

DE  
NIEUWE  
ZAAK

DIGITAL COMMERCE

# DARK MODE IN E-MAIL



**Mike Kemperman**  
E-mail Marketing Consultant

**Daniel Mul**  
E-mail Campaign Consultant

# INHOUDSOPGAVE

Wat is Dark Mode?	2
Waarom Dark Mode?	4
Dark Mode gebruikers	6
De 3 Dark Mode scenarios	8
Scenario 1: Geen veranderingen	9
Scenario 2: Color inversions	10
Scenario 3: Custom Dark Mode	12
Dark Mode Design tips	13
Zo bouw je een Dark Mode e-mail	15
1. Dark Mode detectie aanzetten	16
2. Clients targetten	17
3. Custom CSS regels maken	18
Testen, testen en nog eens testen	22
Over De Nieuwe Zaak	23



# WAT IS DARK MODE?

De belangrijkste verantwoordelijkheid van iedere e-mailmarketeer is ervoor zorgen dat de e-mails zijn afgestemd op de voorkeuren van de ontvangers. Dat is natuurlijk op veel zaken van toepassing, denk bijvoorbeeld aan content en verzendfrequentie. Maar er is een voorkeur die je waarschijnlijk extra bezighoudt de afgelopen tijd: Dark Mode.

## COME TO THE DARK SIDE

Terwijl Dark Mode de standaard interface in de jaren '70 en '80 was (mede dankzij de limitaties van de schermen destijds), ging de voorkeur in de jaren '90 en 2000 juist weer uit naar lichte, papierachtige interfaces. Dat veranderde echter weer in 2019, toen zowel Android als iOS Dark Theme en Dark Mode introduceerde. De twee grootste spelers bekeerden hun gebruikers van de een op de andere dag naar de dark side.

Bekende apps, zoals Facebook, Twitter, Gmail, Slack en Microsoft Office moesten Dark Mode omarmen. En terwijl besturingssystemen zowel de lichte als donkere variant aanbieden, volgden e-mailclients ook ditzelfde voorbeeld.

Tegenwoordig is Dark Mode een van de meest besproken onderwerpen in de wondere wereld van e-mailmarketing. Als e-mailmarketeer ben je waarschijnlijk altijd op zoek naar manieren om de ontvangers ervaring te verbeteren. Dark Mode is een belangrijk aspect om rekening mee te houden in het design en de ontwikkeling van je e-mails. Het antwoord op de vraag 'hoe?' is er echter niet gemakkelijk.



## **WEL OF NIET ONDERSTEUND?**

Dark Mode wordt, zoals met de meeste dingen in e-mail, niet consistent ondersteund door de meest gebruikte e-mailclients.

Sommige e-mailclients geven je bijvoorbeeld de mogelijkheid om het design van je e-mails aan te passen aan donkere interfaces, terwijl andere deze beslissingen juist voor jou maken (soms met teleurstellende resultaten).

Dus, hoe kun jij de beste e-mails maken die er ook in Dark Mode goed uitzien? Dit whitepaper geeft je de handvatten om jouw campagnes qua branding, toegankelijkheid en engagement in vorm te houden, zelfs wanneer de digitale lichten zijn gedoofd.





# WAAROM DARK MODE?

Dark Mode lijkt misschien één van de vele design trends, maar er zijn veel redenen op te noemen waarom gebruikers de voorkeur geven aan een donkere interface. Volgens een recent artikel van UX onderzoekers van The Nielsen Norman Group, speelt toegankelijkheid een belangrijke rol in de omarming van Dark Mode.

## GEZICHTSVERMOGEN

Terwijl de Light Mode goed werkt voor mensen met een normaal gezichtsvermogen, hebben gebruikers met een slecht gezichtsvermogen of een aandoening zoals staar, juist baat bij een donkere interface. Uit dit onderzoek kwam ook naar voren dat lang lezen in lichte omgevingen kan bijdragen aan de ontwikkeling van myopia, oftewel bijziendheid. Dark Mode is dus beter voor je ogen!

## SPAAR JE BATTERIJ

Een andere belangrijke reden waarom gebruikers overstappen op Dark Mode is gerelateerd aan batterijgebruik. Schermen zijn donker van zichzelf. In Light Mode gebruiken de meeste apparaten veel meer energie om de pixels op te lichten. In Dark Mode hoeven er daarentegen minder pixels geactiveerd te worden. Dit zorgt dan uiteraard weer voor energiebesparing en een langere batterijduur.







