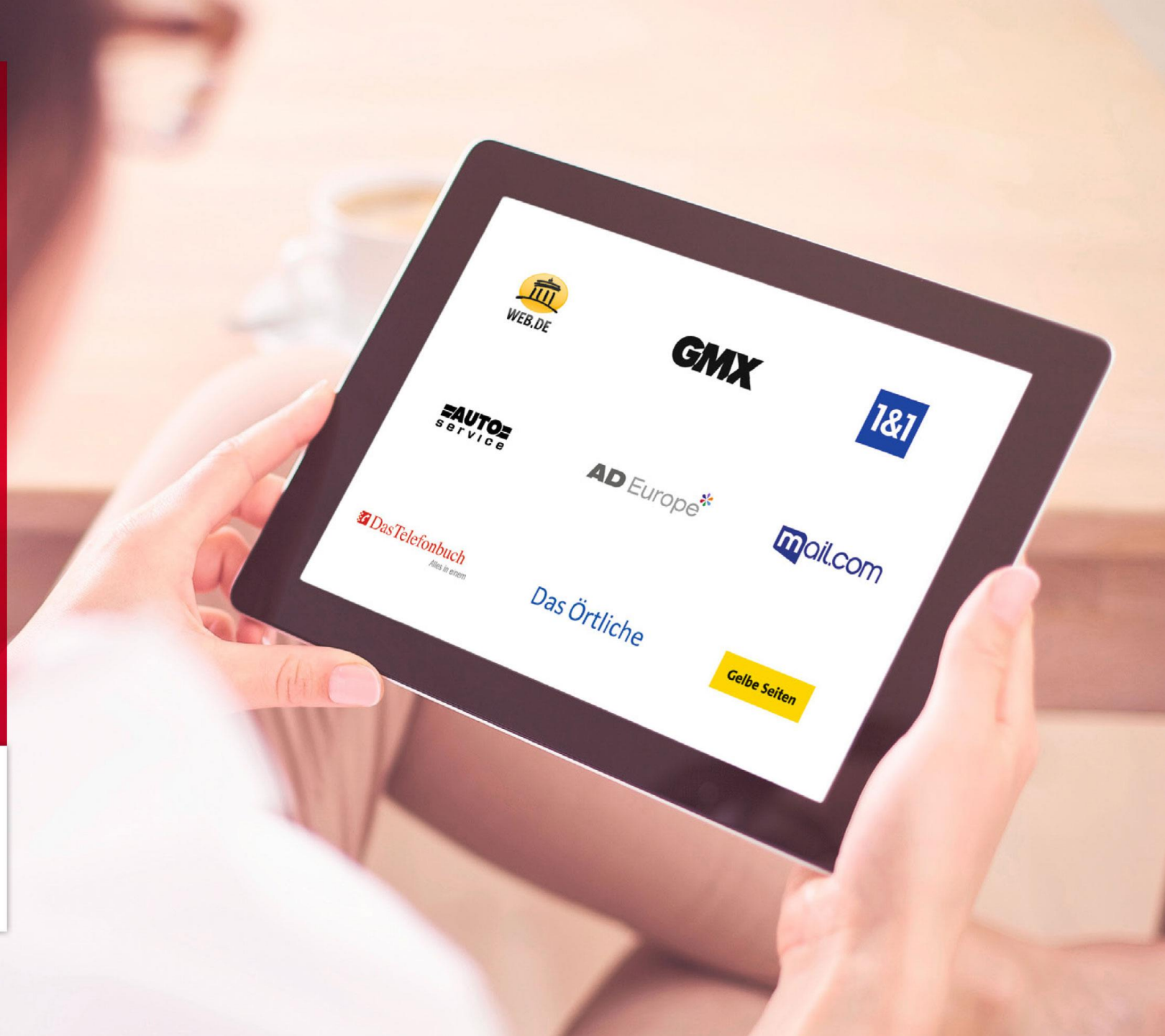
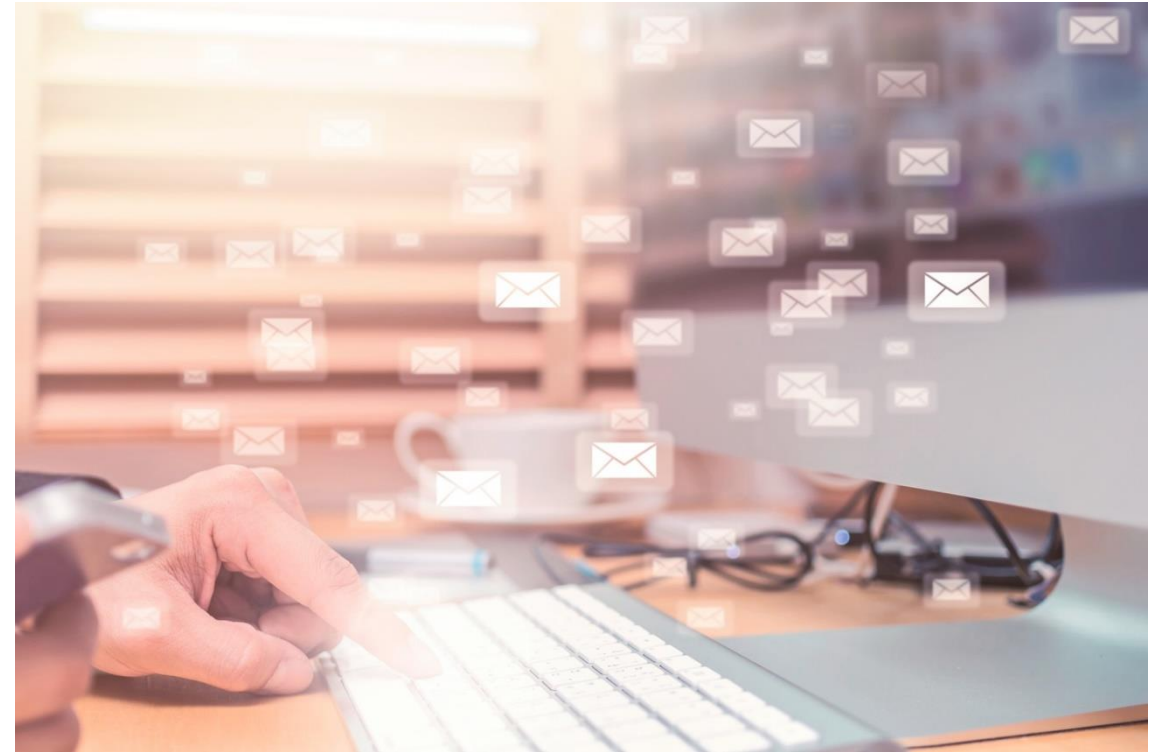
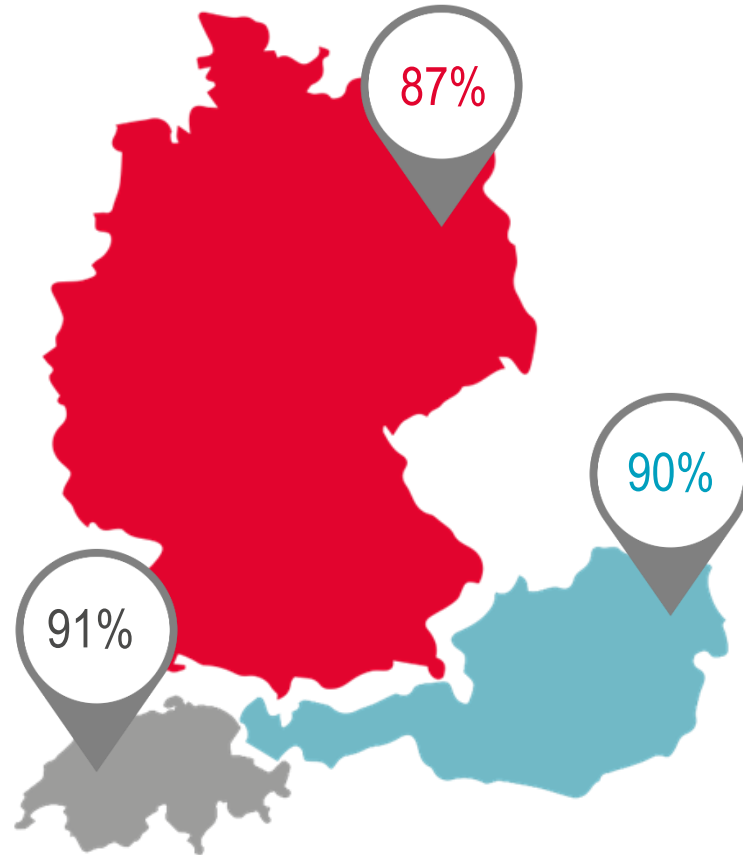


E-MAIL FÜR DICH – INSIGHTS ZUR PRIVATEN KOMMUNIKATION IM DACH-RAUM

Ergebnisse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz



90% der Internetnutzer in der DACH-Region versenden und empfangen private E-Mails.



Quellen: AGOF daily digital facts 2017-07; United Internet Media; Basis: Onliner-WNK 14+ Jahre (Internetnutzer letzte 3 Monate); Zielgruppe: „Private E-Mails versenden und empfangen: Nutze dafür mind. gelegentlich das Internet“; Angaben in Prozent. AT: ÖWA Plus 2017-I, Basis: Internetnutzer – Gesamt, private E-Mails versenden und empfangen: Häufig ODER Gelegentlich; CH: IAB DACH Studie 2016, Basis: Onliner: CH = 955, Frage: Welche der folgenden Internetaktivitäten üben Sie zumindest ab und zu aus? Tätigkeiten: Emails senden und empfangen

Doch welche weiteren Kanäle nutzen die E-Mailer in der DACH-Region zur privaten Kommunikation?

- Welche Ansprüche werden an die Kommunikation im Internet gestellt?
- Welche Rolle spielen Instant Messenger und Soziale Netzwerke für E-Mailer bei der Kommunikation?
- Welchen Stellenwert nehmen diese Dienste und die E-Mail ein?
- Was sind die Nutzungsmotive von E-Mail, Instant Messenger und Sozialen Netzwerken?



Studie zur Kommunikation von E-Mailern
in der DACH-Region



Durchführendes Institut

- MindTake Research GmbH, Wien



Erhebungsmethode

- Computer Assisted Web Interviews (CAWI); davon 68% der Teilnehmer auf Desktop-PC/Laptop und 32% auf mobilen Endgeräten

Stichprobengröße & Erhebungszeitraum

- n(Deutschland)=1.000;
n(Österreich)=1.000;
n(Schweiz)=1.000
- 15. März 2017 – 28. März 2017

Stichprobe

- repräsentativ für die Internet-Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Geschlecht, Alter und Schulbildung* (Voraussetzung: private E-Mail Nutzung)



*Quoten berechnet nach AGOF digital facts 2016-12 (D), ÖWA Plus 2016-III (AT), MA-Net; Net-Matrix-Base 2016 (CH)

Quelle: United Internet Media 2017

Key Findings



#1: Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit wichtigstes Kriterium für private Kommunikation im Internet.

89,6% sind Sicherheit & Vertrauenswürdigkeit (sehr) wichtig, gefolgt von Zuverlässigkeit & Usability mit 81,5%.



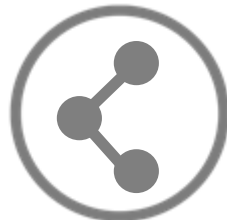
#2: Die E-Mail ist unverzichtbar.

28,6% können auf keinen Fall auf die E-Mail verzichten, an zweiter Stelle stehen Instant Messenger mit 20,8%.



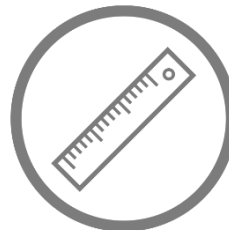
#3: Die E-Mail ist Basis für viele Dinge des täglichen Lebens.

82,1% nutzen bspw. ihre E-Mail-Adresse zur Registrierung / Einloggen in Online-Shops.



#4: Die E-Mail ist ein Multiplikator.

44,3% teilen E-Mails mit Dritten, bspw. mit Freunden/Bekannten oder Familienmitgliedern.



#5: User haben unterschiedliche Erwartungen an einen E-Mail-Anbieter.

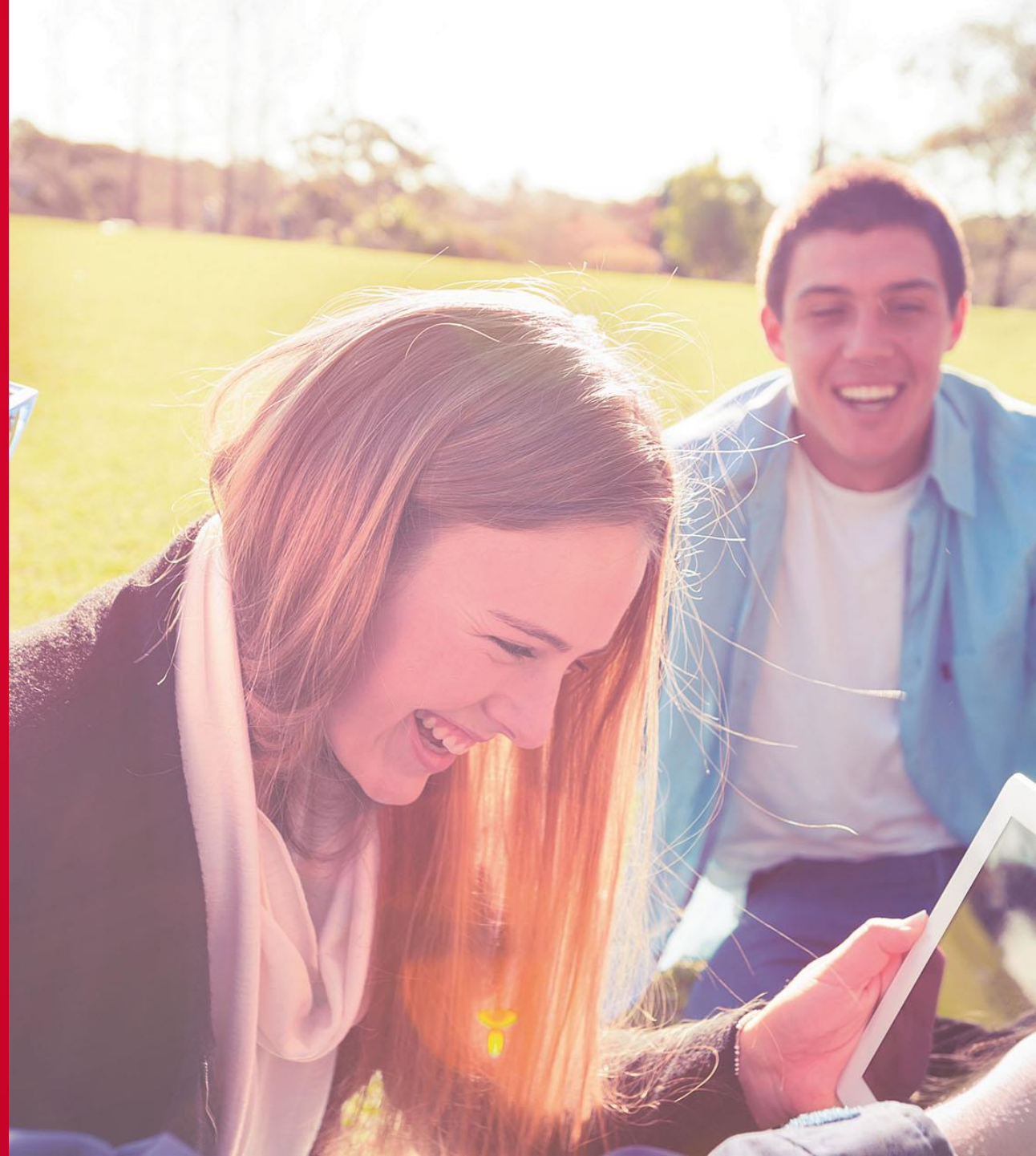
Es gibt vier Typen mit unterschiedlichen Erwartungen, bspw. Personen, die hohen Wert auf Usability legen.

Inhaltsangabe

- Kommunikationskanäle: E-Mail, Messenger und Soziale Netzwerke
- Wichtigkeit der Kommunikationskanäle und weiterer Online-Dienste
- Bewertung der Kommunikationskanäle
- Die Bedeutung der E-Mail
- Die E-Mail ist Grundlage für viele weitere Dienste im Internet
- E-Mail als Multiplikator - Erhaltene E-Mails werden mit anderen geteilt
- E-Mail & Nutzungssituationen
- Die E-Mail in der Customer Journey
- Auswahl des E-Mail-Anbieters



**KOMMUNIKATIONSKANÄLE:
E-MAIL, MESSENGER UND SOZIALE
NETZWERKE**



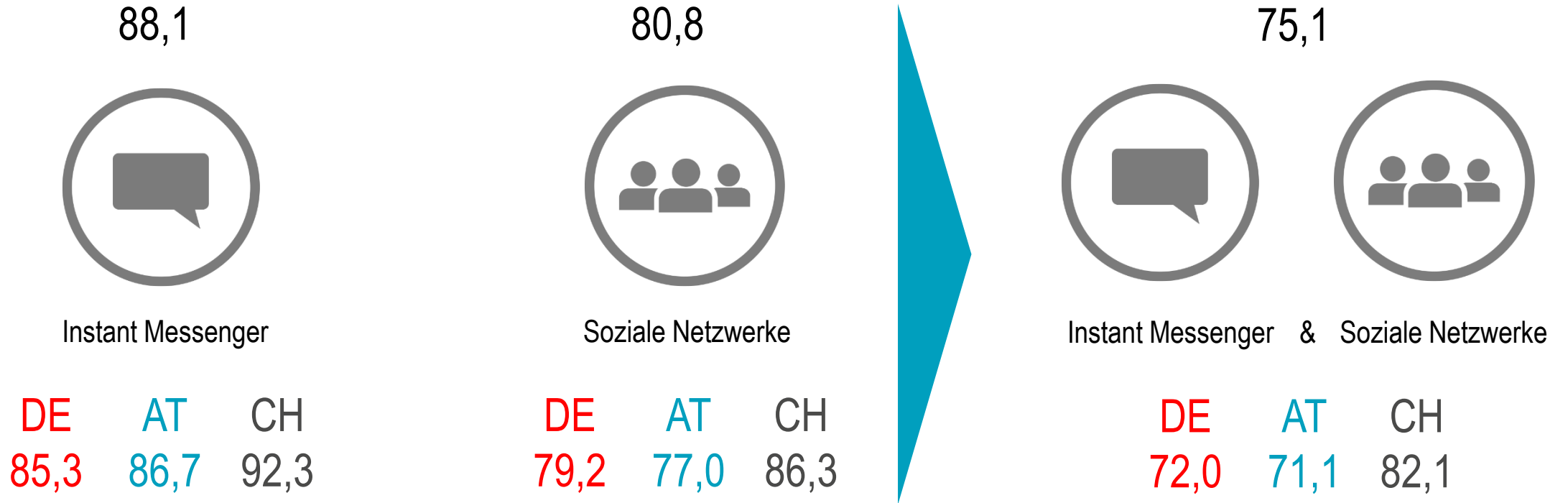


Welche weiteren Kommunikationskanäle nutzen die E-Mailer noch und für was?

Im DACH-Raum nutzen die E-Mailer im Durchschnitt auch 90% Instant Messenger zur privaten Kommunikation.



75% nutzen damit E-Mail, Messenger & Soziale Netzwerke. Schweizer nutzen im Vergleich alle Kommunikationsformen stärker.



Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent

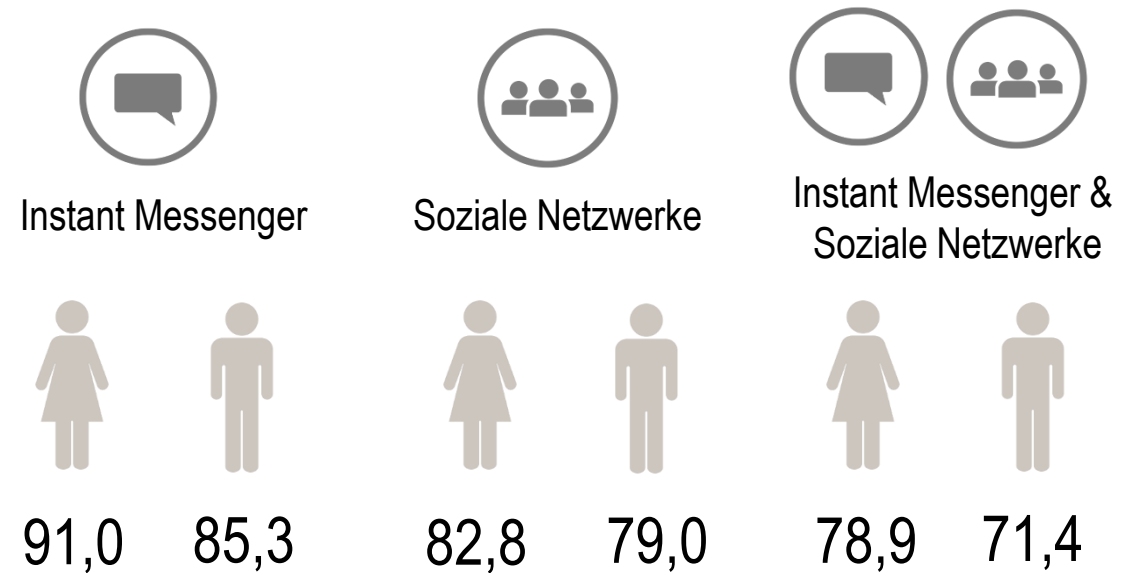
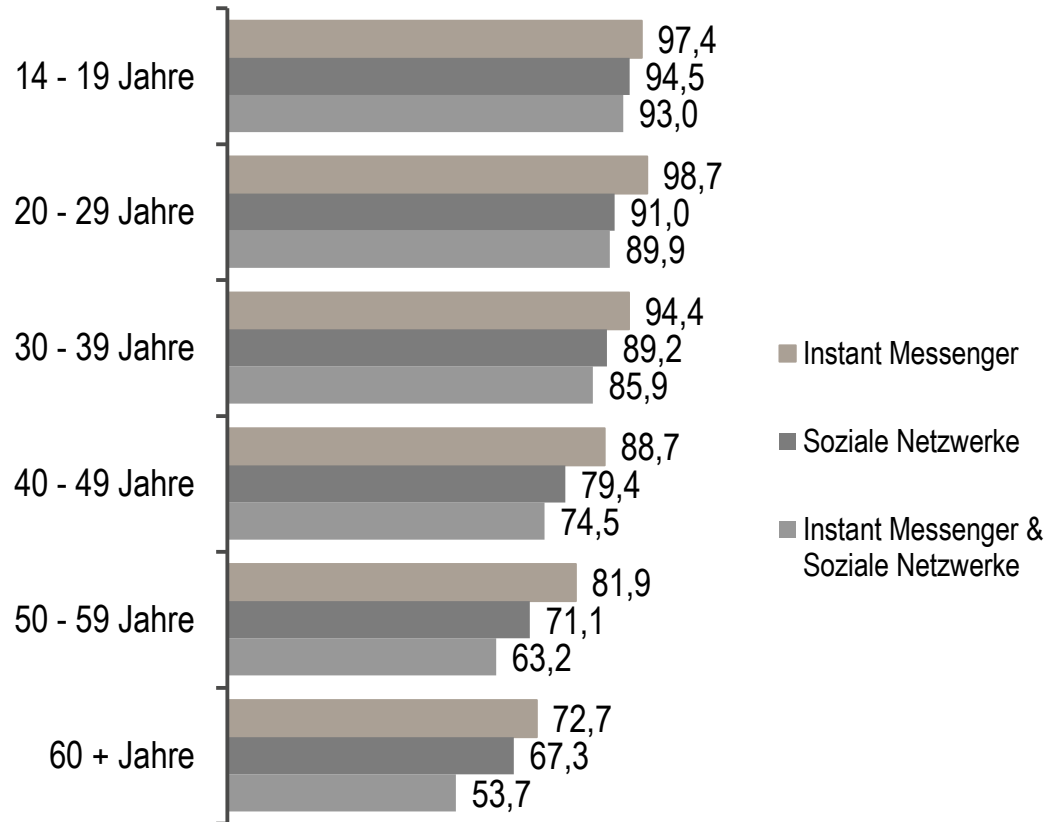
Frage: Welchen der folgenden Instant Messenger nutzen Sie regelmäßig für private Nachrichten? / Welche der folgenden Sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig?

