



BRANDING BOOST DURCH TRUSTEDIALOG

Wie trustedDialog das Markenimage und die Handlungsabsicht stärkt

DIE ECKDATEN DER STUDIE AUF EINEN BLICK

1



Zielsetzung

Untersuchung der Werbewirkung
von trustedDialog

2



Stichprobe

User von WEB.DE und GMX*
N=2.352 (Random Sample)

3



Methode

On-Site-Befragung mit
experimentellem Treatment

4



Befragungszeitraum

19.02.-25.02.2025

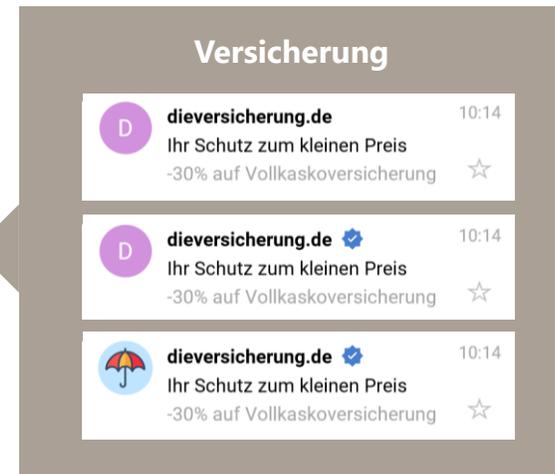
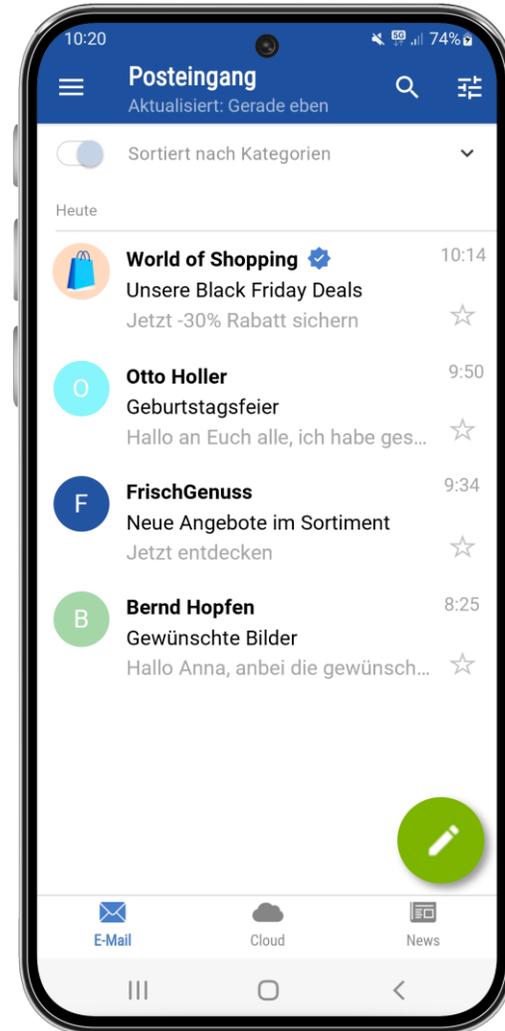
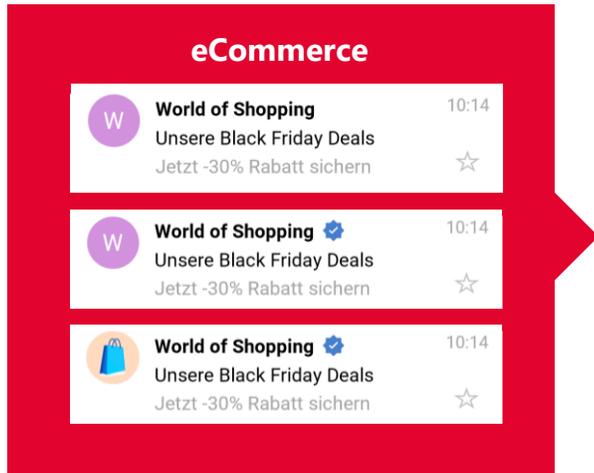


