



# E-MAIL-NUTZUNG IN DER SCHWEIZ

E-Mail-Marktstudie 2026

# KAPITELÜBERSICHT

1

E-Mail-Nutzung in der Schweiz

2

Genutzte E-Mail-Anbieter

3

Newsletter-Nutzung in der Schweiz

4

Exkurs: KI im E-Mail-Dienst



# DIE KEY INSIGHTS DER STUDIE AUF EINEN BLICK

## In der deutschsprachigen Schweiz



... **nutzen mehr als 9 von 10 mindestens täglich die E-Mail**, sie spielt dabei in jedem Alter eine große Rolle



... **nimmt die Bedeutung der E-Mail für viele Befragte zu**, 33 Prozent haben im letzten Jahr mehr E-Mails gelesen



... **hat GMX.ch den drittgrößten Anteil am E-Mail-Markt**  
16 Prozent der Befragten sind hauptsächliche Nutzer/-innen

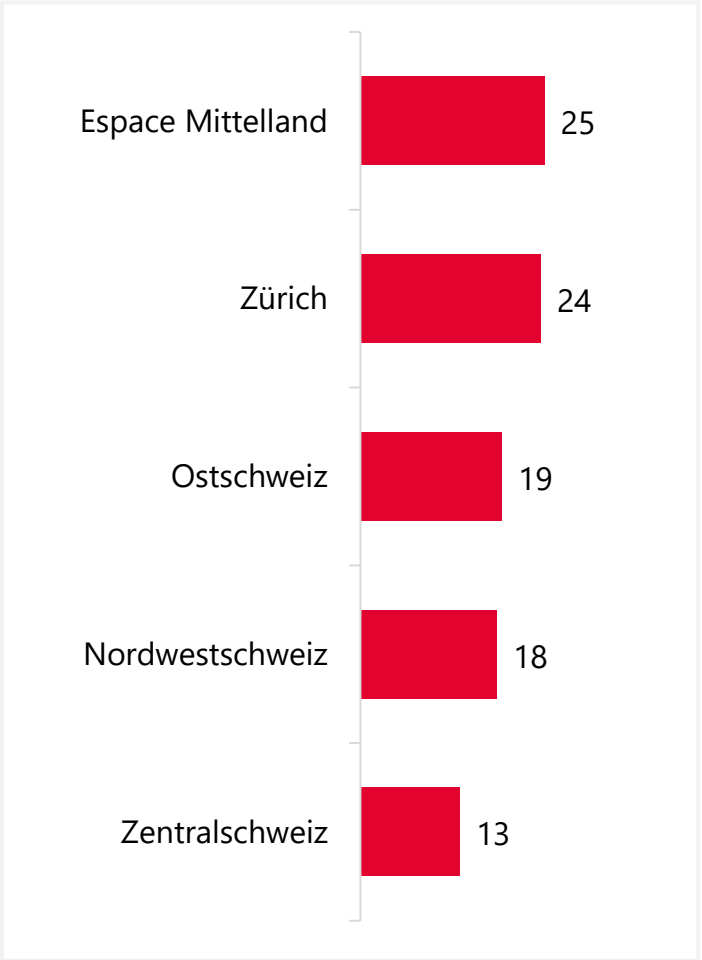
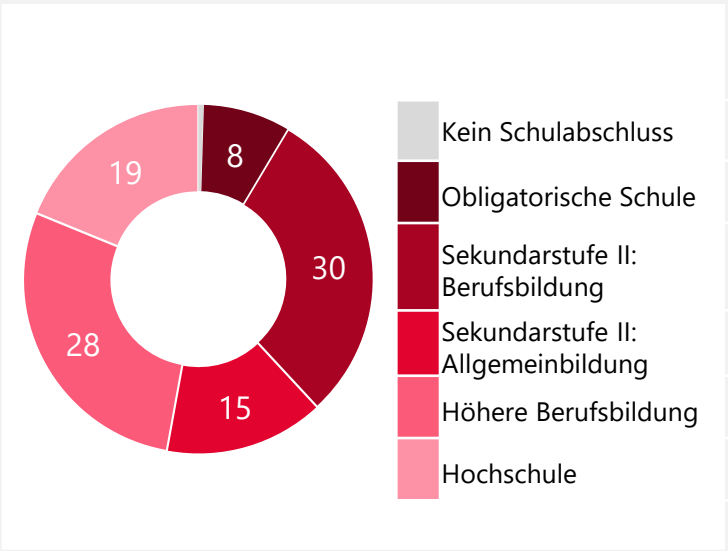
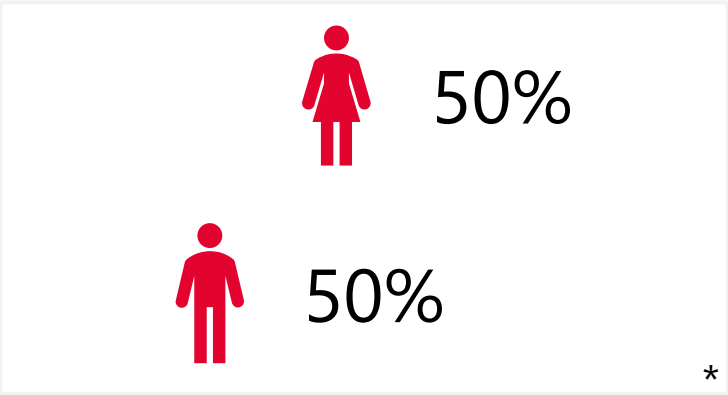


... **lesen 9 von 10 Empfänger/-innen Newsletter**,  
41 Prozent der Lesenden tätigten bereits einen Direktkauf



  
**Zielgruppe:**  
 Onliner aus der deutschsprachigen Schweiz  
 im Alter von 16-79 Jahren

  
**Fallzahl:** n = 1.012





# E-MAIL-NUTZUNG IN DER SCHWEIZ

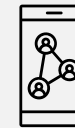
# E-MAIL-NUTZUNG IST DIE HÄUFIGSTE AKTIVITÄT DER ONLINER IN DER DEUTSCHSPRACHIGEN SCHWEIZ

**92 %**

lesen oder schreiben  
mind. täglich E-Mails



**89 %** surfen täglich  
im Internet



**71 %** besuchen mind.  
täglich Social Media



**65 %** sehen mind.  
täglich fern



**42 %** lesen mind.  
täglich Zeitung



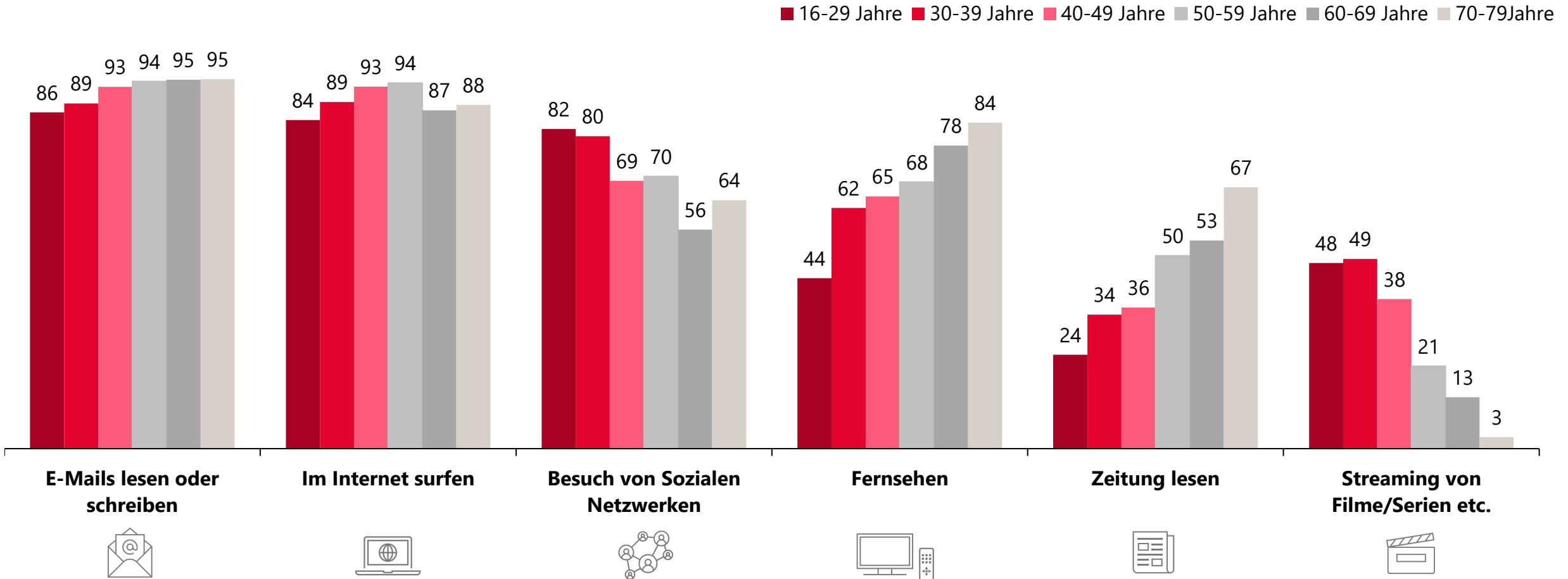
**31 %** streamen  
mind. täglich  
Filme/Serien

Basis: Gesamt, n=1012, mind. tägliche Nutzung, Top 2-Werte

Frage: Wie oft üben Sie die folgenden Tätigkeiten aus? Einfachantwortmatrix: 1 „mehrmals täglich“, 2 „täglich“ bis 7 „seltener“ und 8 „nie“;

