

RESEARCH INSIGHTS

Wie trustedDialog das Marken-Image der
Barmenia und von Witt stärkt.



DIE FORSCHUNGSFRAGE

Vertrauen im Netz wird immer wichtiger – angesichts der zunehmenden Informationsflut im Internet wird es für Nutzer immer schwieriger zu unterscheiden, welchen Informationen sie glauben können und welche Absender vertrauenswürdig sind. Für Unternehmen ist es daher im digitalen Dialog mit ihren Kunden essentiell, als sichere und vertrauenswürdige Marke wahrgenommen zu werden und diese Markenwerte weiter auszubauen.

Im E-Mail-Marketing setzt der Qualitätsstandard trustedDialog genau hier an: trustedDialog authentifiziert E-Mails von Unternehmen und kennzeichnet diese für den Nutzer im Postfach als vertrauenswürdig. Nutzer können so auf einen Blick sichere E-Mails von möglicherweise gefälschten unterscheiden. Von trustedDialog zertifizierte E-Mails werden für den Nutzer im Postfach durch zwei Attribute gekennzeichnet: Durch das trustedDialog Siegel sowie durch das Markenlogo des Absenders.

Die Forschungsfrage: In der Vergangenheit konnte bereits der Anstieg wichtiger Kennzahlen wie Öffnungs- und Klickrate durch den Einsatz von trustedDialog nachgewiesen werden. Im Rahmen dieser Studie sollte nun als weitere Facette untersucht werden, welchen Effekt trustedDialog auf das Marken-Image der werbenden Marken hat – insbesondere in puncto Sicherheit und Vertrauen. Die Überprüfung der Forschungsfrage erfolgte mittels eines Online-Experiments mit den Kunden **Barmenia** und **Witt**.



DAS STUDIENDESIGN

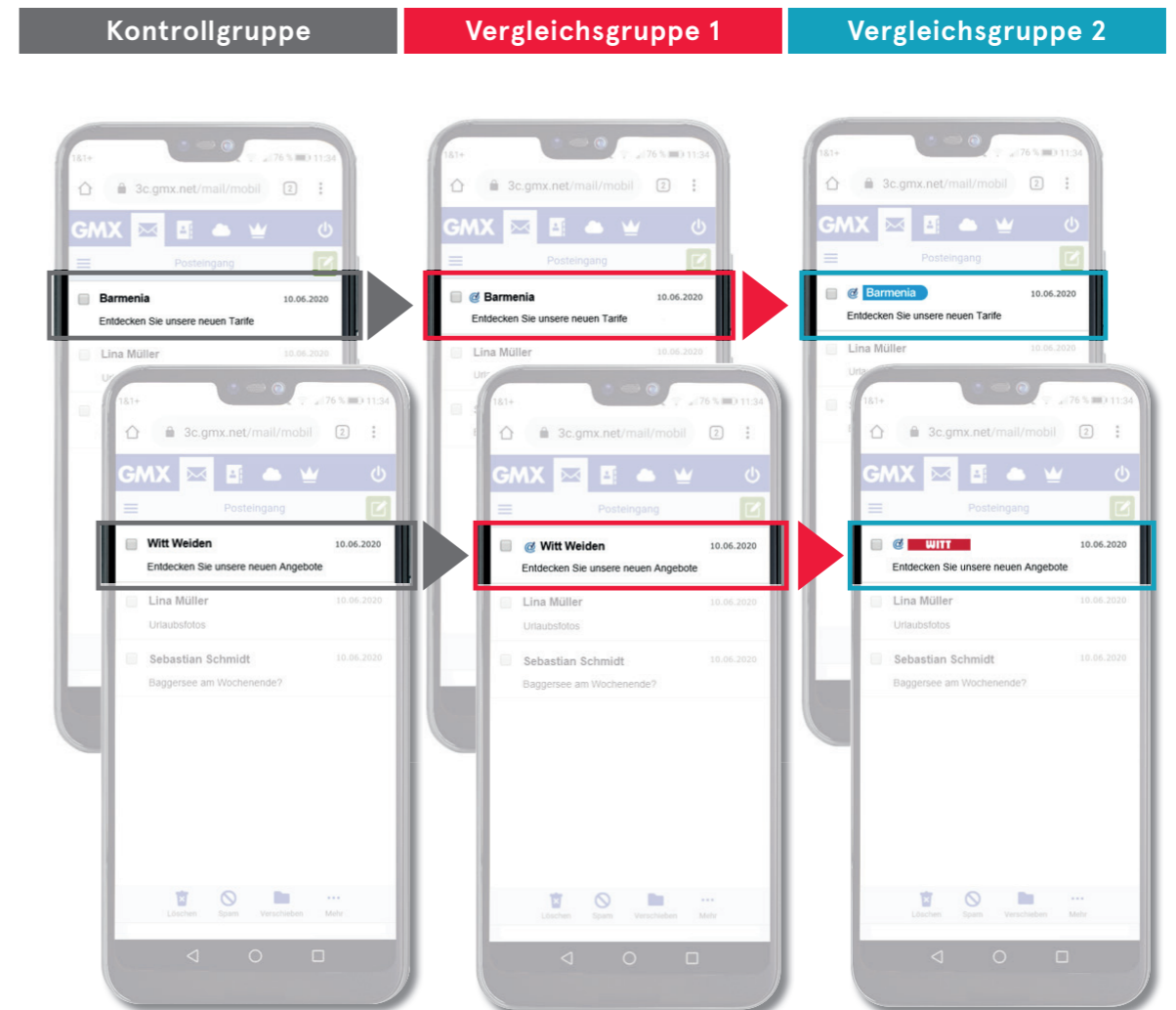
Für die Untersuchung der Image-Wirkung von trusted Dialog mit den Kunden Barmenia und Witt wurde jeweils ein Online-Experiment unter WEB.DE und GMX Nutzern im Zeitraum 7.7.20–6.8.20 durchgeführt.

