

GESAMTAUSWERTUNG DER UMFRAGE 2026

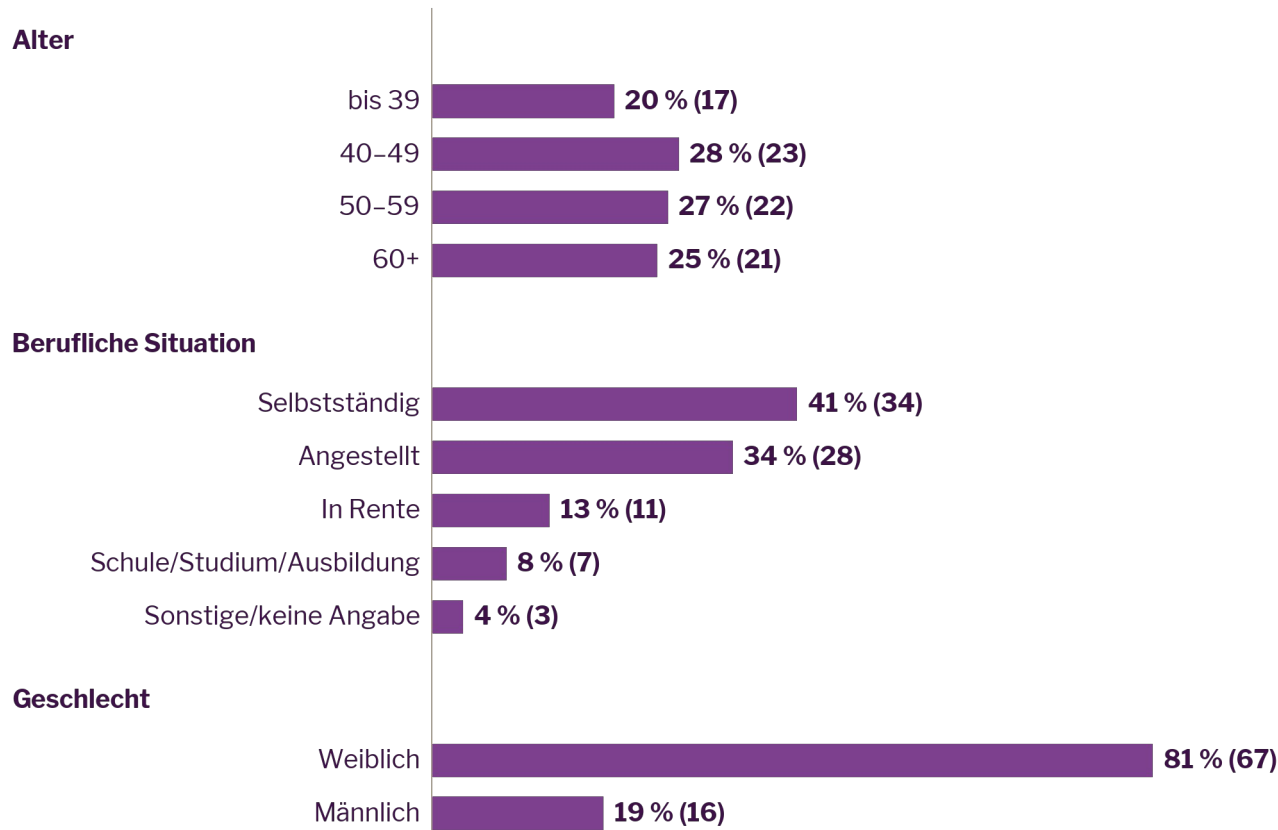
Liest du noch Newsletter?

Alle Ergebnisse: was Menschen lesen, was sie stört und wie oft ein Newsletter erscheinen darf.

83 Teilnehmende · 20 Fragen · anonyme Online-Umfrage

Durchgeführt von Dorothee Dickmann

Wer hat an der Umfrage teilgenommen?



Prozentwerte gerundet, in Klammern die Anzahl der Personen.

83

Menschen haben die Umfrage beantwortet

Die anonyme Umfrage umfasste 20 Fragen. Verbreitet wurde sie über persönliche Kontakte, berufliche Netzwerke und Social Media. Sie bildet deshalb ein Stimmungsbild ab, keine repräsentative Stichprobe. Durchgeführt wurde sie mit tally.so.

Vier von fünf Teilnehmenden sind Frauen, davon 46 % selbstständig. Die Altersgruppen ab 40 sind mit 21 bis 23 Personen ähnlich stark besetzt. Die Gruppe bis 39 Jahre (17 Personen) und die Männer (16 Personen) sind deutlich kleiner. Aussagen über sie gelten als Tendenz.

Befangenheit von Dorothee

Ich verschicke selbst einen Newsletter und biete Dienstleistungen zu E-Mail-Marketing an, bin bei dem Thema also nicht neutral. Die Fragen habe ich so offen wie möglich formuliert, damit Kritik und Zustimmung gleichermaßen möglich waren.

Sechs Annahmen vor der Umfrage

Diese Thesen standen vor der Umfrage und haben die Fragen beeinflusst. Am Ende des Dokuments prüfe ich sie gegen die Ergebnisse.

THESE 1

Mangelnde Relevanz

Newsletter gelten als veraltet, sind aber oft schlicht nicht relevant für die Empfänger. Wer auf Anhieb nicht erkennt, was ihn erwartet, ignoriert sie oder bestellt sie ab.

THESE 2

Versandhäufigkeit

Mangelnde Relevanz kombiniert mit hoher Frequenz (wöchentlich und öfter) führt dazu, dass viele Menschen nicht im Verteiler bleiben oder die Newsletter nicht lesen.

THESE 3

Freiwilligkeit

Niemand will Newsletter ungefragt bekommen. An- und Abmeldeprozesse müssen transparent sein, sonst ist Unmut nicht weit.

THESE 4

Kanal-Konkurrenz

Newsletter müssen sich die Aufmerksamkeit mit vielen anderen Kanälen teilen, insbesondere mit Social Media. Ihre Bedeutung hat daher nachgelassen, im Marketing-Mix bleiben Newsletter trotzdem wichtig.

THESE 5

Eine Frage des Alters

Je jünger die Menschen, desto weniger Bedeutung hat der Newsletter für sie. Relevant bleibt er vor allem für Altersgruppen, die ohne Messenger und Social Media aufgewachsen sind.

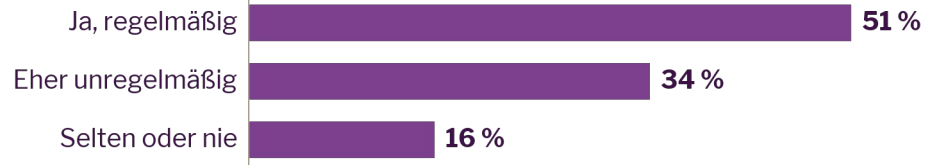
THESE 6

Zeitmangel

In der Hektik des Alltags fallen Newsletter als Informationskanal schneller hinten über als andere Kanäle.

Werden Newsletter regelmäßig gelesen?

Liest du regelmäßig Newsletter?



n=83

Gab es denn mal eine Zeit, in der du Newsletter gelesen hast?



n=13 · nur Personen, die „Selten oder nie“ angegeben haben

51 %

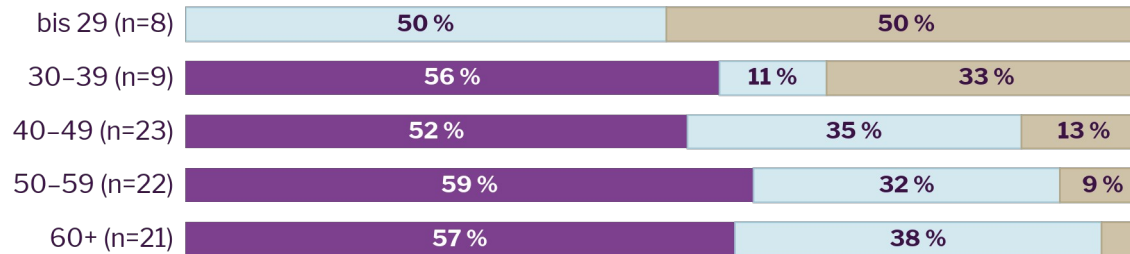
lesen regelmäßig Newsletter (42 von 83)

Gut die Hälfte liest regelmäßig, ein Drittel eher unregelmäßig. 13 Personen lesen selten oder nie. Von diesen 13 Personen hat sich die Mehrheit (8) nie für Newsletter interessiert, 5 haben sie eine Zeit lang gelesen.

