

**De-Mail-Umfrage von United Internet Dialog belegt Handlungsbedarf für Unternehmen und Behörden bei (rechts-)sicherer digitaler Kommunikation**

## **Geschäftliche Kommunikation per Briefpost hat massiv an Bedeutung verloren – (Rechts-)Sicherheit, Schnelligkeit und Komfort sowie Zeitersparnis wichtigste Argumente für De-Mail**

**Karlsruhe, 05. März 2012.** United Internet Dialog, der Spezialist für Digitales Dialogmarketing, hat anlässlich der CeBIT-Vorstellung der Beta-Version des De-Mail-Clients seiner Portfoliomarken WEB.DE und GMX eine Umfrage unter mehr als 1.000 WEB.DE und GMX E-Mail-Nutzern zum Thema De-Mail durchgeführt. Im Mittelpunkt des Interesses der Ende Januar/ Anfang Februar durchgeführten zweiwöchigen Online-Erhebung stand dabei die Bedeutung von E-Mail als Instrument und Kanal in der Kommunikation von Verbrauchern und Bürgern mit Unternehmen und Behörden und die zentralen Erwartungen und Anforderungen der Nutzer an digitale Kommunikationsangebote.

**Geschäftliche Kommunikation per papiergebundener Post hat massiv an Bedeutung verloren – zwei Drittel der Verbraucher nutzen regelmäßig E-Mail**

Ein zentrales Ergebnis der Umfrage zeigt, dass digitale Kommunikation inzwischen gelebte Praxis in der Kommunikation von Verbrauchern mit Unternehmen ist. Rund 40 Prozent der Befragten (39,7%) kommunizieren in geschäftlichen Angelegenheiten mehrmals monatlich per E-Mail – per Post tun dies rund 18 Prozent (17,7%). Über die Hälfte (51,7%) gibt an, nur noch weniger als einmal



■ P R E S S E M I T T E I L U N G

pro Jahr per Briefpost geschäftlich zu kommunizieren. Rund 70 Prozent der Befragten (69,7%) dagegen nutzen regelmäßig E-Mail für ihre kommerzielle Korrespondenz. Dabei zeigt sich, dass die Nutzungsverbreitung von Branche zu Branche sehr unterschiedlich ist: Während über 80 Prozent (82,8%) der Befragten mit Online-Shops bzw. Versandhändlern geschäftlich per E-Mail kommunizieren, beträgt die Quote bei Banken und Versicherungen etwas weniger als die Hälfte im direkten Vergleich (39,5%). Mit Ämtern und Behörden kommuniziert nicht einmal jeder Dritte (27,1%) per E-Mail. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass Unternehmen und Behörden dem wachsenden Bedarf nach digitaler Kommunikation seitens Verbrauchern und Bürgern bei den von ihnen bereitgestellten Kommunikationswegen derzeit noch sehr unterschiedlich begegnen.

**(Rechts-)Sicherheit als zentrale Voraussetzung für die Bereitschaft zur vollständigen Substitution von Briefpost**

Auch wenn der digitale Kanal in der Kommunikation von Verbrauchern mit Unternehmen der bevorzugte Kommunikationsweg ist, hält eine erstaunlich hohe Anzahl der Befragten ihn für geschäftliche Zwecke für nicht sicher genug: Über 40 Prozent (41,2%) wollen allein deswegen nicht gänzlich auf eine papiergebundene Korrespondenz verzichten. Unternehmen, die vollumfänglich von den Einsparpotenzialen digitaler Kommunikation profitieren wollen, kommen, das zeigt sich an dieser Stelle deutlich, am Angebot und Einsatz von De-Mail in der Kommunikation mit ihren Kunden nicht vorbei.

**Schnelligkeit und Komfort sowie Zeitersparnis wichtigste Erwartungen an De-Mail – konkrete Kostenersparnis nachrangig**

Von der Nutzung von De-Mail in der Kommunikation mit Unternehmen und Behörden erwarten die WEB.DE und GMX Nutzer in ers-



■ P R E S S E M I T T E I L U N G

ter Linie die typischen Mehrwertvorteile digitaler Kommunikation: Neben einer der klassischen Briefpost vergleichbaren (Rechts-) Sicherheit (65,9 Prozent) sind dies vor allem Schnelligkeit und Komfort beim Austausch wichtiger Dokumente (67,8 Prozent) sowie Zeitersparnis (56,2 Prozent). Die konkrete Kostenersparnis steht hier – für den privaten Nutzer – erst an vierter Stelle (56,4 Prozent). Convenience wie z.B. die automatische und sichere digitale Aufbewahrung von Dokumenten ist für 43,7 Prozent ein wichtiger Nutzenaspekt. 40 Prozent der Befragten geben dabei an, De-Mail sowohl zum Empfangen als auch zum Versenden rechtssicherer E-Mails einsetzen zu wollen.