## **LOOKS ZIJN ALLES**

Tot slot ziet Dark Mode er natuurlijk ook gewoon mooi uit. Dat klinkt misschien raar, maar de meeste apparaten worden tegenwoordig gezien als fashion items en een manier om persoonlijke voorkeuren te uiten. Veel mensen vinden Dark Mode gewoon heel mooi. Zelfs wanneer je dit niet vindt, kun je er zeker van zijn dat een overgroot aandeel van je e-mail ontvangers dit wel vindt. Neem dus het zekere voor het onzekere en zorg ervoor dat jouw campagnes zijn aangepast aan Dark Mode situaties.

# DARK MODE GEBRUIKERS

Ondanks dat e-mailmarketeers beschikken over veel data, is het relatief lastig om te weten te komen hoeveel van je ontvangers nu daadwerkelijk Dark Mode gebruiken. Zelfs buiten e-mail is er geen duidelijkheid over het exacte gebruik van Dark Mode op bijvoorbeeld iOS, Android, Mac of Windows.

Begin 2020 is er een poll gedaan door Android waaruit bleek dat zo'n 82% van de

gebruikers de voorkeur gaven aan Android's Dark Theme. Een andere informele poll van het development team van Chromium toonde aan dat 83% van de respondenten Dark Mode gebruikte. De resultaten van deze polls moeten wel met een korreltje zout nemen, aangezien het publiek dat deze heeft ingevuld vooral bestaat uit Developers en Early adaptors die vaak sneller de voorkeur geven aan Dark Mode.

## APPLE MAIL GEBRUIKERS



*7,5% van de gebruikers van Apple Mail gebruikt Dark Mode. Bron: Litmus Analytics*



## WAAR IS ONZE DATA?

Het is op het moment nog erg lastig om betrouwbare statistieken te vinden over hoeveel gebruikers daadwerkelijk de donkere kant van hun besturingssysteem hebben omarmd. Je kan je dus wel voorstellen dat het nog lastiger was om statistieken voor het gebruik van e-mail clients in Dark Mode te vinden.

Wat we kunnen delen is wat Litmus heeft gezien bij de introductie van Dark Mode detectie in Litmus Analytics.

Litmus Analytics stelt marketeers in staat te zien hoeveel ontvangers mails open in Apple Mail op zowel MacOS en iOS, als ook Outlook voor Mac.

Wat zij zagen in de campagnes van de afgelopen tijd was dat zo'n 12% van hun eigen gebruikers Dark Mode prefereerde. Andere resultaten toonden aan dat 7,5% van de Apple Mail op MacOS gebruikers de voorkeur gaf aan Dark Mode. Op IOS daarentegen schiet dit aantal omhoog naar ruim 37%!