Quelle: United Internet Media 2017

Die Nutzung von Instant Messenger und Sozialen Netzwerken unter den E-Mailern fällt mit dem Alter zunehmend ab.



Instant Messenger sowie Soziale Netzwerke werden von weiblichen E-Mailern häufiger genutzt.



Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent

Frage: Welchen der folgenden Instant Messenger nutzen Sie regelmäßig für private Nachrichten? / Welche der folgenden Sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig?

Quelle: United Internet Media 2017

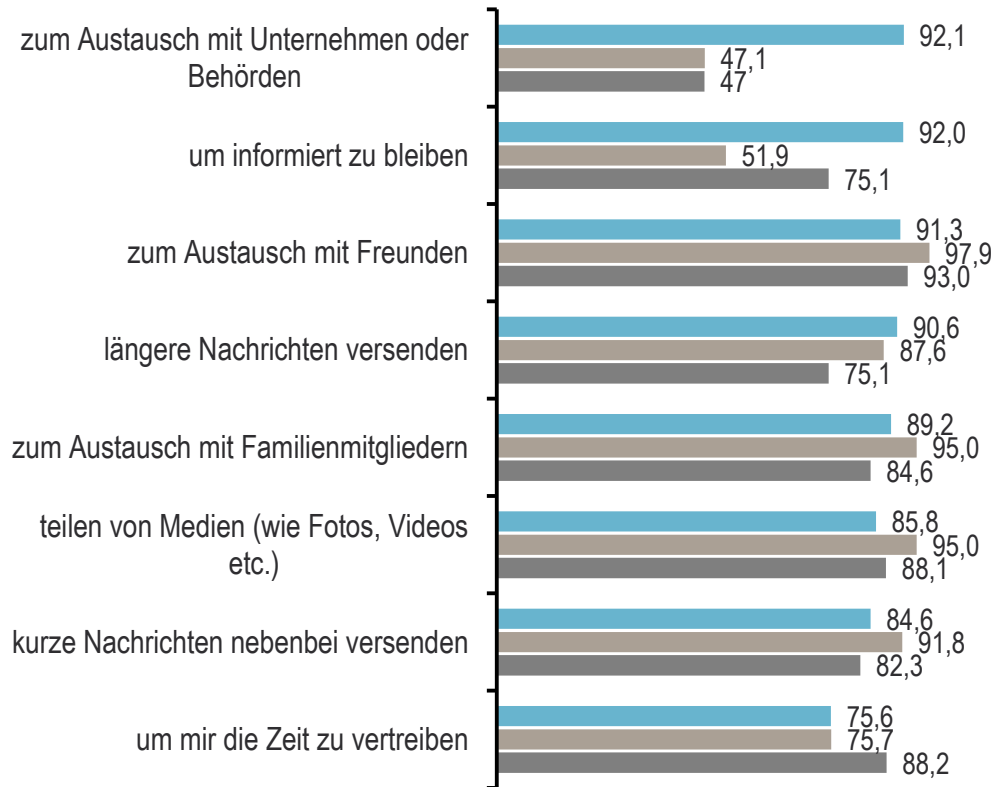
Die E-Mail wird zum Austausch mit Unternehmen sowie um informiert zu bleiben genutzt.



Instant Messenger dient hauptsächlich dem Teilen von Medien und dem Austausch. Soziale Netzwerke werden als Zeitvertreib & zum Austausch genutzt.

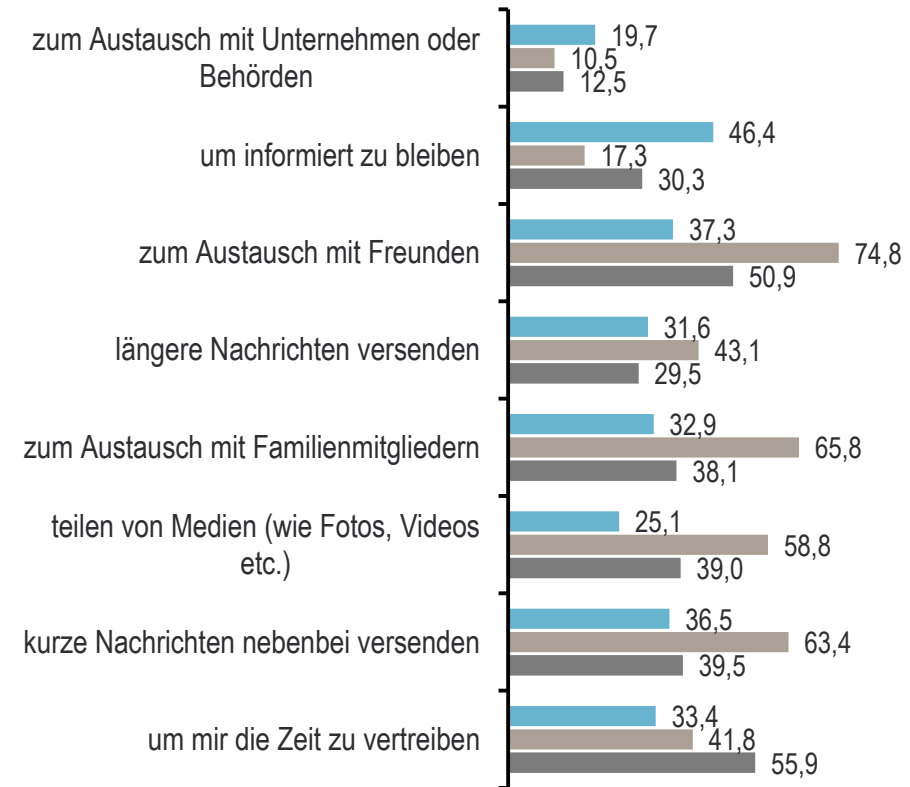
Generelle Nutzung: mind. selten

E-Mail Instant Messenger Soziale Netzwerke



Top-2: mind. mehrmals pro Woche

E-Mail Instant Messenger Soziale Netzwerke



Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Personen, die den jeweiligen Kanal nutzen, Angaben in Prozent
 Frage: Wie oft nutzen Sie die verschiedenen Kanäle für folgende Tätigkeiten? Skala: 1 „täglich“ bis 4 „mehrmals pro Monat“, 5 „seltener“, 6 „nie“
 Quelle: United Internet Media 2017

**WICHTIGKEIT DER
KOMMUNIKATIONSKANÄLE UND
WEITERER ONLINE-DIENSTE**





Wie wichtig sind die Kommunikationskanäle für die E-Mailer?

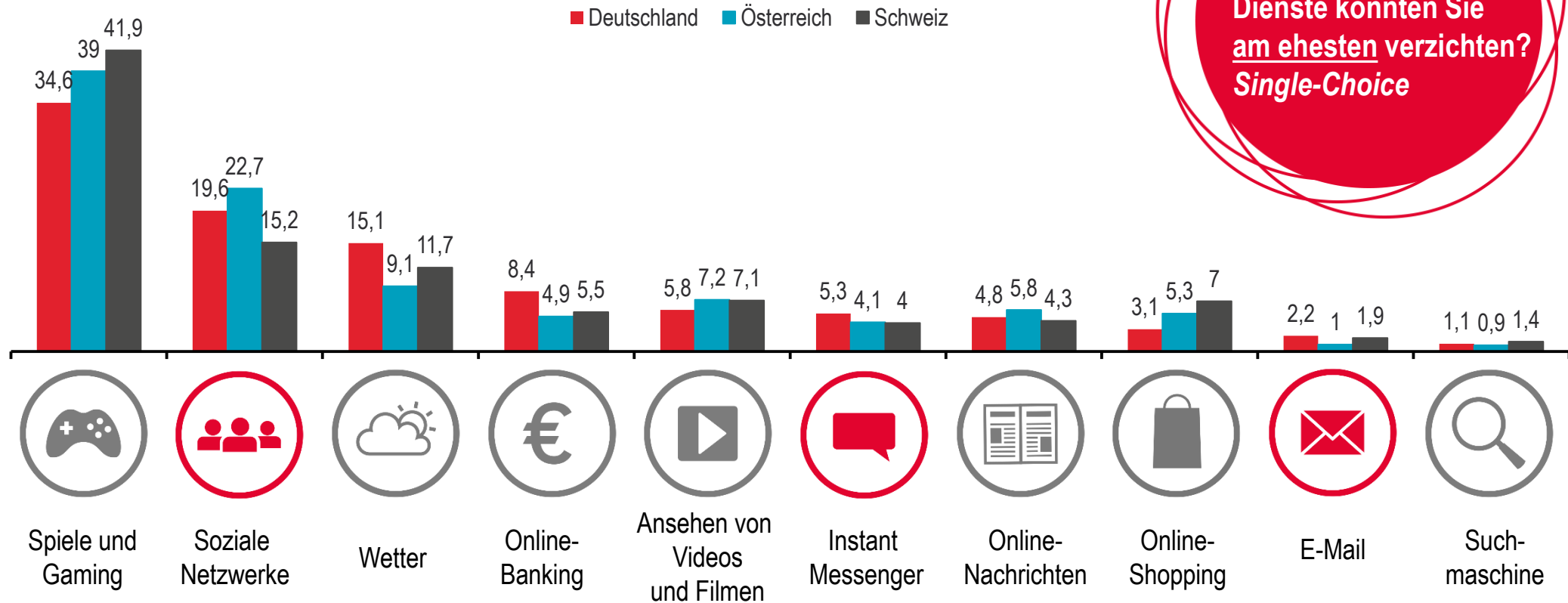
Welche weiteren Online-Dienste sind für die E-Mailer relevant?

Auf Spiele und Gaming sowie Soziale Netzwerke kann am ehesten verzichtet werden.



Wetterdienste und Online-Banking werden in Österreich und Schweiz wichtiger bewertet.

Auf welchen dieser Dienste könnten Sie am ehesten verzichten?
Single-Choice



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Antworten sortiert nach Deutschland, Angaben in Prozent

Frage: Stellen Sie sich bitte einmal vor, Sie müssten in Ihrer Internetnutzung auf einen der folgenden Dienste verzichten: auf welchen dieser Dienste könnten Sie am ehesten verzichten? Single-Choice

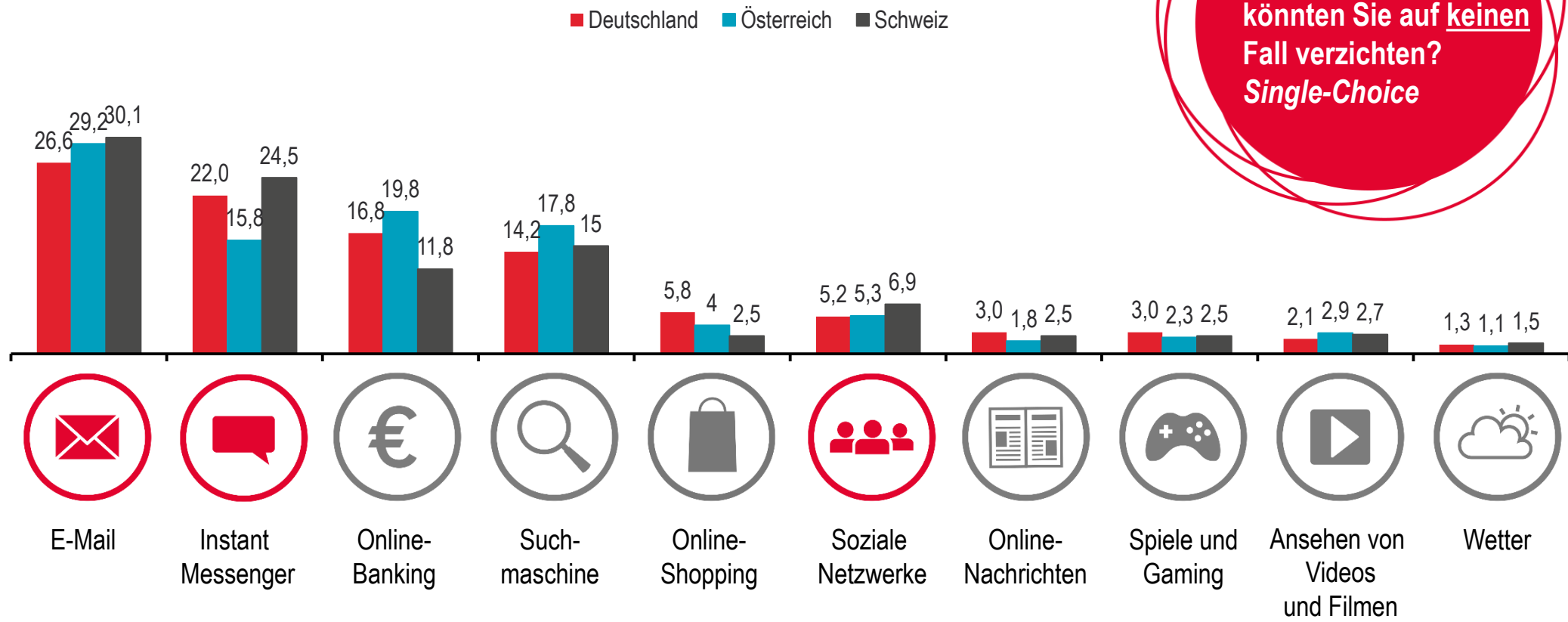
Quelle: United Internet Media 2017

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



In Österreich wird Online-Banking & Suchmaschine als unverzichtbarer bewertet als Instant Messaging.

Auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?
Single-Choice



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Antworten sortiert nach Deutschland, Angaben in Prozent
Frage: Und auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?
Quelle: United Internet Media 2017

BEWERTUNG DER KOMMUNIKATIONSKANÄLE



Bei der privaten Kommunikation im Internet kommt es vor allem auf drei Faktoren an:



Sicherheit & Vertrauenswürdigkeit

Vertrauenswürdiger Dienst
Hoher Schutz vor Phishing
Seriöser Dienst
Hoher Schutz der Privatsphäre
Hohe Sicherheit der übermittelten
Nachrichten



Zuverlässigkeit & Usability

Hohe Stabilität des Dienstes
Einfache Bedienung
Servicequalität



Verfügbarkeit & Popularität

Verfügbar auf dem Smartphone/
Tablet
Hohe Nutzerzahl
Bekannter Dienst

Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000

Frage: Im Internet kann man über unterschiedliche Kanäle mit anderen Personen kommunizieren, z.B. per E-Mail, über Soziale Netzwerke, Foren etc. Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet? Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“

Reduzierung der Dimensionen und Zuordnung der Items zu den einzelnen Faktoren erfolgte mithilfe einer exploratorischen Faktorenanalyse

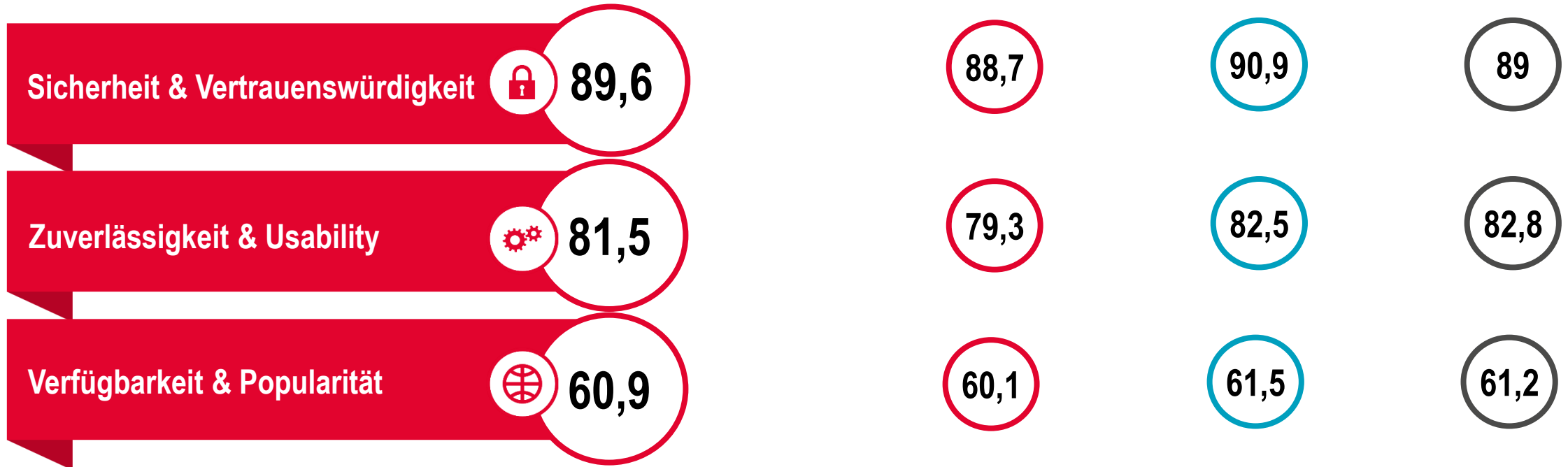
Quelle: United Internet Media 2017

Bei der privaten Kommunikation im Internet kommt es auf Sicherheit & Vertrauenswürdigkeit an.



Im Ländervergleich sind die österreichischen E-Mailer am anspruchsvollsten.

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet (DACH)



Basis: n(DACH)=3.000, Angaben in Prozent – Top-2-Box

Frage: Im Internet kann man über unterschiedliche Kanäle mit anderen Personen kommunizieren, z.B. per E-Mail, über Soziale Netzwerke, Foren etc. Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet? Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“

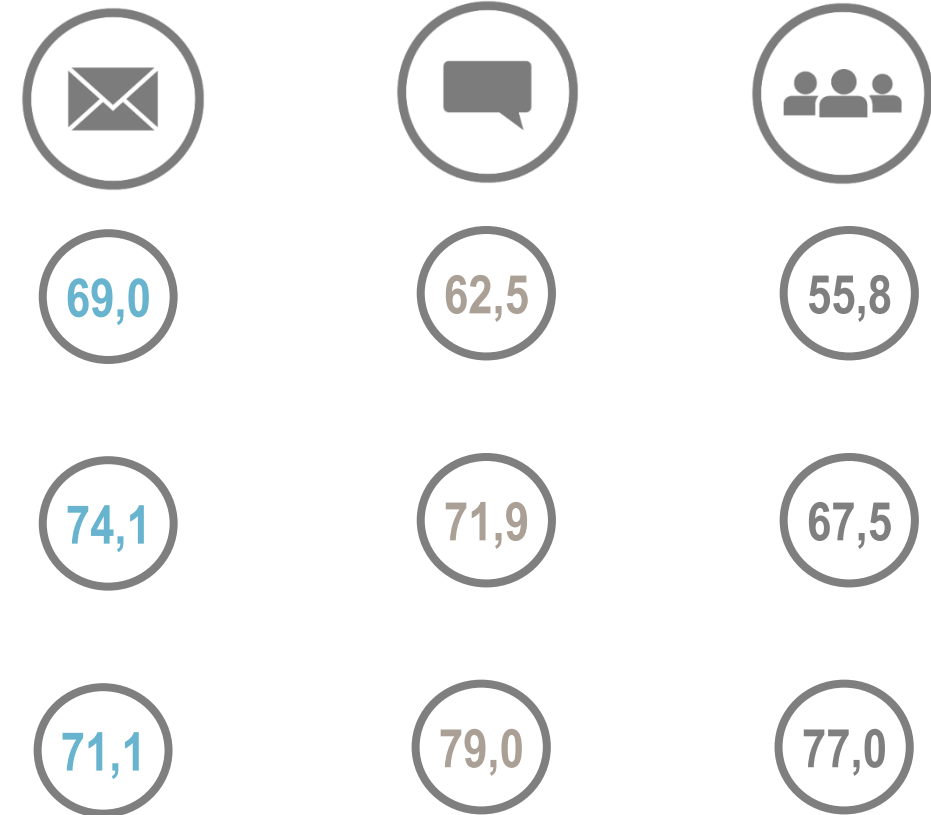
Quelle: United Internet Media 2017

Die E-Mail erfüllt als Kommunikationsdienst das Bedürfnis nach Sicherheit, Zuverlässigkeit & Verfügbarkeit am ehesten.



Bewertung der Kommunikationsdienste

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Basis: n(DACH)=3.000, Angaben in Prozent – Top-2-Box

Frage: Im Internet kann man über unterschiedliche Kanäle mit anderen Personen kommunizieren, z.B. per E-Mail, über Soziale Netzwerke, Foren etc. Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet? Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“ / Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien.

Skala: 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft überhaupt nicht zu“.