**De-Mail: Umfangreiche Einsparpotenziale für die Wirtschaft**

Neben dem Konkurrenzvorteil der Bereitstellung eines kunden- und verbraucherfreundlichen, digitalen Kanals zur Geschäftskundenkommunikation profitieren Unternehmen bei De-Mail auch von umfangreichen wettbewerbsrelevanten Einsparpotenzialen. „In einer Welt, die sich nicht zuletzt im Massenkonsum zunehmend digitalisiert, wird die Beherrschung digitaler Kommunikation künftig über den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen wie auch von Volkswirtschaften entscheiden. Mit De-Mail steht in Deutschland allein ein Portomarkt von rund zehn Milliarden Euro zur digitalen Konversion an. Etwa 70 Prozent davon lassen sich künftig digitalisieren. Die Hälfte, also 3,5 Milliarden Euro, fließt vermutlich als Einsparung für Porto und Papier in die Kassen der Unternehmen. Statt Briefe für etwa 67 Cent für Porto, Papier und Abwicklung können Unternehmen künftig De-Mails für überschaubare zweistellige Centbeträge senden. Wir gehen davon aus, dass Firmen damit nicht nur ihre Porto-, sondern auch ihre Prozesskosten um zwei Drittel reduzieren können. Zudem gibt es keine Medienbrüche mehr“, erklärt Matthias Ehrlich, Geschäftsführer United Internet Dialog GmbH.



## ■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Als Spezialist für die Digitalisierung kommerzieller Dialogkommunikation wird United Internet Dialog nach dem Erreichen der für eine kommerzielle Unternehmenskommunikation marktrelevanten Reichweite von De-Mail auf Basis der De-Mail-Angebote von GMX und WEB.DE innovative Dialog- und Marketinglösungen anbieten, mit denen Unternehmen im kommerziellen digitalen Kundendialog optimal von den De-Mail-Attributen Rechtssicherheit und Vertraulichkeit profitieren.

### **United Internet Dialog – Creating true digital relationships**

Die United Internet Dialog GmbH ist der Dialogmarketing-Spezialist der United Internet Media AG.

Wie United Internet Media im Bereich Werbung steht United Internet Dialog im Bereich Dialogmarketing für die Verknüpfung klassischer Disziplinen und Instrumente mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologien („Classic goes Online“). Mit Fokus auf den Wachstumsmarkt Digitales Dialogmarketing bietet das Unternehmen die gesamte Bandbreite innovativen Dialogmarketings über digitale Medien – und auch crossmedial. Kennzeichnend für das Angebotsportfolio sind hohe Inbox-Reichweiten und -Nutzungsfrequenzen der vertrauensstarken Kommunikationsmarken WEB.DE, GMX und 1&1, führende Digitaltechnologien, innovative Konzepte, Qualitätsstandards setzende Kommunikationsprodukte und -lösungen wie trustedDialog und künftig De-Mail, anerkannte Marktforschungs- und Mediaentwicklungskompetenz sowie umfassende Beratungs- und Serviceleistungen. Dialogmarketing treibende Unternehmen, (Dialog-)Agenturen und Dienstleister erhalten Lösungen für die digitale Kundenkommunikation aus der Expertenhand eines interdisziplinär arbeitenden Spezialistenteams.

Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe, München und Wien.

### **INTERNETADRESSE**

**United Internet Dialog GmbH:**

<http://united-internet-dialog.de>

### **PRESSESERVICE**

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

**United Internet Dialog Presselounge:**

<http://united-internet-dialog.de/Presse>

**Follow us on Twitter!**

<http://twitter.com/UIDialog>

### **KONTAKTADRESSE**

United Internet Dialog GmbH

Frankfurter Ring 129

80807 München

Jens Bohl

Manager Corporate Communications

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-255

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [jens.bohl@united-internet-dialog.de](mailto:jens.bohl@united-internet-dialog.de)

Nadja Elias

Pressesprecherin

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [nadja.elias@united-internet-dialog.de](mailto:nadja.elias@united-internet-dialog.de)

