

Pressemitteilung

trustedDialog: Bereits 250 Marken setzen auf sicheren E-Mail-Dialog

- **50 neue Marken im Jahr 2017, darunter EURONICS und die DKB**
- **Über zehn Milliarden verschickte trustedDialog-Nachrichten bis Jahresende**
- **Langfristige Parship-Studie belegt positive Effekte auf Leistungswerte wie Öffnungsrate**

Karlsruhe, 23.11.2017. United Internet Media (UIM) hat für trustedDialog, den Qualitätsstandard für sicheres Dialogmarketing, im laufenden Jahr bereits 50 Marken als neue Kunden hinzugewonnen. Darunter: die EURONICS Deutschland eG, Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam, sowie die Deutsche Kreditbank AG (DKB), die zu den Top-20-Banken in Deutschland gehört und im Privatkundengeschäft die zweitgrößte Direktbank des Landes ist. Insgesamt setzen derzeit 250 Marken auf den sicheren E-Mail-Dialog. Nahezu alle Branchen, ob Handel, Automobil, Entertainment, Fast Moving Consumer Goods, Touristik oder Finanzen, sind vertreten.

trustedDialog kennzeichnet E-Mails mit einem Sicherheitssiegel und dem Markenlogo des Versenders. Mit dieser Hervorhebung im Posteingang wird das Vertrauen der E-Mail-Empfänger in Produkt- und Service-Nachrichten gestärkt und die Angst vor Spam oder Phishing vermindert. Logo und Siegel steigern gleichzeitig die Bereitschaft der Nutzer, an sie adressierte Nachrichten und Newsletter zu öffnen. Der Standard kommt bei den E-Mail-Anbietern WEB.DE, GMX, 1&1, freenet.de und T-Online zum Einsatz. Werbungtreibende können somit bis zu 40 Millionen E-Mail-Postfächer erreichen – sowohl auf stationären PCs als auch auf mobilen Tablets und Smartphones.

„Die weiterhin steigenden Kundenzahlen bestätigen das Erfolgsrezept von trustedDialog. Hohe Reichweiten im Zusammenspiel mit Qualität, Sicherheit und Aufmerksamkeit für unsere Markenpartner überzeugen immer mehr Unternehmen“, sagt Rasmus Giese, CEO der United Internet Media GmbH. Gleichzeitig erreicht trustedDialog auch einen neuen Rekord bei der Anzahl der versendeten E-Mails: „In diesem Jahr wird über die teilnehmenden E-Mail-Anbieter ein Volumen von mehr als zehn Milliarden trustedDialog-Nachrichten verschickt werden“, so Rasmus Giese.

Parship-Studie belegt Langzeitwirkung von trustedDialog

Bestes Beispiel für den Erfolg von trustedDialog ist eine mit der Online-Partneragentur Parship über einen Zeitraum von 15 Monaten durchgeführte Studie. Dabei wurden E-Mails vergleichsweise über Portale mit trustedDialog-Funktionalität und solche ohne trustedDialog versendet. Das Ergebnis der Untersuchung zeigt deutlich die positive Langzeitwirkung des Qualitätsstandards: Mit der Einführung von trustedDialog konnte für Parship eine dreimal höhere Steigerung der Öffnungsrate (+29 Prozent) erzielt werden. Bei E-Mails ohne trustedDialog-Siegel lag die Verbesserung nur bei zehn Prozent.

Rüdiger Hort, Head of CRM Parship Elite Group, zeigt sich erfreut: „Vertrauen und Seriosität nimmt für Parship und unsere Mitglieder den höchsten Stellenwert ein. Dank trustedDialog sind wir in der Lage, diesem Anspruch auch im E-Mail-Marketing nachhaltig gerecht zu werden. trustedDialog ist für uns daher nicht nur ein Instrument zur Performance-Steigerung, sondern ein etablierter Bestandteil unserer Marken- und Kundenkommunikation.“

Kennzahl Viewtime schärft den Blick in den Posteingang

Dialogmarketers steht im Rahmen von trustedDialog seit Ende letzten Jahres die Kennzahl „Viewtime“ zur Verfügung. Der Leistungswert analysiert die Öffnungsrate sowie die konkrete Verweildauer einer

aufgerufenen E-Mail, sobald die Viewtime über eine Sekunde beträgt. Die von trustedDialog ermittelte durchschnittliche Verweildauer über alle geöffneten trustedDialog-E-Mails hinweg liegt bei 74 Sekunden. Die Viewtime variiert aufgrund unterschiedlicher Inhalte und Konzepte bei den einzelnen Unternehmen und auch Sektoren. Zu den Top-Branchen mit den längsten Betrachtungswerten gehören der Reise- und Touristiksektor, die Gesundheitsbranche sowie Finanzdienstleister, die durch ihre ausführlichen Texte und umfangreiches Bildmaterial am längsten betrachtet werden.

Die durch die Viewtime zusätzlich gewonnenen Informationen ermöglichen ein effizienteres Dialogmarketing. Als Service bietet United Internet Media neben der Bildung von Branchendurchschnitten auch den Vergleich von stationären und mobilen Endgeräten. Hier zeigt sich aktuell, dass die Betrachtungsdauer von E-Mails auch mobil immer weiter ansteigt, auch wenn das Desktop-Niveau noch nicht erreicht wird. Die Viewtime wird bei den trustedDialog-Partnern WEB.DE, GMX, 1&1 und freenet.de erhoben.

Über United Internet Media

United Internet Media (UIM) ist der exklusive Mediavermarkter der United Internet AG. Zum Angebot des Spezialisten für Branding- und Dialog-Produkte gehören die konzerneigenen Portale WEB.DE, GMX, 1&1 und Auto-Service.de sowie die Partnerportale Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Mit rund 42 Millionen Nutzern im Monat gehört das UIM Portfolio zu den reichweitenstärksten Online-Angeboten in Deutschland. Dank einer intensiven Nutzung über alle Endgeräte hinweg bieten insbesondere die E-Mail-Portale einen schnellen Reichweitaufbau mit hohem Werbedruck. Die Werbelösungen für Branding bestehen aus exklusiven Großformaten und Bewegtbild sowie etablierten Standardwerbeformen – mit hoher Visibilität und nachgewiesener Wirksamkeit. Speziell auf unterschiedliche Nutzersituationen und Endgeräte zugeschnittene Premium-Werbeformate erlauben ein leistungsstarkes Multi Screen Advertising. Sämtliche Kampagnen lassen sich mit dem führenden UIM Quality Targeting zielgruppengenau und endgeräteunabhängig aussteuern. Die hohen Reichweiten und Nutzungsfrequenzen seiner E-Mail-Marken setzt UIM auch gezielt für das digitale Dialogmarketing ein. Mit innovativen Lösungen für Leadgenerierung, Empfehlungsmarketing, E-Mail-Marketing, Werbeprospekte und Trusted Services deckt UIM hier die ganze Bandbreite ab. Bereits 250 Top-Versendermarken setzen auf das Gütesiegel trustedDialog für den sicheren und vertrauensvollen Kundendialog. UIM unterhält Standorte in Karlsruhe und München sowie Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf und Wien.

Ansprechpartner für die Presse

United Internet Media GmbH
Kay Städele
Senior PR Manager
Braucherstraße 48
76135 Karlsruhe
Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848
E-Mail: kay.staedele@united-internet-media.de