

**Drittes Jahr in Folge über angestrebtem Wachstumspfad – Wachstumstreiber sind Targeting- und E-Mail-Marketing-Lösungen**

## **United Internet Dialog verzeichnet positive Jahresbilanz 2012**

**Karlsruhe, 17. Dezember 2012.** Zum Abschluss des Dialogmarketingjahres 2012 zieht Matthias Ehrlich, Geschäftsführer United Internet Dialog, eine positive Bilanz im Hinblick auf die Entwicklung des Marktes und von United Internet Dialog: „Wir haben unser Ergebnis vom letzten Jahr noch einmal übertroffen und unsere Ziele mit einem Umsatzwachstum im signifikant zweistelligen Prozentbereich erneut voll erreicht. Ein Großteil des Wachstums kommt dabei aus dem strategischen Bereich der DRP-Lösungen. Hier konnten wir Kunden in klassischen Dialogmarketingbranchen wie beispielsweise Versandhandel, Versicherung oder Lotterie von unseren branchenspezifischen Konzepten überzeugen. Zudem sehen wir, dass sich der digitale Dialog als eigene Marketingdisziplin immer besser etabliert und die Unternehmen hohe Investitionsbereitschaft in diesem Segment für die nächsten Jahre signalisieren“, erklärt Ehrlich kurz vor dem Abschluss des Geschäftsjahres. „Wir sind daher sehr zuversichtlich, dass wir diesen Wachstumspfad auch im kommenden Jahr weiter verfolgen können“.

### **Digitales Dialogmarketing rückt stärker in den Mittelpunkt im Marketingmix**

Die Digitalisierung der Medien und ihrer Distributionswege beschleunigt sich und immer mehr klassisches Direktmarketing betreibende Unternehmen planen, das wachsende Effektivitäts- und Effizienzpotenzial des digitalen Kundendialogs konsequenter auszuschöpfen. Dieser Trend wird bestätigt durch die Expertenbefragung der Hochschule der Medien zu „Status Quo, Trends und Per-



## ■ P R E S S E M I T T E I L U N G

spektiven im digitalen Dialogmarketing“. Demnach sind sich die Experten einig, dass digitales Dialogmarketing in den nächsten Jahren seinen Platz im Marketingmix der Unternehmen ausbauen wird. Gerade in Kompetenz und Personal für die Analyse von Kundensegmenten, Präferenzen, Kaufverhalten und Klickwegen wird nach Meinung der Experten erheblich investiert werden.

Diese sich abzeichnende Marktentwicklung hat sich bei United Internet Dialog bereits in den letzten zwölf Monaten widerspiegelt. So wurden vor allem Kampagnen im Bereich CRM-Targeting und Customer Analytics bei renommierten Kunden aus der E-Commerce- und Fundraising-Branche umgesetzt. Nach dem erfolgreichen Start der technologischen Aussteuerungsplattform DRP<sup>®</sup>, die den Einsatz neuartiger Targetingmöglichkeiten wie die gezielte Ansprache von Neu- oder Bestandskunden ermöglicht, wurde auf dieser Basis die B2B-Targetinglösung B2B SOHO zur zielgruppengenaue Ansprache von Selbstständigen und Kleinunternehmen gelauncht und in ersten Kampagnen erfolgreich eingesetzt. Weitere Zielgruppenlösungen werden im kommenden Jahr folgen.

### **Großes Vertrauen in die Marke trustedDialog**

Dialogmarketing treibende Unternehmen sehen verstärkten Handlungsbedarf für Lösungen zum Schutz der Kunden vor Spam und Phishing, was sich an der positiven Entwicklung des E-Mail-Qualitätsstandards trustedDialog zeigt: „Die Internetnutzer wünschen sich angesichts der fortwährenden Herausforderungen durch Spam- und Phishing-Mails Orientierungshilfe in der digitalen Kommunikation, und wir treffen mit trustedDialog den Nerv der Dialogmarketeers und können die Aspekte Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit optimal bedienen“, resümiert Ehrlich. Zum Ende des Jahres 2012 setzen inzwischen 80 renommierte Marken in



■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Deutschland auf trustedDialog; damit sind fast 40 Marken in den vergangenen zwölf Monaten dazugekommen, darunter Baur, Verivox und Pixum. Das Mailvolumen von trustedDialog bei den teilnehmenden E-Mail-Anbietern WEB.DE, GMX, t-online und free-net hat sich noch einmal fast verdoppelt – insgesamt wurden circa fünf Milliarden E-Mails sicher und mit E-Mail-Siegel und Unternehmenslogo gekennzeichnet zugestellt. Zudem wurden mehr als 50 Video-Mail- und Rich-Media-Mail-Kampagnen auf der Basis von trustedDialog erfolgreich umgesetzt. „In-Comm“ (Bewegtbild im Kommunikationsumfeld) wird auch im kommenden Jahr eine wichtige Rolle bei der Weiterentwicklung des Lösungsportfolios von United Internet Dialog spielen.

„2012 war für uns ein erfolgreiches Jahr: Wir haben eine neue Vertriebsstruktur mit einem branchenfokussierten Marktengang erfolgreich auf den Weg gebracht. Wir wissen, dass die Unternehmen Zeit und Erfahrungswerte brauchen, bis sie den Shift in den digitalen Dialog dauerhaft und nachhaltig wagen. Im neuen Jahr wird es darum gehen, unsere Kern- und Fokusbranchen weiter auszubauen und dort unsere hervorragenden Vertriebschancen konsequent zu nutzen. Dazu wird United Internet Dialog weitere Kooperationen und Partnerschaften bspw. in den Bereichen E-Mail-Marketing, Leadvermarktung, E-Mail Service Provider oder Dialogagenturen eingehen, um zusätzliche Marktzugänge und Absatzkanäle zu nutzen. Mit unserem im digitalen Dialogmarketing umfassendsten Portfolio werden wir auch im nächsten Jahr den Markt und die Konversion von Offline zu Online aus einer führenden Position heraus weiter aktiv mitgestalten“, so Ehrlich abschließend.



## **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)