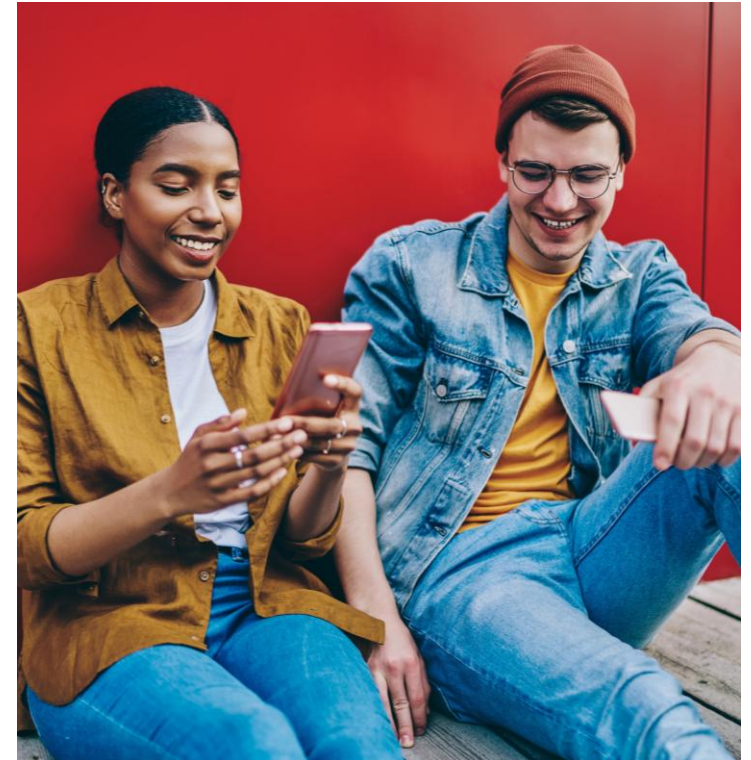
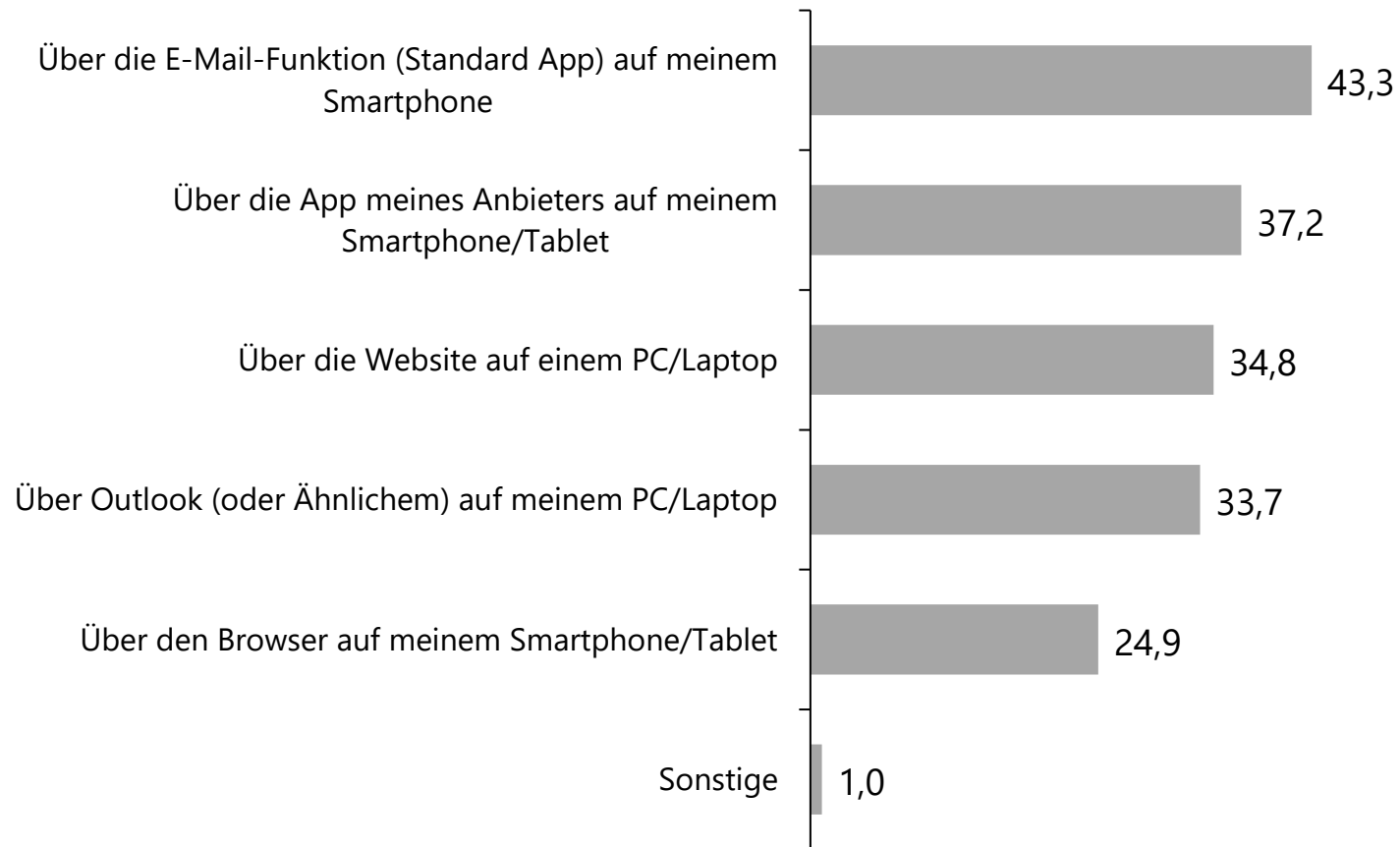
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# E-MAILS WERDEN IN JEDER ALTERSKLASSE INTENSIV GENUTZT



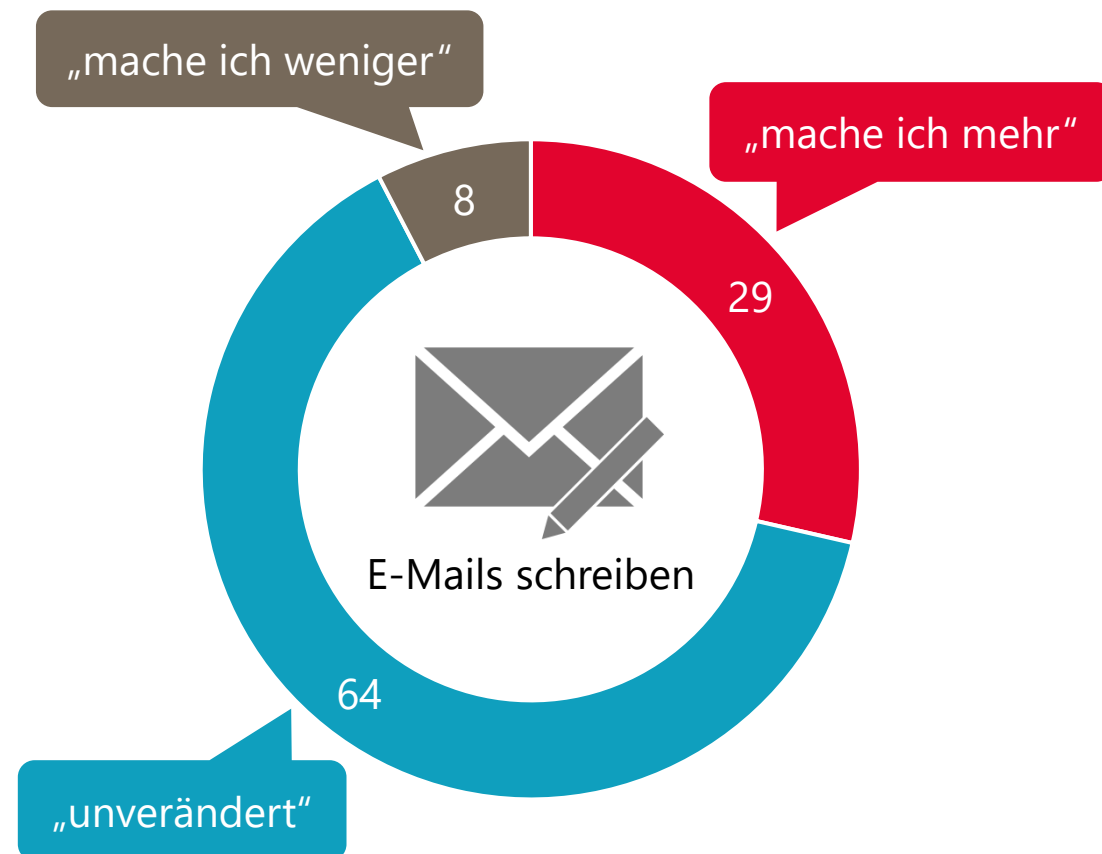
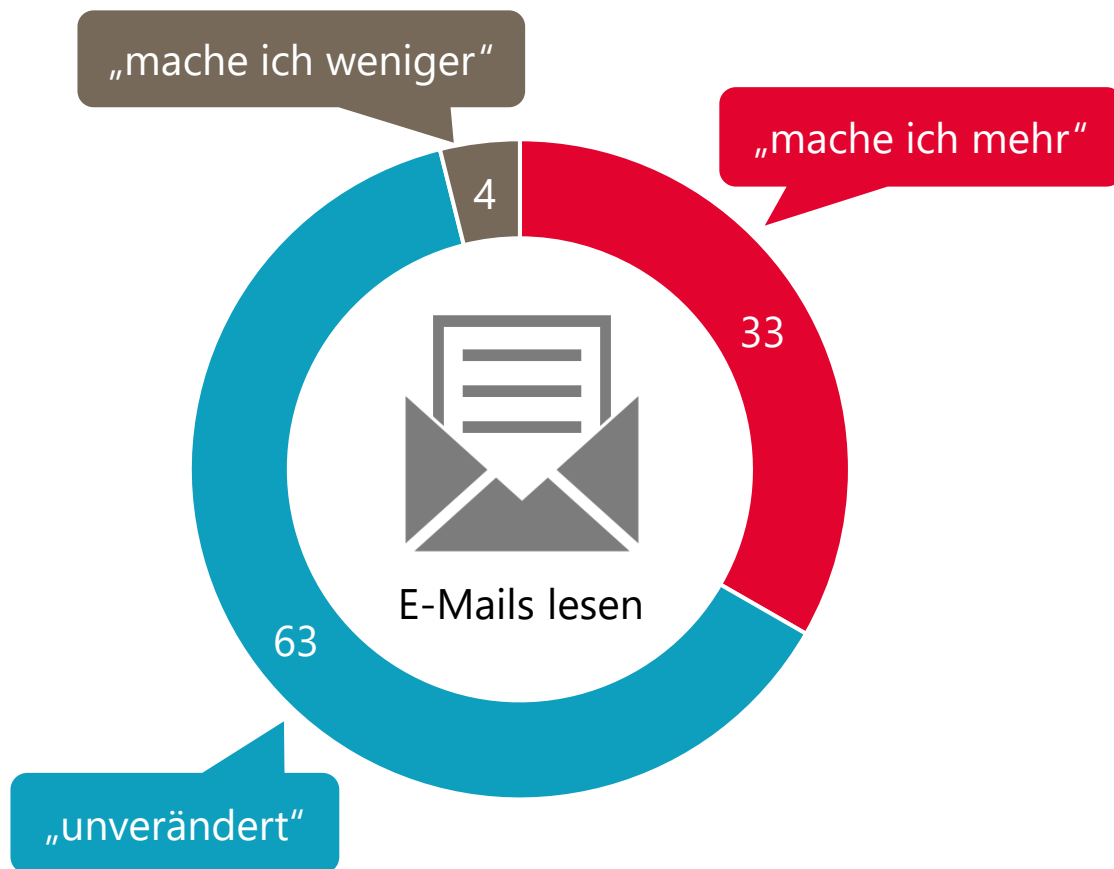
Basis: Gesamt, n(16-29-Jährige)=200, n(30-39-Jährige)=186, n(40-49-Jährige)=180, n(50-59-Jährige)=182, n(60-69-Jährige)=154, n(70-79-Jährige)=109, mind. tägliche Nutzung (Top-2), in % **reppublika**  
 Frage: Wie oft üben Sie die folgenden Tätigkeiten aus? *Einfachantwortmatrix: 1 „mehrmals täglich“, 2 „täglich“ bis 7 „seltener“ und 8 „nie“*  
 Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# PRIVATE E-MAILS WERDEN AM HÄUFIGSTEN ÜBER DIE E-MAIL-FUNKTION AUF DEM SMARTPHONE ABGERUFEN