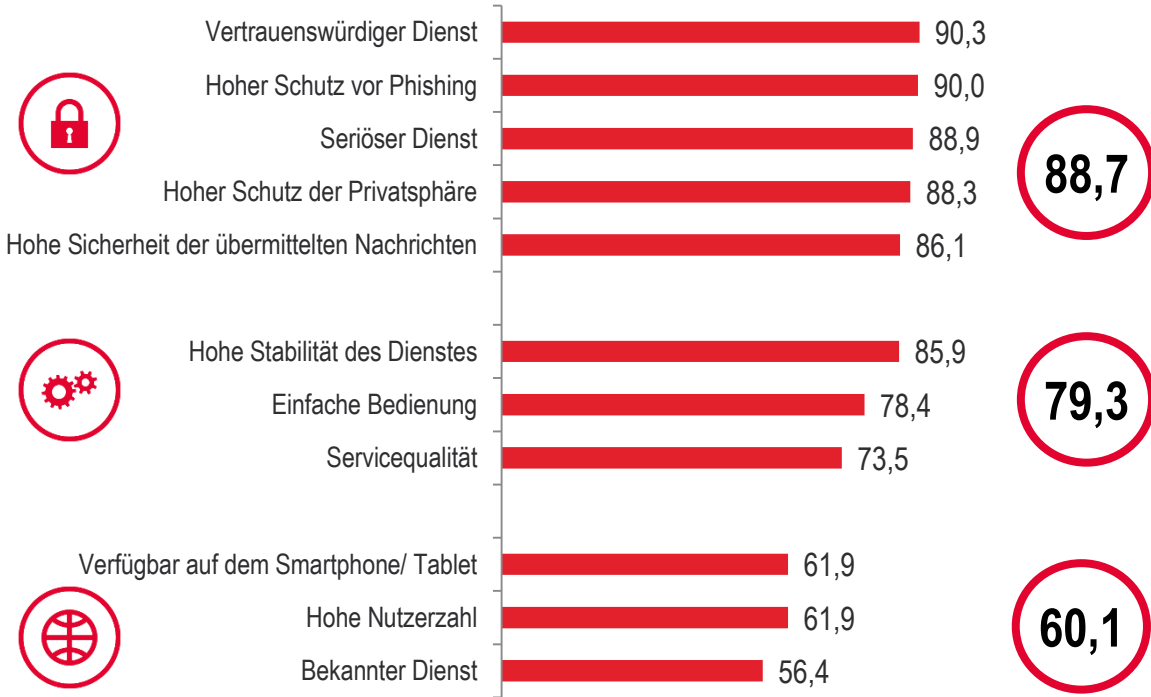
Quelle: United Internet Media 2017

Vertrauenswürdigkeit und Schutz vor Phishing sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



Bewertung der Kommunikationsdienste

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Basis: n(DE)=1.000; Angaben in Prozent, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien. Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“ bzw. 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft gar nicht zu“

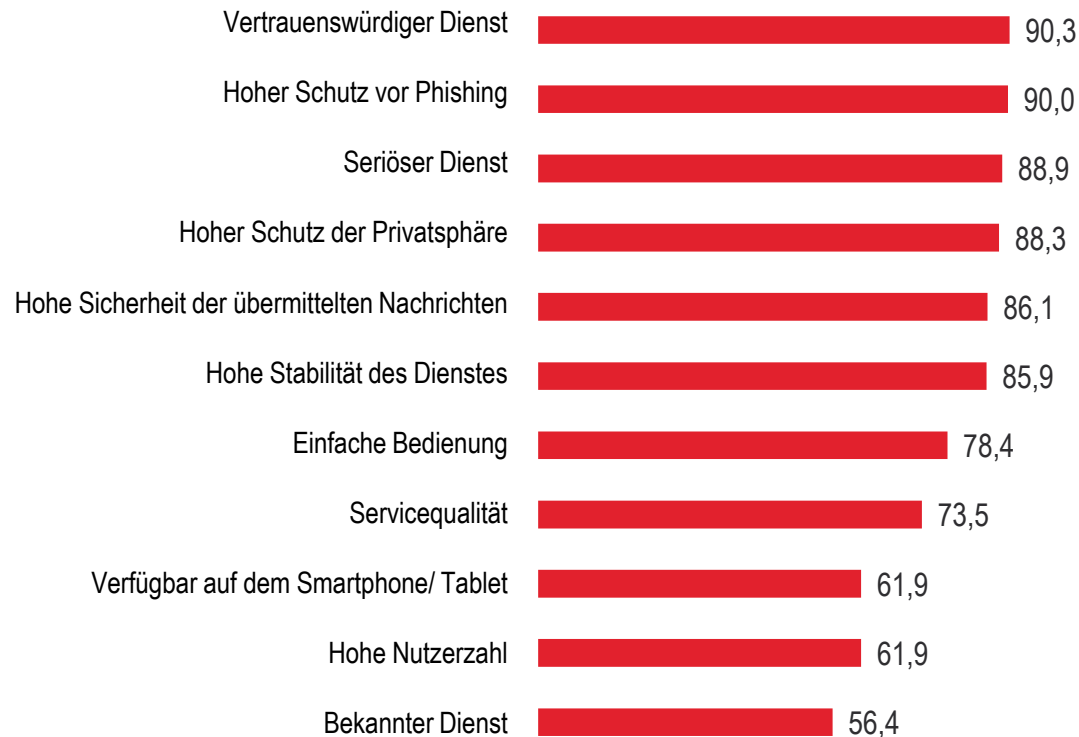
Quelle: United Internet Media 2017

Vertrauenswürdigkeit und Schutz vor Phishing sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



E-Mail ist der Kommunikationsdienst, der diese Aufgabe am ehesten erfüllt.

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Bewertung der Kommunikationsdienste

	E-Mail	Instant Messenger	Soziale Netzwerke
Vertrauenswürdiger Dienst	75,8	66,2	58,7
Hoher Schutz vor Phishing	59,5	60,1	53,9
Seriöser Dienst	77,5	70,1	61,9
Hoher Schutz der Privatsphäre	68,3	60,4	53,2
Hohe Sicherheit der übermittelten Nachrichten	65,3	61,3	53,3
Hohe Stabilität des Dienstes	75,7	75,9	68,9
Einfache Bedienung	80,8	84,1	78,5
Servicequalität	62,7	56,9	53,8
Verfügbar auf dem Smartphone/ Tablet	68,3	81,5	72,5
Hohe Nutzerzahl	67,3	81,2	78,3
Bekannter Dienst	71,6	78,4	76,5

Basis: n(DE)=1.000; Angaben in Prozent, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien. Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“ bzw. 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft gar nicht zu“

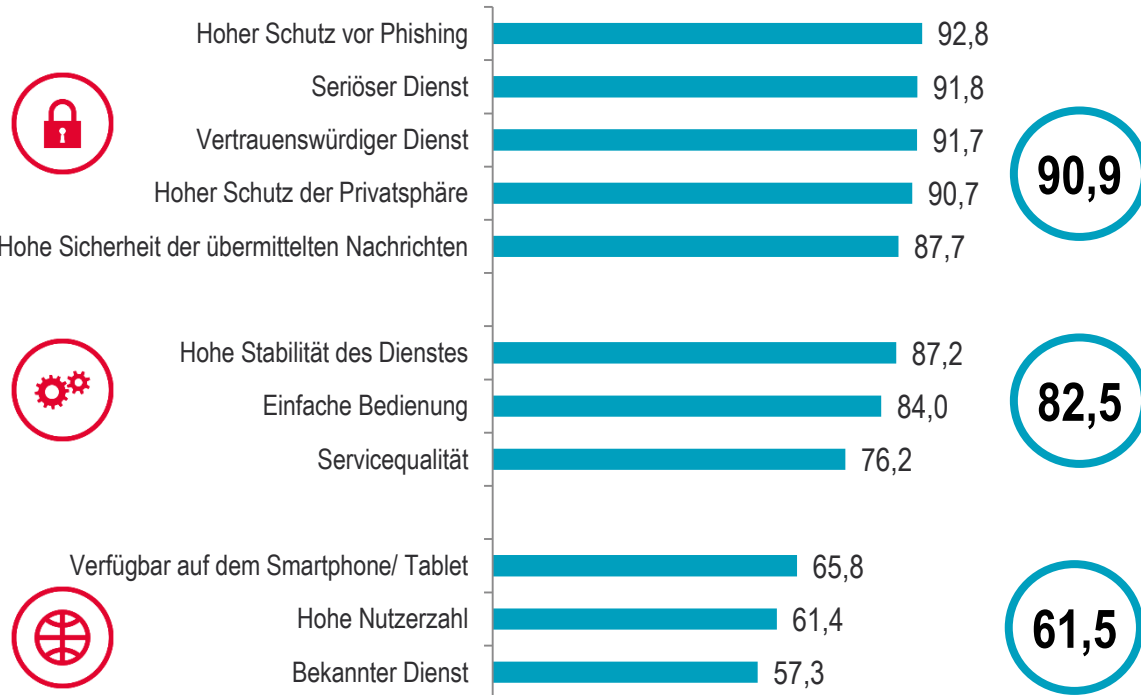
Quelle: United Internet Media 2017

Schutz vor Phishing und Seriösität sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



Bewertung der Kommunikationsdienste

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Basis: n(AT)=1.000; Angaben in Prozent, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien. Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“ bzw. 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft gar nicht zu“

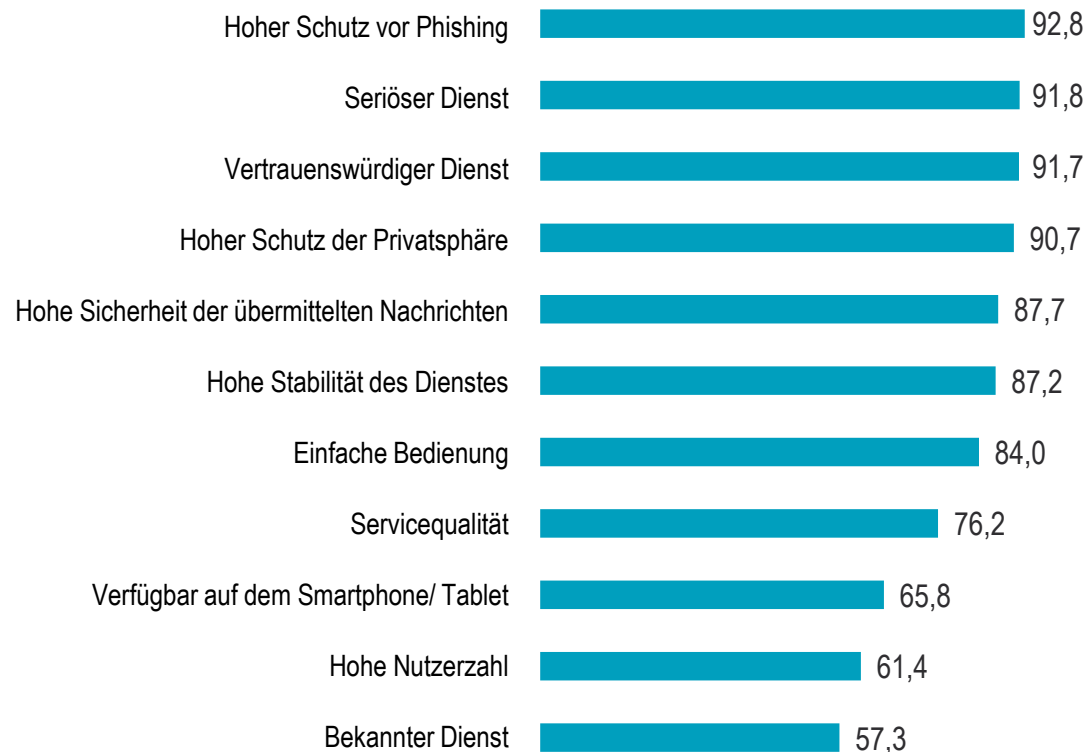
Quelle: United Internet Media 2017

Schutz vor Phishing und Seriösität sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



E-Mail ist der Kommunikationsdienst, der diese Aufgabe am ehesten erfüllt.

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Bewertung der Kommunikationsdienste

	E-Mail	Instant Messenger	Soziale Netzwerke
Hoher Schutz vor Phishing	56,1	58,9	51,7
Seriöser Dienst	79,7	67,5	61,2
Vertrauenswürdiger Dienst	76,0	64,2	58,8
Hoher Schutz der Privatsphäre	66,3	57,6	52,3
Hohe Sicherheit der übermittelten Nachrichten	64,4	61,8	52,2
Hohe Stabilität des Dienstes	81,3	78,2	71,2
Einfache Bedienung	83,1	86,0	80,3
Servicequalität	63,4	50,8	50,9
Verfügbar auf dem Smartphone/ Tablet	72,1	82,0	77,5
Hohe Nutzerzahl	71,9	79,5	77,4
Bekannter Dienst	77,6	79,0	80,0

Basis: n(AT)=1.000, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien:

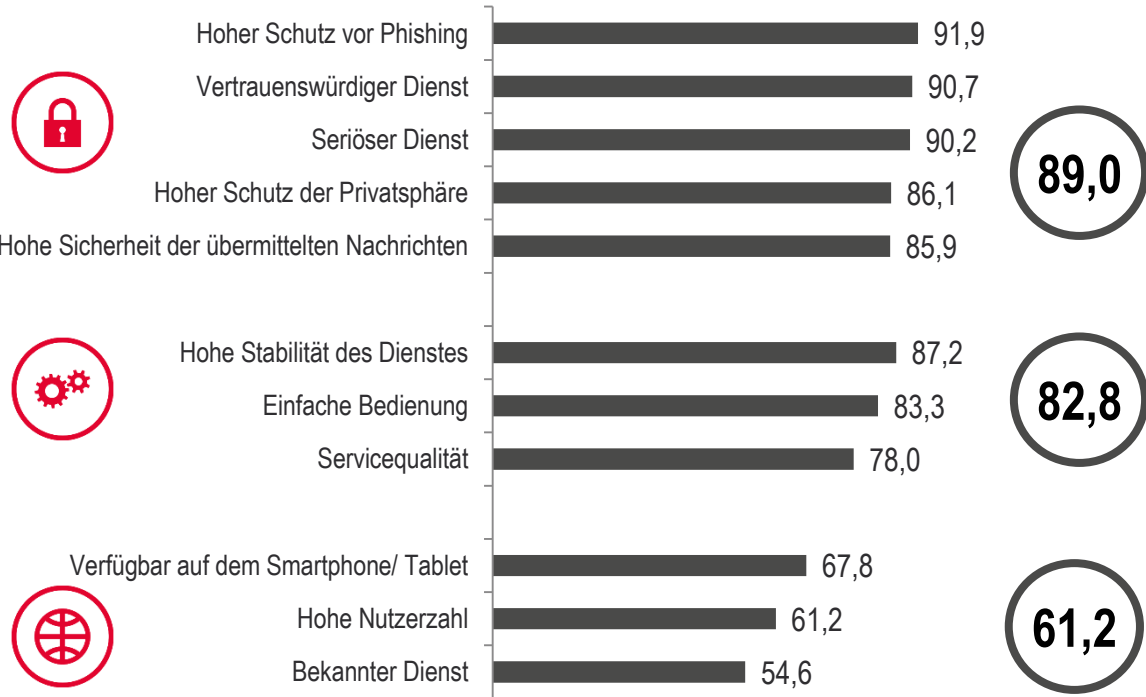
Quelle: United Internet Media 2017

Vertrauenswürdigkeit und Schutz vor Phishing sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



Bewertung der Kommunikationsdienste

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



89,0

62,0

56,0

73,4

71,7

67,8

70,4

76,5

76,9

Basis: n(CH)=1.000; Angaben in Prozent, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien. Skala: 1 „sehr wichtig“ bis 6 „überhaupt nicht wichtig“ bzw. 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft gar nicht zu“

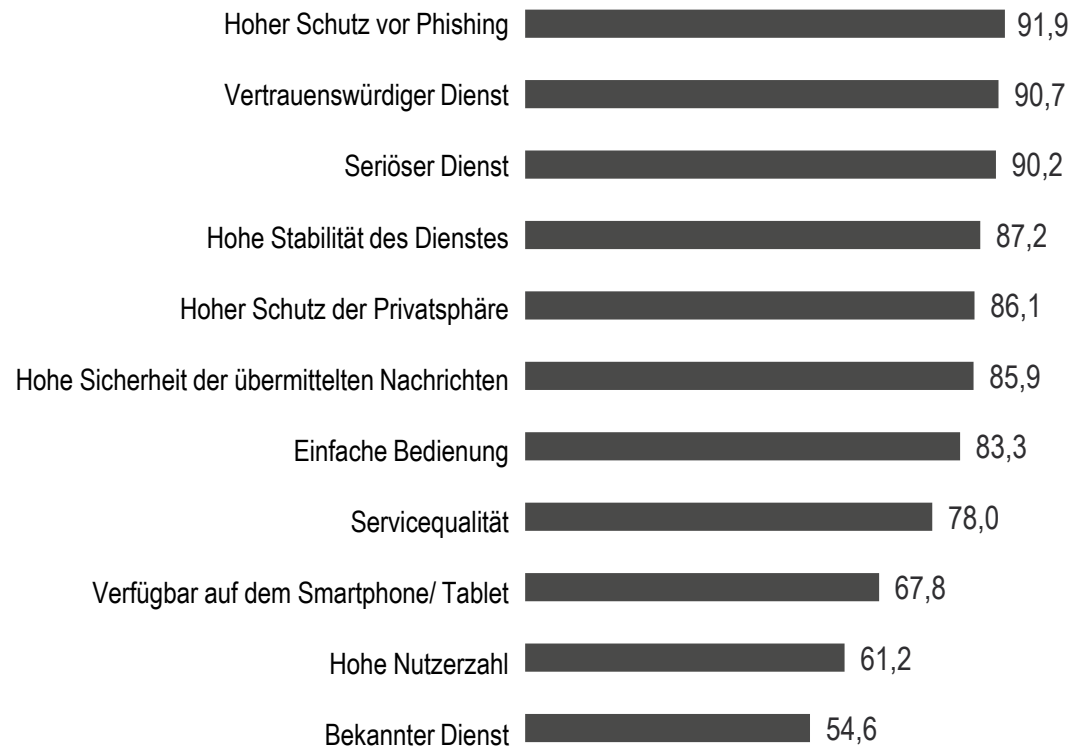
Quelle: United Internet Media 2017

Schutz vor Phishing und Vertrauenswürdigkeit sind die Top-Kriterien für Kommunikation im Internet.



E-Mail ist der Kommunikationsdienst, der diese Aufgabe am ehesten erfüllt.

Wichtigkeit bei der privaten Kommunikation über das Internet



Bewertung der Kommunikationsdienste

	E-Mail	Instant Messenger	Soziale Netzwerke
Hoher Schutz vor Phishing	61,4	60,6	53,0
Vertrauenswürdiger Dienst	74,4	65,3	59,6
Seriöser Dienst	76,6	67,4	61,2
Hohe Stabilität des Dienstes	76,2	73,6	69,1
Hoher Schutz der Privatsphäre	68,1	57,6	52,7
Hohe Sicherheit der übermittelten Nachrichten	65,6	59,3	53,8
Einfache Bedienung	80,7	83,3	78,2
Servicequalität	63,4	58,1	56,2
Verfügbar auf dem Smartphone/ Tablet	70,9	79,6	76,4
Hohe Nutzerzahl	69,0	74,9	76,0
Bekannter Dienst	71,4	75,1	78,3

Basis: n(CH)=1.000, Angaben in Prozent, Top-2-Box

Frage: Wie wichtig sind Ihnen ganz allgemein die folgenden Punkte in der privaten Kommunikation über das Internet?; Bitte bewerten Sie nun ganz allgemein ... als Kommunikationsdienst anhand der folgenden Kriterien:

Quelle: United Internet Media 2017

DIE BEDEUTUNG DER E-MAIL



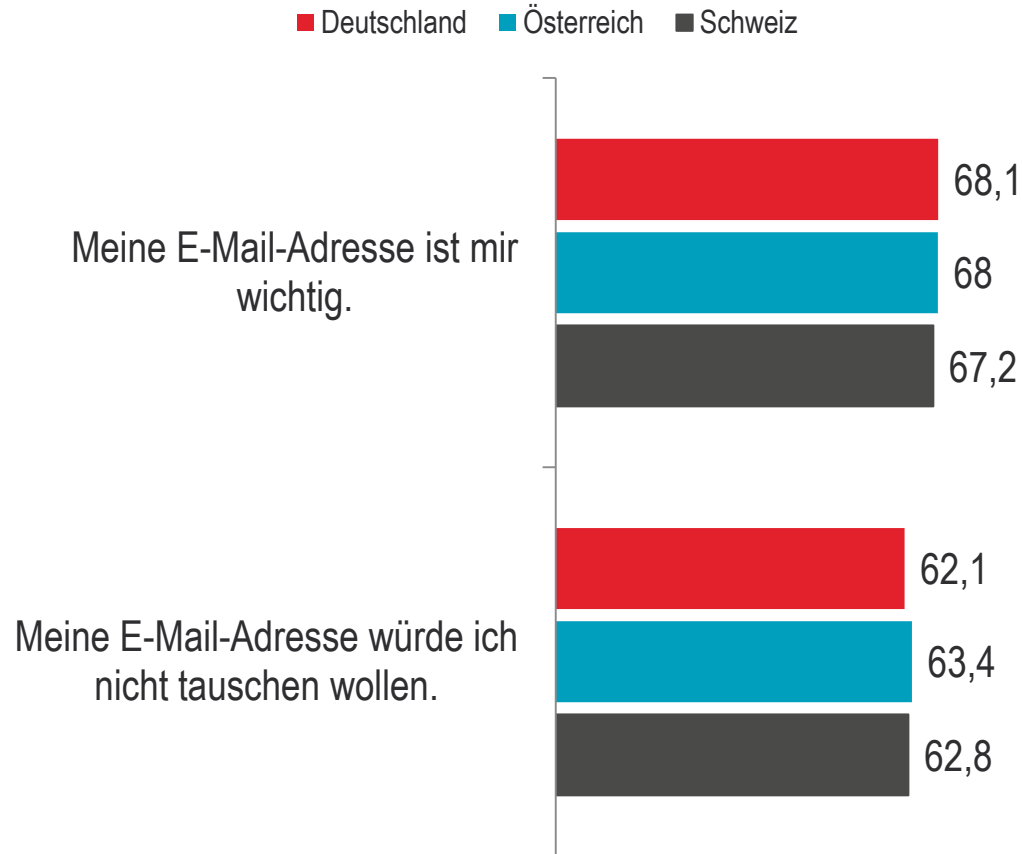


Welchen Stellenwert hat die E-Mail für die E-Mailer?