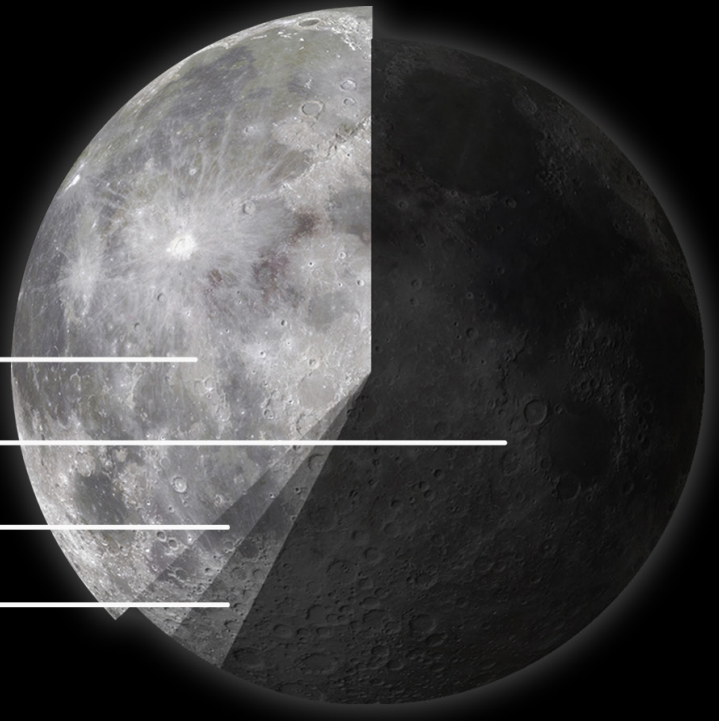
## APPLE IPHONE GEBRUIKERS

**37.07% - IOS 13 & 14 Dark Mode** —————

**57.76% - IOS 13 & 14 Light Mode** —————

**2.59% - IOS 12** —————

**2.58% - IOS 6 & 7** —————



*37% van de Apple iPhone gebruikers, gebruikt Dark Mode. Bron: Litmus Analytics*



# DE 3 DARK MODE SCENARIOS

Als we iets hebben geleerd als e-mail marketeers, is dat niet alle e-mailclients op dezelfde manier zijn gebouwd. Iedere e-mail client ondersteunt weer andere HTML en CSS karakteristieken en zelfs als ondersteuning voor bepaalde features aanwezig is, kan de implementatie weer erg verschillen (inclusief meer dan een paar bugs).

Helaas is dit bij Dark Mode niet anders. Niet iedere e-mail client ondersteunt de Dark Mode experience en zelfs wanneer dit wel het geval is, doen ze dit op verschillende manieren. E-mailclients zijn onder te verdelen in 3 categorieën/scenario's wanneer het gaat om Dark Mode ondersteuning:

1. Geen veranderingen

2. Color inversions

3. Custom Dark Mode



## SCENARIO 1: GEEN VERANDERINGEN

De eerste, en meest basic, categorie van Dark Mode ondersteuning is geen verandering hoe dan ook. Dit zijn de e-mailclients die niks doen aan je e-mail design, zelfs wanneer Dark Mode aan staat.

Dit terwijl e-mails met witte of lichte achtergronden te scherp of overweldigend voor ontvangers kunnen zijn wanneer deze

worden geopend in een anderzijds donkere interface. Zijn deze clients juist vriendelijk omdat ze geen extra eisen stellen aan e-mailmarketeers? Je kunt erop vertrouwen dat je e-mail getoond wordt als bedoeld, zonder extra aanpassingen. Op dit moment zijn dit voornamelijk desktop, web en oudere mobiele e-mailclients. Zoals AOL webmail, Yahoo mail en oudere versies van Gmail.



## SCENARIO 2: COLOR INVERSIONS

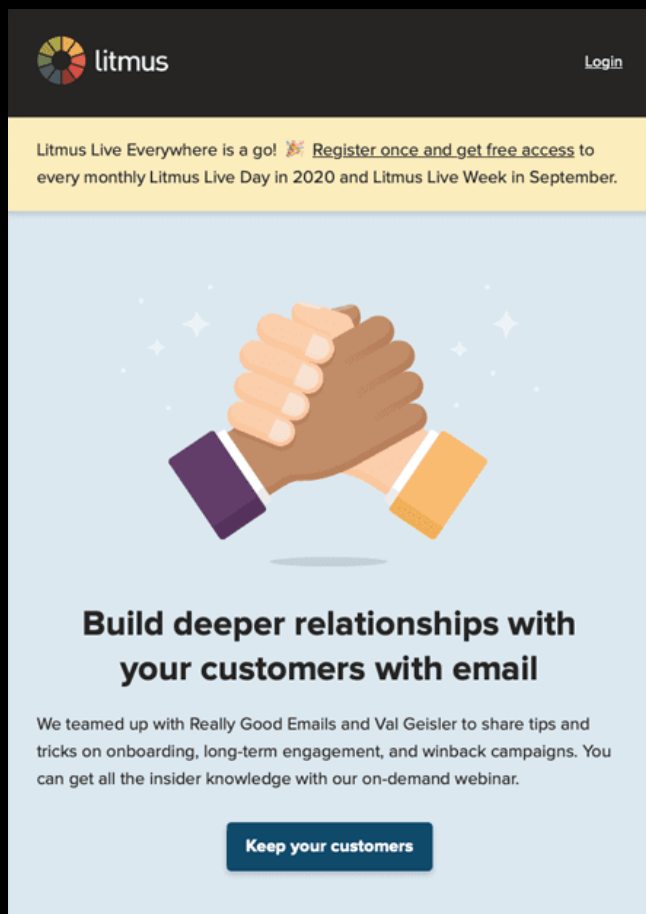
De tweede en zonder twijfel meest problematische categorie bestaat uit e-mailclients die trachten de kleuren in je e-mails om te draaien om een donkere versie van je design te creëren.

