

## Studie belegt positive Wirkung von trustedDialog auf Image und Aktivierung

- **United Internet Media untersucht den Einsatz des Qualitätsstandards für Dialog-Marketing anhand drei fiktiver Marken**
- **Marken verzeichnen mit trustedDialog deutliches Plus bei Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit**
- **Öffnungsbereitschaft steigt dank Kombination aus trustedDialog Prüfsiegel und Markenlogo**

**Karlsruhe, 10. Juli 2020.** trustedDialog hat einen positiven Effekt auf das Marken-Image und sorgt zudem für eine höhere Aktivierung. Das damit verbundene hohe Potenzial für Marken belegt die aktuelle Studie „trustedDialog als Branding-Booster“ von United Internet Media. Dazu wurden Nachrichten von drei fiktiven Marken einer Nutzergruppe mit und einer Kontrollgruppe ohne Prüfsiegel und Markenlogo des Absenders angezeigt. Die Ergebnisse der anschließenden Konsumentenbefragung waren eindeutig: trustedDialog wirkt sich insbesondere auf die Parameter Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit positiv aus. Zudem erhöhte sich die Bereitschaft zur Interaktion zwischen Kunde und Marke.

### **trustedDialog kennzeichnet vertrauenswürdige E-Mails**

Der Qualitätsstandard für Dialog-Marketing kommt bei WEB.DE, GMX, 1&1, T-Online und freenet zum Einsatz. trustedDialog authentifiziert E-Mails von Unternehmen und kennzeichnet diese für die Nutzer im Postfach als vertrauenswürdig. So können Empfänger mit einem einzigen Blick sichere E-Mails von möglichem Spam und Phishing unterscheiden.

Im Rahmen der Untersuchung mit 490 Nutzern von WEB.DE und GMX wurden einer Teilnehmergruppe Abbildungen vom Posteingang mit Nachrichten inklusive Siegel und Markenlogo eingeblendet. Einer Kontrollgruppe wurden zum Vergleich entsprechende E-Mail-Nachrichten ohne den Qualitätsstandard präsentiert. Um den Einfluss anderer Kampagnen und bisherige Erfahrungen sowie Assoziationen mit Brands auszuschließen, wurden drei fiktive Marken und deren Logos aus unterschiedlichen Branchen verwendet: E-Commerce, Versicherungswesen und Tourismus.

### **Ergebnisse waren in den drei untersuchten Branchen einheitlich**

trustedDialog wirkt als wahrer Image-Booster. Verwenden Unternehmen für ihre Marken den Qualitätsstandard, werden sie insgesamt positiver wahrgenommen. Besonders in den Parametern Sicherheit (+128%) und Vertrauenswürdigkeit (+140%) punktet die Kombination aus Markenlogo und Prüfsiegel bei den Nutzern.

Die Kennzeichnung authentifizierter Nachrichten trägt außerdem dazu bei, dass E-Mails einer Marke bedenkenlos geöffnet werden – und das mit einem Plus von 165 Prozent im Vergleich zur Kontrollgruppe. Außerdem lag der Anteil der Probanden, die sich eher über die Angebote von Marken informieren würden, um 56 Prozent höher, wenn die Marken trustedDialog einsetzen. Die branchenübergreifenden positiven Effekte auf das Image und die Aktivierung zeigen sich in der Online-Untersuchung ausnahmslos für alle drei Branchen.

„Marken sollten das enorme Potenzial für sich nutzen, das in trustedDialog steckt. trustedDialog vermittelt nicht nur Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit, sondern sorgt auch für mehr Interaktion zwischen Marken und Kunden. Die Studie belegt eindrucksvoll, dass außerdem das Markenimage stark von den trustedDialog Effekten profitiert“, sagt Rasmus Giese, CEO von United Internet Media.

Die Studie kann kostenlos auf [www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de) heruntergeladen werden.

### **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 und 1&1 sowie die Partnerportale Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Mit 38,06 Millionen Unique Usern im Monat (agof daily digital facts 2020-06) 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 Dialog-Marketing ein. Mit innovativen Lösungen für Leadgenerierung, Empfehlungsmarketing, E-Mail-Marketing, Werbeprospekte und Trusted Services deckt UIM hier die ganze Bandbreite ab. Bereits über 350 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

Brauerstraße 48

76135 Karlsruhe

Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848

E-Mail: [kay.staedele@united-internet-media.de](mailto:kay.staedele@united-internet-media.de)