Basis: Befragte, die privat eine E-Mail-Adresse besitzen, n=1005, in %  
Frage: Wie rufen Sie Ihre privaten E-Mails ab? *Mehrfachauswahl*  
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# JEDE DRITTE BEFRAGTE PERSON GIBT AN, MEHR E-MAILS ALS IM VORJAHR ZU LESEN



Basis: Gesamt, n=1012, in %

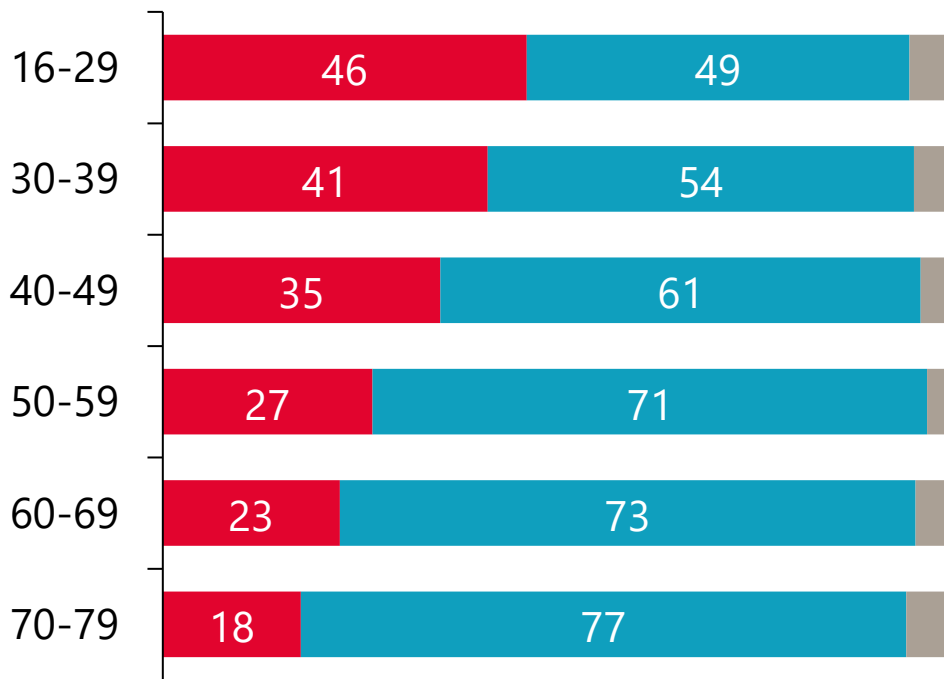
Frage: Was würden sie schätzen, wie hat sich Ihr E-Mail-Nutzungsverhalten im letzten Jahr verändert? *Einfachantwortmatrix*

Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

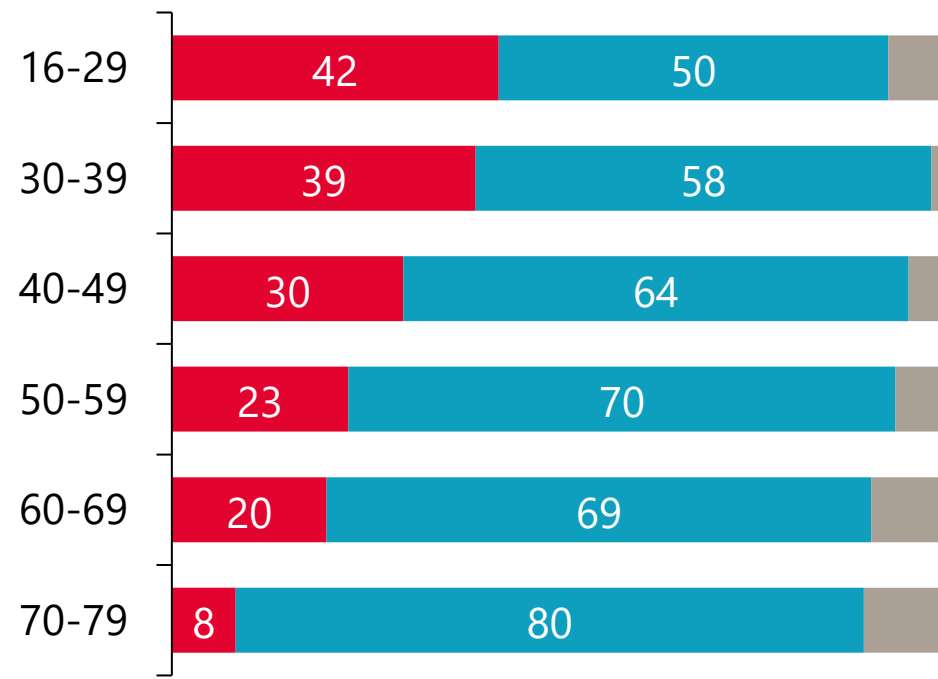
# INSBESONDERE JÜNGERE MENSCHEN GEBEN AN, DIE E-MAIL MEHR ALS IM VORJAHR ZU NUTZEN