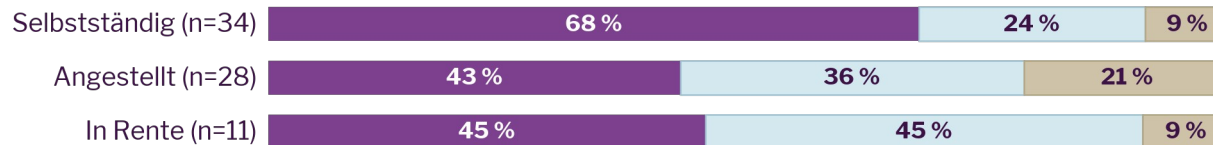
Blick auf Alter und Berufsstand

Lesegewohnheit nach Alter und Berufsstand

Alter



Berufsstand



■ Regelmäßig ■ Eher unregelmäßig ■ Selten oder nie

n=83 · Berufsstand ohne Schule/Studium/Ausbildung (n=7) und Sonstige (n=3)

0 von 8

unter 30-Jährigen lesen regelmäßig Newsletter

In der Gruppe bis 29 Jahre liest niemand regelmäßig, vier lesen eher unregelmäßig und vier selten oder nie. Bei den 30- bis 39-Jährigen sind es 5 von 9. Ab 40 Jahren liegt der Anteil regelmäßig Lesender recht konstant zwischen 52 und 59 %.

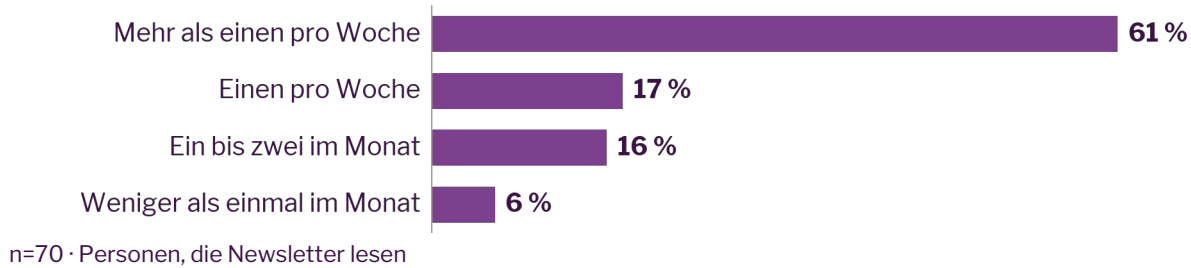
Selbstständige lesen deutlich häufiger regelmäßig (68 %) als Angestellte (43 %) und Menschen in Rente (45 %).

Eine Teilnehmerin unterhielt sich mit einem 17-Jährigen über die Umfrage. Er hatte den Begriff Newsletter noch nie gehört.

Die Gruppen sind klein (8 bis 34 Personen). Die Unterschiede sind Hinweise, keine gesicherten Werte.

Wie oft wird gelesen, wie viel abonniert?

Wie oft liest du einen Newsletter?



Wie viele Newsletter hast du zumindest zeitweise gelesen, die du abonniert hast?



61 %

der Lesenden kommen auf mehr als einen Newsletter pro Woche

Von den 70 Personen, die Newsletter lesen, lesen 43 mehr als einen pro Woche und 12 genau einen. 11 Personen lesen ein- bis zweimal im Monat, 4 seltener.

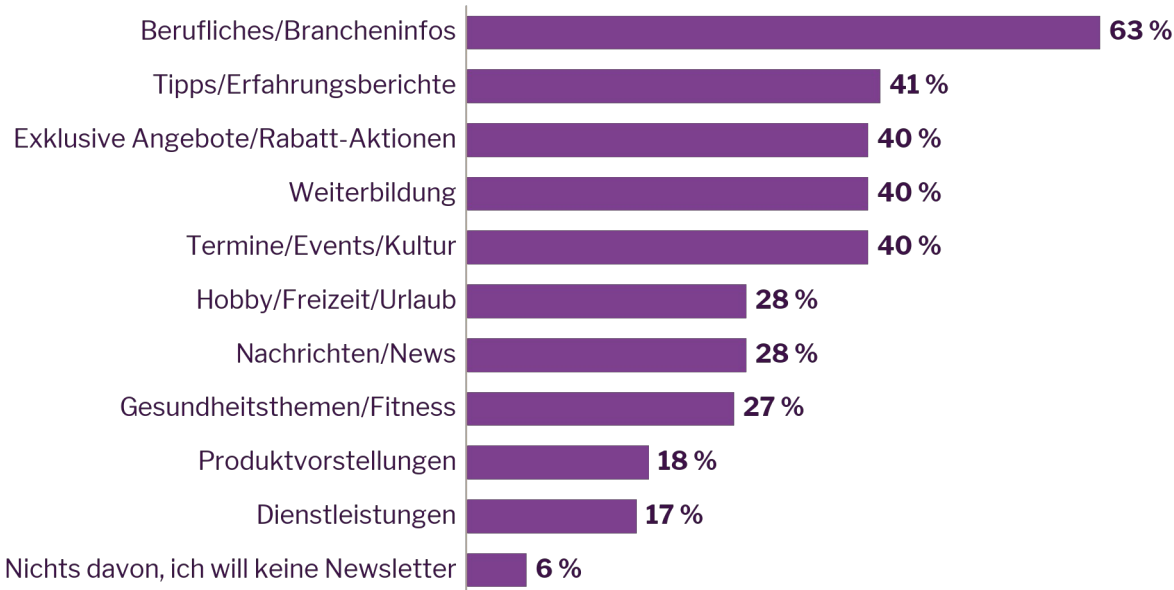
Beim Abo-Bestand liegen 1 bis 3 Newsletter (31 %) und 4 bis 6 Newsletter (30 %) gleichauf. 27 von 70 haben mehr als sechs abonniert, 12 davon mehr als zehn.

„Ein guter Newsletter stiehlt mir nicht die Zeit. Ein guter Newsletter kann auch mehrfach pro Woche kommen, wenn ich regelmäßig ein Benefit davon habe.“

Teilnehmerin der Umfrage

Welche Themen interessieren?

Welche Themen in Newslettern interessieren dich?



n=83 · Mehrfachnennung möglich

63 %

interessieren sich für Berufliches und Brancheninfos

Berufliches und Brancheninfos liegen mit Abstand vorn. Dahinter folgen vier Themen fast gleichauf bei 40 bis 41 %: Tipps und Erfahrungsberichte, Rabatt-Aktionen, Weiterbildung sowie Termine, Events und Kultur.

Nachrichten, Hobby und Freizeit sowie Gesundheit liegen bei 27 bis 28 %, Produktvorstellungen und Dienstleistungen bei 17 bis 18 %. 6 % wollen überhaupt keine Newsletter.

