

Trend zur E-Mail ungebrochen

Studie über Internet-Kommunikation vorgestellt

München/Karlsruhe, 10. Februar 2009. E-Mail ist unverändert das mit Abstand stärkste Kommunikationsmittel im Internet. Soziale Netzwerke haben keinen nachhaltigen Einfluss auf die Nutzung von E-Mail. Solche Kommunikationsservices werden vielmehr als zusätzliches Angebot verstanden. Zu diesem Ergebnis gelangt eine Studie über das „Kommunikationsverhalten deutscher Internet-Nutzer“, die die Universität Augsburg und die Convios Consulting GmbH im Auftrag des Internetportals WEB.DE erstellt haben. Die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage unter mehr als 1.000 Internet-Nutzern ab 16 Jahren wurden im Rahmen einer Pressekonferenz in München vorgestellt.

„Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache“, sagt WEB.DE-Geschäftsführer Jan Oetjen. „E-Mail ist nach wie vor das führende Kommunikationsmittel im Internet.“ Während nahezu jeder Internet-Nutzer über eine E-Mail Adresse verfügt hat die Befragung gezeigt, dass lediglich 58 Prozent in sozialen Netzwerken aktiv sind. Auch bei der Nutzungsintensität hat E-Mail die Nase vorn: Während 49,1 Prozent aller Mitglieder von sozialen Netzwerken mehr als eine Stunde pro Woche in ihrer Community verbringen, kommunizieren 81,9 Prozent der Internet-Nutzer mehr als eine Stunde pro Woche per E-Mail mit Freunden und Bekannten. 50,3 Prozent der aktiven Nutzer rufen ihre E-Mails zudem mehrmals täglich ab. Zum Vergleich: Nur 18,1 Prozent der Mitglieder sozialer Netzwerke interessieren sich ebenso häufig dafür, was in ihrer Community los ist.

■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

Deutliche Unterschiede offenbarten sich auch im Bereich der Kommunikationstiefe. Im vertrauten Umfeld dominiert E-Mail vor sozialen Netzwerken. Diese bieten unterdessen Vorteile beim Kontakt mit alten Bekannten, deren E-Mail-Adresse zunächst nicht vorliegt – vorausgesetzt natürlich, die jeweiligen Personen sind im selben Netzwerk aktiv. Während sich Mitglieder von sozialen Netzwerken mit Bekannten und Kollegen häufig über eher allgemeine Themen austauschen, ist das Spektrum bei der Mail-Kommunikation wesentlich breiter. Neben persönlichen und vertraulichen Nachrichten werden beispielsweise offizielle Anfragen oder Schreiben fast ausschließlich auf diesem Weg versendet.

Auch für Internet-Geschäfte bieten soziale Netzwerke bislang keine Alternative zur E-Mail. Lediglich 15 Prozent der Community-Mitglieder gaben an, E-Commerce über ihr Netzwerk zu nutzen - der Anteil der Mail-Nutzer liegt hier bei 60,4 Prozent.

Einen weiteren Aspekt griff WEB.DE-Geschäftsführer Jan Oetjen im Rahmen der Pressekonferenz auf: Nahezu 70 Prozent aller Befragten wünschen sich ein Zusammenwachsen der einzelnen Dienste, weil eine zentrale Stelle für die Kommunikation ihrer Meinung nach viele Vorteile mit sich bringt. „Diesen Aspekt werden wir aufgreifen und voraussichtlich zur CeBIT entsprechende Lösungen präsentieren“, kündigte Oetjen zum Abschluss der Veranstaltung an.

Die kompletten Studienergebnisse sind über die Convios Consulting GmbH (www.convios.de) erhältlich.



■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

Über WEB.DE

WEB.DE startete 1995 als erster kommerzieller deutscher Internet-Katalog und ist heute mit seinen Web-Services Kommunikation, Information, Suche und Entertainment sowie 12,43 Millionen Nutzern pro Monat eines der größten Internet-Portale in Deutschland (AGOF internet facts 2008-II). WEB.DE FreeMail hat sich mit 42 Testsiegen gegen den nationalen und internationalen Wettbewerb durchgesetzt und klar als Technologie-Führer platziert. WEB.DE mit Sitz in Karlsruhe ist eine Marke der börsennotierten United Internet AG (ISIN DE0005089031).