E-Mails lesen



E-Mails schreiben

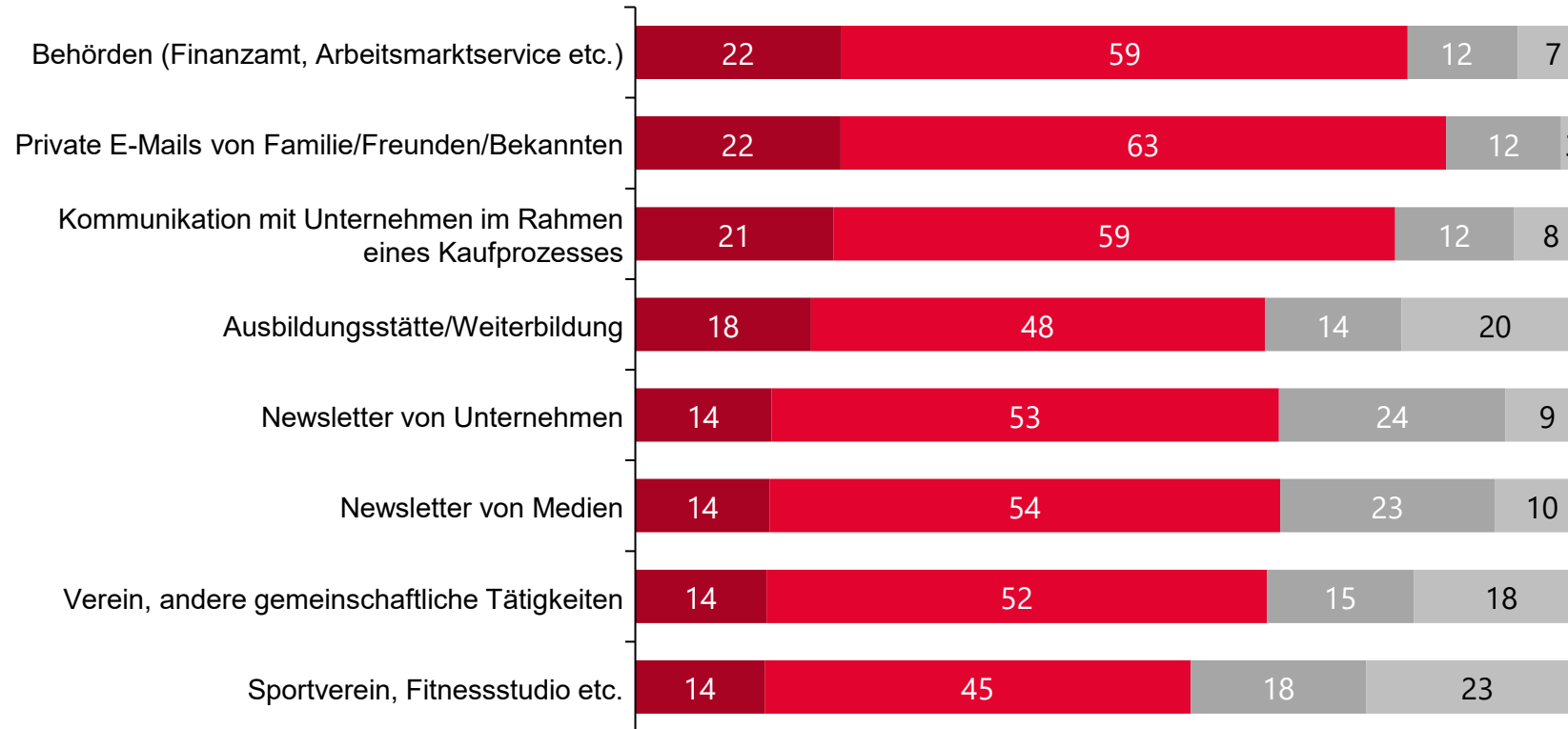


■ mache ich mehr ■ unverändert ■ mache ich weniger

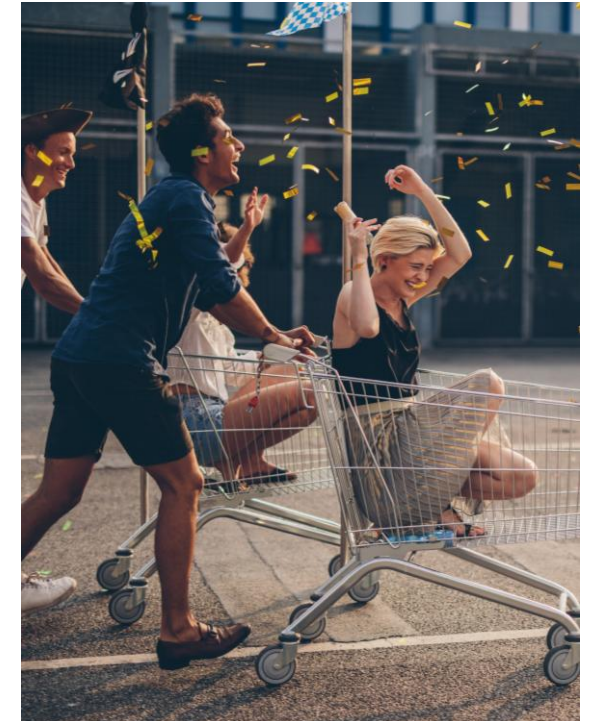
■ mache ich mehr ■ unverändert ■ mache ich weniger

# HÖHERE BEDEUTUNG DER E-MAIL-KOMMUNIKATION UNTER DEUTSCHSPRACHIGEN ONLINERN IN DER SCHWEIZ

■ höhere Bedeutung 
 ■ unverändert 
 ■ weniger Bedeutung 
 ■ Nicht genutzt



Alle Befragten



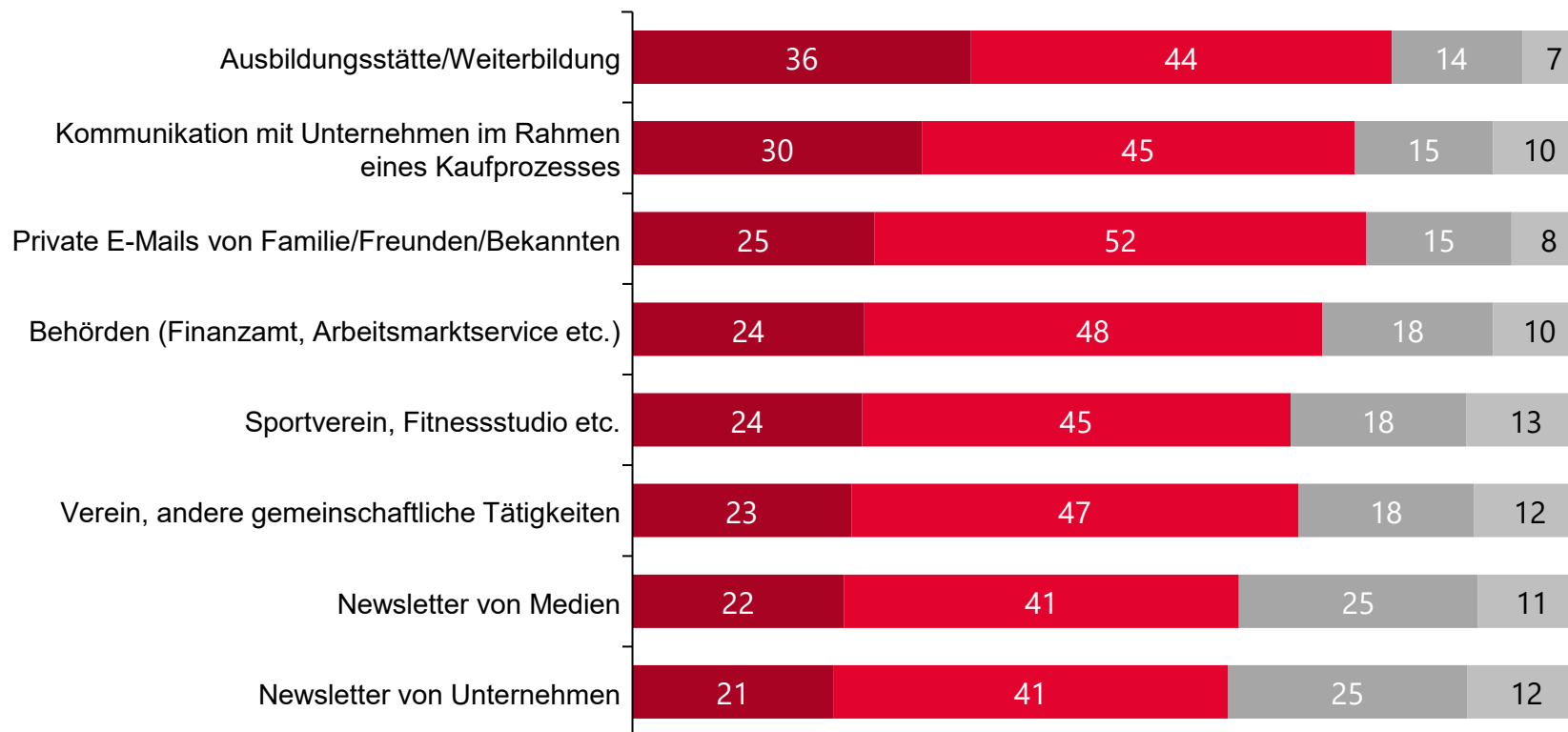
Basis: Gesamt, n=1012, in %, Items zur besseren Lesbarkeit teilweise gekürzt

Frage: Was würden Sie sagen, inwiefern hat sich die Bedeutung folgender Kategorien privater E-Mails für Sie im letzten Jahr verändert? *Einfachantwortmatrix*

Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# HÖHERE BEDEUTUNG DER E-MAIL-KOMMUNIKATION MIT AUSBILDUNG UND MIT UNTERNEHMEN BEI 16-29-JÄHRIGEN

■ höhere Bedeutung 
 ■ unverändert 
 ■ weniger Bedeutung 
 ■ Nicht genutzt



16-29-Jährige



Basis: 16-29-Jährige, n=200, in %, Items zur besseren Lesbarkeit teilweise gekürzt