Die E-Mail-Adresse ist von persönlicher Wichtigkeit.



Die DACH-Region ist sich hier einig, zwei Drittel stimmen der Aussage zu.



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent - Top-2-Box

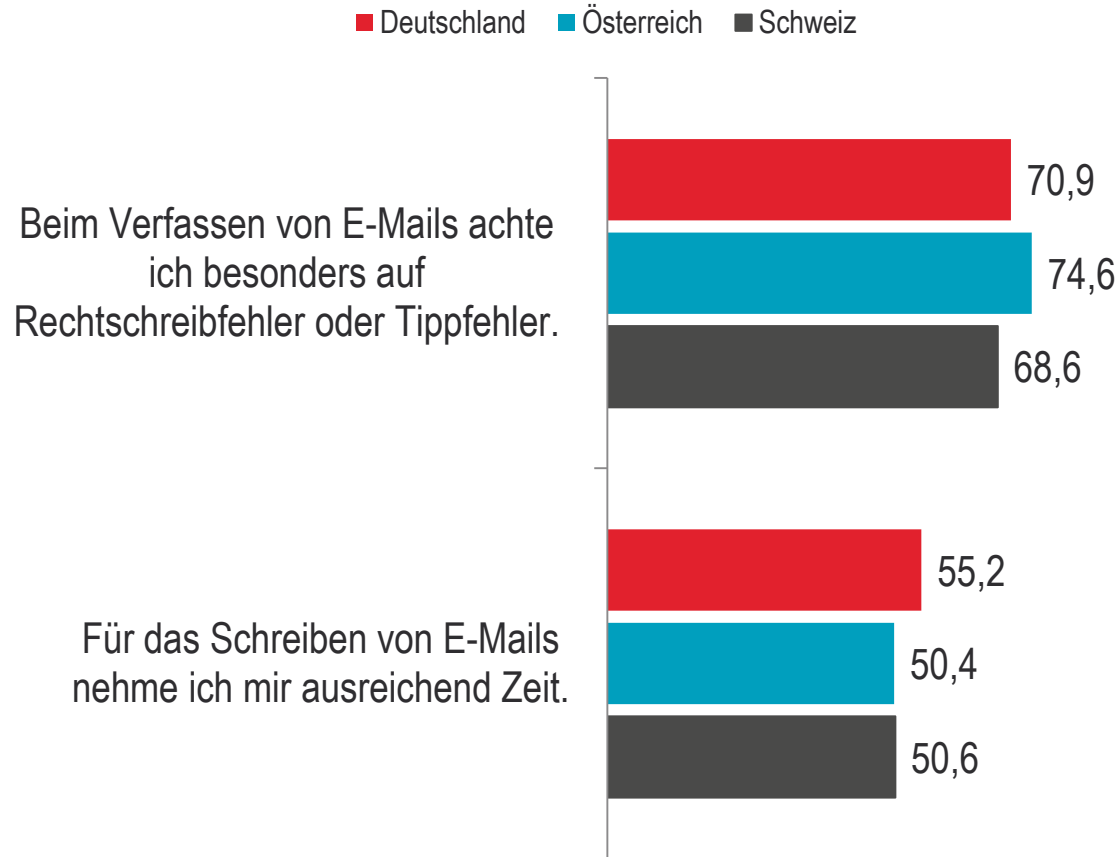
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Ihrer Nutzung von E-Mails zu? Skala: 1 „Trifft voll und ganz zu“ bis „6 „Trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: United Internet Media 2017

Beim Schreiben von E-Mails wird sich viel Mühe gegeben und Zeit gelassen.



In Österreich ist man im Vergleich noch gewissenhafter beim Verfassen von E-Mails.



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent - Top-2-Box

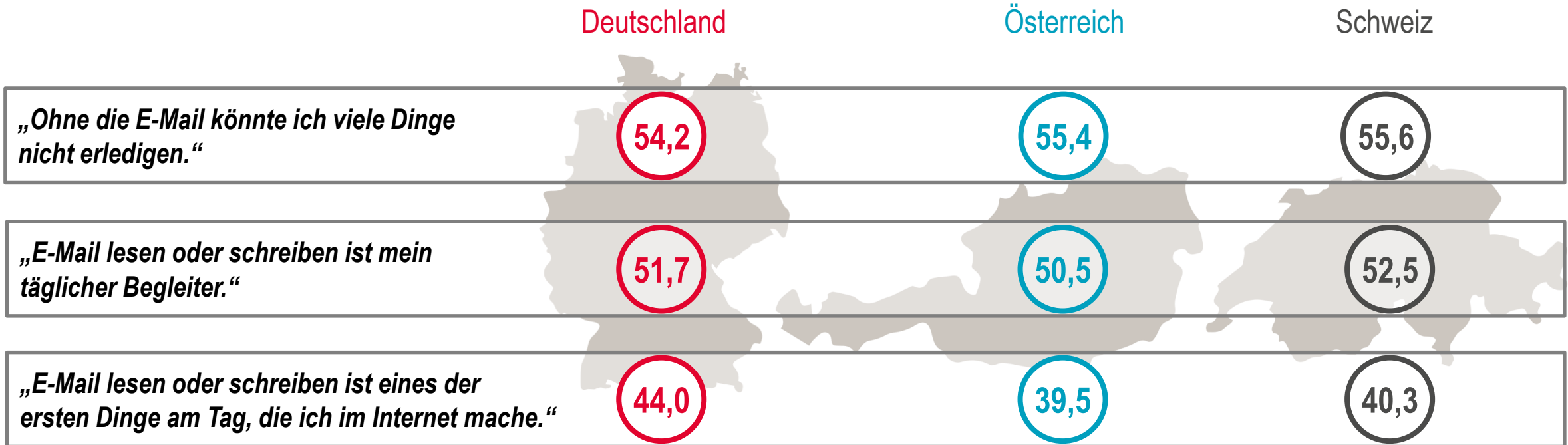
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Ihrer Nutzung von E-Mails zu? Skala: 1 „Trifft voll und ganz zu“ bis „6 „Trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: United Internet Media 2017

Die E-Mail ist für jeden Zweiten ein täglicher Begleiter, ohne den man viele Dinge nicht erledigen könnte.



Im Ländervergleich zeigen sich hier nur marginale Unterschiede.



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent - Top-2-Box

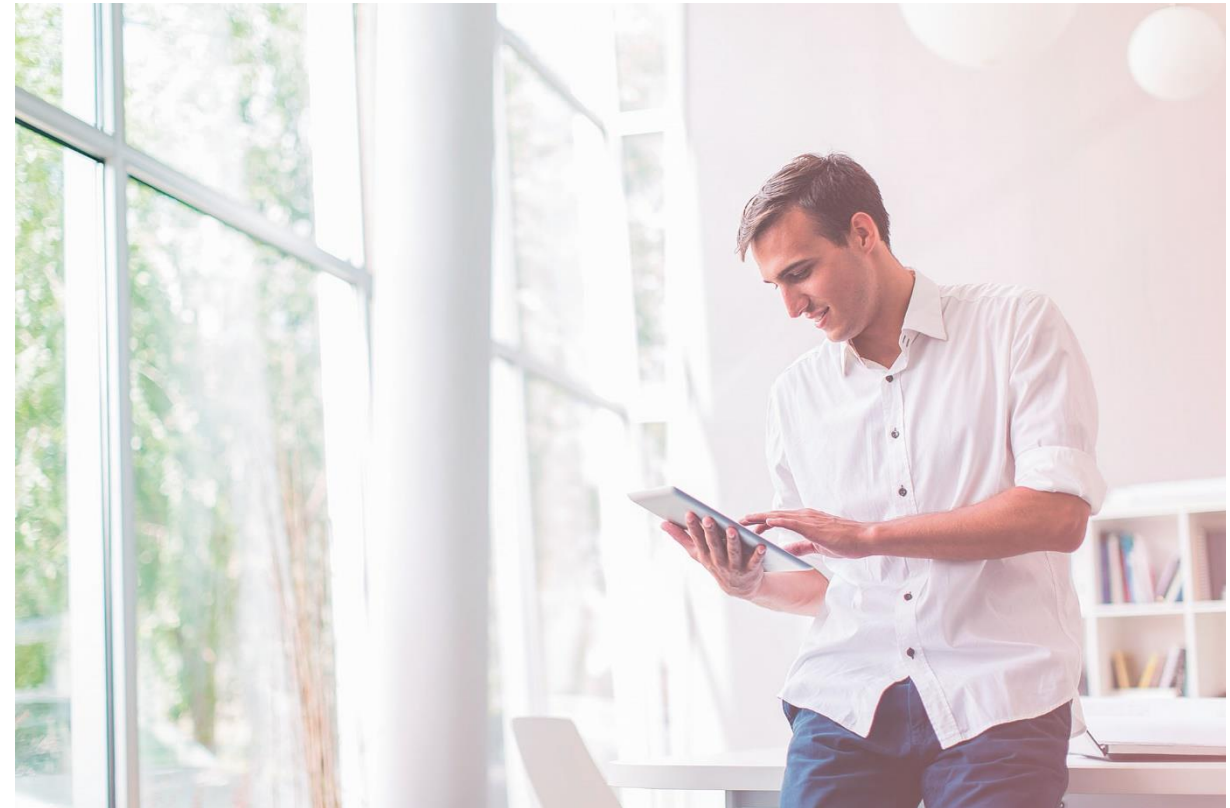
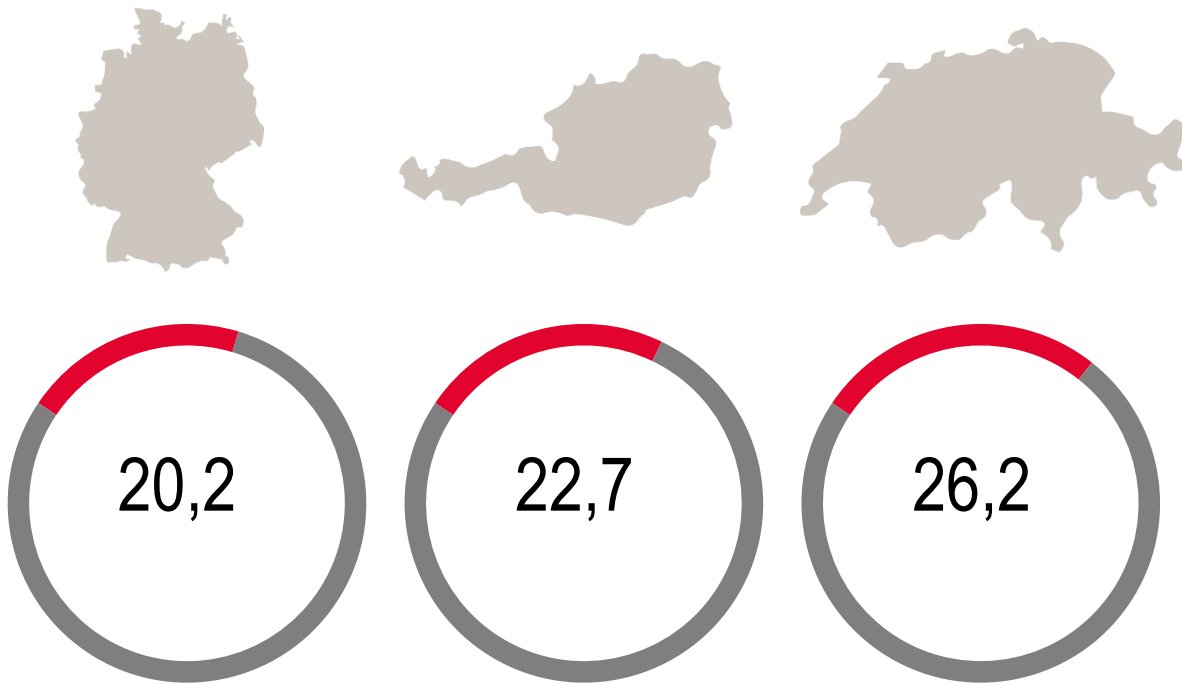
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Ihrer Nutzung von E-Mails zu? Skala: 1 „Trifft voll und ganz zu“ bis 6 „Trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: United Internet Media 2017

Jeder Vierte bzw. Fünfte in der DACH-Region hat sich eine E-Mail-Signatur für seine private E-Mailadresse angelegt.



Die E-Mail-Adresse ist etwas Persönliches, dies wird durch eine Signatur weiter unterstrichen.

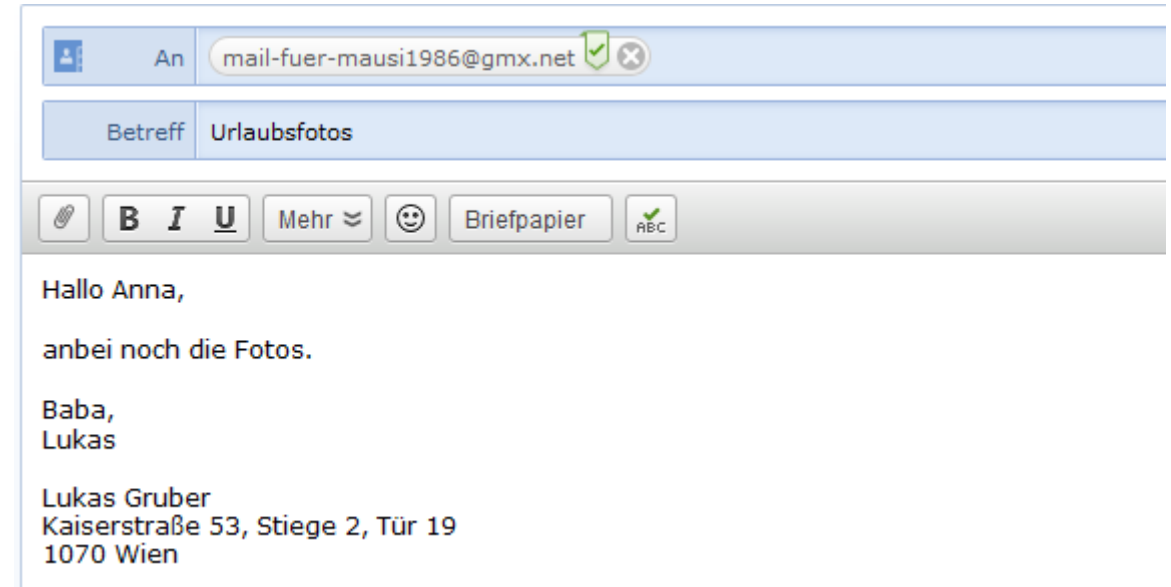
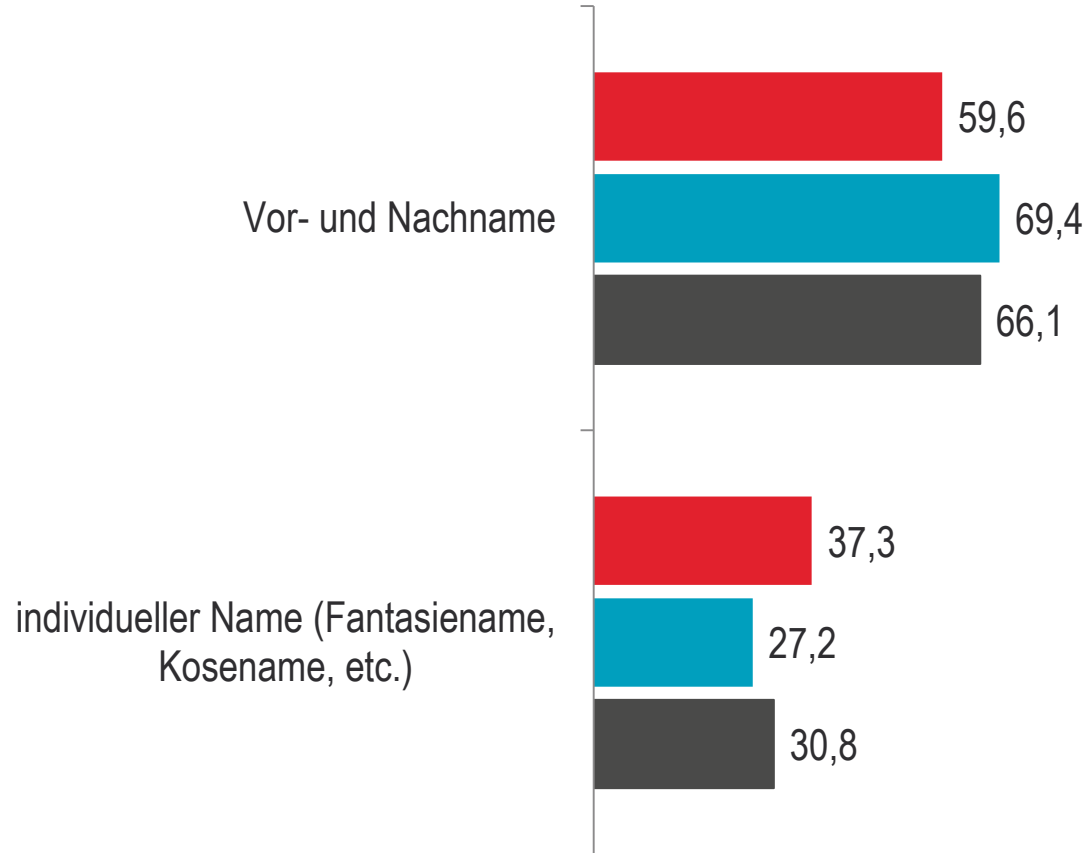


Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent
Frage: Haben Sie sich eine Signatur für Ihre privaten E-Mails angelegt? Ja
Quelle: United Internet Media 2017

Etwa jeder Dritte E-Mailer wählt einen individuellen Namen vor dem @-Zeichen.



In Österreich und der Schweiz nutzen zwei Drittel die klassische Variante mit Vor- & Nachname, also etwas mehr als in Deutschland.



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent

Frage: Haben Sie für Ihre private E-Mail-Adresse Ihren eigenen Namen (z.B. Vor- und Nachname) oder einen individuellen Namen (z.B. Fantasienamen, Kosenamen etc.) gewählt?

Quelle: United Internet Media 2017

**DIE E-MAIL IST GRUNDLAGE FÜR VIELE
WEITERE DIENSTE IM INTERNET.**



Die E-Mail-Adresse ist Basis für die Nutzung vielfältiger Dienste und Anwendungen im täglichen Leben.



Registrierung/Einloggen mit privater E-Mail-Adresse – Dienste/Anwendungen

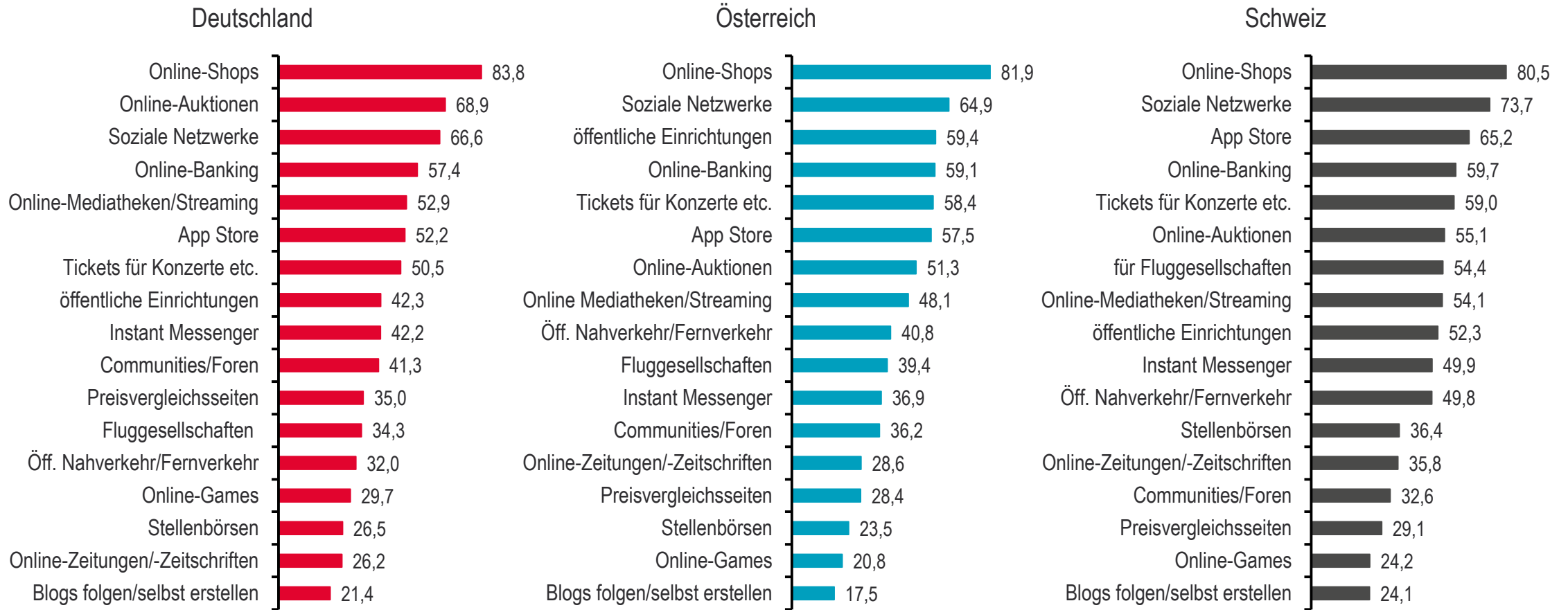


Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000,
Frage: Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung oder zum Einloggen für folgende Dienste /Anwendungen?
Quelle: United Internet Media 2017

Im Ländervergleich herrscht Einigkeit bei der Registrierung/Einloggen via E-Mail für Online-Shops.



Öffentliche Einrichtungen sind in Österreich relevanter. In Deutschland hingegen Online-Auktionen, in der Schweiz ist der App Store in der Top 3.



