

E-MAIL-NUTZUNG IN ÖSTERREICH

E-Mail-Marktstudie 2026

GMX

KAPITELÜBERSICHT

1

E-Mail-Nutzung in Österreich

2

Genutzte E-Mail-Anbieter

3

Newsletter-Nutzung in Österreich

4

Exkurs: KI im E-Mail-Dienst



DIE KEY INSIGHTS DER STUDIE AUF EINEN BLICK

Unter Onlinern in Österreich



... nutzen **knapp 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**, 30 Prozent haben im letzten Jahr mehr E-Mails gelesen.



... hat **GMX.at den zweitgrößten Anteil am E-Mail-Markt** 26 Prozent der Befragten sind hauptsächliche Nutzer/-innen.

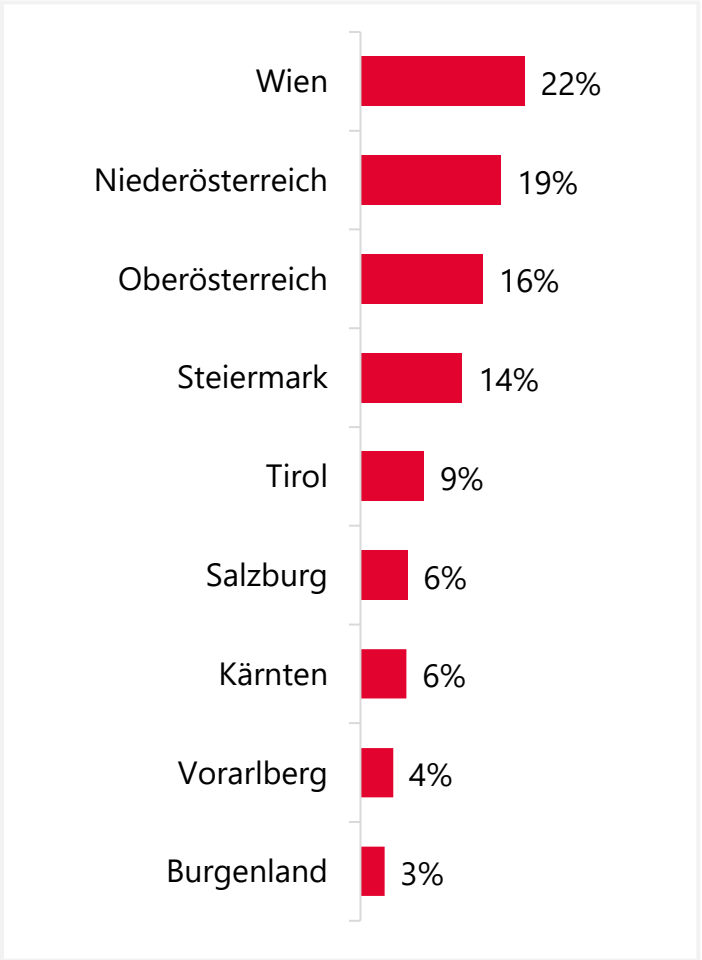
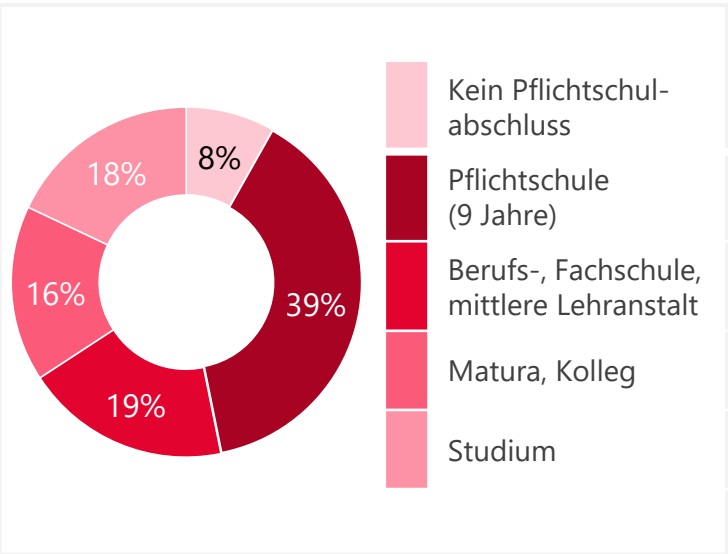
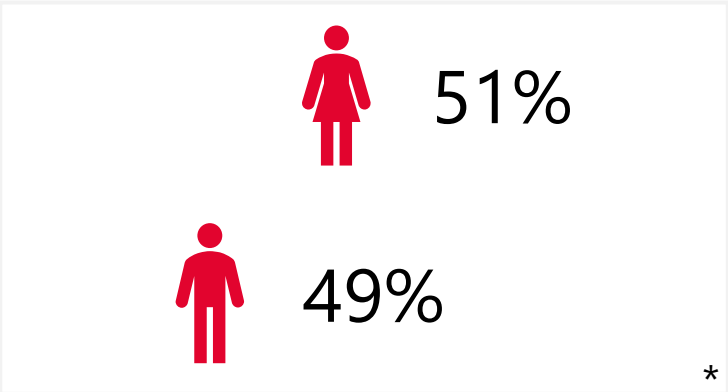


... lesen **9 von 10 Empfänger/-innen Newsletter**, 41 Prozent der Lesenden tätigten bereits einen Direktkauf.




Zielgruppe:
Onliner aus Österreich
im Alter von 16-79 Jahren


Fallzahl: n = 1.011



A young man with dark hair, glasses, and a backpack is smiling while looking at his red smartphone. He is standing in front of a large brick building with arched windows. The scene is brightly lit, suggesting daytime. A red rectangular graphic element is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

E-MAIL-NUTZUNG IN ÖSTERREICH

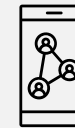
E-MAILS LESEN ODER SCHREIBEN IST DIE HÄUFIGSTE AKTIVITÄT UNTER ONLINERN IN ÖSTERREICH

89 %

lesen oder schreiben
mind. täglich E-Mails



88 % surfen täglich
im Internet



70 % besuchen mind.
täglich Social Media



70 % sehen mind.
täglich fern



38 % lesen mind.
täglich Zeitung



36 % streamen mind.
täglich Filme/Serien

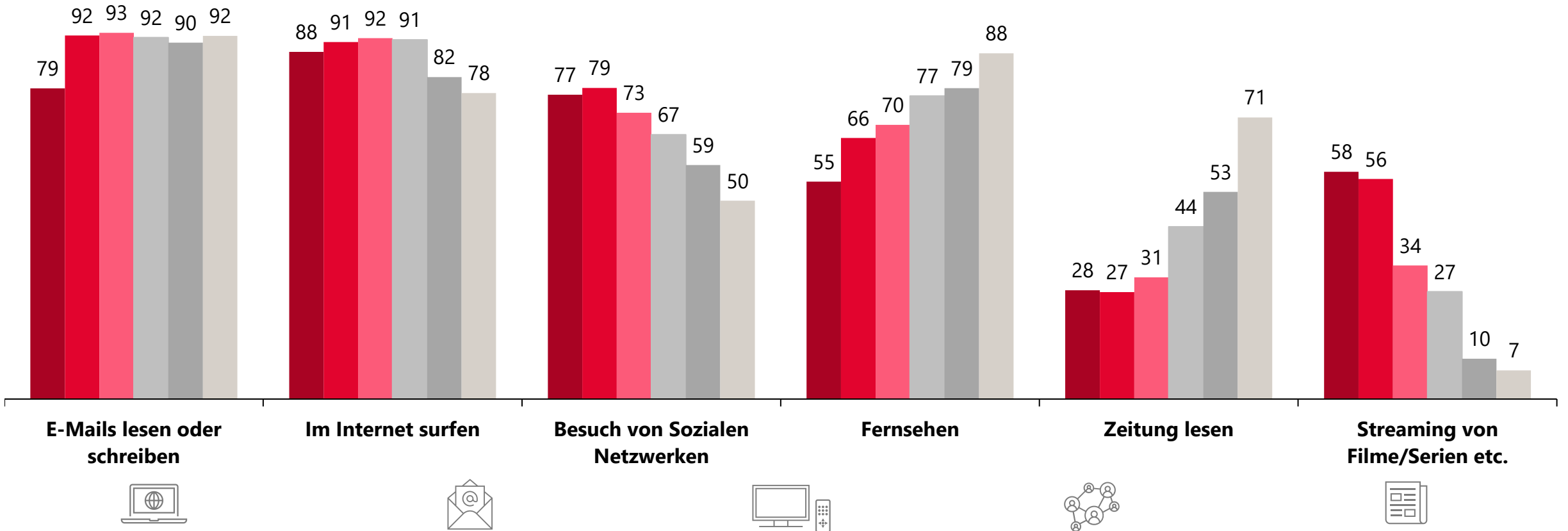
Basis: Gesamt, n=1.011, mind. tägliche Nutzung, in %

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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