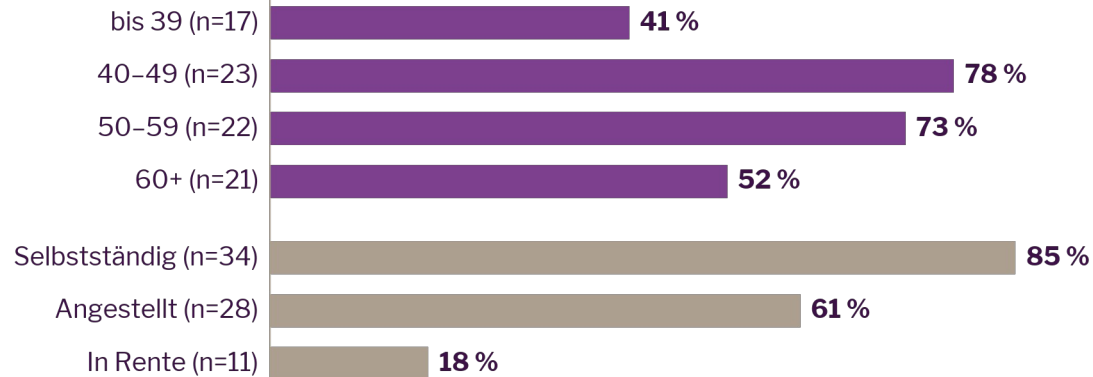
„Ist der Newsletter einfach eine Aneinanderreihung von Produkten oder Rabattaktionen, ohne Tipps und inhaltlichen Mehrwert, habe ich keine Lust darauf und schiebe ihn sogar ungelesen in den Papierkorb ...“

Teilnehmerin der Umfrage

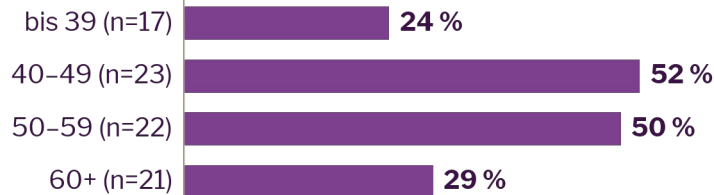
Blick auf Alter und Berufsstand

Themen nach Alter und Berufsstand (Auswahl)

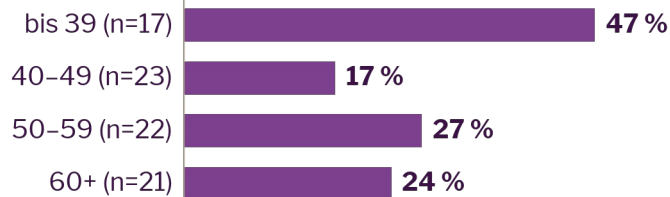
Berufliches und Brancheninfos



Weiterbildung



Hobby, Freizeit und Urlaub



Anteil je Gruppe · Mehrfachnennung möglich

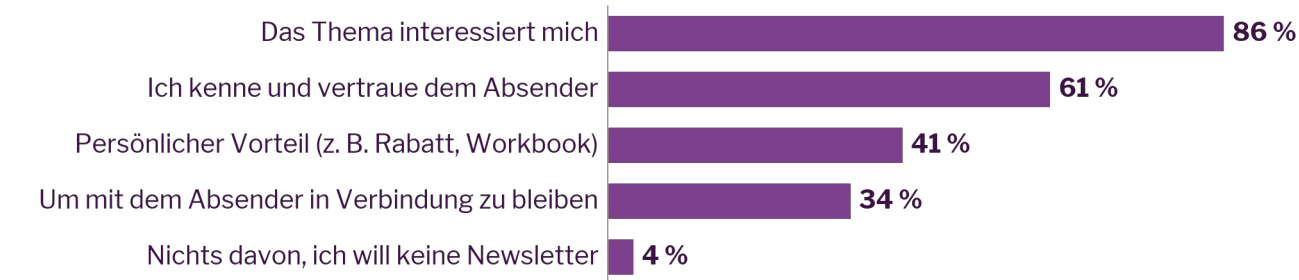
Berufliches und Brancheninfos interessieren 85 % der Selbstständigen, 61 % der Angestellten und 18 % der Menschen in Rente. Nach Alter liegt der Höhepunkt bei 40 bis 59 Jahren (78 % und 73 %), bei den bis 39-Jährigen sind es 41 %. Weiterbildung folgt demselben Muster.

Bei Hobby, Freizeit und Urlaub kehrt sich das Bild um: 47 % der bis 39-Jährigen wählen das Thema, in den anderen Altersgruppen sind es 17 bis 27 %.

Menschen in Rente (n=11) und die Gruppe bis 39 (n=17) sind klein. Alter und Rente überschneiden sich.

Warum wird ein Newsletter abonniert?

Was gibt dir den Anstoß, einen Newsletter zu abonnieren?



n=83 · Mehrfachnennung möglich

86 %

abonnieren, weil das Thema sie interessiert

Das Thema entscheidet. An zweiter Stelle steht Vertrauen: 61 % abonnieren, weil sie die Person oder das Unternehmen kennen und ihnen vertrauen.

Ein persönlicher Vorteil lockt 41 %, 34 % wollen mit dem Absender in Verbindung bleiben. 4 % wollen überhaupt keine Newsletter.

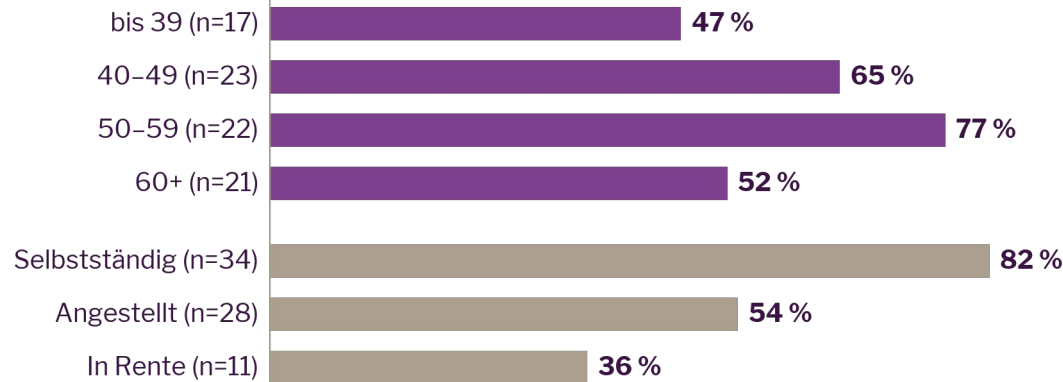
„Newsletter nerven im Postfach wie die Flyer im Briefkasten. Wenn ich Informationen wünsche, dann gehe ich selbst auf die Suche.“

Teilnehmerin der Umfrage

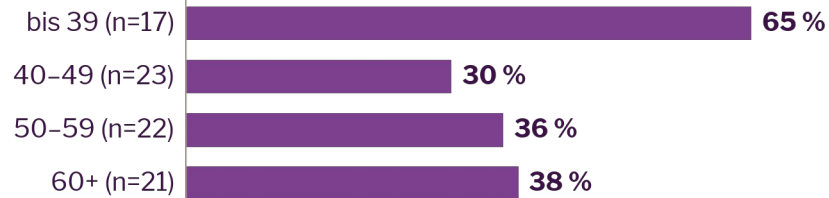
Blick auf Alter und Berufsstand

Abo-Gründe nach Alter und Berufsstand (Auswahl)

Ich kenne und vertraue dem Absender



Persönlicher Vorteil (Rabatt, Extras)



Anteil der Personen, die den Grund gewählt haben · Mehrfachnennung möglich

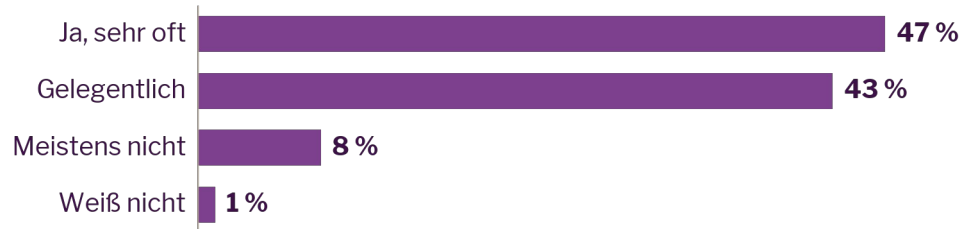
Vertrauen in den Absender spielt bei Selbstständigen die größte Rolle (82 %), bei Angestellten sind es 54 %, bei Menschen in Rente 36 %. Nach Alter steigt die Zustimmung von 47 % (bis 39) über 65 % (40–49) auf 77 % bei den 50- bis 59-Jährigen und fällt bei 60+ auf 52 %.

Ein persönlicher Vorteil ist für 65 % der bis 39-Jährigen ein Abo-Grund, in den anderen Altersgruppen für 30 bis 38 %.

Kleine Gruppen, nur als Tendenz lesen.