### Wat is color inversion?

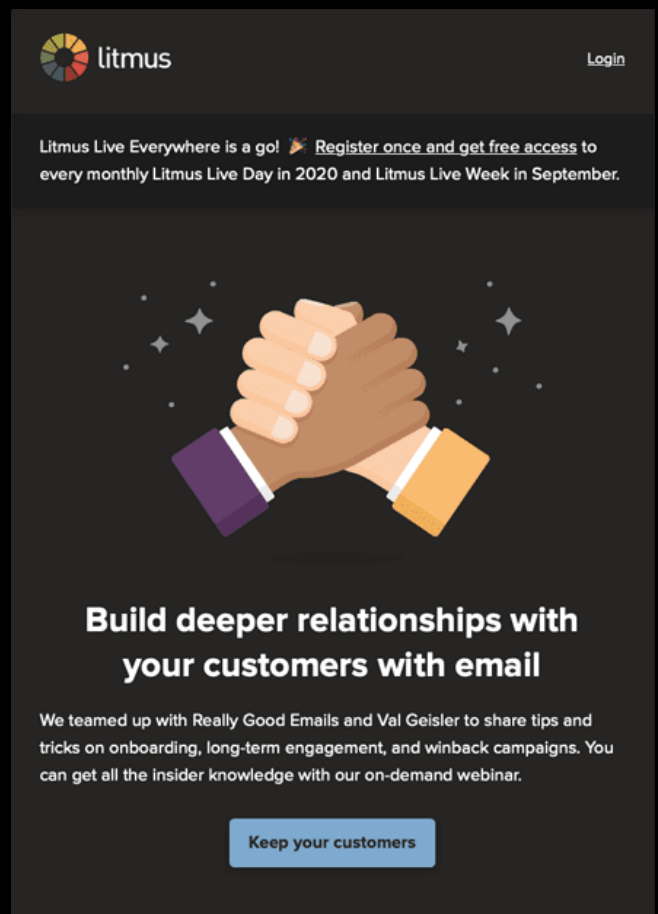
Color inversion is wanneer lichte kleuren in je e-mail donker worden (en vice versa) in een poging je mails beter leesbaar te maken in Dark Mode. Dit wordt meestal gedaan door de hue, saturation en helderheid van deze kleuren te manipuleren.

Gedeeltelijke color inversions zijn doorgaans fijner, omdat ze zoveel mogelijk van je e-mail intact laten. Er wordt slechts een aanpassing gedaan op lichte achtergrond en donkere teksten.

Volledige kleur inversions daarentegen zijn minder fijn, doordat ze proberen alle kleuren in je e-mail om te draaien. Ironisch is dat ze een normaal gesproken donker opgemaakte e-mail juist weer licht maken in Dark Mode. Het tegenovergestelde van wat je juist wilt dat ze doen!



*Original Light Mode  
Bron: Litmus Analytics*



*Custom Dark Mode  
Bron: Litmus Analytics*

## Nadelen van color inversions

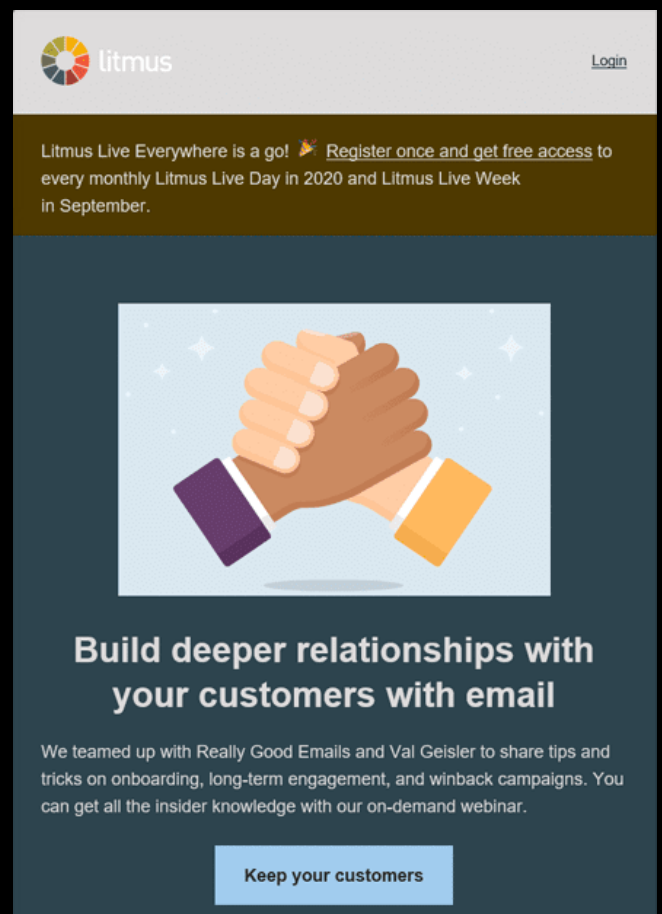
Color inversions zijn fijn om dat ze het transformeren van je emails voor jou doen. De nadelen zijn echter:

