

Pressemitteilung

DACH-Studie zeigt: E-Mail relevanter als Messenger, Social und Search

- **United Internet Media analysiert in der zweiten Ausgabe der Studie „E-Mail für Dich“ erneut die private Online-Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz**
- **Nutzer empfinden E-Mail weiterhin als sicherstes und vertrauenswürdigstes Kommunikationsmittel**
- **Deutsche, Österreicher und Schweizer wollen Transparenz über die Nutzung ihrer Daten**

Karlsruhe, 21.02.2019 Das Lesen und Schreiben von E-Mails ist täglicher Begleiter für Onliner in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Studie „E-Mail für Dich 2.0 – Insights zur privaten Kommunikation im DACH-Raum“ zeigt, dass es für jeden zweiten Befragten zu den ersten Dingen am Morgen gehört, ins elektronische Postfach zu schauen. Das gilt insbesondere für Deutschland: 53,1 Prozent starten mit dem E-Mail-Check in den Tag, in Österreich sind es 47,9 Prozent und in der Schweiz 46,0 Prozent.

Die von United Internet Media in Auftrag gegebene Studie untersucht die private Kommunikation im Internet über Instant Messenger, soziale Netzwerke und E-Mail in den Ländern der DACH-Region. Befragt wurden jeweils 1.000 E-Mailer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Jahr 2017 gab es die erste Studienausgabe, die Weiterführung „E-Mail für Dich 2.0“ lässt nun Rückschlüsse auf Entwicklungen zu und beleuchtet weitere Aspekte zum Thema Datentransparenz.

Auf die E-Mail kann in allen drei Ländern auf keinen Fall verzichtet werden

Die E-Mail ist wie im Jahr zuvor in allen drei DACH-Ländern der relevanteste Dienst im Internet. Für mehr als ein Viertel der Befragten ist sie unverzichtbar – in Deutschland (28,4 Prozent), Österreich (28,1 Prozent) und der Schweiz (31,4 Prozent). Dahinter platzieren sich in der DACH Region im Mittelwert Instant Messenger (20,6 Prozent), Online-Banking (16,6 Prozent), Suchmaschine (13,4 Prozent) sowie soziale Netzwerke (5,5 Prozent)

„Die E-Mail und damit Portale wie WEB.DE und GMX stellen die Schaltzentrale im Internet dar, über die sich das digitale Leben organisiert – sowohl privat als auch geschäftlich. In Zukunft wird diese Rolle im Zuge der Digitalisierung des Alltags noch relevanter. So kommt die E-Mail zum Beispiel immer mehr im stark wachsenden digitalen Handel zum Einsatz, und das über sämtliche Touchpoints der Customer Journey“, sagt Rasmus Giese, CEO von United Internet Media.

E-Mail ist Basis für viele Dienste im Internet – Relevanz als täglicher Begleiter nimmt zu

Im Vergleich zur letzten Ausgabe der Studie haben sich die Bewertungen der E-Mail-Adresse signifikant verbessert. „Meine E-Mail-Adresse ist mir wichtig!“ Das sagen drei von vier Befragten in der DACH-Region. Zudem stimmen nahezu zwei Drittel der Studienteilnehmer den Aussagen „Ohne die E-Mail könnte ich viele Dinge nicht erledigen“ und „E-Mail lesen oder schreiben ist mein täglicher Begleiter“ zu. Diese zentrale Stellung als Begleiter durch den Alltag kommt nicht von ungefähr, denn die E-Mail stellt die Basis für vielfältige Dienste im Internet dar. Auf die Frage, bei welchen Diensten und Anwendungen die E-Mail zum Registrieren bzw. Einloggen verwendet wird, antworten 83,2 Prozent ‚Online-Shops‘. Rund zwei Drittel der Teilnehmer in Deutschland melden sich mit der E-Mail in sozialen Netzwerken an, in Österreich und der Schweiz sind es sogar knapp drei Viertel der Befragten.