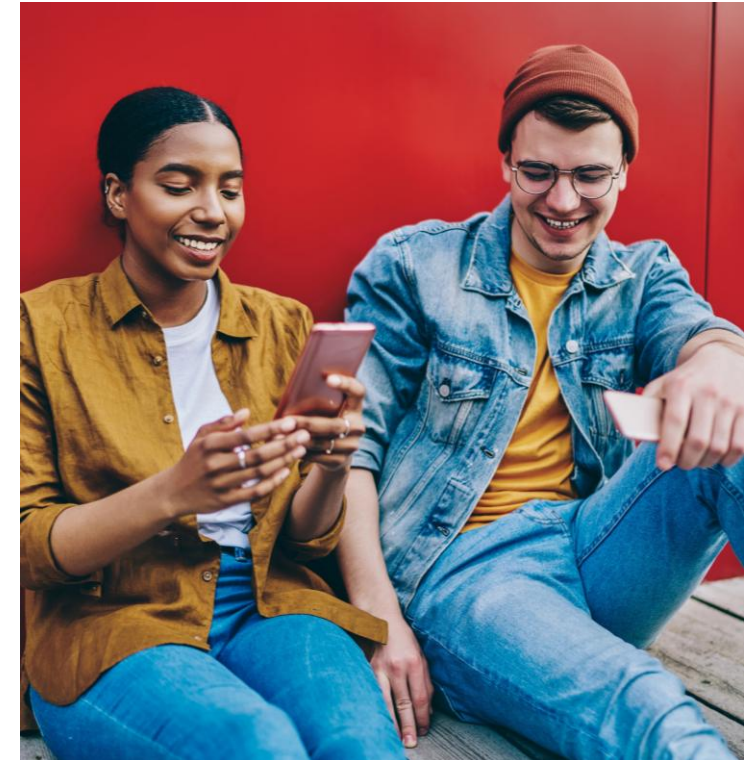
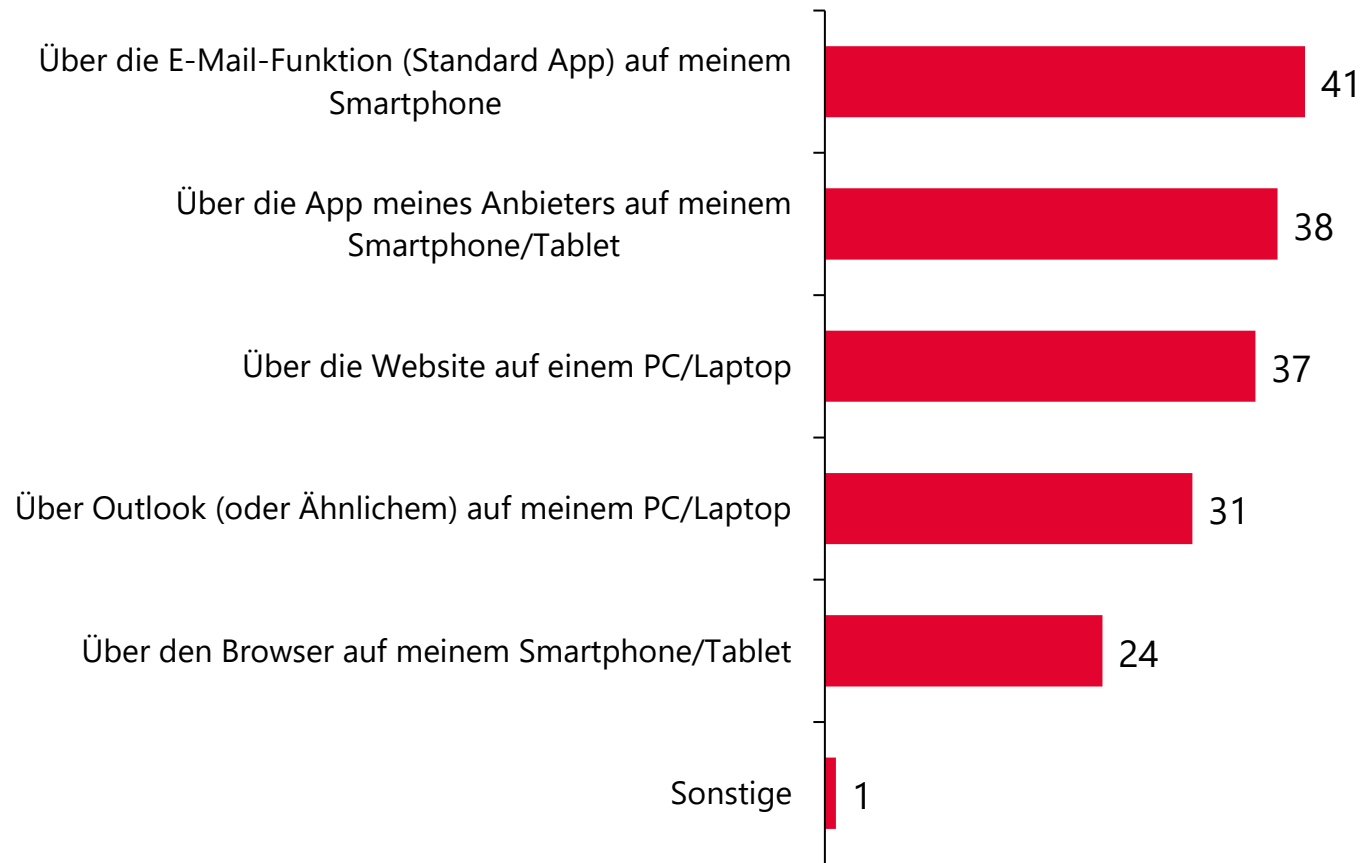
E-MAILS WERDEN IN JEDER ALTERSKLASSE INTENSIV GENUTZT

■ 16-29 Jahre ■ 30-39 Jahre ■ 40-49 Jahre ■ 50-59 Jahre ■ 60-69 Jahre ■ 70-79 Jahre



Basis: Gesamt, n(16-29-Jährige)=232, n(30-39-Jährige)=180, n(40-49-Jährige)=174, n(50-59-Jährige)=200, n(60-69-Jährige)=139, n(70-79-Jährige)=86, mind. tägliche Nutzung, in %
 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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

