



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Internetnutzer freuen sich über elektronische Weihnachtspost von Firmen**

#### ***Umfrage unter deutschen Internetnutzern: Gutscheine sind besonders beliebt / Zu werbliche E-Mails an Weihnachten stören***

München, 15. Dezember 2009 – In 10 Tagen ist Weihnachten. Höchste Zeit, sich um die Weihnachtskarten zu kümmern. Doch es muss nicht mehr die klassische Postkarte sein. Denn fast zwei Drittel (68 Prozent) der deutschen Internetnutzer freuen sich über Weihnachtspost von Firmen per E-Mail. Dies ergab eine Umfrage des [Full-Service-Dienstleisters für digitales Direktmarketing](#) kajomi unter 500 deutschen Usern.<sup>1</sup> Die Internetnutzer, die elektronischen Weihnachtsgrüßen positiv gegenüberstehen, finden sie zeitgemäß und erfreuen sich daran, wenn sie ansprechend und professionell gemacht sind. Ein Drittel der Befragten (32 Prozent) bevorzugt nach wie vor eine klassische Postkarte zu Weihnachten.

Besonders beliebt sind kleine Geschenke in der E-Mail, wie etwa ein Gutschein, gaben mehr als die Hälfte der befragten Internetnutzer (55 Prozent) an. Beim Geschlechtervergleich ist Frauen mit 60 Prozent ein Gutschein wesentlich wichtiger als Männern (47 Prozent). Eine schöne grafische Umsetzung wünscht sich knapp die Hälfte der Befragten (47 Prozent). Interessant: Den über 55-Jährigen ist eine schöne Grafik (42 Prozent) sogar wichtiger als ein Geschenk (39 Prozent). Auf Platz drei der wichtigsten Eigenschaften von Weihnachts-E-Mails liegt mit 46 Prozent ein guter Text, der zeigt, dass sich die Firma wirklich Mühe gegeben hat.

Unternehmen müssen allerdings aufpassen, dass die Weihnachts-E-Mails nicht aussehen wie die übliche Werbung. Das stört am meisten, sagten über die Hälfte der Befragten (55 Prozent). Mehr als ein Drittel der Internetnutzer (38 Prozent) stört zudem die fehlende persönliche Ansprache. 28 Prozent missfällt es, wenn gar nicht klar ist, woher das Unternehmen die E-Mail-Adresse für die Weihnachtsgrüße hat.

„Elektronische Weihnachtsgrüße statt der klassischen Postkarte sind inzwischen bei den Kunden akzeptiert und ein gutes Mittel, zum Ende des Jahres die Kundenbindung zu



stärken. Aber nur, wenn Unternehmen Grundregeln wie eine persönliche Ansprache und eine professionelle, dem Anlass angepasste Gestaltung beachten“, erklärt Michael Hoffmann, Geschäftsführer der kajomi GmbH.

<sup>1</sup> Befragung von 500 Internetnutzern im Auftrag der kajomi GmbH am 11. Dezember 2009 über das Toluna Online-Panel Deutschland

**Über kajomi:**

Die kajomi GmbH ist eine Beratungsagentur für digitales Direktmarketing mit Sitz in München-Gräfelfing. 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](http://www.kajomi.de)

**Pressekontakt:**

[PR Agentur Frau Wenk+++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: [kajomi@frauwenk.de](mailto:kajomi@frauwenk.de)