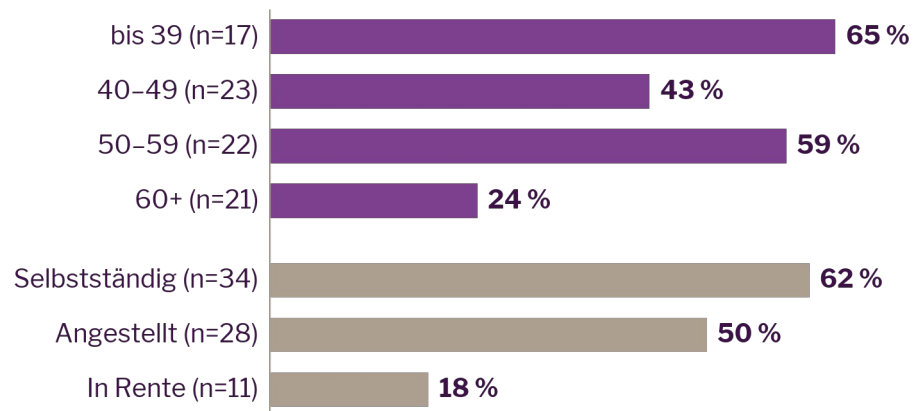
Wer ist von Newslettern genervt?

Warst du schon mal von Newslettern genervt?



n=83

Wer ist sehr oft genervt? Blick auf Alter und Berufsstand



n=83 · Anteil der Antwort „Ja, sehr oft“

47 %

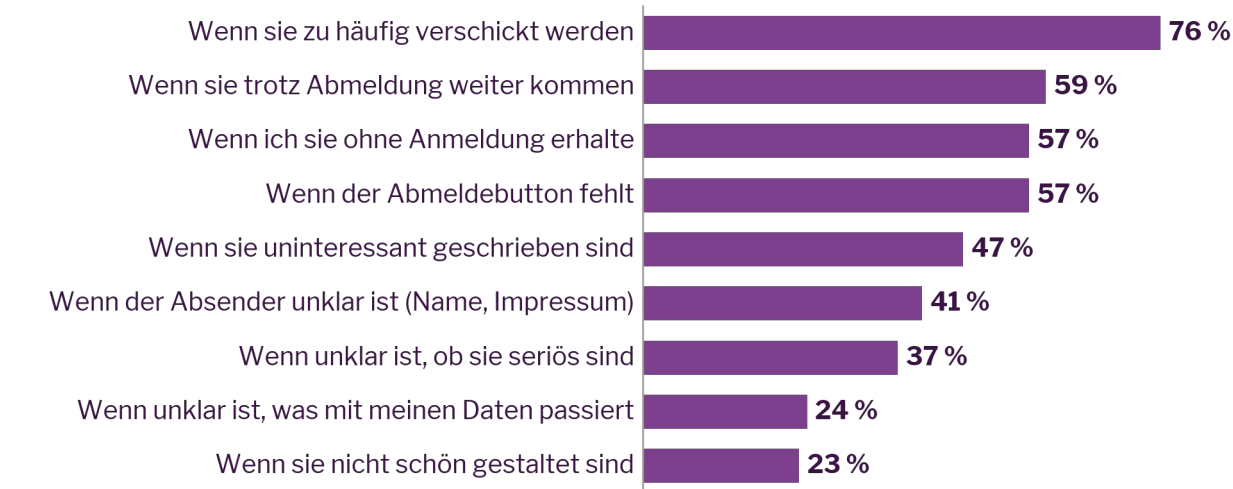
waren schon sehr oft von Newslettern genervt

43 % waren gelegentlich genervt, 8 % meistens nicht. Am häufigsten sehr oft genervt sind die bis 39-Jährigen (65 %) und die Selbstständigen (62 %). Ab 60 Jahren sinkt der Anteil auf 24 %, bei Menschen in Rente auf 18 %.

Alter 60+ und Rente überschneiden sich stark, die Werte lassen sich nicht trennen.

Was nervt an Newslettern?

Wann nerven dich Newsletter?



n=83 · Mehrfachnennung möglich

76 %

stört ein zu häufiger Versand

Danach folgen Newsletter, die trotz Abmeldung weiter kommen (59 %), die Zusendung ohne Anmeldung (57 %) und ein fehlender Abmeldebutton (57 %).

Inhaltlich ärgern uninteressant geschriebene Newsletter (47 %). Ein unklarer Absender (41 %), Unsicherheit über die Seriosität (37 %), fehlende Transparenz beim Datenschutz (24 %) und unschönes Design (23 %) liegen dahinter.

Im Freifeld nannten Teilnehmende zusätzlich unter anderem Hard Selling und mit KI geschriebene Texte.

„Wenn sie für mich keinen Mehrwert bieten, sondern nur Hard Selling.“

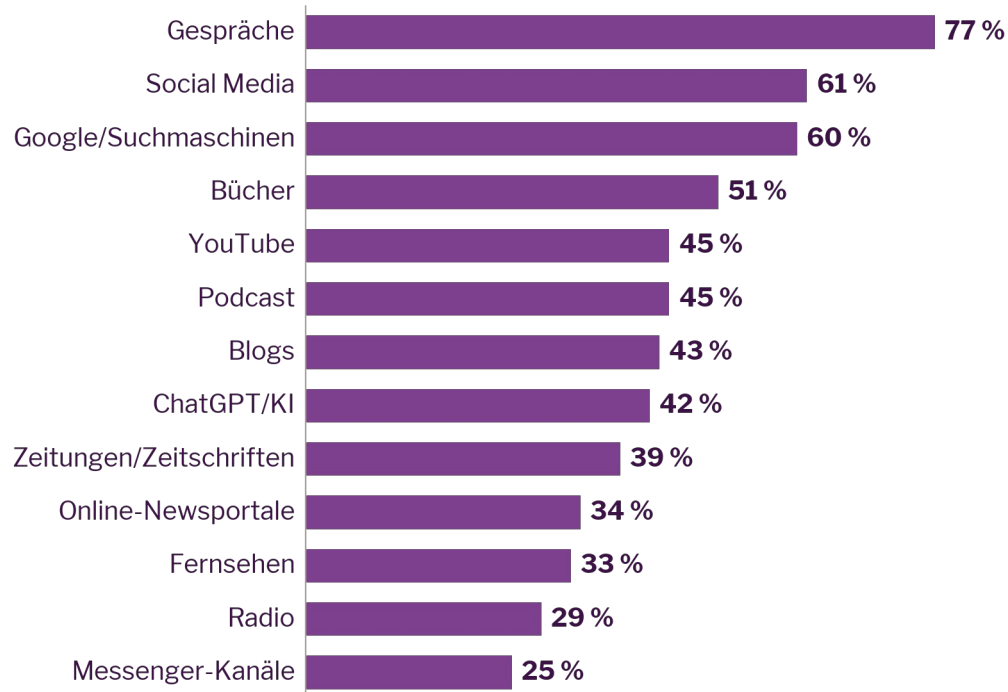
Teilnehmerin der Umfrage

„Am allermeisten nervt mich, wenn der Newsletter mit KI geschrieben wurde.“

Teilnehmerin der Umfrage

Wie bleiben Menschen informiert?

