contactlab™
e-mail & e-marketing evolution

PRESSEMITTEILUNG

Lokal, mobil, erfahren – Deutsche Internetnutzer gehen souverän mit ihrer Flut an E-Mails und Newslettern um

Jeder der 44 Millionen deutschen Internetnutzer erhält durchschnittlich 28 E-Mails pro Tag und hat 7 Newsletter abonniert

München/Mailand, 27. Oktober 2009 – 44 Millionen Onlinenutzer ab 18 Jahren, die mindestens einmal pro Woche im Web unterwegs sind, haben zusammen 99 Millionen elektronische Postfächer angelegt. Diese empfangen durchschnittlich pro Tag 28 E-Mails; insgesamt werden auf diesem Weg in Deutschland Tag für Tag 1,22 Milliarden Nachrichten zugestellt. Dies zeigt die erste deutsche Ausgabe des **E-Mail-Marketing Consumer Reports 2009 –** einer europäischen Vergleichsstudie von ContactLab (**www.de.contactlab.com**), dem führenden italienischen Unternehmen für E-Mail-, SMS- und digitalem Direktmarketing, das gerade seine Niederlassung München eröffnet hat.

Die repräsentative Studie wurde online im Juli 2009 in fünf Ländern Europas durchgeführt. Sie analysiert detailliert die Nutzung von Mailboxen und elektronischen Newslettern sowie die zunehmende Verwendung mobiler Geräte. Neben Deutschland wurde vom Marktforschungsinstitut Human Highway mit der gleichen Methodik auch das Nutzungsverhalten in Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien im Auftrag von ContactLab untersucht. Die Ergebnisse repräsentieren das Verhalten von insgesamt 144 Millionen Internet-Nutzern über 18 Jahren in diesen Ländern. In allen fünf Ländern erhalten diese Nutzer vier Milliarden E-Mails täglich, das entspricht einem Durchschnitt von etwa 28 Nachrichten pro Kopf.

Die Reports zu den einzelnen Länder stehen in den jeweiligen Sprachen und auf Englisch zur Verfügung und können **kostenlos** unter **www.de.contactlab.com** heruntergeladen werden.

Massimo Fubini, CEO von ContactLab, erläutert, was sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt hat: „Mit dieser Vergleichsstudie wollten wir sowohl allgemeine Trends in Europa identifizieren als auch lokale Unterschiede. E-Marketing ist immer dann

besonders erfolgreich, wenn das Verhalten und die Präferenzen der jeweiligen Nutzer eines Landes genau verstanden wurden."

Deutsche Nutzer mit mehr als einem E-Mail-Konto entscheiden sich Großteils für lokale Anbieter

Anders als in Italien, Spanien, Frankreich oder Großbritannien entscheidet sich der Großteil der Deutschen, die mehr als ein elektronisches Postfach nutzen, eher für lokale Mailbox-Anbieter: Web.de ist der am häufigsten genutzte Anbieter für diese Nutzer (46 Prozent), gefolgt von GMX (42 Prozent) und T-Online (19 Prozent). Erst an vierter Stelle folgt mit Yahoo! (17,6 Prozent) einer der weltweiten Anbieter, knapp vor Microsoft Hotmail mit 16,9 Prozent. *(Anm.: Mehrfachantwort, die Summe ist größer als 100, da jeder Benutzer im Durchschnitt mehr als zwei Mailboxen hat).*

6 Millionen Nutzer nutzen für die Verbindung mobile Geräte

Immerhin 13,5 Prozent der deutschen Internet-Nutzer, das entspricht 6 Millionen Menschen, nutzen mobile E-Mail-Dienste oder eine mobile Verbindung zu ihrer Mailbox über neueste mobile Endgeräte wie z.B. Apple iPhone, Smartphones und BlackBerry PDA. Allerdings bleiben die am häufigsten verwendeten Geräte zum Lesen von E-Mails über die untersuchten Länder hinweg fest installierte (78 Prozent) und tragbaren PCs (56 Prozent). Interessant ist das Auftreten von Netbooks, die bereits von 7 Prozent der Nutzer verwendet werden und die sich v.a. in Frankreich, Italien und Deutschland rasch verbreiten.