Hierfür wurden insgesamt drei verschiedene Gruppen untersucht, die jeweils unterschiedliche experimentelle Bedingungen (sogenannte Treatments) mittels Abbildungen eines E-Mail-Postfachs dargeboten bekamen (vgl. folgende Abbildungen). Im Anschluss an den Kontakt wurden die Image-Werte der beiden Brands erhoben.

Kontrollgruppe und Vergleichsgruppen

	Barmenia	Witt
Kontrollgruppe: E-Mail ohne trustedDialog-Kennzeichnung	n=94	n=109
Vergleichsgruppe 1: E-Mail mit trustedDialog-Siegel	n=94	n=117
Vergleichsgruppe 2: E-Mail mit trustedDialog-Siegel und Markenlogo	n=94	n=133

Abbildung: Übersicht der experimentellen Bedingungen



Unternehmensprofile

Barmenia
EINFACH. MENSCHLICH.

Die Barmenia ist eine unabhängige Versicherungsgruppe mit Hauptsitz in Wuppertal. Zur Gruppe gehören die Barmenia Allgemeine Versicherungs-AG, die Barmenia Lebensversicherung a. G. sowie die Barmenia Krankenversicherung AG. Führende Gesellschaft ist ein Verein, die Barmenia Versicherungen a. G. Deutschlandweit beschäftigten die drei Unternehmen im Jahr 2020 rund 3.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Produktangebot der Unternehmensgruppe reicht von Kranken- und Lebensversicherungen über Unfall- sowie Kfz-Versicherungen bis hin zu Haftpflicht- und Sachversicherungen. Die Gruppe arbeitet nach dem Grundsatz, der sichere Partner an der Seite ihrer Kunden zu sein und beste Lösungen zu bieten. Viele digitale Services runden die Produktwelt ab. Bei der Barmenia sind Kunden von Mensch zu Mensch versichert: Einfach. Menschlich. #MachenWirGern

Witt

Die Witt-Gruppe ist ein international agierendes Textilhandelsunternehmen und setzt bei ihrer Handelsstrategie auf ein bewährtes Omnichannel-Konzept: In weltweit 20 Online-Shops, 110 Filialen sowie über den Versandhandel vertreibt die Witt-Gruppe vor allem Damenbekleidung, Wäsche und Heimtextilien für die modebewusste Zielgruppe ab 50 Jahren.

Die bekannteste Marke der Witt-Gruppe ist Witt. Über 145.000 Sendungen versendet die Witt-Gruppe pro Tag an seine 21,2 Millionen Kund*innen und gehört damit zu den etablierten Größen am Modemarkt. Seit 1987 ist das Unternehmen Teil der Otto Group.

STUDIENERGEBNISSE

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass trustedDialog positiv auf das Marken-Image der Barmenia und von Witt einzahlt. Hinsichtlich Zuverlässigkeit, Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit zeigen sich signifikant positive Effekte, welche die positive Image-Wirkung von trustedDialog belegen.