Wie informierst du dich über Neuigkeiten und Themen, die dich interessieren?



n=83 · Mehrfachnennung möglich

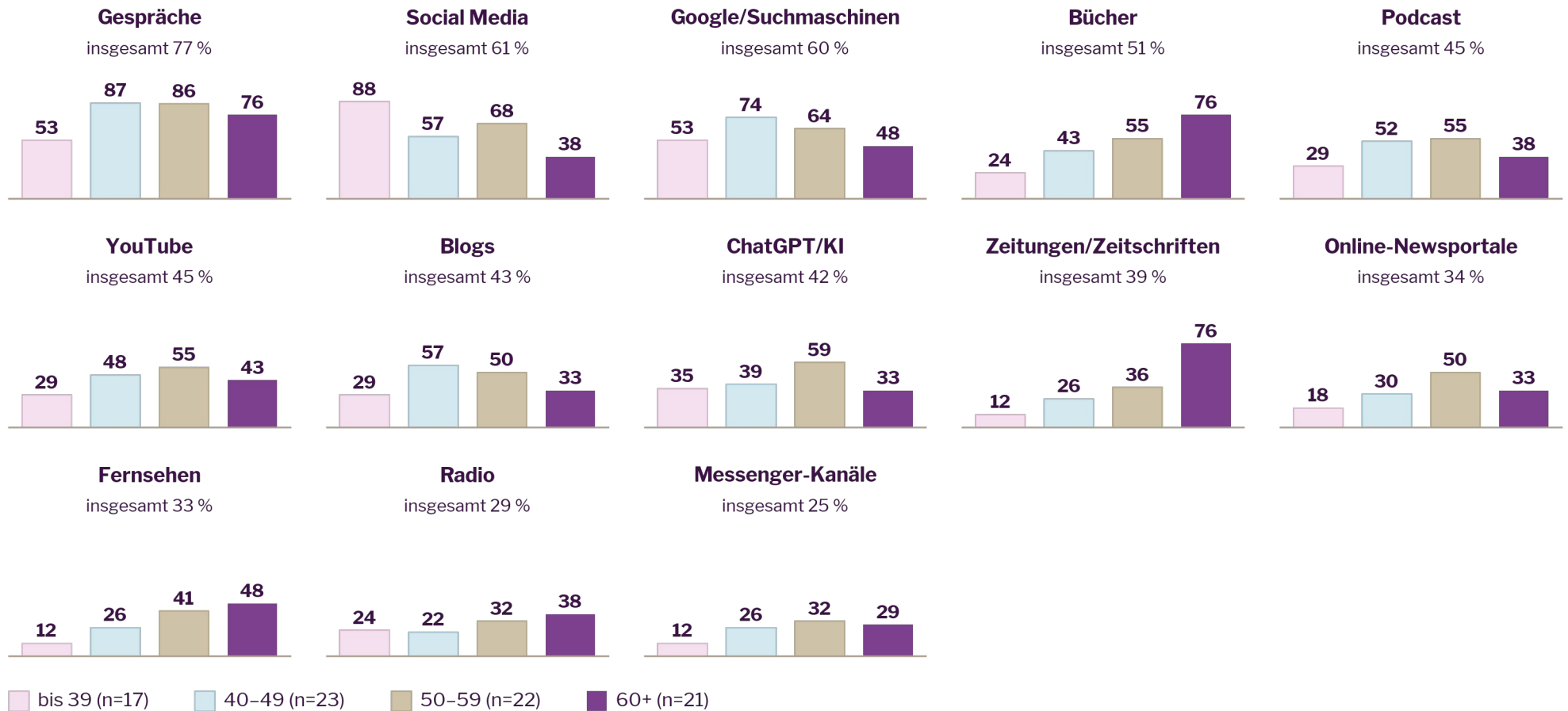
77 %

tauschen sich im Gespräch mit anderen Menschen aus

Gespräche mit anderen Menschen führen die Liste an. Social Media (61 %) und Google (60 %) folgen, danach Bücher (51 %). YouTube und Podcasts liegen bei 45 %, Blogs bei 43 % und KI-Tools wie ChatGPT bei 42 %.

Zeitungen nutzen 39 %, Online-Newsportale 34 %, Fernsehen 33 %, Radio 29 % und Messenger-Kanäle 25 %.

Alle Kanäle nach Alter

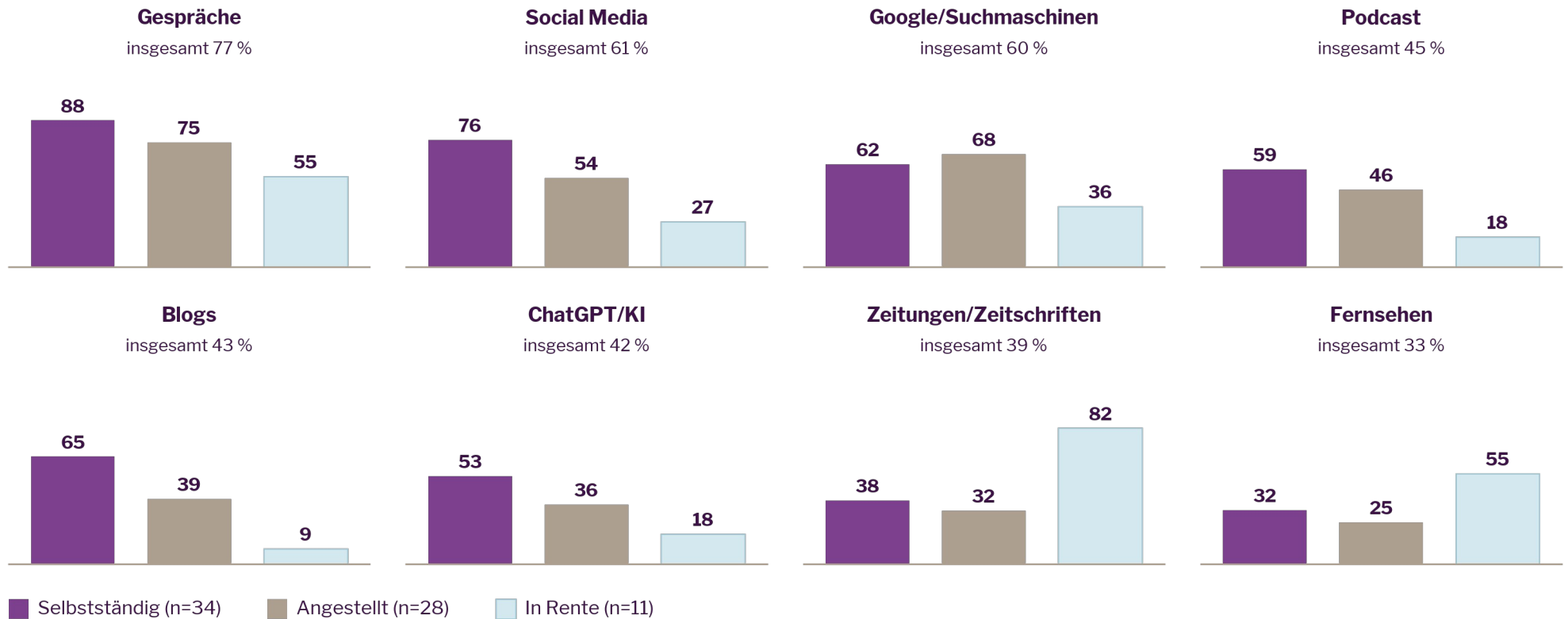


Anteil der Personen je Altersgruppe, die den Kanal nutzen · n=83 · Mehrfachnennung möglich · Angaben in Prozent

Social Media nutzen 88 % der bis 39-Jährigen, bei den 60-Jährigen und Älteren sind es 38 %. In die Gegenrichtung laufen Zeitungen und Zeitschriften (12 % auf 76 %), Bücher (24 % auf 76 %) und Fernsehen (12 % auf 48 %). Gespräche, Google, Podcasts und Blogs erreichen die 40- bis 59-Jährigen am häufigsten, ChatGPT/KI die 50- bis 59-Jährigen (59 %).

Die Gruppen sind klein (17 bis 23 Personen), die Unterschiede zeigen eine Richtung.

