

Studie: E-Mail-Kommunikation mit Behörden und Online-Shops gewinnt an Relevanz

- **Forschungsinstitut MindTake untersucht E-Mail-Nutzungsverhalten in Österreich**
- **Über 92 Prozent der E-Mail-User erhalten wöchentlich Newsletter ins private Postfach**
- **GMX und Google führend mit jeweils mehr als 30 Prozent Marktanteil**

Wien, 06.03.2023. Mit der fortschreitenden Digitalisierung wird auch die E-Mail in Österreich immer wichtiger. Insbesondere die Kommunikation mit Behörden und Online-Shops legt zu. Zu diesem Ergebnis kommt das Forschungsinstitut MindTake aus Wien, das im Auftrag von United Internet Media 500 Österreicherinnen und Österreicher zu ihrer E-Mail-Nutzung befragt hat. Die Untersuchung ist repräsentativ für die Internet-Bevölkerung ab 15 Jahren. Für den direkten Kundendialog relevant: Die "E-Mail-Marktstudie Österreich 2023" belegt den hohen Stellenwert von Newslettern auf Konsumenten- und Unternehmensseite.

E-Mail-Kommunikation wächst trotz hohem Niveau

Die Nutzung der elektronischen Post ist bereits auf einem hohen Niveau und nimmt weiter zu: Etwa drei Viertel der Befragten (73,2 %) geben an, dass die Bedeutung der E-Mail-Kommunikation unverändert hoch sei. Bei knapp jedem bzw. jeder fünften E-Mail-Nutzenden (18,2 %) ist die Bedeutung im Vergleich zum Vorjahr sogar gestiegen. Insbesondere die E-Mail-Kommunikation mit Behörden (28,7 %) und im Rahmen von Kaufprozessen / Online-Shopping (28,3 %) gewinnt weiter an Relevanz. Ebenso wird auch der elektronischen Post für den Austausch mit Ausbildungsstätten und für die Weiterbildung (15,8 %) eine höhere Bedeutung beigemessen. Bei der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen sind die Werte noch höher: Über ein Drittel (38,9 %) spricht der E-Mail sowohl bei der Kommunikation mit Unternehmen im Rahmen von Kaufprozessen als auch mit der Ausbildungsstätte und mit Behörden eine wachsende Bedeutung zu.

„Der direkte Draht zu den Konsumentinnen und Konsumenten wird im Wettbewerb immer wichtiger: Information, Kommunikation und Abverkauf, das sind die Stärken des E-Mail-Postfachs. Für den unmittelbaren Kundendialog entwickeln wir GMX mit smarten Features im Intelligenten Postfach und neuen Werbeformaten im Segment Commerce Media kontinuierlich weiter“, sagt Rasmus Giese, CEO von United Internet Media.

Newsletter werden von der großen Mehrheit der E-Mail-User empfangen und gelesen

Über 92 Prozent der österreichischen Onliner erhalten wöchentlich Newsletter auf ihr privates E-Mail-Konto. Bei etwas mehr als einem Fünftel sind es sogar mehr als 20 Newsletter pro Woche. Das Interesse ist hoch: Rund 81 Prozent der E-Mail-User in Österreich lesen die Mailings regelmäßig mindestens einmal im Monat.

Der Versand der elektronischen Post lohnt sich für die Unternehmen: In Österreich haben mehr als ein Drittel der Newsletter-Lesenden (37,3 %) bereits schon einmal etwas aus einem Newsletter heraus gekauft. Frauen sind dabei etwas aktiver: 38,3 Prozent der E-Mail-Leserinnen und 36,0 Prozent der E-Mail-Leser haben bereits aus dem Newsletter heraus einen Kauf abgeschlossen.

Frauen und Männer haben dabei unterschiedliche Kaufmotivationen: Exklusive Angebote und Rabatte sind für 47,7 Prozent der Männer ein Hauptgrund für einen Kauf aus einem Newsletter heraus, bei Frauen sind es 46,2 Prozent. Zudem funktioniert bei Männern der Faktor Zeit: 25,2 Prozent der Käufer, aber nur 16,0 Prozent der Käuferinnen ließen sich durch ein zeitlich begrenztes Angebot locken. Dagegen trägt für 18,6 Prozent der Frauen, aber lediglich 11,9 Prozent der Männer die vereinfachte

Bestellung zur Kaufentscheidung bei. Der „Sofort kaufen“-Button und damit eine Zeitersparnis spielt bei beiden Geschlechtern eine geringe Rolle (Männer 6 %, Frauen 6,4 %).

Knapp ein Drittel der österreichischen E-Mail-Nutzenden verwendet GMX

Die beiden größten Anbieter im österreichischen E-Mail-Markt sind Google (32 %) und GMX (30,8 %). Dahinter folgen mit einigem Abstand Microsoft (13,4 %), A1 (7,9 %), Magenta (4,7 %) und Yahoo (4,1 %). Nutzerinnen und Nutzer von GMX.at sind besonders zufrieden. Sie bewerten GMX als besten E-Mail-Anbieter (Note: 1,74), dahinter landen Google (1,76), A1 (1,93) und Microsoft (2,03).

Laut MindTake gehört GMX in Sachen Vertrauen zu den Top 3 der Internet-Angebote in Österreich: Das größte Vertrauen genießen Standard.at (64,8 %), ORF.at (64,5 %) und GMX.at (62,8 %). Nur geringe Vertrauenswerte erzielen Facebook (28,7 %), Twitter (24,9 %) und TikTok (18,7 %).

Über United Internet Media

United Internet Media (UIM) ist der exklusive Mediavermarkter der United Internet AG. Zum Angebot des Spezialisten für Branding- und Dialog-Produkte gehören die konzerneigenen Portale WEB.DE, GMX und 1&1 sowie die Partnerportale Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Mit 2,30 Mio. Unique Users im durchschnittlichen Monat ([ÖWA 2022-III](#)) gehört das Dachangebot GMX AT zu den Top 10 reichweitenstärksten Online-Angeboten in Österreich. Dank einer intensiven Nutzung über alle Endgeräte hinweg bieten insbesondere die E-Mail-Portale einen schnellen Reichweitaufbau mit hohem Werbedruck. Die Werbelösungen für Branding bestehen aus exklusiven Großformaten und Bewegtbild sowie etablierten Standardwerbeformen – mit hoher Visibilität und nachgewiesener Wirksamkeit. Speziell auf unterschiedliche Nutzersituationen und Endgeräte zugeschnittene Premium-Werbeformate erlauben ein leistungsstarkes Multi Screen Advertising. Sämtliche Kampagnen lassen sich mit dem führenden UIM Quality Targeting zielgruppengenau und endgeräteunabhängig aussteuern. Die hohen Reichweiten und Nutzungsfrequenzen seiner E-Mail-Marken setzt UIM auch gezielt für das digitale Dialog-Marketing ein. Mit innovativen Lösungen für Leadgenerierung, Empfehlungsmarketing, E-Mail-Marketing, Werbeprospekte und Trusted Services deckt UIM hier die ganze Bandbreite ab. Bereits 400 Top-Versendermarken setzen auf das Gütesiegel trustedDialog für den sicheren und vertrauensvollen Kundendialog. UIM unterhält Standorte in Karlsruhe und München sowie Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf und Wien.

Ansprechpartner für die Presse

United Internet Media GmbH
Kay Städele
Unternehmenssprecher
Brauerstrasse 48
76135 Karlsruhe
Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848
kay.staedele@united-internet-media.de