DAS EXPERIMENTELLE TREATMENT IM DETAIL: 3 GRUPPEN, 3 MARKEN, 3 BRANCHEN

Kontrollgruppe:
Mail ohne trustedDialog-Siegel

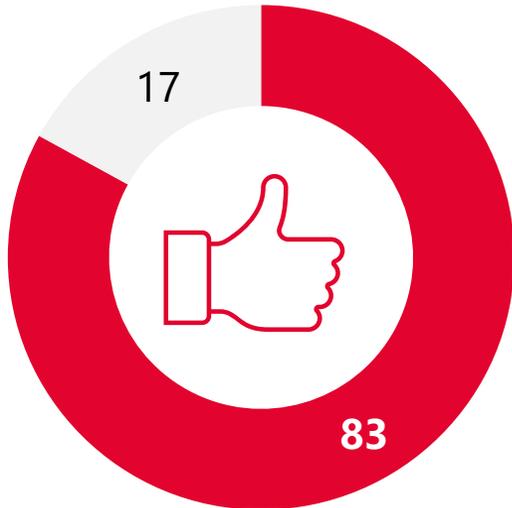
Testgruppe Siegel:
Mail mit trustedDialog-Siegel

Testgruppe Avatar:
Mail mit trustedDialog-Siegel & Avatar

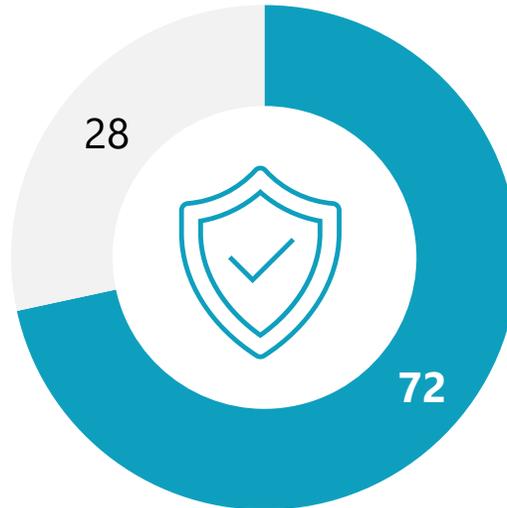


POSITIVE WAHRNEHMUNG DES TRUSTEDIALOG SIEGELS

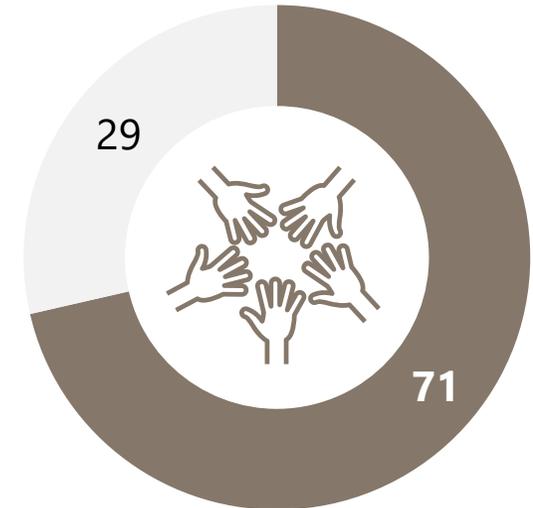
Top-3-Werte, in %



„Es **gefällt mir gut**, dass Unternehmen vertrauenswürdige E-Mails mit dem E-Mail-Siegel kennzeichnen können.“



„E-Mails mit dem E-Mail-Siegel sind **vertrauenswürdig**.“



„Der Einsatz des E-Mail-Siegels durch Unternehmen zeigt, dass diese **Verantwortung** für ihre Nutzerinnen und Nutzer übernehmen.“