Während die deutschen E-Mailer ihre elektronische Postadresse außerdem häufig bei Online-Auktionen verwenden, ist bei den österreichischen Befragten das Einloggen bei öffentlichen Einrichtungen unter den Top Drei, und etwas mehr als zwei Drittel der Schweizer nutzen ihre Adresse zur Registrierung/ zum Einloggen in App-Stores. Im Vergleich zur letzten Erhebung gewinnt dabei die E-Mail-Adresse für ausgewählte Dienste an Relevanz, und zwar für Online-Banking in allen drei Ländern sowie für die Nutzung eines App Stores in Deutschland und Österreich.

E-Mailer im DACH-Raum wollen Überblick über ihre gespeicherten Daten im Internet behalten

Die Studie liefert erstmals auch Antworten hinsichtlich der Einstellungen zur Datentransparenz im Ländervergleich. 84,1 Prozent der Studienteilnehmer wünschen sich von ihren digitalen Kommunikationsmitteln Transparenz darüber, welche Daten erhoben, gespeichert und verarbeitet werden. Besonders die Österreicher möchten den Überblick über die Datennutzung der Online-Dienste behalten. Zudem wollen 81,0 Prozent der E-Mailer aller DACH-Länder ihre Einwilligungen zur Datennutzung schnell und einfach verwalten. Die Nutzer würden dafür auch neue Angebote nutzen: 73,4 Prozent der Befragten bezeichnen einen zentralen Login, mit dem sie sich bei allen Diensten, Anwendungen und Internet-Seiten sicher und problemlos anmelden können, als wünschenswert. Besonders hohe Zustimmung für einen zentralen Login-Dienst gibt es mit 75,5 Prozent in der Schweiz, aber auch in Deutschland und Österreich liegen die Werte mit 71,4 Prozent bzw. 73,2 Prozent sehr hoch.

Der DACH-Raum ist sich einig: Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit zählen im Internet

Wie im Jahr zuvor kommt es den Nutzern bei der privaten Kommunikation im Internet in erster Linie auf Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit an. Knapp 89 Prozent der Befragten beurteilen diese als ‚sehr wichtig‘ oder ‚wichtig‘. Beinahe genauso relevant ist mit 82,6 Prozent das Kriterium ‚Zuverlässigkeit & Usability‘. Das Kriterium ‚Verfügbarkeit & Popularität‘ ist rund zwei Dritteln der Probanden wichtig und damit drei Prozentpunkte mehr als bei der letzten Befragung.

Die E-Mail wird zudem weiterhin als sicherster und vertrauenswürdigster digitaler Kommunikationsdienst bewertet. In diesen beiden Punkten ist die Wahrnehmung bei allen Diensten am deutlichsten im Vergleich zur vergangenen Welle 2017 gestiegen.

Studiensteckbrief

Name der Studie: E-Mail für Dich 2.0 – Insights zur privaten Kommunikation im DACH-Raum

Erscheinungsdatum: Februar 2019

Durchführendes Institut: MindTake Research GmbH, Wien

Stichprobe: Online-repräsentative Rekrutierung nach Geschlecht, Alter und Schulbildung im Online Access Panel

Zielgruppe: Internet-Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland, Österreich und der Schweiz (Voraussetzung: private E-Mail Nutzung)

Erhebungsmethode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)

Erhebungszeitraum: 24. Juli 2018 – 14. August 2018

Bezug: kostenloser Download unter United-internet-media.de

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 38,61 Millionen Unique Users im Monat (AGOF digital facts 2019-01) gehört das UIM-Portfolio zu den reichweitenstärksten Online-Angeboten in Deutschland. 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 Dialogmarketing ein. Mit innovativen Lösungen für Leadgenerierung, Empfehlungsmarketing, E-Mail-Marketing, Werbeprospekte und Trusted Services deckt UIM hier die ganze Bandbreite ab. Bereits über 300 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

Senior PR Manager

Brauerstr. 48

76135 Karlsruhe

Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848

E-Mail: kay.staedele@united-internet-media.de