Das trustedDialog-Siegel zahlt positiv auf das Image ein – das Markenlogo verstärkt die Wirkung

Die folgenden Ergebnisse basieren auf Index-Werten, den Ausgangspunkt der Vergleiche stellt dabei jeweils die Kontrollgruppe mit einem Index-Wert von 100 dar.

Es zeigt sich: Allein durch das trustedDialog-Siegel konnte ein signifikanter Uplift von +73% (Barmenia) bzw. +56% (Witt) beim Image-Parameter **„Vertrauenswürdigkeit“** erzielt werden. Durch das Markenlogo verstärkt sich dieser Effekt und es zeigt sich ein Uplift von +77% (Barmenia) bzw. +99% (Witt) im Vergleich zur Kontrollgruppe.

Beim Parameter **„Sicherheit“** zeigt sich ein ähnliches Bild: Durch das trustedDialog-Siegel allein konnte die wahrgenommene Sicherheit von beiden Brands gesteigert werden (+35% bei Barmenia und +64% bei Witt), durch die Hinzunahme des Markenlogos wurde der Uplift im Vergleich zur Kontrollgruppe bei beiden Brands ausgebaut (+81% bei Barmenia und +128% bei Witt).

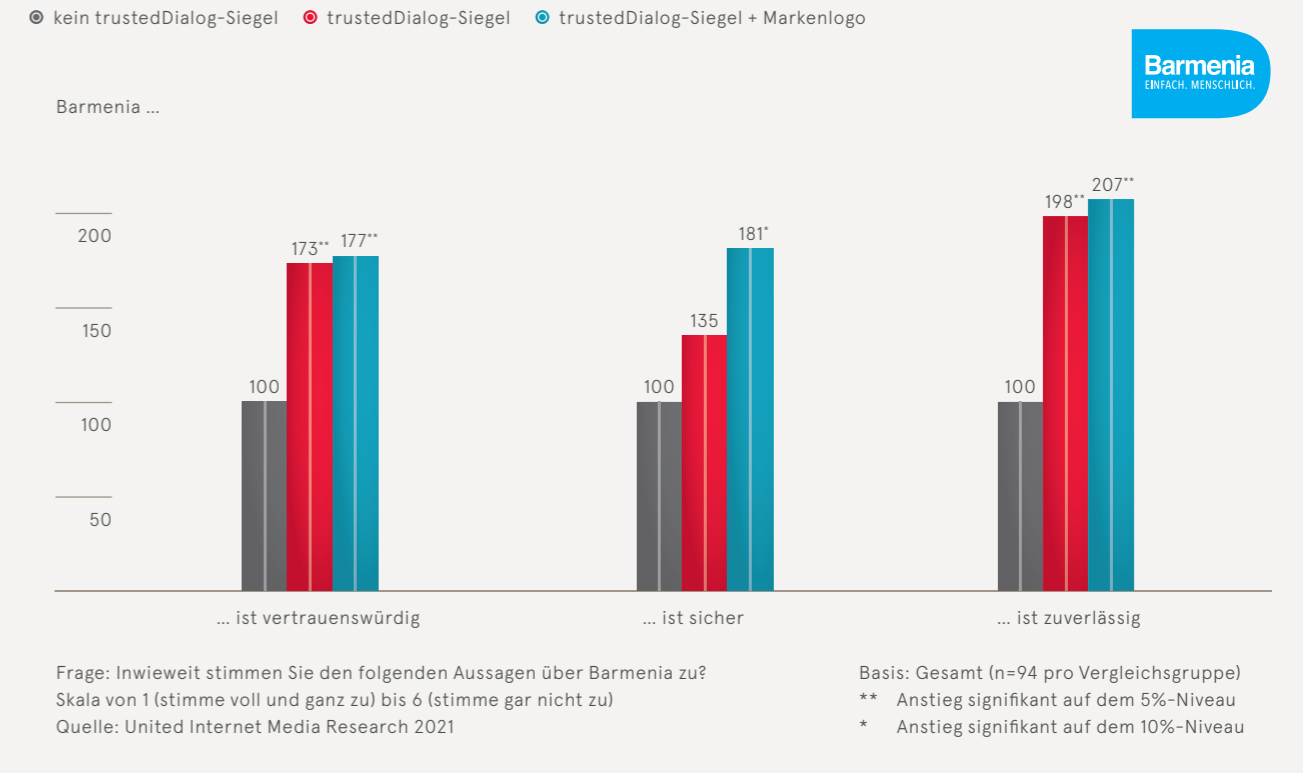
Auch in puncto **„Zuverlässigkeit“** zeigt sich bei den Ergebnissen eine ähnliche Tendenz: Die Gruppen, die jeweils das trustedDialog-Siegel gesehen haben, bewerteten die Marken um +98% (Barmenia) bzw. +16% (Witt) zuverlässiger im Vergleich zur Kontrollgruppe, zu einem noch höheren signifikanten Uplift von +107% (Barmenia) bzw. +57% (Witt) kommt es bei den Gruppen, die jeweils auch noch die entsprechenden Markenlogos angezeigt bekamen.