Auffällige Kanäle nach Berufsstand



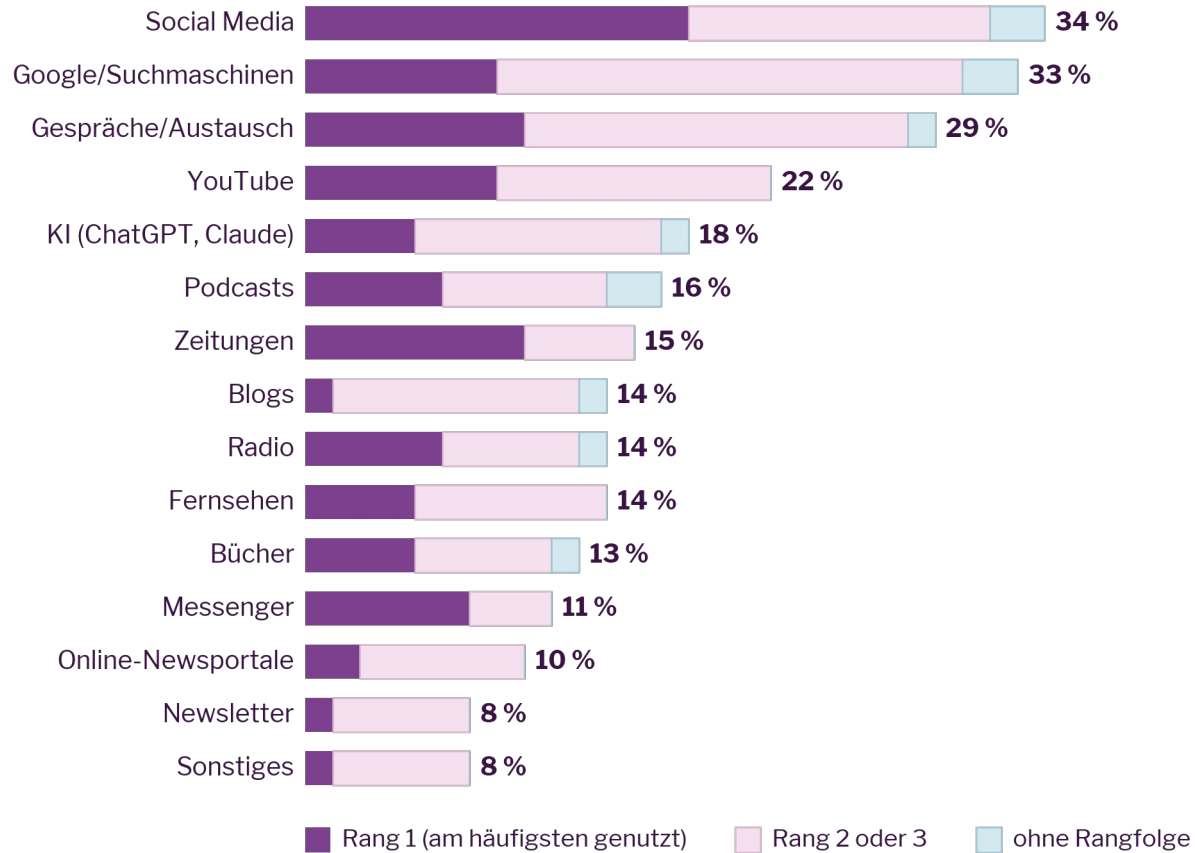
Anteil der Personen je Berufsstand, die den Kanal nutzen · n=73 (ohne Schule/Studium/Ausbildung und Sonstige) · Angaben in Prozent

Gezeigt werden die acht Kanäle mit mindestens 30 Prozentpunkten Abstand zwischen den Berufsgruppen. Social Media (76 %, 54 %, 27 %), Blogs (65 %, 39 %, 9 %), Podcasts, KI-Tools und Google nutzen Selbstständige am häufigsten, Menschen in Rente am seltensten. Bei Zeitungen (82 %) und Fernsehen (55 %) liegen die Menschen in Rente vorn.

Berufsstand und Alter überschneiden sich: Wer in Rente ist, gehört fast immer zu den 60-Jährigen und Älteren, Selbstständige sind überwiegend zwischen 40 und 59. Die Gruppen sind klein, vor allem Rente (n=11).

Die Top 3 Medien und Kanäle

Was sind deine Top 3 Medien/Kanäle, um informiert zu bleiben?



n=79 (Freitext codiert, 4 Antworten nicht auswertbar) · Anteil der Personen, die den Kanal nennen

8 %

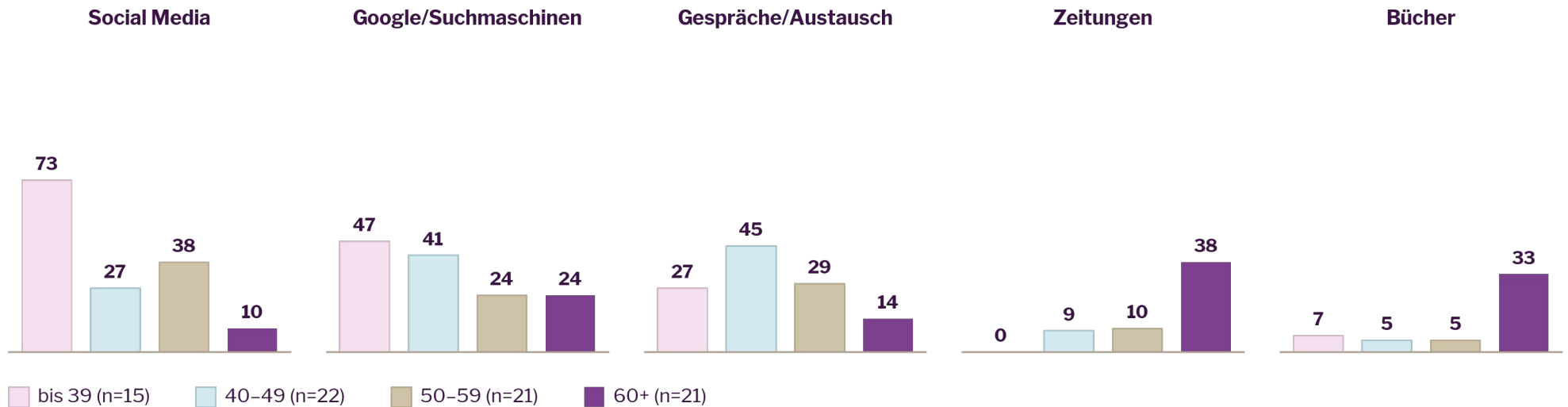
nennen den Newsletter unter ihren Top 3

Am häufigsten genannt wurden Social Media (27 Mal, davon 14 Mal an erster Stelle), Google (26 Mal, aber nur 7 Mal an erster Stelle) und Gespräche (23 Mal). Google dient damit eher als zweiter oder dritter Kanal.

Den Newsletter nennen 6 Personen, eine davon an erster Stelle. Blogs stehen 11 Mal auf der Liste, aber nur einmal ganz vorn.

Die Antwort war als Freitextfeld angelegt.

Top 3 nach Alter



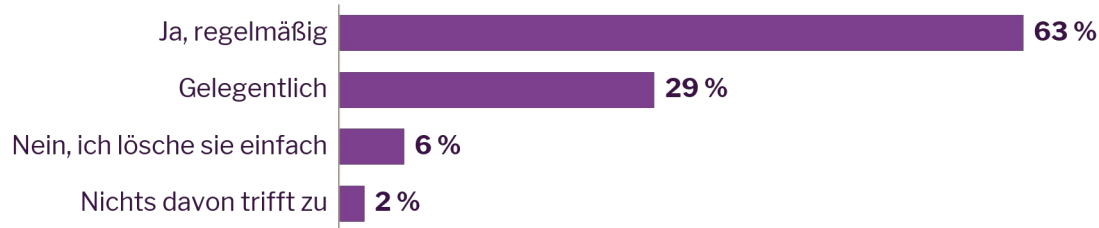
Anteil der Personen je Altersgruppe, die den Kanal unter ihren Top 3 nennen · n=79 · Auswahl der Kanäle mit auffälligen Unterschieden · Angaben in Prozent

Bei den bis 39-Jährigen steht Social Media in 73 % der Antworten unter den Top 3, bei den 60-Jährigen und Älteren in 10 %. Von den bis 39-Jährigen nennt niemand Zeitungen. Zeitungen (38 %) und Bücher (33 %) nennen vor allem die Altersgruppen ab 60. Die 40- bis 49-Jährigen setzen auf Gespräche (45 %) und Google (41 %).

Kleine Gruppen (15 bis 22 Personen), nur als Tendenz lesen.