EINEM GROßTEIL DER BEFRAGTEN GEFÄLLT DIE VERWENDUNG VON MARKENLOGOS ALS AVATAR

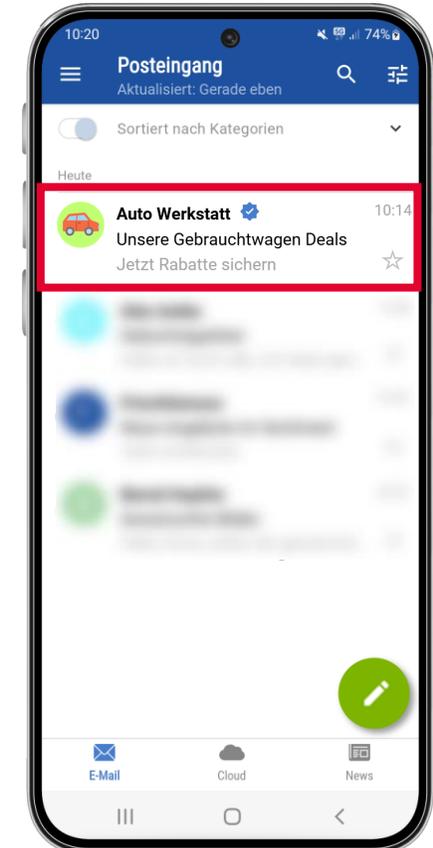


Unabhängig vom Experiment wurde die Wahrnehmung des runden Avatars durch eine neutrale FantasieMarke erhoben, die jeder Experimentalgruppe gezeigt wurde.

73%

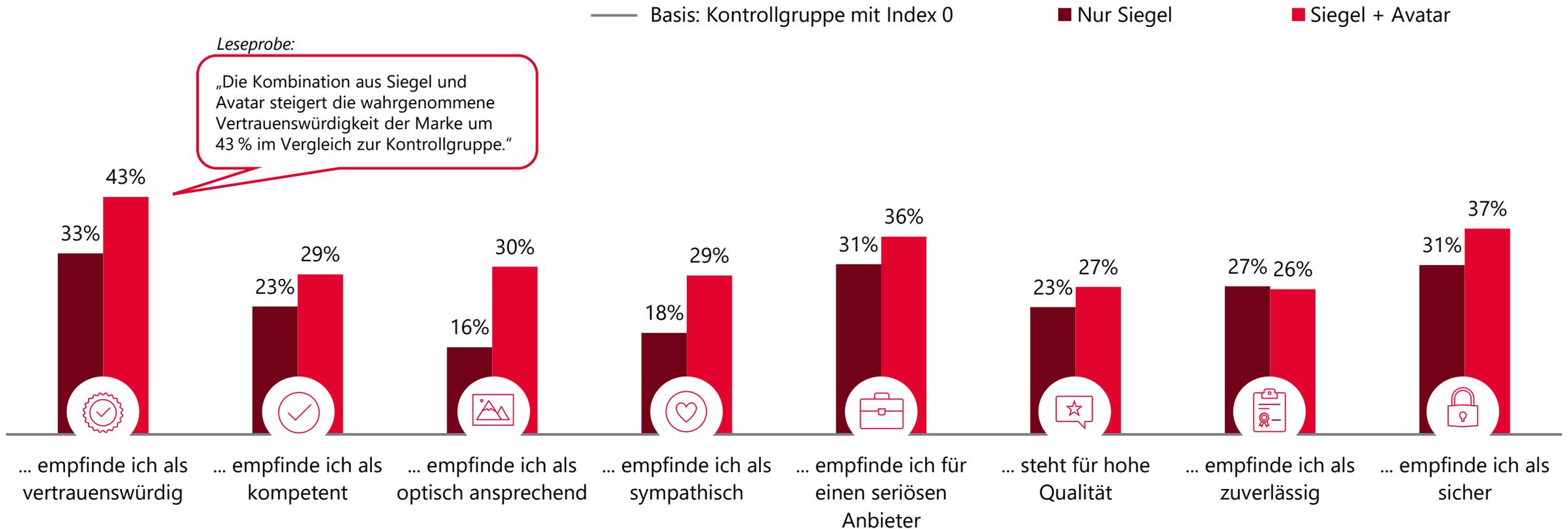


gefällt die Verwendung von Markenlogos als Avatar (Top-2)



TRUSTEDIALOG SIEGEL UND AVATAR WIRKEN SICH SIGNIFIKANT POSITIV AUF DAS MARKENIMAGE AUS

Mittelwerte, indiziert: World of Shopping/dieVersicherung/Reiseglück ...



