten Bildern sichtbar

Nicht erfüllt

0/15 Pkt.

Einige Links werden bei blockierten Bildern unsichtbar bei die einzige betroffene Transaktionsmail

0 Punkte von 15 — erfüllt bei 0 von 1 betroffene Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Jede wichtige Aktion (Hauptbutton, Abmeldung) gibt es als Text oder als HTML-Button, nicht nur als klickbares Bild. Bei einem Bild-Button machen ein `alt`, das die Aktion nennt, und eine Hintergrundfarbe auf der Zelle den Bereich auch ohne Bild sichtbar.

Bei blockierten Bildern wird ein Bild-Button zu einem leeren Rechteck: Der Leser weiß nicht, wo er klicken soll.

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

Nicht erfüllt

0/10 Pkt.

Klickflächen unter der gewählten Größe bei die einzige betroffene Transaktionsmail

0 Punkte von 10 — erfüllt bei 0 von 1 betroffene Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Links und Buttons sind mindestens 24 px hoch, mit Abstand zwischen zwei benachbarten Links; ein HTML-Button (Tabellenzelle mit Hintergrund und Innenabstand) erreicht diese Größe ohne Bild. Kleine Links in der Fußzeile werden durch einen Zeilenumbruch getrennt statt durch ein `|`.

Auf dem Smartphone wird ein Ziel, das kleiner als der Finger ist, verfehlt oder daneben getroffen; 24 px sind das Minimum der WCAG 2.2 Stufe AA.

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

5/20 Pkt.

Die Nachricht stellt Hilfstechnologien Hindernisse in den Weg — 1 von 4 Maßnahmen erfüllt

5 Punkte von 20 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

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, Abstandshalter — 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 — 1 von 4 erfüllt

- Sprache der Nachricht nicht deklariert bei die einzige betroffene Transaktionsmail Nicht erfüllt
- Einige Inhaltsbilder sind nicht beschrieben bei die einzige betroffene Transaktionsmail Nicht erfüllt
- Layout-Tabellen als Datentabellen angekündigt bei die einzige betroffene Transaktionsmail Nicht erfüllt
- Jeder Link sagt, wohin er führt bei eine einzige Transaktionsmail 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/images.html#alt)

Die Nachricht deklariert ihre Anpassung an Bildschirme

Teilweise erfüllt — 7,5 / 15 Pkt.

Anzeigebereich nicht deklariert bei die einzige betroffene Transaktionsmail (1 von 2 Maßnahmen erfüllt)

7,5 Punkte von 15 — Anteil der erfüllten Beobachtungen bei 1 Transaktionsmail.

So beheben Sie es

Das HTML enthält ein Tag `<meta name="viewport" content="width=device-width">` und `@media`-Regeln, die Breite und Spalten unter 600 px anpassen; die feste Breite von 600 px gilt nur für Desktop-Programme. Moderne Editoren erzeugen sie; einer alten oder handgemachten Vorlage fehlen sie oft.

Ohne diese Regeln erscheint die Nachricht auf einem 390-px-Bildschirm mit 600 px: Zoomen nötig, Text unlesbar, Links zu klein.

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 — 1 von 2 erfüllt

- Anzeigebereich nicht deklariert bei die einzige betroffene Transaktionsmail Nicht erfüllt
- Anpassung an die Bildschirmbreite deklariert bei eine einzige Transaktionsmail Erfüllt

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

0 Punkte von 5 — erfüllt bei 0 von 1 betroffene Transaktionsmail.

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 Montblanc?

DKIM d=montblanc.com · SPF bestanden · DKIM bestanden · DMARC bestanden · 1 Transaktions-E-Mail

Bei 1 Transaktionsnachricht von Montblanc, empfangen an unseren Adressen im November 2026:

Feld „Von“ (From)	`noreply@montblanc.com` · 1 von 1
DKIM-Signaturdomain (d=)	`montblanc.com` · 1 von 1
Ergebnis bei Empfang	**SPF** bestanden · 1 von 1 **DKIM** bestanden · 1 von 1 **DMARC** bestanden · 1 von 1

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

Luxus — 93 Marken, von denen mindestens eine Kampagne analysiert wurde. Die Anteile unten beziehen sich allein auf sie, niemals auf den Katalog.

93 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 9 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 Montblanc erhalten

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

Arbeiten Sie bei Montblanc?

Die Marke beanspruchen: Transaktionsmails, 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/montblanc/?kind=transactional