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

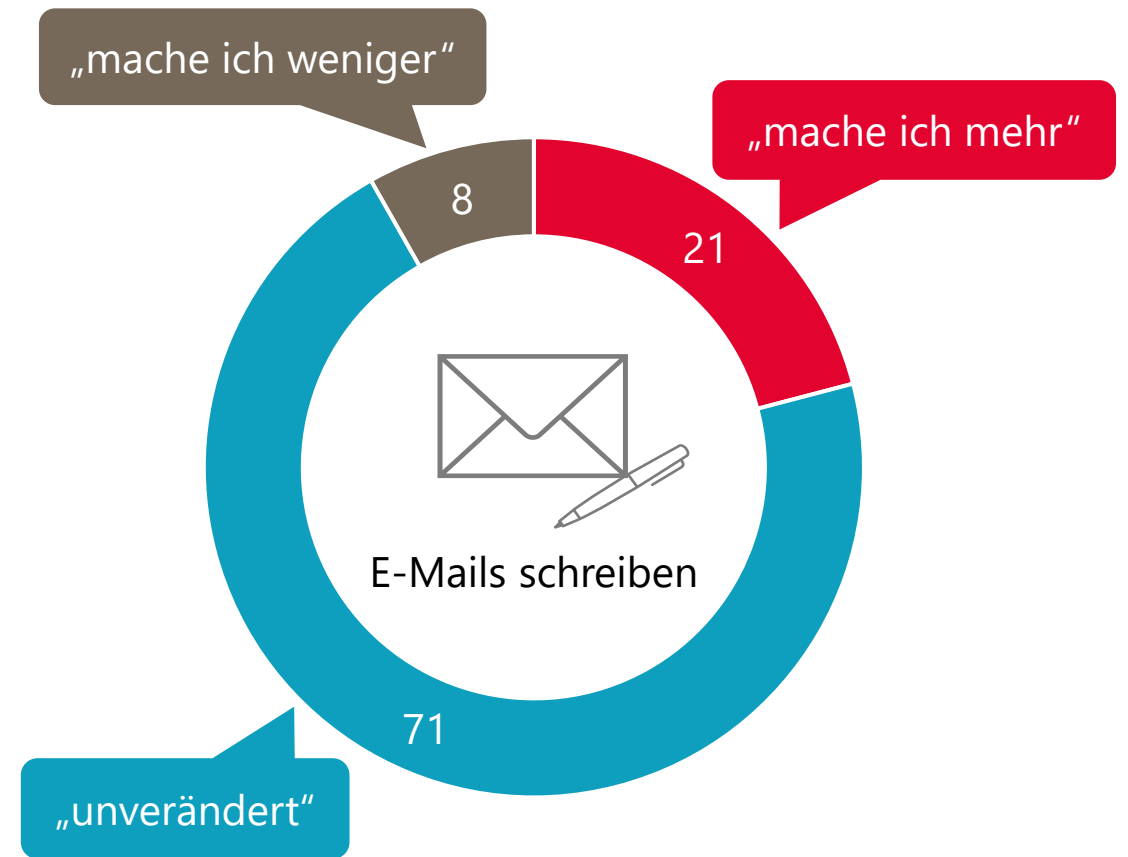
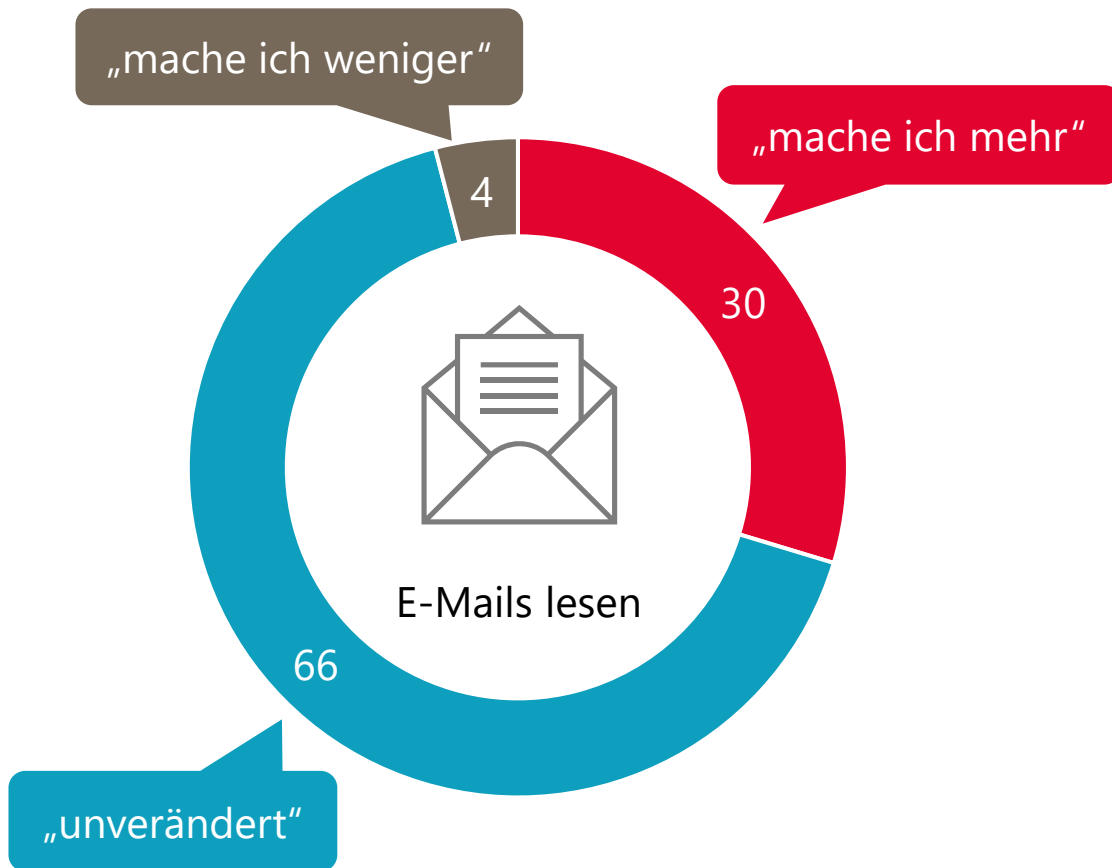


Basis: Gesamt, n=1.003, in %

Frage: Wie rufen Sie Ihre privaten E-Mails ab? *Mehrfachauswahl*

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

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



Basis: Gesamt, n=1.011, in %

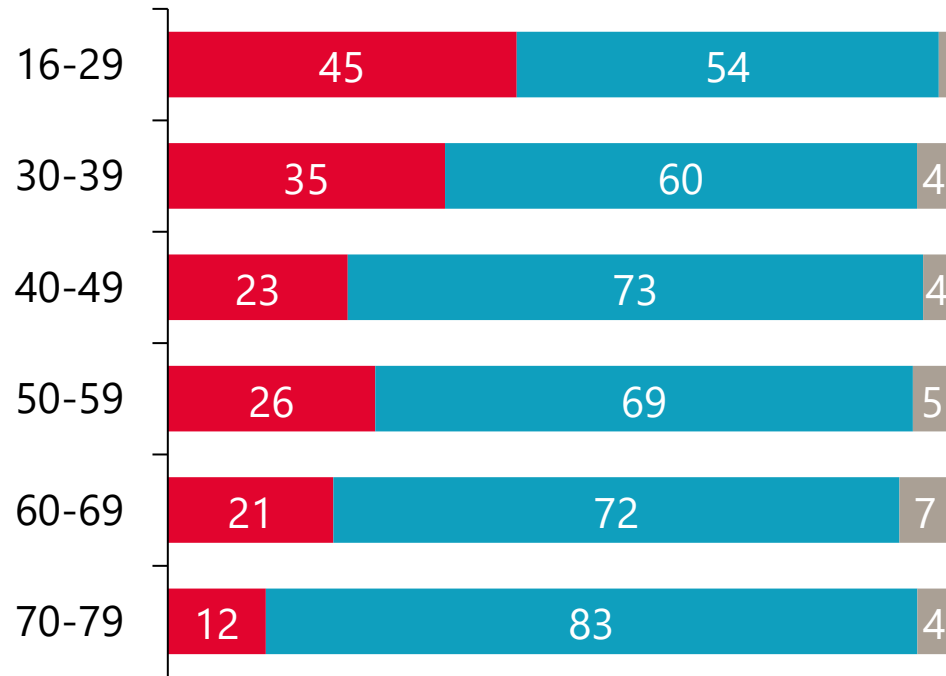
Frage: Was würden sie schätzen, wie hat sich Ihr E-Mail-Nutzungsverhalten im letzten Jahr verändert? *Einfachantwortmatrix*