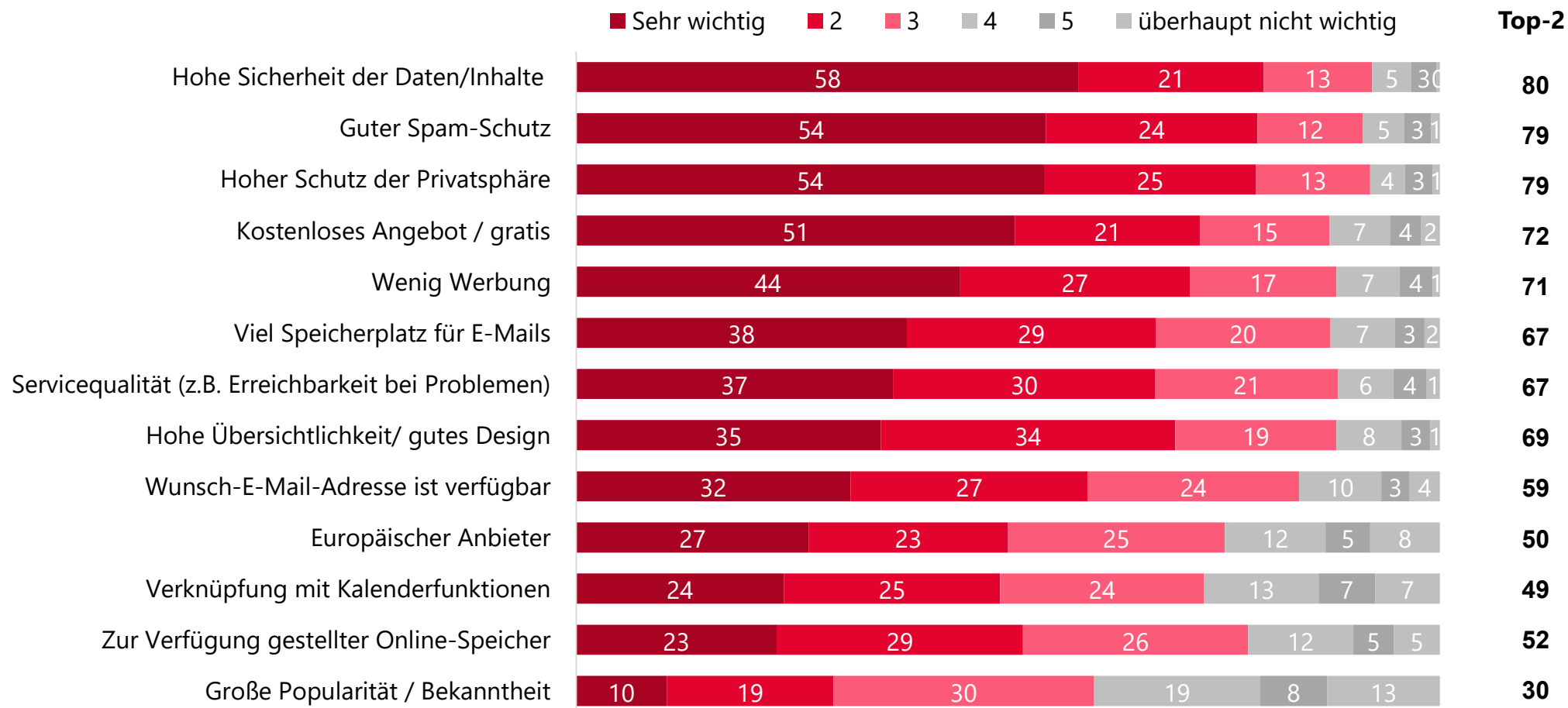
Frage: Was würden Sie sagen, inwiefern hat sich die Bedeutung folgender Kategorien privater E-Mails für Sie im letzten Jahr verändert? *Einfachantwortmatrix*

Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika



GENUTZTE  
E-MAIL-ANBIETER

# BEI EINEM GUTEN E-MAIL-ANBIETER KOMMT ES VOR ALLEM AUF DATENSICHERHEIT UND SPAMSCHUTZ AN

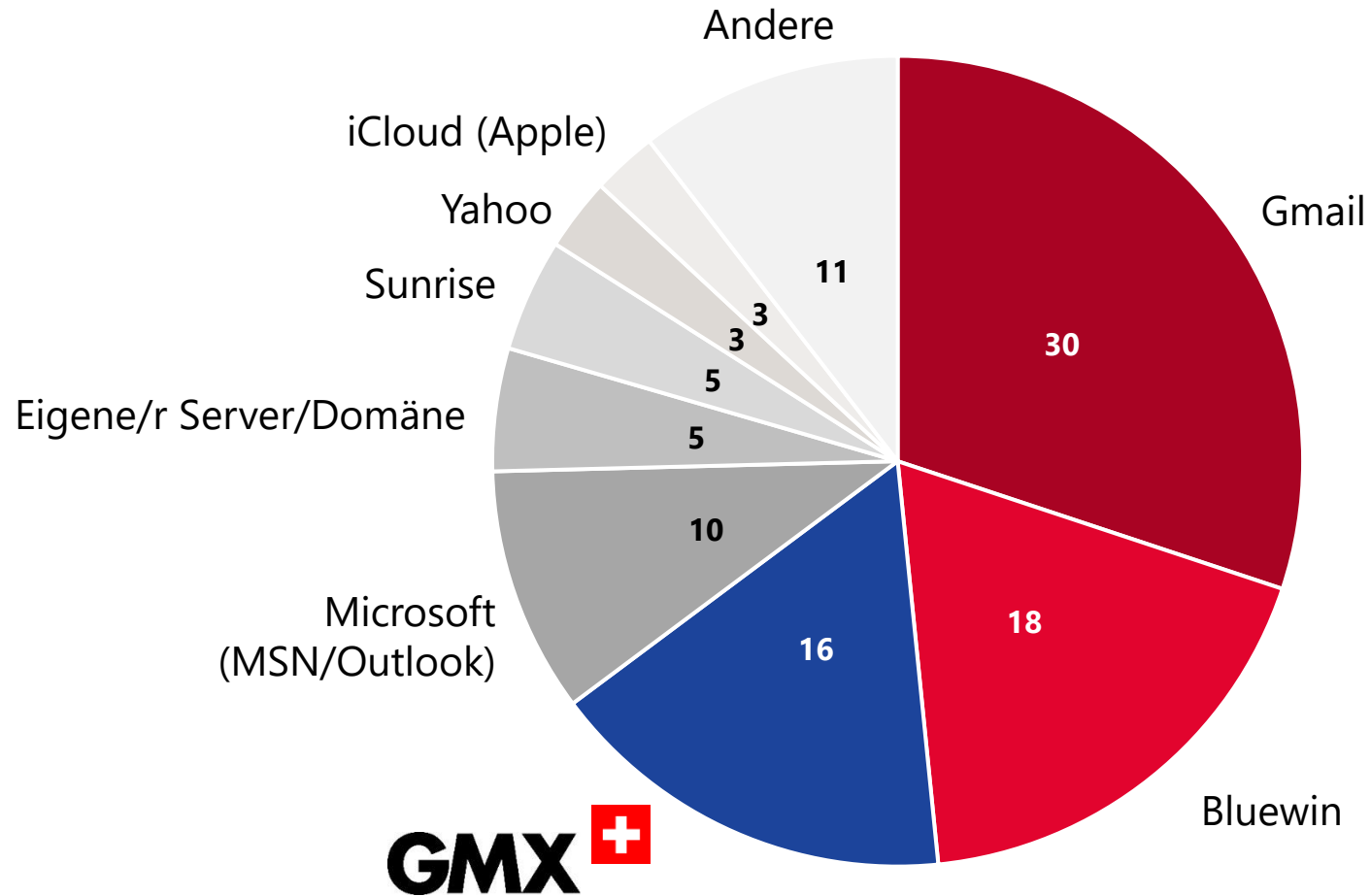


Basis: Gesamt, n=1012, in %, sortiert nach Top-1-Wert, Items für eine bessere Lesbarkeit teilweise gekürzt

Frage: Ganz allgemein gesehen: Wie wichtig sind Ihnen folgende Punkte bei einem guten E-Mail-Anbieter (unabhängig von einem bestimmten Anbieter)?

Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# GMX.CH UNTER DEN TOP-3 E-MAIL-ANBIETERN IN DER DEUTSCHSPRACHIGEN SCHWEIZ