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Antworten sortiert nach Deutschland, Angaben in Prozent
 Frage: Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung / zum Einloggen für folgende Dienste / Anwendungen?
 Quelle: United Internet Media 2017

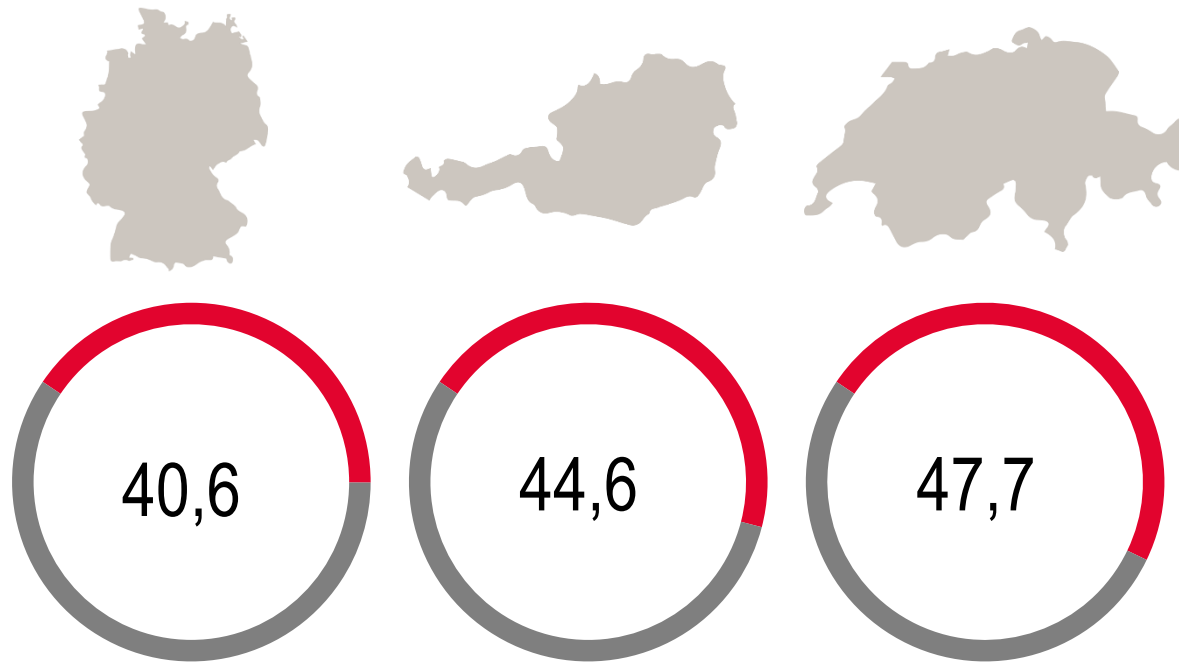
**E-MAIL ALS MULTIPLIKATOR -
ERHALTENE E-MAILS WERDEN MIT
ANDEREN GETEILT.**



Erhaltene E-Mails werden von über 40% mit anderen geteilt.



In der Schweiz teilt sogar fast jeder Zweite seine E-Mails.

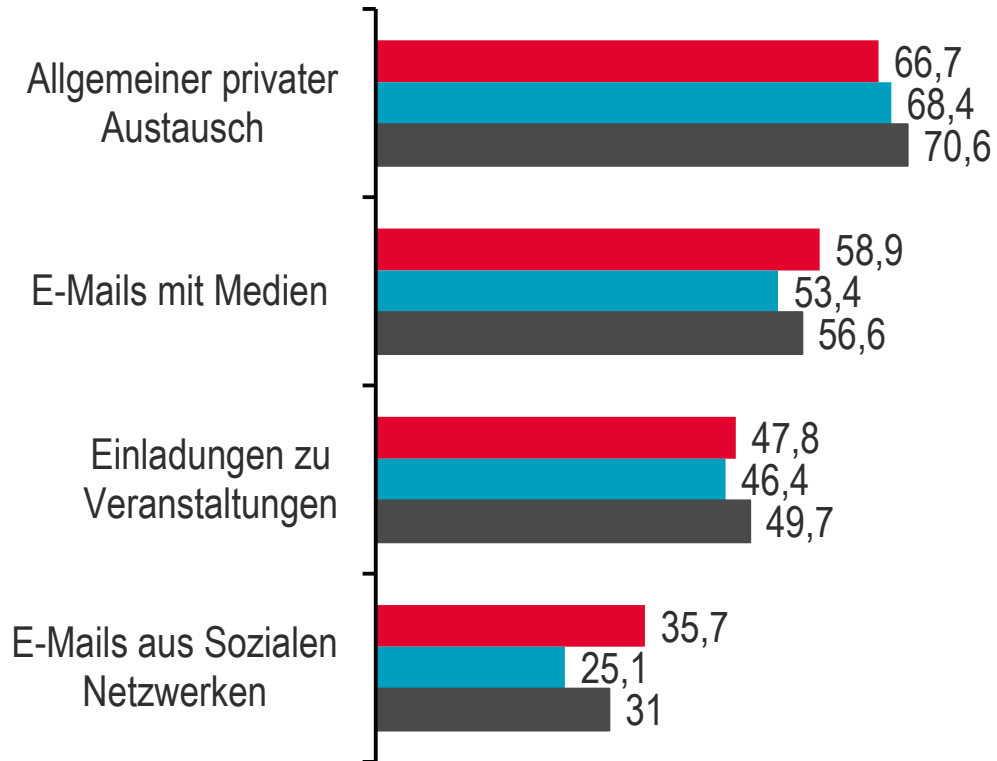


Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent
Frage: Teilen Sie empfangene E-Mails aus Ihrem privaten Posteingang mit anderen Personen?
Quelle: United Internet Media 2017

Erhaltene E-Mails – privater Charakter | Zwei Drittel teilen allgemein zum privaten Austausch mit anderen.



Im Ländervergleich werden in Österreich E-Mails aus Sozialen Netzwerken weniger häufig geteilt.

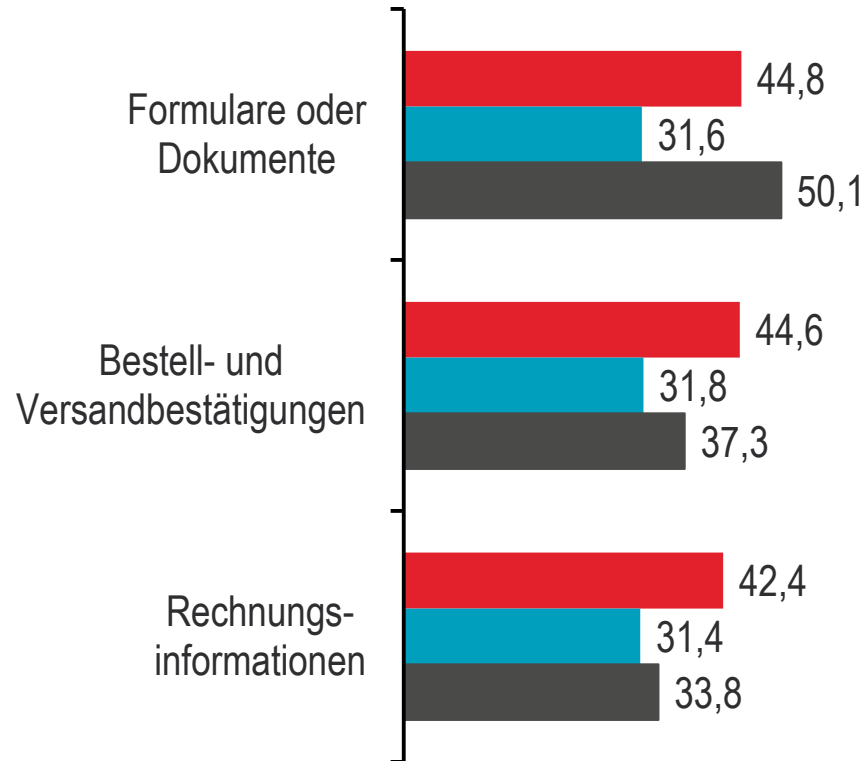


Basis: n(DE)=406, n(AT)=446, n(CH)=477 (Personen, die Inhalte teilen), Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland
Frage: Um welche Inhalte handelt es sich und mit wem teilen Sie diese?
Quelle: United Internet Media 2017

Erhaltene E-Mails – Business Charakter | Formulare & Dokumente werden am ehesten geteilt.



Im Ländervergleich werden in Österreich u.a. Formulare oder Dokumente weniger häufig geteilt.

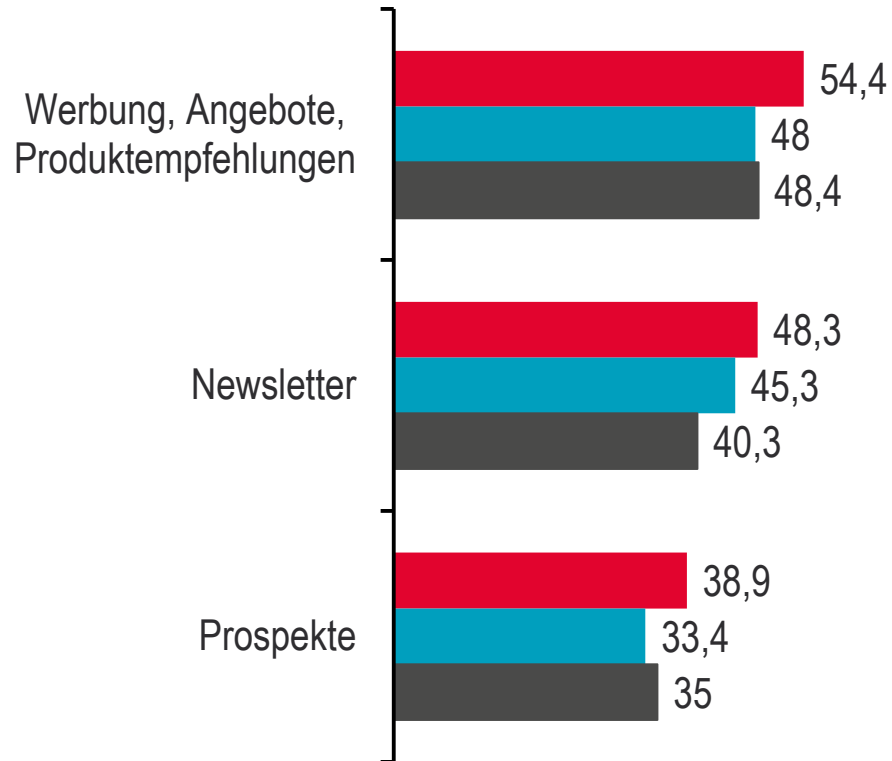


Basis: n(DE)=406, n(AT)=446, n(CH)=477 (Personen, die Inhalte teilen), Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland
Frage: Um welche Inhalte handelt es sich und mit wem teilen Sie diese?
Quelle: United Internet Media 2017

Erhaltene E-Mails – Informationscharakter | Jeder Zweite teilt Werbung.



Im Ländervergleich werden in Deutschland häufiger werbliche Inhalte geteilt.



Basis: n(DE)=406, n(AT)=446, n(CH)=477 (Personen, die Inhalte teilen), Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland
Frage: Um welche Inhalte handelt es sich und mit wem teilen Sie diese?
Quelle: United Internet Media 2017

E-MAIL & NUTZUNGSSITUATIONEN





Wo und auf welchen Endgeräten werden E-Mails gelesen oder geschrieben?

Wie verhält sich das über den Tag verteilt und an Werktagen bzw. an Wochenenden?

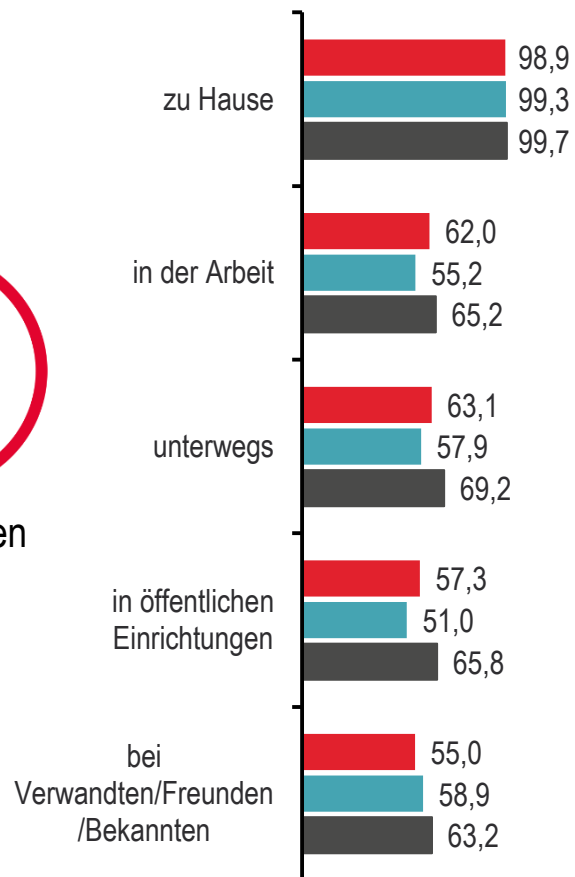
Zu Hause werden E-Mails am häufigsten gelesen und geschrieben.



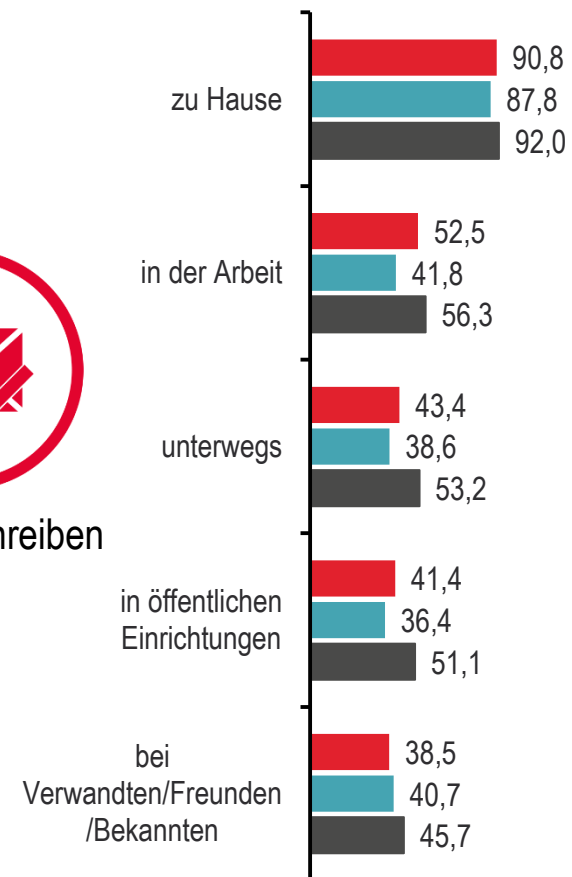
E-Mail lesen / schreiben unterwegs ist in der Schweiz deutlich stärker ausgeprägt.



E-Mails lesen



E-Mails schreiben



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent

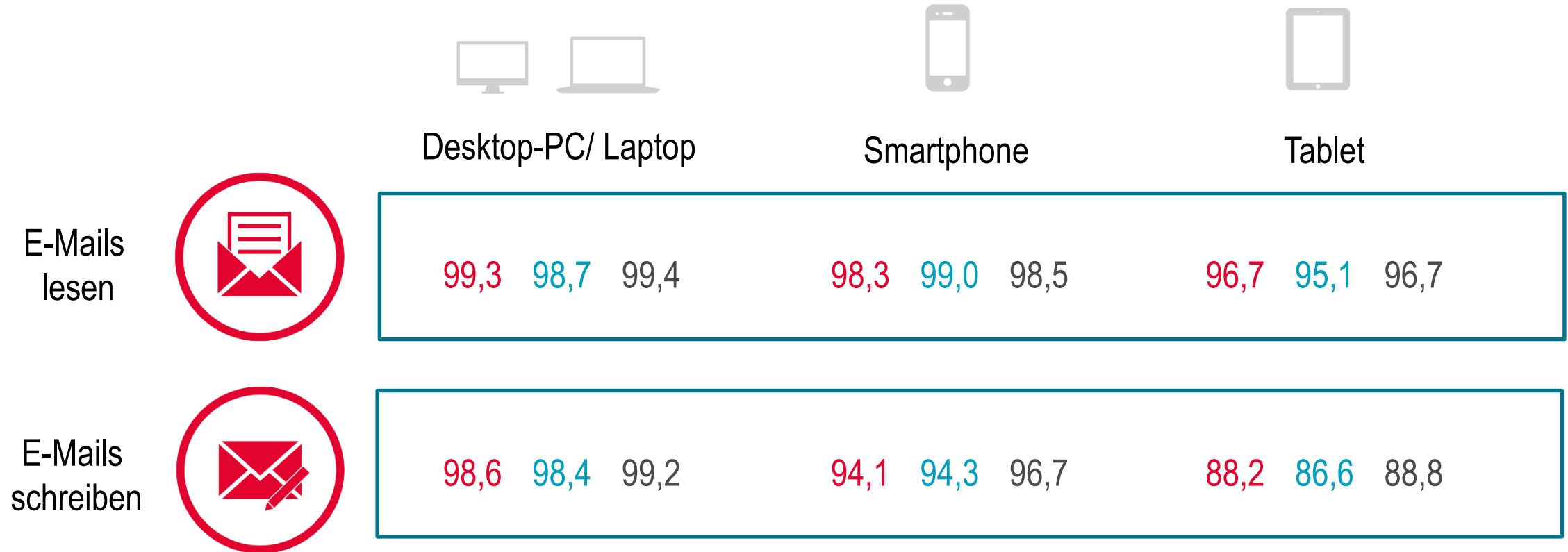
Frage: Wo lesen Sie regelmäßig Ihre privaten E-Mails? / Von wo aus schreiben Sie private E-Mails?

Quelle: United Internet Media 2017

Zum Lesen von E-Mails wird auf alle Screens zurückgegriffen.



Zum Schreiben werden Desktop-PC/Laptop und Smartphone verstärkt genutzt.



Basis: n(DE),n(AT),n(CH) (Personen, die das jeweilige Gerät nutzen / Personen die E-Mails lesen bzw. schreiben)

Frage: Wie häufig lesen / schreiben Sie E-Mails auf den folgenden Geräten? mind. selten auf Skala 1 „mehrmals täglich“ bis 5 „mehrmals pro Monat“, 6 „seltener“ (abzüglich „nie“); Angaben in Prozent

Quelle: United Internet Media 2017

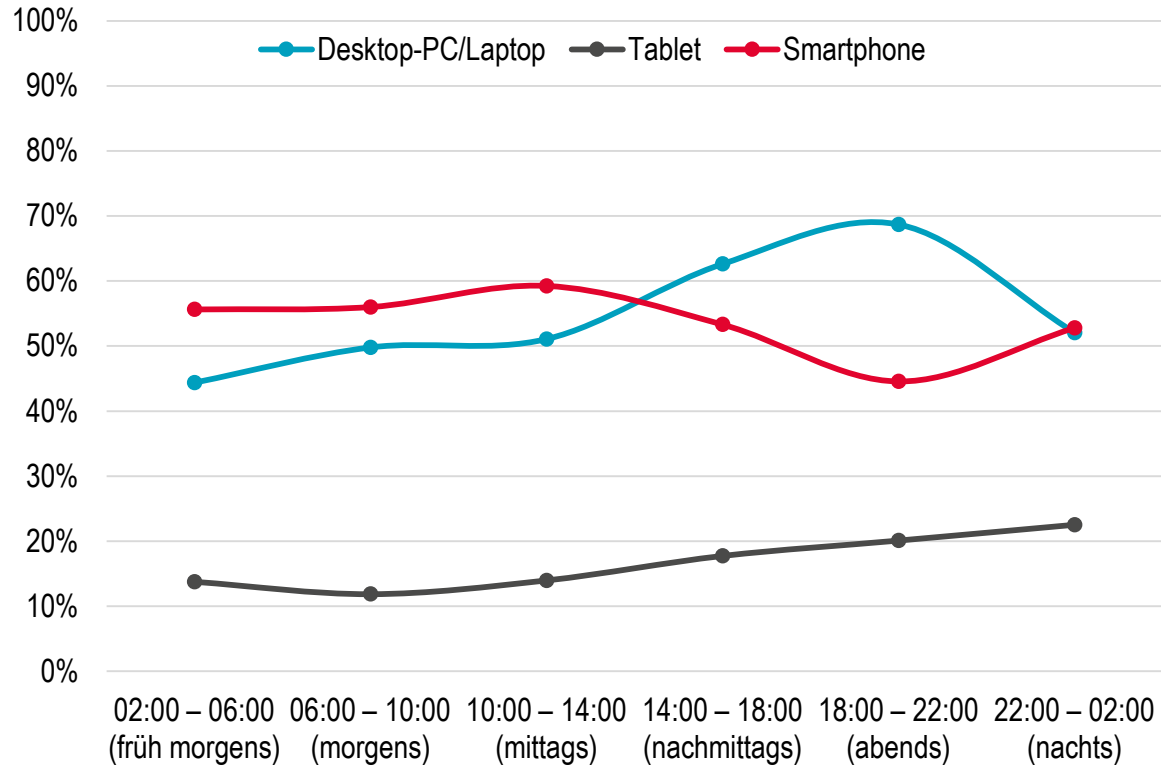
Unter der Woche werden E-Mails in den Abendstunden verstärkt am Desktop-PC/Laptop gelesen.



