

ORF.at und GMX.at sind die Internet-Angebote mit dem höchsten Nutzervertrauen

- **Forschungsinstitut MindTake liefert Insights zur E-Mail-Kultur Österreichs und zur Nachhaltigkeit digitaler Medien**
- **Große Bedeutung von E-Mails für Kommunikation mit Unternehmen, Behörden und Freunden**
- **Mehr als ein Drittel lassen sich durch Newsletter-Angebote zum Kauf motivieren**

Wien, 15.03.2024. Welchen ihnen bekannten digitalen Angeboten vertrauen österreichische Internet-Nutzerinnen und -Nutzer? 65,2 Prozent nennen die Website ORF.at, dicht gefolgt von GMX.at mit 65,1 Prozent. Deutlich geringere Vertrauenswerte erhalten die Social-Media-Plattformen Facebook (27,9 %), X (17,9 %) und TikTok (15,5 %). Diese Ergebnisse finden sich in der neuen repräsentativen Studie des Wiener Forschungsinstituts MindTake im Auftrag von United Internet Media. An der Befragung nahmen insgesamt 505 E-Mail-nutzende Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab 15 Jahren teil. Neben den Vertrauenswerten liefert die Studie auch Insights zur E-Mail-Kultur und zur Bedeutung der Nachhaltigkeit digitaler Medien.

Bedeutung von privater E-Mail-Kommunikation nimmt zu

Neun von zehn Befragten lesen oder schreiben mindestens täglich E-Mails – über alle Altersklassen hinweg. Etwa drei Viertel der Befragten (72,4 Prozent) geben an, dass ihr E-Mail-Leseverhalten im Vergleich zum Vorjahr unverändert hoch sei. Bei 22,8 Prozent ist die Intensität sogar gestiegen. So sagen beispielsweise 29 Prozent, dass private E-Mails in der Kommunikation mit Behörden im letzten Jahr an Bedeutung gewonnen haben. Die E-Mail-Kommunikation mit Unternehmen im Rahmen eines Kaufprozesses hat für 28,1 Prozent an Relevanz zugelegt. Und für 19,5 Prozent ist die E-Mail in der privaten Kommunikation mit Freunden wichtiger geworden.

„Die E-Mail-Kultur ist bereits hoch entwickelt, trotzdem hat die Nutzung in vielen Bereichen weiter zugenommen. Für werbetreibende Unternehmen sind Mailings und Newsletter unverzichtbar, sowohl für den Kundendialog als auch zur Umsatzsteigerung“, sagt Rasmus Giese, CEO von United Internet Media.

Newsletter gewinnen weiter an Relevanz beim Online-Shopping

Newsletter an das private Postfach werden von 59,8 Prozent der Befragten zumindest mehrmals die Woche gelesen. Für 18,6 Prozent haben Newsletter von Unternehmen gegenüber dem Vorjahr an Relevanz zugelegt, bei Newslettern von Medien sind es 17,4 Prozent. 20 Prozent der Befragten erhalten mehr als 20 Newsletter pro Woche. Diese intensive Nutzung hat positive Auswirkungen auf den Handel: Mehr als ein Drittel (37,7 %) der Leserinnen und Leser hat schon einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung unmittelbar nach dem Klick auf das Angebot in einem Newsletter gekauft. Ausschlaggebend waren vor allem exklusive Angebote und Rabatte (59 %).

Studie erhebt E-Mail-Marktanteile in Österreich

GMX gehört zu den meistgenutzten E-Mail-Anbietern in Österreich. 26,2 Prozent der E-Mail-Nutzerinnen und -Nutzer haben ihre Haupt-Mail-Adresse bei GMX.at. Gmail erreicht 36,4 Prozent. Auf den Rängen drei und vier folgen Microsoft (12,8 %) und A1 (6,9 %). Mit jeweils rund vier Prozent platzieren sich Magenta, Yahoo und die eigene E-Mail-Domain dahinter.

Nachhaltigkeit digitaler Medien hat hohen Stellenwert

In der Studienreihe wurde erstmals die Bedeutung der Nachhaltigkeit digitaler Medien untersucht. Die Hälfte der Befragten hält das Thema für sehr wichtig bis wichtig. Als spezifischer Aspekt der

Nachhaltigkeit bewerten 76,3 Prozent der Befragten hohe Datenschutz- und Sicherheitsstandards der Anbieter als wichtig bis sehr wichtig.

Umweltfreundliches Recycling und die Aufbereitung von Notebooks und Servern (57,4 %) ist ebenso bedeutsam wie die Übernahme von ökologischer Verantwortung durch die Anbieter digitaler Medien (52,8 %). Die Nutzung von Ökostrom in Rechenzentren wird von 48,9 Prozent der Befragten für wichtig gehalten. 66,1 Prozent schätzen redaktionelle Transparenz als Beitrag für verantwortungsvollen Journalismus als wichtig bis sehr wichtig ein.

„Wir leisten als europäischer Anbieter mit hohen Sicherheits- und Datenschutzstandards einen wichtigen Beitrag für nachhaltige Online-Werbung. Unsere Rechenzentren laufen bereits seit 2018 mit 100 Prozent Ökostrom. Die Partnerschaft mit Scope3 ermöglicht es uns, unser programmatisches Inventar nach ökologischen Kriterien transparenter zu machen, dadurch erleichtern wir den Werbetreibenden die Buchung energieeffizienter Medien. Zudem sorgen wir durch die Zertifizierung unserer Redaktion nach den Kriterien der Journalism Trust Initiative für Transparenz bei der Berichterstattung“, sagt Rasmus Giese, CEO von United Internet Media.

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 2,33 Mio. Unique Usern im durchschnittlichen Monat (ÖWA 2023-IV) gehört das Dachangebot GMX AT zu den Top 10 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.

Ansprechpartner für die Presse

United Internet Media GmbH
Kay Städele
Unternehmenssprecher
Brauerstrasse 48
76135 Karlsruhe
Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848
kay.staedele@united-internet-media.de