

trustedDialog: 173 Marken setzen auf sicheren E-Mail-Dialog

- **Mail-Standard der E-Mail-Service-Provider GMX, WEB.DE, 1&1, freenet.de und T-Online mit massivem Kundenwachstum**
- **Prominente Neukunden: Cosmos Direkt, Sparda Bank Südwest eG, DER Touristik Online und Nestlé Deutschland AG**
- **Mail-Volumen von neun Milliarden Nachrichten verschickt**

Karlsruhe, 05. Januar 2016 – trustedDialog ist auf Wachstumskurs. Der Qualitätsstandard für sichere E-Mail-Kommunikation konnte im laufenden Jahr 43 Neukunden gewinnen, darunter prominente Marken wie Cosmos Direkt, das Geldinstitut Sparda Bank Südwest eG, die DER Touristik Online - die Digital Division DER Touristik-Gruppe sowie den Konsumgüterhersteller Nestlé Deutschland AG. Aktuell setzen 173 Marken auf trustedDialog. Die Kunden stammen aus Segmenten wie Handel, Automobilbau, Mode, Touristik und Finanzen.

Im Gesamtjahr 2015 haben die E-Mail-Service-Provider GMX, WEB.DE, 1&1, freenet.de und T-Online ein Volumen von ca. neun Milliarden Nachrichten über trustedDialog verschickt. Für die Versendermarken hat dies den Vorteil, dass ihre Nachrichten mit dem trustedDialog-Siegel und ihrem Markenlogo in bis zu 40 Millionen E-Mail-Postfächern erscheinen.

Rasmus Giese, CEO von United Internet Media, begründet den Erfolg von trustedDialog mit den höheren Ansprüchen der Nutzer an die kommerzielle E-Mail-Kommunikation. Das betrifft insbesondere einen wirksamen Schutz vor dem Spam- und Phishing-Aufkommen und Orientierungshilfe im persönlichen Postfach. „Sowohl die Newsletter-Versender als auch die Empfänger profitieren von trustedDialog. Die Markenlogos im E-Mail-Postfach unterstützen das Branding, gleichzeitig sorgen die E-Mail-Siegel für mehr Vertrauen und eine höhere Öffnungsrate der Newsletter“, sagt Giese.

Fallstudie von Nestlé Marktplatz belegt Einfluss auf Öffnungsrate

Die beidseitige positive Wirkung kann trustedDialog anhand von Leistungszahlen untermauern. So etwa in einer Fallstudie zum Einsatz für den Nestlé Marktplatz, der Social-Commerce-Plattform des Konzerns in Deutschland. Über einen Newsletter informiert der Lebensmittelhersteller regelmäßig über Mitmachangebote wie Produkttests, Votings und Gewinnspiele. Die Integration des E-Mail-Siegel sowie des Markenlogos steigerte die Newsletter-Öffnungsrate um mehrere Prozentpunkte. „Wir waren überaus zufrieden mit den Ergebnissen des Variantentests mit trustedDialog, und unsere Erwartungen hinsichtlich der Öffnungsrate wurden sogar übertroffen. Wir sehen daran, welche immens große Rolle das Thema Vertrauen in der digitalen Kundenkommunikation spielt“, sagt Daniel Meier, Corporate CRM Manager der Nestlé Deutschland AG. Aufgrund der positiven Ergebnisse und der guten Zusammenarbeit mit der United Internet Media werden künftig weitere Nestlé Brands mit trustedDialog versenden.

Über trustedDialog

trustedDialog ist eine Initiative der führenden E-Mail-Anbieter WEB.DE, GMX, 1&1, freenet.de und T-Online mit dem Ziel, Nutzer vor Spam und Phishing zu schützen. Der Qualitätsstandard für sicheren und vertrauensvollen digitalen Dialog wurde 2009 ins Leben gerufen und zu einer Initiative führender Online- und E-Commerce-Unternehmen ausgeweitet. Heute nutzen 173 Partner aus Branchen wie Finanzen, Touristik, Unterhaltung, Mode, Technik und Telekommunikation die Lösung, die in rund 40 Millionen digitalen Postfächern zum Einsatz kommt. trustedDialog wird vom Branchenverband eco und dessen Certified Senders Alliance (CSA) unterstützt.

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 31 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 Reichweitenaufbau 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 über 170 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
Ernst-Frey-Straße 9
76135 Karlsruhe
Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848
E-Mail: kay.staedele@united-internet-media.de