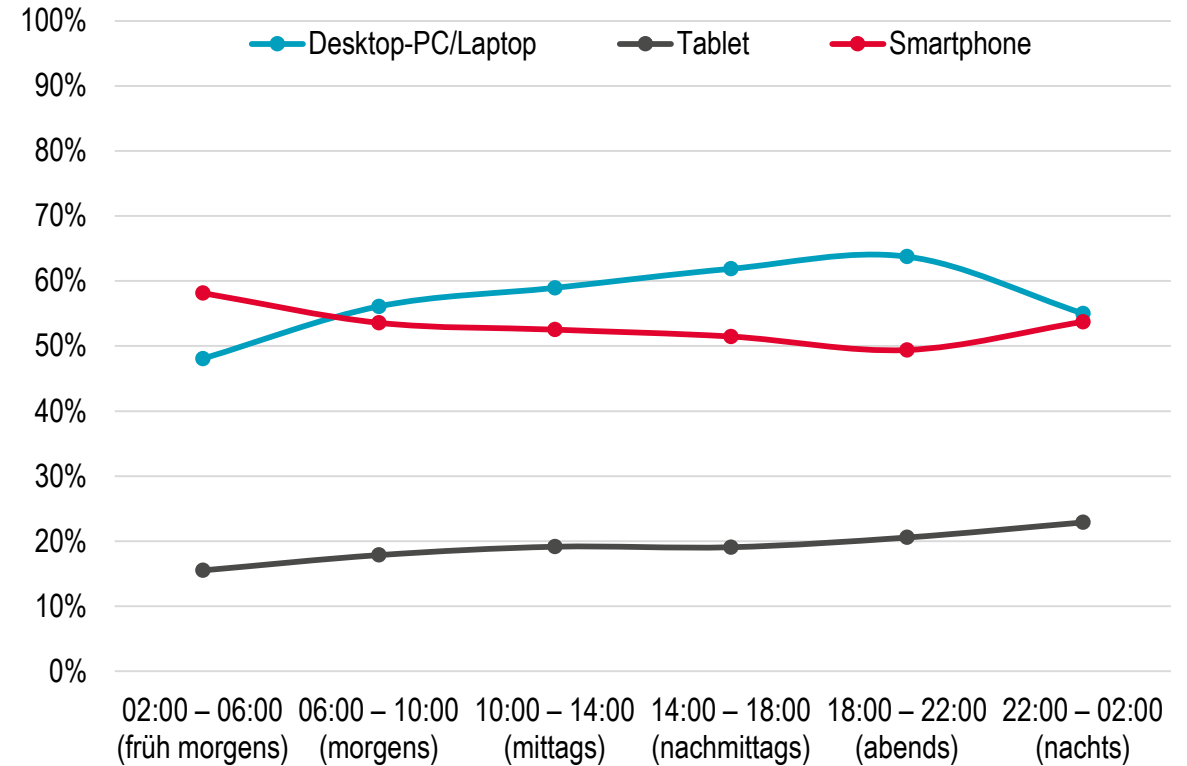
Am Wochenende verhält sich die Nutzung stabiler als unter der Woche.



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene unter der Woche



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene am Wochenende



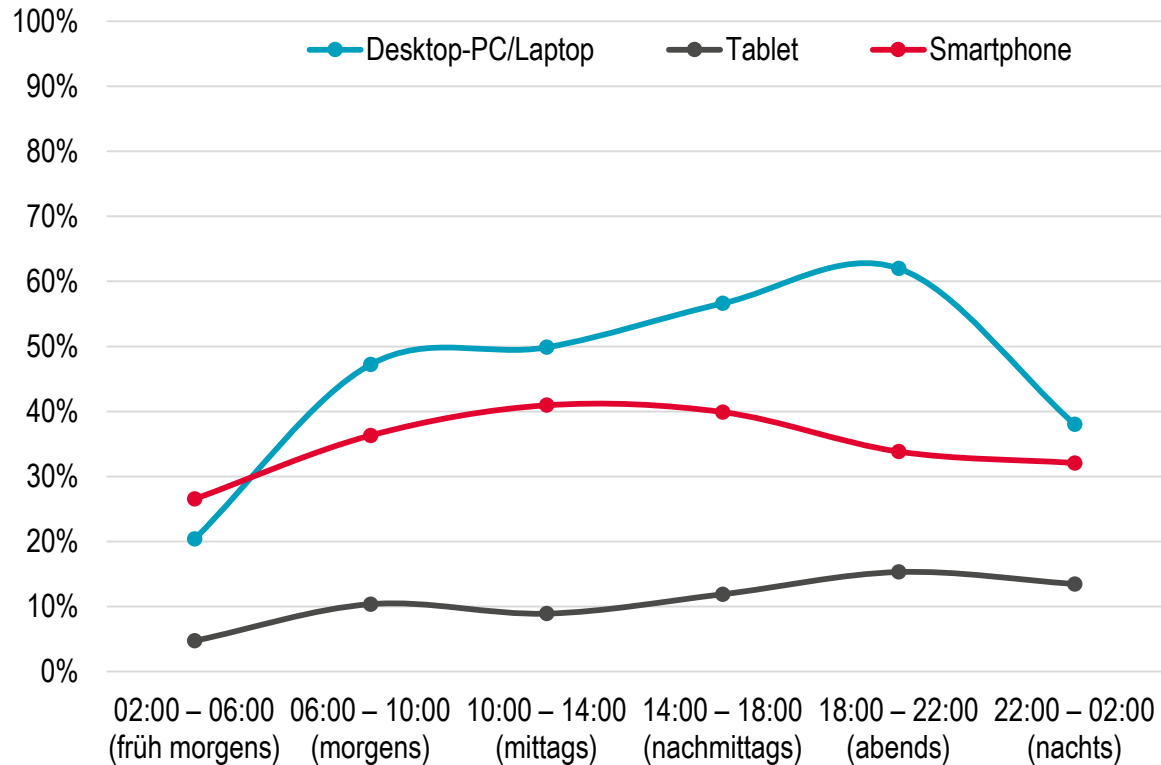
Basis: n(DE) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails lesen), Angaben in Prozent
 Frage: Wann lesen Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

E-Mails werden unter der Woche in den Abendstunden auf dem Desktop-PC/Laptop geschrieben.

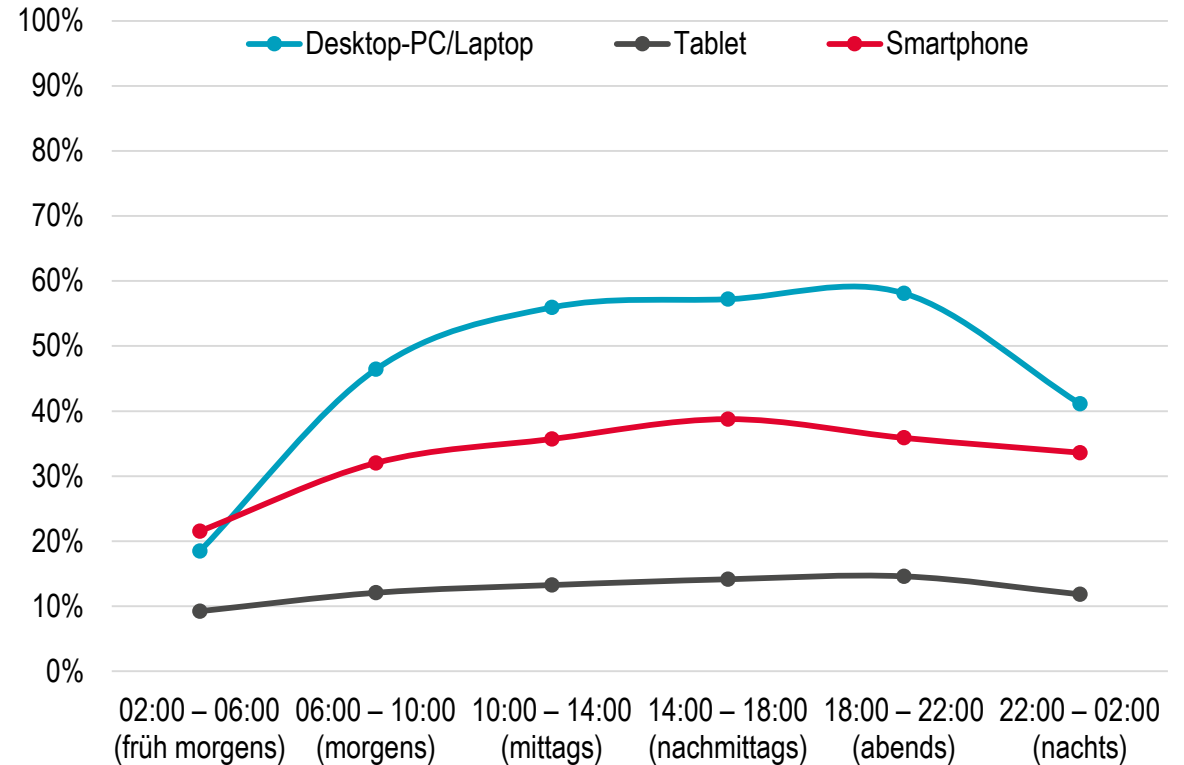


Am Wochenende verhält sich das E-Mail-Schreiben gleichmäßiger.

 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene unter der Woche**



 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene am Wochenende**



Basis: n(DE) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails schreiben), Angaben in Prozent
 Frage: Wann schreiben Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

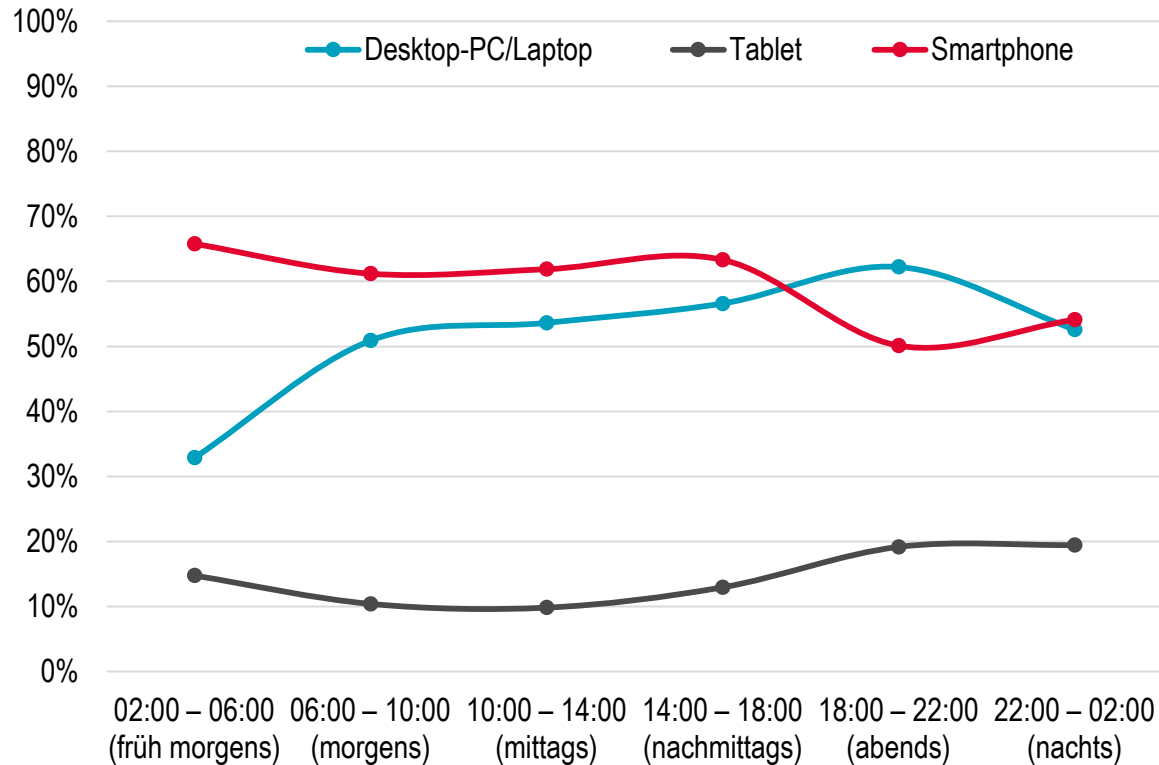
Unter der Woche wird bis zum Nachmittag das Smartphone am stärksten für E-Mails lesen genutzt.



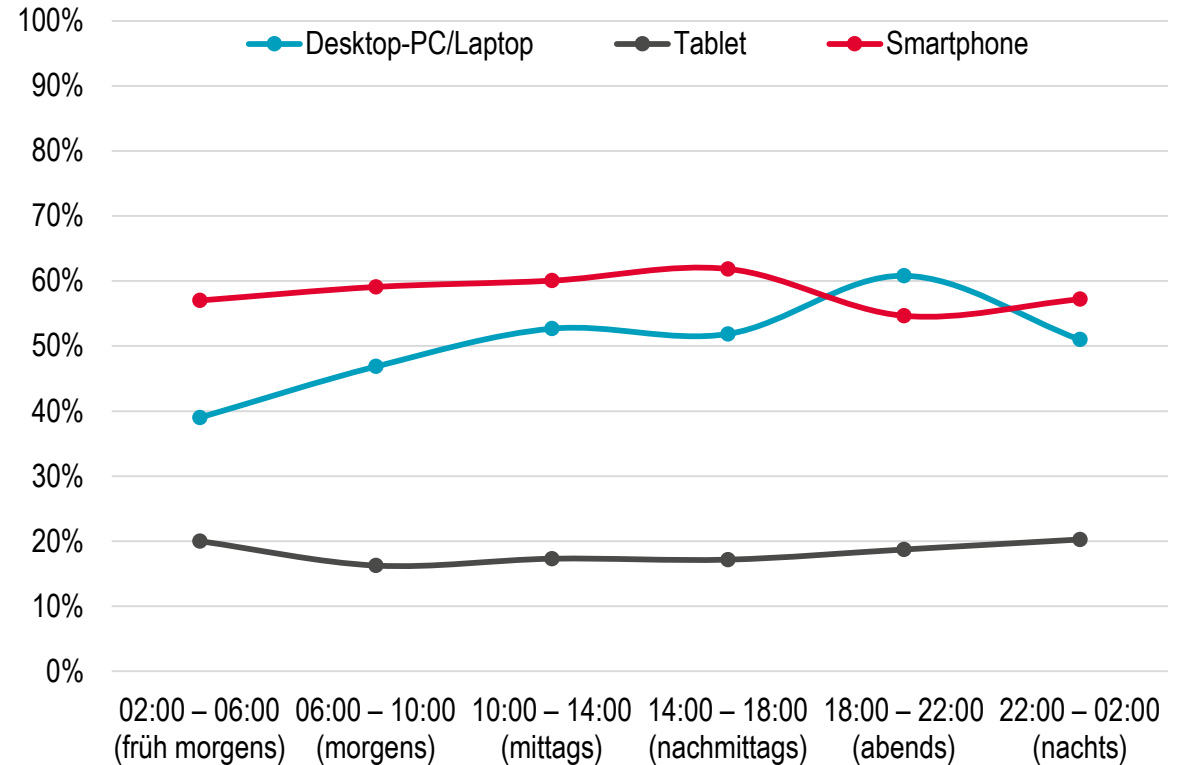
Auch am Wochenende dominiert das Smartphone über den Tag verteilt, außer in den Abendstunden.



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene unter der Woche



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene am Wochenende



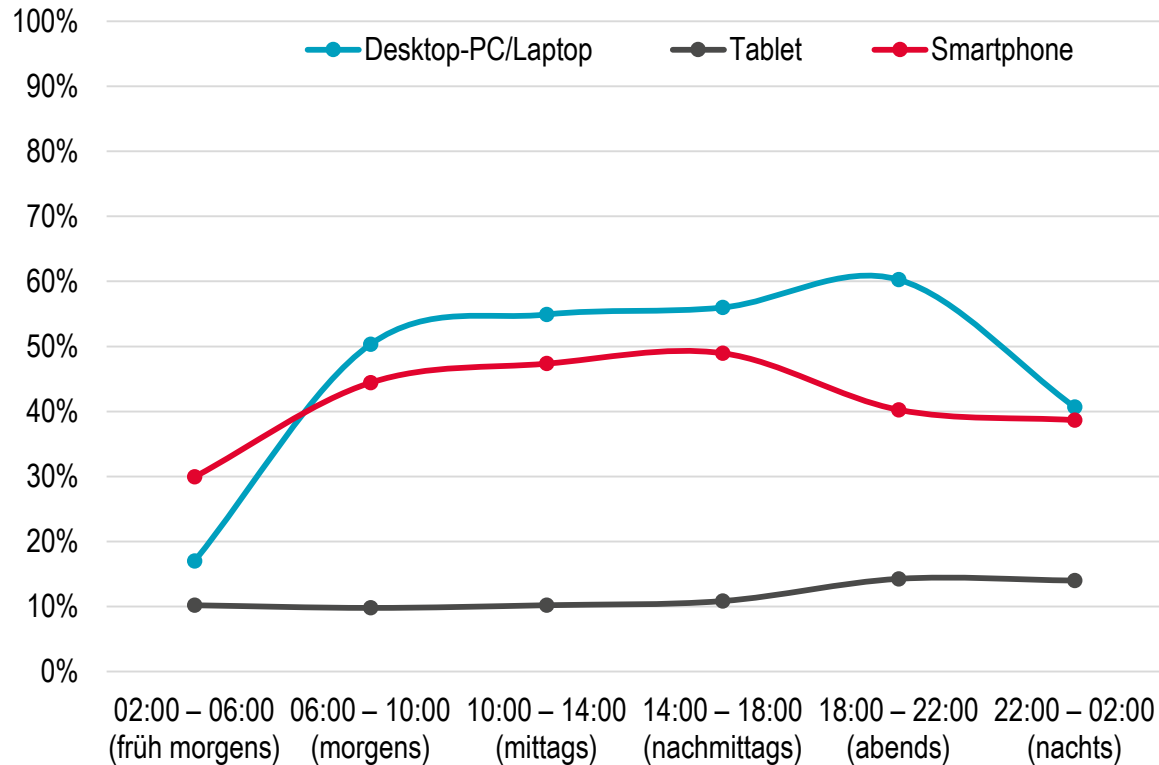
Basis: n(AT) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails lesen), Angaben in Prozent
 Frage: Wann lesen Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

E-Mails werden in den Abendstunden am häufigsten auf dem Desktop-PC/Laptop geschrieben.

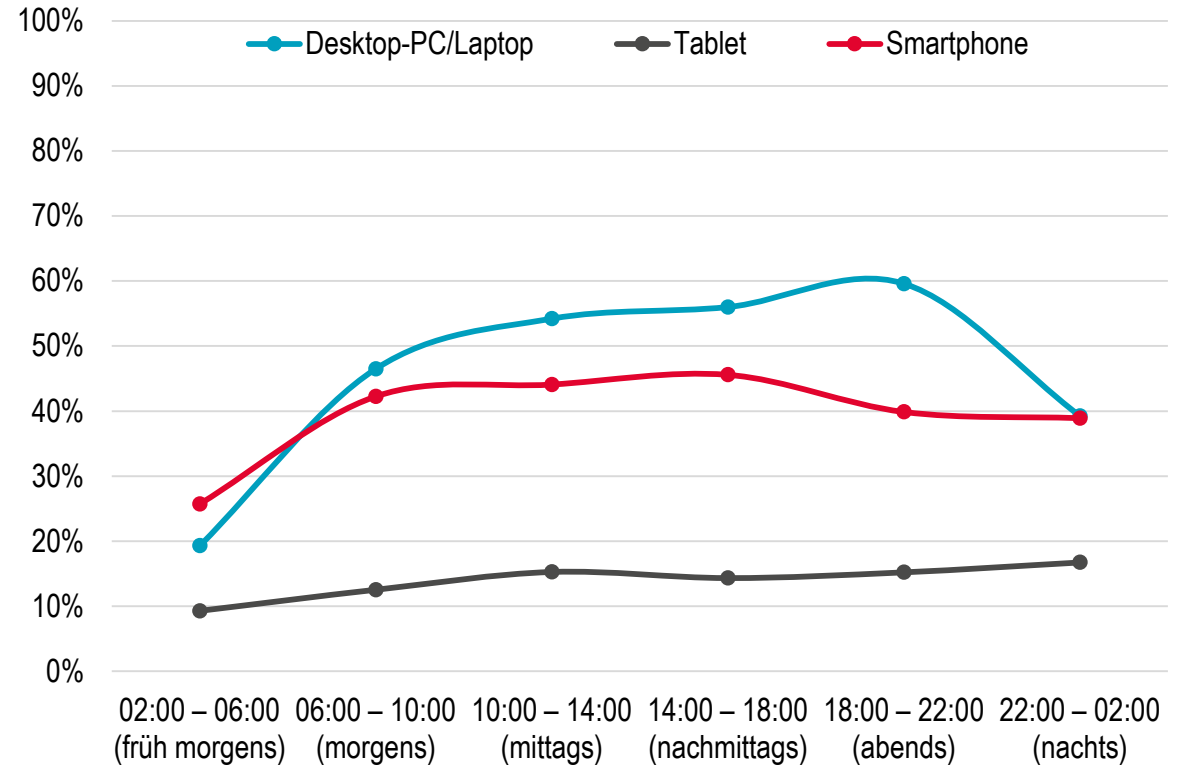


Auch am Wochenende schreiben 60% in den Abendstunden ihre E-Mails auf dem Desktop-PC/Laptop.

 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene unter der Woche**



 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene am Wochenende**



Basis: n(AT) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails schreiben), Angaben in Prozent
 Frage: Wann schreiben Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

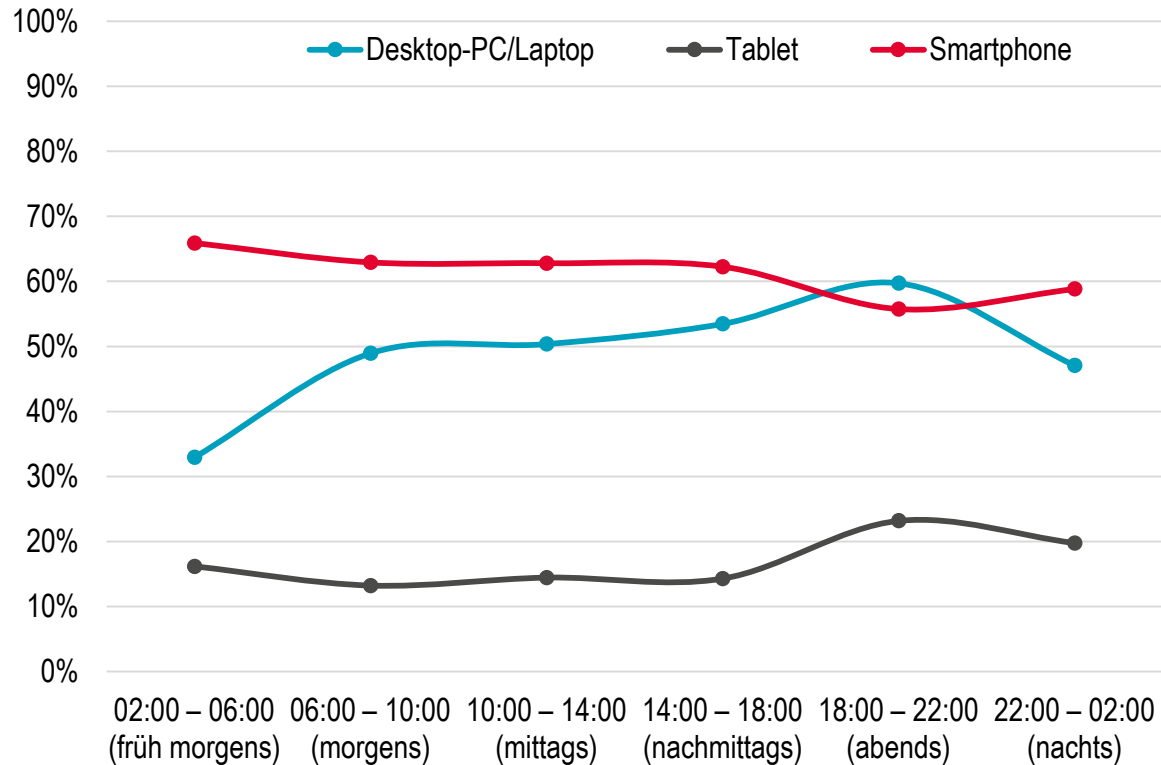
Unter der Woche lesen Schweizer außer am Abend am häufigsten über das Smartphone ihre E-Mails.