Das trustedDialog-Siegel hat also positive Effekte auf das

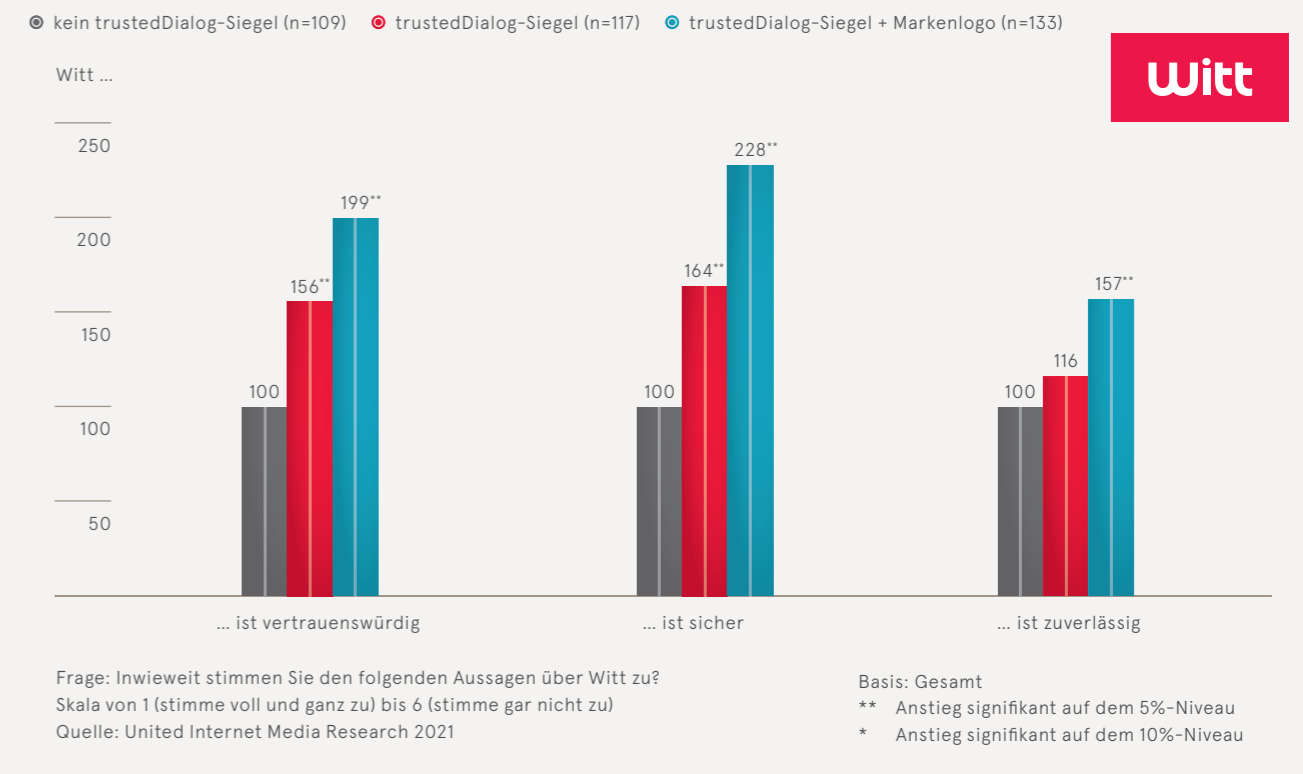
Marken-Image beider Brands, die jeweiligen Markenlogos verstärken diesen positiven Image-Effekt. Sowohl das trustedDialog-Siegel als auch die Markenlogos haben einen positiven Einfluss auf das Marken-Image der Brands. Dieser positive Image-Effekt resultiert allein aus der Anzeige der E-Mails mit trustedDialog-Siegel und Markenlogo im Posteingang – unabhängig von der Öffnung der E-Mail.



