

PRESSEMITTEILUNG

Social-Media verdrängt Newsletter nicht

Umfrage von kajomi unter deutschen Internetnutzern / Verknüpfung von E-Mail-Marketing und Social-Media wird bei jüngerer Zielgruppe zukünftig wichtig

München, 19. Juli 2010 – Zwei Drittel (64 Prozent) der deutschen Internetnutzer lesen lieber Newsletter von Firmen und Marken, als mit ihnen auf sozialen Netzwerken zu kommunizieren. Dies ergab eine aktuelle Online-Umfrage* von Toluna unter 1000 Internetnutzern im Auftrag von kajomi, der [Beratungsagentur für digitales Direktmarketing](#). Allerdings zeichnet sich auch eine Entwicklung hin zu einer komplementären Nutzung ab: Ein Viertel (26 Prozent) der Befragten nutzt die Kommunikationswege Newsletter und Social-Media parallel. Grundsätzlich wird Social-Media für die Unternehmenskommunikation in Zukunft aber immer wichtiger. Denn schon heute sagen zehn Prozent, dass sie sich bereits bei Newslettern abgemeldet haben und mit Firmen und Marken lieber auf sozialen Netzwerken kommunizieren. Dies ist besonders bei den 16- bis 34-Jährigen der Fall (14 Prozent).

Jüngere wollen Inhalte aus Newslettern auf sozialen Netzwerken teilen

Eine Möglichkeit der Vernetzung von E-Mail-Marketing mit Social-Media ist die sogenannte Share-with-your-Network-Funktion (SWYN). Sie ermöglicht es, Inhalte direkt aus Newslettern an soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter weiterzuleiten. Während sich diese Funktion zwar erst neun Prozent der Befragten wünschen, sieht es bei den sogenannten Digital-Natives anders aus. In der Altersgruppe der 16- bis 34-Jährigen sind es heute schon zwölf Prozent. Im Moment reicht es knapp der Hälfte (47 Prozent) der Befragten noch völlig aus, den Newsletter per Weiterleitung an Freunde zu senden.

„Die Vernetzung von Social-Media und E-Mail-Marketing muss noch gelernt werden, das Bewusstsein der Möglichkeiten ist in der jüngeren Zielgruppe allerdings schon vorhanden“, kommentiert Michael Hoffmann, Geschäftsführer der kajomi GmbH. „Besonders Unternehmen, die auf E-Mail-Marketing in der Zielgruppe der 16- bis 34-Jährigen setzen, werden in der kommenden Zeit nicht mehr an einer Share-with-your-Network-Funktion vorbeikommen.“

*Online-Umfrage durchgeführt von Toluna im Juni unter 1000 Männern und Frauen ab 16 Jahren

Grafiken zur Umfrage:

- [Zwei Drittel der deutschen Internetnutzer lesen lieber Newsletter](#)
- [Neun Prozent wollen SWYN-Funktion](#)
- [12 Prozent der 16- bis 34-Jährigen wollen SWYN-Funktion](#)



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

Pressekontakt:

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

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: kajomi@frauwenk.de