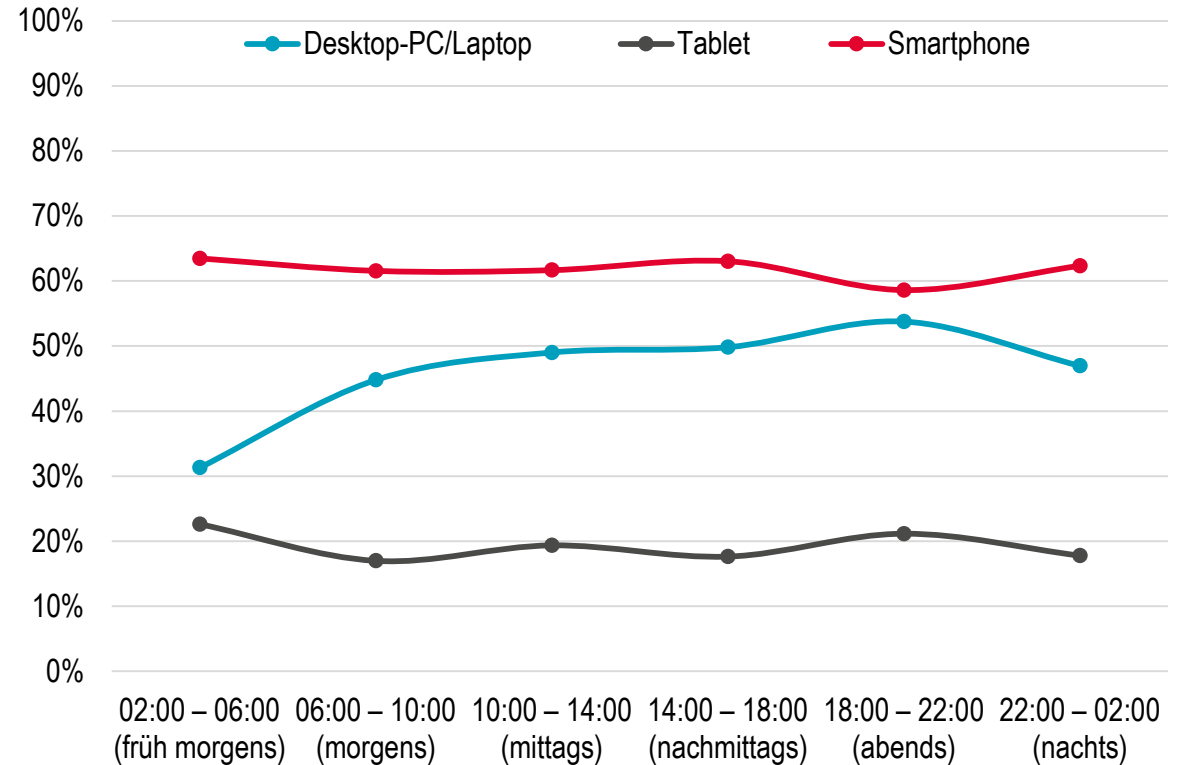
Am Wochenende dominiert das Smartphone in allen Zeitschienen.



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene unter der Woche



Screen-Nutzung „E-Mails lesen“ pro Zeitschiene am Wochenende



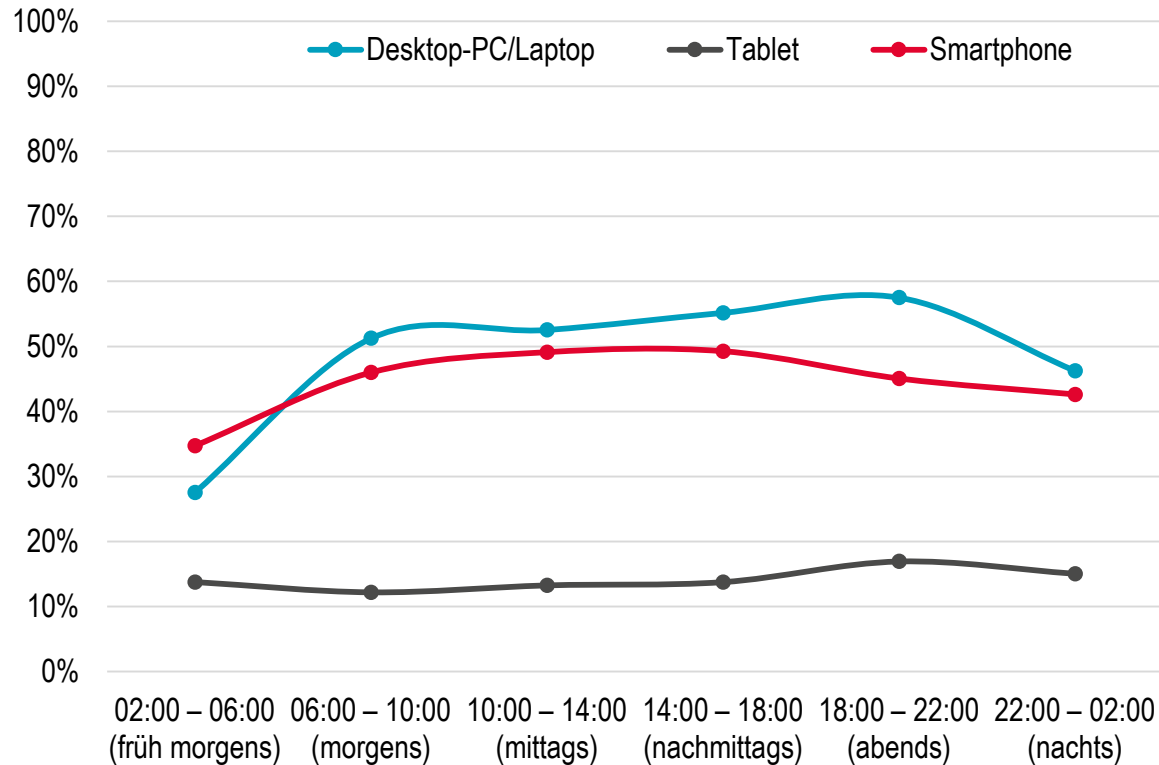
Basis: n(CH) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails lesen), Angaben in Prozent
 Frage: Wann lesen Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

E-Mails werden unter der Woche am häufigsten am Abend am Desktop-PC/Laptop geschrieben.

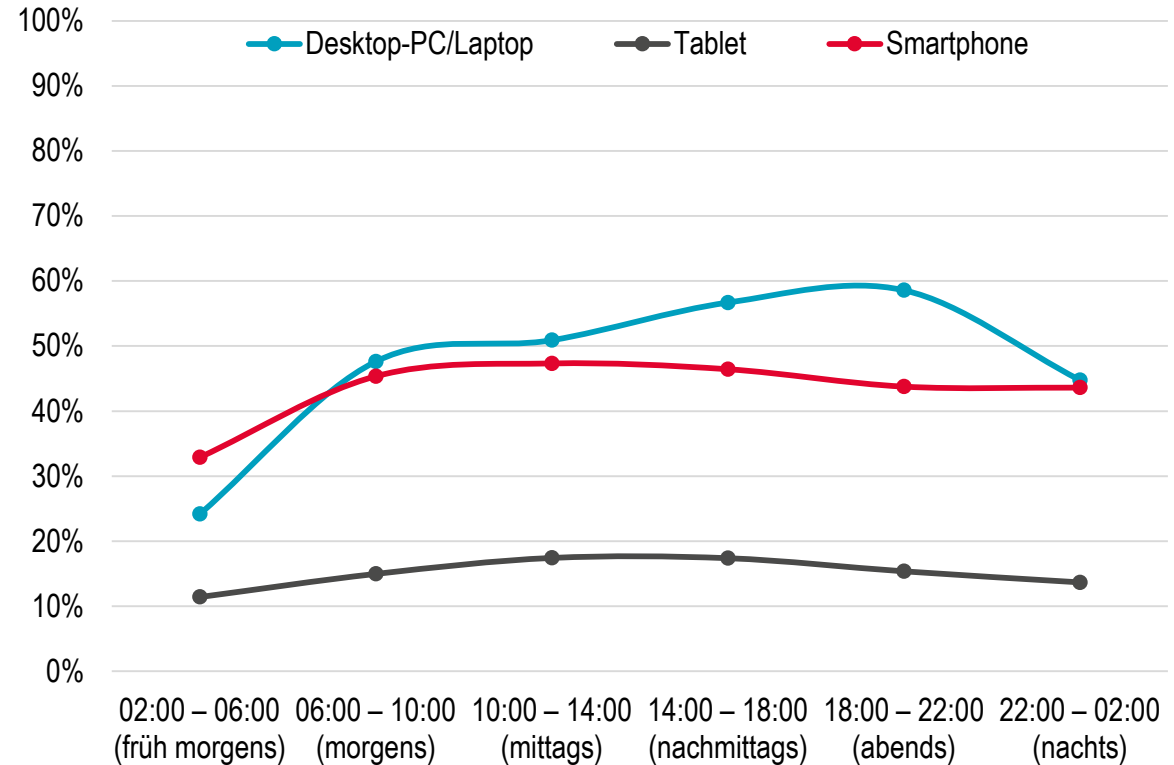


Auch am Wochenende wird zum Schreiben von E-Mails der Desktop-PC/Laptop häufiger als das Smartphone genutzt.

 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene unter der Woche**



 **Screen-Nutzung „E-Mails schreiben“ pro Zeitschiene am Wochenende**



Basis: n(CH) (Personen, die in der jew. Zeitschiene E-Mails schreiben), Angaben in Prozent
 Frage: Wann schreiben Sie in der Regel Ihre privaten E-Mails unter der Woche / am Wochenende?
 Quelle: United Internet Media 2017

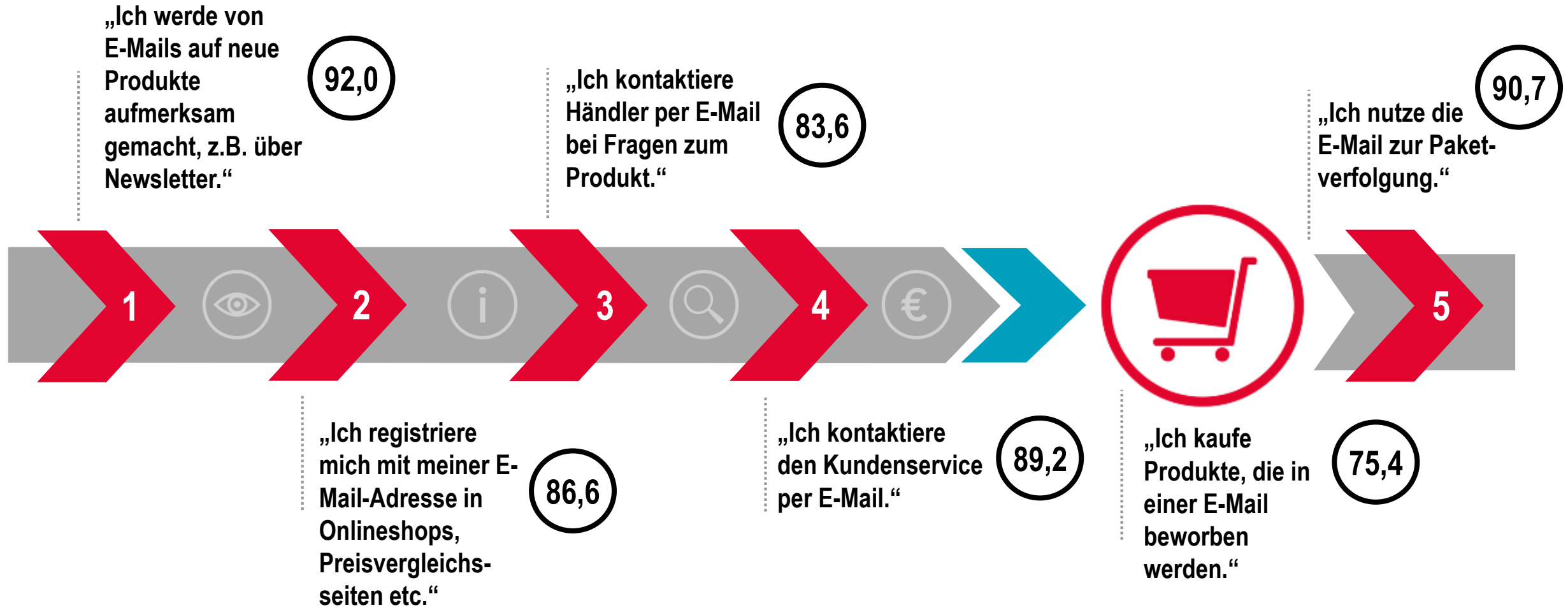
DIE E-MAIL IN DER CUSTOMER JOURNEY



In allen Ländern wird die E-Mail vom Großteil der Befragten im Laufe der Customer Journey genutzt.



Drei von Vier kaufen Produkte, welche in einer E-Mail beworben wurden.

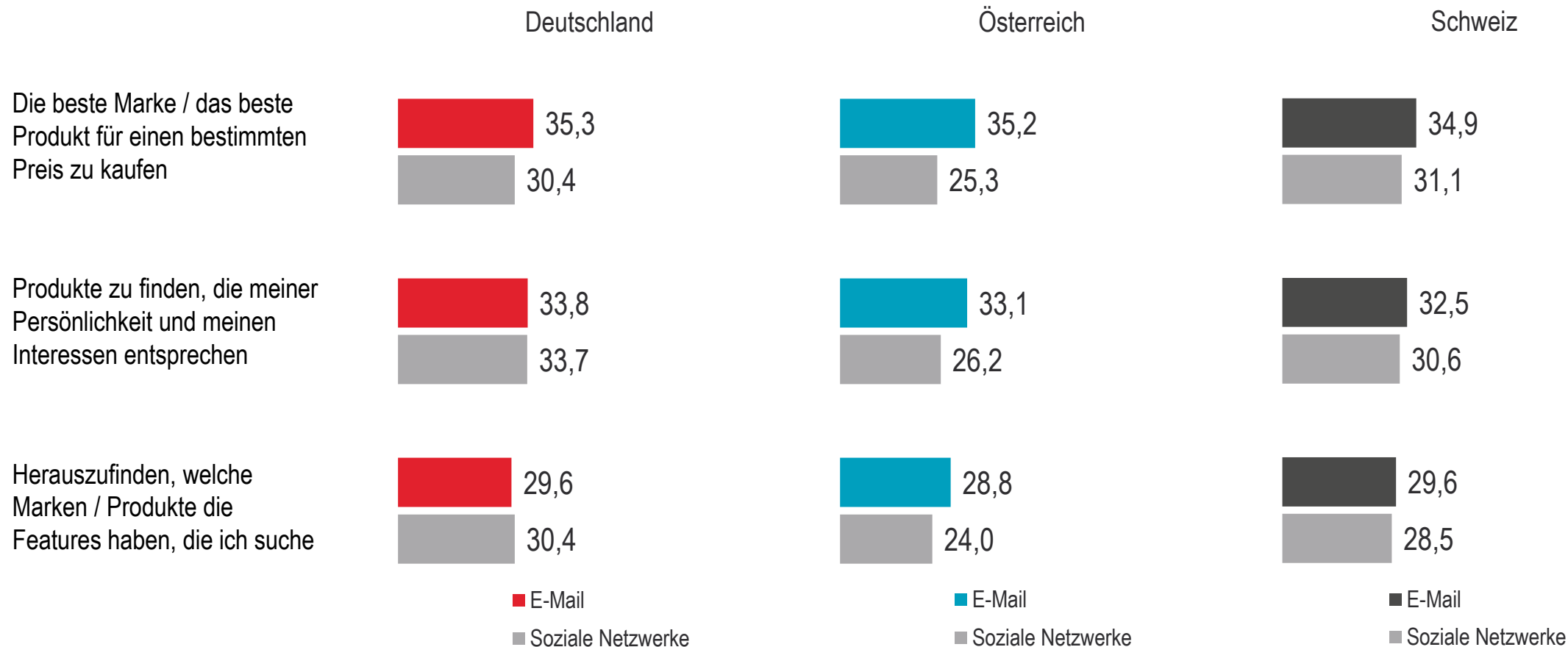


Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent – mind. selten

Frage: Wenn Sie nun allgemein an die Anschaffung neuer Produkte denken, bitte geben Sie an, wie häufig folgende Situationen eintreten. Skala: 1 „mehrmals täglich“ bis 5 „mehrmals pro Monat“, 6 „seltener“, 7 „nie“

Quelle: United Internet Media 2017

Werbung im E-Mail-Postfach und Sozialen Netzwerken unterstützen jeden Dritten bei der Produktentscheidung.



Basis: n(DE), n(AT),n(CH) (Personen, die E-Mail bzw. Soziale Netzwerke nutzen), Angaben in Prozent – Top-2-Box, Antworten sortiert nach Deutschland und E-Mail

Frage: „Denken Sie nun bitte an Werbung in ihrem Postfach (z.B. Newsletter mit Angeboten/ Produktempfehlungen, Werbebanner etc.).

Werbung in meinem E-Mail-Postfach hilft mir ...“ bzw. „Werbung über Soziale Netzwerke (z.B. über den Newsfeed) hilft mir ...“ Skala: 1“trifft voll und ganz zu“ bis 6“trifft überhaupt nicht zu“,

7“weiß nicht/bekomme keine Werbung“, Quelle: United Internet Media 2017

AUSWAHL DES E-MAIL-ANBIETERS





Welche Erwartungen haben die E-Mailer an einen E-Mail-Anbieter?

Was war ausschlaggebend für die Wahl des E-Mail-Anbieters?

Die Wahl des E-Mail-Anbieters basiert auf drei wesentlichen Faktoren:



Einfach & bequem

- Kostenloses Angebot/gratis
- Leicht und überall zugänglich
- Einfache Handhabung/Navigation
- Einfach zu merkende Adresse/URL



Produktleistung & Sicherheit

- Hohe Sicherheit der Daten / Inhalte (z.B. E-Mail Inhalte, Anhänge, ...)
- Hoher Schutz der Privatsphäre (z.B. Name, Geburtsdatum, ...)
- Guter Spam-Schutz
- Guter Kundendienst
- Schnelle Ladezeit
- Viel Speicherplatz
- Zur Verfügung gestellter Online-Speicher (=Cloud Services)



Empfehlung/Image

- Empfehlung aus dem Freundes- und Bekanntenkreis
- Empfehlung von Experten (z.B. aufgrund von Testberichten, ...)
- Große Popularität/Bekanntheit
- Internationaler Anbieter

Basis: n(DACH)=3.000

Frage: Wie wichtig sind bzw. waren folgende Gründe bei der Wahl Ihrer E-Mail-Adresse von Anbieter?