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

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



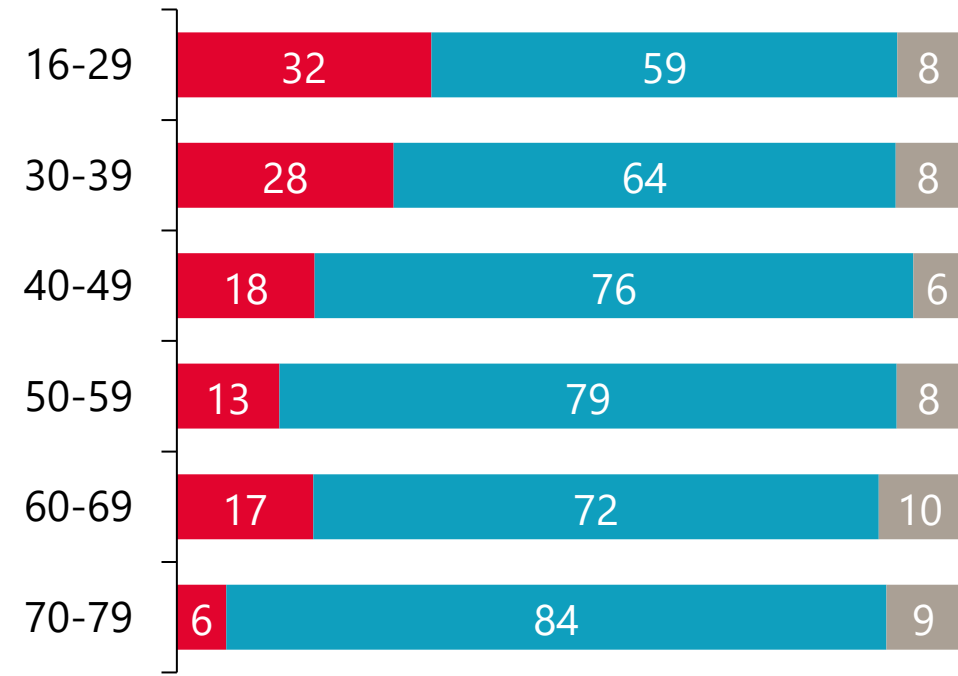
E-Mails lesen



■ mache ich mehr ■ unverändert ■ mache ich weniger



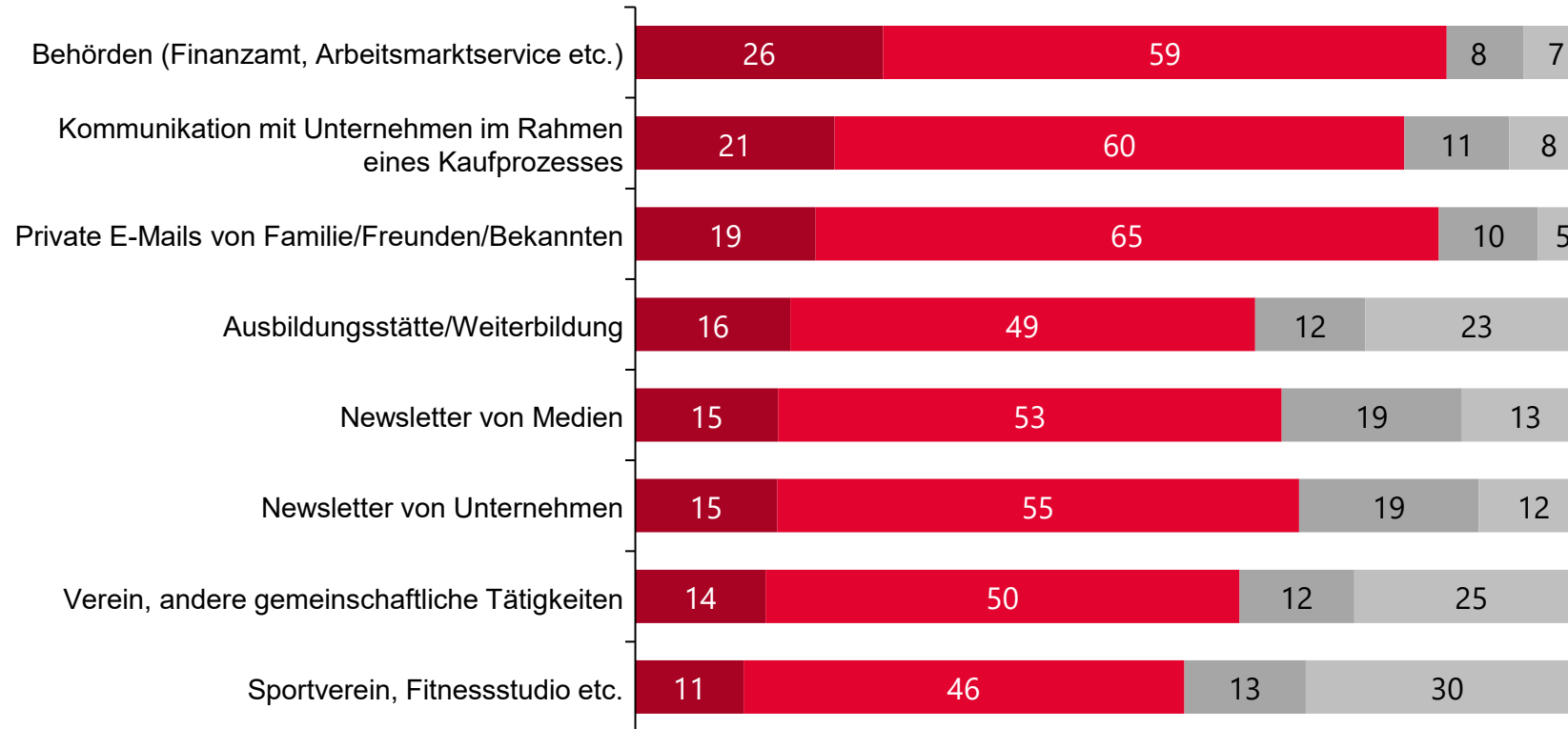
E-Mails schreiben



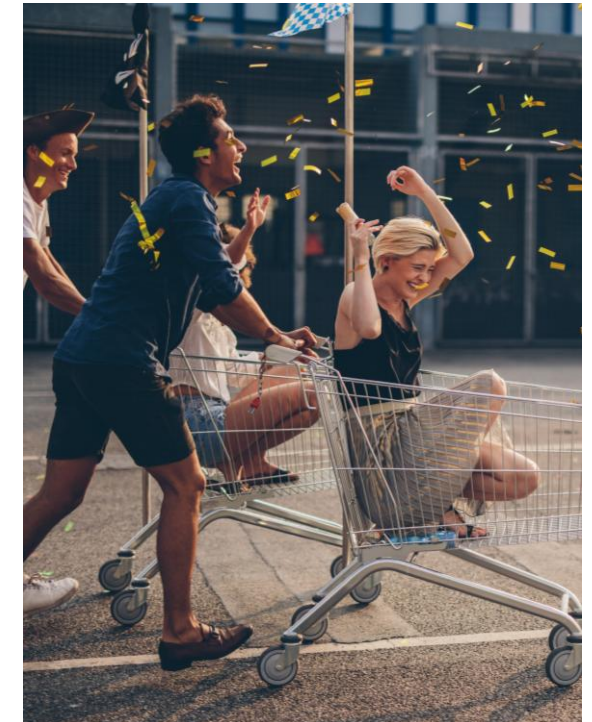
■ mache ich mehr ■ unverändert ■ mache ich weniger

HÖHERE BEDEUTUNG DER E-MAIL-KOMMUNIKATION UNTER ONLINERN IN ÖSTERREICH

■ höhere Bedeutung
 ■ unverändert
 ■ weniger Bedeutung
 ■ Nicht genutzt



Alle Befragten



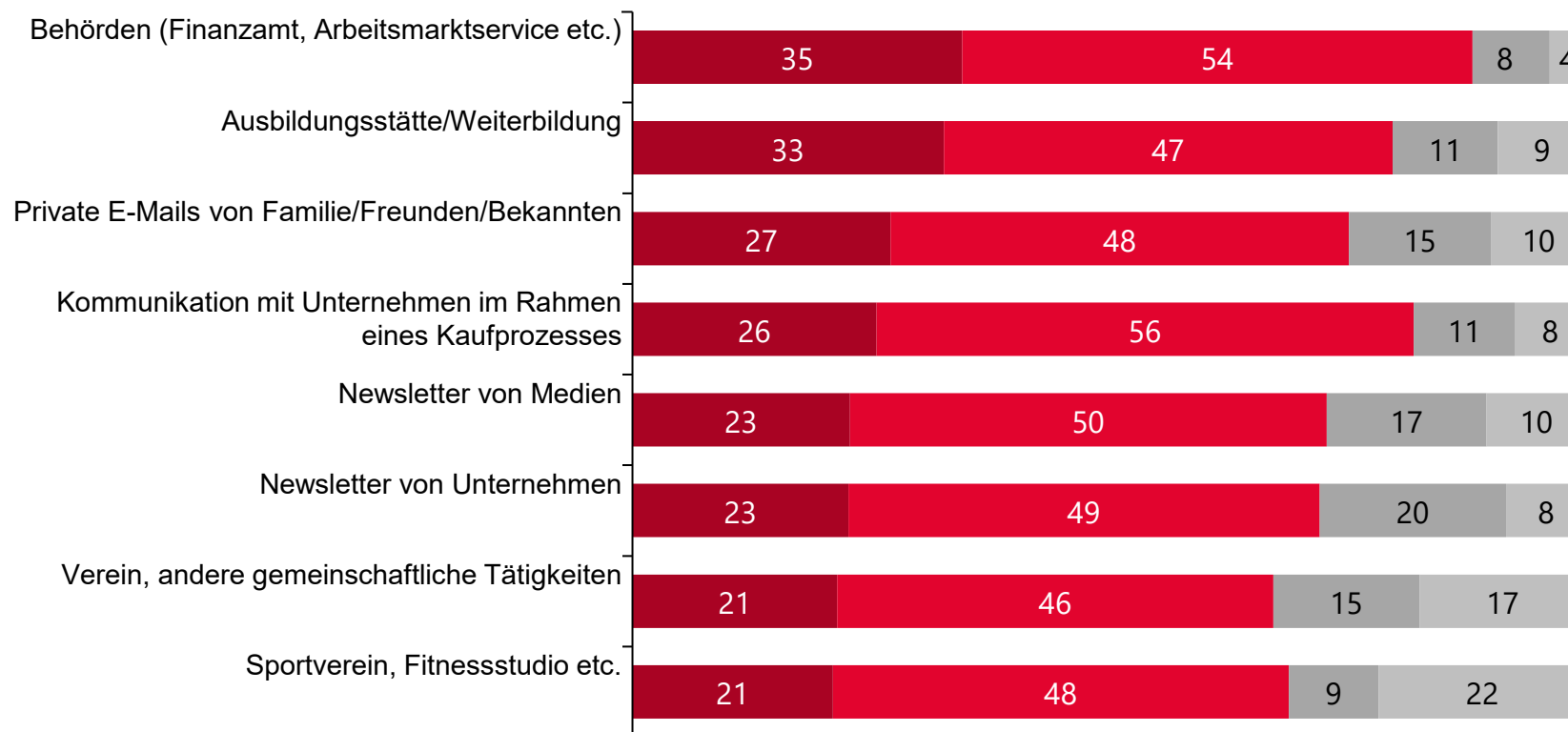
Basis: Gesamt, n=1.011, in %, Items zur besseren Lesbarkeit teilweise gekürzt

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 Österreich 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=232, in %, Items zur besseren Lesbarkeit teilweise gekürzt