Marken-Image Barmenia (Index-Werte)



Marken-Image Witt (Index-Werte)



TRUSTEDIALOG

Die Ergebnisse der Studie belegen eindrucksvoll den positiven Image-Effekt von trustedDialog auf das Image der Brands Barmenia und Witt.



DAS FAZIT

Allein durch das trustedDialog-Siegel im Posteingang konnten die Image-Werte bei beiden Brands gesteigert werden, in Kombination mit dem Markenlogo werden die positiven Image-Effekte für die Barmenia und Witt noch weiter verstärkt – und das unabhängig von der Öffnung der E-Mail.

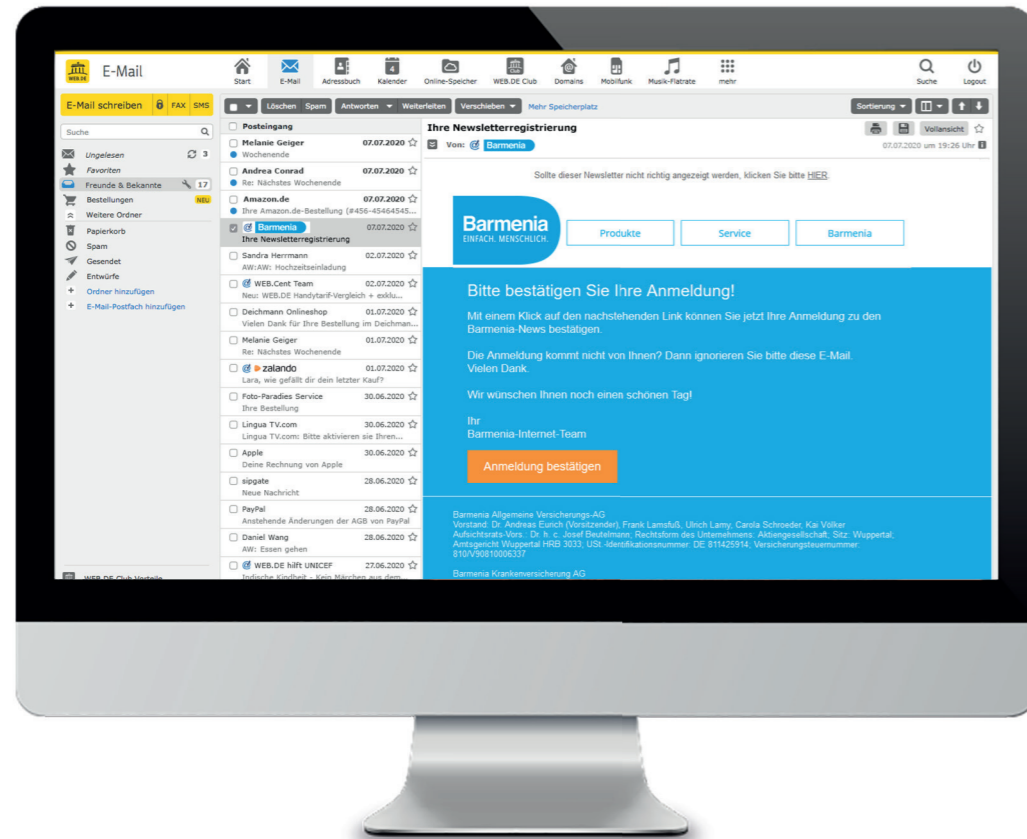
Damit wird deutlich: Brands verschiedener Branchen profitieren bei ihren eigenen Image-Werten von der Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit, für die trustedDialog steht.

Durch die hohe Reichweite von trustedDialog in über 40 Millionen Postfächern können Marken das Image-Potenzial des Qualitätsstandards in einer breiten Zielgruppe voll ausschöpfen.

trustedDialog stellt damit ein geeignetes Werkzeug dar, um das Image von Brands in puncto Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit zu stärken – ein wahrer Image-Booster.

