

# Hess Natur-Textilien GmbH

## Vertrauen und Sicherheit mit trustedDialog

Wie E-Mail-Siegel und Markenlogo im Posteingang für Markenbindung und mehr Umsatz sorgen.



### FACTS & FIGURES

**Werbetreibender:**

Hess Natur-Textilien GmbH

**Produkt:**

Natur-Textilien

**Media-Agentur:**

interne Umsetzung

**Testlaufzeit:**

12.11.18 -16.12.2018

**Zielgruppe/Targeting:**

hessnatur Newsletter-Abonnenten

**Werbemittel:**

trustedDialog

»hessnatur ist im November 2018 mit trustedDialog gestartet. Direkt im Anschluss haben wir einen A/B-Test durchgeführt. Die Ergebnisse haben uns überzeugt: die gesteigerten Werte zeigen, dass die Empfänger den Newslettern mit E-Mail-Siegel und unserem Markenlogo mehr Aufmerksamkeit schenken und sie stärker aktivieren. Wir freuen uns, auch in Zukunft auf trustedDialog zu vertrauen und unseren Bestandskunden das gleiche gute Gefühl geben zu können, das sich in den Zahlen widerspiegelt.«

Deborah Kirchner, E-Mail Marketing Manager, Hess Natur-Textilien GmbH

## DIE AUSGANGSLAGE

Der Name hessnatur steht für Mode, die Umwelt und Mensch respektiert. 1976 gegründet, gehört das Unternehmen mit Hauptsitz im hessischen Butzbach zu den Pionieren im Bereich Green Fashion. Heute beschäftigt hessnatur 370 Mitarbeiter und entwickelt sich beständig erfolgreich weiter – im stationären Handel ebenso wie im E-Commerce.

„Die richtigen Dinge tun“: Das ist das Credo von hessnatur. Vom Anbau der Rohstoffe über den Entwurf und die Fertigung bis hin zum Kleiderbügel handelt hessnatur verantwortlich. Damit liegt es nahe, dass sich diese Verantwortung auch konsequent im E-Mail-Marketing des grünen Labels widerspiegelt. Aus diesem Grund hat sich hessnatur für trustedDialog entschieden.

hessnatur setzt auf natürliche Materialien, Vertrauen und Fairness in der Mode und möchte seinen Kunden auch in seinem E-Mail-Marketing eine qualitativ hochwertige und vertrauensvolle Kommunikation bieten.

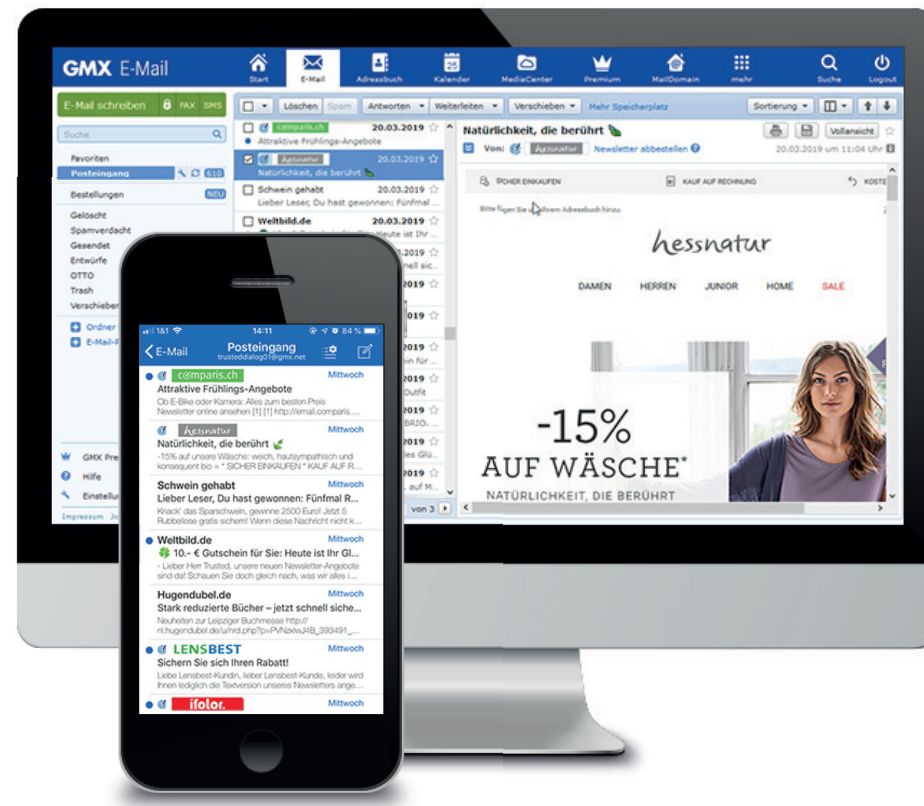
**Die Aufgabe:** Ein umfangreicher A/B-Test sollte belastbare Daten liefern, ob für den Werbetreibenden ein Mehrwert durch den Einsatz von trustedDialog entsteht und zu einer Verbesserung der KPIs führen würde. Denn aufgrund des seit Jahren ungebrochenen Zuwachses von Spam- und Phishing-Mails, wird die Verunsicherung bei den Mail-Empfängern immer größer, was an der Entwicklung der für E-Mail-Marketing wichtigen Erfolgskennzahlen wie Öffnungs-, Click-Trough oder Conversion-Rates ablesbar ist.