Je hebt (tot nu toe) geen mogelijkheden tot aanpassingen. Je wordt gedwongen om design gerelateerde waarborgingen te doen. Dit leggen we uit in het hoofdstuk over Dark Mode Design tips.

Color inversions komen vooral voor in Outlook.com, Outlook 2019 op zowel Mac en Windows, de Outlook en Gmail app op zowel iOS als Android.



*Partial Color Inversion  
Bron: Litmus Analytics*



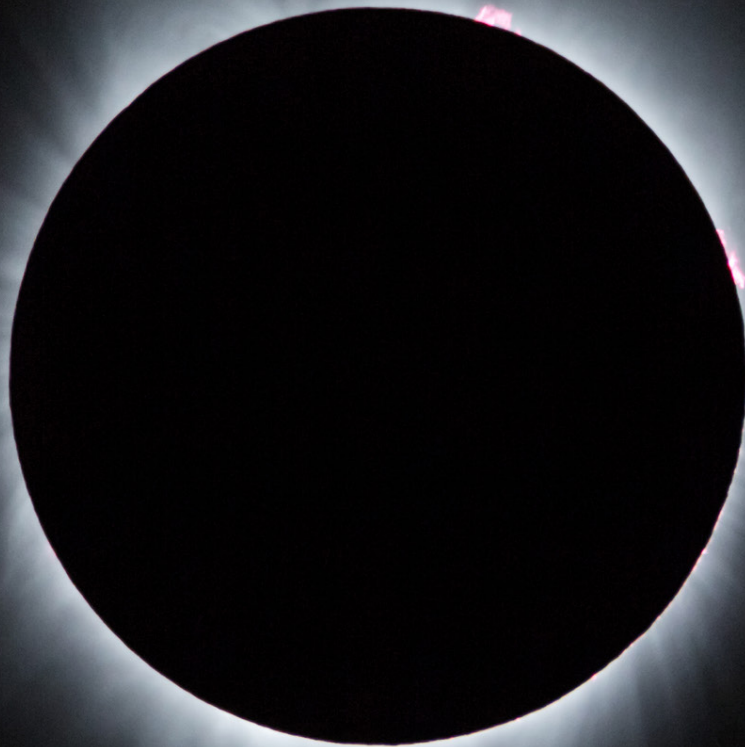
*Full Color Inversion  
Bron: Litmus Analytics*



### SCENARIO 3: CUSTOM DARK MODE

Het pronkstuk van Dark Mode ondersteuning wordt gedaan door e-mailclients als Apple Mail. Deze stelt je in staat om CSS te gebruiken om je design aan te passen aan in zowel Light als Dark Mode. De mogelijkheid om HTML meta tags, CSS target en up-to date properties te gebruiken, stelt je in staat om alles aan te passen: van de achtergrond en font kleuren tot het omwisselen van grafische elementen voor Dark Mode gebruikers.

We zullen nog uitgebreid stilstaan bij het gebruik van Custom Dark Mode verderop in dit whitepaper. Voor nu is het belangrijk om te weten dat Custom Dark Mode op dit moment wordt ondersteunt door de laatste versie van Apple Mail op zowel MacOS als iOS en de web-versie van Hey.com.



# DARK MODE DESIGN TIPS

Zoals je kunt voorstellen, vraagt Dark Mode een andere manier van denken over e-mail design. Dit vooral bij de varianten die volledige kleur inversion toepassen. We moeten dus rekening houden met scenario's die onze content en creativiteit letterlijk in een ander licht zetten. Omdat deze e-mailclients de aanpassingen aan het font en achtergrondkleuren in je e-mails zelf doen, moet jij ervoor zorgen dat de afbeeldingen er ook in het donker goed uitzien. We leggen uit hoe!