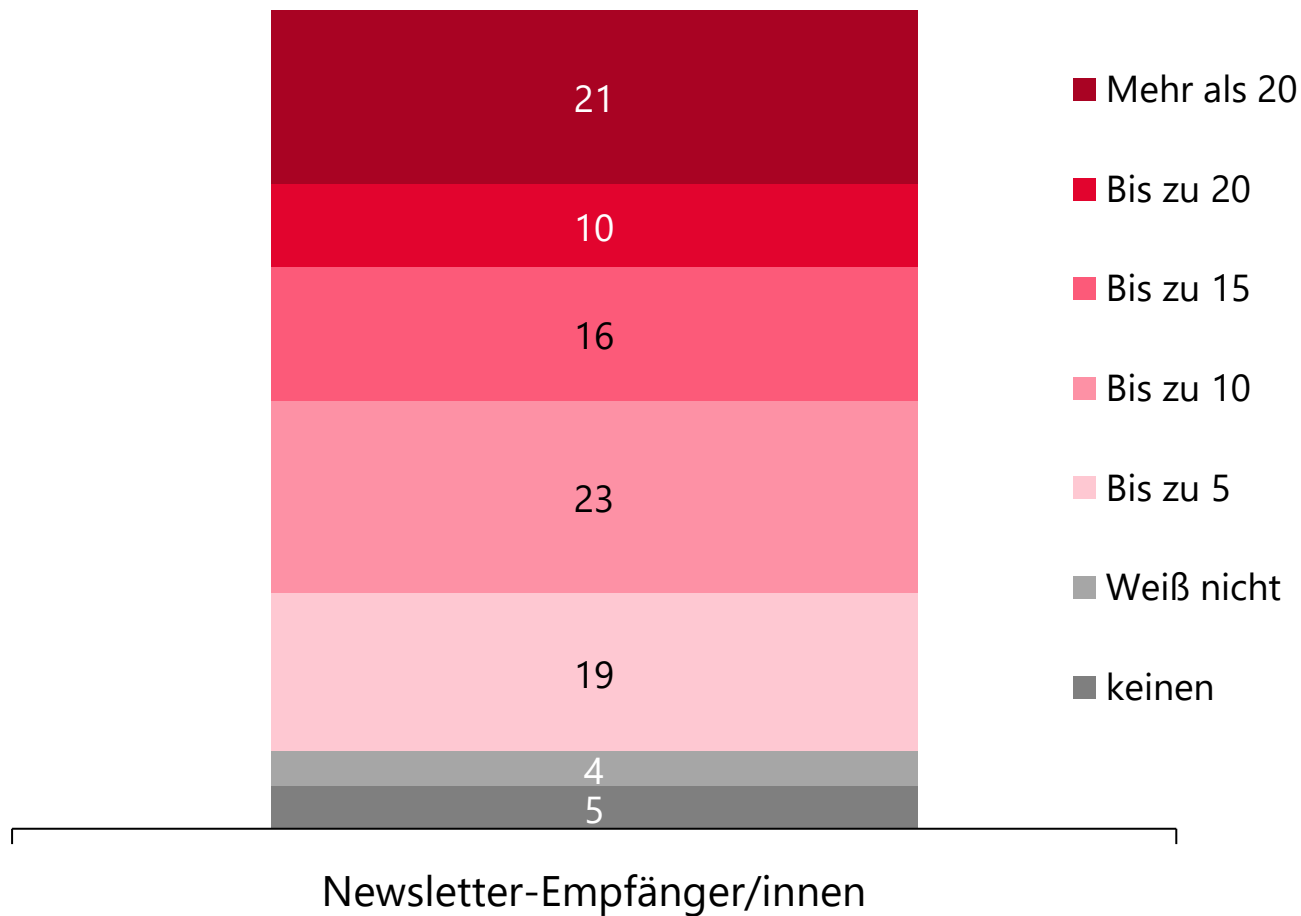


Basis: Befragte, die privat eine E-Mail-Adresse besitzen, n=1005, in %  
Frage: Von welchem Anbieter ist die E-Mail-Adresse, die Sie hauptsächlich nutzen? (=Hauptadresse) *Einfachantwort*  
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika



NEWSLETTER-  
NUTZUNG

# 9 VON 10 ERHALTEN WÖCHENTLICH NEWSLETTER AUF IHR PRIVATES E-MAIL-KONTO

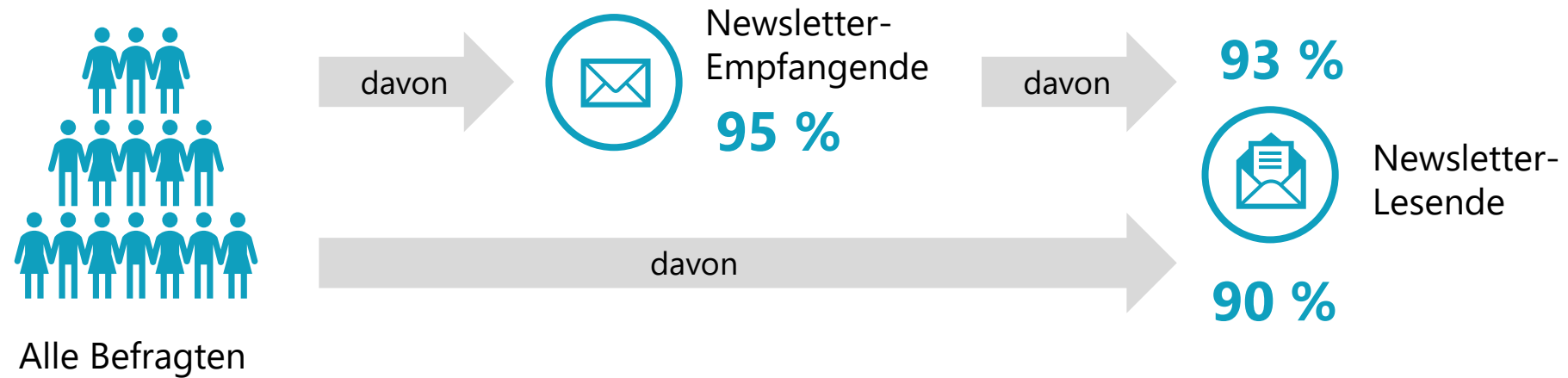


Basis: n=1012, in %

Frage: Wie viele Newsletter erhalten Sie durchschnittlich pro Woche auf Ihr privates E-Mail-Konto? *Einfachauswahl*

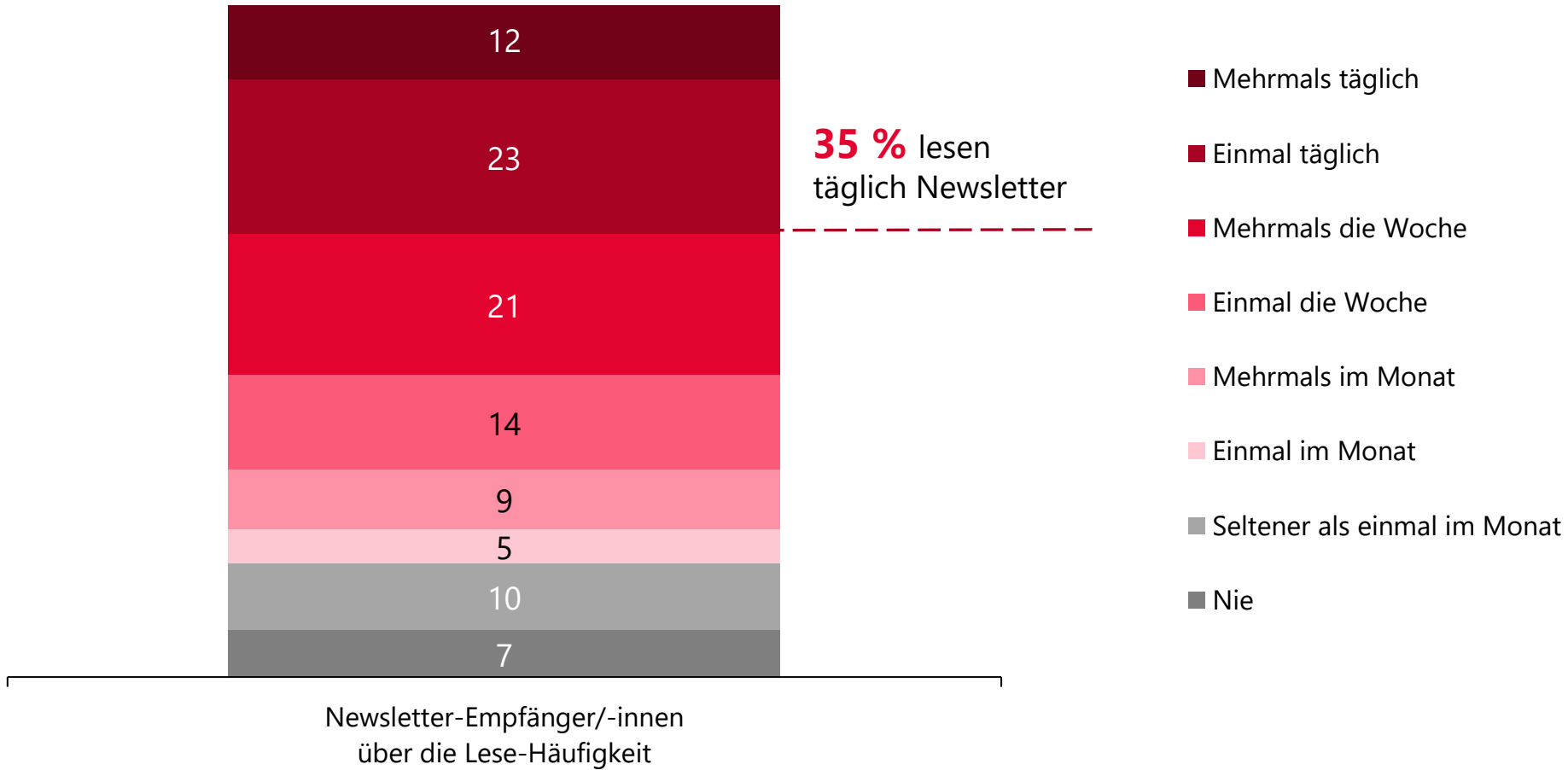
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# 9 VON 10 BEFRAGTEN LESEN NEWSLETTER