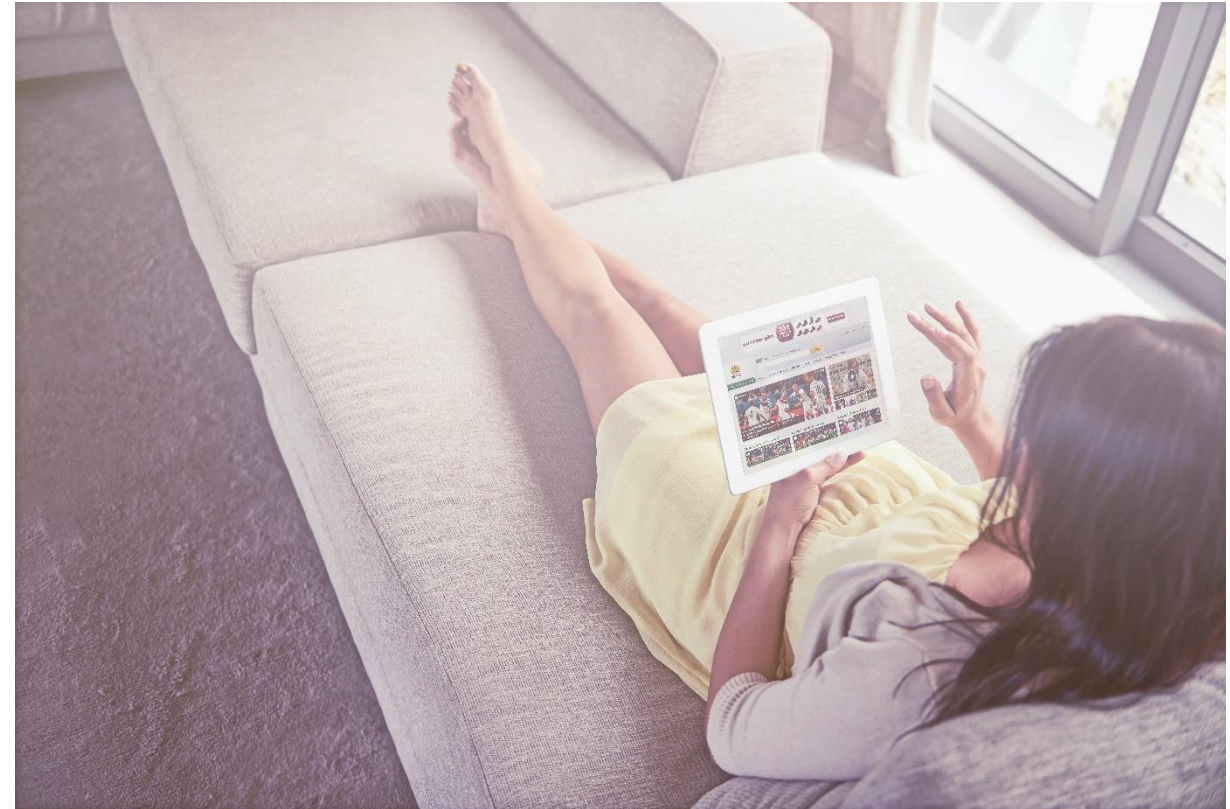
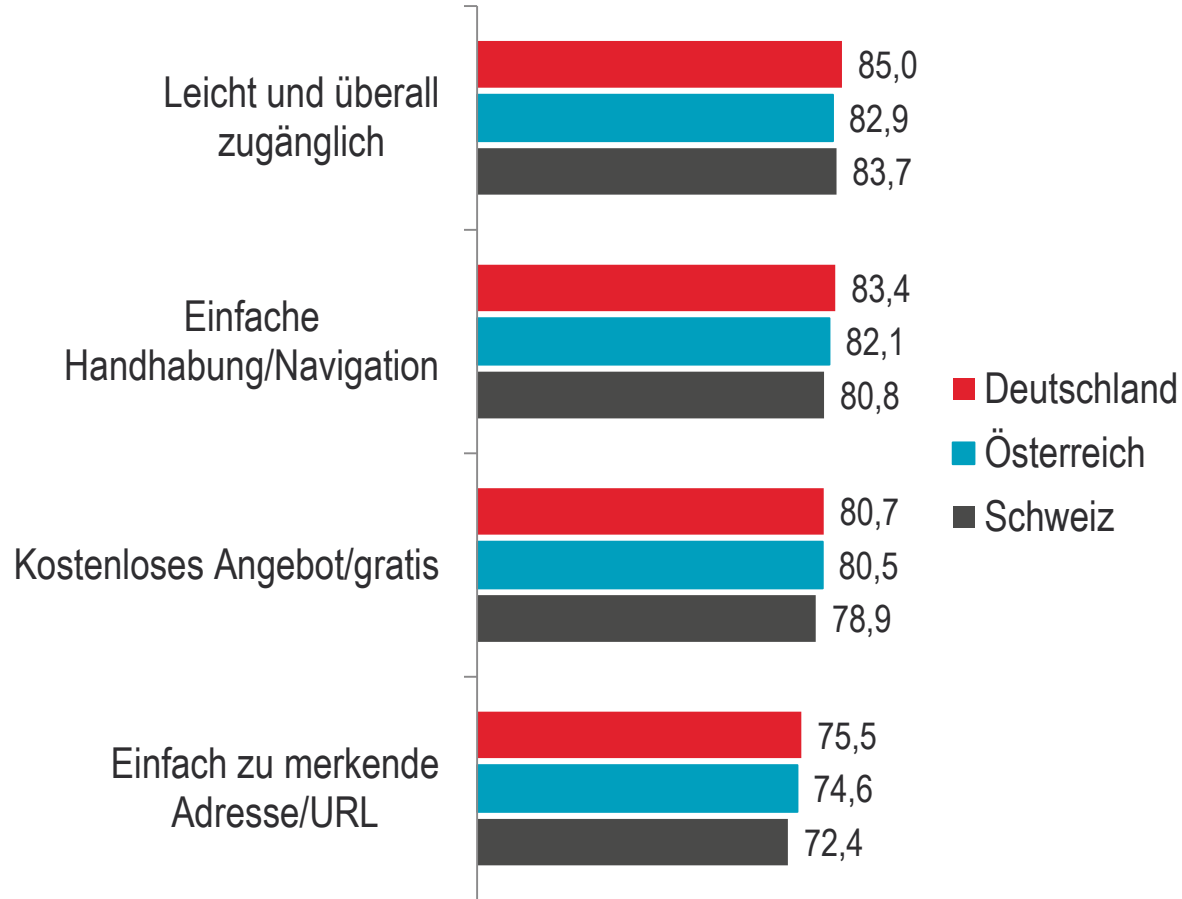
Reduzierung der Dimensionen und Zuordnung der Items zu den einzelnen Faktoren erfolgte mithilfe einer exploratorischen Faktorenanalyse

Quelle: United Internet Media 2017

85% der Befragten ist ein leichter Zugang von überall wichtig.



Gründe für die Wahl des E-Mail-Anbieters – Einfach & bequem – Top-2-Werte

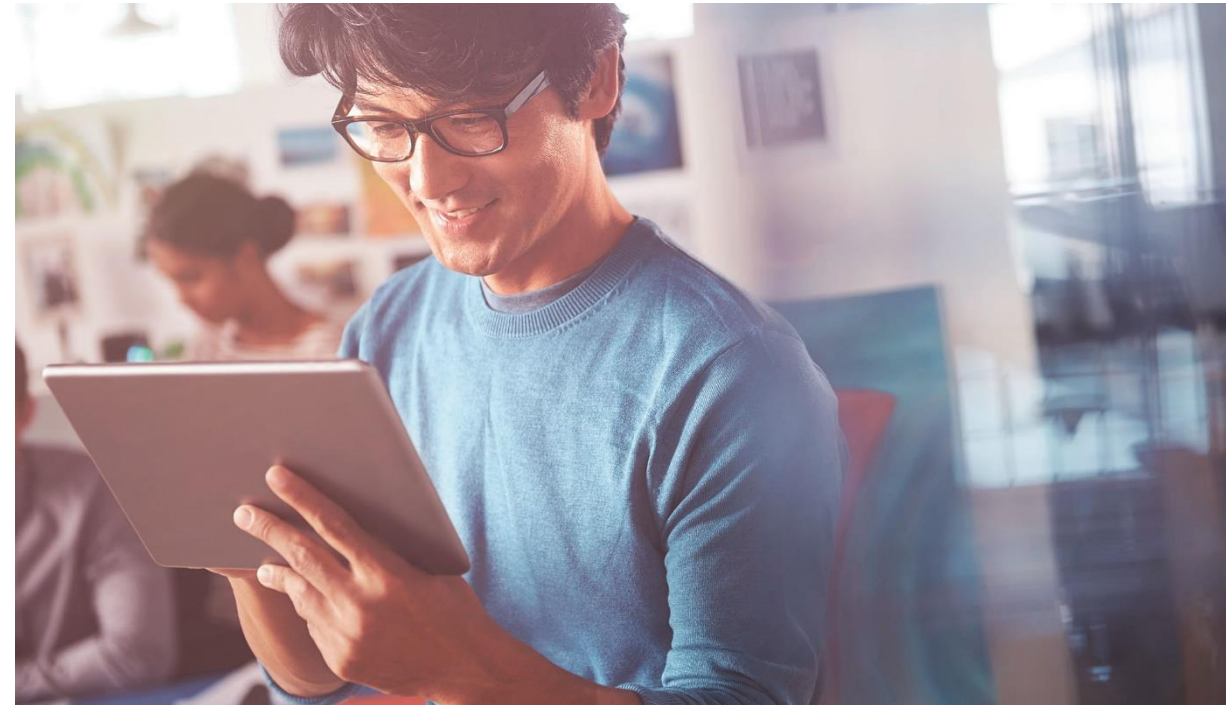
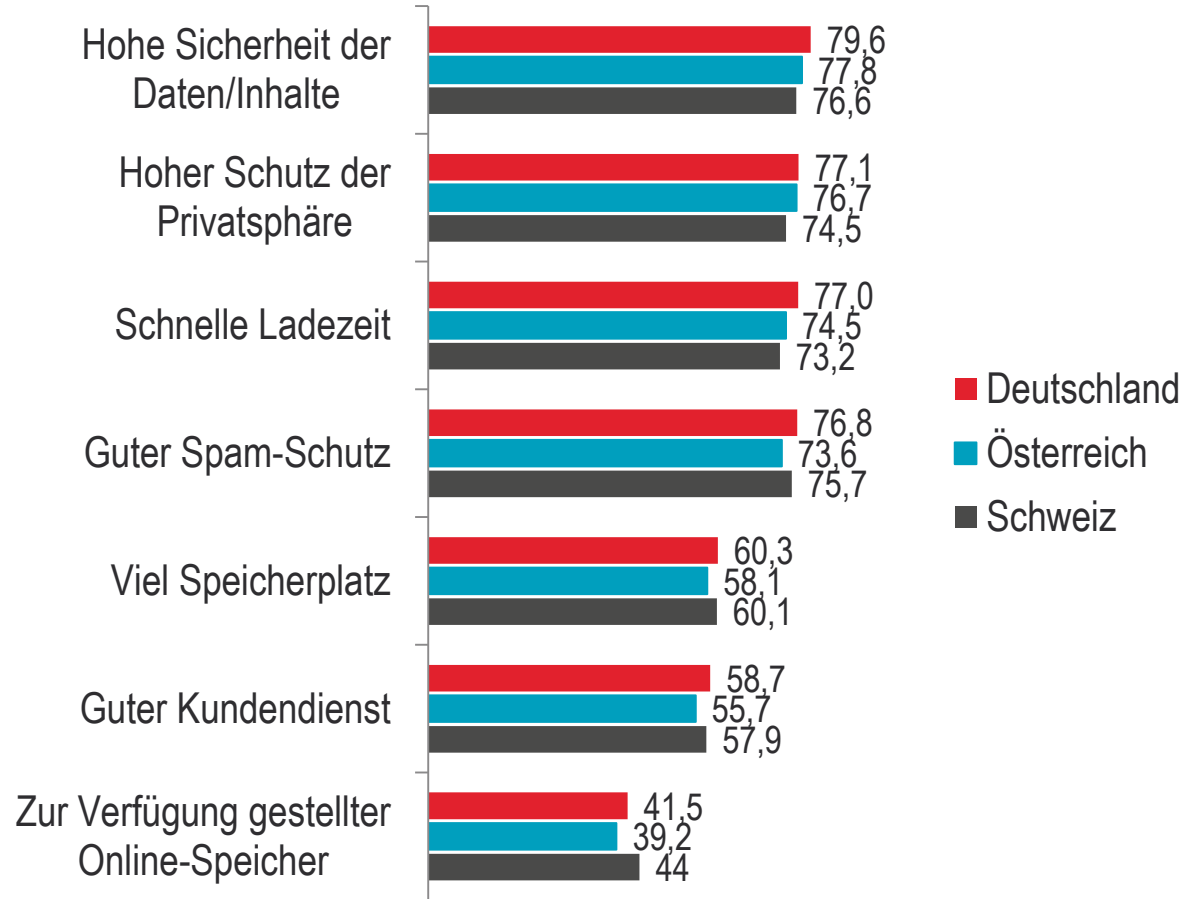


Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland
Frage: Wie wichtig sind bzw. waren folgende Gründe bei der Wahl Ihrer E-Mail-Adresse von Anbieter?
Quelle: United Internet Media 2017

80% legen hohen Wert auf die Sicherheit der Daten, drei Viertel auf einen hohen Schutz der Privatsphäre.



Gründe für die Wahl des E-Mail-Anbieters – Produktleistung & Sicherheit – Top-2-Werte



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland

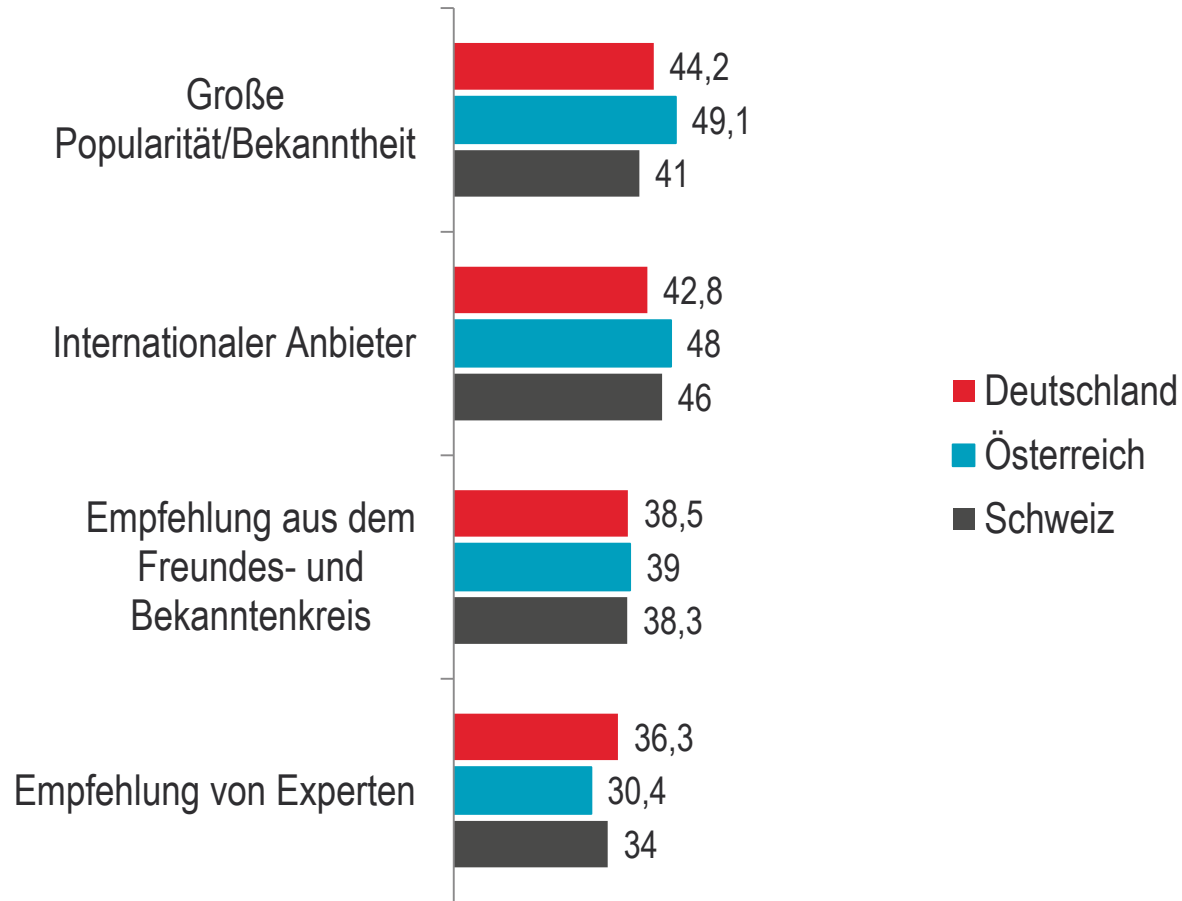
Frage: Wie wichtig sind bzw. waren folgende Gründe bei der Wahl Ihrer E-Mail-Adresse von Anbieter?

Quelle: United Internet Media 2017

Jeder zweite Österreicher legt Wert auf einen Anbieter mit einer großen Popularität.



Gründe für die Wahl des E-Mail-Anbieters – Image & Empfehlung – Top-2-Werte



Basis: n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent, Antworten sortiert nach Deutschland

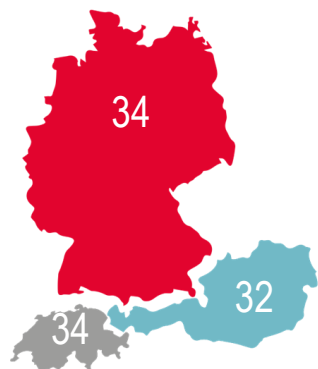
Frage: Wie wichtig sind bzw. waren folgende Gründe bei der Wahl Ihrer E-Mail-Adresse von Anbieter?

Quelle: United Internet Media 2017

Doch User haben unterschiedliche Erwartungen an einen E-Mail-Anbieter:



„Anspruchsvolle“ - 56%



Ø Wichtigkeit Faktoren – Top-2-Box



91,2



83,8



55,9

„Usability-Orientierte“ - 15%



Ø Wichtigkeit Faktoren – Top-2-Box



85,3

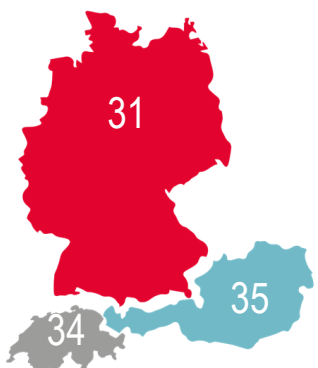


32,6



36,7

„Unkomplizierte“ - 17%



Ø Wichtigkeit Faktoren – Top-2-Box



32,2

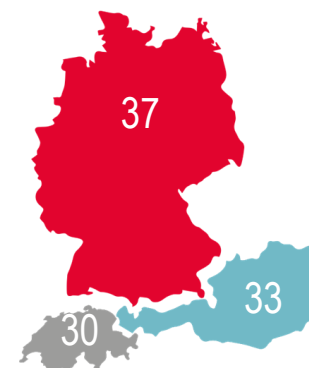


36,7



15,3

„Hard facts-Orientierte“ - 12%



Ø Wichtigkeit Faktoren – Top-2-Box



87,7



67,4



9,5

Basis: n(DACH)=3.000, n(DE)=1.000, n(AT)=1.000, n(CH)=1.000, Angaben in Prozent,
Frage: Wie wichtig sind bzw. waren folgende Gründe bei der Wahl Ihrer E-Mail-Adresse von Anbieter?
Quelle: United Internet Media 2017

Steckbrief – Anspruchsvolle (56%)

Die Anspruchsvollen legen bei der Wahl des E-Mail-Anbieters sehr hohen Wert auf alle Kriterien.

- Geschlecht: männlich 49% , weiblich 51%
- Alter: tendenziell älter
- Bildung: niedrig / mittel
- Einkommen: niedrig / mittel
- Nutzung Instant Messenger: Ø (102)
- Nutzung soz. Netzwerke: Ø (101)
- E-Mail-Adresse für Dienste* überdurchschnittlich genutzt für:
 - Preisvergleichsseiten: 110
 - Online-Zeitungen: 107
 - Online-Banking: 105
- Legen überdurchschnittlich viel Wert auf Markenartikel** (120)
- Bei der Unverzichtbarkeitsanalyse*** die durchschnittlichste Gruppe



Basis: Anspruchsvolle n=1.679; Affinitätsindizes im Vgl. zur Gesamtstichprobe (Index = 100)

* Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung / zum Einloggen für folgende Dienste / Anwendungen?

** Zum Abschluss noch ein paar allgemeine Angaben zu Ihrer Person. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu? „Ich lege Wert auf Markenartikel“

*** Und auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?

Quelle: United Internet Media 2017

Steckbrief – Unkomplizierte (17%)

Die Unkomplizierten haben bei der Wahl des E-Mail-Anbieters im Vergleich die niedrigsten Ansprüche unter den Gruppen.

- Geschlecht: männlich 62% , weiblich 38%
- Alter: durchschnittlich
- Bildung: durchschnittlich
- Einkommen: niedrig / mittel
- Nutzung Instant Messenger: leicht unter Durchschnitt (96)
- Nutzung soz. Netzwerke: leicht unter Durchschnitt (97)
- E-Mail-Adresse für Dienste* überdurchschnittlich genutzt für:
 - Blogs: 113
 - Online-Zeitung: 113
 - Online-Games: 111
- Wetter (262) und Spiele und Gaming (146) überdurchschnittlich bei Unverzichtbarkeit**



Basis: Unkomplizierte n=499; Affinitätsindizes im Vgl. zur Gesamtstichprobe (Index = 100)

* Frage: Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung / zum Einloggen für folgende Dienste / Anwendungen?

** Frage: Und auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?

Steckbrief – Usability-Orientierte (15%)

Die Usability-Orientierten legen bei der Wahl des E-Mail-Anbieters sehr viel Wert auf eine einfache Nutzung.

- Geschlecht: männlich 51% , weiblich 49%
- Alter: jüngste Gruppe (14 – 39 Jahre überdurchschnittlich)
- Bildung: höchste Bildung unter den Gruppen
- Einkommen: mittel / hoch
- Nutzung Instant Messenger: leicht überdurchschnittlich (104)
- Nutzung soz. Netzwerke: leicht überdurchschnittlich (103)
- E-Mail-Adresse für Dienste* überdurchschnittlich genutzt für:
 - Reservieren / Bestellen von Tickets: 120
 - Stellenbörsen: 116
 - Instant Messenger: 115
- Videos und Ansehen von Filmen (152) und Suchmaschine (138) überdurchschnittlich bei Unverzichtbarkeit**



Basis: Usability-Orientierte n=463; Affinitätsindizes im Vgl. zur Gesamtstichprobe (Index = 100)

* Frage: Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung / zum Einloggen für folgende Dienste / Anwendungen?

** Frage: Und auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?

Steckbrief – Hard facts-Orientierte (12%)

Die Hard facts-Orientierten legen bei der Wahl des E-Mail-Anbieters vor allem Wert auf Produktleistung und Sicherheit sowie Usability.

- Geschlecht: männlich 46% , weiblich 54%
- Alter: mittel (30 – 59 Jahre überdurchschnittlich)
- Bildung: mittel
- Einkommen: mittel
- Nutzung Instant Messenger: leicht unterdurchschnittlich (92)
- Nutzung soz. Netzwerke: leicht unterdurchschnittlich (96)
- E-Mail-Adresse für Dienste* durchschnittlich
- Überdurchschnittlich Schnäppchenjäger** (132)
- Online-Banking (124) und soziale Netzwerke (111) überdurchschnittlich bei Unverzichtbarkeit***



Basis: Hard facts-Orientierte n=359; Affinitätsindizes im Vgl. zur Gesamtstichprobe (Index = 100)

* Frage: Nutzen Sie Ihre private Email-Adresse zur Registrierung / zum Einloggen für folgende Dienste / Anwendungen?

** Frage: Zum Abschluss noch ein paar allgemeine Angaben zu Ihrer Person. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu? „Ich bin ein Schnäppchen-Jäger“

*** Frage: Und auf welchen der folgenden Dienste könnten Sie auf keinen Fall verzichten?

Auf einen Blick: Wie unterscheiden sich die E-Mailer in der DACH-Region?

Deutschland

- 37% der E-Mailer haben für ihre E-Mail-Adresse einen individuellen Namen.
- In Deutschland werden häufiger werbliche Inhalte geteilt.
- Die private E-Mail-Adresse wird zur Registrierung/Einloggen vgl. stark für Online-Auktionen genutzt.

Schweiz

- Schweizer nutzen alle Kommunikationsformen stärker.
- Jeder Zweite teilt seine empfangenen E-Mails.
- Die private E-Mail-Adresse wird zur Registrierung/Einloggen vgl. stark für den App-Store genutzt.



Österreich

- Online-Banking und Suchmaschine sind in Österreich noch unverzichtbarer als der Instant Messenger.
- In Österreich ist man im Vergleich noch gewissenhafter beim Verfassen von E-Mails.
- Die private E-Mail-Adresse wird zur Registrierung/Einloggen vgl. stark für Öffentliche Einrichtungen genutzt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Melanie Friedrich

Senior Project Manager Marktforschung

Telefon: +49 721 91374 - 1764

E-Mail: melanie.friedrich@united-internet-media.de

Web: www.united-internet-media.de