## Image cropping

En van de beste dingen die je kunt doen is zoveel mogelijk gebruik maken van transparante afbeeldingen: PNGs of GIFs. Deze afbeeldingen nemen de achtergrondkleuren over wanneer deze omgedraaid en zie er altijd goed uit, zowel in Dark als Light Mode.



Als je geen transparante afbeeldingen kunt gebruiken, zorg er dan in ieder geval voor dat je afbeelding goed zijn gecropped. In het voorbeeld hiernaast zie je een logo op een witte achtergrond. Bij de middelste versie is deze te dicht bij het logo gecropped. Dit ziet er vreemd uit in Dark Mode. De 3e variant heeft meer ruimte rondom het logo, wat de indruk geeft alsof het zo hoort, zelfs als Dark Mode is ingeschakeld.



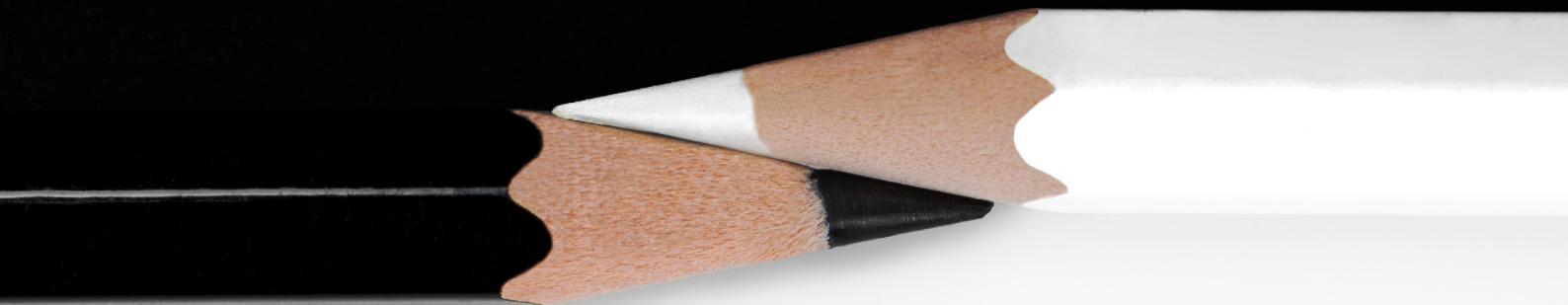
## Image outlining

Image cropping is belangrijk, maar een ander belangrijk zorgpunt is een afbeelding met tekst - vooral donkere tekst - getoond in Dark Mode. Laten we nogmaals naar het logo kijken:



Links zie je het logo in Light Mode. Een geoptimaliseerde versie in Dark Mode zie je in het midden. Niet erg goed leesbaar toch? Maar wanneer we een witte omlijning rond het logo toevoegen voelt het meer opzettelijk en is het een stuk leesbaarder (rechtse versie).

Je kunt een strook gebruiken zoals in het voorbeeld hierboven of een zachtere schaduw of gloed. Beide gevallen hebben als doel om afbeeldingen met donkere tekst of belangrijk grafisch element toegankelijk te houden wanneer deze worden bekeken in Dark Mode.



## Contrast is key!

Naast het rekening houden met je afbeeldingen, moet je zoals altijd streven naar een goede contrast ratio tussen tekst en achtergrondkleuren. Dit gecombineerd met grotere font formaten moet ervoor zorgen dat jouw e-mail campagnes begrepen en gebruikt worden door ontvangers, ongeacht welke design aanpassingen hun e-mailclients doen.



# ZO BOUW JE EEN DARK MODE E-MAIL



In een aantal clients, zoals Apple Mail, kun je custom CSS toevoegen om het uiterlijk van je e-mails bepalen wanneer deze worden getoond in Dark Mode. Terwijl het volgen van technieken niet overal werkt, zorgen zij ervoor dat je je e-mails toegankelijk, on-brand en uitnodigend voor Dark Mode gebruikers blijven. Dus, hoe je dat? Door het volgen van de volgende 3 stappen:

1. E-mailclients laten weten dat je e-mail Dark Mode ondersteunt.
2. Dark Mode targetten door CSS media queries te gebruiken.
3. Custom CSS regels te maken wanneer nodig.



