



PRESSEMITTEILUNG

Deutsche sind skeptisch gegenüber spendenden Unternehmen

München, 2. Dezember 2010 – Viele Unternehmen spenden zu Weihnachten, statt ihre Kunden zu beschenken. Davon ist die Hälfte der deutschen Kunden nicht begeistert. Die knappe Mehrheit (51 Prozent) findet eine Spende nicht gut und würde sich über ein kleines Geschenk freuen. Die andere Hälfte (49 Prozent) ist dafür, denn ihrer Meinung nach sind Spenden sinnvoller als Geschenke. Dies ergab eine aktuelle Online-Umfrage von Toluna unter 1000 Bundesbürgern ab 16 Jahren im Auftrag von kajomi, der [Beratungsagentur für digitales Direktmarketing](#).

Der scheinbare Eigennutz der Deutschen hängt mit der Skepsis gegenüber spendenden Unternehmen zusammen. Knapp zwei Drittel der Deutschen (60 Prozent) haben keinen positiven Eindruck von Unternehmen, die auf Weihnachtsspenden statt Kundenpräsenten setzen. Davon geben 37 Prozent an, dass eine Spende ihre Meinung über das Unternehmen nicht beeinflusst. Ein Viertel (23 Prozent) hält Spenden sogar für eine Werbemaßnahme und hat einen eher schlechten Eindruck von dem Unternehmen. Sympathie erntet es nur bei 39 Prozent der Befragten. Unternehmen müssen folglich Überzeugungsarbeit leisten, damit das wohlthätige Engagement die Kunden auch überzeugt.

Die Mehrheit der Befragten (54 Prozent) findet, Firmen sollten für Kinderhilfe spenden. Auf dem zweiten Platz liegt mit 16 Prozent Natur- und Umweltschutz, gefolgt von Tierschutz (15 Prozent) und Entwicklungs- und Katastrophenhilfe (12 Prozent).

Grafiken zum Download:

[Weihnachtsspende statt Kundengeschenk kommt bei jedem zweiten Deutschen nicht gut an](#)

[Weihnachtsspende statt Kundengeschenk macht Unternehmen nicht per se sympathisch](#)

[Laut Mehrheit der Deutschen sollten Unternehmen zu Weihnachten für Kinderhilfe spenden](#)



kajomi

eMail- und Online-Marketing
www.kajomi.de

Über kajomi:

Die kajomi GmbH ist eine Beratungsagentur für digitales Direktmarketing mit Sitz in München-Gräfelfing und Hamburg. Seit 2002 ist kajomi Ansprechpartner für Unternehmen, die ihren Kundenkreis gezielt erweitern, die Kundenbindung stärken und ihren Umsatz steigern möchten. Dabei kommen je nach Kampagnenziel neben E-Mail-Marketing alle Instrumente des Online-Marketings zum Einsatz, wie etwa Suchmaschinen- oder Bannerwerbung. Über 400 Unternehmen, darunter AXA, UBS, snapfish und BuyVIP, vertrauen der langjährigen Kompetenz von kajomi. kajomi ist zudem Anbieter der bewährten Newsletter-Software-Lösung kajomi MAIL.
www.kajomi.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk+++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: kajomi@frauwenk.de