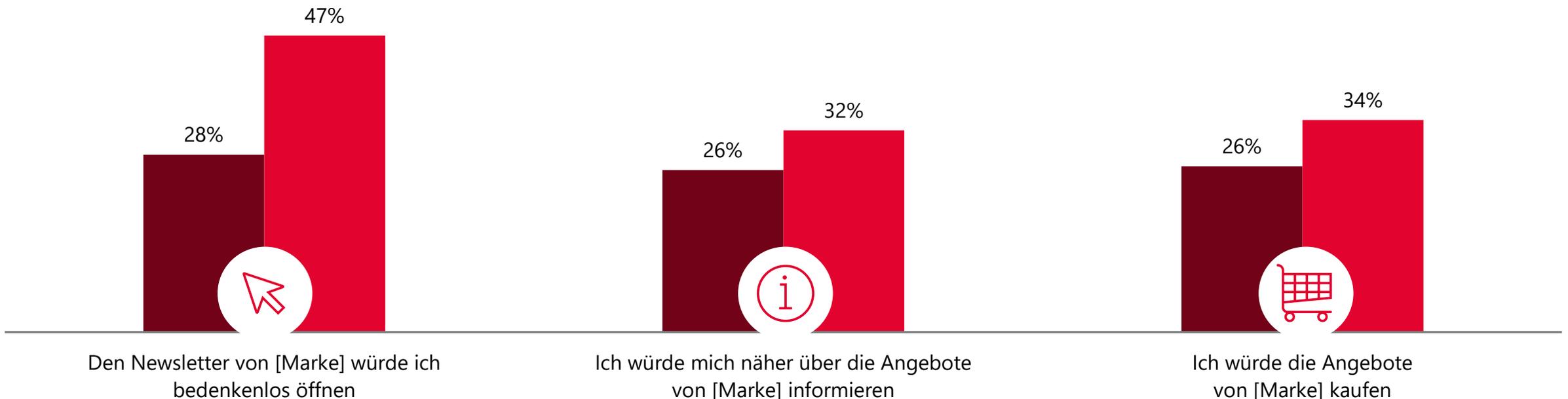
TRUSTEDIALOG SIEGEL UND AVATAR WIRKEN SICH SIGNIFIKANT POSITIV AUF DIE HANDLUNGSABSICHT AUS

Mittelwerte, indiziert: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über World of Shopping/dieVersicherung/Reiseglück zu?

— Basis: Kontrollgruppe mit Index 0

■ Nur Siegel

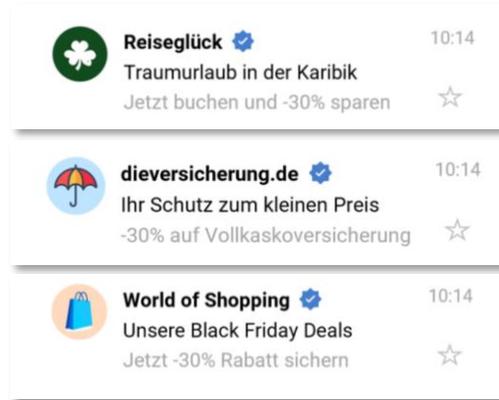
■ Siegel + Avatar



DEUTLICHE IMAGE-VERBESSERUNG UND STEIGERUNG DER HANDLUNGSABSICHT DURCH TRUSTEDIALOG

trustedDialog wirkt sich signifikant positiv auf das Markenimage und die Handlungsabsicht der User aus. Die Darstellung des Markenlogos als Avatar verstärkt den Effekt zusätzlich.

Signifikanter Einfluss auf das Markenimage



Signifikanter Einfluss auf die Handlungsabsicht



Empfinde ich als ...

	Siegel	Siegel + Avatar
vertrauenswürdig	↑ + 33 %	↑ + 43 %
seriös	↑ + 31 %	↑ + 36 %
sicher	↑ + 31 %	↑ + 37 %

Ich würde ...

	Siegel	Siegel + Avatar
Newsletter öffnen	↑ + 28 %	↑ + 47 %
mich informieren	↑ + 26 %	↑ + 32 %
Angebote kaufen	↑ + 26 %	↑ + 34 %



KONTAKT



DIANA OLTEANU

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 126

diana.olteanu@united-internet-media.de



ADRIANA NOWAK

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 162

adriana.nowak@united-internet-media.de



THOMAS FRIEDL

Key Account Manager

+49 (0) 89 / 14 339 125

thomas.friedl@united-internet-media.de