## 1. Dark Mode detectie aanzetten

Het eerste wat je moet doen is de e-mailclient laten weten dat jouw e-mail werkt in Dark Mode. Dit regel je door de volgende meta tags mee te geven in de head van jouw e-mail:

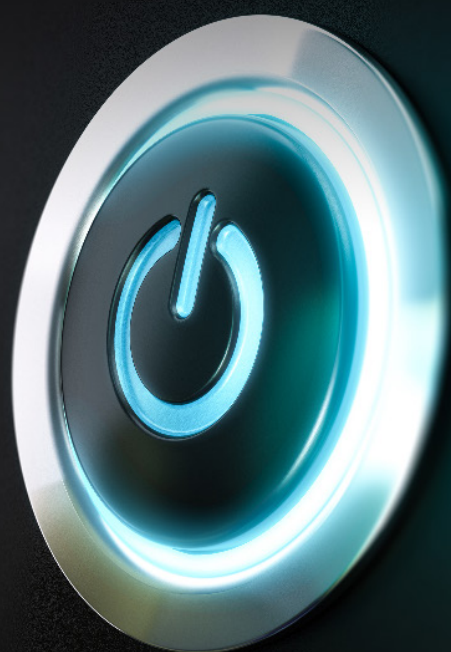
### CODE

```
<meta name="color-scheme" content="light dark">  
<meta name="supported-color-schemes" content="light dark">
```

Zonder deze meta tags, of alleen de "light" waarde in te voegen, gaan e-mailclients ervan uit dat je alleen een Light Mode versie van je campagne hebt ontwikkeld en wordt de e-mail getoond zoals deze is.

Dit is inclusief e-mailclients zoals Outlook.com, die zoals je eerder hebt kunnen lezen werken met color inversions. Het zorgt er dus voor dat er geen basic veranderingen optreden zoals eerder besproken.

Wanneer je de waarde "dark" meegeeft vertel je e-mailclients, zet je Dark Mode support aan, of dit nu door middel van color inversions of volledig maatwerk is. Zonder deze meta tags en de "dark" waarde, zal geen enkele van de volgende technieken werken.



# DETECTION

## 2. Clients targetten

De tweede stap is om de clients te targetten die maatwerk in Dark Mode ondersteunen met een media query in de HEAD van je e-mail HTML:

### CODE

```
@media (prefers-color-scheme: dark) {}
```

Standaard zijn de styles in jouw e-mail bedoeld voor Light Mode. De media query hierboven checkt of dat een gebruiker de voorkeur geeft aan het “dark” color scheme. Wanneer dit het geval is, zal deze de CSS properties tussen de snorretjes activeren.

Op dit moment wordt de “prefers-color-scheme” methode ondersteund door Apple Mail op MacOS en iOS 13+ en Hey.com in de webbrowser.

En deels ondersteund door Outlook.com, Outlook 2019 voor MacOS en Outlook app op iOS.

Voor zowel Outlook.com en de Outlook app voor Android, is er een andere methode voor targetten en het toepassen van styles. Terwijl beide clients maar gedeeltelijk “prefers-color-scheme” ondersteunen, kun je styles dupliceren en deze voor [data-ogsc] plaatsen. Zoals in dit voorbeeld:

### CODE

```
[data-ogsc] .dark-mode { display: block !important; }
```

Dat is allemaal leuk om te weten, maar roept vast de vraag op, “Welke styles moet ik updaten?”



### 3. Custom CSS regels maken

Er zijn een aantal styles waarop je moet letten bij het updaten voor Dark Mode clients zoals Apple Mail bijvoorbeeld. De meest belangrijke zijn de kleuren voor de fonts en de achtergronden. Over het algemeen zul je donkere tekst wisselen voor lichte en lichte achtergronden voor donkere varianten. Dit ziet er als volgt uit in je code:

#### CODE

```
@media (prefers-color-scheme: dark) {  
  .copy {  
    background-color: #222222;  
    color: #eaeaea;  
  }  
}  
  
<td class="copy" style="background-color: #eaeaea; color: #222222;  
font-size: 16px; line-height: 18px; padding: 10px;">  
<p style="margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet.</p>  
</td>
```

Terwijl de kleuren die je kiest uiteindelijk afhankelijk zijn van je merkvoorkeuren, is er een algemene regel dat je het gebruik van puur witte en zwarte voorgrond en achtergrondkleuren moet voorkomen. Een hoog contrast ratio tussen tekst en achtergrond is goed, maar een te hoog contrast kan vermoeiend werken voor de ogen van de lezer. We proberen het uit. Welke van onderstaande teksten vind je zelf het comfortabelste om te lezen? De onderste twee!