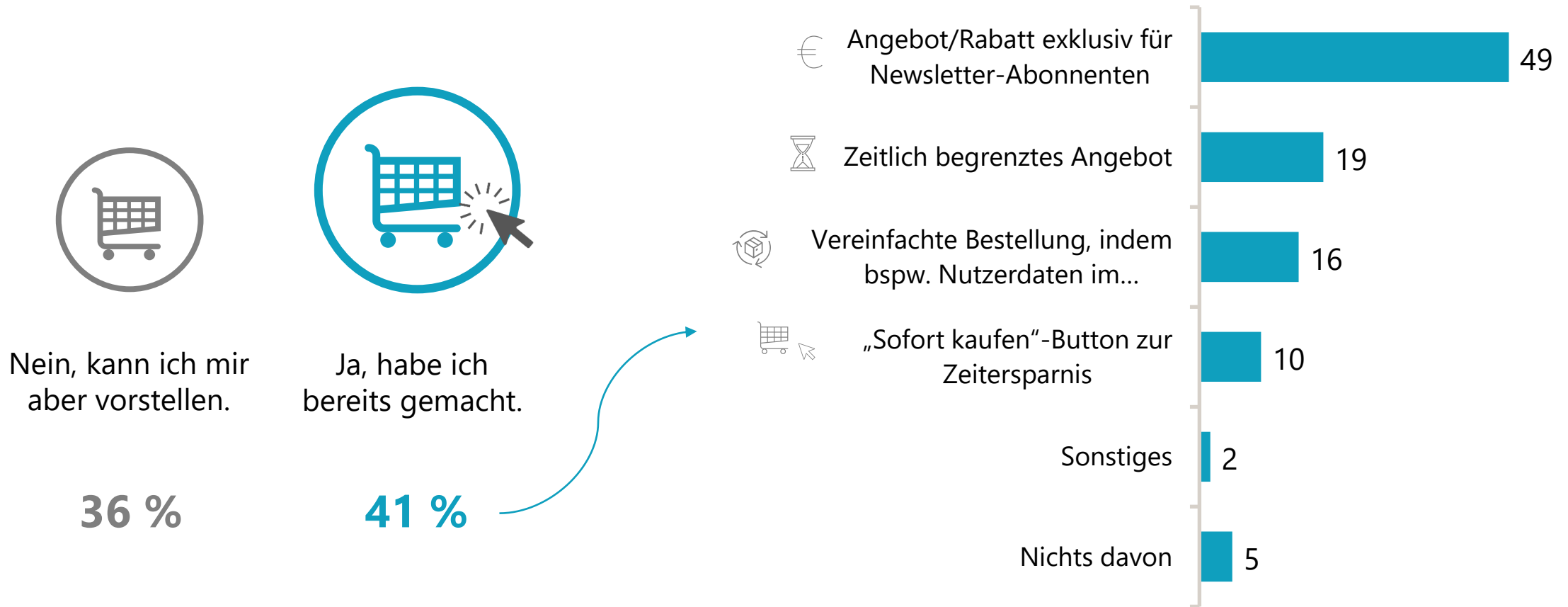
Basis: n(Gesamt)=1012, n(Newsletter-Empfänger/-innen)=959, jeweils Einfachantwort  
Frage: Newsletter-Registrierung: Wie viele Newsletter erhalten Sie durchschnittlich pro Woche auf Ihr privates E-Mail-Konto?  
Einfachauswahl, Newsletter-Lesen: Wie häufig lesen Sie Newsletter? Einfachauswahl  
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# MEHR ALS JEDE DRITTE NEWSLETTER-EMPFÄNGER/-IN LIEST TÄGLICH NEWSLETTER



Basis: Personen, die Newsletter auf ihr privates E-Mail-Konto erhalten, n=959, in %, Einfachantwort  
Frage: Wie häufig lesen Sie Newsletter? *Einfachauswahl*  
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# MEHR ALS 40 PROZENT DER NEWSLETTER-LESENDEN HABEN SCHON EINMAL ETWAS AUS EINEM NEWSLETTER HERAUS GEKAUFT



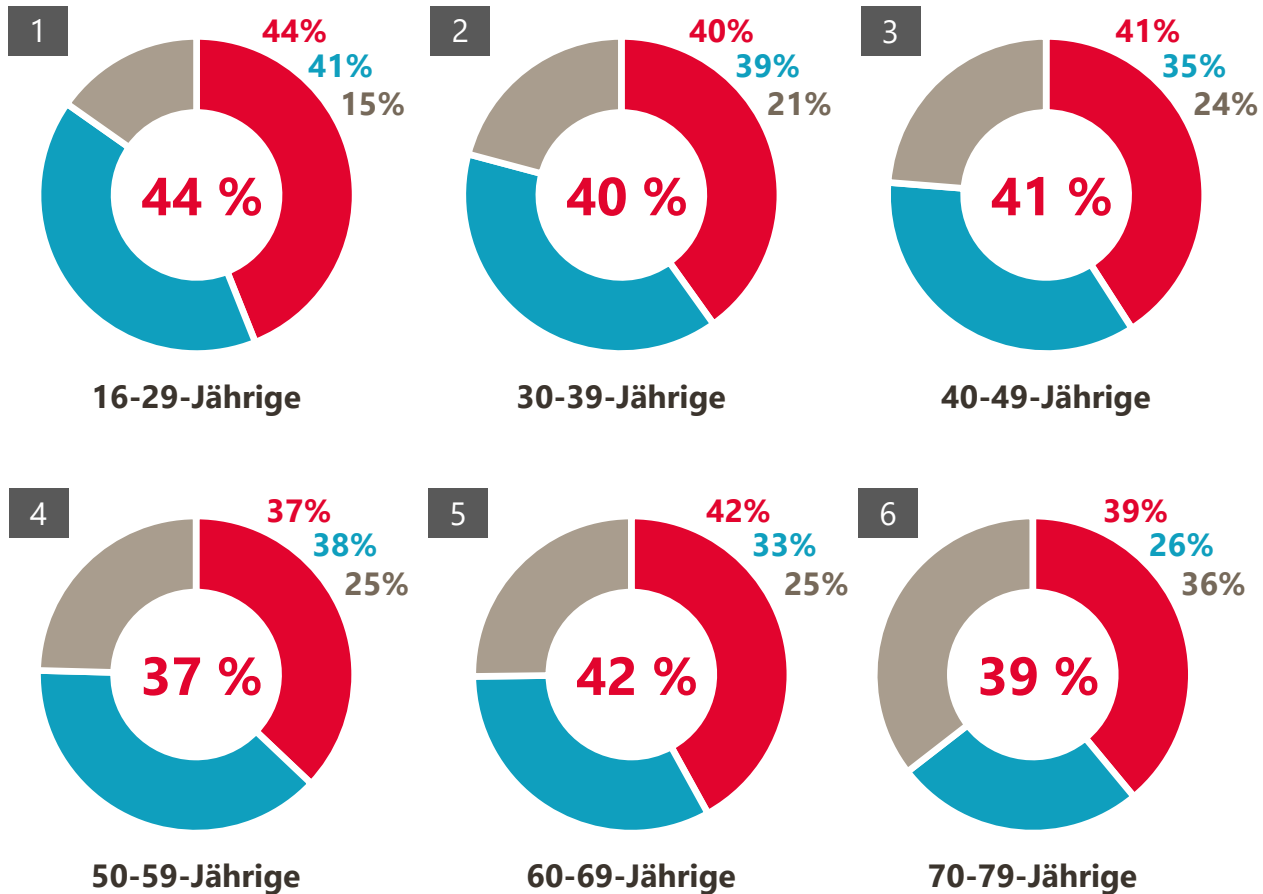
Basis: Newsletter-Lesende, n=888 bzw. Newsletter-Lesende, die ein Angebot schon einmal direkt nach dem Klick gekauft bzw. gebucht haben, n=360, in %

Fragen: Kauf aus Newsletter heraus: Haben Sie schon einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung unmittelbar nach dem Klick auf das Angebot in einem Newsletter gekauft bzw. gebucht?

Einfachauswahl, Kaufgrund: Welcher der folgenden Punkte würde Sie am ehesten dazu bewegen, ein im Newsletter beworbenes Angebot direkt zu kaufen? Einfachauswahl

Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# BEFRAGTE IM ALTER VON 16-29-JAHREN BESTELLEN BESONDERS HÄUFIG DIREKT AUS EINEM NEWSLETTER HERAUS



## Direktbestellung aus einem Newsletter

- Ja, habe ich bereits gemacht.
- Nein, kann ich mir aber vorstellen.
- Nein und kann ich mir auch nicht vorstellen.

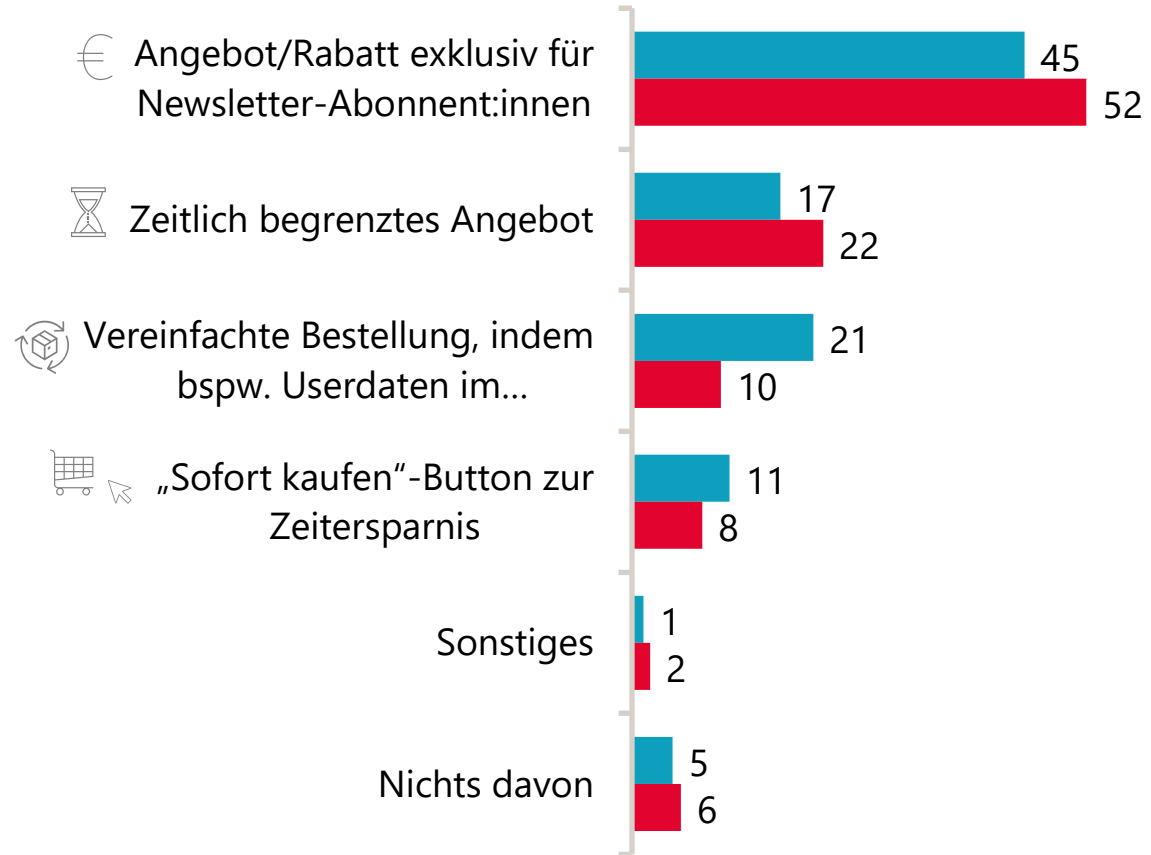
Basis: Newsletter-Lesende, n(16-29-Jährige)=155, n(30-39-Jährige)=164, n(40-49-Jährige)=159, n(50-59-Jährige)=170, n(60-69-Jährige)=139, n(70-79-Jährige)=101, Frage: Kauf aus Newsletter heraus: Haben Sie schon einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung unmittelbar nach dem Klick auf das Angebot in einem Newsletter gekauft bzw. gebucht? Einfachauswahl, Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# MÄNNER LASSEN SICH EHER VON VEREINFACHTEN BESTELLPROZESSEN ÜBERZEUGEN ALS FRAUEN