## DIE REALISIERUNG

Für den Aufbau wurden zwei Testgruppen selektiert, die über den Testzeitraum von ca. 1,5 Monaten je 12 Newsletter erhielten. Insgesamt wurden 1,3 Mio. Mailings zugestellt. Die abgeschickten Mailings unterschieden sich deutlich durch ihre Darstellung im Posteingang. Dabei wurden Mailings an **Testgruppe 1 mit trustedDialog** signiert, während Mailings an **Testgruppe 2 regulär ohne trustedDialog** versendet wurden. Die Auswertung erfolgte jeweils am 5. Tag nach dem Versand (Faustregel: ca. 90 % der Reaktionen erfolgen in den ersten 4 Tagen).

Mit trustedDialog durchlaufen alle kommerziellen E-Mails, die an die Postfächer von WEB.DE, GMX, 1&1, freenet.de sowie T-Online versendet werden, eine mehrstufige Echtheits- und Integritätsprüfung. Für den Empfänger ist eine trustedDialog Mail bereits im ungeöffneten Zustand sofort als vertrauenswürdig zu erkennen: am trustedDialog Prüfsiegel sowie am Markenlogo des Absenders, das die geprüfte Authentizität visualisiert.

### ↓ trustedDialog E-Mail-Siegel & Inbox Branding



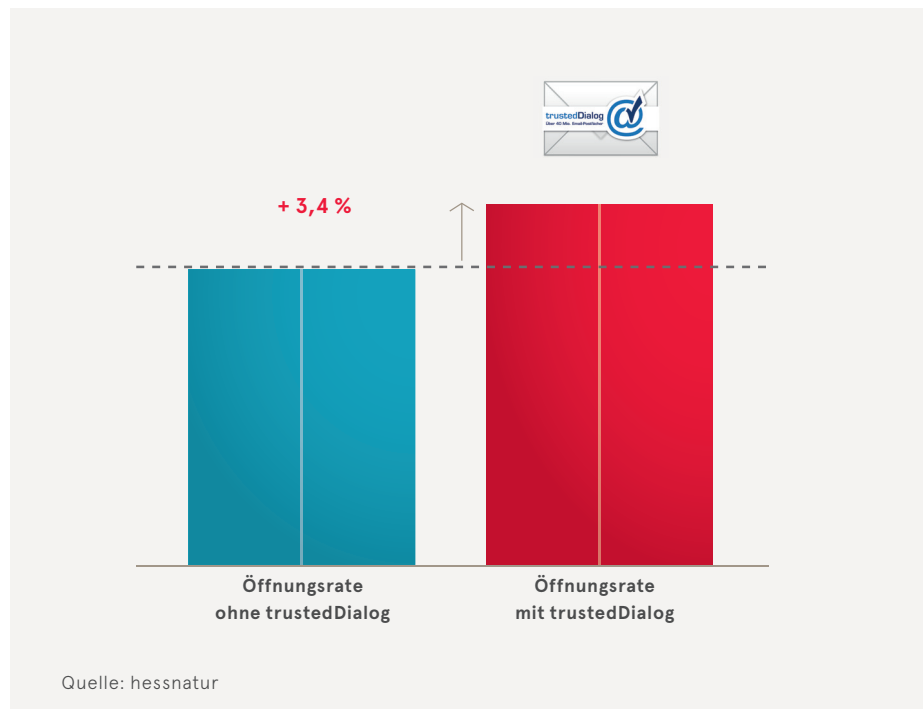
## DIE ERGEBNISSE

Die Testergebnisse zeigen, dass der Einsatz von trustedDialog positiv auf die Awareness und Aktivierung einzuwirkt. Deutliche Wirkungserfolge gab es hinsichtlich folgender Parameter: Die Ergebnisse in Testgruppe 1 (mit trustedDialog) waren in allen für hessnatur relevanten Bereichen besser als die von Testgruppe 2. Die Anzahl der Öffnungen bei GMX, WEB.DE, 1&1, freenet.de und T-Online stieg in Testgruppe 1 um 3,4 %-Punkte an. Das führte zu deutlich mehr Visits im Online-Shop (plus 14,4 %) sowie zu einer Steigerung der Orders um 17,3 %. Gleichzeitig erhöhte sich in dieser Testgruppe der Warenkorbwert um 5,4 %. Auch bei den absoluten Klicks im Newsletter war die Testgruppe 1 erfolgreicher. Last but not least: Trotz der erhöhten Aufmerksamkeit und der erhöhten Öffnungsrate blieb die Abmeldequote stabil.

## DAS FAZIT

trustedDialog konnte klar überzeugen und lieferte gleich mehrere positive Ergebnisse bei allen wichtigen KPIs: Bessere Öffnungsraten, höhere Response, mehr Visits im Online-Shop und mehr Bestellungen. Gleichzeitig konnte die Awareness und Sympathie für die Marke hessnatur wirksam ausgebaut werden. Der Test hat damit nachweisbar gezeigt, dass trustedDialog ein sehr geeignetes Mittel im E-Mail-Marketing ist, um auf der einen Seite Kunden mehr Sicherheit zu geben und auf der anderen Seite die Effizienz und Wirksamkeit der Kundenansprache signifikant zu steigern.

↓ Testergebnisse der Testgruppen 1 und 2 – Verbesserte Öffnungsrate



↓ Testergebnisse der Testgruppen 1 und 2 – Gesteigerte Orders