#### Pure Black

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### Pure White

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### Dark Grey

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### Light Grey

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### Light Mode Link

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore [magna aliquam](#) erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### High Contrast Link

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore [magna aliquam](#) erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

#### Lower Contrast Link

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore [magna aliquam](#) erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

Hetzelfde geldt voor contrast tussen links en cta's. Extreem hoog contrast werkt vermoeiend voor je ogen. Dus is het te adviseren om de verzadiging of de helderheid aan te passen van je links ten opzichte van de de typische Light Mode waarden.





Naast de tekst en achtergrondkleuren, kun je de teksten in Dark Mode ook vergroten, zodat je ontvangers met donkere schermen je e-mails makkelijker kunnen lezen. Dit doe je door dezelfde HTML als hierboven te gebruiken en de juiste CSS toe te voegen op onderstaande manier:

## CODE

```
@media (prefers-color-scheme: dark) {  
  .copy {  
    background-color: #222222;  
    color: #eaeaea;  
    font-size: 20px;  
    line-height: 24px;  
  }  
}
```

Door zowel de font-size als de line-height te vergroten zorg je voor een comfortabelere leeservaring voor Dark Mode gebruikers.

## De content wissel

Tot slot kan het handig zijn om specifieke content om te wisselen, vooral afbeeldingen, in Dark Mode. Weet je nog dat we het hebben gehad over het omlijnen van afbeeldingen? Wat als we in plaats daarvan nu de donkere tekst versie kunnen omwisselen voor een wit logo?

We weten immers dat Custom Dark Mode wordt ondersteunt door moderne clients die ook de display CSS property ondersteunen. In dat geval zou het gemakkelijk moeten werken, op de volgende manier:

## CODE

```
  

```

Het donkere logo is verborgen door het gebruik van een inline style. Om deze twee om te wisselen draai je hun "display" property om in Dark Mode:

## CODE

```
@media (prefers-color-scheme: dark) {  
  .light-img { display: none !important; }  
  .dark-img { display: block !important; }  
}
```

Op deze manier gaan we van een uitgelijnd logo naar iets dat er zelfs nog beter uit ziet in Dark Mode:

Er zijn veel verschillende styles die je kunt aanpassen voor Dark Mode. Maar wat je ook aanpast, de methode is consistent!

Zet Dark Mode aan via meta tags, target Dark Mode use cases en voeg alle CSS toe die je nodig hebt. Met een paar simpele technieken zorg jij ervoor dat e-mails er goed uitzien voor ontvangers ook aan the dark side.



# TESTEN, TESTEN EN NOG EENS TESTEN

Zoals je hebt kunnen zien zijn er veel verschillende manieren waarop e-mailclients omgaan met Dark Mode. Daarom is het belangrijk om e-mails te testen in Dark Mode. In Litmus en CanopyDeploy (voorheen Clang) kun je bijvoorbeeld een preview bekijken van je e-mails in Dark Mode van verschillende clients. In Litmus is het vanaf nu mogelijk voor de volgende e-mailclients te bekijken hoe de Dark Mode versie van je e-mail eruitziet:

- Apple Mail 12 & 13 op MacOS
- Outlook Office 365 op MacOS & Windows
- Gmail op Android 10.0 & iOS 13
- Apple Mail op iOS op de volgende apparaten:
  - iPhone 11Pro (iOS 13)
  - iPhone 11 (iOS 14)
  - iPhone 12 (iOS 14)
  - iPad (7de Generatie, iOS 13)

Hoog tijd om aan de slag te gaan met Dark Mode e-mails! Heb je hulp nodig met jouw e-mailmarketing? Neem dan contact op met de [e-mail experts](#) van De Nieuwe Zaak!





## OVER DE NIEUWE ZAAK

De Nieuwe Zaak is digital commerce specialist sinds 2005 en is inmiddels uitgegroeid tot één van de meest gerenommeerde en succesvolle digital commerce bureaus van Nederland. Met 90 experts helpen wij retailers, groothandels en brands met het oplossen van vraagstukken op het gebied van strategie, creatie, techniek en marketing. Onze specialisten werken in multidisciplinaire teams, met een sterke focus op het behalen van online rendement en met 100% focus op resultaat.

Verder praten met ons over [e-mailmarketing](#)?

Neem gerust contact met ons op via [denieuwezaak.nl](http://denieuwezaak.nl) of bel: 038 - 423 01 63.

DE  
NIEUWE  
ZAAK

DIGITAL COMMERCE