Ja, habe ich  
bereits gemacht.

Männer **41 %**  
Frauen **40 %**

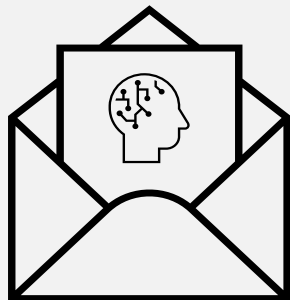


Basis: Newsletter-Lesende (m: n=444, w: n=443) bzw. Newsletter-Lesende, die ein Angebot schon einmal direkt nach dem Klick gekauft bzw. gebucht haben (m: n=182, w: n=178), in %  
Fragen: Kauf aus Newsletter heraus: Haben Sie schon einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung unmittelbar nach dem Klick auf das Angebot in einem Newsletter gekauft bzw. gebucht?  
Einfachauswahl, Kaufgrund: Welcher der folgenden Punkte würde Sie am ehesten dazu bewegen, ein im Newsletter beworbenes Angebot direkt zu kaufen? Einfachauswahl  
Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika



# EINSTELLUNG ZU KI IM E-MAIL-DIENST

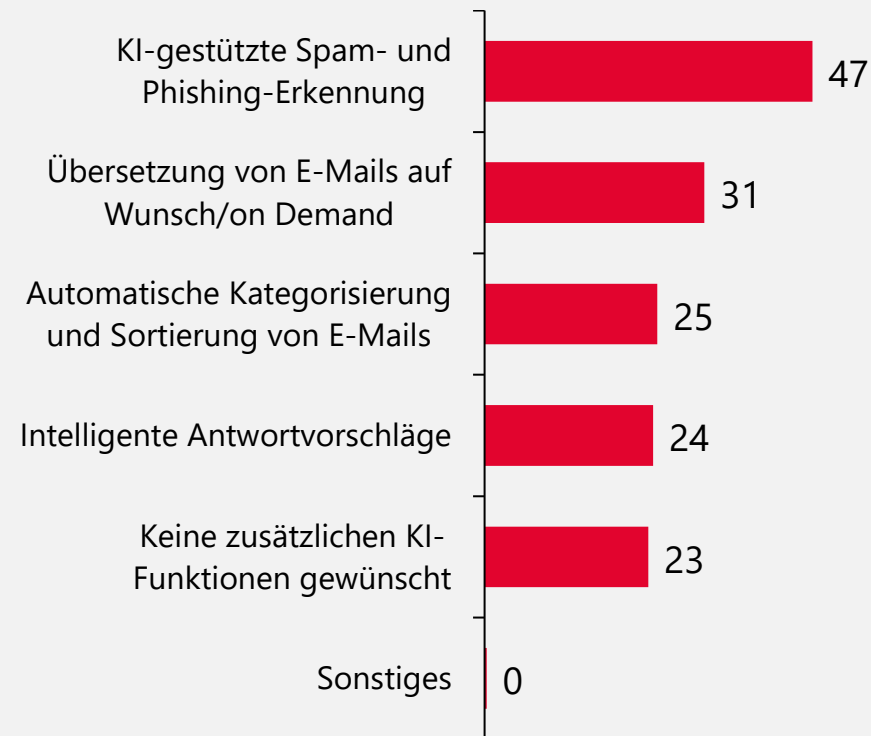
# ZWEI DRITTEL DER BEFRAGTEN HABEN GEGENÜBER KI IN IHREM E-MAIL-DIENST GRUNDSÄTZLICH EINE POSITIVE EINSTELLUNG



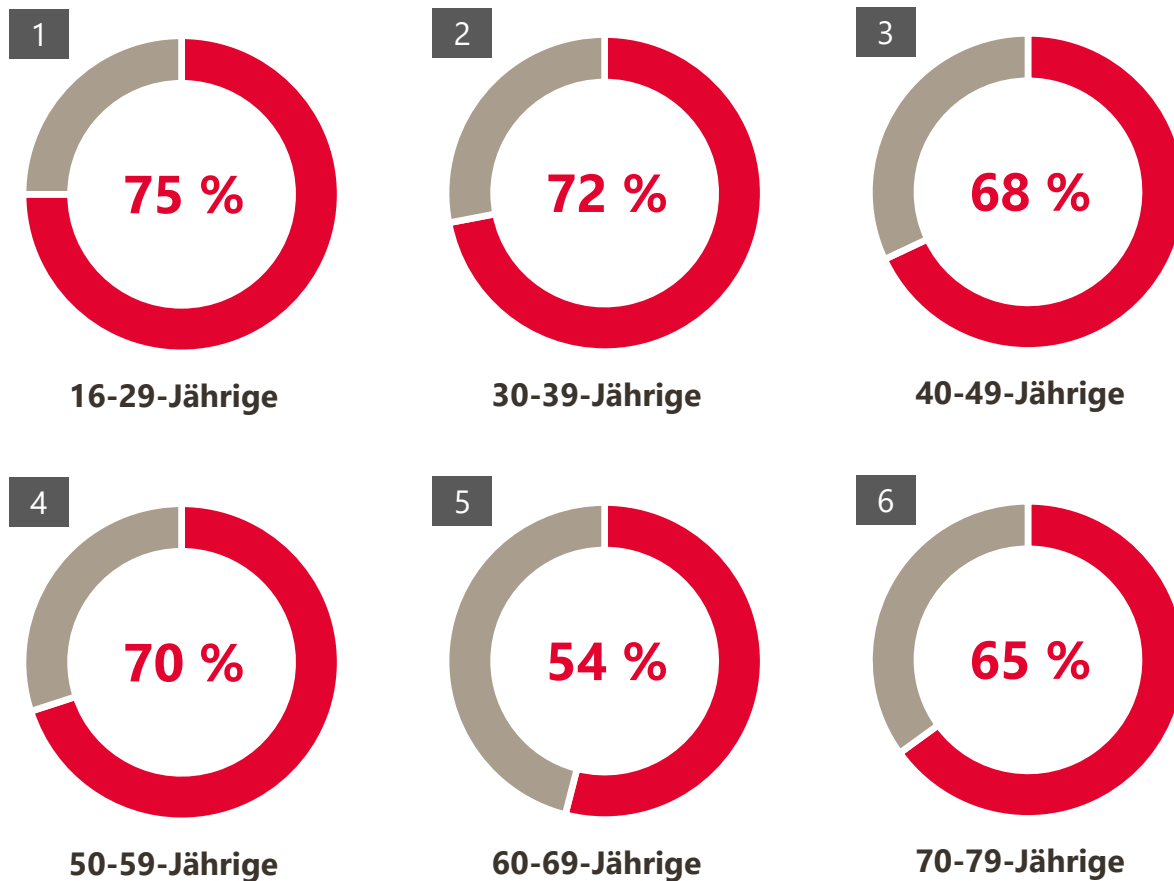
# 68 %

stehen KI in ihrem E-Mail-Dienst grundsätzlich positiv gegenüber (Top-3-Wert).

## Gewünschte KI-Funktionen im E-Mail-Dienst



# INSBESONDERE 16-29-JÄHRIGE STEHEN KI IM E-MAIL-DIENST AUFGESCHLOSSEN GEGENÜBER



### Einstellung gegenüber KI im E-Mail-Dienst

- Grundsätzlich positiv (Top-3)
- Grundsätzlich negativ (Bottom-3)

Basis: Gesamt, n(16-29-Jährige)=200, n(30-39-Jährige)=186, n(40-49-Jährige)=180, n(50-59-Jährige)=182, n(60-69-Jährige)=154, n(70-79-Jährige)=109, Frage: Wie stehen Sie der Möglichkeit gegenüber, Künstliche Intelligenz in Ihrem E-Mail-Dienst nutzen zu können (z.B. zur Spam-Erkennung oder für intelligente Sortierfunktionen)? *Einfachantwortmatrix 1=sehr positiv bis 6=sehr negativ*, Quelle: E-Mail-Marktstudie Schweiz 2026, United Internet Media & Reppublika

# KONTAKT



UNITED INTERNET MEDIA GMBH

[www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de)

[info@united-internet-media.de](mailto:info@united-internet-media.de)



**GMX**



**mail.com**