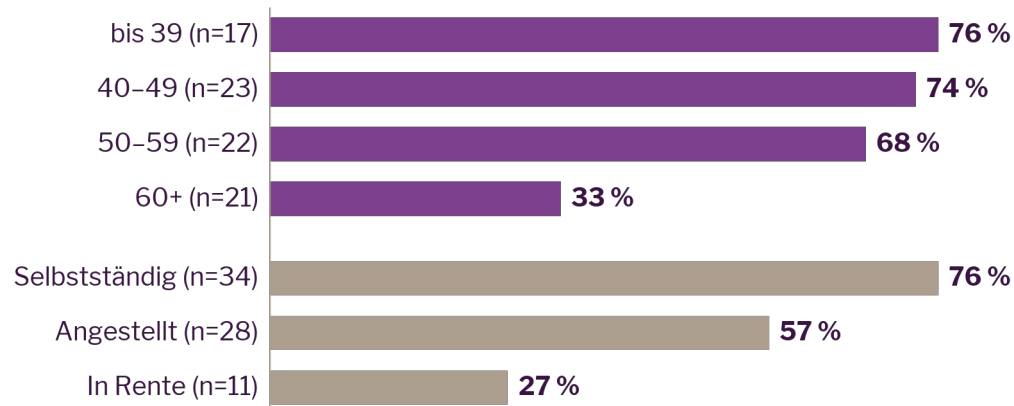
Das Abmeldeverhalten

Meldest du dich von Newslettern ab, wenn sie dich nerven?



n=83

Wer meldet sich regelmäßig ab? Blick auf Alter und Berufsstand



n=83 · Anteil der Antwort „Ja, regelmäßig“

63 %

melden sich regelmäßig von Newslettern ab

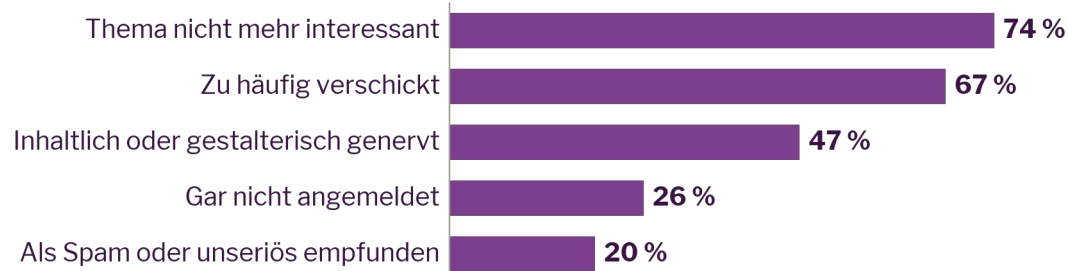
29 % melden sich gelegentlich ab, 6 % löschen Newsletter nur, ohne sich abzumelden.

Besonders konsequent sind die bis 39-Jährigen (76 %), die 40- bis 49-Jährigen (74 %) und die Selbstständigen (76 %). Bei den Menschen ab 60 sind es 33 %, bei Menschen in Rente 27 %.

Alter 60+ und Rente überschneiden sich stark.

Warum melden sich Menschen ab?

Warum hast du dich schon einmal von einem Newsletter abgemeldet?



n=76 · nur Personen, die sich schon einmal abgemeldet haben · Mehrfachnennung möglich

74 %

meldeten sich ab, weil das Thema nicht mehr interessant war

Von den 76 Personen, die sich schon einmal abgemeldet haben, nennen 67 % einen zu häufigen Versand. 47 % hat der Newsletter inhaltlich oder gestalterisch genervt.

26 % hatten sich für den Newsletter gar nicht angemeldet, 20 % empfanden ihn als Spam oder unseriös.

„Nur bestellt, um Rabatt zu erhalten, dann wieder abgemeldet.“

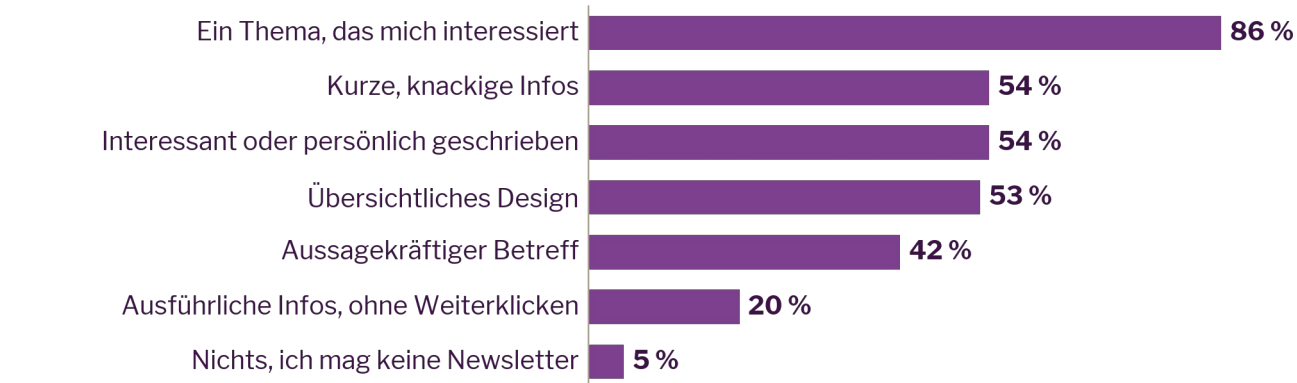
Teilnehmerin der Umfrage

„Ich finde es unverschämt, dass man bei einigen Websites verpflichtet ist, einen Newsletter zu abonnieren. Das sollte immer freiwillig sein.“

Teilnehmerin der Umfrage

Was braucht ein guter Newsletter?

Was braucht ein Newsletter, damit du ihn gerne liest?



n=83 · Mehrfachnennung möglich

86 %

wünschen sich ein Thema, das sie interessiert

Kurze, knackige Infos und ein interessanter oder persönlicher Schreibstil folgen mit je 54 %, ein übersichtliches Design mit 53 %. Ein aussagekräftiger Betreff ist 42 % wichtig, ausführliche Infos ohne Weiterklicken nur 20 %.

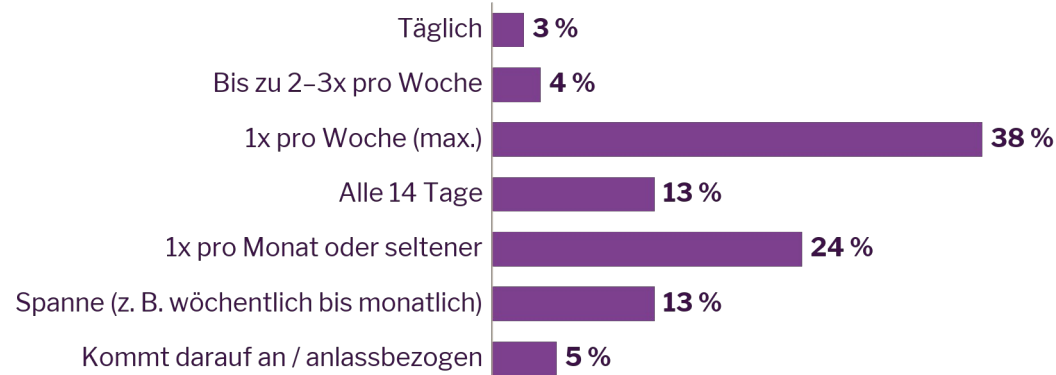
5 % mögen Newsletter grundsätzlich nicht.

„EIN FOTO! Jeder Newsletter sollte unbedingt ein Portrait enthalten, damit ich Name, Gesicht und Text immer miteinander in Verbindung bringen kann.“

Teilnehmerin der Umfrage

Wie oft darf ein Newsletter erscheinen?

Wie oft darf ein Newsletter für dich erscheinen, damit du ihn gerne liest?



n=78 (Freitext codiert, 5 Antworten nicht auswertbar)

88 %

nennen einen Rhythmus von höchstens einmal pro Woche

Am häufigsten steht in den Antworten „einmal pro Woche“ oder „höchstens einmal pro Woche“ (38 %), gefolgt von monatlich oder seltener (24 %) und alle 14 Tage (13 %). Weitere 13 % nennen eine Spanne, etwa „wöchentlich bis monatlich“.