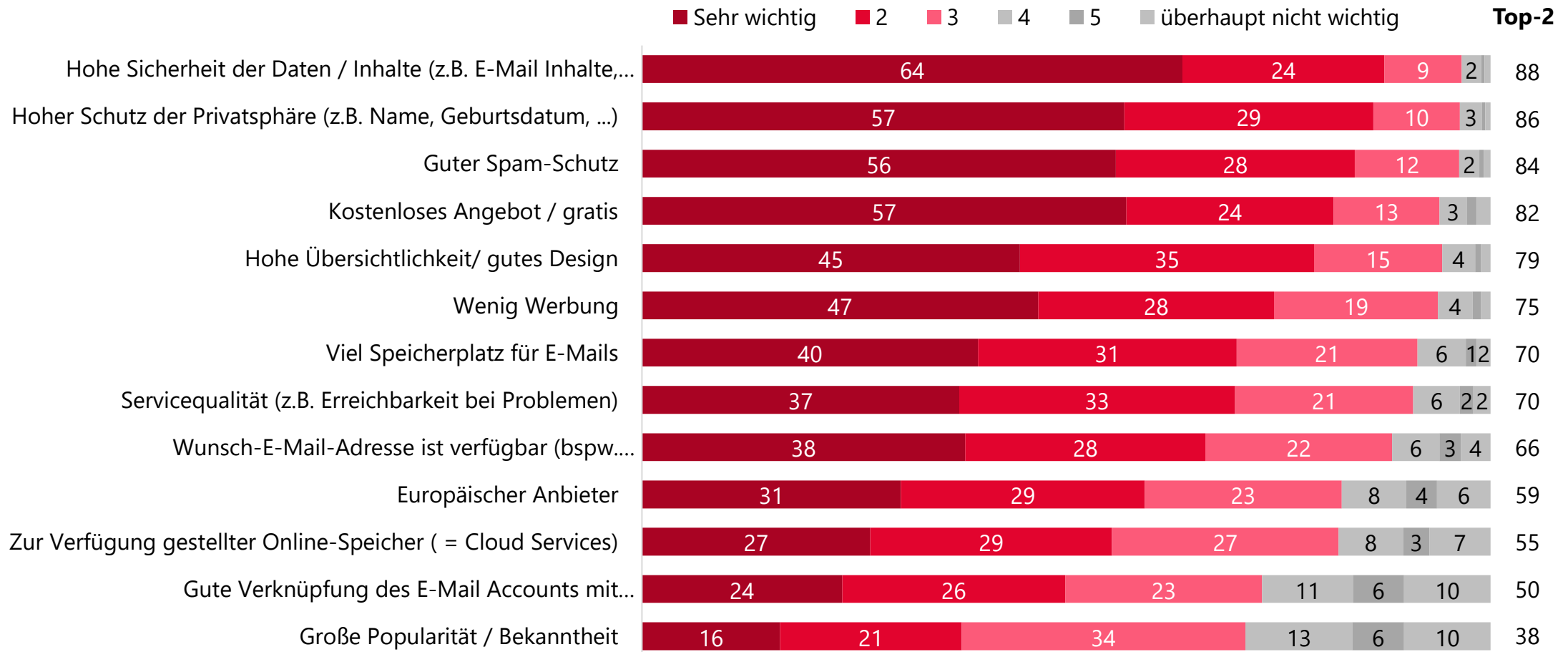
Frage: Was würden Sie sagen, inwiefern hat sich die Bedeutung folgender Kategorien privater E-Mails für Sie im letzten Jahr verändert? *Einfachantwortmatrix*

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



GENUTZTE E-MAIL-ANBIETER

BEI EINEM GUTEN E-MAIL-ANBIETER KOMMT ES VOR ALLEM AUF DATENSICHERHEIT UND DEN SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE AN

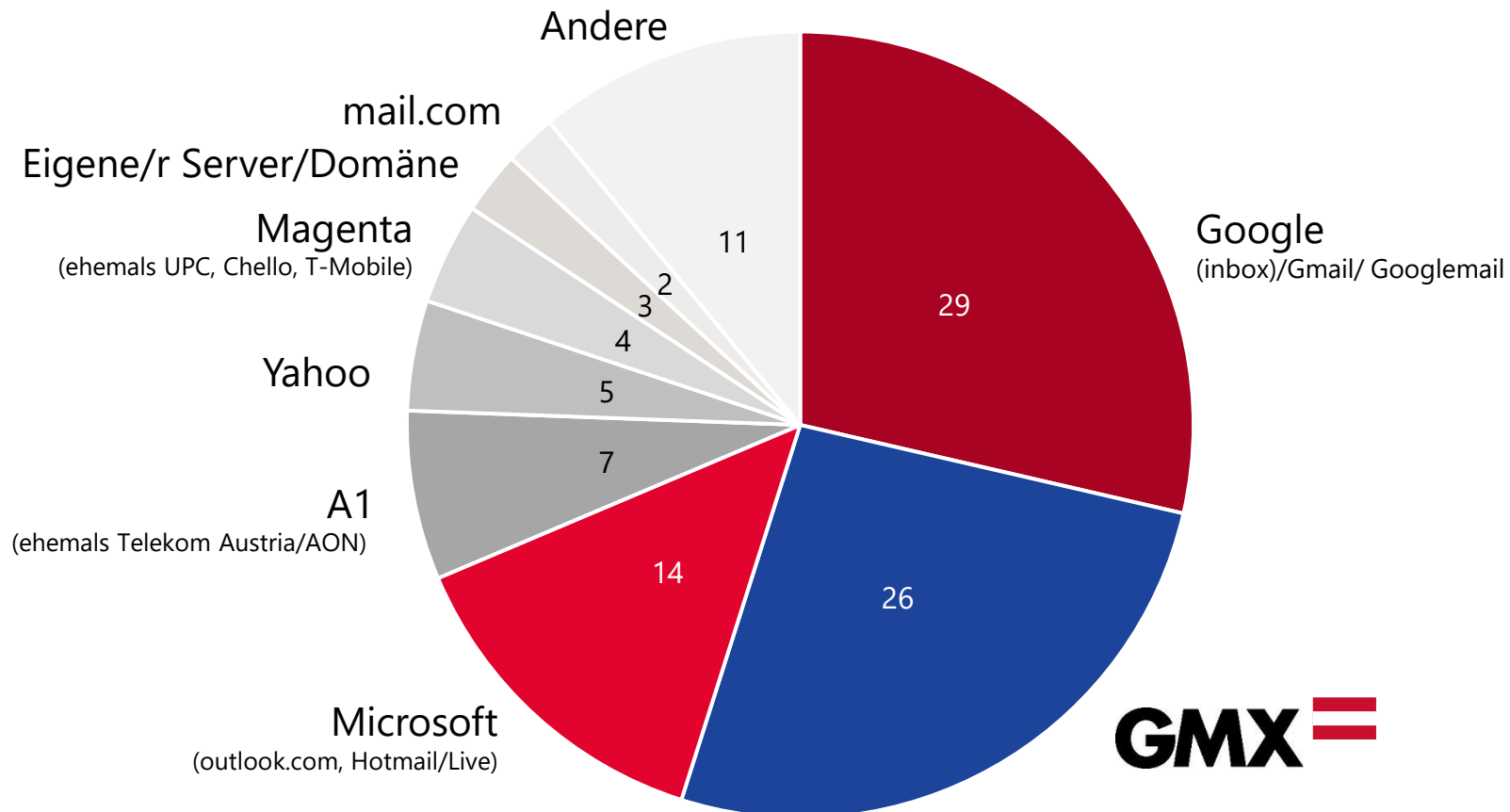


Basis: Gesamt, n=1.011, in %, sortiert nach Top-2-Wert

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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

MEHR ALS JEDE VIERTE BEFRAGTE PERSON NUTZT GMX.AT ALS PRIMÄREN E-MAIL-ANBIETER



Basis: Befragte, die privat eine E-Mail-Adresse besitzen, n=1.003, in %

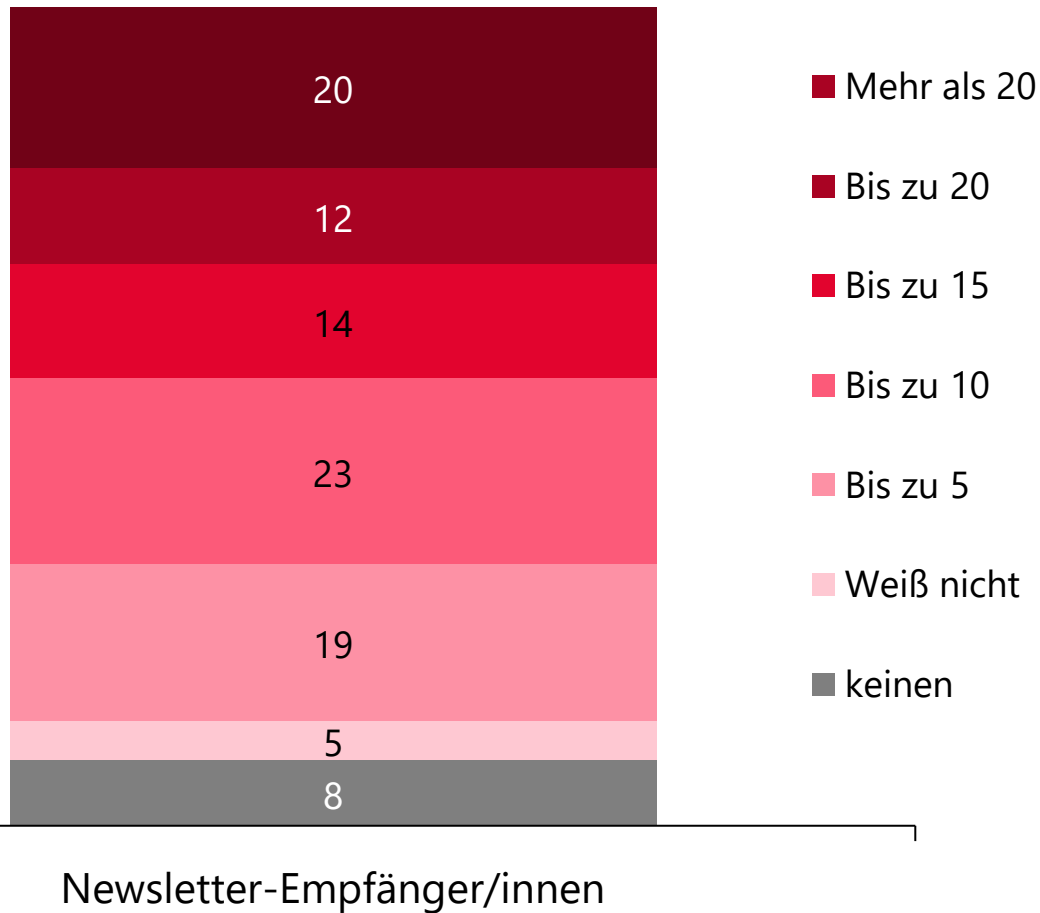
Frage: Von welchem Anbieter ist die E-Mail-Adresse, die Sie hauptsächlich nutzen? (=Hauptadresse) Einfachantwort