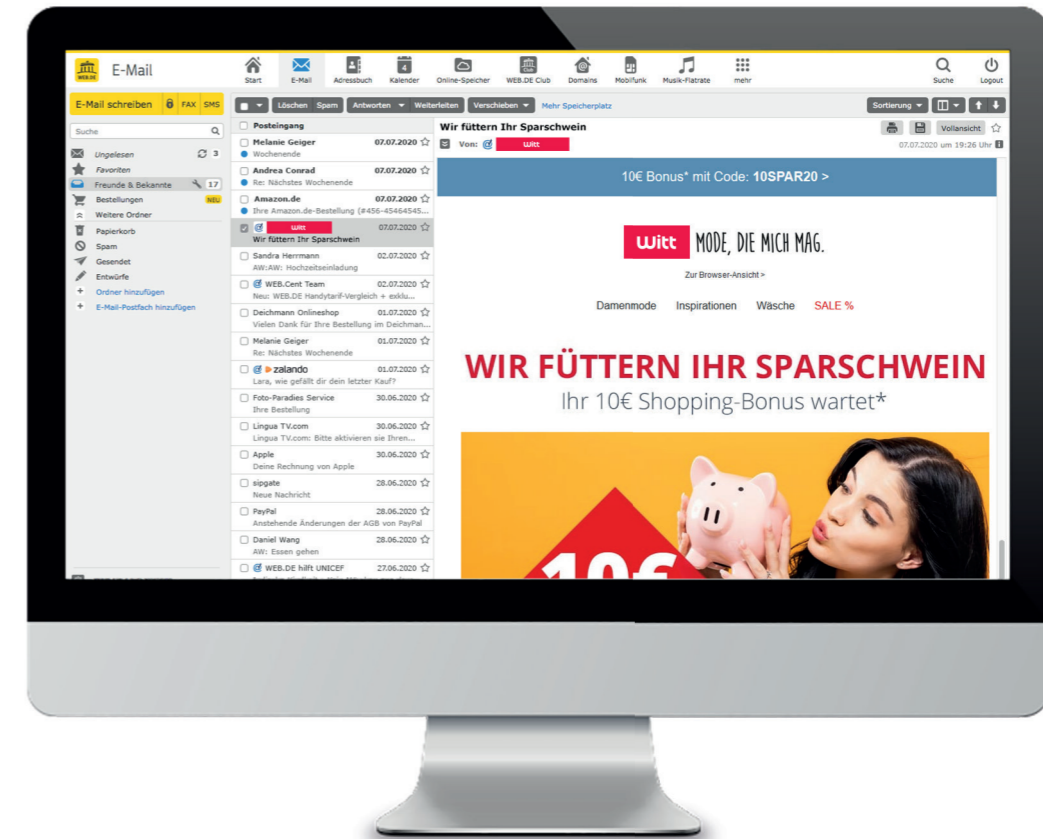


KUNDENSTATEMENTS



„Für uns als Versicherungsunternehmen ist eine vertrauenswürdige E-Mail-Kommunikation von zentraler Bedeutung. Die Idee, die Wirkung von trustedDialog per Online-Experiment zu testen, hat uns daher gleich gefallen. Auf die Ergebnisse waren wir sehr gespannt. Tatsächlich übertrafen sie unsere Erwartungen: Die Kombination aus trustedDialog-Siegel und unserem Barmenia-Logo zahlte äußerst positiv auf unser Marken-Image ein. Interessenten und Kunden nehmen uns dank trustedDialog noch stärker als zuverlässigen und vertrauenswürdigen Partner in Sachen Versicherungen wahr.“

Martin Ingnoli,
Digital Touchpoint Manager, Barmenia



„Als international agierendes Textilhandelsunternehmen mit 110 Filialen und 20 Online-Shops legen wir stets größten Wert auf vertrauensvollen E-Mail-Dialog mit unseren Kundinnen und -kunden. Das Online-Experiment hat uns gezeigt, dass vor allem das Marken-Image – insbesondere in puncto Sicherheit, Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit – durch den zusätzlichen Einsatz von trustedDialog profitierte. Genau diesen Effekt hatten wir uns für Witt gewünscht. trustedDialog stellt somit eine geeignete Lösung dar, mit der wir positive Image-Effekte für unsere Marke generieren können.“

Anja Ehbauer,
Teamleiterin Direct Message Marketing,
Witt

UNITED INTERNET MEDIA GMBH

Karlsruhe

Brauerstraße 48
76135 Karlsruhe
Tel.: +49 721 - 91374-1717

München

Sapporobogen 6-8
80637 München
Tel.: +49 89 - 14339-333

Düsseldorf

Grand Bateau
Zollhof 4
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 211 - 301256-10

Hamburg

Gerhofstraße 18
20354 Hamburg
Tel.: +49 40 - 361226-60

Wien

UIM United Internet Media Austria GmbH
Opernring 23/8
1010 Wien
Austria
Tel.: +43 1 58814-200

Unser Markenportfolio:



GMX



mail.com



Das Örtliche

Gelbe Seiten

www.united-internet-media.de
info@united-internet-media.de