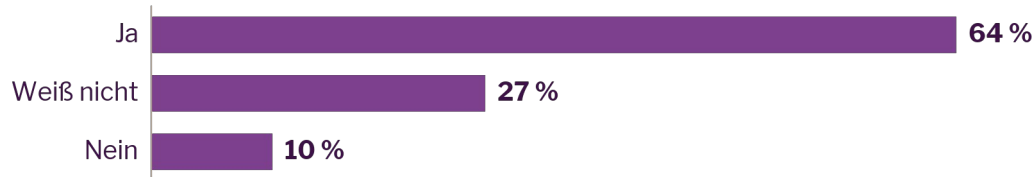
Mehr als einen Newsletter pro Woche wünschen sich nur 5 Personen, 2 davon täglich. Für 4 Personen hängt es vom Thema oder Anlass ab.

„Bei meinen Lieblings-Newslettern ist mir das Versandintervall tatsächlich sogar egal.“

Teilnehmerin der Umfrage

Sind Newsletter noch zeitgemäß?

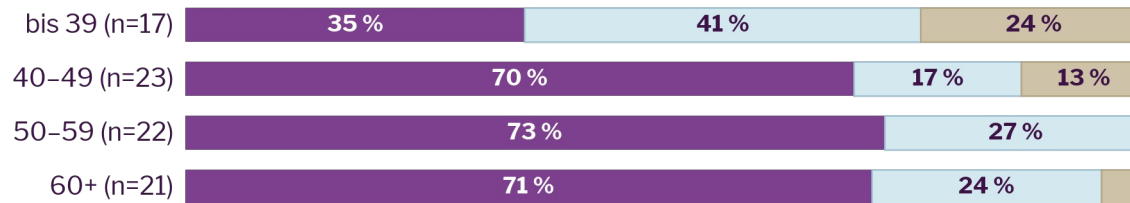
Findest du, dass Newsletter noch zeitgemäß sind?



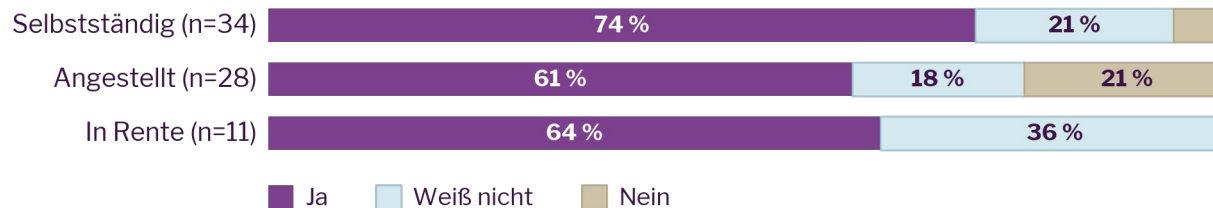
n=83

Zeitgemäß nach Alter und Berufsstand

Alter



Berufsstand



n=83

64 %

halten Newsletter für zeitgemäß

27 % wissen es nicht, 10 % verneinen die Frage (gerundet). Nach Alter ist das Bild klar: Von den bis 39-Jährigen stimmen 6 von 17 zu, 4 verneinen. Ab 40 Jahren liegt die Zustimmung bei 70 bis 73 %, bei den 60-Jährigen und Älteren bei 71 %.

„Newsletter haben nach wie vor ihre Berechtigung, wenn sie gut gemacht (geschrieben, konzipiert, ggf. design) sind.“

Teilnehmerin der Umfrage

Abgleich der Ergebnisse mit den Ausgangsthese

THESE 1 · BESTÄTIGT

Mangelnde Relevanz

Das Thema entscheidet über das Abo (86 %) und über die Abmeldung (74 %). Uninteressant geschriebene Newsletter ärgern 47 %.

THESE 2 · BESTÄTIGT

Versandhäufigkeit

Zu häufiger Versand ist der größte Störfaktor (76 %) und der zweithäufigste Abmeldegrund (67 %). 88 % nennen einen Rhythmus von höchstens einmal pro Woche.

THESE 3 · BESTÄTIGT

Freiwilligkeit

Genervt sind Menschen, wenn sie Newsletter ohne Anmeldung (57 %) erhalten oder trotz Abmeldung (59 %) weiterhin bekommen. Ein fehlender Abmeldebutton gehört mit 57 % ebenfalls zu den größten Ärgernissen.

THESE 4 · BESTÄTIGT

Kanal-Konkurrenz

Nur 6 Personen nennen den Newsletter unter ihren Top 3, eine davon an erster Stelle. Gleichzeitig lesen 51 % regelmäßig und 64 % halten ihn für zeitgemäß: als Ergänzung bleibt er im Spiel.

THESE 5 · BESTÄTIGT, MIT EINSCHRÄNKUNG

Eine Frage des Alters

Bei den unter 30-Jährigen liest niemand regelmäßig, und nur 35 % der bis 39-Jährigen halten Newsletter für zeitgemäß. Ab 40 Jahren liegt die Zustimmung bei 70 bis 73 %. Die Werte zeigen nur eine Tendenz, insbesondere die Gruppe der jüngeren Teilnehmenden ist klein, nur 8 Personen sind jünger als 30.

THESE 6 · NICHT ABGEFRAGT

Zeitmangel

Dazu gab es keine eigene Frage, belastbare Aussagen sind mit dieser Umfrage nicht möglich. Ein Hinweis aus dem Freifeld: „Wenn ich sehr viel zu tun hab, dann nerven mich die vielen Newsletter ...“

So wurde ausgewertet

Erhebung

Anonyme Online-Umfrage mit 20 Fragen, durchgeführt mit tally.so. Teilnehmende kamen über persönliche Kontakte, berufliche Netzwerke und Social Media. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ.

Basis und Verzweigung

Basis sind 83 Antworten. Zwei Fragengruppen wurden nur Teilen der Teilnehmenden gezeigt: 13 Personen, die bei der Lesehäufigkeit „Selten oder nie“ angaben, beantworteten die Frage nach früherem Lesen, die übrigen 70 die Fragen zu Lesehäufigkeit und Anzahl der Abos. Bei den Abmeldegründen gilt n=76 (nur Personen, die sich schon einmal abgemeldet haben).

Mehrfachnennung

Bei Fragen mit Mehrfachnennung ergibt die Summe mehr als 100 %. Alle Prozentwerte sind gerundet.

Freitext

Die Wunschfrequenz und die Top 3 der Informationskanäle wurden als Freitext erfasst und von mir in Kategorien zusammengefasst. 5 Antworten zur Frequenz und 4 Antworten zu den Kanälen ließen sich nicht zuordnen. Zwei Kanal-Antworten („kommt auf das Thema an“) haben keine Rangfolge. Die Zitate stammen aus den Freitextfeldern und wurden nur in Rechtschreibung und Zeichensetzung geglättet.

Gruppenvergleiche

Alter und Berufsstand werden gezeigt, wenn der Unterschied mindestens 20 Prozentpunkte beträgt und sich nachvollziehbar erklären lässt. Bei den Informationskanälen sind alle Kanäle nach Alter dargestellt, beim Berufsstand nur Kanäle mit mindestens 30 Prozentpunkten Abstand. Die Gruppen sind klein (Rente n=11, bis 39 n=17), die Unterschiede sind Hinweise. Alter 60+ und Rente überschneiden sich stark. Männliche Teilnehmer (n=16) sind zu wenige für belastbare Aussagen, geschlechtliche Unterschiede werden daher nicht gesondert ausgewertet.

Altersgruppen

Für die meisten Grafiken: bis 39, 40–49, 50–59, 60+. Bei der Lesegewohnheit zusätzlich bis 29 und 30–39, weil der Unterschied dort besonders deutlich war.

Danke fürs Mitmachen!

„Mach Deinen [Newsletter] mit so viel Liebe und interessanten Themen weiter.“

Teilnehmer der Umfrage

IMPRESSUM

Ergebnisse der Umfrage „Liest du noch Newsletter?“ · Umfragezeitraum: 04.09. bis 04.10.2026

Herausgeberin und Verantwortliche: Dorothee Dickmann · Müngstener Str. 10 · 42659 Solingen · post@dorotheedickmann.de · 01575 2772873 · dorotheedickmann.de

Die Ergebnisse dürfen mit Quellenangabe (dorotheedickmann.de) zitiert werden.