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



NEWSLETTER- NUTZUNG

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

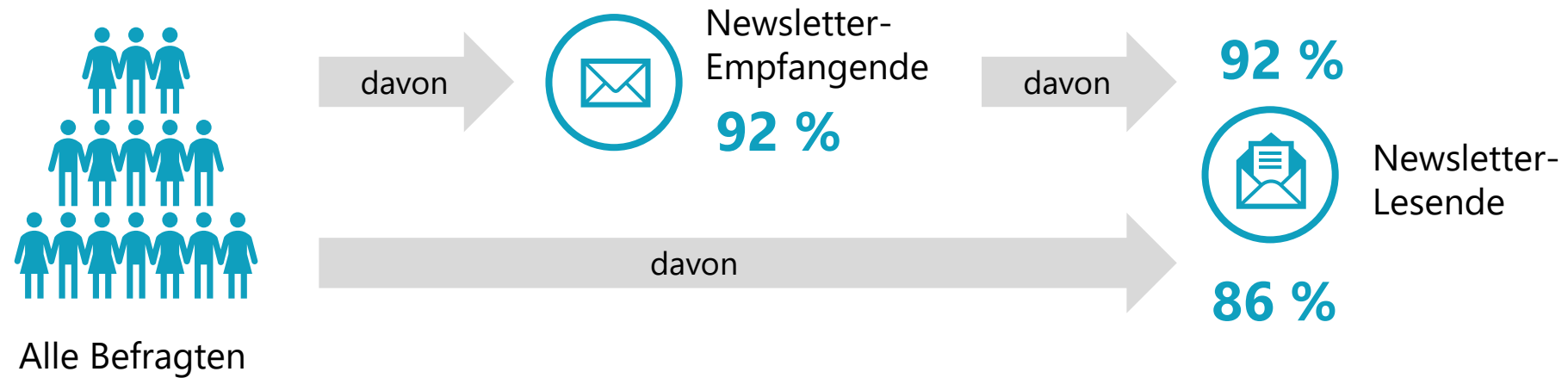


Basis: n=1.011, Einfachantwort

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

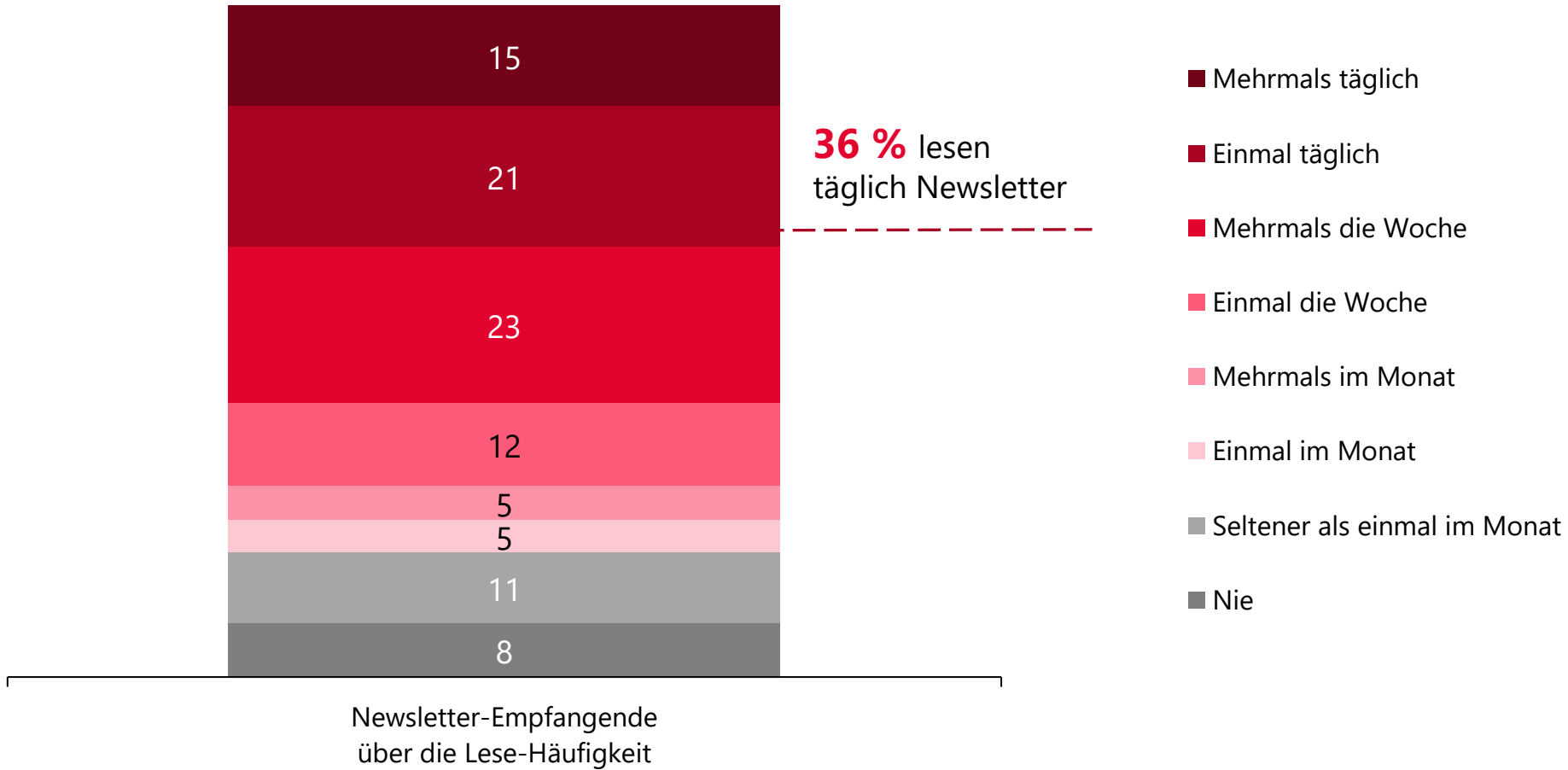
Quelle: E-Mail-Marktstudie Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