Newsletter – erwünscht, gelesen und routiniert verwaltet

Die durchschnittliche Anzahl abonnierter Newsletter liegt über alle Nutzer hinweg bei insgesamt 7,6 Newsletter. Die beliebtesten Themen abonnierter Newsletter sind: E-Commerce Dienstleistungen (einschließlich Reisen und Tourismus) mit einem Anteil von 53 Prozent, gefolgt von Internet-/Provider-News (47 Prozent), Informationsdienste wie Nachrichten, Sport, Finanzen (40 Prozent) noch vor „persönlichen Interessen" (37 Prozent, z.B. Social Networking-Websites, Online Communities, Vereine, Organisationen, etc.).

Einer der Gründe, warum Nutzer in den untersuchten Ländern mehr als eine Mailbox verwalten, liegt an der zunehmenden Diversifizierung der persönlichen E-

Mail-Adressen. In der Regel verwendet ein Nutzer verschiedene Mailboxen für unterschiedliche Zwecke, z.B. für Abonnements von Online-Dienstleistungen, Newsletter, E-Commerce-Websites und Social Networking-Websites. Die durchschnittliche Zahl der aktiven Postfächer ist zwischen 25 und 34 Jahren am höchsten. In vier von fünf Fällen laden die Internet-Nutzern im Newsletter enthaltene Bilder hoch. Dabei zeigt sich, dass User immer souveräner mit Newslettern umgehen: In der Regel können sie Spam und Pishing erkennen und sie haben gelernt ihre Newsletter zu kündigen, wenn sie nicht mehr an den Themen interessiert sind.

E-Mail-Marketing Consumer Report 2009

Der vollständige Report, auch mit Vergleichen zwischen Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien kann kostenlos heruntergeladen werden unter

www.de.contactlab.com

Über ContactLab

ContactLab Marktführer ist der deutsche und Beratung im Bereich für Lösungsangebote E-Mail-, SMS-und Online Direktmarketing. Seit dem Jahr 2000 ist ContactLab für über 800 Kunden aus allen Branchen tätig. Das dabei gewonnene Know-how fließt ständig in die Entwicklung umfassender Technologie-und Beratungslösungen ein.
Diese Lösungen reichen von "schlüsselfertigen" Produkten bis hin zu erweiterten Anpassungen für das Management internationaler Kampagnen als 360°-Lösung. ContactLab setzt dabei auf die enge Verzahnung von ***Beratung*** *und* ***Technologie.*** *Dafür beschäftigt das Unternehmen ein Team mit über 50 erfahrenen Fachleuten im Bereich IT, Kommunikation und Marketing, Business Development, Internet und E-Mail-Strategien.*

Human Highway

Human Highway ist für Forschung und Analyse verantwortlich für Themen im Zusammenhang mit Dienstleistungen, Kommunikation und Online-Marketing. Die Forschungstätigkeit erfolgt in erster Linie via Internet durch den Einsatz eines für die Internet-Bevölkerung repräsentativen Panels (OpLine), sowie einer Reihe innovativen Reihe von Forschungs-Werkzeuge für die Untersuchung jedes Segments der Internet-Population und der Online-Kundenbasis. ***Für weitere Informationen: www.humanhighway.it.***

Weitere Informationen sowie druckfähiges Bildmaterial erhalten Sie jederzeit von:

CONTACTLAB
Karlstrasse 35
80333 München
Tel. + 49 (0)89 452 352 182
Fax + 49 (0)89 452 352 110
info_de@contactlab.com
www.de.contactlab.com

paraservices GmbH & Co. KG
Franz-Brombach-Str. 11-13
85435 Erding
Tel. + 49 (0)8122 89 20 39-0
Fax + 49 (0)8122 89 20 39-39
Claudia Ressel, PR
c.ressel@paraservices.de