

Pressemitteilung

Vermehrtes Kommunikationsbedürfnis – E-Mail-Nutzung in Österreich steigt weiter an

- **Onliner kommunizieren verstärkt per E-Mail mit Unternehmen, Ausbildungsstätten und Behörden**
- **Bedeutung der E-Mail steigt in Österreich über alle Altersklassen hinweg**
- **Rund ein Drittel der Onliner nutzt GMX als hauptsächliche E-Mail-Adresse**

Karlsruhe/ Wien 31.03.2021. Im Jahr 2020 gab die Corona-Krise den digitalen Kanälen einen zusätzlichen Schub. Die Kommunikation per E-Mail zwischen Kunden und Unternehmen legte um mehr als ein Drittel zu. Ein deutliches Plus verzeichnete auch der Austausch mit Ausbildungsstätten und Behörden. Das ergibt die Studie „E-Mail-Nutzung in Österreich 2020“ von United Internet Media und dem Marktforschungsinstitut mindtake aus Wien.

Steigende E-Mail-Relevanz in allen Altersklassen

Die Studienergebnisse belegen einen Anstieg der E-Mail-Nutzung über alle Altersklassen hinweg. Besonders stark fällt dieser bei den jungen Nutzern aus: Mehr als ein Drittel (37 %) der befragten 15-24-Jährigen schrieb 2020 mehr E-Mails als im Vorjahr, über die Hälfte (55 %) las zudem vermehrt elektronische Post. Allen voran legte die Kommunikation mit Unternehmen, Ausbildungsstätten und Behörden deutlich zu. So geben 36 Prozent der Befragten an, dass sie im Rahmen eines Kaufprozesses mehr als zuvor über E-Mail mit Unternehmen kommunizieren. Die eigene Ausbildungsstätte (30 %) und Behörden (28 %) werden ebenfalls zunehmend über das digitale Postfach kontaktiert. Mehr als die Hälfte (58 %) der jungen Onliner zwischen 15 und 24 Jahren kommuniziert deutlich mehr mit der Ausbildungsstätte.

Kriterien bei Anbieter-Auswahl

Gute Usability, zuverlässiger Zugang und eine einfache Handhabung: In der Umfrage gaben 84 Prozent der Befragten an, dass diese Kriterien für sie entscheidend für die Wahl des passenden E-Mail-Anbieters sind. Ein kostenloses Angebot (80 %), hohe Datensicherheit (74%) und ein guter Spam-Schutz (74 %) sind weitere wichtige Auswahlfaktoren. Der leichte Zugang und die einfache Handhabung sind allen Altersgruppen am wichtigsten. Die jüngeren Onliner legen mehr Wert auf schnellere Ladezeiten und das kostenfreie Angebot, während Datensicherheit, Spam-Schutz und Schutz der Privatsphäre für ältere User eine größere Rolle spielen.

Knapp ein Drittel der österreichischen User nutzt GMX

Als hauptsächliche E-Mail-Adresse nutzen 29 Prozent der österreichischen Onliner GMX. Damit legt GMX im Vergleich zum Vorjahr um 2,7 Prozent zu. „Dieser Zuwachs belegt erneut die steigende Relevanz von E-Mail-Kommunikation. Mit der Einführung des Intelligenten Postfachs und neuen smarten Services baut GMX seine führende Position als österreichische Kommunikationsplattform weiter aus“, sagt Phillip Pelz, Head of Sales Austria von United Internet Media.

GMX verzeichnet zudem mehr Besuche: Die ÖWA Basic aus dem Februar 2021 ergibt einen Zuwachs der Visits um 9 Prozent innerhalb eines Jahres. Diese positive Entwicklung spiegelt sich auch in der Zufriedenheit und im Markenvertrauen wider. Nutzer von GMX sind die zufriedensten in ganz Österreich und geben ihrem E-Mail-Anbieter eine Note von 1,72. GMX befindet sich unter den Top 3 der vertrauenswürdigsten Internet-Angebote und liegt in sechs von neun Kategorien unter den Top 3 der

bewerteten Medien. Der Anbieter punktet hier in den Parametern Glaubwürdigkeit, Kompetenz, Seriosität, Sicherheit, Sympathie und Zuverlässigkeit.

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 3,13 Millionen Unique Clients im Monat (ÖWA Basic Februar 2021) gehört GMX.at zu den 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.