9 VON 10 NEWSLETTER-EMPFANGENDE LESEN NEWSLETTER



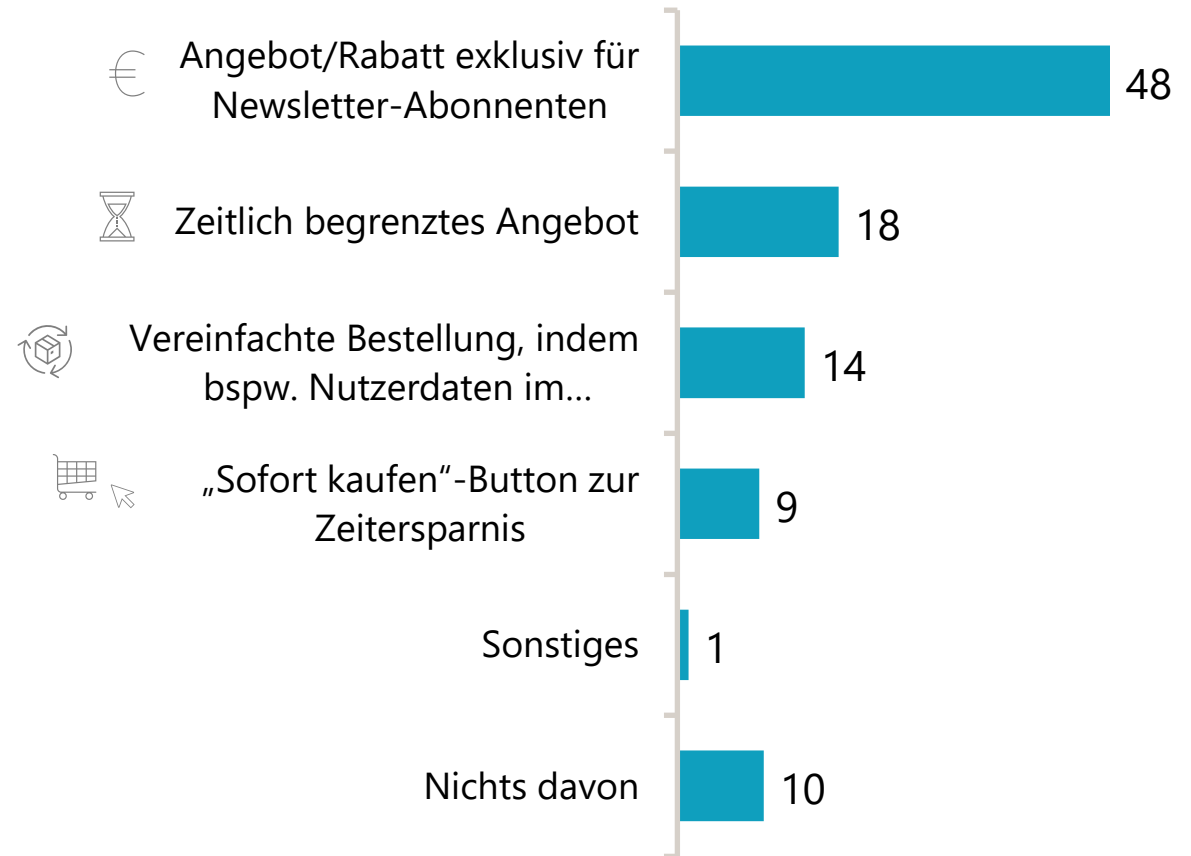
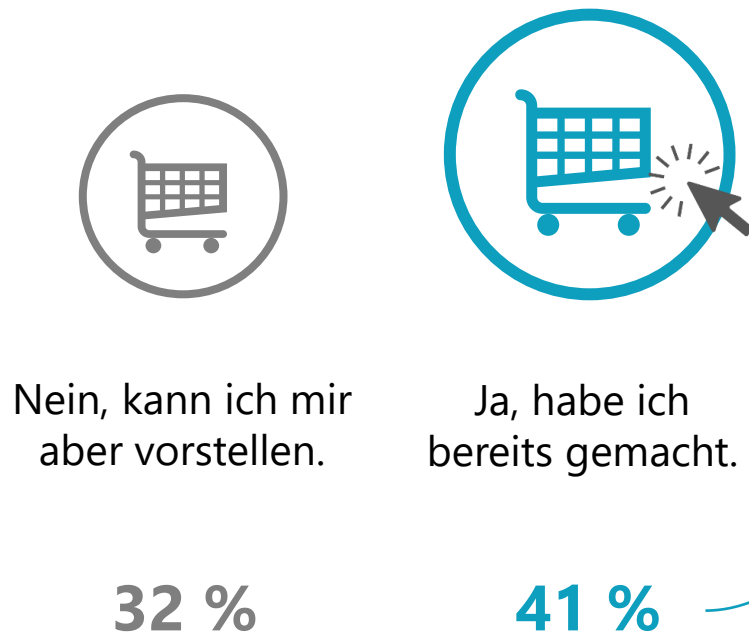
Basis: n(Gesamt)=1.011, n(Newsletter-Empfänger/-innen)=930, jeweils Einfachantwort
Frage: Newsletter-Registrierung: Wie viele Newsletter erhalten Sie durchschnittlich pro Woche auf Ihr privates E-Mail-Konto?
Einfachauswahl, Newsletter-Lesende: Wie häufig lesen Sie Newsletter? Einfachauswahl
Quelle: E-Mail-Marktstudie Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

MEHR ALS JEDE DRITTE NEWSLETTER-ABONNENT/-IN LIEST TÄGLICH NEWSLETTER



Basis: Personen, die Newsletter auf ihr privates E-Mail-Konto erhalten, n=930, Einfachantwort
Frage: Wie häufig lesen Sie Newsletter? *Einfachauswahl*
Quelle: E-Mail-Marktstudie Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

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



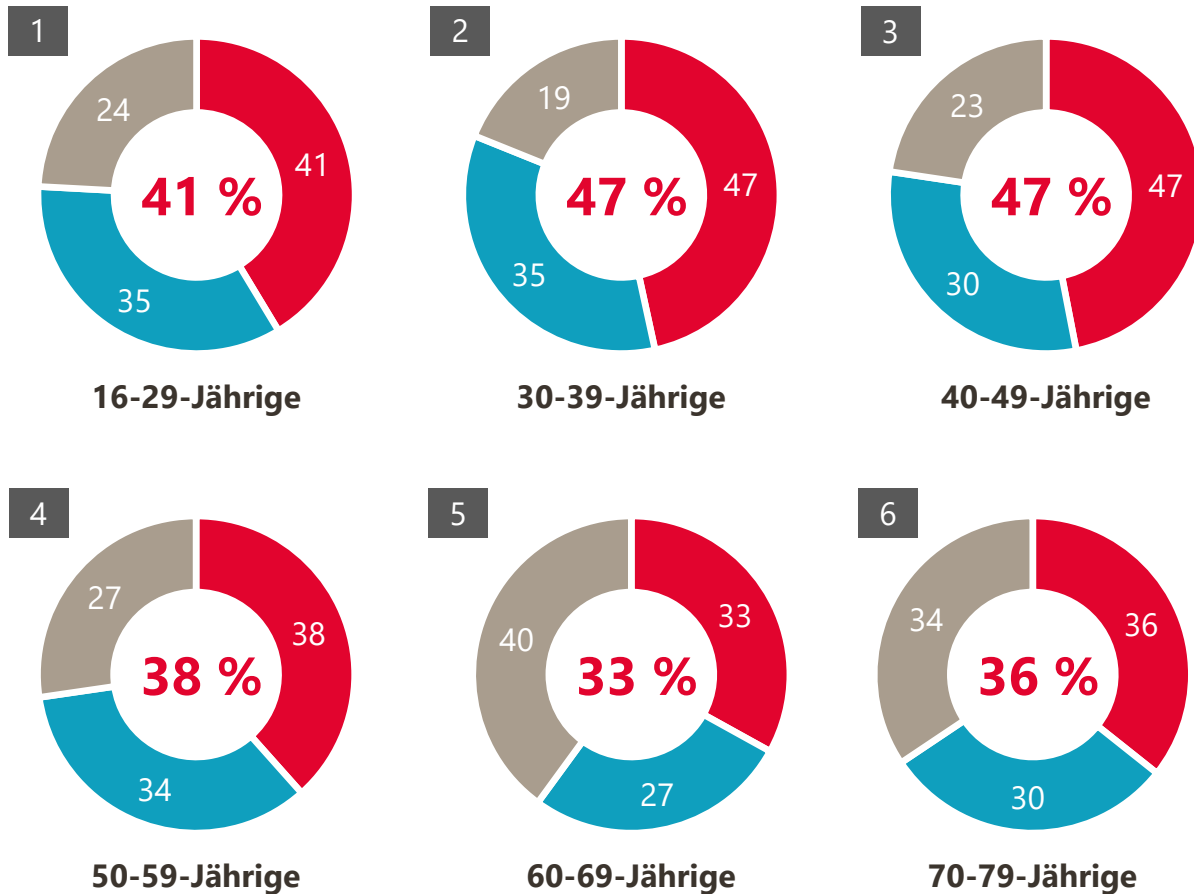
Basis: Newsletter-Lesende, n=855 bzw. Newsletter-Lesende, die ein Angebot schon einmal direkt nach dem Klick gekauft bzw. gebucht haben, n=626

Fragen: Kauf aus Newsletter einem 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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

BEFRAGTE IM ALTER VON 30-49-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)=184, n(30-39-Jährige)=147, n(40-49-Jährige)=148, n(50-59-Jährige)=177, n(60-69-Jährige)=124, n(70-79-Jährige)=75, Frage: Kauf aus dem 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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

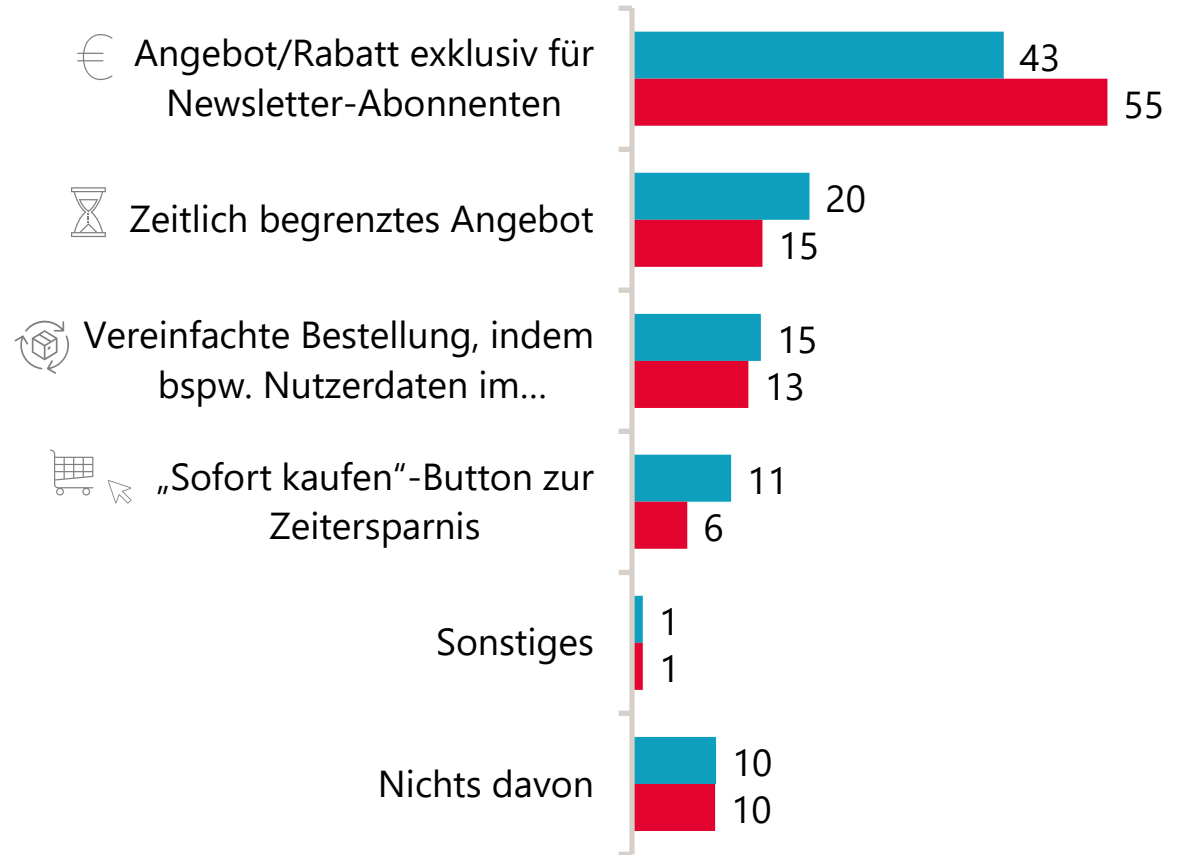
FRAUEN LASSEN SICH EHER VON EXKLUSIVEN ANGEBOTEN ODER RABATTEN ÜBERZEUGEN ALS MÄNNER



Ja, habe ich
bereits gemacht.

Männer 43 %

Frauen 39 %



Basis: Newsletter-Lesende (m: n=439, w: n=415) bzw. Newsletter-Lesende, die ein Angebot schon einmal direkt nach dem Klick gekauft bzw. gebucht haben (m: n=341, w: n=248) 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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

A woman with dark hair, wearing a light blue blazer, is looking down at her smartphone. She is standing in a futuristic, blue-lit environment with blurred lights and structures in the background. The scene is illuminated with cool blue tones, suggesting a high-tech or digital setting. The overall mood is professional and focused.

EXKURS: KI IM E-MAIL-DIENST

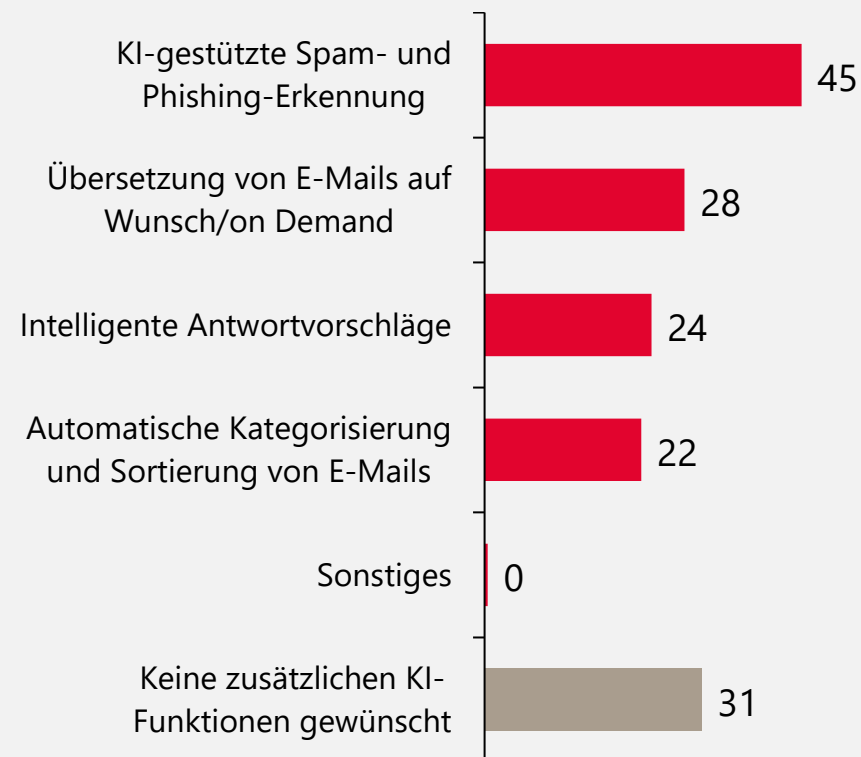
ZWEI DRITTEL DER BEFRAGTEN HABEN GEGENÜBER KI IN IHREM E-MAIL-DIENST GRUNDSÄTZLICH EINE POSITIVE EINSTELLUNG



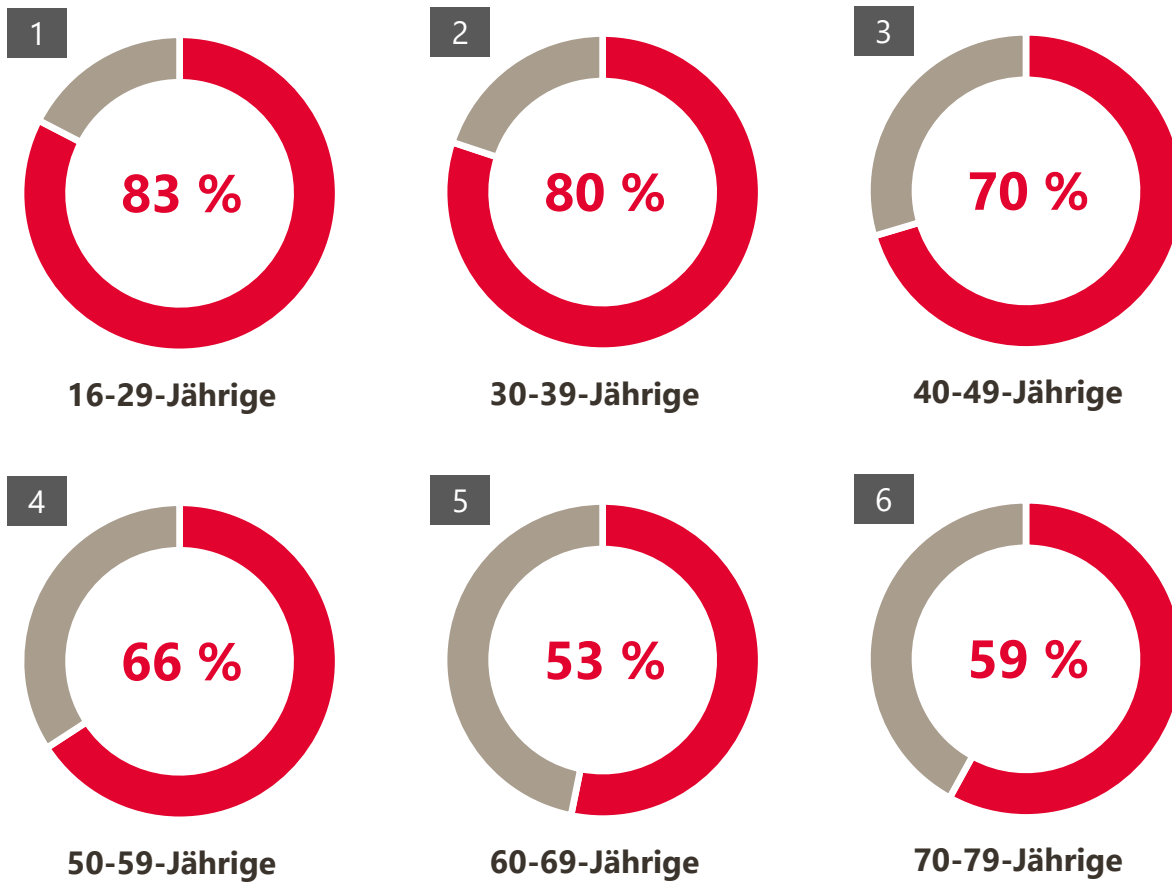
71 %

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)=232, n(30-39-Jährige)=180, n(40-49-Jährige)=174, n(50-59-Jährige)=200, n(60-69-Jährige)=139, n(70-79-Jährige)=86, 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 Österreich 2026, United Internet Media & Reppublika

KONTAKT



UNITED INTERNET MEDIA GMBH

www.united-internet-media.de

info@united-internet-media.de

Bleiben Sie informiert und folgen Sie uns auf [LinkedIn](#)



GMX



mail.com

